

# TURİZM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN HELAL KONSEPTLİ OTELLERE BAKIŞ AÇISI

Gülizar AKKUŞ\*

**Atıf/©:** Akkuş, Gülizar (2017). Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Helal Konseptli Otelere Bakış Açısı, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 10, Sayı 1, Haziran 2017, ss. 99-120

**Özet:** Özellikle son yıllarda yeni bir pazar yaratması açısından büyük ilgi uyandıran helal turizm konsepti içerisinde oteller önemli bir yer tutmaktadır. Ancak yapılmış kısıtlı ampirik araştırmanın çoğu, bu otellerde konaklayan misafirlerin beklentileri ve algıları ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmada, turizm sektörüne sağladığı kalifiye eleman desteği göz önüne alınarak, özellikle turizm fakültesi öğrencilerinin henüz yeni olan helal konseptli otel kavramına bakış açıları ve konuya ilişkin düşüncelerini tespit ederek literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Araştırmada Punch (2005)'in ölçme aracı geliştirme aşamaları takip edilerek 36 ifadeden oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. Araştırmanın evrenini Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesinin Turizm İşletmeciliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Elde edilen veriler SPSS 20.0 paket istatistik programı ile analiz edilmiştir. Öğrencilerin helal konseptli otellere ilişkin görüşleri ortalamalar dikkate alınarak değerlendirilmiş ve açılımlı faktör analizine tabi tutulan ölçme aracı 27 madde ve altı boyuta indirgenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Helal Turizm, Helal Konseptli Oteller, Turizm Öğrencileri, Bakış Açısı.

## **Perspective of Halal Hotels in Tourism Faculty Students**

**Citation/©:** Akkuş, Gülizar (2017). *Perspective of Halal Hotels in Tourism Faculty Students, Hitit University Journal of Social Sciences Institute, Year 10, Issue 1, June 2017, pp. 99-120*

**Abstract:** *The hotel has an important place in the concept of halal tourism, which has attracted great interest especially in recent years in terms of creating a new market. However, most of the limited empirical research has been limited to the expectations and perceptions of the guests staying in these hotels. In this research, it was aimed to contribute to the literature by determining the perspectives of the tourism faculty students on the concept of the halal hotels and the thoughts about the topic.*

*In the research, a survey form consisting of 36 questionnaires was created by following the development stages of Punch (2005)'s measurement tool. The universe of the research constitutes undergraduate students of Tourism Management and Gastronomy and Culinary Arts Department of Tourism Faculty of Atatürk University. The obtained data were analyzed with SPSS 20.0 packet statistics program. The opinions of the students regarding the halal hotels were evaluated considering the averages and the measurement tool subjected to exploratory factor analysis were reduced to 27 items and six dimensions.*

**Keywords:** *halal tourism, halal hotels, tourism students, perspective.*

### **I. GİRİŞ**

Helal turizm, Müslümanlara günümüz şartlarında İslami koşullara uygun tatil imkânı sağlayan çok yeni bir turizm olgusudur. Bazı yazarlar tarafından bir turizm türü olarak değerlendirilirken (Sarışık ve Pamukçu, 2016: 100), bazı yazarlar helal turizmin sadece bir anlayış ya da uygulama olabileceğini vurgulamaktadır (Boğan, Batman ve Sarışık, 2016: 1427). Helal turizm yeni bir kavram olmasına rağmen ortalama 100 ülkede bulunan yaklaşık 1.6 milyar Müslüman ile çok büyük bir pazar potansiyelini temsil etmektedir (Chookaew, Oraphan, Jirapa, Pingpis ve Sudarat, 2015: 740). Özellikle son yıllarda bu niş pazara yönelik talep oldukça artmış ve 2011 yılında toplam turizm harcamalarının %12,3'ünü oluşturmuştur. 2014 yılında 139 milyon Müslüman turizme katılmış ve 126,1 milyar dolarlık bir turizm kazancı elde edilmiştir (Akt. Özdemir, 2015: 58). 2015 yılında ise 117 milyon Müslüman turistin seyahat ettiği tahmin edilmektedir. 2020 yılına gelindiğinde, bu

rakamın 168 milyona çıkması öngörülmekte ve Müslüman yolcuların seyahat masraflarının 200 milyar doları aşması beklenmektedir (Comcec, 2016a: 25).

Dünyanın en yoğun 6. turizm bölgesi olan Türkiye ise, dünyada özellikle Müslüman dostu plajları ile lider konumda olup, 2014 yılında 3.5 milyondan fazla Müslüman turiste ev sahipliği yapmıştır. Bu rakamın 2020 yılında 5 milyonu aşması beklenmektedir (Comcec, 2016b: 107). Müslüman turistlerin en çok ziyaret ettiği ülkeler arasında ikinci sırada yer alan Türkiye, özellikle İran, Azerbaycan, Rusya ve Almanya'dan muhafazakâr turistleri çekmektedir (Dinar Standard, 2012). Türkiye gibi Müslüman ülkelerin yanında, Avustralya, Singapur, Fransa, Japonya, Filipinler, Yeni Zelanda ve Brezilya gibi ülkeler de dini hassasiyeti yüksek Müslüman turistlere uygun konaklama hizmeti sunmaktadır (Battour ve İsmail, 2016: 151; Mohsin, Ramli ve Alkhulayfi, 2016: 140).

Helal turizme katılan Müslümanlar, hangi destinasyonu ne sebeple tercih ederse etsin, seyahatinin tüm aşamalarında yaşam biçimini, tüketim ve eğlence anlayışını İslam dini esaslarına göre şekillendirmeye çalışır (Özdemir, 2015: 56). Bu sebeple gittiği ülkede ve kaldığı tesiste buna uygun bir ortamın oluşmuş olmasını arzular. Özellikle helal gıda üretimine dikkat edilen, ekonomik anlamda uygun ve Müslüman dostu uygulamalara önem veren destinasyonları, çevresi ve odaları temiz, samimi bir ortama sahip, helal gıda sunan, uygun konumdaki konaklama tesislerini tercih eder. Bununla birlikte tesiste ibadetlerini yerine getirmesini sağlayacak altyapının bulunması, alkolsüz çevre, özellikle bayanlar için yüzme olanağı gibi birçok kıstasa dikkat etmektedir (Dinar Standard, 2012: 10).

Turizm emek yoğun bir sektör olması sebebiyle, özellikle konaklama işletmelerinde istihdam edilecek gerek ortaöğretim gerekse lisans eğitilmiş bireylerin sektörü daha iyi bir konuma ulaştıracağı açıktır. Ancak bu sayede turizmde arzulanan hizmet kalitesine ulaşabilmesi mümkün görünmektedir. Çünkü ziyaretçilerin özellikle dikkat ettiği hususların başında çalışanların tutum ve davranışları gelir. Bu da ancak işin eğitimini almış, işin gereğini bilen kişiler ile sağlanabilir.

