

Bu makaleye atıfta bulunmak için/To cite this article:

ÇALIK, İ. PEKERŞEN, Y. (2020). Helal Konseptli Otel Yöneticilerinin Helal Otelcilik Farkındalıkları Üzerine Nitel Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24 (1), 397-414.

Helal Konseptli Otel Yöneticilerinin Helal Otelcilik Farkındalıkları Üzerine Nitel Bir Araştırma^(*)

İsmail ÇALIK^(**)

Yeliz PEKERŞEN^(***)

Öz: Bu araştırmanın amacı; helal turizm konseptinde hizmet veren otel işletmelerinin; helal otel kriterleri, helal otel sertifikası ve dini hassasiyete sahip misafirlerin istekleri gibi konularda farkındalık düzeylerinin tespit edilmesidir. Araştırmada verilerin toplanmasında mülakat, analiz edilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda Konya'da faaliyet gösteren helal konseptli otellerde yöneticilik yapan 11 kişi ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; otel yöneticilerinin helal sertifikasyon hususunda istekli olmadıkları ve bazı otellerin müşteri kaybetmemek adına helal otelcilik kriterleri konusunda net kararlar alamadıkları ortaya çıkarılmıştır.

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

A Qualitative Research on Halal Hoteling Awareness of Halal Concept Hotel Managers

Abstract: The aim of this study is to determine the awareness levels of hotelkeepers in halal tourism concept on halal hotel criteria, halal hotel certificate and requests of guests with religious sensitivity. In the research, interviews were used to collect the data and content analysis method was used to analyze the data. In this context, interview was conducted with 11 people in halal concept hotels operating in Konya. According to the results of the study, it was revealed that hotel managers are not willing to give halal certification and some hotels do not make clear decisions about halal hospitality criteria.

Keywords: Halal, Halal Tourism, Halal Hotel, Konya.


Makale Geliş Tarihi: 13.08.2019


Makale Kabul Tarihi: 10.02.2020


I. Giriş

Türkiye, helal turizm açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Bunun temelinde yatan nedenler ise sahip olduğu çekicilikler, doğal, tarihi unsurlar ve İslam dininin hâkim olduğu bir ülke olmasından kaynaklanmaktadır (Poyraz ve Oktay, 2017: 102). Helal ürün ve bu yöndeki hizmet talebi turizm sektöründe özellikle Müslüman ülkelerinde yoğun bir şekilde artış göstererek (Zulkharnain ve Jamal, 2012: 337) bu anlayışla hizmet sunan

^{*} Bu çalışma I. Uluslararası Helal Turizm Kongresi'nde sunulmuş olan "Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Helâl Konsept Farkındalıkları" adlı bildiri çalışmasının güncellenmiş ve genişletilmiş halidir.

^{**} Dr. Öğr. Üyesi Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü (eposta: ismailcalik29@gmail.com)  ORCID ID. <https://orcid.org/0000-0001-9815-5796>

^{***} Dr. Öğr. Üyesi Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü (eposta: yeliz.ulusan@gmail.com)  ORCID ID. <https://orcid.org/0000-0003-4769-7717>

Bu makale araştırma ve yayın etiğine uygun hazırlanmıştır  iThenticate[®] intihal incelemesinden geçirilmiştir.

konaklama işletmelerini ön plana çıkarmakta (Mohsin, Ramli ve Alkhulayfi, 2016: 141) ve tüketicilerin istek ve beklentileriyle paralel olarak birbirinden çok farklı türdeki işletmeler, bu pazardaki yerini almaktadır (Yazıcıoğlu ve Özata, 2017: 110). Helal ürünleri hem Müslüman hem de gayrimüslüman tüketicilerin daha güvenilir bularak tercih etmeleri de (İbrahim ve Mokhtarudin, 2010: 41) bu pazarın gelecekte daha da gelişeceğinin bir göstergesi olmaktadır (Kurtoğlu ve Çiçek, 2013: 185). Bu açıdan otel yöneticilerinin helal tesis sertifikası ve helal otel kriterlerine yönelik düşüncelerinin öğrenilmesi ve dünyada büyük bir hızla ilerleyen helal turizm pazarından yeterince yararlanmak isteyen konaklama tesislerinin mevcut kriterleri sağlayıp sağlamadığı gibi etkenlerin ortaya çıkarılması önem arz etmektedir.

Bu çalışma, “helal konseptte” hizmet sunan konaklama işletmelerinin İslami kurallar dâhilinde hizmet verip vermediğinin değerlendirilmesi ve bu işletmelerin helal otelciliğin anlamı, dini hassasiyeti yüksek olan misafirlerin isteklerinin karşılanması ve helal otelcilik sertifikasyonu konusundaki görüşlerinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda Konya ilindeki helal konseptli otellerin durumu araştırılarak, yöneticilerle yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlar tartışılmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde helal turizm kavramına yer verilmiştir. İkinci bölümünde yöntem ve bulgular aktarılmış, son bölümde ise elde edilen veriler doğrultusunda sonuçlara yer verilmiş ve öneriler getirilmiştir. Çalışmanın bu konuda işletme yöneticilerine yol gösterici olması umut edilmektedir.

II. Literatür Taraması

Bu kısımda helal turizmin tanımı, helal konseptli oteller ve nitelikleri, helal turizmde sertifikalama konularına ve konu ile ilgili yapılmış ulusal/uluslararası çalışmalara değinilmiştir.

A. Helal Turizm

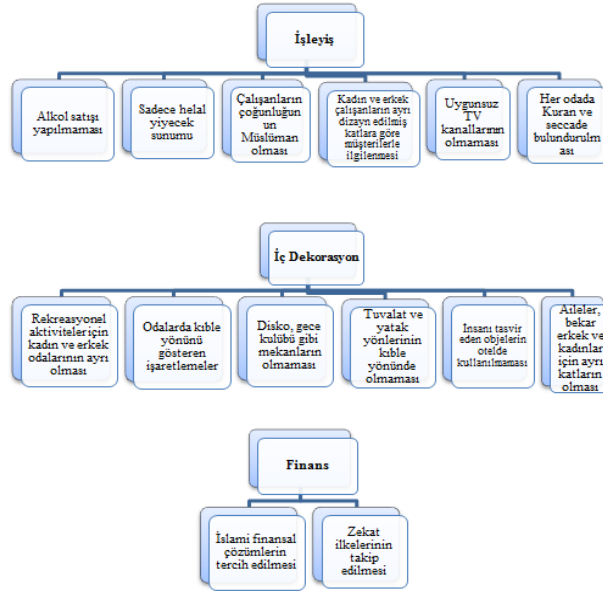
İslamiyet’e göre “helal” Müslümanlar için yapılmasına izin verilen şeyler anlamına gelmektedir (Bonne ve Verbeke, 2008: 38). Dinî açıdan yasaklanmamış olan, dinin kurallarına aykırı olmayan, haram karşısı şeklinde de tanımlanmıştır (TDK, t.y.). Helal kavramı, İslam hukukunun onayladığı biçimde mal ve hizmet üretme biçimi olarak da ifade edilebilmektedir (İdris ve Wahab, 2015: 201).

