



Republic of Turkey
Kastamonu University



Republic of Turkey
HALAL
ACCREDITATION
AGENCY



IHATO

2 INTERNATIONAL HALAL TOURISM CONGRESS

04 - 06th APRIL 2019

PROCEEDINGS BOOKS

Main Sponsors

TİKA

tatila.com
luzurlu, güvenle

wome
DELUXE

KEYİF TURİZM
kongre & organizasyon

RAMADA
RESORT BY WYNDHAM
ERCIYES

islamitatila.com
luzurlu, güvenle

THE QASR BODRUM
LUXURY RESORT & SPA

GRAND ÖZGÜL
YERDAL - ÇBA - YATIL KUVVİ

KaabaReisen
Hacısch&Imra
Halal Tourism

HEHAL GEZİ
SEYAHATİN
AYRICALIĞI HALI



**2nd INTERNATIONAL
HALAL TOURISM CONGRESS**

04-06 APRIL 2019

ALANYA / TURKEY

PROCEEDINGS BOOKS

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

2nd INTERNATIONAL HALAL TOURISM CONGRESS

Editors

Assist. Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU

Prof. Dr. Kutay OKTAY

Typesetting

Assist. Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU

Fethi Alperen KAYNAŞ

Cover Design

Ramazan YAŞAR

ISBN: 978-605-4697-27-4

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

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

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

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

Contact

Kastamonu University, Tourism Faculty

Kuzeykent Campus 37100, Kastamonu / TURKEY

E-mail : turizm@kastamonu.edu.tr

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

Tel : (0 366) 280 37 00 – 37 06

Phone Number : (0 366) 215 13 64

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

SCIENTIFIC COMMITTEE

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

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

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

EXECUTIVE COMMITTEE

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

SECRETARIAT

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

CONTENTS

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

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

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

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

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

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

Yerli Halkın Helal Otelere Bakış Açısı: Afyonkarahisar Örneği

Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Turizm Fakültesi
mboyraz@aku.edu.tr

Özet

Bu araştırmanın amacı, Afyonkarahisar’da yaşayan yerel halkın helal otellere yönelik tutumlarının belirlenmesidir. Bu doğrultuda, demografik ve helal otellerde konaklama değişkenleri açısından katılımcı tutumlarının farklılaşmış olup olmadığını tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın evreni, Afyonkarahisar il merkezinde yaşayan, 25 yaş ve üzeri helal otel işletmeleri hakkında bilgi sahibi yerel halktan insanları kapsamaktadır. Veri toplama aracı olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği benimsenmiş ve kolayda örnekleme 01-30 Nisan 2018 tarihleri arasında 270 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır. Verilerin çözümlenmesinde tanımlayıcı analiz, frekans analizi, güvenilirlik analizi, aritmetik ortalama, Mann-Whitney U testi ve Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarının pozitif yönlü, yüksek ve fiyata karşı duyarlı olduğu, dini hassasiyetlerinden ötürü bu tür tesislerde temel hizmetleri almaya öncelikli olarak dikkat ettikleri ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarının cinsiyet ve daha önce bu otellerde konaklama yapma durumu ile tatil yapma şekli değişkenleri açısından farklılık gösterdiği; yaş, medeni durum, eğitim ve helal otellerde yıllık tatil sayısı değişkenleri bakımından ise herhangi bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Helal Turizm, Helal Oteller, Tutum, Yerel Halk, Afyonkarahisar.

PERSPECTIVE OF LOCAL RESIDENTS TOWARDS HALAL HOTELS: AFYONKARAHISAR CASE

Abstract

The purpose of this study is to determine the attitudes of the local resident who live in Afyonkarahisar towards the halal hotels. In this respect, it is aimed to identify whether participant attitudes differ in terms of variables in demographic and halal hotels accommodation. The population of the study includes people from the local community who are older than 25 years and have knowledge about halal hotels in Afyonkarahisar city center. The questionnaire technique was used as a data collection tool and using convenience sampling 270 questionnaires were collected at April 01-30 2018. In order to analyze data; descriptive statistics, frequency analysis, arithmetic mean, standard deviation, reliability analysis, Mann-Whitney U test and Kruskal Wallis test were used. According to the results obtained, it was found that the attitudes of the participants towards the halal hotels were positive, high and price sensitive, and they paid attention to receive basic services in such facilities due to their religious essentials. As a result of the research, it was determined that the attitudes of the participants towards the halal hotels differed in terms of gender and the whether staying or not in these hotels and accompanying types of holiday. However, there is no difference in terms of age, marital status, education level and number of annual vacations.

Keywords: Halal Tourism, Halal Hotels, Attitude, Local Residents, Afyonkarahisar.

GİRİŞ

İlahi dinlerde yasaklanmamış, serbest alanı ifade eden helal kavramı, İslam dininde ise Allah’ın Kur’an-ı Kerim’inde yasaklamadığı her şeyi kapsamaktadır. “Helal” denilince genellikle ilk olarak gıda aklı gelmekte ve hayvansal ürünlerle sınırlandırılmaktadır. İslam’a göre helal gıdadan ibaret olmayıp bakmanın, yatmanın, konuşmanın, çalışmanın ve kazancın da helali vardır (Gelir, 2017:22). Diğer taraftan 2010 yılında Bursa’da kurulan Dünya Helal Birliği’ne (World Halal Union) göre “helal” ise tarım, gıda, kozmetik ve kimyasal ürünler, yenilenebilir enerji, turizm, finans, hizmet yeri ile ulaşım ve lojistik gibi alanlarda hilesiz, zararsız ve İslam inancına uygun olan ürün ve hizmetleri kapsamaktadır (Dünya Helal Birliği, 2019).

