

KAPADOKYA KAYA OTELLERİN HİBRİT TURİZM BAĞLAMINDA PAZARLANMASI

Doç. Dr. Duygu EREN*

Öğr. Gör. Gülhan SÖZBİLEN*

ÖZET

1985 yılında UNESCO Dünya Miras Listesine alınan Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri'nin eşsizliği tartışılmayacak bir gerçekliktir. Jeolojik oluşumunun yanı sıra, üzerindeki binlerce yıllık yaşanmışlık, kültürel birikim ve buna bağlı olarak gelişmiş olan bir yaşam tarzının varlığı bölgenin eşsiz olmasının sebepleridir. Kapadokya'da yaşayan insanlar çok eski tarihlerden beri özel jeolojik yapısına bağlı olarak kayaları şekillendirmiş ve buraları kendilerine yaşam alanı haline getirmişlerdir. Günümüzde bu sosyal gerçekliğe bağlı olarak oluşmuş olan yaşam birimleri, kimi zaman restaurant kimi zaman da konaklama işletmesi olarak turizm amaçlı kullanılmaktadır. Bu konaklama işletmeleri de dünyada eşsiz olan "kaya otellerinin" doğmasına neden olmuştur. Kaya oteller eski ve yeniyi, doğal ve lüksü bir araya getiren yani zıtlıkları bir arada kullanan hibrit bir turistik ürüne dönüşmüşlerdir. Son yıllarda lüksü ve doğallığı bir arada sunan ve aynı anda çevre dostu olan pek çok otelin kendilerini hibrit otel olarak pazarladıkları görülmektedir. Dünyada elli adet hibrit otel bulunduğu ve sayılarının ilerleyen yıllarda artacağı çalışma sırasında tespit edilmiştir. Bu çalışmanın amacı kaya otellerin son zamanlarda duyulmaya başlayan hibrit turizm bağlamında değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini belirleyebilmektir. Bu bağlamda Kapadokya'daki kaya otellerden 20 tanesinin yetkilisiyle yüz yüze görüşülmüş ve hibrit otel özelliği taşıyıp taşımadıkları değerlendirilmiştir. Araştırma neticesinde kaya otellerin pek çok özelliği ile hibrit otel sayılabileceği ancak atık sistemi, enerji ve su tüketiminde bazı eksiklerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu eksiklikler kaya otellerin hibrit otel olarak pazarlanmalarını güçleştireceği gibi sürdürülebilirliği de olumsuz olarak etkilemektedir. Belirlenen eksikliklerin giderilmesi halinde kaya otellerin uluslararası turizm pazarında yeni bir etiketle pazarlanması mümkün olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Hibrit otel, hibrit turizm, kaya oteller, Kapadokya

MARKETING CAPPADOCIA CAVE HOTELS IN THE CONTEXT OF HYBRID TOURISM

ABSTRACT

The uniqueness of Goreme National Park and Cappadocia Rocky Sites, which were taken to the UNESCO World Heritage List in 1985, is an unquestionable reality. Besides geological formation, the existence of thousands years of experience, cultural richness and a life style developed on this basis are among the reasons why the region is unique. People living in Cappadocia have shaped rocks made them a living spaces for them making use of special geological structure since ancient times. Nowadays, these life units are sometimes used as restaurants and sometimes as accommodation enterprises for tourism purposes. These accommodation enterprises have also led to the birth of "cave hotels", which are unique in the world. Cave hotels have become hybrid tourist products that combine old and new, natural and luxurious, that is, a combination of contrasts. In recent years, it has been seen that many hotels that offer luxury and naturalness and that are environmentally friendly market themselves as a hybrid hotel. It has been determined in the study that there are fifty hybrid hotels in the world, and the number will increase in the following years. The aim of the study is to determine whether or not cave hotels can be considered in the context of hybrid tourism. In this context, face-to-face interviews were conducted with 20 executives of cave hotels in Cappadocia and whether the hotels have properties that hybrid hotels have. As a result of the research, it has

* Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, deren@nevsehir.edu.tr

* Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Ürgüp Sebhat ve Erol Toksöz MYO, gulhansozbilen@nevsehir.edu.tr

been determined that many properties of the cave hotels can be regarded as hybrid hotels; however, they lack some properties such as waste system, energy and water consumption. These shortcomings will not only hamper marketing cave hotels as hybrid hotels but also affect sustainability negatively. If the determined shortcomings are eliminated, it will be possible to market cave hotels on the international tourism market with a new label.

Keywords: Hybrid hotel, hybrid tourism, cave hotels, Cappadocia.

GİRİŞ

Hızla değişen teknoloji ve bunun tetiklediği diğer pek çok sosyal ve ekonomik değişim ve gelişim, yaşamın her alanında olduğu gibi, turizm faaliyetlerinde de kendisini göstermiştir. Bütün bunlara bağlı olarak değişen insanın turizme yönelik istek ve beklentileri de değişmiştir. Geline nokta son derece bilinçli, zor beğenen ve sınırlı zamanda olabildiğince çok şeyi deneyimlemek isteyen bir turist profili ortaya çıkmıştır.

