

## **BUTİK TARZI KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN GELİŞİMİNE YÖNELİK YEREL HALKIN TUTUMLARI: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ**

**Yrd. Doç. Dr. Duygu EREN**                      **Arş. Gör. Nurgül ÇALIŞKAN**  
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi      Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi  
**deren@nevsehir.edu.tr**                      **nurgulcaliskan@nevsehir.edu.tr**

**Arş. Gör. Koray ÇAMLICA**  
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi  
**koraycamlica@nevsehir.edu.tr**

### **ÖZET**

Bu çalışma ile Nevşehir’de yaşayan yerel halkın, yaşamlarını idame ettirdikleri sınırlar içerisinde faaliyet gösteren ve hızla yaygınlaşmaya devam eden butik tarzı konaklama işletmelerinin gelişimine karşı görüşlerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla literatür taraması ışığında bir veri toplama aracı geliştirilerek butik tarzı konaklama işletmeleri çevresinde ikamet eden yerel halka uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, Nevşehir’de butik tarzı konaklama işletmelerinin yoğun olarak bulunduğu bölgelerde yaşayan halkın bu otellerin gelişimi ile çevreye, yerel halkın ekonomisine ve sosyo-kültürel yapısına olan etkileri konusundaki yargılarının genellikle olumlu olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Butik otel, Yerel halk tutumları, Nevşehir

### **RESIDENTS’ ATTITUDES TOWARDS BOUTIQUE-STYLE HOTELS DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF NEVSEHIR**

### **ABSTRACT**

In this study, it is aimed to identify the perspectives of residents in Nevşehir on the development of boutique style accommodation facilities which are rapidly becoming widespread in their living quarters year by year. Within this purpose, a data collection instrument has been developed in accordance with the literature review and applied to the local residents living around boutique style hotels. According to the findings of the research, it is determined that people living in residential areas where boutique style hotels are densely located have generally positive attitudes towards those facilities by virtue of their impacts on the environment, local economy and socio-cultural structure.

**Key Words:** Boutique hotel, Residents attitudes, Nevşehir

## 1. GİRİŞ

Geçmişten günümüze değin toplumsal değışimlerle birlikte turizm olgusu da değışime uğramış ve bireylerin turistik ürünlere olan ihtiyaçları farklılaşmıştır. 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 1960'lı yıllardan sonra deniz-güneş-kum üçlüsü üzerinde yoğunlaşan ve insanlara standartlaştırılmış 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 değışime 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.

Butik otel işletmeciliğı, dünyada 1980'li yılların başında ortaya çıkmış (Albazzaz vd., 2003; Brighths, 2007; Callan ve Fearon, 1997; McDonnell, 2005; Paton, 2005), ülkemizde de ilk örnekleri aşağı yukarı aynı yıllarda görülmeye başlamıştır. Ancak 2000'li yıllarda özellikle İstanbul, Çeşme, Nevşehir, Safranbolu gibi genellikle kültür turizminin etkin olduğu bölgelerde hızla yaygınlaşmaya başlamıştır (Buyruk, 2011). Callan ve Fearon (1997), butik otelleri sahipleri tarafından yönetilen, büyük ölçekli otel işletmelerindeki yiyecek içecek satış alanları ile boş zaman değerlendirme faaliyetlerinin minimize edildiğı, kişiye özel hizmet standartlarının yüksek olduğu, kendine özgü mimari ve dekorasyona sahip küçük otel işletmeleri (60 odadan az) olarak tanımlamaktadır. Albazzaz vd.'ne (2003) göre butik oteller, temalı, mimari tasarım açısından önemli ölçüde sıcaklık ve samimiyet sunan, nispeten az odası olan ve 20-55 yaş arası üst sosyo-ekonomik pazar bölümüne hitap eden işletmelerdir. Rowe (2003) ise, çalışmasında butik otellerin özelliklerini tema veya konsept (konaklamanın müşteriye kendini özel ve eşsiz hissettirdiğı bir dekorasyon, hizmetin sunulduğu ortam vb.), kişiye özel hizmet, konum, bölge tarihi, sıcaklık ve samimiyet şeklinde sıralamıştır. Rowe (2003), butik otellerin küçük olmasının önemli olduğunu, bunun samimiyet ve kişiye özel hizmet sunumu için gerekli olduğunu ifade etmektedir.

Butik otellerin tanımıyla ilgili literatürde oldukça farklı tanımlar bulunmakla birlikte Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016) butik otelleri, Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin yedinci bölümünde “yapısal özelliği, mimarî tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitilmiş personel ile kişiye özel hizmet verilen ve en az on, en fazla altmış odalı otellerdir” şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca 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.

