

# INNOVATION AND GLOBAL ISSUES CONGRESS III

## CONGRESS BOOK

Patara Antique City Parliament Building, ANTALYA  
APRIL 26-29, 2018



inglobetr



inglobetr



inglobetr

### EDITORS

Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ  
Ragıp PEHLIVANLI  
Karlygash ASHIRKHANOVA

[www.inglobe.org](http://www.inglobe.org)

ISBN 605825325-X



9 786058 253254 >

# INNOVATION AND GLOBAL ISSUES ACADEMY

April 26-29, 2018

Patara Antique City Parliament Building

**Kaş / Antalya / TURKEY**

## CONGRESS BOOK

### EDITORS

Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ

Ragıp PEHLİVANLI – Karlygash ASHIRKHANOVA

[www.inglobe.org](http://www.inglobe.org)

[congress@inglobe.org](mailto:congress@inglobe.org)

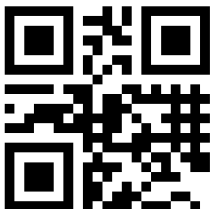
(+90) 312 911 0799



All rights of this book belongs to editors. Can be used by giving reference. Scientific and ethical responsibilities of the writings belong to authors and copyright belongs to InGlobe editors. The authors are responsible for the correctness of the content and resources of the writings.

Copyright © 2018

Innovation and Global Issues **Academy**. All rights reserved.



## CONGRESS ID

### Name of Congress

Innovation and Global Issues **Congress III**

### Type of Participation

**Davetli ve Çağrılı / Keynote and Invited**

### Date and Place

26-28-29 Nisan 2018

**Kaş / Antalya / TÜRKİYE**

### President

**Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ**

### Head of Board

**Ragıp PEHLİVANLI**

### General Coordinator

**Dr. Betül HAYRULLAHOĞLU**

### Organizator

InGlobe Platform

### Platform

Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism

**Kaş Municipality**

Akdeniz University

Manas University

Association of Patara Culture and Tourism

### Regularity Board

**Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ**

Prof. Dr. Erkan ERDİL

**Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ**

Prof. Dr. Kanat CANUZAKOV

Prof. Dr. Roza AMANOVA

Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK

Assoc. Prof. **Ajla ŠKRBIĆ**

Assoc. Prof. **Elbeyi PELİT**

Assoc. Prof. Birol AKGÜL

Assoc. Prof. Selim Hilmi ÖZKAN

Spec. Araz ASLANLI

### Executive Board

**Ragıp PEHLİVANLI**

**Dr. Betül HAYRULLAHOĞLU**

**Canberk PEHLİVANLI**

Dilara ZORLUTUNA

Dr. Fulya KÖKSOY

Gulshat SHAIKENOVA

Karlygash ASHIRKHANOVA

Mariana MANKO

Ufuk AYGÜN

Yasin SOFTA

### Mission Team

Aiperi DZHURAEVA – Ali Burak ULUÇAY- **Ayşen KEKLİK**-**Büşra YILMAZ**-**Halil İbrahim MANTAR**-Shahzeb Sultan TIWANA

## ÖNSÖZ / FOREWORD

MÖ 5. Yüzyılda yaşıyan ünlü düşünür Herodot “Patara dünyada yıldızların dünyaya en yakın görüldüğü yerdir” demiş. Herodot’tan 2.500 yıl sonra yeniden Patara’dayız. Yıldızların dünyadan en yakın görüldüğü yerde. Kum tepelerinin üzerinden yıldızları ve Ay’ı seyrediyoruz. InGlobe Kongrelerinin üçüncüsünde. Kongre katılımcıları bilim insanları ile birlikte.

200’ün üzerindeki tebliğleriyle hayat verdiler Kongreye her yaştan ve Türkiye’nin dört bir köşesinden gelen bilim insanları. Sosyal Bilimlerin farklı alanlarında sundukları ve her biri birbirinden ilginç tebliğleriyle.

MÖ 1.000-400 yılları arasında Likya Devletinin başkentliğini yapmış eskinin Patara’sı, şimdinin Gelemiş Köyü. Pers, Hitit, Mısır İmparatorluklarının da hüküm sürdüğü dönemde. Demokrasi burada doğmuş. Başkenti Patara olan Likya Devleti dünyanın ilk federatif yapısını kurmuş. Şehir devletleri ve onların temsilcileri Patara’daki meclis binasında ülkelerinin sorunlarını tartışmışlar, çözümler üretmişler. Devletin başkanlığını da her yıl değişmek üzere şehir devletinin birinden gelen temsilci yürütmüş. Yasama-Yürütme ve Yargı erkleri ilk kez birbirinden bağımsız çalışmaya başlamış. Likya modeli Monteskiyö’nün 1748 yılında yayımladığı “Kanunların Ruhu” isimli eseriyle dünyaya tanıtılmış. Bu yönetim şekli başka birçok ülkeye olduğu gibi bugünkü ABD’ye de model oluşturmuş. Avrupa Birliği de aynı modeli uyguluyor günümüzde.

Katılımcılar tebliğlerini dünyanın ilk meclis binası unvanını taşıyan Patara Meclisinde sundular. Restorasyonu tamamlanmış aynı meclis binasında açılış konuşmalarını yaptık. En etkili konuşmayı Patara Antik Kenti kazı çalışmalarını yürüten Arkeolog Prof. Dr. Havva Işık Hanımefendi yaptı. İşine sevdalı bu bilim insanı coşkuyla, heyecanla Pataralıları anlattı bize. Havva Hoca Kazı Evi’nin bahçesine geleneksel fidan dikim görevimizi yerine getirdik. Bir badem ağacı diktik. Adını “InGlobe Badem” koyduk. Havva Hoca ve saygıdeğer eşi Prof. Dr. Fahri Işık “fidanımıza çocukları gibi bakacakları” sözünü verdiler bize.

Patara Noel Baba’nın doğduğu şehir. Dünyanın ilk deniz feneri burada inşa edilmiş. Bizim atalarımızın bölgeye hakimiyeti 13. yüzyılda. Tekeoğulları hâlen Teke Yarımadası diye bilinen bölgeyi ele geçirmiş.

Bugünün Patarası adı Gelemiş olan 200 haneli bir köy. Halkı seracılıkla uğraşırken turizmin ortaya çıkmasıyla pansiyon, gözleme... Gelemiş Köyü muhtarı Arif Otlu’nun pembeli-beyazlı çiçekli begonvil ağaçlarının çevrelediği restoranında leziz köy yemekleri yedik. Buse Gözlemede...

Katılımcılar yeni dostlar edindiler, mevcut dostluklarını güçlendirdiler... Gelemiş ormanlarından enerji depoladılar... Horoz sesleriyle uyandılar, tavukların yumurtlama öncesindeki canhıraş bağrıışlarını dinlediler... bir de Gelemişli bir pansiyoncunun anlattığı şu anekdotu:

Horoza sormuşlar:

-Tavuk mu yumurtadan çıkar, yumurta mı tavuktan?

Horoz cevap vermiş:

-Ben anlamam arkadaş, ben sadece kendi işime bakarım!

Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ  
Head of Congress

## SCIENTIFIC ADVISORY BOARD

PROF. DR.	ROZA	AMANOVA	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	STALBEK	BAKTIGULOV	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	FATİH	BAŞBUĞ	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	TSENDİİN	BATTULGA	NATIONAL UNIVERSITY OF MONGOLIA
PROF. DR.	NURETTİN	BİLİCİ	ÇANKAYA UNIVERSITY
PROF. DR.	VEYSEL	BOZKURT	İSTANBUL UNIVERSITY
PROF. DR.	ALICJA	BRODZKA	WROCLAW UNIVERSITY OF ECONOMICS
PROF. DR.	KANAT	CANUZAKOV	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	EKREM	CAUSEVİC	UNIVERSITY OF ZAGREB
PROF. DR.	ELİF SİBEL	ÇAKAR	KIRKLARELİ UNIVERSITY
PROF. DR.	MAHMUT	ÇELİK	MACEDONIA GOCE DELČEV UNIVERSITY OF ŠTIP
PROF. DR.	ORHAN	DENİZ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
PROF. DR.	ALİ	DUYMAZ	BALIKESİR UNIVERSITY
PROF. DR.	ERKAN	ERDİL	MIDDLE EAST TECHNICAL UNIVERSITY
PROF. DR.	NEVİN GÜNGÖR	ERGAN	HACETTEPE UNIVERSITY
PROF. DR.	HARUN	GÜNGÖR	ERCİYES UNIVERSITY
PROF. DR.	MÜBARİZ	HASANOV	OKAN UNIVERSITY
PROF. DR.	FADIL	HOCA	MACEDONIA INTERNATIONAL VISION UNIVERSITY
PROF. DR.	URKIMBAEVA DUYSENGUL	ISAEVNA	ABYLAYKHAN UNIVERSITY
PROF. DR.	NAZIM	İBRAHİM	SAINTS CYRIL AND METHODIUS UNIVERSITY OF SKOPJE
PROF. DR.	AMİNA	JESENKOVIĆ	INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
PROF. DR.	İRFAN	KALAYCI	İNÖNÜ UNIVERSITY
PROF. DR.	ŞENOL	KANTARCI	AKDENİZ UNIVERSITY
PROF. DR.	MXIA	KHAKHUTAİSHNİLİ	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	SUAT	KOLUKIRIK	AKDENİZ UNIVERSITY
PROF. DR.	DUR SUN	KÖSE	MEHMET AKİF ERSOY UNIVERSITY
PROF. DR.	ALEV	KURU	GAZİ UNIVERSITY
PROF. DR.	REMZİ	KILIÇ	ERCİYES UNIVERSITY
PROF. DR.	MARIYA	LEONTIK	MACEDONIA GOCE DELČEV UNIVERSITY OF ŠTIP
PROF. DR.	KEREM HATEMOĞLU	MEMMEDLİ	BAKÜ STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	İRFAN	MORİNA	KOSOVO UNIVERSITY
PROF. DR.	ADİLE	NAZEROVA	AZERBAIJAN EDUCATION INSTITUTE
PROF. DR.	LEONID	NAKOV	SKOPJE UNIVERSITY
PROF. DR.	SERİK	OMİRBAYEV	NORTH KAZAKHSTAN STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	KEMAL	ÖKTEM	HACETTEPE UNIVERSITY
PROF. DR.	SULEYME NOVA JARKINBIKE	NUAYKIZI	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
PROF. DR.	ZEKİ	PARLAK	MARMARA UNIVERSITY
PROF. DR.	HAMİT	PEHLİVANLI	KIRIKKALE UNIVERSITY
PROF. DR.	ŞERAFETTİN	SEVİM	DUMLUPINAR UNIVERSITY
PROF. DR.	İNGA	SHAMİLİSHVİLİ	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	YURİSTANBEK	SIGAYEV	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	MUSTAFA	TALAS	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
PROF. DR.	LİLE	TANDİLAVA	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	NANA	TSETSKHLADZE	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	MUSTAFA	TAŞLIYAN	KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY
PROF. DR.	CEYLAN GAZİ	UÇKUN	KOCAELİ UNIVERSITY
PROF. DR.	M. DEMET	ULUSOY	HACETTEPE UNIVERSITY
PROF. DR.	AHMET	UZUN	AKDENİZ UNIVERSITY
PROF. DR.	MUSTAFA	ÜNAL	ERCİYES UNIVERSITY
PROF. DR.	H. GÜÇLÜ	YAVUZCAN	GAZİ UNIVERSITY

