



ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 41, Mart 2017, s. 371-391

Yayın Geliř Tarihi / Article Arrival Date

11.01.2017

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

02.03.2017

Arř. Gör. Mehmet BOYRAZ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Turizm İřletmecilięi Bölümü
mboyraz@aku.edu.tr

Arř. Gör. Asilhan Semih MUTLUÇ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
smutluc@aku.edu.tr

Hatice DİKMEN

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği ABD Yüksek Lisans Programı
haticedikmen@hotmail.com

TÜRKİYEDE FAALİYET GÖSTEREN MÜSLÜMAN DOSTU KONAKLAMA İşLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAşTIRMA

Öz

Son yıllarda turizm işletmeleri arasında doğrudan muhafazakâr misafirlere odaklanan konaklama işletmelerinde artış görölmektedir. Bu çalışma Müslüman dostu konaklama işletmelerinin (MÜDOKİ) Türkiye'deki mevcut potansiyel durumunun ortaya konulmasını içermektedir. Araştırma kapsamında; Türkiye'deki faaliyet gösteren Müslüman dostu konaklama işletmelerinin farklı parametrelere göre sayılarının, bölge ve şehirlere göre konumlarının, sundukları ürün ve hizmet kapsamlarının, karakteristik özellikleri ile sınıflandırılma türlerini ve dağılımlarının ortaya koyulması hedeflenmiştir. Araştırmanın evrenine dair resmi bir istatistik olmamasından dolayı bu tesisleri tespit etmek amacıyla konuyla ilgili anahtar kelime havuzu oluşturulmuştur. Bu kelimeler vasıtasıyla internet üzerinde detaylı bir araştırma yapılarak bu konseptteki tesisler hakkında bilgi içeren blog, forum, seyahat acentaları ve online satış kanallarında oluşan 40 farklı web sitesi tespit edilmiştir. Bu web siteleri aracılığı ile veriler toplanmış ve Müslüman dostu ürün ve hizmet verme ih-

timali olan işletme sayısı 251 olarak belirlenmiştir. Bölge olarak en fazla MÜDOKİ 61 adet ile Ege Bölge'sinde yer alırken il olarak en fazla otel 41 adet ile Antalya'da yer almaktadır. MÜDOKİ'nin 10 tanesi 5 farklı uluslararası otel zincirine ait iken 30 tanesi 12 farklı ulusal otel zincirine ait otellerden oluşmaktadır. Grup ve zincir otellerin dışında kalan 169 otel ise bağımsız olarak faaliyet göstermektedir. MÜDOKİ'nin yaklaşık% 34'ü (71) sezonluk olarak, % 66'sı (138) tam zamanlı olarak 12 ay boyunca açık bulunmakta ve %31,58'ini (66) termal oteller oluştururken %25,38'i (53) kıyı otelleridir. Müslüman dostu konaklama işletmelerinde birtakım hizmetler ve sunulan ürünler birçok işletmede ortak olarak yer alırken bazı Müslüman dostu uygulamalarının ise yalnızca işletme nezdinde özgün birer hizmet sunumu olarak benimsendiği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Helal Turizm, Helal Otel, Müslüman Dostu Oteller, Müslüman Dostu Konaklama İşletmeleri

A RESEARCH ON MUSLIM-FRIENDLY ACCOMMODATION OPERATIONS IN TURKEY

Abstract

In recent years, there has been an increase in the number of accommodation businesses that focus on direct conservative guests among tourism businesses. This study covers the present potential situation of Muslim-friendly accommodation enterprises in Turkey. Within the scope of the research; according to the number of different parameters for operating in a Muslim-friendly accommodation enterprises (MFAE) in Turkey, according to the region and the location of the city, the scope of products and services they offer, aimed to put forward the classification of the types and distribution characteristics. Due to the lack of official statistics on the researcher's universe, a related keyword pool was established to identify these facilities. Through these words, detailed research was conducted on the internet and 40 different websites have been identified which are including blogs, forums, travel agencies and online sales channels that contain information about the facilities in this concept. Through these web sites, the number of enterprises that have gathered data and are likely to provide Muslim-friendly products and services has been determined as 251. According to findings; It has been determined that there are 209 MFAE in seven geographical regions and 38 different cities of Turkey. While most hotels locally are located in the Aegean region with 61, the largest number of MFAE in the province is in Antalya with 41. 10 of the MFAE are made up of 5 different international hotel chains, while 30 are made up of 12 different national hotel chains. Apart from group and chain hotels, 169 hotels operate independently. Approximately 34% (71) of MFAE serve as seasonal and 66% (138) are fully open for 12 months, majority of MFAE belong to the thermal hotels with 31.58% (66), and coastal hotels with 25,38% (53). In MFAE, some services and offered products are common to many facilities, while some Muslim-friendly service offering applications are seen only as unique for the enterprises.

Keywords: Tourism, Halal Tourism, Halal Hotels, Muslim Friendly Hotels, Muslim Friendly Accommodation Establishments

GİRİŞ

Müslüman gezginlerin sayılarının yıldan yıla artarak büyümeye devam etmesi ile turizm sektörü içerisinde Müslümanlara dayalı yeni ve gelişmekte olan bir segment ortaya çıkmış olup ilerleyen yıllarda da bu segmentin küresel turizm endüstrisini etkilemesi beklenmektedir. Pew Research'a (2012) göre 1990 – 2030 yılları arasında doğan her 3 çocuktan 1'i Müslüman olacak ve 2030 yılında Müslüman nüfusu 2,2 milyara ulaşacaktır. Bu sebeple son yıllarda, gerek Müslüman ülkeler gerek Müslüman olmayan ülkeler, Müslüman gezginlere hitap edebilmek adına helal turizm kapsamında Müslümanları bir niş pazar olarak hedef almaktadırlar. Helal turizm bu ülkelerde yeni bir eğilim haline geldiği, bu yönde yatırımların ve çalışmaların ivmelenmiş olduğu görülmektedir. Bu gelişmelere paralel olarak; literatürde henüz sınırlı sayıda çalışma olmakla birlikte giderek artan bir önem arz etmekte ve günden güne helal turizm veya turizmde helal uygulamalar, sertifikasyon, standardizasyon gibi farklı açılardan çeşitli akademisyenler tarafından araştırma konusu olarak benimsenmektedir. Müslüman ve Müslüman olmayan ülkeler ise Müslüman gezginlerin turizme katılmalarındaki ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına çeşitli uygulamalar ile kendi standardizasyon ve kriterlerini geliştirmek, Müslüman uygulamaları helal turizm arzı kapsamında yürürlüğe koyabilmek için çaba göstermektedirler. Turizm arzının en büyük etmenlerinden birisi olan konaklama işletmeleri de bunlardan birisi olup helal turizm kapsamında otel işletmelerinde bulunması gereken nitelikler ile sunulması gereken hizmetler önem taşımaktadır.

Helal turizm kavramının henüz son yıllarda ortaya çıkması ve gelişim evresi olmasından ötürü literatürde helal konseptli konaklama işletmeleri adına taşınması gereken özellikler ve sunulması gereken hizmetler konusunda nelerin olup olmayacağına dair sınırlar küresel ölçekte henüz kesin olarak belirlenememiştir. Helal turizm ile ilgili çalışmaların henüz yeterli doyum oranına ulaşmaması, yönergelerinin ve sınırlarının çizilememiş olması nedeniyle alanın bir toz bulutu gibi olduğu varsayılabilir. Benzer şekilde, literatürde yer alan çalışmalarda yazarlar arasında helal konseptli konaklama işletmeleri hakkındaki uygulamalar ve sunulması gereken ürün ve hizmetler açısından birçok farklı görüş hâkimdir. Bu doğrultuda farklı ülke kuruluşları ile uluslararası örgütler helal turizm kapsamında çalışmalar gerçekleştirmektedir. Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından Şubat 2016 yılında yürürlüğe giren "TS 13683: Helal Yönetim Sistemi – Oteller" standardı ve içerdiği 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 alan helal uygulamalar bu kapsamda geliştirilen genel çalışmalardır.

TSE tarafından ortaya konan standart kapsamındaki helal şartlara yönelik uygulamaları yerine getiren henüz 1 adet konaklama işletmesi Türkiye'de faaliyet göstermektedir. Buna karşılık TS 13683 belgesi olmayan ve sayıları yüzlü ifadelerle telaffuz edilen konaklama işletmesi kendisini; "Aile Otel", "Helal Otel", "Helal Konsept Otel", "İslami Otel", "İslami Konsept Otel", "Alternatif Otel", "Tesettür Otel", "Muhafazakâr Otel", "Dini Otel", "Alkolsüz Otel" gibi farklı unvanlarla nitelendirmekte ve bu standart doğrultusunda hizmet verdiği imajı oluşturmaktadır. Literatürde daha önce yapılan çalışmalarda MÜDOKİ bölgelere ve şehirlere göre sayıları tespit edilmeye çalışılmış ve bu işletmelerin bünyesinde barındırdıkları helal hizmet uygulamaları, nitelikleri ve sundukları hizmete dair bir bulguya rastlanmamıştır. Araştırma kapsamında, Müslüman dostu konaklama işletmelerinin (MÜDOKİ) Türkiye'deki mevcut potansiyel durumunun

ortaya konulması, farklı parametrelere göre sayılarının, bölge ve şehirlere göre konumlarının tespit edilmesine ilave olarak bu işletmelerin sundukları ürün ve hizmet kapsamlarının, karakteristik özellikleri ile sınıflandırılma türlerini ve dağılımlarının tespit edilmesi benimsenmiştir. Ayrıca araştırma çerçevesinde konu ile ilgili literatürde yer alan çalışmalardan farklı olarak bu MÜDOKİ'nin hangi kıstas ve uygulamalara ne derecede önem/öncelik verdiğinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalara yer verilerek dünyadaki Müslüman dostu otel uygulamalarından bahsedilmiş ve sonrasında da Türkiye'de ki mevcut durum ele alınmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

