




Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

BUTİK OTELCİLİK: KAYAKAPI KÜLTÜREL VE DOĞAL ÇEVRE KORUMA VE CANLANDIRMA PROJESİ ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

Muharrem TUNA^a 

Eda ÖZGÜL KATLAV^b 

Yakup DİNLER^c 

^aGazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye (muhamrem@gazi.edu.tr)

^bNevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Nevşehir, Türkiye (edaozgul@nevsehir.edu.tr)

^cKayakapı Turizm Yatırım A.Ş. / Yönetim Kurulu Başkanı, Nevşehir, Türkiye (yakup@dinler.com)

ARTICLE HISTORY

Received:

01.11.2017

Accepted:

22.12.2017

Anahtar Kelimeler:

Butik oteller
Yaşam tarzı oteller
Lüks oteller
Kapadokya
Örnek olay

Keywords:

Boutique hotels
Lifestyle hotels
Luxury hotels
Cappadocia
Case study

ÖZ

Konaklama işletmeleri son yıllarda turistlerin istek ve beklentileri doğrultusunda farklı sınıflama ve tanımlamalar ile değişimlere uğrayarak, rakiplerinden öne çıkabilmek için mal ve hizmetlerini farklılaştırmaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda ortaya çıkan butik oteller, küçük fakat kendine has bir atmosferi, özgün tasarımı, farklı mimarisi olan, yüksek kalitede ve kişiye özel hizmetleriyle; özellikle üst düzey gelir grubundan turistlerin daha özgün mekânlarda konaklama isteklerine cevap vermektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, son yıllarda dünyada turistlerin değişen talepleri doğrultusunda ortaya çıkan butik otelcilik kavramını tanımlamak, Dünyada ve Türkiye’de butik otelciliğin mevcut durumunu ortaya koymaktır. Bu çalışma kapsamında, butik otelciliğin gelişimi için uygun bir lokasyon olan Nevşehir’de butik otelcilik anlayışı kapsamında örnek teşkil edecek Kayakapı Projesi’nin özellikleri ve nasıl hayata geçirildiği ikincil kaynak incelemesi ve mülakat ile detaylandırılmıştır.

ABSTRACT

In last decades, accommodation businesses have changed with different definitions and classifications in the directions of tourist’ expectations, and they have differentiated their goods and the service to gain a competitive edge. Boutique hotels that emerge in this direction are small but have their atmosphere unique design, different architecture and provide high quality and high individual service. These businesses meet the tourists’ especially those from the high-income group requirements of more specific places. This study aims to define the concept of boutique hotels that have emerged in the direction of tourist’s changing demands in recent years and reveal the current situation of boutique hotels in the World and Turkey. In the scope of this study, how the Kayakapı Project, which is a unique example of boutique hotels concept in Nevşehir which is a suitable location for the development of boutique hotels, put into practice and its characteristics are detailing with secondary sources and interview.

***Sorumlu Yazar:** Muharrem TUNA

E posta: muhamrem@gazi.edu.tr

GİRİŞ

Günümüze kadar yaşanan toplumsal gelişme ve değişimler, bireylerin turistik ürünlere olan ihtiyaçlarını farklılaştırmıştır. Özellikle Sanayi Devrimiyle birlikte sınıf farklılıklarından kurtulan turizm olgusu kitlesel bir nitelik kazanmış ve bu dönemde paket turlar yardımıyla turizm ürünleri kitlesel tüketim ürünleri haline gelmiştir. Ancak 1950’li yıllardan sonra kitle turizmi hareketlerinin başlamasıyla deniz-güneş-kum turizmi üzerinde yoğunlaşan ve kişilere standart ürünler sunan kitle turizminin olumsuz etkileri, turizmin çeşitlendirilmesi kavramını gündeme getirmiştir. Bu bağlamda turizm standartlaşan, kimliksiz ürünlerden uzaklaşarak, birey odaklı olarak yeniden şekillenmeye başlamıştır. Tüm bu gelişmelere paralel olarak turizm endüstrisinin önemli bileşenlerinden olan ve önceleri sadece geceleme ihtiyacını karşılayan konaklama işletmeleri de farklı sınıflandırma ve tanımlamalarla değişime uğramış ve sektördeki rekabet koşulları karşısında mal ve hizmetlerini farklılaştırmak durumunda kalmıştır. Bu gereksinimden hareketle kişiye özel ve yüksek kaliteli hizmet sunumu amacıyla butik otel işletmeleri sektördeki yerini almaya başlamıştır (Eren, Çalışkan & Çamlıca. 2016; Kozak, Evren & Çakır, 2012).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO)Highlights Raporu’na göre 2015 yılında Türkiye’yi 39,5 milyon kişi ziyaret etmiştir. Türkiye uluslararası gelen turist sayısı bakımından ilk 10’da yer almasına rağmen, 2015 yılında elde edilen turizm gelirin turistik turist sayısı ile aynı doğrultuda olmadığını söylemek mümkündür. Rapora göre, diğer ülkelerle Türkiye kıyaslandığında ülkeyi ziyaret eden kişi sayısı ile elde edilen gelir arasında büyük farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılığı ortadan kaldırmak için, kitle turizminden ziyade daha fazla gelir elde etmeye imkân verecek bireysel turizm anlayışını benimseyen politikalara yönelmek gerekmektedir. Günümüzde gelir seviyesi yüksek olan turistler bireysel olarak ve içinde tarih, kültür, inanç, sanat gibi unsurları bir arada görebilecekleri turizm türlerine ve kendilerine başlı başına bir deneyim katabilecek konaklama işletmelerine yönelmektedirler. Butik otel anlayışı da bu kapsamda yüksek kalitede hizmet anlayışı, kendine özgü tasarım, mimari ve samimi atmosferi ile gelir seviyesi yüksek turistlerin farklılaşan istek ve beklentilerini karşılayan konaklama işletmeleri olarak dikkat çekmektedir (Buyruk ve Eren, 2012).

Son yıllarda konaklama sektöründe, butik ve yaşam tarzı (lifestyle) otellere olan ilgi artmıştır. Turizm sektöründe dünyaca ünlü markalar olan Hilton, Marriott, Holiday Inn, vb. yıllarca piyasada tüketicilere aynı ürünleri sunarak bir marka standardizasyonu sağladıktan sonra tüketici istek ve beklentilerindeki değişimlere bağlı olarak, butik otel tarzı işletmeler açmaya ve bu konseptte hizmet vermeye doğru yönelmişlerdir. Butik otel veya yaşam tarzı otellere ilginin artması, sermaye sahiplerini bu tarz işletmeler açmaya sevk etmiştir. IHG, Hilton, Marriott, Starwood ve Hyatt gibi büyük otel işletmeleri ve grupları butik tarzı ve yaşam tarzı oteller geliştirmeye başlamışlardır. Butik otelcilik anlayışı Las Vegas’tan Dubai’ye Londara’dan Şangay’a kadar büyük bir pazarın önemli bir parçası haline gelerek, küresel bir olgu haline almıştır (Jones, Day, Quadri-Felitti& 2013). Ancak bu kadar büyük bir pazar olmasına rağmen, dünyada ve Türkiye’de “butik otel” ve “yaşam tarzı otel” kavramlarının ne olduğu ve sınırları konusunda bir fikir birliğine varılamamıştır.

