



POTANSİYEL TURİSTLERİN HELAL TURİZME BAKIŞ AÇISI DİNDARLIK DÜZEYİNE GÖRE DEĞİŞİR Mİ ?

Said KINGİR*

Ayhan KARAKAŞ

Nilüfer Şahin TEZCAN

ÖZ

Helal turizm günümüzde birçok çalışmaya konu olmaktadır. Bu çalışma Trabzon ilinde yerleşik olarak yaşayan halkın helal turizm konusuna bakış açıları ile dindarlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Halkın dindarlık düzeyi ve helal turizme olan bakış açısıyla ilgili bilgileri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda oluşturulan anket formu Trabzon'da yerleşik olarak yaşayan katılımcılara doldurtulmuştur. Çalışma nicel bir çalışmadır. Evreni temsil edecek kişilerin seçilmesi için kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Elde edilen verilere frekans analizleri, yüzde analizleri ve korelasyon analizi uygulanmıştır. Araştırmaya katılanların %59,7'lik çoğunluğunun helal turizmle ilgili bilgi sahibi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin yalnızca %7,4'lük kısmı daha önce helal tesislerde bulunmuştur. Çalışmada dindarlık düzeyi ile helal otellere bakış açısı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda ilgili taraflar için çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelime: Helal Turizm, Dindarlık Düzeyi, Trabzon Halkı

Jel Kodları: M31

DOES THE PERSPECTIVE OF POTENTIAL TOURISTS ON HALAL TOURISM CHANGE DEPENDING ON THE RELIGIOUSNESS LEVEL?

ABSTRACT

Nowadays, halal tourism is the subject to many studies. This study approaches to the relationship between the perspective of people living in Trabzon Province on halal tourism and their level of religiousness. It aims to present the information regarding the public's level of religiousness and their perspective on halal tourism. The questionnaire form, which was prepared in line with these purposes, was filled by the participants residing in Trabzon. The study is a quantitative study. The sampling method was preferred for the selection of the people to represent the sample universe. Frequency analyses, percentage analyses and correlation analysis were applied to the data obtained. It was found that 45,4% of the participants did not have any knowledge about halal tourism. Only 7,4% of the participants were found to have visited halal facilities before. In the study, a statistically significant and positive relationship was found between the level of religiosity and the perspective of halal hotels. Various suggestions were presented for the related parties as a result of the research.

Key Words: Halal Tourism, Level of Religiousness, People of Trabzon

Jel Codes: M31

GİRİŞ

Turizm sektörü geçmişten günümüze gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerce yoğun şekilde ilgi görmekte olan bir sektör durumunda olma özelliğini korumaktadır. Bunun sebebi olarak dünya genelinde gelişimini hızla sürdüren sektörlerden biri konumunda olması gösterilebilir (Yıldız, 2011, s. 54). Turizm sektörü sosyal, ekonomik, teknolojik olgularda meydana gelen gelişmeler doğrultusunda kapsamını genişletmeye devam etmekte ve gelişimini sürdürmektedir (Bayhan , Şengül, & Yücel, 2018, s. 204). Turizmin birçok bilim dalıyla bağlantıları bulunmaktadır. Turizm kavramı altında birçok konu ele alınmakta, diğer bilimlerle olan ilişki turizmin gelişimini güçlendirmektedir.

Müslümanların nüfusu artmakta ve bu artış İslam ekonomisinin de pazar büyüklüğünü artırmaktadır. Müslüman dostu turizm faaliyetleri veya destinasyonları Müslümanlar için önem arz etmektedir. Bu Müslüman dostu turizm anlayışı, helal yiyecek, helal içecek, İslam dinine uygun çekim yerleri, konaklama yerleri ve diğer hususları içermekte ve bu anlayışa helal turizm denmektedir (Battour & Mohd, 2016; Kingir & Kardeş, 2017). Helal turizm pazarını genişlemesini sağlayan faktörler dünya çapındaki Müslüman nüfusun artması, Müslüman nüfusun demografik yapısındaki değişimler, daha yüksek gelirli, eğitilmiş kişilerin oranındaki artış, Müslümanlığa yeni girişlerin artması, sosyal medyanın helal turizmi kolaylaştırması, turizm ve konaklama sektörünün bu alanın önemini fark etmesi, Müslümanlar için Ramazan ayının önemi ve bunun için farklı ve eşsiz deneyimler aramaları, toplantı, konferans ve festival gibi alanlarda yer alan Müslüman işgücünün artması sayılabilir (Moshin et al., 2020; Prayag, 2020).