İslam ve Seyahat

İslamiyet Müslümanları seyahat etmeye teşvik eden bir dindir. Kur'an-ı Kerim'de yolculuk olarak hadislerde ise sefer olarak yer alan seyahat kavramı, temel İslami metinlerde kabul görmekte, çalışma hayatının bir parçası olarak düşünülmekte ve Müslümanların seyahat etmesi özendirilmektedir. Bu teşvik ise İslami turizmin gelişimi adına önem arz etmektedir. Turizm, İslam dininde, Allah'ın rızasını almak için psikolojik ve fizyolojik olarak yapılan bir faaliyettir (Bhuiyan vd., 2011:1334). Akrabalık ve dostların ziyaretine İslam dininde çok büyük önem verilmiştir. İslam dininde seyahatin; insanların üzerindeki gerginliğin azalmasına, bireylerin; dinlemesine, mental, fiziksel ve psikolojik sıkıntılardan uzaklaşmasına yardımcı olacağı, insanların görerek ve düşünerek Allah'ın yoktan var ettiği varlıklar hakkında birçok bilgiye erişebileceği dile getirilmiştir. Bununla birlikte, Müslümanların seyahat etmesinin, bir taraftan bir ibadet olarak diğer taraftan da İslam'a davet niteliğinde değerlendirilebilmesi mümkündür (Farahani ve Henderson, 2010:80; Laderlah vd, 2011:186, Hamza vd.,2012:87). Müslümanlar seyahat ederken İslami emir ve yasaklar çerçevesinde inanç ve ibadet ilkelerini gözetmelidirler. Bu doğrultuda turizm faaliyetlerine katılırken; ulaşım terminalleri (havalimanı, otopark, tren istasyonu ve limanlar), ulaşım hizmetleri (uçak, tren, otobüs ve cruise gemiler), konaklama hizmetleri (otel, tatil köyü), alış-veriş bölgeleri ve merkezleri, kaplıca ve sağlık merkezleri, sağlık hizmetleri (hastane ve klinikler), kongre merkezleri, spor etkinlik alanları, seyahat acentaları ve tur operatörleri, turist rehberleri, insan kaynakları vb. gibi farklı alanlarda Müslüman dostu uygulamaların dikkate alınması, Müslümanların istek ve ihtiyaçlarının karşılanması açısından büyük önem teşkil etmektedir (İİT, 2016).

Helal Konseptli Otelere Yönelik Kavramlar

Turizm endüstrisi ve konaklama işletmeleri arasında çok önemli ve çift yönlü bir bağ bulunmaktadır olup konaklama işletmeleri turizm deneyiminin temel ögesidir (Stephenson, 2014: 156). Helal turizm kapsamında da konaklama işletmeleri bu konseptin kritik bir parçasını oluşturmaktadır. Türkiye'de gerek literatürde gerek seyahat acentaları ve Tablo-3'te yer alan konuyla ilgili web sitelerinde bu konseptte benzer niteliklerdeki konaklama işletmeleri; "Aile Oteli", "Helal Oteli", "Helal Konsept Oteli", "İslami Oteli", "İslami Konsept Oteli", "Alternatif Oteli", "Tesettür Oteli", "Muhafazakâr Oteli", "Dini Oteli", "Alkolsüz Oteli" gibi farklı isimlerle nitelendirildikleri görülmektedir (Duman, 2012:12; Yeşiltaş vd., 2012:193; Tekin, 2014: 757). Yabancı literatürde ise Müslüman turistlere yönelik hizmet veren konaklama işletmelerinin nitelendirilmesine dair farklı kavramlar ve yazarlara ait dağılımlar Tablo-1'de listelenmiştir.

Tablo 1: Müslüman Turistlere Yönelik Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinin Nitelendirilmesi

Literatürde Adı Geçen Kavramlar	Yazarlar
İslami Otel (Islamic Hotel(s))	Al-Hamarneh ve Steiner 2004: 183 Kalesar, 2010: 122 - Stephenson, 2014: 157 Stephenson, Russell ve Edgar 2010: 13-14
Şeriat Uyumlu Otel (Sharia(h) Compliant Hotel(s))	Henderson, 2010a: 247 Samoni ve Abd Rahman, 2013: 95 Jurattanasan ve Jaroenwisan, 2014: 39 Kovjanic, 2014: 38 - Jafar ve Scott, 2014 Eid ve El-Gohary, 2015 - Saad vd., 2014: 1 Battour vd., 2012 - Battour vd., 2010
İslami Tabanlı Otel (Islamic Based Hotel(s))	Omar vd, 2014
Helal Otel (Halal Hotel(s))	Pavlova, 2011: 120 - Namin, 2013: 1255 Chandra, 2014: 47 - Mansouri, 2014: 20 Razalli vd., 2012 - Ramakrishnan, 2015 Mayock, 2015
Helal Dostu Otel (Halal Friendly Hotel(s))	Zulkifli vd., 2011: 299
Müslüman Dostu Otel (Muslim Friendly Hotel(s))	Sboros, 2014 - Carboni vd. 2014 Samori ve Abd Rahman, 2013: 95 - Lefevre, 2015
Müslüman Dostu Turizm (Muslim Friendly Tourism)	Scott & Jafari, 2010 - İİT, 2016
Helal Turizm	WTM, 2007 - Bon ve Hussain, 2010 - Halbase, 2015
İslami Turizm (Islamic Tourism)	Shakiry, 2006 - Hassan, 2007 - Henderson, 2010 - Duman, 2011 - Jafar ve Scott, 2014 Battour vd 2014 - Carboni vd, 2014 Zamani-Farahani ve Henderson, 2010 Al-Hamarneh, ve Steiner, 2004
Helal Tatil (Halal Trip)	Nasreen, 2010 - Khalil, 2010 - HalalBooking, 2015

Helal Konseptli Otel Uygulamaları

Tablo-2’de helal turizm alanının yapılmış literatürde yer alan çalışmalarda (Shakiry, 2006; Javed, 2007; Rosenberg ve Choufany, 2009; Henderson, 2010; Duman, 2011; Sahida vd., 2011; Zailani vd., 2011; Bhuiyan vd., 2011; Laderlah vd., 2011; MdSalleh vd., 2014; Shuriye ve Daud, 2014; Stephenson, 2014:157; Jafari ve Scott., 2014; Fahim vd.,2014; Tekin, 2014; Karim,2014; Saad vd, 2015; Mohsin vd., 2015; Nassar vd, 2015; Hussain, 2015; Arpacı,2015; Collins-Kreiner, 2015; Chookaew vd., 2015; El Gohary, 2016; Razzaq., 2016) helal konseptli otellerin sahip olması gereken nitelikler ve sundukları hizmetler bir bütün olarak yer almaktadır. Otel işletmeleri bu özellik ve hizmetlerin tamamını bulundurmayıp her bir işletme ayrı uygulamaları bünyesinde barındırdığı veya birtakım alanlarda helal uygulamaları benimserken diğer alanlarda dikkate almadığı için tüm işletmeleri helal konseptli olarak adlandırmak doğru olmayacaktır. Müslümanların yer alacağı bir turizm sektöründe İslam’a dayalı kriterler doğrultusunda bir uygulama standardı geliştirilecek otel işletmelerinin tek dine mensup insanların ve onların inandığı İslamiyet’in sınırları net olarak belli olan doğrultusunda tek tip bir hizmet standardı, oluşturulmalı, tesislerin sahip olması gereken fiziki şartlar, nitelikler ve kriterler belirlenmeli ve hayata geçirilmelidir. Literatürdeki otel işletmelerinin standart ortak hizmetleri ve nitelikleri bir arada içermemesi, aksine her bir tesisin farklı alanlarla helal hizmetler sunması ve Müslümanların dine bağlılık düzeylerinin farklılık arz edebileceği düşünülerek araştırma kapsamında bu tarz tesisler literatürde (Sboros, 2014; Samori ve Abd Rahman, 2013; Carboni vd. 2014; Lefevre, 2015) tarafından ele alındığı gibi Müslüman dostu konaklama işletmesi olarak benimsenmiştir.

Tablo 2: Müslüman Dostu Uygulamalar ile Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinin Sahip Olması Gereken Özellikler / Hizmetler

Genel Otel Faaliyetleri
Alkolsüz hizmet sunumunun olması ve/veya otel içerisinde alkolsüz çevre standardının sağlandığı bir bölümlendirmenin yer alması,
Kadın ve erkek misafirler için ayrı ibadet alanlarının (mescit) olması,
Misafirler için uygun kıyafet standardı (yönetmeliği) uygulamasının olması,
İnsan şeklini tasvir eden sanat türlerinin olmaması,
Hayvan formunda dekoratif objelerin tercih edilmemesi,
İbadet alanları dışında abdest alabilme olanaklarının olması,
Tuvaletlerin yönünün kible yönüne (Mekke) gelecek şekilde olması,
Kadın ve erkek bekâr misafirler ile aileler için ayrı katların yer alması,
Namaz vakitlerinde belirli katlarda ve/veya odalarda ezan yayını yapılması,
Misafirlerden gelebilecek talepler için tesis bölgesinde veya şehir merkezlerinde yer alan camiler ve helal restoranlar için gerekli lokasyon yönlendirmeleri, harita vb. hizmetler için materyal hazırlanması ve sunulması,
Cuma namazı ve Bayram namazı gibi toplu kılınması gereken namazlar için tesis içerisinde müsait alan olması,
Yiyecek – İçecek Faaliyetleri
Ürünlerin satın alınmasında tercih edilen tedarikçilerin helal işletme belgelerinin olması,
Tesislerin helâl gıda sunum / üretim sertifikasına sahip olması,
Alkolsüz yiyecek-içecek olanaklarının olması,
Ortak yemek yeme alanları dışında kadın misafirlere ve ailelere özel ilave yemek yeme alanlarının olması,
Ramazanda iftar ve sahur vakitlerinde hizmet verilmesi,
Müstehcen içerikli müzik yayını yapılmaması,
Oda Nitelikleri
Odalarda kible yönünü gösteren işaretçilerin yer alması,
Odalarda Seccade, Tespih ve Kur-anı Kerim bulunması,
Odalarda yerel namaz vakitlerini gösteren tablo/çizelge benzeri dokümanların olması,
Tuvaletler ile yatakların yönünün kible yönüne ters düşmeyecek şekilde tasarlanması,
Odalarda alaturka tuvalet bulunması ve/veya alafranga tuvalet bulunan odalarda taharet musluğunun olması,
Banyoların abdest alabilmek için uygun şekilde dizayn edilmesi,
Kozmetik ürünlerin (buklet malzemelerin) Helâl kriterlere uygun ve alkolsüz olması,
TV kanalları ile uydu yayınlarının müstehcen olmaması,
Minibarlarda alkollü içeceklerin yer almaması,
Odalarda diğer dinlere ait kutsal kitapların bulunmaması,
Oda büyüklüğünün ibadet imkanı sağlayabilecek genişlikte olması,
Eğlence ve Rekreasyon Faaliyetleri
Misafir profiline uygun eğlence olanakları olması (gece kulübü ve yetişkinlere özel etkinlikler olmaması),
Erkekler ve kadınlar için ayrı rekreatif etkinlik alanlarının ve imkânları olması,
Kadınlar için ayrı disko günlerinin ve animasyon gösterilerinin sunulması,
Casino, kumar ve alkollü gece kulübü faaliyetlerinin olmaması,
Kadın ve erkekler için ayrı havuzların yer alması,
Denize sahili olan işletmelerde kadın ve erkekler için plajlarda ayrı bölümlendirmelerin yapılması
Otel dışı (outdoor) aktivitelerinin helal çerçevede gerçekleştirilmesi,
Dini içerikli serbest zaman değerlendirme aktivitelerinin sunulması,
Çocuklara özgü isteğe bağlı dini eğitici etkinlik olanaklarının sunulması,
Personel Nitelikleri
İstihdamda genellikle Müslüman personellerin tercih edilmesi,
Personel için uygun kıyafet standartlarının olması,
Kadın misafirlere ise kadın personelin erkek misafirlere ise erkek personelin istihdam edilmesi,

