

OTELLERDEKİ HELAL TURİZM UYGULAMALARINDA OTEL YÖNETİM SİSTEMLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

A Qualitative Research on the Usability of Hotel Management Systems in Halal Tourism Applications in Hotels

Doç. Dr. Yusuf YILMAZ

Akdeniz Üniversitesi,

yusufyilmaz@akdeniz.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-4593-9666

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah AKGÜN

Akdeniz Üniversitesi,

akgun@akdeniz.edu.tr

Orcid ID: 0000-0001-9949-1417

Öğr. Gör. Hasan KINAY

Akdeniz Üniversitesi,

kinay@akdeniz.edu.tr

Orcid ID: 0000-0003-0931-8122

Öz

Helal oteller yalnızca helal yiyecek ve içecek sunumuyla sınırlı değil, aynı zamanda otel içerisindeki diğer hizmetlerin de İslami kurallara uygun bir şekilde müşteriye sunulduğu işletmelerdir. Otel yönetim sistemleri de bir misafirin bir konaklama tesisini ziyareti ile ilgili her türlü işlemin yapılması konusunda yardımcı olmaktadır. Bu çalışmada helal turizm hizmeti veren otel işletmelerinde otel yönetim sistemlerinin helal turizm uygulamalarında kullanılabilir olup olmadığının belirlenmesini amaçlanmıştır. Bu doğrultuda önce piyasaya hâkim 5 otel yönetim sistemi yetkilisiyle, daha sonra da helal turizm hizmeti veren 13 otel yöneticisiyle birebir görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonucunda otel yönetim sistemleri yetkililerinden alınan bilgilerde otel yönetim sistemlerindeki mevcut birçok özelliğin ve eklenebilecek bazı özelliklerin helal turizm çerçevesinde kullanılabilmesi, otel yönetim sistemlerinin bu yetenek ve özelliklere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan helal turizm hizmeti veren otel yetkililerinin büyük bir çoğunluğu ise kullandıkları otel yönetim sistemlerinin helal turizm kapsamında kullanabilecekleri özelliklere sahip olmadığını belirtmişlerdir.

Anahtar kelimeler: Helal Turizm, Otel Yönetim Sistemleri, Helal Otel.

Abstract

Halal hotels are not only limited to offering halal food and drink, but also businesses where other services within the hotel are offered to the customer in accordance with Islamic rules. Hotel management systems help to make any transactions related to a guest visiting an accommodation facility. This study aimed to determine whether hotel management systems are used for halal tourism applications in hotel businesses that provide halal tourism services. Accordingly, one-to-one meetings were held with 5 hotel management system officials who dominated the market, and then 13 hotel managers who provided halal tourism services. As a result of the research, it has been revealed that in the information received from the hotel management systems officials, many features in the hotel management systems and some features that can be added can be used within the framework of halal tourism, and the hotel management systems have these capabilities and features. On the other hand, the majority of hotel officials providing halal tourism services stated that the hotel management systems which they use do not have the features that they can use within the scope of halal tourism.

Key words: Halal Tourism, Hotel Management Systems, Halal Hotel.

Giriş

Dünyada hızla gelişen ve büyüyen sektörlerden biri olan turizm, dünyadaki en dinamik ve en büyük sektörlerden birisi olarak değerlendirilmektedir. Dünya Turizm Örgütü verilerine (UNWTO, 2019) göre 2018 yılında 1,4 milyar kişi turizm faaliyetlerine katılmış, 1,7 trilyon \$ turizm geliri elde edilmiştir. Uluslararası turizm gelirleri 2018'de dünyadaki hizmet ihracatı toplamının %29'u ve dünyadaki toplam mal ve hizmet ihracatının %7'si olarak gerçekleşmiştir. Yine aynı verilere göre, turizm 2017 yılı itibariyle, otomotiv ürünleri ve gıda ürünlerinin önünde yer alarak, kimyasal maddeler ve petrol ürünlerinden sonra, dünyanın en büyük üçüncü ihracat kategorisi olmuştur. Bu yönüyle turizm dünyanın en önde gelen sektörlerinden biri durumundadır ve dünya ekonomisinin ayrılmaz bir parçası olmuştur.

Kendini sürekli yenileyen sektörlerden biri olan turizmde müşteri profili de değişmekte ve bununla birlikte farklı turizm çeşitlerine olan ihtiyaç günden güne sürekli olarak artmaktadır (Lordkipanidze vd., 2005). Günümüzde turizm sektörü, kitlesel pazarlamadan uzaklaşarak daha özel müşterileri hedefleyen gelişmiş pazar bölümlendirme yaklaşımlarını tercih etmeye başlamıştır (El-Gohary, 2016: 125). Turistlerin turizmden beklentilerin değişmesi, dünya görüşlerindeki değişimler ve dini hassasiyetlerdeki artış, turistleri turizm alanında yeni arayışlara yöneltmiştir (Hacıoğlu vd., 2017: 637).

Toplumların kültürlerinin oluşumunda en önemli etkenlerden biri dindir (Stanciulescu ve Tirca, 2010). Kültürün kilit unsurlarından biri olan din, tüketici davranışları ve satın alma davranışları üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir (Salha vd., 2017; Assadi, 2003; Delener, 1994; Mokhlis, 2006; Babakus vd., 2004; Cornwell vd., 2005; Essoo ve Dibb, 2004: 684; Pettinger vd., 2004; Soesilowati, 2010: 153). Dinin bireyleri yönlendirdiği konulardan biri de tüketim tercihleridir (Dinçer ve Bayram, 2017: 27). Tüketiciler ürün satın alırken dini inançlarının etkisi altında kalarak karar verebilmektedirler (Kurtoğlu

ve Çiçek, 2013:181). Dinin dünyadaki bütün toplumların nüfus politikaları, ticaret, siyaset, konut, yerleşim mimarisi ve beslenme şekilleri gibi unsurlar üzerinde etkisi olduğu ortaya konmuştur (Özleyen ve Tepeci, 2017: 622). Ayrıca dinin etkisini gösterdiği bir alan da turizmdir (Cohen, 1998; Kessler, 2015). Din insanları seyahate iten güçlü bir motivasyon kaynağıdır. Ayrıca dini kurallar, bireyler için seyahat motivasyonu olmasının yanı sıra turistlerin ürün tercihleri, otel seçimleri, destinasyon tercihleri, gezi programları üzerinde de etkiye sahip olduğu çeşitli araştırmalarda ortaya konmuştur (Cohen, 1998; Kartal vd., 2015; Weidenfeld ve Ron, 2008; Arasteh ve Eilami, 2011; Elghuzawany, 2019; Collins ve Tisdell, 2002).

İslam dini, mensubu olan kişi sayısı açısından Hıristiyanlık dininden sonra dünyanın ikinci büyük dinidir (Temizkan vd., 2017: 479; Pew Research Center, 2017). Pew Araştırma Merkezi'ne göre (Pew Research Center, 2015), 2010 yılında dünya nüfusunun %31,4'ü olan 2,17 milyar kişilik Hıristiyan nüfusun, 2050 yılında 2,92 milyar kişiye ulaşacağı, ancak bu yükselişin oransal olarak %31,4'lük oranı değiştirmeyeceği tahmin edilmektedir. Diğer taraftan 2010 yılında dünya nüfusunun %23,2'si olan 1,6 milyar kişilik Müslüman nüfusun, 2050'de 2,76 milyar kişiyle dünya nüfusunun %29,7'lik bir oranına karşılık geleceği tahmin edilmektedir. 2050 yılı tahmini MasterCard ve Crescent Rating tarafından hazırlanan 2018 yılı raporundaki 2.8 milyar Müslüman sayısı tahminiyle de örtüşmektedir (Global Muslim Travel Index, 2018). Pew Araştırma Merkezi'nin başka bir raporunda (Pew Research Center, 2017), 2060 yılında dünyadaki toplam nüfusun 9.6 milyar kişiye ulaşacağı, Hıristiyan nüfusun dünyadaki toplam nüfusun %32'sine karşılık gelerek 3.05 milyar kişi olacağı, Müslüman nüfusun ise %31'lik oranla 2.99 milyar kişiye ulaşacağı öngörülmektedir. Bu da dünyadaki Müslüman ve Hıristiyan kişi sayılarının hemen hemen eşit büyüklüğe ulaşacağını göstermektedir. Müslümanların önümüzdeki yıllarda dünyanın en hızlı artış gösteren büyük dini grup olacağı tahmin edilmektedir. 2010-2015 döneminde, Müslüman bebek doğumları dünya çapında doğan tüm bebeklerin yaklaşık % 31'ini oluşturmuştur (Pew Research Center, 2017).

MasterCard ve Crescent Rating tarafından hazırlanan seyahat raporlarında (Global Muslim Travel Index, 2016; 2017; 2018; 2019), küresel seyahat endüstrisinde Müslüman seyahat pazarı en hızlı büyüyen pazar bölümlerinden birini oluşturmaktadır. 2015 yılında 117 milyon, 2016 yılında 121 milyon, 2017 yılında 131 milyon, 2018 yılında 140 milyon Müslümanın uluslararası seyahate çıktığı, bunun 2020 yılında 156 milyon ve 2026 yılında da 230 milyona çıkacağı tahmin edilmektedir. Müslüman gezginlerin seyahat harcamalarının 2020 yılında 220 milyar \$, 2026 yılında da 300 milyar \$ olması beklenmektedir. Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'daki 2. ve 3. nesil Müslümanların oldukça eğitimli olmaları ve profesyonel iş hayatı içinde önemli yerlere gelmeleri, Müslüman tüketicilerin harcanabilir gelirini arttırmaktadır.