Bir taraftan ortalama insan ömrü uzarken diğer taraftan insanlar yaşamlarına daha fazla deneyim sığdırma çabası içerisine girmektedirler. Bu bağlamda kısa bir süre öncesine kadar tek başlarına adlandırılan, talep edilen ve pazarlanan turistik ürünlerin, artık birlikte ya da geniş bir yelpaze şeklinde talep edilmeye ve sunulmaya başlandığı gözlemlenmektedir (Ergüven, Yılmaz ve Kutlu, 2015: 246).

Günümüzde Kapadokya'ya gelen turist tiplerinde de benzer farklılıklara gözlemlenmektedir. Artık sadece müzeleri, sit alanlarını ve diğer kültürel öğeleri görmek isteyen turist tiplerinden daha farklı istek ve beklentileri olan turistlere rastlamak mümkündür. Kapadokya'ya gelen turistler bu kültürel aktivitelerin yanında atlı doğa yürüyüşleri, ATV turları, jeep safarileri ve balon uçuşlarına katılmayı da isteyen daha maceracı bir profil sergilemektedirler. Yani kısa tatilleri sırasında pek çok farklı eğlence ve aktiviteyi bir arada yaşamak isteyen ve son zamanlarda hibrit turist olarak ifade edilen, geleceğin turist profili olarak belirtilen turist tipini Kapadokya'da da görmekteyiz.

Dünyada yaşanan değişim ve gelişmelere bağlı olarak, konaklama, seyahat, yiyecek-içecek gibi turizm ürününü bir araya getiren öğeler farklılaşmaya başlamıştır. Turizm endüstrisinin önemli unsurlarından olan ve daha önce sadece turistlerin geceleme ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan konaklama işletmeleri de bu istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda değişime uğramış ve sunmuş olduğu mal ve hizmetleri farklılaştırmak durumunda kalmıştır. Turizm faaliyetlerine katılan turistler, büyük ve standart konaklama işletmeleri yerine kişiye özel, yüksek kalitede hizmet veren, özgün ve daha küçük işletmeleri tercih etmeye başlamışlardır (Tuna, Katlav ve Dinler, 2017: 163).

Kapadokya bahsi geçen bu kişiye özel, yüksek kalitede hizmet veren, özgün ve daha küçük işletmelerin en güzel örneklerinden birisine sahiptir. Kapadokya'nın kaya otelleri, özgün ve eşsiz mimari yapısıyla dünyada benzerine rastlanmayan bir konaklama işletmesi örneği oluşturmaktadır. Ancak son dönemlerde balon uçuşları başta olmak üzere, ATV ve jeep safarileri gibi aktivitelerin Kapadokya'nın bu eşsiz mimarisini ayrıca hem somut hem de somut olmayan kültürel özelliklerini gölgede bıraktığı düşünülmektedir.

Çalışma Kapadokya'nın geniş turistik ürün yelpazesinde yeterince vurgulanmadığı düşünülen kaya otellere dikkat çekmek ve bu alanda literatürde var olan eksikliği tamamlamaya yardımcı olmak anlamında bir öneme sahiptir.

Böylece çalışmanın amacı; bu eşsiz ve özgün özelliklere sahip kaya otellere dikkat çekmek ve bu işletmelerin pazarlanmasını kolaylaştıracak yeni bir etiket kazanmalarına yardımcı olabilmektir.

HİBRİT TURİZM VE HİBRİT OTELLER

TDK'ya göre hibrit, değişik türden hayvan ya da bitkiden üremiş yeni bir tür (kıрма, metis) ya da değişik ırkta ana babadan doğmuş olan kimse (melez) anlamlarına gelen biyolojik bir sıfattır (TDK). İşte kelime anlamı “melez” olan ve günümüzde her alanda karşımıza çıkabilen hibrit kavramı, zıt gibi görünen ancak aynı amaca hizmet eden farklılıkların bir araya getirilmesi anlamına gelmektedir. Bu kavram son zamanlarda turizm içerisinde yeni bir trend olarak da karşımıza çıkmaktadır. Turizm sektörü içerisinde, birbirlerinden farklı ve hatta zıt olan ve daha önceleri ayrı ayrı sunulan pek çok hizmet ve ürünün bir arada sunulması “hibrit turizm” olarak ifade edilebilmektedir.

Doğal ilgi alanlarına sahip bölgeleri ziyaret etme konusundaki artan talep, doğaya dayalı turizm, ekoturizm, macera turizmi ve cazibe temelli turizmi ya da bunların bir arada kullanılmasıyla oluşan “hibrit” bir turizm türünü önemli ölçüde desteklemekte ve bu turizmin en hızlı büyüyen segmentlerinden biri olmaktadır (Tirasatayapıtak, Chaiyasain, ve Beeton, 2015: 1-13).

