

TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN DİNDARLIK DÜZEYİ İLE HELAL KONSEPTLİ OTELLERE BAKIŞ AÇISI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN BELİRLENMESİ ¹

Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Bartın, Türkiye

ayhankarakas74@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9285-0552

Dr. Öğr. Üyesi H. Yusuf GÜNGÖR

Iğdır Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Iğdır, Türkiye

yusufhay@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6783-1552

Öz

Bu çalışmanın amacı, turizm eğitim alan öğrencilerin helal konseptli otellere bakış açısını belirlemek ve bu bakış açısının dindarlık algısı ve davranışlarına göre değişip değişmediğini ortaya koymaktır. Bu çalışma nicel bir araştırma olup, veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu, demografik özellikler, helal konseptli otellere bakış açısı ve dindarlık düzeyi, davranışı olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Anketler yüz yüze iletişim kurularak elde edilmiştir. Adıyaman Üniversitesi ve Bartın Üniversitesi'nde turizm eğitimi almakta olan lisans ve önlisans düzeyinde 269 öğrenci üzerinde çalışma yürütülmüştür. Araştırma sonucunda dindarlık düzeyi arttıkça, helal konseptli otellere yönelik bakış açısı arasında istatistiki olarak anlamlı pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Araştırma sonucunda eğitimciler ve sektör yöneticilerine öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm eğitimi, helal konseptli oteller, dindarlık algısı,

¹ Bu çalışma 10-12 Ekim 2019 tarihinde Diyarbakır'da düzenlenen "III. International Symposium On Economics, Politics And Administration" adlı sempozyumda sunulan tebliğin genişletilmiş halidir.

*Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

Citation/Atf: Karakaş, A., Güngör, H. Y. (2021). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dindarlık Düzeyi ile Helal Konseptli Otelere Bakış Açısı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 64-79.

Geliş (Received) :17/02/2021

Kabul (Accepted) :13/05/2021

Yayın (Published) :30/06/2021

DETERMINATION THE RELATION BETWEEN RELIGIOSITY LEVEL AND PERSPECTIVE OF HALAL CONCEPT HOTELS

Abstract

The aim of this study is to determine the point of view of the students who receiving tourism education to the halal concept tourism establishment and to determine whether this perspective changes according to the perception and behavior of religiousness. This study is a quantitative study and data collection technique is used as a survey method. The questionnaire consists of three sections: demographic characteristics, perspective on halal concept hotels and level of religiousness and behavior. The questionnaires were obtained by face to face communicating. The questionnaire will be conducted nearly 269 bachelor and undergraduate students who receive tourism education in Adiyaman and Bartın Universities. As a result of the research, as the level of religiosity increased, a statistically significant positive relationship was found between the perspective of halal concept hotels. At the end of the research, suggestions were given to educators and sector managers.

Key Words: Tourism education, halal concept hotels, religiousness sense.

1. Giriş

İnsanlık tarihinde savaşlar, felaketler, afetler ve yıkımlar olmadığı sürece, devamlı bir ilerleme olmaktadır. Bu ilerleme sosyal ve kültürel alanlarda da kendini göstermektedir. İnsanların merak vb. amaçlarla seyahate çıkmaları tarihi çağlardan beri devam eden bir olgudur. Turizm ve seyahat Müslümanlar tarafından da icra edilen bir faaliyettir. Fakat modern turizm faaliyetleri olarak gösterilen şu anki konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma ve eğlence sektörü Müslümanlar tarafından ortaya atılmamıştır. Özellikle Avrupa ve Amerika üzerinden bize gelen seyahat kültürünün yansımalarıdır. Hal böyle olunca Müslüman ülkelerdeki halk turizm ve seyahate mesafeli yaklaşmaktadır. Çünkü inançlarına göre haram olan yiyecek, içecek, giyim ve çevre unsurları bulunmaktadır (Adel vd., 2021). Turizm işletmeleri bu hususu bir fırsata çevirerek helal turizm işletmeleri anlayışını ortaya sürmüşlerdir. Turizm faaliyetlerinin yoğunluk kazandığı günümüzde insanların dinlerine uygun beslenme şekilleri turizm firmaları tarafından önemsenmektedir. Çünkü Müslüman turizm pazarı 160 milyon dolayında seyahate katılan ve 220 milyar dolarlık bir seyahat harcaması hacmine ulaşmıştır. Helal turizm pazarına göz atıldığında 2019 yılında %35'lik bir büyüme ile 220 milyar dolardan 300 milyar dolara yükselmiştir (Hsu vd., 2020; Mohezar vd., 2017; Pamukcu & Sariisik, 2020; Ulfy vd., 2021).

Helal konseptli otel işletmeciliği, turizm sektöründe müşteri odaklı pazarlama anlayışının sonucudur. İslam dini takipçiler açısından Hristiyanlıktan sonra dünyada ikinci dindir. Ve dini duygularla yapılan turizm faaliyetleri de artmaktadır. Bireylerin yaşam

tarzlarına uygun turistik işletmelerde tatillerini geçirme istekleri de artmaktadır. Turizm işletmelerinin böyle büyük bir pastaya ortak olmamaları düşünülemez. Bundan dolayı birçok işletme, Müslüman turist ve konukların isteklerine göre işletmelerini tasarlamaktadır. Hizmetlerini ve faaliyetlerini Müslümanlara göre düzenleyen bu işletmelerin hedef pazarları Müslümanlardır ve işletmelerini “helal otel” olarak konumlandırmaktadırlar (Battour vd., 2021; Boğan & Saruşık, 2019; Yagmur vd., 2019).

