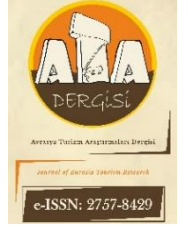


Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

# Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

## Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

### Türkiye ve Dünya'da Helal Turizm

#### Halal Tourism in Türkiye and the World

Mahmut BALTACI<sup>1\*</sup>, Oğuzhan KODALAK<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Asst. Prof., Department of Travel, Tourism and Entertainment Department, Vocational School of Silifke, Mersin University, Mersin, Türkiye  
<sup>2</sup>Res. Asst. Dr., Department of International Trade and Finance, Faculty of Applied Sciences, Necmettin Erbakan University, Konya, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Derleme

Makale Süreci:

Gönderim : 24 Aralık 2022  
 Düzeltme : 29 Aralık 2022  
 Kabul : 29 Aralık 2022  
 Yayınlanma : 31 Aralık 2022

Anahtar Kelimeler:

Helal  
 Helal Turizm  
 İnanç Turizmi  
 İslam  
 Türkiye

#### ÖZ

İslam dini içerisinde yer alan helal kavramı Allah'ın (C.C.) yasakladığı birçok alanı kapsamaktadır. Helal denildiğinde karşımıza helal gıda, helal konaklama, helal seyahat gibi kavramlar çıkmaktadır. Helal bireylerin özellikle Müslümanların üzerinde durdukları, hatta gayri Müslimlerin bile önemsedikleri bir kavramdır. Helal denilince temiz, hijyen, kurallar bütünü, düzenli, ahlaki, etik gibi unsurlar karşımıza çıkabilir. Bu da bireylerin kullandıkları ya da aldıkları ürünlerin doğru olduğu, rahatlıkla kullanabilecekleri anlamına gelmektedir. Çalışmada helal kavramı, Türkiye ve Dünya'daki durumu ele alınmıştır. Derleme çalışması olarak planlanan çalışmada, ulusal ve uluslararası ilgili literatür taranarak konuyla ilgili çıkarımlarda bulunulmuştur. Helal turizmin kabul edilebilmesinde en önemli etken helal sertifikasyon sistemidir. Helal kavramı sadece Müslümanlar için değil aynı zamanda gayri müslimler için de önemlidir. Helal turizm dünyada çok hızlı yükselen bir turizm çeşididir. Artan Müslüman nüfusu ile tatil yapan kişi sayısının da artması dünya ülkelerinin helal turizm konusunda daha çok kararlar üretmesini gerektirmektedir. Helal konaklama, helal gıda, helal seyahat gibi kavramlar helal turizm içerisinde en üstte olan kavramlar olmuştur. Ayrıca Türkiye ve Dünya'daki profesyonellerin ürün ve pazar çeşitlendirmesi helal turizmin gelişimi açısından önem arz etmektedir. Çalışmanın ileriki çalışmalarda faydalı olacağı düşünülmektedir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayıncı [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

#### ARTICLE INFO

Review Article

Article history:

Received : 24 December 2022  
 Revised : 29 December 2022  
 Accepted : 29 December 2022  
 Available : 31 December 2022

Keywords:

Helal  
 Halal Tourism  
 Faith Tourism  
 İslam  
 Türkiye

#### ABSTRACT

The concept of halal in the religion of Islam covers many areas that Allah (C.C.) has forbidden. When we say halal, we come across concepts such as halal food, halal accommodation, halal travel. Halal is a concept that individuals especially Muslims emphasize, and even non-Muslims care about. When it comes to halal, we can come across elements such as clean, hygiene, rules, orderly, moral and ethical. This means that the products that individuals use or buy are correct and that they can use them easily. In the study, the concept of halal and its situation in Türkiye and the world are discussed. In the study, which was planned as a compilation study, inferences were made by scanning the relevant national and international literature. The most important factor in the acceptance of halal tourism is the halal certification system. The concept of halal is important not only for Muslims but also for non-Muslims. Halal tourism is a type of tourism that is rising very fast in the world. With increasing the population of Muslims and the increasing of people taking vacations, the countries of the world should take more decisions about halal tourism. Concepts such as halal accommodation, halal food, halal travel have been the top concepts in halal tourism. Product and market diversification of professionals in Türkiye and the world is important for the development of halal tourism. It is thought that the study will be useful in future studies.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

## 1. GİRİŞ

Bireylerin satın alma davranışları üzerinde demografik özelliklerinin yanı sıra dini inançları da etkili olmaktadır. Dini inançları bireylerin nasıl yaşayacakları, neleri yapacakları, neleri tüketecekleri gibi farklı konularda

\*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0001-7509-3094 (M. BALTACI), 0000-0003-1578-7435 (O. KODALAK)



mbaltaci@selcuk.edu.tr (M. BALTACI), okodalak@erbakan.edu.tr (O. KODALAK)

onlara yol göstermektedir. Dolayısıyla din bireylerin ve toplumların üzerinde etkisi olan sosyal yapılardan birisidir (Mokhlis, 2009: 75). Helal turizm kavramı da bu doğrultuda ortaya çıkmış olup İslam dininin belirlediği şartlara uygun şekilde konaklama hizmetlerinin ve ürünlerin kullanılmasını ifade etmektedir (Gök, 2019: 72). Helal turizme olan ilginin artması muhtemelen Müslüman nüfusun büyümesiyle alakalıdır (Battour & Ismail, 2015: 1). Helal kelimesi Arapça'da kabul edilebilir, izin verilebilir anlamına karşılık gelmektedir. Helal turizm kapsamında sadece İslam inancına uygun muhafazakâr konaklama işletmelerinden bahsetmek yeterli değildir. Helal turizm kavramının ilişkili olduğu faaliyetler helal yiyecek içecek, helal seyahat acenteleri, helal transfer/ulaşım, helal finans, helal eğlence ve helal konseptli konaklama işletmelerini içermektedir (Oflaz, 2015: 45). Uluslararası Müslüman gezginlerin sayısı 2019 yılında 160 milyon iken 2020 ve 2021 yıllarındaki salgın nedeniyle kesintiye uğramasına rağmen 2023 yılında 140 milyona 2024 yılında ise 160 milyona tekrar ulaşacağı tahmin edilmektedir (GMTI, 2022).

Müslüman turistler tatil planı yaparken seyahat imkânlarının kolaylığı, alışveriş fırsatları ve İslami koşullara uygun konaklama işletmelerinin var olması gibi etkenleri göz önünde bulundurmaktadırlar. Birçok yatırımcının ilgisini çeken helal turizm pazarı Malezya, Dubai, Endonezya gibi Müslüman nüfusun çoğunlukta olduğu ülkelerle birlikte Tayland, Singapur, Japonya ve Filipinler gibi Müslüman nüfusun sayıca az olduğu ülkeler tarafından da stratejilerin geliştirildiği bir pazardır. Türkiye de bu pastadan pay alabilmek amacıyla özel sektör temsilcileri, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte çalışmalar yürütmektedir (Pamukçu, 2017: 1).

