

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research
Cilt: 13 Sayı: 74 Yıl: 2020 & Volume: 13 Issue: 74 Year: 2020
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

HELAL TURİZM KAVRAMI VE TÜRKİYE'DE Kİ HELAL TURİZM UYGULAMALARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME HALAL TOURISM CONCEPT AND AN EVALUATION ON APPLICATIONS OF HALAL TOURISM IN TURKEY

Abdullah AKMAZ*

Öz

Turistik ihtiyaçların giderilmesinde bireylere yön veren, tüketici davranışlarını etkileyen en önemli faktör inandığı değerleridir. Son dönemlerde yaşanan ekonomik refah, stresli yaşam, dinlenme arzusu gibi bir takım gelişmeler sonucunda turizmin bir ihtiyaç haline gelmesi ve bu doğan ihtiyaçları İslami hassasiyet sahip olan bireylerin İslami usullere göre giderme arzusu ve talebi neticesinde helal turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Yapılan bu çalışma ile alan yazın taraması yapılarak helal turizmin kavramsal çerçevesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, helal turizm pazarında Türkiye'nin konumu ifade edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda helal turizmim alan yazında birçok tanımlaması olmasına rağmen genel anlamıyla İslami emir ve yasaklara göre bireylerin turizm faaliyetlerini gerçekteştirmesi olarak tanımlamak mümkündür. Ayrıca son yıllarda Türkiye'de yapılan uygulamalar ile helal turizmin gelişme sağlamaktadır. Bunun sonucunda önümüzdeki dönemlerde Türkiye'nin helal turizm alanında dünyada daha da etkin bir rol alacağını söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Helal Turizm, Turizm, Helal Otel, İslami Otel, İslami Turizm.

Abstract

The most important factor affecting the consumer behavior that guides individuals in satisfying the touristic needs is the values they believe in. Tourism has become a necessity as a result of recent developments such as economic prosperity, stressful life, desire to rest and the concept of halal tourism has emerged as a result of the desire and demand of individuals who have Islamic sensitivity to satisfy these needs according to Islamic methods. With this study, it has been tried to form the conceptual framework of halal tourism by reviewing the literature. Moreover, it has tried to express Turkey's position in halal tourism market. In this context, although there are many definitions in the field of halal tourism, it is possible to define it as the realization of tourism activities by individuals according to Islamic orders and prohibitions. It also provides halal tourism development in the field of studies in Turkey in recent years. As a result, in the field of halal tourism, it is possible to say that Turkey will take a more active role in the world in the coming period.

Keywords: Halal Tourism, Tourism, Halal Hotel, Islamic Hotel, Islamic Tourism.



1. GİRİŞ

Dini değerler, üzerinde ciddi araştırmaların yapılması gereken kültürel bir değerdir. Gerek bireysel gerekse sosyal düzeyde bireylerin yaşamlarında gerçekleştirdikleri davranışlar ve diğer değerler üzerinde çok etkili olan bir kıstastır. Bununla birlikte inanç değerleri tüketici davranışlarının tercihinde ki en önemli faktörler arasındadır (Dilek ve Çakmak, 2017, 315). Bu bağlamda son dönemlerde dünyada ve ülkemizde bireylerin eğitim ve refah düzeyinde ki artış ile birlikte her alanda olduğu gibi yiyecek içecek, konaklama, eğlence vb. turizm faaliyetlerinde de İslami değerlere göre dizayn edilmiş uygulamalar önem kazanmıştır. Bu uygulamalar neticesinde ortaya çıkan ve tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de özellikle son on yılda artan talepler neticesinde ciddi bir yükseliş trendi yakalanan alternatif turizm türlerinden bir tanesi de “Helal Turizm” kavramıdır. Helal turizmin bu denli önemli bir noktaya gelmesinin sebeplerin bir tanesi hiç şüphesiz turizm faaliyetlerine katılan İslami hassasiyete sahip bireylerin gelir seviyesinin yükselmesidir (Soydaş, 2017, 147). Bunlara ek olarak Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Dünya Bankasının önümüzde ki yirmi yıl içerisinde turizm sektörünün dünyanın en büyük endüstrilerinden biri olacağını ifade etmesi (Sönmez, 2012, 120), dünya nüfusunda Müslüman nüfusunun gittikçe artış göstermesi ve buna paralel olarak bu bireylerin İslami değerlere göre tatil, eğlence, dinlenme vb. faaliyetleri talep etmesi helal turizmin önemini arttırmıştır (Duman, 2019, 1).