Butik Otel Kavramı

Dünyada yaşanan değişim ve gelişmeler konaklama, seyahat, yiyecek-içecek gibi turizm ürününü bir araya getiren öğelerin farklılaşmasına sebep olmuştur. Turizm endüstrisinin önemli unsurlarından olan ve daha önce sadece turistlerin geceleme ihtiyaçlarını karşılayan konaklama işletmeleri de bu istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda değişime uğramış ve sunmuş olduğu mal ve hizmetleri farklılaştırmak durumunda kalmıştır. Turizm hareketliliğine katılan turistler, büyük ve standart konaklama işletmeleri yerine kişiye özel yüksek kalitede hizmet veren, özgün ve daha küçük işletmeleri tercih etmeye başlamışlardır.

Günümüzde turistler sadece geceleme ihtiyacını karşılamak için değil, deneyim elde etmek için de konaklama işletmelerini tercih etmeye başlamışlardır. Turistlerin bu beklentilerini karşılayabilmek için, daha küçük çapta, yüksek kalitede hizmet verebilecek standartta, daha özgün işletmeler açılmaya başlanmıştır. Turistler, kitle turizminin hâkim olduğu dönemdeki gibi birbirinin aynı olan turistik ürünleri almak yerine; özgün, bireysel, farklılaştırılmış ve kişiye özel hizmet verme anlayışına dayalı ürünlere yönelmeye başlamışlardır.

Turistlerin farklı arayışlara girmesinin nedeni olarak, 1970 ve 1980’li yıllarda meydana gelen uluslararası otel gelişimi olduğu söylenebilir. Chang ve Teo (2009) butik otellerin, 1970’li yıllarda oluşmaya başlayan, hepsi aynı şekilde tasarlanmış uluslararası otel işletmelerine, turistik mekânlara ve katı seyahat uygulamalarına karşı bir

teпки olarak ortaya çıktığını ifade etmişlerdir. Otel ürünlerinin ve sunulan hizmetin standartlaştırılması, tasarım, yaşam tarzı (life style) veya butik işletmeler gibi çeşitli şekillerde tasarlanan işletmelerin büyümesini hızlandırmıştır (Rutes vd. 2001; Albrecht ve Johnson 2002; Victorino vd. 2005'den Akt. Rogerson, 2010).

Butik otellerle ilgili literatür incelendiğinde bir kavram kargaşası olduğu görülmektedir. Butik ve Yaşam Tarzı Otel Konaklama Birliği (Boutique and Lifestyle Lodging Association) butik otelleri sunduğu konseptte göre 21 sınıfa ayırmaktadır. Ancak genele baktığımızda bu oteller daha çok butik otel ve yaşam tarzı oteller olarak adlandırılmaktadır. Jones, Day, Quadri-Felitti (2013) yaptıkları araştırmada butik otel ve yaşam tarzı otellerin tanımını yapmaya çalışmışlardır. Bu çalışmada butik otel konusunda uzman olan 40 kişi ile Delphi tekniği kullanılarak görüşmeler yapılmış ve çalışma sonucunda butik oteller, kişiselleştirilmiş, özelleştirilmiş, benzersiz ve bireysel özelliklere sahip işletmeler olarak tanımlanmıştır. Yine aynı çalışmanın sonuçlarına göre, butik oteller kültürel, tarihsel ve özgünlük kelimeleri ile tanımlanmaktadır. Butik oteller bir zincirin parçası olmayan benzersiz, ilginç hizmetler sunan işletmelerdir ve butik otellerin tamamlayıcıları oturma odaları, kütüphaneler, oda içi niteliklerinin yüksek standartlarda olmasıdır.

Yaşam tarzı oteller ise "hem yenilikçi hem de markalı otellerin daha kişisel bir deneyim sunması" olarak tanımlanmaktadır. Butik ve yaşam tarzı otel kavramları genellikle birbirine karıştırılmaktadır. İki kavram arasında benzerlikler olmakla birlikte aralarında bazı farklılıklar da bulunmaktadır. Yaşam tarzı otellerde estetiğin olağandışı tasarım, mimari ile daha modern ve yüksek düzeyde bir teknoloji bulunmaktadır. Ayrıca yaşam tarzı otellerde butik otellerde olduğu gibi küçük çaplı, odası az olan, tarihi bir otel olma kriterleri aranmamaktadır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, butik oteller ve yaşam tarzı oteller için "keşif, merak ve şaşkın, mutlu, eğlenceli, eğlendirici, romantik kavramları ortak olarak kullanılmıştır (Jones, Day, Quadri-Felitti, 2013). İki kavramın birbirine benzer noktaları olduğu gibi birbirinden farklılıkları da bulunmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen kriterlere sahip bir otel işletmesi üzerinde çalışma yapıldığı için sadece butik otel kavramı üzerinde durulmuştur.

Butik otel kavramı 1989 yılında ilk kez New York'ta kullanılmaya başlanmıştır. Ancak ilgili literatür incelendiğinde, araştırmacıların butik otel kavramı üzerinde fikir birliğine varamadığı görülmektedir. Araştırmacılar, butik otellerin hangi özelliklere sahip olması gerektiğini tanımlamaya çalışmışlardır. Van Hartesvelt (2006)'ya göre butik otel tanımı; "*Sanatın tanımlamasında olduğu gibi butik bir oteli tanımlamak da zordur ancak butik oteli gördüğünüzde, o yerin butik otel olduğunu anlarsınız*" şeklinde yapılmıştır. Bu tanım butik otellerin üzerinde mutabakata varılmış bir tanımının yapılmadığını ortaya koymaktadır. Butik otel en genel tanımıyla "*samimi ve bireysel bir atmosfere sahip küçük otel*" olarak tanımlanmaktadır (The Chambers Dictionary, 2003). Türk Dil Kurumu (2017) butik oteli "*seçkin müşterileri için kendilerini evlerinde hissedebilecekleri konforu sağlayan, oda sayısı az, şık bir otel türü*" olarak tanımlamaktadır.

Nobles ve Thompson (2001) butik oteli; "kişiye özel hizmet sunumunun yapıldığı, personel ve işletme tutumunun samimi olduğu, müşterilerin istek ve beklentilerini bilen mükemmel hizmet veren ve en fazla 100 odaya sahip olan işletmeler" olarak tanımlarken, Aggett (2007) ise "iç mekânlarında özel tasarım ve mobilyalara sahip olan, özgün ve en fazla 100 odalı mekânlar" olarak nitelendirmiştir. Lim ve Endean (2009) genellikle küçük ölçekli, kişiye özel tasarıma ve hizmet anlayışına sahip olan, oda sayısı 100'den az olan, genellikle şehir merkezinde yer alan yapılar olarak ifade etmektedir. Van Hartesvelt (2006)'e göre butik otel, en az dört yıldızlı otel niteliklerine sahip, başarılı restorasyonu ile öne çıkan mimari açıdan özgün olan ve 20-150 odaya sahip olan işletmedir. Rogerson (2010) butik oteli, küçük ölçekli, yüksek kalitede ve kişisel hizmet sunan işletmeler olarak tanımlamıştır. Teo ve Chan (2009)'e göre ise butik otel konseptinin merkezinde "*turistik deneyimde, mekânın tarihi ve kültürel kimliğinin turistik deneyiminin önemi olduğu*" göz önünde bulundurulmalıdır.