Bu çalışmanın amacı Türkiye ve Dünya'daki helal turizm faaliyetlerinin değerlendirilerek gelecek çalışmalar açısından yol göstermesi ve Türkiye'deki helal turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi için önerilerde bulunmaktır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu kısımda helal ve helal turizm kavramları ile Türkiye'de ve Dünya'daki helal turizm faaliyetlerine dair değerlendirmelere yer verilmiştir.

### 2.1. Helal Kavramı

Helal, İslam inancıyla bağlantılı Arapça bir kelime olup dikkat edilmesi gereken hususlarda sadece gıda ürünlerini değil daha fazlasını ifade eden bir kavramdır. Genel bir değerlendirme yapılırsa bu kavram Müslümanlara sunulan çeşitli ürün ve hizmetleri kapsamaktadır. Helal, şeriata göre meşru veya izin verilebilir olarak tanımlanabilir (Jafari & Scott, 2014: 6). Bu nedenle Müslümanlar, birkaç öğenin '*Mekruh*' veya '*Subhah*' (şüpheli veya tiksindirici) olarak kategorize edilebileceği şüphe karşısında kaçınma pozisyonu alırlar. Bu nedenle, Helal sertifikasının, Müslümanların uymakla yükümlü olduğu Şeriat Kanunu'nun şartlarını tam olarak yerine getirdiği için tüm Müslüman tüketiciler açısından güvence sağladığı söylenebilir (Samori vd., 2016: 131).

Helal, gayrimüslimlere göre, sadece Müslümanların yemesine izin verilen yiyeceklerle ve kaliteli ürünlerle ilişkilendirilen bir kelimedir, ancak gerçekte bir Müslüman'ın hem fiili hem de düşünce olarak yapmasına izin verilen her şeyi tarif eden bir terimdir. Helal, giyilebilecek kıyafetlerden işe karşı tutumlara, kadın ve erkek ilişkilerinden çocuklara yapılan muameleye, işin Müslüman kardeşe paylaşılmasından, Müslüman akranına muameleyi kapsamaktadır. Ayrıca bir Müslümanın hayatının her yönünde helal uygulanmalıdır. Finansal ürünler, tatiller, sporlar, filmler, hatta satranç oynama şekli bile helal, caiz veya tam tersi haram olabilir. Haram, bir Müslüman için yasak olan her şeyi kapsar. Haram bu anlamda helal ilkeleri kadar önemlidir. Müslümanlar için önemi, Allah'ın bu dünyaya koyduğu her şeyin, aksini belirtmediği sürece burada bireylerin yararına olduğuna dair İslami inançtan kaynaklanmaktadır. Pratik anlamda bu durum Allah'ın özellikle haram olduğunu belirtmediği sürece her şeyin helal veya caiz olduğu anlamına gelir (Al-Teinaz vd., 2020: 10-11).

### 2.2. Helal Turizm

İnsanoğlu varoluşundan beri sürekli hareket halinde olmuştur. Allah-u Teala (C.C.) evreni insanoğlu için yaratmış ve insanoğlunu da merak sahibi yapmıştır. İnsanoğlu Yüce Yaratan'ın hediyesi olan evrende merakını gidermek için hep seyahat etmiş ve arayışlarına ulaşmak istemiştir (Akpınar, 2017). İslam dininde inananlar yaşam şartlarını belirlerken kaynağını Kuran-ı Kerim'den ve Hz. Muhammed'den (SAV) almaktadır. Kuran-ı Kerim'de helal ve haram olan şeyler açıkça belirtilmiş olması Müslümanların helal ve haram olan şeyleri bilmesi ve uygulaması açısından önemlidir. Dünyanın birçok ülkesinde Müslüman toplum inanışlarına göre seyahat etmekte ve turizm hareketine katılmaktadırlar (Dinçer ve Bayram, 2017). Turizm hareketinin oluşması birçok faktöre bağlı olmasıyla beraber insanoğlunun dini inanışları da bu harekete yön vermektedir. Bu durum Müslüman toplumun tercihlerini etkilemekte ve yeni bir turizm çeşidini ortaya çıkarmaya yardımcı olmaktadır. Bu turizm çeşidi helal turizmdir. Helal turizm, helal endüstrisinin büyümesinden ortaya çıkan yeni olgulardan biridir. Helal konular turizm endüstrisini ilerlettikçe, birçok Müslüman ve gayrimüslim ülke, Müslüman turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için turizm ürünleri, tesisleri ve altyapıları sağlayarak Müslüman turist pazarını ele geçirmek için hazırlıklarını sürdürmektedir (Samori vd., 2016: 131). Helal turizm denince ilk olarak konaklama olanakları gelse de aslında çok boyutludur. Helal turizm tatilin başlangıcından bitişine kadar olan süre boyunca İslami kuralların uygulandığı bir turizm çeşididir. Helal

turizm, İslami turizm, Muhafazakâr turizm gibi farklı adlar da almaktadır (Doğan, 2011). Helal konular arasında helal konaklama, helal gastronomi, helal seyahat, helal ulaşım, helal eğlence sayılabilir (Oflaz, 2015: 45).

Helal konaklama olarak bilinen içerik konaklamanın her anında İslami usullere göre hizmet göstermektedir. Literatürde İslami kurallara göre işletilen konaklama işletmeleri, İslami Oteller, Muhafazakâr Oteller, Helal Dostu Oteller, Tesettür Oteller, Alkolsüz Oteller, Alternatif Oteller gibi adlarla adlandırılmaktadır (Duman, 2012: 730; Tekin, 2014: 757). Konaklama işletmeleri alkolsüz konaklama tesisleri, kısmi İslami konaklama tesisleri ve tamamen İslami konaklama tesisleri olarak üç farklı gruba ayrılmaktadır (Saad vd., 2014: 1-2). Alkolsüz konaklamada alkol hiçbir departmanda kullanılmamakta ve verilmemektedir. Kısmi İslami konaklama tesislerinde mutfak ve servis departmanlarında helâl kavramı dikkate alınmakta, turistler için ibadet olanaklarına önem verilmekte, kadınlar ve erkekler için ayrı ayrı aktivitelere yer verilmektedir. Tamamen İslami konaklama tesislerinde tesisin her noktasında yani mimarisinden yönetime kadar her alanda helal unsuru göz önünde bulunmaktadır. Helal konaklama tesisleri şu özelliklere sahip olmalıdır (Henderson, 2010: 248).

- Alkol bulundurmaz.
- Sadece helal gıda servisi verir.
- Her odada Kur'an-ı Kerim ve seccade mevcuttur.
- Yataklar ve tuvalet Mekke yönüne bakmayacak şekilde konumlandırılmıştır.
- Banyolarda bide mevcuttur.
- İbadet odaları mevcuttur.
- Uygun eğlence mekânları vardır.
- Ağırıklı olarak Müslüman personel çalışmaktadır.
- Muhafazakâr personel kıyafeti kullanılır.
- Kadınlar ve erkekler için ayrı aktivite tesisleri vardır.
- Misafir kıyafet yönetmeliği kullanılır.
- İslami finansman ölçütlerine uygundur.