Tüm yeryüzü barışını hedefleyen İslam, seyahat etme özgürlüğünü temel insani bir hak olarak görmektedir. Bu haktan her seviyedeki insanın yararlanabilmesi için, İslam diğer dinlerde olmayan "yolcuya hizmet ibadettir" anlayışı ile seyahatin önündeki engelleri kaldırmayı amaçlamıştır. Yine

İslam, bu nitelikli seyahatin gerçekleşmesine yönelik olarak yolculuğun manen olduğu kadar madden de temiz, huzurlu bir ortamda, düzenli bir şekilde gerçekleşebilmesi için ayrıntıya varan bir takım kurallar koymuş, gereken her türlü önlemi almış ve her türlü kolaylığı sağlamıştır. Yolculara vadettiği dünyevi ve uhrevi müjdelerle, bu kuralların yerine getirilmesine özen göstermiştir (Akpınar, 2017:17).

İslam maceraya yönelik, gayesiz, anlamsız ve başıboş turizm hareketlerini günah yolculukları olarak değerlendirmiş ve bunlara sıcak bakmamıştır. İslam'a göre ruh ve beden için sıhhat sebebi olarak nitelendirilen seyahat, aynı zamanda kişiye sevap kazandıran bir ibadet olmalıdır. Dünya'da ki Müslüman nüfusunun hızlı artışı ve Müslümanların yükselen alım güçleri ile birlikte, seyahat ve turizm sektöründe ki yerleri de değişmeye başlamıştır. Turizm kavramının yaygınlaşmasında ve kurumsal bir hal almasında aktif rol oynayamayan Müslümanlar (Akpınar, 2017:8), inançları doğrultusunda talepleri ile kendiliğinden yön bulan ve çok hızlı ilerleme kaydeden, turizm endüstrisinde yükselen değer olarak adlandırılan helal turizm pazarı dünya turizm literatürüne girmiş (Çetin, 2017:18) ve önemli ülkelerin dikkatini çekmeyi başarmıştır. Böylece İslami seyahat kavramının amaçlarından farklı bir şekilde doldurulmuş olan turizm kavramı artık İslami çerçevede de ele alınmaya başlanmış ve ortaya helal tatil, helal seyahat, helal otel, helal yiyecek, helal ulaşım, helal eğlence vb. gibi farklı kavramlar çıkmıştır.

Turizm sektöründe helal uygulamaların başında konaklama hizmetleri gelmekte olup helal konseptli otel işletmelerinin sayısı son yıllarda artmaya başlamıştır. Bu doğrultuda farklı ülke kuruluşları ile uluslararası örgütler helal turizm kapsamında girişimler başlatmış ve bu kapsamdaki hizmet vermek isteyen otel işletmeleri için belirli standartlar geliştirmek için çalışmaktadırlar. Helal konseptle hizmet verdiğini beyan eden konaklama işletmelerinde sunulan hizmet ve ürünler benzerlikler gösterdiği gibi özgün farklılıklar da içerdiği (Boyraz vd., 2017a) için birtakım standartların getirilmesi kaçınılmaz bir hal almıştır. Türk Standartları Enstitüsü (TSE) bu kapsamda 2016 Şubat ayında TS 13683 standart numarası ile "Helal Yönetim Sistemleri-Oteller" adı ile helal konseptli otel işletmelerinin belgelendirilmesi ve bu doğrultuda dikkat edilmesi gereken ölçütleri helal şartlar altında sıralamıştır. Bu tür otellere yönelik literatürde birçok farklı görüş ortaya atılmış olup henüz küresel ölçekte helal otellerin nitelikleri ve sınırları kesin olarak belirlenememiştir (Boyraz vd., 2017b). Nitekim Soybal vd.'nin (2017) "Helal Konseptli Konaklama İşletmeleri Kriter ve Uygulamalarının Karşılaştırılması" başlıklı çalışma sonuçları da helal turizm alan yazınında yer alan otel işletmelerinde bulunması gereken özellikler ve "TS 13683: Helal Yönetim Sistemi – Oteller" standardında yer alan helal şartlar ile İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) tarafından Şubat 2016 yılında yayınlanan "Müslüman Dostu Turizm: İİT Üyesi Ülkelerde Arz ve Talep Bileşenlerini Anlamak" isimli raporda yer verilen helal şartlar birbirilerinden önemli derecede ayrışması, standart düzeyinin çok düşük olması bu düşünceyi desteklemektedir. Bu noktada, sorunun çözümünde belirleyici rol oynayacak turistlerin helal otellere yönelik talepleri ile algı, tutum ve beklentileri önem arz etmektedir. Araştırma kapsamında ise bu düşünceye paralel olarak Afyonkarahisar'da yaşayan ve helal oteller hakkında bilgi sahibi olan yerel halkın bu otellere ilişkin tutumlarının ortaya konması hedeflenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Helal turizm, yerli ve yabancı literatürde yazarlar ile kurumlar tarafından kapsamı ve içeriği farklı şekillerde ele alınan bir kavramdır. İlk olarak Din (1989:552) tarafından İslami motivasyona sahip turistlerin İslami ilkelere uygun gerçekleştirilmiş olduğu turizm faaliyeti olarak tanımlanan helal turizm, TSE (2016) tarafından ise Müslümanlar tarafından İslami değerler çerçevesinden dinlenmek, giyinmek, beslenmek, eğlenmek, görmek, tanımak ve aynı zamanda ibadetlerini rahatlıkla yapabilmek üzere düzenlenen geziler ile bir ülkeye gezgin (turist) çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü olarak ifade edilmiştir. Helal otel ise İslami kurallara göre dizayn edilmiş asıl fonksiyonu geceleme ihtiyacını sağlamak olan ve bu hizmetin yanında yeme, içme ve eğlenme ihtiyaçlarını İslami kural ve inançlara uygun biçimde karşılayan tesislerdir. Bu tesislerde İslam dinince yasaklı olan domuz eti ve alkol gibi ürünler bulunmamakta, müşterilerin ibadetlerini gerçekleştirmesine yardımcı olacak imkânlar sağlanmakta ve havuz, spa gibi bazı hizmetler erkekler ve kadınlar için ayrı ayrı sunulmaktadır (Arpacı, 2015:17). Türkiye'de faaliyet gösteren helal konseptli otellere ilişkin resmi bir istatistik bulunmamakta, ancak konu ile ilgili birtakım araştırmacılar tarafından bu tür tesislere yönelik belirli sayılar ortaya atılmıştır. Boyraz ve arkadaşları (2017a) yaptıkları araştırma

ile helal konseptteki tesisler hakkında bilgi içeren blog, forum, seyahat acentaları ve online satış kanallarından oluşan 40 farklı web sitesi aracılığıyla Türkiye’de farklı tür ve sınıflarda hizmet veren 251 adet helal otelin faaliyet gösterdiğini tespit etmişlerdir.