Türkiye yoğun Müslüman nüfusa sahip bir ülkedir. Çalışanlar açısından düşünüldüğünde turizm sektöründe genel olarak daha seküler düşünceye sahip bireylerin çalışmaya istekli oldukları nispeten muhafazakâr bireylerin bu sektörde istihdam edilmeye çok istekli olmadıkları söylenebilir. Turizm sektöründe kadın istihdamı yine bundan dolayı istenen düzeyde gerçekleşmemektedir. Helal konseptte sahip turizm işletmelerini artması gerek muhafazakar bireyler gerekse kadınları bu sektörde çalışmaya yönelik tutumlarını olumlu şekilde değiştirecektir.

Helal turizm işletmelerinin insan kaynağı belirlenirken dikkate alınması gereken hususlardan biri muhtemel insan kaynaklarını helal turizme bakış açılarının olumlu olmasıdır. Çünkü turizm sektörü yoğun personel ihtiyacının olduğu bir sektördür. Turistler ve konuklar çalışanların kendilerine kusursuz hizmet etmelerini isterler. Müşteri memnuniyetinin belirleyicilerinden biri de çalışanların tutum ve davranışlarıdır (Akkuş, 2017). Buna paralel olarak öğrencilerin bu alana bakış açılarını belirlemek önemlidir. Bu alanlardan mezun olan bireyler kendi yaşam tarzlarına uygun bir turistik işletmede çalışmak isteyebilirler. Bu açıdan farklı seçeneklere yönelik algı ve tutumlarının bilinmesi önemlidir. Bu çalışmanın amacı, turizm eğitim alan öğrencilerin helal konseptli otellere bakış açısını belirlemek ve bu bakış açısının dindarlık algısı ve davranışlarına göre değişip değişmediğini ortaya koymaktır.

2. Literatür Taraması

Bu bölümde helal turizm ile ilgili çalışmalar ve bu çalışmalar sonucunda ortaya çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin helal konseptli otellerde çalışma deneyimi (Yozukmaz, Kılıç ve Esen, 2018) ve helal konseptli otellerde çalışma isteği (Akkuş, 2017) ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi’nde lisans eğitimi alan ve helal konseptli bir otelde çalışma deneyimi bulunan öğrencilerle yapılan görüşme sonucunda, öğrencilerin genel olarak lojman ve maaş gibi olumlu özelliklere sahip

helal konseptli bir otelde çalışmaktan memnun olduğu ancak klasik otellerin aksine yeni bilgiler öğrenme aşamasında otelin yetersiz kaldığı ve çalışanlar için daha katı kurallara sahip olduğu tespit edilmiştir (Yozukmaz, Kılıç ve Esen, 2018).

Akkuş (2017) turizm eğitimi alan lisans öğrencileri ile yaptığı çalışmada öğrencilerin helal konseptli otellere karşı algılarını belirlemeye çalışmıştır. Öncelikle öğrencilerin çoğunun kendisini muhafazakâr olarak tanımladığı ancak çok az bir kısmının helal otelde çalışma deneyimine sahip olduğu; yine büyük bir kısmının helal otellerde çalışmanın daha rahat bir çalışma ortamı sağlayacağını düşündüğü gözlenmiştir.

Helal turizm ve helal otel kavramlarından önce “helal” kavramını açıklamak gerekmektedir. ‘Helal, yapılması dinen serbest olan fiildir (Diyanet İslam Ansiklopedisi, 13 Şubat 2019). Türk Dil Kurumu (TDK), helali dinin kurallarına aykırı olmayan, dinî bakımdan yasaklanmamış olan, haram karşıtı şeklinde tanımlamıştır. Helal kavramı, Müslümanların herhangi bir şeyi kullanmasında, yiyip-içmelerinde, faydalanılmasında sakınca olmadığını belirten bir kavramdır (Battour ve Ismail, 2015).

İslamiyet yalnızca bir dini değil, bir yaşam biçimini ifade etmektedir. Dolayısıyla İslamiyet’e uygun yaşayan turistler, seyahatleri ve tatilleri esnasında da inanışlarına ve Kuran’a göre hareket etmektedirler. Müslümanların yanı sıra, Müslüman olmadığı halde helal gıda tüketmek, ailelerinin rahat edeceği yerler seçmek, turizm faaliyeti süresince aldatılmamak gibi sebepler ile helal turizm, turistler tarafından öncelikli bir tercih olmaktadır (Temizkan, Ceylanlar ve Şen, 2017).

Helal turizm İslamiyet ile ters düşmeyen tüm turizm türlerini içermektedir (Hassan, 2007). TSE (Türk Standartları Enstitüsü) helal yönetim sisteminde helal turizm, Müslümanlar tarafından İslami değerler çerçevesinde dinlenmek, giyinmek, beslenmek, eğlenmek, görmek, tanımak ve aynı zamanda ibadetlerini de rahatlıkla yapabilmek üzere düzenlenen geziler ile bir ülkeye veya bir bölgeye gezgin (turist) çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü olarak tanımlanmıştır.