Helal turizm 11 yeni turizm trendlerinden birisi olarak ifade edilmektedir (Tanrıseven vd., 2016: 60). Helal turizm, dünyada en hızlı büyüyen ve en fazla pazar payına sahip turizm türlerinden birisi olarak görülmektedir (Battour ve Ismail, 2014; Oktadiana vd., 2016). Müslümanların, seyahatlerinin yanı sıra dini görevlerini de İslami değerler çerçevesinde yerine getirebildikleri, İslami prensiplere uygun turizm faaliyetlerini içeren helâl turizm (Özdemir, 2015), yeni bir turizm çeşidi olarak dikkat çekmektedir.

Son yıllarda, yüksek dini hassasiyete sahip Müslümanlar için helâl ürün, hizmet ve süreçlere ilişkin olarak dünyada gelişen bir algı ve talep görölmektedir. Helâl ürün ve hizmet talep eden bireylerin en yoğun olarak talepte buldukları alanın turizm endüstrisi olduğı görölmektedir (Pelit ve Nas, 2017: 831-832).

İslami kesimde yaşanan ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik gelişmeler ile birlikte sınırların ortadan kalkması ve yaşam kalitesinin yükselmesi sonucu İslami değerlere bağılı tüketicilere yönelik ortaya çıkan helâl turizm gündemine önem kazanarak, tüm dünyada hızla yükselen bir turizm çeşidi haline gelmiştir (Oflaz, 2015). Müslümanların gelir seviyesinin artması ve seyahat etme istekleri, onların beklentilerini karşılayacak turistik ürün ve hizmetlerin sunulmasını zorunlu kılmıştır (Zulkharnain ve Jamal, 2012:338). Aynı zamanda Müslüman tüketicilerin dini hassasiyet düzeylerinin artması, orta sınıfın gelir seviyesinin yükselmesi ve özellikle eğitim seviyesi yüksek gençlerin “İslami çağdaş bir yaşam” sürdürme eğiliminde olması helâl ürünlere olan talebin de artmasına zemin hazırlamıştır (GIFR, 2013:141). MasterCard ve Crescent Rating tarafından hazırlanan seyahat raporunda (Global Muslim Travel Index, 2017), nüfusunun büyük kısmı Müslüman olan ölkelerde orta sınıfta sürekli bir artış söz konusudur. Önceki nesle ve ailelerine göre yetişkin genç Müslüman nüfusu, daha zengin ve eğitilmiş olup, başta teknoloji, seyahate katılma ve lüks tüketim gibi Batı tarzı tüketim alışkanlıkları izlese de İslami kurallara bağılı yaşamaktadır (Tepeci, 2017: 589).

Müslüman turistlerin giderek farklı bölgelere seyahat etmesi turistik destinasyonların Müslümanların bu taleplerini karşılayarak gelişim göstermesini sağlamıştır (Razzaq vd., 2016). Müslüman seyahat pazarının büyümesindeki artışla birlikte, daha fazla işletme ve destinasyon, ürünlerini ve hizmetlerini uyarlayarak Müslüman turistlerin ihtiyaçlarına hizmet etmek için turizm sektörüne girmektedirler. Bu Müslüman dostu hizmetlerin artması, Müslümanların dünyayı dolaşması için daha fazla fırsat yaratmaktadır (Global Muslim Travel Index, 2017). Malezya, Türkiye ve Mısır gibi Müslüman ölkelerin yanında, Avustralya, Singapur, Fransa, Japonya, Filipinler, Yeni Zelanda ve Brezilya gibi ölkeler de dini hassasiyeti yüksek olan Müslüman turistlere uygun konaklama hizmeti sunulmaktadır (GIFR, 2013: 147; Battour ve Ismail, 2016: 151; Mohsin vd., 2016: 140).

Müslüman dostu seyahat hizmetlerinin artan mevcudiyetine ek olarak, Müslüman nüfusun kendisinin ve genç Müslüman gezginlerin sayısının artışı da Müslüman seyahat talebini yönlendiren bir diğçer önemli faktör olmuştur (Global Muslim Travel Index, 2017). Abdullah (2010: 25), Arap dünyası nüfusunun % 70'inin 25 yaşın altında olduğunu, Avrupa ve Kuzey Amerika'da Müslüman nüfusun üçte ikisinin 30 yaş altında olduğunu belirtmiştir.

Crescent Rating tarafından hazırlanan bir seyahat raporunda (Crescent Rating, 2018), Dünyada Müslüman nüfusun % 60'ından fazlası 30 yaşın altındadır. Bu genç ve teknolojik açıdan bilgili Müslüman Millennials (Gen Y olarak da bilinen 2000'li yıllarda genç olanlar), seyahat planlama araştırmalarından uçuş ve konaklama rezervasyonlarına kadar seyahatlerinin neredeyse tamamını seyahat öncesi çevrimiçi (online) olarak satın almaktadırlar.

Gelişen teknolojinin sunduğu imkanlar, tüketicilerin ürünü ya da hizmeti tercih etme kararı vermelerinde önemli ölçüde etkiye sahiptir. Gelişen teknoloji sayesinde tüketiciler bilgiye daha kolay ulaşabilmekte, satın alma düşüncesinde olduğu ürün veya hizmetler hakkında detaylı bilgiye sahip olabilmekte ve deneyim sahibi kullanıcıların yaptıkları yorumlara bakarak alternatifleri daha hızlı değerlendirebilmektedir. Bu da tüketicilerin karar verme süreçlerini hızlandırmakta ve bu sayede tüketiciler kendilerine en uygun ürün veya hizmeti tercih edebilmektedirler (Akyürek ve Akdu, 2017). MasterCard ve Crescent Rating tarafından hazırlanan seyahat raporunda (Global Muslim Travel Index, 2019), mevcut hizmetlerin yeni teknolojilerle geliştirilmeye çalışıldığı ve otel sektörü ile daha iyi servis entegrasyonu sağlayarak yeni hizmetlerin hedeflendiği belirtilmektedir.

Turizm, enformasyona büyük ölçüde bağımlıdır ve enformasyon teknolojilerinin yeni girişimleri ve fırsatları tetiklemek, arz ve talep arasındaki ilişkiyi optimize etmek ve kaynakların daha verimli ve dengeli bir yönetimini sağlayan yeni kalkınma modellerini teşvik etmek için kullanılabilceği bir sektördür (Yılmaz vd., 2019: 387). Otel yönetim sistemleri, araştırmacılar tarafından oteller için tek ve en önemli enformasyon teknolojisi uygulaması olarak kabul edilmektedir (Pucciani ve Murphy, 2011: 101). Oteller için hayati öneme sahip bu sistemler hemen hemen her otelde bulunmaktadır (Walker ve Walker, 2014).

Bu çalışmanın amacı, helal turizm hizmeti veren otel işletmelerinde otel yönetim sistemlerinin helal turizm uygulamalarında kullanılabilir olup olmadığının belirlenmesini içermektedir. Bu amaçla önce piyasaya hâkim 5 otel yönetim sistemi yetkilisiyle, daha sonra da helal turizm hizmeti veren 13 otel yöneticisiyle birebir görüşmeler yapılmıştır. Çalışma, otel yönetim sistemlerinin, dini hassasiyetleri yüksek turistlerin hassasiyetlerine uygun hizmet almalarını sağlayıp sağlayamayacağını tespiti açısından önem taşımaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Helal Turizm

Helal ve haram kavramları İslam dini inancının bir gereği olarak Müslümanların hayatlarına yerleşen kavramlardır ve Müslümanların yaşam biçimlerine, davranışlarına, tüketim tercihlerine önemli ölçüde etki etmektedir (Dinçer ve Bayram, 2017: 27). Son yıllarda Müslümanların dini inançlarına uygun helal ürün ve hizmetlerle ilgili farkındalıkları (Battour vd., 2016) ve hassasiyetleri (Jafari ve Scott, 2014) artış göstermiştir.

Türk Dil Kurumu'na göre helal, "dinin kurallarına aykırı olmayan, dini bakımdan yasaklanmamış olan, haram karşıtı, kurallara ve geleneklere uygun" anlamlarına gelmektedir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2019). Allah'ın yasakladığı her türlü davranış kalıpları haram; müsaade ettiği her şey helal anlamına gelir (Batman, 2015). Helal kavramı Müslümanların herhangi bir şeyi kullanmasında, yiyip-içmesinde ve faydalanmasında bir sakınca olmadığını ifade eder (Battour ve Ismail, 2016). Bu bağlamda helal kavramı, yalnızca yiyecek ve içeceklerin İslami kurallara uygun olduğunu anlatmak için kullanılan bir kavram değil, Müslümanların tüm yaşam alanlarında etkiye sahip olan önemli bir kavramdır (Pamukçu, 2017: 30). Helal kavramı

genellikle İslam dinine uygun, İslam'a göre yasak olmayan ya da İslam dinine aykırı bulunmayan ve meşru, izin verilen (müsaade edilen) şeyler anlamına gelmektedir (Jallad, 2008: 79; Bonne ve Verbeke, 2008: 38; Al-Qaradawi, 2010: 19; Khalek, 2014: 27; Bozorgaghideh ve Beegam, 2015: 43; Islam ve Kärkkäinen, 2013: 8; akt. Nasibov vd., 2017: 70).

