

MUHAFAZAKÂR TÜKETİCİLERİN HELÂL TURİZME BAKIŞI

Dr. Öğr. Üyesi Nil Esra DAL¹

Öğr. Gör. Gülnihal TOPAY²

ÖZET

Dünya turizm pazarı içerisinde helal turizm pazarı gün geçtikçe büyümektedir ve Türkiye’de de helal turizm pazarında faaliyet gösteren işletmelerin sayısında artış yaşanmaktadır. Dini inançların tüketici davranışlarına etkisi, turizm sektörünü de yakından ilgilendiren bir durumdur. Muhafazakâr kesimin istek ve ihtiyaçlarına karşılık verebilmek adına İslami kurallar göz önünde bulundurularak tasarlanmış konaklama işletmeleri olan helal konsept oteller hizmet vermektedir. Bu çalışmada helal konsept otellerde konaklayan bireylerin tercih, tutum, alışkanlık ve beklentilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, araştırmanın örneklemini helal konsept bir otelde en az bir kez konaklamış olan tüketiciler oluşturmaktadır. Bu özelliğe sahip katılımcıların seçilebilmesi için amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Keşfedici bir araştırma olan çalışmada, nitel araştırma metodu kullanılmış olup veriler derinlemesine görüşmelerden elde edilmiştir. Araştırma kapsamında en az bir kez helal konsept otele giden 14 katılımcı ile 07.04.2018 ve 01.08.2018 tarihleri arasında yüz yüze görüşülerek bilgi toplanmıştır. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanarak görüşmelerin ses kayıtları alınmıştır. Çalışmada sonuç olarak; tamamı kendini muhafazakâr bulan katılımcıların, muhafazakâr kimliklerini göz önünde bulundurarak tatil yapma ve konaklama arzusunda oldukları söylenebilir. Katılımcıların büyük bir kısmının helal konsept otelleri tercih sebepleri arasında; kadın-erkek ayrı alanların (havuz, plaj, hamam vs.) olması, alkol tüketilmemesi, aile ortamına daha uygun bulunması ve helal yeme-içme imkânı sunması ön plana çıkmaktadır. Bunun yanında helal konsept otellerin kadın ve erkek için ikiye ayrılmasından hoşnut olmayarak, aile ile beraber vakit geçiremediği gerekçesi ile helal konsept otelleri bir daha tercih etmeyeceklerini belirten katılımcıların olması da dikkat çekmektedir. Ayrıca katılımcıların çoğu helal konsept otellerin diğer otellerden çok fazla farkı olmadığını belirtmiş ve helal konsept otellerin fiyatlarını pahalı bularak bu konudaki memnuniyetsizliklerini vurgulamışlardır.

Anahtar Kelimeler: Helal Turizm, Helal Turizme Bakış Açısı, Helal Konsept Otel, Muhafazakâr Tüketici

*Bu makale ASEAD 4. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu’nda sunulan “Muhafazakâr Tüketicilerin Helâl Turizme Bakışı” başlıklı özet bildirinin geliştirilmiş şeklidir.

¹ Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, nilesradal@mehmetakif.edu.tr

² Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, gulnihaltopay@akdeniz.edu.tr

PERSPECTIVE OF CONSERVATIVE CONSUMERS TO HALAL TOURISM

ABSTRACT

In the world tourism market halal tourism is growing day by day and there is an increase in the number of businesses operating in the halal tourism market. The effect of religious beliefs on consumer behavior is also closely related to the tourism sector. In order to respond to the demands and needs of the conservative class, halal concept hotels which are accommodation establishments designed with Islamic rules in mind provide service. In this study, it is aimed to determine the preferences, attitudes, habits and expectations of individuals who have stayed in halal concept hotels. In accordance with this purpose, the sample of the study consists of consumers who have stayed at least once in a halal concept hotel. To select participants with this feature, purposive sampling method was preferred. In this study, which is an exploratory study, qualitative research method has been used and data have been obtained from in-depth interviews. Within the scope of the research, between the dates 07.04.2018 and 01.08.2018 information gathered by face to face interviews with 14 participants who have gone to helal concept hotel at least once. In this study, semi-structured interview form was applied and the voice recordings of the interviews were taken. Among the reasons to prefer halal concept hotels of the majority of the participants are; separate areas for men and women (pool, beach, bath etc.), not consuming alcohol, being more suitable for the family environment and providing halal eating and drinking opportunities come to prominence. Besides, it is remarkable that there are some participants who are not satisfied with the split into two for men and women with the reason that the family can not spend time together. Also, most of the participants stated that halal concept hotels are not much different from other hotels and they emphasized the dissatisfaction of the halal concept hotels by finding the prices expensive.

Keywords: Halal Tourism, Halal Tourism Perspective, Halal Concept Hotel, Conservative Consumer

GİRİŞ

Bir bireyin inandığı dini, satın alma kararlarını etkileyen temel faktörler arasında yer almakta ve ürün tercihinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu anlayışla Müslüman tüketicilere bakıldığında, giyim, ulaşım, konaklama, yeme – içme ve turizm ile ilgili tercihlerini kasıtlı ya da değil dini inançlarına göre yapmakta oldukları görülmektedir (Zengin vd., 2017). Bir başka deyişle Müslüman tüketiciler, mal ve hizmet tüketimlerinde dini inançlarını gözeterek hareket etmektedir (Elaziz ve Kurt, 2017:117).

Birçok Müslüman ülkede din toplumun temeli olarak görülmektedir. Müslümanların günlük yaşamlarını şekillendirici bir etkisi olan İslam dini turizmin gelişmesinde ve pazarlamasında etki sahibidir. Bunun yanında din, destinasyon seçimini ve turist davranışlarını da etkilemektedir (Farahani ve Eid, 2016:146; Jafari ve Scott, 2014:9).

Din motivasyonlu turizmin tarihi din kadar eskiye dayanmaktadır. Turizm sektörü her zaman özellikle İslami inanç ile ilgili özel kural ve düzenlemeler başta olmak üzere İslami özellikler üzerinde önemle durmaktadır. En eski turizm türü olarak bilinen din motivasyonlu turizm (Farahani ve Eid, 2016:146; Rahman, 2014:64), bu çalışmada dini turizmin bir alt kategorisi olarak kabul edilen helal turizm (El-Gohary, 2016:126) olarak ele alınmaktadır.

Müslüman nüfusunun 2030 yılına kadar Dünya genelinde 2.2 milyar kişiye (küresel toplamın %26.4'üne) ulaşması beklenmektedir (Henderson, 2016:161). Pew Araştırma Şirketi'nin "Dünya Dinlerinin Geleceği Araştırması"na göre 2010 - 2050 yılları arasında Müslüman nüfusu %70'in üzerinde bir artış gösterecektir (www.pewforum.org). Bu büyüme ile ilişkili olarak helal turizme olan ilgi de artmaktadır (Battour ve İsmail, 2016:150). Ancak Müslümanların, dünyanın en büyük turizm pazarlarından birini oluşturmasına ve dolayısıyla helal turizmdeki büyümeye rağmen helal turizm ve bu alandaki tüketiciler hakkında yeteri kadar bilgi ve anlayış sahibi olunamamıştır (El-Gohary, 2016:125). Bu noktada helal turizme ilgi gösteren tüketici kitlesini yakından tanımak önem arz etmektedir. Çalışmada muhafazakâr otellerde konaklayan bireylerin tercih, tutum, alışkanlık ve beklentilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda kavramsal çerçeve ve literatür taramasına ardından ise yapılan nitel araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Türk Dil Kurumunun tanımına göre muhafazakâr sıfat olarak; "tutucu" anlamına gelmektedir (www.tdk.gov.tr). Muhafazakârlık, değişen dünyada geleneksel yaşam biçimlerinin korunması ve değişen dünyaya karşı direnç göstererek yaşama tutumunu ifade etmektedir (Yücebaş, 2012:63). Boyraz vd., (2017:144) muhafazakâr tüketiciyi; geleneğe, düzene değer vererek ve dini inançlarını merkeze koyarak satın alma yapan kişi olarak belirtmektedir. Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere tüketicinin muhafazakâr eğilimi, değişim karşısında yeterli deneyime sahip olmamaktan ve değişime karşı direnç göstermekten daha geniş bir konuyu kapsamaktadır (Heiskanen, 2007:490).

Türk Dil Kurumunun tanımına göre helal; dinin kurallarına aykırı olmayan, dinî bakımdan yasaklanmamış olan, haram karşıtı olarak ifade edilmektedir (www.tdk.gov.tr). Dini bir perspektiften helal; herhangi bir Müslüman için izin verilen, kabul edilebilir caiz olandır (El-Gohary, 2016:126). Bu açıklamalar ışığında Müslümanların tükettikleri ürünlerin helal ürünler olduğu şeklinde yaygın bir kanı söz konusudur (Torlak, 2012:2). Helal, genel olarak ve çoğunlukla gıda ürünleri ile ilişkilendirilmektedir. Ancak helal yalnızca gıda ile sınırlı olmayıp; kozmetik ürünlerden, tıbbi ürünlere, bankacılık, finans ve turizm hizmetlerine kadar geniş bir alanda var olan bir kavramdır (Ab ve Johan, 2012:94).

Helal turizme bakıldığında helal turizmi Elaziz ve Kurt (2017); turist tüketim alışkanlıklarının ve İslami yaşam tarzının birleşimi, Battour ve İsmail (2016:151); İslami öğretilere göre izin verilebilir, Müslümanlara hizmet vermek üzere olan herhangi bir turizm eylemi, Farahani ve Henderson (2010:81) ise; Müslümanların seyahat sırasında tanıdık bir kültür içerisinde kalmayı tercih ettiklerini bu durumun da İslami turizm olarak adlandırıldığını ifade etmektedir.