İlgili literatür incelendiğinde helal turizm ile ilgili farklı tanımlar olduğu görülmüştür; Doğan (2010)’a göre, helal turizm, turistik kıyı bölgelerinde yer alan konaklama işletmelerinde İslami ilkelere uygun dinlenme ve eğlenme faaliyetlerinin gerçekleştirildiği turizm türünü kapsamaktadır. Hassan (2004), İslami turizm terimini kullanmış, edep ve ahlakın yüksek standartları ve İslami değerler üzerine inşa edilen turizm türü olarak

tanımlamış ve bu turizm türünün yerel halkın dini yaşam tarzına, ibadethanelere, gelenek ve göreneklere, en önemlisi de sürdürülebilir turizmin unsurlarından çevreye karşı saygılı olmaya dayandığını belirtmiştir. Helal turizm, İslami değerlere bağlı bir turizm türüdür (Hassan, 2007). Din (1989)'e göre, İslami motivasyona sahip turistlerin, İslami kurallara uygun şekilde gerçekleştirdikleri turizm faaliyetidir. Helal turizm, turizm endüstrisinde İslami öğretilere göre Müslümanlar tarafından yapılmasında sakınca olmayan ya da izin verilen faaliyet ya da nesnedir (Battour ve Ismail, 2015). Carboni vd. (2014), turizm faaliyetlerinin İslamiyet'e uygun yapılması olan helal turizmin, seyahatleri süresince dini vecibelerini yerine getirme konusunda istekli dindar Müslüman turistleri içerdiğini belirtmiştir. Helal turizm, turistik ihtiyaçların İslami ilkelere uygun olarak karşılanmasıdır (Jafari ve Scott, 2014). Helal turizm, İslami kurallara uygun turistik ürünler ve konaklama faaliyetlerinden oluşmaktadır (GIFR, 2013). Duman (2012), helal turizmi Müslümanların sürekli yaşadıkları yerin dışına seyahatleri ve konaklama faaliyetlerini kapsayan bir turizm türü olarak tanımlamıştır. Arpacı ve Batman (2015) ise, turizm tanımındaki konaklamalardan doğan ihtiyacın İslami ilke ve inanışlara uygun olarak karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir, şeklinde bir tanımlama yapmışlardır. Sıkça karıştırılan helal turizmin, inanç turizminden farkı, helal turizmde seyahat edilen yerin din ile ilgili bir bağlantısının olma zorunluluğunun bulunmamasıdır (Pamukçu ve Sarıışık, 2017).

Helal otel, ana faaliyetini konaklama ihtiyacını karşılamak olan, İslami kurallar doğrultusunda hizmet veren, geceleme hizmeti yanında yeme, içme ve 34 eğlenme ihtiyaçlarını da yine İslami kurallara uygun şekilde karşılamaya yönelik işletmelerdir. Bu konseptteki otel işletmelerinde domuz eti, alkol gibi ürünler İslam dinince yasaklı olduğu için bulunmamakta, ayrıca müşterilerin ibadetlerini yapabilecekleri imkanlar sunulmakta, kadın-erkekler için ayrı hizmetler verilen havuz, spa, plaj gibi ayrı alanlar yer almaktadır (Arpacı, 2015:5).

Helal oteli, İslami kurallara uygun, İslami hizmet sunan konaklama işletmeleri olarak tanımlayan Saad ve arkadaşları (2014), İslami kurallara tam anlamıyla uyan otel işletmelerinin çok az olması sebebi ile bu konuda bir sınıflandırma yapmışlardır. Buna göre; yalnızca alkol bulundurmeyen otellere "Dry Otel", kadın-erkek ayrı alanlar, mescit, helal gıda, odalarda seccade, Kuran ve kible yönü gösterir bulunduranlara "Kısmi Helal Otel", ve bu iki gruptaki özelliklere ilave olarak, otelin tasarımından mali yapısına kadar, yapılan tüm işlerde ve çalışmalarda İslami ilkelerin hâkim olduğu otelleri "Helal Otel" olarak nitelendirmişlerdir.

Helal konseptli otel işletmeleri ile ilgili, bu işletmelerin sahip olması gereken özellikler, ürün ve hizmetlerinin neler olması gerektiği konusunda da uluslararası standartlar henüz ortaya konulamamıştır. Ancak, temelde bazı özellikler yapılan çalışmalarda şu şekilde belirtilmiştir (Henderson, 2010):

- Alkol bulunmaması,
- Helal gıda,
- Odalarda seccade ve Kuran'ı Kerim bulunması,
- Taharet musluğu bulunması,
- Yatak ve tuvalet yönlerinin kibleye göre ayarlanması,
- Mescid bulunması,
- Eğlence faaliyetlerinin İslami kurallara uygun olması,
- Çalışanların çoğunlukla Müslüman olması,
- Kadın ve erkekler için ayrı rekreasyon faaliyetleri,
- Katların kadın-erkek ayrı olması,
- Misafirlerin giyim kuşamlarının İslami kurallara uygun olması,
- İslami finans kaynağıdır.