Helal kavramının tanımlarından hareketle helal turizmin bir turizm çeşidi değil, turizmin bütün çeşitlerinin helal anlayışla yapılmasını ifade ettiği söylenebilir (Boğan vd., 2016: 1427; Akyürek ve Akdu, 2017: 945). Dinçer ve Bayram'a göre (2017: 31), turizm sistemi içinde değerlendirildiğinde; helâl turizm kavramı bir ürün ya da hizmet olmaktan ziyade bir yaklaşım biçimini veya kapsamlı bir bakış açısını yansıtmaktadır. Turistlerin turizmden beklentilerinin değişmesi, dünya görüşlerindeki değişmeler ve dini hassasiyetlerdeki artış, turistleri turizm alanında yeni arayışlara yöneltmiştir (Oflaz, 2015). Helal turizm de özellikle dini hassasiyetleri artış gösteren Müslüman turistlerin bu hassasiyetlerine uygun turizm arayışlarından ortaya çıkmıştır.

Helal turizmle ilgili literatürde çok sayıda tanım mevcuttur (Bkz. Dinçer ve Bayram, 2017: 31). Bazı helal turizm tanımları aşağıdaki gibidir:

- Helal turizm; helal gıda, helal havayolu ve helal otel gibi turistik ürün ve aktiviteleri bünyesinde barındıran çatı kavramdır (Mansouri, 2014: 20).
- Helal turizm, turistik ürün ve hizmetlerin dini öğretiler çerçevesinde Müslüman turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaıdır (Mohsin vd., 2016:138).
- Helal turizm, turizm sektöründe Müslümanlar tarafından kullanılmasında ya da faydalanılmasında İslami öğretilere göre yasak olmayan herhangi bir faaliyet, eylem ya da nesnedir (Battour ve Ismail, 2016: 151).
- Helal turizm, bütün turizm hizmetlerinde genel mal ve hizmet tüketimi sunuş süreçlerinin İslami esaslara uygun olarak gerçekleştirildiği turizm çeşididir (Carboni, vd., 2014; Jafari ve Scott, 2014; Arpacı ve Batman, 2015).
- İslami inançlarına uygun hareket etmeye çalışan Müslüman turistlerin farklı amaçlarla katıldığı turizm faaliyetleridir (Henderson, 2009).

Literatürde yer alan helal turizm ile ilgili tanımların ortak noktası, tüm turizm faaliyetlerinin (konaklama, istihdam, ulaşım ve taşımacılık, yeme-içme gibi) planlanması ya da gerçekleştirilmesi sürecinde dini ilkelere uygunluğun ve bireylerin dini hassasiyetlerinin göz önünde bulundurulmasıdır (Din,1989; Battour ve İsmail, 2016; Duman, 2011; Mohsin vd.,2016; GIFR, 2013; akt. Nasibov vd., 2017: 70-71).

Son yıllarda gerek dünyada gerekse Türkiye'de dini hassasiyetleri yüksek turistlerin taleplerini karşılamak amacıyla çok sayıda helal otel olarak nitelendirilen konaklama işletmeleri kurulmuştur (Şahingöz ve Gönülgül, 2017: 431). Saad vd.'ne göre (2014: 1) helâl otel, İslam kurallarına uygun İslami hizmet sunan işletmedir. Buyruk ve Aydemir'e göre (2019: 402) helal oteller, asıl fonksiyonu misafirlerin geceleme ihtiyacını karşılamak olan, İslami kurallara göre tasarlanmış, yeme-içme, spor, dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarını helal prensipler çerçevesinde misafirlerine sunan konaklama işletmeleri olarak adlandırılmaktadır. Kılıç vd.'ne göre (2017: 727) helal oteller, İslami inanca ve kurallara göre tatil yapmak isteyenler için ortaya çıkmış ve İslami kurallara göre tasarlanmış, asıl fonksiyonu geceleme ihtiyacını sağlamak olan ve bu hizmetin

yanında yeme, iç me ve eğlen me ihtiyaçlarını İslami kural ve inançlara uygun biçimde bünyesinde bulunduran tesislerdir. Başka bir tanıma göre helâl otel, İslami şartlara uygun bir şekilde müşterilerine olanaklar, destek hizmetleri ve yiyecekler sunan işletmeler olarak tanımlanmaktadır (Razalli vd., 2013: 316). Bu tanımlardan hareketle helal oteller yalnızca helal yiyecek ve içecek sunumuyla sınırlı değil, aynı zamanda otel içerisindeki diğ er hizmetlerin de İslami kurallara uygun bir şekilde müşteriye sunulduğu işletmelerdir (Kamarulzaman vd., 2012; Omar vd., 2013). Helal oteller genel anlamda diğ er standart otellere benzemekle birlikte helal otellerdeki operasyonel özelliklerin İslamiyet'teki helal anlayışa uygun olarak oluşturulması yönünden farklılaşmaktadır (Razalli vd., 2012).

Günümüzde uluslararası seviyede faaliyet gösteren ve birçok ülkenin belgelendirme kuruluşlarının üyesi olduğu helal belgelendirme kuruluşları bulunmaktadır. Bu durum, dünya genelinde ve Türkiye'de helal otel belgelendirilmesi ile ilgili genel olarak kabul gören tek bir belgelendirme standardının olmadığını göstermektedir (Akbaba ve Çavuşoğlu, 2017: 51). Günümüzde uluslararası düzeyde faaliyet gösteren belgelendirme kuruluşlarından en bilinenleri Dünya Helal Konseyi (World Halal Council, WHC), Dünya Helal Gıda Konseyi (World Halal Food Council, WHFC), Uluslararası Helal Bütünlük İttifakı (International Halal Integrity Alliance, IHI) (Köseoğlu, 2014: 10) ve İslam Ülkeleri Standardizasyon ve Metroloji Enstitüsü (SMIIC) kuruluşlarıdır. Ülkemizde Dünya Helal Konseyine üye olarak faaliyet gösteren Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalama Araştırmaları Derneđi (GİMDES) de helal otel sertifikası almak isteyen işletmeler için standartlar belirlemiştir. Türkiye'de helal otel sertifikası veren bir diğ er kurum ise İslam Ülkeleri Standardizasyon ve Metroloji Enstitüsü (SMIIC) akreditasyonuna sahip olan ADL Belge ve Danışmanlık Hizmetleri'dir. Bu kurum, Malezya merkezli bir kurum olan SMIIC tarafından belirlenen helâl otel standartlarını kullanarak belgelendirme işlemini gerçekleştirmektedir (Akbaba ve Çavuşoğlu, 2017).

1.2. Otel Yönetim Sistemleri

Daha önceleri verilen hizmete odaklanan turistler, günümüzde hizmete ek olarak işletmelerin teknolojiyi ne kadar kullandıkları ile de ilgilenmeye başlamışlardır. Turistler, turizm şirketlerinin değer zincirinin bir parçası olarak modern teknolojileri aktif olarak kullanmalarını beklemektedirler. Zamanla turistlerin beklentileri sadece turizm hizmetlerinin en iyi şekilde verilmesiyle yetinmeyip, işletmelerin son teknolojiyi kullanıp kullanmamalarını da kapsamaya başlamıştır (Bach vd., 2013: 26).

Aktif olarak kullanılan teknolojik sistemlerden birisi de enformasyon sistemleridir. Enformasyon sistemleri, örgütün koordinasyon, kontrol, analiz, karar verme gibi fonksiyonlarını desteklemek için enformasyonun toplanması, işlenmesi, depolanması ve dağıtılması için çalışan, birbirleri ile ilişkili unsurlar olarak tanımlanmaktadır (Çizel, 2005: 46). İşletmeler de iş süreçlerinin verimliliğini artırmak, yönetimin karar vermesini desteklemek ve üretkenliği artırmak amacıyla enformasyon teknolojilerine yatırımlarını kademeli olarak artırmışlardır (Yılmaz vd., 2019). Konaklama işletmeleri, çalışanların verimliliğini ve etkinliğini artırmak ve ayrıca müşteri memnuniyetini artırmak için enformasyon teknolojilerine yoğun bir şekilde güvenmektedir (Kim vd., 2008: 500).

Pucciani ve Murphy (2011: 101) Otel Yönetim Sistemlerinin çoğu otel için kilit bir teknoloji olduğunu belirtmiştir. Otel yönetim sistemlerini otomatikleştirilmiş konaklama enformasyon sistemleri olarak adlandıran Kasavana'ya göre (2011: 6) Otel Yönetim Sistemleri bileşenleri çok değişebiliyor olmasına rağmen, Otel Yönetim Sistemleri terimi genel olarak otelin ön büro ve arka bürolarında kullanılan programları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu sistemler, gelir yönetimi, rezervasyon yönetimi, oda ve ücret tahsisi, kayıt (check-in ve out) yönetimi, misafir muhasebe işlemleri, misafir hesap (folio) yönetimi, hesap mutabakatı ve oda durumu yönetimi gibi öncelikli fonksiyonlara sahiptir.

Bir otel yönetim sistemi bir misafirin bir konaklama tesisini ziyareti ile ilgili her türlü işlemin yapılması konusunda yardımcı olmaktadır.