PROF. DR.	MUSTAFA	YILDIRAN	AKDENİZ UNIVERSITY
PROF. DR.	MEHMET ZEYDİN	YILDIZ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
PROF. DR.	BÜLENT	YILMAZ	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
PROF. DR.	MELİHA	YILMAZ	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ÇAĞATAY	AKENGİN	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	BİROL	AKGÜL	ERCİYES UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MEHMET	AKSARAYLI	DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MUSTAFA	AKSOY	MARMARA UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MÜSLÜME	AKYÜZ	CUMHURİYET UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	SELAHATTİN	AVŞAROĞLU	NECMETTİN ERBAKAN UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ALİ	AYATA	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	SİBEL MEHTER	AYKIN	AKDENİZ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MİRA	BALTYMOVA	AKTOBE STATE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MEHMET HANEFİ	BAYRAM	AKDENİZ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	AHMET	BAYTOK	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	TAMER	BUDAK	İNÖNÜ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	TUBA	BÜYÜKBEŞE	HASAN KALYONCU UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	EREN	ÇAŞKURLU	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	HACER MUTLU	DANACI	AKDENİZ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ORHAN	ELMACI	DUMLUPINAR UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	OKTAY	EMİR	ANADOLU UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MURAT	ERCAN	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	TAMER	EREN	KIRIKKALE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	BİROL	ERKAN	UŞAK UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	KEMAL	EROL	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	CEREN	GİDERLER	DUMLUPINAR UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	EVREN	GÜÇER	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MUSTAFA	GÜLEÇ	ANKARA UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	SERKAN	GÜNEŞ	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	BERRİN	GÜZEL	ADNAN MENDERES UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ANARBEK	IBRAYEV	MANAS UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	KASIM	KARAMAN	ERCİYES UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MELTEM	KATIRANCI	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	SELAHATTİN	KAYNAK	ONDOKUZ MAYIS UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	İBRAHİM	KILIÇ	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	EMİNE	NAS	SELÇUK UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	KİŞİBAEV KACIMUHAN	ORAZOVIŞ	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ASIM	MEMMEDOV	GENCE STATE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	AİDOS	MUKHATAYEV	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ELBEYİ	PELİT	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	BENEDEK	PEN	MACARİSTAN BUDAPESTE EÖTVÖS LORAND UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	FATİH	SARAÇOĞLU	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	AJLA	SKRBIC	UNİVERSITY OF TRAVNIK
ASSOC. PROF.	EDİNA	SOLAK	ZENİCA UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	HASAN HÜSEYİN	SOYBALI	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	VEHİ	SÖNMEZ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	FİKRET	SÖZBİLİR	ARTVİN ÇORUH UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	İBRAHİM	SUBAŞI	MARMARA UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	JANAR	SUINZHANOVA	AHMET YESEVİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	KONIRBAEVA SARAŞ	ŞAHİKIZI	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ÜMRAN	TÜRKYILMAZ	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	OKYAY	UÇAN	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY

ASSOC. PROF.	SEYİT BATTAL	UĞURLU	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ELVAN	YALÇINKAYA	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	DİLEK	AKBULUT	GAZİ UNIVERSITY
DR.	ADİL	AKINCI	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	YALÇIN	ARSLANTÜRK	GAZİ UNIVERSITY
DR.	ALİ	AVAN	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
DR.	BARIŞ	AYTEKİN	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	ORKİDE	BAKALIM	UŞAK UNIVERSITY
DR.	EMRE VADİ	BALCI	UŞAK UNIVERSITY
DR.	HAKAN	BOZ	UŞAK UNIVERSITY
DR.	DOĞAN	BOZDOĞAN	GAZİOSMANPAŞA UNIVERSITY
DR.	SELÇUK	BUYRUKOĞLU	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
DR.	YASİN	ÇAKIREL	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	OĞUZ	ÇETİN	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
DR.	FETHİ	DEMİR	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
DR.	MEHRİBAN	EMEK	ADİYAMAN UNIVERSITY
DR.	METİN	EREN	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
DR.	NEZİRE DERYA	ERGUN ÖZLER	DUMLUPINAR UNIVERSITY
DR.	İFFET	KESİMLİ	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	NABİ	AZEROĞLU	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
DR.	EBRU BİLGİN	KOCATÜRK	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	MUSTAFA	METE	GAZİANTEP UNIVERSITY
DR.	ÖZGE TUÇE	GÖKALP	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	GÖKHAN	OFLUOĞLU	BÜLENT ECEVİT UNIVERSITY
DR.	MUSTAFA	ÖZALP	BOZOK UNIVERSITY
DR.	ERCAN	ÖZEN	UŞAK UNIVERSITY
DR.	BAYRAM	POLAT	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
DR.	SERKAN	SABANCI	SİİRT UNIVERSITY
DR.	EMİNE	ŞAHİN	GAZİANTEP UNIVERSITY
DR.	MEHMET RECEP	TAŞ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
DR.	MUSTAFA	TAYTAK	UŞAK UNIVERSITY
DR.	SALİH	TİRYAKI	UŞAK UNIVERSITY
DR.	MALİK	YILMAZ	ATATÜRK UNIVERSITY
DR.	ÖZCAN	ZORLU	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
DR.	HANİFE	AKGÜL	ERCİYES UNIVERSITY
DR.	MÜKERREM	ATALAY ORAL	AKDENİZ UNIVERSITY
DR.	ERHAN	AYDIN	UŞAK UNIVERSITY
DR.	ABDULAZİZ	ELWALDA	MISURATA UNIVERSITY
DR.	BETÜL	HAYRULLAHOĞLU	UŞAK UNIVERSITY
DR.	FULYA	KÖKSOY	BATMAN UNIVERSITY
DR.	ABDULLAH	TEKBAŞ	CONSTITUTIONAL COURT

## CONTENTS

<b>Congress ID.....</b>	<b>II</b>
<b>Foreword.....</b>	<b>III</b>
<b>Scientific Advisory Board.....</b>	<b>IV</b>
<b>Contents .....</b>	<b>VII</b>
A Study on Industrial Product Perception of Artists, Designers and Engineers .....	1
<i>Gözde ULUÇAY, Dilek AKBULUT.....</i>	<i>1</i>
The Burnout of Teachers Who Work in Secondary School: The Case of Eskişehir Province .....	23
<i>Hüseyin GÜRBÜZ, Osman AKARSU.....</i>	<i>23</i>
Examining the Relationship Between Self-Leadership and Emotional Intelligence .....	36
<i>Ceylan Gazi UÇKUN, Hasan LATİF, Ömer Alperen ONAY.....</i>	<i>36</i>
The Impact of Positioning Applications Used on Smartphones on Security Perception Within the Family .....	43
<i>Murat GÜLGÖR.....</i>	<i>43</i>
Unmanned Aerial Vehicles for Gathering the News Media Industry Fast Development of Methods .....	72
<i>Biröl AKGÜL, Sinem YAŞA, Barış HERGÜL.....</i>	<i>72</i>
Жастар тілінің әлеуметтік түрлері мен негізгі терминдері жайында .....	88
<i>Аманжолова Арайлым Аламановна.....</i>	<i>88</i>
Investigation of Attitude and Behavior on Online Shopping with Proposed Structural Equation Model .....	94
<i>Hüseyin GÜRBÜZ, Veysel YILMAZ.....</i>	<i>94</i>
Educational Potential of Kazakh Folk Tale: Tale of Aldar KOSE .....	107
<i>Janımgül KAMALKIZI, Aigul BESKEMPIROVA.....</i>	<i>107</i>
The Importance of Writing Skills in The Process of Kazakh Language Teaching .....	114
<i>Burkitbayeva Meruyert ALPISBEKOVNA, Zhazira Issayeva ISSAKYZY.....</i>	<i>114</i>
Woman Sign in Perfume Culture and Design .....	119
<i>Gökçe DENİZ, Dilek AKBULUT.....</i>	<i>119</i>
Назарбаев Зияткерлік мектептерінде оқушылардың бойына «жаһандық азамат» ұғымын енгізу қалай жүзеге асырылып жатыр? .....	141
<i>Altay GAUHAR.....</i>	<i>141</i>
From Local to Global: Ceramic as a Cultural Object .....	146
<i>Ayşe BALLYEMEZ.....</i>	<i>146</i>
Researching Interface in Hydraulic Excavators in Context of Human Machine Interaction .....	159
<i>Nurullah TAŞKIRAN, Dilek AKBULUT.....</i>	<i>159</i>
The Turkic Cognition in Small Prose of M.Maguin .....	178
<i>Әбдіқалық Қ. С., Нүсін Ғ.С.....</i>	<i>178</i>
Tourism Industry and Innovation: A Meta-Synthesis Analysis.....	182
<i>Yunus TOPSAKAL, Nedim YÜZBAŞIOĞLU, Mustafa Said KOCABIYIK.....</i>	<i>182</i>





**April 26-29, 2018 Patara**

**Congress Book**

<b>Onomastics of Orkhon-Yenisey Monuments.....</b>	<b>195</b>
<i>Абитжанова Ж.А., Наурызбай С.Т. ....</i>	<i>195</i>
<b>Evaluation of The Effects of Artificial Intelligence Studies on Marketing Practices.....</b>	<b>201</b>
<i>Mehmet MARANGOZ, Zehra TAYÇU.....</i>	<i>201</i>
<b>An Application on The Factors Affecting the Demand for Cigarettes in Turkey .....</b>	<b>214</b>
<i>Ergin UZGÖREN, Ezgi BABAYİĞİT SUNAY, İsmail ÇİFÇİ.....</i>	<i>214</i>
<b>An Investigation as An Uncommitted Cultural Heritage Cofee Tradition and Consumption: Hatay, Gaziantep and Şanlıurfa Samples .....</b>	<b>222</b>
<i>Halil SUNAR, Fikret GÖKÇE.....</i>	<i>222</i>
<b>Thematic Feature in B. Amanshin’s Stories .....</b>	<b>237</b>
<i>Hairzhanova B.S., Sdikhova Zh.S.....</i>	<i>237</i>
<b>Human Resources Managers' Perspectives for Entracte Work in Hotel Business .....</b>	<b>243</b>
<i>Pınar ÇELİK, Nisa EKŞİLİ, Nilgün KANER KOÇ.....</i>	<i>243</i>
<b>Training Students Using Neuro Linguistic Programming Hobbies and Achievements .....</b>	<b>257</b>
<i>Aigerim SMAILOVA, Duran AYDINÖZÜ.....</i>	<i>257</i>
<b>The Reflection of Kirgiz Ethnography to The Works of Temirbek Musakeev .....</b>	<b>267</b>
<i>Fatih BAŞBUĞ, Zuhai BAŞBUĞ.....</i>	<i>267</i>
<b>Evaluation of Knowledge Management Practices at Hotel Enterprises: A Cross-Country Comparison.....</b>	<b>277</b>
<i>Ahmet BAYTOK, Özcan ZORLU.....</i>	<i>277</i>
<b>Connection Between Old Turkic Inscriptions and Scandinavian Runes.....</b>	<b>292</b>
<i>Ergubekova Zh.S., Sadibekov A.K. ....</i>	<i>292</i>
<b>An Alternative Lifestyle Practice in a Globalizing World: Voluntary Simplicity and Cittaslow .....</b>	<b>297</b>
<i>Bilge Nur ÖZTÜRK, Tolga ÖZTÜRK .....</i>	<i>297</i>
<b>Sanayi 4.0 Sürecinde Gazetecilik Sektöründe Çalışan Personelin Niteliğinde Değişim ve Dönüşüm.....</b>	<b>311</b>
<i>Hanife AKGÜL, Birol AKGÜL, Zeynep AYER.....</i>	<i>311</i>
<b>A New Approach to Tourism: Digital Restoration .....</b>	<b>319</b>
<i>Halil SUNAR, Fikret GÖKÇE, İsa Serhan CİHANGİR.....</i>	<i>319</i>
<b>Melanie Klein Nesne İlişkileri Kuramı.....</b>	<b>332</b>
<i>Necati Gün AKAL, Şeyma SERİNKAYA, Fatma TOPAL, Mehtap GÖKÇE, Sema BENGİ GÜRKAN.....</i>	<i>332</i>
<b>«Provisional Rule» («Zhana nizam») of 1868 and Its Influence on Nation and Country .....</b>	<b>347</b>
<i>Бауыржан ОМАРҰЛЫ.....</i>	<i>347</i>
<b>Investigation of Attitudes of University Students About in Online English Learning.....</b>	<b>356</b>
<i>Hüseyin GÜRBÜZ, Veysel YILMAZ.....</i>	<i>356</i>
<b>Thematic Feature in Rakimzhan Otarbaev's Stories .....</b>	<b>376</b>
<i>Hairzhanova B.S., Muratova ZH.M.....</i>	<i>376</i>
<b>Ürün Tasarımında Kullanıcı - Tasarımcı İlişkisi, Anlamlılık ve Katılımcıların Örnek Ürünlere Yaklaşımları .....</b>	<b>381</b>
<i>Gülsüm AYDIN, Dilek AKBULUT.....</i>	<i>381</i>
<b>A Research on Entrepreneurance Intentions of University Students.....</b>	<b>394</b>
<i>Nisa EKŞİLİ, Selin Aygen ZETTER.....</i>	<i>394</i>
<b>Applicability of Islamic Tourism in Thermal Hotels: A Managerial Perspective.....</b>	<b>402</b>
<i>Ali AVAN, Özcan ZORLU.....</i>	<i>402</i>