Turizm endüstrisinde yeni bir yaklaşım biçimi olarak süregelen (Chookaew, Chanin, Charatarawat, Sriprasert ve Nimpaya, 2015: 739), Müslümanların inançlarına uygun bir şekilde seyahat etmesi, konaklaması, tatil yapması ve diğer turizm aktivitelerine katılması olarak nitelendirilebileceğimiz helal turizm son yıllarda tüm dünyada hızlı bir şekilde gelişim göstermeye başlamıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2015: 43). İslam değerlerine bağlı bir turizm türü şeklinde de ifade edilebilecek olan helal turizm (Mohsin, Ramli ve Alkhulayfi, 2016: 138) misafirlere sadece helal yiyecek ve içecek sunulması anlamına gelmeyip, otel işletmelerinin tasarımından, mali sistemine kadar İslami kural ve ilkelere uygun olmasını gerektirmektedir (Sahida, Ab Rahman, Awang ve Che Man, 2011: 140). Bu nedenle helal turizmin bir turizm çeşidinden ziyade helal anlayışla tüm

turizm çeşitlerinin uygulanması gerektiği şeklinde bir anlam taşıdığı da ifade edilebilir (Boğan, Batman ve Sarıışık, 2016: 1425).

B. Helal Konseptli Oteller ve Nitelikler

Oteller; misafirlere konaklama, yeme-içme gibi hizmetler sağlayan tesislerdir (Che Omar, Islam ve Adaha, 2013: 4). Helal otel ise İslami kurallara uygun hizmet sağlayan tesisler olarak tanımlanabilir. Bu oteller sadece helal olmayan gıdaları sunmamak, içki servisi ve satışı yapmamakla kalmamakta (Razalli, Abdullah ve Hassan, 2012: 92) bunların yanında otelin tüm yönetim fonksiyonlarında da dini kurallara uygun hareket edilmesi gerektiğini tasvip etmektedir (Chookaew, Chanin, Charatarawat, Sriprasert ve Nimpaya, 2015: 740). Arpacı ve Batman (2015: 75) helal otelleri İslami kurallara göre tasarlanmış, konaklama hizmetinin yanında yeme, içme ve eğlenme gereksinimlerini de İslami kurallara uygun bir şekilde gerçekleştiren tesisler olarak nitelendirmişlerdir. Ancak İslam'ın tüm kurallarına uygun hizmet sunan işletmelerin sayısının az olması sebebiyle Saad ve arkadaşları (2014) bu otelleri üç sınıfa ayırmış; sadece alkolün olmadığı otellere “dry” otel; helal gıda, mescit, odalarda Kur'an ve seccade bulunduran, kadın ve erkek ayrımı gibi hizmet sunan otellere “kısmi helal otel” son olarak tüm faaliyetlerde yani otelin dizaynından muhasebesine kadar İslami anlayışın egemen olması halinde bu tür otellere “helal otel” tabirinin uygun olduğunu belirtmişlerdir (Saad, Ali ve Abdel-Ati, 2014: 2). Che Ahmat ve arkadaşlarının (2015) yaptığı çalışmaya göre helal konseptli otel işletmelerinde bulunması gereken temel nitelikler şu şekildedir;



Şekil 1: Helal Konseptli Otellerin Özellikleri (Kaynak: Che Ahmat, Ahmad Ridzuan, Din, Zainol ve Razali, 2015, s. 57.)

Helal konseptli otel işletmelerinin sahip olması gereken niteliklerle, sundukları hizmetlerin tam olarak neler olması gerektiğiyle ilgili dünyaca kabul edilmiş ortak bir standart bulunmamakta (Boğan, Batman ve Sarıışık, 2016: 1434) ve sundukları hizmetlerle, bu hizmetleri sunuş şekilleri bakımından diğer otellerden farklılaşmaktadırlar (Arpacı ve Batman, 2015: 74). Bu işletmelerde; alkollü içki servisi yapılmamakta (Che Omar, Islam ve Adaha, 2013: 6), yiyecek ve içeceklerde helal gıdalar tercih edilmekte (Jurattanasan ve Jaroenwisan, 2014: 41), her odada seccade ve Kuran yer almakta (Idris ve Wahab, 2015: 202), yatak ve tuvaletlerin yönü kibleye göre düzenlenmiş olmakta (Samori ve Abd Rahman, 2013: 99). taharet muslukları bulunmakta (Saad, Ali ve Abdel-Ati, 2014: 3), mescit imkanı sunulmakta (Kovjanic, 2014: 38), İslami ilkelere uygun eğlence faaliyetleri gerçekleştirilmekte (Jurattanasan ve Jaroenwisan, 2014: 42), personel çoğunlukla Müslüman olmakta (Razalli, Abdullah ve Hassan, 2012: 93), çalışan personel İslami ilkelere uygun giyinmekte (Abdul Majid, Denan, Abdullah ve MohdNoor, 2015: 141), bay ve bayanlar için ayrı rekreasyon faaliyetleri oluşturulmakta (Md Salleh, Abdul Hamid, Hashim ve Omain, 2014: 27), cinsiyete göre katlar ayrı olmakta (Yusof ve Muhammad, 2011: 1145), odalarda minibar bulunmamakta (Mansouri, 2014: 21), insan biçimini tasvir eden objeler kullanılmamakta (Sahida, Ab Rahman, Awang ve Che Man, 2011: 140), misafirler İslami ilkelere aykırı giyinmemekte (Samori ve Sabtu, 2014: 151) ve İslami finansman (Che Ahmat, Ahmad Ridzuan, Din, Zainol ve Razali, 2015: 53) uygulamaları gerçekleştirilmektedir.

Helal uygulaması, otel işletmelerinde “çiftlikten masaya” işlemlerin tüm aşamalarında uygulanmalıdır (Idris ve Wahab, 2015: 205). Ancak maliyetli oluşu, detaylı bir planlamaya ihtiyaç duyulması ve alkol satışlarından yüksek gelirler elde edilmesi otel işletmelerinin birçoğunda tereddütler yaratabilmektedir (Che Ahmat, Ahmad Ridzuan, Din, Zainol ve Razali, 2015: 55). Bundan dolayı bazı işletmeler mevcut işletmelerini bu tarz müşterilere hizmet sunabilecek şekilde tasarlarken, bazıları ise sadece helal konseptine dönüştürmek istemektedirler (Arpacı, Uğurlu ve Batman, 2015: 183).

C. Helal Turizmde Sertifikalama

Helal sertifikalama, geçerli ve tarafsız bir kurumun üretimi denetlemesi, helal standartlarla uyumlu üretimin yapıldığının doğrulanması ve tasdik edilmiş bir belge verilmesini kapsayan bir yöntem olarak günümüzde bir gereklilik halini almıştır (Baran ve Batman, 2015: 185). Bunun en temel sebebi; geçmişte sadece Müslümanlara özgü düşünülen helal uygulamaların günümüzde tüm insanlar tarafından ilgi görmesidir (Boyras, Mutluç, Güvenen ve Dikmen, 2017: 145). Turizm sektöründe de otellerin müşterilerin talepleri ve uluslararası rekabet nedeniyle helal hizmet belgesi alma başvurularının arttığı ifade edilebilir (Şimşek, 2013: 23).