Dünyada 2014 yılı verilerine göre 1.13 milyar turist, 280 milyon istidam, 1.2 trilyon dolar turizm geliri, 2015 yılında 1.186 milyar turist, 1,260 trilyon dolar gelir ve 284 milyon istihdama ulaşmıştır. 2016 yılında 1.235 milyar turist, 2017 yılında 1,322 milyar turiste, 1,22 trilyon dolar olan turizm geliri ise 1,340 trilyon dolara yükselmiştir. 2018 yılı turizm verilerine göre ise 1.4 milyar turist, 1,4 trilyon dolar gelir ve 300 milyonu aşkın istihdama ulaşmıştır. Bu veriler dünyada turizm sektörünün dolaylı olarak yaklaşık 1.5 milyarı aşkın kişiyi etkisine alan bir sektör olduğunu bizlere göstermektedir (Şehribanoğlu ve Van, 2018, 1131; Akmaz, 2019, 830). Ancak 2019 yılı son çeyreğinde başlayan ve 2020 ilk aylarından itibaren tüm dünyada etkisini gösteren COVID-19 Pandemi süreci ile turizm sektöründe 2020 yılının ilk altı ayının verilerine göre 440 milyon turist 460 milyar dolar gelir kaybı yaşamış ve bu rakam tahminlere göre yılsonunda toplam 900 milyar dolar ile 1.2 trilyon dolar arasında bir gelir kaybına yol açacağı ve bu düşüşün devam edeceği, istihdam noktasında ise yaklaşık 120 milyon kişinin bundan etkileneceği Birleşmiş Milletler Dünya Sağlık Örgütü (UNWTO) ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) tarafından tahmin edilmektedir (<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/kovid-19-nedeniyle-turizm-sektorunun-kaybi-1-2-trilyon-dolara-ulasabilir-/1986982>; Erişim Tarihi: 30.09.2020). Bütün bu olumsuz gelişme ve etkilerden dünya ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’de ki turizm endüstrisi de etkilenmiş olsa bile Türkiye’de yaşayan Müslüman nüfusunun yüksek olması ve bu alandaki talepleri karşılama noktasında son dönemlerde yapılan uygulamaların artması ile hem yerli hem de yabancı turistler tarafından oluşan turizm arzı neticesinde helal konseptli turizm işletmelerine büyük bir ilgi oluşmuştur (Carboni ve Janati, 2016, 155).

Helal turizm kavramının sektör üzerindeki gelişmesi araştırmacılarında ilgisini çekmiş ve son yıllarda bilimsel araştırmalara sıkça konu olmuştur. Uluslararası çalışmalarda sıkça çalışılan bir konu olsa da helal turizm ile ilgili Türkiye’de yapılan çalışmalar oldukça sınırlı düzeyde kalmıştır. Bunun yanında Türkiye jeopolitik ve coğrafi konumu, sahip olduğu tarihi ve kültürel miras, doğal güzellikler ve belki de bu alan için en önemli bir kriter olan İslami yaşantının hakim olduğu bir bölge olması sebebiyle helal turizm açısından çok büyük potansiyele sahiptir (Boğan vd., 2016, 1426). Bu çalışmada ilk olarak helal turizm kavramı ele alınarak incelenecek daha sonra ise helal turizm noktasında Türkiye’nin durumu ve helal konseptli otel işletmelerinde aranan kıstaslara değinilecektir. Yapılan bu çalışma ile helal turizm konusunda alan yazına katkı sağlanması amaçlanmıştır.



2. HELAL TURİZM KAVRAMI

Helal turizm kavramını açıklamadan önce kısaca helal kavramı üzerinde durmamız kavramı daha iyi anlamamız açısından faydalı olacaktır. Arapça kökenli bir kelime olan ve müsaade, izin anlamına gelen helal kavramı, İslam dinini kabul etmiş bireyler açısından üzerinde çok hassas olunan, yapılmasında bir günah veya cezanın olmadığı fiil anlamında değerlendirilmektedir (Kurnaz, 1998, 173; TDK, 2005, 874; Çayıroğlu, 2018, 598). Helal turizm kavramı dünyada yeni bir turizm trendi olarak karşımıza çıkmaktadır (Bhuiyan vd., 2011, 1334). Bir bireyin inancı onun tüketici davranışlarını etkileyen en önemli faktörlerin başında gelmektedir (Dal ve Topay, 2018, 261; Divanlıoğlu ve Çelik, 2020, 369). Zamanla İslami usul ve esaslara göre bir hayat tarzı ortaya koyan bireylerin ekonomik ve sosyal manada hayatlarında gerçekleşen değişimler ve turizm bilincinin gelişmesi sonucunda tatil ihtiyacına olan talep artmıştır (Gök, 2019, 70). Bu turizm çeşidi ile İslami hassasiyete sahip olan bireyler gerçekleştirdikleri turizm faaliyetlerini İslami kurallar ve kaidelere göre gerçekleştirmekte ayrıca diğer turizm faaliyetlerine nazaran helal turizm konseptine göre faaliyet gösteren turizm işletmelerini tercih eden turistlerde beklenti, tüketim, davranış, konaklama, eğlence gibi turistik eğilimlerde farklılıklar bulunmaktadır (Tsalikis ve Lassar, 2009, 91; Eum, 2009, 4; Zamani-Farahani ve Henderson, 2010, 79; Adnan, 2011, 160; Ghadami, 2012, 11205; Tajzadeh, 2013, 1253; Sandıkcı ve Jafari, 2013, 416; Özdemir 2015, 56-57; Pamukçu, 2017, 40; Pamukçu ve Saruışık, 2018, 182; Şengel ve Zengin, 2019, 378). Kuran'ı Kerim ve sünnet kapsamında bir hayat sürme derdinde olan bireylerin tüketici istekleri ile oluşan helal turizm; kültür turizmi, yayla turizmi, inanç turizmi, sağlık turizmi gibi birçok turizm türü ile bağlantılı olarak bu alanların da gelişimine katkı sağlamıştır. Artan ilgi ve talepler neticesinde gelişen helal turizm özellikle Suudi Arabistan ve Kuveyt gibi ülkelerde ekonomik gücü ve imkânları olan bireylerin gerçekleştirdikleri seyahatleri ile 1970'li yıllarda başlamıştır. Ancak uygulamada net bir standardın belirlenmemesi ve uygulanmaması helal turizmin ilerlemesini yavaşlatmıştır (Oflaz, 2015, 42-43).