Yukarıda yapılan tanımlardan da anlaşılacağı gibi butik otel kavramı ile ilgili bir görüş birliği olmamasına rağmen genel olarak butik otellerin; özgün, yüksek hizmet standartları olan ve bireysel konuk dikkatine vurgu yaparak "benzersiz/eşsiz bir konaklama deneyimini" temsil ettiği düşünülmektedir (Rogerson, 2010). Butik otel konusunda McIntosh ve Siggs (2005) tarafından yapılan araştırmada, butik konaklama ürününün/hizmetinin başarısı için önemli olan deneyimsel beş boyut tespit edilmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, mülkiyetin özgün yapısı, kişisellik, rahatlık, sunulan standartların yüksek kalitesi, otelin fiziksel konumunun katma değeridir. Benzer şekilde, Horner ve Swarbrooke (2005) butik otellerin beş farklı özelliğine vurgu yaparak, butik

otelleri; daha samimi ve daha küçük, tasarımcı demirbaşlara sahip olan, bireysel bir kimliği olan, modern stillere odaklanan, kişiselleştirilmiş hizmet veren işletmeler olarak tanımlanmışlardır.

Dünyada ve Türkiye’de Butik Otel İşletmeleri

Uluslararası konaklama sektörü, son yıllarda dünyada değişen pazar yapıları ve konaklama olanaklarına bir tepki olarak ortaya çıkan yeni turizm trendlerinin farklı konaklama işletmelerini ortaya çıkarmasına tanık olmuştur (Timothy ve Teye, 2009; Munsters ve Freund 2005; Aggett 2007; Rogerson, 2010). Butik otelcilik, özgün otel ortamlarıyla birlikte modern ve lüks tasarımı bir arada sunan Kuzey Amerika ve İngiltere’de başlayan ve dünyada hızla büyüyen niş bir pazardır (Olga, 2009). Bu büyümeyi hızlandıran en önemli unsur benzersiz bir deneyim elde etmek isteyen turistlerin oteli sadece konaklama ihtiyacını gidermek için değil, aynı zamanda onlara başlı başına bir deneyim sunması için tercih etmeleridir (Munsters ve Freund2005; Pine and Gilmore, 1999; McIntosh ve Siggs, 2005; Van Hartesvelt, 2006). Değişen turizm istek ve beklentileri doğrultusunda turistik ürün ve hizmetlerden faydalanan kişiler konaklama deneyimi yaşamak istemektedirler. Butik otel tarzında yapılan işletmeler turistlerin bu beklentilerini karşılayabilmektedir. Bu sonuçtan hareketle, ilerleyen yıllarda destinasyonlarda butik otel işletmelerinin daha da artabileceğini söylemek mümkündür (Lim ve Endean, 2009; Drewer, 2005). Dolnicar ve Otter (2003)’e göre konaklama sektöründe yapılan yatırımların maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle işletmeler yatırım kararı almadan önce bu ürünleri tüketen bireylerin istek ve ihtiyaçlarını tespit etmeli ve buna göre yatırım kararı vermelidir.

Butik otel işletmeciliği, dünyada 1980’li yılların başında ortaya çıkmış(Albazzazvd., 2003; Brights, 2007; Callan ve Fearon, 1997; Buyruk ve Eren, 2012), ülkemizde de ilk örneklerinin aşağı yukarı aynı yıllarda ortaya çıktığı görülmektedir. Ancak 2000’li yıllarda özellikle İstanbul, Çeşme, Nevşehir, Safranbolu gibi genellikle kültür turizminin etkin olduğu bölgelerde hızla yaygınlaşmaya başlamıştır (Buyruk, 2011). Butik otellerin tanımıyla ilgili literatürde oldukça farklı tanımlar bulunmakla birlikte Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017) butik otelleri, Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin yedinci bölümünde “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 ve en az on, en fazla altmış odalı otellerdir” şeklinde tanımlamaktadır.

Yönetmelikte bu tanıma ek olarak, butik otellerin beş yıldızlı otel odaları için belirlenen nitelikleri taşıyan konforlu odalara, alakart hizmet verilen asgarî ikinci sınıf lokanta ve boş zaman değerlendirme ünitelerine sahip olması gerektiği ifade edilmiştir. Fakat butik oteller, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ayrı bir konaklama türü olarak sınıflandırılıp, nitelendirilse de daha çok butik otel kavramıyla benzer özellikleri taşıyan özel tesisler ve belediye belgeli küçük ölçekli otel işletmeleri, butik otel işletmesi olarak adlandırılmakta ve pazarlanmaktadır. Özel konaklama tesisleri, butik otellerle benzer özellikler taşımaya karşın onlara kıyasla daha az nitelik gerektirmektedir. Ancak, aralarındaki benzerlikler sektörde anlam karmaşasına neden olmakta ve özel tesisler butik otel olarak lanse edilmektedirler.

Butik otellerle ilgili tüm bu kavram karmaşasına rağmen son yıllarda, genellikle kültür turizminin etkin olduğu bölgelerde doğal, kültürel ve tarihi dokuya uygun mimari özelliklere sahip yapılar inşa edilerek veya eski evler ve konaklar restore edilerek, butik otel adı altında hizmet veren konaklama işletmelerine dönüştürülmektedir. Nitekim doğal, tarihi ve kültürel yönden önemli potansiyele sahip bu bölgelerde, turizmle birlikte gelişmeye devam eden ve sayıları hızla artan bu tür konaklama işletmelerinin çevreye, yerel halkın ekonomisine ve kültürel yapısına olan etkileri de gün geçtikçe artmaktadır. Benzer şekilde doğal, kültürel ve tarihi doku açısından oldukça farklı özelliklere sahip olmasından dolayı Nevşehir Bölgesi’nde de otelcilik anlayışında değişimler gözlenmekte, eski evler ve konaklar restore edilerek butik otel tarzı işletmelere dönüştürülmektedir. (Buyruk ve Eren, 2012). Bu işletmelerden bazıları butik otel standartlarını karşılayabilecek nitelikte hizmet verirken bir kısmı ise tam tersi anlayışla çalışmaktadır. Bu tarz konaklama işletmeleri hem bölgeye gelen konukların beklentilerinin çok aşğısında hizmet sunmakta hem de bölgenin imajına olumsuz olarak etkilemektedir.