Helal konseptli oteller, turizm sektöründe henüz tam anlamıyla doyuma ulaşmamış bir pazar olan helal turizm pazarında ortaya çıkan ve yeni gelişmeye 35 başlayan turizm işletmesi türüdür (Pamukçu ve Arpacı, 2015). Misafir profilinin istek ve ihtiyaçları, yeni bir turizm ürünü olması, pazarın büyüme hızı ve hacmi, helal konseptli otel işletmelerinde hizmet veren çalışanları da çok önemli hale getirmektedir. Bu işletmelerde çalışanların, başta helal kavramına ve turizm sektöründe var olmanın baş aktörü olan kaliteli hizmet sunumu hususuna uygun nitelikte ve bu bilinç seviyesinde hareket etmeleri gerekmektedir (Temizkan, Ceylanlar ve Şen, 2017).

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Niş pazar olması ve diğer konseptteki otellere nazaran daha yüksek fiyatlar üzerinden operasyon yapmasından dolayı helal turizm, turizm sektörü yatırımcılarının dikkatini çekmektedir. Bu araştırma ile turizm eğitimi alan, geleceğin otel yöneticisi adayları olan öğrencilerin helal konseptli otellere ilişkin düşüncelerini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda helal konseptli otellere yönelik yaratıcı fikir ve düşüncelerin ya da eleştirilerin ortaya çıkabileceği düşünülmüştür. Bu çalışmanın amacı, turizm eğitim alan öğrencilerin helal konseptli otellere bakış açısını belirlemek ve bu bakış açısının dindarlık algısı ve davranışlarına göre değişip değişmediğinin ortaya koymaktır. Bu özellikle dini kimliğinden dolayı turizm eğitimi almış olduğu halde turizm sektöründe çalışmayı düşünmeyen bireylerin saptanması ve dolayısıyla bu sektörün gelişmesi halinde bu bireylerin bu sektörde istihdam edilmek ile ilgili davranışlarının tespit edilmesi amacıyla.

3.2. Araştırmanın, Evren, Örneklem, Yöntem ve Kısıtları

Bu çalışma nicel bir araştırma olup, veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu, demografik özellikler, helal konseptli otellere bakış açısı ve dindarlık düzeyi, davranışı olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Anketler yüz yüze iletişim kurularak elde edilmiştir. Adıyaman Üniversitesi ve Bartın Üniversitesi'nde turizm eğitimi almakta olan lisans ve önlisans düzeyindeki öğrencilerdir. Burada seçilen üniversiteler birisi genel olarak Marmara ve Batı Karadeniz bölgesinden öğrencileri olan diğeri ise genel olarak Güney ve Doğu Anadolu'dan öğrencileri olan üniversitelerdir. Dolayısıyla örneklem Türkiye'nin sahip olduğu birçok özelliği taşıyan kişilerden oluşmaktadır. Örneklem almada tam sayı örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Tüm sınıflar çalışmaya dahil edilmiş, gönüllülük esas alındığı için 415 öğrenciden 269 öğrenci çalışmaya katılmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı %65'dir.

Bu çalışmanın en büyük kısıtlılığı örneklem sayısı ve alanıdır. Her bölgeden üniversitelerde yapılacak bir çalışma ile Türkiye'de bu konuda neredeyse toplumun tamamını temsil edecek bir çalışma yapılabilir fakat burada zaman ve maliyet unsurları buna imkan vermemektedir. Ölçek maddelerinin de dindarlık düzeyi ve davranışını tam ölçmemesi de diğer bir sınırlılıktır.

Tablo 1: Araştırma Evreni

Öğretim Düzeyi/Üniversite	Adıyaman Üniversitesi	Bartın Üniversitesi
Lisans	100	75
Önlisans	180	60

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Verilerin toplanması için Akkuş (2017) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışması Akkuş (2017) tarafından yapılmıştır. 36 maddelik ölçek açıklayıcı faktör analizi ile 27'ye indirilmiştir. Güvenirlik tüm faktörlerde kabul edilen sınır üzerinde çıkmıştır. Ölçek çalışma tercihi, otel konsepti, çalışma şartları, kariyer, eğitim ve fiyat olarak altı boyuttan oluşmaktadır. Veriler 2018-2019 Bahar Dönemi Mart ayı içerisinde araştırmacılar tarafından toplanmıştır. Dindarlık düzeyi imanın şartları, helal gıda ve helal içecek ile ilgili 8 ifade ile ölçülmüştür. Ölçekler 5'li Likert, Kesinlikle katılmıyorum (1) ile Kesinlikle katılıyorum (5) olarak yapılandırılmıştır.

Toplanan veriler üzerinden tekrar güvenilirlik için Cronbach Alpha, geçerlik için açıklayıcı faktör analizi, frekans analizi, demografik değişkenlere ilişkiyi ortaya koymak için korelasyon analizleri yapılmıştır. Analizler SPSS paket programında yapılmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Verilerin geçerlik ve güvenilirliği için yapılan analiz sonuçları tablo 2'de görülmektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda 6 boyutlu bir helal turizme bakış açısı ölçeği ortaya çıkmıştır. Ölçekte düşük yüklenen veya çapraz yüklenen üç madde çıkartılmıştır.