2. Yöntem

Çalışma, nitel araştırmalarda olgubilim desenine göre düzenlenmiştir. Bu desen, farkında olduğumuz ancak derinlemesine bilgi sahibi olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Bize tümüyle yabancı olmayan aynı zamanda da tam olarak kavrayamadığımız olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için olgubilim (fenomenoloji) uygun bir araştırma zemini oluşturmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 72).

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, araştırılan olay ve olguları araştırma yapılan kişilerin bakış açılarıyla inceleyen bir yöntemdir (Ekiz, 2009). Bu araştırmada nitel araştırma yönteminin tercih edilmesinin sebebi, doğal ortama duyarlılık, araştırmacının katılımcı rolü, bütüncül yaklaşım, algıların ortaya konması, araştırma deseninde esneklik ve tümevarımcı analiz gibi özelliklere sahip olmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 41).

Araştırmada veri toplama aracı olarak görüşme tekniği seçilmiştir. Görüşme tekniği, deneyimler, tutumlar, düşünceler, niyetler, yorumlar, zihinsel algılar ve tepkiler gibi gözlenemeyen süreçleri anlamayı ve sorulan sorulara karşı tarafın rahat, dürüst ve doğru bir şekilde cevap vermesini sağladığı için seçilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 120). Görüşme tekniği geçmiş yaşantılar, duygular ve düşünceler gibi gözlenemeyen özellikler hakkında bilgi edinmek için oldukça kullanışlı bir araçtır (Glesne, 2015).

Araştırmada nitel araştırmalarda amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi olarak, göreceli olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmak amaçlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 108). Maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemine uygun olarak otel yönetim sistemleri yazılım firmalarının yetkilileri ve Antalya'da helal turizm hizmeti veren otellerin yetkilileri çalışma grubu olarak örneklem kapsamında seçilmiştir.

Araştırmanın çalışma grubu olarak iki grup yer almaktadır. Birinci grup otel yönetim sistemleri yazılım firmalarının yetkilileridir. Bu kapsamda Antalya'da faaliyet gösteren otel yönetim sistemi yazılımı yapan 5 farklı firmanın yöneticileri ile görüşülmüştür. İkinci grup ise Antalya'da helal turizm hizmeti veren otellerin yetkililerinden

oluşmaktadır. Bu doğrultuda Antalya ili sınırları içerisinde helal turizm hizmeti veren 13 (onüç) konaklama işletmesine ulaşılmıştır. Bu araştırmada yarı yapılandırılmış soru formu ile veriler elde edilmiştir. Nitel görüşmelerde, görüşmecinin kendi fikirlerini görüşülene benimsetmemesi amacıyla yapılandırılmış soru formundan ziyade yarı yapılandırılmış veya yapılandırılmamış formlar kullanılmaktadır (Mil, 2007: 21). Yarı yapılandırılmış görüşme, görüşmeyi yapan kişinin kaba hatlarıyla bir yol haritasına sahip olduğu durumlarda cevaplayıcının ilgi ve bilgisine göre bir genel çerçeve içerisinde farklı sorular sorarak konunun değişik boyutlarını ortaya çıkarmaya çalıştığı durumlarda kullanılmaktadır (Coşkun vd., 2015: 94).

Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Betimsel analizde, elde edilen veriler daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 224). Betimsel analizde amaç, elde edilen verilerin mantıklı bir sıraya koyularak, sınıflandırmalar yoluyla yorumlanması, sonuçlara ulaşılması ve araştırmacı yorumların ışığında gelecekle ilgili tahminlerde bulunarak ham haldeki verilerin okuyucuların anlayabileceği bir şekle sokulması anlamına gelmektedir (Coşkun vd., 2015: 324).

3. Bulgular

Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular 2 başlık altında değerlendirilmiştir.

3.1. Yazılım Firmaları ile Görüşme

Otelde yapılan her türlü operasyonun takibinin yapıldığı otel yönetim sistemlerinin helal turizm uygulamalarına ne kadar uygun oldukları ya da olmadıklarının tespiti için Antalya’da faaliyet gösteren otel yönetim sistemi yazılımı sektörüne hakim 5 farklı firmanın yöneticileri ile görüşülmüştür. Görüşmede ADL (2019) ve GİMDES’in (2019) helal otel sertifikası almak isteyen otellerden istedikleri kriterlerin otel yönetim sistemi ile yapılıp yapılamayacağı kendilerine sorulmuştur. Görüşülen yöneticilere ve çalıştıkları yazılım firmalarına ait demografik veriler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Görüşülen Otel Yönetim Sistemleri Yazılım Firmaları ve Çalışma Alanları

OYS Firması	Kullanılan Tesis Adedi	Firma Yaşı	Çalışma Alanı
OYS1	120	25	Otel Yönetim Sistemleri
OYS2	1500	46	Otel Yönetim Sistemleri
OYS3	3500	25	Otel Yönetim Sistemleri
OYS4	2000	30	Otel Yönetim Sistemleri
OYS5	176	17	Otel Yönetim Sistemleri

Tablo 1’de görüldüğü gibi görüşülen 5 otel yönetim sistemi firması da 15 yıldan fazla süredir faaliyet göstermektedir. Bunlarda OYS2 firması 46 yıllık geçmişiyle ilk sıradadır. Onu 30 yıl ile OYS4 firması izlemektedir. Görüşülenler içinde piyasadaki en yeni firma 17 yıl ile OYS5 firmasıdır. Bu otel yönetim sistemlerini kullanan otel sayısı bakımından OYS3 firmasının programı 3500’ün üzerinde otelde kullanılmaktadır. Onu 2000’in

üzerinde otelle OYS4 firması takip etmektedir. Görüldüğü gibi görüşülen 5 otel yönetim sistemi firması piyasanın büyük bir çoğunluğ una hakim durumdadır.

Görüşülen otel yönetim sistemleri yazılım firmalarının hepsi helal otel uygulamalarının otel yönetim sistemi önbüro ve yiyecek içecek programları bünyesinde takip edilebileceğini ifade etmişlerdir. Bazı uygulamalar için mevcut yazılımların aynen kullanılabilmesi, bazı uygulamalar için yazılımlara ek özelliklerin eklenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca helal turizmin bazı uygulamalarının daha etkin kontrolü için otel yönetim sistemi ile entegre çalışan mobil bir uygulamanın otel bünyesinde kullanılması gerektiği katılımcılar tarafından önerilmektedir. Paket programlar sektöre yönelik yazılmakta, ama mobil otel uygulamasının sadece tek bir otelin kullanımına özel olması gerekmektedir. Tek bir otel kullanımı için yazılan bir uygulama istenildiği takdirde diğ er oteller için de küçük değ işiklikler yapılarak kullanılabilir. Uygulama genel anlamda önbüro ve yiyecek içecek departmanları işlemlerinin yapılması amacıyla kullanılacağı için paket programda olan birçok özelliğ in, çalışanlar yerine misafirlerin kullanımı amacıyla uygulamada da olması kaçınılmaz olacaktır. Dolayısıyla katılımcıların uygulama için önerdikleri bazı işlemler paket programlar için de yapılabilecektir. Hatta bu işlemlerden birçoğ u mevcut otel yönetim sistemi paket programlarında kullanılmaktadır. Katılımcıların otel yönetim sistemleri bünyesinde takip edilebileceğini belirttikleri helal turizm uygulamaları ve işlev önerileri özet olarak Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Otel Yönetim Sistemleri Bünyesinde Takip Edilebilecek Helal Turizm Uygulamaları

Departman	Uygulama	İşlevi
Önbüro	<i>Medeni Hal Takibi</i>	Evli olmayanların aynı odada kalmamaları için evlilik ve cinsiyet takibi
	<i>Bilgilendirme Servisi</i>	Helal turizm ve ortak kullanım alanlarında dikkat edilmesi gerekenler ile ilgili misafirlere bilgi verilmesi
	<i>Şikâyet ve İstek Yönetimi</i>	Müşteri şikâyet ve isteklerinin alınması, gereğinin yapılması ve misafirlere geri dönüşün takip edilmesi
	<i>Oruç Takibi</i>	Ramazanda oruç tutanların veya tutmayanların/tutamayanların yiyecek ve içecek ihtiyaçlarının giderilmesi
Kat Hizmetleri	<i>Oda Temizliği Takibi</i>	Odanın temizliğinin ve temizleyecek çalışanların takibi
	<i>Temizlik Malzemesi Takibi</i>	Temizlik malzemelerinin stok takibi, helallik takibi
	<i>Odada Kalanların Takibi</i>	Önbüro kayıtları ile kat hizmetleri personelinin tespitinin karşılaştırılması
Yiyecek ve İçecek	<i>Satın Alma</i>	Satın alınan tüm ürünler için helal kontrolü
	<i>Üretim</i>	Stok ve ardından üretim süreçlerinin (reçete vb.) takibi
	<i>Servis</i>	Servisin ve servis yapılan alanların helal kontrolü