**April 26-29, 2018 Patara**

**Congress Book**

<b>The Pomegranate Theme in Kyrgyz Painter Isanov Muhtarhan's Works.....</b>	<b>414</b>
<i>Fatih BAŞBUĞ.....</i>	<i>414</i>
<b>Urban Aesthetics and Sculpture in the Context of Space, Time and Culture .....</b>	<b>421</b>
<i>Özcan ÖZKARAKOÇ.....</i>	<i>421</i>
<b>The Role of the Neighborhood Mukhtars in Participation via City Councils: Muğla Experience .....</b>	<b>434</b>
<i>Mesut KOÇ.....</i>	<i>434</i>
<b>The Transition of Russian Economy to Free Market After Soviet Union and Russian Federation's Commercial Relations with Turkey .....</b>	<b>448</b>
<i>Remzi BULUT, Emine AKSEL.....</i>	<i>448</i>
<b>Comparison of the Meaning of Sexuality and Sexual Orientation between X and Y Generation .....</b>	<b>459</b>
<i>Veli REÇBER.....</i>	<i>459</i>
<b>Effectiveness of University Preference for Residential Family: A Comparison for Associate Students.....</b>	<b>469</b>
<i>Mustafa Melkin ÖDER, Aylın TAŞKIN, Alaattin İRDEM.....</i>	<i>469</i>
<b>Evaluation of Advantages and Determinants of Thermal Hotel's Environmental Management Practices .....</b>	<b>478</b>
<i>Mehmet BOYRAZ, Ahmet BAYTOK.....</i>	<i>478</i>
<b>Multi-Criterial Tourism Sector Performance Ranking with AHP and an Application for International Destinations.....</b>	<b>486</b>
<i>Ramazan GÖRAL, Engin TENGİLİMOĞLU.....</i>	<i>486</i>
<b>Industrial 4.0 Women's Worker and The Effect of Women in Career Development.....</b>	<b>497</b>
<i>Hanife AKGÜL, Esra TAŞ.....</i>	<i>497</i>
<b>The Role of Social Capital in Knowledge Creation: The Case of Big Data Value Creation for Smart Mobility .....</b>	<b>503</b>
<i>Serkan GÜRİSOY.....</i>	<i>503</i>
<b>As a Function of Human Resources, Union Activities and Problems: A Conceptual Evaluation on Tourism Enterprises .....</b>	<b>517</b>
<i>Elbeyi PELİT, Esra KATIRCIOĞLU.....</i>	<i>517</i>
<b>A Study on School and Department Satisfaction of Associate Degree Students .....</b>	<b>527</b>
<i>Aylın TAŞKIN, Alaattin İRDEM, Mustafa Melkin ÖDER.....</i>	<i>527</i>
<b>Tendency to Violence and Bullying and Their Prevention in Preschool Children .....</b>	<b>543</b>
<i>Hanife AKGÜL.....</i>	<i>543</i>
<b>Rereading the Definition and Potentials of Architectural History through Changing Relations between Architecture, History and Art History.....</b>	<b>558</b>
<i>Kemal Reha KAVAS.....</i>	<i>558</i>
<b>Türkiye ve Seçilmiş OECD Ülkelerinde Toplam Vergi Yükünün Değerlendirilmesi .....</b>	<b>568</b>
<i>Dilek Göze KAYA, İsmail Sadık YAVUZ.....</i>	<i>568</i>
<b>A Research on Relationship Between Leader-Member Exchange and Organizational Commitment .....</b>	<b>578</b>
<i>Erol TEKİN, Burak ÖZDEMİR, Neslişah ÖZDEMİR.....</i>	<i>578</i>
<b>Evaluation of Gastronomy and Culinary Arts Students' Perceptions of Workshops: A Case of Afyon Kocatepe University .....</b>	<b>584</b>
<i>Mehmet BOYRAZ, Ahmet ÇETİN, Hülya MUTLUÇ, H. Hüseyin SOYBALI.....</i>	<i>584</i>
<b>Internet Use Trends and Vocational Education Effects of Vocational School Students.....</b>	<b>591</b>
<i>Mustafa Melkin ÖDER, Aylın TAŞKIN, Alaattin İRDEM.....</i>	<i>591</i>
<b>Arab Human Rights Convention as an International Human Rights Document .....</b>	<b>600</b>
<i>Süleyman DOST.....</i>	<i>600</i>
<b>Selecting a Research Topic: Building a Path in Social Science Research.....</b>	<b>607</b>
<i>Furkan Halit YOLCU.....</i>	<i>607</i>



**April 26-29, 2018 Patara**

**Congress Book**

<b>Television Reporting in Local Media: The Case of Kanal V, Antalya's Local Television</b> .....	616
<i>Murad KARADUMAN, Betül SABAHÇI</i> .....	616
<b>The Transformation of the Capital City Between the Tanzimat and Republic</b> .....	638
<i>Osman Erdal ŞAHİN</i> .....	638
<b>Creating Awareness Through Communication in Social Responsibility Projects</b> .....	647
<i>Engin ÇAĞLAK</i> .....	647
<b>Bayesian Probability: A Journey from Twilight to Daylight</b> .....	655
<i>Adil KORKMAZ, Ayşenur AVAR</i> .....	655
<b>Relationship Between Organizational Change and Employer's Brand</b> .....	660
<i>Demet YILDIZ, Osman BAYRAKTAR</i> .....	660
<b>Facts Affecting the Choice of the Department of Vocational School Students</b> .....	677
<i>Alaattin İRDEM, Mustafa Melkin ÖDER, Aylin TAŞKIN</i> .....	677
<b>Prohibition of Perfidy as a Rule of International Humanitarian Law</b> .....	686
<i>Süleyman DOST</i> .....	686
<b>The Effect of Culture on Entrepreneurship</b> .....	693
<i>Burak ÖZDEMİR, Erol TEKİN, Neslişah ÖZDEMİR</i> .....	693
<b>Industry 4.0 and Smart Tourism: Antalya Destination Smart Tourist Guide Proposal</b> .....	699
<i>Nedim YÜZBAŞIOĞLU, Pınar ÇELİK, Yunus TOPSAKAL, Mehmet BAHAR</i> .....	699
<b>Yapı Tadilat Projesi Hazırlama Yöntemleri: Banka Şubeleri</b> .....	711
<i>Gülşay YEDEKÇİ</i> .....	711
<b>An Essay on the Responsibilities of Designers as a Social Actor in Environmental Protection-Contraceptive Axis</b> .....	730
<i>Hacer MUTLU DANACI, Hilmi Ekin OKTAY</i> .....	730
<b>Literature Screen from The Children Who Have Changed from Working Life</b> .....	740
<i>Akyay UYGUR, Şerife KARAGÖZ</i> .....	740
<b>A literature Review on the Relationship between Organizations and Sleep Deprivation</b> .....	754
<i>Deniz Hoşbay BAYRAKTAR</i> .....	754
<b>Wedding Tourism: An Economic Perspective on the Indian Wedding Market in Antalya Destination</b> .....	764
<i>Derya ÖZİLHAN ÖZBEY, PınarA ÇELİK, Ayten YAĞMUR</i> .....	764
<b>The Factors Affecting the University Preference: A Research on The Associate Students</b> .....	773
<i>Aylin TAŞKIN, Alaattin İRDEM, Mustafa Melkin ÖDER</i> .....	773
<b>Afyonkarahisar Cuisine in the Scope of Cultural Tourism</b> .....	781
<i>Mustafa SANDIKCI, Hasan Hüseyin SOYBALI, Sabri ÇELİK, Hümevra TÖRE BAŞAT</i> .....	781
<b>Gender Differences in Risk-Taking Preferences: Literature Survey</b> .....	792
<i>Okyay UÇAN, Cemil Serhat AKIN, Ezgi SOYLU</i> .....	792
<b>China and India and Its Economic Development Process</b> .....	799
<i>Kasimu MAIMAITIALI</i> .....	799
<b>Access to Education for Refugee Children in Turkey: Opportunities and Challenges</b> .....	809
<i>Nazia Binte FARHAD</i> .....	809
<b>Job Analysis and Problems as a Function of Human Resources Management in Tourism Organizations: A Conceptual Evaluation</b> .....	820
<i>Elbeyi PELİT, Faruk GÖKÇE</i> .....	820