Genel olarak helal gıda, helal konaklama, helal ulaşım vb. kavramlar helal turizmi oluşturmaktadır (El- Gohary, 2016, 126). Bununla birlikte hizmet endüstrisinde gerçekleştirilen faaliyetler helal turizmin tanıtımı ve pazarlanmasında önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır (Puangniyom vd., 2017,196). Helal turizm kapsamında gerçekleştirilen çalışmalar içerisinde muhafazakâr turizm, mütedeyyin turizm, Müslüman dostu turizm, şeriata uygun turizm, İslami turizm (Henderson, 2010, 252; Tekin, 2014, 754; Mansouri, 2014, 21; Oflaz, 2015, 44; Pamukçu, 2017, 53; Duman, 2019, 6) gibi birçok isimde kullanılmakta ve kavram ile ilgili farklı tanımlamalar yapılmaktadır. İslami usullere göre Kuran ve sünnette ki emir ve yasaklara göre tasarlanan, üretilen ve sunulan mal ve hizmetlerin sınıflandırılarak turizm alanında faaliyet gerçekleştirilmesi helal turizm olarak tanımlanmaktadır (Duman, 2011, 6). Bir başka tanıma göre ise, helal turizm İslami hassasiyetlere sahip olan bireylerin konaklama ve diğer turizm tercihlerinde etkili olan bir turizm çeşididir (Collins ve Tisdell, 2002, 134). Diğer bir tanıma göre ise, İslami değerlere karşı hassasiyeti olan bireylerin turizm faaliyeti yaparken İslami usullere bağlı kalarak faaliyetleri gerçekleştirmesini helal turizm olarak açıklanmaktadır (Al-Munajjid, 2009, 2-8). Batman ve Arpacı (2015) ise helal turizmi, İslami emir ve yasaklara uygun bir şekilde turizm eyleminin gerçekleştirilmesi olarak yorumlamaktadır. Olcay vd. (2018) de helal turizm kavramını, İslami esaslara göre turizm endüstrisinde hizmet veren işletmelerin varlığını helal turizm olarak açıklamaktadır.

3. HELAL TURİZM İŞLETMELERİNDE ARANAN KRİTERLER

Helal konseptine göre dizayn edilmiş ve bu alanda İslami hassasiyete sahip olan turistlere hizmet veren turizm işletmeleri öncelikli olarak işletmeyi İslami kural ve kıstaslara göre dizayn etmelidir. Bunun ile birlikte yiyecek - içecek bölümlerinde sunumlarda hassas olmalı alkol ile birlikte İslamiyet'in yasaklamış olduğu ürünleri kullanmamalıdır. Ayrıca kadın ve erkeklerin gerçekleştirecekleri faaliyetleri bağımsız bir şekilde ve ibadet edilebilecek imkânı sağlayacak



şekilde düzenlenmelidir. Bu genel kriterlerin dışında sunulan hizmette dikkat edilmesi gereken diğer ayrıntıları ise şu şekilde sıralamak mümkündür. Odalarda ki minibar içerisinde alkol olmaması, odalarda ki tuvaletlerin ibadetleri engellemeyecek şekilde olması ve kibleye dönük bir şekilde olmaması, oda içerisinde ibadetler için seccade ve Kuran-ı Kerim bulunması, odalarda ve ibadet edilen mekânlarda kible yönünü belirten işaretlerin olması, bay ve bayan ayrı mescitlerin olması, tesisdeki finans yapısının İslami usullere uygun olması, çalışan personelin kıyafetlerinin İslami kurallara uygun olması, helal ürünler sunulmalı, uygulamaların İslami etik ve ahlak kurallarına aykırı olmamalı, kadın misafirlere kadın personeller hizmet etmeli, disko, gece kulübü gibi alanlar olmamalı, tesis temizliğinde hassas olunmalı gibi önemli ayrıntılar hassas ve üzerinde durulması gereken noktalardır (Ahmat vd., 2015, 57; Arpacı vd., 2015, 189-190; Baysal, 2017, 93-94; Adam ve Çalık, 2019, 150-151; Yıldırım, 2019, 17). Günümüzde helal konseptli konaklama hizmeti veren bazı işletmeler yalnız domuz eti ve alkol servisi yapmamak ile otelin helal otel veya İslami otel olabileceğini düşünmekte ve bu şekilde kendilerini nitelendirmektedir. Fakat bu şekilde bir hizmet anlayışı ile faaliyet gerçekleştiren oteller İslami hassasiyetlerine göre bir otelde tatil yapma düşüncesi ile otele gelen turistlerde ciddi anlamda bir memnuniyetsizlik ve hayal kırıklığı oluşturmaktadır. Çünkü helal turizm sadece konaklama ve yiyecek-içecek hizmetlerinden ibaret değildir. Aynı zamanda eğlence, dinlenme, ulaşım gibi birçok alanı kapsamaktadır. Bu şekilde bir tatil deneyimi geçiren turistler bu kötü deneyim sonunda bir daha böyle bir konsept içerisinde tatil yapmama durumunda kalabilmektedir (Sormaz vd., 2017, 83-84). Bu sebeple helal konseptli turizm işletmelerinde hem müşteri memnuniyeti oluşturma hem de helal turizm endüstrisinin gelişimine katkı sağlamak amacıyla bu alanda yapılan hizmetlere ve faaliyetlere özen gösterilmelidir.