Geçmişten günümüze turizm eğitimi alan öğrencilerin sektöre ilişkin düşünceleri ve kaygıları birçok araştırmaya konu olmuştur. Özellikle sektör tecrübesi olan turizm öğrencilerinin yerinde gözlemleri ve tecrübeleri otellerin işleyişindeki aksaklıkları görmek açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır. Çünkü genellikle otellerde meslek hayatına alt seviyelerden başlayan turizm

öğrencileri, zaman ve tecrübe ile kademe atlamaktadır. Tüm bu süreçte yönetim kademesinden daha sık misafir ile iletişimde bulunması memnun kalınan ya da şikâyeteye konu olan durumları daha net bir şekilde görebilmesine imkân sağlamaktadır. Bu sebeple geleceğin yöneticileri olan turizm lisans öğrencilerinin çok yeni ancak güncel bir konsept olan helal oteller ile ilgili düşünceleri, algıları ve bakış açıları ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu sayede tarama esnasında tespit edilememiş bir araştırma ile literatüre katkı sunmak amaçlanmıştır.

## II. LİTERATÜR TARAMASI

### A. Kuramsal Çerçeve

Gelişen ve değişen tüketici istekleri her geçen gün yeni bir turizm anlayışının ya da yeni bir pazarın ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Özellikle son yıllarda Müslümanların turizm hareketlerine katılma oranlarının artmasına bağlı olarak, “*Helal turizm*”, “*İslami turizm*”, “*Muhafazakâr turizm*”, “*Mütedeyyin turizm*” gibi çeşitli isimlerle adlandırılan bir turizm hareketi doğmuştur (Hacıoğlu, Oflaz, Buzlukçu ve Kılıç, 2015: 490). İslami değerlere bağlı bir turizm anlayışı olan helal turizm, ilk defa 1970’li yıllarda gündeme gelmiştir. Suudi Arabistan ve Kuveyt’de bulunan Müslümanlardan ekonomik gücü yüksek olanların seyahat etmesi (Oflaz, 2015: 43-44) ile başlayan bu yeni yaklaşım artık birçok ülkenin dikkate aldığı önemli bir konu olmuştur. Hala kavramsal olarak tartışılan bu yeni turizm uygulaması birçok araştırmacı tarafından farklı şekilde yorumlanmış ya da tanımlanmıştır. Kavrama ilişkin en erken tanımlamalardan biri Din (1989)’in yaptığı, “*İslami motivasyona sahip turistlerin İslami ilkelere uygun gerçekleştirmiş olduğu turizm faaliyetidir.*” şeklindeki tanımlamadır (Akt. Boğan vd., 2016: 1429).

Henderson (2010: 247-248) helal turizmi; turizm eylemine ilişkin tüm ürün geliştirme ve pazarlama çabalarının İslam’ın emir ve yasakları çerçevesinde gerçekleştirilmesi olarak tanımlamıştır. Mansouri (2014: 20) ise helal turizmi turizmin temel faaliyet alanlarından yola çıkarak, Müslümanların helal ulaşım, helal yiyecek-içecek işletmeleri ve helal eğlence gibi imkânları bir araya getiren helal seyahat acentaları aracılığıyla helal konseptli konaklama işletmelerinde ağırlanması olarak ifade etmiştir. İSEDAK (Comcec, 2016a: 25) daha kapsayıcı olduğunu ileri sürerek “*Müslüman dostu turizm*” olarak adlandırdığı helal turizmi “*helal bilinçli turistlerin helal herhangi bir amaçla yaptığı seyahatler*” şeklinde tanımlamıştır.

Turizm kavramı bireyin yaşadığı yer dışında konaklamasına dayalı bir faaliyet olup, sektörün en önemli bileşenlerinden biri konaklama işletmeleri olarak görülmektedir. Helal turizm kapsamında seyahat eden insanların tatillerinin büyük bir kısmı da çeşitli konaklama tesislerinde geçer. Muhafazakâr konuklara hitap eden konaklama işletmeleri apart, pansiyon, villa vb. olabileceği gibi otellerde diğer tesislere nazaran daha ayrıcalıklı bir hizmet sunulabilmektedir. Helal konseptli bir villada özel havuz bulunabilirken, oteller denizin ayrıcalıklı bir şekilde kullanılabilmesi imkânını sunmaktadır.

Bu oteller, genellikle yabancı yazında “*Şeriat uyumlu otel*” ya da “*Şeriatu uygun otel*”, “*Müslüman dostu otel*”, Türkiye’de ise uygulamada “*Alternatif otel*”, “*Tesettür otel*”, “*Muhafazakâr otel*” ya da “*İslami otel*” olarak adlandırılmaktadır (Özdemir, 2015: 60). Ancak bazı yazarlar bu otellerin sadece “*Helal konseptli otel*” olarak adlandırılmasının uygun olacağını vurgulamaktadır (Boğan vd., 2016: 1428).

Helal konseptli oteller, helal turizme imkân veren bazı ayırt edici özelliklere sahip olmakla birlikte üç farklı yapıda hizmet vermektedir. Bunlar, dry, kısmen İslami kurallara uyumlu ve tamamen İslami kurallara uyumlu oteller olarak birbirinden ayrılır. Dry oteller, alkolsüz konaklama işletmeleri olup, sundukları hizmetin hiçbir aşamasında alkol ürünü bulunmamaktadır. Kısmen İslami kurallara uyumlu oteller, dry otellere ek olarak İslami niteliklere uygun ürün çeşitliliği daha fazla olan konaklama işletmeleridir. Tamamen İslami kurallara uyumlu oteller ise, tesis tasarımından finansal yapıya kadar tüm bileşenlerin İslami usullere uygun düzenlendiği tesislerdir (Saad, Ali ve Abdel-Ati, 2014: 1-2).

Helal konseptli oteller, hem İslami kurallara uyum açısından hem de hukuki özellikleri bakımından birbirinden ayrışsa da, aslında çoğu birbirine yakın bir hizmet sunmakta ve benzer özellikler taşımaktadır (Hacıoğlu vd., 2015: 490). Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminden geçen helal konseptli otellerde, alkollü içki servisi yapılmamakta ve disco ya da gece kulübü gibi birimler bulunmamaktadır. Bununla birlikte, bayanlara yine bayan çalışanlar hizmet vermekte ve bayanlar için ayrı havuz ve plaj imkânı sunulmaktadır. Genellikle ailelere hizmet veren bu otellere gayrimüslim turistler alınmamaktadır (Doğan, 2008: 389-391). Bu otellerde sadece helal gıdalar tüketilmekte, kumar, şans vb. oyunlarının oynanmasına izin verilmemektedir. Otel tuvaletleri ve yatakların kible yönüne gelmemesi, erkek ve kadın misafirler için yeterli büyüklükte mescitlerin bulunması, evlilik belgesi

olmayan çiftlerin otelde konaklamasına izin verilmemesi gibi birçok düzenleme yapılmaktadır (Özdemir, 2015: 275-276).

Türkiye’de ilk defa 1990’lı yıllarda başlayan Müslüman-dini turizm faaliyetleri ve buna bağlı olarak ortaya çıkan helal konseptli otel sayısında özellikle son yıllarda ciddi bir artış yaşanmaktadır (Özdemir ve Met, 2012: 323). Çoğu işletme mevcut tesisini muhafazakâr misafirlere de hitap edecek şekilde yeniden tasarlamakta, bazıları ise tamamen muhafazakâr kesime hitap edecek yeni oteller inşa etmektedir (Arpacı, Uğurlu ve Batman, 2008: 183). 2002 yılında sadece beş olan helal konseptli tesis sayısı, 2013 yılında 152’ye ulaşmıştır (Tekin, 2014: 760). Yapılan bir diğer araştırmada ise, 2015 yılı itibariyle Türkiye’de toplam 148 helal konseptli otel olduğu tespit edilmiştir. Bu otellerin çoğunun şehir oteli olduğu ve İstanbul’da bulunduğu, yaklaşık %22’sinin kıyı oteli, %8’inin ise termal otel olduğu belirlenmiştir. En fazla helal konseptli kıyı oteli Antalya’da iken, termal otelin ise Afyon’da olduğu gözlenmiştir (Pamukçu ve Arpacı, 2015: 319). Daha önce yapılan mevcut durum analizi araştırmalarında (Doğan, 2011: 480; Duman, 2011: 8) helal konseptli oteller, kıyı otelleri ve termal oteller olarak ikiye ayrılırken, bu araştırma ile şehir otellerinin de önemli bir payı olduğu gözler önüne serilmiştir.