Nevşehir’de kaya oteller hakkında Doğan ve Sözbilen (2014) tarafından yapılan araştırma sonuçları incelendiğinde, bu bölgede bölgenin kendine özgü mimari yapısı ve dekorasyonu ile diğer işletmelerden ayrılan kaya otellerin birçoğu Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen butik otel işletmeleri niteliğine uygun özellikte olmadığı görülmektedir. Ayrıca bölgenin sit alanı oluşu ve UNESCO tarafından Dünya Miras listesine eklendiği göz önünde bulundurulduğunda, eski kaya yapıların otele dönüştürülmesi esnasında yasal sıkıntılar

yaşanabilmektedir. Ancak bölgenin özel coğrafik yapısı, kültürel ve tarihi dokusu bu işletmelere ayrı bir özgünlük katmakta ve hem bölgenin hem de işletmelerin tercih edilebilirliğini arttırmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Günümüzde tüketicilerin istek ve beklentilerinde yaşanan değişimler konaklama işletmeleri farklı sınıflamalar ile değişime uğramasına, rakiplerinden farklı olabilmek için mal ve hizmetlerinde değişimler meydana getirmiştir. Otel işletmeleri kendilerini rakiplerinden ayırmak için deneyim pazarlaması stratejileri kullanmaktadır. Bu stratejiler yardımı ile konukların konaklama deneyimlerinde farklılıklar yaratarak misafir beklentilerine cevap vermektedirler (Walls, vd., 2011). Bu kapsamda ortaya çıkan butik otel işletmeleri lüks otel segmenti oteller arasında oldukça fazla tercih edilmektedir. Butik oteller, küçük fakat kendine has bir atmosferi, özgün tasarımı, farklı mimarisi olan, yüksek kalitede ve kişiye özel hizmetleriyle; özellikle üst düzey gelir grubundan turistlerin daha özgün mekânlarda konaklama isteklerine cevap vermektedir.

Bu çalışmada, butik otellerin kavramsal çerçevesinin çizilmesi ve Türkiye’de butik oteller için başarılı bir model olan Kayakapı Projesinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada, Kayakapı projesinin butik otelcilik kapsamında örnek gösterilmesinin nedenleri şöyle sıralanabilir;

- Bu proje, kentsel sit alanı olması sebebiyle bakım ve onarımının yapılamadığı, olumsuz doğa şartları ve yerleşim alanlarının değişmesi nedeniyle yok olmaya terk edilen ve terk edilmiş alanlarda tarihi, doğayı, kültürü tekrar canlandırarak koruma ve kullanma dengesini ilke edinen butik otelcilik anlayışını ortaya koymaktadır.
- Nevşehir’de yer alan bir butik otel işletmesinin örnek olay seçilmesinin bir başka gerekçesi, yapılan araştırma sonuçlarına göre Nevşehir’i ziyaret turistlerin %58’inin yöreye özgü olan kaya otel ve pansiyonlarda konaklamayı tercih ettikleri görülmektedir (Belber, 2010). Butik otelleri ya da bu tarzda olan otelleri tercih eden müşteri profili incelendiğinde eğitim durumu ve gelir seviyesi yüksek olan turistler bu işletmeleri tercih etmektedir (Munsters ve Freund 2005,2005; Olga, 2009).
- Devlet ve özel sektör işbirliği ile yapılan bu proje ülkedeki diğer iller için de örnek olabilir.
- Proje kapsamında yerel halkın projeye dahil edilmesi ve sonrasında bu işletmenin getirilerinden yararlanmaları da örnek olay seçilmesinin gerekçelerinden bir diğeridir.
- Ayrıca, Türkiye’de ve dünyada butik otelcilik konsepti ve kriterleri konusunda fikir birliğine varamamış turizmciiler için Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevre Koruma ve Canlandırma Projesi en güzel örneklerden biri olduğu düşünülmektedir.

Çalışmada öncelikle Türkiye’nin önemli bir destinasyonu olan Nevşehir’de Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Kullanma Projesi ile devlet ve özel sektör işbirliği ile uygulamaya geçirilen projenin özelliklerinden bahsedilmiştir. Daha sonra, butik otel olarak işletilen ve bölgede Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Nevşehir’deki ilk ve tek butik otel işletme belgeli tesis olan Kayakapı Premium Caves Otel’in butik otellere has olan özellikleri incelenmiştir.

Bu çalışmada Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Kullanma Projesi’nin amacına ne derece ulaştığı sorgulanmıştır. Araştırma bu yönüyle keşifselidir. Analiz birimi olan Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Kullanma Projesi ve proje sonrası hayata geçirilen Kayakapı Premium Caves Otel’in değerlendirildiği bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan bütüncül tek durum örnek olay yöntemine başvurulmuştur. Yin (1994)’e göre bütüncül örnek olay yönteminde bir birey, bir kurum, bir okul gibi vakalar inceleme altına alınmaktadır. Bu araştırmalar; bir teorinin test edilmesi, genel durumların dışında kalmış kendi has özellikleri olan vakaların çözülmesinde ve orijinal vakaların incelenmesinde kullanılmaktadır. Araştırmada örnek olay yönteminin tercih edilme nedeni, konu ile ilgili derinlemesine bilgi elde edilmesine olanak sağlaması, bir ya da daha az denek ile ayrıntılı görüşme yapılmasına imkan vermesi ve araştırma merkezinin kendine özgü özelliklere sahip olmasıdır (Altunışık, vd.,2010). Ayrıca bu yöntem, bir konu, olay, işletme veya bölge hakkında ayrıntılı bilgi toplamaya olanak sağlayarak yeni kuramların oluşturulabilmesine imkan vermesi nedeniyle de tercih edilmektedir (Yin, 1994; Kılıç ve Kurnaz, 2010).

Veri Toplama Aracı

Verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış mülakat yöntemine uygun açık uçlu sorulardan yararlanılmıştır. Yarı yapılandırılmış soru formu görüşmecinin konu dışına çıkarak detaylara inmesini, esnek sorular

sorabilmesini ve sistematik veri toplayabilmesini sağlamaktadır (Berg, 2001). Araştırma konusu genel hatları ile belirlenmiş ve odaklanılması gereken kısımlar belirlenmiştir. Mülakat soruları; projenin ve bölgenin önemi, butik otelin sunduğu hizmetler, bölge halkının projeye ve işletmeye bakış açısı, işletmenin diğer işletmelerden farkı, bölge imajına ve kültürel mirasa katkıları olarak kategorilere ayrılmıştır. Yarı yapılandırılmış soru formunda şu sorular yer almaktadır;

1. Kayakapı projesi nasıl ortaya çıktı?
2. Kayakapı mahallesinin önemi nedir?
3. Kayakapı Premium Caves Otel'in sunduğu hizmetler nelerdir?
4. Kayakapı Premium Caves Otel'in bölgede bulunan diğer kaya otellerden farkı nedir?
5. Kayakapı Projesi ve Kayakapı Premium Caves Otel'e karşı bölge halkının bakış açısı nasıl oldu?
6. Kayakapı Premium Caves Otel'in bölge imajına katkıları nelerdir?
7. Kayakapı Premium Caves Otel'in bölgenin kültürel mirasına olan katkıları nelerdir?

Ayrıca araştırma öncesinde araştırmacılar bu bölgeyi ve işletmeyi ziyaret etmiş, ön inceleme sırasında mülakatta sorulabilecek işe yarayan soruları tespit etmeye çalışmıştır. Ayrıca araştırma kapsamında konu ile ilgili ikincil kaynakların incelenmiştir.