Tablo 2: Helal Turizme Bakış Açısı Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve İfadeler	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyansın Açıklanma Oranı	Cronbach's Alpha
Faktör 1- Çalışma Şartları		7,957	28,419	,821
Helal konseptli otellerde çalışma saatleri daha düzenlidir	,711			
Helal konseptli otellerde daha adil bir ücretlendirme olacağını düşünüyorum	,678			
Helal konseptli otellerde çalışmanın toplumda bir saygınlığı vardır.	,728			
Helal konseptli otellerde alkol tüketimi olmadığı için daha rahat çalışabilirim.	,586			
Helal konseptli otellerde çalışmak daha güvenlidir	,535			

Faktör 2- Helal Konsept		2,295	8,198	,788
Helal konseptli otellerde sunulan gıdalar helal olduğu için içim daha rahattır	,413			
Çalıştığım otelde helal gıda tüketilmesi benim için önemlidir.	,591			
Helal olmayan gıdalardansa helal gıdaları tüketmeyi tercih ederim.	,673			
Helal konseptli oteller doğayla iç içe olmalıdır	,618			
Helal konseptli oteller çevreye duyarlı olmalıdır.	,757			
Helal konseptli otel çalışanları daha güler yüzlü ve misafirperver olmalıdır.	,651			
İbadetlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli altyapıya sahip olmalıdır	,615			
Faktör-3 Çalışma Tercihi		1,923	6,869	,706
Helal konseptli otellerde çalışmak diğer otellerde çalışmaktan daha yorucu değildir	,487			
Helal konseptli oteller kadınların çalışması için daha uygundur.	,650			
Helal konseptli oteller erkeklerin çalışması için daha uygundur.	,705			
Helal konseptli otellerde ortak kullanım alanlarında çalışmak istemem	,612			
Helal konseptli otelde çalışan biri ile evlenmek isterim.	,562			
Faktör 4- Kariyer		1,66	5,93	,786
Mezun olunca helal konseptli bir otelde çalışmak isterim.	,532			
Helal konseptli otellerin işleyişindeki farklılıklara uyum sağlayabilirim.	,742			
Helal konseptli bir otelde uzun yıllar çalışabilirim	,730			
Helal konseptli bir otelde yönetici pozisyonuna gelebilirim.	,716			
Faktör 5-Eğitim		1,289	4,602	,772
Helal konseptli otellerde çalışmak için turizm eğitimi almak gerekir.	,812			
Helal konseptli otellerde yönetici olmak için turizm eğitimi almak gerekir.	,811			
Turizm eğitimi almak helal konseptli bir otelde çalışmamı kolaylaştırır.	,710			
Faktör 6-Fiyat		1,202	4,291	,756
Helal konseptli oteller diğer otellere göre çok daha yüksek fiyatlıdır.	,775			
Helal konseptli otellerin gelir düzeyi yüksek kesime hitap ettiğini düşünüyorum.	,841			
Helal konseptli otellere gelir düzeyi yüksek kişiler gitmektedir.	,813			

Açıklanan Varyans: 58,309 ; KMO: ,875 ; Barlett Testi: p< ,000

Dindarlık ile ilgili 8 ifadeden oluşan ölçeğe de faktör analizi uygulanmış ve iki boyutlu bir ölçek elde edilmiştir. Ölçek boyutları inanç ve ibadet olarak isimlendirilmiştir. Ölçek ile ilgili geçerlik ve güvenirlik analizi sonuçları tablo 3’de görülmektedir. Ölçekten bir madde çıkartılmıştır.

Tablo 3: Dindarlık Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve İfadeler	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyansın Açıklanma Oranı	Cronbach’s Alpha
Faktör 1- İnanç		3,642	52,034	,883
Allah’a inanıyorum.	,946			
Hız. Muhammed (A.S.) inanıyorum.	,933			
Ölümden sonra bir hayat olduğuna inanıyorum.	,807			
Faktör 2-İbadet		1,491	21,305	,779
Düzenli namaz kılarım.	,894			
Ramazan’da orucu tam tutarım.	,598			
Düzenli olarak Kur’an okurum.	,874			
Dini hassasiyetim gereği İçeriğini bilmediğim gıdalardan uzak dururum	,494			

Açıklanan Varyans: 73,339 ; KMO: ,775 ; Barlett Testi: p< ,000

Araştırmaya 269 öğrenci katılmıştır. 132 kişi Bartın Üniversitesi’nden, 137 kişi de Adıyaman Üniversitesi’nde turizm eğitimi alan kişilerdir. Öğrencilerin %78’i erkektir. 22 öğrenci daha önce helal otellerde çalıştığını belirtmiş, %43’ünün de helal turizm kavramından haberdar olduğu görülmektedir. %44’ü birinci sınıfta okumaktadır. Demografik bilgiler tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 4: Demografik Özellikler

Üniversite	N	%	Cinsiyet	N	%
Bartın Üniversitesi	132	49,1	Kadın	57	21,1
Adıyaman Üniversitesi	137	50,9	Erkek	212	78,9
Haberdar Olma	N	%	Çalışma	N	%
Evet	120	44,6	Evet	22	8,2
Hayır	149	55,4	Hayır	247	91,8

Öğrencilerin helal turizme bakış açısını ortaya koymak için kullanılan ifadelerle verdiği cevapların ortalamaları ve standart sapmaları tablo 5’te görülmektedir.