Personele ibadetlerini yerine getirebilmeleri için olanakların sunulması ve yeterli süre verilmesi,
Ramazan ayında çalışma sürelerinin planlanmasında Müslüman personellerin göz önünde bulundurulması,
Oda servisinde personelin mahremiyet kurallarını gözeterek hizmet vermesi,
Personelin Müslümanlara ait diğer kültürleri, hizmet gereksinimleri ve kültürel normları belirli ölçüde bilmesi,
Arapça ve diğer Müslüman ülke dillerine hâkim personel istihdamı,
Toplu ibadet etmek isteyen misafirler için tam zamanlı imam bulundurulması,
İşletme Operasyonları
İşletme operasyonlarında, pazarlama çalışmalarında ve rakiplerle mücadelede etik kuralların benimsenmesi,
Finansal yönetimde İslami prosedürlerin takip edilmesi ve faiz uygulamasının olmaması,
Finansal hedef ve kazançların yanında sosyal sorumluluk uygulamalarına önem verilmesi ve gerçekleştirilmesi,
İsrafa özel önem verilmesi ve azaltıcı uygulamaların titizlikle takip edilmesi,
Hayırseverlikle ilgili bağış kampanyalarına ve uygulamalarına dâhil olunması,
Artan temiz yemeklerin, yenilenme sonrası fazlalık malzemelerin ihtiyaç sahibi kişi ve kurumlara bağışlanması,
Zekât kriterlerinin benimsenmesi ve uygulamaya konulması,
İşletme yasal yükümlülüklerini eksiksiz yerine getirmesi, İslami ahlak ve etiğe aykırı uygulamaların olmaması,

Dünya’da Müslüman Dostu Konaklama İşletmeleri

Son yıllarda gerek Müslüman ülkeler gerek Müslüman olmayan ülkeler Müslüman gezginlere hitap edebilmek adına helal turizm kapsamında Müslümanları bir niş pazar olarak hedef alarak konaklama işletmeleri yatırımları ve Müslüman dostu konsept uygulama çalışmalarının hızlandığı görülmektedir. Shaza Otel, Kempinski Otel ve Guidance Otel ortak girişimi ile Orta Asya ve Güney Afrika’da alkolsüz otel konsepti geliştirmeye çalışmakta olup ilk otelini 2010 yılında Suudi Arabistan Medine’de açmışlardır (Bundhun, 2010). Birleşik Arap Emirlikleri’nde Range Hospitality ve Shaza Otel grubu Hac organizasyonlarına yönelik Irak’da otel açma faaliyetlerinde bulunmaktadır (Gulf News, 2010). De Palma Group of Hotels ise Malezya’da yaygın olarak İslami tabanlı oteller açmaktadır (Shahida vd, 2011). Dubai’de Al Jawara Gardens Hotel yine İslami otel olarak faaliyet gösteren bir diğer konaklama işletmesi olup müşterilerinin %60’ı Müslüman değildir (Asif, 2011). Singapur’da ise Malezya’dan helal sertifika almış 366 adet helal dostu konaklama işletmesi faaliyet göstermekte olup bunların 289’u tamamıyla İslam Dini Birimi uygulamalarına göre operasyonlarını yürütmektedir. En çok bilinen ve yaygın olan markaları ise Pulman ve Thistle Otelleridir (Halal Focus, 2011). Katar merkezli Retaj Marketing ve Project Management ise Türkiye’de hali hazırda 2 otelini faaliyete geçirirken bu sayıyı 20’ye çıkarmayı planlamaktadır (Sambidge,2011). Lootah Hotel Management ve Kalaidhu Investment ise Maldivler’de 85 milyon \$ bütçeli 50 villadan oluşan Şeriat tabanlı bir otel açma hazırlığındadır (BeHalal, 2011). Aeostar Otel, Rusya Moskava’da helal sertifikalı mutfakları ile Müslüman dostu otel işletmesi olarak yiyecek içecek hizmeti vermektedirler. Ayrıca 20 odasında, kible yönü işaretçisi, seccade ve Kur-an’ı Kerim nüshası bulundurmakta, banyolarında helal sertifikalı şampuan ve sabun kullanmakta ve tesis bünyesinde bay ve bayan ayrı mescitler yer almaktadır (Sboros, 2014). Filipinler’de yer alan Farimont Makati ve Raffles Makati otelleri Müslüman dostu otel işletmesi olarak hizmet vermekte olup odalarında Kur-an’ı Kerim nüshası bulunurken TV’lerde Arapça yayınlara yer vermekte ve tesis bünyesinde mescitler bulunmaktadır (TTG Asia, 2014). Geleneksel Japon Hostel zinciri Ryokans ise tüm ülkede Müslümanlar’a

yönelik helal gıda sunumu ile Müslüman dostu konaklama tesisleri olarak hizmet vermektedir. (Fujsaki, 2015)

Türkiye’de Müslüman Dostu Konaklama İşletmeleri

Ülkemizde Müslüman dostu konseptte hizmet veren konaklama işletmelerinin sayılarına dair resmi bir istatistiki çalışmanın olmadığı için bu kapsamda hizmet veren tesisler literatürde yapılan çalışmalar doğrultusunda belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan literatür taramasında Türkiye’de bu veya buna benzer konseptte hizmet veren konaklama işletmeleri ile ilişkili olarak hazırlanmış 9 farklı araştırmaya (Doğan, 2008; Doğan, 2011; Duman, 2011; Özdemir, 2012; Yeşiltaş vd., 2012; Akyol ve Kılınç, 2014; Tekin, 2014; Pamukçu ve Arpacı, 2015; Tekin ve Yılmaz, 2016) ulaşılabilmektedir. 2015 yılında Bozkuş (2015: 40) tarafından yapılan araştırmada 2002 yılında 5 olarak belirtilen MÜDOKİ sayısı 2011 yılında Duman (2011: 14) tarafından yapılan araştırmada bu konseptte hizmet veren 64 konaklama işletmesi (44’ü kıyı ve 20’si termal otel) olduğu, 2012 yılında Yeşiltaş vd., (2012: 200) tarafından yapılan araştırmada 37 konaklama işletmesi olduğu, 2014 yılında Tekin (2014: 761) tarafından yapılan araştırmada 152 konaklama işletmesi (35’i Marmara, 31’i Ege, 21’i İç Anadolu, 20’si Karadeniz, 19’u Akdeniz, 14’ü D. Anadolu ve 12’si G. Anadolu Bölgesinde) olduğu, 2015 yılında Pamukçu ve Arpacı (2015: 327) tarafından yapılan araştırmada 148 konaklama işletmesi (%69,6’sı şehir, %22,3’ü kıyı ve %8,1’i termal otel) olduğu ve 2016 yılında Tekin ve Yılmaz (2016: 2051) tarafından yapılan araştırmada ise 43 konaklama işletmesi (29’u KTB Belgeli ve 14’ü Belediye Belgeli) olduğu ifade edilmiştir. Literatürde yapılan araştırmalarda tespit edilen MÜDOKİ arasında bu kadar önemli farkların olmasının; alkolsüz işletmeler, termal tesisler, butik oteller ile belediye işletme belgeli tesisler gibi farkında olarak ya da olmayarak bu konsept dahilinde işletmelerin göz önüne alınması sebep olarak düşünülebilir.