Verilerin Analizi

Bu araştırma kalitatif bir özellik taşımaktadır. Gerekli verilerin elde edilebilmesi için Nevşehir ilindeki proje yöneticisi/butik otel yöneticileri ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmıştır. Mülakatlar 02.10.2017-08.10.2017 tarihlerinde yapılan görüşme ile toplanmış ve bilgiler sesli kayıt sistemi ile kaydedilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir.

Araştırmada öncelikle analiz birimine ait dokümanlar incelenmiştir. Bu amaçla Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma Projesi ve Kayakapı Premium Caves Otel'e ait Kayakapı yerel gazetesi, broşür, dergi, basında çıkan haberler, katalog, web sayfası vb. basılı kaynaklar ve internet kaynakları taranmıştır. Veri toplamanın ikinci aşamasında ise doküman analizi sonucunda elde edilen bilgiler ışığında mülakat için yarı yapılandırılmış form hazırlanmış ve bu formda yer alan sorular çerçevesinde analiz biriminin en üst düzeydeki yetkilileri Kayakapı Turizm Yatırım Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve Kayakapı İşletme ve Proje ve İşletme Müdürü ile görüşmeler yapılmıştır.

Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenirliği

Örnek olay çalışmaları geçerlilik ve güvenirlilik konuları ile ilgili eleştirilere maruz kalabilmektedir. Bu çalışmalarda Patton (1987) çeşitlemenin özellikle yapı geçerliliğini sağlamada etkili olduğunu savunmaktadır. Patton (1987)'ye göre veri çeşitlemesi, araştırmacı çeşitlemesi, teori çeşitlemesi ve yöntem çeşitlemesi yapı geçerliliğini arttırabilmektedir. Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Kullanma Projesi Örnek Olay incelemesine konu olan Kayakapı Mahallesi ve Kayakapı Premium Caves Otel araştırmacılar tarafından daha önceden tecrübe edilen yerlerdir. Bu araştırmada projeye ilişkin ikincil kaynak incelemesi ile içerik analizi yapılmış ve derinlemesine mülakat yöntemine başvurulmuştur. Araştırmanın yapı geçerliliğini arttırabilmek amacıyla bazı yöntemlere başvurulması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu doğrultuda, araştırmanın aşamaları hakkında gerekli bilgiler aktarılmıştır. Mülakat sırasında alınan bazı bilgilerden olduğu gibi alıntı yapılmıştır. Dolayısı ile bir kanıt zinciri de sağlanabilmiştir. Daha sonra elde edilen veriler sistematik olarak analiz edilmiştir. Araştırma sürecinde izlenen yollar açıkça belirtilmiştir. Araştırmada yapılan yorumlar örnek olaydan elde edilen bulgular sonucunda yapılmıştır. Örnek olaydaki bulgulara dayanmayan herhangi bir yorumda bulunulmamış ve araştırmacıların kişisel deneyimleri ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmada elde edilen bulgu ve sonuçlar diğer butik otel işletmelerine genellenemez. Bulgu ve sonuçlar sadece bu proje ve işletme için geçerli olmaktadır (Aytaçlı, 2012; Selvi ve Demirel, 2012). Diğer yandan her olay kendi ortamında anlamlı ve kıymetli olmaktadır. Elde edilen sonuçlar, benzer özellik göstermeleri nedeniyle (iklim, sezon yapısı, bölge halkı, ziyaretçi profili, işletmelerin benzer özellik göstermesi, vb.) mini ölçekte Küçük Kapadokya Bölgesi olarak adlandırılan Nevşehir İli için genellenebilir (Selvi ve Demirel, 2012). Açıklanan bu nedenler, araştırmanın geçerlilik ve güvenirliliğine ilişkin kaygıları azaltabilir.

Bulgular ve Analizler

Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesi ve Kayakapı Premium Caves Otele ilişkin ikincil veriler ve görüşmeye ilişkin elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır.

Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesine Ait Bulgular

Konumu ve Tarihi

Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesi, benzersiz bir kentsel dönüşüm örneğidir. Sürdürülebilir turizm kapsamında ele alındığında, tarihe ve doğaya saygılı, yerel dokuyu bozmadan gelecek nesillere aktarabilmenin nadir temsilidir. UNESCO tarafından 1985 yılında Kayakapı mahallesinin de içinde bulunduğu Göreme Milli Parkı Dünya Miras Listesi'nde yer almaktadır. Kayakapı mahallesi tarihsel süreç içerisinde Roma, Bizans, Selçuklu, Osmanlı ve erken Cumhuriyet dönemlerinin sosyal, kültürel ve tarihsel birikimlerine sahip önemli bir merkez olmuş, bünyesinde barındırdığı konaklarıyla dönemin ileri gelenlerine ev sahipliği yapmış, cami, kilise, hamam, kaya ve yığma taş evleri gibi yapılarla da tarihi mirası günümüze kadar taşımıştır.

Yapısal oluşumu ve yaşanan olumsuz doğa olayları sebebiyle mahallede oturmak tehlike arz etmeye başladığından 1969 yılında afet bölgesi ilan edilerek boşaltılmıştır. Afet bölgesi ilan edilmesinden sonra mahalle 14 yıl yağmalara maruz kalmıştır. Bu dönemde Kayakapı'da yaşayanların başka bir yere taşınmaları sonucunda mahalle sahipsiz ve korumasız kalarak, yağma ve yıkıma uğramıştır. Kimliği belirlenemeyen çok sayıda insan tarafından burada yer alan evlerin taşları sökülerek, ahşapları kırılarak başka yerlere götürülmüş bölgeye onarımı zor hasarlar bırakmıştır. Kayakapı mahallesindeki "Esbelli Taşı" adı verilen çok kıymetli taşlar, bölge afet bölgesi ilan edildikten sonra yakın çevredeki otel, pansiyon ve villa tipi evlerin yapımında kullanılmak üzere mahalleden sökülüp götürülmeye başlanmıştır. Daha sonra Kayakapı Mahallesi 1983 yılında alınan Bakanlar Kurulu kararı ile afet bölgesi olmaktan çıkarılmıştır.

Kayakapı Mahallesi UNESCO'nun Dünya Miras Listesi içinde yer aldığı için, projeye başlamadan önce projenin uygulanabilirliği için UNESCO yetkilileri ile görüşme yapılmıştır. UNESCO Dünya Miras Merkezi Eski Direktörü Francesco Bandarin, 2006 yılında Kapadokya'ya gelerek Kayakapı Mahallesi'ni ziyaret etmiştir. Kayakapı'dan oldukça etkilenen Bandarin ziyaret sonrasında Kayakapı Ziyaretçi Defterine "*Proje alanını ziyaretimde bana sunulan planın uygulanabilirliği konusunda çok olumlu bir izlenim edindim. Koruma ilkelerini ihlal etmeyen, eski çağlardan kalan bir çevreyi yeniden canlandıran, ziyaretçilere kolay erişim sağlayan ve bilgilendiren bir proje olduğunu gördüm. Nitekim bu unsurlar projeyi bilinir ve sürdürülebilir bir girişim olarak konumlandırıyor. Şehri ve proje sahiplerini tebrik ederim şansınız açık olsun!..*" diye yazıyor. Ayrıca Bandarin iki yıl sonra Kayakapı'yı tekrar ziyaret ederek proje çalışmalarının titizlikle yapıldığını gördükten sonra UNESCO Dünya Miras Listesi logolarının Kayakapı Projesi'nde kullanılabilmesi için yazılı izin belgesi göndermiştir.