Tablo 5: Helal Konseptli Turistik Tesislere Bakış Açısına Katılım Düzeyleri

İfadeler	Ort.	Std. Sapma
Günümüzde insanların helal konseptli otelleri daha fazla tercih ettiğini düşünüyorum	2,71	1,23
Helal konseptli otelleri muhafazakâr olmayan insanlar da tercih edebilir.	3,05	1,24
Helal konseptli oteller diğer otellere göre çok daha yüksek fiyatlıdır.	2,91	1,1
Helal konseptli otellerin gelir düzeyi yüksek kesime hitap ettiğini düşünüyorum.	2,75	1,15
Helal konseptli otellere gelir düzeyi yüksek kişiler gitmektedir.	3,66	1,24
Helal konseptli otellerde sunulan gıdalar helal olduğu için içim daha rahattır	3,91	1,28
Çalıştığım otelde helal gıda tüketilmesi benim için önemlidir.	4,12	1,33
Helal olmayan gıdalardansa helal gıdaları tüketmeyi tercih ederim.	3,66	1,18
Helal konseptli oteller doğayla iç içe olmalıdır	4,18	1,24
Helal konseptli oteller çevreye duyarlı olmalıdır.	4,18	1,12
Helal konseptli otel çalışanları daha güler yüzlü ve misafirperver olmalıdır.	3,92	1,28
Çeşitli aktiviteler için helal konseptli oteller uygun konumda olmalıdır.	4,06	3,29
İbadetlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli altyapıya sahip olmalıdır	4,16	1,15
Bayanlar için ayrı alanlarda sosyal aktivite imkânları olmalıdır.	3,93	1,23
Helal konseptli otellerde hayvanların kullanıldığı gösteriler yapılmamalıdır.	3,34	1,46
Helal konseptli otellere kedi, köpek gibi hayvanlar alınmamalıdır	2,65	1,33
Helal konseptli otellerde çalışmak diğer otellerde çalışmaktan daha yorucu değildir	3,01	1,22
Helal konseptli otellerde çalışmak daha huzur vericidir	3,41	1,23
Helal konseptli otellerde çalışma saatleri daha düzenlidir	3,16	1,14
Helal konseptli otellerde daha adil bir ücretlendirme olacağını düşünüyorum	3,34	1,30
Helal konseptli otellerde çalışmanın toplumda bir saygınlığı vardır.	3,25	1,30
Helal konseptli otellerde alkol tüketimi olmadığı için daha rahat çalışabilirim.	3,55	1,34
Helal konseptli otellerde çalışmak daha güvenlidir	3,44	1,19
Helal konseptli oteller kadınların çalışması için daha uygundur.	3,27	1,30
Helal konseptli oteller erkeklerin çalışması için daha uygundur.	3,21	1,30
Helal konseptli otellerde ortak kullanım alanlarında çalışmak istemem	3,03	1,31
Mezun olunca helal konseptli bir otelde çalışmak isterim.	3,30	1,26
Helal konseptli otellerin işleyişindeki farklılıklara uyum sağlayabilirim.	3,51	1,23
Helal konseptli bir otelde uzun yıllar çalışabilirim	3,24	1,22
Helal konseptli bir otelde yönetici pozisyonuna gelebilirim.	3,52	1,22
Helal konseptli otelde çalışan biri ile evlenmek isterim.	3,12	1,30
Helal konseptli otellerde çalışmak için turizm eğitimi almak gerekir.	3,6	1,19
Helal konseptli otellerde yönetici olmak için turizm eğitimi almak gerekir.	3,81	1,23
Turizm eğitimi almak helal konseptli bir otelde çalışmamı kolaylaştırır.	3,77	1,20

Öğrencilerin helal otellerde “helal gıdaların tüketilmesi”, “ibadet için altyapı sunulması”, “helal otellerin doğayla içi içe olması”, “helal otellerin çevreye duyarlı olması” “otellerde helallığe uygun aktiviteler düzenlenmesi” ifadelerine daha fazla katıldıkları görülmektedir.

Tablo 6: Dindarlık ile İlgili İfadelere Verilen Yanıtların Ortalamaları

İfadeler	Ort.	Std. Sapma
Allah'a inanıyorum	4,81	,71
Hız Muhammed (A.S) inanıyorum	4,80	,74
Ölümden sonra bir hayat olduğuna inanıyorum	4,55	1,02
Düzenli namaz kılarım	3	1,30
Ramazanda orucu tam tutarım	4	1,32
Düzenli olarak Kur'an okurum	3	1,29
İslami usullere uygun olmayan etleri yemem	4,41	1,08
Dini hassasiyetlerim gereği içeriğini bilmediğim gıdalardan uzak dururum	4	1,27