Konaklama işletmelerinin İslami turizm esaslarına göre hizmet verip vermediğini inceleyen ve buna göre bu işletmeleri sınıflandıran sistemlerden birisi Malezya'daki “Universal Crescent Standard Center” (UCSC) isimli kuruluştur. Bu sistemde birden yediye kadar hilal ile konaklama tesisleri derecelendirilmektedirler. İslami turizm konseptine bütünüyle uyumlu tesis olarak kabul edilebilmesi işletmenin yedi hilal almış olmasına bağlı olmaktadır (Tekin, 2014: 762). Türkiye’de de Türk Standartları Enstitüsü

(TSE), Diyanet İşleri Başkanlığı ile koordineli bir biçimde 4 Temmuz 2011 tarihinden itibaren helal gıda belgelendirmesine başlamış olup, Temmuz 2013 itibariyle 187 işletmeye helal gıda sertifikası vermiştir (Kurtoğlu ve Çiçek, 2013: 183). Bu kapsamda helal uygunluk belgesini alan ilk otel Bera Alanya otelidir (İhlas Haber Ajansı, 2014). Dünya Helal Birliği'nden ilk helal turizm hizmet belgesini alan otel işletmesi ise Adenya Hotel & Resort'dur (Boğan, Batman ve Sarıışık, 2016: 1433). Helal gıda sertifikası veren Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalandırma Derneği (GİMDES), Helal Gıda Denetim ve Sertifikalandırma Merkezi (HEDEM) gibi bazı özel kuruluşlar da helal gıda sertifikası alan firmaların listesini internet sitelerinde yayınlamaktadırlar (Kurtoğlu ve Çiçek, 2013: 183).

Şu ifade edilebilir ki; İslami otel anlayışının uygulanmasında büyük fırsatlar yatmakta ve bu niş pazar kesiminin gittikçe büyümesi beklenmektedir (Razalli, Abdullah ve Hassan, 2012: 94). 2012 yılında İslami turizm pazarı raporuna göre turizm pazarı % 3.8 oranında genişlerken helal turizm % 4.8 oranında genişlemiştir. Ayrıca 2020 yılına kadar helal turizm pazarındaki büyüme hızının, toplam turizm endüstrisinden çok daha fazla olması beklenmektedir (Tanrıseven, Pamukçu ve Batman, 2016: 61). Thomson Reuters ve Dinar Standard (2013)'a göre helal turizm 2018 yılı itibariyle 181 milyar ABD doları değerine ulaşacaktır. Bu nedenle helal turizm ürün ve hizmetlerini geliştirmek için ortaya konulan stratejilerin mutlaka İslami ilkeler göz önünde bulundurularak tasarlanması gerekmektedir (Eşitti, 2018: 55).

D.Konu ile İlgili Çalışmalar

Baysal (2017) helal turizm kavramını irdeleyerek, Türkiye'deki mevcut durumunu ve gelişme potansiyelini incelemiştir. Poyraz ve Oktay (2017) helal konseptli otellerin diğer otel konseptleriyle olan rekabetinde hangi tutundurma stratejilerini izlediklerini ele almışlardır. Sürücü, Kıroğlu, Kargiglioğlu ve Karaçağa (2017) tüketici şikâyetlerinden yola çıkarak Türkiye'deki helal otel işletmelerinin uygulamalarına yönelik mevcut durumu ele almışlardır. Araştırma sonucunda misafirlerin otel hizmetlerine ilişkin şikâyetlerinin 13 grup altında toplandığı belirtilmiştir.

Battour ve Ismail (2016) gelişmekte olan helal turizmin pazarlanmasında yaşanan fırsatlar ve zorlukları ifade etmişlerdir. Boğan, Batman ve Sarıışık (2016) yaptıkları yazın taramaları sonucunda helal turizmin inanç turizmi ile eş anlamlı olmadığını, İslami otel, tesettür otel gibi terimlerin kullanımının doğru olmadığını, bunun yerine helal turizm kavramının daha uygun olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Mohsin, Ramli ve Alkhulayfi (2016) giderek büyümekte olan helal turizm pazarı hakkında farkındalık yaratmak ve pazarın temel ihtiyaçlarını tespit etmeye çalışmışlardır.

Baran, Batman ve Yıldız (2016) "helal mutfak" sertifikasına sahip otellerde konaklayan müşterilerin helal gıda algılarını ölçmeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda helal gıda ve helal sertifikasının müşteriler tarafından yeterli düzeyde algılanmadığı ifade edilmiştir. El-Gohary (2016) çalışmasında helal turizmin gerçekten helal olup olmadığını sorgulayarak, helal turizmin sadece Müslümanlar için mi geçerli olduğunu, helal turizm mi yoksa İslami turizm mi olması gerektiğini tartışmıştır. Samori,

Md Salleh ve Khalid (2016) helal turizm kavramının mevcut gelişimini ele almışlardır. Idris ve Wahab (2015) SWOT analizi kullanarak Malezya'daki helal konseptli otellerin rekabetçi stratejilerini belirlemeye çalışmışlardır.

Akyol ve Kılınç (2014) "helal turizm" konseptiyle faaliyet gösteren otellerin web sitelerini ve pazarlamada öne çıkan farklı yönlerini görsel ve metinsel olarak analiz etmişlerdir. Jurattanasan ve Jaroenwisan (2014) Müslüman ülkelerindeki şeriat uyumlu otellerin özelliklerini incelemiştir. Bu özelliklerden bazıları; alkolün bulunmaması, tesislerde Müslüman personelin çalıştırılması, her odada Kuran'ın yer alması ve erkekler ile kadınlar için ayrı dinlenme bölümlerinin yer almasıdır. Tekin (2014) çalışmasında İslami turizmin hem dünyadaki hem Türkiye'deki durumunu inceleyerek, İslam ve turizm arasındaki ilişkiyi belirlemeye çalışmış ve İslami turizm işletmelerinin yapısal özelliklerini irdelemiştir.

Saad, Ali ve Abdel-Ati (2014) çalışmalarında şeriat uyumlu otellerin daha iyi anlaşılmasını sağlamak istemiş ve Mısır'da bu konseptte yer alan otellerin gelişmelerinin önündeki zorlukları ortaya koymuşlardır. Chandra (2014) helal turizmin giderek popülerlik kazanarak hızla büyüme gösterdiğini ancak sağladığı fırsatların yanında birtakım zorlukları da beraberinde getirdiğinden bahsetmiştir. Bu zorlukların başında işletmelerde İslami uygulamaların ölçümü ve kabulü gelmektedir. Kurtuluş ve Çiçek (2013) tüketicilerin helal ürünler hakkındaki algılama, tutum ve beklentilerinin cinsiyet, meslek, gelir ve öğrenim durumlarına göre farklılık gösterdiğini ortaya çıkarmışlardır.

Quantaniah, Noreina ve Syakinah (2013) Malezya'da Müslüman ve gayrimüslim üniversite öğrencileri arasında helal gıda seçimini etkileyen faktörleri ele almışlardır. Yeşiltaş, Cankül ve Temizkan (2012) yerli turistlerin otel seçimleri üzerinde dini hayatlarının etkisi olup olmadığını ele almış, araştırma sonucunda yerli turistlerin dini inanışları ile otel seçimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Marzuki (2012) Malezya'da restoran yöneticilerine yapmış olduğu anket çalışması sonucunda Müslüman yöneticilerin restoranlarında helal sertifikalandırmaya yönelik yüksek beklentilere sahip olduklarını ve helal sertifikaya sahip olmanın önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Gayrimüslim yöneticilerin özellikle de Çin restoran işletmecilerinin bu konuda daha düşük beklentilere sahip olduğu vurgulanmıştır. Duman (2012) çalışmasında İslami turizm terimini kavramsal bir çerçeve içerisinde sunarak, Türk helal turizm endüstrisini ele almıştır. Yusof ve Muhammad (2011) şeriat uyumlu otellerin temel özelliklerini araştırmışlardır.

Yapılmış çalışmalara istinaden henüz yeni bir kavram olarak kendisini gösteren helal turizm ve helal konseptli otel kavramlarına işletme yöneticilerinin bakış açılarının nasıl olduğunun belirlenmesiyle, literatürdeki boşluğun giderilmesi amaçlanmaktadır.