Kayakapı projesi ile mahalle yıkıma uğramadan önceki eski haline dönüştürülerek, eskiden o mahallede yaşayan mülk sahiplerinin isimleri yapılara verilerek yaşatılmaya devam etmektedir. Ayrıca projede butik otel kapsamında restore edilen evler dışında tarihi ve kültürel açıdan çok önemli olan camii, kilise, Aziz Yuhannes'in evi ve çeşmeler restore edilmiştir. Kayakapı sadece konaklama için değil, aynı zamanda içinde müzeler, tarihi hamamlar, kilise, cami ve çeşmeler bulunan gezi alanı haline de getirilmiştir. Ayrıca proje kapsamında bu mahallenin ışıklandırılması mahallenin çevresinde bulunan diğer kısımlarda da güvenliği artırırken, mahalle bölgeyi ziyaret edenler için akşam saatlerinde ışık şöleni haline dönüşmektedir.

İçinde barındırdığı eserler, Kayakapı'yı kültürlerin ve dinlerin bir arada bulunduğu muhteşem bir sentez haline getirmektedir. Kayakapı projesinde mahallede yer alan cami, kilise ve tarihi çeşmeler restore edilmekte ve bölgenin korunmasına yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır. Halen yapımı devam eden projede, önceden bölgede yaşamış bir aziz olan Yuhannes'in evi müze haline getirilecektir. 2012 yılında Kayakapı'yı ziyaret eden Fener Rum Patriği Bartholomeos Aziz Yuhannes'in evini ziyaret etmiş ve projeye katkı sağlamak amacıyla proje tamamlandıktan sonra buraya gelen konukların daha huzurlu bir ortamda dua edebilmeleri için bazı kutsal eşyalar göndererek destek olmak istediklerini belirtmiştir.

Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesi'nin Önemi

Kapadokya Bölgesi ve Nevşehir'in ilk ve tek butik otel işletme belgesine sahip olan Kayakapı Premium Caves Otel yetkilileri ile yapılan görüşmede elde edilen bilgiler doğrultusunda şunları söylemek mümkündür: Kayakapı projesinin başından sonuna kadar ilk amacı bölgedeki tarihi dokuyu bozmadan birçok döneme tanıklık etmiş, içinde kültür, inanç ve tarih barındıran bir yeri eski formuna dönüştürerek, turizme kazandırmak ve bölgenin imajını olumlu yönde etkileyebilmektir. Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesi hem belediye hem de özel sektör işbirliği ile ortaya konulan ve dünyada bu şekilde örnekleri rastlamanın az olduğu bir projedir. Kayakapı projesinde Belediye 49 yıllığına yap-işlet-devret anlayışı ile bu mahalleyi bir işletmeye kiralamış ve bu sayede Dünya Miras Listesi'ne dahil olan bir alanı daha korunaklı hale getirmiştir. "Ürgüp'lü bir aileyiz ve kendi ilçemize ve ilimize bir katkı yapmak istedik" diyen Kayakapı Turizm Yatırım Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı bu projeye verdikleri önemi şöyle dile getirmektedir "biz bu proje ile hem kültürel mirası korumak istiyoruz hem de ilçe için çok değerli olan Kayakapı Mahallesi'ni eski itibarına kavuşturma istiyoruz."

Kayakapı Premium Caves Otel'in Sunduğu Hizmetler

Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesi'nin hayata geçirilmesinden sonra açılan Kayakapı Premium Caves Otel'de yerel dokuyu bozmadan konaklayan misafirlerin yerel ürünleri tatması için menülere yerel mutfağa ait ürünleri dahil edilmektedir. Kayakapı Turizm Yatırım Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı "otel işletmesi yetkilileri ve çalışanları otelde konaklayanların bölgeye katkı sağlayabilmeleri, alışveriş yapabilmeleri için onları herhangi bir işletmeye yönlendirmeksizin belirli saat aralıklarında şehir merkezine servis imkanı sağlamadıklarını" belirtmiştir Böylelikle otelde konaklayan misafirler sadece otel işletmesi için gelir kaynağı olmamakta, bölgedeki yerel halkın da turizmden pay alabilmesine imkân tanınmaktadır. Bu proje ile öncelikle Nevşehir'e daha sonra makro düzeyde Türkiye'nin imajına olumlu katkılarda bulunmaktadır.

Kayakapı Premium Caves Otel'in Bölgede Bulunan Diğer Kaya Otellerden Farkı

Kayakapı Projesi'nin yola çıkış amacı bölgenin kültürel ve doğal yapısını korumaktır. Nevşehir'de birçok kaya otel işletmesi bulunmaktadır. Bu işletmelerin büyük bir çoğunluğu gerçekten çok iyi hizmet veren ve bölge imajına olumlu katkı sağlayan işletmelerdir. Ayrıca bölge dokusuna da zarar vermemektedir. Ancak bazı işletmeler hem yapıma aşamasında hem de sonrasında verdikleri hizmetler ile bölge imajına ve dokusuna oldukça büyük zarar vermektedir. Kayakapı Premium Caves Otel faaliyete geçtiği andan itibaren butik otelciliğin gerektirdiği hizmet anlayışı, özgünlüğü, tarih, kültür ve inançları sentezleyerek, koruyarak farklı bir konaklama deneyimi sunması ile hem bölgedeki hem de Türkiye'deki bu tarz işletmeler için örnek olmaktadır.

Kayakapı İşletme ve Proje Müdürü "Kayakapı Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesi'nin başından sonuna kadar doğal oluşumlara zarar vermeden, restorasyon aşamasında oldukça eski haline bağlı kalmaya özen göstererek koruma kullanma dengesi dikkate alarak projeyi yürütmeye devam ettiğini" ifade etmiştir. Ayrıca Kayakapı Premium Caves Otel misafirlere sunduğu hizmet kalitesi ile de butik otelcilik anlayışı kapsamında değerlendirilen kişiye özel hizmet konseptinde bölgedeki diğer işletmeler için örnek olmaktadır. İşletme yetkilileri ile yapılan görüşme sonucunda şunları söylemek mümkündür; "Nevşehir'de bulunan özellikle kaya otel olarak nitelendirilen küçük otellerin bir kısmı Bakanlık tarafından belirlenen butik otel kriterlerini karşılayamamaktadır. Bölgenin doğal oluşumlarının kullanılarak kaya otellerin bölgede faaliyet göstermesi bölge imajı için olumlu bir durum olarak görülmektedir. Ancak bazı işletmeler doğal yapısı dışında butik otel anlayışı kapsamında hizmet verebilecek niteliğe sahip olmaması nedeniyle ziyaretçilerin algılarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu kapsamda denetlemelerin daha sıkı bir şekilde yapılması gerektiği" belirtilmiştir.

