



Republic of Turkey
Kastamonu University



Republic of Turkey
HALAL
ACCREDITATION
AGENCY



IHATO

2 INTERNATIONAL HALAL TOURISM CONGRESS

04 - 06th APRIL 2019

PROCEEDINGS BOOKS

Main Sponsors

TİKA

tatila.com
huzurlu, güvenli

wome
DELUXE

KEYİF TURİZM
kongre & organizasyon

RAMADA
RESORT BY WYNDHAM
ERCIYES

islamitatila.com
huzurlu, güvenli

THE QASR BODRUM
FAMILY RESORT & SPA

GRAND ÖZGÜL
TÜRKAL - KÖK - YATIRIM KÖYÜ

KaabaReisen
Hedsch&Umra
Halal Tourism

HELAL GEZİ
SEYAHATIN
AYRICALIKLI HALI



**2nd INTERNATIONAL
HALAL TOURISM CONGRESS**

04-06 APRIL 2019

ALANYA / TURKEY

PROCEEDINGS BOOKS

**Wome Deluxe Hotel
Alanya / Antalya / Turkey**

2nd INTERNATIONAL HALAL TOURISM CONGRESS

Editors

Assist. Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU

Prof. Dr. Kutay OKTAY

Typesetting

Assist. Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU

Fethi Alperen KAYNAŞ

Cover Design

Ramazan YAŞAR

ISBN: 978-605-4697-27-4

Congress Web Page: <http://www.halaltourismcongress.com>

Facebook : <https://www.facebook.com/HalalCongress>

Twitter : <https://twitter.com/HalalCongress>

Instagram : <https://www.instagram.com/halalcongress>

Contact

Kastamonu University, Tourism Faculty

Kuzeykent Campus 37100, Kastamonu / TURKEY

E-mail : turizm@kastamonu.edu.tr

Web : <http://turizm.kastamonu.edu.tr/index.php>

Tel : (0 366) 280 37 00 – 37 06

Phone Number : (0 366) 215 13 64

Not: Any scientific and financial responsibility in this book is in the responsibility of authors.

SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Abdullah KARAMAN	Prof. Dr. Hacı Mehmet GÜNAY
Prof. Dr. Abdullah TANRISEVDİ	Prof. Dr. Hatem El – GOHARY
Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY	Prof. Dr. H. Suavi AHİPAŞAOĞLU
Prof. Dr. Ahmet TAYFUN	Prof. Dr. Hüseyin ALTAY
Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN	Prof. Dr. İbrahim DİLER
Prof. Dr. Akın AKSU	Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK
Prof. Dr. Aktam BURHANOV	Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ
Prof. Dr. Ali AKPINAR	Prof. Dr. İzzet KILINÇ
Prof. Dr. Ali ERBAŞ	Prof. Dr. Kahraman ÇATI
Prof. Dr. Ali YAYLI	Prof. Dr. Kasım İNCE
Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ	Prof. Dr. Kemal KANTARCI
Prof. Dr. Alp TİMUR	Prof. Dr. Köbögön ATIŞEV
Prof. Dr. Asım SALDAMLİ	Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN
Prof. Dr. Atilla AKBABA	Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA
Prof. Dr. Avdhesh JHA	Prof. Dr. Kutay OKTAY
Prof. Dr. Azize HASSAN	Prof. Dr. Levent ALTINAY
Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI	Prof. Dr. Medet YOLAL
Prof. Dr. Beykan ÇİZEL	Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK
Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN	Prof. Dr. Mehmet Selami YILDIZ
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU	Prof. Dr. Muharrem TUNA
Prof. Dr. Cusup PİRİMBAEV	Prof. Dr. Muhsin HALİS
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	Prof. Dr. Mustafa TEPECİ
Prof. Dr. Düriye BOZOK	Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU
Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN	Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN
Prof. Dr. Ercan Sirakaya TURK	Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ	Prof. Dr. Orhan BATMAN
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER	Prof. Dr. Osman Avşar KURGUN
Prof. Dr. Galimkair MUTANOF	Prof. Dr. Ozan BAHAR
Prof. Dr. Öcal USTA	Assoc. Prof. Dr. Sabahattin KARAMAN

Prof. Dr. Sabreen J. Abd El JALİL	Assoc. Prof. Dr. Esin ÖZKAN
Prof. Dr. Said KINGİR	Assoc. Prof. Dr. Fatma Özlem GÜZEL
Prof. Dr. Saime ORAL	Assoc. Prof. Dr. Gökçe YÜKSEK
Prof. Dr. Saim ATEŞ	Assoc. Prof. Dr. Gürel ÇETİN
Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ	Assoc. Prof. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI
Prof. Dr. Svetlana SIRMBARD	Assoc. Prof. Dr. İbrahim GİRİTLİOĞLU
Prof. Dr. Şenol ÇAVUŞ	Assoc. Prof. Dr. İbrahim YILMAZ
Prof. Dr. Şule AYDIN	Assoc. Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU
Prof. Dr. Tamara RATZ	Assoc. Prof. Dr. İsmet KAYA
Prof. Dr. Tevhit AYENGİN	Assoc. Prof. Dr. Kamil UNUR
Prof. Dr. Yaşar SARI	Assoc. Prof. Dr. Kamil YAĞCI
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK	Assoc. Prof. Dr. Kazım Ozan ÖZER
Prof. Dr. Zeynep ASLAN	Assoc. Prof. Dr. Lütfi ATAY
Assoc. Prof. Dr. Ahmet BAYTOK	Assoc. Prof. Dr. Mehmet SARIOĞLAN
Assoc. Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI	Assoc. Prof. Dr. Mehmet Akif ÖNCÜ
Assoc. Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU	Assoc. Prof. Dr. Mehmet Han ERGÜVEN
Assoc. Prof. Dr. Ahmet ÖZDEMİR	Assoc. Prof. Dr. Muammer MESCİ
Assoc. Prof. Dr. Ali Orhan AKOVA	Assoc. Prof. Dr. Murat ÇUHADAR
Assoc. Prof. Dr. Bahadır BAYHONOV	Assoc. Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY
Assoc. Prof. Dr. Barış ERDEM	Assoc. Prof. Dr. Murat YEŞİLTAŞ
Assoc. Prof. Dr. Bayram ŞAHİN	Assoc. Prof. Dr. Mustafa SANDIKCI
Assoc. Prof. Dr. Burhan AYDEMİR	Assoc. Prof. Dr. M. Oğuzhan İLBAN
Assoc. Prof. Dr. Burhan KILIÇ	Assoc. Prof. Dr. Nilgün AVCI
Assoc. Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN	Assoc. Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ
Assoc. Prof. Dr. Bülent BAYRAKTAR	Assoc. Prof. Dr. Ömer Akgün TEKİN
Assoc. Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU	Assoc. Prof. Dr. Önder MET
Assoc. Prof. Dr. Canan TANRISEVER	Assoc. Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU
Assoc. Prof. Dr. Elbeyi PELİT	Assoc. Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN
Assoc. Prof. Dr. Elena ABENOVA	Assoc. Prof. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN
Assoc. Prof. Dr. Emrah ÖZKUL	Assoc. Prof. Dr. Sabah BALTA
Assist. Prof. Dr. Gonca KILIÇ	Assist. Prof. Dr. Göksel Kemal GİRGİN

Assoc. Prof. Dr. Serkan ŞENGÜL	Assist. Prof. Dr. Gökhan ÖZKUL
Assoc. Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR	Assist. Prof. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ
Assoc. Prof. Dr. Şakir GÖRMÜŞ	Assist. Prof. Dr. Hasan Selim KIROĞLU
Assoc. Prof. Dr. Sevda BİRDİR	Assist. Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU
Assoc. Prof. Dr. Şevki ULAMA	Assist. Prof. Dr. İbrahim Hakkı KAYNAK
Assoc. Prof. Dr. Tatyana İMANGULOVA	Assist. Prof. Dr. İrfan MISIRLI
Assoc. Prof. Dr. Uysal YENİPİNAR	Assist. Prof. Dr. İsmail ÇALIK
Assoc. Prof. Dr. Ümit SORMAZ	Assist. Prof. Dr. Kaplan UĞURLU
Assoc. Prof. Dr. Vesile Rüya EHTİYAR	Assist. Prof. Dr. Mehmet ÖZMEN
Assoc. Prof. Dr. Volkan ALTINTAŞ	Assist. Prof. Dr. Mohamed BATTOUR
Assoc. Prof. Dr. Yasin BİLİM	Assist. Prof. Dr. Muharrem AVCI
Assoc. Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY	Assist. Prof. Dr. Mustafa AKSOY
Assoc. Prof. Dr. Zafer AKBAŞ	Assist. Prof. Dr. Neslihan ONUR
Assist. Prof. Dr. A. Büşra MADENCİ	Assist. Prof. Dr. Nil Esra DAL
Assist. Prof. Dr. Alaattin BAŞODA	Assist. Prof. Dr. Özgür ÖZER
Assist. Prof. Dr. Ali AVAN	Assist. Prof. Dr. Özlem ALTUNÖZ SÜRÜCÜ
Assist. Prof. Dr. Ali FİDAN	Assist. Prof. Dr. Reşat ARICA
Assist. Prof. Dr. Asuman PEKYAMAN	Assist. Prof. Dr. Sabri ÇELİK
Assist. Prof. Dr. Aybüke Ceyhun SEZGİN	Assist. Prof. Dr. Seda ŞAHİN
Assist. Prof. Dr. Aysu ALTAŞ	Assist. Prof. Dr. Sinan GÖKDEMİR
Assist. Prof. Dr. Azamat MAKSÜDÜNOV	Assist. Prof. Dr. Sine Erdoğan MORÇİN
Assist. Prof. Dr. Bakyt TURDUMAMBETOV	Assist. Prof. Dr. Seçkin ESER
Assist. Prof. Dr. Bilal YALÇIN	Assist. Prof. Dr. S. Banu YILDIZ
Assist. Prof. Dr. Burcu ÖZKUL	Assist. Prof. Dr. Şehnaz DEMİRKOL
Assist. Prof. Dr. Deniz KOÇAN	Assist. Prof. Dr. Ş. Okan MERCAN
Assist. Prof. Dr. Eda GÜNEŞ	Assist. Prof. Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK
Assist. Prof. Dr. Emrah DİNDİ	Assist. Prof. Dr. Özcan ZORLU
Assist. Prof. Dr. Engin TAŞKIN	Assist. Prof. Dr. Uğur AKDU
Assist. Prof. Dr. Esra GÜL YILMAZ	Assist. Prof. Dr. Yasin KELEŞ
Assist. Prof. Dr. Gül ERKOL BAYRAM	Lec. Dr. Hanife ERDOĞAN