Literatürde helal turizm kapsamında yer alan oteller; helal otel, muhafazakâr otel, İslami otel ve tesettür otel olarak yer almaktadır. Bu çalışmada ise katılımcıların kaldıkları otellerin helal sertifikasyonuna sahip olup olmadıkları detaylı olarak bilinemediğinden “helal konseptli otel” söylemi tercih edilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Zorlu (2003:5), modern tüketim kalıpları içerisinde gelişen dini yaşam tarzının en iyi örneği olarak lüks tatil anlayışını göstermektedir ve bunun kendi mantığı içinde nasıl dönüştüğünü Caprice Otel örneği ile açıklamaktadır. Türkiye’deki ilk helal konsept otel olma özelliğini taşıyan Caprice Otel 1996 senesinde Aydın – Didim’de açılmıştır. Alkol ve casino hizmetlerinin olmaması, mescidinin olması, namaz vakitleri içerisinde otelde ezan okunması ve kadın – erkek için ayrı havuzlar ve plajların bulunması bu oteli diğer otellerden ayıran özelliklerdir. Ayrıca bu otel bünyesinde Türkiye’deki ilk tesettür giyim mağazası olan Tekbir Giyim’in bir mağazası bulunmaktadır.

Doğan ve Baydar (2014:156-158) çalışmalarında, din motivasyonlu turizmi İslami turizm olarak ele almaktadırlar. İslami turizmin değişen ve gelişen şartlar sonucunda İslami kesimin modernleşme çabaları olarak açıklanabilecek bir talep şeklinde ortaya çıktığından bahsederek gelirlerinde artış yaşanması ile dünya nimetlerinden daha fazla yararlanma arzusunda olan İslami kesimi “mütedeyyin sınıf” olarak ele almışlardır. Bu mütedeyyin kesimin tatil talep ve beklentilerinin İslam’a göre şekillendiği ifade edilerek helal turizmden beklentilerin her geçen gün arttığını söylemektedirler.

Seyidov (2015:404)’un amacı İslami bağlılığın tüketici davranışları açısından önemini incelenmesi olan çalışmada, araştırmaya katılanların çoğunluğu dini anlamda konaklama tercihi olmadığını ifade ederken bir kısmının ise dini tercihlerini ön planda tutarak konaklama yaptıkları görülmektedir. Bu şekilde bireylerin tüketim tercihlerinde dinin tek başına bir belirleyici olmayarak demografik ve psikografik faktörlerle birleşerek tüketim tercihlerinde şekillendirici bir fonksiyona sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Boğan vd. (2016:1437); İslami turizm kavramındaki “İslami motivasyon” ifadesinin seyahate yöneltici olduğu için İslami turizm ve helal turizm kavramlarının birbirlerinin yerlerine kullanılmasının doğru olmadığını söylemektedir. Bunun yanında, helal turizmin bir turizm çeşidi olmayarak turizmin tüm çeşitlerinin inanç turizmi ile aynı anlama gelmediğini belirtmektedirler. Bu anlayış doğrultusunda; İslami turizm, tesettür otel, İslami otel kavramları yerine helal turizm kavramının kullanılmasının daha yerinde olacağı görüşündedirler.

Latif (2016:2)'in Türkiye'nin yerel ve dışarıdan gelen Müslüman turistler için çekici bir pazar haline geldiğini ifade ettiği "Turkey's \$2.7 bln Muslim Tourism Business Opportunity" adlı çalışmasında, güncel bilgiler yer almaktadır. Buna göre, Türkiye turizm ve seyahat faaliyetlerine odaklanarak dünya çapında kendisini tanıtmaya başlamış ve bu amaçla Müslümanların seyahat taleplerini artırmak için oteller, sahil tatil köyleri ve seyahat hizmetleri şeklinde Müslüman dostu misafirperverlik hizmetleri geliştirmeye başlamıştır. 2015'de Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre, Türkiye, dünyanın en büyük 14. Turizm endüstrisidir. Diğer sektörlerdeki turistlerin dolaylı harcamaları da dahil olmak üzere Türkiye'nin toplam katkısı GSYİH'nin yüzde 12'si ve WTTC tarafından 209,6 milyar dolar olarak tahmin edilmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütüne göre, Türkiye'de 2014 yılında 6,7 milyon uluslararası Müslüman turistin yaklaşık olarak 2,7 milyar dolar harcadığı bilinmektedir. Uluslararası Müslüman gezginler Türkiye'nin turizm gelirlerinin %18'ini oluşturmaktadır. Malezya ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi önde gelen ülkelerle birlikte Türkiye, Helal Seyahat Göstergesinde küresel düzeyde 7. sırada yer almıştır.

Memiş (2017:172,181) İslami kuralların dünya çapında otel sektöründe uygulanış şeklini araştırdığı çalışmasında, helal turizmi incelemiştir. Geleneksel turizm anlayışında yer alan alkol kullanımı, uygunsuz giyinme, kumar oynama gibi olumsuz yönlerin var olması muhafazakâr Müslümanlar arasında olumsuz bir etki oluşturmakta ve böylece helal turizm yaygınlaşmaktadır. Helal oteller, İslami kesimin rahatça tatillerini yapacakları ve aynı zamanda dini vazifelerini kolaylıkla yerine getirebilecekleri bir merkez olma konumundadır. Bu otellerin tercih edilmelerindeki en büyük etken ise, kadınların ve erkeklerin ayrı yüzme havuzları, mescid gibi özelliklerin ek fayda olarak muhafazakâr kesime sunulmasıdır.

Yücebaş (2012:78) çalışmasında Türkiye'de son yıllarda muhafazakâr ideolojinin yükselişe geçtiğinden bahsederek muhafazakâr yaşam biçimlerinde bir dönüşüm yaşandığını ifade etmektedir. Muhafazakârlığın modernizmle yakınlaşma biçimlerinden biri olduğunu bunun da kapitalist ekonomik sistemle kurduğu bağlantıdan kaynaklandığını ifade etmektedir.

Kasarcı ise çalışmasında (2016:51) Türkiye'de kendilerini muhafazakâr olarak tanımlayan yüzyıllardır ihtiyaçları dikkate alınmayan bir kesimin gıda, giyim, kozmetik ve hizmet sektörleri başta olmak üzere pek çok mal ve hizmet sektöründen taleplerinin oluştuğunu ve günümüzde de bu taleplerin oldukça arttığı bilgisine yer vermektedir. Söz konusu talepler İslami ekonomide yaşanan dönüşüm ve gelişimi yıllık olarak raporlayan Thomson Reuters'ın DinarStandart işbirliği içinde hayata geçirdiği "State of The Global Islamic Economy Report"un 2016-2017 yılı verileri ile açıklanmaktadır. Rapora göre, Müslüman tüketicilerin helal ürün farkındalığı yükselişte olup firmalar da bu doğrultuda stratejiler izlemeye çalışmaktadır.

Raporda 2016 yılı küresel çapta Müslümanların helal yeme-içme, hayat tarzı sektörlerindeki harcamaları 2,006 milyon dolar olmuştur. 2022’de bu rakamın %7,3’lük bir büyüme ile 3,081 milyon dolara ulaşacağı öngörülmektedir.

State of The Global Islamic Economy Report’un 2017-2018 yılı verileri incelendiğinde, Türkiye dahil 73 ülkenin helal yeme içme, İslami finans, helal seyahat, ılımlı moda, helal medya-rekreasyon ve helal ilaç ve kozmetik sektörleri üzerinden mevcut İslami ekonomik durum ölçümlenmiş ve her yıl genel ve sektör özelinde ülkeleri GIE (Global Islamic Economy) Indicator Score üzerinden sıralanmıştır. Global Islamic Economy Indicator Score’a göre en büyük 10 pazar sırasıyla; Malezya, UAE, Suudi Arabistan, Bahreyn, Umman, Pakistan, Katar, Kuveyt, Brunei ve Ürdün’dür. Rapora göre Türkiye, dünya genelinde ılımlı moda sektöründe 2. sırada, helal seyahatte 3. Sırada yer almaktadır (www.salaamgateway.com). Bu veriler ışığında Türkiye’nin Müslümanlar için popülerliği artan turizm destinasyonlardan birisi olduğu sonucuna varılmaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN TASARIMI VE YÖNTEMİ

Çalışmanın amacı helal konsept otele giden bireylerin tercih, tutum, alışkanlık ve beklentilerinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, araştırma kapsamında yer alan katılımcıların ortak özellikleri en az bir kez helal konsept bir otele gitmiş olmalarıdır. Bu özelliğe sahip katılımcıların seçilebilmesi için amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak kalitatif bir teknik olan derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu tekniğin tercih edilme sebebi nesnellikten çok bakış açısını ön plana çıkaran nitel araştırma (Yıldırım ve Şimşek, 2006:30) ile tüketicilerin helal turizm hakkındaki bakış açılarını derinlemesine ortaya koyabilmektir. Ancak, örneklem sayısının azlığından dolayı görüşmeler sonucu ulaşılan bulgular genelleme iddiası taşımamaktadır.

Literatürde Oflaz’dan (2015) esinlenerek; 10 soru muhafazakâr tüketicilerin helal konsept otellerle ilgili tercih, tutum ve beklentilerini ölçmeyi amaçlayan yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır.