	<i>Temizlik</i>	Servis alanının ve bulaşıkların yine helal malzemeler ile temizlenmesi gerekmektedir
Mobil Otel Uygulaması	Misafirlerin otel ile ilgili tüm işlemlerinin takibi için kullanabilecekleri mobil bir uygulama	
	<i>Bilgilendirme Servisi</i>	Helal turizm kapsamında misafirlerin bilmesi gereken her konuda bilgi verilmesi (namaz, iftar saatleri vb.)
	<i>Şikâyet / İstek Yönetimi</i>	Müşteri şikâyet ve isteklerinin alınması, gereğinin yapılması ve misafirlere geri dönüşün takip edilmesi
	<i>Cinsiyet Tespiti</i>	Bay ve bayanların aynı ortamda olmamaları gerektiği durumlarda kullanılmak üzere
	<i>Kalabalık Tespiti</i>	Check In (otele giriş kayıt işlemleri) Uygulaması Oteldeki belli yerlerde/ restoran- Yüzme Havuzu vb.
	<i>Yayın Kontrolü</i>	Yayınlara Kontrolü
	<i>Namaz Vakitleri</i>	Uygulama ile namaz vakitlerinin alarm ya da yazılı metin olarak bildirilmesi
	<i>Oruç Takibi</i>	Ramazanda oruç tutanların veya tutmayanların/tutamayanların yiyecek ve içecek ihtiyaçlarının giderilmesi (sahur, iftar vakitleri vb.)
	<i>Kiblenin Tespiti</i>	Misafirlerin oda dışındaki alanlarda kibleyi takip edebilmelerini sağlamak

OYS1 firmasından görüşülen yetkili, “kendi program yazılımcılarımız da tatil için helal turizm konseptli otelleri tercih etmelerine rağmen ne kendilerinden ne de otel yöneticilerinden bu konuların takibinin yapılması hususunda bir istek gelmedi” ifadesinde bulunmuştur. OYS4 yetkilisi ise, otel yöneticilerinin kendilerinden bir talepte bulunmadıklarını, hatta maliyetleri arttıracak korkusuyla kaçındıklarını belirtmiştir. Helal otel yetkililerinin bu tavrı konusunda “ben şunları yapabiliriz dediğim zaman, aldığım ilk tepki, ‘Kendine para kazandıracak yer arıyorsun’ şeklinde olmakta. Otel yöneticileri istedikleri her özelliğin yazılım maliyetlerini arttıracakını bildikleri için istemiyorlar. Otel yönetim sistemi yazılım firmaları da otel yöneticilerinin istemedikleri bir özelliğin programlarına rekabet avantajı katmayacağı için ek özellik yazılımlarını yazmıyorlar. Sonuçta da sistemler tarafından daha verimli bir şekilde kontrolü yapılacak uygulamalar ya yapılmıyor ya da elle (manuel) olarak yapılmaya çalışıyor” demiştir.

Otel yöneticilerinin helal turizm uygulamalarının otel yönetim sistemleri ile yapılması ile ilgili görüşlerinin tespitine ön hazırlık için burada söz edilen uygulamaları nasıl takip ettikleri konusunda otel yönetim sistemleri yetkilileri ile görüşmeler yapılmıştır. Kendilerinden alınan bilgiler aşağıda verilmiştir.

3.1.1. Önbüro Uygulamaları

3.1.1.1. Medeni Hal Takibi

Mevcut önbüro programlarında misafirler ile ilgili cinsiyet ve aile bilgileri kayıt altına alınabilmektedir. Helal turizm kapsamında evlilik durumu ile ilgili bilginin kaydı için bir alan ve gerekirse evlilik cüzdanının taranıp saklanabilmesi için bir ekran açılabilir. Check-in (otele giriş kayıt işlemleri) esnasında 1. derece yakın akraba olmayan kadın ve erkeğin aynı odada kalmasına izin verilmez. Medeni halin tespiti için sadece resmi evraklara bakılır.

3.1.1.2. Bilgilendirme Servisi

Helal turizm kapsamında otele giriş yapan her misafire otelin İslami alt yapıyı kullanmakta olduğu ve dikkat edilmesi gereken İslami Otel konseptini anlatan broşür verilmekte veya gerekli bilgilendirme yapılmaktadır. En azından her odada otel kuralları formu bulunmaktadır. Bu broşür ve formlar daha da fazla görsel ve video ile zenginleştirilerek elektronik ortamda misafirlere ulaştırılabilir. Ayrıca bir uygulama geliştirilip mobil telefonlar ile desteklenebilir.

3.1.1.3. Şikâyet ve İstek Yönetimi

Mevcut yazılımlarda müşteri görüşlerinin takibini sağlayan uygulamalar mevcuttur. Bu uygulamalar neredeyse hiçbir değişiklik yapılmadan helal turizm kapsamında kullanılabilir.

3.1.1.4. Oruç Takibi

Misafirlerin pansiyon durumlarına göre, Ramazan ayında oruç tutan veya tutmayan/tutamayan hasta ve yaşlıların yiyecek-ıçecek ihtiyaçlarının giderilmesi için düzenlemeler yapılabilir. Oruç tutmayanlar için yeterince yemek hazırlığı yapılması ve uygun bir ortamda yemek yemeleri sağlanabilir.

3.1.2. Kat Hizmetleri Uygulamaları

3.1.2.1. Oda Temizliği Takibi

Mevcut otel yönetim sistemlerinde odaların temizliğinin yapılması ve oda durumlarının önbüro ile paylaşılması konusunda uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulamalar helal turizm kapsamında olduğu gibi kullanılabilir. Helal turizm kapsamında ayrıca odalara verilen temizlik elemanlarının odada konaklayanların cinsiyetleri ile uyumlu olmasını sağlamak adına temizlik elemanı ataması bölümüne personelin cinsiyeti de eklenebilir.

3.1.2.2. Temizlik Malzemesi Takibi

Mevcut otel yönetim sistemlerinde odaların temizliğinin yapılması ve oda durumlarının önbüro ile paylaşılması konusunda uygulamalar bulunmaktadır. Ancak odaların hangi

malzeme ile temizlendiğinin takibi yapılmamaktadır. Helal turizm kapsamında odaların her çıkış işleminin ardından hangi malzemelerle ne şekilde temizlendiğinin takibi için paket yazılımlara ek alanların eklenmesi gerekmektedir.

3.1.2.3. Odada Kalanların Takibi

Mevcut otel yönetim sistemlerinde odalarda konaklayan misafirler ile önbüroda konakladığı gözükten misafirlerin takibi yapılmaktadır. Bu uygulamaya helal turizm kapsamına uygun olmayan / olan konaklamaların takibi de eklenebilir.

3.1.3. Yiyecek ve İçecek Uygulamaları

3.1.3.1. Satın Alma

Mevcut yiyecek içecek programlarında otelde kullanılacak gıdaların ve ham maddenin takibi yapılmaktadır. Helal turizm kapsamında alınan tüm malzemelerin helal sertifikasına sahip olması gerekmektedir. Bunun kontrolü için ürün kartlarına ürünün helal olduğunu belgeleyen evrakların takibi için yeni alanlar eklenebilir. Ürün için helal sertifikasının detayları burada takip edilebilir. Helal sertifikası dışında alınan ürünlerin de helal olma durumlarının takibi için gerekli alanlar eklenebilir. Gerekirse dört mezhebe göre helallik takibi (deniz ürünleri gibi farklı yorumlar konusunda) için alan eklenebilir.

3.1.3.2. Üretim

Otel mutfağında ya da diğeri gıda üretim alanlarında kullanılan tüm malzemeler için helal takibi yapılabilir. Ayrıca otel içerisinde üretilen reçeteli ürünler üzerinde ve ayrıca gıda vb. için sistemde helal durumu takip edilebilir. Sadece helal turizme yönelik hizmet veren işletmelerde pek sorun olmamasına rağmen özellikle helal turizm dışına da hizmet veren tesislerde mutlaka bu takibin yapılması gerekmektedir.

3.1.3.3. Servis

Gıdaların servisinin yapıldığı restoranların helallik takibi yapılabilir. Buralarda yapılan müzik yayınlarının helal turizm konseptine daha uygun seçilmesi sağlanır ve takip edilebilir. Servis alanlarında helal olmayan yiyecek ve içeceklerin servis edilmemesi gerektiği için bu alan ve alan içinde verilen yiyecek ve içeceklerin helal durumlarının takip edilmesi sağlanır.

3.1.3.4. Temizlik

Restoran, mutfak vb. temizliğinde kullanılan malzemelerin ürün kartlarında helal durumunun takip edilmesi gerekmektedir. Helal olmayan bir temizlik ve dezenfeksiyon işlemleri otel içerisinde olmamalıdır. Ayrıca, otel helal yönetim sistemi sorumlusu tarafından başta mutfak olmak üzere, depolama alanları, soğutucular, gıda satın alımları

gibi gıda ve gıda ile temas eden tüm otel alanları düzenli ve planlı bir iç denetim yapısıyla denetlenerek kayıt altına alınabilmelidir.

3.1.4. Mobil Otel Uygulaması

Bazı oteller otel bünyesinde resepsiyonu kaldırarak resepsiyonla ilgili işleri mobil uygulamalar üzerinden gerçekleştirmektedir (Kantarıcı ve Ekinci, 2014: 96). Yazılımcı firmalar helal turizm kapsamında benzer uygulamaların hem resepsiyon işlemleri için hem de özellikle helal turizm uygulamaları için otellere yardımcı olacağını belirtmektedir. Uygulama üzerinde yapılabilecek helal turizm uygulamaları aşağıda belirtilmiştir.

