

# Helal Belgesinin Otel Pazarlamasındaki Yeri\*

İlker KARAOĞLU<sup>1</sup>, Ramazan Pars ŞAHBAZ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Balgat Aliya Yahşi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Ankara, Türkiye

<sup>2</sup> Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, Ankara, Türkiye

## Öz

Bu çalışmada, Türkiye’de son yirmi yılda kendilerini *alternatif turizm*, *alternatif tatil* ya da *helal (İslami) konsept* tanımlamalarıyla pazarda konumlandırmaya çalışan, başlarda *alternatif turizm oteli* veya *tesettür otel* gibi doğruluğu tartışılan sıfatlandırmalarla faaliyet göstermeye başlayan; turizm arzında üst yapı unsuru olarak yeni bir tür olan İslami konaklama işletmeleri için pazarlama karması elamanlarından tutundurmanın bir aracı olarak helal belgesinin kullanılma durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Türkiye’de kıyı turizmine yönelik İslami konaklama işletmesi olarak faaliyet gösterdikleri tespit edilen 51 konaklama işletmesinin, 1– 15 Kasım 2016 tarihleri arasında internet adresleri incelenmiş ve elde edilen veriler neticesinde sadece iki işletmenin helal belgesine sahip olduğu saptanmıştır. Türkiye’de hizmet veren helal belgeli İslami konaklama işletmelerinin tutundurma aracı olarak sahip oldukları helal turizm belgesini kullanmaları; helal turizm pazarındaki konumlarını kuvvetlendirmekle birlikte hem çok daha fazla turistik tüketiciye ulaşmada hem de helal belgesi olmayıp faaliyet gösteren diğer İslami konaklama işletmeleri ile giriştikleri rekabette kendilerine avantaj sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Helal, helal belgesi, helal turizm

## The Place of Halal Certificate in Hotel Marketing

### Abstract

In this study, in the last twenty years in Turkey, it has been tried to determine that accommodations which have attempted to locate themselves in the market as alternative tourism, alternative holiday or halal Islamic concept hotels; those which have started to operate with adjectives, the correctness of which were argued in the beginning, such as alternative tourist hotels or veil hotels; the use of halal document as a means of marketing elements, which is a new type of Islamic accommodations. In this term, the websites of 51 accommodations which have been attempted to operate as Islamic hotels in the coastal tourism in Turkey were examined between November 1 and November 15, 2016 and according to the results of this examination it has been stated that only two hotels has had the halal certificate. It has been concluded that halal certified Islamic accommodations serving in Turkey have reached more tourists, their positions have been stronger and more advantageous in the halal tourism market than the other Islamic accommodations which haven't got the halal certificate.

**Keywords:** Halal, halal certification, halal tourism

<sup>1</sup> Corresponding Author: [ilker\\_karaoglu\\_25@hotmail.com](mailto:ilker_karaoglu_25@hotmail.com)

<sup>2</sup> [pars.sahbaz@hbv.edu.tr](mailto:pars.sahbaz@hbv.edu.tr)

\* Bu makale, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında yazılan “Helal Sertifikasyonunun Otel Pazarlamasındaki Yeri” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Received : 29 November 2021

Accepted: 31 December 2021

## 1. Giriş

Türkiye turizminin “2023 Türkiye Turizm Stratejisi” doğrultusunda belirlediği hedeflere ulaşabilmesi için; turizm sektöründe yapılan çalışmaların mevcut durumlarını ortaya koyan, dünyadaki değişme ve gelişmelere paralel olarak sektörün eksik ya da iyileştirilmesi gereken durumlarını ortaya çıkaran, yeni turizm eğilimlerinin neler olduğunu saptayan yahut neler olabileceğini tahmin eden çeşitli raporlar ve araştırmalar gerekmektedir. Bu doğrultuda yapılan araştırmada; Türkiye’de turizm arzında üst yapı unsuru olarak yeni bir tür olan İslami konaklama işletmeleri için pazarlama karması elamanlarından tutundurma’nın bir aracı olarak helal belgesinin kullanılma durumu tespitinin yapılması amaçlanmıştır.

Tutundurma, işletmenin ürettiği mal veya hizmetlerin varlığından tüketiciyi haberdar eden, işletmenin gelişmesini ve yaşamasını sağlayan bir pazarlama aracıdır (Kozak ve Çuhadar, 2002). Ayrıca tutundurma, işletmelerin rekabetçi piyasa koşullarında ayakta kalabilmesini sağlayan pazarlama karmasının -belki de- en önemli elemanıdır. Tutundurma çabaları, herhangi bir işletmenin ürününün hazır ve/veya potansiyel müşterilere satışını kolaylaştıran, işletmeyle hedef kitleleri arasındaki iletişim faaliyetlerinden oluşur (Mucuk, 2004).

Bu açıdan çalışma; İslami konaklama işletmeleri ile helal belgesi arasındaki ilişkiyi pazarlama çabaları yönünden ortaya koyması adına büyük bir önem taşımaktadır.

## 2. Literatür

Bilim tanımla başlar (Garih, 2000). Bu anlamda bakıldığında oluşan durum *helal*, *helal gıda* ve *helal belgelendirme* ile *helal (İslami) turizm* ve *İslami konaklama işletmeleri* gibi kavramların tanımlanmasını, bir kavramsal çerçevenin oluşturulmasını ve bu çerçeveye bağlı olarak bilgi yığınının ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle, yukarıda bahsi geçen kavramlar hakkında aşağıda kavramsal açıklamalar yapılmıştır.

### 2.1. Helal, Helal Gıda ve Helal Belgesi Kavramları Hakkında Genel Bilgiler

#### **Helal Kavramı.**

*Helal*, Arapça bir kelimedir (Akgündüz, 2012). Ayrıca *helal* kelimesi yaygın olarak Müslümanlara ait olarak bilinmekte ve kullanılmaktadır (Riaz, 2007). Yapılması dinen serbest olan fiile *helal* denir (Demirci, 1998). Daha geniş bir ifadeyle *helal* kavramı Allah’ın kullarına müsaade ettiği her türlü davranış kalıplarını ifade eder (Batman, 2015).