**April 26-29, 2018 Patara**

**Congress Book**

Effects of Local Administrations on Destination Brand: The Example of Nevşehir Çat Town .....	826
<i>Elvan ESER</i> .....	826
Technology Relations and Innovative Approaches to Ceramic Art .....	839
<i>Ayşe KURŞUNCU</i> .....	839
Ўзбек нутқ одатида нутқий таъсир шакллари .....	851
<i>Шохида Хошимовна Шаҳобиддинова</i> .....	851
Social Media Practices and Public Relations Ethics .....	855
<i>Sibel HOŞTUT</i> .....	855
A Qualitative Research on the Perception of Organizational Power Resources by Manager.....	863
<i>Ahmet YILDIRIM</i> .....	863
Investigation of the Profiles of Vocational School Students .....	872
<i>Alaattin IRDEM, Mustafa Melkin ÖDER, Aylin TAŞKIN</i> .....	872
An Analysis of Household Consumption of Milk and Dairy Products .....	880
<i>Melisa TAYLAN, Kübra ÖNDER</i> .....	880
A Research for Sensorial Brand Strategies Used in Restaurants: An Application for Fish Restaurants.....	887
<i>Ayşe ÇELİK YETİM, Tülay HACIOĞLU</i> .....	887
International Peace, Justice and Strong Institutions as One of the Tools of Sustainable Development .....	904
<i>Süleyman DOST</i> .....	904
An Investigation of the Relationship between Grand Strategies and Human Resource Management Practices .....	913
<i>Burak ÖZDEMİR, Akansel YALÇINKAYA</i> .....	913
An Econometric Analysis of Turkey's Energy Supply Security .....	919
<i>Ayşenur AVAR, Adil KORKMAZ</i> .....	919
A Suggestion for Solving Family Problems: Family Meetings .....	932
<i>Hanife AKGÜL, Erhan KAVUNCUOĞLU</i> .....	932
The Importance of Communication Requirement in Teaching Dialogic Speech.....	943
<i>Gulzat Berkinbayeva ONGARBEKOVNA, Zhazira Issayeva ISSAKYZY, Zhanat Dauletbekova TURARBEKKYZY</i> .....	943
Discourse Analysis of the Treatment Speech Act Problems in Political Translation.....	949
<i>Khamrayeva Shakhidam ALIMZHANOVNA</i> .....	949
Ўзбек интернет мулоқотида доир қарашлар.....	957
<i>Юлдашева Шаҳзода Хасанбоевна</i> .....	957
A Brief Look at The Energy Sector, Economical Growth in Energy Consumption and Turkey Relationship.....	961
<i>Ümran ÇAKIROĞLU</i> .....	961
Turizm ve Turistik Deneyimde İnovasyon.....	973
<i>Selin KAMA</i> .....	973
The Role of Intermittent Citizens' Relations in the Effect of Organizational Context on Organized Support.....	985
<i>Akyay UYGUR, Şerife KARAGÖZ</i> .....	985
"Make Love, Not War!": Dream of Revolution of Hippie Youth with Music, Cannabis, LSD and Beetle.....	1001
<i>Özgür BAYRAKTAR</i> .....	1001
Communication Faculty Students' Social Media Usage Habits: Uşak University Sample.....	1008
<i>Emre Vadi BALCI, Yusuf ŞAHİN</i> .....	1008



**April 26-29, 2018 Patara**

**Congress Book**

<b>Sustainability and Applications in the Textile Industry</b> .....	1027
<i>Mustafa BAYHAN</i> .....	1027
<b>Designing Souvenirs Specific to Denizli with Leather-like Material</b> .....	1037
<i>Seher CEYLAN, Meruyert KAYGUSUZ, Fatoş Neslihan ARGÜN</i> .....	1037
<b>Paragliding Experience: Ölüdeniz Babadağ Sample</b> .....	1046
<i>Ayşe ÇELİK YETİM, Mediha GÖK</i> .....	1046
<b>Historical and Cultural Values and City Marketing: The Case of Elmalı District</b> .....	1053
<i>Derya ÖGE SET, Rukiye KILIÇ, Mükerrerem ATALAY ORAL</i> .....	1053
<b>Poems Praising Turkish Language and The Poem ‘‘Türkçe Katında Yaşamak’’ of Fazıl Hüsnü</b> .....	1068
<i>Kemal EROL</i> .....	1068
<b>Performance Appraisal as a Function of Human Resource and Its Errors: A Theoretical Investigation on Tourism Enterprises</b> .....	1086
<i>Elbeyi PELİT, Ahmet ÇETİN</i> .....	1086
<b>The Relation Among the Exchange Rate, Inflation and Economical Growth in Turkey</b> .....	1098
<i>Yakup Koray DUMAN</i> .....	1098
<b>Consumer-Oriented View to Taxi- UBER Competition: A Research on Factors That Determine Using and Recommend Intention the UBER</b> .....	1120
<i>Hakan KİRACI, Ruşen AKDEMİR</i> .....	1120
<b>Testing Okun’s Law for Turkish Economy: Linear and Nonlinear ARDL Approach</b> .....	1133
<i>İsmail KÜÇÜKAKSOY, İsmail ÇİFÇİ, Rabia İnci ÖZBEK</i> .....	1133
<b>A Research on Demographic Factors and Consumer Behaviors of Vocational School Students</b> .....	1147
<i>Burcu ÜZÜM, Gazi UÇKUN, Seher UÇKUN</i> .....	1147
<b>Emerging New Professions in Services Sector in Relation to the Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0)</b> .....	1158
<i>Hanife AKGÜL, Birol AKGÜL, Zeynep AYER</i> .....	1158
<b>Example of Modesty in Achitecture: Architect Sinan</b> .....	1168
<i>Mehmet PINAR</i> .....	1168
<b>Relationship Career Future with Vocational Skills</b> .....	1173
<i>Seher UÇKUN, Gazi UÇKUN, Burcu ÜZÜM</i> .....	1173
<b>Feasibility of Product Placement in Movies and TV- programs: Bangladesh Perspective</b> .....	1181
<i>Abdur Rob RAZU, Md. Aslam UDDIN, Nurettin PARILTI</i> .....	1181
<b>Testing Taylor Rule for Turkish Economy</b> .....	1197
<i>İsmail KÜÇÜKAKSOY, İsmail ÇİFÇİ, Rabia İnci ÖZBEK</i> .....	1197
<b>Leadership and Emotional Intelligence</b> .....	1205
<i>Ercan ERGÜN, Abdulkadir ERTAŞ</i> .....	1205
<b>Development of Education Programs for Journalism’s Higher Education Institutions in Industry 4.0</b> .....	1219
<i>Birol AKGÜL, Ecem Ezgi YILDIZ, Beste TURŞUCUOĞLU</i> .....	1219
<b>Notes on Famous Painter of David ‘‘The Death of Marat’’</b> .....	1231
<i>Zuhal BAŞBUĞ</i> .....	1231
<b>Development of Education Programs for Journalism’s Primary-Secondary Education Institutions in Industry 4.0</b> .....	1236
<i>Birol AKGÜL, Beste TURŞUCUOĞLU, Ecem Ezgi YILDIZ</i> .....	1236
<b>Relationship Between Economic Growth and Innovation Indicators in Turkey: Causality Test Bootstrap Analysis</b> .....	1251
<i>Mehmet AVCI, Semih ÇAĞAN</i> .....	1251



**April 26-29, 2018 Patara**

**Congress Book**

<b>Developing Newspapers Design Programmes in Industry 4.0</b> .....	1260
<i>Birol AKGÜL, Tuğba KANTARCI, Şevval YENERÖZ</i> .....	1260
<b>Кыргызский женский головной убор – элечек</b> .....	1268
<i>Бадахшанова Айтбүбү Бейшембиевна, Чандыбаева Айнура</i> .....	1268
<b>Development of Eco-Design in Artistic Education</b> .....	1274
<i>Ömer ZAIMOĞLU, Bekbolatova K.M.</i> .....	1274
<b>Engage Students in Creative Research with The Use of New Innovative Technologies</b> .....	1282
<i>Ömer ZAIMOĞLU, Almukhambetov B.A., Abizhanov A.Sh.</i> .....	1282
<b>A Perspective Overview of Strategic Human Resource Management in the Context of Industry 4.0</b> .....	1287
<i>Naci Atalay DAVUTOĞLU, Erşan YILDIZ</i> .....	1287
<b>The Perceptual Effects of Industry 4.0 on Transformational Leadership Management</b> .....	1295
<i>Naci Atalay DAVUTOĞLU</i> .....	1295
<b>The Role of Intermediaries in Marketing of Hospitality Enterprises: A Comparative Analysis of Hospitality Enterprises in Antalya and Nevşehir</b> ....	1303
<i>Erşan YILDIZ</i> .....	1303
<b>The Future of Strategic Management in the Process of Industry 4.0</b> .....	1314
<i>Naci Atalay DAVUTOĞLU</i> .....	1314
<b>Hilye-i Şerif Tasarımında Deri-benzeri Malzeme Kullanımı</b> .....	1322
<i>Fatoş Neslihan ARĞUN, Meruyert KAYGUSUZ</i> .....	1322
<b>Liberalism as An Ideology: Liberal School</b> .....	1327
<i>Sibel GÖKÇE</i> .....	1327
<b>Ali Avni Çelebi with the Concept of Original Art</b> .....	1334
<i>Sabriye ÖZTÜTÜNCÜ</i> .....	1334
<b>A Research on Preferences of Turkish Scholars on Perspectives on Knowledge Spread</b> .....	1356
<i>Mehmet ERYILMAZ</i> .....	1356
<b>Enterprise Risk Management in Higher Education Institutions: A Literature Review</b> .....	1361
<i>Mehmet ERYILMAZ</i> .....	1361
<b>Real Wages, Inflation and Labor Productivity in Turkey</b> .....	1367
<i>Filiz ERYILMAZ, Hasan BAKIR</i> .....	1367
<b>The Effects of Institutional Arrangement on Macroeconomic Performance in Turkey</b> .....	1376
<i>Filiz ERYILMAZ, Emin ERTÜRK</i> .....	1376
<b>Unconventional Monetary Policy in European Union</b> .....	1387
<i>Filiz ERYILMAZ, Derya HEKİM YILMAZ, Emin ERTÜRK</i> .....	1387

## **Applicability of Islamic Tourism in Thermal Hotels: A Managerial Perspective**

Ali AVAN<sup>1</sup>, Özcan ZORLU<sup>2</sup>

### **Abstract**

The aim of this study is to evaluate the Islamic tourism practices of thermal hotels in Afyonkarahisar in terms of managerial point of view. Within this scope, the data was obtained with semi-structured interview method, which is applied on managers of five star thermal hotels. Content Analysis is used in the data transcription process. The transcribed data was coded by manifest and latent content within the aim of the study in order to determine themes. The results of the study indicate that the congruity of thermal hotels to Islamic standards must be planned in the design phase. However, it has been emphasized that the halal certificate can only be taken in certain areas such as restaurant etc. in thermal hotels, and they made concessions to halal standards in supply chain processes.