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin yedinci bölümünde, butik otellerle benzer özellikleri taşıyan ve sıklıkla karıştırılan konaklama türlerinden biri olan özel konaklama tesisleri “yapı, sokak, doğa, sanat, tarih gibi özelliklerden en az biri bulunan, deneyimli veya konusunda eğitilmiş personel ile nitelikli hizmet sunulan ve/veya özgünlük, üstün hizmet, ulusal veya uluslararası şöhret gibi nitelikleri nedeniyle işletme özelliği arz eden, deneyimli ve konusunda eğitilmiş personel ile nitelikli hizmet sunulan tesislerdir” şeklinde tanımlanmaktadır. Özel konaklama tesisleri, butik otellerle benzer özellikler taşımasına karşın onlara kıyasla daha az nitelik gerektirmektedir. Ancak, aralarındaki benzerlikler sektörde anlam karmaşasına neden olmakta ve özel tesisler butik otel olarak lanse edilmektedirler. Nitekim son yıllarda butik otel sayısının hızla arttığı yanılgısı ve özellikle kültürel turizmin etkin olduğu turizm merkezlerinin butik otel çöplüğüne dönüştüğüne dair söylemler bu ifadeyi (özel konaklama tesislerinin de butik otel olarak lanse edildiğini) doğrulamaktadır. Tablo 1’de görüldüğü üzere 2016 yılı Şubat ayı sonu itibarıyla Türkiye genelinde toplam 85 butik otel işletmesi bulunurken, 316 adet özel tesis olarak nitelendirilen konaklama işletmesi bulunmaktadır. Bu veriler butik otellerin sayısının az olmasına karşın, yaygın olduklarına dair kanaatin yanıltıcı olduğunu ve bu yanılgının kavram karmaşasından kaynaklandığını göstermektedir.

**Tablo 1: Butik Otel, Özel Konaklama Tesisleri ve Belediye Belgeli Konaklama İşletmesi Sayıları**

Tesis Türü	Yıl	Türkiye	Nevşehir
Butik Oteller	2016	85	0
Özel Konaklama Tesisleri	2016	316	28
Belediye Belgeli Konaklama İşletmeleri	2014	9.188	223

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016

Butik otel işletmesi olarak adlandırılan ve pazarlanan bir diğer konaklama işletmesi türü ise turizm işletme belgesi olmayan ve yerel yönetimler tarafından sınıflandırılan, fiyatlandırılan ve denetlenen konaklama işletmeleridir. Küçük ölçekli olan bu tür işletmeler genellikle özel şahıslara ait aileler tarafından işletilen, çalışanlarının geneli yerel halktan oluşan, yerel ekonomiden mal ve hizmet satın alarak, yerel ekonomiye ve bölgesel gelişime katkı sağlayan işletmelerdir (Şahin, 2006). Kişiselleştirilmiş yönetim anlayışı çerçevesinde hizmet veren bu işletmelerin bulunduğu bölgenin mimari yapısına uygun olarak inşa edilmesi, oda sayılarının az olması ve müşterileriyle birebir iletişim kurarak samimi bir ortam oluşturmaları, butik otel özellikleriyle örtüşmekte ve bu tür işletmelerin butik otel olarak adlandırılmasına neden olmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan son verilere göre 2014 yılında Türkiye genelinde toplam 9.188 adet belediye belgeli konaklama işletmesi bulunmaktadır. Bu rakam toplam 85 adet olan butik otel sayısı ile karşılaştırıldığında butik otel enflasyonu olduğuna dair görüşün kavram karmaşasından kaynaklandığını açıkça göstermektedir.