Helal standartlarda hizmet veren konaklama tesislerine bekâr girmek yasaktır. Bunun yanında gayrimüslimler de tesislere alınmamaktadır. Kadın misafirlere kadın personel hizmet vermekte ve kadın misafirlerin mayo ile dolaşmaları da yasaktır. Akşamları da tesiste dini içerikli sohbetler ve tasavvuf geceleri düzenlenmektedir (Doğan, 2011).

### 2.3. Türkiye'de Helal Turizm

Türkiye'de hizmet veren muhafazakâr oteller İslami kurallara göre hizmet vermektedir. Bu hizmet diğer otellere göre daha özel olmaktadır. Bu yüzden her şey dâhil otellerden ayrışmaktadır. Ayrıca alkollü içecekler satmamaları da maliyeti düşürme açısından önemlidir. Ancak maliyetin düşük olmasının aksine oda fiyatları diğer her şey dâhil otellere göre daha yüksektir. Nedeni ise helal otellerin daha çok talep görmesi ve özel hizmet vermeleridir denilebilir.

**Tablo 1.** Türkiye'nin Helal Turizme İlişkin Güçlü Yönleri

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) gibi turizm konusunda otorite olan örgütler tarafından yayımlanan raporda Türkiye'nin turizm konusundaki başarılarının devam edeceği düşüncesi yatırımcılar açısından olumlu karşılanmaktadır.
Türkiye'de 4 mevsim süresince farklı destinasyonlarda hizmete ulaşım sağlanmaktadır. Bu açıdan Türkiye zengin bir turistik destinasyon çeşitliliğine sahiptir.
Türkiye'nin sahip olduğu turistik çeşitlilik farklı amaçlar arayan turistler açısından ilgi çekicidir.
Türkiye ile mesafe olarak 3 saatlik uçuş mesafesi uzaklığında yaklaşık 400 milyon turist bulunmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde Türkiye hedef pazarlara erişim ve ulaşım kolaylığı açısından avantajlı konumdadır.
Türkiye'deki mevcut turizm faaliyetleri helal turizmle birleştirilerek yeni helal turistik ürünler geliştirilme olanağı bulunmaktadır.
Türkiye sahip olduğu doğal ve kültürel güzellikleri sayesinde helal turizm maksadıyla ziyarete gelen turistlerin ilgisini çekebilecek niteliktedir.
Türkiye'nin İslam ülkelerinde yaygın olarak kullanılan Arapça, İngilizce ve Fransızca gibi dillerde hizmet sağlayabilecek donanımlı insan kaynağına sahip olması.
Geleneksel Türk misafirperverliği helal turizm pazarlamasında önemli bir marka bileşeni olarak kullanılabilir.
Türk Hava Yollarının sahip olduğu olumlu marka imajı küresel boyutta kullanılabilir. Helal turizm açısından bu faktör önemli bir marka bileşeni olarak kullanılabilir.
Türkiye'de yaygın ulaşım faaliyetlerinin yanı sıra 170 civarında ülkeye vize kolaylığı sunması, teknoloji, e-ticaret, bankacılık ve finans imkânlarının bulunması.

**Kaynak:** (Tekin vd., 2019: 15-19).

Türkiye'de helal turizme talep oldukça yoğun olduğunu seyahat acentelerinin satışlarından da anlaşılmaktadır. Özellikle aile boyu tatil vurgusu ön plana çıkmaktadır. Konaklama işletmelerinde de odalar ailelere göre düzenlenmektedir. Tesislerde klasik Türk müziği veya Tasavvufi müzik dinletim hizmeti verilmektedir. Helal konaklama veren işletmeler satış pazarlama konusunda titiz davranarak kendi satış pazarlama departmanlarını

kurarak ya da bazı İslami web siteleri ile satış ve pazarlamalarını yapmaktadırlar. Bunun sebebi ise misafirlerini seçerek almak istemeleridir (Doğan, 2011). Helal turizm pazarından istediği payı almak amacıyla Türkiye'deki kamu kuruluşları tarafından da girişimler yürütülmektedir. Bu girişimlerden en önemlisi sertifikalandırma sistemidir. Bu hususta Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından Türkiye'de kapsamlı çalışmalar yapılmıştır. Bunun yanı sıra helal konseptli otelleri belirleyecek bir tescil sistemi belirlenmiştir (Özekici, 2020: 17). Bu kapsamda GIMDES ve KASCERT adlı helal sertifikasyon kuruluşları faaliyete başlamıştır (Battour & İsmail, 2016). Turizmde rekabet ortamının yoğun olduğu Dünya'da Türkiye'nin helal turizme ilişkin güçlü ve zayıf yönleri vardır. Bu durum helal turizmde Türkiye'yi rekabetin içine atarak üst basamaklara çıkması açısından da önemli olmaktadır. Tablo 1'de Türkiye'nin helal turizmde güçlü yönleri ve Tablo 2'de ise zayıf yönleri görülmektedir.

Dünya çapında Türkiye'nin tanınırlığının olması yatırımcılar açısından önemli olmuştur. Türkiye'de dört mevsim turizm hareketi, turistik çekicilikler, ulaşım kolaylığı, yabancı dil bilen insan kaynağının mevcudiyeti, Türk misafirperverliği, Türk Hava Yolları şirketinin küresel tanınırlığı, vize kolaylığı, teknoloji, e-ticaret, bankacılık ve finans imkanları gibi unsurlar Türkiye'nin helal turizmde güçlü yönleri olarak söylenebilir (Tablo 1).

**Tablo 2.** Türkiye'nin Helal Turizm Açısından Zayıf Yönleri

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından helal turizmin henüz bir turizm uygulaması olarak kabullenilmiş olmaması faaliyetlerin istenilen düzeyde olmasına engel olmaktadır.
Helal turizm kavramı kamu tarafından tanınmadığı için yatırımda bulunacak yerli ve yabancı girişimcilerin tereddüt duymasına neden olmaktadır.
Helal turizmdeki fiyatların yüksek olması ayrıca iç talebin istenilen düzeyde olmaması
Helal konseptli oteller ve acenteler arasında garantili satış sözleşmelerinin yapılmaması sektörel anlamda iş birliklerini olumsuz etkilemektedir.
Yurt dışı fuar faaliyetlerinde Türkiye'nin helal turizme yönelik tanıtım faaliyetlerinin olmaması
Türkiye'deki faaliyetlerin mevsimsel bir düzey izlemesi helal turizm faaliyetlerinde de etkisini göstermektedir.
Müslüman nüfusu yoğun olan bazı ülkelerin Türkiye'ye karşı olumsuz bir tutum içerisinde olması bu pazara erişim konusunda sorunlar ortaya çıkarmaktadır.
Dünya'da helal dostu çocuk faaliyetleri artış gösterirken Türkiye'nin halen bu alana yönelik bir girişimde bulunmaması
Helal turizm faaliyetlerine yönelik eğitimli turist rehberlerinin sayısının azlığı
Helal turizm faaliyetlerine yönelik olarak devlet tarafından herhangi bir teşvik sisteminin sunulmaması.

