

Helal Turizm Alanının Bibliyometrik Profili ^a

ATINÇ OLCA Y ^b & GÜRAY KARAÇİL ^c & METİN SÜRME ^d

Geliş Tarihi: 07.03.2018 | Kabul Tarihi: 10.07.2018

Öz: İslam, Müslümanları seyahat etmeye teşvik eden bir barış dinidir. Bu noktada dünyada yaklaşık 1.6 milyarın üzerinde Müslüman olduğu düşünüldüğünde, İslami turizm kavramının gelişmesi oldukça önem taşımaktadır. Bu kapsamda İslami esaslara göre hizmet veren turizm işletmelerinin varlığı helal turizm olarak adlandırılmıştır. Gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, ulusal ve uluslararası alanlarda yayınlanan helal turizm konusunda yapılan araştırmaları incelemek ve genel eğilimlerini ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda helal turizm alanında yayımlanmış ulusal ve uluslararası 50 çalışmanın olduğu görülmüştür. Söz konusu bu çalışmalar dil, tür, yayımlandığı yıl, yazar sayısı, yöntemi, veri toplama araçları, örneklem özellikleri ile veri analiz teknikleri açısından incelenmiştir. Araştırma sonucunda çalışmalarda nicel yöntemlerde Likert tipi ölçeklerin sıklıkla kullanıldığı ve alan yazın yönteminde ise dokümanlardan yararlandığı görülmüştür. Bununla beraber helal turizm kapsamında gerçekleştirilen bu çalışmalarda toplam 6752 örneklem kullanıldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İslamiyet, seyahat, turizm, helal turizm, bibliyometri.

^a Bu çalışma, 7-9 Nisan 2017 tarihlerinde gerçekleştirilen 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi'nde sunulmuş ve revize edilerek makale formatına dönüştürülmüştür.

^b Gaziantep Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü olcay@gantep.edu.tr

^c Gaziantep Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Programı

^d Gaziantep Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü

Bibliyometric Profile of Halal Tourism Literature

Abstract: Islam is a religion of peace that encourages Muslims to travel. At this point it is thought that there are over 1.6 billion Muslims in the world, the development of Islamic tourism concept is very important. In this context, according to Islamic principles tourism enters preserving is called halal tourism. The aim of this study is to examine national and international halal tourism researches and to reveal general trends. Within this scope, it is seen that there are 50 national and international Works published in the field of halal tourism. In particular, these studies were examined in terms of language, genre, year of publication, number of authors, methods, data collection tools, sample characteristic sand data analysis techniques. As a result of the research, it was seen that Likert type scales were frequently used in quantitative methods and documents were used in the literature method. However, a total of 6752 samples were used.

Keywords: Islam, travel, tourism, halal tourism, bibliometry.

© Olcay, Atınç & Karaçil, Güray & Sürme, Metin. "Helal Turizm Alanının Bibliyometrik Profili." *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 15 (2018), 389-408.

Giriş

Arabistan yarımadasında doğan ve ilk zamanlar sadece birkaç kişinin inandığı bir din olan İslam dini, günümüzde 1,6 milyar insanın kabul ettiği dünyanın en büyük ikinci dindir (Esposito, 2011; Guillaume, 2014; Tekin, 2014). Müslümanlar için Kur'an- Kerim ve Hz. Muhammed'in sünneti inananların hayatlarını idame ettirirken uyması gereken kuralları belirlemiş ve bu kurallar helal ve haram olan şeyler olarak ifade edilmiştir (Macit, 2002; Mohsin ve diğ., 2016). Allah, Kur'an-ı Kerimde yapılmasını istemediği şeyleri belirtmiş, yapılması durumunda kişiyi günaha sevk edeceğini belirterek ve günah olan şeyler dışında kalan her şey helal olarak kabul edilmektedir (Koçyiğit, 1967; Varlı, 2011; Zehra, 2010). Buna göre helal; haram durumu terk etme, haram olan yerden ayrılma, mubah, caiz, serbest, haramlığın giderilmesi, helal para kazanma, geleneklere uygun ve ruhsat verme gibi anlamlara gelmektedir. Yine helal kavramı İslam dini esasları üzerine yaşamaya çalışan Müslümanların hayatlarında önemli yer almaktadır (Boran, 2016; Ece, 2000; Tekle ve diğ., 2013; Türk Dil Kurumu [TDK], 2016).

İslam dini esasları çerçevesinde üretilen veya kullanılması-na müsaade edilen ürünler sağlık, güvenlik, kalite ve temizlik gibi standartlara sahip olması helal ürünün yayılmasına ve gelişmesine olanak sağlamıştır (Ahmad ve diğ., 2017; Farouk ve diğ., 2016; Kurtoğlu ve Çiçek, 2013; Lubis ve diğ., 2016; Topçuoğlu ve Özkul, 2014; Park ve diğ., 2016). Helal ürünler daha çok gıda sektörü ile bilinirlik düzeyine ulaşmış olsa da kozmetik, tıbbi ürünler, finans, banka ve turizm gibi birçok farklı sektörde de görülmektedir (Çallı, 2014; Fuseini vd diğ., 2016; Özdemir, 2015). Helal ürünlerin belirlemiş olduğu standartlar yalnızca Müslüman tüketiciler için değil, aynı zamanda kaliteli ve iyi bir yaşam tarzını önemseyen kişi ve kurumlar için bir sembol haline gelmiştir (Çallı, 2014; Fuseini ve diğ., 2016; Fuseini vd diğ., 2017; Yener, 2011).