III. Yöntem

Araştırmada Konya ilinde helal konseptte hizmet veren otel işletmelerine odaklanılmıştır. Helal turizm konseptinde hizmet veren otel işletmelerinin; helal otel kriterleri, helal otel sertifikası ve dini hassasiyete sahip misafirlerin istekleri gibi konularda farkındalık düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Konaklama

işletmelerinde helal turizme yönelik sunulan hizmet unsurlarının gelen misafirler açısından ne denli önemli olduğunun tespit edilmesinin otel işletmecilerine ve yöneticilerine, yapılacak faaliyetler hakkında bilgi verebileceği hem misafir memnuniyetine hem de hizmet kalitesine olumlu yönde katkı sağlayabileceği söylenebilir. Ayrıca ulusal ve uluslararası literatürde bu konuda yapılmış sınırlı sayıda çalışmaya rastlanılmış olması araştırma bulgularını kaynak oluşturma bakımından da konuyu değerli hale getirmektedir. Araştırmanın evreni, Konya ilinde helal otel sertifikası olan otel işletmeleri olarak belirlenmiştir. Fakat yapılan araştırmada Konya ilinde helal otel sertifikasına sahip otel işletmesi bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle, Konya ilinde helal otel sertifikası olmayan fakat helal otel kriterlerine uyumluluk gösterebilecek, dini hassasiyeti yüksek misafirlere yönelik hizmet üreten otel işletmeleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır.

Araştırmada verilerin toplanması ve analiz edilmesinde nitel yöntemlerden yararlanılmıştır. Verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada işletme sahipleri veya yöneticiler (genel müdür, genel müdür yardımcısı) ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 11 otel yöneticisi ile görüşmeler yapılmış olup bu görüşmeler Kasım-Aralık 2016 tarihlerinde randevu alınmak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Görüşme süreleri 10-40 dakika arasında değişmektedir.

Araştırma verileri, bu görüşmelerde yöneticilere sorulan yarı yapılandırılmış soru formları aracılığı ile elde edilmiştir. Araştırma soruları Zailani, Omar ve Kopong (2011) tarafından Malezya’da hizmet veren helal otellerin yöneticilerine yönelik hazırlanan çalışmada kullanılan sorular uyarlanarak hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış sorular ile ilgili farklı üniversitelerde görev yapan turizm alanında uzman iki öğretim üyesinden görüş alınmıştır. Yöneticilere helal otelcilik kapsamında 10 farklı soru iletilmiştir. Veri toplama süreci ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmış, daha sonra yazılı hale dönüştürülmüştür. Görüşmeler yazılı hale dönüştürülürken birebir aktarılmasına dikkat edilmiştir. Araştırma soruları genel olarak “helal otelciliğin anlamı ve tanımı”, “otellerde helal sertifika olup olmadığı”, “misafirlerin helal otelcilik kapsamındaki istekleri ve otellerin farkındalığı” ve “otellerde var olan helal otelcilik uygulamaları”, “tedarikçilerin hangi kriterlere göre seçildiği” kapsamındadır.

Elde edilen verilerin analiz edilmesinde betimsel ve içerik analizi birlikte kullanılmıştır. Görüşme metinlerinden elde bulgular ilk olarak temalandırılmış, daha sonra alt kategorilere ayrılmıştır. Temalar, araştırma sorularının bağlamına göre belirlenmiştir. Kategoriler ise temalar içerisinde en fazla tekrar edilen ifadelerden oluşmaktadır. Tablolarda yer alan kategorilerin yanında parantez içinde ifadenin tekrar edilme sıklığına yer verilmiştir. Ayrıca ifadelerden örnek alıntılar yapılarak konu zenginleştirilmiştir. Örnek alıntılarının sonunda katılımcı isimleri K1, K2, K3 şeklinde kodlanmıştır.

IV. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu kısmında belirlenen temalar ve kategorilere ilişkin bulgulara yer verilecektir. Tablo 1’de tema ve kategoriler yer almaktadır.

Tablo 1: Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Kategoriler

Otel Yöneticilerinin Helal Otelcilik ile İlgili Görüşleri
1- Helal Otelciliğin Anlamı Teması
1.1. Alkol Kullanımının Yasak Olması
1.2. Evlilik Cüzdanı Sorulması
1.3. Helal Gıda Kullanımı
1.4. Odalarda Seccade, Kuran-ı Kerim ve Kible Gösterici Hizmeti
1.5. Genel İslami Kurallara Uygunluk
2- Helal Otelcilik Sertifikası Teması
2.1. Helal Otelcilik Sertifikasına Sahip Olmama
2.2. Helal Otelcilik Sertifikası için Başvuru Yapmaya Gerek Görülmemesi
2.3. Gelecekte Helal Otelcilik Sertifikasına Sahip Olmak İstenmesi
2.4. Helal Otelcilik Sertifikası ile İlgili Bilgi Sahibi Olunmaması
2.5. Misafirlerin Helal Otelcilik Sertifikasına Önem Vermemesi
3- Dini Hassasiyeti Olan Misafirlerin İstekleri Teması
3.1. Otelde Mescit Hizmeti
3.2. Odalarda Kuran-ı Kerim Hizmeti
3.3. Odalarda Seccade, Tespih, Kible Yönü Hizmeti
3.4. Konya'nın Kültürel Mekânları Hakkında Bilgi Verilmesi
3.5. Arapça Bilen Ön büro Görevlisi İstihdamı
4- Helal Otellerde Tedarikçi Seçiminde Dikkat Edilen Hususlar Teması
4.1. Helal Gıda Sertifikasının Varlığı
4.2. Yerli, Bilindik Gıda Firması Olması
4.3. Kaliteli Ürünler Üreten Kurumsal Firmalar
4.4. Sağlık ve Hijyen Koşullarına Uygunluk

Tablo 1’de otel yöneticilerinin helal otelcilik hakkındaki görüşlerine yönelik üst ve alt kategoriler yer almaktadır. Üst kategoriler arasında “helal otelciliğin anlamı”, helal otelcilik sertifikası”, “dini hassasiyeti olan misafirlerin istekleri”üst kategorilerinde 5’er alt kategori, “helal otellerde tedarikçi seçiminde dikkat edilen hususlar”üst kategorisinde ise 4 alt kategori yer almaktadır. Aşağıda bu kategorilerle ilgili bulgulara sırasıyla değinilecektir.

A. Helal Otelcilik Kavramının Anlamı Teması

Helal otelcilik kavramının yöneticiler tarafından nasıl algılandığını belirlemek amacıyla katılımcılardan “Helal Otel” kavramını açıklamaları istenmiştir. Bu kapsamda ortaya çıkan temel kategoriler, “Alkol Kullanımına İzin Verilmemesi”, “Evlilik Cüzdanı Sorulması”, “Helal Gıda Kullanımı”, “Odalarda Seccade, Kuran-ı Kerim ve Kible Gösterici Bulunması”, “İslami Kriterlere Uygunluk” şeklindedir. Tablo 2’de belirtilen kategoriler ve bu kategorilerle ilgili örnek alıntılara yer verilecektir.