Araştırma kapsamında en az bir kez helal konsept otele giden 14 katılımcı ile 07.04.2018 ve 01.08.2018 tarihleri arasında yüz yüze görüşülerek bilgi toplanmıştır. Her katılımcı ile görüşme öncesi randevu alınarak kendisini rahat hissettiği gün, saat ve yerde görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu durum göz önüne alınarak gerçekleştirilen görüşmeler yaklaşık dört aylık bir süreci kapsamıştır. Katılımcıların izinleri alınarak görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Her katılımcı için görüşme süresi 30-55 dakika aralığında gerçekleşmiş olup yine her katılımcı için yarı-yapılandırılmış standart 10 soru sorulmuştur.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışmanın örneklemini kadın ve erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Yaşları 21 ile 43 aralığında değişen katılımcıların üçü erkek, on biri kadındır. Katılımcıların çoğu lisans düzeyinde eğitime sahiptir. Mesleklerine bakıldığında ise neredeyse yarı yarıya bir eşitlikle özel ve kamu sektörlerinin farklı alanlarından katılımcıların yer aldığı görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun hanelerine giren toplam gelir 2700 ve 3500 TL ve 9000-1000 TL arasındadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	Aylık Haneye Giren Toplam Gelir	Meslek	Medeni Durum
Katılımcı 1	28	Kadın	Lisans	3000 TL	Öğretmen	Bekar
Katılımcı 2	28	Kadın	Lisans	8000 TL	Öğretmen	Evli
Katılımcı 3	30	Kadın	Lisans	9000 TL	Avukat	Evli
Katılımcı 4	29	Kadın	Doktora	9000 TL	Akademisyen	Evli
Katılımcı 5	31	Erkek	Lisans	9000 TL	Akademisyen	Evli
Katılımcı 6	43	Kadın	Lisans	3500 TL	Büro İçi Çalışan	Bekâr
Katılımcı 7	38	Kadın	Doktora	5000 TL	Öğretmen	Evli
Katılımcı 8	41	Erkek	Lisans	7000 TL	Özel Sektör Çalışanı	Evli
Katılımcı 9	28	Kadın	Lise	3000 TL	Özel Sektör Çalışanı	Evli
Katılımcı 10	33	Kadın	Lisans	9000 TL	Öğretmen	Evli
Katılımcı 11	43	Kadın	Lise	2700 TL	Mağaza Sorumlusu	Bekâr
Katılımcı 12	38	Kadın	Lisans	7000-8000 TL	Satış Müdürü	Evli
Katılımcı 13	29	Erkek	Lisans	3500 TL	Serbest Meslek Sahibi	Evli
Katılımcı 14	43	Kadın	Lisans	10000 TL	Eczacı	Evli

Çalışmada her soru için ayrı değerlendirme yapılarak şu sonuçlar ortaya çıkmıştır:

Araştırmanın ilk sorusu olan “Hangi helal konsept otellerde konakladınız ve konaklama sıklığınız nedir?” sorusuna verilen yanıtlar değerlendirildiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun Alanya’da bulunan helal konsept otellere gittikleri, aynı zamanda en sık gidilen otellerin de yine Alanya’da olduğu ve bununla birlikte neredeyse tamamının sahil kesiminde yer alan helal konsept otellere gittikleri görülmektedir.

Araştırmanın ikinci sorusu olan “helal konsept otelleri tercih etme sebepleriniz nelerdir?” ifadesine katılımcıların büyük çoğunluğu; kadın-erkek ayrı alanlar (havuz, plaj, hamam vs.) olması, ve sonrasında sırasıyla; alkol tüketiminin olmaması; aile ortamına uygunluk ve helal yeme-içme yanıtlarını vermişlerdir.

Helal konsept otele bir kez giden K6’nın tercih sebepleri arasında yukarıda sayılan üç sebep de yer almaktadır. K6 bu durumu şu sözlerle açıklamaktadır:

Yani orda daha rahatça davranabilmek, biraz hani muhafazakâr otellerde herkes tesettür anlamında giyim tarzı, görünümüdür neyse, oradaki davranışları kendimi rahat hissedebilmek için bunu tercih ederim. Ama sıradan bir otele gitsem bikinilerin arasında hani böyle dikkat çekmemek amacıyla. muhafazakâr otelde çevrem benim gibi olur. Yeme içme hassasiyeti, alkol olmaması, ayrı havuz kullanma, erkek - bayan ayrı olması daha rahat edebilmek o yönden. Muhafazakâr otelde kendi tesettürümden dolayı daha rahat hissederim. Ama açığın orda kalmasından da rahatsız olmam. Ama açık bir otelde rahatsız olabilirim. Normal bir otelde genelde insanlar bikiniyle daha rahat ne diyeyim öyle bir ortamda ben böyle haşema giymişken dikkat çekiyorum yani bu gerçekten böyle. Bakışlar rahatsız ediyor ama muhafazakâr otelde aynıyız, beni o kadar şey yapmaz, rahatsız etmez. Bu yönden kendimi rahat hissederim.

(Büro İçi Çalışan, 43 yaşında, Kadın)

Helal konsept otellerde 5-6 kez konaklayan K7 de K6’nın görüşlerine benzer şekilde helal konsept otelde tesettüründen, helal yeme-içme noktasına kadar kendini daha rahat hissettiğini şu sözleriyle ifade etmektedir:

Kendim kapalı olduğum için tesettürlü olduğum için bir de alkol tüketilmediği için. Yani bayan - erkek ayrı havuzu olduğu için olabilir. Bu otellerde kendimi daha rahat hissediyorum tabii ki. Yani Tesettürlü bir mayoyla bu otellere gidip havuzuna girdiğin zaman çok dikkat çekmiyor ama başka bir otele gittiğin zaman çok tuhaf bakıyorlar.

(Öğretmen, 38 yaşında, Kadın)

Helal konsept otellerde diğer otellere kıyasla kendilerini daha rahat hissettiklerini söyleyen katılımcıların görüşlerinin tersine helal konsept otelde bir kez konaklamış olan K12 bu otelleri rahatsız bulmakta ve bir daha helal konsept oteli tercih etmeyeceğini şu açıklaması ile vurgulamaktadır:

Tercih etmeme sebebim fiyatları ekstra çok farklı o fiyatı verip de ailenle ayrı ayrı takılmak yine çok farklı bizim için, bizim bakış açımızdan çok farklı bir durum. Eşim karşı ben de ona katılıyorum. Ayrı ayrı yerlerde tatil yapacaksa birlikte gitmemizin ne anlamı var diyor ben de makul buldum. Yani ailenle ayrı ayrı vakit geçirip bir de ekstradan para ödemek bana hiç mantıklı makul gelmiyor onun için bir daha böyle bir seçim yapmıyorum yapmayı da düşünmem. Diğer otellerde rahat edebiliyorum orada aradığım her şeyi bulabiliyorum. Kullanmak istemediğim şeyleri kullanmıyorum ortam olsun içecek olsun bazı etkinlik alanları olsun girmeyebiliyorum bu da benim tercihim benim inisiyatifimde rahatım, memnunum ve her şeyden önce ailemle bir arada vakit geçiriyorum.

(Satış Müdürü, 38 yaşında, Kadın)

Bu görüşlerin yanı sıra helal konsept otelde 15-20 kez konaklamış K8 ise bu otellerde iş seyahati esnasında kaldığını, tatil için tercih etmeyeceğini söylemekte ve helal konsept oteller hakkındaki olumsuz görüşünü belirtmektedir:

Benimki sadece rastlantı. Hususi tercih ettiğim bir yer değil. Bir kere gidince o otel hoşuma gitti bildiğim için hep ona gittim yani. Kendim gitmem ama çocuklar rahat etsin diye giderim belki. Kadın - erkek ayrı diye ama öyle başka bir şey yok. Aslında muhafazakâr oteller diğer otellere göre daha rahatsız edici. Şahsımla ilgili bir olumsuzluk değil ama muhafazakâr otellerin kuruluş amacı muhafazakârlara hizmet etmek için değil. Tatile gidemeyen muhafazakârları buraya çekmek için yani onun parasını almak için. Yani bu adamın da tatil hakkı bu da tatili hak ediyor çünkü niye diğer otellere göre %15 fazla alıyorlar fiyat olarak. Fiyat olarak daha pahalı hizmet kalitesi olarak daha düşük.

(Özel sektör çalışanı, 41 yaşında, Erkek)

“Helal konsept bir otelde yaşamış olduğunuz olumlu bir deneyiminiz var mı? Varsa lütfen paylaşır mısınız?” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, en çok alınan yanıt; herhangi olumlu bir deneyim yaşamadıkları olmuştur. Ardından sırasıyla; yemeklerinin güzel olması ve temizlik ve düzen noktasında olumlu olması ve ramazan etkinliklerinin bulunması ve sonrasında; kadınlara özel eğlence ve hizmet olması ve aileye daha uygun olması yanıtları gelmiştir.

K1 kadınlara özel eğlence olmasından hoşnut kaldığını şu sözlerle belirtmektedir:

Yani mesela bar kısmında kadınlara özel eğlence olması hoşuma gitti. Kadınlara matinesi gibi. Çılgınca dans edebiliyorsun rahatsız olmadan.

(Öğretmen, 28 yaşında, Kadın)

K5, helal konsept otellerin en olumlu yanının aileye uygunluk olduğunu şu sözlerle vurgulamaktadır:

Daha huzurlu, daha aile yaşantısına uygun bir ortam diyebiliriz. Yani açıkçası çok farklı olarak bir şey tecrübe etmedim. Sadece tek farklılık şu; aile ile gidince aileye daha uygun. Lobi olsun, oturma alanları aile için daha uygun. Diğer oteller biraz daha, özellikle yabancı turistlerle aile ortamını kötü etkiliyor.

(Akademisyen, 30 yaşında, Erkek)

K6 ise gittiği helal konsept otellerden birinde Ramazan'a özel etkinlik ve hizmetler olduğundan memnun olduğunu ayrıca belirtmektedir:

Mesela Ramazan döneminde gidiyorduk sahurda kaldırıyorlar ve o çok güzel olduğunu düşünüyorum hani Ramazanda özellikle tesettür otellerin sahurda verdikleri hizmetin, açık büfe diğer otellerde bulunamayacak hizmet. Akşam özellikle iftardan sonra havuz açık oluyor bayanlar için erkekler için sahura kadar havuzda eğlenilebiliyor bu güzel bir hizmet bence.

(Büro içi çalışan, 43 yaşında, Kadın)

K7'nin görüşlerine benzer bir şekilde K11 de şu sözlerle helal konsept otelde yaşamış olduğu olumlu deneyimi aktarmaktadır:

Ya mesela bir tanesine biz Ramazan'da gitmiştik belki huzurlu dememin nedeni o olabilir şeyleri çok güzeldi programları. Dolu dolu geçti. Aktiviteleri güzeldi. Özellikle çocuklar için. Çünkü Ramazan nedeniyle gittiğimiz için manevi boyutta güzel ekstra şeyleri vardı. Tasavvufi olarak çok güzel programları vardı hoştu yani.