**Keywords:** Islamic Tourism, Halal Standards, Thermal Hotel.

**JEL Codes:** L83, M31, Z32

### **Termal Otel İşletmelerinde İslami Turizm Konseptinin Uygulanabilirliği: Yönetmel Bir Bakış Açısı**

### **Özet**

Bu araştırmanın temel amacı, Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli termal otel işletmelerinin Helal turizme yönelik uygulamalarının yönetici bakış açısıyla değerlendirilmesidir. Araştırma amaçlı veriler yarı-yapılandırılmış mülakat tekniğiyle, Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren beş yıldızlı termal otel işletmeleri yöneticileriyle yapılan görüşmeler neticesinde elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; termal otel işletmelerinde helal standartlarına uygunluk sağlama tasarım aşamasında planlanması gereken bir durumdur. Bununla birlikte; termal otel işletmelerinde helal sertifikanın sadece belirli alanlarda (restoran vb.) alınabileceği vurgulanmış ve termal otel işletmelerinin özellikle tedarik süreçlerinde helal standartlarından taviz verdikleri yöneticiler tarafından belirtilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İslami Turizm, Helal Standartları, Termal Otel İşletmesi.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, aliavan@aku.edu.tr

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, ozcanzorlu@aku.edu.tr

## 1. Giriş

İslami turizm kavramı, turizm arzının dini konularda hassasiyeti olan bireylerin turistik taleplerine uygun olarak karşılanmaya başlanmasıyla birlikte ortaya çıkmıştır. İslami turizm, İslami motivasyona sahip turistlerin İslami ilkelere uygun olarak gerçekleştirmiş oldukları turizm faaliyetidir (Duman, 2012: 722). İslami turizm, Müslüman turistlerin helal gıda, alkol sunulmayan ve erkek/kadın aktivitelerinin ayrı birimlerde sunulduğu otellerde tatil yapma gibi belirli ve özel ihtiyaçları olan turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla benimsenen bir konsepttir. Giderek büyüyen ve karlı bir niş pazar olma özelliği nedeniyle İslami turizm, gerek Müslüman gerekse Müslüman olmayan ülkelerin ilgisini çekmeye devam etmektedir. 2014 yılında 1,6 milyar Müslüman nüfusun yer aldığı ülkelerin gayri safi yurtiçi hasılatları toplamda dünya ekonomisinde 7 trilyon dolarlık bir değer ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte; dünyada Müslüman seyahat pazarının değeri 145 milyar dolardır. Müslüman turistlerin gıda ve yaşam tarzı ürünleri tüketim harcamaları 2014 yılı itibariyle 1.8 trilyon doları aşmıştır ve 2020 yılı itibariyle bu rakamın 2.6 trilyon dolara ulaşması beklenmektedir. Buna ek olarak, Müslüman turistlerin harcamaları, turizm ile ilgili 1,8 milyon işi doğrudan etkilemektedir (The Global Impact of Muslim Tourism, 2015/2016).

2014 yılı uluslararası turist varışlarının %11'ini oluşturan ve 2020 yılında toplam seyahatlerin %25'ini oluşturacağı öngörülen Müslüman turistler konaklama işletmeleri için önemli bir pazar konumundadır. Diğer yandan konaklama işletmeleri en hızlı gelişim gösteren pazar olarak ifade edilen İslami turizm pazarında başarılı olabilmek için ürün farklılaştırma ve etkin pazarlama stratejileri ile talep oluşturmak durumundadırlar. Bununla birlikte İslami turizm veya şeriata uygun otel konusu yeni bir konudur (Saad, Ali, ve Abdel-Atı, 2014: 1). İslami turizm ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; İslami turizmin önemi ve tanımı (Zamani-Farahani ve Henderson, 2010; Duman, 2012; Battour ve İsmail, 2015; Cetin ve Dinçer, 2016); Müslüman turistlerin seçimlerinde destinasyon özelliklerinin önemi (Battour, İsmail ve Battor, 2011; Yeşiltaş, Cankül ve Temizkan, 2012; Idris ve Wahab, 2015); İslami otellerin taşıması gereken asgari kriterler ve sertifikasyonu (Razalli, Yusoff ve Roslan, 2013; Samori ve Sabtu, 2014; Sabidin, 2015) ile ilgili konuların ele alındığı; bununla birlikte, Türkiye'de ve özellikle termal otel işletmelerinde işgörenler (Sandıkcı, Boyraz ve Mutluç, 2017), turistler (Boyraz, Mutluç, Güvenen ve Dikmen, 2017) ve işletmelere yönelik (Soybalı, Boyraz ve Dikmen, 2017) sınırlı sayıda çalışmalar gerçekleştirildiği görülmüştür.

Termal otel işletmeleri de ürün farklılaştırma stratejileri kapsamında spa-wellness hizmetlerini helal turizm ile uyumlaştırarak bu pazardan önemli gelirler elde edebilecek potansiyeline sahip bulunmaktadır. Ayrıca temel konularının sağlık olması ilgili işletmelerde helal konseptte uygun uygulamaların (örneğin alkol ikramının olmaması) uygulanmasını kolaylaştırmakta ve diğer klasik otel müşterilerinin bu konuda rahatsız olmaması veya hizmette eksiklik algısına sahip olmalarını engellemektedir. Buradan hareketle; bu araştırmada Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli termal otellerin Helal turizme yönelik uygulamalarının yönetici bakış açısıyla değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Nitel araştırma tekniklerinden mülakatın kullanıldığı araştırmada termal otellerdeki mevcut durum ortaya konulmuştur. Araştırmada sonraki aşamada elde edilen veriler nitel araştırma teknikleriyle analiz edilmiş ve yönetici görüşleri doğrultusunda elde edilen bulgulardan hareketle termal otel işletmelerinin helal turizm kapsamında yaptıkları uygulamalar ve helal turizm stratejileri ele alınmıştır.



## 2. Literatür İncelemesi

İslam dünyadaki en büyük ve en hızlı büyüyen dinlerden birisidir. Günümüzde dünya nüfusunun yaklaşık % 25'i veya 1.6 milyar insan İslam dinine inanmaktadır (Sabidin, 2015: 897). Diğer dinlerde olduğu gibi İslam dininde de mensupları (Müslümanlar) dinin belirlemiş olduğu kurallara göre yaşamlarını sürdürmekte ve kurallarına uymaktadır. Müslümanların yaşam biçimlerini genel olarak İslam dininin kutsal kitabı olan Kur'an-ı Kerim'in emir ve yasakları ile İslam Peygamberi Hz. Muhammed (s.a.v)'in yaşam biçimi ve söylemlerinden alınan sünnet uygulamaları şekillendirmektedir (Tekin, 2014: 755). İslam dininde insan aktivitelerinin ahlakiliğini düzenleyen beş önemli belirleyici, farz (yapılması zorunlu), müstahab (önerilen), mekruh (istenmeyen), haram (yasak olan) ve helal (izin verilen)'dir. İslami öğreti açısından değerlendirildiğinde helal dinen yapılmasına izin verilen herhangi bir uygulama veya aktiviteyi ifade etmektedir (Battour ve İsmail, 2015: 151). İslam dinini düzenleyen bu belirleyicilerin uygulanmasına ise şeriat denilmektedir. Arapça bir kelime olan şeriat tüm Müslümanlar tarafından izlenmesi zorunlu yol anlamına gelmekte ve anlamı tüm konularında her Müslümanın yaşamını düzenleyen Allah (c.c.)'ın emirleri olarak ifade edilmektedir (Idris ve Wahab, 2015: 201). Şeriat Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre ise "Kur'an'daki ayetlere, Hz. Muhammed'in (s.a.v.) sözlerine dayanan İslam kanunu, İslam hukuku" (<http://www.tdk.gov.tr>) olarak ifade edilmektedir.

İslam dininin ortaya koyduğu bu emirler ve yasakları içeren kurallar sadece Müslümanların günlük ibadetlerini düzenlemekte tüm yaşamlarının organizasyonunda yol gösterici olmakta, turizm amaçlı seyahatlerinde de destinasyon ve konaklama işletmesi tercihlerinde belirleyici rol oynamaktadır. Örneğin Yeşiltaş, Cankül ve Temizkan (2012: 213) otel seçiminde dini hayat tarzlarının etkisini araştırdıkları çalışmalarında dini emirlere uyma konusunda kararlılık gösteren turistlerin çoğunun İslami otelleri tercih ettiklerini ortaya koymuşlar ve klasik otelleri tercih eden turistlerin dahi otellerinde dini yaşayışlarını kolaylaştırıcı imkânların varlığı halinde bunlardan yararlanacaklarını belirtmişlerdir.

İslami turizme katılan turistler hangi motivasyonla turizm eylemine katılırsa katılınsınlar, hangi turistik alana seyahat ederlerse etsinler, seyahatleri boyunca İslam'ın emir ve yasaklarına göre hareket etmektedirler (Tekin, 2014: 755). İslam'ın koymuş olduğu kurallar hem bu dine mensup turistlerin davranışlarını hem de bu profildeki turistlere hizmet sunacak işletmelerin niteliklerini de etki etmektedir. Bu bağlamda literatür incelendiğinde uluslararası literatürde İslami oteller, İslami kurallara uyumlu oteller, Helal oteller, Helal dostu oteller, Müslüman dostu oteller gibi isimlendirmeler kullanılırken, ülkemizde ise İslami oteller, alternatif oteller, tesettür oteller, muhafazakar oteller, dini oteller, alkolsüz oteller, İslami konseptte oteller gibi tanımlamaların farklı araştırmacılar tarafından yapıldığı görülmektedir (Duman, 2012, Yeşiltaş vd, 2012, Tekin, 2014; Akt. Tekin ve Yılmaz, 2016: 2047-2048).

Otel endüstrisi rekabetin yoğun yaşandığı ve işletmelerin rekabetçi ortamda varlıklarını devam ettirebilmek için ürün ve hizmet farklılaştırmasına yöneldikleri bir pazardır (Idris ve Wahab, 2015: 200). İslami veya helal oteller bu kapsamda son dönemlerde önemli bir niş pazar haline gelen İslami turizme hizmet sunan ve bu hizmeti şeriat kurallarına uygun oluşturmak zorunda olan işletmelerdir. Gerçekte faaliyet süreçleri açısından değerlendirildiğinde, İslami otel veya şeriata uygun otellerin taşınması gereken bazı özgün özellikler bulunmakla birlikte, standart otellerden önemli bir farklılığı yoktur (Rosenberg ve Choufany, 2009, Akt. Saad, Ali ve Abdel-Ati, 2014:2; Idris ve Wahab, 2015: 203). Bununla birlikte literatür incelendiğinde bir otelin İslami duyarlılığı olan talebi kendisine yönlendirebilmesi için bazı özellikler taşınması gerekmektedir. Literatür incelendiğinde araştırmacıların (Idris ve Wahab, 2015: 202-203; Zulkifli vd., 2011: 299; Yosuf ve Muhammad, 2013: 1144-1145; Razilli vd. 2013: 317-318;

Saad, Ali ve Abdel-Atı,2014: 3) çalışmalarında helal yiyecek ve içecek sunmayı, otelin şeriat ilkelerine göre faaliyet göstermesi ve yönetilmesini, minibar ve diğer alanlarda alkollü içecek bulundurulmamasını, odalarda Kur'an-ı Kerim bulunmasını, kibleyi gösteren işaret olmasını seccade bulunmasını ve yatakların ve tuvaletlerin kible'ye karşı konumlandırılmamış olmasını, otelde ibadet odası bulunması ve uygun olmayan eğlence faaliyeti yürütülmemesini, personelin Müslüman olması ve Müslümanlara uygun giyinmesini, rekreasyonel alanlar ve havuzların erkek ve kadınlar olarak ayrılmasını, evli olmayan erkek ve bayanlar için ayrı odalar ve katlar tahsis edilmesini, otel faaliyetlerinin yürütülmesinde şeriata uyulması ve işletmenin sahiplerinin zekat vermesini, kumar oynanmasını, otelin tasarımında ibadete zarar verecek insan figürlü dekorasyon malzemesinin kullanılmamasını, beş vakti gösteren bilgilendirmelerin bulunmasını, vakit namazları için ibadet alanında imam bulundurulmasını, Ramazan ayında sahurda yemek servisinin bulunmasını ve teravih ibadetinin yapılabilmesinin mümkün kılınmasını İslami otellerin kendilerine özgü taşıması gereken özellikler arasında saymaktadırlar. Bu bilgilere ilave olarak mütedeyyin turistlerin konaklama işletmesi tercihlerinde öne çıkan kriterler olarak şunlar sayılabilir. Temiz oda ve çevre, samimi bir misafirperverlik anlayışı ve sistemi, helal gıda imkanları, çeşitli aktiviteler için tesisin uygun konumda olması, ibadetlerin yerine getirilebilme alt yapısı sunması, alkolsüz çevre, menüde çeşitlilik, yüzme olanakları, zengin sosyal aktivite imkanları, shuttle hizmetleri, vale hizmetleri, bayanlar için ayrı alanlarda rekreasyon olanakları (dinarstandarts, 2012: 10; Akt. Tekin, 2014: 755-756).