#### **Helal Gıda.**

Helal gıda, İslami kurallara göre tüketilmesine izin verilen gıdadır (Tayar ve Yıbar, 2014). *Uluslararası Gıda Kodeksi Komisyonu* dokümanlarında “Helal Terimi Kullanımı Genel Yönetmeliği” başlığı altında helal gıda ile ilgili şartlar şöyle yer almıştır:

*İslam hukukuna göre yasak olarak kabul edilen bir şeyden oluşmamalı ve böyle bir şey içermemelidir. İslam hukukuna göre yasaklanmış herhangi bir cihaz veya tesis kullanarak hazırlanmış, işlenmiş, taşınmış ya da saklanmış olmamalıdır. Hazırlama, işleme, taşıma veya depolama sırasında yukarıdaki şartları taşımayan herhangi bir gıda ile doğrudan bir temas olmamalıdır. Yukarıdaki şartlar saklı tutulmakla birlikte helal ve helal olmayan gıdalar arasında herhangi bir teması önlemek için gerekli önlemler alınmak şartıyla helal olmayan gıdaların üretildiği aynı binalarda farklı bölüm ve kabinlerde helal gıdalar üretilebilir, işlenebilir veya saklanabilir. Daha önce helal olmayan gıdalar için kullanılmakta olan uygun temizlik şartlarını sağlayan imkânları kullanmak suretiyle helal gıda üretim, işleme, taşıma ve depolama yapılabilir; İslam’ın gereklerine göre de gözlemi yapılır (CODEX, 1997).*

Özetle, helal gıda; çiftlikten çatala ulaşıncaya kadar tümüyle İslami kurallara uygun olarak hazırlanan gıdayı ifade eder. Daha geniş bir açıklamayla helal gıda bitkisel, hayvansal, kimyasal ya da mikrobiyal kaynaklı olsun, gıda ürünlerinin hammadde, işlem yardımcı maddeleri, bileşenleri, katkı maddeleri, işleme metotları, işletme koşulları ve ambalajlarının dahi İslami kurallara uygunluğunun ifadesidir (Yıldırım, 2011). Çalışmanın bu bölümünde helal gıda

bahsine yer verilmesinin sebebi; ilk olarak gayrimüslim bir ülke olan ABD topraklarında İslami kurallara uygun üretilen gıdaların belirlenmesi için *Helal Belgesi*'nin (sertifika) geliştirilmiş olmasıdır. Daha sonra diğer ülkelerde ve pek çok alanda helal belgelendirme çalışmaları başlamıştır (Bayraktar, 2015).

### **Helal Belgelendirme.**

Dünyanın ilk gıda maddeleri ve çevre standartları kanunu 1502 yılında, Osmanlı padişahı II. Beyazıt tarafından çıkarılan *Kanunname-i İktisab-ı Bursa* fermanıdır. Bu fermanla Bursa'da yenilip-içilen, alınıp-satılan her şeyin standardı belirlenmekteydi. Ürünlerin hangi maddelerle, nasıl yapılması gerektiği tespit edilmekteydi. Mesela, bu fermanın ikinci maddesi ekmeklere, üçüncü maddesi alışverişte yapılan usulsüzlüklere, dokuzuncu maddesi tatlılara, on üçüncü maddesi etlere, on beşinci maddesi de lokantalara dair idi. Takip eden süreçte tarihi kaynaklar Osmanlı'da *tahirdir* damgasının kullanılmasından söz etmektedir. Bu belgelendirme uygulamalarının ilki olarak değerlendirilebilir (Bayraktar, 2015).

İnançları gereği helal hassasiyeti olan insanların gerek yaşadıkları coğrafyada gerekse de çeşitli nedenlerle buldukları farklı kültürlerle sahip yerlerde temel ihtiyaçlarını karşılamakta yaşadıkları sıkıntılar helal belgelendirme olgusunu akıllara getirmiştir (Tayar ve Yıbar, 2014). Helal belgelendirme ihtiyacını doğuran en önemli nedenlerden biri de: Küreselleşen dünyada, tüketim malları sadece o ülke içerisinde üretilen ürünler değildir. Bunlar farklı dinlere sahip başka ülkelere de ithal edilebilmektedir. Bu nedenle de Müslümanlar helal ürün arayışına girmiş ve bu konuda bazı standartlara ihtiyaç duymuştur (Batu, 2012). Helal belgelendirme uygulaması ilk olarak 1960'lı yıllarda ABD'de Müslüman uzmanlar tarafından yapılmıştır. ABD'de Müslüman toplumdaki daha az olan Musevi toplumu 1920 yılından itibaren dini kurallarına uygun gıda için *Koşer Belgesi* geliştirmişti. Bu uygulama, Müslüman toplumunun *Helal Belgelendirme* çalışmalarına model olmuştur (Bayraktar, 2015).

Helal belgesi, yetkili kurumlar tarafından bir dizi araştırma ve inceleme sonucunda ilgili ürünlerin İslami kurallara göre uygun olması durumunda verilen bir belgedir (Riaz, 2010). Diğer bir ifadeyle helal belgelendirme; alanında uzman ve tarafsız bir kurumun, söz konusu üretimi denetlemesini, helal standartlara göre üretimin yapıldığını teyit etmesini ve buna bağlı olarak, onaylanmış bir belge vermesini kapsayan bir yöntemdir (Star Gazetesi, 2013).

## **2.2. Turizmde Yeni Bir Pazar Bölümü Olarak Helal (İslami) Turizm ve İslami Kurallara Göre Hizmet Sunan Konaklama İşletmeleri**

Üretim ve tüketimde helal arayışı tüm dünyada sadece gıda ile sınırlı değildir. Bu arayış gıda dışında; kozmetik ürünler, ulaşım ve turizm hizmetleri gibi birçok değişik hizmet alanlarını da kapsamaktadır (Işıklar, 2013). Bu alan genişliğinin temelinde yatan unsur *dindarlık* kavramıdır. Dindarlık, tüketici davranışlarına etki eden en önemli kültürel faktör olarak kabul edilmektedir. Çünkü tüketicilerin dini yaşam tarzları tüketicilerin davranışlarında şekillendirici bir fonksiyona sahiptir (Özdemir ve Yaylı, 2014). Turizm sektörü içerisinde helal turizm olgusunun ortaya çıkmasının nedeni, dünya nüfusunun yaklaşık olarak % 25'ini oluşturan Müslümanların, talep ettikleri turizm hizmetini alırken İslami saydıkları değerlere uygunluğu da gözetmek istemeleridir (Yılmaz ve Güler, 2012). Bu talebe karşılık vermek amacıyla da çeşitli tüketim ürünleri, kalıpları ve hizmetler işletmelerce *helal* ya da diğer adıyla *İslami* olarak etiketlenerek piyasaya sürülmektedir (Echchaibi, 2011).