(Mağaza müdürü, 43 yaşında, Kadın)

Herhangi olumlu bir deneyim yaşamadığını belirtenler arasından K9 bu durumu ayrıca şu sözleriyle açıklamaktadır:

Pek öyle bir şey olmadı ya normal otellerin hizmeti gibi hep aynı geliyor illa muhafazakâr diye bir şeyliği yok gibi aslında çok fazla da. Farkı yok yani çok da. Ekstra olumlu bir şey olmadı.

(Özel sektör çalışanı, 28 yaşında, Kadın)

K13 ise:

Yok aynıydı bizim diğer gittiğimiz ondan sonraki gittiğimiz bütün oteller hepsi normal standarttı. Yılda 2 kez gidiyoruz ekstra bir farklılık yoktu yani hani oradaki insanlar açık bayanlar da vardı kapalı bayanlar da vardı muhafazakâr olduğu için işte hepsi kapalı örtülü işte sürekli orda namaz kılınıyor işte mescitte secde öyle bir şey yok. Ha bir tek şöyle bir şey oldu bahçesinde havuz vardı büyük havuz vardı orda hiç açık bir bayan yoktu. Orda ne bileyim bikiniyle açık bayanların gezdiği yoktu, güneşte şezlongta bayanlar yoktu. Biraz daha avantajlıydı yani o yönüyle rahattı. Hani biz biraz da diğer otellere yılda 4 defa falan oluyor toplamda 2sine biz gidiyoruz artık alıştırdık mı nedir hani biraz daha şey yapıyorduk işte dikkat edelim şöyle edelim böyle edelim alıştırdık herhalde iyice çok fazla artık tercih sıkıntısı yaşamıyoruz illa ki öyle bir yer olsun falan demiyoruz.

(Serbest meslek sahibi, 29, Erkek)

Helal konsept bir otelde yaşamış olduğunuz olumsuz bir deneyiminiz var mı? Varsa lütfen paylaşır mısınız? Sorusunun yanıtları için bir değerlendirme yapıldığında, en çok alınan yanıt; otelin ikiye ayrılması olmuştur. Daha sonra sırasıyla en çok verilen yanıtlar; kalitesizlik, kadınlara özel alanların küçük ve az olması, rahatsızlık duyma ve israf olmuştur.

Olumsuzluk söz konusu diyen katılımcıların ifadelerine bakıldığında, helal konsept oteli asıl tercih etme sebebi kadınlara ait ayrı alanların olması olan K1'in; *"Yani belki biraz şey olabilir, bayanlara özel kısımlar erkeklerinkine göre daha küçük mesela havuz sayısı daha az böyle bir sıkıntı vardı otelde."* aktarımı ile ilgili helal konsept otelde kadınlara ait ayrı alanların erkeklerinkine kıyasla daha kısıtlı kaldığı için sonucuna erişilmekte ve bu durum K1'in helal konsept oteli asıl tercih etme sebebi ile uyuşmadığı için bir memnuniyetsizlik yaratmaktadır. Bunun yanında K2, K12 ve K13, otellerde kadın – erkek ayrı alanlar dışında aile ile beraber olamamaktan rahatsızlık duymaktadırlar. Bu durumu K2; *"Eşli katılım yok. Çiftlere özel etkinlik yok. Otel tamamen ikiye ayrılıyor. Erkek - kadın olayı çok kısıtlı"*, K12; *"Tatile ailecek gidiyoruz ayrı ayrı takılacaksa birlikte gitmemizin bir anlamı yok ki."* sözleriyle ifade etmektedirler.

Katılımcıların helal konsept otel işletmelerini en çok tercih etme sebebi kadınlara ve erkeklere özel ayrı alanlar olması olarak belirtilmiş olmasına rağmen, olumsuz deneyimler arasında otelin tamamen ikiye ayrılmasından hoşnutsuzluk duyulması dikkat çeken bir durumdur.

Katılımcıların bir kısmı ise helal konsept otellerdeki hizmeti kalitesiz bulmaktadır. Bu durumu K4 şu sözlerle açıklamaktadır:

"Benim gittiğim 5 yıldızlı otelden bozma bir otel olduğu için de direk muhafazakâr otel böyledir diyip yargılayamam aslında. Aşırı kalabalıktı bir kere. Havuza girdiğimizde bacağımızı sokacağımız bir yer yoktu. O kadar kalabalıktı ki ben havuza giremedim öyle söyleyeyim. Gene denizi kullandım ondan benim için bir esprisi olmadı. Açık büfesi güzeldi ama genel itibarıyla aileler orayı tercih ettiği için kreş gibiydi, otel gibi değil de kreş gibiydi. Otel çok eski bir oteldi.

Yatakları, çarşafı eskidi, temizdi ama. Bir de bizim kaldığımız otelin çok yakınında bir yerde şey var Zeytinyağı fabrikası vardı o yüzden gece yürüyüş yapalım diye çıktığımızda dehşet çöplük gibi kokuyordu. Yani otelin içinde kısıldık kaldık diyebilirim. Bir de otel böyle otobanın kenarında bir yerdedi hani ne yapacaksın. Sabahtan akşama kadar küçük bir yer olsun çıkalım gezelim ben severim. Küçük bir çarşısı varsa o konularda da tatmin etmedi. Yani yat, iç, ye o da benim sevdiğim bir şey değil.“

(Akademisyen, 29 yaşında, Kadın)

Benzer şekilde K11 de, gittiği otellerden bir tanesinde kalitesiz hizmetle karşılaştığını belirtmektedir:

“Bir tanesinde mesela hizmeti zayıftı. Hizmet zayıftı yani o da herhalde İkbal otelde miydi hatırlamıyorum ama günahını da almayayım. Bir tanesinin şeyi zayıftı hizmet hoş değildi. Özellikle yemekler servisler hoş değildi.”

(Mağaza müdürü, 43 yaşında, Kadın)

Son yıllarda popülerliği hızla artan helal konsept otellerin hepsinin bir standardı olmadığı sonucuna varılabilir.

K8 ise helal konsept otelde diğer otellere kıyasla kendini daha rahatsız hissettiğini şu ifadelerle vurgulamaktadır:

“Türkiye’deki denize gidip mayo giyemeyen muhafazakâr kesim kendisini orda daha iyi ifade edebiliyor, daha rahat hissediyor. Niye daha rahat hissediyor, cidden adam muhafazakârdır o yüzden iyi hissediyor 2) haşemayı orda giymeye utandığı için gidiyor bir de muhafazakâr Oteldeki şey kendinden hem insanlar kendinden ama sahili kafeteryası ve restoranı muhafazakâr olmayan bir otele göre daha saçma. Şimdi insanlar tatile niye gider mesela bak ben kendim tatil yeri seçerken neye göre seçiyorum köy gibi olsun rahat edeyim tamam mı salaş olsun ben gittiğim gün eşofmanlarımı giyeyim döneceğim gün eşofmanla, yani yemeğe de eşofmanla gideyim çarşısına da eşofman, sandaletle gideyim. Mesela muhafazakâr bir otelde tamam mı akşam yemeğe indiğin zaman dersin ki ben şeye geldim bir düğün var. Bir şey göstermek zorunda adam özellikle bayanlar bir şey göstermek zorunda yani. Şimdi oteldesin tatildesin akşam yemeğine nasıl inersin shortça inersin tshirtle inersin, sandaletle inersin değil mi ben buraya tatile geldim ama orda kadınlar gene boyalı makyajlı, elbise, düğün gibi bak topuklu mopuklu.. Erkekler işte uygun pantolon, gömlek ya da tshirtünü giymiş hani böyle bir şeye akşama yemeğine dışarıda bir yere çıkıyormuş gibi... Diğer otellerde öyle bir şey yok diğer otellerde akşam yemeğinde mesela herkes rahattır yani bak rahat diyorum açık kapalı demiyorum. Karşı masadaki ya da yan masadakinin ne giydiği ne yaptığı önemli değil ama muhafazakâr otellerin özellikle ortak kullanım alanlarında bu sıkıntı var. Ondan çok sevmiyorum ben oteli. Tatil için benim tercih ettiğim bir yer değil.”

(Özel sektör çalışanı, 41 yaşında, Erkek)

K7 için ise olumsuzluk bu sayılan sebeplerden çok daha başkadır. Bugüne kadar 5-6 kez helal konsept otele giden K7 israftan şu sözleriyle yakınmaktadır:

“Yani tesettür otellerde biraz daha israfa dikkat edilmesi gerektiğini düşünüyorum ama diğer otellerden çok farkı yok gibi. Yine orda da çok fazla israf oluyor yemekler yiyecekler olsun insanlar dikkat etmiyor hani benim tasarladığım şey, düşündüğüm şey dikkat edilmesi gerekiyor.”

(Müdür Yardımcısı, 38 yaşında, Kadın)

“Helal konsept otellerin sunmuş olduğu mal ve hizmetler hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde; katılımcılardan en çok, helal konsept otellerin diğer otellerden pek farkı olmaması ve yemeklerinin güzel olması yanıtları gelmiştir. Ardından sırasıyla; havuzların/sahilin ayrı olması, alkol olmaması ve helal gıda olması ve diğer otellere göre kalitesiz bulunması ve gayet güzel bulunması, son olarak ise olumlu ve tatmin edici bulunması olmuştur.

“Muhafazakâr otellerin sunmuş olduğu ürün ve hizmetler bizim için olumlu. Sıkıntıya düşmüyoruz en azından. Otel odasındaki dolaplar oluyor ya (mini bar) mesela geçen İzmir'e gittiğimde ben normal sıradan bir otelde kaldım işte içecek alırsanız burada var baktım alkollü içecekler de var ben açıkçası o alkol şeyleriyle oturmak, kalmaktan bile rahatsız oldum. Bu anlamda muhafazakâr otelde alkol olmaması bir ayrıcalıktır, öyle bir şey olmadığı için.”