Yukarıda verilen bilgilerden de anlaşılacağı üzere helal turizm alanı Türkiye için önem taşımaktadır. Ancak ilgili alan

yazına bakıldığında bu konuyla ilgili yeterli araştırma yapılmadığı görülmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen bu araştırma ile helal turizm alanında gerçekleştirilen çalışmaların bibliyometrik profili, başka bir ifade ile, helal turizm alanının mevcut durumu ortaya konmuştur. Araştırma bu sebeple gelecek araştırmalara yol göstereceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada, ulusal ve uluslararası alanlarda yayımlanan helal turizm konusundaki araştırmalar incelenip, genel eğilimler ortaya çıkarılarak helal turizm alanında hangi konuların daha sık çalışıldığı belirlenmiştir. Bu kapsamda helal turizm alanında yayımlanmış yerli ve yabancı 50 bilimsel çalışma dil, tür, yayın yılı, yazar sayısı, yöntemi, veri toplama araçları, örneklem özellikleri, veri analiz teknikleri açısından incelenmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Turizmin gelişmesinde ve ilerlemesinde birçok psiko-sosyal motivasyon etkilidir. Bu motivasyonlar arasında en önemlilerinden birisi olan din, insanın motivasyonları üzerinde eşsiz bir deneyime sahip olan seyahatlerde de etkisi büyüktür (Mohsin ve diğ., 2017; Okuyucu ve Somuncu, 2013; Turan, 2012). Bu kapsamda dini bakımdan kutsal olan binalar (camii, türbe, mescit vb.), yine dini anlamda bir vazife olan hac ibadeti, dini festivaller ve ayinler gibi motivasyonlar turist davranışlarını etkileyen ve insanları turizm hareketine yönelten faktörler olarak kabul edilmektedir (Küçük, 2013: 102; Turan, 2012).

İslam tatil kavramını olumsuz bir yaklaşım olarak değerlendirmesine karşın, seyahat etmeyi teşvik etmiştir (Doğan, 2011; Özdemir, 2012; Pamukçu ve Arpacı, 2015). Ancak kişi Allah'ın rızasını almak, fiziksel, psikolojik ve sosyal anlamda sağlıklı bir birey olmak amacıyla yapılan tatiller İslam dini açısından kişi üzerinde olumlu bir yaşamsal etki bıraktığından kabul görmektedir (Doğan, 2011; Tekin, 2014). Bu durumda tatil faaliyetini gerçekleştiren Müslüman turistlerin tatilleri sırasında belirli kurallara uyması ve bu kurallar çerçevesinde hareket etmesi gerekmektedir (Battour ve İsmail, 2016; Eren, 2016; Razaq ve diğ., 2016).

Seyahat syh kökünden türemiş olup; suyun yeryüzünde sürekli akması anlamına gelmektedir. Bununla beraber seyahatler İslam dünyasının ilk zamanlarından itibaren önem kazanmaya başlamıştır. İlk zamanlar İslam'ı tebliğ için yapılan seyahatler daha sonraki dönemlerde ilim tahsil etmek, ticari faaliyetlerde bulunmak gibi farklı amaçlarla da gerçekleştirilmiştir (Süt, 2014). Bunun yanında dünyanın en büyük seyahat organizasyonu olan "hac" ibadeti sonucunda her yıl dünyanın 164 ülkesinden gelen yaklaşık 2 milyon kişi Suudi Arabistan'ı ziyaret etmekte ve bu bağlamda da İslam dininin küresel bir seyahat faaliyetine öncülük ettiğini söylemek mümkündür (Şahiner, 2012: 23; turizmgazatesi.com, Erişim Tarihi: 09.01.2017).

İslam dininin kutsal kitabı Kur'an-ı Kerimde seyahat veya sefer tabiri: "iza darabtüm" sefere çıktığımız zaman, yol oğlu anlamına gelen "İbn Sebil", ve gezen veya seyahat eden anlamına gelen "es-sai'hun" kelimeleri ile ifade edilmiştir (Kırca, 1986). Kur'an-ı Kerim de ve Hadis-i Şerif'te seyahat ve faydalarının yer aldığı ayet ve hadisler aşağıda gösterilmiştir (kuran.diyanet.gov.tr: Erişim Tarihi: 13.01.2017).

Helal Turizmin Dünya'da ve Türkiye'de Yeri ve Önemi

Dinamik yapıda olan turizm, insanların değişen ihtiyaçlarına ve isteklerine bağlı olarak farklılaşmakta ve çeşitlenmektedir. (Albayrak, 2013). Helal yollar ile kazanılan paranın yine helal yoldan harcanmasını isteyen İslam dini inananlarına seyahat ve konaklama isteklerini karşılarken İslam dini esaslarının dışına çıkmamalarını emretmiştir (Boğan ve diğ., 2016; Terzi ve Altunışık, 2016). Bundan dolayı Müslüman turistlerin turizm faaliyetlerini gerçekleştirirken İslam dini esasları çerçevesinde hizmet üretilmesi, helal turizm kavramının gelişmesine olanak sağlamıştır (Akyol ve Kılınç, 2014; Arpacı ve Batman, 2015; Pamukçu ve Arpacı, 2015). Buna göre İslam'ın belirlediği kurallar çerçevesinde şekillenen helal turizm; İslam'ın emir ve yasaklarına uygun olarak üretilen ürün ve hizmetler seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım ve rekreasyon gibi faaliyetlerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Battour ve İsmail,

2016; Pamukçu ve Arpacı, 2015; Sarıışık ve Pamukçu, 2016; Razzaq ve diğ., 2016).

İslami kurallara uygun olarak hazırlanan turizm faaliyetleri, Müslümanların tatillerini yaparken de İslami kuralların dışına çıkmamalarına olanak sağlamaktadır (Battour ve İsmail, 2016). Bununla birlikte Müslüman turistler için sadece standartların bir kısmı değil aynı zamanda helal gıda, alkolsüz içecek, havuz ve SPA faaliyetlerinin kadın ve erkekler için ayrı olması, restoranlar da aile bölümleri olması, odaların ve lavaboların kibleye bakmaması gibi bütün aktivite ve olanakların İslami kurallar çerçevesinde olması gerekmektedir (Battour ve İsmail, 2016; Tekin, 2014).