### **Muhafazakâr Bir Turizm Etkinliği Olarak Helal (İslami) Turizm.**

Muhafazakâr değerlere sahip, potansiyel turistik tüketici kitlesi tarafından *tatil* olgusu olumsuz bir imaja sahiptir. Buna bağlı olarak da turizm, bu kesim tarafından eleştirel bir şekilde yorumlanmıştır. Gösteriş vasıtası, yerel kültürel değerleri yozlaştırıcı ve bozucu yönleriyle değerlendirilen turizm, uzun yıllar muhafazakâr kesim tarafından iktisadi bir etkinlik olarak görmezden gelinmiştir. Tatil ise *çalışmaya ara verilen* ya da *memlekete gidilen* dönem olarak algılanmıştır.

1970'lerin turizme dair bakış açısı yerini, bu kitle için; turizmi iktisadi bir etkinlik, tatili de bir gereksinim olarak gören anlayışa bırakmıştır. (Yılmaz ve Güler, 2012). Ancak muhafazakâr kitlede ortaya çıkan bakış açısındaki anlayış değişikliği, içermeye devam ettiği bazı temel farklılıklar nedeniyle mevcut turizm sektöründe özellikle kısa vadede,

turistlerin beklentilerinden doğan turistik ihtiyaçların karşılanmasına dönük olarak çeşitli yetersizliklerle karşılaşmıştır. Bunlar; en başta muhafazakâr değerlere sahip turistik tüketicilerin inançları gereği konaklama ihtiyacını karşılamaya dönük işletme arzı yokluğu olarak ifade edilebilir.

Netice itibarıyla, dünyada *helal (İslami) turizm* anlayışı bu ihtiyacın ve mevcut sektörel yetersizliğin yansıması olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle Malezya, Türkiye ve Mısır gibi Müslüman ülkelerin yanı sıra, Avustralya, Singapur, Fransa, Japonya, Filipinler, Yeni Zelanda ve Brezilya gibi ülkelerde dini hassasiyeti yüksek olan Müslüman turistlere uygun konaklama hizmeti sunulmaktadır (GIFR, 2013).

### ***İnanç Turizmi ve Helal (İslami) Turizm.***

İnanç turizmi; insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına dini inançlarını gerçekleştirmek, inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011). Literatürde var olan dikkat çekici tanımlamalara baktığımızda ise helal turizm; İslami motivasyona sahip turistlerin İslami ilkelere uygun gerçekleştirmiş olduğu turizm faaliyetidir (Din, 1989). Bunun yanında helal turizm, turistik ihtiyaçların İslami kurallara göre uygun bir şekilde karşılanması anlamını taşımaktadır (Jafari ve Scott, 2014). Ayrıca helal turizm, turizm tanımında geçen konaklamalardan doğan ihtiyacın İslami kural ve inanışlara uygun şekilde karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir (Arpacı ve Batman, 2015). Yapılan bu tanımlamalara bakıldığında turizm türlerinden biri olan inanç turizmi ile helal turizm arasında var olması gereken farklılık vurgulanamamıştır. Bu fark ise, helal turizmin inanç turizmi gibi dini sebeplere dayanmamasıdır. Helal turizm geniş olarak tanımlandığında, İslami hassasiyeti olan turistik tüketicilerin seyahatine konu olan destinasyonun din ile herhangi bir bağlantısının olmasına gerek olmamasıyla beraber; yapılan turistik faaliyetlerin kabul edilen İslami hükümler içerisinde gerçekleştirilmesini ifade eder.

Müslümanların inanç turizmi bağlamında gerçekleştirdikleri seyahatlerde zaten İslam dininin getirdiği emir ve yasaklara seyahatin doğası gereği uyulmaktadır (Yılmaz ve Güler, 2012). Bu gerçekten hareketle helal turizmin inanç turizminden farklılığının vurgulanmasına yönelik tespitler, helal turizmin oluşacak olan kuramsal çerçevesinin doğru yapılabilmesi için hayati bir önem taşımaktadır.

### ***Turizm arzında üst yapı unsuru olarak yeni bir tür: İslami konaklama işletmeleri.***

1980'lerde Türkiye'de turizm yatırımlarının artması ve ülke ekonomisinin dış ülkelere açılmasıyla birlikte, hem ülkeye gelen turist sayısı hem de ülkedeki turistik tesis sayısı artmış ve turizm öncesine oranla önemli bir gelir kaynağı oluşturmuştur. Bu dönemde çeşitli sektörlerdeki girişimleri görülmeye başlayan Anadolu merkezli yatırımcılar turizm piyasası içinde de kendilerine yer açmaya başlamıştır (Yılmaz ve Güler, 2012). 20. yy. sonlarında, Müslüman turistlerin meydana getirdiği turistik talebi karşılamak için turizm arzında üst yapı unsuru olarak yeni bir tür olan İslami kurallara göre hizmet veren konaklama işletmeleri ortaya çıkmıştır. Bu işletmeler ayrıntılı incelendiğinde klasik otel işletmelerinden farklı olarak şu özellikleri taşımaktadır:

- Otele giriş yapan her misafire otelin İslami yapıya sahip olduğu ve konaklama süresince dikkat edilmesi gereken İslami otel konseptini anlatan broşürler verilir ya da gerekli sözlü bilgilendirme yapılır.
- Otele evli olmayan çiftlerin kabulü yapılmaz.
- Başta alkollü içecek olmak üzere helal olarak kabul edilmeyen hiçbir yiyecek ve içecek üretimi, servisi ve satışı yapılmaz. Bu duruma otelin market ve alışveriş merkezi gibi üniteleri dâhildir. Ayrıca misafirin otele dışarıdan bu kapsama giren yiyecek ve içecek getirmesi de yasaktır.
- Yiyecek ve içeceklerin israf edilmeden tüketimi konusunda restoran, cafe ve bar ünitelerinde otel konseptine uygun dille yerleştirilmiş uyarılara yer verilir.
- Otelde bayan ve erkek kullanımına ayrı ayrı tahsis edilmiş havuzlar ve plajlar bulunur.
- Bayan havuzunun ve plajının çevresi dışarıdan görünmeyecek şekilde kapalıdır.