(Büro İçi Çalışan, 43 Yaşında, Kadın)

K11 ise alkol hassasiyetini şu sözlerle belirtmektedir:

... Alkol olmaması, ben mesela oğlumla gittiğimde sınırsızdı içki hatta ona bileklik taktırdım ben kızıyordu bana 18 yaşındaydı, çizgide bilekliği olan belli bir yaştakilere verilmiyordu. (gülüyor) ben özellikle tembihledim kızıyordu bana ben içeceğim için mi diye yok hayır diyordum aslında içecek olsa nerde içer ama bu bir teşvik oluyor...

(Mağaza Müdür, 43 yaşında, Kadın)

Bu söylemlerden yola çıkarak helal konsept otellerin alkol tüketilmemesi noktasında muhafazakâr tüketiciler için diğer otellere göre bir artı oluşturduğu görülmektedir.

Bir katılımcı (K10) helal konsept otellerin diğer otellerden çok farkı olmadığını şu sözleriyle belirtmektedir; “*Mesela neyi var atıyorum işte namaz kılmak istedin mescidi var ama diğer otellerde de var artık işte denize gireceksin mesela yine bayanlar ve erkekler diye ayırıyorlar denizde de aynı şeyi var o avantajı var o iyi. Ya yemekleri bizim gittiğimiz otelin güzeldi tabii birçok otel güzeldir belki beş yıldızlı otellerin ama hani orda farklı bir şey görmedim hani muhafazakârlık adı altında....*”. Benzer şekilde K9 da; “*Ayrıca olmadı. Çok da bir farkı yok diğer aslında diğer otellerden.*” derken, K2 ve K8, diğer otellerden çok farklı olmadığını belirterek helal konsept oteldeki ürün ve hizmetleri diğer otellere göre daha kalitesiz bulduklarını belirtmektedirler. K2 bu durumu; “*Diğerlerinden ayıran çok bir şey yok. Diğerlerine göre daha alt seviyede*”, K8 ise; “*Benim gittiklerimdekilerin %80'i kalitesiz. Bedava olarak sunulan her şey kalitesiz. Meyve suyu kalitesiz, çay kalitesiz. Parayla olan kısmı güzel. Muhafazakâr otelin diğer otellerden tek artısı plajlarının ayrı olması. Niyetin oysa yeterli olabilir yani havuzlarının ayrı olması. Diğer bütün her şey aynı. Restoranda da aynı beraber yemek yiyorsun. Yani sadece sundukları hizmet, havuz ve plajların ayrı olması başka hiçbir artısı yok. Bana hitap eden bir otel değil. Millet de gidiyorsa muhakkak gereklidir ama bence komple kapatsınlar otelleri olmasın (gülüyor)*”. Sözleriyle ürünlerin kalitesizliğinden yakınmaktadır.

“Helal konsept otellerin fiyat politikaları ve ödeme koşulları hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusu için cevaplayıcıların neredeyse tamamı pahalı olduğu konusunda fikir birliğindedir. Bir kısım tüketici erken rezervasyon yaptıkları için ödedikleri fiyatları uygun bulmuştur ancak esasında helal konsept otelleri pahalı bulduklarını da ayrıca belirtmişlerdir. K3 bu konudaki düşüncelerini şu şekilde açıklamaktadır:

“Erken rezervasyon yaptırmıştık. Diğer otellerle kıyaslısak çok da farklı değil. Fiyatları daha da yumuşatmalılar diye düşünüyorum. Mesela bizim bu gittiğimiz Şah Inn, bu klasmanda iyi ama bir tane de şey var bu Angels' Marmaris'te, o da muhafazakâr otel ama 2000 tl'den falan bahsediyorlar. İki kişi kalsan 4000-5000. Çok pahalı. İnsanlarda bu şey var işte muhafazakâr otel pahalı gitmeyelim onun yerine başka otele gidelim ama otelden otele de değişiyor. Dediğim gibi o farklı bir klasman mı biliyorum. Oraya da giden var oraya da. Tabi bizim bütçeyi aşar bunlar.”

(Avukat, 30 yaşında Kadın)

K10 da fiyatları pahalı bulmakta ve bu konudaki düşüncelerini şu şekilde açıklamaktadır:

... Çok da ucuz değil yani muhafazakâr olması fiyatı etkiliyor mu bilmiyorum da. Bence fiyatı etkilemeli mi yani hani şey daha önemli otelin imkânları daha etkili fiyat konusunda bence muhafazakârlık etkilememeli. Hizmet kalitesi etkilemeli. Farklı yani onları zora sokacak bir şey yok. Beş yıldızlı otellerde hani birçok çocuk etkinlik alanları var aynı muhafazakâr otellerde de olabiliyor. İşte yemek kalitesi mesela işte yine iyi olabiliyor yani illa ki farklı otellere göre değişir ama. Hani ne bileyim fiyat noktasında muhafazakâr oluşu ekstra bir fiyatı arttırmamalı bence. Çok büyük bir yük değil çünkü. Bir havuzu yani hani kadın erkek diye ayırmak otel için çok zor olmasa gerek. Ya da bir denizi kadın erkek diye ayırmak ekstra bir yük değil diye düşünüyorum. Ya bir de şöyle var hani bazı insanlar alkol tüketmiyor (şimdi aklıma geldi) muhafazakâr olmayan otellerde genelde alkol tüketimi oluyor.. İşte bundan rahatsız olan bir kesim var hani sen tüketmiyorsun ama yan masada tüketiliyor.. yine mesela helal haram noktasında da bazıları daha hassas hani domuz eti tüketilen yerler var ya işte bu tür otellerde daha dikkat ediliyor o noktalara. Pek alkollü mekan olmuyor yani hiç olmuyor. Bunu tabii belki de fiyata yansıtıyor olabilirler. Hani aslında alkol normalde daha pahalı bir şey daha pahalı olması lazım alkollü otellerin ama burada bir şeylik var yani çelişki.. Yani bu şeye de benziyor biraz muhafazakâr deyince insanlar sınırlandırılmış oluyor sınırlı şey her zaman için daha pahalı...

(Öğretmen, 33 yaşında, Kadın)

Erken rezervasyon yaparak giden K4 helal konsept otelleri çok pahalı bulmakta ve düşüncelerini şu şekilde özetlemektedir:

Fiyatı gayet uygundu, uygun olması beni cezbedi ama diğer muhafazakâr otelleri aşırı pahalı buluyorum. Fiyatlarını yumuşatmalılar. Hizmet kalitesi olarak çok da uygun beklemiyorum ama eşimle birlikte gitmek istesek bir günlüğü 1000 tl, 3 gün kalsan 3000 tl. Zaten aylık alıyorsun 4000tl. 1 ay boyunca sadece 4 gün tatile gitmek için mi? Ki ben akademisyenim kalburüstü bir meslek olarak geçiyor başka muhafazakâr insanlar ne yapacak? Mümkün değil yani halka hitap eden bir fiyat politikası yok. Fiyatları fazlasıyla yumuşatmalılar.

Akademisyen, 29 Yaşında, Kadın

Daha önce 5-6 kez helal konsept otele giden K7 bu noktada düşüncelerini şu şekilde dile getirmektedir:

Çok fazla, çok pahalı. Yani biraz daha uygun olsa daha fazla giderdim herhalde. Pahalı buluyorum, normal değil. Tr şartlarında daha da fazla olmalı. Eskiye göre sayıları biraz arttı bir taneydi mesela biz Manavgat'tayken bir sene, sadece Bera otel vardı Alanya'daki, sonra giderek sayıları arttı ama fiyatları düşmedi TR şartlarında düşünelim herkes Müslüman birçok ailede kapalı bayan var daha fazla olsa bence daha fazla gider insanlar fiyatlarının uygun olması gerekirken uygun değil. Genelde yurtdışından çok fazla müşterileri var. Ben Bera'ya gittiğimde görüyordum mesela Almanya'dan geliyorlar, Hollanda'dan geliyorlar dışarıda yaşayan Türkler. Onlar için fiyat sorun değil ama burada yaşayanları da düşünmek gerekiyor. O kadar pahalı olmasına gerek yok. Yeterli müşterileri var yurtdışından gelen müşterileri onları doyuruyor ve gerek görmüyorlar TR'deki Arap müşterileri var, İran'dan, Arabistan'dan yeterli sayıyı doldurdıkları için Türk müşterilere ihtiyaç duymuyorlar. Sundukları hizmetler güzel ama diğer oteller gibi biraz daha uygun fiyatlı olabilirler sayıları artarsa. Bir de alternatif tek koca Alanya'da bir tane ya da iki tane, zaten Antalya bölgesinde bir sürü ne diyeyim 50 tane otel varsa 2 tanesi 3 tanesi muhafazakâr sayı az olduğu için fiyatlar uçuk onlar da çok kasmıyorlar. Pahalı olursa vazgeçebiliyorum diğer otelleri tercih ediyorum. Fiyatına bakıyor mecburiyetten çünkü ailede tek benim diğerleri de benim yüzümden o pahalı fiyatı ödemek zorunda kalıyorlar.

(Müdür Yardımcısı, 38 yaşında, Kadın)

Helal konsept otellerde 5-6 kez konaklayan K11 de fiyatları pahalı bulmakta ve helal konsept otellerin fiyat politikalarını şu sözlerle eleştirmektedir:

Fiyatlar pahalı. Herkes gidebilmeli aslında pahalı yani. Ya tabii muhafazakâr olmasının ayrıcalığının bence şeyini alıyorlar bence yanlış yapıyorlar herkes gitmiyor. Yani mesela muhafazakâr diye herkes dini boyutta olarak bakmayan aileler de var rahat etmek istiyor ailesiyle girmek istiyor (denize, havuza) yani çok kişi illa hani başörtülü diye değil hani mayosuyla rahat hareket etmek istediği için tercih ediyor ama genelde kapalı bakış açısı var.. açıklar gidemez örneğin yani onu o tabuyu yıkamamışlar ondan sonra sadece muhafazakâr kesimde zengin kesim gidebilecek şeyi var aslında. gidebilmeli madem herkes öyle bir otel var yararlanabilmeli. Herkes itici bakıyor mesela ben bahsediyorum bazen. Muhafazakâr otel pahalı olduğundan çocuklara göre hareket ediyorum mecburen çünkü hizmette orda sadece bana göre bir hizmet var muhafazakâr da bu defa öbür tarafta çocuklara aktivite var işte ben bir kere rastladım onu da Şahin Karaburun'da rastladım Bera'da falan rastlamadım bir İkbâl'e de gittim orda da rastlamadım. Biraz kadınlara özel oralar benim istediğim aileyi bir arada tutan şeyler..