Dünyada 1,6 milyar insanın Müslüman olduğu düşünüldüğünde helal turizm pazarının dünya turizm pazarı içerisindeki potansiyelinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir (Arpacı ve diğ., 2015; Oflaz, 2015; Seyidov, 2015; Tekin, 2014). Ayrıca helal turizmin yıllık büyüme oranı 4.8 iken, küresel turizm pazarının yıllık büyüme 3.8 olduğu görülmektedir (Arpacı vd., 2015). Bu doğrultuda turizmin ülkelerin ekonomik ilerlemesine ve kalkınmasına yaptığı katkı düşünüldüğünde, ülkelerin mevcut turizm pazarına alternatif bir turizm türü olarak helal turizme yönelmeleri ülkelere daha fazla katma değer sağlayacağı görülmektedir (Çelik Uğuz, 2011; Değer, 2006; Düzgüneş ve Demirel, 2013; Emekli, 2005; Kara ve diğ., 2012; İçöz, 2005; Topay ve Parladır, 2015).

Son yıllarda yaygınlık gösteren alternatif turizm türleri ülkelerin bu türlere yönelmesini sağlamıştır (İslamoğlu, İmamoğlu ve Çavuşoğlu, 2014). Malezya son yıllarda uyguladığı turizm politikaları ve yatırımları ile helal turizm pazarında en çok paya sahip olan ülke konumuna ulaşmıştır (Demirkol ve Oktay, 2004; Tekin, 2014). Malezya'nın ardından ise Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri, Singapur ve Rusya gelmektedir (Tekin, 2014).

Türkiye İslami turizmin ya da helal turizmin gelişmesi açısından, sahip olduğu kültürel miras, doğal güzellikler, coğrafi konum, yıllık karşıladığı turist sayısı, sahip olduğu turizm de-

neyimi, sektörel alt yapı koşulları ve turizm deneyimi gibi etkenler dikkate alındığında helal turizm pazarında ki rakiplerine göre daha avantajlı bir konuma sahiptir (Boğan ve diğ., 2016; Özdemir, 2012; Tekin ve Yılmaz, 2016). Bununla beraber turizmin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi düşünüldüğünde helal turizm Müslüman olan Türkiye turizmi açısından turizmin çeşitlenmesine olanak sağlayacaktır. Helal turizmin gelişmesi ile Türkiye hem mevcut iç turizm pazarının değerlendirilip katılımın artmasına hem de 1,6 milyar nüfusa sahip Müslüman pazarın ihtiyaçlarının karşılanmasına ve elde edilen gelirin artarak alternatif turizm pazarı oluşmasına olanak sağlayacaktır (Aktaş, 2005; Gülbahar, 2009; Güzel, 2011; Tekin, 2014; Yıldız ve diğ., 2014). Aynı zamanda sürdürülebilir bir plan çerçevesinde yapacağı helal turizm yatırımları ile sahip olduğu turizm birikimini ve doğal, kültürel, tarihi, coğrafi değerleri de birleştirerek turizminin büyümesine ve gelişmesine olanak sağlayacaktır (Akova, 2000; Bahar ve Kozak, 2008; Kaşlı ve diğ., 2009; Kızılgöl ve Erbaykal, 2008; Ünlüören ve diğ., 2010; Yılmaz, 2014).

Araştırmanın Yöntemi

Ulusal ve uluslararası alanlarda "EBSCO, PROQUEST, SCIENCEDIRECT, EMERALD INSIGHT ve DERGİPARK" veri tabanlarında helal turizm konusunda yapılan araştırmaları incelemek ve genel eğilimlerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan bu araştırmada doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın çalışma grubunu ulusal ve uluslararası düzeyde yayınlanan yüksek lisans ve doktora tezleri, makaleler ve bildiriler oluşturmaktadır. Bu bağlamda helal turizm alanında 41'i makale, 5'i bildiri ve 4'ü tez olmak üzere toplam 50 çalışmanın olduğu görülmüştür. Araştırmada elde edilen veriler, Göktaş vd. (2012)'nin geliştirdiği değerlendirme formu kullanılarak analiz edilmiştir.

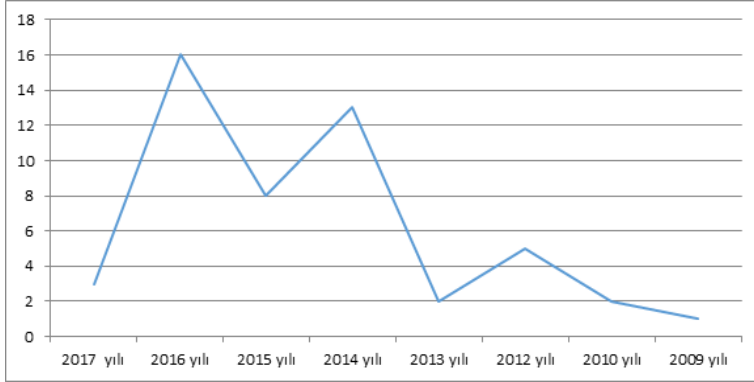
Araştırmada elde edilen veriler öncelikli olarak bildiri, tez ve makale şeklinde gruplandırılmış ve daha sonra bu çalışmalar araştırmacılar tarafından numaralandırılmıştır. Numaralandırıl-

lan bu çalışmalar araştırmacılar tarafından derinlemesine incelenmiş ve sonrasında Microsoft Excel programında kodlamalar gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

