

Trabzon Otellerinin Helal Turizm Açısından İncelenmesi

Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

ayhankarakas74@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9285-0552>

Öğr. Gör. Nilüfer ŞAHİN TEZCAN

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

nilufer-sahin-@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0403-5150>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdtad.899195>

Makale Gönderim Tarihi: 18.03.2021

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Makale Kabul Tarihi: 30.04.2021

Özet

Helal turizm Müslümanların inançlarının gerektirdiği şekilde seyahat etmesi, konaklaması, tatil yapması, rehberlik hizmeti alması ve diğer turizm faaliyetlerine de katılması anlamına gelmektedir. Bu çalışma helal turizmin konaklama tesisleri açısından incelenmesi amacı taşımaktadır. Bu amaçla Trabzon ilinde faaliyet göstermekte olan otellerin helal turizm imkânları ve yöneticilerinin gözünden helal turizme yaklaşımları incelenmiştir. Veri toplama aracı olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Veriler Trabzon ilinde yerleşik olan üç, dört ve beş yıldızlı otellerin yöneticileri ile görüşülerek elde edilmiştir. Araştırmaya 31 otel yöneticisi katılmıştır. Araştırma sonucunda, otel yöneticilerin %35'inin helal otelcilik konusunda bilgi sahibi olmadığı, otellerin %90'ının web sitesinde helal konusunda herhangi bir ibareye yer vermediği, sadece sekiz otelin kendisini helal otel olarak pazarladığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Ortadoğulu Müslüman turistler tarafından çoğunlukla tercih edilen bir destinasyon olan Trabzon ilinin helal otelcilik konusunda ilerleme göstermesi beklenmektedir. Araştırma sonucunda otel yöneticilerine öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelime: Turizm, Helal, Helal Turizm, Trabzon Otelleri, Otel Yöneticileri.

Jel Kodları: M31

Investigation of Trabzon Hotels From Halal Tourism

Abstract

Halal tourism means that Muslims travel, stay, vacation, receive guidance and participate in other tourism activities as required by their beliefs. This study aims to examine halal tourism in terms of accommodation facilities. For this purpose, the halal tourism opportunities of the hotels operating in the province of Trabzon and their approach to halal tourism from the eyes of their managers were examined. Survey technique was used as a data collection tool. The data were obtained by interviewing the managers of three, four and five star hotels located in the province of Trabzon. 31 hotel managers participated in the research. As a result of the research, it was concluded that 35% of hotel managers do not have information about halal hotel management, 90% of the hotels do not include any statement about halal on their website, and only eight hotels market themselves as halal hotels. The province of Trabzon, which is a destination mostly preferred by Muslim tourists from the Middle East, is expected to show progress in halal hotel management. As a result of the research, recommendations were presented to hotel managers.

Key Words: Tourism, Halal, Halal Tourism, Trabzon Hotels, Hotel Managers.

Jel Codes: M31

*Bu çalışma 4-6 Nisan 2019 yılında Antalya'da düzenlenen 2. International Halal Tourism Congress'de sunulmuş tebliğin genişletilmiş halidir.

Giriş

Bireylerin sürekli yaşadıkları, evlerinin bulunduğu yerlerden geçici süreli olarak ayrılarak, gezmek, görmek amaçlarıyla gittikleri yerlerde yaptıkları geçici konaklamalardan doğan ihtiyaçların karşılanmasına yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetler turizm kapsamına girmektedir (Olalı & Timur, 1988, s. 17). Turizmin gelişim ve değişiminde insanların yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden farklı yerlere gerçekleştirdiği seyahatler ve günümüzde artan boş zaman ve iyileşen refah düzeyinin etkisi olduğu söylenebilir. Meydana gelen bu gelişimler vasıtasıyla sektör olumlu şekilde etkilenmektedir. Bu gelişmelere ülkeler arasındaki seyahatlere sağlanan kolaylıklar ve ulaşım endüstrisinde yaşanan teknolojik gelişmeler eklenebilir (Karaman, Aylan, & Saçlı, 2017, s. 576). Meydana gelen kolaylıklar doğrultusunda artan turist sayısı da özellikle ülkenin belirli bölgelerine doğru yoğunlaşmaya başlamıştır. Bu durum belirli bölgelerde taşıma kapasitesinin üzerinde çalışılmasına ve sonucunda çeşitli olumsuz etkilere sebep olmuştur. Turizm bölgelerinde aşırı yoğunlaşma ile ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel yönden olumlu ve olumsuz etkilere maruz kalınmaya başlanmıştır. Bu etkilerin olumlu olanlarının en yüksek seviyelere çekilmesi, olumsuz etkilerin en alt seviyelere indirilmesi için çeşitli fikirler ileri sürülmektedir. Bu amaç doğrultusunda ortaya atılan turizm çeşitlerine alternatif turizm olarak adlandırılmaktadır. Helal turizm kavramı alternatif turizm türleri içinde sayılmamakla birlikte turizm pazarlamasında niş bir alan olarak düşünülebilir.