Literatürde helal turizme bakış açısı çeşitli yönleriyle ele alınmıştır (Battour, 2018; Boğan, Batman , & Sarıışık , 2016; Oflaz, 2015; Zengin, Şen, Üstün, & Bozkurt, 2017). Helal turizm kavramı günümüzde de araştırmalara konu olmaya devam etmektedir. Ancak Trabzon halkının helal turizme olan bakış açıları ve dindarlık düzeyleri arasında bulunan ilişkinin değerlendirildiği çalışmalara literatürde rastlanamamıştır. Bu açıdan çalışma önem arz etmektedir.

1.LİTERATÜR TARAMASI

Bireylerin sürekli yaşadıkları yerlerden geçici olarak çeşitli amaçlarla ayrılması turizm olarak adlandırılmaktadır. Turizm kavramı ekonomik olarak geniş etkiler oluşturmakta ve günümüz toplumunun ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir (Uçkun, 2004, s. 28). Bireylerin sürekli yaşadıkları yerlerden ayrılıp yeniden aynı yere dönüncüye kadar geçen süre içinde seyahatleri boyunca gerek duydukları ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyetler, turizm faaliyetleri içerisinde değerlendirilir (Kozak, Akoğlan Kozak, & Kozak, 2017, s. 66). Dünya nüfusu yaklaşık olarak 7 milyar olduğu düşünülürse, her yedi kişiden biri uluslararası turizm hareketlerine katılım sağlamaktadır. Dünyada dini amaçlarla ve dini kabullere göre yapılan seyahatler giderek yaygınlaşmaktadır. Son yıllarda dünya genelinde kabul gören turizm

şekillerinden birisi *helal turizmdir* (Zengin, Şen, Üstün, & Bozkurt, 2017, s. 212). Sürekli yaşam yerlerinden geçici süreliğine ayrılan turistlerin, kendilerine sunulan hizmetlerin helal kavramına uygun şekilde olmasını tercih etmesi bu turizm türünün ortaya çıkması ve gelişimi için önemli bir etkidir.

Haram ve helal kavramları bir Müslümanın hareket alanında serbest ve serbest olmayan davranışları tanımlamada temel göreve sahiptir. Helal olanlar serbest olan davranışları kapsarken, haram olanlar yasak olan davranışları ifade etmektedir (Ayengin, 2017, s. 841). İslam'a uygun bir işletmenin haram olan faaliyetlerden uzak durması gerekir. Haram ürün ve hizmetler içeren diğer sektörlerle ilişki içinde olması dahi uygun değildir. Bu yasaklara örnek olacak faaliyetler; domuz ürünü tüketimi, tütün ürünleri, uyuşturucu maddeler ve ahlak uygun olmayan faaliyetler gösterilebilir. İşletme bahsedilen bu faaliyetleri sunmamalı, çevresinde barındırmamalı ve bu faaliyetleri sunan işletmelerle bağlantı kurmamalıdır (Yanpar, 2014, s. 73). Günümüzde İslami anlayışa sahip bireyler turizm faaliyetlerine daha fazla katılmaktadır. İslami anlayışa sahip olan bireylere yönelik gerçekleştirilen çalışmalar ağırlık kazanmaktadır.

Helal turizm konulu çalışma sayıları son zamanlarda hızla artmaktadır. Benzer konularda daha önce yapılmış olan bazı çalışmaların sıralanması gerekirse; (Boğan, Batman , & Sarıışık , 2016) yaptıkları çalışmada helal turizmin kavramsal çerçevesini belirlemeyi amaçlamışlardır. Aynı zamanda bu pazarda Türkiye'nin durumunu ortaya koymayı amaçlamışlardır. Çeşitli yönde sonuç ve öneriler ortaya koyulmuştur. Yapılan bir çalışmada dindar tüketicilerin tatil algısı araştırılmış ve tüketicilerin tatili zamanın temel bir ihtiyacı olarak gördükleri tespit edilmiştir. Modern dünya muhafazakâr insanların yaşam tarzlarını da değiştirmektedir. Çünkü katılımcılar tatil için Kur'an ve Hadisten destekleyici kanıtlar bulunmamasına rağmen helal turizme katılım gösterebileceklerini belirtmişlerdir (Elaziz & Kurt, 2017).