Öğrencilerin dindarlık boyutu incelendiğinde inanç esaslarına büyük oranda (4,8) inandıkları, ibadetleri ise ara sıra yaptıkları tespit edilmiştir. Bunun yanında helal gıda hassasiyeti ve haram etlere karşı da bir duyarlılık görülmektedir. Allah, Peygamber ve Ahirete iman konularında bireylerin yakın cevaplar verdiği görülmüştür. Anketi cevaplayan bireylerin namaz konusunda ortalama duyarlılık olduğu orucun bireyler arasında daha yaygın olduğu görülmüştür. Namaz kılmak ve Kur'an okumanın birbirine yakın ortalama ve standart sapmaya sahip olduğu görülmektedir. Bireylerin helal olmayan etlere yaklaşım konusunda ibadetlere göre daha duyarlı oldukları görülmüştür. Ayrıca helal algısının et konusunda diğer gıdalara göre daha yüksek ortaya çıkmıştır.

Dindarlık düzeyi boyutları ile helal turizme bakış açısı boyutları arasındaki ilişkiler için yapılan korelasyon analizi sonuçları tablo 6'da görülmektedir.

Tablo 7: Dindarlık ile Helal Konseptli Otelere Bakış Açısı Arasındaki İlişki

Boyutlar	Ort.	Std. Sapma	İnanç	İbadet	Çalışma şartları	Helal Konsept	Çalışma tercihi	Kariyer	Eğitim	Fiyat
İnanç	4,7224	,75625	1							
İbadet	3,5246	1,00815	,474**	1						
Çalışma şartları	3,3520	,96268	,264**	,442**	1					
Helal konsept	3,9488	,83649	,282**	,282**	,592**	1				
Çalışma tercihi	3,1338	,87750	,169**	,398**	,567**	,428**	1			
Kariyer	3,3982	,96676	,246**	,356**	,590**	,492**	,505**	1		
Eğitim	3,7305	,97446	,055	,030	,312**	,306**	,243**	,320**	1	
Fiyat	2,7900	,96260	-,119	,055	,021	-,024	,073	-,004	-,048	1

** . Korelasyon 0.001 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon sonuçları incelendiğinde İbadet ile İnanç arasında, 4.74'lük bir korelasyon bulunmaktadır. İnanç boyutu ile helal turizme bakış açısı boyutlarından sadece fiyat boyutu ile anlamlı bir ilişki görülmemekte, diğerlerinde orta düzeyde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki görülmektedir. İbadet boyutu ile de yine Fiyat ve bunun yanında Eğitim boyutu ile de anlamlı bir ilişki çıkmamıştır. Diğer boyutlar ile orta düzeyde pozitif bir ilişki görülmektedir. Yani öğrencilerin inanç düzeyi ve ibadet düzeyi arttığında helal turizme bakış açıları da olumlu olmaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Niş pazar olması ve diğer konseptteki otellere nazaran daha yüksek fiyatlar üzerinden operasyon yapmasından dolayı helal turizm otellerin dikkatini çekmektedir (Mohsin, Ramli, & Alkhulayfi, 2016). Bu araştırma ile turizm eğitimi alan, geleceğin otel yöneticisi adayları olan öğrencilerin helal konseptli otellere ilişkin düşüncelerini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda helal konseptli otellere yönelik yaratıcı fikir ve düşüncelerin ya da eleştirilerin ortaya çıkabileceği düşünülmüştür. Bireylerin inanç durumuna bakıldığında yoğunlukla Allah, Peygamber'e ve ahirete iman neredeyse eşit düzeyde çıkmıştır. İbadetlerde Namaz ve Kur'an okuma düzeyi birbirine yakın, oruç bireylerin daha çok riayet ettiği bir ibadet olarak ortaya çıkmıştır. İbadet ile en yüksek korelasyon çalışma şartları ve çalışma tercihleri boyutunda görülmektedir. İbadetin insan hayatını düzene koyması açısından, ibadet edenlerin beklentileri de çalışma hayatının düzenli gideceği yönündedir. Bir anlamda insanlar ideali aramaktadır. Yani helal turizm dini bir kavramdır. Dini hayatın gereği olarak istenmektedir. O zaman buraları yöneten kişilerin de bu kurallara uyması beklenmektedir. İnanç boyutu ile en yüksek korelasyon helal konsept boyutunda görülmektedir. İnsanlar inancının gereği olarak yediklerine ve içtiklerine, doğaya karşı ilişkilerine, inancın gereği olan ibadetlere saygı gösterilmesine ve güler yüzlü olunmasına dikkat etmektedirler. Çalışmada öğrencilerin %55'inin helal turizmden haberdar olmadığı görülmektedir. Bundan dolayı Helal Turizm kavramının alternatif turizm, doğa dostu turizm, turizm çeşitliliği gibi derslerin içine veya ayrı bir ders olarak konulması bu alanın önemini fark etmeleri için turizm eğitimcilerini önerilmektedir.