Literatürde helal otellere yönelik algı, tutum ve/veya beklentiyi inceleyen gerek ulusal gerek uluslararası düzeyde yerel halk, tüketici, misafir ya da turistler üzerine yapılmış çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu kapsamda literatürde yer alan çalışmalar arasında; Hacıoğlu vd. (2015) Afyonkarahisar’daki 5 yıldızlı otellerde konaklayan yerli turistler, Serçek vd.(2017) Diyarbakır’daki tüketiciler, Boyraz vd. (2017b) Afyon Kocatepe Üniversitesi öğretim üyeleri, Zengin vd. (2017) Sakarya’daki yerel halk, Güzel ve Güzel (2017) halalbooking.com online tatil ağı, Tekin ve Turhan (2017) Antalya’da ikamet eden, İslami Otelcilik hizmetleri veren işletmelerde kalan kişiler, Dinçer vd. (2017) İstanbul’u ziyaret eden yerli turistler, Sandıkcı vd. (2017) Ankara ve İstanbul’da helal konseptle hizmet veren otellerde konaklayan yerli turistler, Hacıoğlu ve Oflaz (2017) Antalya/Alanya’da helâl konseptli hizmet veren konaklama tesislerinin müşterileri, Sezer (2017) ise Ordu ilindeki konaklama tesislerinin yetkilileri üzerine yapılmış araştırmalar yer almaktadır. Yabancı literatürde ise Ahmat ve arkadaşları (2012) helal konaklama tesislerinde hizmet alan müşteriler, Mohamed (2014) Brunei Sultanlığında yerli ve yabancı turistlerin ve Mansouri (2014) Bangkok’ta otellerde konaklayan misafirler üzerine araştırmalar yapmışlardır.

Hacıoğlu ve arkadaşları (2015) Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren beş yıldızlı termal otellerde konaklama yapan 398 yerli turist üzerine yaptıkları araştırma kapsamında katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarını tespit etmeyi amaçlamışlardır. Bu kapsamda sekiz farklı değişken açısından hipotez kurulmuş ve yedisine yönelik ortalamaların farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu değişkenler arasında sırasıyla; katılımcıların medeni durumu, yaş, eğitim düzeyi, mesleği, çocuk sahipliği durumu, helal konseptli otel ile ilgili bilgi sahibi olma ile daha önce bu tür otellerde konaklama durumu yer almaktadır. Araştırma kapsamında sadece cinsiyet değişkeni açısından katılımcı görüşleri arasında bir farklılık görülmemiştir. Serçek ve arkadaşları (2017) Diyarbakır ilinde ikamet eden 485 tüketici üzerine yaptıkları araştırmada, katılımcıların helâl turizm konsepti uygulamalarına yönelik algılarını incelemişlerdir. Herhangi bir hipotez kurulmayan araştırmada, tüketicilerin helâl turizm konseptli otel işletmelerine yönelik tutumlarının olumlu olduğu, en fazla önem verilen konunun “tesislerin İslami finansal uygulamalara göre yönetilmesi” ve “bekar bayan ve erkekler ile ailelerinin katlarının ayrı olması” en az önem verilen değerlerin ise “bayan ve erkeklerin etkinlik alanlarının ayrılması” ile “muhafazakar tesislerin sınıflandırılmasında hilal vb., sistemlerin uygulanması” olarak öne çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Boyraz ve arkadaşları (2017b) tarafından Afyon Kocatepe Üniversitesi öğretim üyeleri (158 kişi) üzerine yapılan araştırmada, katılımcıların Müslüman dostu konaklama işletmelerine yönelik tutumları incelenmiş ve ele alınan 12 değişkenden altısı açısından ortalamaların farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu değişkenler öğretim üyelerinin; yaşına, bu tür tesisler (de) hakkında bilgi sahibi olma düzeyi, daha önce konaklama durumu, yıllık tatil sıklığı, tercih sıklığı ve tatil yapılan kişi(ler) türü olarak öne çıkmıştır. Zengin ve arkadaşları (2017) Sakarya’da yaşayan yerel halktan 408 kişi üzerine yaptıkları araştırmada katılımcıların helâl turizm konseptine olan bakış açısının tespit edilmesini amaçlamıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların çoğunun dini konularda hassas oldukları, tatillerini geçirirken dinin emir ve yasaklarına göre tatil yapmak istedikleri, fakat “Helâl Turizm Konseptli Otel İşletmelerinin” varlığı hakkında %65,9’unun bilgisi olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcılar için en hassas konu helal yiyecekler ile kadın ve erkek için ayrı kullanım alanların olması, en az önemsenen değerler ise kadın personelin erkek misafirlere, erkek personelin kadın misafirlere hizmet etmesi ve otelde konaklayan kişilerin kıyafetleri olarak araştırmada öne çıkmıştır.