Güney Afrika Durban şehrinde turizm paydaşları üzerine yaptığı araştırma sonucunda, şehirde helal turizme yönelik restoranlar bulunduğu, konaklama işletmelerinin sayısının yeterli olmadığı, helal turizme dönük faaliyetlerin ve eserlerin bulunduğunu belirtmiştir. Tüketicilerin bu şehirdeki restoran sayısından memnun olduğu hatta Müslüman olmayan

tüketicilerin de Güney Afrika Müslüman kültürü ve yemeklerini görmek için Durban şehrine gelebileceğini belirtmişlerdir(Bhoola, 2020). Bu çalışmada helal turizm faaliyeti sunan işletmelerin şeffaf olması gerektiği vurgulanmıştır. Özellikle mutfak uygulamalarının helal yapıyı bozmadan yapılması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Battour & Mohd, (2016) yaptıkları çalışmada helal turizm gelişimi ve pazarlaması konusunda karşılaşılan fırsat ve zorlukları ele almıştır. Asad, Noriah, & Bader, (2016) yaptıkları çalışmada helal turizm hakkında farkındalığın artması ve temel ihtiyaçlarının belirlenmesini amaçlamıştır. Uygulayıcılar için çeşitli önerilerde bulunulmuştur. Oflaz, (2015) müşterilerin helal turizme yönelik algıları üzerine yaptığı çalışmanın sonucunda helal turizmle ilgili müşteri algılarının genelde olumlu yönde olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Kingir & Kardeş, (2017) yaptıkları çalışma ile Türkiye'nin helal turizm bakımından mevcut durumunu ele almış, helal turizm konusunda gelişmenin nasıl sağlanacağıyla ilgili fikirler ortaya koymuşlardır. Bhuiyan & Darda, (2017) çalışmalarında helal turizmin Bangladeş'deki durumunu incelemiş, gelişme ihtimalini araştırmış, helal turizmin ülkede gelişim gösterdiği ve ekonomiye yönelik katkısının artmakta olduğu sonuçlarını ortaya koymuş ve çeşitli yönlerde önerilerde bulunmuştur. Zengin, Şen, Üstün, & Bozkurt, (2017) yaptıkları çalışma ile Sakarya halkının helal turizme yönelik bakış açılarını incelemiş, halkın bakış açısına göre helal turizmin gerekli ve uygulanabilir olarak görüldüğü sonuçlarını ortaya koymuşlardır. Helal turizm konseptinin varlığını bilen kişi sayısının sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Battour, (2018) yaptıkları çalışmada Müslüman olmayan turistlerin helal turizm algısı üzerine çalışmış, müşterilerin helal ürün ve hizmetleri almakta ne kadar istekli oldukları konusunda çeşitli sonuçlar ortaya koymuşlardır. Başka bir çalışma, dindarlığın algılanan riski önemli ölçüde etkilediği, fakat algılanan İslami değerler ve tutum üzerinde bir etkisinin olmadığı sonuçlarını ortaya koymuştur. Müslümanların İslami olmayan ülkeleri ziyaret etme niyetlerinin esas olarak tutumlardan etkilendiği görülmüştür. Algılanan helal risk ve İslami değer, İslami olmayan ülkelere yönelik tutumlarını güçlü şekilde etkilemektedir(Aji et al., 2020). Turistlerin turistik tüketim konusunda davranışlarını pazarlama çalışmaları büyük oranda etkilemektedir. Fakat yapılan bir çalışmada pazarlama çalışmalarından ziyade tüketici algılarını etkilediği ortaya koyulmuştur. Tabi bunun için, turistlerin beklentileriyle destinasyonların çekim unsurları örtüşmelidir (Fikri

& Pane, 2019). Fas Agadir destinasyonundaki yerel halk üzerinde yapılan araştırmaya göre halkın helal turizmden haberdar oldukları fakat kendi destinasyonlarında böyle tesislerin var olma durumundan haberdar olmadıkları ortaya çıkarılmıştır. Helal turizm konusunda, helal yemeklerin sunumu, alkolün kullanılmaması, ayrı yüzme havuzlarının durumları önemsemektedir. Tabi helal turizmi önceseler bile müşteriler bu tarz bir turistik seyahat veya dinlence için daha fazla para ödemesi yapmaya istekli değildirler. Demografik özellikler helal turizme bakış açısını etkilemektedir, gençlerin helal turizm konusunda daha az istekli oldukları tespit edilmiştir (Fakir & Erraoui, 2019)

2.YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, Trabzon ilinde yerleşik yaşamakta olan potansiyel turistlerin helal turizme bakış açısıyla dindarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin ölçülmesi amacı ile gerçekleştirilen bir çalışmadır. Çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda iki değişken arasında bulunan ilişkinin düzeyinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Son zamanlarda turizm eğilimleri arasında dikkat çekici hale gelen helal turizm kavramına olan yaklaşımların farklı kitleler bakımından incelenmesi araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