Boş zaman, turizm ve iş kavramları her geçen gün biraz daha fazla birbirine karışmaktadır. Örneğin; hac, bir turizm biçimi haline gelmekte ve hacılar birer turist olmaktadır. Ayrıca popüler kültür yüksek kültür haline gelirken, bunun tersi de geçerli olabilmektedir. Bu nedenle tatil planlayıcıları, pek çok farklı faaliyeti ve turizm türünü giderek daha fazla artan bir eğilimle bir arada kullanmaya başlamışlardır. Böylece, kliniklerde, akademilerde veya müzelerde faaliyette bulunan oteller, el sanatları atölyeleri işleten tatil kulüpleri ve geçici işlere sahip kruvaziyerler gibi hibrit düzenlemelerin sayısı her geçen gün artmaktadır (Richards, 2011: 28).

Değişen dünya ve değişen insan, belki de en çok ve en şiddetli şekilde turizmi etkilemektedir. Pek çok uzman, özellikle “z kuşağının” (Alfa kuşağı olarak da adlandırılmaktadır) önümüzdeki yıllarda iş yaşamına girmeye başlamasıyla birlikte turizm trendlerinde giderek artan bir değişimin yaşanmaya devam edeceğini öngörmektedir. Ayrıca 2030 için yapılan öngörülerde, geleceğin turistlerinin “hibrit” olacağı belirtilmektedir (Bayer, 2015).

Günümüz turist profilleri incelendiğinde en belirgin özelliklerin, özgürlüğe düşkün olma, daha az formalite beklentisi yani daha bireysel tatil yapma isteği olduğu görülmektedir. İnsanlar artık kendi özgür tatillerini kendileri planlamakta ve bu tatiller içerisinde farklı beklentilerini bir arada bulabilmeyi istemektedirler. Örneğin gittikçe artmakta olan “glamping” bu durumun en güzel örneklerinden biridir. Türkçe literatürdeki karşılığı “lüks kamp alanları”, doğayla bütünleşik bir tatil imkanı sunan glampingler, sıcak su, elektrik, internet bağlantısı ve hatta küçük bir restoran hizmetini de sağlayabilmektedirler. Yani glampingler misafirlerine lüks, konfor ve doğanın bir arada bulunduğu bir kamp imkanı sunmaktadır (www.brandlifemag.com; www.glamping.com).

Glamping örneğinde görüldüğü gibi, 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 olmaktadır (Tuna, Katlav ve Dinler, 2017: 165). Bu bağlamda, eski uygarlıklar tarafından yaşamak için kullanılan, sonradan insanın yaratıcı yeteneğiyle yeniden şekillendirilen, doğallığın konforla birleştiği kaya otellerin bir hibrit ürün olabileceği düşünülmektedir. Kapadokya kaya otellerinin, otantik ve doğal yapısının yanında turistlere her türlü konforu (odalarda jakuzi, havuzlu oda, spa vb...) sunan işletmeler olması sebebiyle bu yeni trend içerisinde değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

Pek çok farklı alanda olduğu gibi, inşaat sektöründe de son yıllarda hibrit ifadesi kullanılmakta ve hibrit binalardan sıklıkla bahsedilmektedir. Bu binalar basit, yalın ve çevre dostu olma özelliklerinin yanında en üst düzey rahatlık, konfor ve lüks bir yaşam sunmaktadır. Japon mimar Shigeru Ban'ın Vancouver için tasarladığı, tamamlandığında

dünyanın en yüksek hibrit ahşap binası olacak Terrace House ve British Columbia Üniversitesi'ndeki 18 katlı hibrit kütleli bir ahşap konut olan bina buna örnek olarak verilebilir (İnce, 2017; Aydın, 2017).

Hibrit, hibrit turizm ve hibrit bina kavramlarına yönelik olarak yapılan açıklamalardan yola çıkarak “hibrit otel” kavramı da açıklanabilmektedir. Farklı mimari yapıları, doğayla bütünleşik ve çevre dostu bu oteller, aynı zamanda misafirlerine bu özelliklerle birlikte sunulabilecek en yüksek derecede lüks ve konforu da vaat etmektedirler. Bu otellerin lüks ve konfor sunmanın yanında, güneş enerjisiyle çalışan bir elektrik sistemi, çevreye duyarlı inşaat malzemeleri ve tabii ki geri dönüştürülmüş malzemeler ile çevre dostu olması da beklenmektedir. Bütün bunlar, hem göze hitap eden hem de çevreye duyarlı olan eşsiz bir karışım sunmaktadır (www.miyakohybridhotel.com). Kapadokya kaya otellerinin hibrit adı verilen bu sınıflandırmanın en güzel örneklerini oluşturduğu düşünülmektedir. Yapılan web taramasında kendisini hibrit olarak etiketleyen 50'ye yakın otel olduğu tespit edilmiştir.