4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE HELAL TURİZMİN GELİŞİMİ

Helal turizm kavramı 20. Yüzyılın son çeyreğinde sıkça kullanılmaya başlanmış özellikle de 21. Yüzyılın ilk çeyreğinde de üzerinde çalışmaların yoğunlaştığı alternatif bir turizm çeşididir (Gündüz, 2019, 33). Muhafazakâr bireylerin son dönemlerde ki ekonomik bağımsızlık elde etmeleri, turizm alanında harcanabilir gelirlerinde ki artış, gelişen turizm bilinci ve ulaşılabilirlik bu alanda ki eğilimlerin artmasına, talep ve beklentilerin oluşmasına katkı sağlamıştır. Bu noktada Malezya, Endonezya, Fransa, İngiltere, Singapur, Tayland, Türkiye, Japonya gibi ülkelerde helal turizme uygun olarak hizmetler sunulmaya başlanmıştır (Tekin, 2014, 750; Battour ve İsmail, 2015, 3; Kunt, 2017, 286; Shaharuddin vd., 2018, 110). Özellikle helal turizm alanında dünyada en büyük potansiyele sahip olan Malezya, bunun yanında Endonezya, Pakistan, Çin ve Türkiye gibi ülkeler son dönemlerde bu alanda gelişme kaydeden ülkelerin başında gelmektedir. Bu ülkelerin yanında helal turizm ile ilgili çalışma yapan ülkelere bazıları ise Cezayir, Fas, Irak, Umman, Tunus, Bahreyn, Ürdün, Mısır, Kuveyt, Katar, BAE, Lübnan, Suudi Arabistan, Yemen, İran, Suriye olarak sıralanabilir. Ayrıca Müslüman olamayıp bu alanda çalışma ve faaliyet yapan ülkelere hiç azımsanmayacak kadar fazladır. Bu ülkelerin başında ise, Çin, ABD, Filipin, Fransa, Tayland, Singapur, Almaya, İngiltere, Kanada gibi ülkeler gelmektedir (Aksu, 2019, 212). İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) ülkeleri arasında Müslüman turist pazarı 2019 endeksi sıralamasına göre ilk 10 ülke sırasıyla; Malezya, Endonezya, Türkiye, Suudi Arabistan, BAE, Katar, Fas, Bahreyn, Umman, Brunei'dir (Mastercard-Crescent Rating, 2019, 29). Türkiye'de de son dönemlerde özellikle muhafazakâr bireylerin siyasi ve ekonomik gücünün artması ile helal turizme karşı olan talep artmıştır (Sarıpek, 2018, 37). Crescent Rating 2019 raporuna göre, muhafazakâr bireylerin tüketici davranışları üzerinde etkili olan altı faktörü, helal gıda, ibadet imkanı, ramazan ayı hizmetleri, ihtiyaca uygun WC ve lavabolar, helal dışı operasyonların olmaması ve mahremiyet kapsamında hizmet ve tesislerin olması şeklinde ifade etmiştir (Crescent Rating, 2019, 13). Ayrıca yine aynı raporda, helal konseptli işletmelerin gelişimi ve bu alanda başarılı olabilmesi için Müslümanların kültürel ve İslami hassasiyetlerine dikkat ederek bu bireylere özel ürün ve hizmet sunması gerekliliğine değinmiştir (Crescent Rating, 2019, 5). Bu veriler ve yorumlamalardan da anlaşılacağı