Termal otel işletmeleri işletme organizasyonu ve gerçekleştirdikleri faaliyetler açısından diğer otel işletmelerinden farklı değildir. Bununla birlikte organizasyon yapılarında faaliyet konularına özgü, kür merkezi, diyet mutfağı ve konaklama süresinin uzunluğuna bağlı olarak rekreasyonel alanlarının zenginliği bu işletmelerin farklılıklarıdır. Hasta ve sağlıklı insanlara aynı bölümlerde hizmet sunmak zorunda olan termal otel işletmeleri özellikle ülkemizde sahil bölgelerinde (deniz, güneş, kum) değil çoğunlukla Afyonkarahisar gibi iç bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte termal otel işletmelerinin ana hizmet konusu termal suyun sağlık üzerindeki olumlu etkilerinden yararlanmak olduğu için bu işletmeler belli hastalıkların tedavisinde destek hizmeti sunan işletmeler olarak kabul edilmekte ve kür üniteleri T.C. Sağlık Bakanlığı denetiminde faaliyet göstermektedir. Bu termal otel işletmelerini İslami duyarlılığa sahip turistlerin tercih ettiği turizm işletmeleri haline getirmektedir. Çünkü termal otel işletmeleri İslami turizmin önemli bir kriteri olarak kabul edilen alkol servisini sağlık gibi önemli bir gerekçeye dayanarak (kuşkusuz yönetimin tercihleri doğrultusunda) faaliyetlerinden çıkarabilmektedirler. Termal oteller aynı zamanda herkese açık havuzlar yanında özel aile banyoları, erkek ve kadınlara ait ayrı havuz olanakları sunan işletmelerdir. Bunun yanında özellikle Afyonkarahisar'daki termal otel işletmelerinde daha önce İslami veya şeriata uygun otellerin taşıması gereken özellikler arasında belirtilen odalarda Kur'an-ı Kerim bulundurma, Kible'nin yönünün belirtilmesi ve otel içinde mescit bulundurma ve burada imam nezaretinde beş vakit namaz kılma hizmetinin sunulması bu işletmeleri İslami turizm açısından avantajlı konuma getirmekte ve tercih edebilirliklerini arttırmaktadır. Tüm bu olumlu özellikleri yanında Afyonkarahisar özelinde termal otel işletmelerinin faaliyetlerinin mevsimselliği incelendiğinde Ramazan ayının en düşük doluluk oranının gerçekleştiği dönem olduğu da bir gerçektir. Bu kuşkusuz yönetsel açıdan bir olumsuzluk oluşturmakta ve işletme yönetimlerinin süreklilik kazanmış bu durumun çözümüne yönelik neden İslami turizme yönelik uygulamaları benimsemedikleri veya benimsiyor iseler şeriat kuralları açısından bu niş pazarda neden olamadıklarını ve gelecekte bu konuda neler yapılabileceği ile ilgili çözümler için görüşlerinin neler olduğunu öğrenmeyi gereklilik haline getirmektedir.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Özgün Değeri ve Amacı

Turizmde rekabet fiyat dışı unsurlarla gerçekleştirilmektedir. Fiyatın rekabette önemli bir değişken olarak kullanılamaması turistik işletmeleri hizmetlerini farklılaştırmaya mecbur bırakmaktadır. Bu farklılaşmayı sağlayacak pek çok turizm ve hizmet çeşidi mevcuttur. İslami turizm de turizm işletmeleri için farklılaşmada yararlanılabilecek önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Her yıl İslami turizm pazarının ortaya çıkardığı ekonomik değer de düşünüldüğünde İslami turizm varış noktalarının gelişmesinde önemli bir turizm çeşidi olarak dikkate alınmalıdır.

İslami turizmin dünyada giderek artması düşünülen ekonomik potansiyeli farklılık arayan destinasyonlar için önemli ipuçları barındırmaktadır. İslami turizm pazarında yıllık tahmin edilen büyüme oranının (yaklaşık olarak % 4,8), küresel turizm pazarında yaşanan değişimden (yaklaşık olarak % 4) daha yüksek olacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca İslami turizm pazarı yaklaşık olarak 145 milyar dolarlık bir ekonomik değere ulaşmıştır. İslami turizm pazarının dünyadaki Müslüman nüfusu da düşünüldüğünde gelecek yıllarda niş pazar olma özelliğinden kurtulup her yıl milyonlarca turisti destinasyonlara çeken bir turizm çeşidi olması kuvvetle muhtemel görünmektedir. İslami turizm pazarının tüm dünyadaki Müslüman nüfus (yaklaşık 1,5 milyar kişi) ve bu nüfus içerisinde turistik aktivitelere katılım oranı dikkate alındığında giderek daha büyük bir değer ortaya çıkarması beklenmektedir. Bu kapsamda bu çalışma, dünyada önemi giderek artmakta olan İslami turizm pazarından mümkün olan en fazla faydayı sağlamak amacıyla, İslami turizm konseptinin termal otel işletmelerinin sunduğu hizmetlerle nasıl bütünleştirilebileceği hakkında önemli ipuçları barındırması bakımından önemlidir. Buna ek olarak İslami turizm konsepti kapsamında özellikle termal otel işletmelerinde ne tür hizmetlerin sunulduğu, hangi süreçlerin yer aldığı ve sertifikasyon süreçlerine termal otel işletmelerinin uyumluluğu hakkında literatüre katkı sağlanması hedeflenmiştir. Buradan hareketle; bu çalışmada termal otel işletmelerinin yönetsel bakış açısıyla İslami turizm açısından mevcut durumunun ortaya konulması amaçlanmaktadır.

#### 3.2. Veri Toplama Yöntemi

Literatür incelendiğinde araştırma konusuyla ilgili çalışmalarda, genellikle nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı görülmüştür. İlgili çalışmada yöneticilerin Termal otel işletmelerinin mevcut durumunu İslami konsepte uygunluk açısından değerlendirilmeleri amaçlandığından; nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşmenin veri temini için en uygun teknik olacağı öngörülmüştür. Araştırmada yararlanılan veri toplama tekniği olan mülakat işletme yöneticilerinin İslami turizm kapsamında işletmelerindeki fiziksel tasarım, helal konsepte uygun uygulamalar (Ürünler, gıdalar, rekreatif faaliyetler vb.), pazarlama faaliyetleri ve işletme içinde günlük İslami ihtiyaçların karşılanması kapsamındaki uygulamaları ile ilgili bilgilerin temin edilmesi amacıyla kullanılmıştır.

#### 3.3. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında görüşme yoluyla toplanan ve derlenen veriler araştırmacılar tarafından detaylı olarak birkaç kez okunmuştur. Görüşme metinlerinin detaylı incelemesinin ardından katılımcıların her bir soruya yönelik görüşleri bir araya getirilmiştir. Araştırmacılar bu sayede elde edilen yeni metin belgelerinden yola çıkarak araştırmaya dâhil olan otel yöneticilerinin görüşlerini, metinde açıkça ifade edilen kavramlar olduğu gibi farklı anlam ifade eden ve metinde doğrudan görülemeyen içeriğin de olması ihtimaline karşı açık ve gizli içerik

kodlamasını birlikte kullanarak detaylandırmıştır. Devam eden aşamada elde edilen veriler araştırma amacı doğrultusunda kodlamaya tabi tutulmuştur. Sonrasında belirlenen kodlar literatür taramasının ardından belirlenen temel başlıklar altında sınıflandırılarak araştırmanın temaları belirlenmiştir. Veri analizinin son aşamasında ise temalar literatür bilgileri ile karşılaştırma ve çıkarımlarda bulunma yoluyla yorumlanarak ilgili literatüre ve sektör temsilcilerine katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

#### 4. Bulgular ve Değerlendirme

Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli termal otellerin Helal turizme yönelik uygulamalarının yönetici bakış açısıyla değerlendirilmesini amaçlayan bu çalışmada elde edilen bulgular bu bölümde ele alınmaktadır. Katılımcıların mülakat sorularına verdikleri cevaplar doğrultusunda ilgili termal otel işletmelerinin helal turizm kapsamındaki uygulamaları bilgilendirme ve tanıtım, ibadet olanakları, genel alanların ve odaların temizliği ve hijyeni, Spa ve termal alanların uygunluğu, etkinlikler, yiyecek-içecek birimlerinde helal ürünlerin kullanımı, fiziksel tasarım ve diğer hususlar olmak üzere sekiz farklı başlık altında değerlendirilmiştir.

##### a. Bilgilendirme ve Tanıtım

Otel işletmelerinin gerek hizmet karşılaşması süresince gerekse potansiyel misafirlerine yönelik yapacakları bilgilendirme ve tanıtım çalışmaları, sunulan hizmetlerin niteliği ve beklentileri karşılama anlamında ne kadar yeterli olacağı hakkında misafirlere çeşitli ipuçları sağlamaktadır. İslami turizm kapsamında turistik faaliyetlere katılan turistler, özellikle tedarik, üretim ve sunum aşamalarında helal ürünlerin kullanımı, İslami kurallara uygun düzenlemeler ve olanaklar, mahremiyet gibi konularda hassas davranmaktadırlar. Bu durum otel işletmelerinin de bu tür konularda bilgilendirme ve tanıtım çabaları yürütürken hassas olmalarını gerektirmektedir. Araştırmaya dâhil edilen termal otel işletmelerinin yöneticileri henüz Helal Otel Sertifikasına sahip olmadıklarından sadece helal sertifikası olan alanlarda bilgilendirme yaptıklarını ifade etmişlerdir: “Helal otel sertifikamız olmadığı için henüz tanıtım çalışmaları yapamıyoruz”, “Helal turizm ile ilgili önceki standartlar helal ürün bağlamında ele alınan standartlar. Örneğin otelinizde sadece restoranınız helal sertifikalı olabilir. Bizim yürüttüğümüz çalışma 46 maddelik Helal Otel Sertifikası ile ilgili. Ancak henüz %85 oranında standartları yerine getirebildik” “Helal konseptimiz olmadığı için bilgilendirme yapamıyoruz. Olmayan bir şey için bilgilendirme yapmak yanıltıcı olur zaten”.

Otel işletmelerinin yöneticileri, Helal otel sertifikasına sahip olunması durumunda bilgilendirme çabalarının yürütülmesi gerektiğini vurgulamakla birlikte, bilgilendirme çalışmalarının sürekliliğine de vurgu yapmışlardır: “Misafiri rezervasyon aşamasından başlayarak çıkış yapıncaya kadar bilgilendirmek gerekir”, “Bilgilendirici unsurlar hem genel alanlarda, hem odalarda, hem de web sayfanızda olmalı”. Katılımcıların bilgilendirmenin yanı sıra tanıtım çabalarının da helal kavramı dikkate alınarak yürütülmesi gerektiği ve tanıtım çabalarında yanıltıcı unsurlardan kaçınmanın önemli olduğu konusunda hemfikir oldukları belirlenmiştir: “Tanıtım çalışmaları da Helal kriterlere uygun olarak yürütülmeli. Örneğin hizmetlerinizin fiyatı insanları yanıltmamalı”, “Tanıtım broşürlerinde müstehcen resimler genellikle kullanılmıyor”, “Yeni trendde, broşürlerde pek fazla insan kullanılmıyor. Bu nedenle bunun bir sorun olacağını düşünmüyorum”.