EXECUTIVE COMMITTEE

Prof. Dr. Saim ATEŞ	Assist. Prof. Dr. Muharrem AVCI
Prof. Dr. Kutay OKTAY	Assist. Prof. Dr. Aykut ŞİMŞEK
Assist. Prof. Dr. İrfan MISIRLI	Assist. Prof. Dr. Hakkı ÇILGINOĞLU
Assoc. Prof. Dr. Canan TANRISEVER	Assist. Prof. Dr. Salih YILDIZ
Assist. Prof. Dr. Çetin AKKUŞ	Lec. Ahmad Noradden KATTAN
Assist. Prof. Dr. Gülizar AKKUŞ	Assist. Prof. Dr. Soaad Ahmed Aly Sholak
Assist. Prof. Dr. İhab Said İBRAHİM	Res. Assist. Emrah YAŞARSOY
Assist. Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU	Emrullah TURHAN

SECRETARIAT

Assist. Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU
Dr. Emrah YAŞARSOY
Fethi Alperen KAYNAŞ

CONTENTS

Turizmde Zıt Yaklaşımlar, Helal Turizm ve Hedonizm Yaklaşımının Karşılaştırılması	6
Ömer SARAÇ, Prof. Dr. Orhan BATMAN	
Helal Konseptli Konaklama Hizmetleri: Muhafazakâr Turistlerin Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma.....	13
Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN, Öğr. Gör. A. Abdullah TURHAN, Emrullah A. TURHAN	
Sosyal İnovasyon Kapsamında Golf Terapinin Helal Turizmde Değerlendirilmesi	27
Dr. Serhat YOZCU, Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER	
Turizmde Stratejik Bir Vizyon: Helal Turizm Kapsamında Helal Gıda Uygulamaları.....	35
Doç. Dr. İrfan YAZICIOĞLU, Öğr. Gör. Esra ÖZATA	
Müslüman Turistik Tüketicilerde Helâl Gıdaya Yönelik Davranışsal Niyet ve Gıda Neofobisi İlişkisi.....	45
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, Dr. Öğr. Üyesi Ali Turan BAYRAM, Arş. Gör. Serkan AK	
Kadınların Etiket Okuma Alışkanlıklarında Helallik Etkisinin Değerlendirilmesi.....	53
Şeyma BÜYÜKZEREN, Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Büşra MADENCİ, Doç. Dr. Ümit SORMAZ	
Otel Yöneticilerinin Helal Turizm Algılarına Yönelik Bir Araştırma: Kastamonu Örneği	64
Arş. Gör. Emrah YAŞARSOY, Serkan MÜTEVELLİ, Prof. Dr. Kutay OKTAY	
Yerel Halkın Bakış Açısıyla Şanlıurfa'da İnanç Turizmi.....	66
Öğr. Gör. Onur ÇELEN, Öğr. Gör. Elif ZENGER, Dr. Öğr. Üyesi Gül ERKOL BAYRAM, Doç. Dr. Özlem ALTUNOZ	
Turizm Lisans Öğrencilerinin Helal Gıdaya Yönelik Tutum ve Davranışları	81
Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK, Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA, Dr. Öğr. Üyesi Salih YILDIZ	
Trabzon Bölgesini Ziyaret Eden Yabancı Müslüman Turistlerin Helal Turizme Bakış Açılıarı .	90
Mehmet KASAP, Eyüp YILDIRIM, Cemile AKBULUT	
Kastamonu'ya İnanç Ziyaretleri Maksath Seyahat Eden Mütedeyyin Turistlerin Beklentileri	101
Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI, Emre MARŞ	
Helal Turizm'de Yeni Bir Kavram: Helal Kruvaziyer	103
Kübra PEKTAŞ	
Y Kuşağının Helâl Turizm Eğilimleri: İzmir İlinde Bir Araştırma	112
Prof. Dr. Atilla AKBABA, Buğcan GÜVENOL	
Helal Belgelendirme Sistemlerinde Gıda İsrafını Önleme Çabası: Karşılaştırmalı Bir Araştırma	122
Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI, Arş. Gör. Asilhan Semih MUTLU, Arş. Gör. Ali KABAKULAK	
Helal Turizm Pazarında Bağlılık-Güven Teorisi.....	132
Savaş BÖYÜKYILMAZ, Metin MIZRAK, Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU	
Sosyal Medyanın Reklam Amaçlı Kullanımı (Helal Konseptli Otellerde Bir Araştırma).....	142
Doç. Dr. Tugay ARAT	

Helal Turizm: Teorik Bir İnceleme	147
Abdulhamid ADAM, Dr. Öğr. Üyesi. Abdurrahman ÇALIK	
Helal Konseptli Otel İşletmelerini Tercih Eden Turistlerin Seyahat Motivasyonları	154
Doç. Dr. Ümit SORMAZ, Dr. Öğr. Üyesi Aybüke Ceyhun SEZGİN, Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AKSOY, Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ	
Helal Turizm Çerçevesinde İslamî Giyim Kuşam	166
Prof. Dr. Talat SAKALLI	
Potansiyel Turistlerin Helal Turizme Bakış Açısı Dindarlık Düzeyine Göre Değişir Mi?	174
Prof. Dr. Said KINGIR, Dr. Öğr. Üyesi Ayhan KARAKAŞ, Nilüfer ŞAHİN TEZCAN	
Helal Turizm Kapsamında Hizmet Sunan Konaklama İşletmelerine Yönelik Şikâyetlerin İncelenmesi.....	182
Dr.Öğr.Üyesi Uğur CEYLAN	
Helal Konseptli Turizm İşletmelerinde Yiyecek İçecek Hizmetleri Bölümünün Önerilen Helal Konaklama İşletmeleri Standartlarına Uyuma Durumu.....	191
Doç.Dr. Ümit SORMAZ, Arş. Gör. Mustafa YILMAZ, Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ONUR	
Helâl Konseptli Otellerde İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme	199
Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI, Prof. Dr. Kutay OKTAY, Öğr. Gör. Erhan İŞLEK	
Helal Turizm Etkinliğine Yönelik Bir Vaka Çalışması: Dünya Helal Zirvesi 2018 İstanbul.....	202
Cem Buğra CANLI, Arş. Gör. Vahit Oğuz KİPER, Prof. Dr. Orhan BATMAN	
Helal Turizm Potansiyeli ve Uygulamaları Açısından İstanbul ve Antalya'nın Karşılaştırılması	204
Prof. Dr. Akın AKSU	
Türkiye'de Helal Turizmin Gelişmesine Yönelik İzlenmesi Gereken Stratejiler.....	210
Prof. Dr. Akın AKSU	
Trabzon Otellerinin Helal Turizm Açısından İncelenmesi	216
Dr. Öğr. Üyesi Ayhan KARAKAŞ, Nilüfer ŞAHİN TEZCAN	
Yerli Halkın Helal Otellere Bakış Açısı: Afyonkarahisar Örneği	224
Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ	
Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Gıda Katkı Maddesi Kullanımı ve Bunların Helallik Bakış Açısı İle Değerlendirilmesi	234
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Büşra MADENCİ, Doç. Dr. Ümit SORMAZ, Arş. Gör. Mustafa YILMAZ, Dr. Öğr. Üyesi Eda GÜNEŞ	
Müşteri Şikâyetlerinde Fikir Madenciliği: Antalya Helal Oteller Üzerine Bir Araştırma.....	242
Dr. Öğr. Üyesi Akın ÖZEN	
Türkiye'deki Uluslararası Fast Food Zincir İşletmelerin Helal Gıda Sertifikasyon Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma	250
Dr. Öğr. Üyesi Gülçin ÖZBAY, Tuğçe CEBECİ	
Müslüman-Dostu Otel Müşterilerinin Helal Konseptle İlişkin Memnuniyet ve Şikâyetleri: Alanya Örneği.....	259
Arş. Gör. Dr. Erhan BOĞAN, Dr. Öğr. Üyesi Reşat ARICA	