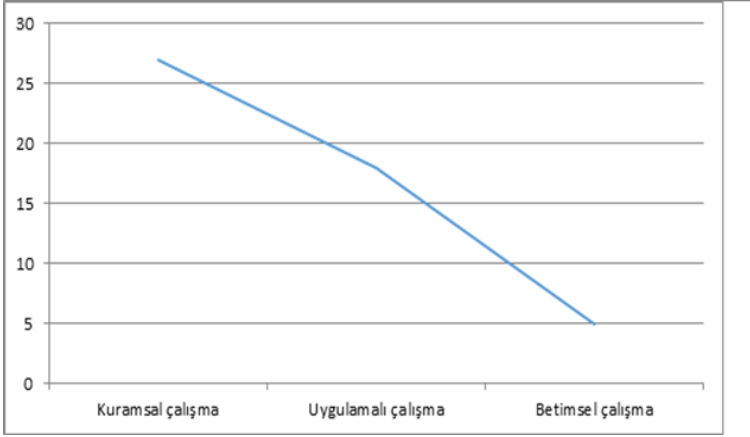
Araştırmanın bu bölümünde helal turizm kapsamında gerçekleştirilen çalışmalara ilişkin bulgulara yer verilmektedir. Buna göre bu çalışmada helal turizm kapsamında; 41'i makale, 5'i bildiri ve 4'ü tez olmak üzere 50 çalışma olduğu görülmüştür. Söz konusu bu çalışmaların 12'si Türkçe 38'i ise İngilizce'dir. Bununla beraber helal turizm alanında yapılan çalışmaların toplam sayfa sayısı 1094'tür. Ayrıca bu çalışmalarda kullanılan toplam referans sayısı 2729 ve hipotez sayısı ise 50'dir. Aynı zamanda bu çalışmalarda 204 tablo, 58 şekil ve 27 resim bulunmaktadır. Öte yandan Şekil 1'de helal turizm alanında yapılan çalışmaların yıllara göre dağılımı gösterilmiştir.

Şekil 1:Helal Turizm Alanında Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımına İlişkin Bulgular



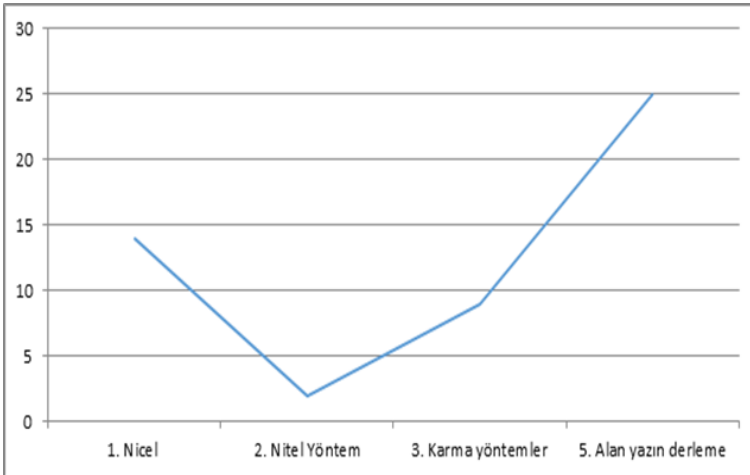
Şekil 1'e göre helal turizm alanında yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunun 2016 yılında (f=16) yayımlandığı görülmektedir. Bunu sırasıyla 2014 yılı (f=13), 2015 yılı (f=8), 2012 yılı (f=5), 2017 yılı (f=3), 2013 ve 2010 (f=2) izlemektedir. Bununla beraber 2009 yılında ise sadece bir çalışmanın olduğu görülmüştür. Öte yandan Şekil 2'de çalışmaların türüne ilişkin bulgular gösterilmiştir.

Şekil 2: Çalışmaların Türüne İlişkin Bulgular



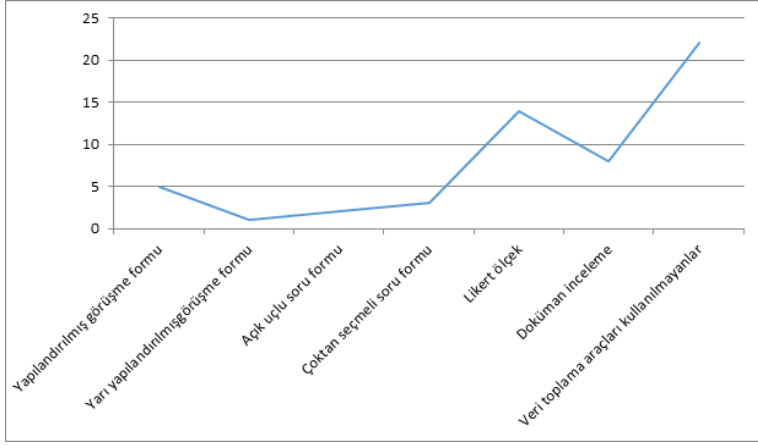
Şekil 2'ye göre helal turizm alanında yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunun kuramsal çalışmalardan ($f=27$) oluştuğu görülmektedir. Bunu sırasıyla uygulamalı çalışma ($f=18$) ve betimsel çalışma ($f=5$) izlemektedir. Öte yandan Şekil 3'de çalışmaların yöntemine ilişkin bulgular gösterilmiştir.