YÖNTEM

Araştırmanın amacı, termal turizm kenti Afyonkarahisar’da yaşayan yerel halkın helal otellere yönelik algı ve tutumlarını ortaya koymaktır. Bu doğrultuda demografik değişkenleri olarak cinsiyet, yaş, medeni durum ile eğitim olmak üzere dört; helal otel değişkenleri olarak ise bu tür otellerde daha önce konaklama durumu, yıllık tatil sayısı ile tatil biçimi açısından katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarında herhangi bir farklılaşma oluşup oluşmadığı tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Belirtilen her

bir değişken için helal otellere yönelik tutumlardaki anlamlı farklılıkları test etmek amacıyla yedi farklı temel hipotez belirlenmiştir. Araştırmanın evreni, Afyonkarahisar il merkezinde yaşayan ve helal otel işletmeleri (muhafazakar oteller) hakkında bilgi sahibi olan 25 ve üzeri yaş grubunda yer alan yerel halktan insanları kapsamaktadır. Yaş sınırı getirilmesinin nedeni bireylerin eğitimlerini tamamlamaları, kendi kararlarını alabilecek düzeye veya evlilik çağına gelmiş olabilecekleri varsayımı ve araştırmanın güvenilirliği ile geçerliliğini artırmaya yönelik gerçekleşmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği benimsenmiştir. Bu doğrultuda, kolayda örnekleme ile belirtilen ön şartlar çerçevesinde 2018 yılı 01-30 Nisan tarihleri arasında araştırmaya katılmayı kabul eden 270 kişiye yüz yüze anket uygulanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik altı ve genel tatil alışkanlıkları ile helal otellerde konaklamaya yönelik sekiz olmak üzere toplamda 14 tanımlayıcı soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise, Boyraz ve arkadaşları (2017b) ile Hacıoğlu ve arkadaşlarının (2015) çalışmalarında kullanılan ölçek temel alınarak oluşturulan katılımcıların helal konseptli otellere ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik beşli Likert tipi derecelendirmeye tabi tutulmuş 21 önermeye yer verilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısının (,932) yüksek derecede güvenilir olduğu belirlenmiştir. İkinci olarak yapılan homojenlik testi sonuçlarında (Kolmogorow-Smirnow p:.,000 > p:.,005) verilerin normal dağılım göstermediği, bu sebeple de ortalama farklarının incelenmesinde parametrik olmayan testlerin kullanılmasının uygunluğu ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda elde edilen verilerin çözümlenmesine ilişkin istatistik paket programı aracılığıyla betimsel istatistiklerden tanımlayıcı analiz ve frekans analizi ile ilişkisel istatistiklerden güvenilirlik analizi ile parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi ve Kruskal Wallis testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan yerel halkın tanımlayıcı istatistiklerine yönelik bilgilere Tablo-1'de yer verilmiştir. Bu kapsamda demografik olarak cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, meslek ve aylık gelir değişkenleri ele alınmıştır. Tablo-1'deki verilere göre araştırmaya katılan yerel halkın çoğunluğunun (%59,6) erkek, kalan %40,4'ünün ise kadın olduğu görülmektedir. Yaş aralığı olarak katılımcıların %57'sinin 25-34 arası genç yaş grubunda, %32,3'ünün 35-54 arası orta yaş aralığında, geri kalan bölümünün ise 55 yaş ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan her dört katılımcıdan birisinin medeni durumun evli statüsünde, her üç kişiden ikisinin ise üniversite düzeyinde bir eğitim aldığı görülmektedir. Meslek türü bakımından katılımcılar arasında belirgin bir farklılaşma görülmezken, aylık gelir düzeyi açısından ise %57,4'ünün asgari ücret veya yakın bir aralık diliminde yer aldığı, her üç kişiden birisinin ise 4000 TL'nin üzerinde bir gelire sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Özellik	Değişken	n	%	Özellik	Değişken	n	%
Cinsiyet	Kadın	109	40,4	Medeni Durum	Bekâr	59	21,8
	Erkek	161	59,6		Evli	197	73,0
					Dul	14	5,2
Yaş	25 - 34	154	57,0	Eğitim	Okur / Yazar	14	5,2
	35 - 44	55	20,4		İlk ve Orta Öğretim	25	9,3
	45 - 54	32	11,9		Lise	49	18,1
	55 yaş ve üzeri	29	10,7		Önlisans/Lisans	153	56,7
					Lisansüstü	29	10,7
Meslek	İşçi	52	19,3	Gelir	Asgari Ücretin Altı	34	12,6
	Memur	41	15,2		Asgari Ücret	84	31,1
	Eğitimci	43	15,9		2000 - 3000 TL	37	13,7
	Serbest Meslek	26	9,6		3001 - 4000 TL	26	9,6
	Diğer	108	40,0		4001 TL ve üzeri	89	33,0

Tablo-2'de katılımcıların helal otellerde konaklamaya ve genel tatil tercihlerine ilişkin tanımlayıcı değerler yer almaktadır. Bu doğrultuda, katılımcıların tamamı helal konseptli oteller hakkında bilgi sahibi olmasına rağmen sadece %54,4'ünün daha önce bu otellerde konaklama deneyimi yaşadığı görülmektedir. Bunların ise tatil sıklığı bakımından yılda ortalama %55,8'i bir defa, %36,1'i iki defa ve

geri kalan %8,1'i ise en az üç defa helal otelleri tercih ettiği belirlenmiştir. Katılımcılar helal otellerde tatil biçimi olarak %66,3 ile en çok çekirdek ailesiyle birlikte, onu takiben %14,8'i arkadaşlarıyla veya %8,2'si tek başına konaklamayı tercih etmektedirler. Helal oteller hakkında bilgi sahibi olmak açısından %40,4 ile sosyal çevre ön planda yer alırken, onu %23,7 düzeyinde internet takip etmekte, televizyon ve radyo reklamları ise %18,1 ile katılımcılar üzerinde etkili olmaktadır. Tatil motivasyonlarına bakıldığında, katılımcıların çoğunluğunun %32,2 ile dinlenme ve eğlenme, %28,9'unun yeni insanlar tanıma ve %19,6'sının ise yeni yerler görme arzusunda oldukları ifade edilmiştir. Katılımcıların %65,9'unun 3000 TL ve altında bir bütçeyi ve sadece %8,5'inin 7000 TL ve üzerinde yıllık olarak tatil için ayırdığı görülmektedir. Konaklama tesislerine karar verirken katılımcıların %43,0'u internet vasıtasıyla ve %41,9'u ise arkadaş veya dost tavsiyesi ile konaklama tesisi seçimi yaptığını belirtirken yalnızca %7,4'ünün doğrudan seyahat acentalarını kullandığı tespit edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Tatil Tercihlerine İlişkin Dağılımlar