(Mağaza müdürü, 43 yaşında, Kadın)

Fiyatı çok pahalı bulan K12 ise; *“Abartılı olduğunu düşünüyorum. Yani böyle bir hizmet veriyorsunuz siz de bize kat kat verin karşılığını gibi bir zihniyet böyle algılıyorum. Pahalı olmasına kesinlikle gerek yok.”* şeklinde görüşlerini ifade etmiştir.

Diğer tüm katılımcılardan farklı olarak K13 ise otel için ücret ödemediğini, genel olarak helal konsept otellerin fiyat politikaları hakkında pek fazla bilgisi olmadığını belirtmesine ek olarak helal konsept otellerin fiyat politikaları hakkındaki görüş ve önerilerini şu şekilde eklemiştir:

...Tabii normal standart bir otelden farklı olmalı. Şöyle bir şey, hem işte muhafazakâr olacak, insanlara hizmet verecek diğer otellerden cazip olmalı ki insanlar biraz böyle işte oteli farklı amaçlar işte orda alkol tüketilmiyor rahatça işte ne bileyim bu tarz şeylere muhafazakâr bir adam oteli niye yapar ki? Şimdi bir adam oteli niye yapar, Muhafazakâr olarak niye yapar? Dini düşünceleri vardır veyahut da dine daha yakındır ya da kendi o inancı doğrultusunda insanların tatil yapma arzularını karşılayayım ama günaha girmesinler mantığıyla yapıyordur. Şimdi sen normal bir otel 100 lirayken sen tutup günlüğü 150 lira yaparsan 200 lira yaparsan adam tatil yapamaz ama napalım yapacak bir şey yok diyebilir yani ama öbürü biri 100 diğeri 90 olmalı onu tercih etmeli neden öbürünü tercih etsin veyahut en azından aynı olmalı. İnsanlar bir de günaha girmeden eğlenebilecekleri bir aktivite olmalı yani bunun üzerine çalışmalı daha uygun olmalı yani bence fiyat. Muhafazakâr olunca niye pahalı olsun ki ne var e ekstra ne koyabilir ki işte bilmiyorum. Alkol yok avantaj değil mi bu? Şöyle bir şey var bizim gittiğimiz otelde lobiye çıkıyoruz insanlar o kadar aşırı alkol tüketiyorlar ki ciddi bir maliyet ya yani bilmiyorum diğerinde olmayınca bu avantajdır bence çok ciddi bir maliyet. Ha ne olur çok olur çay içer yani çok olur kola içer su içer. Ama maliyet sonuçta bir de bilmiyorum alkol fiyatları da ne kadar yani yüksek diyorlar ne kadar yüksek sonuçta ne kadar ucuz alırsan al bunu veriyorsun ikram ediyorsun insanlara. Yani bu ki oraya gelmiş adam vermicem deme şansın yok. İşte farklı farklı ürünleri tüketiyorlar. Daha uygun olmalı. Ekstraları vardır yani ne gibi ekstrası olabilir? Yani çünkü bir fark yok aralarında işte bir muhafazakâr bir otele gittin girdin içeriye işte içerde ezan okunuyor, ilahi söyleniyor böyle bir şey yok hepsi aynı normal müzikler çalıyor, yine pop müzik çalıyor aynı odalar aynı ne bileyim işte yiyecekler, yemekler her şey aynı, havuzu her şeyi aynı sadece ekstradan bayanlar için kapalı havuz. Ama dışarıda şöyle bir şey yok açık, tesettürü olmayan, örtülü olmayan bayanlar yok o. Fark o, alkol kullanılmıyor ekstra o, başka hiçbir farkı yok ya. Tamamen aynı. Bu da bir maliyet getirmez yani niye getirsin ki. Farklı bizim bilmediğimiz bir şeyler daha varsa gideri yani orda ne olabilir ki belki muhafazakâr bir otel olduğu zaman işte bizi orda alıyorlar cuma namazına gidiyoruz mesela orda geliyor servis tutuyorlar servis camiye götürüyor muhafazakâr otelin içerisinde belki mescidi olabilir imamı olabilir ekstra böyle bir maliyeti varsa onu bilmiyorum. İmam maşını da ödesinler yani böyle bir şey varsa da yani imamı da ödesinler bir zahmet (gülüyor)...

(Serbest meslek sahibi, 29 yaşında, Erkek)

Katılımcıların tamamı helal konseptli otellerin pahalı olduğu hususunda fikir birliğinde olmalarına rağmen, büyük bir çoğunluğu otel hizmetlerini de kalitesiz bulmaktadır. Katılımcıların bir kısmı helal konsept otellerin genel hizmet kalitesine göre fiyatlarının artmasını normal karşılamaktadır. Ancak görüşmeler sonucu edinilen bilgilere göre helal konseptli otellerin kalitesi ve fiyat algısı konusunda bir uyumsuzluktan söz edilebilir. Hatta helal konseptli otellerin hizmetlerinin diğer otellerden pek farklı bulunmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanında bir kısım katılımcı, kaldıkları oteller ve genel olarak bildikleri helal konseptli oteller için fiyat artışının tek sebebinin otelin helal konseptli olması şeklinde görüş bildirmişlerdir ve bu durumu şiddetle eleştirmişlerdir.

Helal konsept otellerin reklam, kampanya vb. bilgilerine nereden ulaşıyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde, katılımcıların neredeyse tamamı İnternet (sosyal medya, haber siteleri) yanıtını vermiştir. Ardından tanıdık, arkadaş tavsiyesi ve gazete gelmektedir.

Katılımcılara, “Ülkemizdeki helal konsept otel sayısı ve bölgesel dağılımı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltildiğinde, katılımcıların neredeyse tamamının yeterli sayıda helal konsept otel olmadığı konusunda fikir birliğinde oldukları görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu aynı zamanda helal konsept otellerin Türkiye’de yaygınlaşmasını istemektedirler. Yalnızca bir katılımcı helal konsept otel sayısını fazla bulmaktadır.

Bu noktada K1; “*Bence Alanya’da Akdeniz bölgesinde daha çoğunlukta gibi. Ege’de daha sınırlı sayıda ya da Karadeniz’de mesela yok gibi çok az. Daha çok olsa daha güzel olur. Genel olarak az, Türkiye genelinde.*” İfadelerini kullanırken K2 benzer şekilde; “*Ülkemizde yeni yeni gelişen Akdeniz’de sanırım daha fazla. Yaygınlaşmalı.*” İfadelerini kullanmış ve bu iki katılımcıya yakın olarak K7 de; “*Sayıları yetersiz. Bölgesel dağılım olarak Antalya bölgesinde daha fazla diğer şehirlere göre ama yine de yetersiz yani. Daha artmalı. Mesela İzmir bölgesinde araştırdım ben çok fazla yok 1 tane 2 tane, Antalya’da 5-6 tane. Bölgesel olarak da sayıları artmalı özellikle sahil bölgelerinde sayıları artmalı. Şehir otellerinde bile tesettür otel olmalı. Mesela ben şehir oteline gidiyorum bir gün konaklayacağım ama ayrı havuz olmasını istiyorum illa sahil olmasına gerek yok.*” şeklinde düşüncelerini belirtmiştir.

Helal konsept otellerin fiyatları hakkında “*aşırı pahalı buluyorum*” şeklinde görüş bildiren K4 sayıları ve bölgesel dağılımları hakkında da şu sözleri söylemiştir; “*Sahil kesiminde daha fazla var diye biliyorum... Yaygınlaşmasını isterim. En azından şu, biraz daha rekabet olayına girerlerse fiyat politikası da öyle dengelenir diye düşünüyorum. Tekel piyasası gibi bir konumları var şuan.*”

K13’ün ise bu konuda farklı fikirleri ve önerileri vardır ve bu durumu şu şekilde anlatmaktadır:

Bence yetersiz, hiç duymuyorum. Çoğalmasını isterim tabii ki çoğalsın yani. Şimdi şöyle bir şey var, belki ben çok aramıyor olabilirim ama arayan insanlar vardır. Şimdi ben işin açığı eşimle de konuştuk da bir sürü insan vardır ömründe hiç otele gitmemiş, tatil görmemiş şimdi o insanların da hakkı diye düşünüyorum belki maddi olarak zorlanıyor olabilirler de belki bir kolaylık sağlanabilir bu tarz insanlara ekstra bir fırsat doğabilir. Muhafazakâr oteller bunu yapabilir bence. Muhafazakâr bir otel bunu daha rahat yapabilir yani illa ki beş yıldız, yedi yıldız olacak işte bilmiyorum tabii maliyet düşüyor mu çıkıyor mu onu da tam net konuşamıyorum ama yapsa yapsa onlar yapabilir diye düşünüyorum.

