



“MÜSLÜMAN DOSTU TURİZM” KONULU ÇALIşMALARIN SİSTEMATİK DERLEME İLE İNCELENMESİ

Meliha Sena YILDIRGAN^{1*} Orhan BATMAN²

¹Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya, Türkiye

²Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sakarya, Türkiye

MAKALE BİLGİSİ

Geliş tarihi: 17 Haziran 2023

Düzeltilme tarihi: 5 Aralık 2023

Kabul tarihi: 19 Aralık 2023

Anahtar Kelimeler:

Müslüman Dostu Turizm,
Sistemik Derleme,
Scopus

ÖZET

Helal turizm terimi mevcut literatürde yoğun şekilde kullanılsa da son dönemde “Müslüman dostu turizm” kavramı tercih edilmektedir. Müslüman dostu turizm (MDT) kavramı, turizm endüstrisinde yeni olmasına rağmen önemli bir niş pazar olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda özellikle Müslüman çevreye hitap edebileceği düşünülen turizm alanlarında dikkate değer artışlar yaşanmıştır. Bu açıdan bakıldığında Müslüman dostu turizm üzerine gerçekleştirilen çalışmalar da önem arz etmektedir. Buradan hareketle bu çalışma, Müslüman dostu turizm konusunda yayımlanan makalelerin kapsamı ve içeriklerinin analiz edilmesi ve konu hakkında teorik bilgilere ulaşılması amacıyla sistemik derleme yöntemi ile yapılmıştır. Araştırmada tarama işlemi 04.05.2023-09.05.2023 tarihleri arasında Scopus veri tabanı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, çalışmanın evreni Müslüman dostu turizm kapsamında araştırma gerçekleştirilen 13 makaleden oluşmaktadır. İncelenen makalelerden elde edilen sonuçlara göre, Müslüman dostu turizm kavramı ile ilgili yayınların 2020 yılında yoğunlaştığı görülmektedir. Makalelerin ana temalarına göre dağılımlarına bakıldığında ise Müslüman dostu medikal turizmi, Müslüman dostu nitelikler ve Müslümanların ziyaret niyeti temaları ön plana çıkmıştır. İncelenen makaleler, veri toplama aşamasında kullanılan destinasyonların farklılıklarını göz önüne alarak, Müslüman dostu turizm faaliyetlerinin farklı destinasyonlarda aktif olarak gerçekleştirildiğini ve bu sebeple yapılan çalışmaların veri toplama sürecinde değişiklik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

ANALYSIS OF THE STUDIES ON “MUSLIM-FRIENDLY TOURISM” BY SYSTEMATIC REVIEW

ABSTRACT

Although the term halal tourism has been used extensively in the literature, recently the concept of Muslim-friendly tourism has been preferred. Although the concept of Muslim-friendly tourism (MDT) is new to the tourism industry, it is considered as an important niche market. In this context, there have been notable increases in tourism areas that are thought to appeal

Keywords:

Muslim Friendly Tourism,
Systematic Review,
Scopus

*Sorumlu Yazar: Meliha Sena YILDIRGAN, E-mail: m.senayildirgan@gmail.com Orcid: [0000-0003-0996-7616](https://orcid.org/0000-0003-0996-7616)

especially to the Muslim environment. From this point of view, studies on Muslim-friendly tourism are important. In this respect, this study was carried out with a systematic compilation method to analyze the scope and contents of the articles published on Muslim-friendly tourism and to reach theoretical information on the subject. In this respect, a very limited study has been found in the literature examining the articles on Muslim-friendly tourism with a systematic compilation method. The scanning process in the research was carried out through the Scopus database between 04.05.2023 and 09.05.2023. This research constitutes the original value of the study. In this context, the universe of the study consists of 13 articles evaluated within the scope of Muslim-friendly tourism. According to the results obtained from the reviewed articles, it was seen that the publications on the concept of Muslim-friendly tourism intensified in the year of 2020. When the distribution of the articles according to the main themes was as follows, the themes of Muslim-friendly medical tourism, Muslim-friendly qualities and Muslims' visit intention came to the fore. When the analyzed articles are considered in terms of the destination from which data obtained, it was seen that the destinations for which data were collected differ due to the fact that there are various destinations where Muslim-friendly tourism activities are actively carried out. The articles examined, taking into account the differences in the destinations used in the data collection phase, and it reveal that Muslim-friendly tourism activities are actively carried out in different destinations, and therefore the studies conducted vary during the data collection process.

1. Giriş

Dünyadaki eğilimler, insanların eğitim ve refah düzeyindeki artışın devamlı olarak gelişeceğini ve turizm faaliyetlerinde aktif olan deneyimli gezgin grubunun büyüyeceğini açıkça göstermektedir (Pamukçu ve Yılmaz, 2022). Sosyal bir olgu olması sebebiyle turizm birçok unsuru etkilediği gibi kişisel davranışları, ahlaki değerleri, gelenek ve görenekleri, kültür gibi kavramları etkiler ve aynı zamanda bu unsurlardan etkilenir (Pamukçu ve Saruşık, 2017). Helal ilkelerine dikkat eden turistler için din, turizm harcamalarının belirlenmesinde önemli bir faktördür ve beraberindeki tüm konaklama seçenekleriyle destinasyon seçimlerini de etkilemektedir (Timothy ve Olsen, 2006). Müslüman dostu turizm (MDT), konaklamanın yanında turizm sektörlerinin çeşitli (kültürel, sağlık, eğlence, yaşam tarzı, alışveriş, eğitim, iş vb.) yönlerini içeren önemli bir sektör haline gelmiştir (Han vd., 2019). Müslüman dostu turizm uygulamasının genel kapsamında eksiksiz bir helal ürün, hizmet, süreç ve eylem iddiası bulunmamaktadır. Müslüman

dostu turizm bu yüzden daha iddiasız olmakla beraber, turizm arzı, turistik çekicilik ve yerel toplum boyutlarının Müslümanlara yönelik kolaylıklar sunma noktasında gayretinin net bir biçimde görüldüğü bir turizm uygulamasıdır (Tekin, 2022).