Özellik	Değişken	n	%	Özellik	Değişken	n	%
Helal Otelde Konaklama Durumu	Evet	147	54,4	Helal Otelde Yıllık Tatil Sayısı	1 defa	82	30,4
	Hayır	123	45,6		2 defa	53	19,6
					3 defa ve üzeri	12	4,4
Helal Otelleri Tercih Sıklığı	Hiçbir zaman	101	37,4	Helal Otelde Tatil Biçimi	Yalnız	22	8,2
	Bazen	118	43,7		Aile ile	179	66,3
	Sıklıkla	37	13,7		Arkadaşlar ile	40	14,8
	Daima	14	5,2		Diğer	29	10,7
Helal Otel Bilgi Kaynağı	Sosyal Çevre	109	40,4	Konaklama Tesisi Seçim Aracı	İnternet	116	43,0
	İnternet	64	23,7		Arkadaş Tavsiyesi	113	41,9
	Tv / Radyo	49	18,1		Seyahat Acentası	20	7,4
	Gazete / Dergi	21	7,8		Tv / Radyo	7	2,6
	Seyahat Acentası	18	6,7		Diğer	14	5,2
	Diğer	9	3,3				
Tatil Motivasyon Aracı	Dinlenme-Eğlenme	87	32,2	Yıllık Tatil Bütçesi	0-3000 TL	178	65,9
	Yeni İnsanlar Tanıma	78	28,9		3001-5000 TL	69	25,6
	Yeni Yerler Görme	53	19,6		5001-7000 TL	14	5,2
	İş	27	10,0		7001 TL ve üzeri	9	3,3
	Sağlık	25	9,3				

Yerel halkın helal otellere yönelik tutumların belirlenmesine yönelik ifadeler ile katılımcıların bu ifadelere verdikleri cevaplar sonucunda ortaya çıkan aritmetik ortalamalar, standart sapma değerleri ve ilgili ifadeler çıkartıldığı takdirde yeni Cronbach's alpha değerleri Tablo-3'te yer verilmiştir. İfadelere verilen cevapların ortalamalarına bakıldığında değerlerin 4,33 ile 3,19 arasında değiştiği ve ölçek ortalamasının ise 3,72 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu durum katılımcıların helal otellere yönelik bilgi düzeyinin yüksek olduğunu, diğer bir ifadeyle araştırmanın ön şartı olan bu tür oteller hakkında bilgi sahibi olma şartının çıkan bu sonuçları destekler nitelik taşıdığını göstermektedir. Araştırmada en yüksek ortalama değer 4,33 ile "Tesis içerisinde mescitlerin olması önemlidir." ifadesine, en düşük ortalama ise "Fiyatlar fazla bile olsa yine de muhafazakâr otellerde konaklamayı tercih ederim." önermesine ilişkin olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarının pozitif yönlü ve fiyata karşı duyarlı olduğu, ayrıca dini hassasiyetlerinden ötürü bu tür tesislere olan ilgilerinin de yüksek çıkması, gerek en düşük gerek en yüksek ortalamaya sahip ifadelerin işaret ettiği bir sonuç niteliğindedir. Bununla birlikte en yüksek ve en düşük ortalamaya sahip ilk üçer ifade değerlendirildiğinde, katılımcıların helal otellerde dini inançlarına uygun gıda, mahremiyet ve düzenli ibadete yönelik temel hizmetleri almaya öncelikli olarak dikkat ettikleri, mimari tasarım ve ek hizmetleri ise en son planda tuttukları görülmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Helal Otelere Yönelik Görüşleri

Ölçekte Yer Alan İfadeler	x	s.s.	α
1. İncancım gereği muhafazakâr konseptli konaklama tesislerini tercih ederim.	3,59	1,28	,926
2. Muhafazakâr konseptli konaklama tesislerini, sunduğu ürün ve hizmetleri için tercih ederim.	3,55	1,21	,928
3. Evlilik belgesi olmayan çiftlerin otele alınmaması önemlidir.	3,83	1,34	,929
4. Helal yiyecek içecek servisinin yapılması önemlidir.	4,24	,94	,930
5. İnsan şeklini tasvir eden sanat türlerinin olmaması önemlidir.	3,35	1,26	,928
6. Personelin inançlı kişilerden seçilmesi önemlidir.	3,46	1,22	,929
7. Gece kulüplerinin olmaması önemlidir.	3,41	1,29	,929
8. Muhafazakâr konaklama tesislerine eşimi ve çocuklarımı bırakıp, işime dönebilirim.	3,44	1,13	,933
9. Tuvaletler ile yatakların yönleri kibleye bakmayacak şekilde düzenlenmesi önemlidir.	4,16	1,04	,929
10. Her bir odada Kuran'ı Kerim, seccade ve tespih olması önemlidir.	4,01	1,03	,928
11. Tesis içerisinde mescitlerin olması önemlidir.	4,33	,87	,931
12. Dini içerikli serbest zaman değerlendirme aktivitelerinin bulunması önemlidir.	3,97	1,01	,929
13. Oda servisinde personellerin odalara mahremiyet ilkelerine uyarak girmesi önemlidir.	4,26	1,01	,930
14. Bayan ve erkeklerin etkinlik alanlarının ayrılması önemlidir	3,72	1,19	,926
15. Bekâr bayan ve erkekler ile ailelerin katlarının ayrı olması önemlidir.	3,59	1,23	,928
16. Bayan personellerin bekâr bayan müşterilerle, erkek personellerinde bekâr erkek müşterilerle ilgilenmesi önemlidir.	3,41	1,30	,925
17. Tesislerinin İslami finansal uygulamalara göre yönetilmesi önemlidir.	3,70	1,11	,927
18. Bayan ve erkek müşteriler için İslami kurallara uygun kıyafetler giymeleri önemlidir.	3,73	1,08	,926
19. Muhafazakâr otellerin sınıflandırılmasında belgelendirme sistemlerinin uygulanması gerekir.	3,93	,99	,928
20. Fiyatlar fazla bile olsa yine de muhafazakâr otellerde konaklamayı tercih ederim.	3,19	1,27	,928
21. Muhafazakâr konaklama tesislerinde konaklamanın güvenli ve konforlu olduğuna inanıyorum.	3,61	1,06	,929
Mean: 3,738 Standart Deviation: ,74281 Cronbach's Alpha: ,932			