Adıyaman'da İnanç Turizmi Açısından Önemli Bir Değer: Sahabe Safvân Bin Muattal	269
Dr. Öğr. Üyesi Reşat ARICA, Elif ARICA, Arş. Gör. Dr. Erhan BOĞAN	
Helal Turizmde Seyahat Acentacılığı: Bir Model Önerisi	279
Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN, Cansu Can AKCA	
Tüketicilerin Yeni Gıda Değerlendirmeleri İle Helal Gıda Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma	280
Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ÇETİNKAYA, Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK, Dr. Öğr. Üyesi Salih YILDIZ	
Helal Turizm Konseptli Konaklama İşletmelerindeki Personel Belgelendirmesinde Uygulanabilecek Seçmeli Mesleki Yeterlilik Birimi Önerisi	290
Dr. Öğr. Üyesi İrfan MISIRLI, Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU	
Alkolsüz Aile Oteli Konsepti: Girişimi ve Yönetimi Üzerine Bir Örnek Olay Çalışması	292
Arş. Gör. Sultan Nazmiye KILIÇ, Doç. Dr. Burhan AYDEMİR, Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU	
Helal Turizmde Hanefi Mezhebi ve GİMDES Helal Gıda Sertifikalama Ölçütleri Mukayesesi	299
Neslihan METİN, Nuh CEYLAN, Meltem ASLANKAYA	
Seyahat İşletmeleri İçin Helal Konseptli Paket Tur Önerisi	309
Öğr. Gör. Cemil GÜNDÜZ	
Mutfaklarda Profesyonellik ve İslam Çatışması	318
Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI, Hülya MUTLU, Arş. Gör. Asilhan Semih MUTLU	
Helal Turizm; Kuran-ı Kerim Kapsamında Seyahat Amaçlarının Turizm Açısından İncelenmesi	329
Doç. Dr. Özlem ALTUNÖZ, Yrd. Doç. Dr. Hasan Selim KIROĞLU, Yrd. Doç. Dr. Gül ERKOL, Öğr. Gör. Selim KARAÇAĞA BAYRAM	
Genç Turistlerin İnanç Merkezlerini Tercihleri, Tüketim Eğilimleri ve Beklentileri: Konya Örneği	338
Sadık AY, Doç. Dr. Yasin BİLİM	
Helâl Konsept Destinasyon Markalaşmasında Mevcut Durumun ve Potansiyelin Değerlendirilmesi: Kastamonu İli Örneği	347
Nurseli DERVIŞOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU	
Helal Turizm Uygulayan Konaklama İşletmelerinin Mekânsal Analizi	356
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU, Nuri ERDEM	
Tarihi Evlerin Helal Turizm Kapsamında Yeniden İşlevlendirilmesi	367
Celil KALAYCI, Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU, Doç. Dr. Canan TANRISEVER	
Dünya'da ve Türkiye'de Helâl Turizmin Yeri ve Önemi	378
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU, Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK	
Helal Turizm Türkiye'deki Akademik Araştırmaların Yeni Modası mı?	380
Arş. Gör. Ümit ŞENGEL, Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN	
Bireysel Yenilikçilik ve Helal Turizm Ürün İlgilenimi Arasındaki İlişkiler	388
Doç. Dr. Bilsen BILGILI, Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	

Otel Yöneticilerinin “Helal Otel” Konsepti Hakkındaki Düşünceleri: Kapadokya’da Bir Araştırma	399
Doç. Dr. Lütfi BUYRUK, Öğr. Gör. Durmuş Ali AYDEMİR	
Helal Gıda Üzerine Kavramsal Bir Araştırma	409
Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK, Mustafa İnanç KAPUCUOĞLU, Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU	
Helal Gıdaların Fast Food Restoranlarda Kullanım Durumlarının İncelenmesi: Türkiye Örneği	418
Öğr. Gör. Elif DEMİRBİLEK, Doç. Dr. Serkan ŞENGÜL	
Tebriz’in Turizm Potansiyeli ve Onun Gelişimini Etkileyen Engeller	426
Arş. Gör. İsmail MOHAMMADİ, Doç. Dr. Mahammad SOLTANOĞLU	
Güney Azerbaycan’da Helal Mutfak ve Konaklama Gelenekleri	434
Doç. Dr. Araş İFTİHARİ	
Helal Turizmi Tespih, Takke, Seccade İle Değerlendirmek.....	439
Prof. Dr. Talat SAKALLI	
The Development of Halal Tourism in Indonesia.....	443
Dr. Alhilal FURQAN	
The Foundations of Supporting the Marketing of Islamic Tourism in the Middle East and North Africa	458
Amar HOUTIA, Ikram BENAZZA, Fatima Zohra HOUTIA	
Türkiye Vatandaşlarına Göre Kırgızistan’da Helal Turizmin Mevcut Durumu ve Potansiyeli	468
Dr. Öğr. Üyesi Azamat MAKSÜDÜNOV	
Halal Tourism Research: an Analysis of Papers Registered in The Web of Science Core Collection.....	477
Assist. Prof. Dr. Bakyt TURDUMAMBETOV	
Regulatory Framework Governing Halal Product: What Libya Can Learn From Malaysia ...	487
Dr. Ahmed Salem AHMED, Assoc. Prof. Dr. Muhammad LAEBA, Maryam Mat DAUD, Assist. Prof. Dr. Afridah ABAS	
The Examination of Leading International Experiences in Halal Tourism Trends in The Tourist Destinations, “With Application on “Singapore”	494
Assist. Prof. Dr. Nasser ABDELKARIM Aly ELGHUZAWANY	
Factors Influencing The Growth of Muslim Friendly Hospitality Services in Malaysia	504
Assoc. Prof. Dr. Noriah Ramli, Assoc. Prof. Dr. Majdah Zawawi	
Современное Состояние И Проблемы Развития Халяль-Туризма В Республике Казахстан	512
Нурланова Ботагоз Сериковна	
«Организационно-Правовые ОсновыХаляль Туризма В Республике Узбекистан».....	519
Рахманов аъзамжан режапович, профессор, Доктор юридических наук (dsc), узбекистан	
Islamic Tourism İn Malaysia: Challenges And Opportunities	524
Assist. Prof. Dr. Afridah ABAS, Assoc. Prof. Dr. Majdah ZAWAWI, Assoc. Prof. Dr. Noriah RAMLI	

Moroccan Tourist’s Perceptions Toward Halal Tourism: A Case Study of Hotel Ryad Mogador Almadina Agadir	530
Dr. Fatimazahra FAKIR, Prof. Dr. Elhoussain ERRAOUI	
Halal Food Supply Chain Towards Customer Satisfaction and Loyalty in Tourism Industry in Morocco.....	543
Dr. Ilham RHAROUBI, Prof. Dr. Mohammed Hicham HAMRI	
Tourist’s Attitude Toward Cultural Heritage and Halal Products: A Case Study of Lahore, Punjab-Pakistan	551
Prof. Dr. Muhammad ASHFAQ, Muhammad Hassan MAHBOOB	
International Models of Halal Tourism (Algeria model).....	565
Dr. Meddane NAIMA	
The Role of Tourism Agencies In Devoting The Concept of Halal Tourism.	571
Lec. Halima ASLI, Lec. Faiza KALLAL	
Enabling Environment to Guide The Style of Halal Tourism - Read In The Experiences of The Leading Countries In The Field-.....	581
Souheila BARA, Mehdi DJABER	
The Role of Tourist Agencies in Activating Halal Tourism -Algeria's Tendency Towards Economic Diversification-	592
Mohcene BENLAHBIB, Abdelgheni BENHAMED, Emir Abdelkader University	
Halal Tourism in Dubai Need a Legitimacy or a Successful Tourism Investment.....	603
Boukhadra MERIEM	
Halal Tourism – The Modernity of Concept and Application in the Iraqi Travel Agencies Market.....	611
Assist. Prof. Akram Abdulrahman ABDULKAREEM	
The Role of Integrated Marketing Communications in Supporting and Promoting Halal Tourism: Indonesia As Model.....	617
Dr. Abdelhamid MERRAKCHI, Dr. Louiza BAHAZ	
Halal Tourism Marketing in Non-Muslim Countries (View The Experience of Thailand)	627
Dr. Ouahiba BOUKHDOUNI, Dr. Omiloudi Ama ALKHAYR	
The Impact of The Application of Professional Ethics in The Halal Tourism Industry.....	639
Dr. Fardi MOLAY, Dr. Wacila Balghnamy NAJAT	
The Potential Halal Tourism of The Islamic World as an Alternative Strategy in The Islamic Economic Renaissance	649
Dr. Fatiha KEBIRI	
Halal Food Industry and Its Role in The Development of Tourism in The Countries of The Middle East and North Africa.....	659
Lec. Fatma Zohra BAKALA, Lec. Talbi BADR AL - DİN	
Halal Tourism as a Modern Approach to Attract Tourist- Reality And Requirements.....	665
Dr. Hayet Brahimi BENHARRAT, Lec. Hakima NAIMI	