**Kaynak:** (Tekin vd., 2019: 17-20).

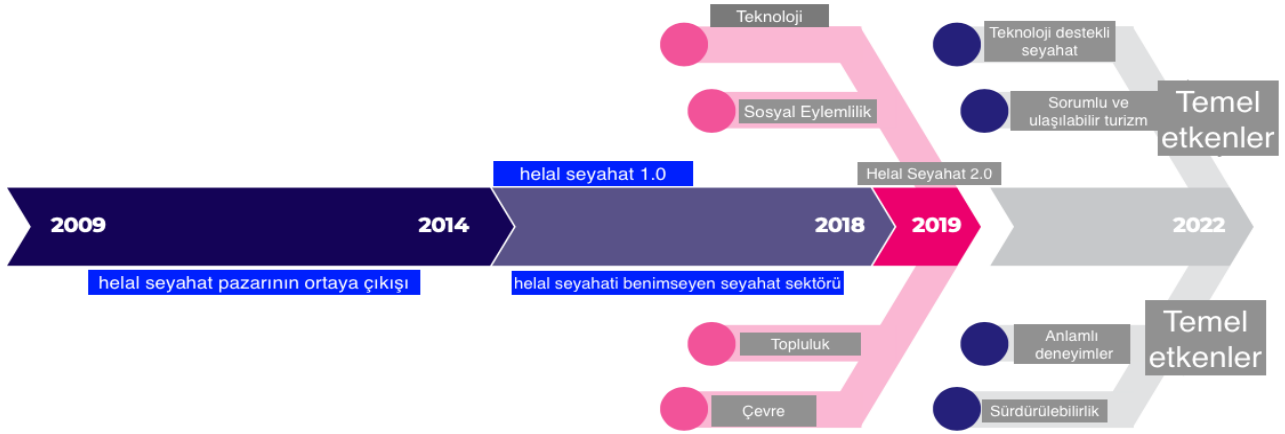
Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın helal turizmi turizm çeşidi olarak kabul etmemesi ile beraber yerli ve yabancı girişimcilerin yatırıma sıcak bakmaması, helal turizmde fiyatların yüksekliğinden dolayı iç turizm talebinin düşük olması, yurt dışı tanıtım eksikliği, helal dostu çocuk faaliyetlerinin olmaması, helal turizm faaliyetleri ile ilgili eğitimli turist rehberi sayısının azlığı ve devlet teşviğinin olmaması gibi unsurlar da Türkiye'nin helal turizm açısından zayıf yönleri olmuştur (Tablo 2).

Tablo 1'de sunulan avantajlar Türkiye'yi helal turizm kapsamında öne çıkaracağı ve bu alandan Türkiye'nin daha fazla pay almasını sağlayacağı düşünülmektedir. Tablo 2'de ise bahsedilen koşullar Türkiye'nin helal turizm açısından zayıf olan bazı yönlerini bilmesi Türkiye'nin helal turizmle ilgili zayıf yönlerine çözüm yolları bulması ve pazardan aldığı payı yükseltmek için önemli olacaktır. Türkiye'de her yıl birçok otelin helal konseptte dönüşmesi helal turizmin önemini de göstermektedir. Türkiye'nin ilk açılan helal konseptli oteli Caprice Palace Didim'de 1400 yatak kapasiteli olarak hizmet vermeye başlamıştır. 2022 yılına kadar olan helal konseptli otel sayısının her geçen gün artarak ve yaklaşık 7 bin 500 olması Türkiye'nin aldığı payı ve dünya sıralamasında da 2. olduğunun ispatı olmaktadır.

## 2.4. Dünya'da Helal Turizm

Helal turizm kavramı dünyanın birçok ülkesinde fark edilen bir durum olmuştur. Helal turizm sadece Müslüman olan bireylerin değil diğer dinlere mensup kişilerin de ilgisini çekmektedir. Helal turizm bünyesinde sadece İslam'a inananlar turizm içerisinde hizmet almamakta bunun yanında İslami kurallara göre işletilen diğer işkolları da tüm dünya insanlarına önemli hizmetler vermektedir. Burada en önemli konu gıda konusudur. İslami kurallara göre kesilen et, pişirilen yemek gibi verilen hizmetler gastronomi alanında giderek büyüyen trendler olmuştur. 2030 yılında dünya nüfusunun %27'si yani 2,3 milyar kişi Müslüman nüfusu oluşturacaktır (GMTI, 2022). Her ne kadar dünyanın farklı ülkelerinde helal kavramı birçok İslam'a inananların ortak noktada buluştukları kavram olsa da Malezya ve Endonezya bu konuyu kâğıda döken ülkelerin başında olmuştur. Kanada ve Amerika gibi çok uluslu ülkeler de bile Müslümanlar helal sertifikasyon sistemi ile aldıkları gıda maddelerini güvenerek satın almaktadır. Hatta gayri Müslimler bile helal gıdaları güvenerek almakta bunun sebebi ise hijyen ve helal üretimdir. GMTI'ye (2022) göre 2009 ve 2014 yılları arasında helal seyahat pazarının gerekliliği ortaya çıkmıştır. 2014 ve 2018 yılları arasında ise seyahat endüstrisinin helal seyahatler düzenlemesi ile helal seyahat 1.0 ortaya çıkmıştır. Ardından 2019 yılında helal seyahat 2.0 ortaya atılmıştır. Teknoloji, sosyal eylemlilik, topluluk ve çevre unsurları Helal Seyahat 2.0 ile ön plana çıkmıştır. Yapay zekâ, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi teknolojiler Helal Seyahat

2.0 kapsamı içindedir. 2022 yılında ise teknoloji destekli seyahat, sorumlu ve ulaşılabilir turizm, anlamlı deneyimler ve sürdürülebilirlik konuları ön plana çıkmıştır (Şekil 1).