x: ortalama değer, s.s: standart sapma, α : ifade çıkarıldığında Cronbach's alpha

Katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarının katılımcıların demografik özelliklerine ve helal otellerde konaklama durumlarına göre karşılaştırılması ve bu bağımsız değişkenler açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Mann-Whitney U testi ile Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Bu doğrultuda Tablo-4'te yer verilen Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, cinsiyet değişkeni açısından %99 güvenilirlik düzeyinde $p=,000 < p=,05$ olduğu için cinsiyete göre katılımcıların helal otellere yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş, dolayısıyla da ilgili hipotez kabul edilmiştir. Buna göre erkeklerin 153,29 ile kadınlardan (109,22) daha yüksek ortalama sırasına sahip olduğu, diğer bir ifadeyle erkeklerin kadınlara göre helal otellere yönelik hassasiyet düzeylerinin daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Helal otellerde daha önce herhangi bir konaklama yapıp yapılmaması bakımından katılımcıların bu tür otellere ilişkin tutumları karşılaştırıldığında, cinsiyete benzer şekilde %99 güven aralığında $p=,000 < p=,05$ olduğu için helal otellerde en az bir defa konaklayanlar ile daha önce herhangi bir konaklama yapmayan katılımcıların bu otellere yönelik tutumları arasında farklılık oluşmuştur. Böylece bu değişken açısından kurulan hipotez kabul edilmiştir.

Tablo 4: Katılımcı Tutumlarının Cinsiyet Değişkeni ve Helal Otellerde Konaklama Durumuna Göre Karşılaştırılmasına İlişkin "Mann-Whitney U" Testi Sonuçları

Özellik Türü	Değişken	N	Mean Rank	Mann Whitney U	Wilcoxon W	Z	p
Cinsiyet	Kadın	109	109,22	5910,000	11905,000	-4,552	,000*
	Erkek	161	153,29				
Helal Otelde Konaklama	Evet	147	155,49	6102,000	13728,000	-4,601	,000*
	Hayır	123	111,61				

*: $p < 0,01$, %99 güvenilirlik düzeyinde anlamlı farklılık

Katılımcıların helal otellere ilişkin tutumlarının katılımcıların demografik ve helal otellerde konaklama alışkanlıklarına göre karşılaştırılmasına ilişkin Kruskal Wallis testi sonuçları Tablo-5'de verilmiştir.

Buna göre %95 güven aralığında demografik değişkenlerden yaş açısından $p=,282 > p=,05$ olduğu için yaş aralığı gruplarında; katılımcıların medeni durumları bakımından elde edilen $p=,229 > p=,05$ sonucundan dolayı bekar, evli ve dul bireyler arasında ve eğitim açısından da yine $p=,441 > p=,05$ olduğu için öğrenim seviyelerine göre katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarında herhangi bir anlamlı farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir. Bu durumda, ilgili üç demografik değişken için kurulan hipotezler reddedilmiştir. Diğer taraftan, helal otellerdeki yıllık tatil sayısı değişkeni bakımından katılımcıların tutumları incelendiğinde, %95 güvenilirlik düzeyinde gruplar arasında yine ortalama değerlerde herhangi bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir. Anlamlılık düzeyi olarak $p=,288 > p=,05$ olduğu için bu değişkene yönelik hipotez de kabul edilmemiştir. Son olarak, katılımcıların helal otellerdeki tatil biçimi olarak kim ya da kimlerle birlikte konaklama yaptığını göre bu otellere yönelik tutumlarındaki farklılık durumu test edilmiş ve $p=,032 < p=,05$ düzeyinde bir anlamlılık tespit edilmiştir. Buna göre %95 güven aralığında ailesi ile helal otellerde konaklayan katılımcıların bu tesislere ilişkin tutumlarının diğer tatil biçimlerinde konaklamayı tercih eden bireylere göre daha belirgin ve yüksek bir ortalama değere sahip olduğu ve anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5: Katılımcı Tutumlarının Demografik ve Helal Otelleri Tercih Etme Özellikleriyle Karşılaştırılmasına İlişkin “Kruskal Wallis” Testi Sonuçları

Özellik Türü	Değişken	N	Mean Rank	Chi Square	Asymp, Sig.
Yaş	25 – 34	154	127,51	3,816	,282
	35 – 44	55	144,39		
	45 – 54	32	146,63		
	55 yaş ve üzeri	29	148,78		
Medeni Durum	Bekar	59	120,81	2,950	,229
	Evli	197	140,36		
	Dul	14	129,07		
Eğitim	Okur / Yazar	14	98,07	3,965	,441
	İlk / Orta Öğretim	25	136,76		
	Lise	49	142,78		
	Önlisans / Lisans	153	134,88		
	Lisansüstü	29	143,48		
Helal Otelde Yıllık Tatil Sayısı	Bir	82	78,07	2,956	,228
	İki	53	71,69		
	Üç ve üzeri	12	56,42		
Helal Otelde Tatil Biçimi	Yalnız	22	126,32	8,816	,032*
	Aile ile	179	145,24		
	Arkadaş ile	40	110,96		
	Diğer	29	116,21		