Halal Hotel Marketing and Its Role in Satisfying the Muslim Tourist Hotel Renaissance-Tlemcen / Case Study	673
Berka BELAGHEMAS, Amal MOUTERFI	
Islamic Tourism Industry the New Direction of International Tourism.....	681
Dr. Addad RACHİDA, Lec. Decha. Mohamedali	
The Role of Advertising in Improving the Mental Image of Halal Tourism	691
Lec. Safia MUSTAPHA, Dr. Chengal TAREK	
Halal Tourism From The Perspective of the Legal Right to a Healthy Environment.	701
Dr. Sahra KHEmili, Dr. Aicha Abdelhamid	
Türkiye’deki Turizm Kongrelerinde Yer Alan Helal Turizm Alanındaki Bildirilerin İncelenmesi: 2017-2018	709
Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ	
Kastamonu’nun Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinin İç Turizm Pazarındaki Durumu.....	717
Dr. Öğr. Üye. Çetin AKKUŞ, Dr. Öğr. Üye. Gülizar AKKUŞ	
Muhafazakârlık ve Kültürel Açıklığın Helal Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerine Etkisi. 728	
Dr. Öğr Üyesi Oğuz TAŞPINAR, Dr. Öğr Üyesi Serkan TÜRKMEN, Doç. Dr. Lütfi ATAY	

Otel Yöneticilerinin “Helal Otel” Konsepti Hakkındaki Düşünceleri: Kapadokya’da Bir Araştırma

Doç. Dr. Lütfi BUYRUK
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi
buyruk@nevsehir.edu.tr

Öğr. Gör. Durmuş Ali AYDEMİR
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi,
Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Meslek Yüksekokulu
durmusalaydemir@nevsehir.edu.tr

Özet:

Amacı: Çalışmanın amacı, Kapadokya turistik bölgesindeki otel yöneticilerinin helal turizm ve helal otel konsepti hakkındaki düşüncelerini belirlemektir.

Araştırma Yöntemi: Nitel araştırma yöntemlerinden, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veriler derlenmiştir. Kapadokya turistik bölgesinde yer alan turizm işletme belgeli, 4 ve 5 yıldızlı 17 otel işletmesinin yöneticilerine araştırmacılar tarafından belirlenen açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizine tâbi tutulmuş ve yorumlanmıştır.

Bulgular: Araştırmada elde edilen bulgular, Kapadokya’da faaliyette bulunan otel yöneticilerinin “helal turizm”i dünyada hızla gelişen ve potansiyeli olan bir pazar olarak gördükleri, Kapadokya bölgesine olan talebi arttırmak için helal otel konseptine gerek olmadığı, işletmelerinde helal otel konseptine uygun düzenlemeler yapmayı ve helal otel sertifikası almayı düşünmedikleri, misafirlerin talepleri doğrultusunda otel odalarında seccade bulduklarını, yine talep olduğunda toplantı salonlarını mescid haline dönüştürdükleri ve otel odalarında kibleyi gösteren işarete yer verdikleridir.

Sonuç ve öneriler: Kapadokya destinasyonunun mevcut pazar profili dikkate alındığında, helal turizm ve helal otel konseptinin mutlaka teşvik edilmesinin gerekmediği sonucuna varılabilir; otel yöneticilerinin görüşleri de bu yöndedir. Bölgede farklı zamanlarda nadiren ortaya çıkabilecek helal otel talebine cevap verecek, işletme sahip ve yöneticilerinin inançları ve iç pazarın talepleri doğrultusunda İslami usullere göre hizmet veren otel işletmeleri zaten mevcuttur. Kapadokya bölgesinde helal turizm talebi çok az olduğundan, bölgede faaliyette bulunan otel yöneticileri, helal otel konseptine ve helal otel sertifikası almaya olumlu bakmamaktadırlar. Bu sonuçlardan hareketle, helal otel yatırım ve uygulamalarının destinasyonun hedef pazarları doğrultusunda yapılması gerektiği gözden uzak tutulmamalıdır. Destinasyona olan mevcut talep yapısı ve talebin ne yönde geliştiğine dair veriler elde edilmeden helal otel yatırım ve işletmeciliğine girişmek anlamsız olacaktır.

Anahtar kelimeler : Helal turizm, helal otel, Kapadokya.

THE THOUGHTS OF THE HOTEL MANAGERS ABOUT THE HALAL HOTEL CONCEPT: A RESEARCH IN CAPPADOCIA

Abstract:

Aim: The aim of the study is to determine the opinions of hotel managers about the concept of halal tourism and halal hotels in the touristic region of Cappadocia.

Methodology: Data were collected by using semi-structured interview technique which is one of the qualitative research methods. The open-ended questions determined by the researchers were directed to the managers of 17 hotels with 4 and 5 star hotels in the touristic region of Cappadocia. Content analysis was applied to the obtained data and then interpreted.

Findings: The findings of the study show that hotel managers in Cappadocia see halal tourism as a rapidly developing and potential market in the world, there is no need for halal hotel concept to increase demand for Cappadocia region, they do not intend to make arrangements in accordance with the concept of halal hotel and to obtain a halal hotel certificate, they have prayer rugs in hotel rooms according to the demands of the guests, again

according to the demand to convert the meeting hall into a masjid and the hotel rooms have a sign indicating the Qibla.

Conclusion and implications: Considering the current market profile of the Cappadocia destination, we can conclude that the concept of halal tourism and halal hotels does not necessarily need to be promoted; the opinions of hotel managers are also in this direction. There are already some hotels in the region that respond to the demand for "halal hotels" that may rarely appear at different times in the region in accordance with the beliefs of the owners and managers of the enterprise and the demands of the domestic market. Since the demand for halal tourism is very low in the Cappadocia region, the hotel managers who operate in the region do not look positive to the halal hotel concept and to get a halal hotel certificate. Based on these results, it should be kept in mind that halal hotel investments and applications should be made according to the target markets of the destination. It would be pointless to engage in halal hotel investment and management without obtaining data on the current demand structure and the direction of demand development for destination.

Keywords: Halal tourism, halal hotel, Cappadocia.

GİRİŞ

Turizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğu azaltmak, istihdamı arttırmak ve ekonomik büyüme yaratmak için en iyi yöntem olarak görülmektedir. Bu nedenden dolayı diğer sektörlerden daha hızlı gelişme göstermektedir (Tanrısever, Pamukçu ve Batman 2016). Günümüzde turizm sektöründeki rekabetin artması ve sunulan turistik ürünlerin birbirine benzer özelliklere sahip olması nedeniyle, işletmeler rakiplerinden farklı ürün ve hizmetler ortaya koymak ve yeni pazarlar bulmak durumundadır (Arpacı, Uğurlu ve Batman, 2015).

Helal turizm kavramı, misafirlerin istek ve beklentileri doğrultusunda son yıllarda ortaya çıkmış ve turizm literatüründe araştırma alanı olarak yer almaya başlamıştır. Özellikle son on yılda, dünyadaki helal turizm pazarı göz ardı edilemeyecek bir gelişme göstermektedir. Dünya helal turizm pastasından pay almak isteyen, Müslüman ve Müslüman olmayan ülkelere pek çok yatırımcı, helal turizm konseptine ilgi duymaya başlamışlardır. Otoriteler tarafından Müslüman turistlerin 2020 yılında 157 milyar dolar harcayacağı öngörülmektedir. Bazılarına göre bu rakam 200 milyar doları bulacaktır (Hospitality News Middle East, 2018).

Son yıllarda pek çok ülkedeki turizm işletmecileri helal turizm konseptine ilgi göstermektedirler. Helal turizme duyulan bu ilgi, kısmen dünya çapında Müslüman nüfusun artmasına bağlı olabilir (Battour ve Ismail, 2016). Zira, 2015 yılında 1.8 milyar olan dünyadaki Müslüman nüfusun, 2030'da 2.2 milyara ve 2050'de 2.6 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir (Nasdaqomx, 2012; Pewforum 2017). Bununla paralel olarak, Dünyada tatil amaçlı seyahat eden bu nüfusun beklentilerine uygun ürün ve hizmetler sunmak, böylece "helal turizm" pastasından daha çok pay alma çabaları bu ilginin nedenleri arasında sayılabilir. Mastercard-CrescentRating (2019) Raporuna göre, helal turizm etkileyici bir hızla büyüyen dinamik bir pazar segmentidir. 2020'de Müslüman seyahat pazarının 220 milyar ABD dolarına ulaşması bekleniyor ve sonraki altı yılda da %36 oranında bir artışla 300 milyar ABD doları olacağı tahmin edilmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Helal ve Helal Turizm Kavramları

Helal turizm kavramı, misafirlerin istek ve beklentileri doğrultusunda son yıllarda ortaya çıkmış ve turizm literatüründe araştırma alanı olarak yer almaya başlamıştır. Helal, sadece gıda ürünleriyle ilgili olmayan, İslamiyete ilişkin Arapça kökenli bir kelimedir. Helal, Müslümanlara sunulan çeşitli ürün ve hizmetleri içeren, dinen uygun veya izin verilebilir anlamında bir kavramdır (Samori, Salleh ve Khalid, 2016). Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük'te (2019) helal kelimesi, "Dinin kurallarına aykırı olmayan, dinî bakımdan yasaklanmamış olan, haram karşıtı" olarak tanımlanmaktadır. Müslümanlar tarafından üzerinde hassasiyetle durulan helal kavramı, her ne kadar gıda ile özdeşleştirilse de, farklı ürünler de helal ölçüler içinde değerlendirilmektedir. Helal kavramı gıdanın yanında kozmetik ürünler,

sağlıkla ilgili ürünler, banka-finans ve turizm hizmetlerini de kapsamaktadır (Çallı, 2014; Sulıgoj ve Marusko 2017; Nordin ve Rahman, 2018). O halde, helâl kavramı sadece yiyecek ve içeceklerin İslami ilkelere uygunluğunu ifade etmek için kullanılan bir kavram olmayıp, daha geniş manada, Müslümanların tüm yaşam alanlarında etkiye sahip olan önemli bir kavramdır (Batman, 2017).