Ya şimdi şöyle Müslümana ayrıcalık yapacak diye değil de yani işte normal bir otelde ekstra nedir, neler yapılıyor muhafazakâr otelde neler yapılıyor tam net olarak bilmiyorum ama yapılmayanlar birer avantaj. İşte diskosu, barı yoktur ne bileyim onlar hep birer maliyettir ya bence şimdi bir diskoda çalıştıracağın dj bilmem bir sürü para veriyorsun, bir sürü ışıklandırması, dekoru ondan sonra çalışan elemanları, gece çalıştırdığın işçileri olacak onlar alkol dağıtacaklar. Bunlar hepsi birer maliyet. Bunlardan kısıldığı zaman hani günlükte kaçta denk gelecek, kaçta tekabül eder bilmiyorum ama normal bir otel 200 de bu 100 liraya düşüyorsa bence bir avantajdır, bir ekstra olabilir yani veyahut da işte belirli zamanlarda muhafazakâr otellerde neler yapabilirler, işte Ramazan'a özel kampanya yapabilirler. İşte Ramazan için, gidemeyen insanlar gidebilirler bunun sayesinde, farklı şeyler olabilir yani, değerlendirilebilir bu. Yani şimdi şöyle muhafazakâr olmayan bir otel insanları hani nasıl eğlendiririm, bir daha seneye buraya nasıl çekerim daha ciddi işte farklı konserler, şunlar o tarz şeylerin üzerinde durup çok fazla para harcayabiliyorlar. Ama hani bir muhafazakâr bir otel olsa orda niye konser vermedin demez kimse aramayabilir yani gibi bunlar hepsi biraz avantajdır.

(Serbest meslek sahibi, 29 yaşında, Erkek)

“Helal konsept bir otelden beklentileriniz nelerdir?” sorusunun yanıtları değerlendirildiğinde katılımcıların neredeyse tamamı fiyatların uygun olmasını istemektedir. Bir kısmı ise fiyat kalite dengesini aradıklarını belirtmişlerdir. Daha sonra sırasıyla alkol olmaması, kadın-erkek ayrı havuz, plajın yanı sıra ortak kullanım alanları olması ve ayrıca ailelere özel ayrı alanlar olması istenmekte, kadınlara özel etkinlikler istenmekte, nezih, temiz, kaliteli olması istenmekte, çoğunluğun muhafazakar olması ve açık büfenin ve çocuk açık büfesinin sürekli açık olması talep edilmektedir. Bu noktada K5:

Fiyat - kalite dengesi olmalı. Fiyat diğerlerine kıyasla yüksek ama verdikleri de iyi olması lazım. Fiyat - kaliteyi sorgularım. Fiyat - kalite dengesi yoksa ne kadar muhafazakâr da olsa tercih etmeme nedenim olur. Ailenin girebileceği şekilde olmasını da koruması lazım. Ayrı plaj vs. olması benim için çok önemli değil. Açıkçası 1. nedenim değil. Karışık olsa da çok da bir şey fark etmez, sorun değil benim için. Nezih ortam olması önemli benim için.

(Akademisyen, 31 yaşında, Erkek)

Helal konsept otellerin fiyatlarını pahalı bulan K1; “*Yani fiyat olarak daha uygun olabilir. Mesela çok güzel muhafazakâr oteller var ama pahalı...*” şeklinde helal konsept otellerin fiyatlarının daha uygun olması beklentisinde bulunmuştur.

Helal konsept otelleri pahalı bulan K10’un da fiyatların uygun olması şeklinde bir beklentisi vardır ve bu durumu; “*Madem alkol yok fiyatlar daha da düşük olmalı bence yani çünkü alkol pahalı bir şey alkollü mekanlara göre yani muhafazakâr ların aslında mantiken daha uygun olmalı.*” şeklinde görüş bildirmektedir.

Katılımcıların yarısı, kadın-erkek için ayrı havuz, plaj olmasını beklemektedir. K4, helal konsept otelden beklentilerini; “*...Muhafazakâr otelden kasıt bayanların da rahat edip eğlenmesiye bayanlara özel havuzda da su kaydırağı benzeri eğlenceler de olmalı diye düşünüyorum.*” şeklinde, K5’in görüşlerine benzer şekilde K7 de “*Havuzlar ayrı olmalı kesinlikle. Bayanlara özel sahil olmalı...*” şeklinde kadın- erkek ayrı alan isteğini belirtmektedir. Kadın-erkek ayrı alanlar olması konusundaki hassasiyetini K13 şu sözlerle dile getirmektedir:

... Özellikle aranan şey şu, bir insanın eşi kapalı ve bunlara dikkat ediyorsa, onun eğlenebileceği, vakit geçirebileceği bir yer şart. Ben nerde olsa eğlenirim. Havuza da giriyorum, dışarıda şortla da geziyorum, denize de girebiliyorum ve yahut da yatla tura da gidebilirsin her şeyi yapabiliyorum ama bu onu kolay kolay yapamıyor hani ben eşime genellikle hani gittiğimizde ben onun yüzüne söylemesem de benim üzüldüğüm nokta eğlenemiyor otele gittiği zaman napıyor çocuk bakıyor. O gittiği zaman eğlenebilmeli, onun gideceği ekstra hamamlar olabilir.

Normal otelde hamama giriyoruz o hamama girdiği zaman rahat edemiyor ama orda rahat hamama, saunaya girebilmeli yani onun için yani bu tarz onların vakit geçirebileceği. Fiyatlar, bayanlar için özel alanlar eğlenebileceği, vakit geçirebilecekleri bunlar önemli olan aranan şey bu. Muhafazakâr olmayan bir otele gittiğinde eksik olan kısım bence direk bu oluyor bayanların rahatlıkla hareket edebileceği hiçbir alan yok, yok. Yani şimdi şöyle bir şey var, örtülü işte başını açıp rahatlıkla oturabileceği bir yer yok. Bayanlara özel lobi olabilir, erkeklere lobi olabilir, ayrı olabilir, ortak oturulan alan da olabilir, yani herkes gidecek mecbur ayrı olacak diye bir şey yok, orda ortak bir alan olur bir tarafında bir kısım bayanlar için bir kısım erkekler için olabilir. Orda bayanlar onlara hizmet eder mesela, erkekler erkeklere hizmet edebilir. Ha belki bunu başkasının yanında söylesen gericilik olarak falan algılıyor olabilir ama bu rahatlık açısından söylüyorum yani şimdi eşim kısa kolla orta oturamaz ya da üzerinde bir ceket, ceketi çıkarıp rahatça oturabilmeli, onu yapamıyor mesela ben ona üzülüyorum. Ha o, dininin gereği karşılığı yapıyor ama ben diyorum ki ben onu götürdüğümde tatil yapamaz diye gittik onu hak ediyor yani.

(Serbest meslek sahibi, 29 yaşında, Erkek)

Ortak kullanım alanlarının olmasını isteyen katılımcılardan biri olan K12'nin bu konudaki fikirleri; "...*Hem ayrı alanlar olup ortak alanlar oluşturulabilir sonuçta orayı tercih edip gidenler kendini bilen insanlardır illa ayrı tutmak bana çok mantıklı gelmiyor. Çünkü bu bir görüş, vizyon meselesidir öyle bir tercih yapıp o şekilde tatil yapmak isteyen insanlar da zaten son derece bilinçlidir diye düşünüyorum illa ayrı gayrı tutmanın bir anlamı yok.*" Şeklinde olmuştur. Araştırma sonuçlarında helal konsept otellerin en çok tercih edilme sebebi olan kadın ve erkeklere özel ayrı alanlar düşünüldüğünde bu görüş oldukça dikkat çekicidir.

K13'ün bu konudaki görüşleri de benzer niteliktedir: "...*Bayanlara özel lobi olabilir, erkeklere lobi olabilir, ayrı olabilir, ortak oturulan alan da olabilir, yani herkes gidecek mecbur ayrı olacak diye bir şey yok, orda ortak bir alan olur bir tarafında bir kısım bayanlar için bir kısım erkekler için olabilir...*"

Yine benzer bir görüş helal konsept otelden beklentilerini; ailelere özel ayrı alanlar olması ve verilen hizmetin iyileştirilmesi şeklinde K14'ten gelmiştir:

Bence açıkçası verilen hizmet yeterli değil. Ben eğer o sektörde olmuş olsaydım yani kumsalımız var geniş güzel misal nasıl kaplıcalarda böyle özel ailelere yönelik odalar, havuzlar falan oluyorsa muhafazakâr otel formatında bence öyle çevirmeleri lazım ya ailelere özel havuzlar yapmaları lazım ya da havuz olmazsa deniz kıyısında küçük bir yer bile olsa çevirme imkanları varsa çevirmeleri lazım o daha iyi olur bence. Yani kadın erkek ayrı demektense ailelere ayrı yerler olsa daha iyi olur gibi geliyor bana. Mesela aile içinde biz dört kişilik bir aileyiz çocuk ben misal ondan sonra bize 4 kişilik ayrı bir plajda bir bölüm oluşturmaları, yan aile, yan aile, yan aile, o şekilde yapabilirler bence, geliştirilebilir. Yok ülkemizde çok yok az ama dediğim şekilde olursa daha iyi olur. Böyle aileler için ayrı alanlar, yine kadın erkek ayrı yapmak isteyen olursa ayrı olabilir, fiyatının çok uçuk olmaması iyi olur...

(Eczacı, 43 yaşında, Kadın)

Bu görüşüne ek olarak yine K14: "...*ülkemizde hep alışılmış otel formatı var genelde hep gittim gördüm fuarlar sebebiyle falan da televizyonda bakıyorum mesela oralarda şey, daha farklı hizmetler, anlayışlar, odalar ayrı oluyor o tarzda geliştirilirse iyi olur bizim ülkemizde. Televizyondan gördüğüm kadarıyla yurtdışında birbirinden bağımsız odalar şeklinde yapıyorlar bol yeşilliklerin içinde, gürültü kirliliği olmuyor ondan sonra yemek işi bizdeki gibi hurra bir salonun içine toplanmış tıkmış insanlardan ibaret olmuyor, daha sakin, nezih ortamlar oluyor böyle, o şekilde olursa daha iyi olur.*" diyerek verilen hizmetin yeterli olmadığını ve daha kaliteli bir hizmet bekleyişi içerisinde olduğunu belirtmektedir.

Helal konsept otellerin tercih edilme sebepleri arasında kadın ve erkeklere özel ayrı alanların olması yer alırken helal konsept otelden beklentilere bakıldığında ayrı alanlardan memnun olmayan ve hatta rahatsız olan ve ayrı alanlar yerine aileler için ortak alanların olmasını isteyen katılımcılara rastlanması dikkat çeken bir durum olarak değerlendirilebilir.