Müslüman dostu turizm kavramına dair literatür taraması ışığında bu kavramın bazı türevlerinin olduğu görülmekle beraber, söz konusu kavramlar kullanılırken dikkatli olunması gerektiğine dair vurgulamalar da bulunmaktadır. Kavramın türevlerine bakacak olursak; en sık kullanılan kavramların tesettür turizm, İslami turizm, muhafazakâr turizm, dini turizm vb. olduğu görülmektedir. Fakat son dönemlerde yapılan çalışmalarca bu kavramlar yerine Müslüman dostu turizm kavramının kullanılması gerektiği ifade edilmektedir. Bu çalışmada da Müslüman dostu turizm kavramı odağa alınarak ilgili kavramın konu olduğu çalışmalar sistematik bir şekilde derlenmiştir.

Müslüman dostu turizm kavramı yerine kullanılan kavramlar literatürde bir karışıklığa sebebiyet vermektedir. Bu sebeple

Müslüman dostu turizm kavramının türevleri ayrıştırılarak kavramın kendisi anahtar kelime olarak belirlenmiş ve analize dahil edilmiştir. Buradan hareketle araştırmanın amacı, Müslüman dostu turizme ilişkin yayınlanan makalelerin kapsamını ve içeriklerini inceleyerek konu ile ilgili teorik bilgiler elde etmek ve bu hususta çıkarımlarda bulunmaktır. Helal turizm terimi yazında geçmişte yoğun şekilde kullanılsa da son dönemde Müslüman dostu turizm kavramı çalışmalara konu olmaktadır. Dolayısıyla, bu alandaki çalışmaların sistematik bir analizinin yapılması, konunun yapılan çalışmalar üzerinden teorik olarak detaylı bir şekilde incelenmesine katkı sağlayacaktır. Bu araştırmanın sonucunda ulaşılabilecek teorik bilgilerin turizm ile ilgili literatürün gelişimine katkıda bulunması da beklenmektedir. Araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Mevcut araştırmanın önemli bir kısıtı veri tabanı olarak Scopus veri tabanının kullanılmış olmasıdır. Araştırmanın bir diğer kısıtı çalışmaların seçimini gerçekleştiren yazar sayısının az olmasıdır.

2. Kavramsal Çerçeve

Tekin (2022)'e göre, Müslüman dostu turizm, sektörde ve akademik alanda son yıllarda sıkça duyulan kavramlardan biridir. Ancak kavramın tanımı ve kapsamı noktasında farklı değerlendirmeler bulunmaktadır. Ayrıca bu kavramla birlikte bazen eş anlamlı olarak, bazen de farklı anlamlara geldikleri belirtilerek; “helal turizm”, “helal dostu turizm”, “helale duyarlı turizm”, “helal farkındalığı olan turizm”, “şer-i kurallara uyumlu turizm”, “İslami turizm”, “İslam-dostu turizm”, “tesettür turizm”, “muhafazakâr turizm”, “alternatif turizm”, “inanç turizmi”, “din turizmi”, “dini turizm” gibi kavramların kullanıldığı görülmektedir. Bu kavramların yanlış kullanımı teorik alanın hatalı bir gelişim göstermesine neden olmakta ve pratikte de sektöre

yönelik yanlış algının oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Müslüman dostu turizm kavramına gelmeden önce, “Müslüman-dostu” kavramını değerlendirmek daha doğru olacaktır. “Müslüman-dostu” kavramının, en basit hali ile “Müslümanlara yardımcı olan, kolaylık sağlayan, imkân oluşturan” anlamına geldiği kabul edilebilir. Ancak Müslüman-dostu kavramının helal kelimesi ile eş anlamlı olarak kabul edilmemesi gerekmektedir. Çünkü helal kelimesi için eş anlamlı bir kelime üretmeye gerek olmadığı gibi bunu yapmak teknik olarak da mümkün değildir. Bir ürün, hizmet ya da eylem tam anlamı ile ve bütün bileşenleri ile helal şartına uyuyor ise zaten “helal” olarak nitelenmesi yeterlidir. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi'ne göre (TDVİA, 2022a) göre helal kelimesi şu anlamları içermektedir: “İşlenmesi sebebiyle hakkında ceza verilmeyen şey”, “şer'in yapılmasını serbest bıraktığı şey”, “haram kılındığına dair delil bulunmayan şey”, “helalliği hakkında herhangi bir delilin bulunduğu şey”. Bu anlamlar dikkate alındığında, insanlar tarafından tüketilen, faydalanılan, kullanılan şeylerin, helal kriterine uygunluğu bakımından tek tek değerlendirmeye alınabilmesinin mümkün olduğunu anlıyoruz. Ancak bazı durumlarda, insanlar tarafından tüketilen, faydalanılan, kullanılan şeyler, birden fazla ürün, hizmet veya eylemin birleşimi ile meydana gelmektedir. Bu şekilde birden fazla ürün, hizmet veya eylemin birleşiminden oluşan olgular dikkate alındığında, karşılaştığımız bazı ürün ve hizmetlerin içerisinde helal olanlara ilaveten, helal şartını sağladığı tescil edilemeyenler var ise böyle bir durumda bu bileşenler demetinden oluşan ürün, hizmet ve olgular için helal nitelenmesi kullanılamamaktadır. Bu yapıdaki ürün, hizmet ve eylemlerin birleşiminden oluşan olguların içerisinde, helal

olanların da yer alması halinde olgunun geneli için helal nitelemesi yerine Müslüman dostu nitelemesinin kullanılması daha doğru olmaktadır (Tekin, 2022). Müslüman dostu turizmin yapısına bakacak olursak, yapısı itibarıyla bir turizm çeşidi değil, belirli birkaç turizm türü üzerinde uygulanabilecek bir turistik uygulama olduğunu söylemek mümkündür (Tekin vd., 2018). Müslüman dostu turizm kavramı, içeriği itibarıyla Müslümanların inançlarına, değer yargılarına, beklentilerine ve taleplerini karşılayan ürün, hizmet, süreç ve eylemlerin sunulduğu turizm uygulamaları için ortak bir çatı isim olarak kullanılabilen değeri değerlendirilmektedir (Tekin, 2022).