KAPADOKYA KAYA OTELLER VE ÖZELLİKLERİ

Ülkemizde ve dünyada konaklama işletmeleri büyüklük, sunduğu hizmet türü, kuruluş yeri ve mülkiyet gibi farklı kriterlere göre sınıflandırılmaktadır. Son dönemlerde bu sınıflandırma içerisine, literatüre resmi olarak girmemiş olmasına rağmen, Kapadokya Bölgesi'nde “kaya otel” ifadesi de eklenmiştir. Kaya oteller, kuruluş yerinin tarihi ve kültürel dokusunu yansıtan, misafirlerine beş yıldızlı otel standartlarının tamamını sağlayacak nitelikte hatta bunun da ötesinde daha özel ve bire bir hizmet sunan işletmelerdir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere kaya oteller, butik otel standartlarında hizmet sunan işletmelerdir ve bu otellerin dünyada bir benzerini daha bulmak mümkün değildir (Doğan ve Sözbilen, 2014: 96).

Ahiler Kalkınma Ajansı tarafından gerçekleştirilen çalıştay raporunda Kapadokya Bölgesi'ne yönelik olarak gerçekleştirilen SWOT analizinde, bölgenin güçlü yönleri arasında “kaya otellerin ve pansiyonların” varlığı da belirtilmiştir (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2011: 5).

Türkiye'nin potansiyelinin çok altında turizm geliri elde ettiği ve bunun en büyük sebeplerinden birinin de her şey dahil sistemi olduğu bilinmektedir. Kapadokya kaya otelleri bu sistemin dışında hizmet veren işletmelerdir. Yani benzersiz yapıları ve sundukları konforun bedeli olarak beş yıldızlı otellerden daha yüksek bir fiyata oda satmaktadırlar.

Doğan ve Sözbilen'nin (2014: 107) yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre; kaya otel işletmelerinin en güçlü özelliğinin, kendine özgü mimari yapısı ve dekorasyonu ile diğer işletmelerden ayrılması, en zayıf özelliğinin ise, Kapadokya Bölgesi'nin bir sit alanı oluşu ve buna bağlı olarak bu eski kaya yapıların otele dönüştürülmesi esnasında yasal sıkıntıların yaşanması olduğu belirlenmiştir. Yine buldukları bölgenin özel coğrafik, kültürel ve tarihi dokusu bu işletmelerin sahip olduğu en büyük fırsat olarak belirlenirken, var olan en büyük tehdidin artan işletme sayısına bağlı olarak şiddetlenen rekabet olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca analiz sonuçları güçlü yönlerin ve fırsatların, tehditler ve zayıf yönlerden daha güçlü olduğunu da göstermektedir.

Literatürde Kapadokya kaya otellerine yönelik olarak Doğan ve Sözbilen (2014) ile Tuna, Katlav ve Dinler (2017) dışında detaylı başka bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ayrıca ilgili mevzuatta kaya otellere yönelik herhangi bir sınıflama veya hangi sınıfa dahil edilmesine dair herhangi bir tanım bulunmamaktadır. Yine de aşağıda belirtilen hizmetleri sunan ve yine belirtilmiş olan bazı temel özelliklere sahip işletmeler oldukları söylenebilir:

- Bulunulan jeolojik ve kültürel dokuyla son derece uyumlu konaklama işletmeleridir. Hatta uyumlu olmanın ötesinde, bizzat dokunun içinden gelmektedirler.
- Her biri uzun ve pahalı restorasyon çalışmaları sonucunda hizmete açılabilirler.
- Otellerin dekorasyonları da bu doğrultuda itinayla tasarlanmıştır.
- Bundan dolayıdır ki, dünyada başka benzerleri yoktur.

- Doğallığı, tarihi ve kültürü yaşamak isteyen misafirlerine, bütün bunların yanında, konfor ve rahatlığı herhangi bir beş yıldızlı otelin bile üzerinde sunabilmektedirler.
- Neredeyse tamamı kişiye özel hizmet sunmaktadırlar.
- Odalarda internet, jakuzi ve hatta bazılarında özel (oda içi) havuz bulmak mümkündür.
- Hamam ve SPA gibi hizmetler de sunabilmektedirler.