2.2.Araştırmanın Evren, Örneklem, Yöntem ve Kısıtları

Araştırma evrenini Trabzon ilinde yerleşik yaşayan, 18 yaş ve üzerinde olan yerel halk oluşturmaktadır. Araştırmaya veri toplanması amacı ile nicel analiz tekniklerinden biri olan anket formu yöntemi kullanılıp, beşli likert tipi yapısında olan ölçekler tercih edilmiştir. Ankete katılanların demografik ve bazı kişisel özelliklerini belirlenmesi amacıyla 12 ifadeye yer verilmiştir. Halkın helal turizme karşı olan bakış açılarını ölçmek amacı ile 23 ifadeye yer verilmiştir. Bu ifadeler Oflaz (2015) tarafından birçok farklı çalışmadan seçilip bir araya getirilmiş ve Zengin vd. (2017) tarafından kullanılmıştır. Formda yer alan sorular çalışma yapımıza uygun olacak şekilde düzenlenmiş ve kullanılmıştır. Halkın dindarlık düzeyini anlamak amacıyla iki soruya yer verilmiştir. Bu sorular; “İbadetlerimi düzenli şekilde yerine getiririm” ve “Kendimi dindar biri olarak tanımlıyorum.” şeklindedir.

Bu araştırmada örnekleme yöntemi olarak; olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden birisi olan ‘kolayda örnekleme’ yöntemi tercih edilmiştir. Bu rnekleme tekniğinde çalışmada yer alacak olan birimlere araştırmacı isteği doğrultusunda karar verebilir (Bayram, 2015, s. 22). Kolayda rnekleme yönteminin temel mantığı; ankete cevap vermeyi kabul eden tüm katılımcıların örnekleme dâhil edilmesi gerekliliği göz önünde bulundurularak, eksik verilerin önüne geçmek, geri dönüşün hızlı olması ve güvenilir sonuçlar elde etmek amaçlarıyla her katılımcıyla yüz yüze görüşmek hedeflenmiştir. Çalışma kapsamında 216 kişiye anket formu uygulanmıştır.

Trabzon halkının helal turizme bakış açılarıyla dindarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin llmesi amacı ile yapılan çalışmada zaman kısıtı nedeniyle örneklem sayısı sınırlanmıştır. Aynı zamanda veri toplama yöntemi olarak anket uygulanmasının oluşturduğu sınırlılıklar bu çalışma içinde geçerli bir sınırlılıktır.

2.3.Verilerin Analizi

Elde edilen verilere SPSS paket programı aracılığıyla güvenilirlik analizleri, frekans ve yüzde analizleri, korelasyon analizi yapılmış, elde edilen veriler tablo haline getirilip yorumlanmıştır. Verilerin toplanması için anket formunda 23 soruluk helal turizme bakış açısı lği ve 2 soruluk ile de dindarlık düzeyiyle ilgili ifadeler kullanılmıştır. Tablo 1’de ortaya konulan sonuçlara göre kullanılan ölçeklerin güvenilir yapıya sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kalaycı , 2009, s. 405).

Tablo 1: Güvenilirlik İstatistiği Sonuçları

	Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
Helal Turizme Bakış Açısı lği	0,961	23
Dindarlık Düzeyi lği	0,790	2

3.BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırmaya katılan yerel halkın demografik özellikleri(cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu vb.) ve helal tatil davranışları (helal oteller hakkında bilgi sahibi olma durumu, bilgi kaynakları, tatile birlikte gidilen kişi vb.) frekans analiziyle analiz edilmiş ve tablo haline getirilmiştir. Sonuçlar tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Tatil Davranışları

Cinsiyet	N	Yüzde	Medeni Durum	N	Yüzde
Kadın	133	61,6	Evli	103	47,7
Erkek	83	38,4	Bekar	113	52,3
Yaş	N	Yüzde	Gelir Düzeyi	N	Yüzde
18-25 arası	68	31,5	2000 ve altı	83	38,4
26-33 arası	78	36,1	2001-3500	71	32,9
34-41 arası	39	18,1	3501-5000	43	19,9
42 ve üzeri	31	14,4	5001 ve üzeri	19	8,8
Eğitim Durumu	N	Yüzde	Tatile Gidilen Kişi	N	Yüzde
Lise ve altı	77	35,6	Tek başına	18	8,3
Üniversite ve üzeri	139	64,3	Aile ile	144	66,7
Helal otellerden haberdar mısınız?	N	Yüzde	Arkadaşlar ile	N	Yüzde
Evet	87	40,3	Meslek	N	Yüzde
Hayır	129	59,7	Memur	48	22,2
Helal otel bilgi kaynağınız nedir?	N	Yüzde	İşçi	N	Yüzde
Bilgim yok	98	45,4	Kendi işi	20	9,3
Çevreden	49	22,7	Emekli	10	4,6
İnternette	46	21,3	Ev hanımı	33	15,3
Bilimsel Çalışmalardan	13	6,0	Diğer	58	26,9