Bölge Halkının Projeye Bakış Açısı

Kayakapı Mahallesi yukarıda bahsedildiği gibi bölge halkının yaşadığı bir yerdi. Ancak daha sonra mahallede meydana gelen yıkım sonucunda afet bölgesi ilan edilmiş ve mahalle sakinleri bu bölgeyi boşaltmıştır. Mahalle halkının mahalleyi boşaltmasından sonra burada yer alan evlerin yağmalanması sonucunda bölge için değerli taşlar evlerden sahiplerinin izni olmaksızın götürülmüş ve mahallenin olduğu yer karanlık ve güvensiz bir yer haline dönüşmüştür. Mahallede değerli kültürel ederlerin olması ve buranın UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alması sebebiyle Ürgüp Belediyesi tarafından başlatılan proje sonucunda Kayakapı Mahallesi tekrar eski güvenli haline geri dönüştürülmüştür. Proje devam ederken yerel gazete olan Kayakapı Gazetesi belirli

aralıklarla bastırılarak, projenin ne aşamada olduğu bölge halkına duyurulmuştur. Bu proje kapsamında bölgede yaşayan ve mahallenin eski sahipleri çocukluklarını geçirdikleri evlerin eski haline dönüştürülmesine çok sıcak bakmışlar ve projeyi desteklemişlerdir. Belediye ile birlikte projeyi yürüten Dinler Grup ise bu desteği karşılıksız bırakmayarak mahallede yaşayan eski ev sahiplerinin adını her bir konağa vermiştir. Proje şu anda tamamen bitmemesine rağmen, Kayakapı mahallesinin ışıklandırılması ile birlikte mahalle ve çevresi daha güvenli bir yer haline gelmiştir.

Kayakapı Premium Caves Otel'in Bölge İmajına Ve Kültürel Mirasa Olan Katkıları

Proje kapsamında yapılan Kayakapı Premium Caves Otel Ürgüp'ün sahip olduğu popülaritenin daha da artmasını sağlamıştır. Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesi kapsamında mahalle içinde yer alan kültürel eserler de büyük bir titizlikle tekrar restore edilerek, misafirlerin kullanımına açılmaktadır. Kayakapı Turizm Yatırım Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı "mahalle içinde yer alan kilise ve cami otele gelen misafirlerin ibadet yapabilmelerine izin verdiklerini ifade etmiştir. Osmanlı Döneminde yapılan çeşmeler restore edilmiştir. Ayrıca projenin devam ettiğini belirten otel yetkilileri proje kapsamında Hristiyan dini için önemli olan "Aziz Yuhannes'in evi müze haline getirilip önümüzdeki senelerde ziyarete açılacağı" da belirtmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Butik oteller, mimari tasarımı, tefriş ve dekorasyonu bakımından özgün ve kişiye özel ve yüksek kalitede hizmet veren küçük ölçekli işletmelerdir. Butik otellerle ilgili standartların farklılık göstermesi net bir tanım yapmayı zorlaştırırsa da küçük, özgün, kişiye özel ve beş yıldızlı otel işletmelerinin ötesinde hizmet anlayışı ile geçmişi modernizmle bir araya getiren, samimi ve konforlu bir ortam sunan işletmelerdir. Günümüzde tüketici istek ve beklentilerinin değişmesi turizm olgusunu da değiştirmiş, turizm faaliyetlerine katılmak isteyen yüksek gelir seviyesine sahip turistlerin bireysel turizm faaliyetlerine katılma talepleri artmıştır. Bu tür taleplerle turizm hareketliliğine katılan turistler gittikleri yerlerin tarihi, kültür ve doğal güzellikleri keşfetmek ve bunu benzersiz konaklama deneyimi ile birleştirmek istemektedir. Turistlerin bu beklentileri konaklama işletmelerinin farklılaşmasına, standart ve birbirinin aynı hizmet veren konaklama işletmelerinin farklı tarzda ve kişiye özel hizmet veren konaklama işletmelerine dönüşmelerini sağlamaktadır. Butik otel işletmeleri dünyada ve Türkiye'de konukların bu istek ve beklentilerini karşılamayı amaçlamaktadır.

Butik otel işletmeleri hitap ettiği müşteri profili gereği daha az sayıda konuk ağırlayıp daha fazla gelir elde etmeyi amaçlayan işletmelerdir. Dolayısıyla ülkeye ve bulunduğu bölgeye ekonomik anlamda önemli katkılar sağlamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada öncelikle butik otelcilik kavramı ele alınmış, sonrasında da Türkiye için iyi bir örnek olan Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevreyi Koruma ve Canlandırma Projesi ile yapılan bölgenin ilk ve tek butik otel işletmesi olan Kayakapı Premium Caves Otel örneği çerçevesinde detaylandırılmıştır.

Kayakapı Premium Caves Otel yetkilileri ile yapılan görüşme sonrasında elde edilen bilgiler şu şekilde özetlenebilir:

- Kayakapı projesi bölgenin eski kimliğe kavuşmasına ve yıkıma uğrayarak kendi haline terk edilen bir bölgenin korunarak eski formuna dönüştürülmesine sağladığı katkılar bölge halkı tarafından desteklenmektedir.
- Kayakapı Premium Caves bölgenin ilk ve tek butik otel işletmesidir. Ancak bölgede sadece kayadan odaları olması nedeniyle kendini butik otel gibi gösteren, iç tefrişatı ve verilen hizmet anlayışları itibari ile butik otel özellikleri taşımayan ve daha çok turizm işletme belgesi olmadan faaliyet gösteren küçük oteller bölge hakkında olumsuz bir imaj yaratmaktadır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından bölgede kendini butik olarak tanıtan, bu niteliklere sahip olmadan tabelasına butik otel yazan işletmelerin sıkı bir şekilde denetlenmeleri gerekmektedir. Hatta bu denetimler yapılırken, kurulacak komisyona oteller ile ilgili birliklerden yetkili kişiler de dâhil edilmelidir.

Araştırma bulguları ışığında şunları söylemek mümkündür; kaya oluşumu Nevşehir ve bölge otelleri için eşsiz nitelik kazandıran bir özelliktir. Kaya oluşumların bölgede otel işletmelerine dönüştürülmesi ve farklı konseptte oteller yaratılması bölge imajı için de önemli katkılar sağlamaktadır. Doğan ve Sözbilen (2014) tarafından yapılan çalışma sonuçlarına göre kaya oluşumları ile beraber bölgenin özel coğrafi yapısı, kültürel ve tarihi

dokusu bu bölge için güçlü yanları oluşturmaktadır. Nevşehir’de bulunan pek çok yer sit alanı içerisinde yer almakta bazı bölgeler ise UNESCO Dünya Miras Listesinde yer almaktadır.

Nevşehir’de bulunan kaya otel işletmelerinin en önemli sorunsalı kendilerini “butik otel” olarak tanıtmalarıdır. Bölgede bulunan kaya otel işletmeleri Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’te” yer alan özel tesisler ile ilgili 42 ve 43 maddeler kapsamında olan nitelikleri sağlayamamaktadır. Ayrıca butik otelcilik anlayışı doğrultusunda hizmet vermemektedirler. Bu işletmeler bölgede nitelikli hizmet veren işletmeler ve bölge imajı için sorun yaratabilmektedir. Bölgeyi tercih eden misafir profilini etkileyebilmektedir. Ayrıca işletme sayısının artması, bölgede bulunan kaya otellerin rekabet avantajını fiyat düşürme politikasıyla sürdürmek istemesi bölge otellerinin hizmet kalitesini düşürebilmektedir.