**Şekil 1.** Mastercard Küresel Müslüman Seyahat Endeksi 2022 (GMTI) (Master Card-Crescentrating Global Muslim Travel Index-2022)

GMTI 2022 raporuna göre pandeminin hafiflemesinin de etkisiyle turizm sektörü yeniden ayağa kalkmış ve son aylarda önemli gelişmeler göstermeye başlamıştır. COVID-19 kısıtlamalarının gevşetilmesi, uluslararası sınırların yeniden açılması ve artan küresel uçuş bağlantısı, son iki yıldır evlerine kapanan hevesli gezginlere yeniden seyahat etme özgürlüğü sağlamıştır. Bazı destinasyonlar, pandemi sırasında bile paydaş farkındalığı, kapasite geliştirme ve Müslüman pazarlar için destinasyon pazarlaması geliştirerek bu fırsattan yararlanmışlardır. 2022 yılının sıralaması, destinasyonların bu çabalarını yansıtmaktadır. Malezya, GMTI 2022'deki liderliğini korumaya devam etmektedir. Ancak, Malezya ile diğer Müslüman dostu ülkeler arasındaki fark kapanmaya başlamıştır. GMTI' ya göre Endonezya, Suudi Arabistan ve Türkiye ikinci sırayı paylaşmaktadır. Özbekistan, sıralamada yine önemli bir gelişme göstererek 7 sıra yükselerek 9. sırada yer almaktadır. Tek İslam İşbirliği Teşkilatı üyesi olmayan Singapur, GMTI 2022 sıralamasında ilk 20'ye giren ülke olmuştur (Tablo 3).

**Tablo 3:** GMTI 2022 Dünya Sıralaması

Ülkeler	GMTI 2022 Sıralaması	2021'e Göre Değişim	GMTI 2022 Puanı
Malezya	1	0	74
Endonezya	2	2	70
Suudi Arabistan	2	1	70
Türkiye	2	0	70
Birleşik Arap Emirlikleri	5	0	66
Katar	6	0	64
İran	7	1	63
Ürdün	7	3	63
Bahreyn	9	-1	62
Singapur	9	-2	62
Özbekistan	9	7	62
Brunei	12	0	61
Mısır	12	0	61
Umman	12	-2	61
Kuveyt	12	0	61
Fas	12	0	61
Pakistan	17	-1	60
Tunus	17	1	60
Lübnan	19	1	56
Maldivler	19	1	56

**Kaynak:** (Master Card-Crescentrating Global Muslim Travel Index-2022).

Bunun yanı sıra önemli destinasyonlarda hayata geçirilen bazı faaliyetler bulunmaktadır (Tablo 4).

**Tablo 4.** Üst Düzeydeki Helal Turizm Merkezlerinde Uygulanan Faaliyetler

Ülke	Uygulanan Faaliyetler
Malezya	Malezya İslam Departmanı faaliyete geçirilerek helal turizm için önemli olan 6 bileşene yönelik sertifika sistemi belirlenmiştir. Turizm Bakanlığı tarafından İslam Turizm Merkezi faaliyete geçmiştir. Helal Turizm faaliyetlerinde bulunmak amacıyla De Palme otel zincirleri faaliyet göstermeye başlamıştır. Ülke genelindeki otellerin mutfakları helal gıda anlayışına uygun şekilde dizayn edilmiştir. Helal konseptli otel işletmeleri en fazla muhafazakâr olandan en aza doğru sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Terminalerde helal gıdanın temin edildiği işletmeler çoğaltılmıştır. Klang valley bölgesi helal turizme yönelik faaliyet veren bir destinasyon merkezi haline dönüştürülmüştür. Hastanelerde medikal turizm faaliyetlerine yönelerek helal ilaç ve gıda bulunması olanaklı hale getirilmiştir.
Endonezya	Endonezya Ulema Konseyi kurularak helal turizmin altı bileşenine yönelik sertifika sistemi kullanılmaya başlanmıştır. Helal turizme yönelik Turizm Bakanlığı altında komisyon oluşturulmuş olup bakanlığa ayrılan kaynağın %10'u helal turizmi geliştirmeye ayrılmıştır. Endonezya helal fuarı her yıl gerçekleştirilmek koşuluyla hayata geçirilmiştir. Tüm terminallere mescid inşa edilmiştir. Başkente yer alan yiyecek ve içecekler helal sertifika edinmiştir. Sektördeki personellere helal turizm eğitimi gerçekleştirilmiştir. Helal turizm faaliyetlerinin tanıtılması amacıyla fenomenlerden yardım alınmıştır.
Suudi Arabistan	Kadınlar için özel otel faaliyete geçmiştir.
Birleşik Arap Emirlikleri	Otel faaliyetlerinde ramazan ayına özel hizmetler getirilmiştir. Helal konseptte uygun nitelikte rekreasyon hizmetleri uygulanmıştır Abu Dhabi helal destinasyon olarak belirlenmiştir. AVM'ler helal konseptte uygun şekilde dizayn edilmiştir.
Singapur	Singapur Din Konseyi kurularak helal turizmin altı bileşenine yönelik sertifika sistemi geliştirilmiştir. Helal konseptte hizmet veren 366 konaklama işletmesi faaliyete geçirilmiştir. Helal sertifikaya sahip 10 binin üzerinde yiyecek ve içecek işletmesi belirlenmiştir. Helal gıda festivali düzenlenmiştir. Changi havaalanına mescid inşa edilerek helal gıda alınabilen yerler inşa edilmiştir.
Tayland	Helal Standart Enstitüsü faaliyete geçirilmiştir. Ülke genelinde bazı oteller ve restoranlar helal sertifikaya sahip olma sürecine dâhil edilmiştir. Thai helal tour adlı site kullanılmaya başlamıştır. Müslüman azınlıkların yoğun olduğu bölgeler helal turizm destinasyonu olarak belirlenmiştir.
İngiltere	Helal gıda hizmeti veren restoranlar çoğalmıştır. Helal Gıda Kurumu ve Helal Sertifikalandırma Kuruluşu faaliyete geçirilmiştir. Sadece 345 cami Londra'da bulunmaktadır. Helal konseptli kongre turizmine yönelik alt yapı oluşturulmuştur. Domino's Pizza Birmingham'daki bir şubesinde helal sertifikalı gıdalara yer verecek şekilde planlanmıştır. 100 KFC şubesi ve Subway şubesi helal sertifikalı ürünleri kullanmaktadır.
Japonya	Havaalanında mescitler kurulmuştur. Havaalanı içerisinde yer alan restoranlarda helal gıda imkânı sunan seçenekler eklenmiştir. Ünlü bir Japon yemeği olan Udon ve Ramen helal koşullara uygun bir şekilde uyarlanmıştır. Japon pansiyonları olan Ryokanlarda helal gıda imkânı sunulmaya başlamıştır.