Tablo 2: Helal Otel Kavramının Anlamı Teması ve Kategoriler

Kategori	Örnek Alıntı
Alkol Kullanımının Yasak Olması (6 Katılımcı)	<p>“Helal otel olarak adlandırılan otellerde tabii ki alkol olmaması gerekiyor. Alkol bulunan bir otelde helallikten bahsetmek mümkün değil. Bu durum Müslümanlıkla ilgili bir kural ve bizde bu kurala uyuyoruz. Ayrıca, helal otelcilikte asıl amaç insanı fiziki ve psikolojik açıdan tehdit eden unsurlardan uzaklaşmak olmalıdır. Bu sağlandığında zaten helal kriterlerde sağlanmış olacaktır.” (K5)</p> <p>“Misafirlerimiz kurallara uymak zorundadır. Biz misafirler için alkollü içecek temin etmiyoruz ancak kendileri alıp odalarına getirdiklerinde ve bizden bardak istediklerinde olumsuz cevap veremiyoruz. Odalara müdahale etme şansımız yok. Özellikle yabancı misafirlerimiz bu konuda ısrarcı oluyor. Fakat odada içki içip genel alanlarda diğer misafirleri rahatsız edecek davranışlarda bulunursa o zaman müdahale ederiz.” (K2, K11)</p>
Evlilik Cüzdanı Sorulması (3 Katılımcı)	<p>“Helal otel, muhafazakarlığı abartılı şekilde yansıtmayan geleneklerine bağlı otellerdir. Biz kurallarımız gereği evlilik cüzdanı soruyoruz. Fakat il dışından gelen nişanlı misafirlere illaki evlilik cüzdanı zorlanmamalıdır.” (K4)</p> <p>“Dini inancımız gereği helali, haramı öğrendik ve bu hayatımızın tamamına yön veriyor. Bu sebeple otelimizde evlilik cüzdanı soruyoruz. Booking aracılığıyla gelen rezervasyonlarda da bu durumu yansıtıyoruz.” (K10)</p>
Helal Gıda Kullanımı (3 Katılımcı)	<p>“Helal otellerde kullanılan tüm ürünler helal belgeli olmalı. Örneğin et kesimi dini kurallara göre yapılmalı. Helal belgesi, işletmeye temizlik ve hijyen koşulları açısından da önemli sorumluluklar yükliyor.” (K11)</p> <p>“Ürün tedariklerimizde domuz eti içermeyenleri tercih ediyoruz. Et ürünlerini Konya'nın en kaliteli ürünlerini satan yerlerden temin ediyoruz. Süt ürünleri, beyaz et, çikolata vb. ürünlerde helal gıda markasına sahip ulusal markaları tercih ediyoruz. Su kullanımında Ph derecesi yüksek olan kendi firmamız tarafından üretilen içme suyunu kullanıyoruz.” (K4)</p>
Odalarda Seccade, Kuran-ı Kerim ve Kible Gösterici Hizmeti (3 Katılımcı)	<p>“Otelimizde mescit bulunmaktadır. Odalarda Kuran-ı Kerim, seccade, kible gösterici yer almaktadır. Ayrıca banyolarımız misafirlerimizin kolaylıkla abdest alabilecekleri şekilde tasarlanmıştır.” (K1)</p>
Genel İslami Kurallara Uygunluk (3 Katılımcı)	<p>“Helal otel işletmenin İslami kurallara göre yönetilmesidir.”</p>

Helal otel kavramının anlamı teması ile ilgili en az üç kez tekrar edilen ifadelerle ilgili alt kategorilere Tablo 2’de yer verilmiştir. Bu alt kategoriler dışında helal otelin anlamı teması kapsamında “helal otel belgesinin varlığı”, “personel seçiminde özen gösterilmesi” ve “personel kıyafetlerinde İslami kurallara uygunluk”, “otel içinde mescit hizmeti”, temizlik ve hijyenik kriterlere uygunluk”, “otelde disco, bar gibi eğlence mekanlarının bulunmaması” gibi diğer alt kategoriler yer almaktadır. Bu kategoriler katılımcılar tarafından bir veya iki kez tekrar edilen ifadelerden oluşmaktadır.

Bulgular yorumlandığında helal otel kavramına katılımcıların farklı anlamlar yüklediği söylenebilir. Örneğin alkol kullanımının tamamen yasaklanması konusunda otel işletmelerinde uygulama farklılıkları bulunmaktadır. Bazı oteller İslami kurallar gereği alkol kullanımını tamamen yasaklarken, bazıları odalarda tüketilmesine izin

vermektedir. Diğer taraftan evlilik cüzdanı sorulmasında bazı oteller katı kurallar uygularken, bazıları bu konuda esnek davranılmasının gerekliliğini ifade etmektedir.

B. Helal Otelcilik Sertifikası Teması

Otel işletmelerinde helal otelcilik sertifikası hakkında otel yöneticilerinin görüşlerine başvurulmuştur. Araştırmaya katılan otel işletmelerinin tamamında helal otelcilik sertifikası bulunmamaktadır. Helal otelcilik sertifikasına gerek olmadığı, helal otelcilik zihniyet olarak benimsenmesinin gerektiği bazı katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Diğer taraftan gelecekte helal otelcilik sertifikasına sahip olmayı düşünen ve helal otelcilik sertifikasının misafirlere güven verdiğini belirten otel işletmelerinin yanında misafirlerin helal otelcilik sertifikasının olup olmadığına dikkat etmediğini belirten işletmelerde bulunmaktadır. Tablo 3’de ilgili alt kategorilerin katılımcılar tarafından tekrar edilme sıklığı ve konu ile ilgili örnek alıntılar yer almaktadır. Örneğin 11 katılımcı da tesislerinde helal otelcilik sertifikasına sahip olmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3: Helal Otelcilik Sertifikası Teması ve Kategoriler

Kategori	Örnek Alıntı
Helal otelcilik sertifikasına sahip değiliz. (11 Katılımcı)	“Otelimizde helal otelcilik belgesi bulunmamaktadır. Bizim için önemli olan Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan işletme belgesi alıp, otelcilik faaliyetlerini yürütmektir. Helal otelcilik zihinlerde olur ve bunun için gönüllü olmak gerekir. İllaki bir şablona bağlı olmak gerekmiyor.” (K2)
Helal otelcilik sertifikası için başvuru yapmaya gerek yok. (8 Katılımcı)	“Helal otelcilik hizmetini talep edecek Dünya genelinde ortalama 2 milyar Müslüman var. Dünya nüfusunun geri kalanını bu durum pek ilgilendirmiyor. Bu nedenle helal otelcilik yerine sağlığa vurgu yapılırsa daha uygun olur. Bu aşamada helal otelcilik için başvuru yapılmasına gerek olmadığını düşünüyorum.” (K5)
Gelecekte helal otelcilik sertifikası almayı düşünüyoruz. (6 Katılımcı)	“Tabii ki helal otelcilik sertifikası almayı düşünüyoruz. Başvuru sürecindeki bürokratik engelleri aşarsak, başvuru yapacağız. Ayrıca büyük bir oranda helal otelcilik kriterlerini yerine getirdiğimize inanıyorum. Helal otelcilik sertifikası ile de eksik yanlarımızı gidermiş olacağız.” (K8) “Günümüzde helal otelcilik sertifikası sahibi olmak oldukça olumlu olur. Sertifika verilecekse sadece tesise değil işletmeceye de verilmelidir. Bu iş bakış açısıyla alakalıdır. Helal sertifikalı bir otel işletmesinin yarın yöneticisi değişir ve dolayısıyla oteldeki zihniyet değişebilir.” (K2)
Helal otelcilik sertifikası ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip değiliz. (4 Katılımcı)	“Helal otel sertifikasyon süreci ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip değiliz.” (K1)
Misafirler otelin helal otelcilik sertifikasına sahip olup olmadığına pek dikkat etmiyorlar. (2 Katılımcı)	“Misafirlerin helal otelcilik sertifikasına dikkat ettiklerini düşünmüyorum. Misafirler genellikle ürünlerin kaliteli olup olmadığına bakıyorlar. Nitelikli ürün ve hizmette teşekkür ediyorlar, aksi olduğunda şikayet ediyorlar. Otelin helal sertifikasının olup olmadığı ile ilgili herhangi bir soruya şimdiye kadar rastlamadım.” (K7)

Ayrıca helal otelcilik sertifikasına sahip olmanın bazı misafirler tarafından hoş karşılanmadığı katılımcılar tarafından vurgulanan diğer bir husustur. Bazı otel işletmeleri ise helal otelcilik sertifikasına almak istememelerini tedarikçilerin yüksek fiyat

politikasına bağlamaktadırlar. İşletmelere göre helal otel sertifikasına sahip otellere daha yüksek fiyattan gıda vb. ürün tedariki yapılmaktadır.