Şekil 3: Çalışmanın Yöntemine İlişkin Bulgular



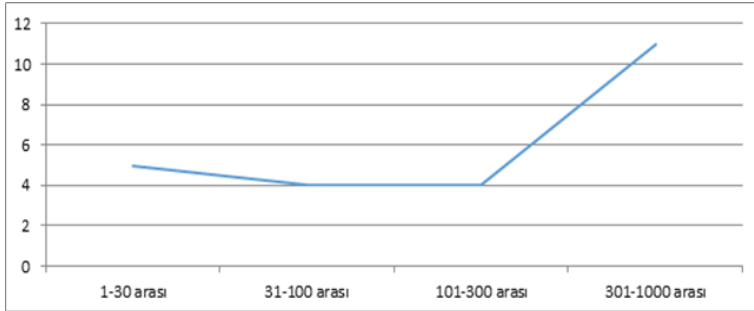
Şekil 3'e göre helal turizm alanındaki çalışmaların büyük çoğunluğunda yöntem olarak alan yazın derleme ($f=25$) kullanıldığı görülmektedir. Bunu nicel yöntem ($f=14$), karma yöntemler ($f=9$) ve nitel yöntem ($f=2$) izlemektedir. Öte yandan Şekil 4'de veri toplama araçlarına ilişkin bulgular gösterilmiştir.

Şekil 4: Veri Toplama Araçlarına İlişkin Bulgular



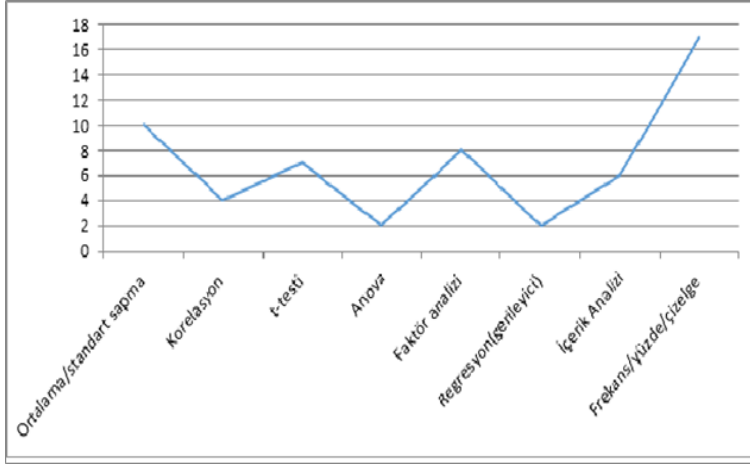
Şekil 4'e göre helal turizm alanında yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunda likert ölçek ($f=14$) kullanıldığı görülmektedir. Bunu sırasıyla doküman inceleme ($f=8$), yapılandırılmış görüşme formu ($f=5$), çoktan seçmeli soru formu ($f=3$), açık uçlu soru formu ($f=2$) ve yarı yapılandırılmış görüşme formu ($f=1$) izlemektedir. Öte yandan Şekil 5'de örneklem sayısına ilişkin bulgular gösterilmiştir.

Şekil 5: Örneklem Sayısına İlişkin Bulgular



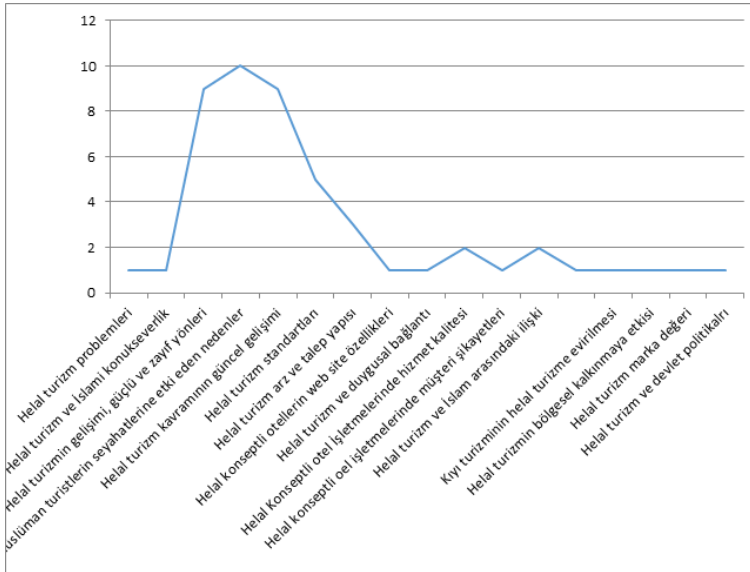
Şekil 5'e göre helal turizm alanında yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunun 301-1000 arası ($f=11$) örneklem sayısına sahip olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla 1-30 arası ($f=5$), 31-100 arası ile 101-300 arası ($f=4$) izlemektedir. Öte yandan Şekil 6'da veri analiz yöntemine ilişkin bulgular gösterilmiştir.

Şekil 6: Veri Analiz Yöntemine İlişkin Bulgular



Şekil 6'ya göre helal turizm alanında yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunda veri analiz yöntemi olarak frekans/yüzde/çizelge ($f=17$) kullanıldığı görülmektedir. Bunu sırasıyla ortalama/standart sapma ($f=10$), faktör analizi ($f=8$), t testi ($f=7$) ve içerik analizi ($f=6$) izlemektedir.

Şekil 7: Araştırma Konularına İlişkin Bulgular



Şekil 7'ye göre helal turizm alanında yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğunda Müslüman turistlerin seyahatlerine

etki eden nedenler (f=10) araştırılmıştır. Bunu sırasıyla helal turizmin gelişimi, güçlü ve zayıf yönleri (f=9), helal turizm kavramının güncel gelişimi (f=9), helal turizm standartları (f=5) helal turizm arz ve talep yapısı (f=3), helal turizm ve İslam arasındaki ilişki (f=2) ve helal konseptli otel işletmelerinde hizmet kalitesi (f=2) izlemektedir. Bununla beraber araştırma bulgularında dikkat çeken diğer bir bulgu ise “helal turizm problemleri, helal turizm ve İslami konukseverlik, helal konseptli otellerin web site özellikleri, Helal turizm ve duygusal bağlantı, helal konseptli otel işletmelerinde müşteri şikâyetleri, helal turizm konseptinin sağlık turizmine uygulanabilirliği, kıyı turizminin helal turizme evrilmesi, helal turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi, helal turizm marka değeri, helal turizm ve devlet politikaları konularında” birer araştırma yapılmış olmasıdır.