“Kapadokya bölgesi kaya otelleri” ifadesiyle yapılan web taramasında, kaya oteller ile ilgili aşağıdaki haber ve yazılara ulaşılmıştır:

- “Tarihin en zorlu zamanlarında bile, peri bacalarında veya toprağın altında yapılan odalar bu yöre insanı için bir yaşam alanı oluşturmuş. Konaklamak için tercihiniz küçük ve butik oteller olsun. Bu tarz otellerin öyle nefis, öyle samimi bir tadı var ki... Dünyada başka hiçbir yerde bulamayacağınız bir ruhla, bir kokuyla ağırlıyor bu odalar sizi” (Turan, 2017).
- “Dünyanın hiçbir yerinde mağaraların içinde otel olduğunu duymadım. Mağara devrinde otel yoktu. Bugünkü devirde ise, mağaraya otel yapan yok. Kapadokyalılar hariç elbette! Mağara devrine gitmeden mağara otelde kalma olanağı, yeryüzünde bir tek Göreme’de... Olağanüstü buluşlar ve zevkler... Zerâfet, mağaranın içinde bir başka zerâfet oluyor” (Perinçek, 2017).
- “JRR Tolkien’nin romanlarında, kahramanlar yeryüzünün derinliklerinde ayrıntılı olarak gizli yer altı şehirleri bulurlar. Gerçek hayattaki benzerlerini keşfetmek için cüce ya da hobbit olmak zorunda değilsiniz. Sadece Türkiye, Kapadokya’ya gidin ve Anadolu’nun kalbindeki rüya gibi bir dünyanın gerçekliğine tanık olun yeni jenerasyon oteller sayesinde, siz de ilkel insanları anlayabilir ve bir mağara evi deneyimi yaşayabilirsiniz” (www.momondo.com.tr)
- “Kaya evleri 4. ve 5. yüzyıldan kalmadır ama Esbelli Evi tamamen 21. yüzyıl konforundadır. Her odada laptop, küvet ve hatta viski durultucu bulacaksınız (www.momondo.com.tr).
- “Göreme Vadisi’nin ihtişamlı manzarasına bakan Göreme Kaya Oteli, konuklarına kayaların içine oyulmuş eski bir mağarada yaşadıkları hissini vermek üzere dizayn edilmiştir. Otantik unsurlar kullanılarak oluşturulmuş bir ortamın tadını yaşarken, modern hayatın gerektirdiği konfor ve fonksiyonlardan da mahrum kalmak istemeyen misafirlerine 55 oda, 3 süit, 2 geçişli oda ve 1 balayı süiti ile hizmet vermektedir (dorakholding.com.tr).
- “Her biri uzun ve titizlikle yürütülen restorasyon ve el emeği göz nuru dekorasyonu ile adeta birer sanat ve zanaat eseri olan bu oteller, yörenin dünya çapında tanınmasında, ziyaretçi sayısının artmasında ve marka olarak değer kazanmasında büyük önem taşımaktadır. Doğanın adeta sanatını sergilediği Kapadokya, yüzlerce yıllık tarihin ve farklı medeniyetlerin izlerini taşımaktadır. İnsanoğlu da bu mirasa sahip çıkarak, doğayı ve tarihi koruyarak, uzun emekler sonucunda kaya otelleri yaratmışlardır. Yani bu otelleri yapmak öyle üst üste tuğla koymaya ve beton dökmeye benzemez” (Boneval).

Anlaşıyor ki Kapadokya kaya otelleri eskiyi ve doğallığı, lüks, konfor ve rahatlıkla birleştiren, hibrit bir konaklama işletmesidir. Daha önce eşsiz olduğu belirtilen kaya otellerin, Kapadokya konsepti içerisinde daha fazla vurgulanması gerektiği düşünülmektedir.

Dünyada öngörülen değişimlere hazırlıklı olmak ve Kapadokya destinasyonunun rekabet gücünü arttırmak adına kaya otellerin son derece önemli olduğu düşünülmektedir. Ancak yapılan web taraması sonucunda, yukarıda belirtilen örnekler dikkate alındığında, kaya otellerin hibrit ürün olma özelliklerinin yeterince vurgulanmadığı görülmektedir. Daha çok büyü, mistik ve eşsiz oluşları vurgulanmıştır.

YÖNTEM

Hibrit otel ve Kapadokya kaya oteller hakkında literatür taraması yapılmıştır. Henüz çok yeni olmasına rağmen geleceğin trendi olarak ifade edilen hibrit oteller hakkında web siteleri incelenmiştir. Bu inceleme neticesinde, hibrit otellere ait olarak beş temel özellik belirlenmiş ve bunlar soruya dönüştürülerek bir görüşme formu oluşturulmuştur. Belirlenen bu özellikler ile ilgili olarak turizm alanında uzman olan akademisyenlerin görüşleri alınmıştır. Hibrit otellere yönelik olarak belirlenen ve görüşme formu üzerinde soruya dönüştürülen özellikler aşağıdaki gibidir:

- Misafirlerine en üst düzeyde lüks hizmet sunmak
- Güneş enerjisi gibi yenilenebilir enerji kullanmak
- Dekorasyonda kullanılmış, geri dönüştürülmüş ya da doğal malzemelerde imal edilmiş malzemeler kullanmak
- Yapım aşamasında doğayla dost inşaat malzemeleri kullanmak
- Atıklar için etkili bir geri dönüşüm sistemi uygulamak

Kapadokya Bölgesinde, büyüklü küçüklü 100'ün üzerinde kaya otel olduğu bilinmektedir. Araştırmanın evreni olarak Göreme ve Uçhisar kasabalarında bulunan kaya oteller belirlenmiştir. örnekleme ise bu işletmelerden rastgele seçilmiş yirmi işletme oluşturmaktadır. Yukarıda belirlenen özelliklerin Kapadokya kaya otellerde olup olmadığını tespit etmeye yönelik olarak geliştirilmiş olan yapılandırılmış mülakat formu, yüz yüze görüşme yoluyla bu otellerin yetkililerine uygulanmış ve elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur.