TV'den	10	4,6	Daha önce helal otelde konakladınız mı?	N	Yüzde
Helal otelde kaç kez konakladınız?	N	Yüzde	Evet	16	7,4
Hiç konaklamadı	187	86,6	Hayır	200	92,6
1 veya daha fazla	29	13,4			

Araştırmaya katılan bireylerin %61,6'sı kadındır. Bireylerin %47,7'si evlidir. Bireylerin %36,1'i 26-33 yaş aralığındadır. %64,3'ünün üniversite ve üzeri eğitim seviyesinde olduğu görülmektedir. Bireylerin %66,7'si tatile aileleri ile gitmeyi tercih etmektedir. Bireylerin %21,8'i işçi olarak çalışma hayatına devam etmektedir. Bireylerin %59,7'lik çoğunluğu helal otellerle ilgili bilgi sahibi değildir. Bilgi sahibi olan %22,7'lik kısmı bu bilgilere çoğunlukla çevreden ve internet üzerinden sahip olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin %7,4'lük kısmı daha önce helal tesislerde konaklamıştır.

Katılımcıların helal turizme bakış açıları ile ilgili sorulan sorulara verdiği cevapların dağılımları tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3: Helal Turizme Bakış Açısı Ölçeği İfadelerine Verilen Cevapların Dağılım Tablosu

İFADELER	1		2		3		4		5		Ort .
	F	N	F	N	F	N	F	N	F	N	
1. İnancım gereği helal konseptli konaklama tesislerini tercih ederim.	7	3,2	15	6,9	30	13,9	110	50,9	54	25,0	3,87
2. Helal konseptli konaklama tesislerini, sunduğu ürün ve hizmetleri için tercih ederim.	10	6,6	9	4,2	25	11,6	122	56,5	50	23,0	3,89
3. Evlilik belgesi olmayan çiftlerin otele alınmaması önemlidir.	21	9,7	23	10,6	31	14,4	70	32,4	71	32,9	3,68

4.Helal yiyecek içecek servisinin yapılması önemlidir.	10	4,6	7	3,2	13	6,0	83	38,4	103	47,7	4,21
5.İnsan şeklini tasvir eden sanat türlerinin olmaması önemlidir.	19	8,8	31	14,4	60	27,8	80	37,0	26	12,0	3,29
6.Personelin inancılı kişilerden seçilmesi önemlidir.	24	11,1	20	9,3	41	19,0	104	48,1	27	12,5	3,41
7.Gece kulüpleri gibi eğlence yerlerinin olmaması önemlidir.	26	12,0	31	14,4	56	25,9	71	32,9	32	14,8	3,24
8.Bayanlar ve erkekler için sağlık tesislerinin (yüzme havuzu, spa, fitnes salonları) ayrı olması önemlidir.	15	6,9	19	8,8	32	14,8	74	34,3	76	35,2	3,81
9.Tuvaletler ile yatakların yönleri kibleye uygun şekilde düzenlenmelidir.	13	6,0	10	4,6	9	4,2	53	24,5	131	60,6	4,29
10.Her bir odada Kuran'ı Kerim, seccade ve tespih olması önemlidir.	9	4,2	14	6,5	25	11,6	90	41,7	78	36,1	3,99
11.Mescitlerin olması önemlidir.	7	3,2	1	0,5	9	4,2	77	35,6	122	56,5	4,41
12.Dini içerikli serbest zaman değerlendirme aktivitelerinin bulunması önemlidir.	12	5,6	28	13,0	77	35,6	71	32,9	28	13,0	3,34
13.Oda servisinde görevli personeller servis için odalara mahremiyet ilkelerine uyararak girmesi önemlidir.	9	4,2	4	1,9	4	1,9	50	26,1	149	69,0	4,50