üzere muhafazakâr bireylerin inançları bir takım ürün ve hizmetlerin talep dilmesine neden olmaktadır (Yıldırım, 2019, 12). Yapılan araştırmalara göre 2030 yılında dünya nüfusunun %25'ine hâkim olacağı düşünülen helal turizm alanı ile ilgili bu alanda söz sahibi olmak isteyen ülkeler ve işletmeler ciddi yatırımlar yapmaktadır (Pamukçu, 2017, 73-74). Bu durum helal turizmin gelişmesine katkı sağladığı gibi ülke ekonomilerinde de ciddi bir katma değer oluşturmaktadır. Ayrıca yapılan araştırmalar kapsamında helal turizmin 2020 yılında 158 milyon turiste ve 200 milyar doların üstünde bir turizm gelirine ulaşacağı (<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/2020de-158-milyon-musulman-turist-seyahat-edecek/1646252>, Erişim tarihi: 01.12.2020; Hacıoğlu, 2017, 29) tahmin edilirken tüm dünyayı 2019 yılsonu 2020 başlarında etkisi altına alan COVID-19 virüsü ile bu tahminler altüst olmuştur. Ancak yapılan girişimler, çalışmalar ve yatırımlar ile ilerleyen dönemlerde hayatın rutin bir seyir almasından sonra bu hedeflerin gerçekleşmesi olasıdır. Türkiye'de Şubat 2019 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı nezaretinde üst düzey kurum, bürokrat, siyasi ve akademisyen katılımcıların iştiraki ile gerçekleştirilen ilk "Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı" bu noktada ülke olarak helal turizmin gelişimine önem verildiğini göstermektedir. Türkiye'nin yanında helal turizm alanında birçok ülke kapsamlı çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bunlardan bazıları 2009 yılında Hırvatistan, 2012 yılında Rusya, İran, Malezya ilk kez helal turizm standartlarını yayınlamış ayrıca Malezya Turizm Bakanlığı bünyesinde "İslami Turizm Merkezi" kurmuştur. 2014 yılında ise İspanya dünyada ilk kez helal turizm konferansı düzenlemiş, 2016 yılında Güney Kore helal turizm ile ilgili turist çekmek adına bu konu ile ilgili programları devreye sokmuştur. 2017 yılında Japonya, 2018 yılında ise Endonezya, ülkelerinin helal turizme uygunluğu ile ilgili ciddi çalışmalar yapmış ve bu çalışmalar neticesinde helal turizm ile ilgili hizmetleri devreye sokmaya başlamıştır. 2019 yılında ise her yıl Almanya'nın Berlin kentinde gerçekleştirilen dünyanın en büyük turizm fuarı olarak kabul edilen ITB Berlin Fuarında 2019 yılı temalarından biri helal turizm olarak belirlenmiştir (Helal Turizm Durum Analiz Çalıştay Raporu, 2019, 11-12).

5. TÜRKİYE'DE Kİ HELAL TURİZM UYGULAMALARI

Türkiye'de son dönemlerde muhafazakâr bireylerin hayat standartlarının yükselmesi, stresli bir hayatın getirdiği ruhsal ve fiziksel dinlenme ihtiyacı gibi etkenler ile bu noktada ki talepler ve beklentiler de artış göstermiştir. Buna paralel olarak son yıllarda özellikle helal turizm olarak literatüre giren bu kavram Türkiye'de konaklama ve bunun ile birlikte yiyecek-icecek, eğlenme, ulaşım vb. alanlarda turizmin gelişimine katkı sağlamıştır. Bu bağlamda helal turizmin gelişim göstermesi ile birlikte Türkiye'de İslami uyumlu oteller, helal gıda gibi uygulamalar her geçen gün artış göstermektedir (Tariñ vd., 2019, 121-122). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre Türkiye'de toplam 4169 işletme belgeli, 661 yatırım belgeli ve 8590 belediye belgeli konaklama işletmesi olmak üzere toplamda 13420 konaklama işletmesi bulunmaktadır (<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 02.12.2020). Ancak T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı resmi verilerinde bunların kaç tanesinin helal konseptli otel işletmesi olduğuna dair bir bilgi olmamak ile birlikte tr.halalbooking.com internet sitesinde helal temalı 522, tüm yiyecek ve içeceklerin üretim aşamasından sunumuna kadar helal ve alkolsüz olduğu, bayanlara özel yüzme, spor ve eğlenme vb. alanlarının var olduğu toplam 211 helal konseptli otel işletmesi bulunduğu tespit edilmiştir (tr.halalbooking.com, Erişim Tarihi: 02.12.2020). Türkiye'de Türkiye Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından ilk "Helal Uygunluk Belgesi" Bera Alanya Otel'e verilmiştir. Bununla birlikte Dünya Helal Birliği'nde ilk "Helal Turizm Hizmet Belgesi" alan konaklama işletmesi ise Adenya Resort Hotel'dir. 2014 yılında gerçekleştirilen Dünya Helal Zirvesinde dünyada helal turizm alanında en önemli ilk 5 ülke arasında yer alan Türkiye günümüzde en çok tercih edilen ilk 3 ülke arasındadır (Boğan vd., 2016: 7-8). 2012 yılında Malezya'da ilk defa gerçekleştirilen Uluslararası İslami Otelcilik Standartları Konferansı'nda Caprice Grup Otel helal konseptli oteller arasında yıldız yerine kullanılan hilal simgesi kapsamında 7 Hilal almaya hak kazanmıştır