Sonuç ve Öneriler

Gerçekleştirilen bu çalışmada helal turizm alanında gerçekleştirilen çalışmalar; çalışmaların türü çalışma sayıları, veri toplama araçları, örneklem düzeyleri, örneklem seçim yöntemleri, örneklem sayıları ve veri analiz yöntemleri açısından incelenmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıda belirtilmiştir.

Helal turizm alanında 41’i makale, 5’i bildiri ve 4’ü tez olmak üzere toplam 50 çalışmanın olduğu görülmüştür. Bununla beraber helal turizm alanında yapılan çalışmaların yıllarına göre dağılımına bakıldığında en fazla çalışmanın 2016 yılında yapıldığı görülmüştür (Bkz. Şekil 1). Diğer taraftan ilk helal turizm konferansının 2014 yılında İspanya’da gerçekleştirildiği düşünüldüğünde bu durum daha da dikkat çekici olabilmektedir. Son yıllarda yapılan çalışmalardaki artışın, helal turizm alanının birçok araştırmacının ilgisini çekmesinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Helal turizm alanında yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunun kuramsal çalışma olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 2). Bunu sırasıyla uygulamalı çalışma ile betimsel çalışma izlemektedir. Bu alanda daha çok kuramsal çalışmaların yapılması henüz helal turizm alanının yeni ve gelişime açık olmasından

kaynaklandığı düşünülmektedir. İlerleyen yıllarda uygulamalı çalışmaların sayısının daha fazla olacağı düşünülmektedir.

Gerçekleştirilen çalışmaların yöntemine bakıldığında büyük bir çoğunluğunun alan yazın derlemeden oluştuğu görülmüştür (Bkz. Şekil 3). Bunu sırasıyla nicel yöntem, karma yöntemler ile nitel yöntem izlemektedir. Alan yazın yönteminin sıklıkla kullanılması; zaman ve maliyet bakımından yaşanan zorluklardan kaynaklanabilir. Ancak ileri yıllarda alan yazın derlemenin ise gücünü kaybetmeye başlayacağı ve nicel ve nitel yöntemlerin daha fazla ön planda olacağı düşünülmektedir.

Çalışmalarda nicel yöntemlerde Likert tipi derecelendirmelerin sıklıkla kullanıldığı ve bununla birlikte alan yazın yönteminde dokümanlardan yararlanıldığı görülmüştür (Bkz. Şekil 4). Diğer taraftan helal turizm kapsamında gerçekleştirilen bu çalışmalarda toplam 6752 örneklem kullanıldığı görülmüştür. Bununla beraber helal turizm kapsamında gerçekleştirilen bu çalışmaların örneklem seçimine bakıldığında 21 çalışmada örneklem seçim yöntemi belirtilmediği görülmüş, 5 çalışmada evrenin tamamına ulaşılmış ve geriye kalan 24 çalışmada ise herhangi bir örnekleme kullanılmadığı görülmüştür.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde sonuçların alanda gerçekleştirilen çalışmaların güçlü ve eksik yönlerini görme açısından yararlı olacağı ve gelecek çalışmalara yön vereceği düşünülmektedir. Bununla beraber bu çalışmanın bir kaynak olarak kullanılabilmesi ve alandaki editörler ile hakemlere katkı sunacağı düşünülmektedir. Bunun yanında bu araştırmanın değerlendirmeye aldığı zaman aralığı (2009-2016) düşünüldüğünde, ilerleyen yıllarda bu konudaki çalışmalara yapılan yönelimlerin belirlenmesi açısından da belirleyici olacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu çalışmanın sadece Türkçe ve İngilizce çalışmalarla sınırlı olduğu unutulmamalıdır. Yine erişime kapalı olan çalışmaların ve basılı kitap ile raporların bu araştırmanın dışında tutulmuş olması da gerçekleştirilen bu araştırmanın bir başka sınırlılığını oluşturmaktadır. Bununla beraber araştırma sadece dijital ortamlarda erişilebilen çalışma-

larla sınırlı tutulmuştur. Helal turizm konusunda kullanılan araştırma konularının, yöntemlerin, veri analiz yöntemlerinin bilinmesi yeni yapılacak olan çalışmalara ışık tutacaktır. Başka bir ifade ile gerçekleştirilen bu araştırma helal turizm araştırmalarını bir bütün olarak görmeyi sağlayacak ve çalışmadan elde edilen sonuçların gelecek araştırmalara katkı sağlayacaktır.

Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde benzer konuda çalışacak araştırmacılara sunulacak öneriler şöyle sıralanabilir:

a. Çalışmaların büyük bir çoğunluğunda örneklem seçim şekillerinin kullanılmadığı görülmüştür. Bu kapsamda örneklem seçim şekillerine daha fazla dikkat edilerek örneklemlerin tarafsız ve güvenilir yöntemlerle seçilmesi önerilmektedir.

b. Helal turizm kapsamında tutum ölçeklerinin geliştirilmesi ve örneklem sayıları artırılması önerilmektedir.

c. Nicel ve karma yöntemlere daha fazla önem verilmesi ve bu çalışmaların artırılması önerilmektedir.

d. Helal turizm alanının özellikle pazarlama ve strateji boyutunun ele alınması ve bu konuda ölçekler getirilmesi önerilmektedir.

e. Helal turizm alanının ekonomiye sağladığı katkıların araştırılması önerilmektedir.

f. Helal turizm alanının da satış ve reklam konularına odaklanan ölçekler geliştirilmeli ve uygulanmalıdır.

Kaynaklar

Ahmad, A. N., Rahman, R. A., Othman, M., & Abidin, U. F. U. Z. (2017). Critical Success Factors Affecting the Implementation of Halal Food Management Systems: Perspective of Halal executives, *Consultants and Auditors, Food Control*, 74, 70-78.