2020 yılında Müslümanların nüfusu 2,2 milyara ulaşacak, seyahat edenlerin sayısı ise 156 milyona ulaşacaktır. Helal turizm harcamaları ise 220 milyar dolara ulaşması tahmin edilmektedir (2018). Tüm turizm işletmelerinin böyle bir pazar payından haberdar olmaları ve buna göre stratejilerini ortaya koymaları bir gereklilik durumundadır.

Helal turizm önceki çalışmalarda çeşitli yönleriyle incelenmiştir (Bhuiyan & Darda, 2017; Oflaz, 2015; Saad, Ali, & Abdel-Ati, 2014; Zengin, Şen, Üstün, & Bozkurt, 2017; Özdemir H. , 2015). Günümüzde çalışmalara konu olmaya devam etmektedir. Konaklama tesisi yöneticilerinin helal turizme bakış açısıyla ilgili de çalışmalar vardır (Karaman, Aylan, & Saçlı, 2017). Fakat Trabzon ilinde bulunan konaklama tesislerinin helal turizm açısından değerlendirilmekte olduğu çalışmalara literatürde rastlanmamıştır. Bu çalışmanın amacı Trabzon ilinde bulunan otel işletmelerinin yöneticilerinin gözüyle otellerin helallik durumlarının ortaya koyulmasıdır.

Literatür Taraması

Helal kavramı Allah tarafından müsaade edilen şeyleri kapsamakta, haram kavramı ise Allah tarafından kesin şekilde yasaklanmış olan şeyleri kapsamaktadır. Helal turizm uygulamalarında sunulmakta olan ürün ve hizmetlerin helal kavramı çerçevesinde olmaları esastır (Batman, 2015). Helal turizm kavramı; müslümanların inançlarının gerektirdiği şekilde seyahat etmesi, konaklaması, tatil yapması, rehberlik hizmeti alması ve diğer turizm faaliyetlerine de katılması olarak tanımlanmaktadır (Kozak, Akoğlan Kozak, & Kozak , 2017, s. 43).

Helal turizm kavramı, kimi zaman inanç turizmi kavramı ile karıştırılmaktadır. Helal turizmin inanç turizmi ile aynı anlama gelmesinin aksine turizmin tüm çeşitlerinin helal anlayışa dayanarak yapılması gerektiği yapılan çalışmalarda ileri sürülmektedir (Boğan, Batman , & Sarıışık , 2016). Yani helal turizm konusunda bahsedilen faaliyetlerin tüm alternatif turizm türleri bakımından değerlendirilmeleri ile Müslüman kesimin turizm faaliyetlerine katılımı artırılabilir.

Helal konseptte hizmette bulunan bir tesisin bulundurması gereken özellikler şu şekilde sıralanabilir (Kozak, Akoğlan Kozak, & Kozak , 2017; Oflaz, 2015; Pamukçu & Sarıışık, 2018; Henderson, 2010):

- Alkol servisi olmaması,
- Erkek ve kadınlara özel ayrı havuzların bulundurulması,
- Çalışanların İslami kurallara uyumlu kıyafetler giymesi,
- İşletmenin islami finansal uygulamalara göre yönetilmesi,

- İnsan şeklini tasvir eden sanat eserlerinin bulunmaması,
- Kumar oynatılmaması,
- İbadet merkezilerine sahip olması,
- Yiyecek ve içeceklerde haram ürün bulunmaması,
- Disko tarzı müziklere yer verilmemesi,
- Lobinin haremlik selamlık şekilde tasarlanması.

Helal otel (Pamukçu & Sarıışık, 2018), muhafazakar otel (Özdemir H. , 2015), İslami otel (Jafari & Scott, 2014), dry otel (Saad, Ali, & Abdel-Ati, 2014), helal konseptli otel (Boğan, Batman , & Sarıışık , 2016), Müslüman-Dostu otel (El-Gohary, 2016) olarak farklı isimlendirilen bu konaklama tesislerinin ana özelliği, İslami kurallara uygun olarak kurulması ve işletilmesi şeklinde özetlenebilir. Helâl turizmle ilgili terimlerin anlamları; helâl konseptte ve İslami şeriatın rehberliğine ve kurallarına uymakla ilgilidir (El-Gohary, 2016, s. 127).

Literatürde helal oteller veya otellerin helal konseptlere bakışlarıyla ilgili yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Bhuiyan & Darda, (2017) yaptıkları çalışma ile helal turizmin Bangladeş'teki durumunu incelemiş, gelişim ihtimalini araştırmış, gelişim gösterdiği ve ekonomiye katkısının artmakta olduğu sonuçlarını ortaya koymuş ve çeşitli yönlerde önerilerde bulunmuştur. Sandıkçı, Çağlar, & Güzel, (2017) helal otellerde ve şehir otellerinde konaklayan müşterilerin helal otellere yönelik olan tutumlarını incelemiş, her iki grupta da dini hassasiyetlere göre farklılıkların olduğu gözlemlenmiştir.