*: $p < 0,05$, %95 güvenilirlik düzeyinde anlamlı farklılık

SONUÇ ve ÖNERİLER

Helal turizmin gerek Müslüman ülkeler gerek Müslüman olmayan ülkeler tarafından bir niş pazar olarak hedef alınmasıyla küresel turizmin en hızlı büyüyen uygulamalarından birisi haline gelmiştir. Akademik yazında da giderek belirgin bir şekilde yer almaya başlayan önemli bir olgu haline gelen helal turizm, bu sayede yeni tür ve sınıflarda hizmet ve ürün sunan işletmelerin doğmasını sağlamıştır. Bu doğrultuda turizmde helal uygulamalar, konaklama hizmetleri başta olmak üzere, ulaşım hizmetleri ve terminaller, sağlık hizmetleri, alışveriş ve kongre merkezleri, spor ve etkinlik alanları, tur operatörleri ve seyahat acentaları gibi birçok alanda yaygınlaşmaya başlamıştır. Turizmin en önemli yapıtaşlarından biri olan konaklama işletmeleri arasında helal konseptte hizmet vermeyi benimseyen tesisler ise müşterilerinin istek ve beklentilerine yönelik İslami kural ve inanışlar çerçevesinde hizmet sunan işletmeler olarak nitelendirilmektedir. Bu tür otellere yönelik çok farklı görüşlerin varlığı, küresel ölçekte henüz helal otellerin nitelik ve sınırlarının kesin olarak belirlenememiş olması nedeniyle konuya yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesinde en önemli paydaş olarak turistlerin/tüketicilerin helal otellere ilişkin tutum ve beklentilerinin açığa çıkartılması önem arz etmektedir. Araştırmada ise bu düşünceye paralel olarak

Afyonkarahisar’da yaşayan ve helal oteller hakkında bilgi sahibi olan yerel halkın helal otellere ilişkin tutumları incelenmiş ve bu kapsamda literatüre katkı sunulması hedeflenmiştir.

Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarının genel olarak pozitif yönlü, yüksek ve fiyata karşı duyarlı olduğu, dini hassasiyetlerinden ötürü bu tür tesislerde temel hizmetleri almaya öncelikli olarak dikkat ettikleri ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarının cinsiyet ve daha önce bu otellerde konaklama yapma durumu ile tatil yapma şekli değişkenleri açısından farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Cinsiyet değişkeni açısından erkeklerin kadınlardan; daha önce en az bir defa helal konseptli otellerde konaklayan katılımcıların, helal oteller hakkında bilgi sahibi olmasına rağmen henüz bu tür tesislerde konaklama yapmamış katılımcılara göre ve son olarak helal konsepti otellerde ailesi ile birlikte tatil yapmayı tercih eden katılımcıların yalnız veya arkadaşı ile konaklamayı tercih eden bireylere göre helal otellere ilişkin tutumlarının daha yüksek düzeyde olduğu ve belirtilen gruplar bakımından ortalama değerlerinin anlamlı farklılıklar gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada ele alınan değişkenler olarak yaş, medeni durum, eğitim ve helal otellerde yıllık tatil sayısı değişkenleri bakımından ise katılımcıların helal konseptli otellere yönelik tutumlarında herhangi bir farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir.

Araştırma bulguları ile literatürde yer alan araştırma sonuçları karşılaştırıldığında birtakım benzerlikler ve farklılıklar olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki, katılımcıların helal otellere yönelik tutumlarının genel olarak pozitif yönlü olmasına ilişkin Serçek vd., (2017), Zengin vd., (2017) ile Hacıoğlu ve Oflaz’ın (2017) araştırma sonuçları ile araştırma bulgularının aynı doğrultuda olması. Diğer taraftan, araştırmada ulaşılan ve katılımcılar açısından önemsiz olan “*Tesislerinin İslami finansal uygulamalara göre yönetilmesi önemlidir.*” ifadesinin Serçek vd., (2017) tarafından yapılan araştırmada en önemli ve en yüksek ortalamaya sahip olması, uygulama alanlarının farklılığından (Afyonkarahisar/Diyarbakır) dolayı ortaya çıkmış zıt sonuçlar olarak değerlendirilebilir.

Sınanan hipotezler bakımından sonuçlar karşılaştırıldığında, araştırmada elde edilen bulgular Hacıoğlu vd. (2017) ile Boyraz vd. (2017) tarafından yapılan araştırma sonuçları ile kısmi olarak benzerlikler taşımaktadır. Araştırma bulgularından cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, helal otellerde yapılan yıllık tatil sayısı bakımından katılımcı tutumlarındaki farklılaşma Hacıoğlu vd. (2017b)’nin araştırması ile zıt doğrultuda, helal otellerde konaklama durumu değişkeni açısından ise aynı doğrultuda bir sonuç doğurmuştur. Araştırma bulguları, Boyraz ve arkadaşlarının (2017b) yaptığı araştırma sonuçları ile cinsiyet, yaş ve helal otellerde tatil yapma sıklığı değişkenleri açısından farklılık, medeni durum, helal otellerde konaklama durumu ve tatil biçimi değişkenleri bakımında ise benzerlikler içermektedir.