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. Bu doğrultuda

çalışma ile Nevşehir’de yaşayan yerel halkın, yaşamlarını idame ettirdikleri sınırlar içerisinde faaliyet gösteren ve hızla yaygınlaşmaya devam eden butik anlayışla hizmet veren konaklama işletmelerinin gelişimine karşı görüşlerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Literatürde; yerel halkın turizmin gelişimi ve etkileri konusundaki görüşlerini araştıran pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda; turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo- kültürel etkilerinin yerel halk tarafından algılanması (Belisle ve Hoy, 1980; Usal, 1990; Ap, 1992; Korça; 1994; Jurowski vd.,1997; Akova, 2006; Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Özdemir ve Kervankıran, 2011), yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumları (Andereck ve Vogt, 2000; Teye, Sırakaya ve Sönmez, 2002; Harrill, 2004; Lepp, 2007; Duran ve Özkul, 2012), yerel halkın turizmi desteklemesi ve turizme katılma isteğinde etkili olan faktörler (Perdue, Long ve Allen, 1990; McGehee ve Andereck, 2004; Latkova, 2008; Sırakaya, Teye ve Sönmez, 2002; Gürsoy, Jurowski ve Uysal, 2002) gibi konular incelenmiştir. Butik otel işletmeleriyle ilgili ise butik otel kavramının tanımlanmasına, özelliklerine ve gelişimine ilişkin çalışmalar (Mcintosh ve Siggs, 2005; Lim ve Endean, 2009; Rabontu ve Niculescu, 2009; Rogerson, 2010; Chan, 2012 ) ile butik otel kavram, özellik ve hizmetlerinin müşterileri ve çalışanları tarafından nasıl algılandığını belirlemeye yönelik (Aggett, 2007; Buyruk ve Eren, 2012) sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Fakat turizmin önemli bileşenlerinden olan butik anlayışla hizmet veren konaklama işletmelerinin gelişimine karşı yerel halkın görüşlerini belirlemeye yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, turizmin paydaşlarından olan yerel halkın, yaşadıkları bölge içerisinde yaygınlaşan bu oteller konusunda görüşlerinin tespit edilmesi butik anlayışla hizmet veren otellerin gelişiminin çevreye, yerel halkın ekonomisine ve sosyo-kültürel yapısına olan etkilerinin belirlenmesi açısından önem arz etmektedir. Ayrıca, çalışma ile literatürdeki eksikliğinde önemli ölçüde giderilmesi öngörülmektedir.

## **2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

### **2.1. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini özellikle kültür turizmine yönelik faaliyetlerin yoğun olarak sürdürüldüğü ve butik tarzı otellerin yoğun olarak görüldüğü Nevşehir ilinde yaşayan ve toplam nüfusları 286.767 kişi (TUİK 2016 yılı ADNKS veri tabanına göre) olan bölge halkı oluşturmaktadır. Ancak zaman faktörü göz önüne alındığında evrenin tamamıyla

görüşmek mümkün olmayacağı için araştırmanın örneklem hacmi kabul edilebilir örneklem büyüklüğü dâhilinde 384 kişi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın yürütüleceği beldelerde, anketin kimlere uygulanacağına araştırmayı yürüten kişi karar verdiği için olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden, yargısal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

## **2.2. Veri Toplama Yöntemi ve Verilerin Analizi**

Çalışma yüksek sayıda kişiye ulaşılmasını gerektirdiği için birincil verilerin elde edilmesinde anket yönteminden faydalanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, anketi dolduran kişinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik hazırlanmış olan sorular, ikinci bölümde ise yerel halkın butik otellerin gelişimine karşı tutumlarını ölçen likert tipi bir ölçek yer almaktadır. Literatürde yerel halkın butik otellerin gelişimine ilişkin görüşlerini belirleyebilmek amacıyla geliştirilmiş bir ölçeğe rastlanmamıştır. Bu nedenle ölçek ifadelerinin geliştirilmesinde öncelikle yerel halkın turizmin gelişimi ve etkileri konusundaki algı ve tutumlarını belirlemeye yönelik yapılmış çalışmalar incelenmiş ve bu çalışmalardaki ifadeler yerel halkın butik otellerin gelişimine karşı görüşlerini tespit edebilmek amacıyla uyarlanarak bir önerme havuzu oluşturulmuştur. Daha sonra çalışmanın yürütüleceği beldelerde ikamet eden 30 kişiyle mülakat yapılmış ve elde edilen görüşler doğrultusunda ortaya çıkan yeni ifadeler bu havuza eklenmiştir. Bu doğrultuda ölçekte butik otellerin çevresel, ekonomik, sosyo-kültürel yapıya olası etkilerine ve yerel halkın butik oteller hakkındaki genel değerlendirmesine ilişkin 35 adet olumlu ve olumsuz önermeye yer verilerek katılımcıların butik otellerin gelişimine karşı görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca hazırlanan ankette yer alması muhtemel tasarım ve ifade hatalarından kaçınmak için anket katılımcılara dağıtılmadan önce 25 kişi ile yüz yüze pilot uygulama gerçekleştirilmiş ve anlaşılmayan ifadeler belirlenerek gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Anket Ürgüp, Uçhisar ve Mustafapaşa'da butik otellerin yakınlarında ikamet eden 400 kişiye uygulanmıştır. Anketlerin incelenmesi sonucu eksik bırakılan ve aynı şıkların işaretlenmesi gibi nedenlerle geçerliliği olmayan formlar ayıklandıktan sonra, 324 anket analize değer bulunmuştur. Dolayısıyla toplam örnek büyüklüğünün %84'ünden geri bildirim elde edilmiştir.