Sonuç olarak ülkemizde ve özellikle kültür turizminin yoğun olarak yapıldığı bölgelerde konaklama işletmelerinin butik otel tarzında işletmelere yönelmelerinin bölge ve ülke ekonomisine ve turizm gelirlerine olumlu anlamda yansiyebileceğini söylemek mümkündür. Butik işletmelerin Kayakapı Projesi’nde olduğu gibi tarihi ve kültürel değerleri göz ardı etmeden yerel ürünlere önem verecek işletmelerin varlığı o şehrin marka olabilmesine katkı sağlayabilir. Bu amaçla, Nevşehir gibi tarih, kültür, inanç ve doğal özelliklerin bir arada olduğu bir bölge pilot bölge ilan edilerek bu bölgedeki işletmelerin hemen hemen birçoğunun bu hizmet anlayışını benimsemesi sağlanabilir.

Bu araştırmanın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışmada örnek olması bakımında bir butik otel ele alınmış ve proje ve otel yetkilileri ile görüşme yapılmıştır. İlerleyen çalışmalarda bölgedeki özel tesis belgeli işletmelerle butik otel belgeli işletmelerle ilgili araştırmalar yapılabilir. Ayrıca sonraki araştırmalarda Türkiye’nin farklı bölgelerinde yer alan butik otel işletmeleri incelenebilir ve karşılaştırmalı çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Aggett, M., (2007). What has influenced growth in the UK’s boutique hotel sector? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(2), 169-77.
- Albazzaz, A., Birnbaum, B., Brachfeld, D., Danilov, M., de Vries, O. K., & 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. Fontainebleau: Insead Business School*.
- Albrecht, D., & Johnson, E. (2002). *New hotels for global nomads*. Merrell Publishers.
- Altunişik, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yildirim, E. (2007). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. *Sakarya Yayıncılık, Sakarya*, 226.
- Aytaçlı, B., (2012), Durum çalışmasına ayrıntılı bir bakış, *Journal of Educational Sciences Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-9.
- Belber, E (2010), tatil kararında destinasyon (varış yeri) imajının etkisi ve Nevşehir üzerine bir uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Brights, D. (2007). The definition of boutique hotels. *Article Dashboard*.
- Buyruk, L. (2011). Kapadokya’da butik otel işletmeciliğinin gelişimi ve sorunları, 1. uluslararası Nevşehir tarih ve kültür sempozyumu, Nevşehir Üniversitesi, 16-19 Kasım 2011.
- Buyruk, L., & Eren, D. (2012). Butik otel çalışanlarının butik otel kavram, özellik ve hizmetlerini algılamaları üzerine bir araştırma: Nevşehir örneği. *Balikesir university journal of social sciences institute*, 15(27).
- Callan, R. J., & Fearon, R. (1997). Town house hotels- an emerging sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(4), 168-175.
- Chambers Dictionary, (2003). Chambers Dictionary (7th ed.). Edinburgh: Chambers Harrap.
- Chang, T. C., & Teo, P. (2009). The shop house hotel: Vernacular heritage in a creative city. *Urban Studies*, 46(2), 341-367.

- Doğan, N. Ö.,&Sözbilen, G. (2014). Kaya otel işletmeleri için en uygun stratejinin belirlenmesi: Bir SWOT/AHP Uygulaması. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 14(4).
- Dolnicar, S. & Otter, T., (2003). Which hotel attributes matter? In: Grin, T. & Harris, R. (eds.). Proceedings of the 9th Annual Conference of the Asia Pacific Tourism Association 2003. Australia: University of Technology Sydney, 176-188.
- Drewer, P. (2005), Keynote market report plus, 2005: Hotels, 20th ed., KeyNote, Hampton, available at: www.keynote.co.uk
- Eren, D., Çalışkan, N. & Çamlıca, K. (2016), Butik tarzı konaklama işletmelerinin gelişimine yönelik yerel halkın tutumları: Nevşehir Örneği, *II. Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu*, 2-4 Mayıs 2016, Nevşehir.
- Freund de Klumbis, D., (2005). Seeking the ultimate hotel experience. ESADE Escuela Universitaria de Turismo Sant Ignasi, www.bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia, E.T.23.09.2017.
- Gilmore, J. H.,&Pine, B. J. (2002). Differentiating hospitality operations via experiences: Why selling services is not enough. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(3), 87-96.
- Horner, S.,& Swarbrooke, J., (2005). Leisure marketing: a global perspective. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Kayakapı Gazetesi, Kayakapı kültürel ve doğal çevre koruma ve canlandırma projesi 2012-2014, 1-8 sayılar.
- Khosravi, S., Malek, A., & Ekiz, E. H. (2014). Why tourists are attracted to boutique hotels: Case of Penang Island, Malaysia., *Journal of Hospitality & Tourism*, 12 (1).
- Kozak, M. A., Evren, S., & Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kılıç, B.,& Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral Vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Jones, D. L., Day, J., & Quadri-Felitti, D. (2013). Emerging definitions of boutique and lifestyle hotels: A Delphi study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(7), 715-731.
- Mun Lim, W.,& Endean, M. (2009). Elucidating the aesthetic and operational characteristics of UK boutique hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), 38-51.
- Munsters, W., & Freund, D. K. (2005). D. Culture as a component of the hospitality product. *International Cultural Tourism*, (26).
- McIntosh, A. J., & Siggs, A., (2005) An exploration of the experiential nature of Boutique accommodation. *Journal of Travel Research* 44, 174-81.
- Nobles, H.,& Thompson, C. (2001). What is a boutique hotel?. *Hotel Online Special Report*.
- Olga, A., (2009) The Alternative Hotel Market. International Conference on Management Science & Engineering. Moscow, Russia.
- Rutes, W. A., Penner, R. H., & Adams, L. (2001). *Hotel design, planning, and development*. WW Norton & Company.
- Rogerson, J. M. (2010). The boutique hotel industry in South Africa: definition, scope, and organization. In *Urban Forum* 21 (4), 425-439, Springer Netherlands.
- Selvi, M. S.,& Demirer, D. (2012). Ekolojik tatil çiftliklerinin tatuta projesi deneyimine ilişkin örnek olay incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2).
- Timothy, D.,& Teye, V. (2009). Tourism and the lodging sector. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Türk Dil Kurumu: Butik Otel Tanımı: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=butik%20otel&guid=TDK.GTS.542ff7bc8e89a3.85570204, Erişim Tarihi: 09.10.2017.

Van Hartesvelt, M. (2006). Building a beter boutique hotel. *Lodging Hospitality*, 62(14), 32-44.

Walls, A., Okumus, F., Wang, Y., & Kwun, D. J. W. (2011). Understanding the consumer experience: An exploratory study of luxury hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), 166-197.

Yin, R. (1994). *Case study research: Design and methods* . Beverly Hills.