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı, Önemi ve Yöntemi

Bu araştırmada; Müslüman dostu konaklama işletmelerinin (MÜDOKİ) Türkiye’deki mevcut potansiyel durumunun, farklı parametrelere göre sayılarının, bölge ve şehirlere göre konumlarının, sundukları ürün ve hizmet kapsamlarının, karakteristik özellikleri ile sınıflandırılma türlerini ve dağılımlarının ortaya koyulması benimsenmiştir. Bu doğrultuda araştırma nitel olarak tasarlanmış ve ikincil verilerden yola çıkarak "tanımlayıcı araştırma" yöntemi kullanılmıştır. Helal turizmin yeni bir niş pazar olması ile birlikte helal otel, tesettür otel, aile oteli, alternatif otel, muhafazakâr otel, şeriat oteli, İslami tabanlı otel ve Müslüman dostu konaklama işletmesi gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Türkiye’nin kültürel yapısı, mevcut turizm arzı ve tecrübesi ile bu turizm türü açısından bazı avantajlara sahip olabileceği fikrinin bu konuyu önem arz eden dikkat çekici bir hale getirdiği düşünülmektedir. Literatürde daha önce yapılan çalışmalarda MÜDOKİ bölgelere ve şehirlere göre sayıları tespit edilmeye çalışılmış ve bu işletmelerin bünyesinde barındırdıkları helal hizmet uygulamaları, nitelikleri ve sundukları hizmete dair bir bulguya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında benimsenen yöntemi itibariyle; toplanan verilerden MÜDOKİ işletmelerine ait temel istatistikleri sunan frekans tabloları oluşturulması ve mevcut durumun genel sınırları çizilmeye çalışılmasına ilave olarak değerlendirmeye tabi tutulan işletmelerin Müslümanlara yönelik sundukları hizmetlerin çeşitliliği, nitelikleri ve karakteristik özelliklerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca araştırma çerçevesinde konu ile ilgili literatürde yer alan çalışmalardan farklı olarak bu MÜDOKİ’nin hangi kıstas ve uygulamalara ne derecede önem/öncelik verdiğinin ortaya konması amaçlanmıştır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Türkiye'de Müslüman dostu uygulamalar ve hizmet sunan konaklama işletmelerinin sayılarına dair resmi bir istatistiğe ulaşılamamış olması, araştırmanın evreninin kesin olarak tespit edilmesini imkânsız hale getirmiştir. Bu konseptte hizmet veren konaklama işletmeleri ile ilişkili olarak Türkiye'de daha önce yapılan çeşitli çalışmalarda (Duman, 2011: 12; Yeşiltaş vd., 2012: 200; Tekin, 2014: 760, Pamukçu ve Arpacı, 2015, Tekin ve Yılmaz,2016) da bu problem dile getirilmiş ve araştırmacılar bu işletmelerin sayısını; internet üzerinden yaptıkları bireysel araştırmalar, bu konseptte otellere yönelik hizmet veren seyahat acentaları gibi resmi olmayan ve ikincil veri kaynaklarından hareket ederek belirlemeye çalışmışlardır. Ancak farklı araştırmacılar tarafından farklı zamanlarda Türkiye'de yürütülen bu araştırmaların sonucunda evren hakkında birbirinden farklı sayılara ulaşılmıştır. 2011 yılında Duman (2011:14) tarafından yapılan araştırmada bu konseptte hizmet veren 64, 2012 yılında Yeşiltaş vd., (2012: 200) tarafından yapılan araştırmada 37, 2014 yılında Tekin (2014: 761) tarafından yapılan araştırmada 152, 2015 yılında Pamukçu ve Arpacı (2015:325) 148, 2016 yılında Tekin ve Yılmaz tarafından yapılan araştırmada (2016:2051) ise 43 konaklama işletmesi olduğu ifade edilmiştir. Araştırmanın evrenini tespit etmek amacıyla konuyla ilgili anahtar kelime havuzu oluşturulmuş v bu kelimeler vasıtasıyla internet üzerinde detaylı bir araştırma yapılarak bu konseptte hizmet verme ihtimali olan işletme sayısı 251 olarak belirlenmiştir. Araştırmada evrenin tamamı hakkında bilgi edinilmek istendiği için herhangi bir örnekleme yöntemi kullanılmamış, "tam sayım" yöntemi ile evrendeki tüm konaklama işletmelerinden veri toplanmaya çalışılmıştır.

Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada veri toplama tekniği olarak arşiv doküman tarama tekniği kullanılmış, elde edilen ikincil veriler aracılığıyla çeşitli frekans analizi ve yüzdeler dağılımlara dair istatistikler elde edilmiştir. Aralık 2016 itibarıyla Türkiye'de faaliyet gösteren Müslüman dostu konaklama işletmelerinin sayı ve tür bilgilerine ulaşmak için anahtar kelime havuzu belirlenmiştir. Bu kelimeler doğrultusunda internet üzerinden bu konseptteki tesisler hakkında bilgi içeren Tablo-3'deki blog, forum, seyahat acentaları ve online satış kanallarında oluşan 40 farklı web sitesi tespit edilmiştir. Müslüman dostu konaklama işletmesi olarak hizmet verebileceği tahmin edilen ve bu web sitelerinde yer alan oteller incelenerek 251 adet konaklama işletmelerine dair yeni bir havuz oluşturulmuştur. Bu tesisler Müslüman dostu uygulama ve hizmet içeriklerinin varlığı kontrol edilmiştir. Tespit edilen 251 otelin 6 tanesinin kapatıldığı ve/veya devredildiği, 8 tanesinin isim değişikliği nedeniyle aynı tesis olduğu, 13 tanesinin konsept değişikliğine giderek artık bu konseptte devam etmediği ve 15 tesise dair bilgi bulunamadığı ve/veya web sitelerine ulaşamadığı için araştırma kapsamına dahil edilmeyerek araştırmanın evreni olarak geriye kalan 209 konaklama işletmesinin Müslüman dostu ürün, uygulama ve hizmet sunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3: Müslüman Dostu Konaklama İşletmeleri Online Pazar Alanları

#	Web Sitesi Adı	#	Web Sitesi Adı
1	http://www.alternatifislamitatil.com/	21	http://www.helaloteller.com.tr/
2	http://alternatifitatil.com/	22	http://helaloteller.net/
3	http://alternatifitatiletelleri.com/	23	http://www.helaltatilevleri.com/
4	http://www.islamibooking.com/	24	http://www.helaltatilim.com/
5	http://www.islamihotels.com	25	http://www.helaltatilvillalari.com/
6	http://www.islamihotelyorumlari.com/	26	http://www.muhafazakarotelim.com/
7	http://www.islami-oteller.de/	27	http://www.muhafazakaroteller.gen.tr/
8	https://www.islamiotel.com/	28	http://www.muhafazakartatiletelleri.com/

9	http://www.islamioteller.net/	29	http://www.tesetturoteller.com/
10	http://www.islamiotellerara.com/	30	https://tr.halalbooking.com
11	http://www.islamiotellerrehberi.com/	31	http://elcitur.com.tr/
12	http://www.islamiotelsatisfisi.com/	32	https://www.evratur.com/
13	http://www.islami-tatil.com/	33	https://www.nuanstur.com.tr/
14	http://www.islamitatil.com/	34	http://www.rizaturizm.com/
15	http://islamitatiletelleri.org/	35	http://www.sevatur.com/
16	http://www.islamitatilevleri.com/	36	http://www.tatilbudur.com/alternatif-oteller?
17	http://islamitatilfirsatlari.com/	37	http://www.otelavantaj.com/
18	http://www.islamitatileyerleri.net/	38	http://www.oteldenal.com.tr/
19	http://www.islamotelleri.com/	39	http://www.otelfiyat.com/islami-oteller
20	http://www.halalbeds.com/	40	http://www.otelkolik.com/islami-oteller

BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulara göre; Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinde ve 38 farklı şehirde toplam 209 MÜDOKİ olduğu belirlenmiştir. MÜDOKİ bölge bazlı 61 adet ile en fazla Ege Bölge'sinde yer alırken Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerinde ise yalnızca 2'şer adet MÜDOKİ bulunmaktadır. Antalya ili 41 adet MÜDOKİ ile en fazla tesis içeren şehir konumundayken İstanbul 29, Muğla 25, Afyonkarahisar 18 ve Ankara 12 MÜDOKİ ile Antalya'yı takip ederek bu alanda ilk 5 il içerisinde yer almaktadır. Müslüman dostu konaklama işletmelerinin 18 tanesi 10 farklı yerli gruba ait iken 4 farklı yabancı uluslararası zincire ait 8 otel ile 1 adet yerli uluslararası zincire ait 2 otel ve 7 farklı ulusal zincire ait 12 otelden oluşmaktadır. Grup ve zincir otellerin dışında kalan 169 otel bağımsız olarak faaliyet göstermektedir. Müslüman Dostu olarak hizmet veren konaklama işletmelerinin coğrafi bölgelere ve illere göre dağılımları ile bölgesel ve ulusal bazda frekans dağılımları Tablo-4'de detaylı olarak sunulmuştur.

Müslüman dostu konaklama işletmeleri faaliyet gösterdiği dönem(ler) bakımında incelendiğinde bu tesislerin yaklaşık %34'ü (71 adet) sezonluk (Nisan-Ekim ayları arasında) olarak hizmet verirken %66'sı (138 adet) tam zamanlı olarak 12 ay boyunca açık bulunmaktadır. MÜDOKİ türleri bakımından sınıflandırıldığında en fazla oran %31,58 (66 adet) ile termal oteller grubuna ait iken bu tesislerin %25,38'ini kıyı otelleri, %16,75'ini şehir otelleri, %9,57'sini tatil köyleri, %9,09'unu butik oteller ve geri kalan %7,66'lık dilimini ise diğer (apart otel, butik tatil villaları, kayak oteli vb.) türler oluşturmaktadır. Bu tesislerin faaliyet süreci bakımından dağılımına bakıldığında ise sezonluk MÜDOKİ'nin %69'luk büyük bir kısmı (49 adet) kıyı oteli olmakla birlikte yalnız 1 adet termal otel bu kapsamda faaliyet gösterirken tam zamanlı faaliyet gösteren MÜDOKİ arasında en fazla pay %47 (65 adet) ile termal otellere ait olup yalnızca 4 adet kıyı oteli bu kapsamda faaliyet göstermektedir.