Türkiye, en çok tercih edilen dünya helal turizm destinasyonları arasında 2018 yılı itibarıyla, Malezya, Endonezya ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin ardından 4. Sıradadır. Yine vize gereksinimleri, hava bağlantısı ve ulaştırma altyapısı puanlarına bağlı olarak yapılan erişimin en kolay olduğu destinasyonlar sıralamasında, en çok ziyaret edilen 10 helal turizm destinasyonu arasında, Türkiye ilk sırada yer almıştır (Mastercard-CrescentRating, 2018). En uygun helal turizm hizmetlerine sahip olma konusunda, Müslüman ülkeler arasında yapılan sıralamada ise Türkiye 6. sıradadır. Bu sıralama ve puanlar tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1: En uygun helal turizm hizmetleri sunan ilk 10 Müslüman destinasyon

DESTİNASYON	Restoran	İbadet yerleri	Havalimanı	Benzersiz deneyimler	Otel	Toplam puan
1. Malezya	95.0	100.0	100.0	10.2	75.2	380.4
2. Endonezya	90.0	100.0	100.0	18.0	59.4	367.4
3. Suudi Arabistan	95.0	100.0	100.0	9.2	62.9	367.1
4. B.A.E.	80.0	100.0	100.0	10.4	72.3	362.7
5. Mısır	85.0	100.0	80.0	53.8	37.9	356.7
6. Türkiye	75.5	100.0	86.7	40.8	51.5	354.5
7. Katar	90.0	100.0	100.0	9.6	54.6	354.2
8. Umman	80.0	100.0	100.0	9.6	46.5	336.1
9. Bahreyn	70.0	100.0	100.0	20.8	44.8	335.6
10. İran	85.0	100.0	80.0	33.2	34.4	332.6

Kaynak: Mastercard&Crescentrating Global Muslim Travel Index 2018.

Son zamanlarda popülerlik kazanan ve turizm endüstrisinde hızla yeni bir fenomen haline gelmekte olan helal turizm, İslami inanç ve uygulamalara göre sunulan turizm ürünlerini ifade eder (Nasdaqomx, 2012). Geçmişte geleneksel olarak, helal turizm hac ve umre seyahatleri ile ilişkilendirilmiştir. İslam inancına bağlı Mekke'ye yapılan hac seyahatlerine her zaman ilgi olmuştur. Ancak, varlıklı orta sınıf Müslüman tüketicilerin artması ve bunların seyahatleri günlük hayatın bir parçası olarak görmeye başlaması, Müslümanların seyahat tercihlerini Mekke gibi geleneksel destinasyonlardan en iyi tatil destinasyonlarına doğru değiştirmiştir (Ryan, 2016; Nasdaqomx, 2012).

Bu arada, vurgulanmadan geçilmemesi gereken, kavramsal bir hususa da değinmek gerekir. Batı literatüründe "İslami turizm" (Islamic tourism) olarak ifade edilen terim ile "helal turizm" arasında farklar bulunmaktadır. Boğan ve Sarıışık (2018), İslami turizm ile helal turizminin birbiriyle ikame edilmesinin uygun olmadığını vurgulamaktadırlar. İslami turizm Müslümanların dini gerekçelerle, hac ibadetini yerine getirmek ve hacı olmak için Mekke'ye yaptıkları seyahatleri ifade etmektedir. Dini amaçlarla, bütün dinlere mensup kişilerin yaptıkları seyahatleri "inanç turizmi" (faith tourism) diye isimlendirmek mümkündür. Helal turizmin ise ibadetle ilgisi yoktur. Helal turizm, rekreasyon amaçlı yapılan bir turizm olup, İslam inancına mensup kişiler, her insanın seyahat etmek istediği nedenlerle seyahat ederler. Temel motivasyon inanç ve ibadet değildir, Müslümanlar da birçok turisti motive eden nedenlerle dünyayı gezmek ve görmek istemektedirler (Ryan, 2016; Batman, 2017).

Helal Otel Kavramı

Genel olarak helal otel işletmeciliği diğer geleneksel otellere benzemektedir. En önemli fark, otelin İslami kurallara uygun olarak dizayn edilmesi ve işletilmesidir. Helal otel, helal yiyecek ve içeceklerin hazırlandığı ve servis edildiği helal mutfak ve restorana ek olarak; alkollü içkilerin sunulduğu barlar, diskolar ve İslami kurallara aykırı herhangi bir eğlence türünden de arınmış olmalıdır (Mahamood, Fikri ve Nor, 2018). Helal otel işletmeciliğinin yapısı helal yemekler, ibadet yerleri, domuz eti ve alkolün

olmadığı mekanlar, kadın ve erkekler için ayrı spa ve spor tesisleri gibi bir takım uygulamalarla, İslami kurallara göre belirlenmiştir (Han, Al-Ansi ve Olva, 2019). O halde helal otel, asıl fonksiyonu misafirlerin geceleme ihtiyacını karşılamak olan, İslami kurallara göre tasarlanmış, yeme-içme, spor, dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarını helal prensipler çerçevesinde misafirlerine sunan konaklama işletmeleri olarak tanımlanabilir.

Tablo 2: Helal Otelere Özgü Temel Nitelikler

Otel Bölümleri	Nitelikler
ODALAR	<ul style="list-style-type: none"> - Kuran-ı Kerim, temiz seccade ve tesbih mutlaka bulundurulmalı, Kible odanın sabit bir yerinde belirtilmelidir. - Televizyon var ise, kayıtlı müstehcen kanallar ve CD, DVD ve kasetler bulundurulmamalıdır. - Odalarda hayvanların bulunmasına izin verilmemelidir. - Odaların mini buzdolaplarında alkollü ve kola gibi asitli içecekler, banyo ve lavabolarda ise sertifikasız temizlik ve kozmetik ürünler bulundurulmamalıdır. - Müşteriler İslami hükümlere uyularak odalarına yerleştirilmelidirler. Çift olarak gelen misafirlere oda verilmeden evvel evlilik cüzdanı sorulmalıdır. - Tuvaletler Kibleye dönük olmamalıdır. Tuvaletlerde mutlaka uygun taharet tertibatı mevcut olmalıdır.
YİYECEK-İÇECEK HİZMETLERİ	<ul style="list-style-type: none"> - Otele temin edilen yiyecek içecek ve her türlü gıda helal gıda şartlarına uygun olmalıdır. - Oteldeki tüm alanlarda alkollü içki bulundurulmamalı ve servisi yapılmamalıdır. - Restoran, kafe ve büfe gibi yemek yenen yerlerde müzik yayını yapılmamalıdır. - İslam'da israf yoktur. İsrafa sebep olacak durumlar kontrol edilerek önlem alınmalı, misafirler bilinçlendirilmelidir. - Ramazan ayı süresince tesiste iftar-sahur vakitlerine uygun olarak servis yapılmalıdır. Ancak oruç tutamayan çocuk, hasta ve yaşlılar için gereken önlemler alınmalıdır.
ORTAK ALANLAR	<ul style="list-style-type: none"> - Otel içerisinde bayan ve erkek kullanımına ayrı ayrı tahsis edilmiş havuz, mescit, plaj, spor ve eğlence alanları bulunmalıdır. - Eğlence ve animasyon etkinlikleri İslami kurallara uygun olmalı. - Etkinlikler namaz saatlerine uygun düzenlenmelidir. - Otel içinde kumar vb. her türlü talih oyunlarına izin verilmemelidir. - Hem misafirler, hem de personel dekolte olmayan, İslami ölçülere uygun elbiseler giymelidir.

Kaynak: GİMDES-Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalama Araştırmaları Derneği (2019), ADL Belge ve Danışmanlık Hizmetleri (2019).

Helal otel kısaca, İslami kurallara uygun olarak müşterilerine hizmetler sunan işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Ancak sektöre baktığımızda, tüm ürün ve hizmetlerini İslami kurallara uygun olarak sunan otel sayısı sınırlıdır. Bu sebeple, helal turizm endüstrisinde oteller 3 grup altında sınıflandırılmaktadır. Sadece alkol tüketiminin yasak olduğu oteller “alkolsüz otel” veya “dry otel”; helal yemek sunanlar, odalarında Kuran ve seccade bulunduran, hizmetleri kadın ve erkekler için ayıran oteller “kısmen helal otel” ve yukarıda belirtilenlere ek olarak otel tasarımından finansmanına kadar, tüm hizmetler için İslami kurallara uyan oteller “helal otel” olarak adlandırılmaktadır (Akbaba ve Çavuşoğlu, 2017; Boğan ve Sarıışık 2018).