Albayrak, A. (2013). *Kış Turizmi Turistlerin Seyahat Motivasyonları*, K. Ünlüören (Ed.), 14. Ulusal Turizm Kongresi (s.144), Kayseri, Detay Yayıncılık.

Aktaş, C. (2005). Türkiye'nin Turizm Gelirlerini Etkileyen Değişkenler İçin Uygun Regresyon Denklemlerinin Belirlenmesi, *Doğuş Üni-*

versitesi Dergisi, 6(2), 163-174.

Akyol, M. ve Kılınç, Ö. (2014). Internet and Halal Tourism Marketing, *Turkish Studies, International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 9/8, ss. 171-186.

Akova, İ. (2000). Alternatif Turizm Olanaklarımız, *Coğrafya Dergisi*, (8), 74.

Arpacı, Özgür. 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), ss. 73-86.

Arpacı, Ö., Uğurlu, K. ve Batman, O. (2015). Helal Konseptli İşletmelerine Yönelik Yapılan Müşteri Şikâyetleri Üzerine Bir araştırma, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(11). 181-198

Bahar, O. ve Kozak, M. (2008). Turizm Ekonomisi, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Battour, M. ve Ismail, M. N. (2016). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future, *Tourism Management Perspectives*, (19), 150-154.

Boran, Mustafa. (2016). Hanefi Mezhebinde Yiyecek ve İçeceklerde Helallik Ve Haramlık Ölçüleri, Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.

Boğan, E., Batman, O. ve Saruışık, M. (2016). Helal Turizmin Kavramsal Çerçevesi ve Türkiye'deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme, 3. International Congress of Tourism & Management Researches.

Çallı, İ. D. (2014). Etnik Pazarlamada Helal Kavramının Kullanımı "Almanya'da Yayımlanan gıda Reklamları Üzerine Bir İnceleme", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(4), 43-56.

Çelik Uğuz, S. (2011). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli, *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 333.

Değer, M. K. (2006). Turizme Ve İhracata Dayalı Büyüme: 1980-2005

- Türkiye Deneyimi, İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 20(2), 67-86.
- Demirkol, Ş. ve Oktay, K. (2004). Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar, Birinci Baskı, Sakarya Kitapevi, Sakarya.
- Diyanet (2017).Kur'an-ı Kerim'de Seyahat ve Önemi, <http://kuran.diyanet.gov.tr/mushaf#/kuran-meal-2/fatiha-suresi-1/ayet-1/diyanet-isleri-baskanligi-meali-1>, Erişim Tarihi: 13.01.2017.
- Doğan, M. (2011). Türkiye'de İslami Turizm'in Gelişimi: 2002-2009, Political Economy, Crisis And Development (Politik İktisat, Kriz Ve Kalkınma), s.s.471-478.
- Düzgüneş, E. ve Demirel, Ö. (2013). Maçka Bölgesinin Alternatif Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 3(7)
- Ece, H. K. (2000). İslam'ın Temel Kavramları, 1. Baskı, Beyan Yayınları. İstanbul.
- Emekli, Gözde. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm, *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, ss. 99-107.
- Eren, İ. (2016). Kur'an'da Turizm: Doğal ve Tarihi Mekânların Önemi, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 7(15), ss. 96-106.
- Esposito, J. L. (2011). Islam The Straight Path, Five Edition, USA, Oxford University Press.
- Farouk, M. M., Pufpaff, K. M. ve Amir, M. (2016). Industrial Halal Meat Production and Animal Welfare: A Review, *Meat Science*, 120, 60-70.
- Fuseini, A., Knowles, T. G. Hadley, P. J. ve Wotton, S. B. (2016). Halal Stunning and Slaughtering: Criteria for The Assessment of Dead Animals, *Meat Science*, 119, 132-137.
- Fuseini, A., Wotton, S. B., Hadley, P. J. ve Knowles, T. G. (2017). The Perception and Acceptability of Pre-Slaughter and Post-Slaughter Stunning for Halal Production: The Views of UK Islamic Scholars and Halal Consumers, *Meat Science*, 123, 143-150.
- Göktaş, Y., Küçük, S., Aydemir, M., Telli, E., Arpacık, Ö., Yıldırım, G., ve Reisoğlu, İ. (2012). Türkiye'de Eğitim Teknolojileri Araştırma-

- larındaki Eğilimler: 2000-2009 Dönemi Makalelerinin İçerik Analizi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi, 12(1), 177-199.
- Guillaume, A. (2014). The Life Of Muhammad, Seven Edition, Oxford University Press, USA.
- Gülbahar, O. (2009). 1990'lardan Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönelimler, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 14(1), 162.
- Güzel, Ö. (2011). Türkiye'de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırılmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 8(16) 140.
- İçöz, Orhan. (2005). Turizm Ekonomisi, 3. Baskı, Turhan Kitapevi, Ankara.
- İslamoğlu, İ., İmamoğlu, A. ve Çavuşoğlu, G. (2014). Verçenik Yaylasının Alternatif Turizmi ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Belirlenmesi, International Journal of Science Culture and Sport (2).
- Kara, O., Çömlekçi, İ. ve Kaya, V. (2012). Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler İle İlişkisi: Türkiye Örneği, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1(8), 75-100.
- Kaşlı, M., İlban, M. O. ve Şahin, B. (2009). Modern Pazarlama Stratejileri: AB ve Türk Turizmi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8(27), 79-98.
- Kırca, C. (1986). İslam Açısından Turizm Olayı, Diyanet Dergisi, 12(2), ss. 47-58.
- Kızılğöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(2), 351-260.
- Koçyiğit, T. (1967). Hadis Usulü, 1. Baskı, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, Ankara.
- 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 Bi-