### 3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Analiz sürecine geçilmeden önce, katılımcılardan anket aracılığıyla elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılmış ve hatalı kodlama olasılığı göz önünde bulundurularak tüm verilerin frekans dağılımları incelenmiştir. Verilerin çözümlenmesinde hangi testlerin kullanılabilmesine karar verebilmek amacıyla ise normallik testi uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğinin incelenmesi, literatürde önerilen yöntemlerden biri olan basıklık ve çarpıklık değerlerine göre test edilmiştir. Normal dağılım gösteren bir verinin basıklık ve çarpıklık katsayıları sıfırdır. Ancak bu değerlerin  $\pm 1$  arasında olması, dağılımın normalden aşırı sapma göstermediğinin bir kanıtı olarak değerlendirilebilir. (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014). Yapılan analiz sonucu ölçekte yer alan ifadelerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin önerilen değer olan  $\pm 1$  değerleri arasında olduğu gözlenmiştir. Dolayısıyla, basıklık ve çarpıklık değerleri verinin normal dağılım gösterdiğini destekleyerek, parametrik testlerin kullanımına olanak sağlamıştır. Bu doğrultuda verilerin analizinde frekans ve yüzde dağılımları, ortalama ve standart sapma gibi merkezi eğilim ölçüleri ile faktör analizi ve güvenilirlik analizi gibi istatistiksel analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır.

#### 3.1. Geçerlik ve Güvenilirlik

Araştırmada geçerlik çalışmaları kapsamında içerik ve yapı geçerliği incelemesi yapılmıştır. İçerik geçerliğini sağlamak amacıyla alan yazın incelemesi yapılmış ve ölçme aracında yer alan ifadeler uzman görüşüne sunulmuştur. Yapı geçerliğini incelemek üzere ise açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Faktör analizi yapılmadan önce verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett küresellik testi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen KMO katsayısı ( $KMO=0.868$ ) örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu, Bartlett küresellik testinin ( $Bartlett=2435.618$ ,  $p=0.000<0.001$ ) anlamlı olması ise verilerin çok değişkenli normal dağılım sergilediğini ifade etmektedir. Dolayısıyla bu sonuçlar verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlendikten sonra ölçeğin faktör yapısının belirlenmesinde temel bileşenler analizi; döndürme yöntemi olarak da dik döndürme yöntemlerinden biri olan maksimum değişkenlik (varimax) yönteminden yararlanılmıştır. Ayrıca faktör sayısının belirlenmesinde her bir faktörün öz değerinin en az "1" olması ve aynı yapıyı ölçen maddelerin 0,40'ın üzerinde faktör yüküne sahip olması

ölçütleri dikkate alınmıştır. Bu ölçütler kullanılarak yapılan faktör analizi sonucunda 12 maddenin faktör yükünün 0.40'dan düşük olduğu gözlenmiş ve analizden teker teker çıkarılmıştır. Bu maddeler çıkarıldıktan sonra yapılan açıklayıcı faktör analizine ilişkin sonuçlara Tablo 2'de yer verilmiştir.

**Tablo 2: Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları**

Faktör Adı ve Önergeler	Faktör Yüğü	Özdeđer	Açıkla nan Varyans (%)	Gü ven (α)	rt.
<b>Faktör 1: Çevresel Etkiler</b>		2,521	13,109	0,752	,63
Eski ev ve konakların restorasyonu için olumludur.	,702				
Doğal ve kültürel kaynakların korunmasını sağlamaktadır.	,694				
Bölgedeki alt yapının gelişmesini sağlamaktadır.	,607				
Doğal çevreye zarar vermektedir.®	,546				
Bölgenin kültürel ve tarihi yapısıyla uyumludur.	,508				
Bölgedeki kamu hizmetlerinin kalitesini arttırmaktadır.	,450				
<b>Faktör 2: Ekonomik Etkiler</b>		1,305	9,701	0,717	,09
Bölgedeki arazi fiyatlarını arttırmaktadır.®	,786				
Bölgedeki ev fiyatlarını arttırmaktadır.®	,759				