“Kendinizi muhafazakâr buluyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlar değerlendirildiğinde, araştırmaya katılan katılımcıların tamamının kendini muhafazakâr olarak kabul ettiği görülmektedir.

Katılımcılara “Kendinizi ne kadar muhafazakâr buluyorsunuz? Bu anlamda muhafazakârlığınız konusunda 1'den 10'a kadar bir puan verir misiniz?” sorusu yöneltildiğinde ise, büyük çoğunluk 7-8 ve 4-6 yanıtlarını vermiştir. Katılımcılar içerisinde bir kişi (K8) ise muhafazakârlığına 10 üzerinden 9 puan vererek kendisini oldukça muhafazakâr bulduğunu belirtmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya katılan katılımcıların tamamı kendini muhafazakâr olarak kabul etmektedir ve helal konseptli bir otelde konaklamıştır. Katılımcıların helal konseptli otelleri tercih etme sebebi sırasıyla, kadın ve erkekler için ayrı alanların olması, alkol olmaması ve aile ortamının uygunluğu olarak vurgulanmış iken, yaşanan olumlu deneyimlerin arasında da kadınlara özel eğlence ve hizmetlerin olması ve otelde alkol bulunmaması yine yer almaktadır. Tercih etme sebebi olarak kadın ve erkeklere yönelik ayrı alanlar olması belirtilmiş olmasına rağmen, olumsuz deneyimler arasında otelin tamamen ikiye ayrılmasından hoşnutsuzluk dikkat çekmektedir. Hatta bazı katılımcılar ayrı alanlar yerine aileler için ortak alanın olmasını istediklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların tamamı helal konseptli otellerin pahalı olduğu hususunda fikir birliğinde olmalarına rağmen, büyük bir çoğunluğu otel hizmetlerini de kalitesiz bulmaktadır. Bu durumda katılımcıların helal konseptli otellerin kalitesi ve fiyat algısı konusunda bir uyumsuzluktan söz edilebilir. Hatta helal konseptli otellerin hizmetlerinin diğer otellerden pek farklı bulunmadığı tespit edilmiştir. Dahası pek çok katılımcı, helal konsept otelleri diğer otellere göre daha kalitesiz bulmaktadır. Bu konuda, kendisini oldukça muhafazakâr bulan bir katılımcının helal konsept otellerin diğer otellere kıyasla hizmetinin kötü olduğunu, daha rahatsız edici olduğunu ve kapitalist sistemde yer aldığını düşünmesi ve bu konuyu eleştirmesi çalışmanın çarpıcı bir bulgusudur. Ayrıca helal konseptli otellerden katılımcıların beklentisi uygun fiyat olarak belirtilmiştir. Bu bulgulara benzer nitelikte Sürücü vd. (2017:73)

Türkiye’deki helal otel işletmelerinin uygulamalarına yönelik mevcut durumu İslami açıdan ele almak üzere tüketici şikayetlerini inceledikleri çalışmalarında; “Fiziki imkanlara yönelik”, “fiyat-kalite dengesinin olmaması”, “fiyat politikası ve uygulamalarına ilişkin”, “boş zaman aktivitelerine yönelik” şikayetler tespit etmişlerdir. Katılımcıların yaşadıkları olumsuzluklar ve beklentileri düşünüldüğünde iyileştirmeler yapılması ve bu olumsuzlukların giderilmesi adına söz konusu muhafazakâr kitleyi daha yakından tanımak ve takip etmek oldukça önemlidir.

Bunun yanında helal turizm altyapısında iyileştirmeler yapılması (Pamukçu ve Sarıışık, 2017:94), helal turizm konseptinin doğru algılanması ve hizmet standartlarının bu anlayış doğrultusunda geliştirilmesi (Poyraz ve Oktay, 2017:108) ile helal turizm sektörünün gelişmesi sağlanacaktır.

Çalışmaya katılanlar, helal konseptli oteller hakkında reklam, kampanya ve bilgiye daha çok sırasıyla internet, arkadaş tavsiyesi ve gazete reklamları aracılığıyla ulaştıklarını belirtmişlerdir. Son yıllarda Türkiye’de helal turizm pazarının büyüdüğü gözlenmesine rağmen, araştırmaya katılan katılımcılar, ülkemizde helal konseptli otel sayısının ve bu otellerin bölgesel dağılımının hala yeterli olmadığı ve yaygınlaştırılması gerektiği kanaatindedir.

Katılımcıların yanıtları incelendiğinde helal konsept otelleri tercih eden tüketici profilini tanımanın önemli olduğu görülmektedir. Bu noktada akademisyenler olarak ülkemizi de dikkate aldığımızda değişen ve gelişen turizm anlayışı hakkında literatüre katkıda bulunulması bu çalışmanın önerileri arasındadır. Bunun yanında katılımcılardan alınan yanıtlar doğrultusunda bahsedilen sorunlarla karşılaşılmasını adına helal konsept otellerin belirli bir standarda oturtularak hedef kitlelerini doğru belirlemeleri ve bu doğrultuda stratejilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Büyüyen ve çekici bir pazar haline gelen helal turizm pazarını helal konsept otel ve seyahat işletmelerinin görmeleri önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

AB T., Johan, M. (2012). Issues in Halal Packaging: A Conceptual Paper *International Business and Management*, 5 (2), 94-98.

ALTUNÖZ S., Ö., Kıroğlu, H. S., Kargiglioğlu, Ş. and Karaçağa S. (2017). İslami Hassasiyetler Çerçevesinde Helal Turizm Uygulamalarına İlişkin Bir Değerlendirme: Helal Oteller, *Journal of Turkish Tourism Research*, 1(2): 64-77.

BATTOUR M., Ismail, N.M. (2016). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives*, 150–154.

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* 1425-1440.

BOYRAZ, M., Mutluç, A.S., Güvenen, Ö.A., Dikmen, H. (2017). Müslüman Tüketicilerin Helal Ürün Algısı, Tutum Ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *I. International Halal Tourism Congress*. 143-159.

DOĞAN, B., Baydar, V. (2014). 2000’li Yıllardan Sonra Türkiye’de Müteyyin Sınıfın Tatil Anlayışı Ve Konaklama Sektörüne Etkileri: Arz Kaynaklı Bakış *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi* 5(11), 155-166.

ELAZİZ, M. F., Kurt, A. (2016). Religiosity, consumerism and halal tourism: A Study of Seaside Tourism Organizations In Turkey. *Turizam : međunarodni znanstveno-stručni časopis*, Vol. 65/ No. 1, 115-128.

EL-GOHARY, H. (2016). Halal Tourism, Is it really Halal? *Tourism Management Perspectives* 19 124–130.

FARAHANI, Z. H., Eid, R. (2016). Muslim World: A Study Of Tourism & Pilgrimage Among OIC Member States *Tourism Management Perspectives 19* 144-149.

FARAHANI, H. Z., Henderson, J. C. (2010). Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal Of Tourism Research 12*, 79-89.

HEISKANEN, E., Hyvönen, K., Niva, M., Pantzar, M., Timonen P., Varjonen, J. (2007). User Involvement In Radical Innovation: Are Consumers Conservative? *European Journal of Innovation Management 10(4)*: 489-509.

HENDERSON, (2016). Halal Food, Certification and Halal Tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives 19*: 160-164.

JAFARI, J., Scott, N. (2014). Muslim World and its Tourisms. *Annals of Tourism Research, 44*:1-19.

KASARCI, H. (2016). Tüketim Çarkında Müslümanlar *Mediacat Dergisi sayı 255* 47-51.

LATİF, (2016). Turkey's \$2.7 Bln Muslim Tourism Business Opportunity *Global Islamic Economy Gateway* Thomson Reuters & DinarStandart tarafından hazırlanmıştır. www.salaamgateway.com adresinden alınmıştır.

MEMİŞ, S. (2017). Turizmde Yeni Bir Pazarlama Yaklaşımı: Helal Turizm Ve Dünyadaki Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme *GÜSBED, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi 8(21)*: 172-181.

OFLAZ, M., (2015), "Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.

PAMUKÇU, H., Sarıışık, M. (2017). Helâl Turizm Kavramı Ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi 3(1)*: 82-98.

POYRAZ, H., Oktay, K. (2017). Helâl Konseptli Otellerde Tutundurma Stratejilerine Yönelik Bir Değerlendirme *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi 2(1)*: 101-111.

RAHMAN, M. K. (2014). Motivating Factors of Islamic Tourist's Destination Loyalty: An Empirical Investigation in Malaysia. *Journal of Hospitality and Tourism Management Vol. 2(1)*, 63-77.

SEYİDOV, İ. (2015). Tüketicilerin Davranışlarında Şekillendirici Bir Faktör Olarak İslami Bağlılık *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 9(1)*: 388-409.

State of the Global Islamic Economy Report (2018) Thomson Reuters & DinarStandart tarafından hazırlanmıştır. www.salaamgateway.com adresinden alınmıştır.

TORLAK, Ö. (2012). İslam Ülkeleri Arasında Helal Ürün Pazarlama Potansiyeli, Problemleri ve Çözüm Önerileri, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi 4(2)*: 1-9.

YILDIRIM, A., Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri Seçkin Yayıncılık, Ankara, 6. Basım.

YÜCEBAŞ, S. (2012). Türkiye'de muhafazakâr lığın Gündelik Yaşam Estetiği *İnsanbilim Dergisi* 1(2): 62-80.

ZENGİN, B., Şen, L.M., Üstün, M., Bozkurt, E. (2017). Türk Halkı'nın Helal Turizme Bakış Açısı: Sakarya İli Örneği *I. International Halal Tourism Congress*, 211-218.

ZORLU, A. (2003). Türkiye'de Batılı Yaşam Tarzı Olarak Tüketim: Türkiye'de Tüketim Ürünlerinin Ve Kültürünün Tarihi Gelişimi *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E- Dergisi*. <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/zorlucerceve.htm>

<http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/#>

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=muhafazak% C3% A2r&uid=36632&guid=TDK.GTS.5bf5088a28e0f8.75912292

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=HELAL