İslami ilkelere uygunluğuna göre otellere birden yediye kadar hilal vermeye dayanan “*hilal*” sertifikasyon sisteminde, yedi hilal alan tesis tam anlamıyla İslami ilkelere uygun bir tesis olarak kabul edilmektedir (Boğan vd., 2016: 1436). 2012 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren iki otel işletmesinden biri 5 hilal almış, diğeri 7 hilal alarak dünyada yedi hilal alan ilk otel işletmesi olmuştur (Tekin, 2014: 762).

Helal konseptli oteller, pazardaki rakiplerine kıyasla çok daha yüksek fiyatlıdır. 2016 yılında Türkiye’de çoğunluğu beş yıldızlı olan helal konseptli otellerin geleneksel rakiplerine kıyasla %30 daha yüksek fiyat talep ettiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte fiyatlandırma hususunda bazı çelişkiler söz konusudur. Özellikle helal konseptli kıyı otelleri pazarında fiyatlandırma iki nedenden ötürü tutarsızlık göstermektedir. Birincisi, pazar niş bir pazardır ve çoğu otel muhafazakâr konuklardan daha yüksek ücret talep edebilmek amacıyla geleneksel otelcilikten helal konsepte dönüştürülmüştür. İkinci sebep ise pazara yeni giren bazı yatırımcıların tecrübesiz olması ve rastgele bir fiyatlandırma yoluna gitmesidir. Özellikle Bera otel, helal konseptli kıyı otelciliği pazarında fiyat belirleyici olarak bilinmektedir. Her bahar, o yılın

fiyatlarını açıklayan otelin ardından, diğer helal konseptli oteller fiyatlarını duyurmaktadır (Comcec, 2016b: 114-115).

## **B. Araştırma Soruları**

Literatür taraması ardından hem yerli hem yabancı yazında turizm fakültesi öğrencilerinin helal konseptli otellere bakış açısının değerlendirildiği herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple genel araştırma sorusu bunun üzerine kurulmuştur. Belirlenen bu genel soru çerçevesinde tımdengelim yoluyla yedi özel soruya ulaşılmıştır. Soru geliştirme aşamasında öncelikle olasılıklar üretilmiş, genel soru alt sorulara ayrılarak farklı sorular birbirinden ayrıştırılmıştır. Ardından bu sorular düzene sokularak odak noktası aşama aşama geliştirilmiştir. Bu aşamada turizm alanında çalışan akademisyenlerin de fikir ve görüşlerine başvurulmuştur. Bu sayede konu farklı bakış açıları ile daha derinlemesine tartışılmıştır.

Araştırmada belirlenen yedi özel soru şu şekildedir:

1. Turizm fakültesi öğrencileri helal konseptli otellerin müşteri profilini hakkında ne düşünmektedir?
2. Turizm fakültesi öğrencileri helal konseptli otellerin fiyatları hakkında ne düşünmektedir?
3. Turizm fakültesi öğrencilerinin helal gıdalara ilişkin düşünceleri nelerdir?
4. Turizm fakültesi öğrencileri helal konseptli otellerin taşınması gereken nitelikleri nasıl değerlendirmektedir?
5. Turizm fakültesi öğrencileri helal konseptli otellerin çalışma şartları ile ilgili ne düşünmektedir?
6. Turizm fakültesi öğrencilerinin helal konseptli otellere ilişkin kariyer beklentileri nedir?
7. Turizm fakültesi öğrencileri helal konseptli otellerde çalışma açısından turizm eğitiminin önemini nasıl değerlendirmektedir?

Hipotezler, araştırma sorularına önceden verilmiş bir yanıt niteliğindedir. Yani bir hipotez sunuluyorsa, araştırma sorusuna yanıt bulunacağını tahmin edilebileceği söylenir (Punch, 2005: 39-40). Bu sebeple araştırmada hipotez yerine araştırma sorusu ile ilerlemek daha uygun bulunmuştur.

### III. YÖNTEM

Helal turizm kavramı uluslararası alanda son on yıldır bilimsel araştırmalara sıkça konu olsa da, Türkiye’de bu alanda yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır (Pamukçu, Tanrısever ve Batman, 2015: 464; Boğan vd., 2016: 1426). Özellikle ampirik araştırmalar çok yeni olduğu için bu araştırmada nicel bir yöntem benimsenerek literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

#### A. Evren - Örneklem

Helal konseptli otellere yönelik yapılmış kısıtlı ampirik araştırmada genellikle otel misafirlerinin beklentileri ve algılarının incelendiği gözlenmiştir. Bu araştırmada ise helal konseptli otellere yönelik tamamen farklı bir grubun bakış açısı ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırmanın evrenini Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesinin, Turizm İşletmeciliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerinde aktif öğrenim gören 850 lisans öğrencisi (436’si Turizm İşletmeciliği, 414’i ise Gastronomi ve Mutfak Sanatları) oluşturmaktadır. Kabul edilebilir hata oranı %5 olmak üzere, %98 güven aralığında, örneklem sayısı 331 öğrenci olarak hesaplanmıştır (Ak, 2010: 69).

Cevaplama hataları ya da eksik doldurma olabileceği için toplam 360 anketin dağıtılması uygun bulunmuştur. 26 Aralık 2016-06 Ocak 2017 tarihlerinde turizm fakültesi öğrencilerine uygulanan anketler içerisinde eksik ve hatalı olanların elenmesi sonucu 13 anket değerlendirme dışı bırakılmış ve toplamda 347 anket geçerli kabul edilerek analize tabi tutulmuştur.

#### B. Veri Toplama Yöntemi

Tüm araştırma sürecinde Punch (2005)’in ölçme aracı geliştirme aşamaları takip edilmiştir. Ölçme tekniği olarak 5’li Likert yanıt formatının kullanılmasına karar verilmiştir. (1=*Tamamen katılmıyorum*–5=*Tamamen katılıyorum*). Araştırılan konunun çözümlenmesi, tartışma ve okumalar ile helal turizm literatürü göz önüne alınarak, belirlenen yedi soru başına en az üç ifade olacak şekilde bir anket formu oluşturulmuştur. Bunun sebebi, her bir soru için, yanıtlayıcıların geçerli biçimde yanıt verebilecekleri kadar çok ifadenin olması gerekliliğidir. Bununla birlikte ankette bazı sorular için daha fazla ifade kullanılmıştır. Öğrencilerin kaç ifadeyi yanıtlayabileceği göz önüne alınarak, bir pilot uygulamada kullanılacak kadar çok sayıda değişkene yer verilmeye çalışılmıştır (Punch, 2005: 93).