Helal otel işletmeleri, misafirlerinin konaklama ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sunmuş oldukları hizmetlerde, onların dini hassasiyetlerini ve mahremiyetlerini dikkate alan işletmelerdir (Samori vd. 2016). Otel işletmelerinin helal olarak nitelendirilmesi için bünyelerinde 3 temel faktörü bulundurmaları gerekmektedir; (1) ortamın helal olması, (2) yiyecek ve içeceklerin helal olması ve (3) işletme finansmanının helal olmasıdır. Bu temel niteliklere sahip günümüz otel işletmeleri kendilerini helal otel

olarak konumlandırmakta ve Müslüman misafirleri çekmeye yönelik çaba içinde olmaktadır (Bilgin ve Karakaş, 2017). Geleneksel otellerden farklı, helal otellerde mutlaka olması gereken temel nitelikler tablo 2’de yer almaktadır.

Türkiye’de Helal Otel İşletmeciliği

Helal turizm bağlamında, helal konaklama işletmeleri ve helal yiyecek işletmeleri karşımıza çıkan iki temel işletme türüdür. Helal otel konseptini ilk uygulayan ülkeler arasında Türkiye de yer almaktadır. Özellikle sahil kesimlerinde, tatil oteli olarak bu konsepti uygulayan işletme sayısı giderek artmaktadır. Ülkemizde sahillere dışında kalan, iç bölgelerde yer alan destinasyonlarda helal otel konseptine daha az rastlanmaktadır.

Türkiye’de helal otellerin ortaya çıkmasında 2002 yılı bir milat olarak kabul edilebilir. 2002 yılına kadar ülkemizdeki helal konseptli otel sayısı 5 iken, 2011 yılı itibariyle bu sayının 44’e ulaştığı, bazı kaynaklarda ise 60’ı geçtiği belirtilmektedir (Yılmaz ve Güler, 2017). Türkiye’deki helal otel sayısını net olarak tespit etmek oldukça zordur. Bu konuda herhangi bir istatistiki bilgiye rastlanmamaktadır. Ancak, helal otel arama motorları arasında ilk sırada bulunan halalbooking.com sitesinde arama yapıldığında, Dünya genelinde 1257 adet “helal” veya “Müslüman dostu” olarak tabir edilebilecek konaklama işletmesi ile ilgili rezervasyon bilgisine rastlanmaktadır. Site üzerindeki konaklama işletmelerinin bulunduğu ülkeler sekmesinden Türkiye seçildiğinde, 426 işletme sayısı ile karşılaşılmaktadır. Bu otellerin nitelikleri arasından, helal otellerin sahip olması gereken “bütün tesiste alkolsüzlük” sekmesi seçildiğinde, 312 işletme sayısı görülmektedir ki, Türkiye’deki “helal” konseptli yaklaşık konaklama işletme sayısını bu rakamın gösterdiği sonucuna varılabilir. Yine bu sitedeki verilere göre, Türkiye’de bulunan helal otellerin 45 adedi 5 yıldızlı, 60 adedi 4 yıldızlı, 111 adedi 3 ve 6 adedi ise 2 yıldızlı işletmelerdir. Yıldız sınıflandırması olmayan, belediye belgeli olduğu tahmin edilen konaklama işletmesi sayısı ise 90’dır (Halalbooking, 2019).

Son yıllarda bazı otel işletmelerinin, özellikle Alanya bölgesinde konseptlerini helal otele çevirdikleri görülmektedir. Ancak bu uygulamalar, otel altyapısında kadınlar ve erkekler için ayrı mescidler, yüzme havuzları, spor salonları yapılması, iç tasarımda İslami değerleri yansıtan ambiyans yaratılması gibi bazı değişiklikleri gerekli kılmaktadır. Ayrıca bu hassas konuklara kaliteli hizmetin nasıl verileceği konusunda çalışanların da eğitilmeleri gerekmektedir (Boğan ve Saruışık 2018).

YÖNTEM

Literatürde Çanakkale’deki otel yöneticilerin helal turizm konseptine ilişkin görüşlerini ele alan (Mercan vd, 2018), Fas’ta Carboni ve Janati (2016) tarafından, ev pansiyonculuğu tarzı konaklama işletmesi sahipleriyle yapılan, helal otel konsepti hakkındaki algıları araştıran çalışmalara rastlanmıştır. Kapadokya bölgesinde bu konuya ilişkin çalışmaya rastlanmamıştır ve bu çalışma, bölgedeki otel yöneticilerine yönelik yapılan ilk çalışma olma niteliğindedir.

Bu çalışmada temel amaç, Kapadokya turistik bölgesindeki otel yöneticilerinin helal turizm ve helal otel konsepti hakkındaki düşüncelerini belirlemektir. Veriler nitel araştırma yöntemlerinden, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak derlenmiştir. Bilindiği üzere görüşme, sosyal bilim araştırmalarında sıklıkla kullanılan tekniklerden birisidir. Bunun temel nedeni, görüşmenin bireyin tutum, duygu, düşünce ve inançlarına ait bilgileri elde etmede etkin bir yöntem olmasıdır (Karasar, 2005). Bu çalışmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile araştırmacı görüşmenin akışına bağlı olarak, değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir, kişinin yanıtlarını açmasını ve ayrıntıya girmesini sağlayabilir (Türnüklü, 2000). Bu niteliklerinden dolayı yarı yapılandırılmış görüşme tekniği araştırma verilerinin toplanmasında tercih edilmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Kapadokya turistik bölgesinin merkezi konumundaki Nevşehir ili sınırları içinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre Nevşehir ilinde faaliyette olan toplam 22 adet 4 ve 5 yıldızlı otel araştırmaya dahil edilmiştir. Kozaklı ilçesinde bulunan 3 termal otel araştırma dışında bırakılmış ve Nevşehir Merkez ve ilçelerinde bulunan 19 adet 4 ve 5 yıldızlı otelin yöneticileriyle görüşme hedeflenmiştir. Ancak, çeşitli nedenlerden dolayı (randevu alamama, görüşmeyi kabul etmeme vb.) otellerin 17 adedinin yöneticileriyle görüşme imkanı

sağlanabilmiştir. Görüşmeciler otel müdürü, önbüro müdürü ve rezervasyon müdürü pozisyonunda görev yapmaktadırlar.

Bu araştırmada örneklem belirlemede amaçlı örneklem (purposeful sampling) yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem nitel (kalitatif) araştırmalarda kullanılmakta ve incelenen konu ile doğrudan ilgisi olan kişilerin araştırma kapsamına alınmasını içermektedir. Dolayısıyla araştırma evreninde yer alan ve araştırmanın belirlenen kriterlerine uygun otellerin yöneticileriyle yapılan görüşmeler analiz edilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Görüşmede sorulacak sorular literatürden yararlanarak belirlenmiştir. Görüşmecilere yüz yüze toplam 4 adet soru yöneltilmiştir. Bunlar (1) Dünyadaki helal turizm pazarı hakkında ne düşünüyorsunuz? (2) Kapadokya'ya yönelik turist talebini arttırmak için helal otel konseptine gerek var mıdır? (3) Müslüman ülkelerden gelen turistleri memnun etmek için otellerde kibleyi gösteren işaret, seccade vb. uygulamalar gerekli midir, otelinizde var mıdır? (4) Gelecekte otelinizde helal otel talebine uygun düzenlemeler yapmayı ve helal otel sertifikası almayı düşünür müsünüz? Görüşmenin akışına göre sorularla ilgili gerekli açıklamalarda bulunulmuş; samimi bir ortam oluşturularak, sorulan sorulara rahat, dürüst ve doğru bir şekilde cevaplar alınma gayreti içinde olunmuştur.

Elde edilen veriler içerik analizine tabi tutularak çözümlenmiştir. Veriler arasında karşılaştırmalar yapılmış, uyum ve örtüşmelerin olup olmadığına bakılmıştır. Bulgular frekans analizi tekniği ile tablollaştırılarak yorumlanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Görüşme yapılan toplam 17 yöneticinin ortak özelliği 10 yıldan fazla bir zamandır Bölgede otel yöneticisi olarak çalışmalarını sürdürmektedirler. Dolayısıyla Bölgeye olan talebin yapısı ve otel yönetimi alanında yeterli bilgi ve tecrübeye sahiptirler. Yöneticilerden 8 adedi otel müdürü, 6 adedi önbüro müdürü ve 3 adedi rezervasyon müdürü olarak görev yapmaktadır.

Dünyadaki Helal Turizm Pazarı Hakkında Otel Yöneticilerinin Düşünceleri

Görüşmecilere sorulan “Dünyadaki helal turizm pazarı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna alınan cevaplar göstermektedir ki, yöneticilerin büyük bölümü bu pazarı “gelişen bir pazar” olarak nitelendirmektedir. Yine, yöneticiler bu pazarın “önemli bir pazar” olduğunu ve “pazara olan talebin artacağını ve gelişmeye devam edeceğini” vurgulamaktadırlar. Bu soruya verilen cevaplar arasında “geleceği parlak”, “desteklenmesi gereken bir pazar” ve “Batı pazarına alternatif bir pazar” ifadeleri de yer almaktadır (Tablo 3).