- Otelin ortak kullanım alanlarında mahremiyet şartları yerine getirilir. Örneğin, ortak kullanım alanları olan lobi, restoran, cafe ve bar gibi yerlere çok yakın olmamak kaydıyla erkek açık havuzu konumlandırılır.
- Otelin imkânlarına bağlı olarak hamam, sauna vb. hizmet üniteleri tek ise bayan ve erkek kullanım saatleri olarak ayrı ayrı düzenlenir.
- Otelin bayan bölümlerinde (havuz, plaj, hamam, sauna vb. yerler) bayan personel, erkek bölümlerinde de erkek personel hizmet verir.
- Otelin bayan bölümlerine (havuz, plaj, hamam, sauna vb. yerler) kesinlikle cep telefonu gibi görüntü ve ses kaydedici cihaz sokulması yasaktır.
- Otelin bayan bölümlerine (havuz, plaj, hamam, sauna vb. yerlere) 6 yaş üstü erkek çocukları, erkek bölümlerine de 6 yaş üstü kız çocukları sokulmaz.
- Ezan vakitlerinde otelin dâhili hoparlör sistemiyle ezan yayını yapılır.
- Otel içerisinde bayan ve erkek kullanımına ayrı ayrı tahsis edilmiş mescitler bulunur.
- Otel odalarında Kible'yi gösteren işaret, seccade, tespih ve Kur'an-ı Kerim bulunur.
- Otel odalarında yer alan televizyonlarda müstehcen içerikli kanallar kapatılmıştır.
- Otelde İslami kurallara uygun olmayan hiçbir eşya süs veya dekor amaçlı kullanılmaz.
- Otel tuvaletlerinin Kible'ye dönük olmamasına dikkat edilir.
- Otel bünyesinde organize edilen çeşitli turlar, animasyon etkinlikleri ve müzik yayınları ile otele dışarıdan dâhil edilen etkinlikler İslami kurallara uygun düzenlenir.
- Otelin internet sitesi, broşürü, videosu ve reklamlarında müstehcen içerik yer almaz.
- Otelin market ve alışveriş merkezlerinde müstehcen içerikli gazete ve dergi gibi yazılı-görsel yayınların satışı yapılmaz.

İslami konaklama işletmelerinin yukarıda sayılan tüm bu özellikleri dikkate alınıp tanımı yapıldığında; turistlere konaklama imkânı sağlamanın yanında yeme-içme ve eğlence hizmetlerini sunmak amacıyla ünitelerini İslami kurallara göre oluşturan ve bu oluşturulan ünitelerde üretilen tüm ürün ve hizmetleri İslami kurallara göre sunan işletme olarak tanımlanabilir.

Türkiye'de turizm piyasası içerisinde kendilerine yer açıp, konumlandırma gayretine girişen bu işletmeler, başlarda klasik turizm ve tatil anlayışına bir alternatif olduklarını vurgulamak için *alternatif tatil* ya da *alternatif turizm* sıfatlandırmalarıyla kendilerini tanıtmaya yoluna gitmiştir. Alternatif kelime anlamı olarak; seçilebilecek bir başka yol, yöntem olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2005). Alternatif tatil, İslami konaklama işletmelerinin anlayışı ile *tatil için başka bir yol* olarak yorumlanıp, bağdaşmıştır (Erdoğan, 2014, s.162). Örneğin bu anlayışla hizmet vermeye başlayan Grand Akça Otel'in gazetede yayınladığı bir reklamda işletmeyi *Alternatif Turizmin Yeni Gözdesi* sloganıyla tanıtmıştır. Bir başka örnek olarak, 2011 yılında hizmet vermeye başlayan Adenya Hotel de gazetede yayınladığı bir reklamda *Alternatif Tatilin En Yeni ve Tek Adresi* sloganını kullanmıştır. Bu slogan son olarak, *Alternatif Turizm'de Alternatif Hizmet* ifadesine yerini bırakmıştır (Adenya Hotel, 2016). Ancak literatür taraması yapıldığında alternatif turizm kavramının çok farklı türde turistik etkinliklere yönelik bir kavram olduğu bilinmektedir. Alternatif turizmin hem içeriği çok geniştir hem de genel olarak yapısı helal (İslami) turizm kavramı ile aynı nitelikte değildir (Tekin, 2014). Ayrıca bu sıfatlandırmaların yanında işletmeler, konaklayan bayan turistlerin *haşema* adlı mayolarla havuzu ve plajı kullanmaları nedeniyle *tesettür otel*; evli olmayan çiftlerin kabul edilmemesi nedeniyle de *aile oteli* olarak adlandırılmıştır.

### **Helal belgeli oteller.**

1. Uluslararası İslami Turizm Standartlar Konferansı'nda Caprice Group Yönetim Kurulu Başkanı Fadıl Akgündüz, Türkiye'de İslami usullere uygun ilk otel olan Caprice Palace Didim'i açma fikrinin nasıl doğduğunu şu sözlerle anlattı:

Akgündüz; "1994 yılında ailemle birlikte tatile gitmek üzere yola çıktık. Bayanlar için ayrı havuzu olan bir otel aradık, iki gün gezdik, ancak tatil yapamadan eve geri dönmek zorunda kaldık. Aradan bir yıl geçmişti.

*Satılık bir otelle ilgili teklif geldi. Değerlendirdik ve satın alma kararı verdik. Oteldeki kumarhaneyi kapatıp bir mescit açtık. Alkol servisini kaldırdık. Otelde sunulan ürünlerin helal olmasına dikkat ettik. Bayanlar için ayrı havuz oluşturduk" dedi (Köfteoğlu, 2012).*

Yukarıda da belirtildiği üzere, 1996 yılında Türkiye’de İslami konseptte hizmet sunan ilk konaklama işletmesinin açılması ile başlayan süreçte -Türkiye özelinde- turistik tüketicilerin bu işletmeleri tercih sebepleri; işletmenin sahip olduğu doğal konum ve imkânları ölçüsünde havuz ve/veya plajların bay ve bayanlar için ayrı ayrı düzenlenmiş olması, alkollü içecek ve domuz eti gibi dinen yasak yiyeceklerin servisinin yapılmıyor olmasıyla sınırlıydı.