**Kaynak:** (Özekici, 2017: 14).

### 3. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Bireylerin turistik hizmet alırken dikkate aldıkları en önemli etkenlerin başında dini inanışları gelmektedir. Dini inanışlar bireylerin alışkanlık ve tutumlarının şekillenmesinde etkili olmaktadır. Helal turizm anlayışı da bu kapsamda literatürde kendisine yer bulmuştur. Helal turizm anlayışına yönelik literatürde yapılan çalışmalar ise şu şekildedir;

Feizollah ve diğerleri (2022), “*Exploring Halal Tourism Tweets on Social Media*” adlı çalışmasında Ekim 2008’den 2018 yılına kadar helal turizm ile ilgili tweetleri incelenmiştir. Analizde toplam 33 bin 880 tweet kullanılmış olup kullanıcıların helal turizm konusu hakkında tweetledikleri konuları belirlemeyi ve duygu temelli duyarlılıklarını analiz etmeyi amaçlamışlardır. Konuların saptanması için kelime listesi uyum grafikleri, anlamsal ağ analizi ve konu modelleme yaklaşımlarından yararlanılmıştır. Analizler neticesinde “helal” kelimesinin en fazla kullanıldığını ve “yemek” ile “otel” kelimeleriyle ilişkilendirildiği belirlenmiştir. Bununla birlikte Japonya ve Tayland gibi ülkelerinde helal turizm destinasyonları için popüler oldukları belirlenmiştir. Duyarlılık analizleri sonucunda olumlu duyguların olumsuz duygulardan daha fazla olduğu belirlenmiştir. Yapılan analizler helal turizm konseptinin sadece Müslüman ülkelerle sınırlı olmadığını, helal turizm paketlerini kullanmanın kendilerine avantaj sağlayacaklarını belirtmişlerdir.

Bayhan ve Keskin (2020), “*Türkiye’de Helal Turizm Gelişiminin Helal Endüstrisi Profesyonelleri ile Değerlendirilmesi: Bir Nitel Araştırma*” adlı çalışmalarında Türkiye’deki helal endüstrisinin profesyoneller aracılığıyla değerlendirilmesini amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda yarı yapılandırılmış mülakat tekniğini kullanmışlardır. Gerçekleştirilen mülakatlar neticesinde helal turizm konseptinin hızlı bir aşama kaydettiğini ancak

helal endüstrisinde çalışan profesyonellerin sunulan ürün ve pazarın çeşitlendirilmesi gerekliliğine olan ihtiyacı vurgulamışlar.

Soylu ve Atay (2020), “*Muhafazakârlık ve Kültürel Açıklığın Helal Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerine Etkisi*” adlı çalışmalarında lisans seviyesinde turizm eğitimi alan öğrencilerin muhafazakârlık ve kültürel açıklık düzeylerinin saptanarak helal turizm alanında kariyer yapma isteklerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesinde eğitim gören 412 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda muhafazakârlığın helal turizm konseptli işletmelerde kariyer yapma niyeti üzerinde olumlu etkisi olduğu ancak kültürel açıklığın helal turizm konseptli işletmelerde kariyer yapma niyeti üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Suhartanto ve diğerleri (2020), “*Tourist Experience in Halal Tourism: What Leads to Loyalty?*” adlı çalışmasında turist sadakatinin deneyim kalitesi, algılanan değer, memnuniyet ve helal deneyim tarafından nasıl belirlendiğini değerlendirmektedir. Bu doğrultuda Endonezya’nın Bandung kentinde Müslüman turistlere tasarlanan hipotezlerin test edilmesi amacıyla anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda helal deneyim, algılanan deneyim kalitesi, algılanan değer ve memnuniyetin helal turist sadakatinin itici güçleri olduğu anlaşılmıştır.

Kıngır ve Kardeş (2017), “*Türkiye’de yükselen bir turizm çeşidi: Helal turizm*” adlı çalışmalarında Türkiye’nin helal turizm açısından potansiyelini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda elde edilen verilerle Türkiye’nin Müslüman bir ülke olmasına karşın diğer ülkelerin gerisinde kaldığı sonucuna ulaşmış ve Türkiye’nin 2023 hedeflerini gerçekleştirmeleri için girişimcilerin helal turizm konusunda yönlendirilmeleri gerektiği, yurt içi ve yurt dışı pazarlama çalışmalarına ağırlık verilmesi gerektiği gibi önerilerde bulunmuşlardır.

Pamukçu ve Arpacı (2016), “*Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Analizi*” adlı çalışmalarında helal otel işletmelerinin web sitelerini değerlendirmişlerdir. Bu amaç doğrultusunda literatürdeki 49 özellik belirlenerek Türkiye’deki 135 helal konseptli otelin web sitelerindeki verilerine ulaşılarak içerik analizi yapılmıştır. Elde edilen veriler tanımlayıcı istatistikler yardımıyla sayısallaştırılmıştır. Bahsedilen 135 otel işletmesinin web sayfaları incelendiğinde telefon numarası, otele ulaşım haritası, otel özellikleri, odalarda sunulan hizmetler, fotoğraflar, restoranlar, e-posta adresleri, yabancı dil desteği ve sosyal medya linkine yönelik hizmetlerin genel olarak sunulduğu ancak helal otel sertifikası, çocuklara ilişkin dini aktivite bilgisi otele yakın destinasyonlardaki dini aktivitelerin bilgisi yer almamaktadır. Ayrıca bay-bayan ayrımı, içki satışı ve kumar faaliyetlerine ilişkin bilgiler %20’lik kısmın web sitesinde yer almadığı anlaşılmıştır. Sonuç olarak ise Türkiye’de helal turizm faaliyetinde bulunan otellerin web sayfalarında yeterli bilgi olmadığı belirlenmiştir.

#### 4. SONUÇ

Müslüman turistlerin sayısının gün geçtikçe artış göstermesi turizm sektörü içerisinde yeni bir pazar bölümünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Müslüman nüfusun sayısının 2 milyar olduğu ve bu rakamın 2030 yılında 2,3 milyar olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda İslam dininin gerekliliklerini yerine getirmek isteyen bireyler için helal turizm kavramının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Helal turizm esasında seyahat sırasında gereksinim duyulan konaklama, yeme içme ve ulaşım gibi faaliyetlerin İslami inanış ve kurallar çerçevesinde şekillendirilmesi olarak nitelendirilmektedir. Helal turizm faaliyetleri helal seyahat, helal transfer, helal finans ve helal eğlence gibi birçok bileşeni içerisinde bulundurmaktadır. Helal konaklama işletmeleri İslami kurallara göre organize edilmiş olan ve asıl amacının geceleme imkânlarının yanında yeme, içme ve eğlence gereksinimlerinin İslami kurallara uygun bir şekilde yerine getirildiği tesisler olarak tanımlanmaktadır (Pamukçu & Arpacı, 2016: 150). Bununla birlikte günümüzde temiz ve sağlıklı gıda tüketme isteği helal gıdalara olan ilginin artmasına yol açmıştır (Baltacı, 2021: 163). Helal kavramı “*Müslüman turizm*”, “*İslami turizm*”, “*Şeriat turizmi*” gibi isimlerle adlandırılmaktadır. Ancak bu terimler farklı olarak değerlendirilmelidir (Hall & Prayag, 2019). Helal turizm faaliyetlerinden bahsedebilmek için; helal sertifikalı otellerin var olması, helal konseptte hizmet eden seyahat acenteleri, helal sertifikaya sahip ulaştırma faaliyetleri gibi Müslümanların isteklerinin karşılanabileceği ürünlerin var olması gerekmektedir. Bu doğrultuda helal konaklama işletmeleri İslam dinince yasaklı olan alkol, domuz eti gibi ürünleri bulundurmamaktadır. Helal konaklama işletmelerinde dikkat edilen diğer önemli hususlar ise erkek ve bayanlar için birtakım hizmetlerin ayrı sunulması ve bireylerin ibadetlerini gerçekleştirmek için gerekli koşulların oluşturulmasıdır (Pavlova, 2011). Ayrıca bu konaklama işletmelerinin TSE, GİMDDES ve helal birliği gibi kuruluşlardan belgelendirme işlemlerini sağlamaları gerekmektedir. Helal turizm anlayışına yönelik Dünya’da alınmış standart bir belge ise henüz bulunmamaktadır (Gök, 2019: 79). Helal turizme ait literatür incelendiğinde Türkiye’nin sahip olduğu tarihi kökenleri, alt yapı hizmetleri, doğal güzellikleriyle helal turizmden pay edinebilme konusunda son derece avantaj sahibi olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye’nin hedef pazarlarını belirlemesi, ürün çeşitlendirmesi yapması, helal turizme yönelik pazarlama çalışmalarına yönelmesi, kaliteli hizmet sunması ve bunları belirli standartlar doğrultusunda sağlamasının rekabet üstünlüğü sağlama konusunda pozitif etki sağlayacağı düşünülmektedir.