Zengin ve diğerleri (2017) yaptıkları çalışmada Sakarya halkının helal turizme bakış açısı konusunu ele almış, halk tarafından helal turizmin uygulanabilir ve gerekli olduğu sonuçlarını ortaya koymuştur. Helal turizm konseptinin varlığının bilinirliğinin az olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Baran, Batman, & Yıldız, (2017) Helal Gıda uygulaması yapan bir oteldeki yönetici görüşlerini değerlendirilerek Helal Gıda uygulamaları konusundaki tavrın incelendiği çalışmada, yöneticiler tarafından belirtilen ortak sonuçlar değerlendirildiğinde; helal gıda uygulamalarının geleneksel kültür yapısına uygun olmasının yanı sıra finansal açıdan otellere maddi külfet getirmesi nedeniyle sertifikalandırılmayan ürünler için yeni düzenlemeler uyguladıkları belirlenmiştir. Karaman, Aylan, & Saçlı, (2017) yaptıkları çalışma ile otel yöneticilerinin helal turizme bakış açılarını incelemiş, helal turizmin önemli bir ihtiyacı karşıladığı yeni gelişmekte olduğu ve bu konuda eğitim programlarının düzenlenmesi gerektiği sonuçlarını ortaya koymuştur. Helal otel işletmelerindeki personel politikası üzerine yapılan araştırmada elde edilen sonuçlara göre personel seçilirken helâl konseptli otel işletmeleri ile klasik otel işletmeleri arasında belirgin farklılıklar olmadığı, ancak helâl konseptli otel işletmelerinde özellikle yiyecek-içecek, satın alma gibi departmanlarda çalışan personelin “helâl turizm” , “helâl gıda”, ”helâl sertifikası” konularında ilave bilgiye sahip olması ve eğitime tabi tutulması gerektiği saptanmıştır (Temizkan, Ceylanlar, & Şen, 2017).

Zengin, Ulama, Dursun, & Eroğul, (2017) İstanbul'da “Helal Turizm” kapsamında faaliyet göstermekte olan 10 işletmenin yöneticileri ile görüşülerek yapılan çalışma sonucunda; helâl konseptli İstanbul otellerinin tanıtım faaliyetlerini ağırlıklı olarak yurtiçi -yurt dışı fuarları, online satışlar, sosyal medya, katalog-broşürler vb. araçlar ile gerçekleştirdikleri sonucuna varılmıştır. Ayrıca bazı işletmelerde helâl turizm yaklaşımını tanımlamaya ve tanıtmaya yönelik konaklama işletmeleri tarafından bastırılan dergiler lobi alanlarında bulundurulmaktadır. Araştırmadan elde edilen en dikkat çekici bulgular hızla gelişen helal turizm konseptine katılan turistlerin önemli bir potansiyel oluşturdukları ve diğer turistlere göre daha fazla harcama yapmaya hazır oldukları yönündeki yönetici değerlendirmeleridir. Büyükşalvarcı, Şapıcılar, & Ay, (2017) Konya ilinde otel yöneticileri ile yapılan görüşme sonucunda, yöneticilerin helâl turizm konusunda çok duyarlı oldukları, helâl turizmi kendi bilgi ve deneyimleri çerçevesinde yapmaya çalıştıkları, misafirlerinin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda hizmet verdikleri, bu turizm türü hakkında yeterli

bir reklam, tanıtım yapılmadığından insanların bilgisinin az olduğu, ne olduğunu sektör yatırımcılarının bilemediğini ve bundan dolayı da tam anlamıyla yapılamadığının tespiti yapılmıştır.

Türkiye’de Helal Konseptli hizmet veren 135 otel işletmesinin web sayfaları incelendiğinde online rezervasyon hizmeti, rezervasyon telefon numarası, otel özellikleri, odalarda sunulan hizmetler, otel hizmetlerinin fotoğrafları, restoranlar, otele ulaşım haritası, telefon numarası, adres, e-posta adresi, faks numarası, yabancı dil desteği ve sosyal medya linki hizmetlerinin çoğunlukla verildiği görülmektedir. Fakat helal konseptli otellerin web sitesinde helal otel sertifika bilgisi, helal yiyecek-içecek, dini içerikli aktivite, çocuklara yönelik dini aktivite bilgisi ve otele yakın inanç destinasyonları bilgisi hizmetinin çok azında bulunduğu görülmektedir (Pamukçu & Arpacı, 2016).

Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, Trabzon ilinde faaliyet göstermekte olan otel işletmelerinin helal turizm açısından incelenmesi amacıyla yapılan bir çalışmadır. Bu çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda bölgede faaliyet göstermekte olan otel işletmelerinin helal turizm uygulamalarını ne ölçüde yerine getirdikleri ortaya konulması amaçlanmıştır. Faaliyet göstermekte olan işletmelerin sundukları hizmetleri helal turizm bakış açısıyla değerlendirmesine katkı sağlanacaktır. Helal turizmin gelişimi konusunun Trabzon ili bakımından incelenmesi araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Evren, Örneklem, Yöntem ve Kısıtları

Araştırma evreni Trabzon ilinde faaliyet göstermekte olan 3,4 ve 5 yıldızlı turizm işletme belgeli konaklama tesislerinin yöneticilerinden oluşmaktadır. Çalışma kapsamında evrenin tümüne ulaşmanın zorluklarından dolayı örnekleme oluşturan tesislerin 3, 4 ve 5 yıldızlı işletmelerle sınırlı olması tercih edilmiştir. Bu tesislerin sunulan hizmetlerin daha sistematik şekilde işlemesi de tercih sebeplerinden biri olmuştur. Mevcut tesisler Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından yayınlanan işletme listesinden tespit edilmiştir (Trabzon Kültür Turizm, 2018). Araştırma verilerinin toplanması amacıyla bir anket formu oluşturulmuştur. Araştırmaya katılan bireylerin bazı demografik ve kişisel özelliklerinin tespiti amacıyla 9 ifadeye yer verilmiştir. Bu ifadeler için Oflaz (2015)’ den yararlanılmıştır. Bölgede yer alan otel işletmelerinin helal turizm uygulamalarına yakınlıklarının ölçülmesi amacıyla anket formunda tesis özellikleri ile ilgili 22 soruya yer verilmiştir. Tesis özelliklerini ölçmek amacıyla kullanılan ölçek Özdemir (2012) tarafından oluşturulmuş olup, Karaman vd. (2017) tarafından kullanılmıştır. Formlarda yer alan ilgili sorular çalışma doğrultusunda düzenlenmiş ve kullanılmıştır.

Bu çalışmada örnekleme yöntemlerinden tam sayım yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemi evrenin tamamının gözlemlenmesine dayanmaktadır (Bayram, 2015, s. 21). Trabzon ilinde faaliyet gösteren 3,4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri yöneticilerinden, görüşmeyi kabul edenlerle anket formunu doldurulmuştur. Güvenilir sonuçlar elde edilmesi ve geri dönüşün hızlı olması amacıyla her işletmeyle yüz yüze görüşme hedeflenmiş, yüz yüze görüşme imkânı bulunamayan işletmeler ile telefonla görüşülüp sorulara cevap alınmıştır. Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından yayınlanan verilere göre; bölgede çalışma için gerekli özellikleri taşıyan toplamda 34 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerin 31’i çalışma örnekleme dâhil edilmiştir. Bu işletmelerdeki orta veya üst kademe yöneticilerle anket çalışması yapılmıştır. Araştırmanın kısıtlılığını araştırmaya katılım sağlamak istemeyen işletmeler oluşturmaktadır.

Verilerin Analizi

Toplamam veriler bilgisayar ortamına aktarılmış SPSS paket programıyla frekans ve yüzde analizleri ve ki-kare analizleri yapılmış, elde edilen sonuçlar tablolara aktarılmış, yorumlanmıştır.

Ayrıca 22 sorudan oluşan helal tesis ile ilgili ölçeğin güvenilirlik analizi Cronbach Alpha .85 çıkmıştır. Bu sonuç ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Bulgular ve Tartışma

Araştırmaya katılım sağlayan yöneticilerin demografik özellikleri ve bazı kişisel özellikleri frekans analizi ile analiz edilmiş ve tablo haline getirilmiştir. Tablo 1’de katılımcıların demografik ve kişisel özellikleri gösterilmektedir.

Tablo 1. Çalışmaya Katılan Yöneticilere İlişkin Demografik ve Kişisel Özellikler

Cinsiyet	N	Yüzde (%)	Medeni Durum	N	Yüzde (%)
Erkek	19	61.3	Evli	15	48.4
Kadın	12	38.7	Bekar	16	51.6
Yaş	N	Yüzde (%)	Eğitim Durumu	N	Yüzde (%)
25 yaş altı	8	25.8	Lise ve altı	9	29
26-33 arası	13	41.9	Üniversite ve üzeri	22	71
34 ve üzeri	10	32.3	Helal Bilgisi Kaynağı	N	Yüzde (%)
Sektördeki Yılı	N	Yüzde (%)	Bilgisi Yok	11	35.5
3 yıl ve altı	11	35.5	Çevre	8	25.8
4-10 yıl	15	45.4	İnternet	8	25.8
10 yıl ve üzeri	5	16.1	Bilimsel Çalışmalar	3	9.7
Helal Bilgisi Var mı ?	N	Yüzde (%)	TV	1	3.2
Evet	20	64.5			
Hayır	11	35.5			
Otelinizi helal olarak pazarlıyor musunuz?	N	Yüzde (%)	Otelinizin web sitesinde helallikle ilgili bir bilgi var mı?	N	Yüzde (%)
Evet	8	25.8	Evet	3	9.7
Hayır	23	74.2	Hayır	28	90.3

Araştırmaya katılmış olan yöneticilerin %61’i erkek %38,7’si kadındır. Yöneticilerin %51,6’sı bekarıdır. Katılımcıların yaş aralığı %41,9’unun 26-33 yaş aralığındadır. Katılımcıların %45’inin 4 ile 10 yıl arası tecrübeye sahip olduğu görülmektedir. %71’inin lisans düzeyinde eğitim almış olduğu görülmektedir. %64,5’inin helal otellerle ilgili bilgilerinin var olduğu, bilgi sahibi olanların, iş çevresi ve internet üzerinden bilgi edindikleri görülmektedir. Otellerin %25’i kendilerinin helal olarak sunup pazarlamakta, web sitelerinde tesisin helal otel yapısına uygun olduğuna dair bilgi verenlerin oranı %9,7’dir.