Belirlenen yedi araştırma sorusuna ilişkin 36 ifadeden oluşan bir ölçme aracı geliştirilmiştir. İlk iki araştırma sorusuna binaen ortaya konan ifadeler turizm alanında çalışan akademisyenler ile yapılan görüşmeler neticesinde ortaya çıkmıştır. Üçüncü araştırma sorusu olan öğrencilerin helal gıdalara yönelik düşüncelerini ölçmeyi amaçlayan ifadelerde Baran, Batman ve Yıldız (2016: 59)'ın çalışmasından faydalanılmıştır. Dördüncü araştırma sorusuna ilişkin anket ifadeleri oluşturulurken, Dinar Standard (2012)'ın Müslüman turistlerin konaklama işletmesi tercihine yönelik sıraladığı kriterler göz önüne alınarak, akademisyen görüşleri ile birlikte sekiz ifade ortaya konmuştur. Son üç araştırma sorusu için Aymankuy ve Aymankuy (2013)'un çalışmasından faydalanılmış ve ifadeler helal konseptli otel işletmelerine uyarlanarak bazı eklemeler yapılmıştır. Helal konseptli otellerin çalışma şartlarına ilişkin üç, öğrencilerin kariyer beklentilerine ilişkin bir ifade eklenmiştir.

Anket formuna öğrencileri tanımlayıcı bir kısım da eklenmiştir. Okudukları bölüm, kendilerini muhafazakâr olarak tanımlayıp tanımlamadıkları, daha önce helal konseptli bir otelde çalışmış ya da staj yapmış olma durumları ve çalışmak isteme sebeplerine ilişkin sorular eklenmiştir. Bu aşamanın ardından akademisyenler ile tekrar irtibat kurularak ifadelerin uygunluğunu ve anlaşılabilirliğini belirtmeleri istenmiştir. Yorumlara bakılarak netliği artırmak amacıyla bazı ifadeler değiştirilmiş ve yoğun bir çalışma sonucu anket formuna son hali verilmiştir.

### **C. Ön Çalışma**

Geneli yansıtabilecek bir grup öğrenciye sorular aktarılmış ve öğrencilerin soruları anlaşılır bulup bulmadıkları ve kolaylıkla yanıt verip veremedikleri gözlenmiştir. Öğrencilerin yanıtlarının karşılığını ölçmek üzerinde bulmakta zorlanıp zorlanmadığına da dikkat edilmiştir. Bu sayede gruptakilerin her bir soruya attığı anlam ile sorular hazırlanırken göz önünde bulundurulmuş anlamlar karşılaştırılmıştır.

Gözlemler ardından, araştırma örneğini temsil edecek başka bir grup öğrenci ile (30 kişi) pilot çalışma yapılmıştır. Pilot araştırma öncesinde öğrencilerin helal konseptli otellere ilişkin bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuş ve bilgi sahibi olduğunu söyleyen öğrencilere tamamen gönüllülük esasına dayalı olarak anketler dağıtılmıştır. Toplanan anketlerden elde edilen veriler SPSS istatistik paket programına aktarılmış ve ölçme aracının güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı göz önüne alınarak 86.8 olarak tespit edilmiştir.

#### **D. Verilerin Analizi**

Anket formu analize tabi tutulan 347 öğrencinin 186'sı Turizm İşletmeciliğinde, 161'i Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde okumaktadır. Öğrencilerin %61'i kendisini muhafazakâr olarak tanımlarken, %39'u bu soruya hayır cevabını vermiştir. Daha önce helal konseptli bir otelde staj yapmış ya da çalışmış öğrenci sayısı sadece 15 olup, *çevrenizde helal konseptli bir otelde çalışmış ya da çalışan biri var mı?* sorusuna 55 kişi evet yanıtını vermiştir. Daha önce helal konseptli bir otele çalışmak için başvurmuş ancak başvurusu kabul edilmemiş öğrenci sayısı ise 6'dır.

Öğrencilere helal konseptli bir otelde çalışmayı isteme nedenleri sorulmuş ve 160 öğrenci çalışmayı hiç düşünmediğini belirtmiştir. Bununla birlikte, öğrencilerin %18'i "*ailem daha rahat onaylar*", %15'i "*görüşüme daha yakın*", %11'i "*koşulları daha uygun*", %3'ü "*daha önce çalışan tanıdıklarım var*" ve %7'si diğer seçeneğini işaretlemiştir. Diğer seçeneğini işaretleyen öğrencilerden ikisi, seçeneği seçme sebebi olarak "*kendimi daha rahat hissederim*" ifadesini kullanmış, öğrencilerden bazıları "*daha rahat ibadet edebilirim*", "*merak ediyorum*" ya da "*alkol olmadığı için daha uygun*" şeklinde yorumlarda bulunmuştur. Bununla birlikte "*maaşlar daha fazla olduğu için*" çalışmayı istediğini belirten bir öğrenci de bulunmaktadır. Turizm fakültesi öğrencilerinin helal konseptli otellere bakış açısını tespit etmek amacıyla oluşturulan ölçme aracında yer alan tüm değişkenlerin ortalama ve standart

**Tablo 1.** Ölçme Aracındaki Değişkenlerin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

		<b>Ort.</b>	<b>Std. Sap.</b>
1	Günümüzde insanların helal konseptli otelleri daha fazla tercih ettiğini düşünüyorum.	2,58	1,097
2	Helal konseptli otellere mahremiyetine düşkün insanların gittiğini düşünüyorum.	3,84	1,233
3	Helal konseptli otelleri muhafazakâr olmayan insanlar da tercih edebilir.	3,28	1,065
4	Helal konseptli oteller diğer otellere göre çok daha yüksek fiyatlardır.	2,97	1,088
5	Helal konseptli otellerin gelir düzeyi yüksek kesime hitap ettiğini düşünüyorum.	2,82	1,196
6	Helal konseptli otellere gelir düzeyi yüksek kişiler gitmektedir.	2,97	2,489
7	Helal konseptli otellerde sunulan gıdalar helal olduğu için içim daha rahattır.	3,82	1,232
8	Çalıştığım otelde helal gıda tüketilmesi benim için önemlidir.	3,98	1,236
9	Helal olmayan gıdalardansa helal gıdaları tüketmeyi tercih ederim.	4,19	1,169
10	Helal konseptli oteller doğayla iç içe olmalıdır.	3,43	1,114
11	Helal konseptli oteller çevreye duyarlı olmalıdır.	4,13	1,017
12	Helal konseptli otel çalışanları daha güler yüzlü ve misafirperver olmalıdır.	3,93	1,202
13	Çeşitli aktiviteler için helal konseptli oteller uygun konumda olmalıdır.	3,97	1,057
14	İbadetlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli altyapıya sahip olmalıdır.	4,37	1,007
15	Bayanlar için ayrı alanlarda sosyal aktivite imkânları olmalıdır.	4,21	1,138
16	Helal konseptli otellerde hayvanların kullanıldığı gösteriler yapılmamalıdır.	3,37	1,352
17	Helal konseptli otellere kedi, köpek gibi hayvanlar alınmamalıdır.	2,81	1,284
18	Helal konseptli otellerin çalışma şartları daha iyidir.	2,93	1,064
19	Helal konseptli otellerde çalışmak diğer otellerde çalışmaktan daha yorucu değildir.	2,90	1,091
20	Helal konseptli otellerde çalışmak daha huzur vericidir.	3,29	1,189
21	Helal konseptli otellerde çalışma saatleri daha düzenlidir.	2,93	1,015
22	Helal konseptli otellerde daha adil bir ücretlendirme olacağını düşünüyorum.	3,19	1,193
23	Helal konseptli otellerde çalışmanın toplumda bir saygınlığı vardır.	3,15	1,212
24	Helal konseptli otellerde alkol tüketimi olmadığı için daha rahat çalışabilirim.	3,65	1,303
25	Helal konseptli otellerde çalışmak daha güvenlidir.	3,32	1,211
26	Helal konseptli oteller bayanların çalışması için daha uygundur.	3,37	1,230