14. Bayan ve erkeklerin etkinlik alanlarının ayrılması önemlidir.	17	7,9	35	16,2	65	30,1	70	32,4	29	13,4	3,27
15. Bekar bayan ve erkekler ile ailelerin katlarının ayrı olması önemlidir.	24	11,1	51	23,6	76	35,2	44	20,4	21	9,7	2,93
16. Bayan personellerin bayan müşterilerle, erkek personellerinde erkek müşterilerle ilgilenmesi önemlidir.	32	14,8	56	25,9	74	34,3	37	17,1	17	7,9	2,77
17. Tesislerinin İslami finansal uygulamalara göre yönetilmesi önemlidir.	25	11,6	19	8,8	72	33,3	88	40,7	12	5,6	3,19
18. Bayan ve erkek müşteriler için İslami kurallara uygun kıyafetler giymeleri önemlidir.	24	11,1	37	17,1	68	31,5	66	30,6	21	9,7	3,10
19. Helal konaklama tesisleri konseptinin uygulanabilir olduğuna inanıyorum.	15	6,9	23	10,6	75	34,7	80	37,0	23	10,6	3,33
20. Helal otellerin sınıflandırılmasında hilal vb. sistemlerin uygulanması gerekir.	15	6,9	29	13,4	106	49,1	57	26,4	9	4,2	3,07
21. Fiyatlar geleneksel konaklama tesislerine göre fazla olsa da yine de helal otellerde	30	13,9	40	18,5	76	35,2	52	24,1	18	8,3	2,94

konaklamayı tercih ederim.												
22.Helal konaklama tesislerinde konaklamanın güvenli ve konforlu olduğuna inanıyorum.	11	5,1	9	4,2	48	22,2	127	58,8	21	9,7	3,63	
23.Helal konaklama tesislerine eşimi ve çocuklarımı bırakıp, işime dönebilirim.	18	8,3	27	12,5	67	31,0	88	40,7	16	7,4	3,26	

(1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Kısmen Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum)

Bireylerin helal turizme bakış açılarına yönelik ölçekte onlara sunulan sorulara verdikleri yanıtlar incelendiğinde dikkat çekici cevaplar şu şekilde sıralanabilir. Trabzon ilinde yerleşik yaşayan bireylerin tercih edecekleri otellerde helal yiyecek içecek servisinin olmasını istemektedir. Konaklayacakları otellerde tuvalet ve yatak yönlerinin kibleye uygun ayarlanması gerektiğini düşünmektedirler. Oda servisi sırasına görevlilerin mahremiyet ilkelerine uyumlu hareket etmesini istemektedirler. Bu tesislerde Kuran'ı Kerim, seccade, tespih ve mescitlerin bulunması katılımcılar yönünden önemlidir.

Bireylerin helal tesislerin uygulanabilirliğiyle ilgili soruya verdikleri cevaplarda ortalama 3,33'tür. Bu tesislerin fiyatlarının diğer tesislere oranla fazla olsa bile yine de tercih edilme durumu ile ilgili soruya verdikleri cevapların ortalaması 2,94'tür.

Katılımcıların dindarlık düzeyiyle ilgili sorulara verdiği cevapların dağılımları tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4: Dindarlık Düzeyi İfadelerine Verilen Cevapların Dağılım Tablosu

İFADELER	1		2		3		4		5		O RT
	N	F	N	F	N	F	N	F	N	F	
1.İbadetlerimi düzenli şekilde yerine getiririm.	13	6,0	37	17,1	68	31,5	69	31,9	29	13,4	3,29

2.Kendimi dindar biri olarak tanımlıyorum.	8	3,7	23	10,6	58	26,9	88	40,7	39	18,1	3,58
--	---	-----	----	------	----	------	----	------	----	------	-------------

(1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Kısmen Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum)

Bireylerin ibadetlerimi düzenli şekilde yerine getirim sorusuna verdikleri yanıtların ortalaması 3,29'dur. Kendimi dindar biri olarak tanımlıyorum sorusuna verdikleri yanıtların ortalaması 3,58'dir.

İki değişken arasına bulunan ilişkinin veya bir değişkenin iki ya da daha fazla değişkenle ilişkisinin ortaya koyulması amacıyla yapılan, eğer değişkenler arasında ilişki varsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için yapılan korelasyon analizinde; iki değişken arasında bağlantı var mıdır sorusunun cevabı aranırken yorumlanması gereken pearson korelasyon katsayıları şu şekilde yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2009, s. 116);

- Pearson korelasyon katsayısı; 0,00-0,25 aralığında ise ilişki çok zayıf
- Pearson korelasyon katsayısı; 0,26-0,49 aralığında ise ilişki zayıf
- Pearson korelasyon katsayısı; 0,50-0,69 aralığında ise ilişki orta
- Pearson korelasyon katsayısı; 0,70-0,89 arasında ise ilişki yüksek
- Pearson korelasyon katsayısı; 0,90-1,00 aralığında ise ilişki çok yüksektir.