(<https://www.milligazete.com.tr/haber/1069691/5-hilalli-oteller-geliyor>, Erişim Tarihi: 04.12.2020). Helal belgelendirme alanında Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Sertifikalama Araştırmaları Derneği (GİMDES) Dünya Helal Konseyi (WHC) aktivasyonunu almış bir kurum olarak Türkiye’de helal ürün belgelendirme çalışmalarına devam etmektedir (Akbaba ve Çavuşoğlu, 2017, 474). Bunun yanında TSE ve özel danışmanlık firmaları bu sertifikasyon ve belgelendirme veren kurumlar kapsamında değerlendirilebilir (Zengin ve Sariipek, 2019, 248-249). Türkiye’de helal turizm kapsamında en geniş ve kapsamlı çalışmaların yapıldığı bölge olan Alanya bölgesinde hizmet veren Atlas Beach Otel ve Modern Saraylar Türkiye’de faaliyet gösteren Helal Belgelendirme Derneği tarafından Yurtiçi Helal Belgesi almaya hak kazanmışlardır (Boğan, 2020, 37).

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde küresel anlamda rekabet ortamında işletmelerin varlıklarını koruyabilmeleri için gelişen ve değişen şart ve koşullara uyum sağlaması gerekmektedir (İçerli ve Çelik, 2019: 98). Bugün dünyada en çok gelişme gösteren turizm türlerinden biri hiç şüphesiz helal turizmdir. Helal kavramı Müslümanların yaşam tarzını şekillendiren en önemli etkidir. Bu sebeple Türkiye %98’i Müslüman olan, tarihsel, kültürel ve jeopolitik konumu gereği Müslüman ülkeler arasında en çok tercih edilen destinasyon merkezi durumunda olduğundan dolayı da her alanda olduğu gibi turizm alanında da helal kavramı çok iyi işlenmesi, konseptlerin ona göre oluşturulması, turistlerin oluşan taleplerine karşılık verilebilmesi çok büyük önem arz etmektedir. Özellikle son dönemlerde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de artan talep alanın gelişmesine ve büyümesine katkı sağlamaktadır. Ancak bu olumlu etkilere rağmen helal turizm ile ilgili net bir standart ve özelliğin olmaması, bazı işletmelerin helal turizm algısını sadece konaklama, yiyecek-içecek alanları ile sınırlı olduğunu varsayarak hizmet üretmesi İslami değerlere göre hassas olan ve bu noktada tatil ihtiyacını giderme gereksinimi duyan bireylerde memnuniyetsizliklere sebebiyet vermektedir. Türkiye’de helal turizm kavramı ile ilgili bir diğer olumsuz durum ise en popüler turizm destinasyon merkezlerinden biri olmasına rağmen bu konu ile ilgili yapılan araştırma çalışmaları çok sınırlı sayıda olmasıdır. Genel itibariyle ağırlıklı olarak helal konseptli otel işletmelerini kullanan turistler muhafazakâr turistler olmak ile beraber tecrübe edinme amacıyla olan, farklılık arayan gayrimüslim turistlerde bu tarz otelleri kullanabilmektedir (Boğan, 2020, 38-39). Helal turizm, Müslüman nüfus yoğunluğu ve bununla birlikte genç nüfusun çokluğu, ekonomik kalkınma ve refah düzeyini yükselmesi gibi sebepler ile tüm dünyada yeni bir trend olacağı düşünülmektedir. Son on yıl içerisinde ki istatistiki verilere baktığımız zaman helal turizmin artış gösterdiği görülmektedir. Helal turizm ile ilgili bir diğer olumsuz durum ise tüketicilerin bu işletmeleri çok pahalı görmesi, büyük bir çoğunluğunun otel hizmetlerini kalitesiz görmesi, hatta hizmet anlamında diğer işletmelerden bir farkının olmadığıdır (Dal ve Topay, 2017, 277). Ancak bütün bu olumsuz durumlar helal turizm altyapısı ile ilgili gerekli yatırım ve çalışmaların gerçekleştirilerek (Pamukçu ve Saruşık, 2017, 94), kavramın doğru algılanması, hizmet standartlarının oluşturulması ile gelişme sağlanacaktır (Poyraz ve Oktay, 2018, 108).

KAYNAKÇA

- AA, Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/2020de-158-milyon-musluman-turist-seyahat-edecek/1646252>
- AA, Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/kovid-19-nedeniyle-turizm-sektorunun-kaybi-1-2-trilyon-dolara-ulasabilir/1986982>
- Adam, A. ve Çalık, A. (2019). Helal Turizm: Teorik Bir İnceleme. 2. *Uluslararası Helal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 4-6 Nisan, Antalya.
- Adnan, A. A. (2011). Islamic Consumer Behavior (ICB): Its Why and What. *International Journal of Business and Social Science*, 2(21), s.157-166.
- Ahmat, N.,H., C., Ridzuan, A.,H.,A., Din, N., Zainol, N. ve Razali, M. A. (2015). Syariah Compliant Hotel: The Concept and Practices. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts (JTHCA)*, 7(2), s.52-66.
- Akbaba, A. ve Çavuşoğlu, F. (2017). Türkiye’deki Helal Otel Sertifikasyonu İle İlgili Genel Bir Değerlendirme. 1. *Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, 07-09 Nisan, Alanya.
- Akmaz, A. (2019). Helal Turizmin Gelişimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, 12(67), s. 808-813.
- Aksu, A. (2019). Türkiye’de Helal Turizmin Gelişmesine Yönelik İzlenmesi Gereken Stratejileri. 2. *Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, 04-06 Nisan, Antalya.