27	Helal konseptli oteller erkeklerin çalışması için daha uygundur.	3,08	1,142
28	Helal konseptli otellerde ortak kullanım alanlarında çalışmak istemem.	2,81	1,134
29	Mezun olunca helal konseptli bir otelde çalışmak isterim.	3,27	1,194
30	Helal konseptli otellerin işleyişindeki farklılıklara uyum sağlayabilirim.	3,59	1,072
31	Helal konseptli bir otelde uzun yıllar çalışabilirim.	3,33	1,185
32	Helal konseptli bir otelde yönetici pozisyonuna gelebilirim.	3,50	1,159
33	Helal konseptli otelde çalışan biri ile evlenmek isterim.	2,92	1,196
34	Helal konseptli otellerde çalışmak için lisans turizm eğitimi almak gerekir.	3,40	1,273
35	Helal konseptli otellerde yönetici olmak için lisans turizm eğitimi almak gerekir.	3,61	1,248
36	Lisans düzeyinde turizm eğitimi almak helal konseptli bir otelde çalışmamı kolaylaştırır.	3,57	1,243
<b>Cronbach Alpha: ,923</b>			

sapma değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Öğrencilerin helal konseptli otellere ilişkin düşünceleri değerlendirildiğinde 9, 11, 14 ve 15. ifadeler çoğunun katıldığı belirlenmiştir. “*Helal olmayan gıdalardansa helal gıdaları tüketmeyi tercih ederim.*” ifadesi dışındaki diğer üç ifade helal konseptli otellerin taşınması gerekli niteliklere ilişkin ifadelerdir. Öğrenciler helal konseptli otellerin çevreye duyarlı olması, ibadetlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli altyapıya sahip olması ve bayanlara özel aktiviteler sunulması hususlarının gerekliliğine katılmıştır.

Öğrenciler özellikle helal konseptli otel müşterilerinin profili ve otel fiyatları ile ilişkili olan 1, 4, 5 ve 6. ifadeler katılmamıştır. Yani öğrencilerin helal konseptli otellerin yüksek fiyatlı olmadığını ve sadece gelir düzeyi yüksek kesime hitap etmediğini düşündüğü söylenebilir. Bununla birlikte öğrenciler otele kedi, köpek gibi hayvanların alınmamasına da katılmamıştır. Helal konseptli otellerin çalışma şartlarına ilişkin verilen 18, 19 ve 21. ifadeler de katılmadığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin genellikle sektörün çalışma şartlarını ağır bulduğu bilinen bir gerçek olmakla birlikte, helal konseptli otellerin de bundan çok farklı olmadığını düşündüğü söylenebilir. Öğrenciler “*Helal konseptli otellerde ortak kullanım alanlarında çalışmak istemem*” şeklinde verilen ifadeye de katılmamıştır.

Buradan yola çıkarak öğrencilerin bu yönde bir talebinin olmadığı çıkarımı yapılabilir. Bunlara ek olarak, “*Helal konseptli otelde çalışan biri ile evlenmek isterim.*” ifadesine de katılım düzeyinin düşük olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin 2, 7, 8, 12, 13, 24, 30, 35 ve 36. ifadelerine verdiği cevaplar göz önüne alındığında, kararsızlık göstermekten ziyade fikre katılmaya daha yakın olduğu gözlenmiştir. Ancak yukarıda bahsi geçmeyen diğer tüm ifadeler konusunda bir kararsızlık yaşadığı tespit edilmiştir.

Ankette yer alan ifadelerin güvenilirlikleri Cronbach's Alpha değeri göz önüne alınarak hesaplanmış ve 92.3 olarak bulunmuştur. Bu değer 1'e yakın çıkması ankette kullanılan ifadelerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

### **1. Ölçme Aracına Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi**

Yapılan açımlayıcı faktör analizi öncesinde verilerin dağılımı incelenmiş olup, çarpıklık ve basıklık katsayıları değerlendirilmiştir. Bu değerler -1.5 ile +1.5 arasında olduğu için verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir. Analizde açıklayıcı model olarak temel bileşenler analizi ve varimax döndürme seçenekleri kullanılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi uygulanmadan önce örneklem büyüklüğünün faktör analizine uygunluğunu gösteren KMO değeri hesaplanmış ve 0,916 olarak bulunmuştur. Bulunan bu değer, örneklem büyüklüğünün yapılacak faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Verilerin faktör analizine uygunluğunu tespit eden Bartlett's Sphericity testi anlamlı ( $p < 0.000$ ) bulunmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenler arasındaki ilişki kat sayılarına ve değişkenlerin Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Faktör analizi neticesinde faktör yükü .30'ın altında kalan ve düşük ilişki katsayısına sahip dokuz madde analizden çıkarılmıştır.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, faktör analizi sonucunda ölçme aracı 27 madde ve altı boyuttan oluşmuştur. Faktörlerdeki maddelerin ifade ettiği anlamlar doğrultusunda Faktör 1: Helal gıda, Faktör 2: Otel konsepti, Faktör 3: Çalışma şartları, Faktör 4: Kariyer, Faktör 5: Eğitim ve Faktör 6: Fiyat olarak isimlendirilmiştir. Genel olarak altı faktörün varyansı toplam açıklama oranı ise %64,860 olarak elde edilmiştir. Faktörlerin varyansı açıklama oranlarına bakıldığında, helal gıda faktörünün daha yüksek bir açıklama oranına sahip olduğu görülmektedir.

Ölçme aracını oluşturan altı faktörün güvenilirlikleri değerlendirildiğinde, helal gıda faktörünün 0,853, otel konsepti faktörünün 0,856, çalışma şartları faktörünün 0,878, kariyer faktörünün 0,879, eğitim faktörünün 0,870 ve fiyat faktörünün 0,594 olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** Ölçme Aracına İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