Konaklama tesislerinin helal şartlara uygunluk gösterip göstermediğiyle ilgili sorulara verilen yanıtlar Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2. Tesis Özellikleri İle İlgili Sorular

		Evet		Hayır	
		f	%	f	%
1	Konaklama tesisi odalarında Kur'an-ı Kerim vardır.	15	48.4	16	51.6
2	Konaklama tesisi odalarında seccade vardır.	30	96.8	1	3.2
3	Konaklama tesisi odalarında tespih vardır.	23	74.2	8	25.8
4	Konaklama tesisi odalarında kible işareti vardır.	20	64.5	11	35.5
5	Konaklama tesisinde alkollü içecekler satılmamakta ve tüketilmemektedir.	19	61.3	12	38.7
6	Konaklama tesisinde tüm yiyecek ve içecekler "helâl" tanımına uygundur.	22	71	9	29
7	Konaklama tesisinin ürünleri "helâl sertifikasına" sahiptir.	10	32.3	21	67.7
8	Konaklama tesisinde cemaatle namaz kılmak için yeterli büyüklükte bir mescit ya da cami bulunmaktadır.	17	54.8	14	45.2
9	Konaklama tesisinde ortak mekanlarda yabancı müzik yayını yapılmamaktadır.	7	22.6	24	77.4
10	Konaklama tesisinizde dini içerikli boş zaman değerlendirme aktiviteleri yapılmaktadır (ilahi vb.).	0	0	31	100
11	Konaklama tesisinde kadın ve erkek havuzları ayrıdır.	1	3.2	30	96.8
12	Müzik eğlence yerleri kadın ve erkekler için ayrıdır.	2	6.5	29	93.5
13	Spor aktivitelerinin kadın ve erkekler için ayrı yapılması sağlanmaktadır	6	19.4	25	80.6
14	Kadınlara hemcinsi personel hizmet etmektedir	6	19.4	25	80.6
15	Erkeklerle hemcinsi personel hizmet etmektedir.	6	19.4	25	80.6
16	Konaklama tesisinin personeli de İslami usullere (tesettüre) göre giyinmektedir.	6	19.4	25	80.6
17	Konaklama tesisinde kalan tüm kadınlar (çocuklar hariç) İslami usullere (tesettüre) göre giyinmektedir.	1	3.2	30	96.8
18	Tuvaletler alaturkadır.	14	45.2	17	54.8
19	Evlilik belgesi olmayan çiftler konaklama tesisine kabul edilmemektedir.	18	58.1	13	41.9
20	Konaklama tesisine tek başlarına gelen bekarlar tesise kabul edilmemektedir.	2	6.5	29	93.5
21	Personel de müşteriler gibi muhafazakâr- dindar olanlardan seçilmektedir	8	25.8	23	74.2
22	Konaklama tesisi içinde dini semboller ve dekor malzemeleri kullanılmaktadır.	6	19.4	25	80.6

Araştırmaya katılan otellerin çoğunda odalarda seccade bulunmaktadır. Araştırmaya katılanların odalarının %50'lik kısmında Kur'an-ı Kerim , %73'ünde tespih, %64'ünde kible işareti, bulunmaktadır. Otellerin %61'i alkol satışı yapmamakta ve tüketimine katkı sağlamamaktadır, %71'i sundukları yiyecek ve içeceklerinin helal olduğunu belirtmekte ve bunlardan %32'si helal sertifikalı olan yiyecek içecekleri tercih ettiğini ifade etmektedir. %54'lük kısmında cemaatle namaz kılınabilecek mescit veya camiye sahip olduğunu, %77,4'ünde yabancı müzik yayını yapılmadığını beyan etmiştir. Çalışmaya dahil olan otellerin hiçbirinde dini içerikli eğlence aktiviteleri düzenlenmemektedir.

Otellerin personel edinme politikası incelendiğinde; %23'lük kısmın personelini muhafazakâr kişilerden seçtiğini, %9,4'ü kadınlara hemcinsi çalışanların hizmet ettiğini, erkeklere hemcinsi çalışanların hizmet ettiğini, işletme personelinin de İslami usullere uygun giyindiğini beyan etmiştir. Otellerin % 3,2'si kadın ve erkekler için havuzların ayrı olduğunu, % 6,5'i de müzik ve eğlence yerlerinin kadınlar ve erkekler için ayrı olduğunu belirtmiştir. %19,4'ünde spor aktivitelerinin ayrı yapıldığını beyan etmiştir.