### ***b. İbadet Olanakları***

Helal turizm kapsamında faaliyet gösteren otel işletmelerinin helal otel sertifikasına sahip olabilmeleri için yerine getirmeleri gereken düzenlemelerden bir tanesi de misafirlere yönelik ibadet alanları ve uygulamalarının varlığıdır. İlgili termal otel işletmelerinin yöneticileri söz konusu bu alanların sadece helal konsept bunu gerektirdiği için değil, insanların düşüncelerine ve yaşam şekillerine saygı bağlamında olması gerektiğini vurgulamışlardır: “Helal konsepti esasında Kuran-ı Kerim ve Hadis-i Şeriflerin birleşimi. Bunları uyguladığımız zaman helal otelsiniz”, “Görüşünüz ne olursa olsun insanların düşüncelerine saygı duymalısınız”, “Otel işletmelerinde ortak kullanıma yönelik ibadet alanları olmalı”, “Ramazan ayında imam çağırıyoruz, mescidimizde beş vakit namaz kılınıyor. Bu her şeyden önce saygı duyduğumuz için”. Katılımcılar buna ek olarak, ibadet alanlarında misafirleri bilgilendirici gerekli ipuçları olduğunu, Cuma namazı için gerektiğinde yakın camilere servis hizmeti sunulduğunu ve odalarda kişisel ibadetlerin yapılabilmesi için gerekli ekipmanın sağlandığını ifade etmişlerdir: “Odalarda hem Kuran-ı Kerim hem de İlmihal mevcut”, “Mescidimizde kible saatimiz var”, “Otelimizde sadece Kuran-ı Kerim değil, kütüphanemizde İncil ve Tevrat gibi kutsal kitaplar da var”, “Otelimizde mescidimiz var ve diyanet işleri başkanlığından izinli”.

### ***c. Genel Alanların ve Odaların Temizliği ve Hijyeni***

Helal otel standartları kapsamında ele alınan konulardan bir diğeri de otel işletmelerinde genel alanların ve odaların temizliği ve hijyenidir. Misafirlerin talep ettikleri hizmetler karşılığında ödemeyi kabul ettikleri fiyat esasında alacakları temel hizmetlerin yanı sıra ek fayda ve beklentilerine de ödemeyi kabul ettikleri fiyatı ifade etmektedir. Bu noktada misafirlerin büyük çoğunluğunun büyük bir hassasiyetle önemsedikleri konuların başında temizlik ve hijyen gelmektedir. Katılımcı yöneticiler bu konuya otelciliğin temel prensiplerinden olduğundan zaten özen gösterildiğini, bu konunun sadece doğrudan helal otelcilikle alakalı olmadığını vurgulamışlardır. Ayrıca temizlik ve hijyenin otel işletmelerinde her alanda sağlanması gerektiğine işaret etmişlerdir: “Temizlik sadece misafirin görebildiği alanların temizliği değildir. Mutfak gibi alanlarda, üretim aşamasında temiz olmanız da önemli”. Bununla birlikte, temizlikte kullanılan malzemelerin içerikleri (alkollü/alkolsüz) çok fazla dikkate alınmadan kullanıldığı ortaya çıkmıştır: “Temizlik malzemelerinde muhakkak alkol vardır. Ama burada kullanım amacı önemli. Alkolsüz malzeme bulamazsınız”, “Bu biraz hastalıkta alkolle yapılan tedaviye benziyor. Alkole karşı olsanız bile herhangi bir hastalık durumunda size alkol içerikli malzemelerle tedavi uygulayabiliyorlar. Siz de bunu kabullenmek durumunda kalıyorsunuz. Burada sanırım kullanım amacı önemli”.

### ***d. Spa ve Termal Alanlarının Uygunluğu***

Turistlerin termal otel işletmelerini tercihlerinin ana nedenlerinden olan Spa ve termal sağlık hizmetlerinin niteliği kadar önemli olan bir husus da bu alanların mahremiyet içermesi nedeniyle uygun tasarım olanaklarına sahip olmasıdır. Özellikle tasarımdan kaynaklı hatalar nedeniyle mahremiyeti göz ardı eden uygulamalar misafirlerin rahatsız olmalarına ve tedirgin hissetmelerine neden olabilir. Helal otel standartlarının bir gereği olması nedeniyle otel işletmelerinde bu alanların tasarımının özellikle mahremiyet unsuru bağlamında ele alınması önemlidir. Araştırmaya dahil olan katılımcılar, helal otel olmak için daha yatırım aşamasındayken bazı kararlar alınması gerektiğini ve kurulu bir otel işletmesinin helal otel standartlarına tam anlamıyla kavuşabilmesinin oldukça zor olduğunu vurgulamışlardır: “Örneğin engelli yasası çıktı. Bu yasaya uymak için oteli yıkıp yeniden yapmamız lazım. Helal otel standartları da buna benziyor”, “Otelinizde belirli alanlara helal sertifikası alabilirsiniz.

Ancak tümüyle helal otel olmak yatırım aşamasıyla düşünüldüğünde mümkün gibi görünüyor”. Katılımcılar buna ek olarak Spa ve termal alanlarda mahremiyet ilkelerine dikkat edildiğini ifade etmişlerdir: “Hamam kültürü Osmanlıdan geldiği için havuzlarda ve hamamlarda zaten erkek/kadın alanlarında ayırım var”, “Spa merkezinde ve havuzlarda erkek/kadın ayrı girişler mevcut”, “Misafirlerin (erkek/kadın) birbirlerini görmeden Spa merkezine gitme imkânını sağladık”.

#### *e. Etkinlikler*

Turizm ürününü oluşturan unsurlardan etkinlikler misafirlere sunulan hizmet deneyiminin bir parçasıdır. Etkinlikler otel işletmesinin bünyesinde gerçekleştirilebileceği gibi, varış noktasının turizm yönetiminin düzenlediği turlar, tarihi ve kültürel değerleri barındıran çekiciliklere düzenlenen turlar, spor organizasyonları dâhilinde düzenlenen faaliyetler, festival ve şenlikler gibi birçok etkinlik hizmet paketi içinde misafirlere sunulabilmektedir. Araştırma kapsamında, otel işletmelerinde düzenlenen etkinliklerin planlanmasında, misafirlere helal otel standartları kapsamında ne tür imkânlar sunulduğu ile ilgili değerlendirmeler de yapılmıştır. Buna göre katılımcılar otel işletmesinde düzenlenen etkinlikler planlanırken ibadet saatleri ve olanaklarının dikkate alındığını; otel işletmesi içerisinde sunulan hizmetlerin de bu hususu göz önünde bulundurarak verildiğini vurgulamışlardır: “Biz ibadetlere her zaman saygılıyız, illa misafirinizin Müslüman olması gerekmiyor. Elbette etkinlikleri ya da diğer faaliyetleri bu hususları da düşünerek planlamalıyız”, “Şartları gerektiği gibi oluşturmaya çalışıyoruz, önemli olan da bu zaten. Yarım pansiyon çalıştığımız için Cuma vakti misafirlerimizi mağdur etmemiş oluyoruz. Tam pansiyon çalışsak bile bunu planlardık”, “Kendi düzenlediğimiz turlarda buna özen gösteriyoruz, ancak örneğin valiliğin turunda buna müdahale edemiyoruz”.

#### *f. Yiyecek-İçecek Birimlerinde Helal Ürünlerin Kullanımı*

Bireylerin özellikle bilgi teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte çevrelerindeki olaylara daha duyarlı bir hale gelmeleri ve bilinçlenmeleri, hayatlarındaki pek çok unsurla birlikte beslenme alışkanlıklarının ve beklentilerinin de farklılaşmasına neden olmuştur. Bu alışkanlıklar ve beklentiler bireylerin günlük hayatlarına olduğu kadar tatil tercihlerine de yansımaktadır. Bu durum özellikle nüfusunun büyük çoğunluğu Müslüman turistlerden oluşan ülkelerde hizmet veren otel işletmelerinin yiyecek-içecek üretiminde helal sertifikalı ürünleri tercih etmelerine neden olmuştur. Otel işletmelerinde helal sertifikasyon sisteminin en fazla konu edildiği alanlardan bir tanesi olan yiyecek-içecek birimleri, satın alma ile birlikte helal otel standartlarının en önemli kısmını oluşturmaktadır. Araştırmaya dâhil olan termal otel işletmelerinin yöneticileri yiyecek-içecek birimlerinde helal ürünlerin kullanımı ile ilgili; “Otel işletmeleri tümüyle helal otel sertifikasına sahip olabildiği gibi sadece restoranları için helal sertifikası alma imkânına da sahiptirler”, “Bu iş sadece sertifika ile olacak bir iş değil. Misafirlerin sağlığını da düşünmemiz lazım”, “Helal otel sertifikası için en önemli alanlar mutfak ve satın alma birimleri. Burada çalıştığınız firmaların kalitesi belirleyici. Yüzlerce kalem malzeme alıyorsunuz ve hepsini takip etmeniz mümkün değil”, “Helal sertifikası olan firmalarla çalışıyoruz. Menüde sürekli kırmızı et çıkarmaya özen gösteriyoruz. Biz daha çok yiyecek-içecek birimlerindeki kalitemizle tanınıyoruz” ve “Bir kere helal otel olmak istiyorsanız, yiyecek-içecek üretimi için alacağınız her malzemenin helal olması gerekir. Bazı pastane malzemelerinde domuz yağı içeren jelatinler kullanılıyor mesela”, şeklinde görüş belirtmişlerdir. Katılımcılar buna ek olarak, dış kaynaklardan yararlanma stratejileri kapsamında besihanelerde kendi üretimlerini yapmaya çalıştıklarını, her aşamada helal

standartlarını dikkate aldıklarını, helal sertifikası olmayan birimlerde bazen bu hususların göz ardı edilebildiğini ifade etmişlerdir.