Tablo 4: Müslüman Dostu Konaklama İşletmelerinin Bölgelere ve İllere Göre Dağılımı

Bölge / Şehir Adı	#	Bölge içi Dağılım %	Türkiye içi Dağılım %	Bölge / Şehir Adı	#	Bölge içi Dağılım %	Türkiye içi Dağılım %
Ege	61	100,00	29,19	İç Anadolu	35	100,00	16,75
Muğla	25	40,98	11,96	Ankara	12	34,29	5,74
Afyonkarahisar	18	29,51	8,61	Nevşehir	9	25,71	4,31
Aydın	7	11,48	3,35	Konya	5	14,29	2,39
İzmir	7	11,48	3,35	Kayseri	2	5,71	0,96
Denizli	2	3,28	0,96	Niğde	2	5,71	0,96
Kütahya	2	3,28	0,96	Aksaray	1	2,86	0,48

Marmara	56	100,00	26,79	Eskişehir	1	2,86	0,48
İstanbul	29	51,79	13,88	Karaman	1	2,86	0,48
Balıkesir	8	14,29	3,83	Sivas	1	2,86	0,48
Bursa	7	12,50	3,35	Yozgat	1	2,86	0,48
Yalova	7	12,50	3,35	Karadeniz	9	100,00	4,31
Çanakkale	2	3,57	0,96	Çorum	2	22,22	0,96
Kocaeli	2	3,57	0,96	Amasya	1	11,11	0,48
Sakarya	1	1,79	0,48	Artvin	1	11,11	0,48
Akdeniz	44	100,00	21,05	Bolu	1	11,11	0,48
Antalya	41	93,18	19,62	Düzce	1	11,11	0,48
Hatay	2	4,55	0,96	Giresun	1	11,11	0,48
Mersin	1	2,27	0,48	Karabük	1	11,11	0,48
Güneydoğu Anadolu	2	100,00	0,96	Rize	1	11,11	0,48
Gaziantep	1	50	0,48	Doğu Anadolu	2	100,00	0,96
Şanlı Urfa	1	50	0,48	Erzurum	1	50,00	0,48
				Kars	1	50,00	0,48

Kıyı otellerinin en fazla yer aldığı il Antalya olurken termal oteller ise Afyonkarahisar (18 adet) ve Nevşehir (9 adet) illerinde yoğun olarak bulunmaktadır. Bu genel bulgulardan hareket edilerek MÜDOKİ olarak sayfiye bölgelerinde hizmet veren tesisler büyük oranda sezonluk faaliyetler gösterirken iç bölgelerde ve şehirlerde yer alan tesislerin tamamına yakını tam zamanlı olarak faaliyet gösterdiği söylenebilir. Müslüman dostu konaklama işletmelerinin faaliyet gösterdiği dönem bakımından türlerine göre sınıflandırılmasına ilişkin dağılımlar Tablo-5'te yer almaktadır.

Tablo 5: Müslüman Dostu Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması Bakımından Dağılımı

Sezonluk Müslüman Dostu K. İ.				Tam Zamanlı Müslüman Dostu K. İ.				Toplam Müslüman Dostu K. İ.		
Tür	#	%	%	Tür	#	%	%	Tür	#	%
T. Otel Sayısı	71	33,97	100,00	T. Otel Sayısı	138	66,03	100,00	T. Otel Sayısı	209	100,00
Kıyı Oteli	49	23,44	69,01	Termal Otel	65	31,10	47,10	Termal Otel	66	31,58
Tatil Köyü	14	6,70	19,72	Şehir Oteli	35	16,75	25,36	Kıyı Oteli	53	25,36
Apart Otel	3	1,44	4,23	Butik Otel	17	8,13	12,32	Şehir Oteli	35	16,75
Butik Otel	2	0,96	2,82	Tatil Köyü	6	2,87	4,35	Tatil Köyü	20	9,57
Butik Tatil Villa	2	0,96	2,82	Apart Otel	6	2,87	4,35	Butik Otel	19	9,09
Termal Otel	1	0,48	1,41	Kıyı Oteli	4	1,91	2,90	Apart Otel	9	4,31
Şehir Oteli	0	0,00	0,00	Kayak Otel	3	1,44	2,17	Butik Tatil Villa	4	1,91
Kayak Otel	0	0,00	0,00	Butik Tatil Villa	2	0,96	1,45	Kayak Otel	3	1,44

Tabl-6'da Müslüman dostu konaklama işletmelerinin hizmet verdikleri pansiyon türü bakımından elde edilen bulguların istatistiki durumuna yer verilmiştir. 209 adet MÜDOKİ'nin pansiyon türü bakımından (Yarım Pansiyon, Herşey Dâhil ve/veya Tam Pansiyon ile Oda Kahvaltı) dağılımlarının genel olarak birbirine yakın oranlarda (%34 - %30) olduğu görülmektedir. Yalnız faaliyet gösterdikleri dönem açısından karşılaştırıldığında sezonluk işletmelerin büyük çoğunluğu (%88,5'i) HD ve TP iken tam zamanlı işletmelerde ise tam tersi olarak %50 ile YP ve %41,3 ile OK şeklinde hizmet türünün benimsendiği ön plana çıkmaktadır.

Tablo 6: Müslüman Dostu Konaklama İşletmelerinin Pansiyon Türü Bakımından Dağılımı

Sezonluk Müslüman Dostu K. İ.				Tam Zamanlı Müslüman Dostu K. İ.				Toplam Müslüman Dostu K. İ.		
Tür	#	%	%	Tür	#	%	%	Tür	#	%
Otel Sayısı	71	33,97	100,00	Otel Sayısı	138	66,03	100,00	Otel Sayısı	209	100,00
Herşey Dâhil (HD)	58	27,75	81,69	Yarım Pansiyon	69	33,01	50,00	Yarım Pansiyon	72	34,45
Oda Kahvaltı (OK)	6	2,87	8,45	Oda Kahvaltı	57	27,27	41,30	Herşey Dahil	68	32,54
Tam Pansiyon (TP)	4	1,91	5,63	Herşey Dâhil	10	4,78	7,25	Oda Kahvaltı	63	30,14
Yarım Pansiyon (YP)	3	1,44	4,23	Tam Pansiyon	2	0,96	1,45	Tam Pansiyon	6	2,87

Müslüman dostu konaklama işletmelerinin sunduğu hizmetlerin özellikleri bakımından çeşitliliği ve dağılımına ilişkin bulgular Tablo-7’de yer almaktadır. Alkol sunulmaması %80’lik bir oran ile (171 tesis) MÜDOKİ arasında benimsenen en temel özellik olarak yer alırken bu tesislerin %75’i (157 tesis) kadın ve erkekler için ayrı olmak üzere en az 2 ayrı havuzu fizik olarak barındırmaktadır. MÜDOKİ’nin %51,2’si (107 tesis) yiyecek – içecek hizmeti verirken kullandığı ürünler açısından tedarikçileri vasıtasıyla helal sertifikalı ürünler tercih etmekte ve tesislerde helal gıda hizmeti vermektedirler. Dördüncü önemli özellik olarak bu tür tesislerin %37,3’ü (71 adet) müşterileri için bünyesinde bay – bayan ayrı olmak üzere en az birer adet mescit bulundururken bazı tesislerin ibadet kolaylığı açısından havuz, plaj ve diğer rekreasyon alanı yakınlarında ilave olarak mescitler de bulundurmaktadır. Mescitlere paralel olarak, MÜDOKİ’nin 18’i (%8,6) tüm odalarında kible yönünü gösterir işaret/yönlendirme, 17’si (%8,1) seccade, 12’si (%5,7) Kur’an-ı Kerim ve 8’i (%3,8) tespih bulundurmaktadır. Buna karşın odalarda kible yönü işaretçisi, seccade ve tespih üçlüsünün hepsini bir arada bulunduran MÜDOKİ sayısı 8 (%3,8) iken, kible yönü işaretçisi, seccade, tespih ve Kur’an-ı Kerim dörtlüsünü bir arada bulunduran tesis sayısı yalnızca 7 (%3,3)’dir.

Müslüman dostu konaklama işletmelerinin Tablo-5’te yer alan verdikleri hizmet ve sundukları ürünlerin işletmelere ait web sitelerinde birer pazarlama aracı ve/veya bilgi aracı olarak açık ve kapsamlı şekilde yer verenlerin oranı %28,2 (58 tesis) olarak saptanmıştır. Geriye kalan 151 tesis (%71,8) ise Müslüman dostu uygulama ve hizmetlerini kendi web siteleri dışındaki online satış kanalları, seyahat acentaları, forum vb. platformlar aracılığı ile pazarlamakta ve müşterilerine sunmaktadır.

MÜDOKİ’nin %36,4’ü (76 adet) çocuklara yönelik özgü alanlar barındırırken ve onlara özel rekreatif ve eğitim faaliyetleri hizmeti sunmaktadır. Benzer şekilde bu işletmelerin 58’i (%27,8) kadın ve erkekler için ayrı eğlence ve rekreasyon alanları tesis içerisinde barındırmakta ve bu doğrultuda hizmet vermektedirler. Otel dışı aktivite olarak doğa yürüyüşü, bölgesel tarihi kültürel çekim noktalarına ziyaretler ve turlar ile kültür, sanat ve eğlence etkinliklerine organizasyonlar, extreme ve su sporları faaliyetleri gibi imkânlar sunan MÜDOKİ sayısı 44 (%21,1) olarak tespit edilmiştir. Bu aktiviteler esnasında işletmeler helal gıda, bay – bayan ayrı seyahat ile ibadet olanağı da sunabilmektedirler. Benzer şekilde, bu tür işletmelerin %5,3’ü (11 adet) tesis bünyesinde kadınlara özel disko bulundurmaktadır. İşletme içerisinde ayrı disko yer almayan tesisler ise bu bağlamda kadınlar için ayrı günlerde veya ayrı zaman diliminde erkeklerden ayrı olarak diskolarda eğlence programları düzenlemektedir.

Müslüman dostu konaklama işletmelerinin %11,5’i (24 tesis) kendine ait plajı olup plajlarında kadın ve erkekler için ayrı, bağımsız alanlar bulunmaktadır. Plajlarında ayrı bölümlendirme bulunmayan MÜDOKİ ise plajlarında tesettürlü kıyafet uygulaması mevcut olup bu tesislerin sayısı ise 21 (%10,0)’dir. Genel toplamda plajlarda kadınlar ve erkekler için Müslüman dostu hizmet uygulamaları sunan işletme sayısı %21,5 (45 tesis)’dir. MÜDOKİ’nin bazıları tesis içeri-

sinde ve genel alanlarda tesettürlü kıyafet uygulaması yapmakta olup bu işletmelerin sayısı 8 (%3,8)'dir. Bunun yanı sıra 13 Müslüman dostu konaklama işletmesi müşteri kabul ederken evlilik cüzdanı şartı aramaktadır. Evli olmayan çiftlerin aynı odada konaklamasına izin veremeyen tesisler buna karşı tek bay müşteri kabulü yapabilmektedir.