Türkiye'nin helal turizmine yönelik yapılan akademik çalışmaların sayısının artırılması, müşteri sadakati ve memnuniyeti oluşturulması önem arz eden konulardandır. Ayrıca helal turizm faaliyetlerinde öncü olan ülkelerdeki gibi bazı destinasyonların tamamen helal turizm hizmeti veren konaklama tesislerine tahsis edilmesi, üniversitelerde helal turizme yönelik eğitimlerin verilmesi, devlet tarafından helal turizm faaliyetinde bulunan işletmelere teşvikler sağlanması ve helal turizmin yaygınlaşması için tanıtım faaliyetlerine yer verilmesi gibi unsurlar dikkate alınırsa Türkiye'nin gelecekte helal turizm pazarından daha fazla gelir elde edeceği düşünülmektedir.

## TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## MENFAAT UYUŞMAZLIĞI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz kaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLARIN KATKILARI

M.B.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.; O.K.: Kavramsallaştırma, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Bu çalışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akpınar, A. (2017). Helal Turizme Katkı Açısından Kur'an Aydınlığında Seyahat, 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi, 07-09.
- Al-Teinaz, Y. R., Spear, S. & Abd El-Rahim, I. H. (2020). *The Halal Food Handbook*. John Wiley & Sons.
- Baltacı, M. (2021). Helal Gıda/ Helal Gastronomi, (Ed. Seda Derinalp Çanakçı). İçinde *Neo Gastronomik Akımlar*, (ss.161-175), Ankara: Nobel Yayınları.
- Battour, M.& Ismail, M. (2015). Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges, and Future. *Tourism Management Perspectives*, 2211-9736 pp.1-5.
- Bayhan, İ., & Keskin, İ. (2020). Türkiye'de Helal Turizm Gelişiminin Helal Endüstrisi Profesyonelleri ile Değerlendirilmesi: Bir Nitel Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1413-1438.
- Diñçer, F. İ., & Bayram, G. E. (2017). İslami Bakış Açısıyla Helâl Turizm. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 26-42.
- Doğan, M. (2011). Türkiye'de İslami Turizm'in Gelişimi: 2002–2009. *Political Economy, Crisis and Development (Politik İktisat, Kriz ve Kalkınma)*, 471-478.
- Duman, T. (2012). The Value of Islamic Tourism: Perspectives From The Turkish Experience. *ICR Journal*, 3(4), 718-739.
- Feizollah, A., Mostafa, M. M., Sulaiman, A., Zakaria, Z., & Firdaus, A. (2021). Exploring Halal Tourism Tweets on Social Media. *Journal of Big Data*, 8(1), 1-18.
- Global Muslim Travel Index (GMTI), (2022). Mastercard -Crescent Rating.
- Gök, C. (2019). Helal Turizm: Helal Konaklama Tesisleri, (Ed. Yüzbaşıoğlu Nedim ve Pınar Çelik Çaylak). İçinde *Helal Turizm (Muhafazakâr Dostu)*, (ss. 69-97), Konya: Eğitim Yayınevi.
- Halalbooking. (2022). <https://tr.halalbooking.com/>
- Hall, C. M., & Prayag, G. (Eds.). (2019). *The Routledge Handbook of Halal Hospitality and Islamic Tourism*. Routledge.
- Hardiyanto, N. (2021). Tourist Experience in Halal Tourism: What Leads To Loyalty?. *Current Issues in Tourism*, 24(14), 1976-1990.
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-Compliant Hotels?. *Tourism & Hospitality Research*, 10(3), 246-255.
- Hezbollah, A.; Mostafa, M., Sulaiman, A., Zakaria, Z. & Firdaus, A. Exploring Halal Tourism Tweets on Social Media. *Journal of Big Data*, 8(72), 1-18.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim World and Its Tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19.
- Kıngır, S., & Kardeş, N. (2017). Türkiye'de Yükselen Bir Turizm Çeşidi: Helal Turizm. *Yönetim, Ekonomi, Edebiyat, İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 2(1), 20-45.
- Michael H., & Prayag G. (2019). Introduction to Halal Hospitality and Islamic Tourism, (Eds. Michael Hall & Girish Prayag), In The Routledge



*Handbook of Halal Hospitality and Islamic Tourism*, (pp.1), New York: Routledge.

- Mokhlis, S. (2009). Relevancy And Measurement of Religiosity in Consumer Behaviour Research. *International Business Research*, 2(3).
- Oflaz, M. (2015). Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Özekici, K. (2017). Helal Turizm, (Ed. Atınç Olcay). İçinde *Alternatif Turizm*, (ss. 1-29). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Pamukçu, H. (2017). Konaklama İşletmelerinde Helal Turizm Standardizasyonu Önerisi, Basılmış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Pamukçu, H., & Arpacı Ö. (2016). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Analizi. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 147-160.
- Pavlova, I. (2011). Bosnia Sees High Promise in Halal Tourism, *Business Source Complete*, 120.
- Rosenberg, P., & Choufany, H. M. (2009). Spiritual Lodging–The Sharia-Compliant Hotel Concept, Dubai: HVS Global Hospitality Services.
- Saad, H., Ali, B., & Abdel-Ati, A. (2014). Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), 1–13.
- Samori, Z., Salleh, N. Z. M., & Khalid, M. M. (2016). Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131-136.
- Soylu, Y., & Atay, L., (2020). Muhafazakârlık ve Kültürel Açıklığın Helal Turizmde Kariyer Yapma İsteği Üzerine Etkisi. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(56).
- Suhartanto, D., Dean, D., Wibisono, N., Astor, Y., Muflih, M., Kartikasari, A., Sutrisno, R., & Hardiyanto, N. (2020). Tourist Experience in Halal Tourism: What Leads to Loyalty ?. *Current Issues in Tourism*, 1-15.
- Tekin, Ö. A. (2014). İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme. *Journal Of International Social Research*, 7(29).
- Tekin, Ö. A., Turhan, A. A., Turhan, E., & Pamukçu, H. (2019). Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı-Ön Sonuç Raporu..