<b>Faktörler ve Değişkenleri</b>	<b>Faktör Yüklü</b>	<b>Öz Değer</b>	<b>Varyansın Açıklanma Oranı</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
<b>Faktör 1 - Helal Gıda</b>		4,981	17,176	0,853
Sunulan gıdalar helal olduğu için içim daha rahattır.	0,615			
Helal gıda tüketilmesi benim için önemlidir.	0,674			
Helal olmayan gıdalardansa helal gıdaları tüketmeyi tercih ederim.	0,760			
<b>Faktör 2 - Otel Konsepti</b>		4,447	15,333	0,856
Helal konseptli oteller çevreye duyarlı olmalıdır.	0,778			
Çalışanlar daha güler yüzlü ve misafirperver olmalıdır.	0,598			
Helal konseptli oteller uygun konumda olmalıdır.	0,715			
İbadetlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli altyapıya sahip olmalıdır.	0,824			
Bayanlar için ayrı alanlarda sosyal aktivite imkânları olmalıdır.	0,815			
<b>Faktör 3 - Çalışma Şartları</b>		3,655	12,605	0,878
Çalışma şartları daha iyidir.	0,721			
Diğer otellerde çalışmaktan daha yorucu değildir.	0,663			
Çalışmak daha huzur vericidir.	0,682			
Çalışma saatleri daha düzenlidir.	0,805			
Daha adil bir ücretlendirme vardır.	0,685			
Çalışmanın toplumda bir saygınlığı vardır.	0,632			
Çalışmak daha güvenlidir.	0,583			
Erkeklerin çalışması için daha uygundur.	0,547			
<b>Faktör 4 - Kariyer</b>		2,371	8,177	0,879
Mezun olunca helal konseptli bir otelde çalışmak isterim.	0,708			
İşleyişindeki farklılıklara uyum sağlayabilirim.	0,729			
Uzun yıllar çalışabilirim.	0,812			
Yönetici pozisyonuna gelebilirim.	0,749			
Çalışan biri ile evlenmek isterim.	0,649			
<b>Faktör 5 - Eğitim</b>		2,019	6,962	0,870
Çalışmak için lisans turizm eğitimi almak gerekir.	0,835			
Yönetici olmak için lisans turizm eğitimi almak gerekir.	0,848			
Lisans düzeyinde turizm eğitimi almak helal konseptli bir otelde çalışmamı kolaylaştırır.	0,727			
<b>Faktör 6 - Fiyat</b>		1,336	4,608	0,594
Diğer otellere göre çok daha yüksek fiyatlıdır.	0,865			
Gelir düzeyi yüksek kesime hitap etmektedir.	0,883			
Gelir düzeyi yüksek kişiler gitmektedir.	0,641			

Açıklanan Varyans: 64,860; KMO: 0,916; Bartlett Testi:  $p < ,000$

Tüm faktörlerin Cronbach's Alpha değerlerinin sosyal bilim araştırmaları için güvenilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir. İlk beş faktörün güvenilirliği 0,80'in üzerinde olup, oldukça yüksektir. Fiyat faktörünün güvenilirlik seviyesi ise kabul edilebilir sınırlar içerisinde.

## 2. Nominal Ölçekli Sorular ve Açık Uçlu Soruların Yorumlanması

Ölçme aracı geliştirme aşamasında akademisyenler ile yapılan görüşmeler sonucunda, öğrencilere helal konseptli otellere ilişkin beş adet nominal ölçekli soru sorulabileceği düşünülmüştür. Bununla birlikte konuya ilişkin eklemek istedikleri bir şey olup olmadığını öğrenebilmek amacıyla bir açık uçlu soru sorulmuştur. Nominal ölçekli sorular ve cevaplayıcıların verdiği yanıtlar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

**Tablo 3.** Helal Konseptli Otellere İlişkin Nominal Sorular ve Verilen Yanıtlar

		<b>Evet</b>	<b>%</b>	<b>Hayır</b>	<b>%</b>
<b>1</b>	Sizce Türkiye'deki mevcut helal konseptli oteller talebi karşılıyor mu? Altyapı yeterli mi?	96	27,7	250	72,0
<b>2</b>	Türkiye'deki helal konseptli oteller yeterli derecede yerli ya da yabancı turist çekebilir mi?	197	56,8	149	42,9
<b>3</b>	Türkiye'deki helal konseptli oteller yatırımcıların dikkatini çekiyor mu?	146	42,1	200	57,6
<b>4</b>	Helal konseptli otellerin artması dış ülkelerin bize karşı bakış açısını değiştirir mi? Ülke imajında olumlu bir değişiklik olur mu?	235	67,7	111	32,0
<b>5</b>	Helal konseptli otellerin artması ile birlikte muhafazakâr insanlar için iş olanağı artar mı?	309	89,0	37	10,7

Sorulan sorulara alınan yanıtlar neticesinde, turizm fakültesi öğrencilerinin çoğunun (%72) Türkiye'deki helal konseptli otellerin talebi karşılayamadığını düşündüğü ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin az bir farkla Türkiye'deki helal konseptli otellerin yeterli ölçüde turist çekebileceğini düşündüğü görülmüştür. Bu otellerin yatırımcıların dikkatini çekip çekmediği sorulduğunda, yine az bir farkla "hayır" seçeneğinin öne geçtiği gözlenmektedir. Helal konseptli otellerin ülke imajında olumlu bir değişiklik yaratıp yaratmayacağına 235 öğrenci "evet" cevabını verirken, bu otellerin artmasına paralel olarak muhafazakâr insanlar için iş olanağının artıp artmayacağı konusuna ise %89'u "evet" cevabını vermiştir.

Öğrencilerden 59'u "Helal konseptli otellere ilişkin eklemek istediğiniz herhangi bir görüşünüz var mı?" şeklinde sorulan açık uçlu soruya yanıt vermiştir. Öğrenci yanıtlarının ortak noktaları değerlendirilerek olumlu ve olumsuz yorumlar olmak üzere iki kategoriye ayrılmıştır. 24 öğrenci helal konseptli otellerin sayısının artırılması, yaygınlaştırılması ya da yatırımcıların desteklenmesi konusu üzerinde durmuştur. 10 öğrenci helal konseptli otellere

ilişkin reklam çalışmalarının yapılması gerektiğinden bahsetmiş ve bir öğrenci özellikle Arap turistlere yönelik tanıtım çalışmalarının önemini vurgulamıştır. 3 öğrenci helal konseptli otellerde çalışma fırsatı bulabilmeyi çok istediğine değinmiştir. Münferit bazı öğrenciler ise genç turizmcilerin bu konuda bilgilendirilmesi gerektiğinden, çalışanlara otel yönetmeliğine dair bilgi verilmesi gibi çok değişik konularda fikir beyan etmiştir.

Helal konseptli otellere ilişkin olumsuz görüş olarak değerlendirilebilecek yorumlardan ilki, 9 öğrencinin bu otellere ihtiyaç olmadığına, artmaması ya da azalması gerektiğine ilişkin ifadeleri olmuştur. Bununla birlikte 6 öğrenci otel fiyatlarının oldukça yüksek olduğundan ve farklı gelir seviyesindeki insanlara da hitap etmesi gerektiğinden bahsetmiştir. Bazı öğrenciler ise bireysel olarak hizmet kalitesinin kötü olduğunu, iş imkânının ve diğer otellere göre personelin kendini geliştirme imkânının oldukça kısıtlı olduğunu belirtmiştir. Bunların yanı sıra 5 öğrenci helal konseptli oteller ile birlikte insanların ayrıştırıldığını ve bunun kutuplaşmaya sebebiyet vereceğini belirtmiştir. Bir öğrenci bu otellerde özellikle bayanlara sunulan imkânların erkeklere nazaran çok daha kısıtlı olduğunu ve hizmette eşitsizlik yarattığını ifade etmiştir.

#### **IV. BULGULAR VE TARTIŞMA**

Özellikle son yıllarda yeni bir yaklaşım olması sebebiyle büyük ilgi uyandıran helal turizm konsepti içerisinde oteller önemli bir yer tutmaktadır. Bu araştırma ile turizm eğitimi alan öğrencilerin yeni turizm yaklaşımlarına bakış açılarını ortaya koymak, geleceğin otel yöneticileri olabilecek kişilerin helal konseptli otellere ilişkin düşüncelerini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda helal konseptli otellere yönelik yaratıcı fikir ve düşüncelerin ya da eleştirilerin ortaya çıkabileceği düşünülmüştür.