Helal belgelendirme uygulamalarının tüm dünyada yaygınlaşması sonucu turizm sektöründe özellikle de İslami konaklama işletmelerinin; müşteri talepleri ve uluslararası rekabet sebebiyle helal hizmet belgesi alma başvurularının arttığı gözlemlenmektedir (Işıklar, 2013). Çünkü helal ürünler hakkında tüketici ve üreticilerin bilgi seviyeleri yükseldikçe bu ürünlere olan talepte artmaktadır (Mohani, Haslina & Juliana, 2009). Türkiye’de bu durumun bir yansıması olarak Adenya Hotel, *Dünya Helal Birliği* tarafından Helal Turizm Sertifikası alan ilk İslami konaklama işletmesi olmuştur. 4 Temmuz 2011 tarihi itibarıyla helal belgelendirme faaliyetlerine başlayan *Türk Standartları Enstitüsü [TSE]* tarafından Helal Uygunluk Belgesi verilen, 2007 yılında hizmet vermeye başlayan Bera Alanya Otel ise helal belgesi sahibi bir diğer işletme olmuştur.

### **2.3. Pazarlama Karması Elemanlarından Tutundurmanın Bir Aracı Olarak Helal Belgesi'nin İslami Konaklama İşletmelerince Kullanımı**

Müslüman turistler için ilk on tatil destinasyonu sıralamasında Türkiye Malezya’dan sonra ikinci sırada yer almaktadır (Global Muslim Travel Index [GMTI], 2015). Fakat mevcut helal turizm potansiyeliyle birlikte, başta helal yiyecek-içecek sektörü pazarı olmak üzere tüm helal sektörleri içerisinde pazarlama ve tanıtım eksiklikleri dikkat çekmektedir (Torlak, 2012, s.7). Bu durum; helal ürün üretmesi ya da helal hizmet sunması gereken İslami konaklama işletmeleri için de geçerli bir durumdur. İslami konaklama işletmeleri için bu durumun aşılması adına, başlı başına helal belgesinin pazarlama karması elemanlarından tutundurmanın bir aracı olarak kullanımını akıllara getirmiştir.

Çalışmanın bu kısmında, Türkiye’de kıyı turizmine yönelik hizmet veren İslami konaklama işletmelerinin helal hizmet durumları; *alkolsüzlük, helal gıda üretimi yapma, helal belgeli gıda tercih etme ya da helal turizm belgesi sahibi olma* gibi başlıklar altında analize tabi tutulmuş, bununla birlikte sunduğu turizm hizmetini sıfatlandırmada tercih ettikleri ifadeleri ve varsa kullandıkları marka sloganları da belirlenmiştir. Bu bağlamda İslami konaklama işletmesi olarak faaliyet gösterdikleri tespit edilen 51 konaklama işletmesinin, 1– 15 Kasım 2016 tarihleri arasında internet adresleri incelenmiş ve internet sayfalarındaki bilgiler neticesinde aşağıdaki tabloda yer alan veriler elde edilmiştir.

**Tablo 1:** Türkiye’deki İslami Konaklama İşletmelerinin Helal Hizmet Durumları, Sıfatlandırma İfadeleri ve Marka Sloganları

Sıra No	İslami Konaklama İşletmesinin Adı (Alfabetik Sıra)	Helal Turizm Belgeli	Helal Belgeli Gıda	Helal Gıda	Alkolsüz	İfade Yok	Sıfatlandırma İfadesi ya da *Marka Sloganı
1	1453 Bodrum Resort Hotel		X				Helal Tatil - İslam Tatil
2	Adenya Hotel & Resort	X					<i>Alternatif Turizm’de Alternatif Hizmet</i>
3	Adin Beach Hotel		X				<i>Alternatif Turizm’de Bir İlk</i>
4	Akropol Resort Hotel				X		Alternatif Turizm – <i>Farklı Bir Alternatif</i>
5	Al Bahir Deluxe Otel			X			Helal Aile Oteli – <i>Alternatif Turizmin Yeni Adresi</i>
6	Alya Villa Butik Otel		X				İslami Otel
7	Angel’s Marmaris Hotel				X		Alkolsüz Otel - Aile Oteli
8	Atlas Beach Hotel		X				<i>Muhafazakâr Konseptin Ekonomik Adresi</i>
9	Azra Resort Hotel			X			<i>Muhafazakâr Tatilin Adresi</i>
10	Bera Alanya Otel	X					<i>Alternatifsiz Tatil Cenneti</i>
11	Beyza Hotel		X				Tesettür Otel
12	Blu Çırağan Bodrum Halal Resort & Spa		X				Muhafazakâr Tatil – Tesettür Tatil
13	Caprice Termal Palace					X	İslami Otel
14	Club Ecrin Hotel			X			<i>Helal Konsept – İslami Otel</i>
15	Club Familia Hotel			X			Helal Turizm – <i>Alternatif Turizm’in Bir İncisi</i>
16	Club Hotel Asya				X		<i>Alternatif Tatilin Merkezi</i>
17	Club Hotel Karaburun		X				İslami Otel

18	Elizan Suit Otel				X		Tesettür Otel - İslami Otel
19	Elvin Delüxe Otel		X				<i>Helal Tatilin Yeni Adresi</i>
20	Evra Boutique Halal Hotel			X			Helal Konsept
20	Grand Akça Otel			X			<i>Alternatif Turizmin Gözdesi - İslami Otel</i>
21	Grand Çınar Hotel			X			<i>Alternatif Tatilin Yeni Adresi ve Gözdesi</i>
22	Green Anatolia Hotel				X		Her Şey Dâhil Helal Hotel
23	Hotel Beyt (Burç Club)				X		Muhafazakâr Konsept
24	Hotel Mavi Deniz		X				İslami Otel
25	İnanç Hotel			X			Tesettür Otel – Muhafazakâr Konsept
26	İonia Otel			X			-
27	Katrancı Park Hotel		X				Helal Konsept
28	Mahidevran Otel				X		Alkolsüz Otel - İslami Otel
29	Meltem Tatil Köyü					X	<i>Muhafazakâr Tatilin Adresi</i>
30	Miyel Beach Hotel			X			İslami Otel
31	Modern Saraylar Hotel		X				Tesettür Otel – Muhafazakâr Konsept
32	Nehir Apart Otel				X		Muhafazakâr Otel
33	Ottoman Family Hotel & Spa				X		Alkolsüz Aile Oteli – Alternatif Turizm Oteli
34	Papatya Otel			X			İslami Otel – <i>Alternatif Tatil Keyfiniz</i>
35	Pine Club Boutique & Spa				X		Helal Otel
36	Rizom Tatil Köyü				X		Alternatif Turizm
37	Rosemina Bodrum Hotel				X		Alternatif Turizm
38	Sahh İnn Paradise Tatil Köyü					X	<i>Alternatif Turizm'in Mimarı –</i> Aile Oteli
39	Saklıköy Evleri Tatil Köyü				X		Aile Oteli