- Al-Munajjid, M., S. (2009). Travel and Tourism (Siyaahah) in Islam – Rulings and Types. *Islamic Propagation Office in Rabwah*, www.islam-qa.com.
- Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2015). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Yüksek ve Düşük Sezonda Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati ve Müşteri Değeri Üzerine Etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(3), s. 73-86.
- Arpacı, Ö., Uğurlu, K., Batman, O. (2015) Helal Konseptli Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Müşteri Şikayetleri Üzerine Bir Araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(11), s. 181-198.
- Battour, M. ve İsmail, M. N. (2015). Halal tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives*, 2015, 1-5.
- Baysal, D. (2017). Türkiye’de Helal Turizm. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 36 (36), s. 89-103.
- Bhuiyan, A. H. (2011). Potentials of Islamic tourism: A case study of Malaysia on East Coast Economic Region. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(6), s. 1333-1340.
- Boğan, E. (2020). Halal Tourism: The Practices of Halal Hotels in Alanya, Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), s. 29-42.
- Boğan, E., Batman, O. ve Saruışık, M. (2016). Halal Turizmin Kavramsal Çerçevesi ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine bir Değerlendirme. *3rd International Congress of Tourism and Management Researches*, Antalya.
- Carboni, M., Janati, I. M. (2016). Halal Tourism de Facto: A Case From Fez. *Tourism Management Perspectives*, 19, s. 155-159.
- Çayiroğlu, Y. (2018). Helal ve Haramla İlgili Kaideler. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(1): s. 597-633.
- Collins, D. ve Tisdell, C. (2002). Gender and Differences in Travel Life Cycles. *Journal of Travel Research*, 41(2), s. 133-143.
- Dal, E., N. ve Topay, G. (2018). Muhafazakar Tüketicilerin Helal Turizmde Bakışı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(12), s. 260-280.
- Dilek, S. ve Çakmak, F. (2017). Helal Turizm Eğilimleri: Kastamonu İlinde Bir Uygulama. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(6), s. 314-339.
- Divanoğlu, S. U. ve Çelik, R. (2020). *Covid-19 and its Reflection to Consumer Behavior*, (Ed. Aızhan Khoich, Ali Eren Alper ve Ahmet Arif Eren), İstanbul: IJOPEC Publication.
- Doğan, M. (2011). *In Political Economy, Crises and Development*. (Ed. İsmail Şiriner, Farhang Morady, Janusz Mika, Murat Aydın, Şevket Alper Koç, Hakan Kapucu ve Emrah Doğan), İstanbul: IJOPEC Publication.
- Duman, İ. (2019). *Termal Turizm İşletmelerinde Helal Uygulamaları ve Müşterilerin Tercih Öncelikleri Üzerinde Bir Araştırma: (Kütahya Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Duman, T. (2011). Value of Islamic Tourism Offering: Perspectives from the Turkish Experience. *World Islamic Tourism Forum (WITF 2011)*, 12-13 July, Kuala Lumpur.
- El-Gohary, H. (2015). Halal Tourism, Is It Really Halal?. *Tourism Management Perspectives*, 19, s. 124-130.
- Eum, I. R. (2009). A Study on İslamic Consumerism From A Cultural Perspective - Intensification of Muslim Identity And Its Impact on The Emerging Muslim Market. *International Area Review*, 12(2), s.1-18.
- Ghadami, M. (2012). The Role of Islam in The Tourism Industry. *Elixir Management and Arts*, 52, s. 11204-11209.
- Gök, C. (2019). *Muhafazakâr Dostu*. (Ed. Nedim Yüzbaşıoğlu, ve Pınar Çelik Çaylak), Konya: Eğitim Yayınevi.
- Gündüz, C. (2019). *Helal Turizm Alanında Faaliyet Gösteren Otellerin Stratejik Rekabet Faktörlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Antalya İli Örneği*. Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Hacıoğlu, N. (2017). Türkiye’de Helal Turizm. 1. *International Halal Tourism Congress Proceedings Books*, 07-09 Nisan, Alanya. HalalBooking, www.tr.halalbooking.com
- Henderson, J.C. (2010). *Tourism in the Muslim World*. (Ed. Noel Scott ve Jafar Jafari), Bingley: Emerald Publishing Limited.
- İçerli, L. ve Çelik, R. (2019). *Yeni Bir Liderlik Yaklaşımı: Çevik Liderlik*. (Ed. Sefer Yılmaz), Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Kunt, S. (2017). Helal Turizmin Ortaya Çıkış Süreçlerinin Analitik Olarak Değerlendirilmesi. 1. *Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, 07-09 Nisan, Alanya.
- Kurnaz, C. (1998). Helal. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (17. Cilt, s. 173 -175), İstanbul: İSAM-İslami Araştırma Merkezi.
- Mansour, S. (2014). Role of Halal Tourism İdeology in Destination Competitiveness: A Study on Selected Hotels in Bangkok, Thailand. *International Conference on Law, Education and Humanities (ICLEH’14)*, Jan. 30-31, Pattaya(Thailand).
- Mastercard ve CrescentRating (2019). *Global Muslim Travel Index 2019*. s. 1-63
- Milli Gazete. <https://www.milligazete.com.tr/haber/1069691/5-hilalli-oteller-geliyor>
- Oflaz, M. (2015). *Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Olçay, A., Karaçil, G. ve Sürme, M. (2018). Helal Turizm Alanının Bibliyometrik Profili. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, s. 389-408.
- Özdemir, H. (2015). *Muhafazakâr Otel Müşterilerinin Otel İşletmelerinde Aradıkları Özelliklerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Pamukçu, H , (2017), *Konaklama İşletmelerinde Helâl Turizm Standardizasyonu Önerisi*. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Pamukçu, H. ve Saruışık, M. (2017). Helal Turizm Kavramı ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(1), s. 82-98.
- Pamukçu, H., Ve Saruışık, M. (2018). Bir Turizm Uygulaması Olarak Helâl Turizmin Kavramsal Analizi ve Ortaya Çıkış Nedenleri. *1.Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar Ve Yeni Trendler Konferansı Bildiriler Kitabı*, 1-3 Kasım, Sapanca.
- Poyraz, H., Oktay, K. (2017). Helâl Konseptli Otellerde Tutundurma Stratejilerine Yönelik Bir Değerlendirme. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), s. 101-111.
- Puangniyom, P., Swangcheng, N. ve Mahamud, T. (2107). Halal Tourism Strategy to Promote Sustainable Cultural Tourism in Thailand. *CEBU International Conference on Studies in Arts, Social Sciences and Humanities (SASSH-17)*, 26-27 Ocak, Cebu (Philippines).
- Sandıkçı, Ö. ve Jafari, A. (2013). Islamic Encounters in Consumption and Marketing. *Marketing Theory*, 13(4), s. 411-420.
- Sarıpek, S. (2018), *Helal Belgeli Otellerde İş görenlerin Yetkinlik İnançları Ve Performansları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma*. Sakarya üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Shaharuddin, N., A., Kassim, S., Yusof, M., A., Bakar, A. N., Talib, C., A., N. (2018). The Customer’s Perception towards Shariah-Compliant Hotel in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(15), s. 109: 130.