Otellerin dizaynıyla ilgili yanıtlar incelendiğinde, %45,2'sinde tuvaletlerin alaturka olduğu, %19,4'ünün dini sembol ve dekor malzemelerini otel tasarımında kullandığı görülmektedir. Otellerin müşteri kabulü ile ilgili tavırları incelendiğinde %6,5'inin konaklama tesisine tek başına gelen bekârları tesise kabul etmediği, %58,1'inin evlilik belgesi bulunmayan çiftleri konaklama tesisine kabul etmediği görülmektedir.

Tablo 3. Cinsiyet ve Konaklama Tesisinde Alkol Satılmaması ve Tüketilmemesi Arasındaki Bağlantıyı Açıklayan Ki-kare Testi Sonucu

Konaklama tesisinde alkollü içecekler satılmamakta ve tüketilmemektedir.			Toplam	
		Evet		Hayır
Cinsiyet	Kadın	11	1	12
	Erkek	8	11	19
Toplam		19	12	31

İki kategorik değişken arasında bir ilişki olup olmadığını incelemek için yapılan ki-kare analizi (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2013) sonuçlarına göre cinsiyet ile konaklama tesislerinde alkollü içecek satılıp tüketilmemesi arasında bağlantı olduğu görülmektedir. Kadın yöneticilerin genel olarak sorulara evet cevabını verdiği erkek yöneticilerin ise hayır cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4. Medeni Durum ve Konaklama Tesisinde Odalarda Kuran'ı Kerim Bulunması Arasındaki Bağlantıyı Açıklayan Ki-kare Testi Sonucu

Konaklama tesisi odalarında Kur'an-ı Kerim vardır.			Toplam	
		Evet		Hayır
Medeni Durum	Evli	12	3	15
	Bekar	3	13	16
Toplam		15	16	31

Yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre medeni durum ile konaklama tesisi odalarında Kuran'ı Kerim bulundurma arasında bağlantı olduğu görülmektedir. Evli yöneticilerin genel olarak sorulara evet cevabını verdiği evli olmayan yöneticilerin ise hayır cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5. Medeni Durum ve Konaklama Tesisinde Odalarda Tesbih Bulunması Arasındaki Bağlantıyı Açıklayan Ki-kare Testi Sonucu

Konaklama tesisi odalarında tesbih vardır.			Toplam	
		Evet		Hayır
Medeni Durum	Evli	14	1	15
	Bekar	9	7	16
Toplam		23	8	31

Yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre medeni durum ile konaklama tesisi odalarında tesbih bulundurma arasında bağlantı olduğu görülmektedir. Evli yöneticilerin genel olarak sorulara evet cevabını verdiği evli olmayan yöneticilerin ise hayır cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6. Tesisin Helal Tesis Olarak Pazarlanması ve Konaklama Tesis Ürünlerinin Helal Sertifikaya Sahip Olması Arasındaki Bağlantıyı Açıklayan Ki-kare Testi Sonucu

Konaklama tesisinin ürünleri “helâl sertifikasına” sahiptir.			Toplam	
		Evet		Hayır
Otel Helal Pazarlama	Evet	7	1	8
	Hayır	3	20	23
Toplam		10	21	31

Yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre otelin helal otel olarak pazarlanması ile tesis ürünlerinin helal sertifikasına sahip olması arasında bağlantı olduğu görülmektedir. Otel helal olarak pazarlayan otel yöneticilerinin genel olarak sorulara evet cevabını verdiği, helal olarak pazarlamayan otel yöneticilerinin hayır cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 7. Tesisin Helal Tesis Olarak Pazarlanması ve Konaklama Tesisinde Müşterilere Hecminsi Personelin Hizmet Etmesi Arasındaki Bağlantıyı Açıklayan Ki-kare Testi Sonucu

Kadınlara ve Erkeklerle hecminsi personel hizmet etmektedir.			Toplam	
		Evet		Hayır
Otel Helal Pazarlama	Evet	4	3	7
	Hayır	2	22	24
Toplam		6	25	31

Yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre otelin helal otel olarak pazarlanması ile kadın ve erkeklere hecminsi personelin hizmet etmesi arasında bağlantı olduğu görülmektedir. Otel helal olarak pazarlayan otel yöneticilerinin genel olarak sorulara evet cevabını verdiği, helal olarak pazarlamayan otel yöneticilerinin hayır cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 8. Tesisin Helal Tesis Olarak Pazarlanması ve Konaklama Tesis Personelinin İslami Usullere Uygun Giyinmesi Arasındaki Bağlantıyı Açıklayan Ki-kare Testi Sonucu

Konaklama tesisinin personeli de İslami usullere (tesettüre) göre giyinmektedir.			Toplam	
		Evet		Hayır
Otel Helal Pazarlama	Evet	4	4	8
	Hayır	2	21	23
Toplam		6	25	31

Yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre otelin helal otel olarak pazarlanması ile tesis personelinin İslami unsurlara uygun giyinmesi arasında bağlantı olduğu görülmektedir. Otel helal olarak pazarlayan otel yöneticilerinin genel olarak sorulara evet cevabını verdiği, helal olarak pazarlamayan otel yöneticilerinin hayır cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 9. Tesisin Helal Tesis Olarak Pazarlanması ve Tesis İçinde Dini Semboller ve Dekor Malzemeleri Kullanılması Arasındaki Bağlantıyı Açıklayan Ki-kare Testi Sonucu

Konaklama tesisi içinde dini semboller ve dekor malzemeleri kullanılmaktadır.			Toplam
	Evet	Hayır	
Otel Helal Pazarlama	Evet	4	3
	Hayır	2	22
Toplam		6	25
			31

Yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre otelin helal otel olarak pazarlanması ile konaklama tesisi içinde dini sembol ve dekor malzemeleri kullanılması arasında bağlantı olduğu görülmektedir. Otel helal olarak pazarlayan otel yöneticilerinin genel olarak sorulara evet cevabını verdiği, helal olarak pazarlamayan otel yöneticilerinin hayır cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Evet cevabını veren yöneticilerin otellerde helallikle ilgili uygulamalara daha yatkın olduğu sonucu elde edilmiştir.

Tablo 10. Otelin Web Sitesinde Helal Tesis Bilgisi Bulunması ve Tesisin Ürünlerinin Helal Sertifikasına sahip olması Arasındaki Bağlantıyı Açıklayan Ki-kare Testi Sonucu

Konaklama tesisinin ürünleri “helâl sertifikasına” sahiptir.			Toplam
	Evet	Hayır	
Otel Web Sitesinde Helal Tesis Bilgisi	Evet	3	0
	Hayır	7	21
Toplam		10	21
			31

Yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre otelin web sitesinde helal bilgisi bulunması ile tesis ürünlerinin helal sertifikaya sahip olması arasında bağlantı olduğu görülmektedir. Otel web sitesinde helallikle ilgili bilgi bulunduran otel yöneticilerinin genel olarak evet cevabını verdiği, bulundurmayan otel yöneticilerinin hayır cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Araştırma çerçevesinde elde edilen veriler sonucunda ortaya çıkmış olan oranlara genel bir yorumlama yapmak gerekirse; Trabzon ili içinde faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin helal turizm kavramına yönelik bilgilerinin sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Verilen hizmetlerde, işletmeye gelen müşterilerin istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda hizmet verdikleri görülmektedir. Bu işletmelerin genel olarak işletmelerini tercih eden her türden müşterinin beklentilerini en iyi şekilde karşılayacak yönde hizmetlerini düzenledikleri görülmektedir. Helal turizm için gerekli olan unsurlar müşteri taleplerine yönelik olarak odalara eklenmektedir. Son yıllarda Trabzon iline Müslüman ağırlıklı nüfusa sahip olan Arap turistlerin ilgisinin artmasıyla bu eklentilerin doğal olduğu düşünülebilir. Trabzon iline Nisan-Eylül 2018 dönemlerinde en fazla turist Suudi Arabistan (120221), Kuveyt (19961), Almanya (12564), Umman (9815), Katar (6826), Ürdün (4560), Irak (3912), Bahreyn (2964)'den gelmiştir. Rakamlar ayrıntılı şekilde incelendiğinde Almanya'dan gelenler hariç diğer turistlerin Müslüman ülkelerden geldiği görülmektedir. Bu sayılar otellerin helal konseptte hizmet vermeleri için bir önemli bir veri olabilir (Yardımcı, 2018). İnternet ve sosyal medya üzerinden tanıtım ve pazarlama araçlarının geliştiği bu dönemde (Buhalis & Law, 2008), otellerin helal turizm faaliyetleri arayışında olması, gelmesi muhtemel kişilere ulaşabilmek için web sitelerinde bilgiye yer vermemeleri eksiklik olarak görülebilir.

Otel işletmelerinin helal turizm pazarından pay alabilmeleri için, başlangıçta tesislerini helal konseptte uygun hale getirmeleri gerekmektedir. Bunun yanı sıra tanıtım, satış ve pazarlama aşamasında bu hususun öne çıkarılması helal turizmin bir niş pazar olarak algılanmasına katkı

sağlayabilir. Yapılandırılmış anket formu dışında kalan yönetici yanıtlarına göre, turistlerin helal arayışlarının ileri seviyede olmadığı ortaya çıkmıştır. Aslında yapılan çalışmalara göre Müslüman turistlerin destinasyon karar tercihine etkisi olan faktörlerin başında fiyat, helal gıda, helal turizm deneyimi ve dinlenme faktörleri gelmektedir (Standard, 2015). Bu durumun tespiti için Trabzon ilindeki konaklama tesislerinde konaklayan turistlerin helal turizm ile ilgili beklenti ve algıları incelenebilir.