BULGULAR

Nevşehir'in Göreme ve Uçhisar Kasabalarında yer alan 20 adet kaya otelin yöneticileriyle yapılandırılmış olan bir form takip edilerek görüşülmüştür. Formda yer alan altı tane soru işletme yöneticilerine sorulmuştur ve alınan cevaplar aşağıdaki gibi olmuştur:

- **“İşletmenizde güneş enerjisi kullanıyor musunuz?”** sorusuna işletme yöneticilerinin sekiz tanesi “evet”, oniki tanesi “hayır” cevabını vermiştir. Evet cevabını verenler ise güneş enerjisini kömür ile birlikte kullandıklarını, özellikle kış aylarında ısınmak için kömürün şart olduğunu belirtmişlerdir.
- **“İşletmenizde güneş enerjisini nerelerde kullanıyorsunuz?”** sorusuna güneş enerjisi kullandıklarını belirten sekiz işletmeden tanesi güneş enerjisinin “sıcak su” temininde, bir tanesi de hem ısınma hem de sıcak su temininde kullandığını belirtmiştir. Elektrik üretimi için hiçbir işletme güneş enerjisi ya da başka herhangi bir yenilenebilir enerji kullanmamaktadır.

Ayrıca yapılan görüşmeler neticesinde, kaya otellerin tamamında ısınma yöntemi olarak kömür kullandığı tespit edilmiştir. Bunun nedeni de araştırmanın gerçekleştirildiği Göreme ve Uçhisar kasabalarına doğalgazın henüz ulaşmamış olmasıdır. Güneş enerjisi için de kaya oteller ya yerlerinin olmadığını ya da sit alanı olması sebebiyle her projelerine, doğal dokuyu bozabileceği nedeniyle onay alamadıklarını belirtmişlerdir.

Görüşülen yöneticilerden pek çoğu, ısı pompası adı verilen bir ısınma yönteminden daha bahsetmişlerdir. İşletmelerin pek çoğu bu yöntem için görüşmeler yapmış, ancak kaya otellerin yapılarının bu tesisatın döşenmesine pek uygun olmaması ve özellikle küçük olan işletmeler için maliyetinin yüksek olması nedeniyle vazgeçmişlerdir.

- **“İşletmenizde dekorasyon amaçlı kullanılan malzemelerinizi nasıl temin ediyorsunuz/ettiniz?”** sorusuyla ilgili olarak farklı yanıtlar verilmiştir. Yöneticilerin altı tanesi konsept ve doğal yapıyla uygun özel üretim eşyaları satın aldıklarını, dört tanesi otellerindeki eşyaların neredeyse tamamının ikinci el olduğunu, on tanesi de işletmelerinde hem ikinci el eşya hem de özel üretim eşyalar olduğunu belirtmişlerdir.

Özel üretim ve yeni olan eşyaların tamamı ahşap gibi doğal malzemeden üretilmiş olup kimyasal boya vb. kullanılmamıştır.

Ayrıca otellerin pek çoğunda cezveden duvar apliği, kevgirden abajur gibi son derece doğal ve ilginç uygulamalar da yapılmıştır.

- **“Yapım aşamasında doğayla uyumlu olmayan malzemeler (kimyasal boya gibi...) kullanmak durumunda kaldınız mı?”** sorusuna yöneticilerin tamamı **“hayır”** yanıtını vermişlerdir. Bu oteller ya doğal kayalara oyulmuş ya da bölgenin kendine özgü “sarı taş/Nevşehir taşı” gibi isimlerle anılan doğal taştan örülmüş duvarlardan oluşmaktadır. Kayadan oyulmuş duvarlardan toz dökülmesini önlemek amacıyla ince bir katman halinde sürülen özel bir ciladan başka duvarlarda vb. yerlerde asla kimyasal boya kullanılmamıştır.
- **“Geri dönüşüm (atık) sisteminiz var mı? Atıklarınızı geri dönüşümde değerlendirebiliyor musunuz?”** sorusu görüşme yapılan bütün yöneticiler tarafından **“hayır”** şeklinde yanıtlanmıştır. Yöneticiler atıklarını ayırarak geri dönüşüme gönderemediklerini çünkü konuyla ilgili muhatap bulamadıklarını, çöplerin ayrıştırılmadan bile sorunlu toplandığını belirtmişlerdir. Birkaç işletme mümkün olduğu kadar yemek artıklarının sokak hayvanlarına vermeye çalıştıklarını belirtmiştir. Ayrıca yöneticiler, atık yağların bir süre toplandıklarını ancak bunları teslim edecek kimseyi bulamadıklarını da belirtmişlerdir.
- Görüşme yapılan yöneticilere hibrit otellerin ne olduğuyla ilgili açıklama yapılmış ve **“sizce Kapadokya kaya otelleri hibrit otel özelliği taşıyor mu?”** sorusunu yanıtlamaları istenmiştir. Yapılan değerlendirmelerde üç yönetici “evet ve olabilir” yanıtı vermiştir. Geri kalan yöneticilerin tamamı “enerji ve atık sistemi (geri dönüşüm) problemi çözülmeden olmaz” yanıtını vermiştir. Bunun için de belediye başta olmak üzere yetkili mercilerden destek gerektiğini de belirtmişlerdir. Çünkü Göreme ve Uçhisar kasabaları birinci derece sit alanıdır ve bu problemler resmi kanallar tarafından uygun projeler hazırlanarak çözülebilecektir.