2012 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren iki otel işletmesi, biri 5 hilal diğeri ise 7 hilal almıştır. 7 hilal alan işletme, dünyada ilk 7 yedi hilal alan otel işletmesi olmuştur. Her iki otelde Caprice grubu otellerindedir. Buna göre, Caprice Didim Thermal Palace 5 hilal, Caprice Gold Bayrampaşa ise 7 hilal almıştır (Tekin, 2014, s. 762). Fakat bu otellere ait hilal belgelendirmeler güncellenmemiş olup 2016 Aralık itibariyle Türkiye’de 5 hilal belgeli Grand Hotel Avcılar Malezya merkezli helal dostu hilal belgeli tek aktif oteldir. Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından verilen “helal uygunluk belgesi” alan ilk otel olan Bera Alanya oteli ile Türkiye’de Dünya Helal Birliği’nden otel bazında ilk helal turizm hizmet belgesini alan ve Alanya’da faaliyet gösteren Adenya Hotel & Resort otel diğeri helal sertifikalı otellerdir.

Tablo 7: Müslüman Dostu Konaklama İşletmelerinin İşletme Türü ve Sunduğu Hizmet Özellikleri Bakımından Faaliyet Periyoduna Göre Dağılımı

	Sezonluk Müslüman Dostu Konaklama İşletmeleri									Tam Zamanlı Müslüman Dostu Konaklama İşletmeleri									Toplam			
	Termal	Kıyı Oteli	T. Köyü	Butik	Apart	Butik Tatil Villa	#	Genel %	Periyot İçi %	Şehir	Termal	Kıyı Oteli	T. Köyü	Butik	Apart	Butik Tatil Villa	Kayak	#	Genel %	Periyot İçi %	#	%
Toplam Otel Sayısı	1	49	14	2	3	2	71	34,0	100,0	35	65	4	6	17	6	2	3	138	66,0	100,0	209	100,0
Alkolsüz Tesis	1	42	10	2	3	1	59	28,2	83,1	32	49	4	3	15	4	2	3	112	53,6	81,2	171	81,8
Bay-Bayan Ayrı Havuzlar	1	48	14	2	1	1	67	32,1	94,4	12	58	4	6	5	2	2	1	90	43,1	65,2	157	75,1
Helal Gıda (Sertifikalı)	-	26	10	-	1	1	38	18,2	53,5	25	27	3	2	8	2	2	-	69	33,0	50,0	107	51,2
Bay-Bayan Ayrı Mescit	1	29	12	2	2	-	46	22,0	64,8	4	19	3	2	3	-	-	1	32	15,3	23,2	78	37,3
Çocuklara Özel Aktivite/Alan	1	32	12	1	-	-	46	22,0	64,8	-	20	4	4	2	-	-	-	30	14,4	21,7	76	36,4
Online Pazarlama (Alansal)	1	29	8	-	2	1	41	19,6	57,7	5	4	4	2	2	-	-	1	18	8,6	13,0	59	28,2
Ayrı Rekreasyon Alanları	-	23	9	1	-	-	33	15,8	46,5	3	15	2	4	1	-	-	-	25	12,0	18,1	58	27,8
Otel Dışı Aktivite İmkânı	-	18	4	-	-	-	22	10,5	31,0	3	8	4	2	2	2	-	1	22	10,5	15,9	44	21,1
Plajda Bölümlendirme	-	13	6	1	-	-	20	9,6	28,2	-	-	3	1	-	-	-	-	4	1,9	2,9	24	11,5
Plajda Kıyafet Uygulaması	-	10	7	-	-	1	18	8,6	25,4	-	-	2	1	-	-	-	-	3	1,4	2,2	21	10,0
Odada Kible Yönlendirmesi	-	10	3	1	-	-	14	6,7	19,7	2	1	-	-	1	-	-	-	4	1,9	2,9	18	8,6
Odada Seccade	-	9	3	1	-	-	13	6,2	18,3	2	1	-	-	1	-	-	-	4	1,9	2,9	17	8,1
Evlilik Cüzdanı Şartı	-	5	1	-	1	-	7	3,3	9,9	2	3	-	-	1	-	-	-	6	2,9	4,3	13	6,2
Odada Kur'an-ı Kerim	-	7	2	1	-	-	10	4,8	14,1	-	1	-	-	1	-	-	-	2	1,0	1,4	12	5,7
Bayanlara Özel Disko	-	9	1	-	-	-	10	4,8	14,1	-	-	1	-	-	-	-	-	1	0,5	0,7	11	5,3
Otel İçi Kıyafet Uygulaması	-	4	1	-	1	-	6	2,9	8,5	-	-	1	1	-	-	-	-	2	1,0	1,4	8	3,8
Odada Tespih	-	4	3	-	-	-	7	3,3	9,9	-	1	-	-	-	-	-	-	1	0,5	0,7	8	3,8
Seccade + Tespih + Kible	-	4	3	-	-	-	7	3,3	9,9	-	1	-	-	-	-	-	-	1	0,5	0,7	8	3,8
Ramazan + Sahur	-	2	3	-	2	-	7	3,3	9,9	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,5	0,7	8	3,8
Seccade+Tespih+Kible+Kuran	-	4	2	-	-	-	6	2,9	8,5	-	1	-	-	-	-	-	-	1	0,5	0,7	7	3,3
Helal Otel Sertifikası	-	2	2	-	-	-	4	1,9	5,6	-	-	1	-	-	-	-	-	1	0,5	0,7	5	2,4

Bunun yanı sıra, Mi-Sa Group bünyesinde yer alan ve Alanya’da faaliyet gösteren Modern Saraylar ile Atlas Beach Otel helal belgelendirme derneği (Helalder) tarafından 2013 yılında Helal22 sertifikası alan işletmeler arasında yer almaktadır. Söz konusu 5 Müslüman dostu konak-

lama işletmesi %2,4'lük bir pay ile web sitelerinde de bu belgeleri müşterileri ile paylaşmaktadır.

Müslüman dostu konaklama işletmelerinin sunduğu hizmetlerin özellikleri bakımından tesislerin faaliyet gösterdiği dönemlere göre değerlendirildiğinde, sezonluk MÜDOKİ'nde ön plana çıkan temel özellikler arasında %32,1 ile kadın ve erkeklere özel havuzların tesis bünyesinde yer alması, %28,2 ile alkolsüz hizmet verilmesi ve %22,0 ile bay-bayan ayrı mescitlerin tesiste olması ve çocuklara yönelik ayrı rekreatif ve eğitici etkinliklerin yer alması ilk 3'te yer almaktadır. Buna karşılık tam zamanlı MÜDOKİ'nde ise alkolsüz hizmet verilmesi %53,6 ile ilk sırada yer alırken, onu 2. sırada %43,1 ile kadın ve erkeklere özel havuzların tesis bünyesinde yer alması ve 3. sırada ise %33,0 ile helal gıda belgeli ürünlerin sunulması takip etmektedir.

Müslüman dostu konaklama işletmelerinde birtakım hizmetler ve sunulan ürünler Tablo-7'de görüldüğü üzere birçok işletmede ortak olarak yer alırken bazı Müslüman dostu uygulamalar ise Tablo-8'de belirtilen özellikler bakımından işletme nezdinde özgün birer hizmet sunumu olarak benimsenmektedir. Uluslararası bir otel zincire ait şehir oteli olarak İstanbul'da hizmet veren bir MÜDOKİ, tesis bünyesinde bekâr kadınlar için tesis bünyesinde bir katı yalnızca bekâr bayanların kullanımına ayırmış olup müşterilerine zemzem suyu sunmaktadır. Ulusal bir otel zincirine ait MÜDOKİ'nde müşterilerin talebi doğrultusunda tek kullanımlık seccade sunulmaktadır. Bir diğer MÜDOKİ olarak Afyonkarahisar'da yer alan bir termal otel işletmesi bünyesinde T.C. Diyanet İşleri Başkanlığı'ndan onaylı ve belgeli mescit ile kadrolu olarak çalışan bir imam bulundurmaktadır. Bunun yanı sıra Muğla'da yer alan bir kıyı (resort) otelinin tüm odalarında gülsuyu bulunurken Antalya'da faaliyet gösteren başka bir kıyı (resort) otelin bünyesinde sadece kadınların kullanımına özel tesis içerisinde ayrı özel restoran ile yine bayanların kullanımına özel snack ve havuz bar bulundurmaktadır. Yine Antalya'da faaliyet gösteren başka bir kıyı (resort) otelinin sadece bayanlara özel matinerler, gün programları ile animasyon hizmeti sunmaktadır. Tüm bunların yanında, Antalya'da hizmet veren bir MÜDOKİ isteğe bağlı olarak çocuklara özel dini sohbetler ile özel Kur'an'ı Kerim eğitim imkânı sağlamaktadır.