Araştırma esnasında öğrencilerin çoğu kendini muhafazakâr olarak tanımlarken, çok azının helal konseptli otellerde çalışma fırsatı bulduğu görülmektedir. Bununla birlikte, öğrencilerin neredeyse yarısı daha önce helal konseptli bir otelde çalışmayı düşünmediğini ifade etmiştir. Öğrenciler ankete katılmadan önce helal konseptli otellere ilişkin bir takım bilgilere sahip olduklarını belirtmiştir, bu durum aslında böyle bir oluşumdan haberdar olduklarını ancak belki de tutundurma faaliyetlerinin yetersizliği sebebiyle konuya hiç odaklanamadıklarını göstermektedir. Özellikle eklemek istedikleri bir şey olup olmadığı sorulduğunda öğrencilerden bazıları helal konseptli otellerin reklam ve tanıtım faaliyetlerini arttırmaları gerektiğine değinmiştir.



Bu durum öğrencilerin bilgilenmek istediği ve bu sayede helal konseptli otellerde çalışmayı düşünebileceği şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %60'ı muhafazakâr olduğu için, helal konseptli otellerde daha rahat bir çalışma ortamı bulabileceğini düşünmektedir. Gerek ibadetlerini rahatlıkla gerçekleştirebilme, gerekse alkol tüketiminin olmaması sıraladıkları avantajlar arasındadır. Yani helal konseptli otel müşterileri gibi, geleceğin çalışanları olacak öğrencilerde dini hassasiyetlerine dikkat ederek, kendilerine uygun bir çalışma ortamı bulmayı istemektedir.

Helal konseptli otel müşterilerinin beklentilerinden yola çıkarak hazırlanan otel konseptine dayalı sorulara öğrencilerin de çoğunlukla katıldığı gözlenmektedir. Yani muhafazakâr kesime hitap eden otellere yönelik müşteri ve öğrenci beklentilerinin uyduğu söylenebilir.

Öğrencilerin helal konseptli otel müşterileri profili ve otel fiyatları ile ilgili ifadeler katılmadığı tespit edilmiştir. Bu durum, genel algının aksine öğrencilerin helal konseptli otelleri yüksek fiyatlı bulmadığını göstermektedir. Ayrıca turizm fakültesi öğrencileri otellerin sadece gelir düzeyi yüksek kesime hitap etmediğini ancak mahremiyetine düşkün insanların bu otelleri daha fazla tercih ettiğini düşündüğü görülmektedir.

Öğrencilerin diğer otellere nazaran helal konseptli otellerin çalışma şartlarının daha iyi ya da daha adil olabileceği yönünde sorulan sorulara katılmadığı görülmüştür. Öğrencilerin genellikle sektörün çalışma şartlarını ağır bulduğu bilinen bir gerçek olmakla birlikte, helal konseptli otellerin de çok farklı olamayacağını düşündüğü söylenebilir. Bununla birlikte, araştırma sonuçları ışığında, öğrencilerin helal konseptli otellerdeki ortak kullanım alanlarında çalışma konusunda sıkıntı yaşamayacakları da belirtilebilir.

Helal konseptli otellerde helal gıdalar sunulması da öğrenciler tarafından önemli bulunmuş ve bu sayede içlerinin daha rahat olacağını beyan etmişlerdir. Bununla birlikte helal konseptli otellerin işleyişindeki farklılıklara uyum sağlamak zorlanmayacaklarını ifade etmişlerdir. Lisans düzeyinde turizm eğitimi almanın helal konseptli otellerde çalışmayı kolaylaştıracağını ve yönetici düzeyine gelebilmek için lisans turizm eğitimi almış olunmasının gerektiğine çoğu katılmıştır. Bu ifadelerden yola çıkarak, fakülte öğrencilerinin sektöre girişte gerekli turizm eğitiminin alınmasını önemseddiği söylenebilir.

Araştırmaya katılan turizm fakültesi öğrencilerinin %72'si, Türkiye'deki helal konseptli otellerin nicelik açısından talebi karşılayamadığını düşünmektedir. Buna binaen bazı öğrenciler, helal konseptli otellerin sayısının arttırılması, yaygınlaştırılması ya da yatırımcıların desteklenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte yapılacak reklam ve tanıtım faaliyetlerinin de yararlı olacağını vurgulamıştır.

Öğrencilerin %56'sı Türkiye'deki helal konseptli otellerin yeterli derecede yerli ve yabancı turist çekebileceğini düşünmektedir. Hatta ülke imajında olumlu yönde bir değişim gerçekleşeceğine inanmaktadır. Öğrencilerin çoğunun helal konseptli otellerin artması ile muhafazakâr insanlar için iş olanağının da artacağını belirtmesi, bu yatırımların desteklenmesi gerektiğine yönelik görüşünü desteklemektedir.

Ancak bazı öğrencilerin helal konseptli otellere ilişkin öne sürdüğü problemlerin özellikle üzerinde düşünülmesi gerekir. Öğrencilerden birinin belirttiği, "*diğer otellere göre personelin kendini geliştirme imkânı oldukça kısıtlı*" şeklindeki ifade bunlardan birisidir. Turizm fakültesi öğrencileri bir konaklama işletmesinde bulunan tüm departmanlara ilişkin gerekli eğitime tabi tutulmaktadır. Diğer tüm otelerde bulunan bar departmanına yönelik alınan eğitim de bunlardan biridir. Ancak helal konseptli otelerde bu departmana ilişkin öğrendiklerini uygulama imkânı bulamayacaklardır. Tabi ki öğrencinin tercihi burada esastır. Öğrenci bu departmana ilişkin gerekli bilgiyi alsa dahi bunu uygulamaya dökmeyi istemeyebilir.

Benzer şekilde bir öğrenci de daha önce çalıştığı helal konseptli bir oteli eleştirerek, otelde sadece bayanlara hizmet veren bir disco bulunduğunu ve bunun muhafazakâr insanlara hitap eden bir otelde uygulanmasının ne kadar doğru olduğunu vurguladığı görülmüştür. Buradan yola çıkarak, henüz helal konseptli otellerin de bir kavram karmaşası yaşadığı söylenebilir. Birçok helal konseptli otel disco gibi eğlence hizmetleri vermezken, bazılarının bu çeşitliliği yaratmaya çalışması tartışma konusudur.

Öğrencilerden biri eleştirel bir yaklaşımla, helal konseptli otelerde bayanlara sunulan imkânların erkeklere nazaran çok daha kısıtlı olduğunu ve hizmette eşitsizlik yarattığını ifade etmiştir. Özellikle helal konseptte çalışan bir otelde bayanlara sunulan plaj ve deniz olanaklarının erkeklere sunulan hizmete kıyasla oldukça vasat olduğunu belirtmiştir. Aslında bu durum önemle üzerinde durulması gereken bir konudur. Çünkü çift olarak gelen bireylerin

ya da münferit gelen bayan konukların da aynı derecede memnun edilmesi gerekmektedir.