Bölge halkının bazı mal ve hizmetlerini satması için hazır müşteri sağlamaktadır.	,646				
Butik otellerin sayısının artması bölge halkının satın aldığı mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır.®	,605				
Yeni butik otellerin açılması bölge ekonomisini iyileştirmektedir.	,580				
Bölgede yeni iş olanakları yaratmaktadır.	,572				
Bölgeye daha çok yatırım çekmektedir.	,520				
<b>Faktör 3: Sosyo-Kültürel Etkiler</b>	6,091	18,161	0,750		3
Gelenekleri korumaya ve yaşatmaya yardımcı olmaktadır.	,721				
Bölgedeki sosyal yaşama olumlu etkisi vardır.	,706				
Bölge halkının eğitim seviyesini arttırmaktadır.	,704				
Geleneksel ürünlerin canlanmasına yardımcı olmaktadır.	,689				
Butik oteller bölgedeki ahlaki yapıyı olumsuz etkilemektedir.®	,671				
Yöresel mutfağın yaşatılmasına yardımcı olmaktadır.	,551				
<b>Faktör 4: Etkileşim</b>	2,089	11,229	0,746		3

Butik otellerin gelişiminden dolayı artık burada yaşamak istemiyorum.®	,806	
Ailemden birinin butik otelde çalışması beni rahatsız eder.®	,763	
Bölgede yeni butik otellerin açılmasını istemiyorum.®	,716	
Butik otellerin yeme-içme, eğlenme vb. hizmetlerinden yararlanırım.	,641	
<b>Toplam Açıklanan Varyans (%)</b>	52,200	0,8 35

\*KMO:0,868 Bartlett: 2435,618, p:0,000<0,001 ® Ters kodlanmıştır.

Yapılan analiz sonucunda, analize alınan 23 maddenin özdeğeri 1'den büyük olan dört faktör altında toplandığı ve bu dört faktörün ölçeğe ilişkin açıkladıkları toplam varyans oranının %52,2 olduğu belirlenmiştir. Her bir faktörün toplam varyansa yaptığı katkı incelendiğinde ise; birinci faktörün %13,10, ikinci faktörün %9,70, üçüncü faktörün %18,16 ve dördüncü faktörün %11,22 katkı sağladığı görülmektedir. Bu doğrultuda faktörler sırasıyla çevresel, ekonomik, sosyo-kültürel etkiler ve etkileşim olarak adlandırılmıştır. Ayrıca ölçekte yer alan maddelerin faktör yükleri 0.45 ile 0.80 arasında değişmektedir. Dolayısıyla dört faktör altında toplanan 23 maddenin butik otellerin gelişimine karşı yerel halkın görüşlerinin ortaya koyulmasında önemli ölçüde katkıda bulunduğunu söylemek mümkündür.

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğini belirleyebilmek amacıyla ise Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Alfa katsayısı 0 ile 1 arasında değer almakta ve kabul edilebilir bir değer 0,70 den büyük olması arzu edilmektedir (Altunışık vd., 2012). Tablo 2'de yer verilen Cronbach Alfa katsayıları incelendiğinde çevresel etkiler boyutunun 0.75, ekonomik etkiler boyutunun 0.71, sosyo-kültürel etkiler boyutunun 0.75 ve etkileşim boyutunun 0.74 olarak değer aldığı görülmektedir. Ayrıca ölçeğin genel güvenilirlik katsayısı ise 0.83 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmada kullanılan ölçeğin ve alt boyutlarının güvenilirlik katsayılarının tatmin edici düzeyde olduğu ( $\alpha \geq 0.70$ ) ve ölçeğin güvenilir olduğu ifade edilebilir.

### 3.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 3’de araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Değişken	Grup	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	157	48,5
	Erkek	167	51,5
Yaş	20 ve altı	11	3,4
	21-30	141	43,5
	31-40	110	34,0
	41-50	39	12,0
	51 ve üzeri	23	7,1
Eğitim Durumu	İlköğretim	48	14,8
	Lise	150	46,3
	Önlisans	43	13,3
	Lisans	75	23,1
	Lisansüstü	8	2,5
Yaşanılan İlçe / Belde	Uçhisar	111	34,3
	Ürgüp	110	34,0
	Mustafapaşa	103	31,7
Bölgede Yaşama Süresi	5 yıl ve altı	47	14,5
	6-10 yıl	25	7,7
	11-20 yıl	60	18,5
	21 yıl ve üzeri	192	59,3
	Evet	199	61,4

---

Turizmde Çalışma Durumu	Hayır	125	38,6
-------------------------	-------	-----	------

---

\*n=324

Tablo 3’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan 324 kişinin %51,5’i erkek (n:167), %48,5’i (n:157) kadındır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%77,5 n:251) ise 21-40 yaş aralığındadır. Eğitim durumlarına bakıldığında, katılımcıların yaklaşık yarısının (%46,3 n:150) lise mezunu olduğu, ancak çok az kişinin (%2,5 n:8) lisansüstü eğitim aldığı görülmektedir. İkamet edilen ilçe/belde incelendiğinde ise Ürgüp, Uçhisar ve Mustafapaşa’dan araştırmaya katılanların oranlarının hemen hemen eşit dağıldığı ifade edilebilir. Ayrıca katılımcıların yarısından fazlasının 21 yıldan daha uzun süredir bölgede yaşadıkları (%59,3 n:192) ve turizm sektöründe çalıştıkları (%61,4 n:199) görülmektedir.