Tablo 8: Müslüman Dostu Konaklama İşletmelerinde Tesise Özgü Hizmet ve/veya Uygulamalar

#	Özellik / Uygulama
1	Odalarda gülsuyu bulundurma,
2	Zemzem suyu ikram etme,
3	Kadınların kullanımına özel restoran yer alması,
4	Bekâr kadınlar için otelde ayrı bir katın olması,
5	Tek havuz bulunan otellerde bayanlar için ayrı saat ve ayrı gün uygulaması,
6	Bayanlar matinesi animasyon hizmeti,
7	Bayanlara özel snack ve havuz bar uygulaması,
8	Çocuklara özel Kur'an-ı Kerim eğitimi verilmesi,
9	Tesis içerisinde Diyanet onaylı ve belgeli mescit olması,
10	Otel içi mescitte görevli çalışan imam bulunması,
11	Tek kullanımlık seccade sunulması,

SONUÇ ve ÖNERİLER

Müslüman gezginlerin sayılarının yıldan yıla artarak büyümeye devam etmesi ile turizm sektörü içerisinde Müslümanlara dayalı yeni ve gelişmekte olan bir segment ortaya çıkmış olup ilerleyen yıllarda da bu segmentin küresel turizm endüstrisini etkilemesi beklenmektedir. Pew Research'a göre 1990 – 2030 yılları arasında doğan her 3 çocuktan 1'i Müslüman olacak ve 2030

yılında Müslüman nüfusu 2.2 milyara ulaşacaktır. Bu sebeple son yıllarda gerek Müslüman ülkeler gerek Müslüman olmayan ülkeler Müslüman gezginlere hitap edebilmek adına helal turizm kapsamında Müslümanları bir niş pazar olarak hedef almak turizmde yeni bir eğilim haline gelmiş olup bu yönde yatırımlar ve çalışmalar ivmelenmiş olarak görülmektedir. Dinarstandard isimli kuruluş tarafından 2012 yılında yürütülen bir araştırmaya göre; bu konseptteki konaklama işletmelerine ile gösterebilecek misafirlerin oluşturduğu pazarın ekonomik büyüklüğü 2011 yılında 126 milyar Dolar düzeyindedir ve bu rakam Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından belirlenen küresel düzeyde tüm uluslararası turizm harcamalarının %12'sine tekabül etmektedir (Dinarstandard, 2012: 10). Lübnan, Türkiye ve Malezya bu doğrultuda MÜDOKİ'ni tercih edebilecek kayda değer sayıda misafiri ülkelerine çekmektedir (Al-Hamarneh ve Steiner, 2004: 177). Özellikle Türkiye, karşıladığı turist sayısı, sahip olduğu turizm tecrübesi, sektörel alt yapı koşullarının ulaşılmış olduğu nokta itibarıyla İslami İşbirliği Teşkilatı (İİT) üyesi olan 57 ülke içerisinde açık ara fark ile birincilik konumundadır. Türkiye'nin diğer bir avantajı ise bu konseptte hizmet veren konaklama işletmelerine ilgi duyabilecek, vatandaşlarının refah düzeyi yüksek Katar, Kuveyt, BAE, S. Arabistan, İran ve Irak gibi ülkelere coğrafi olarak çok yakın bir konumda ve uçuş mesafesinde bakımında da birkaç saatlik uzaklıkta olmasıdır. Türkiye'nin sahip olduğu turizm arzı, sektörel altyapısı, turizm deneyimi ve insan kaynağı donanımı ile bu pazara yönelik daha kapsamlı bir strateji geliştirmesi durumunda bu konseptteki misafirlerin oluşturduğu pazardan önemli bir pay alabileceği söylenebilir.

Türk Standartları Enstitüsü (TSE) 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 doğrultuda uyulması gereken helal şartları; 7 kriterden oluşan genel şartlar, 21 kriterden oluşan mekanlarla ilgili şartlar, 13 kriterden oluşan aktiviteler ile ilgili şartlar ve 3 kriterden oluşan çalışanlar ile ilgili şartlar altında olmak üzere 4 farklı grup altında toplam 44 kriter ile TS 13683’de ele alınmıştır. Bunun yanı sıra, misafirlerin helal konsept ile bilgilendirilmesi kapsamında 7 kriter ve uygulama kısmında ise 4 kriter olmak üzere Ek-A kapsamında zorunluk kriterler olarak ilave şartlar da TS 13683’te yer almaktadır.

Yapılan araştırma sonucunda Türkiye’nin 7 coğrafi bölgesine ait 38 ayrı ilde 209 konaklama işletmesinin Müslüman dostu uygulamaların olduğu, ürün ve hizmet sunduğu belirlenmiştir. Bu konaklama işletmeleri gerçekleştirdiği uygulamalar ve sundukları ürünler nitelikleri açısından incelendiğinde hizmet konseptlerinin belirli bir oranda daha çok muhafazakâr misafirlerin beklentilerine ve yaşam biçimlerine göre planladıkları ve bu hedef kitlesine odaklandıkları görülmektedir. MÜDOKİ’nin tüm bu nitelikleri nedeniyle diğer konaklama işletmelerinden farklılaştığı, sağladıkları bu farklılaşmanın da misafir kitleleri açısından fark edildiği düşünülmektedir.

MÜDOKİ’nin sundukları hizmet, ürün ve uygulamalar açısından birçok farklılık içerdiği ve standart bir ortalama sunum kriterlerine tabi olmadıkları görülmüştür. Bu tesislerden sadece 1 tanesinin TS:13683’e sahip olması bu resmi açıklar niteliktedir. MÜDOKİ’ndeki farklı hizmet algıları bir belirsizlik oluşturmaktadır. Bunlar ise kafa karışıklığına yol açabilmekte ve kavramsal tartışmaları beraberinde getirmektedir. Karmaşıklığı önlemek ve MÜDOKİ’ndeki hizmet bütünlüğünü sağlama açısından bu konseptte hizmet vermeyi benimseyen işletmelerin TS:13683’e yönlendirilmeleri, teşvik edilmeleri önem arz etmektedir. Müslümanların talep ve ihtiyaçlarına karşılık verebilmek için bu tarz konaklama işletmelerinin sahip olması gereken azami niteliklerin, ürünlerin ve sunulan hizmetlerin standartlaştırılması açısından sertifikasyon,

akreditasyon ve belgelendirme işlemleri takip edilmeli ve hızlı bir şekilde uygulamaya geçirilmeli, süreçler kısaltılmalıdır. Bunların yanı sıra sunulan hizmetler açısından denetimlerine önem verilmelidir.

KAYNAKLAR

- Akyol, M. ve Kılınç, Ö.(2014). "Internet and Halal Tourism Marketing", Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish, 9(8), S. 171-186.
- Al-Hamarneh, A. and Steiner, C. (2004). "Islamic Tourism: Rethinking The Strategies of Tourism Development in The Arab World After September 11, 2001", Comparative Studies of South Asia, Africa and The Middle East, 24 (1), S. 173-182.
- 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.
- Asif, A.S.(2011). Pakistan-Halal Meat Exports. Meat Trade News Daily. <http://tribune.com.pk/story/164694/the-rise-of-pakistan-in-the-global-meat-trade/> Adresinden Erişilmiştir, (26.11.2016)
- Battour, M. M., Battor, M. M., & Ismail, M. (2012). The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourists in Malaysia. Journal of Travel & Tourism Marketing, 29(3), S.279–297.
- Battour, M.I., Mohd N., Battor, M. and Awais, M. (2014). "Islamic Tourism: An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia", Current Issues in Tourism, S. 1-18.
- Battour,M.M., Ismail,M. N., & Battor, M. (2010). Toward A Halal Tourism Market. Tourism Analysis, 15(4), S.461–470.
- BeHalal. (2011). First Sharia'h Compliant Resort to Open in Maldives. BeHalal. <http://behalal.org/home/first-shariah-compliant-resort-to-open-in-maldives/> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Bhuiyan, A.H., Siwar, C., Ismail, S.M. & Islam, R. (2011). "Potentials of Islamic Tourism: A Case Study of Malaysia on East Coastal Economic Region", Australian Journal of Basic And Applied Sciences, 5(6), S.1333-1340
- Bon, M., & Hussain, M. (2010). Tourism in The Muslim World. İçinde N. Scott (Ed.), Bridging Tourism Theory And Practice (S. 47–59).
- Bozkuş, F. (2015). Helal Oteller Kıyıda, Şehir ve Dağa Yönelde, Ekonomist, <http://www.muslimfriendlytourism.com/wp-content/uploads/2015/07/evra-ekonomist.pdf>, Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Bundhun, R. (2010). Hotels Aim to Reflect Islamic Culture, The National, <http://www.thenational.ae/Business/Travel-Tourism/Hotels-Aim-To-Reflect-%C4%B0islamic-Culture> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, G. (2014). Is Islamic Tourism A Viable Option for Tunisian Tourism? Insights From Djerba. Tourism Management Perspectives, 11(0), S.1–9.

- Chandra, G. R. 2014. "Halal Tourism; A New Goldmine For Tourism", International Journal of Business Management & Research (Ijbmr), 4(6), S. 45-62.
- Chookaew, S., Chann, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P. and Nimpaya, S. (2015). "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf In Thailand For Muslim Country", Journal of Economics, Business and Management, 3(7), S. 739-741.
- Collins-Kreiner, N., & Wall, G. (2015). Tourism and Religion: Spiritual Journeys and Their Consequences. The Changing World Religion Map (P. 689–707). Netherlands: Springer.
- Dinarstandard. (2012). Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape And Consumer Need Study For Airlines, Destinations, Hotels & Resorts Executive Summary. <http://www.dinarstandard.com/Travel-Study/> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Doğan, M. (2008). "Türkiye’de Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Bağlamında İslami Turizm", Ulusal Turizm Kongresi, Balıkesir, Türkiye, Mayıs 22-24.
- Doğan, M. (2011). Türkiye’de İslami Turizmin Gelişimi: 2002-2009, Political Economy Crisis and Development, United Kingdom: Ijopec Publication.
- Duman, T. (2011). "Value of Islamic Tourism Offering: Perspectives from the Turkish Experience", World Islamic Tourism Forum, Global Islamic Tourism Organization & International Institute of Advanced Islamic Studies, Kuala Lumpur, Malaysia. July 12-13.
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). The Role of Islamic Religiosity on The Relationship Between Perceived Value and Tourist Satisfaction. Tourism Management, 46, S.477–488.
- El-Gohary, H. (2016). Halal Tourism - Is it Really Halal? Tourism Management Perspectives, 19(B), S.124–130.
- Fahim, S. T. and Dooty, E. N. (2014). "Islamic Tourism: In The Perspective of Bangladesh", Global Journal of Management and Business Research: Real Estate Event & Tourism Management, 14(1), S. 20-26.
- Fujisaki, M. (2015). Kaigetsu Inn: Muslim – Welcome Ryokan, Halal Media Japan, <http://www.halalmedia.jp/archives/6872/kaigetsu-inn-muslim-welcome-ryokan/> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Gulf News. (2010). “Range Hospitality to Invest Dh3.67b in Region’s Religious Sites”, Gulf News Report, <http://gulfnews.com/business/sectors/tourism/range-hospitality-to-invest-dh3-67b-in-region-s-religious-sites-1.723504> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Halal Focus. (2011). Malaysia: 366 Hotels and Resorts Nationwide Get Halal Certification. <http://halalfocus.net/malaysia-366-hotels-and-resorts-nationwide-get-halal-certificatiom/> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Halalbooking. (2015). Halal Holiday. <http://en.halalbooking.com/halalholidays> (E.T.-07.01.2017)
- Halbase (2015). Halal Tourism. <http://www.halbase.com/articles?content=11> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)

- Hamza, I., Chouhoud, R., Tantawi, P. (2012). "Islamic Tourism: Exploring Perceptions&Possibilities in Egypt", African Journal Of Business and Economic Research, 7(1), S.85-98
- Hassan, A.R. (2007). Islamic Tourism Revisited, A Note From The Editor. Islamic Tourism, 32(2), 1 <http://www.islamic tourism.com/PDFs/Issue%2032/English/2.pdf> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Henderson, J.C.(2010). Sharia-Compliant Hotels. Tourism and Hospitality Research, 10(3), S.246-254.
- Hussain, T. (2015). 11 Reasons Why Muslims Should Travel. <http://ilmfeed.com/11-reasons-why-muslims-should-travel/> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT). (2016). "Müslüman Dostu Turizm: İt Üyesi Ülkelerde Arz ve Talep Bileşenlerini Anlamak", Ankara:Türkiye
- Jafari, J.,Scott, N. (2014). Muslim World And Its Tourisms. Annals of Tourism Research, 44(1), S.1-19.
- Javed, N.(2007). Islamic Hotel Branding And Muslim Hospitality, <http://www.salesvantage.com/article/1143/Islamic-Hotel-Branding-Muslim-Hospitality> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Jurattanasan, A. and Jaroenwisan, K. (2014). "The Attribution of Shariah Compliant Hotel in Muslim Countries", Review of Integrative Business & Economics Research, 3(1), S. 39-44.
- Kalesar, M.I. (2010). "Developing Arab-Islamic Tourism in The Middle East: An Economic Benefit or a Cultural Seclusion", International Politics, Vol:3, No:5, Ss.105-136.
- Karim, S. (2014) "Halal Tourism: Way to Muslim-Friendly Environment an Industry That Goes Mainstream", February 13th 2014
- Khalil, S. (2010). Halal Holidays in The Sun. <http://www.bbc.com/news/world-10957196> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Kovjanic, G. (2014). "Islamic Tourism as a Factor of The Middle East Regional Development", Turizam, 18(1), S. 33-43.
- Laderlah., at all. (2011). "A Study On Islamic Tourism: A Malaysian Experience", 2011 2.nd International Conference On Humanities, Historical and Social Sciences Ipedr
- Lefevre, A. S. (2015). Thailand Launches Muslim-Friendly Tourist App. <http://uk.reuters.com/article/us-thailand-tourism-idUKKCN0P918F20150629> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Mansouri, S. (2014). "Role of Halal Tourism Ideology in Destination Competitiveness: A Study on Selected Hotels in Bangkok, Thailand", International Conference on Law, Education and Humanities (Icleh'14), Pattaya, Thailand, January 30-31.
- Mayock, P. (2015, July). 13. Hotel News Now: Muslim Market A Formidable Force in Travel <http://www.hotelnewsnow.com/articles/27031/Muslim-Market-Aformidable-Force-%c4%b0n-Travel> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)

- Mdsalleh, N. Z., Abdulhamid, A. B., Hashim, N. H. and Oman, S. Z. (2014). "The Practice of Shariah-Compliant Hotel in Malaysia", *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(1), S. 26-30.
- Mohsin, A. (2014). Halal Tourism. Welcome Address For The 1st New Zealand Halal Tourism Conference, Hamilton. New Zealand: University Ofwaikatomanagement School
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal Tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, S.137–143.
- Namin, A.T. (2012). "Islam And Tourism: A Review On Islamic Republic On Iran", *International Journal of Management and Humanity Sciences*, 1(1), S.17-23.
- Nassar, M.A., Mostafa, M.M., & Reisinger, Y. (2015). Factors Influencing Travel to Islamic Destinations: an Empirical Analysis of Kuwaiti Nationals. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 9(1), S.36–53.
- Nasreen, S. (2010). The Birth of Halal Holidays. *The Guardian* <https://www.theguardian.com/travel/2010/aug/28/halal-holidays-turkey-muslim-women> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Omar, C.M.C vd. (2014). Shariah Compliance In Hotel Operations Using Islamic Tourism Product Index, *International Conference on Tourism and Development: Growth and Diversity at Chiang Mai, Thailand, August 29-30, 2014*
- Özdemir, İ.M. (2012). Turizmde Yeni Bir Pazar Bölümü Olarak İslami Turizm: Dindar Müslüman Turistler ve İslami Otelere Yönelik Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Pamukçu, H. ve Arpacı, Ö. (2015). "Helal Konseptli Otel İşletmeleri: Türkiye'deki Mevcut Durum Üzerine Bir Araştırma", *I. Uluslararası Türk Dünyası Sempozyumu*, 19-21-Kasım, S.319-331
- Pavlova, I. (2011). "Bosnia Sees High Promise in Halal Tourism", *See Top 100*, S. 120-121.
- Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life (2015). *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050.* <http://www.pewforum.org/2015/04/02/Religious-Projections-2010-2050/> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Pewresearch Center. (2012). *The Global Religious Landscape: A Report On The Size and Distribution of Theworld's Major Religious Groups as 2010.* Washington,D.C.
- Ramakrishnan, M. (2015). *Muslim Travel Market Tops Spending Worldwide.* <http://www.smartmeetings.com/news/74930/muslim-travel-market-tops-worldwide-spending> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Razalli, M.R., Abdullah, S., & Hassan, M.G. (2012). *Developing A Model For Islamic Hotels: Evaluating Opportunities and Challenges.* Working Paper. Universiti Utara Malaysia
- Razzaq., A.S. (2016). *Halal, New Zealand! An Exploratory Study into The Halal-Friendliness Of Accommodation Providers In New Zealand,* Master Thesis on Business Management, Marketing and Entrepreneurship Department

- Rosenberg, P., & Choufany, H.M. (2009). Spiritual Lodging - The Shari'ah Compliant Hotel Concept. http://www.4hoteliers.com/4hots_fshw.php?mwi=4010_ Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Saad, H., Ali, B., & Abdel-Ati, A. (2014). Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), 1–13.
- Sahida, W., Rahman, S.A., Awang, K., & Man, Y.C.(2011). The Implementation of Shariah Compliance Concept Hotel: De Palma Hotel Ampang, Malaysia. In *The Proceedings of The 2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences*. Ipedr, Vol. 17. Singapore: Iacsit Press.
- Sambidge, A. (2011). Qatar Firm Eyes \$500m Spend On Turkish Dry Hotels. *Hotelier Middle East.com*, <http://www.hoteliermiddleeast.com/12994-qatar-firm-eyes-500m-spend-on-turkish-dry-hotels/> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Samoni, Z. and Abd Rahman, F. (2013). "Establishing Shariah Compliant Hotels in Malaysia: Identifying Opportunities, Exploring Challenges", *West East Journal of Social Sciences*, 2(2), S. 95-108.
- Sboros,M. (2014). Moscow Hotel Goes 'Halal' in Bid to Attract Global Muslim Visitors. <http://www.biznews.com/travel/2014/10/27/moscow-hotel-goes-halal-bid-attract-muslim-visitors-around-world/> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Scott, N., & Jafari, J. (2010). *Tourism in the Muslim World*. Bingley: Emerald Press.
- Shakiry, A.S. (2006). The Academy of Islamic Tourismproject. *Islamic Tourism*, <http://www.itmitw.com/Articles/articles.php?issue=253> Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Shuriye, A. O. ve Daud, M. R. H. C. (2014). "Hospitality And Leisure Between Religious Maxims and Modern Facilities", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(27), S. 1127-1135.
- Stephenson, M. L. (2014). "Deciphering 'Islamic Hospitality': Developments Challenges and Opportunities", *Tourism Management*, 40, S. 155-164.
- Stephenson, M.L., Russell, K.A. and Edgar, D.(2010). "Islamic Hospitality in The UAE: Indigenization of Products and Human Capital", *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), S. 9-24.
- Tekin, Ö. A. ve Yılmaz, E. (2016). "İslami Turizm Konseptinde Hizmet Veren Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir İnceleme", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(9), S.2046-2058
- Tekin, Ö.A. (2014). "İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), S. 750-766.
- TTG Asia. (2014). Philippines Expands Offerings To Muslim Travellers. http://www.ttgasia.com/article.php?article_id=23549 Adresinden Erişilmiştir (07.01.2017)
- Türk Standartları Enstitüsü (TSE). (2016), "TS 13683 – Helal Yönetim Sistemi – Oteller", Ankara

- WTM. (2007). The World Travel Market Global Trend Reports 2007. London: World Travel Market.
- Yeşiltaş, M., Cankül, D., ve Temizkan, R. (2012). "Otel Seçiminde Dini Hayat Tarzlarının Etkisi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(39), S. 193-217
- Zailani., S. at all. (2011). An Exploratory Study on The Factors Influencing The Non-Compliance to Halal Among Hoteliers in Malaysia. *International Business Management*, 5(1). S.1-12
- Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. C. (2010). Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia. *The International Journal of Tourism Research*, 12(1), S.79-89
- Zulkifli, W. S. W., Rahman S. A., Awang, K. W. & Man, Y. B. C. (2011). Developing The Framework for Halal Friendly Tourism in Malaysia, *International Business Management*, 5(6), 295-302.