İki değişken arasında bulunan ilişkilerin ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5: Korelasyon Analizi Sonuçları

		Dindarlık Düzeyi
Helal Turizme Bakış Açısı	Pearson Correlation	0,617**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	216

* $p < 0,05$ anlamlılık seviyesinde ilişki anlamlı

** $p < 0,01$ anlamlılık derecesinde ilişki anlamlı

Helal turizme bakış açısıyla dindarlık düzeyi arasında ilişkide, $P < 0,05$ olduğundan anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Bu ilişki %61'lik pozitif yönlü, orta düzeyde olan bir ilişkidir. Yani kendini dindar olarak görenler diğer katılımcılara oranla daha fazla helal otelde konaklamak istemektedir, denilebilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışma da gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda ortaya çıkan oranlardan yola çıkılarak genel bir yorumlama yapmak gerekirse; Trabzon ilinde yerleşik şekilde yaşayan halkın %59,7'lik çoğunluğunun helal turizm ile ilgili bilgi sahibi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin sadece %7,4'lük küçük bir kısmı daha önce helal tesislerde konakladığını belirtmiştir. Helal tesislerle ilgili bilgi sahibi olmak ve bu tesislerde bulunmakla ilgili oranların düşük seviyelerde olduğu görülmektedir.

Helal turizme bakış açısı ölçeğine verilen yanıtların ortalamaları incelendiğinde dikkat çekici olanlar şu şekilde sıralanabilir; Trabzon'da yaşayan bireylerin tercihi olabilecek otellerde helal yiyecek-içecek servisi bulunmasını talep etmektedir (4,21). Otellerde yatak ve tuvaletlerin yönlerinin kibleye uygun şekilde ayarlanması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır (4,29). Oda servisi sırasında müşteriler, ilgili görevlilerin mahremiyet ilkelerine uygun şekilde hareket etmelerini istemektedirler (4,50). Konaklayacakları tesislerde Kuran'ı Kerim, seccade, tespih ve mescitlerin bulunmasını istemektedirler. Müslüman nüfus yapısına sahip olan ülkemizde dinin temel gerekliliklerini yerine getirmek için gerekli olanakların talep edilmesi doğal bir sonuç olarak düşünülebilir.

Bireylerin helal tesislerin uygulanabilirliğiyle ilgili soruya verdikleri yanıtların ortalaması 3,33'tür. Bu oranın 3,33 değeri ile kararsızım seçeneğinin biraz üzerinde olması, bireylerin bu tesislerle ilgili yeterli bilgi ve tecrübe sahibi olmamasından kaynaklanıyor olabilir. Bu tesislerin fiyatlarının diğer tesislere oranla fazla olsa da yine de tercih edilme durumuyla ilgili soruya verilen cevapların ortalaması 2,94'tür. Bireyler otel tercihi yaparken helal olan ürünleri barındıran tesislerde konaklamayı istemektedir. Bunun yanı sıra daha fazla ödeme yapma konusunda çekingen davranmaktadırlar. Bu durumun en büyük etkeni ekonomik koşullar olabilir.

Helal turizm bir bakımdan sürdürülebilir turizm anlayışıyla bağlantılıdır. Helal turizm ile uygulamalarının temelinde sürdürülebilir turizm ilkeleri yer almaktadır. Helal terimi sadece dini bir kavramı karşılamamanın yanı sıra kalite, sağlık ve sürdürülebilirlik kavramlarını da içinde barındırmaktadır. İnsanların ihtiyaçlarının giderilmesi konusunda kâr amacı olan işletmeler, potansiyel turistlerin bu ihtiyaçlarına karşılık vermek isteyeceklerdir. Dini hassasiyete sahip olan ve yaşam tarzına uygulamak isteyen kişilerin seyahat ve turizm deneyimlerinde tatmin yaşatmak onların güvenlerini kazanarak olacaktır. Güveni sağlamanın yolu, helal turizm faaliyetleriyle ilgili yeterli bilgi ve görgü edinmektir (Lestari & Saidah, 2020).

Katılımcıların ibadetlerini düzenli şekilde yerine getirmekteyim sorusuna verdikleri yanıtların ortalaması 3,29'dur. Kendimi dindar biri olarak tanımlamaktayım sorusuna verilen yanıtların ortalaması 3,58'dir. Bireyin dini yeterliliklerini kendisinin değerlendirmesinin zorlukları sonuçlar üzerinde etki doğurmuş olma ihtimali bulunmaktadır.