Tablo 3: Otel Yöneticilerinin Helal Turizm Pazarı Hakkındaki Düşünceleri

Sıra	Helal turizm pazarı hakkındaki düşünceler	f (*)	%
1	Gelişen bir pazar	12	71
2	Önemli bir pazar	8	47
3	Talep artacak ve gelişmeye devam edecek	7	41
4	Geleceği parlak	5	29
5	Desteklenmesi gereken bir pazar	3	18
6	Batı pazarına alternatif bir pazar	3	18

(*) Bazı görüşmeciler birden fazla düşünce belirtmişlerdir.

Kapadokya'ya Yönelik Turist Talebini Arttırmak İçin Helal Otel Konseptine Gerek Olup Olmadığı Konusunda Otel Yöneticilerinin Düşünceleri

Görüşme yapılan otel yöneticilerine ikinci soru olarak “Kapadokya'ya yönelik turist talebini arttırmak için helal otel konseptine gerek var mıdır?” sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar arasında “gerek yok,

yöreye gelen Müslüman turist sayısı az” ilk sırada yer almıştır. “Şu an için gerek olmadığı, talep artarsa ihtiyaç olabilir” ve “ Bölgenin eksikliği değil, az miktarda arz oluşturulabilir” diğer cevaplar arasındadır. Sadece 2 otel yöneticisi “Var, özellikle yerli misafir talebi için birkaç helal otel açılabilir” cevabını vermişlerdir. Yine 2 otel yöneticisi, “1-2 adet helal otel açılırsa bölgeye faydası olur” şeklinde düşüncelerini belirtmişlerdir (Tablo 4).

“Kapadokya’ya yönelik turist talebini arttırmak için helal otel konseptine gerek var mıdır?” sorusuna verilen bazı cevaplar aşağıdaki gibidir:

- “Helal otel konseptine bölgede gerek yok. Müslüman ülkelerden bölgeye talep %10’u geçmez. Kapadokya destinasyonu, Hristiyan ve diğer dinlerden turistleri daha çok cezbediyor”.
- “Helal otele gerek yok, Bölgenin tarihsel yapısı, müze ve ören yerleri Müslüman ülkelerden gelen turistlerin ilgisini pek çekmiyor.”
- “Bir-iki adet helal otel açılırsa, bölgeye getirisi olur. Ancak 3 tane helal otel açılırsa, 4.sü iş yapmaz. Çünkü talep sınırlı.”

Tablo 4: Otel Yöneticilerin Kapadokya’ya Yönelik Turist Talebini Arttırmak İçin Helal Otel Konseptine Gerek Olup Olmadığı Konusundaki Düşünceleri

Sıra	Kapadokya’ya yönelik turist talebini arttırmak için helal otel konseptine gerek olup olmadığı hakkında düşünceler	f (*)	%
1	Gerek yoktur, yöreye gelen Müslüman turist sayısı az	14	82
2	Şuan için gerek yok, talep artarsa ihtiyaç olabilir	8	47
3	Bölgenin eksikliği değil, az miktarda arz oluşturulabilir	5	29
4	Var, yerli misafir talebi için birkaç helal otel açılabilir	2	12
5	1-2 adet helal otel açılırsa bölgeye faydası olur	2	12

(*) Bazı görüşmeciler birden fazla düşünce belirtmişlerdir.

Müslüman Ülkelerden Gelen Turistleri Memnun Etmek İçin Otelerde Kibleyi Gösteren İşaret, Seccade vb. Uygulamalar Konusunda Otel Yöneticilerinin Düşünceleri

Otel yöneticilerine “Müslüman ülkelerden gelen turistleri memnun etmek için otelinizde kibleyi gösteren işaret, seccade vb. uygulamalar gerekli midir, otelinizde var mıdır?” sorusu yöneltildiğinde, hepsi bu tür uygulamaların gerekli olduğunu ifade etmiştir. Hemen hepsi Müslüman turistlerin talepleri doğrultusunda, bu tür uygulamalardan bazılarına otellerinde yer verdiklerini söylemişlerdir. Tablo 5’te bu soruya verilen cevaplar sıralanmıştır.

Tablo 5: Otel Yöneticilerinin Müslüman Ülkelerden Gelen Turistleri Memnun Etmek İçin Otelerde Kibleyi Gösteren İşaret, Seccade vb. Uygulamalar Konusunda Düşünceleri

Sıra	Otelerde kibleyi gösteren işaret, seccade vb. uygulamalar konusunda düşünceler	f (*)	%
1	Gereklidir, uygulamalarımız var	17	100
2	Seccade bulunduruyoruz, talep edildiğinde veriyoruz	17	100
3	Komedin çekmecilerinde kibleyi gösteren işaret bulunmakta	15	88

4	Mini bardan alkollü içkileri kaldırıyoruz	8	47
5	Toplantı salonunu mescid haline getiriyoruz	5	29
6	Kuran bulunduruyoruz, talep edildiğinde veriyoruz	3	18

(*) Bazı görüşmeciler birden fazla düşünce belirtmişlerdir.

Cevaplar analiz edildiğinde, otellerin hepsinde seccade bulundurduğu ve talep edildiğinde misafirlere verildiği görülmektedir. Otellerin çoğunun odalarında kibleyi gösteren işaret mevcuttur. Yine talep edildiğinde mini bardan alkollü içecekleri kaldırmakta, toplantı salonunu mescid haline dönüştürmektedirler. Sadece 3 otel yöneticisi, talep edilmesi halinde konuklara verilmek üzere otellerinde Kuran bulundurduklarını ifade etmişlerdir.

Gelecekte Helal Otel Talebine Uygun Düzenlemeler Yapmak ve Helal Otel Sertifikası Almak Konusunda Otel Yöneticilerinin Düşünceleri

Otel yöneticilerine son olarak, “Gelecekte otelinizde helal otel talebine uygun düzenlemeler yapmayı ve helal otel sertifikası almayı düşünür müsünüz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya cevap olarak otel yöneticilerinin hepsi, gelecekte helal otel sertifikası almaya gerek görmediklerini ifade etmişlerdir. Yöneticilerin önemli bir kısmı, gelecekte helal otel konseptine uygun düzenleme yapmayı düşünmediklerini belirtmişlerdir. Üç yönetici, alkolsüz restoran ve mescid gibi kısmen düzenleme yapmayı düşünebileceklerini, iki yönetici de talep doğrultusunda düzenleme yapabileceklerini söylemişlerdir (Tablo 6).

Tablo 6:Otel Yöneticilerinin Gelecekte Helal Otel Talebine Uygun Düzenlemeler Yapmak ve Helal Otel Sertifikası Almak Konusunda Düşünceleri

Sıra	Gelecekte helal otel talebine uygun düzenlemeler yapmak ve helal otel sertifikası almak konusunda düşünceler	f (*)	%
1	Helal otel sertifikası almaya gerek görmüyoruz	17	100
2	Gelecekte helal otel konseptine uygun düzenleme düşünmüyoruz	12	71
3	Kısmen düzenleme yapılabilir, alkolsüz restoran ve mescid gibi	3	18
4	Talep doğrultusunda düzenleme olabilir	2	12

(*) Bazı görüşmeciler birden fazla düşünce belirtmişlerdir.

“Gelecekte otelinizde helal otel talebine uygun düzenlemeler yapmayı ve helal otel sertifikası almayı düşünür müsünüz?” sorusuna verilen bazı cevaplar aşağıda yer almaktadır:

- “Şu an için talebe baktığımızda helal otel düzenlemelerine ve sertifikaya gerek yok. Müslüman turist talebi Kapadokya’da %5 civarında.
- “Batı talebi olduğu sürece hayır. Helal otel imajı yaratmak ve Batı pazarını kaybetmek istemeyiz. Tüm dinlere saygılı hizmet veriyoruz.”
- “Konya için düşünebilirsiniz, destinasyon yapısına uygun. Kapadokya için uygun değil!”
- “435 odayla bölgenin en büyük oteliyiz. Gelecekte yeterli talep olursa, helal otel konseptine uygun düzenlemeler düşünebiliriz.”

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kapadokya turistik bölgesinde, otel yöneticilerinin helal turizm ve helal otel konsepti hakkındaki düşüncelerini araştırmaya yönelik yapılan bu çalışmada, bölgedeki otel yöneticilerinin çoğunluğunun helal turizm pazarını dünyada gelişen, geleceği parlak ve önemli bir pazar olarak nitelendirdikleri

bulgusuna ulaşılmıştır. Otel yöneticilerinin büyük bölümünün, Müslüman ülkelerden Kapadokya'ya yönelik turist talebini arttırmak için helal otel konseptine gerek olmadığı düşüncesinde oldukları araştırmada elde edilen diğer bir bulgudur. Çünkü, otel yöneticilerine göre, Kapadokya'nın mevcut turist profili içinde Müslüman ülkelerden gelen turist oranı % 10'u geçmemektedir. Bununla birlikte Müslüman ülkelerden gelen turistleri ve yerli muhafazakar turistleri memnun etmek adına, otellerde seccade bulundurmak, kıbleyi gösteren işaret, mini bardan alkollü içkileri kaldırmak ve toplantı salonunu mescide çevirmek gibi talep edildiğinde yapılan uygulamalar, otellerin hemen hepsinde yer almaktadır. Görüşmeye dahil edilen otel yöneticilerin hepsi gelecekte helal otel sertifikası almayı düşünmemektedirler. Yine yöneticilerin önemli bölümü, gelecekte helal otel konseptine dair uygulamalar yapmayı düşünmemektedirler. Bunun en önemli nedeni, destinasyonun pazarını Batı dünyasından ve diğer Müslüman olmayan ülkelere turistlerin oluşturmasıdır.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, Çanakkale'de otel yöneticilerinin helal turizm konusundaki görüşlerini araştıran çalışmada (Mercan vd, 2018) elde edilen bulgularla örtüşmektedir. Çanakkale'deki otel yöneticileri, helal turizm konsepti konusunda, ilde helal turizm talebi yeterli olmadığından, genel olarak negatif algıya sahiptirler. Kapadokya bölgesinde de helal turizm talebi çok az olduğundan, bölgede faaliyette bulunan otel yöneticileri, helal otel konsepti ve helal otel sertifikası almaya olumlu bakmamaktadırlar. Bu sonuçlardan hareketle, helal otel yatırım ve uygulamalarının destinasyonun hedef pazarları doğrultusunda yapılması gerektiği gözden uzak tutulmamalıdır. Destinasyona olan mevcut talep yapısı ve talebin ne yönde geliştiğine dair veriler elde edilmeden helal otel yatırım ve işletmeciliğine girişmek anlamsız olacaktır.