SONUÇ

Çalışma ile ilgili yapılan internet taraması sonucunda, bugün dünyada elli civarında otelin, henüz literatüre girmemiş olsa da kendilerini hibrit otel olarak etiketlediklerini ve özellikle çevre dostu turistler tarafından tercih edildikleri görülmektedir.

Hibrit otellere yönelik olarak yapılan bu çalışma sonucunda, yenilenebilir enerji kullanan, çevreye duyarlı, doğayla uyumlu malzemelerle inşa edilmiş, doğal eşyalar ve araç-gereçler kullanan, atık sistemi geliştirebilmiş ve tüm bunlarla birlikte misafirlerine üst düzeyde lüks bir hizmet sunan işletmeler olduğu belirlenmiştir. Bu çalışma, tamamen doğal malzemelerle inşa edilmiş, geri dönüştürülmüş ya da doğal olarak imal edilmiş malzemelerle dekore edilmiş ve misafirlerine birebir ve lüks bir hizmet sunan kaya otellerin hibrit otel sayılıp sayılamayacağını belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma neticesinde, hibrit otellere yönelik olarak belirlenmiş olan beş temel özellikten “misafirlerine en üst düzeyde lüks hizmet sunmak, yapım aşamasında doğayla dost malzemeler kullanmak, işletmelerin dekorasyonunda doğal malzemeler kullanmak” olan üç tanesinin Kapadokya kaya otellerde bulunduğu, “güneş enerjisi gibi yenilenebilir enerji kullanmak, atıklar için etkili bir geri dönüşüm sistemi uygulamak” olan iki tanesinin ise bulunmadığı belirlenmiştir. Ayrıca işletme yöneticileri, bölgenin sit alanı olmasından dolayı, enerji kullanımı ve atık sistemi sorunlarını yalnız başlarına çözemediklerini, bu konularda merkezi ve yerel yönetimlerin desteğinin gerekli olduğunu belirtmişlerdir.

Bu tespitler neticesinde, enerji kullanımı ve atık sistemi sorunlarının çözülmesi durumunda, kaya otellerin hibrit otel etiketiyle pazarlanabileceği, böylece doğal ve çevre dostu bir ortamda, lüks bir hizmet arayan turist tipleri için de cazip bir hale gelebileceği tespit edilmiştir.

Resort Dergisi'nin hazırladığı “Geleceğin Turizmi, Turizmin Geleceği” isimli özel sayısında (2012) pek çok farklı kuruluşun raporları ve çok sayıda uzman görüşünden faydalanılarak geleceğe yönelik öngörülerde bulunulmuştur. Bu öngörülerden bazıları; “turizmde hayal gücü daralacak gerçeğe daha kolay ulaşılabilecek, turizme katılanların % 50'si tek kişililerden oluşacak ve çok kültürlü turizm ön plana çıkacak” şeklindedir (Köfteoğlu ve

Köfteoğlu, 2012). Unutulmamalıdır ki turizm eğilimlerinde meydana gelen değişimleri takip etmek ve bunları birer fırsata çevirmek, destinasyonların rekabet gücünü destekleyecektir.

Kapadokya'nın hassas yapısı ve öneminden dolayı kitle turizmden uzak, bireysel turistlerin bölgeye çekilmesi son derece önemlidir. Geleceğin turistlerinin %50'sinin bireysel seyahat edecekleri öngörüsünden hareketle, bu turistlerin bölgeye çekilmeleri koruma adına da faydalı olacaktır. Ayrıca gruplara ülke turu içerisinde sadece iki gecelik bir konaklama olarak satıldığı göz önünde bulundurulduğunda, Kapadokya'nın bu yanlış pazarlama uygulamasından kurtulması için kaya otellerin öneminin büyük olduğu düşünülmektedir.