Helal olmayan hizmetlerin bulunmaması turistlerin gezi deneyimlerini artırmaktadır. Turistlerin helal turizm ürünleri ve hizmetleri hakkındaki bilgi birikimleri onları helal turizm destinasyonunun ziyaret etmek konusunda etkilemektedir. Algılar seyahat kalitesi ve deneyimi etkilemektedir (Rahman et al., 2020). Bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlar Trabzon destinasyonunun da hizmet vermekte olan seyahat acentelerinin kullanabileceği pazarlama faaliyetlerine yönelik ipucu olabilir.

Çalışma sonucunda dindarlık düzeyiyle helal otellere bakış açısı arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü yüksek düzeyde ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Bu durum iki değişkenin birbiri üzerinde önemli etkileri olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Yapılan çalışma ile ulaşılan sonuçlar doğrultusunda çeşitli yönlerde öneriler sunmak gerekirse; Turizm işletmeleri helal turizm faaliyetlerini uygulayarak toplumun hizmetine sunabilir. İlgili kurum ve işletmeler helal turizm kavramının halka tanıtılması için çeşitli faaliyetler düzenleyebilir. Çalışmada zamanın kısıtlı olmasından dolayı örneklem

sınırlandırılmıştır. Daha fazla sayıda örneklem boyutlarıyla çalışma tekrar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKLAR

- Aji, H. M., Muslichah, I., & Seftyono, C. (2020). The determinants of Muslim travellers' intention to visit non-Islamic countries: a halal tourism implication. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2020-0075>
- Asad, M., Noriah, R., & Bader, A. (2016). Halal tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, 137-143.
- Ayengin, T. (2017). Helal Turizmde Kullanılabilecek Temel Dini Kavramlar ve Güncel Yansımaları. 1. International Halal Tourism Congress. Alanya.
- Battour, M. (2018). The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4).
- Battour, M., & Mohd, N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154.
- Bayhan , İ., Şengül, S., & Yücel, R. (2018). Sürdürülebilir Turizm Girişimlerinde Önem ve Performans Değerlendirmeleri: Göynük Tarihi Konakları Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(23), 204-226.
- Bayram, N. (2015). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi* (5 b.). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bhoola, S. (2020). Halal food tourism: Perceptions of relevance and viability for South African destinations. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(3), 288–301. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-19>
- Bhuiyan, M., & Darda, M. (2017). Prospects and Potentials of Halal Tourism Development in Bangladesh. 1. International Halal Tourism Congress.
- Boğan, E., Batman , O., & Sarıışık , M. (2016). Helal Turizmin Kavramsal Çerçevesi ve Türkiye'deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme. 3rd International Congress of Tourism & Management Researches.

- Elaziz, M. F., & Kurt, A. (2017). Religiosity, consumerism and hala! tourism: A study of seaside tourism organizations in Turkey. *Tourism*, 65(1), 115–128.
- Fakir, F., & Erraoui, E. (2019). Moroccan Tourist's Perceptions Toward Halal Tourism. 2nd International Halal Tourism Congress/04-06 April 2019/Anatolia-Turkey, November, 1–13.
- Fikri, M. El, & Pane, D. N. (2019). Study of Halal Medan City Tourism Destination In Tourism Marketing Perception. 1st International Halal Conference & Exhibition 2019, 44–50.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayınları.
- Kingır, S., & Kardeş, N. (2017). Türkiye'de Yükselen Bir Turizm Çeşidi: Helal Turizm. *Yönetim, Ekonomi, Edebiyat, İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 2(1), 22-35.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., & Kozak, N. (2017). *Genel Turizm* (19 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Moshin, A., Brochado, A., & Rodrigues, H. (2020). Halal tourism is traveling fast: Community perceptions and implications. *Journal of Destination Marketing and Management*, 18(December), 100503. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100503>
- Oflaz, M. (2015). Turistik Ürün Çeşiti Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Prayag, G. (2020). Halal tourism: looking into the future through the past. *Tourism Recreation Research*, 45(4), 557–559. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1762044>
- Rahman, M., Moghavvemi, S., Thirumoorthi, T., & Rahman, M. K. (2020). The impact of tourists' perceptions on halal tourism destination: a structural model analysis. *Tourism Review*, 75(3), 575–594. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0182>
- Uçkun, S. (2004). *İşletme ve İşleme Türleri, Turizm İşletmeleri*. İstanbul: Değişim Yayınları
- Yanpar, A. (2014). *İslami Finans İlkeler, Araçlar ve Kurumlar* (2. Baskı b.). İstanbul: Scala Yayınevi.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstahdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Zengin, B., Şen, M., Üstün, M., & Bozkurt, E. (2017). Türk Halkının Helal Turizme Bakış Açısı: Sakarya Örneği. 1. Halal Tourism Congress. Antalya.