- limler Fakültesi Dergisi, 8(3), 181-205.
- Küçük, M. A. (2013). Din- Turizm İlişkisi Çerçevesinde Yahudilikte, Hristiyanlıkta ve İslamiyet'te Hac Uygulamasına Genel Bakış, *Di-ni Araştırmalar*, 16(42) ss. 101-128.
- Lubis, H. N., Naim, N. F. M., Alizul, N. N. ve Ahmed, M. U. (2016). From Market to Food Plate: Curent Trusted Technology and İnnovations in Halal Food Analysis, *Trends in Food Science & Technology*, 58, 55-68.
- Macit, Y. (2002). Yiyecek-İçeceklerde Haram-Helallığın Kriteri Ve Bu Konuda Arap Kültürünün Etkisi, *Çorum İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2, 265-271.
- Mohsin, A., Lengler, J. ve Chaiya, P. (2017). Does Travel İnterest Mediate Between Motives And İntentionto Travel? A Case Of Young Asian Travelers, *Journal Of Hospitality And Tourism Management*, 31, 36-44.
- Mohsin, A., Ramli, N. ve Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal Tourism: Emerging Opportunities, *Tourism Management Perspectives*, 19, 137-143.
- Oflaz, Musa. (2015). Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları, *Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir*.
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2013). Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek, Kar, M. (Ed.). *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, (s.627-643), Necmettin Erbakan University, Konya.
- Özdemir, İ. M. (2012). Turizmde Yeni Bir Pazar Bölümü Olarak İslami Turizm: Dindar Müslüman Turistler ve İslami Otellere Yönelik Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir*.
- Özdemir, M. (2015). Uluslararası Helal Ürün Ekonomisi Sempozyumu, *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(31), 221-237.
- Pamukçu, H. ve Arpacı, Ö. (2015). Helal Konseptli Otel İşletmeleri:

- Türkiye'deki Mevcut Durum Üzerine Bir Araştırma, Oktay, K., Avcı, M., Tanrısever, C., Aydoğdu, A., Pamukçu, H. (Ed.), 1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, (s. 319-331), Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi.
- Park, S., Kim, J-K., Lee, H. S., Jeong, S. W. ve Shim, Y. S. (2016). Determination of Five Alcohol Compounds in Fermented Korean Foods Via Simple Liquid Extraction With Dimethyl Sulfoxide Followed by Gas Chromatography Mass Spectrometry for Halal Food Certification, *LWT- Food Science and Technology*, 74, 563-570.
- Razzaq, S., Hall, C. M. ve Prayag, G. (2016). The Capacity of New Zealand to Accommodate the Halal Tourism Market - Or Not, *Tourism Management Perspectives*, (18), 92-97.
- Sarıışık, M. ve Pamukçu, H. (2016). Helal Turizm Kavramı ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, Ozan, B. (Ed.). 17. Ulusal Turizm Kongresi, (s, 99-109), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Seyidov, İ. (2015). Tüketicilerin Davranışlarında Şekillendirici Bir Faktör Olarak İslami Bağlılık, *Selçuk İletişim*, 9(1), 388-409.
- Süt, A. (2014). İslam ve Turizm İlişkisi, *Turkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9/11, ss, 479-497.
- Şahiner, T. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç turizmine Bakışı Açısından Karaman, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
- Türk Dil Kurumu (2016) Helal Kavramı, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5878bc89665785.75589369 Erişim Tarihi: 05.12.2016.
- Tekin, Ö. A. (2014). İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), s. 750-766.
- Tekin, Ö. A. ve Yılmaz, E. (2016). İslami Turizm Konseptinde Hizmet Veren Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42). 2046-2058.

- Tekle, Ş., Sağdıç, O., Nursaçan, Ş., Yetim, H. ve Erdem, M. (2013). Ülkemizde ve Dünyada Helal Gıda Hususunda Karşılaşılan Problemler, Avrupa Birliği ve Teknoloji Dergisi, 1(1), 1-6.
- Terzi, H. ve Altunışık, R. (2016). Müslüman Tüketicilerin İsraf Kavramına Bakışı, Katar ve Endonezya Ölçeğinde Kültürlerarası Bir Mukayese, Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 5(2), 86-103.
- Topay, M. ve Parladır, M. Ö. (2015). Isparta İli Örneğinde CBS Yardımıyla Alternatif Turizm Etkinlikleri İçin Uygunluk Analizi, Tarım Bilimleri Dergisi, (21).
- Topçuoğlu, M. ve Özkul, B. (2014). Rekabet Hukuku Özellikle Haksız Rekabet Açısından Helal Gıda Sertifikası, Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 4(1), 1-26.
- Turan, E. (2012). Türkiye’de Yabancı Turizm Talebini Artırmada İnanç Turizminin Yeri ve Önemi, Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Ünlüören, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A., (2010). Turizm Ekonomisi, 2. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Varlı, M. (2011). İslam’a Göre Haram Davranışlar, İkinci Baskı, İstanbul, Ensar Neşriyat.
- Yener, D. (2011). Tüketicilerin Helal Sertifikalı Ürünler Karşı Tutumlarını Etkileyen Faktörler Ve Risk Algısı, Doktora Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi.
- Yıldız, Z., Kaygısız, A. D. ve Memişoğlu, D. (2014). Göller Bölgesi ve Prizren Bölgesi için Bölgesel Dengesizlikleri Gidermede Alternatif Turizm Potansiyelinin Araştırılması, Karşılaştırılması ve Modelendirilmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(2), 160.
- Yılmaz, H. (2014). Eskişehir’in Biricik Destinasyon Önerisi: Endüstriyel Miras, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29 (2)
- Zehra, M. E. (2010). İslam Hukukunda Suç ve Ceza, (Çev. İbrahim Tüfekçi). Birinci Baskı, Kitapevi, İstanbul.