40	Selçuklu Tatil Köyü		X			İslami Tatil Köyü
41	Selge Beach Resort & Spa				X	<i>Akdeniz'deki Alternatifiniz</i>
42	Side Hisar Deluxe Hotel		X			Alkolsüz Aile Oteli
43	Silver Pine Hotel				X	Muhafazakâr Otel
44	Sky Tower Hotel			X		Helal Turizm
45	Sultan Beach Hotel				X	İslami Otel
46	Tac'ün Nisa Konaklı Otel			X		İslami Otel - Muhafazakâr Tatil
47	Tac'ün Nisa Resort Otel				X	Muhafazakâr Otel – Alternatif Tatil
48	Tuğra Suit Hotel				X	<i>Alternatif Turizm'de</i> <i>Alternatifsiz Tatil</i>
49	View Bodrum Turgutreis Hotel			X		İslami Hotel
50	Wome Deluxe Hotel				X	Aile Oteli
51	Zehra Hotel				X	Tesettür Otel - İslami Otel

Türkiye’de kıyı turizmine yönelik hizmet veren İslami konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğu işletmelerini *helal (İslami) otel* ifadesi başta olmak üzere; *alternatif turizm oteli*, *alkolsüz aile oteli*, *muhafazakâr otel* ve *tesettür otel* benzeri ifadelerle sıfatlandırmaktadır. Yukarıda *Turizm Arzında Yeni Bir Tür: İslami Konaklama İşletmeleri* başlığı altında bahse konu olan *alternatif turizm* ve *tesettür otel* ifadelerinin; işletmelerin kendilerini sıfatlandırmada yanlış bir tercih seçmiş olduklarına dair yapılan durum tespitine rağmen hâlâ varlığını devam ettirdiğini görmek mümkündür. Bu durum işletmelerin imaj ve tutundurma faaliyetlerinde çok önemli bir yeri olan *marka sloganı* tercihlerine daha şiddetli bir biçimde yansımış durumdadır. Bu işletmelerin büyük bir kısmı hazırlamış oldukları marka sloganlarında; *alternatif tatil*, *alternatif hizmet* ve *alternatif turizm* ifadelerini sıkça tercih etmiştir. Bunun yanında birçok işletmenin sunduğu turizm hizmeti ile birlikte işletmelerini sıfatlandırmada ve oluşturdukları marka sloganlarında *helal (İslami)* ifadesini tercih etmiş olmaları, doğru bir ifade olan *helal (İslami) turizm* ifadesinin Türkiye’deki kıyı turizmine yönelik hizmet sunan helal (İslami) konaklama sektöründe yer ettiğinin ve işletmelerce kabul görüldüğünün bir kanıtıdır.

Türkiye’deki İslami konaklama işletmelerinin helal hizmet durumlarına bakıldığında ise, ilk olarak karşımıza *alkolsüzlük* vurgusu çıkmaktadır. Alkollü yiyecek-içecek üretimi ve sunumu yapılmaması bu işletmelerin varlık sebeplerinden biridir. Yapılan incelemeler neticesinde tabloda *ifade yok* başlığı altında yer alan 5 işletme dışında hemen hepsinde alkolsüzlük vurgusuna rastlamak mümkündür. Alkolsüzlük vurgusu yapmayan bu 5 işletme, internet sayfalarında helal (İslami) konaklama işletmesi olduklarını vurgulayan ifadeler kullanmasına karşılık, *alkolsüzlük* vurgusuna yer vermemiştir. Bu duruma, internet sayfalarında helal (İslami) konaklama işletmesi olduklarını vurgulayan ifadelerin varlığının neden olduğunu söylenebilir. Alkolsüzlük vurgusunun yanında, *helal gıda* başlığı altında tabloda yer alan 14 işletme ise ürettikleri gıda ürünlerinin İslami kurallar çerçevesinde hazırlanıp sunulduğunu vurgulamıştır. Bu vurgulamadan anlaşıldığı üzere, 14 işletmenin satın aldıkları ürünlerin helal belgeli gıdalar olmadığı ancak işletmedeki gıdaların helal (İslami) şartlara uygun olarak satın alındığı ve sonrasında bu şartlara uygun üretim yapıp sundukları tespit edilmiştir. Bunun yanında ifade belirtmeyen, alkolsüzlük vurgusu yapan ve

gıdalarının helal olduğunu vurgulayan işletmelerden başka 13 konaklama işletmesi *helal belgeli gıda* başlığı altında tabloda yer almıştır. Bu işletmeler, gıdaları satın aldıkları tüm firmaların helal belgesine sahip olduğunu internet sayfalarında belirtmiştir. Bununla da kalmayıp, bu durumu tutundurmanın bir aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Örneğin, Modern Saraylar Otel *Helal Sertifikalı Gıdalar İle Ağızınıza Sağlık Tatil* sloganıyla kampanya afişi hazırlamış ve internet sayfasında yayınlamıştır. Tabloda yer alan son başlık ise *helal turizm belgeli* konaklama işletmesi başlığıdır ki, bu başlık altında Türkiye’de sadece 2 İslami konaklama işletmesi yer almaktadır. Bu işletmeler diğer İslami konaklama işletmelerinden farklı olarak satın aldıkları tüm ürünlerin helal belgesi sahibi olmasının yanında; sahip oldukları helal turizm belgesi gereği, yukarıda *Turizm Arzında Yeni Bir Tür: İslami Konaklama İşletmeleri* başlığı altında özellikleri maddeler halinde sıralanan İslami otel şartlarını eksiksiz bir şekilde taşımaktadır ve yetkili kuruluşlar tarafından rutin kontrol ve denetimlere tabi tutulmaktadır.