3.1.4.1. Bilgilendirme Servisi

Önbüro modülünde ya da bağlantılı diğer modüllerde misafirin bilgisine/ilgisine sunulan helal turizm kapsamında bilinmesi gerekenler ile ilgili dokümanlar, uygulama üzerinden sesli, yazılı ve görsel olarak misafirlerin kullanıma sunulabilir. Uygulama ile israf, atık gıdalar, kılık – kıyafet, evcil hayvan vb. gibi konularda sunumlar, yazılı metinler sunulabilir. Ayrıca uygulama ile misafirin konumu da belirlenebileceğinden misafirin bulunduğu ortam (ortak kullanım alanlarında) ile (hamam, restoran, mescit, lobi vb.) ilgili bilinmesi gerekenler ve helal turizm kapsamında dikkat edilmesi gerekenler sesli ya da yazılı olarak iletilebilir. Mescit, cami gibi alanların giriş çıkış kuralları uygulama aracılığıyla misafir istediğinde ya da ilgili alanlara yaklaşıldığında verilebilir.

3.1.4.2. Şikâyet / İstek Yönetimi

Resepsiyonun takip ettiği tüm şikâyet ve istekler için uygulama kullanılabilir. Misafir şikâyeti için ya da otel yönetiminden bir isteği için uygulamayı kullanabilir. Bu durumda misafir şikâyetini ve isteğini belirtmek için resepsiyona gitmek ya da aramak zorunda kalmaz. Daha hızlı bir iletişim şekli geliştirilmiş olur. Misafir odasının dışındaki havuz, restoran, tuvaletler vb. alanlardaki sorunları anında otel yönetimine iletilebilir. Yapılan etkinlikler ile ilgili olarak şikâyet, memnuniyet ve helal turizm kapsamında değerlendirmelerini otel yönetimine uygulama üzerinden belirtebilir. Misafir karşılaştığı bir olumsuzluğu bazen kime bildireceğini bilemeyebilmektedir. Uygulama tarafından şikâyetin iletileceği kişi şikâyetin konusuna göre otomatik olarak seçilebilir ya da bir yönetici gelen şikâyetleri ilgili çalışanlara yönlendirebilir. Bu da şikâyetin muhatabına yapılmasını sağlar.

Misafirler tarafından yapılan şikâyet ve isteklere otel yönetiminin yaptığı düzeltici ve önleyici faaliyetler anında misafire iletilebilir. Misafir ilişkileri yönetimi birimi ile her türlü dilek, şikâyet ve öneriler toplanabilir, istatistiksel analizlere tabi tutulabilir ve gereğinin yapılması sağlanabilir.

3.1.4.3. Cinsiyet Tespiti

Uygulamaların yüklendiği cihazlar ya da cep telefonlarında cihazın kullanıcısının cinsiyeti mutlaka girilmelidir. Uygulama misafirin konumu ile birlikte cinsiyetini de takip edebilecektir. Bu durumda; mahremiyete zarar verebilecek her türlü tehlike için gerekli önlemlerin sorun yaşanmadan alınması sağlanabilecektir. Örneğin; otel içerisinde bay ve bayanlara ayrılmış bölümlere yaklaşan bir misafir uygulama tarafından uyarılacak ya da henüz otelin ünitelerini tanımayan bir misafir uygulama ile kendisine ayrılmış etkinlik alanlarını kolayca takip edebilecektir. Havuz gibi bay ve bayan misafirler için ayrı ayrı kullanılan alanlarda misafirlerin rahat hareket etmesi sağlanacaktır. Havuz gibi bölgelere geçiş yollarında misafirlerin şer'i hususlar açısından sorun yaşamamasının önüne geçilecektir. Ayrıca belli saatlerde erkek ve kadınların kullanıma ayrılan etkinlik alanlarının hangi saatlerde kimin kullanımında olduğunun takibini de kolaylaştıracaktır. Bayanlara ait yerlere yaklaşan bir bay için hem bay misafir hem de bayanlara ayrılan bölümdeki görevliler uygulama tarafından uyarılarak yanlışlıkların yaşanmadan önlenmesi sağlanabilir. Gerekirse ve istenmesi durumunda odada konaklayan kişilerin cinsiyetlerine göre personel atanması sağlanır.

3.1.4.4. Kalabalık Tespiti

Uygulamanın kullanım alanlarından birisi de otel içindeki yeme-içme, lokanta, restoran alanları gibi etkinlik alanlarının kullanım durumunun tespit edilmesidir. Sistem belli bir noktada örneğin restoranda ne kadar misafir olduğunu ve cinsiyetlerini tespit ederek ilgili mekânın potansiyel kullanıcılarına ve otel yönetimine rapor verebilir. Bu durumda misafir kalabalık olan bir alanı kullanıp kullanmayacağına karar verirken, otel yönetimi de kalabalığın azaltılması ve kullanılmayan alanların da daha fazla kullanılması için gerekli önlemleri alabilecektir.

3.1.4.5. Yayın Kontrolü (TV, Ses sistemleri vb.)

Otel bünyesindeki TV, internet yayınları müşterilere uygulama üzerinden verilen şifreler aracılığıyla takip edilebilir. Yayınlar için de helal durumu takip edilerek helal kapsamında olmayan yayınların izlenmesi engellenebilir.

3.1.4.6. Namaz Vakitleri

Uygulama ile misafirlerin namaz vakitlerini daha kolay takip etmeleri sağlanabilir. Ayrıca otel içerisinde yapılacak etkinliklerin namaz vakitlerine uygunluk durumu takip edilebilir.

3.1.4.7. Oruç Takibi

Ramazan ayında oruç tutacak veya tutamayacak misafirler uygulama üzerinden bunu bildirerek, otel yönetiminin gerekli önlemleri almasını sağlarlar.

3.1.4.8. Kiblenin Tespiti

Kiblenin yönü oda içerisinde belirtilmiş olmasına rağmen uygulama içerisine de dâhil edilebilir. Misafirler yatakların, tuvaletlerin vb.nin kibleye göre durumlarını takip edebilirler.

3.2. Helal Turizm Hizmeti Veren Otellerle Görüşme

Otel yönetim sistemi yazılım firmalarından paket programlarının mevcut halleri ile destekledikleri ve yapılacak eklemeler ile destekleyebilecekleri uygulamaları içeren bir görüşme formu oluşturulmuştur. Form üzerinde ön büro ve yiyecek içecek uygulamalarında helal otellerin otel yönetim sistemlerinden yararlanıp yararlanmadıklarının tespitini yapabilecek sorular mevcuttur.

Görüşme ile otel yöneticilerinin yazılımlarda mevcut olan ve helal turizm kapsamında kullanılabilir alanları kullanıp kullanmadıkları ve helal turizm kapsamında yazılım firmalarından bir talepleri olup olmadığının tespiti yapılmaya çalışılmıştır. Ayrıca yazılımlar dışında bazı helal turizm uygulamalarını nasıl yaptıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Görüşülen helal turizm hizmeti veren otellerle ilgili demografik bilgiler Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Görüşülen Helal Turizm Hizmeti Veren Oteller ve Bazı Demografik Özellikleri

Otel	Faaliyet (Yıl)	Helal Faaliyet (Yıl)	Çalışan Sayısı	Helal Turizm Dışı da Faaliyet	Yatak Kapasitesi
HO1	1	1	12	Evet	150
HO2	7	7	70	Evet	350
HO3	5	1	45	Havır	200
HO4	12	12	340	Evet	1200
HO5	18	3	110	Havır	550
HO6	24	5	750	Havır	1599
HO7	2	2	55	Havır	1100
HO8	19	19	75	Havır	350
HO9	2	2	300	Havır	900
HO10	4	4	380	Havır	1104
HO11	3	3	550	Evet	1500
HO12	12	12	15	Havır	170
HO13	13	13	400	Havır	1400

Tablo 3'te görüldüğü gibi 13 adet helal turizm hizmeti veren otelle görüşülmüştür. Faaliyette buldukları yıllar açısından HO6 oteli 24 yıllı en eski otel işletmesi olarak göze çarpmaktadır. Helal turizm faaliyeti olarak en eski otel ise 19 yıl ile HO8 otelidir. Tabloda yer alan birçok otel (HO3, HO5, HO6) kuruluşundan itibaren değil, daha sonraki yıllarda helal turizm hizmeti vermeye başlamıştır. En yeni faaliyete başlayan otel ise HO1 otelidir. HO3 oteli ise 5 yıldır faaliyette olmasına rağmen 1 yıldır helal turizm hizmeti vermeye başlamıştır. Bunun nedeni olarak ise HO3 oteli yetkilisi 2016 yılında başlayıp devam eden Türkiye turizmini olumsuz etkileyen kriz sonucu kitle turizminin çok kötü durumlara düşmesiyle zorunlu olarak helal turizme yöneldiklerini belirtmiştir. Görüşülen 13 otelden 4 tanesi helal turizm dışı da faaliyet yaptıklarını (helal

turist dışında turist de kabul ettiklerini) belirtmiş, diğerk 9 tanesi ise sadece helal turizm faaliyetinde bulduklarını ifade etmişlerdir. Çalışan sayısı ve yatak kapasitesi açısından en büyük otel ise HO6 otelidir. Onu kurulduğundan beri helal turizm hizmeti veren HO11 oteli takip etmektedir. En küçük otel ise HO1 otelidir.