3. Yöntem

Bu çalışmada, Müslüman dostu turizm konulu yayınlanan makalelerin kapsamı ve içeriklerinin incelenmesi ve konu hakkında teorik bilgiler elde edilmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda ikincil verilerin elde edilmesi için sistematik derleme yöntemi kullanılmıştır. Sistematik derleme, belirlenen bir konuda yapılan çalışmalardan faydalanılarak çıkarımlarda bulunmayı ve konu ile ilgili kavramsal bilgi edinilmesini sağlayan araştırma yöntemidir. Literatürün oluşturulması, sistematik derleme yöntemiyle, belirlenen kriterler doğrultusunda yapılan incelemeler sonucunda elde edilebilir (Hanley ve Cutts, 2013). Çoğunlukla tıp alanında yoğun bir şekilde kullanılan bu yöntem, işletme, eğitim, yönetim (Keleher vd., 2009; Tan vd., 2016) alanında ve turizmde (Shafiee vd., 2019; Ye vd., 2020) son senelerde fazlaca kullanılmaya başlanan bir araştırma yöntemi olarak ön plana çıkmaktadır. Sistematik derleme yöntemi ile belirlenen konu hakkında daha önce yapılmış çalışmalar, belirlenen kriterlere göre taranacak, karşılaştırmalı olarak analiz edilecek ve bu analizler sonucunda kavramsal

bir çerçeve oluşturularak konu şekillendirilecektir. Herkes tarafından uygulanan net bir sistematik derleme prosedürü olmakla birlikte yürütülen çalışmanın amacına en uygun içerikteki çalışmalara erişmek bahsi geçen yöntemin odağını oluşturmaktadır (Shafiee vd., 2019). Bu çalışmada uygulanması planlanan sistematik derleme için oluşturulan arama kriterleri Tablo 1’de açıkça ifade edilmektedir.

Tablo 1. Sistematik Derleme Arama Kriterleri

Arama Kriterleri	Uygulama
Kriter 1: Veritabanı	Scopus
Kriter 2: Anahtar Kelime	Muslim friendly tourism
Kriter 3: Yayın Türü	Araştırma ve derleme makaleleri
Kriter 4: Yayın Dili	İngilizce

Kaynak: Tan vd. (2016)’den uyarlanmıştır.

Bu araştırma kapsamında öncelikle, araştırmanın hedefine uygun içerikteki çalışmalara erişmek için arama yapılacak uluslararası veri tabanı belirlenmiştir. Araştırmada bir adet veri tabanının kullanılmasının sebebi araştırmacıların zaman kısıtı olmasıdır. Bu veri tabanında arama için kullanılacak çalışma türü ve anahtar kelime seçilmiştir. İngilizce olarak yayınlanmış makalelere ulaşmada yayın yılına ilişkin bir sınırlama belirlenmemiştir. Tablo 1’de belirtilen veri tabanında makale arama işlemi 04.05.2023-09.05.2023 tarihinde yapılmıştır.

Sistematik derleme yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmanın amacına ulaşması için oluşturulan araştırma soruları (AS) aşağıda belirtilmiştir:

AS1: Müslüman dostu turizm konusunda yayımlanmış makalelerin yıllara göre dağılımı nedir?

AS2: Müslüman dostu turizm konulu makalelerin ana temaları nelerdir?

AS3: Müslüman dostu turizm konulu araştırmalarının odaklandığı destinasyonlar nelerdir?

Müslüman dostu turizm konusu üzerine doküman analizi yönteminin kullanılmasıyla ortaya çıkan bulgular, sistematik bir biçimde derlenerek araştırma sorularına ilişkin en doğru yanıtlar aranacaktır.

3.1. Araştırmanın çerçevesi

- Değerlendirmeye, Müslüman dostu turizm konusunda yazılan akademik makaleler dahil edilmektedir.
- Bahsi geçen makalelerin tamamına erişmek gerçekçi bir yaklaşım olmayacağından dolayı çalışma evrenini oluşturmak amacıyla Müslüman dostu turizm, “Scopus akademik çalışma arama motoru” detaylı bir şekilde incelenmektedir. Bu da çalışmanın temel kısıtını meydana getirmektedir.
- Çalışma konusu inceleme yapılacak olan alana sınırlama getirilerek oluşturulmakta ve “Müslüman dostu turizm (Muslim friendly tourism)” anahtar kelimesi çerçevesinde çalışma evreni, toplamda 13 akademik makaleden oluşmaktadır.

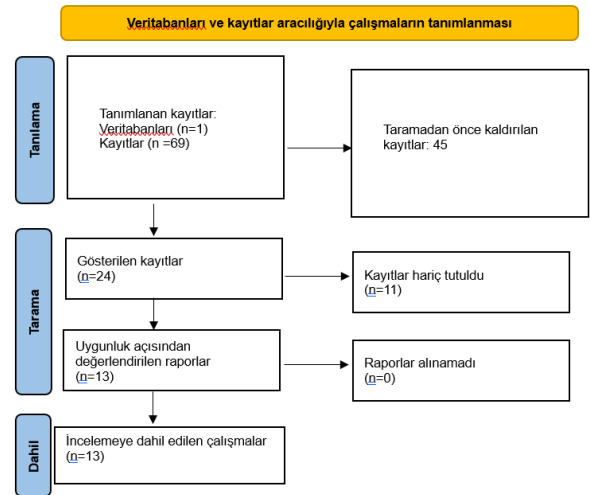
3.2. Evren ve örneklem

Araştırma evrenini, “Müslüman dostu turizm” üzerine yapılmış ampirik ve ampirik olmayan yöntemle meydana getirilen akademik çalışmalar oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırma konusuyla ilgili ortaya koyulan çalışmaların tespitinin, başka bir deyişle evrenin genişliğinin oluşturulmasının zor olması sebebiyle araştırmacı tarafından çalışma evreni meydana getirilmiştir. Buradan hareketle, Scopus veri tabanı arama motoruna, bahsi geçen konu ile ilgili “Mus-

lim friendly tourism” anahtar kelimesi girilmiş, arama sınırları sadece açık erişim makaleler olacak şekilde kısıtlama getirilmiştir. Bu kapsamda çalışmanın evreni, Müslüman dostu turizm kapsamında araştırma gerçekleştiren on üç makaleden oluşmaktadır.

3.3. Veri toplama ve analizi

Bu araştırma, Müslüman dostu turizm konusunda yazılan makalelerin kapsamı ve içeriklerinin analiz edilmesiyle konu hakkında detaylı bir şekilde teorik bilgiler elde etmek amacıyla sistematik derleme yöntemi aracılığıyla yapılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma evreni olarak belirlenen Scopus veri tabanında yer alan anahtar kelime (Muslim friendly tourism) aracılığıyla çalışma konusu ile ilgili makaleler taranmış ve veri seti meydana getirilmiştir.



Şekil 1. Akış diyagramı (www.prisma-statement.org)

Şekil 1’de, bu araştırmada sistematik derleme için gerçekleştirilen makale tarama sürecinin akış diyagramı açıkça ifade edilmiştir. Öncelikle, belirlenen kriterler kullanılarak veri tabanı taranmış ve toplam 69 makaleye ulaşılmıştır. Bunların içinde tarama sonuçlarında açık erişim olmayan

makaleler ayrıştırıldıktan sonra geriye kalan makalelerin başlık ve özetleri incelenmiştir. Bu işlemler sonucunda içeriği çalışma amacına uygun olmayan 45 makale daha elenmiştir. Geriye kalan 24 makalenin ise içeriklerinin tamamı incelenmiş ve bunlara ek olarak 11 makale daha çalışma amacına uygun olmaması sebebi ile elenmiştir. Sonuç olarak çalışma kapsamında 13 makale belirtilen analize dahil edilmiştir. Makale eleme işlemi, tarama sonucunda ortaya çıkan ‘Müslüman dostu turizm’ kavramını odak noktasına alan çalışmalar dikkate alınarak yapılmıştır. Yazarlar çalışmaların kalitesini bağımsız bir şekilde değerlendirmiştir. Oluşabilecek yanlışlığı önlemek amacıyla bağımsız bir dış değerlendiriciye başvurulmuştur.

4. Bulgular

Çalışmada, Müslüman dostu turizm konulu yayınlanan makaleler incelenerek kapsamı ve içeriklerinin analiz edilerek konu bağlamında teorik bilgiler elde edilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, araştırma sistematik derleme yöntemiyle tasarlanmıştır. Amaca yönelik ve araştırma sorularını yanıtlayabilecek şekilde doküman analizi yapılmıştır. Ortaya çıkan bulgular araştırma soruları kapsamında tablolar ve grafikler aracılığıyla ifade edilmiştir.

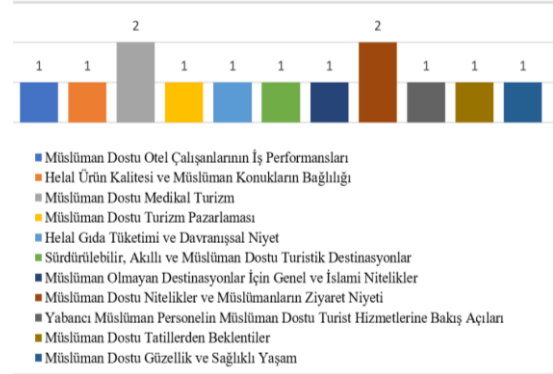
4.1. Makalelerin yayınlandığı yıllar ve dergilere ilişkin bulgular

Tablo 2. Makalelerin Yayınlandığı Yıllar ve Dergiler

Dergi	Yıl Dağılımı				
	2017	2019	2020	2021	2022
Tourism Management Perspectives			1		
Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism				1	
Journal of Islamic Marketing	3		2		
Sustainability			1		1
Heliyon			1		
Tourism Management		1			
Security and Communication Networks					1
Cogent Social Sciences					1
Toplam					13

Tablo 2’deki verilere göre, Müslüman dostu turizm konulu 8 farklı dergide toplam 13 makale yayınlandığı görülmektedir. Yayınlanan makalelerin yıllara göre dağılımı ise 2017, 2019, 2020, 2021 ve 2022 şeklindedir.

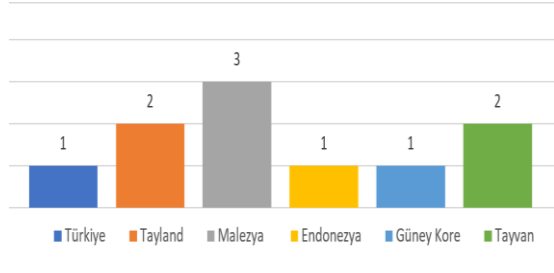
4.2. Makalelerin ana temalarına göre dağılımına ilişkin bulgular



Grafik 1. Makalelerin ana temalarına göre dağılımına ilişkin bulgular

Grafik 1’de, incelenen makalelerin ana temaları açısından dağılımı bulunmaktadır. Grafik 1 incelendiğinde, Müslüman dostu turizm konulu makalelerin ana temalarının genellikle Müslüman dostu medikal turizm (n=2) ve Müslüman dostu nitelikler ve Müslümanların ziyaret niyeti (n=2) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Müslüman dostu otel çalışanlarının iş performansları, helal ürün kalitesi ve Müslüman konukların bağlılığı, Müslüman dostu turizm pazarlaması, helal gıda tüketimi ve davranışsal niyet, sürdürülebilir, akıllı ve Müslüman dostu turistik destinasyonlar, Müslüman olmayan destinasyonlar için genel ve İslami nitelikler, yabancı Müslüman personelin Müslüman dostu turizm hizmetlerine bakış açıları, Müslüman dostu tatillerden beklentiler ve Müslüman dostu güzellik ve sağlıklı yaşam gibi temaların bu makalelere konu edildiği görülebilmektedir.

4.3. Müslüman dostu turizm konulu araştırmaların odaklandığı destinasyonlar



Grafik 2. Müslüman dostu turizm konusu araştırmaların odaklandığı destinasyonlar

Müslüman dostu turizm üzerine yayımlanmış makalelerin, çalışmada veri elde edilen destinasyon bakımından dağılımının incelenmesi için Grafik 2 oluşturulmuştur. Müslüman dostu turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü birbirinden farklı destinasyonların olması sebebiyle yapılan araştırmalarla ilgili veri elde edilen destinasyonların da farklılık gösterdiği görülmüştür. Grafik 2’de Müslüman dostu turizm kapsamında yapılan ampirik çalışmalar dikkate alındığında, veri elde edilen destinasyon açısından Malezya ağırlıklı olarak yer almaktadır. Bunu Türkiye, Endonezya, Güney Kore gibi ülkeler takip etmektedir. Bunun yanı sıra iki çalışmada birden fazla destinasyondan veri elde edildiği görülmüştür. (Tokyo, Seul, Singapur, Osaka, Londra, Kyoto, Lübnan, Azerbaycan, Suudi Arabistan, Bangladeş). İki çalışma ise, doküman analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

4.4. Makalelerin sonuçlarına ilişkin bulgular

Boğan vd.’nin (2020) çalışması iş çekiciliğinin, kişi-örgüt uyumunun ve Müslüman dostu turizmin olumsuz algılarının örgütsel çekiciliğin önemli yordayıcıları olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda örgütsel çekiciliğin iş çekiciliği ile iş arama niyeti ara-

sındaki, kişi örgüt uyumu ile iş arama niyeti arasındaki ve Müslüman dostu turizme yönelik olumsuz algılar ile iş arama niyeti arasındaki ilişkiye aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmalardan elde edilen bir diğer sonuç ise, dindarlığın Müslüman dostu turizm üzerinde etkisi üzerinedir. Abror vd.’ne (2021) göre, dindarlık Müslüman dostu turizm, müşteri bağıllığı ve turist memnuniyetinin önemli bir öncülüdür. Çalışmada Müslüman dostu turizm, müşteri bağıllığı ve turist memnuniyetinin dindarlık ve ağızdan ağıza iletişim arasındaki bağlantıya önemli ölçüde aracılık ettiğini ortaya konulmuştur. Bu çalışma aynı zamanda dindarlığın Müslüman dostu turizmin turist memnuniyeti üzerindeki etkisini önemli ölçüde yumuşattığını göstermiştir. Hafız Hanafiah ve Hamdan’ın (2021) çalışmalarında ise Müslüman gezginlerin helal tüketim tutumunun büyük ölçüde dindarlık seviyelerine, öznel normlara ve algılanan kontrol davranışına dayandığını ileri sürülmektedir. Ayrıca sonuçlar, tüketim tutumunun dindarlık, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol ve yurt dışına seyahat ederken helal gıda ürünleri tüketme niyeti arasındaki ilişkiye aracılık ettiğine dair kanıtlar sunmaktadır.

Araştırmalardan elde edilen sonuçlara baktığında iki diğer temanın birbiriyle benzerlik gösterdiği görülmüştür. Bunlardan birisi Müslüman dostu güzellik ve zindeliktir. Mohtar vd.’ne (2022) göre, Müslüman dostu güzellik ve zindelik (MFBW) hızla yaygınlaşmaktadır. MFBW endüstrisi, Müslüman dostu hizmet ve ürünlere yönelik pazar taleplerinin artması sonucunda hızla büyümektedir. Bu gelişen pazar segmentleri, hem yerel hem de küresel şirketleri hızla uyum sağlamaya zorlamaktadır. Çalışma, MFBW işletmelerinin Şeriat ilkeleri rehberliğinde nasıl çalışması

gerektiğini belirleyebilecek öğelerin listesini çıkartmıştır. Bu maddeler beş kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar; tesisler, yönetim, hizmetler, hizmet alanı, ürünler olarak ortaya koyulmuştur. Bir diğer tema ise Müslüman dostu medikal turizmdir. Rahman ve Zailani (2017) göre Müslüman dostu medikal turizm tedarik zinciri uygulamasının etkinliğinin Müslüman dostu medikal turizm tedarik zinciri üzerinde olumlu bir etkiye oluşturduğuna ilişkin güvenilir kanıtlar sunmaktadır. Ayrıca Müslüman dostu medikal turizm tedarik zinciri uygulamasının bir bütün olarak organizasyonel performans üzerinde de önemli ve aynı zamanda olumlu bir etkiye sahiptir. Sonuç ayrıca, iş birliğinin talep yönetimine bağlı olduğunu, üretkenliğin ise bununla ilişkili olmadığını göstermektedir. Rahman vd., (2017) göre ise Müslüman turistlerin algılarının, Müslüman dostu ilaçlar için Malezya'ya seyahat etme niyetinde kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Bu doğrultuda, Malezya'nın dışarıdan daha fazla hasta çekmek için sundukları uygun uygulama ve hizmetlerle bu tür medikal turizm çabalarının başarısını desteklemesi gerekmektedir.

Analize dahil edilen araştırmaların sonuçlarına bakıldığında bir diğer temanın Müslüman dostu nitelikler ve Müslümanların ziyaret niyetleri üzerine olduğu görülmüştür. Sodawan ve Hsu (2022) alışmalarında Müslümanların dış evre algısının (yani Müslüman dostu özellikler), gayrimüslim bir ülkeyi ziyaret etme niyetlerinden doğrudan etkilenmediğini bulmuştur. Ayrıca Müslüman dostu özelliklerin algılanan değer ve destinasyon güvenini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Algılanan değer ve destinasyon güveninin Müslüman dostu özellikler ile ziyaret niyeti arasındaki ilişkiye net bir biçimde aracılık ettiği ortaya koyulmuştur. Yen vd., (2022) alışmalarında Müslüman turistler gayrimüslim

bir ülkeyi ziyaret ettiğinde otelle ilgili faktörlerin yemek hizmetlerinden daha öncelikli olduğunu göstermiştir. Ayrıca, dini törenler Müslüman turistlerin otel tercihlerini belirleyen unsurlar üzerinde önemli bir rol oynamakta ve kolay erişilebilir Helal gıda bu grup için arzu edilen bir seyahat şartıdır. Han vd. (2019) alışmalarında Güney Kore'deki destinasyon pazarlamacıları için uygun bir destinasyon imajı oluşturmak, tekrar ziyaret sağlamak ve ağızdan ağza davranışları teşvik etmek için faydalı olabilecek beş ana Müslüman dostu özellik belirlemiştir. Bunlar; sosyal evre, yerel halk ve personel, yiyecek ve içecek, tesisler ve hizmetlerdir. Buna ek olarak, bu çalışma, yüksek düzeyde gezgin sadakati sağlamak için turizm endüstrisinde daha fazla helal özelliğin geliştirilmesi ve anlaşılması için gelecekteki yönergelerin altını çizmiştir.

Bir diğer tema ise Müslüman dostu tatillerden beklentilerdir. Wingett ve Turnbull (2017) alışmalarında Müslüman tüketicilerin tatillerden beklentilerini araştırmıştır. Müslüman tüketicilerin Müslüman dostu bir tatilden neler beklediklerini belirlemenin yanı sıra, deneyimlemek istemedikleri beklentileri de ortaya koymuşlardır. Araştırma sonuçlarına göre, helal gıda, kadınlara özel tesisler ve giyim konusunda uygulanan kurallar gibi uygulamalar bu tarz işletmelerden beklenen hizmet ve tesisler olarak belirlenirken, Müslüman turistler için alkol olmaması önemli bir faktör olarak görülmüştür.

İncelenen çalışmalardan elde edilen bir diğer tema ise, sürdürülebilir, akıllı ve Müslüman dostu turistik destinasyondur. Cuesta-Valiņo vd. (2020) alışmada, dokuz destinasyon tarafından sağlanan Müslüman dostu evrimii hizmetler analiz edilmiştir. Destinasyonlar; Birleşik Krallık, Japonya, Tayvan, Tayland, Avustralya, Kanada, İspanya, Yeni Zelanda ve Güney Afrikadır.

Temel sonuçlardan biri, çevrimiçi hizmetlerin bir destinasyonun gerçekten Müslüman dostu olması için büyük önem taşıdığıdır. Ayrıca, bu tür hizmetlerin şirketlerin özel teklifler tasarlamasına ve bunları Müslüman insanlara yönelik dijital kanallar aracılığıyla tanıtmasına olanak sağladığı sonucuna varılmıştır.

Fajriyati (2020) çalışmasında tüm genel özelliklerin (temel, performans ve heyecan faktörleri) genel turist memnuniyeti üzerinde olumlu ve önemli bir etkiye sahip olduğu sonucunu göstermiştir. Ayrıca, turist memnuniyetinin tutumsal sadakat üzerinde en etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Memnun turistler, destinasyon hakkında olumlu ağızdan ağza sözler yayma ve burayı başkalarına tavsiye etme eğilimindedir. Tekrar ziyaret etme niyeti gibi davranışsal etki, tutumsal etki kadar güçlü değildir. Turist memnuniyetini artıran üç genel özellik sınıflandırması dışında İslami Heyecan Faktörlerini de içermektedir. Bu çalışmanın sonuçları, İslami Heyecan Faktörlerinin, turist memnuniyetini artırabilecek İslami niteliklerin tek sınıflandırması olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra çalışma, destinasyon pazarlamacılarının dikkate alınması gereken özellikler sunmaktadır. Bunlar; destinasyon hem Müslüman hem de gayrimüslim turistlere hizmet veriyorsa, bu özelliklerin sağlanması zor olabilir. Ancak ilgili taraflar, örneğin destinasyonda kumar oynanmamasını, başörtüsü takan kadın turistlere ayrımcılık yapılmamasını, reklamlarda tesettürlü modellerin kullanılmasını sağlayarak Müslüman turistlerin rahatını ve güvenliğini sağlayabilir şeklindedir.

Jung vd., (2022) çalışmalarında helal hizmet karşılama kalitesi ve helal fiziksel çevre kalitesini içeren iki unsurun otel imajını ve değer algısını olumlu yönde etkilediğini ve bu iki unsurun müşteri sadakatini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymuş-

tur. Ayrıca Müslüman dostu otel imajı, değer algısı ve otele bağlılık aracı olarak işlev görmüştür.

5. Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda literatürde helal turizm kavramını kullanmak yerine sıkça Müslüman dostu turizm kavramının kullanıldığı görülmektedir. Bunun yanısıra Müslüman dostu turizm kavramının da birçok türevi ile karşılaşılmaktadır. Bunlar; tesettür turizm, dini turizm, helal dostu turizm, İslam dostu turizm vb. kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili literatürde bu kavramlar yerine Müslüman dostu turizm ifadesinin daha uygun olacağı ifade edilmektedir. Diğer yandan helal turizm kavramı ele alındığında, öncelikle dikkat edilmesi gereken hususun bir ürün, hizmet ya da eylemi helal olarak nitelendirme noktasında son derece hassas davranılması gerektiğidir. Bu noktada bir ürün ya da hizmetin helal olarak nitelenebilmesi için o olguyu oluşturan tüm unsurların eksiksiz bir biçimde helal tescilinin yapılabildiği olması, İslami emir ve yasaklara eksiksiz bir biçimde uygunluğunun kanıtlanmış olması gerekmektedir. Müslüman dostu kavramı ise ürün, hizmet ya da işletmenin helal olduğu gibi kesin bir iddia ortaya koymamaktadır. Bununla birlikte Müslüman dostu kavramı, Müslümanlara yönelik olumlu yaklaşım sergileyen hizmet, ürün ve uygulamalar için kullanılabilir kavramdır. Bu açıdan bakıldığında helal turizm ve Müslüman dostu turizmin ayrımını yapmak mümkündür.

İncelenen makalelerden elde edilen sonuçlara göre, Müslüman dostu turizm kavramı ile ilgili yapılan yayınların 2020 yılında yoğunlaştığı görülmektedir. Makalelerin ana temalarına göre dağılımlarına bakıldığında ise, Müslüman dostu medikal turiz-

min ve Müslüman dostu nitelikler ve Müslümanların ziyaret niyeti temaları belirgin bir şekilde ifade edilmiştir. Ek olarak çalışmaların temalarının, Müslüman dostu turizm pazarlaması, helal gıda tüketimi, sürdürülebilir, akıllı ve Müslüman dostu turistik destinasyonlar, Müslüman dostu tatillerden beklentiler, helal ürün kalitesi ve Müslüman konukların bağlılığı, Müslüman olmayan destinasyonlar için genel ve İslami nitelikler, Müslüman dostu otel çalışanlarının iş performansları, Yabancı Müslüman personelin Müslüman dostu turist hizmetlerine bakış açıları ve Müslüman dostu güzellik ve sağlıklı yaşam temalarından oluştuğu görülmüştür. Bu temalar içerisinde özellikle Müslüman dostu güzellik ve sağlıklı yaşam temasının yeni bir çalışma alanı olarak belirginleştiği ifade edilebilir.

İncelenen makaleler veri elde edilen destinasyon bakımından ele alındığında, Müslüman dostu turizm kapsamına uygun destinasyonların olması sebebiyle yapılan araştırmalarla ilgili veri elde edilen destinasyonların da farklılık gösterdiği görülmüştür. Müslüman dostu turizm kapsamında yapılan ampirik çalışmalar dikkate alındığında, veri elde edilen destinasyon açısından Malezya, ağırlıklı olarak yer almaktadır. Nitekim Küresel Müslüman Seyahat Endeksi raporu incelendiğinde de Malezya raporda 1.sırada bulunmaktadır (Mastercard Crescentrating, 2022). Malezya'dan sonra Tayland ve Tayvan en fazla veri elde edilen destinasyonlardır. Bunu Türkiye, Endonezya, Güney Kore gibi ülkeler takip etmektedir.

İncelenen makalelerden elde edilen sonuçlara bakıldığında ise, dindarlık konusuna vurgu yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Dindarlık, Müslüman dostu turizm, müşteri bağlılığı ve turist memnuniyetinin önemli

bir öncülü olarak görülmektedir. Dindarlığın yanı sıra, Müslüman gezginlerin helal tüketim tutumunun öznel normlara ve algılanan kontrol davranışına dayandığı da ileri sürülmektedir. Müslüman dostu turizme katılan kişilerin müşteri sadakatleri konusunda ise, helal hizmet karşılama kalitesi ve helal fiziksel çevre kalitesini içeren iki unsur büyük ölçüde önemlidir.

Müslüman gezginler gayrimüslim bir destinasyona gerçekleştirdikleri seyahatlerde otelle ilgili faktörlerin yemek hizmetlerinden daha öncelikli olduğu görülmektedir. Ayrıca, dini törenler Müslüman turistlerin otel tercihlerinde önemli bir rol oynamakta ve kolay erişilebilir helal gıda bu grup için arzu edilen bir seyahat şartıdır. Bir diğer sonuç ise, Müslümanların dış çevre algısının (yani Müslüman dostu özellikler), gayrimüslim bir ülkeyi ziyaret etme niyetlerinden doğrudan etkilenmemektedir.

Müslüman dostu turizm pazarlaması temasına bakıldığında ise, destinasyon pazarlamacıları için uygun bir destinasyon imajı oluşturmak, tekrar ziyaret sağlamak ve ağızdan ağza davranışları teşvik etmek için faydalı olabilecek beş ana Müslüman dostu özellik belirlemiştir. Bunlar; sosyal çevre, yerel halk ve personel, yiyecek ve içecek, tesisler ve hizmetlerdir. Ayrıca Müslüman turistlerin memnuniyetleri söz konusu olduğunda ise, destinasyon pazarlamacılarının dikkate alması gereken özellikler sunulmaktadır. İlgili taraflar, örneğin destinasyonda kumar oynanmamasını, başörtüsü takan kadın turistlere ayrımcılık yapılmamasını, reklamlarda tesettürlü modellerin kullanılmasını sağlayarak Müslüman turistlerin rahatını ve güvenliğini sağlayabilir şeklinde sonuçlar ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde Müslüman tüketicilerin tatillerinden beklentileri temasında ise, helal gıda, kadınlara özel tesisler ve giyim kural-

ları gibi hususlar beklenen hizmet ve tesisler olarak belirlenirken, Müslüman turistler için alkol olmaması önemli bir faktör olarak görülmüştür.

Müslüman dostu medikal turizm temasına bakıldığında, Müslüman dostu medikal turizm tedarik zinciri uygulamasının bir bütün olarak organizasyonel performans üzerinde önemli ve olumlu bir etkisi bulunmaktadır. Ayrıca Malezya destinasyonunda yapılan bir araştırmaya göre, Müslüman turistlerin algılarının, Müslüman dostu ilaçlar için Malezya'ya seyahat etme niyetinde oldukça önemli bir rol oynadığını göstermiştir. Bu bağlamda, Malezya'nın dışarıdan daha fazla hasta çekmek için sundukları uygun uygulama ve hizmetlerle bu tür medikal turizm çabalarının başarısını desteklemesi gerektiği de ifade edilmektedir.

Bir diğer tema olan Müslüman dostu çevrimiçi hizmetler temasıyla ilgili çalışmada, çevrimiçi hizmetlerin bir destinasyonun gerçekten Müslüman dostu olması için büyük önem taşıdığı ifade edilmektedir. Ayrıca, bu tür hizmetlerin şirketlerin özel teklifler tasarlamasına ve bunları Müslüman insanlara yönelik dijital kanallar aracılığıyla tanıtmasına olanak sağladığı sonucuna varılmıştır. Kısmen yeni bir tema olarak görülebilecek Müslüman Dostu Güzellik ve Zindelik temasına bakıldığında ise, MFBW endüstrisinin, Müslüman dostu hizmet ve ürünlere yönelik pazar taleplerinin artması sonucunda hızla büyüdüğü ifade edilmektedir.

Mevcut çalışmanın önemli bir kısıtı veri tabanı olarak Scopus veri tabanının kullanılmış olmasıdır. Çalışmanın bir diğer kısıtı çalışmaların seçimini gerçekleştiren yazar sayısının az olmasıdır. Gelecek çalışmalarda Müslüman dostu turizm konulu ma-

kalelerin farklı veri tabanları üzerinden taranarak sistematik tarama ile analiz edilmesi önerilebilir.

6. Kaynaklar

- Abror, A., Patrisia, D., Trinanda, O., Omar, M. W., & Wardi, Y. (2021). Antecedents of word of mouth in Muslim-friendly tourism marketing: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 12 (4), 882-899.
- Boğan, E., Dedeoğlu, B. B., Batman, O., & Yıldırđan, R. (2020). Exploring the predictors of prospective employees' job pursuit intention in Muslim-friendly hotels. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100663.
- Cuesta-Valiño, P., Bolifa, F., & Núñez-Bariopedro, E. (2020). Sustainable, smart and Muslim-friendly tourist destinations. *Sustainability*, 12(5), 1778.
- Fajriyati, I., Afiff, A. Z., Gayatri, G., & Hati, S. R. H. (2020). Generic and Islamic attributes for non-Muslim majority destinations: application of the three-factor theory of customer satisfaction. *Heliyon*, 6(6), e04324.
- Han, H., Al-Ansi, A., Koseoglu, M.A., Lin, P. M., Park, J., Yu, J., & Kim, W. (2019). Halal Tourism: Travel Motivators and Customer Retention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1012-1024.
- Han, H., Al-Ansi, A., Olya, H. G., & Kim, W. (2019). Exploring halal-friendly destination attributes in South Korea: Perceptions and behaviors of Muslim travelers toward a non-Muslim destination. *Tourism management*,
- Hanafiah, M. H., & Hamdan, N. A. A. (2021). Determinants of Muslim travellers Halal food consumption attitude and behavioural intentions. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1197-1218.
- Hanley, T. & Cutts, L. (2013). What is a systematic review?. *Counselling Psychological Society*, 28(4), 3-6.

- Jung, I., Yu, J., Jeaheng, Y., & Han, H. (2022). Halal Product Attributes/Quality and Its Influence on Muslim Guests' Loyalty for a Hotel. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-25.
- Keleher, H., Parker, R., Abdulwadud, O. & Francis, K. (2009). Systematic review of the effectiveness of primary care nursing. *International Journal of Nursing Practice*, 15, 16-24.
- Mohtar, M., Taha, A. Z., Zakaria, Z., Ramli, S. Q., & Sulaiman, A. (2022). Muslim-friendly beauty and wellness framework and measurement. *Cogent Social Sciences*, 8 (1), 2127247.
- Pamukçu, H. & Sarıışık, M. (2017). Halal Turizm Kavramı ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 3 (1): 82-98.
- Pamukçu, H. & Yılmaz, M. (2022). Müslüman Dostu Turizm ve Türkiye Deneyimi içinde. (ed. H. Pamukçu & Ö.M. Akgün). *Müslüman Dostu Turizmde Turizm İşletmelerinin Standartları İçin Model Önerileri ve IHATO Modeli Örneği*, 1.Baskı, Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Prisma Transparent Reporting of Systematic Reviews and Meta-Analyses. <http://www.prisma-statement.org/> Erişim Tarihi: 24.11.2023.
- Rahman, M. K., & Zailani, S. (2017). The effectiveness and outcomes of the Muslim-friendly medical tourism supply chain. *Journal of Islamic Marketing*.
- Rahman, M. K., Zailani, S., & Musa, G. (2017). Tapping into the emerging Muslim-friendly medical tourism market: Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*.
- Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A. & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300.
- Sodawan, A., Hsu, R.L.W. (2022). Halal-Friendly Attributes and Muslims' Visit Intention: Exploring the Roles of Perceived Value and Destination Trust. *Sustainability* 2022, 14, 12002. <https://doi.org/10.3390/su141912002>.
- Tan, A. H. T., Muskat, B. & Zehrer, A. (2016). A systematic review of quality of student experience in higher education. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 8 (2), 209-228.
- TDVİA. (2022a). Halal. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. Erişim Tarihi: 24.04.2023, Link: <https://islamansiklopedisi.org.tr/Helal>
- Tekin, Ö.A. (2022). Müslüman Dostu Turizm ve Türkiye Deneyimi içinde. (ed. H. Pamukçu ve Ö.M. Akgün). *Müslüman Dostu Turizm Kavramı Üzerine Bir Değerlendirme*, 1.Baskı, Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Tekin, Ö.A., Turhan, A.A. & Turhan, E.A. (2018). Halal Turizm Turist Profili Antalya Destinasyonu Teknik Rapor. Erişim Tarihi: 14.04.2023, Link:<https://iibf.sdu.edu.tr/assets/uploads/sites/271/files/helal-turizm-raporu-08102017.Pdf>
- Timothy, J. & Olsen, H. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Oxford: Routledge.
- Wingett, F., & Turnbull, S. (2017). Halal holidays: exploring expectations of Muslim-friendly holidays. *Journal of Islamic Marketing*.
- Ye, B. H., Ye, H. & Law, R. (2020). Systematic review of smart tourism research. *Sustainability*, 12, 1-15.
- Yen, H. P., Chang, J. W., Ho, K. C., & Hung, H. K. (2022). Foreign Muslim Workers' Perspectives of the Basic Needs of Muslim-Friendly Tourist Services: An Empirical Analysis of a Non-Muslim Destination. *Security and Communication Networks*, 2022.