Çalışmaya dâhil edilen bireylerin yoğunluğunun helal otel olarak adlandırılan otellerde çalışmayı diğer otellere nazaran daha tercih edilebileceklerini belirtmişlerdir. Çalışmada yüksek bir dindarlık oranı çıkmıştır. Bu durum konjonktürel olmakla birlikte çevresel

faktörlerin etkisi olabilmektedir. Burada özellikle alkol tüketiminin olmaması, bireylerin bu tip otellerde çalışmanın daha rahat olabileceği konusunda bir algı oluşturmuş olabilmektedir. Bu tip otellerin genel olarak iç turizme hizmet vermesi de yine bireylerin yabancı dil konusundaki ön yargılarından dolayı bu tip iç turizme hizmet veren tesislerde çalışma isteklerini artırmış olabilir. Türkiye’de Müslümanların dini beslenme olarak dine uygun şekilde hazırlanmamış etleri kesinlikle yemedikleri ve bu konuda büyük hassasiyet göstermeleri de yine bireylerin çalışmak için helal otelleri tercih etme sebepleri arasındadır.

Sonuç olarak turizm eğitimi alan öğrencilerin helal turizm konusunda bilgi sahibi olmadıkları ortaya çıkmıştır. Bu durum özellikle helal otel özelliği taşıyan tesislerin genel olarak belli televizyon kanallarına reklam vermeleri, turizm eğitim müfredatında turizm türleri ile ilgili kaynaklarda –dini turizm yer almakla birlikte- helal turizm konusunun yer almaması ve bireylerin kişisel olarak alana ilgi duymamaları olabilmektedir.

Kaynakça

- Adel, A. M., Dai, X., Yan, C., & Roshdy, R. S. (2021). Halal strategies on official government tourism websites: An extension and validation study. *Tourism and Hospitality Research*, 146735842098623. <https://doi.org/10.1177/1467358420986236>
- Akkuş, G. (2017). Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Helal Konseptli Otellere Bakış Açısı, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 99-119
- Batman, O. (2015). *Otel İşletmelerinin Yönetimi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Batman, O. (2017). Sorularla Helal Turizm/ Helal Turizm Nedir veya Ne Değildir? 1. *International Halal Tourism Congress*, (s. 30-32). Alanya.
- Battour, M., Ismail, M. N. (2015). ‘Halal tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future’, *Tourism Management Perspectives*.
- Battour, M., Salaheldeen, M., & Mady, K. (2021). Halal Tourism : Exploring Innovative Marketing Opportunities for Halal tourism: exploring innovative marketing opportunities for entrepreneurs. February. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0191>
- Boğan, E., & Sarıışık, M. (2019). Halal tourism: conceptual and practical challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 87–96. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2017-0066>

- Carboni, M., Perelli, C., Sistu, G. (2014). ‘‘Is Islamic tourism a Viable Option for Tunisian Tourism? Insights from Djerba’’, *Tourism Management Perspectives*, 11, s. 1-9.
- Din, K. H. (1989). ‘‘Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options’’. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 542-563.
- Doğan, M. (2010). ‘‘Türkiye’de İslami Turizm’in Gelişimi: 2002–2009’’. *Political Economy, Crisis And Development (Politik İktisat, Kriz Ve Kalkınma)*, s. 471-478.
- GIFR (Global Islamic Finance Report), http://www.gifr.net/gifr2013/ch_13.PDF
- Hassan,A.R.(2007). Islamic Tourism Revisited,<http://islamictourism.com>.
<http://www.islamictourism.com/PDFs/Issue%2032/English/2.pdf>. Erişim Tarihi: 08.12.2018.
- Henderson, J.C. (2010). ‘‘Sharia-Compliant Hotels’’. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 246-254.
- Hsu, P.-Y., Ku, E. C. S., Lai, T.-C., & Hsu, S. (2020). Developing a Muslim tourism market: the perspective of travel agencies. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/jhti-08-2020-0155>
- Jafari, J., Scott, N. (2014). ‘‘Muslim World and Its Tourisms’’. *Annals of Tourism Research*, 44, s.1-19.
- Mohezar, S., Moghavvemi, S., & Zailani, S. (2017). Malaysian Islamic medical tourism market: a SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 444–460. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2015-0027>
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, 137-143.
- Pamukcu, H., & Sariisik, M. (2020). Suggestions for standardization of halal tourism in hospitality industry. *Journal of Islamic Marketing*, 2017. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2019-0078>
- Pamukçu, H. Ve Arpacı, Ö. (2015). ‘‘Helal Konseptli Otel İşletmeleri: Türkiye’deki Mevcut Durum Üzerine Bir Araştırma’’, 1.Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, Kasım 2015

- Pamukçu, H. ve Arpacı, Ö. (2016). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Analizi. Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 147- 160.
- Ulfy, M. A., Haque, A., Karim, W., Hossin, S., & Huda, N. (2021). Tourists Behavioral Intention to Visit Halal Tourism Destination: An Empirical Study on Muslim Tourists in Malaysia. International Fellowship Journal of Interdisciplinary Research, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4459649>
- Yagmur, Y., Ehtiyar, R., & Aksu, A. (2019). Evaluation of halal tourism in terms of bibliometric characteristics. Journal of Islamic Marketing, 11(6), 1601–1617. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0101>
- Yozukmaz, N., Kılıç, B. & Ön Esen, F. (2018). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin “Helal” Konseptli Otellerde Çalışma Deneyimi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(4), 714-732. DOI: 10.21325/jotags.2018.331