Tablo 4: Otel Yönetim Sistemi Kullanımlarıyla İlgili Bulgular

Otelinizde Otel Yönetim Sistemi Programı Kullanıyor Musunuz?	Sayı
Evet	12
Hayır	1

Tablo 4'e bakıldığında helal turizm hizmeti veren otel İşletmelerinin 1'i (HO12) dışında diğerk 12 tanesi otel yönetim sistemi programı kullanmaktadır. Program kullanmayan işletme, 170 yatak kapasiteli bir işletme olup işlem takibini MS ofis programlarından MS Excel ile yapmaktadır. HO12 oteli MS ofis programının kendileri için yeterli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 5: Kaç Yıldır Otel Yönetim Sistemi Programı Kullandıklarıyla İlgili Bulgular

Otelinizde Kaç Yıldır Mevcut Otel Yönetim Sistemi Programını Kullanıyorsunuz?	Sayı
HO1	7
HO2	7
HO3	3
HO4	12
HO5	18
HO6	20
HO7	2
HO8	9
HO9	2
HO10	4
HO11	3
HO13	4

Tablo 5'te otellerin kullandıkları mevcut otel yönetim sistemini kaç yıldır kullandıklarına ait bilgiler verilmiştir. HO6 oteli 20 yıl, HO5 oteli 18 yıl ve HO4 oteli 12 yıl olarak öne çıkmaktadır. Bu bilgiler Tablo 3 ile birlikte değerlendirildiğinde özellikle HO4 otelinin faaliyete başladığından beri (12 yıl) helal otel hizmeti verdiği ve aynı otel yönetim sistemi programını kullandığı görülmektedir. Herhangi bir otel yönetim sistemi programı kullanmadığı için HO12 oteline Tablo 5'te yer verilmemiştir.

Antalya ili sınırları içerisinde helal turizm çalıştığını belirten işletmelerden 13 (onüç) konaklama işletmesiyle yapılan görüşmelerde elde edilen bulgular önbüro uygulamaları ve yiyecek içecek uygulamaları adı altında ayrı ayrı aşağıda verilmiştir. Böylece, otel yönetim sistemi programlarının, görüşülen helal turizm hizmeti veren

otellerde helal turizm konseptinde ne gibi iş ve işlevleri gerçekleştirdiği tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.2.1. Önbüro Uygulamaları

Görüşülen 13 helal otel hizmeti veren otel işletmesinden önbürodaki faaliyetlerle ilgili olarak elde edilen bulgular aşağıda tablo şeklinde verilmiştir.

Tablo 6: Kullanılan Otel Yönetim Sistemi Programlarının Önbüro İşlemleriyle İlgili Olarak Helal Turizme Uygunluğu Algılarıyla İlgili Bulgular

Helal turizmde önbüro işlemleriyle ilgili olarak mevcut Otel Yönetim Sistemi programınız	Evet	Hayır
Odadaki TV'ler üzerinden kıbleyi gösteriyor mu?	-	12
Ramazan ayında iftar vakitlerinde uyarı sistemi var mı?	-	12
Ezan vakitlerinde uyarı veya ezan okuma sistemi var mı?	-	12
Konaklayanların aile olup olmadıklarıyla ilgili uyarı verebiliyor mu?	-	12
OYS sistemi odalardaki TV'leri müstehcen yayınlara kapatabiliyor mu?	-	12
Helal turizme uygunsuz internet sitelerini (müstehcen, kumar vs.) engelleyebiliyor mu?	-	12
Helal paket (SPA, toplantı, kongre vb.) tanımlanabiliyor mu?	-	12
SPA merkezinde helal ayrımları yapılabiliyor mu?	-	12

Not: HO12 oteli herhangi bir otel yönetim sistemi programı kullanmadığı için Tablo 6'da otel sayısı 13 değil 12 olarak yer almaktadır.

Tablo 6'da kullandıkları otel yönetim sistemi programlarının bazı helal turizm işlevlerini yerine getirip getirmediğiyle ilgili sorularda görüşülen otellerin tamamı hayır cevabı vermişlerdir. Görüşülen otel yönetim sistemi programları yetkilileri ise bu programların birçok helal turizm uygulamalarıyla ilgili işlevleri yerine getirebildiğini belirttikleri Tablo 2'de görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında önbüro uygulamaları kapsamındaki sorulara otel yöneticilerinin tamamı otel yönetim sistemi programlarında mevcut olan özellikleri dahi helal turizm kapsamında kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Tüm otellerde Ezan ve kıblelerin tespitinin elle (manuel) olarak yapıldığı ve diğer uygulamalar için ön büro programlarının kullanılmadığı görülmüştür.

3.2.2. Yiyecek – İçecek Uygulamaları

Yiyecek ve içecek uygulamaları ile ilgili olarak elde edilen bulgular tablolar halinde aşağıda verilmiştir.

Misafirlerin helal turizm kapsamında şikayetleri ya da helal ürün takibi konusunda hiçbir katılımcı otel yönetim sistemlerini kullanmamaktadır. Bir katılımcı (HO11) otelinde "haram yok" diyerek konuyu kapatmış, helal ürünlerle ilgili misafirlerden gelen şikayetleri elle (manuel) olarak takip ettiklerini söylemiştir.

Tablo 7: Helal Turizm Hizmeti Veren Otellerin Helal Gıda Tedarik Ederken Dikkat Ettikleri Kriterlerle İlgili Bulgular

Helal gıda tedarik ederken herhangi bir kriteriniz var mı? Varsa nedir?	Sayı
Tedarikçimizin helal gıda sertifikasına sahip olmasına bakıyoruz	13

Tablo 7’de görüldüğü gibi görüşülen helal turizm hizmeti veren otellerin tamamı helal gıda temininde tedarikçilere helal gıda sertifikaları olup olmadığını sorduklarını belirtmişlerdir. Sertifikalara bakıp bakmadıklarını sorduğumuzda ise bu otellerin çoğu evet cevabını yeterli bulduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 8: Helal Turizm Hizmeti Veren Otellerin Kullandıkları Otel Yönetim Sistemi Programının Helal Gıda Takibi Yapabilme Özelliğiyle İlgili Bulgular

Kullandığınız Otel Yönetim Sistemi Programı Üzerinde Helal Gıda Takibi Mümkün mü?	Sayı
Hayır	10
Evet	2

Not: HO12 oteli herhangi bir otel yönetim sistemi programı kullanmadığı için Tablo 8’de otel sayısı 13 değil 12 olarak yer almaktadır.

Tablo 8’e göre görüşülen helal turizm hizmeti veren ve herhangi bir otel yönetim sistemi programı kullanan otellerin 10 tanesi kullandıkları otel yönetim sistemi programı üzerinde helal gıda takibi yapılamadığını belirtmiştir. Sadece 2 tanesi kullandıkları otel yönetim sistemi programıyla helal gıda takibinin mümkün olduğunu, ancak programın bunu nasıl yapabildiğiyle ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılardan birisi (HO9) helal gıda takibini ilgili ürünün kartının açıklama alanını kullanarak yaptığını söylemiştir. Diğerleri alışveriş yaparken helal sertifikalı ürünleri tercih ettiklerini ayrıca kendi yazılımlarından takibini yapmadıklarını belirtmişlerdir. Benzer şekilde kullandıkları otel yönetim sisteminin stok mallarını ve helal gıda reçetelerini helal olarak işaretleyebilmeleriyle ilgili olarak 10 otel bunun mümkün olmadığını, 2 otel ise bunun mümkün olduğunu ifade etmişlerdir.

Bir katılımcı (HO6) helal turizmle ilgili gerekli şeyleri elle (manuel) yaptıklarını (Ezan, kible yönü, kadın – erkek ayrı saatlerde havuz kullanma, ayrı plaj gibi), bu yüzden helal turizm kapsamındaki uygulamaların otel yönetim sistemi programı tarafından takip edilmesinin gereksiz olduğunu belirtmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Otel yönetim sistemi yazılım firmaları ile yapılan görüşmelerde mevcut yazılımların birçok helal turizm uygulamalarını takip ve kontrol edebileceğini etmişlerdir. Bazı uygulamalar için mevcut yazılımların aynen kullanılabilmesi, bazı uygulamalar için yazılımlara ek özelliklerin eklenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca helal turizmin bazı uygulamalarının daha etkin kontrolü için otel yönetim sistemi ile entegre çalışan mobil bir uygulamanın otel bünyesinde kullanılabilmesini belirtmişlerdir. Bu konuyla ilgili olarak görüşülen helal otel yetkililerinin tamamı önbüro işlemleriyle ilgili olarak

kullandıkları mevcut otel yönetim sistemlerinin ihtiyaç duyulan helal turizm uygulamalarını yapamadığını belirtmişlerdir (bkz. Tablo 6). Aynı şekilde görüşülen helal otel yetkilileri kullandıkları otel yönetim sistemi programı üzerinde helal gıda takibi yapamadıklarını belirtmişlerdir (bkz. Tablo 8). Buradan helal otel yetkililerinin otel yönetim sistemi programlarının yapabilirlikleriyle ilgili özelliklerden ya haberlerinin olmadığı ya da “ek maliyet çıkmasın” diye ek özellikler ekletmeye yanaşmadıkları sonucu ortaya çıkmaktadır. Otel yönetim sistemlerinin helal turizm uygulamalarını ve kontrolünü kolaylaştırıcı özelliklerinin helal otel yetkililerince dikkate alınarak otellerinde uygulamaya geçirilmesi, helal turizm hassasiyetine sahip misafirlerinin güveni ve memnuniyeti açısından gereklidir.