Türkiye’nin ilk helal turizm belgeli konaklama işletmesi konumunda olan Adenya Hotel, pazarlama karması elemanlarından tutundurmanın bir aracı olarak helal turizm belgesini kullanmış ve yayınlamış olduğu gazete reklamında *siz değerli misafirlerimize sunduğumuz güler yüzlü hizmetin kalitesi ve güvenilirliği, Dünya Helal Birliği tarafından Helal Turizm Sertifikası ile taçlandırıldı* ifadesiyle bunu vurgulamıştır. Ayrıca aynı turizm sezonu içerisinde yayınlamış olduğu bir diğer gazete reklamında ise *Türkiye’nin ilk helal turizm sertifikalı oteli* ifadesiyle, sahip oldukları helal turizm belgesi tam anlamıyla tutundurmanın bir aracı olarak kullanılmıştır. Takip eden süreçte yayınlamış oldukları gazete reklamlarında da aynı ifade belirgin bir biçimde yer almıştır. Bunun yanı sıra bu vurgu sadece gazete reklamlarında kalmayıp; işletmenin internet sayfasında helal turizm belgesi yayınlamış, kampanya tanıtım afişlerinde helal logosu yer almış ve tutundurmanın bir aracı olarak kullanılmıştır. Son olarak, otelcilik sektöründe bir hizmet türü olarak yer alan ultra her şey dâhil sistemi, bu işletme tarafından geliştirilip *Helal Ultra Her Şey Dâhil (Helal UAI)* adıyla diğer İslami konaklama işletmelerine rekabet sağlamada ve daha fazla Müslüman turiste ulaşmada avantaj sağlaması için helal turizm belgesini kullanılmaya devam etmiştir (Yeni Şafak, 2016).

Türkiye’de hizmet veren bir diğer helal turizm belgeli konaklama işletmesi olan Bera Alanya Hotel de helal turizm belgesini tutundurma aracı olarak kullanma yoluna gitmiş ve bunun vurgusunu da *Türkiye’nin ilk TSE Helal Belgeli Oteli* olduklarını belirterek yapmışlardır. Konu oldukları haberlerde bu vurgulamanın varlığına rastlamak mümkündür (İhlas Haber Ajansı [İHA], 2013). Bununla birlikte işletmenin internet sayfasında ve kampanya tanıtım afişlerinin içeriğinde de bu vurgu yer almış ve tutundurmanın bir aracı olarak helal belgesi kullanmıştır.

### 3. Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de hizmet veren helal belgeli iki İslami konaklama işletmesinin de tutundurma aracı olarak sahip oldukları helal turizm belgesini kullanmaları; helal turizm pazarındaki konumlarını kuvvetlendirmekle birlikte hem daha fazla turistik tüketiciye ulaşmada hem de helal belgesi olmayıp faaliyet gösteren diğer İslami konaklama işletmeleri ile giriştikleri rekabette kendilerine avantaj sağlayacaktır. Çünkü Malezya’da yapılan bir araştırmada helal belgesine sahip ürünlerin daha fazla sayıda Müslüman tüketiciye ulaşmada avantaj sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır (Haslenna, Zuraini, Normala, ve Kamaruzaman, 2013). Bu nedenle tüketicilerin dini yaşam tarzlarının helal sertifikalı ürün tercihinde etkili olması; işletmenin ya da ürünlerinin tanıtımına yönelik reklam ve duyurularda dini hassasiyeti olan tüketicilere dair tanıtım faaliyetlerinde bulunmalarını zorunlu kılmaktadır (Özdemir ve Yaylı, 2014).

Uluslararası gelişmelere ve dünya çapındaki eğilimlere karşı durmanın ülkemize zarardan ve vakit kaybından başka bir şey getirmediği tecrübelerle sabittir (Tayar, 2013). Gelişmekte olan ülkeler arasında bulunan Türkiye’de döviz girdisinin sağlanması için ihracatın artırılmasının yanı sıra bacasız sanayi olarak da adlandırılan turizm sektörünün geliştirilmesi de gerekmektedir (Yılmaz ve Güler, 2012). 2023 Türkiye Turizm Stratejisi’nde Türkiye turizminin hareketlenmesi ve gelişmesi için alternatifler üretilmesi gerektiği üzerinde durulmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Turizm sektöründe yeni bir pazar bölümü olarak yer edinen helal (İslami) turizm sektörü; Türkiye için yerli ve yabancı pazarlar boyutunda ciddi bir turistik seçenek olma potansiyeli taşımaktadır.

Turizm sektöründe helal belgesinin tanıtımı ve yaygınlaştırılması için devletin bir takım teşvik tedbirleri alması gerekmektedir (Zailani, Fernando ve Mohamed, 2010). Bu ifadeden hareketle, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın

katkısı ve teşviki ile yerli ve yabancı turistlere yönelik helal belgesi sahibi İslami konaklama işletmelerinin hem sayısı artırılabilir hem de tanıtımı daha iyi şekilde yapılabilir (Özdemir ve Yaylı, 2014). Dünya turizm pazarında hatırı sayılır bir konuma sahip olan Türkiye diğer turistik faaliyet çeşitliliklerinde olduğu gibi helal (İslami) turizm faaliyetlerinde de etkin ve öncü olmalı. Bu olgu politik tartışma unsuru yapılmaksızın Türkiye turizmini şekillendiren kamu ve özel sektör çıkarları doğrultusunda değerlendirilmelidir.