### ***g. Fiziksel Tasarım***

Hizmetlerin soyut niteliği nedeniyle misafirler hizmet ortamında bir takım somut ipuçları aramaktadırlar. Fiziksel kanıtlar misafirlerin aradıkları bu ipuçlarına yönelik çeşitli mesajlar içermektedir. Hizmet ortamının tasarımı faaliyetler yürütülürken gerekli iş akışının sağlanması ve süreçlere işlerlik kazandırılması anlamında önem taşımaktadır. Helal otel standartlarının bir kısmı da fiziksel tasarımla ilgilidir. Özellikle ibadet alanlarının işlevsel kullanımı, mahremiyet, havuz-hamam vb alanların tasarımı, odalarda ve genel alanlarda WC'nin konumu gibi unsurlar fiziksel tasarımla ilgilidir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre helal otel olabilmek için henüz tasarım aşamasındayken standartların dikkate alınması gerektiği; fiziksel ortamda sonradan yapılan düzenlemelerin bir yere kadar yeterli olabileceği; hizmet ortamı tasarlanırken mahremiyet kurallarına dikkat edildiği ve Spa ve termal alanları ile bu alanlara erişimde fiziksel tasarımın daha önemli görüldüğü anlaşılmıştır. Katılımcıların fiziksel tasarımda helal standartlarının uygulanması ile ilgili olarak; "Otel işletmelerindeki alanların helal standartlarına uygunluğu mimari projede düşünülmeli", "Otel helal standartlara göre yatırım yapabilmek için daha tasarım aşamasında bir bilenden yardım almalı", "Helal otel bir bütün olarak düşünülmeli. Fiziksel ortamın da buna uygun olması gerekir", "Spa alanlarımızda ve havuzlarımızda erkek/kadın alanlarımız farklı. Bu alanlara erişimde de farklı asansör ve koridorlar tasarladık. Mescitlerin kapıları ve koridorları ayrı", "İslami usullere göre WC'lerin kıbleye karşı olmaması gerekir. Otelimizin tasarımında buna dikkat edilmiş", "Helal bir otelde pisuar olmaz. Bu zaten sağlık için de zararlı".

### ***h. Diğer Hususlar***

Araştırma kapsamında termal otel yöneticilerinin helal otel standartları ile ilgili üzerinde durdukları diğer hususlar özellikle İslami turizm pazarı ve helal kavramının otellerde ne kadar uygulanabileceği ile ilgilidir. Bu konudaki katılımcı görüşleri; "Helal turizm pazarı çok büyük bir potansiyele sahip", "Hedef kitlemizi sadece Müslüman turistler olarak belirleyemeyiz. Bizim yaptığımız saygı kapsamında misafirlerimizin beklentilerini karşılamak olarak adlandırılabilir", "Helal otel sertifikasyonun sahip olmak oldukça meşakkatli bir süreci gerektiriyor. Yaklaşık olarak 8 aydır sürüyor", "Zenginleşen muhafazakar kesim, konseptin gelişiminde oldukça etkili", "Tümüyle Helal konseptli bir otel yapıyorsunuz, bu kabul edilebilir ama bana göre ticarileşince haram oluyor", "İslam'la çok ilgisi olmayan bir yatırımcı otel yaptırıyor. Maliyet kalemleri yükseldikçe işin içine hile karıştırırsa oteliniz helal otel olamaz. Siz ne kadar uğraşırsanız uğraşın" ve "Misafirlerimiz bu alternatifleri (helal konsept) görmek istiyor" şeklindedir. Katılımcılar yukarıdaki hususların yanı sıra pazarlama çabalarında helal turizmin etkisine yönelik görüşlerini de belirtmişlerdir: "Pazarlama çabalarımızda helal kavramını tabi ki kullanıyoruz ama misafirlerin bunu nasıl algıladıkları önemli", "Yılbaşı etkinliklerimizde alkol vermediğimiz için helali ürün çeşitlendirme stratejisi olarak kullanıyoruz", "Malezya gibi ülkelerde özel helal balayı paketleri mevcut. Kuran-ı Kerim baz alınmış".

## **5. Sonuç ve Öneriler**

Termal otel işletmelerinin Helal turizme yönelik uygulamalarının yönetici bakış açısıyla değerlendirilmesini amaçlayan bu çalışmada elde edilen sonuçlar şunu göstermektedir: a)

Termal otel işletmelerinde Helal standartlarına uyum sağlayabilmek için henüz tasarım aşamasında belirli adımlar atılmalıdır. b) Helal sertifika sadece otelin belirli alanlarında (restoran vb.) alınabileceği gibi, otelin tamamı için de alınabilmektedir. c) Termal otel işletmelerinde, özellikle tedarik süreçlerinde helal standartlarından taviz verilebilmektedir.

İslami turizm pazarının her geçen gün artan ekonomik potansiyeli ve dünyadaki Müslüman turist sayısı dikkate alındığında; otel işletmesinin türü ne olursa olsun, bu devasa pazardan pay alabilmek işletmelerin pazarlama stratejilerini Helal turizm standartlarıyla uyumlaştırmaları gerekmektedir. Araştırmada elde edilen bulgular, termal otel işletmelerinin yeşil otel olabilmek için ve saygı standartları kapsamında yürüttükleri faaliyetlerin, İslami turizm pazarının gereksinimlerini de karşılayabilecek düzeyde olduğunu; otel işletmesi kurulurken Helal standartların dikkate alınmaması halinde, süreçlerin uyumlaştırılmasının oldukça güç olacağını ve Helal otel sertifikasyonuna sahip olmanın oldukça meşakkatli bir süreci gerektirdiğini (yaklaşık olarak 8 ay-1 yıl) göstermektedir.

İslami turizm pazarında hedef kitle dini hassasiyeti yüksek bireylerden oluşmaktadır. İslami turistler aynı hassasiyetin ziyaretlerini gerçekleştirecekleri işletmeler tarafından da gösterilmesini beklemektedirler. Araştırma kapsamında görüşlerine başvuru yöneticiler, saygı standartları doğrultusunda hareket edildiği takdirde, Müslüman turistlerin de Müslüman olmayan turistlerin de beklentilerinin aynı oranda ve adil olarak karşılanabileceğini; Helal kavramının sadece Müslümanlar için geçerli bir kavram olmadığını ve misafirlerin alternatifleri görmek istediklerini belirtmişlerdir. Bu noktada özellikle işletmelerin yanıltıcı eylemlerden kaçınmalarının önemi de vurgulanan konular arasındadır.

Araştırmada elde edilen bulgular içerisinde en önemli bulgu, yatırım aşamasında girişimcilerin pazar segmentlerini iyi belirlemeleri gerekliliğidir. Bu bağlamda, özellikle ilgili turizm türü dikkate alınarak işletmenin fiziksel olanaklarının turizm türünün gereklerine göre oluşturulmalıdır. Çünkü otel yöneticileri tasarım aşamasında standartlara uygun hareket etmeyi İslami duyarlılık açısından gerekli görmektedirler. İşletmeler, pazarda özellikle müşteri kitlesinin yapısındaki değişiklikleri sürekli izlemeli ve vizyonlarını oluştururken geniş bir bakış açısıyla farklı taleplerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek işletme yapıları oluşturmalı ve yönetsel stratejiler belirlemelidirler.

İslami turizm, şeriata (kurallara) katı bağlılığı zorunlu kılan uygulamalar içermektedir. Bu durum, özellikle hedef kitlenin bu kurallara aşırı duyarlılığını ortaya çıkarmaktadır. İslami turizm pazarından pay almak isteyen işletmeler örgütsel işleyişlerinde (insan kaynakları, satın alma, günlük faaliyetler, fiziksel tasarım, ibadet olanakları vb.) hedef kitlenin duyarlılıklarına cevap verebilecek bir sistem inşa etmelidirler.

İslami turizm özellikle son dönemde popüler hale gelmiş, yeni bir turizm çeşididir. İşletmelerin ticari kaygı ve beklentilerle yöneldiği pazarın, inanç ve yaşayışla ilgili olması ve birçok kuralının ahlaki prensiplere dayanması özellikle reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde ayrı bir duyarlılığı gerektirmektedir. Çünkü işletmelerin büyük bir çoğunluğu, sadece plajları ikiye bölmeyi veya işletme içerisinde Mescit alanı oluşturmayı İslami turizm olarak pazarlamaktadırlar. Bu tür olumsuzlukların hedef kitlede oluşturduğu hayal kırıklığı, pazarın kaybedilmesine veya turistlerin başka destinasyonlara yönelmelerine neden olabilmektedir. Türkiye’de İslami turizm pazarının geç oluşması ve Helal standartlarla ilgili hukuki düzenlemelerin ve uygulamaların tüm hatlarıyla belirlenmemiş olması ülkemizde faaliyet gösteren ve bu pazardan pay almak isteyen işletmelerin bir diğer zayıf noktasıdır.



## Kaynakça

Battour, M. and İsmail, M. N. (2015). Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Futures. *Tourism Management Perspective*, 19 (Part B), 150-154.

Battour, M., İsmail, M. N. and Battour, M. (2011). The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice. *International Journal of Tourism Research*, 13, 527-540.

Boyraz, M., Mutluç, A. S., Güvenen, Ö. A. ve Dikmen, H. (2017). Müslüman Tüketicilerin Helâl Ürün Algısı, Tutum ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma. *1. International Halal Tourism Congress*, 07-09 April, Alanya, Turkey.

Cetin, G. ve Dinçer, M. Z. (2016). Muslim Friendly Tourism (MFT): A Discussion. *Journal of Tourismology*, 2 (1), 65-67.

Duman, T. (2012). The Value of Islamic Tourism: Perspectives from the Turkish Experience. *Islam and Civilisational Renewal*, 3 (4), 718-739.

Idris, J. and Wahab, A. (2015). The Competitive Advantages of Sharia-Compliant Hotel Concept in Malaysia: SWOT Analysis. *Proceeding of the 2nd International Conference on Management and Muamalah (2nd ICoMM)*, 16-17 November, 200-209.

Razalli, M. R., Yusoff, R. Z. and Roslan, M. W. M. (2013). A Framework of Halal Certification Practices for Hotel Industry. *Asian Social Sciences*, 9 (11), 316-326.

Saad, H. E., Ali, B. N. and Abdel-Atı, A. M. (2014). Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 2 (1), 1-15.

Sabidin, F. B. (2015). Halal Hotels in Malaysia: Certification, Issues and Challenges. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 5 (2), 897-902.

Samori, Z. and Sabtu, N. (2014). Developing Halal Standards for Malaysian Hotel Industry: An Exploratory Study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 144-157.

Sandıkçı, M., Boyraz, M. ve Mutluç, A. S. (2017). İslami Hayat Tarzının İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Afyonkarahisar Ömer-Gecek Bölgesindeki Termal Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *1. International Halal Tourism Congress*, 07-09 April, Alanya, Turkey.

Soybalı, H. H., Boyraz, M. ve Dikmen, H. (2017). Helâl Konseptli Konaklama İşletmeleri Kriter ve Uygulamalarının Karşılaştırılması. *1. International Halal Tourism Congress*, 07-09 April, Alanya, Turkey.

Tekin, Ö. A. (2014). İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (29), 750-766.

Tekin, Ö. A. ve Yılmaz, E. (2016). İslami Turizm Konseptinde Hizmet Veren Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (42), 2046-2058.

The Global Impact of Muslim Tourism by Salam Standard, (2015/2016). Annual Report by Tripfez, <http://www.webintravel.com/wp-content/uploads/2016/12/Salam-Standard-Global-Economic-Impact-of-Muslim-Tourism-2015.pdf> (Erişim 30.05.2018).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü, "Şeriat"  
[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5b1595833cee34.56964919](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5b1595833cee34.56964919) (Erişim 30.05.2018)

Yeşiltaş, M., Cankül, D. ve Temizkan, R. (2012). Otel Seçiminde Dini Hayat Tarzlarının Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), 193-217.

Yusof, M. and Muhammad, M. (2013). Introducing Shariah Compliant Hotels as a New Tourism Product: The Case of Malaysia. The 20th International Business Information Management Conference (IBIMA). *International Business Information Management Association*, 1142-1146.

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

Zulkifli, W. S. W., Ab Rahman, S., Awang, K. W. and Che Man, Y. B. (2011). Developing the Framework of Halal Friendly Tourism in Malaysia. *International Business Management*, 5 (6), 295-302.