Bazı öğrenciler ise turizm öğrencilerinin helal konseptli otellere ilişkin bilgilendirilmesi gerektiğinden bahsetmiştir. Bu çalışmada özellikle helal konseptli otellere ilişkin bilgi sahibi olan öğrenciler seçilmiş olsa da, turizm öğrencilerinin konuya ilişkin bilgilerinin oldukça kısıtlı olduğu gözlemlenmiştir.

Helal turizm oldukça yeni bir yaklaşım olup, helal konseptli oteller çok yeni bir uygulama alanıdır. Bu sebeple yapılacak her araştırma konunun daha açık bir şekilde değerlendirilmesine olanak sağlayacak ve bilgi birikimini arttıracaktır. Özellikle konuya ilişkin uygulamalı araştırmalar oldukça kısıtlı olduğu için literatüre katkı sağlamak oldukça önemlidir. Gelecekte öğrencilerin helal konseptli otellere ilişkin bakış açısını tespit etmeye yönelik yapılacak araştırmalarda farklı bir bölgedeki turizm lisans öğrencileri değerlendirilebilir. Bununla birlikte, lisansüstü düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler ile konuya ilişkin derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilebilir. Ayrıca, farklı iki turizm bölgesinde eğitim almış turizm öğrencilerinin bakış açıları karşılaştırılarak katkı sağlanabilir.

## **Teşekkür**

Araştırma süresince destek veren Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerine teşekkürü bir borç bilirim.

## **REFERANSLAR**

- AK, B. (2010). *Hipotez Testi*. İçinde Şeref Kalaycı (Ed.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, (ss. 65-72), Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- ARPACI, Ö., Uğurlu, K. ve Batman, O. (2008). "Helal Konseptli Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Müşteri Şikâyetleri Üzerine Bir Araştırma", *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 11, ss. 181-198.
- AYMANKUY, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). "Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektöründeki İstihdamla İlgili Görüşleri ve Sektördeki Kariyer Beklentileri (Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği)", *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 35, ss. 1-21.
- BARAN, Z., Batman, O., Yıldız, M. S. (2016). "Otel Müşterileri Helal Gıdayı Nasıl Algılıyor?", [Bildiri]. *I. Uluslararası Turizm ve Mikrobiyal Gıda Güvenliği Kongresi, 21-23 Nisan 2016*, (ss. 55-63), Antalya.
- BATTOUR, M. ve İsmail, M. N. (2016). "Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future", *Tourism Management Perspectives*, Cilt: 189, ss. 150-154.

- BOĞAN, E., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2016). "Helal Turizmin Kavramsal Çerçevesi ve Türkiye'deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme", [Bildiri], *3rd International Congress of Tourism & Management Researches, 20-22 Mayıs 2016*, (ss. 1425-1440), Antalya: Adra Yayıncılık.
- CHOOKAEW S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P. ve Nimpaya, S. (2015). "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country", *Journal of Economics, Business and Management*, Cilt: 3, Sayı: 7, ss. 739-741.
- DİNAR STANDARD. (2012). *Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape and Consumer Need Study for Airlines, Destinastions, Hotels & Resorts Executive Summary*, (Erişim adresi: <http://www.Dinarstandard.Com/Travel-Study/>), (Erişim tarihi: 22.10.2016).
- DOĞAN, M. (2008). "Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi Bağlamında Türkiye'de İslami Turizm", [Bildiri], *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 17-19 Nisan 2008*, (ss. 388-392), Balıkesir.
- DOĞAN, M. (2011). "Türkiye'de İslami Turizm'in Gelişimi: 2002-2009". *Political Economy, Crisis and Development*, London: IJOPEC Publication, ss. 471-478.
- DUMAN, T. (2011). "Value of Islamic Tourism Offering: Perspectives from the Turkish Experience", [Bildiri], *World Islamic Tourism Forum (WITF), 12-13 Temmuz 2011*, (ss. 2-18), Kuala Lumpur: Malezya.
- HACIOĞLU, N., Ofaz, M., Buzlukçu, C. ve Kılıç, A. (2015). "Yerli Turistlerin Helal (Muhafazakâr) Konseptli Otelere Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Termal Otelleri Örneği", [Bildiri], *1. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi Güncel Konular, Eğilimler ve Göstergeler (EITOC-2015)*, (ss. 489-502), Konya: Aybil Yayınları.
- HENDERSON, J. C. (2010). "Sharia-Compliant Hotels", *Tourism and Hospitality Research*, Cilt: 10, Sayı: 3, ss. 246-254.
- MANSOURI, S. (2014). "Role of Halal Tourism Ideology in Destination Competitiveness: A Study on Selected Hotels in Bangkok, Thailand", [Bildiri], *International Conference on Law, Education and Humanities (ICLEH'14), 30-31 Ocak 2014*, (ss. 20-23), Pattaya: Thailand.
- MOHSİN, A., Ramlı, N. ve Alkhulayfi, B. A. (2016). "Halal Tourism: Emerging Opportunities". *Tourism Management Perspectives*, Cilt: 19, ss. 137-143.
- OFLAZ, M. (2015). *Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Alguları*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- ÖZDEMİR, H. (2015). *Muhafazakâr Otel Müşterilerinin Otel İşletmelerinde Aradıkları Özelliklerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara.
- ÖZDEMİR, I. M. ve Met, O. (2012). "The Expectations of Muslim Religious Customers in The Lodging Industry: The Case of Turkey". *Current Issues in Hospitality and Tourism Research and Innovations*, ss. 323-327.
- PAMUKÇU, H. ve Arpacı, Ö. (2015). "Helal Konseptli Otel İşletmeleri: Türkiye'deki Mevcut Durum Üzerine Bir Araştırma", [Bildiri], *1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, 19-21 Kasım 2015*, (ss. 319-331), Kastamonu.
- PAMUKÇU, H., Tanrısever, C. ve Batman, O. (2015). "Turizmde Yeni Eğilimler", [Bildiri], *2. Uluslararası Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongresi, 01-03 Mayıs 2015*, (ss. 457-475), Kuşadası-Aydın, Antalya: Adra Yayıncılık.
- PUNCH, K. F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş -Nicel Ve Nitel Yaklaşımlar*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 1. Baskı.
- SAAD, H. E., Ali, B. N. ve Abdel-Ati, A.-A., M. (2014). "Sharia-Complaint Hotels in Egypt: Concept and Challenges", *Advances in Hospitality and Tourism Research*, Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 1-15.
- SARIİŞİK, M. ve Pamukçu, H. (2016). "Helal Turizm Kavramı Ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme", [Bildiri], *17. Ulusal Turizm Kongresi: Akademi ve Sektör*

- Buluşması, 20-23 Ekim 2016*, (ss. 99-109), Bodrum-Muğla, Ankara: Detay Yayıncılık.
- STANDING COMMITTEE FOR ECONOMIC AND COMMERCIAL COOPERATION OF THE ORGANIZATION OF ISLAMIC COOPERATION (COMCEC). (2016a). *Comcec Tourism Outlook*, Comcec Coordination Office, Ankara: Turkey.
- STANDING COMMITTEE FOR ECONOMIC AND COMMERCIAL COOPERATION OF THE ORGANIZATION OF ISLAMIC COOPERATION (COMCEC). (2016b). *Muslim Friendly Tourism: Developing and Marketing MFT Products and Services in the OIC Member Countries*, Comcec Coordination Office, Ankara: Turkey.
- TEKİN Ö. A. (2014). "İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 29, ss. 750-766.