- Sormaz, Ü., Onur, N, Yılmaz, M, Güneş, E., Akdağ, G. (2017). Helal Otelleri Tercih Eden Turistlerin Yiyecek İçecek Hizmetlerinden Beklentileri ve Memnuniyet Düzeyleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 01, s. 91-93.
- Soydaş, M., E. (2017). *Tüketicilerin Beklentileri Çerçevesinde Helal Konseptli Otellerin İnternet'te Pazarlanmasına Yönelik Bir Arama Kriteri Model Araştırması*. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Şehribanoğlu, S. ve Van, G., M. (2018). 2016 Yılında Dünya ve Türkiye'de Turizme Ekonomik Açından Genel Bir Bakış. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 5(23), s. 1130-1139.
- T.C. KTB, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>.
- Şengel, Ü. ve Zengin, B (2019). Helal Turizm Türkiye'deki Akademik Araştırmaların Yeni Modası mı?. 2. *Uluslararası Helal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 4-6 Nisan, Antalya.
- Tajzadeh, N.A. (2013). Value Creation in Tourism: An Islamic Approach. *International Research Journal of Applied And Basic Sciences*, 4(5), s. 1252-1264.
- Tarınç, A., Yıldırım, G. ve Kılınç, Ç., C (2019). *Alternatif Turizm Araştırmaları*. (Ed. Sevcan Kılıç), Ankara: İKSAD.
- Tekin, A.,Ö., Turhan, A.,A., Turhan, A. E. ve Pamukçu, H. (2019). Helal Turizm Durum Analiz Çalıştay Raporu. *Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı*, 22-24 Şubat, Alanya.
- Tekin, Ö. A. (2014). İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, 29(7), s. 750-766.
- Tsalikis, J., ve Lassar, W. (2009). Measuring Consumer Perceptions of Business Ethical Behavior in Two Muslim Countries. *Journal of Business Ethics*, 89(1), s. 91-98.
- Türk Dil Kurumu (2005). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK Yayınları.
- Yıldırım, E. (2019). *Türkiye'de Helal Konseptli Otel İşletmelerinde İsrafın Değerlendirilmesi*. Yüksel Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Zengin, B. ve Sarıpek, S. (2019). *Turizm Okumaları*. (Ed. Sami Karacan), Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Zamani-Farahani, H. Ve Henderson, J. C. (2010). Islamic Tourism And Managing Tourism Development İn Islamic Societies: The Cases Of Iran And Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 79-89.