Ancak, dünyada ve Türkiye'de helal turizm talebinin giderek arttığı da inkar edilmeyecek bir olgudur. Ankara'da toplanan 3. Turizm Şurası'nda (2017), helal turizm konusu da ele alınmış, helal turizm yönelik pazar araştırması yapılması, tanıtım ve pazarlama stratejisinin belirlenmesi, Körfez, Arap, Afrika ve Balkan ülkeleri ile Türk Cumhuriyetlerinin hedef pazar olarak belirlenmesi önerilmiştir. Kapadokya destinasyonuna baktığımızda, yurt dışından gelen Müslüman turistlerin Körfez ülkeleri ve Türk Cumhuriyetleri ile birlikte, daha çok Malezya, Endonezya ve az miktarda Singapur kaynaklı oldukları görülmektedir. Özellikle Malezya ve Endonezya'nın da önemli bir helal turizm pazarı olduğu, tanıtım ve pazarlama stratejilerinde mutlaka dikkate alınmalıdır.

Helal turizmde, diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi, konaklamanın yanında yiyecek-içecek hizmetleri de önem arz etmektedir. Dolayısıyla Müslüman turist pazarına yönelik tanıtım kampanyalarında helal otellerle birlikte, inancımız gereği helal gıdalar kullanılarak yemeklerin hazırlandığı Türk Mutfağı da ön plana çıkarılabilir.

Bazı işletmelerin pazarlama konusunda avantaj sağlamak için helal turizm etiketini kullandıkları görülmektedir. Dolayısıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından helal otel kriterleri belirlenmeli, gerekli altyapıyı ve standartları sağlamayan otellerin satış ve pazarlama faaliyetlerinde helal otel etiketini kullanmaları engellenmelidir.

Son olarak, Kapadokya destinasyonunun mevcut pazar profili dikkate alındığında, helal turizm ve helal otel konseptinin mutlaka teşvik edilmesinin gerekmediği sonucuna varılabilir; otel yöneticilerinin görüşleri de bu yöndedir. Bölgede farklı zamanlarda nadiren ortaya çıkabilecek helal otel talebine cevap verecek, Kozaklı ilçesinde ve Göreme, Uçhisar gibi ilçelerde işletme sahip ve yöneticilerinin inançları ve iç pazarın talepleri doğrultusunda İslami usullere göre hizmet veren bazı otel işletmeleri zaten mevcuttur.

KAYNAKÇA

- ADL Belge ve Danışmanlık Hizmetleri (2019). Helal Otel Sertifikası Kuralları, <http://adlbelge.com/helal-otel-sertifikasi>, Erişim tarihi: 07.02.2019
- Akbaba, A. ve Çavuşoğlu, F. (2017). Helal Otel Kavramı ve Türkiye'de Helal Otel Sertifikasyonu, *International Journal of Contemporary Tourism Research* 1, pp. 48-58.
- Arpacı, Ö., Uğurlu, K., ve Batman, O. (2015). Helal Konseptli Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Müşteri Şikâyetleri Üzerine Bir Araştırma, *Bartın Ün. İİBF Dergisi*, Cilt 6, Sayı 11, (181-198).

- Batman, O. (2017). Sorularla Helâl Turizm / Helâl Turizm Nedir veya Ne Değildir?, *1.International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey*. Pp. 30-32.
- Battour, M. ve Ismail, M.N. (2016). Halaltourism: Concepts, practises, challengesandfuture, *Tourism Management Perspectives*, 19, pp 150-154.
- Bilgin, Y., ve Karakaş, A. (2017). Otel İşletmelerinin Helal Niteliğinin Müşteri Değerlendirmelerine Yansımaları: İstanbul'daki Helal Konseptli Otel İşletmeleri Örneği, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 13, Sayı 4, ss.911-926.
- Boğan, E. ve Sarıışık, M. (2018). Halaltourism: conceptual and practical challenges, *Journal of Islamic Marketing*.
- Carboni, M., ve Janati, M.I. (2016). Halaltourism de facto: A casefrom Fez, *Tourism Management Perspectives* 19, pp. 155-159.
- Han, H., Al-Ansi, A., Olya, H.G.T., ve Kim, W. (2019). Exploringhalal-friendly destination attributes in South Korea: Perceptions and behaviors of Muslim travelers toward a non-Muslim destination, *Tourism Management* 71, pp. 151-164.
- Çallı, İ. D. (2014). Etnik Pazarlamada Helal Kavramının Kullanımı: Almanya'da Yayınlanan Gıda Reklamları Üzerine Bir İnceleme, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt14, sayı 4 (43-56).
- GİMDES (2019). Helal otel nasıl olmalı? <http://www.gimdes.org/helal-otel-nasil-olmali-2.html#more-4928> Erişim tarihi: 07.02.2019
- Halalbooking.com(2019). Türkiye'deki tesisler. Erişim tarihi: 12.02.2019
- Hospitality News Middle East (2018). The global halal tourism sector is driven by millennials <http://www.hospitalitynewsmag.com/en/event/the-global-halal-tourism-sector-is-driven-by-millennials-and-muslim-travelers-are-expected-to-spend-usd-157-billion-by-2020/> Erişim tarihi:06.02.2019
- Karasar, N. (2005) Bilimsel Araştırma Yöntemi, Nobel Yayınları, Ankara.
- Mahamood, S.F., Fikri, A. ve Nor, N.S.N.M. (2018). Modelling Grand BlueWave Hotelin ManagingChallenges of Islamic Hotel Performance (IHP): An Overview of the Islamic Spirituality Instilled, *Proceedings of the 3rd International Halal Conference (INHAC 2016)*, Springer Nature Singapore PteLtd.,pp. 283-289.
- Nasdaqomx (2012). The Global HalalIndustry: An Overview, Edbiz-NasdaqOmxShariaIndexes.
- Nordin, N.S.A. ve Rahman, F.A. (2018). A Critical Review of theMuslim-FriendlyHospitality Services Standard(MS 2610:2015) in Malaysia, *Proceedings of the 3rd International Halal Conference (INHAC 2016)*, Springer Nature SingaporePte Ltd., pp. 211-222.
- Ryan, C. (2016). HalalTourism, *Tourism Management Perspectives* 19, pp.121-123.
- Samori, Z.,Salleh, N.Z.M. ve Khalid, M.M. (2016). Currenttrends on Halaltourism: Cases on selected Asiancountries, *Tourism Management Perspectives* 19, pp 131-136.
- Suligoj, M. Ve Marusko, H. (2017). Hotels and Halal-oriented Product: What Do Hotel Managers in Slovenia Think?, *Organizacija*, Vol. 50, No.4, pp. 314-323.
- Tanrısever, C., Pamukçu, H. ve Batman, O. (2016). New Tourism Trends In The World And Their Adaptations To Turkey, *GÜSBEED, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, Cilt 7, Sayı 16, ss.55-72.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, Sayı:24,PegemA Yayıncılık, Ankara.
- Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük (2019). www.sozluk.gov.tr (Erişim Tarihi 10.02.2019).
- Mastercard-CrescentRating (2019). Mastercard-CrescentRatingHalal Travel Frontier 2019 Report. www.crescentrating.com, Erişim tarihi: 07.02.2019
- Mastercard-CrescentRating (2018). Mastercard&Crescentrating Global Muslim Travel Index 2018. www.crescentrating.com) Erişim tarihi: 07.02.2019
- Pewforum (2017). The Changing Global Religious Landscape, <http://www.pewforum.org/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/#global-population-projections-2015-to-2060>, Erişim tarihi: 08.02.2019.
- Yılmaz, L. ve Güler, M.E. (2017). Türkiye'de Muhafazakâr Değerler Bağlamında Turizm ve Tatil Algısındaki Değişme, *International Journal of Contemporary Tourism Research* 1, pp.17-25.
3. Turizm Şurası (2017). Turizmde Ürün Çeşitliliği ve Sürdürülebilirlik Komisyonu Raporu, 13 Kasım 2017, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.