Kaya oteller eşsiz ve emsalsizdirler. Buna rağmen hem destinasyonun tanıtımı içerisinde hem de uzman araştırmalarında yeterince yer almadığı hatta ihmal edildiği düşünülmektedir. Kaya otellere özel tanıtım ve reklam filmleri, belgeseller ve kitapçıkların yayınlanmasının son derece etkili olacağı düşünülmektedir. Bu tanıtım çalışmaları içerisinde, kaya otellerin eşsiz ve hibrit olduğu daha çok vurgulanmalıdır.

Kaya oteller kültür turistleri tarafından halihazırda tercih edilmektedirler. Ayrıca Kapadokya son zamanlarda balayı çiftlerinin de sıklıkla tercih ettiği bir destinasyon haline gelmiştir. Ancak bunların dışında, konfor, rahatlık ve güvenliğin yanında tarih kokan doğal yapıları ile kaya otellerin, farklı bir turist tipine (hibrit turist) hitap edebileceği özellikle vurgulanmak istenmektedir.

KAYNAKÇA

1. Ajansı, A. K. (2011). *Kapadokya Turizmde İşbirliği Raporu Otel ve Acenteler Ağı*. Nevşehir: Ahiler Kalkınma Ajansı.
2. Aydın, T. (2017, 12 13). *Shigeru Ban'dan Dünyanın En Yüksek Hibrit Ahşap Binası*. 02.04.2018 tarihinde Arkitera: <http://www.arkitera.com> adresinden alındı.
3. Bayer, Y. (2015). *Geleceğin Turizmi İçin Türkiye Beklentileri*. 19.03.2018 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr> adresinden alındı.
4. Boneval, Z., *Kapadokya'nın Masal Ev Otelleri* . 22.03.2018 tarihinde Yolculuk Terapisi Web sitesi: <http://www.yolculukterapisi.com> adresinden alındı.
5. Doğan, N. Ö., Sözbilen, G. (2014). Kaya Otel İşletmeleri İçin En Uygun Stratejinin Belirlenmesi: Bir SWOT/AHP Uygulaması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 14 (4); 95-112.
6. dorakholding.com.tr. (tarih yok). *Sektörler*. 22.03.2018 tarihinde Dorak Holding Web sitesi: <http://dorakholding.com.tr> adresinden alındı.
7. Ergüven, M. H., Yılmaz, A., Kutlu, D. (2015). Turistik Ürün Çeşitlendirme Bağlamında Hibrit Turizm: Glamping Örneği . *International Journal of Social Science* , 41; 255-265.
8. [glamping.com](https://www.glamping.com). 21.03.2018 tarihinde <https://www.glamping.com> adresinden alındı.
9. İnce, E. (2017, 06 05). *Yüksek Katlı Ahşap Hibrit Bina*. 02.04.2018 tarihinde <https://www.erkanince.com> adresinden alındı.
10. Köfteoğlu, H., Köfteoğlu, S. (2012). *Turizmin Geleceği Geleceğin Turizmi*. 23.03.2018 tarihinde <http://turizm gazetesi.com> adresinden alındı.
11. Perinçek, D. (2017, 11 16). *Kapadokya'nın İleri*. 22.03.2018 tarihinde <https://www.aydinlik.com.tr> adresinden alındı.
12. Richards, G. (2011). Tourism Trends: Tourism, Culture and Cultural Routes. K. Khovanova-Rubicondo içinde, *Impact of European Cultural Routes on SMEs' Innovation and Competitiveness*. (s. 21-39). Strasbourg: Council of Europe Publishing.
13. TDK. (tarih yok). *Güncel Türkçe Sözlük*. 20.03.2018 tarihinde <http://www.tdk.gov.tr> adresinden alındı.

14. Tirasatayapitak, A., Chaiyasain, C., Beeton, R. (2015). Can Hybrid Tourism be Sustainable? White Water Rafting in Songpraek Village, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* , 20 (2); 210-222.
15. Tuna, M., Katlav, E. Ö., Dinler, Y. (2017). Butik Otelcilik: Kayakapı Kültürel ve Doğal Çevre Koruma ve Canlandırma Projesi Örnek Olay İncelemesi. *Journal of Recreation and Tourism Research* , 4 (4): 162-173.
16. Turan, B. (2017, 09 29). 'Güzel Atlar Ülkesi'nde Romantik Macera (Kapadokya). 22.03.2018 <http://www.hurriyet.com.tr> adresinden alındı.
17. www.brandlifemag.com. *Lüks Kamp Anlayışı: Glamping*. 21.03.2018 tarihinde <http://www.brandlifemag.com> adresinden alındı.
18. www.miyakohybridhotel.com. *Experience Modern Japan in An All New Green Environment*. 02.04.2018 tarihinde <http://www.miyakohybridhotel.com> adresinden alındı.
19. www.momondo.com.tr. *Kapadokya'nın Kaya Otelleri: Lüks Hayatı Derinlerde Yaşamak*. 22.03.2018 tarihinde <https://www.momondo.com.tr> adresinden alındı.