C. Dini Hassasiyeti Yüksek Olan Ziyaretçilerin İstekleri Teması

Araştırmaya katılan otel işletmeleri yöneticilerine dini hassasiyete sahip olduğu düşünülen misafirlerin daha çok hangi konularda istekte bulunduğu sorusu iletilmiştir. Katılımcılardan elde edilen verilere göre dini hassasiyete sahip misafirlerin istekleri mescit, odalarda Kuran-ı Kerim bulunması, odalarda kible yönü, seccade ve tespih bulunması, aileler için uygun olmayan televizyon kanallarına yer verilmemesi, otelerde Konya'nın inanç ve kültür turizmi alanları hakkında bilgilendirme yapılması, otele misafir kabulünde evlilik cüzdanı sorulması, odalardaki halılara ayakkabılar ile basılmaması vb. konularda yoğunlaşmaktadır. Tablo 4'de misafirler tarafından belirtilen isteklerin tekrarlanma sayıları ve konu ile ilgili örnek alıntıya yer verilmiştir.

Tablo 4: Dini Hassasiyeti Olan Misafirlerin İstekleri Teması ve Kategoriler

Kategori	Örnek Alıntı
Mescit bulunup bulunmadığı (10 Katılımcı)	<i>"Otel bünyesinde mescidin bulunup bulunmadığı en sık karşılaştığımız sorudur. Diğer taraftan bay/bayan mescidinin ayrı olup olmadığı da misafirler için önemli." (K5)</i> <i>"Konya'da otelde mescidin bulunmasının yanında otelin tarihi camilere, müzelere yakınlığına da misafirler dikkat ediyorlar. Kapu Camii, Aziziye Camii, Mevlana Müzesi, Şems-i Tebrizi Camii gibi alanlara otelimiz oldukça yakın ve bu nedenle tercih ediyoruz." (K4)</i>
Odalarda Kuran-ı Kerim olup olmadığı (5 Katılımcı)	<i>"Yabancı dilde Kuran-ı Kerim soran misafirlerimiz oluyor. Bizlerde elimizden geldiğince misafirlerimize hediye ediyoruz. Diyanetin helal otelcilik hizmeti sunan otellere Türkçe ve yabancı dillerde Kuran-ı Kerim tedarik etmesi gerekiyor. Turistler kendi dillerinde hazırlanan Kuran-ı Kerim'i ilgi ile okuyorlar." (K2)</i>
Odalarda seccade, tespih, kible yönü bulunması (7 Katılımcı)	<i>"Odalarda tespih, seccade, kible gösterici hizmeti veriyoruz." (K1)</i>
Konya'nın kültürel mekânları hakkında bilgi (2 Katılımcı)	<i>"Konya'ya ziyaretçiler genelde kültür turizmi amacıyla gelmektedir. Bu nedenle Mevlana, Şems-i Tebrizi ve Sadrettin Konevi vb. zatlar hakkında bilgi soruyorlar." (K8)</i>
Ortadoğulu misafirler için Arapça bilen resepsiyonist (1 Katılımcı)	<i>"Ortadoğulu misafirler ile etkili iletişim açısından Arapça bilen ön büro görevlilerine ihtiyaç var. Misafirlerimiz bu konuda istekte bulunuyorlar." (K1)</i>

Dini hassasiyete sahip misafirlerin helal otelcilik kapsamındaki diğer istekleri ise ürün tedarik süreçlerinde helal gıda kurallarına uyulması, erkek ve kadınlar için ayrı havuz, sauna ve masör hizmetinin bulunması gibi hizmetlerin yerine getirilmesidir.

D. Helal Otellerde Tedarikçi Seçiminde Dikkat Edilen Hususlar Teması

Helal otelcilik kapsamında hizmet veren otel işletmelerinin ürün tedarikinde hangi kriterlere dikkat ettiği ile ilgili temaya ilişkin soruya katılımcılar farklı cevaplar vermişlerdir. Helal gıda sertifikasının varlığı, yerli/bilindik firmalardan ürün tedariki, ürünlerin fiyatı, sağlık ve hijyen koşullarına uygunluk ve misafirleri cezbeden ürünlerin tercih edilmesi gibi alt kategoriler ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler içerisinde katılımcılar tarafından en fazla tekrarlanan kategori “*helal otel sertifikasının varlığı*” kategorisidir. Bu kategoriyi “*yerli ve bilindik firmalardan ürün tedariki*” kategorisi izlemektedir. Tablo 5’de belirtilen kategorilerin katılımcılar tarafından tekrarlanma sayıları ve konu ile ilgili örnek açıklamaya yer verilmiştir.

Tablo 5: Helal Otellerde Tedarikçi Seçiminde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar Teması ve Kategoriler

Kategori	Örnek Alıntı
Helal gıda sertifikasının varlığı (7 Katılımcı)	“ <i>Helal gıda sertifikası konusunda çok dikkatli davranıyoruz. Gıda ürünlerinin temininde çalıştığımız 6 firma var. Bu firmaların tamamının helal gıda sertifikası mevcut.</i> ” (K7)
Yerli, bilindik gıda firması olması (4 Katılımcı)	“ <i>Süt ve et ürünlerini yerli, güvenilir firmalardan karşılıyoruz. Unlu mamullerini anlaşmalı olduğumuz nitelikli fırınlardan tedarik ediyoruz. Konya tahıl ambarı olduğu için bu konuda sıkıntı çekmiyoruz. Ürün tedarikinde ülke dışından yabancı firmalarla çalışmıyoruz.</i> ” (K11)
Kaliteli ürünler üreten kurumsal firmalar (3 Katılımcı)	“ <i>Et, süt vb. diğer ürünlerin tedarikinde Konya’nın en kaliteli ürününü satan firmalardan ürünlerimizi alıyoruz. Aldığımız ürünlerin kurumsal marka olmasına özen gösteriyoruz. Sebze ve meyve tedarikinde de halde en kaliteli ürünü tedarik eden firmayı tercih ediyoruz.</i> ” (K4)
Sağlık ve hijyen koşullarına uygunluk (2 Katılımcı)	“ <i>Ürün tedarikinde helalden ziyade insan sağlığına olan etkiye bakıyoruz. İnsan sağlığını olumsuz etkileyecek ürünleri almıyoruz.</i> ” (K5)

Konya’da helal otelcilik kavramının otel yöneticileri tarafından nasıl algılandığı, yöneticilerin helal otelcilik sertifikası ile ilgili görüşleri, tedarikçi seçiminde hangi hususlara dikkat edildiği, dini hassasiyete sahip misafirlerin hangi konularda istekte bulduklarına bulgular kısmında detaylı olarak değinilmiştir.