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

In addition to demographic characteristics, religious beliefs are also effective in the purchasing behavior of individuals. Their religious beliefs guide them in different matters such as how to live, what to do, and what to consume. Therefore, religion is one of the social structures that have an impact on individuals and societies (Mokhlis, 2009: 75). The concept of halal tourism has emerged in this direction and refers to the use of accommodation services and products in accordance with the conditions determined by the religion of Islam (Gök, 2019: 72). The increase in interest in halal tourism is probably related to the growth of the Muslim population (Battour & Ismail, 2015: 1). The word halal means acceptable, permissible in Arabic. Within the scope of halal tourism, it is not enough to mention only conservative accommodation establishments suitable for the Islamic faith. The activities related to the concept of halal tourism include halal food and beverage, halal travel agencies, halal transfer/transportation, halal finance, halal entertainment, and halal concept accommodation businesses (Oflaz, 2015: 45). While the number of international Muslim travelers was 160 million in 2019, this figure was interrupted by the epidemic in 2020 and 2021, and this figure is estimated to reach 140 million in 2023 and 160 million again in 2024 (GMTI, 2022).

Muslim tourists consider factors such as the ease of travel opportunities, shopping opportunities, and the existence of accommodation establishments suitable for Islamic conditions when planning their vacation. The halal tourism market, which attracts the attention of many investors, is a market where strategies are developed by countries with a Muslim majority such as Malaysia, Dubai, and Indonesia, as well as countries with a low Muslim population such as Thailand, Singapore, Japan, and the Philippines. Türkiye also works with private sector representatives, universities, and non-governmental organizations in order to get a share of this cake (Pamukçu, 2017: 1).

The aim of this study is to evaluate the halal tourism activities in Türkiye and the world, to guide in terms of future studies, and to make suggestions for the development of halal tourism activities in Türkiye.

### **Method**

In the study, which was planned as a review study, national and international relevant literature was searched and relevant conclusions were made on the subject.

### **Finding**

The gradual increase in the Muslim community in the world population necessitated innovations and changes in many areas. Things that are strictly prohibited in Islam are called haram. Halal, on the other hand, refers to things that are not prohibited but allowed. It is possible to see the concept of halal in every moment of Muslim society. According to Islamic belief, it is necessary to be careful about the dress, business life, relations between women and men, attitude towards children, job sharing, and attitude towards peers. Halal or haram topics can also be seen in finance, vacation, sports, and movies.

The concept of halal tourism among halal issues has recently been among the issues that should be considered by professionals. The most important issue in tourism is how accommodation should be. There is no alcohol in the accommodation, which is called halal accommodation. Attention is paid to issues such as halal food service, the availability of Quran and prayer rugs in every room, the sensitivity of bed and toilet orientation, the employment of Muslim personnel, conservative clothing, and the availability of separate activity facilities for men and women. In addition, it is strictly forbidden to enter the halal accommodation facilities single.

The issue of halal tourism in Türkiye is a subject followed by tourism professionals. Türkiye has some strengths as well as weaknesses in halal tourism. Factors such as four-season tourism, the richness of tourist attractions, proximity to the European and Middle Eastern markets, visa convenience, strengths, the Ministry of Tourism's rejection of halal tourism, lack of government support, high prices, low domestic demand, lack of promotion abroad, in the field of halal tourism Factors such as the scarcity of trained personnel are also weaknesses.

In general, at the world, Malaysia and Indonesia are the leading countries where the Muslim community is concentrated. Türkiye follows these countries, which are at the top by being sensitive about halal tourism. The most important issues in halal tourism are halal food and halal accommodation. The success of countries such as Indonesia and Malaysia in halal tourism is subject to halal certification. However, the concept of halal travel became popular between 2009-2014, and the concepts of halal travel 1.0 between 2014 and 2018 and halal travel 2.0 in 2019 were introduced. The Muslim community is reached by using artificial intelligence, augmented reality and virtual reality technologies. Malaysia, Indonesia, Singapore, and Thailand have given importance to halal certification, Malaysia, United Arab Emirates, and Thailand have determined some places as halal destinations, and countries such as England and Japan have also decided to produce halal food.

## Conclusion

The increase in the number of Muslim tourists has led to the emergence of a new market segment within the tourism sector. It is thought that the Muslim population is 2 billion and this figure will be 2.3 billion in 2030. In this direction, the necessity of the concept of halal tourism has emerged for individuals who want to fulfill the requirements of the Islamic religion. Halal tourism is defined as the shaping of activities such as accommodation, food and beverage, and transportation needed during travel within the framework of Islamic beliefs and rules. Halal tourism activities include many components such as halal travel, halal transfer, halal finance, and halal entertainment. Halal accommodation establishments are defined as establishments that are organized according to Islamic rules and whose main purpose is to provide overnight opportunities, as well as to fulfill their eating, drinking, and entertainment needs in accordance with Islamic rules (Pamukçu & Arpacı, 2016: 150). However, the desire to consume clean and healthy food has led to an increase in interest in halal foods (Baltacı, 2021: 163). The concept of halal is called names such as "*Muslim tourism*", "*Islamic tourism*", and "*Sharia tourism*". However, these terms should be evaluated differently (Hall and Prayag, 2019). In order to talk about halal tourism activities; There should be products that can meet the demands of Muslims, such as halal-certified hotels, travel agencies serving halal concepts, and transportation activities with halal certificates. In this direction, halal accommodation establishments do not have products such as alcohol and pork that are prohibited by the religion of Islam. Other important considerations in halal accommodation establishments are the separate provision of services for men and women and the creation of necessary conditions for individuals to perform their prayers (Pavlova, 2011). In addition, these accommodation businesses are required to obtain certification from organizations such as TSE, GIMDES and halal union. There is not yet a standard document in the world for the concept of halal tourism (Gök, 2019: 79). When the literature on halal tourism is examined, it is understood that Türkiye has an advantage in gaining a share from halal tourism with its historical roots, infrastructure services, and natural beauties. In this direction, it is thought that Türkiye's determination of target markets, product diversification, marketing efforts for halal tourism, providing quality services, and providing these in line with certain standards will have a positive effect on providing competitive advantage.

Increasing the number of academic studies on halal tourism in Türkiye and creating customer loyalty and satisfaction are important issues. In addition, considering the factors such as the allocation of some destinations to accommodation facilities that provide halal tourism services, as in the countries that are pioneers in halal tourism activities, the provision of training on halal tourism at universities, the incentives provided by the government to businesses operating in halal tourism and the promotion activities for the spread of halal tourism. It is thought that in the future, it will generate more income from the halal tourism market.