Türk Standartları Enstitüsü tarafından Şubat 2016’da yürürlüğe giren “TS13683: Helal Yönetim Sistemleri – Oteller” isimli standart ile helal konseptli otel işletmelerinin belgelendirilmesi ve bu doğrultuda dikkat edilmesi gereken ölçütleri helal şartlar altında sıralamıştır. Yürürlüğe gireli iki yıl olmasına rağmen henüz Türkiye’de çok az otel bu belge için başvurmuş durumdadır. Görülen Tablo itibarıyla sadece standartların belirlenmesinin yeterli olmadığı, sektör temsilcilerine standardizasyonun öneminin anlatılması, gerekli bilgilendirmelerin ve tanıtımların yapılması, eğitimlerin organize edip verilmesi, belgelendirme süreçlerinin kısaltılması ve uygulamaların hızlandırılması, gerekli teşviklere ortam sağlanması ve uygunluk denetimlerinin de gerçekleştirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Araştırma sonucunda katılımcıların demografik özelliklerinden ziyade helal otellere ilişkin özellikleri göre belirgin farklılıkların görülmesi bu öneriyi doğrular niteliktedir. Benzer şekilde konaklama işletmelerinin de bu kapsamda sundukları hizmetleri resmi bir kurum aracılığıyla tasdiklemesi işletmeler açısından rakipler karşısında rekabet üstünlüğü ve pazarlama avantajı sağlayabilir ve bu doğrultuda gelirlerini artırabilirler. Buna paralel olarak, helal turizm kapsamında helal otellerin arzının artırılması, bu noktada yeni tesis yatırımları için kolaylıklarının sağlanması ya da konsept değişikliği ile dönüşüm sağlayabilecek işletmelere de ilave teşvik uygulaması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Ahmat, N.H.C., Hidayat, A., Ridzuan, A. and Zahari, M.S.M. (2012). Customer Awareness Towards Syariah Copliant Hotel. 2012 International Conference on Innovation, Malacca. Malaysia: Management and Technology Research, 21-22 May, 125-128.
- Akpınar, A. (2017). Helal Turizme Katkı Açısından Kur'an Aydınlığında Seyahat, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 5-17.
- Arpacı, Ö. (2015). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Sezonlara Göre Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati ve Müşteri Değeri Üzerine Etkisi, Basılmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.
- Boyras, M., Mutluç, A.S ve Dikmen, H. (2017a). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Müslüman Dostu Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, The Journal of Academic Social Science, 5(41), 371-391.
- Boyras, M., Mutluç, A.S, Güvenen, Ö.A. ve Dikmen, H. (2017b). Öğretim Üyelerinin Müslüman Dostu Konaklama İşletmelerine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 160-179.
- Çetin, C. (2017). Dünyada Parlayan Yıldız Helal Turizm, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 18-19.
- Din, K.H. (1989). Islam and Tourism Patterns, Issues and Options, Annals of Tourism Research, 16, 542-463.
- Dinçer, F.İ., Atsız, O. ve Aslan, A. (2017). Müslüman Dostu Turizm (MDT) Kapsamında Yerli Turistlerin İstek ve Beklentilerini Belirleme: İstanbul'da Bir Araştırma, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 526-534.
- Dünya Helal Birliği (2019). Helal Kavramı. <http://dunyahelalbirligi.org>, Erişim Tarihi: 07.01.2019
- Gelir, A. (2017). Dünya'daki Helal Çalışmaların Dünü, Bugünü ve Hedefleri, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 22-23.
- Güzel, F.Ö. ve Güzel, B. (2017). Müşteri İslami Otellerden Ne Bekler? Halalbooking.com Üzerine Bir Değerlendirme, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 244-258.
- Hacıoğlu, N. ve Oflaz, M. (2017). Helâl Konseptli Konaklama Tesislerinde Tüketici Algılarının Belirlenmesi: Alanya Örneği, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 698-713.
- Hacıoğlu, N., Oflaz, M., Buzlukçu, C. ve Kılıç, A. (2015). Yerli Turistlerin Helâl (Muhafazakar) Konseptli Otelere Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Termal Otelleri Örneği. EITOC 1. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi Güncel Konular, Eğilimler ve Göstergeler. M. Akif Çukurçayır, Alaattin Başoda, Şafak Ünüvar, Mehmet Sağır, Müniver Çiçekdağı, Semih Büyükipçekçi (Ed.). Konya: Aybil Yayınları. 489-502.
- Mansouri, S. (2014). Role of Halal Tourism Ideology in Destianation Competitiveness: A study on Selected Hotels in Bangkok. Thailand. International Conference on Law, Education and Humanities (ICLEH), 30-31 January 2014, Pattaya, Thailand, 20-23.
- Mohamed, H.M. (2014). Promoting Islamic Tourism in Brunei: Through Customers Understanding Towards the Sariah Compliant Hotel Concepts. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Nottingham University, Malaysia.
- Sandıkçı, M., Çağlar, A. ve Güzel, C. (2017). Otellerde Konaklayan Turistlerin Helâl Hizmet Veren (Muhafazakâr) Otel Algıları Üzerine Bir Araştırma, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 561-574.
- Serçek, G.Ö., Karakaş, A. ve Serçek, S. (2017). Tüketicilerin Helâl Turizm Konsepti Uygulamalarına Yönelik Algıları, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 180-189.
- Sezer, İ. (2017). Ordu İlindeki Konaklama Tesislerinin Helâl Turizm Açısından Değerlendirilmesi, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 1007-1022.
- Soybalı, H. Boyraz, M. ve Dikmen, H. (2017) Helal Konseptli Konaklama İşletmeleri Kriter Ve Uygulamalarının Karşılaştırılması, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 259-275.
- Tekin, Ö.A. ve Turhan, A. (2017). İslami Otelcilik Hizmetlerinin Önem Düzeyi Üzerine Bir Araştırma, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 314-327.

Türk Standartları Enstitüsü (TSE). (2016), “*TS 13683 – Helal Yönetim Sistemi – Oteller*”, Ankara.
Zengin, B., Şen, L.M., Üstün, M. ve Bozkurt, E. (2017). Türk Halkının Helal Turizme Bakış Açısı: Sakarya İli Örneği, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09 Nisan 2017, Antalya, 211-220.