### 3.3. Katılımcıların Tutumlarına İlişkin Bulgular

Tablo 4’te butik tarzı konaklama işletmelerinin gelişimine karşı yerel halkın tutumlarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir. Tablodan da görüldüğü üzere butik tarzı konaklama işletmelerinin yoğun olarak bulunduğu bölgelerde yaşayan halkın bu otellerin gelişimi ile çevreye, yerel halkın ekonomisine ve sosyo-kültürel yapısına olan etkileri konusundaki yargıları genellikle olumludur. Çevresel açıdan bu tarz otellerin gelişimi ile ilgili algıya bakıldığında, katılımcıların özellikle bu tarz konaklama işletmelerinin açılmasının eski ev ve konakların restorasyonu için olumlu olduğunu ve bu sayede doğal ve kültürel kaynakların korunmasının sağlandığını düşündükleri görülmektedir. Aynı zamanda katılımcılar bu işletmelerin bölgenin tarihi ve kültürel yapısıyla uyum gösterdiklerini ve doğal çevreye zarar vermediklerini ifade etmektedirler.

Katılımcıların, butik tarzı konaklama işletmelerinin ekonomik açıdan etkilerine ilişkin görüşlerine bakıldığında, bu tarz işletmelerin bölgeye daha çok yatırım çektiğini ve bu sayede yeni iş olanakları yaratılarak istihdama katkıda bulduklarını düşünmektedirler. Ayrıca bu tarz işletmelerin bölge halkına bazı mal ve hizmetleri için hazır müşteri sağladığı, dolayısıyla bölge ekonomisinin iyileştirilmesine olumlu katkıda bulunduğu ifade edilmektedir. Ancak diğer taraftan katılımcılar, özellikle bu tarz konaklama işletmelerinin sayısının artması ile bölgedeki arazi ve ev fiyatlarının artış gösterdiğini belirtmektedir. Dolayısıyla bu durumun halkın kendi imkânları ile bu alanda yatırım yapma gücünü sınırladığı ifade edilebilir. Yine bu tarz işletmelerin her ne kadar

bölge ekonomisinin iyileştirilmesinde olumlu katkıları olduğu ifade edilse de, bölge halkının satın alabileceği mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırdığı görülmektedir

**Tablo 4: Katılımcıların Tutumlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.**

<b>Faktör Adı ve Önergeler</b>	<b>Aritmetik Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>
<b>Faktör 1: Çevresel Etkiler</b>		
Eski ev ve konakların restorasyonu için olumludur	3,93	1,080
Doğal ve kültürel kaynakların korunmasını sağlamaktadır	3,73	1,221
Bölgedeki alt yapının gelişmesini sağlamaktadır	3,64	1,100
Bölgenin kültürel ve tarihi yapısıyla uyumludur	3,62	1,111
Bölgedeki kamu hizmetlerinin kalitesini arttırmaktadır	3,52	1,163
Doğal çevreye zarar vermektedir	2,65	1,224
<b>Faktör 2: Ekonomik Etkiler</b>		
Bölgede yeni iş olanakları yaratmaktadır	4,14	0,983
Bölgedeki arazi fiyatlarını arttırmaktadır	4,07	1,078
Bölgedeki ev fiyatlarını arttırmaktadır	4,05	1,074
Bölgeye daha çok yatırım çekmektedir	3,99	0,992
Yeni butik otellerin açılması bölge ekonomisini iyileştirmektedir	3,74	1,033
Butik otellerin sayısının artması bölge halkının satın aldığı mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır	3,68	1,051

Bölge halkının bazı mal ve hizmetlerini satması için hazır müşteri sağlamaktadır	3,60	1,035
--	------	-------

Faktör 3: Sosyo-Kültürel Etkiler

---

Geleneksel ürünlerin canlanmasına yardımcı olmaktadır	3,44	1,177
Yöresel mutfağın yaşatılmasına yardımcı olmaktadır	3,43	1,139
Bölgedeki sosyal yaşama olumlu etkisi vardır	3,13	1,161
Gelenekleri korumaya ve yaşatmaya yardımcı olmaktadır	3,06	1,195
Bölge halkının eğitim seviyesini arttırmaktadır	3,00	1,259
Butik oteller bölgedeki ahlaki yapıyı olumsuz etkilemektedir	2,81	1,230