Bu çalışma otel yöneticilerinin ifadeleri doğrultusunda yapılmıştır. Trabzon'da bulunan otellere gelen turistlere de, memnuniyetleriyle ilgili çalışmalar gerçekleştirilebilir. Helal otellere gerçekten ihtiyaç olup olmadığı pazarlama araştırmalarıyla ortaya çıkarılabilir. Bu şehirde yayla turizmi oldukça yaygındır ve turistlerin büyük bir kısmı konaklama için belediye işletme belgeli yapıda olan bu otelleri kullanmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın uygulama kısmı pansiyonlar, aile işletmeleri ve yayla evlerine genişletilebilir. Ayrıca bu yöre halkı ağırlıklı olarak islami yaşam koşullarına uygun ürünler sunmakta, başka bir ifadeyle helal kavramı zaten yaşamlarında olan bir olgu durumundadır. Bu hususun göz önünde bulundurulması önerilir. Hali hazırdaki evren için bu durum geçerli değildir.

Kaynakça

- Baran, Z., Batman, O., & Yıldız, M. S. (2017). Helal Otel Belgeli Otellerdeki Yöneticilerin Sertifikalı Helal Gıda Uygulamalarıyla İlgili Düşünceleri: Beş Yıldızlı Bir Otel Örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 455-470.
- Batman, O. (2015, Eylül). Helal Turizm. *Zafer Bilim-Araştırma Kültür-Sanat Dergisi*, 39(465), 50-51.
- Bayram, N. (2015). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi* (5 b.). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bhuiyan, M., & Darda, M. (2017). Prospects and Potentials of Halal Tourism Development in Bangladesh. *1. International Halal Tourism Congress*.
- Boğan, E., Batman, O., & Sarıuşık, M. (2016). Helal Turizmin Kavramsal Çerçevesi ve Türkiye'deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme. *3rd International Congress of Tourism & Management Researches*.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C., & Ay, S. (2017). Konya İlinde Helal Turizm Uygulamaları. *1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey*, (s. 1148-1155). Antalya.
- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*(19), 121-130.
- Helal turizm pazarı 220 milyar dolara ulaşacak. (2018, 12 1). *Sabah*.
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-Compliant Hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 246-254.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim World and Its Tourisms. *Annals of Tourism Research*(44), 1-19.
- İslamoğlu, A. H. & Alnıaçık, Ü. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Karaman, A., Aylan, F., & Saçlı, Ç. (2017). Otel Yöneticilerinin Helal Turizme Bakış Açısı: Konya Uygulaması. *1. International Halal Tourism Congress*, (s. 575-588). Alanya.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M., & Kozak, M. (2017). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar* (19 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Oflaz, M. (2015). Turistik Ürün Çeşitliliği Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları. *Yüksek Lisans Tezi*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Olalı, H., & Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.

- Özdemir, H. (2015). *Muhafazakâr Otel Müşterilerinin Otel İşletmelerinde Aradıkları Özelliklerin*. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Özdemir, İ. (2012). Turizmde Yeni Bir Pazar Bölümü Olarak İslami Turizm: Dindar Müslüman Turistler ve İslami Otellere Yönelik Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pamukçu, H., & Arpacı, Ö. (2016). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Analizi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*(1), 147-160.
- Pamukçu, H., & Sarıışık, M. (2018). *Tüm Yönleriyle Helal Turizm Kavramlar, Uygulamalar, Standartlar ve Modeller*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Saad, H., Ali, B., & Abdel-Ati, A. (2014). Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), 1-13.
- Sandıkçı, M., Çağlar, A., & Güzel, C. (2017). Otellerde Konaklayan Turistlerin Helal Hizmet Veren (Muhafazakar) Otel Algıları Üzerine Bir Araştırma. *1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey*, (s. 561-574). Antalya.
- Standard, D. (2015). *Halal Tourism- An Overview*. WHTS15: The World Halal Travel Summit and Exhibition, Abu Dhabi.
- Temizkan, R., Ceylanlar, N. A., & Şen, B. (2017). Helal Otel Konseptinde Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinde Personel Seçim Kriterleri ve Klasik Otel İşletmeleri ile Karşılaştırılması. *1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, (s. 853-860). Antalya.
- Yardımcı, T. (2018, 12 14). *Trabzon'da yıllık turist sayısı 4,5 kat arttı*. Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/trabzonda-yillik-turist-sayisi-4-5-kat-artti/1338656> adresinden alınmıştır.
- Yılmaz, M. (2016). Mardin İlindeki Alternatif Turizm Potansiyellerinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi Üzerine Araştırmalar. *Yüksek Lisans Tezi*. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Zengin, B. (2011). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (2 b.). (C. Avcıkurt, & N. Hacıoğlu, Dü) Nobel.
- Zengin, B., Şen, M., Üstün, M., & Bozkurt, E. (2017). Türk Halkının Helal Turizme Bakış Açısı: Sakarya Örneği. *1. Halal Tourism Congress*. Antalya.
- Zengin, B., Ulama, Ş., Dursun, C., & Eroğul, C. (2017). Helal Turizm Konseptli Otel İşletmelerinin Tanıtımında Yönetici Görüşlerinin Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği. *1. International Halal Tourism Congress/ 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey*, (s. 599-613). Antalya.

<http://www.trabzonkulturturizm.gov.tr/TR-57706/turizm-isletme-belgeli-tesisler.html>