V. Sonuç ve Öneriler

Otel yöneticilerinin helal otelcilik uygulamalarına yönelik farkındalık ve tutumlarının belirlenmesine yönelik Konya ilinde gerçekleştirilen bu araştırmada, helal otelcilik anlamı, uygulamadaki farklılıklar, helal otelcilik sertifikasyonuna ilişkin yöneticilerin tutumları vb. konulara ilişkin tespitler ve öneriler yer almaktadır. Konya’da faaliyet gösteren ve dini hassasiyeti yüksek misafirlere hizmet ürettiğini beyan eden otel işletmelerinde helal otel sertifikasının gerekliliği konusunda farklı bakış açıları oluştuğu

belirtilmelidir. Bazı otel yöneticileri helal otelcilik sertifikasına gerek olmadığını belirtmiş bazıları ise bu konu hakkında bilgilerinin olmadığını vurgulamıştır.

Otel işletmeleri, helal otelcilik sertifikasının gerekli görülmediğine gerekçe olarak misafirlerden bu konuda talep gelmemesini, sertifika maliyetlerinin yüksek olmasını ve tedarikçilerin helal otel sertifikasına sahip otellere daha yüksek fiyatlarda ürün temin etmesini göstermektedirler. Bu noktada otel yöneticilerinin helal otel kriterleri konusunda bilinç düzeyi eksikliğinin olduğu söylenebilir. Baran, Batman ve Yıldız da (2017:468) çalışmalarında bu konuya dikkat çekerek kamu ve özel sektör paydaşlarının Helal gıda ve otelcilik sertifikasının tanıtılması konusunda birlikte hareket ederek bilinç eksikliğini giderecek çalışmalar yapılmasının gerekliliği vurgulanmaktadır. Helal otelcilik sertifikasyon süreci ile ilgili kriterler konusunda hem konunun otel işletmeleri tarafından yeterince kavranamaması hem de yasal düzenlemelerin eksikliği gibi nedenlerden dolayı karmaşıklık mevcuttur. Ayrıca, helal otelcilik kriterleri ile ilgili net kriterleri bulunan GİMDES sertifikasyon kuruluşuna ülkemizden otelcilik sertifikası alma talebinde bulunulsa da, kriterler sağlanamadığından işletmelere sertifika verilememiştir (GİMDES, 2019).

Araştırmada yer alan otellerin tamamı aynı zamanda şehir oteli olarak hizmet vermektedir. Bu otellerin sayfiye oteli olmamaları, misafir profiline çeşitliliği, potansiyel misafirleri kaybetmeme endişesi gibi unsurlar nedeniyle bazı uygulama farklılıklarından bahsetmek mümkündür. Helal otel uygulamalarından birçoğunu yerine getiren bazı işletmeler özellikle odalarda alkol kullanımına izin verilmesi, grup konaklamalarında alkol kullanımında daha esnek davranılması, evlilik cüzdanı sorulması konusunda yeterli özenin gösterilmemesi gibi durumlar söz konusu olmaktadır. Benzer şekilde Altunöz Sürücü vd. (2017: 75) araştırmalarında helal konseptli otellerdeki misafir şikayetlerine değinmektedir. Bu şikâyetlerin bazıları; belirtilen otellerde İslami hassasiyeti bulunmayan misafirlere de hizmet sunulduğu, karma misafir yapısının misafirler arasında problemlere neden olduğu belirtilmektedir. Bu noktada bahsedilen otellerin helal kriterler konusunda daha duyarlı davranmaları, misafirleri olumsuz etkileyecek farklı uygulamalara yönelmemeleri önerilebilir.

Konya’da helal otel olarak bilinen otellerin misafir profillerini büyük oranda diğer illerden kişisel satış elemanlarının oluşturması, helal otelciliğin tam anlamıyla uygulanmasını zorlaştırmaktadır. Ayrıca misafirlerin helal otelcilik uygulamalarından ziyade fiyata odaklanmaları, helal otelcilik konusundaki bilinç düzeyi eksiklikleri, helal otel fiyatlarının diğer otellere göre pahalı olduğu algısı otel işletmelerinin helal otel uygulamalarına uyum konusundaki motivasyonunu olumsuz yönde etkilemektedir. Altunöz Sürücü vd. (2017: 76) de çalışmalarında fahiş fiyat uygulamalarından bahsederek “*helal otellerin*” bu konuda daha fazla hassasiyet göstermelerinin gerekliliğini vurgulamışlardır.

Kaynaklar

- Abdul Majid, N. H., Denan, Z., Abdullah, F. H. ve Mohd Noor, M. S. (2015). "Shariah Compliance Hospitality Building Design: A Malay Muslim Oriented Architecture". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 201, 136-145.
- Akyol, M. ve Kılınç, Ö. (2014). "Internet and Halal Tourism Marketing". *Turkish Studies*, 9 (8), 171-186.
- Altunöz Sürücü Ö., Kiroğlu, H. S, Kargiglioğlu, Ş. ve Karaçağa, S. (2017). "İslami Hassasiyetler Çerçevesinde Helal Turizm Uygulamalarına İlişkin Bir Değerlendirme: Helal Oteller". *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 64-77.
- Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2015). "Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Yüksek ve Düşük Sezonda Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati ve Müşteri Değeri Üzerine Etkisi". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12 (3), 73-86.
- Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2015). "Specifying The Relationship among Perceived Service Quality, Customer Loyalty and Customer Value of The Halal Hotels in High Season". *Turizm & Araştırma Dergisi*, 4 (1), 1-20.
- Arpacı, Ö., Uğurlu, K. ve Batman, O. (2015). "Helal Konseptli Otel Müşterilerine Yönelik Yapılan Müşteri Şikayetleri Üzerine Bir Araştırma". *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (11), 181-198.
- Baran, Z. ve Batman, O. (2015). "Gıda Sektöründe Tüketici Beklentilerini Karşılama "Helal Gıda" Güvencesinin Önemi" [Bildiri]. *Uluslararası Helal Ürün Sempozyumu (Üretim-Standartlar-Pazarlama)*, 19-21 Mart 2015, (ss. 164-192), Sakarya Üniversitesi.
- Baran, Z., Batman, O. ve Yıldız, M. S. (2016). "Otel Müşterileri Helal Gıdayı Nasıl Algılıyor?" [Bildiri]. *I. Uluslararası Turizm ve Mikrobiyal Gıda Güvenliği Kongresi*, 21-23 Nisan 2016, (ss. 55-63), Antalya.
- Baran, Z., Batman, O. ve Yıldız, M. S. (2017). "Helal Otel Belgeli Otellerdeki Yöneticilerin Sertifikalı Helal Gıda Uygulamalarıyla İlgili Düşünceleri: Beş Yıldızlı Bir Otel Örneği". *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8 (15), 456-470.
- Battour, M. ve Ismail M. N. (2016). "Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future". *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154.
- Baysal, D. (2017). "Türkiye'de Helal Turizm". *Karadeniz*, 36, 89-103.
- Boğan, E., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2016). "Helal Turizmin Kavramsal Çerçevesi ve Türkiye'deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme" [Bildiri]. *Antalya, 3rd International Congress of Tourism& Management Researches*, 20-22 Mayıs 2016, (1425-1440).