Faktör 4: Etkileşim

---

Butik otellerin yeme-içme, eğlenme vb. hizmetlerinden yararlanırım	3,05	1,325
Bölgede yeni butik otellerin açılmasını istemiyorum	2,86	1,301
Butik otellerin gelişiminden dolayı artık burada yaşamak istemiyorum	2,41	1,144
Ailemden birinin butik otelde çalışması beni rahatsız eder	2,40	1,145

---

Katılımcıların ikamet ettikleri sınırlar içerisinde yaygınlaşan butik tarzı konaklama işletmelerinin sosyal ve kültürel yaşam üzerindeki etkilerine ilişkin görüşlerinin ise genel olarak olumlu olduğu görülmektedir. Katılımcılar özellikle bu tarz işletmelerin geleneksel ürünlerin canlanmasına ve yöresel mutfağın yaşatılmasına yardımcı olduğunu düşünmektedirler. Ancak bu tarz işletmelerin geleneklerin korunmasında ve eğitim seviyesinin artırılmasında olumlu ya da olumsuz bir etkiye sahip olmadıklarını düşündükleri ifade edilebilir. Son olarak katılımcıların butik tarzı konaklama işletmeleri ile bireysel olarak etkileşimine ve genel olarak bu tarz işletmelere bakış açısına ilişkin

ifadelere verdikleri yanıtlar incelendiğinde; katılımcıların ikamet ettikleri sınırlar içerisinde yaygınlaşan bu tarz işletmelerden genel olarak rahatsızlık duymadıkları görülmektedir

#### 4. SONUÇ

Bir bölgede turizmin gelişimi o bölgede yaşayan yerel halk açısından ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel birçok değişikliği de beraberinde getirmektedir. Özellikle kültür turizminin etkin olduğu bölgelerde doğal, kültürel ve tarihi dokuya uygun mimari özelliklere sahip yapıların restore edilerek, butik otel adı altında hizmet veren konaklama işletmelerine dönüştürülmeleri ile yerel halkın turizm ile daha fazla iç içe olması gündeme gelmektedir. Bu doğrultuda çalışma ile Nevşehir’de yaşayan yerel halkın, yaşamlarını idame ettirdikleri sınırlar içerisinde faaliyet gösteren ve hızla yaygınlaşmaya devam eden butik anlayışla hizmet veren konaklama işletmelerinin gelişimine karşı görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Yapılan araştırma ile özellikle turizmin gelişmesi ile birlikte bu tarz konaklama işletmelerinin sayısının artmasının bölgeye yeni yatırımlar çektiği belirtilmektedir. Katılımcıların yarısından fazlasının turizmde çalıştığı göz önünde bulundurulduğunda da bu tarz işletmelerin gelişiminin istihdam olanaklarını arttırması bakımından yerel halk için olumlu bir ekonomik etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Ancak katılımcılar, ev ve arazi fiyatlarının artmasını bu tarz konaklama işletmelerinin ortaya çıkardığı olumsuz bir etki olarak görmektedirler. Dolayısıyla her ne kadar bu tarz işletmelerin gelişimi bölge halkına bazı mal ve hizmetlerini satması için hazır müşteri sağlasa da, hem halkın satın aldığı mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırdığı hem de kendi imkânları ile bu alanda yatırım yapma gücünü sınırladığı ifade edilebilir. Bu nedenle bölgede yapılacak yatırımlarda, öncelikle yerel halkın faydasının ön planda tutulması gerektiği ifade edilebilir. Ayrıca kendi imkânlarıyla bölgede bu tarz konaklama işletmesi yatırımı yapmak isteyen yöre halkının ilgili kuruluşlarca bilgilendirilmesi ve çeşitli teşviklerle öncelik tanınması da önem arz etmektedir. Bu sayede yerel halk tarafından turizme aktif katılım ve destek sağlanarak bölge turizminin sağlıklı ve dengeli gelişimi de sağlanabilir.