## Kaynakça

- Adenya Hotel & Resort. (2016). Kurumsal tanıtım, <http://www.adenyahotels.com.tr/kurumsal> , adresinden alındı.
- Akgündüz, A. (2012). Helal gıda meselesi: Avrupa’da helal gıda problemleri ve çözüm yolları, *İhracat İçin Helal Sertifikası Sempozyumu Bildirileri* (s.1-14). Balıkesir.
- Arpacı, Ö. & Batman, O. (2015). Helal konseptli otel işletmelerinin yüksek ve düşük sezonda algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati ve müşteri değeri üzerine etkisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi (SOİD)*, 12(3), 73-86.
- Batman, O. (2015). Helal turizm, *Zafer Bilim-Araştırma ve Kültür-Sanat Dergisi*, 39(465), 50-51.
- Batu, A. (2012). Helal (mahsursuz) gıda belgelendirmesindeki sorunlar ve çözüm önerileri, *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 7(2), 60-75.
- Bayraktar, K. (2015). *Helal gıda pazarı*, Birinci Baskı, Bursa: Başarı Dergisi Yayınları.
- CODEX (1997). General guidelines for use of the term halal, <http://www.codexalimentarius.org/standards/list-of-standards> , adresinden alındı.
- Demirci, K. (1998). Helal, *İslam Ansiklopedisi* (cilt:17, s.173-175). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Din, K.H. (1989). Islam and tourism: Patterns, issues and options, *Annals of Tourism Research*, 16(4), 542-563.
- Echchaibi, N. (2011). Mecca cola and burqinis: Muslim consumption and religion identities. İçinde G. Lynch and J. Mitchell (Ed.), *Religion media and culture: A Reader* (ss. 1-10). New York&London: Routledge.
- Erdoğan, M.G. (2014). Turizm reklamlarında yaşam tarzlarının inşası: Gösterge bilimsel çözümleme, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Garih, Ü. (2000). İşadamı gözüyle yönetim, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 35(1), 7-15.
- GIFR (Global Islamic Finance Report). (2013). Global Halal Industry: An Overview, [http://www.gifr.net/gifr2013/ch\\_13.PDF](http://www.gifr.net/gifr2013/ch_13.PDF) , adresinden alındı.
- Global Muslim Travel Index [GMTI]. (2015). The top 10 OIC destinations of GMTI 2015, <http://www.crescentaring.com/travel-index-ranking.html> , adresinden alındı.
- Haslenna, H., Zuraini, M. I., Normala, A. & Kamaruzaman, J., (2013). Purchasing decisions among muslim consumers of processed halal food products, *Journal of Food Products Marketing*, 19(1), 54-61.
- İşılar, B. (2013). Helal kozmetik ve iyi üretim uygulamaları, *Standart: Ekonomik ve Teknik Dergi*, 52(611), 92-93.
- İhlas Haber Ajansı [İHA]. (2013). Türkiye’nin ilk helal uygunluk belgesi Bera Alanya otele, <http://www.ih.com.tr/haber-turkiyenin-ilk-helal-uygunluk-belgesi-bera-alanya-otele-324926/> , adresinden alındı.
- Jafari, J. & Scott. N. (2014). Muslim world and its tourisms, *Annals of Tourism Research*, 44(1), 1-19.
- Kozak, N. & Çuhadar, M. (2002). Antalya ili sınırları içinde faaliyet göstermekte olan otel işletmelerinde internet ortamında tutundurma karma elemanlarının kullanılmasını ölçmeye yönelik bir araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 84-94.
- Köfteoğlu, F. (2012). Helal Turizm’in Sponsoru: Jet Fadıl. <http://turizmgazetesi.com/news.aspx?Id=68687> , adresinden alındı.
- Mohani, A., Haslina, H. & Juliana, J. (2009). SME’S and halal certification, *China-USA Business Review*, 8(4). 22-29.
- Mucuk, İ. (2004). *Pazarlama İlkeleri*, On Dördüncü Baskı, İstanbul: Türkmen Kitapevi Yayınları.
- Özdemir, H. & Yaylı, A. (2014). Tüketicilerin helal sertifikalı ürün tercihleri üzerine bir araştırma İstanbul ili örneği, *Türk İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 183-202.
- Riaz, M. N. (2007). Halal production for the cereal industry and the halal certification process, *Cereal Foods World*, 52(4), 192-195.
- Riaz, M.N. (2010). Fundamentals of halal foods and certification, [http://www.preparedfoods.com/Articles/Feature\\_Article/BNP\\_GUID\\_9-5-2006\\_A\\_1000000000000734431](http://www.preparedfoods.com/Articles/Feature_Article/BNP_GUID_9-5-2006_A_1000000000000734431) , adresinden alındı.
- Star Gazetesi. (2013). 200 Milyar dolarlık helal gıda ürünleri pazarı iştah kabartıyor, <http://haber.stargazete.com/ekonomi/200-milyar-dolarlik-helal-gida-urunleri-pazari-istah-kabartiyor/haber-806871> , adresinden alındı.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). Türkiye turizm stratejisi: 2023 ve Türkiye turizm stratejisi eylem planı 2007-2013, *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları*, No:3083, Ankara.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2011). İnanç turizmi, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-19410/inanc-turizmi.html> , adresinden alındı.
- Tayar, M. & Yıbar, A. (2014). Gıda güvenliği belgelendirme ve helal gıda sistemi, *Ordu Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü Gıda Güvenliği Dergisi*, 8(22), 16-21.
- Tayar, M. (2013). Helal gıda ve helal sertifika, *Standart: Ekonomik ve Teknik Dergi*, 52(611), 38-47.
- Tekin, Ö. (2014). İslami turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki genel durum üzerine bir inceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 750-766.
- Torlak, Ö. (2012). İslam ülkeleri arasında helal ürün pazarlama potansiyeli, problemleri ve çözüm önerileri, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1-10.
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (2005). Alternatif, [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_karsilik&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5823a47b59a873.85282088](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_karsilik&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5823a47b59a873.85282088) , adresinden alındı.
- Yeni Şafak Gazetesi. (2016). Adenya'nın yeni konsepti ultra her şey dahil, <http://www.yenisafak.com/ekonomi/adenyanin-yeni-konsepti-ultra-hersey-dahil-2461033> , adresinden alındı.
- Yıldırım, B. (2011). Helal gıda nedir?, <http://www.gidagundemi.com/hel%C3%A21-gida-makale,17.html> , adresinden alındı.
- Yılmaz, L. & Güler, M.E. (2012). Türkiye'de muhafazakâr değerler bağlamında turizm ve tatil algısındaki değişme, *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildirileri* (s. 367-378). Antalya.
- Zailani, S., Fernando, Y. & Mohamed, A. (2010). Location, star and international chain associated with the hoteliers intention for not applying the halal logo certification, *European Journal of Social Sciences*, 16(3), 401-408.