- Bonne, K. ve Verbeke, W. (2008). "Religious Values Informing Halal Meat Production and the Control and Delivery of Halal Credence Quality". *Agriculture and Human Values*, 25, 35-47.
- Boyras, M., Mutluç, A. S., Güvener, Ö. A. ve Dikmen, H. (2017). "Müslüman Tüketicilerin Helal Ürün Algısı, Tutum ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma" [Bildiri]. *I. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, 07-09 Nisan 2017, (ss. 143-159), Alanya.
- Chandra, G. R. (2014). "Halal Tourism; A New Goldmine For Tourism". *International Journal of Business Management & Research*, 4 (6), 45-62.
- Che Ahmat, N. H., Ahmad Ridzuan, A. H., Din, N., Zainol, N. ve Razali, M. A. (2015). "Syariah Compliant Hotel: The Concept and Practices". *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 7 (2), 52-66.
- Che Omar, C. M., Islam, M. S. ve Adaha, N. M. A. (2013). "Perspectives on Islamic Tourism and Shariah Compliance in the Hotel Management in Malaysia". *Paper Proceeding Islamic Economics and Business*, 1 (1), 1-11.
- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P. ve Nimpaya, S. (2015). "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country". *Journal of Economics, Business and Management*, 3 (7), 739-741.
- Duman, T. (2012). "The Value of İslamic Tourism: Perspectives from the Turkish Experience". *Islam and Civilisational Renewal*, 3 (4), 718-739.
- El-Gohary, H. (2016). "Halal Tourism, Is It Really Halal?". *Tourism Management Perspectives*, 19, 124-130.
- Eşitti, B. (2018). "Bir Netnografya Bakışı İle Helal Turizm Deneyimi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (1), 54-67.
- GİMDES (2019). Helal Otel Nasıl Olmalı. <http://www.gimdes.org/helal-otel-nasil-olmali-2.html>.
- Ibrahim, H. R. ve Mokhtarudin, M. Z. H. (2010). "Fraudulent Quality Labelling: Case of Halal Labelling". *China-USA Business Review*, 9 (9), 41.
- Idris, J. ve Wahab, N. A. (2015). "The Competitive Advantages of Sharia-Compliant Hotel Concept in Malaysia: Swot Analysis" [Bildiri]. *Proceeding of the 2nd International Conference on Management and Muamalah (2nd ICoMM)*, 16-17 Kasım 2015, (ss. 200-209), Malaysia.
- İhlas Haber Ajansı (İHA). (2014). www.ihha.com.tr/haber-turkiyenin-ilk-helal-uygunluk-belgesi-bera-alanya-otele-324926/.
- Jurattanasan, A. ve Jaroenwisana, K. (2014). "The Attribution of Shariah Compliant Hotel in Muslim Countries". *Review of Integretive Business and Economics Research*, 3,39-44.

- Kovjanic, G. (2014). "Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development". *TURIZAM*, 18 (1), 33-43.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2015). Genel Turizm İlkeler-Kavramlar (Yenilenmiş 18. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurtoğlu, R. ve Çiçek, B. (2013). "Tüketicilerin Helal Ürünler Hakkındaki Algılama, Tutum ve Beklentilerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (3), 181-205.
- 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)*, 30-31 Ocak 2014, (ss.20-23), Pattaya, Thailand.
- Marzuki, S. Z. S. (2012). Understanding Restaurant Managers' Expectation Of Halal Certification. (Unpublished Doctoral Thesis), Canterbury University, New Zealand.
- Md Salleh, N. Z., Abdul Hamid, A. B., Hashim, N. H., ve Omain, S. Z. (2014). "The Practice of Shariah-Compliant Hotel in Malaysia". *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5 (1), 26-30.
- Met, Ö., Özdemir, İ. M. ve Aydemir, B. (2013). "İslami Otellerin Ürün Nitelikleri: Türkiye Örneği". (Ed. Muhsin Kar) [Bildiri]. Konya. *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, 9-12 Mayıs 2013, (651-662).
- Mohsin, A., Ramli, N. ve Alkhulayfi, B. A. (2016). "Halal Tourism: Emerging Opportunities". *Tourism Management Perspectives*, 19, 137-143.
- Poyraz, H. ve Oktay, K. (2017). "Helal Konseptli Otellerde Tutundurma Stratejilerine Yönelik Bir Değerlendirme". *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 101-111.
- Quantaniah, N. A., Noreina ve Syakinah, N. (2013). "Selecting Halal Food : A Comparative Study of the Muslim and Non Muslim Malaysian Student Consumer" [Bildiri]. *2nd International Conference on Technology Management, Business and Entrepreneurship*, 4-5 Aralık 2013, Melaka, Malaysia .
- Razalli, M. R., Abdullah, S. ve Hassan, M. G. (2012). "Developing a Model for Islamic Hotels: Evaluating Opportunities and Challenges" [Bildiri]. *International Conference on Knowledge, Culture and Society 2012 (ICKCS 2012)*, 29-30 Haziran 2012, (ss. 91-95), Jeju Island, South Korea.
- Saad, H. E., Ali, B. N. ve Abdel-Ati, A. M. (2014). "Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges". *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2 (1), 1-15.
- Sahida, W., Ab Rahman, S., Awang, K. ve Che Man, Y. (2011). "The Implementation of Shariah Compliance Concept Hotel: De Palma Hotel Ampang, Malaysia". *2nd*

- International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences IPEDR*, 17, (ss.138-142), IACSIT Press, Singapore.
- Samori, Z. ve Abd Rahman, F. (2013). “Establishing Shariah Compliant Hotels in Malaysia: Identifying Opportunities, Exploring Challenges”. *West East Journal of Social Sciences*, 2 (2), 95-108.
- Samori, Z. ve Sabtu, N. (2014). “Developing Halal Standard for Malaysian Hotel Industry: An Exploratory Study”. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 121, 144-157.
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z. ve Khalid, M. M. (2016). “Current Trends in Halal Tourism: Cases in Selected Asian Countries”. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131-136.
- Sarıışık, M. ve Pamukçu, H. (2016). “Helal Turizm Kavramı ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme”. *17. Ulusal Turizm Kongresi*, 20-23 Ekim 2016, (ss.99-109), Muğla.
- Sürücü, Ö. A., Kıroğlu, H. S., Kargılioğlu, Ş. ve Karaçağa S. (2017). “İslami Hassasiyetler Çerçevesinde Helal Turizm Uygulamalarına İlişkin Bir Değerlendirme: Helal Oteller”. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 64-77.
- Şimşek, M. (2013). “Helal Belgelendirme ve SMIIC Standardı”. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 22, 19-44.
- Tanrısever, C., Pamukçu, H. ve Batman, O. (2016). “New Tourism Trends in the World and Their Adaptations to Turkey”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7 (16), 55-72.
- Tekin, Ö. A. (2014). “İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (29), 750-766.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (t.y.)
http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.585387a269f9a8.55905614.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Özata, E. (2017). “Helal otel işletmeciliği” [Bildiri]. *I. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, 07-09 Nisan 2017, (109-118), Alanya.
- Yeşiltaş, M., Cankül, D. ve Temizkan, R. (2012). “Otel Seçiminde Dini Hayat Tarzlarının Etkisi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), 193-217.
- Yusof, M. F., ve Muhammad, M. Z. (2011). “Introducing Shariah Compliant Hotels as a New Tourism Product: The Case of Malaysia”. *Entrepreneurship Vision 2020: Innovation, Development Sustainability and Economic Growth*, 1142-1146.
- Zailani, S., Omar, A. ve Kopong, S. (2011). “An Exploratory Study on the Factors Influencing the Non-Compliance to Halal Among Hoteliers in Malaysia”. *International Business Management*, 5 (1), 1-12.

Zulkharnain, A. ve Jamal, S. A. (2012). "Muslim Guest Perception of Value towards Syariah Concept Hotel". In A. Zainal, S. M. Radzi, R. Hashim, C. T. Chik, R. Abu (Eds.), *Current Issues in Hospitality and Tourism, Research and Innovations* (337-340), Taylor & Francis Group, London, UK.