Sonuç olarak Nevşehir’de butik tarzı konaklama işletmelerinin yoğun olarak bulunduğu bölgelerde yaşayan halkın bu otellerin gelişimi ile çevreye, yerel halkın ekonomisine ve sosyo-kültürel yapısına olan etkileri konusundaki yargılarının genellikle olumlu olduğu sonucuna varılmıştır. Bu çalışma, Nevşehir bölgesinde yoğun olarak

bulunana butik tarzı konaklama işletmelerinin yakınlarında ikamet eden halk ile sınırlandırılmış yerel bir araştırma niteliğindedir. Benzer araştırmalar, kültür turizminin etkin olduğu ve bu tarz işletmelerin yoğun olduğu farklı bölgelerde de yapılabilir. Ayrıca çalışmada yerel halkın bu tarz işletmelerin gelişimine karşı genel tutumları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu nedenle ileride yapılacak çalışmalarda yerel halkın butik tarzı konaklama işletmelerinin gelişimine karşı tutumlarının demografik özelliklerine ya da turizmden doğrudan ya da dolaylı olarak fayda sağlayıp sağlamadıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenebilir.



## KAYNAKÇA

- Aggett, M. (2007). What has influenced growth in the UK's boutique hotel sector? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(2), 169-177.
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), 1-17.
- Albazzaz, A., Birnbaum, B., Brachfeld, D., Danilov, M., Vries, O.K ve Moed, J. (2003). Lifestyles of the rich and almost famous: The boutique hotel phenomenon in the United States. High Tech Entrepreneurship and Strategy Group Project (R. Adner)
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. İstanbul: Sakarya.
- Andereck, K.L ve C.A. Vogt (2000). The relationship between residents' attitudes tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research* 39, 27-36.
- Andriotis, K. ve Vaughan, R. D., (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185.
- Ap, J.(1992). Residents' perception on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19 (3), 665-90.
- Belisle, F. ve Hoy, D. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101.
- Brights, D. (2007). The definition of boutique hotels, <http://davidbrights.articlealley.com/the-definition-of-boutique-hotels-81865.html>
- Buyruk, L. (2011). Kapadokya'da butik otel İşletmeciliğinin gelişimi ve sorunları. I. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu, Nevşehir Üniversitesi, 16-19 Kasım 2011.
- Buyruk, L. ve Eren, D. (2012). Butik otel çalışanlarının butik otel kavram, özellik ve hizmetlerini algılamaları üzerine bir araştırma: Nevşehir örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 339-356.
- Callan, R. J. ve Fearon, R. (1997). Town house hotels—an emerging sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9 (4), 168–175.

- Chan, C. (2012). Lodging subsector report: boutique hotels. *International Tourism Marketing and Development*.
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası ilçesi uygulaması. IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 23–27 Nisan 2008, Belek, Antalya.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem
- Duran, E. ve Özkul, E. (2012). Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumları: Akçakoca örneği üzerinden bir yapısal model. *International Journal of Human Sciences*, 9,(2), 500-520.
- Gursoy, D., Chi, C. G., ve Dyer, P. (2009). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: the case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*.
- Gursoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Residents attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29, 79-105.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D.R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reaction to tourism. *Journal of Travel Research*, 34 (2), 3-11.
- Korça, P.(1994). Halkın turizmin çevresel etkilerini algılaması ve değerlendirmesi. *TUGEV Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını*, 31, 1-128.
- Latkova, P. (2008). An examination of factors predicting residents' support for tourism development. Michigan State University, Doktora Tezi.
- Lim, W. M. ve Endean, M. (2009). Elucidating the Aesthetic and Operational Characteristics of UK Boutique Hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), 38-51.
- McDonnell, C. (2005). Boutique hotels are getting new interest, business first of buffalo, [www.bizjournals.com](http://www.bizjournals.com)

- McGehee, N.ve Andereck, K. (2004) Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43, 131-140.
- McIntosh, A. J. ve Siggs, A. (2005). An exploration of the experiential nature of boutique accommodation. *Journal of Travel Research*, 44, 74-81.
- Özdemir, M. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 1-25.
- Paton, N. (2005). Market snapshot: boutique hotels. [www. caterersearch.com](http://www.caterersearch.com)
- Perdue, R.R., P.T. Long ve L. Allen, (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-99.
- Rabontu, C. ve Niculescu, G.(2009). Boutique hotels - new appearances in hotel industry in Romania. *Annals of the University of Petroşani, Economics*, 9(2), 209-214
- Rogerson, J.M. (2010). The boutique hotel industry in South Africa: Definition, scope, and organization. *Urban Forum*, 21, 425-439.
- Rowe, M. (2003). Defining boutique chic. *Lodging Hospitality* 59 (13), 34- 37.
- Sırakaya, E., Teye, V. ve Sönmez, S. (2002) Understanding residents' support for tourism development in the Central Region of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41, 57-67.
- Şahin, S. Zeki (2006). Avrupa Birliği sürecinde küçük ölçekli konaklama işletmelerinin analizi; sorunlarının tespiti ve çözüm önerileri: Bodrum örneği. Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay.