

## Helâl Konseptli Otellerde Tutundurma Stratejilerine Yönelik Bir Değerlendirme<sup>1</sup>

Hasret POYRAZ  
Kastamonu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD  
poyrazhasret1@hotmail.com

Doç. Dr. Kutay OKTAY  
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi  
Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü  
koktay@kastamonu.edu.tr

### Özet

Bu çalışmada Helâl Konseptli Otellerde Tutundurma Stratejileri incelenmiştir. Sektörde henüz yeni bir isim olan Helâl Konseptli otellerin, diğer otel konseptleriyle olan yarışında yerini alabilmek için hangi tutundurma stratejilerini izlediği araştırılmıştır. Araştırmada nitel araştırmalar yöntemlerinden doküman analizi yapılarak verilere ulaşılmıştır. Helâl Konsept ile ilgili olan yerli ve yabancı akademik çalışmalar, çalışmalarda izlenen yollar, Helâl Turizm ile ilgili medyada çıkan haberler ve Helâl Konseptli otellerin web sayfaları incelenmiştir. Helâl Konseptin tanınması ve sektöre kazandırılması için yapılması gerekenler doğrultusunda verilere ulaşılmıştır. Bu bağlamda Helâl Konseptli otellerin çeşitli tutundurma stratejilerini geliştirdiği görülmüştür. Özellikle Türk Turizmi için önemli yere sahip olup sektörde hızla yerini almaya başlayan Helâl Konseptli oteller, turizm akademik dünyasında da araştırma ve inceleme konusu olmayı başarmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Turizm, Otel Konseptleri, Helâl Konsept, Tutundurma Stratejileri,

### An Examination on Promotion Strategies in Halal Concept Hotels

### Abstract

Promotion strategies in halal concept hotels have been examined in this research. It has been investigated to see which promotion strategies halal concept -which is a new trend in the sector- implements in order to compete with the other hotel concepts. In the study, document analysis -one of the qualitative research methods- has been done to get the data. Domestic and foreign academic studies related to halal concept, method of procedure in the studies, news about halal tourism and websites of halal concept hotels have been examined. The data has been obtained for being known and bringing it to the sector in the direction of things to do. In this context, it has been noticed that halal concept hotels have improved various promotion strategies. Halal concept hotels, which have important place especially for Turkish Tourism and started to take its place in the sector rapidly, has succeed to be a matter of research and investigation in the academic world of tourism.

**KeyWords:** Tourism, Hotel Concepts, Halal Concept, Promotion Strategies.

---

<sup>1</sup> Bu makale 07-09 Nisan 2017 tarihlerinde düzenlenen “1. Uluslararası Helâl Turizm Kongresi’nde sunulmuş ve bildiriler kitabında yer almıştır.

## **Giriş**

İslami esaslar doğrultusunda gerçekleştirilen turizm aktiviteleri “Helâl Turizm” başlığında toplanmıştır (Pamukçu ve Arpacı, 2015). Helâl turizm, konaklamalardan doğan ihtiyaçların İslami kural ve inanışlara uygun şekilde karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir (Arpacı, 2015: 26). Helâl konaklama işletmelerini talep ederek turizm faaliyetine katılan toplumsal kesimlerin, gelir düzeyinin ve harcanabilir gelirinin artması bu turizm türüne doğrudan etki oluşturmaktadır. İç turizm bağlamında incelenen bu süreç, dinamikleri itibarıyla dış turizm sürecine de girmiştir. Özellikle yurtdışında yaşayan-çalışan Türkler ve Müslümanların yaşadığı diğer ülkeler, Helâl turizm kavramını uluslararası bir boyuta taşımaktadır. Helâl turizmde bireyler seyahatleri boyunca gerçekleştirecekleri turizm faaliyetlerini Allah’ın rızasını doğrultusunda yapmak istemektedirler (Sarışık ve Pamukçu, 2016).

Helâl konseptli otelcilik, turizm sektöründe müşteri odaklı pazarlama anlayışının bir örneğidir. Turizm işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde bu pazar bölümünü göz ardı etmeleri beklenemez. Bu nedenle çoğu işletmeler mevcut işletmelerini aynı zamanda bu tip müşterilere hizmet edebilecek şekilde dizayn etmektedirler (Arpacı vd, 2015).

Helâl turizm işletmecilerin ve pazarlamacıların iştahını kabartan yepyeni bir niş pazardan global pazara doğru yelken açmaktadır. İslam ülkelerinin refah düzeylerinin artması ve buna paralel olarak eğitim düzeylerinin artması ve küreselleşme ile birlikte iletişim araçlarının artması Müslümanların dünyevi beklentilerini yükseltmiştir. Cebinde fazladan harcanacak parası olan insan, içindeki merak duygusunun tahrikiyle önce seyahat, sonra dinlenme, sonra da eğlenme arzusunu tatmin etmek istemektedir. İslami hassasiyeti olan bir insanın bu arzusunu dinen Helâl olan bir yaklaşımla tatmin etmek istemesi çok doğal ve insani bir yaklaşımdır (Batman,2016).

Helâl turizm konseptinde hizmet verebilecek işletmeler, ürün-hizmet içerik ve sunum konseptleri itibarıyla İslami esaslara göre hizmet edebilecek işletmelerdir. Diğer bir ifadeyle, sundukları ürünler-hizmetler ve sunum konseptleri İslami esaslara uygun halde olan veya bu esaslara uygun hale getirilebilecek tüm işletmeler Helâl turistlerin pazarına hitap eder hale gelebilir. Helâl turistlerin hizmet alımına uygun hale gelebilen tüm işletmeler de Helâl turizm konseptinde hizmet veren işletmeler kümesinde yer alabilir. Ancak misyonları itibarıyla İslami esaslara göre hizmet verebilecek niteliğe dönüştürülemeyecek olan casino (kumarhane), alkollü ürün sunan barlar gibi işletmelerin teknik olarak Helâl turizm konseptinde hizmet vermesi mümkün değildir (Sarışık ve Pamukçu, 2016).

Helâl turizm bir turizm çeşidi değildir, bir yaklaşım tarzıdır. Bu yaklaşımın sektöre kazandırılması için Helâl konseptli otellerde Helâl ve turizm kavramlarının anlaşılır düzeyde olması gerekmektedir. Bu kavramlar otel işletmecileri ve misafirler tarafından doğru şekilde algılandığında verilecek olan hizmetin çeşitliliği ve kalitesi artacaktır. Tüm bunlara bağlı olarak otel işletmeleri yeni tutundurma stratejileri geliştireceklerdir. Hali hazırda faaliyet gösteren Helâl konseptli otellerin en büyük eksikliği, Helâl kavramının, Helâl turizm yaklaşımının doğru anlaşılması yönünde gelişen tutundurma stratejilerinin yetersizliğidir. Helâl turizm kavramı uluslararası alanda son on yıldır bilimsel araştırmalara sıkça konu olmasına rağmen, Türkiye’de bu alanda yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bununla birlikte Türkiye sahip olduğu kültürel miras, doğal güzellikler, coğrafi konumu ve en önemlisi İslam dininin hâkim olduğu bir ülke olmasından dolayı Helâl turizm açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak buna rağmen Türkiye, Malezya’dan sonra Helâl turizm açısından dünyada en fazla tercih edilen destinasyonlar arasında ikinci sırada yer almaktadır (Batman, 2016).

Helâl konseptli otellerde tutundurma stratejileri, Helâl konseptin tanıtılması ve doğru anlaşılması üzerine gelişecektir. Tanıtım ve algı, sadece turizm sektörü çalışanlarının yanı sıra, aynı zamanda tatillerini İslami şartlara uygun olarak gerçekleştirmek isteyen misafirlere de doğru şekilde yapılmalıdır. Bu araştırmada bahsedilen bu durum için bir ön çalışma konumunda değerlendirme yapmıştır. Helâl konseptli otellerin, bilinirliği, vermiş olduğu hizmetleri, tutundurma stratejilerini hangi doğrultuda gerçekleştirmesi gerektiği noktalarına değinmiştir.

### **Tutundurma Kavramı ve Önemi**

Tüm işletmeler ürün ya da hizmetleri hakkında mevcut ve muhtemel tüketicilerini bilgilendirmek, belirli ürün ya da hizmet markalarını tercih etmeleri için ikna etmek ya da işletmenin arzuladığı davranışları göstermelerini sağlamak için çeşitli pazarlama iletişimi araçları kullanırlar. Tutundurma pazarlama faaliyetleri içinde temel olarak işletmenin mevcut ya da muhtemel müşterileriyle iletişim kurma işlevini yüklenmiş olan pazarlama karması unsurudur. İşletmeler tutundurma faaliyetleriyle tüketicilerde düşünce ve davranış değişikliği yaratmayı ya da tüketicilerin var olan tutum ve davranışlarını pekiştirmeyi amaçlarlar. Dolayısıyla tüketicileri bilgilendirme, etkileme, ikna ve teşvik etme amacıyla oluşturulan iletişim yöntemlerini tutundurma olarak adlandırabiliriz (Bayramoğlu, 2015).

Pazarlamacılar, tutundurmaya (promosyonu), alıcıları harekete geçirmek ve müşteriden gelen arza cevap vermek için kullanırlar. Bu yüzden tutundurmanın genel amacı, bilinç yargılama, kabul görme ve tercih yaratmaktır. Tutundurma genellikle değişik tavır veya davranıştan kontrol etmek gerçekte mümkün olmamasına rağmen; harekete geçen arzuları karşılamak için değişik davranış ve tavırları tasarlar. Tutundurma planı alıcıyı harekete geçirmeye ikna edici veya alıcının karar verme süreçlerini destekleyici olmalıdır (Emgin, 2004).

Tüm bunlarla birlikte tutundurmanın amaç ve çabalarına yönelik özellikler şunlardır (Odabaşı ve Oyman, 2005: 83):

- Tutundurma, iletişim kuramına dayanır ve ikna edici olma özelliği vardır.
- Tutundurma, doğrudan satışları kolaylaştırma amacına yönelik olduğu kadar, tutum ve davranışlara da yöneliktir.
- Tutundurma, diğer pazarlama eylemleri ile birlikte uygulanır ve onların etkisi altındadır.
- Tutundurma, ürün, fiyat ve dağıtım arasında planlı ve programlı bir çalışma gerektirir ve birlikte sinerji etkiyi oluştururlar.
- Tutundurma, işletmelerin genellikle dış çevreyle olan iletişimini içerir.
- Tutundurma, genellikle fiyata dayalı olmayan bir rekabet aracıdır.
- Tutundurma, sadece tüketicilere yönelik değil, pazarlama kanal üyelerine de yöneliktir.

### **Tutundurma Stratejisi**

Genel olarak strateji “uzun dönemli temel amaçların tespiti ve bu amaçlara ulaşabilmek için izlenecek yol” olarak tanımlanmaktadır. Tutundurma araçları sahip oldukları üstünlükleri ve yetersizlikleriyle çeşitli fonksiyonları yerine getirirler. Bu nedenle, kullanıma hazır hale getirilmeleri ve koordine edilmeleri gerekmektedir. Tutundurma hedeflerinin saptanarak tutundurma araçlarının kullanıma hazır hale getirilmesi, birbirleri ile bütünleştirilmesi ve uyumlaştırılmasına “tutundurma stratejisi” adı verilir. Tutundurma stratejisinin oluşturulmasında herhangi bir stratejinin oluşturulmasında geçilen evrelerden geçilmektedir. Tutundurma imkânları

araştırılır, kaynaklar analiz edilir, hedefler saptanır, stratejiler geliştirilir, değerlendirilir ve tutundurma araçlarına belirgin görevler verilir (Ülker, 2009: 83).

### **Yeni Ürün Tutundurma Stratejisi ve Hedefleri**

Tutundurma hedefleri, işletmenin pazarlama, satış hedeflerine ulaşmasını sağlayacak, bilgilendirme, ikna etme, rekabet, kısacası “iletişim” hedeflerinden başka bir şey değildir. Tutundurma hedeflerinin açıklıkla belirlenebilmesi için her şeyden önce pazarlama hedeflerinin (pazarın % 25’ ine sahip olma gibi) belirlenmesi zorunludur. İyi bir tutundurma hedefi pazarlama hedefleri ile uyumlu olan ve ölçülebilir nitelikte olan hedeflerdir. Yeni ürün tutundurma hedefleri ise genel hedefler doğrultusunda, ürünün hayat seyri dönemlerine göre belirlenir. Hedefler saptanırken pazar yapısı, tüketici özellikleri ve rakip stratejiler bir kez daha gözden geçirilir. Yeni ürünün hayat seyriindeki dönemler itibariyle aşağıdaki hedefler söz konusu olur (Ülker, 2009: 83).

1. Geliştirme dönemi: Farkında olmayı geliştirme, yenilikleri benimseme için uyarma, kamuoyuna işletmeyle ilgili bilgi yayma vb. hedefler.
2. Giriş dönemi: Farkında olmayı arttırma, ürün hakkında ayrıntılı bilgi verme, kurum imajı geliştirme, ürünün deneme alımlarını arttırma, benimseme için uyarma, dağıtım kanalını kazanma ve etkilenme, rakip ürünlerle ilgili bilişsel çelişkiyi arttırma vb. hedefler.
3. Büyüme dönemi. Genel farkında olmayı sağlama, marka tercihini geliştirme, dağıtım kanalını tutma ve yaratma, yeni ürünle ilgili bilişsel çelişkiyi azaltma vb. hedefler.

### **Helâl Konseptli Otellerde Tutundurma Stratejileri**

Helâl konsepti otellerde tutundurma stratejilerinin belirlenmesi için araştırılan tutundurma imkânlarının başında, Helâl konseptli otellerde sunulan hizmetler yer almaktadır. Bununla birlikte Helâl konseptli otellerin bilinirliği, basında yer aldığı noktalar ve Türkiye’de ki bulunduğu bölgeler kaynak olarak geliştirilecek stratejiyi destekleyecektir.

### **Helâl Konseptli Otellerde Hizmetler**

Hem dünyada hem de ülkemizde son yıllarda Helâl konseptli otellerde ciddi artış görülmektedir. Ülkemizde 2002 yılında sadece 5 adet olan Helâl konseptte hizmet sunan tesis sayısı yıllar geçtikçe artış göstermiştir. Yapılan araştırmalara göre Türkiye’de faaliyet gösteren Helâl konseptli 152 otel işletmesi vardır. Türkiye’de “Helâl Otel”, “İslami Otel”, “Alternatif Otel”, “Tesettür Otel”, “Muhafazakâr Otel” gibi kavramlar kullanıldığı görülmektedir. En basit anlamda Helâl konseptli otel tanımı, hayatlarını İslam dininin emir ve yasaklarına uyarak yaşamaya çalışan Müslümanların tercih ettiği, bünyelerinde kadın-erkek ayrı havuz, SPA, hamam, restoran gibi alanları olan, alkol servisinin yapılmadığı, mescidinin bulunduğu, odalarında kible yönü ve seccade bulunduran, Helâl gıda ile yemeklerini hazırlayan konaklama tesisidir. Helâl konseptli oteller bakanlığın resmi sınıflandırması dışında çeşitli dernek ve kuruluşlardan aldıkları sertifikalar tesisin Helâl olma durumunu belirlemektedir. Helâl konseptli oteller kendilerini Helâl, İslami, muhafazakâr, alternatif olarak tanıtarak bu özelliklerini ön plana çıkartarak diğer klasik otellerden daha pahalıya pazarlamaktadırlar. Muhafazakâr otel müşterilerinin otel işletmelerinde aradıkları özelliklerin bazıları aşağıda sıralanmıştır (Arpacı ve Batman, 2016):

- Otelde erkek ve kadın müşteriler için ayrı havuzlar bulunmalıdır.
- Otel restoranlarında haram içerikli ya da içeriği şüpheli yiyecek ve içeceklerin servisine izin verilmemelidir.
- Otelde her türlü kumar ve şans oyunlarının oynanmasına izin verilmemelidir.

- Otel çalışanları dini hassasiyeti yüksek kişilerden seçilmelidir.
- Otelde dini içerikli boş zaman değerlendirme aktiviteleri yapılmalıdır.
- Ramazan ayında oruç tutan müşteriler için iftar ve sahur saatlerine uygun yemek düzenlemeleri yapılmalıdır.
- Muhafazakâr otellerde erkek ve kadın müşteriler için yeterli büyüklükte bir mescit bulunmalıdır.
- Otel yatak ve tuvaletleri kible yönünü göstermeyecek şekilde konumlanmalıdır.
- Otelde her türlü alkollü içecek servisi yasak olmalıdır.
- Evlilik belgesi olmayan çiftlerin otelde konaklamasına izin verilmemelidir

### Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Varolan kayıt ve belgeleri inceleyerek veri toplamaya belgesel tarama denir. Tarananlar: Geçmişteki olguların anında iz bıraktığı resim, plak, ses ve resim, araç, gereç, bina, heykel vb. kalıntılarla; olgular hakkında, sonradan yazılmış ve çizilmiş her türlü mektup, rapor, kitap, ansiklopedi, resmi ve özel yazı ve istatistikler, tutanak, anı, yaşam öyküsü vb. leridir. Olguya en yakın, onu en yakından yansıtan ve hatta onunla bütünleşen belgeler, kalıntılardır. Yazılı ve basılı belgeler ise, sonradan oluşturulduklarından, kalıntılara oranla, gerçekten, daha uzak olabilirler. Birçok araştırmacı bu tekniği, “belgesel gözlem” “doküman metodu” “mevcut kayıt ya da belgelerin, veri kaynağı olarak, sistemli incelenmesi” olarak farklı şekilde tanımlanmaktadır (Akbaş, 2005).

Bu çalışmada, Helâl konseptli oteller ile ilgili Helâl konsept tanımı, sektördeki yeri, ulaşılabilirliği, hizmet ürünleri başlıkları altında bugüne kadar yapılan yerli yabancı yaklaşık 50 çalışma, Türkiye’de Helâl konsept anlayışında belirli seviyeye ulaşan 79 otelin web siteleri ve geçtiğimiz yıllardan bugüne Helâl turizm ile ilgili yapılan haberler incelenmiştir. Bu bağlamda tutundurma stratejilerinin geliştirilebilmesi için var olan hizmet ürünlerinin kullanılabilirliği saptanmıştır.

### Bulgular

Helâl konseptli oteller, son zamanlarda yeni bir yaklaşım olarak pazar yarışına girmiş olsa da, kavram olarak henüz turizm sektöründe istenilen düzeyde yerini alamamıştır. Nedeni; Helâl konseptin tam olarak algılanamaması, konseptle bağlı otellerin yetersizliği, otellerin ortak bir standardizasyon geliştirememesidir. Sektörde yeni olduğu için ulaşılabilir kaynaklar sınırlı sayıdadır. Bu durumun yanı sıra yeni bir anlayış olan Helâl turizm ve Helâl konseptli oteller bir heyecan oluşturmuş, turizm gazetelerinde, önemli dernek ve kuruluşlarda gündemde yer almıştır.

### Basında “Helâl Turizm” Haberleri

Turizm sektöründe yeni bir yaklaşım olan Helâl turizm ile ilgili değişik konu başlıkları altında haberler yapılmıştır. Helâl turizmin tanıtılması ve faaliyetlerinden haberdar olunması adına öneme sahip olan bazı haber özetleri şu şekildedir;

Gazete İsimleri	Haberler
<b>Turizm News, 2014</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Türkiye’nin Helâl turizm lideri olabilecek durumda olduğunu, bu konuda devletten gerekli desteğin beklendiğini ve mevcut durumun analizinin yapıldığına dair Turizm News gazetesi 2014 yılında haber yapmıştır.</li><li>•Turizm News gazetesi başka bir haberinde Helâl turizme olan talebe</li></ul>

	değirmiştir. Helâl konseptli otellerin aslında diğerkonseptlere göre daha pahalı olmasına rağmen şuan ki talebin ilerleyen günlerde daha çok olacağı hususu saptanmıştır
<b>Dünya Gündem Gazetesi, 2015</b>	•Dünya gündem gazetesinde, geleceğe dair çok büyük bir vaat verilmiş, Türkiye'nin Helâl turizmin cenneti olacağına dair haber yapılmıştır. 2023 Türkiye turizm gelirleri hedefinde, Helâl turizmin payının büyük olacağına dair hesaplamaların yapıldığı görülmüştür. Burada değinilen bir diğernokta ise; Türkiye'nin Helâl turizm konusunda reklama ihtiyaç duyduğudur.
<b>Hürriyet, 2016</b>	•Geçtiğimiz yıl Antalya'nın Serik ilçesinde yapılmış olan Helâl turizm zirvesi, Hürriyet gazetesinde yerini almış, halkın bu konuda bilgilenmesi yönünde önemli bir yaklaşım olmuştur.
<b>BBC, 2016</b>	•BBC Türkiye'nin son zamanlarda yaşadığı politik krizlerin Helâl turizm açısından fırsata çevrildiğine dair haber yapmıştır. Bu konuda İngiliz Times gazetesinin muhabirinin gözlemleri ile; özellikle Antalya bölgesinde Helâl turizmin gelişebileceği ne değinilmiştir.
<b>Haberler, 2014</b>	•Uluslararası Teknolojik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Vakfı (UTESAV) ve Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MUSİAD) hizmet kurulunun yaptığı bir toplantıda yapılan Helâl turizm tartışmaları bir başka haberin gündemini oluşturmuştur. Bu toplantıda dünyada olduğu gibi ülkemizde de Helâl kavramının hayatımıza ne ölçüde girdiği görüşülen konular içindedir. Dünyada Helâl turizmin ne ölçüde bulunduğu ülkemizin eksikleri ve yapılması gerekenlerde tartışılmıştır
<b>Faizsizhaber, 2016</b>	•Helâl turizm için internet ortamında önemli bir yeri olan HelâlBooking.com sitesinin son yıllarda Helâl turizm ile ilgili yapılan hizmetleri yine bir haber konusu olmuştur. HelâlBooking.com Helâl konseptli otellerle ilgili büyük yenilikler yapmış, otellerin tanıtımı ve rezervasyonları konusunda sektöre yenilik getirmiştir. Bu sayede rezervasyonlarda ve tanıtımda büyük artış gösterildiği haberde yer almıştır.
<b>Milliyet, 2017</b>	•Milliyet gazetesi Kastamonu Üniversitesi'nin Nisan ayında düzenleyeceği Helâl Turizm Kongresinin haberini yapmıştır. Helâl turizmin Türkiye'deki yeri ve gelebileceği noktaların bilimsel anlamda tartışılacağını ve yapılabilecek yeniliklerin neler olacağı gibi konuların kongrede işleneceği belirtilmiştir.

### ***Helâl Konseptli Otellerin Web Sitelerinin İncelenmesi***

Araştırmada diğerbir bulgu kaynağı olarak Türkiye'de kendini tanıtmave pazarlamada belirli seviyeye ulaşan otellerin web siteleri HelalBooking.com aracılığıyla ziyaret edilmiştir. Ek olarak değinmek gerekirse, HelalBooking.com bu konuda çok büyük adım atmıştır. Trivago, Tripadvisor gibi reklam ve rezervasyon siteleri gibi büyük kitlelere ulaşan yaklaşım, Helâl turizm boyutu olarak sektörde yerini almıştır.

HelâlBooking.com diğer rezervasyon programları gibi dünyada ve ülkemizde yer alan Helâl konseptli otellerin genel tanıtımını, hizmetlerini, kurallarını, aktivitelerini, otel konumunu ve buna benzer başlıkları incelemekte ve bu otelleri turistlerin hizmetine sunmaktadır. Bu noktadan hareketle HelâlBooking.com sitesinde;

- Dünyada ki 39 tatil köyü (deniz kenarı otelleri) neden Türkiye’de bulunan 26 tatil köyü,
- Dünyada ki 88 tane şehir otelinden Türkiye’de bulunan 26 şehir oteli,
- Dünyada ki 16 tane termal tesisten Türkiye’de bulunan 15 termal tesisi,
- Dünyada ki 33 tane olan ve 12 tanesi Türkiye’de bulunan Villa&Müstakil

Helâl konseptli turizm yerleşkeleri incelenmiştir.

Türkiye’deki Helâl konseptli otellerin tatil köyü olarak çoğunlukla Antalya’da, şehir otelleri olarak ise çoğunlukla İstanbul’da bulunduğu görülmüştür. Bununla birlikte, Bodrum, Marmaris, Yalova, Ankara, Giresun, Çeşme, Çorum, Aydın, Afyon ve Balıkesir gibi illerimizde de Helâl konseptli oteller vardır. İncelenen otellerde ortak geliştirilen hizmet standartları bulunmaktadır.

Genel olarak ‘Helâl Özellikler’ başlığı altında otellerde;

- Tesisteki tüm yiyecekler Helâldir,
- Tesisin yakında bulunan restoran/kafe/marketlerde Helâl yiyecekler bulunmaktadır,
- Tesis sınırları içinde alkol servisi yapılmaz,
- Tesiste, ya sadece bayanlara yada ailenize özel %100 gözlerden uzakta spa merkezi bulunmaktadır (tüm gün veya belirli saatlerde),
- Tesiste, ya sadece bayanlara yada ailenize özel %100 gözlerden uzakta açık havuz(lar) bulunmaktadır (tüm gün veya belirli saatlerde),
- Tesiste, ya sadece bayanlara yada ailenize özel %100 gözlerden uzakta kapalı havuz(lar) bulunmaktadır (tüm gün veya belirli saatlerde),

maddelerinde geçen özellikler yer almaktadır. Oteller bu özellikleri geliştirilerek sadece bayanlara ait plajlar, restoranlar, oyun alanları, hamamlar vb. tasarlamıştır. Odalarda Kuran-ı Kerim, seccade, kible pusulaları da ortak bulunan unsurlardır.

### **Geliştirilen Tutundurma Stratejileri**

Tüm bunlarla birlikte, incelenen çalışmalar, haberler, otel web sitelerinden elde edilen veriler doğrultusunda Helâl konseptli otellerin tutundurma stratejileri saptanmıştır. Bu noktadan hareketle çalışmada Helâl konseptli otellerin tutundurma stratejileri 6 başlık altında toplanmıştır:

1. **Tüketici beklentilerini karşılama:** Helâl konseptli otellerde misafirlerin inançları doğrultusunda ürün ve hizmet talep etmelerinden dolayı işletmelerin bu talepleri karşılama yönüne yönelik çalışmaların ön plana çıkarılması.
2. **Helâl Gıda Sertifikasını bulundurma ve sunma:** Helâl konseptli otellerde konaklayan misafirler inançları doğrultusunda yararlandıkları ürünlerin Helâl olmasına dikkat etmekteledir. İşletmelerin ise bu sertifikaya sahip olmaları misafirlerde güven duygusunu oluşturmaya katkı sağlamaktadır.
3. **Misafirlerin beklentilerine uygun turistik ürün geliştirme:** Misafirler inançları gereği yararlanmak isteyecekleri hizmetlerin İslam şartlarına uygun olmasını tercih etmekteledir. Bunun için gerçekleştirilecek olan aktivitelerin talep edilen şekle uyarlanması ve bunun da

tanıtımda yer alması gerekmektedir. Örn; bayanlara ayrı eğlence ve aktivite düzenlenmesi, havuz ve spa hizmetlerinin bay ve bayanlar için ayrı olması gibi.

4. **Turizm birleşenlerini Helâl turizme göre uyarılama:** Helâl konseptli oteller, hizmetleri misafirlerinin beklentilerine göre şekillendirmeli ve bunu vurgulamalıdır. Bunun için normal bir tesiste sunulan hizmetleri Helâl turizme göre uyarlamaları gerekmektedir. Örn; Helâl konseptli acentelerle çalışarak Helâl transferler gerçekleştirmek, Helâl restoranlar oluşturmak gibi.
5. **Sürdürülebilirliği yakalama:** Sürdürülebilir turizm günümüz turizmi açısından çok önemli bir yere sahiptir. Turizmin gerçekleşmesinde ileriye yönelik plan ve düşüncelerin uygulanması, bunlar için kaynakların bilinçli tüketilmesine, yenilenebilir olmasına ve devamlılığına dikkat çekmektedir. Helâl turizm içinde bu sürdürülebilirliği yakalamak çok önemlidir. Bu sayede verilen hizmet devamlılığı sağlayacak aynı zamanda Helâl turizmin yayılması ve tanınması hızlanacaktır. İsrâfların önüne geçen bir yaklaşımın sunulması bu ürünleri talep eden misafirleri tesislere çekmede bir avantaj oluşturmaktadır.
6. **Standardizasyon geliştirme:** Helâl turizm hem literatürde hem de sektörde henüz yeni bir kavramdır. Helâl turizm konseptli oteller bu nedenden dolayı belirli bir standardizasyon geliştirememektedir. Standardizasyon ise misafirlerin ortak taleplerine göre geliştirilip hizmet kalitesini yükseltmeyi amaçlamaktadır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Helâl konseptli oteller turizm sektörü için yeni bir trend olma yolunda ilerlemektedir. Turizm çalışanlarının Helâl turizm konseptini doğru algıladıkları ve hizmet standartlarını buna göre geliştirdikleri takdirde, sektörde sürdürülebilirliği yakalayan bir turizm yaklaşımı olacaktır. Pazarlama için gerekli olan; ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım dörtlüsünün Helâl konseptle uyulanabilirliği, bu yaklaşımın daha da çok gelişip pazar yarışında üst noktalara çıkmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda, Helâl konsept ve Helâl turizmi doğru anlayıp, kavramak, hizmet ürünlerini geliştirmek, öncelikle Helâl konseptli otelleri tercih eden tüketicilerin talepleri doğrultusunda olmalıdır.

Türkiye açısından bakıldığında İslam dininin gereğince tatil ihtiyaçlarını giderecek olan tüketicilerin beklentileri, Helâl konsepti ne kadar tanıdıkları ve bu konseptin turizmle ne kadar iç içe olduğu ile doğru orantıdadır. Bu beklentilerin Helâl konsept standardizasyonunu oluşturması için, tüketicilerin ve otel işletmecilerin bu konuda bilinçlenmeleri gerekmektedir. Doküman analizi ile incelenen bu çalışma doğrultusunda geliştirilen tutundurma stratejileri; Helâl konseptli otel işletmeleri, seyahat acenteleri ve tur operatörler tarafından, tutundurma karması elamanları kullanılarak standardizasyon haline getirilebilir.

İslami şartlar ve Helâl konsept kavramlarını birleştirecek en önemli öge, bu kavramların doğru algılanmasıdır. Algının doğru olması için Türkiye’de ilerleyişini sürdüren konseptin, reklamının yapılması ve bununla birlikte pazarlanması gerekmektedir. Doğru reklam ve strateji ile Helâl turizm Türkiye’de ileriye dönük beklentileri karşılayacaktır.

Araştırmada yapılan literatür taraması ile fark edilen diğer bir nokta ise; Helâl konseptin akademik düzeyde yeteri kadar kaynağı olmamasıdır. Helâl konsepti otellerde yapılabilecek bütün yeniliklerin aslında en önemli yol göstericisi, konseptle ilgili yapılan bilimsel çalışmalar olacaktır. Bahsi geçen reklam ve tanıtım öğeleri diğer bir şekilde Helâl konsept ile ilgili yapılacak olan kongre, sempozyum ve araştırmalar ile olacaktır. Bu sayede bilimsel anlamda da gündemde kalmayı başaracak ve veri tabanı oluşturacaktır.



Turizm sektörü ürün olarak hizmet veren ve doğrudan insan ilişkileriyle şekillenebilen bir sektördür. Beşeri olguları fazla ve riskli yaklaşımlara sahiptir. Turizmciler bu riskleri, ürünlerini tüketici beklentileri yönünde tasarlayıp, reklamını yaparak avantaja çevirmektedirler. Bu noktadan hareketle ileriki dönemlerde de Helâl konsepti otellerin aynı strateji ile Türkiye’de ve dünyada önemli noktalara geleceği tartışılmaz gerçektir.

Helâl konsept, Helâl turizm ve Helâl kavramı ile incelenen çalışmalar sonucunda görülmektedir ki; sektöre yeni katılan bu yaklaşım zamanla geliştirilen yenilikler ile birlikte bulunduğu konumdan çok daha ileri düzeylere gelecektir.

### Kaynakça

- Akbaş, S., (2005). Spor Bilimleri Araştırma Yöntemleri. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Sunum Raporu. Bolu.
- Arpacı, Ö., Batman, O., (2016), Helâl Otel Müşterisi Hizmet Kalitesini Nasıl Algılıyor?3rd *International Congress of Tourism & Management Researches*, Antalya.
- Arpacı, Ö., Uğurlu, K., Batman, O., (2015), Helâl Konseptli Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Müşteri Şikayetleri Üzerine Bir Araştırma , *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi* 11. s. 6. v.
- Aydemir, B., (2013), İslami Otellerin Ürün Nitelikleri: Türkiye Örneği Kar, M. (Ed.) *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, Konya.
- Baran, Z., & Batman, O., (2015), "Tüketici Beklentilerini Karşılama Helâl Gıda Güvencesinin Önemi", *Uluslararası Helâl Ürün Ekonomisi Sempozyumu*, 2015, Sakarya.
- Baran, Z., & Batman, O., (2015), Gıda Sektöründe Tüketici Beklentilerini Karşılama "Helâl Gıda" Güvencesinin Önemi, *Uluslararası Helâl Ürün Ekonomisi Sempozyumu*, Sakarya.
- Bardakoğlu, Ö., (2011), Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Çalışması, *Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Programı Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İzmir.
- Batman, O. (2016). *Sorularla Helâl Turizm*.
- Batman, O., & Arpacı, A., (2015), Helâl Konseptli Otel İşletmelerinin Yüksek Ve Düşük Sezonda Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati ve Müşteri Değeri Üzerine Etkisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* 12, s. 73-86
- Bayramoğlu, Tunç 2015 "Tutundurma Stratejileri".
- BBC, (2016), [http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/06/160609\\_turkiye\\_Helal](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/06/160609_turkiye_Helal)Erişim Tarihi: 20.01.2017
- Bilgili, A., (2013), Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, *Körfez Turizm Pazarına Giriş Stratejileri Raporu*, Isparta
- Boğan, E., Batman, O., Sarıışık, M., (2016), Helâl Turizmin Kavramsal Çerçevesi Ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme,3rd *International Congress of Tourism & Management Researches*, Antalya.
- 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(1), 35-47.
- Buluç, G. T .(1997), Turistik Ürün Pazarlama Politikası ve Planlaması ve Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. *Anatolia Dergisi*. 1-2.

- Cankül, D. (2011), Otel Seçimine Etki Eden Faktörlerden Biri Olarak Dini Hayat Tarzlarının Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.*
- Çatı, K., Murat, C., Gelibolu, L., (2010), Müşteri Beklentileri ile Müşteri Sadakati Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Bir Otel Örneği. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,1*, s. 429–446.
- Dağ, H. (2013), Smüç Ve Helâl Gıda Standartları, *Uluslararası 2. Helâl ve Sağlıklı Gıda Kongresi'nde* sunulmuş bildiri, Konya.
- Dünya Gündem Gazetesi, (2015), <http://www.dunya.com/sectorler/turizm/turkiye-quotHelâl-turizmquotin-cenneti-olacak-haberi-295220> Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- Doğan, M., (2008), Konaklama İşletmeleri Bağlamında “İslami Turizmin” Gelişimi: 2002-2007 *Türkiye, IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 23–27 Nisan 2008, Belek, Antalya*
- Emgin, Ö., & Süngü, A., (2004), “Pazarlama Kavramı İçerisinde Tutundurma Fonksiyonu”, *Mevzuat Dergisi*, y.7, s.78.
- FaizsizHaber, (2016), <http://www.faizsizhaber.com/turizm/turkiye-Helâl-turizmin-merkezi-oluyor-h303.html> Erişim Tarihi: 20.01.2017
- Göral, R., (2017), Türkiye'nin Müslüman Dostu Turizm Pazarı Potansiyelinin Sayısallaştırılmış Swot Analizi (A`wot) İle Değerlendirilmesi, *I. Uluslararası Helâl Turizm Kongresi, Alanya.*
- Haberler, (2014), <http://www.haberler.com/Helâl-turizm-hizla-buyuyor-6197677-haberi/> Erişim Tarihi: 20.01.2017
- Hürriyet, (2016), <http://www.hurriyet.com.tr/serikte-Helâl-turizm-zirvesi-basladi-37271795> Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- Hürriyet, (2016), <http://www.hurriyet.com.tr/Helâlden-15-milyar-dolar-40309990> Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- Köseoğlu, A., (2014), Helâl Belgelendirme Gerekliği Raporu, *Mevlana Kalkınma Ajansı.*
- Kurtoğlu, R., Ve Çiçek, B., (2013). Tüketicilerin Helâl Ürünler Hakkındaki Algılama, Tutum ve Beklentilerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Çalışma. *Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi*, Eskişehir. 8(3), 181-205.
- Müsiad Hizmet Sektör Kurulu Helâl Turizm Araştırması Sonuçları (2014).
- Milliyet,(2017), <http://www.milliyet.com.tr/Helâl-turizm-kongresi-duzenlenecek-kastamonu-yerelhaber-1780988/> Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- Oflaz, M., (2015), Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helâl Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.*
- Özdemir, H., (2015), Muhafazakâr Otel Müşterilerinin Otel İşletmelerinde Aradıkları Özelliklerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.*
- Pamukçu, H., & Arpacı, Ö., (2015), Helâl Konseptli Otel İşletmeleri: Türkiye'deki Mevcut Durum Üzerine Bir Araştırma. *I. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, Kastamonu.*
- Pamukçu, H., & Sarıışık, M., (2016), Helâl Turizm Kavramı ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, Bahar, O. (Ed) *17. Ulusal Turizm Kongresi, Muğla.*

- Parlak, B., (2012),Kültürlerarası Bir Turizm Hareketi: Bursa - Kurtuba Medeniyetler İttifakında Yeni Köprüler, *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, Antalya.
- Tekin, A., (2014), İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi* c.7, s.29.
- Turizm News, (2014),<http://turizmnews.com/haber/Helâl-turizme-yogun-talep-4826.html> Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- Turizm News, (2014), <http://turizmnews.com/haber/turkiye-Helâl-turizm-lideri-olabilir-3588.html> Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- Ülker, Didem., (2009), “*Yeni Ürünlerde Uygulanan Tutundurma Stratejileri ve Bir Uygulama*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yazıcıoğlu, İ., & Özata, E., (2017), Helâl Otel İşletmeciliği, *I. Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*, Alanya. [www.tuyed.org.tr](http://www.tuyed.org.tr) Erişim Tarihi 20.01.2017.