Görüşülen helal turizm hizmeti veren otel İşletmelerinin hemen hemen tamamının helal turizm uygulamalarını genel olarak yiyecek - içecek ürünlerinin helalliği ve kadın erkek ayrı mekânlarda olma (havuz, plaj gibi) merkezinde değerlendirmekte oldukları görülmektedir. Görüşülen helal turizm hizmeti veren otel İşletmelerinin büyük bir çoğunluğu (10 otel) kullandıkları otel yönetim sisteminin yiyecek içecek otomasyonlarında helal /haram ayırıcı yapamadığını belirtmişlerdir. Sadece 2 tanesi kullandıkları otel yönetim sistemi programıyla helal gıda takibinin mümkün olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak bu otellerin de programın bunu nasıl yapabildiğini belirtecek yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür. Helal haram ayırıcını satın alma aşamasında (tedarik aşamasında) tedarikçinin helal gıda sertifikası olup olmadığı ekseninde değerlendirmektedirler. Helal turizmi, tedarik edilen ürünlerin helal gıda sertifikasına sahip olup olmaması ile sınırlandırmaktadırlar.

Otel yönetim sistemi yazılım firmaları otel yönetim sisteminde stok malları ve reçeteler üzerine helal ibaresi koyarak bu takibin yapılabileceğini ayrıca raporlama olanağı da sunulabileceğini belirtmektedirler. Görüşülen helal otel temsilcilerinden 10 tanesi kullandıkları otel yönetim sisteminin stok mallarını ve helal gıda reçetelerini helal olarak işaretleyebilmeleriyle ilgili olarak bunun mümkün olmadığını, 2 otel ise bunun mümkün olduğunu ifade etmişlerdir. Burada da helal otel temsilcilerinde, otel yönetim sistemleri temsilcilerine zıt bir görüş hakimdir. Burada da helal otel yetkililerinin otel yönetim sistemi programlarının yapabilirlikleriyle ilgili özelliklerden ya haberlerinin olmadığından ya da “ek maliyet çıkmasın” diye ek özellikler ekletmeye yanaşmadıklarından bahsetmek gerekecektir. Bu durumda ortaya çıkan şey şudur: Helal turizm hizmeti veren otel yöneticileri otel yönetim sistemleri yazılımlarında olan bu tür özellikleri bilmemekte veya maliyetleri arttıracığı veya gereksiz olduğu düşüncesiyle yeni eklemeler istememektedir. Hatta bir katılımcı (HO6) helal turizm kapsamındaki uygulamaların otel yönetim sistemi programı tarafından takip edilmesini gereksiz görmektedir. OYS4 yetkilisi ise, otel yöneticilerinin bu tavrı konusunda “ben şunları yapabiliriz dediğim zaman, aldığım ilk tepki, ‘Kendine para kazandıracak yer arıyorsun’ şeklinde olmakta. Otel yöneticileri istedikleri her özelliğin yazılım maliyetlerini arttıracığından istemiyor, otel yönetim sistemi yazılım firmaları da otel yöneticilerinin istemedikleri bir özelliğin programlarına rekabet avantajı katmayacağı için yazmıyorlar. Sonuçta da sistemler tarafından daha verimli bir şekilde kontrolü yapılacak uygulamalar ya yapılmıyor ya da elle (manuel) olarak yapılmaya çalışıyor” demiştir. Burada helal otel yöneticilerinin maliyetlerin artacağı endişesiyle bilinçli bir

şekilde helal turizm uygulamalarını kullandıkları otel yönetim sistemi programıyla yapmaktan kaçındıkları görülmektedir.

Otel yönetim sistemi yetkilileriyle helal turizm hizmeti veren otel temsilcileri arasında fikir ayrılığı olduğu görülmektedir. Aradaki bu fikir ayrılığı, helal otel yöneticilerinin kullandıkları otel yönetim sistemlerinin helal turizmle ilgili neler yapabileceğiyle ilgili bilgilerinin olmayışından kaynaklanıyorsa, helal turizm hizmeti veren bu otellere kullandıkları otel yönetim sistemlerinin helal turizm uygulamalarıyla ilgili neler yapabileceğinin eğitiminin verilmesi bir zaruret arz etmektedir.

Bir otel işletmesi (HO3), ülkemizin yaşadığı uluslararası kriz sonucunda helal turizme geçiş yaptıklarını belirtmiştir. İşletmenin helal turizme geçişinde herhangi bir kısıt veya kriter olmadığından aynı otel yönetim sistemiyle devam etmektedirler. Helal turizm gibi yüksek hassasiyet gerektiren bir konuda, bir otel işletmesinin çalışma sistemini istediği anda istediği şekilde helal turizm şekline hiçbir kısıt veya kriter aranmaksızın kolayca geçiş yapabildiği tartışılabilir. Helal turist inançları açısından çok hassas ve duyarlı, aynı zamanda aradığı bu tür hizmet için fazladan para ödemeye gönüllü olduğu halde, otel işletmelerinin hiçbir kısıt veya kriter aranmaksızın konjonktüre göre çok hızlı bir şekilde “ben artık helal turizm hizmeti veriyorum” diye ortaya çıkması güven, etik ve daha birçok açıdan tartışılmalı bir durumdur.

Kaynakça

- Abdullah, J. (2010). Marketing to Global Muslims - Identifying and understanding brand risks. *Halal Journal*, 37, November/Dezember, 24-27.
- ADL Belge ve Danışmanlık Hizmetleri (2019). Helal Otel Sertifikası Genel Kurallar. <http://adlbelge.com/helal-otel-sertifikasi>, [Erişim Tarihi: 03.09.2019].
- Akbaba A. ve Çavuşoğlu, F. (2017). Helal Otel Kavramı ve Türkiye’de Helal Otel Sertifikasyonu. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 48–58.
- Akyürek, S. ve Akdu, U. (2017). Helâl Konseptli Otellerde Turistlerin Şikâyet ve Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Al-Qaradawi, S. Y. (2010). The Lawful and The Prohibited in İslam. Al-Falah for Translation, Publication and Distribution, 1-355.
- Arasteh, M. ve Eilami, R.M. (2011). The Role of Religion and Islam in the Tourism Industry of Iran. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1773827, [Erişim Tarihi: 03.09.2019].
- Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2015). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Yüksek ve Düşük Sezonda Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati ve Müşteri Değeri Üzerine Etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(3), 73-86.
- Assadi, D. (2003). Do Religions Influence Customer Behavior? Confronting Religious Rules and Marketing Concepts, *Cahiers du CEREN*, 5, 2–13.
- Babakus, E., Cornwell, T.B., Mitchell, V. ve Schlegelmilch, B. (2004). Reactions to Unethical Consumer Behavior Across Six Countries. *Journal of Consumer Marketing*, 21(4), 254–263.
- Bach, M. P., Schatten, M. ve Marušić, Z. (2013). Data Mining Applications in Tourism: A Keyword Analysis. In Hunjak, Tihomir; Lovrenčić, Sandra; Tomičić, Igor (Eds.) *Proceedings of The 24th Central European Conference on Information and Intelligent Systems: (s. 26-32)*, Varaždin, Croatia: Faculty of Organization and Informatics.

- Batman, O. (2015), Helal Turizm. *Zafer Bilim-Araştırma Kültür-Sanat Dergisi*, Eylül-2015, Sayı: 465, Yıl:39: 50-51.
- Battour, M., Ismail, M. N., Battor, M. ve Awais, M. (2016). Islamic tourism: An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 50-67.
- Battour, M. ve Ismail, M. (2014). The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism. 4th International Conference on Tourism Research (4ICTR), (s. 1-8), Malaysia.
- Battour, M. ve Ismail, M.N. (2016). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154.
- Boğan, E., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2016). Helal Turizmin Kavramsal Çerçevesi ve Türkiye'deki Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme. 3rd International Congress of Tourism & Management Researches, 20-22 MAY 2016, 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, 35-47.
- Bozorgahideh, N. ve Beegam. S. R. (2015). Halal Tourism in Kerala. *International Journal of Management (IJM)*, 6(8), 42-48.
- Buyruk, L. ve Aydemir, D. A. (2019). Otel Yöneticilerinin "Helal Otel" Konsepti Hakkındaki Düşünceleri: Kapadokya'da Bir Araştırma. 2nd International Halal Tourism Congress / 04-06 April 2019 / Antalya / Turkey.
- Carboni, M., Perelli, C. ve Sistu, G. (2014). Is Islamic tourism a Viable Option for Tunisian Tourism? Insights from Djerba. *Tourism Management Perspectives*, 11, 1-9.
- Cohen, E. (1998). Tourism and Religion: A comparative perspective. *Pasific Tourism Review*, 2, 1-10.
- Collins, D. ve Tisdell, C. (2002). Gender and Differences in Travel Life Cycles. *Journal of Travel Research*, 41, 133-143.
- Cornwell, B., Cui, C.C., Mitchell, V., Schlegelmilch, B., Dzulkiflee, A. ve Chan, J. (2005). A Cross-Cultural Study of the Role of Religion in Consumers' Ethical Positions. *International Marketing Review*, 22(5), 531-546.
- Coşkun, R., Altunışık R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E.. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. SPSS Uygulamalı. 8. Baskı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Crescent Rating (2018). Halal Travel Frontier. <https://www.crescentrating.com/reports/halal-travel-frontier-2018.html>, [Erişim Tarihi: 09.09.2019].
- Çizel, B. (2005). İşletme Stratejileri ile Enformasyon Sistem Stratejilerinin Uyum (Stratejik Uyum) ve Stratejik Uyumun Antalya Yöresindeki Konaklama İşletmelerinde Araştırılması. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Delener, N. (1994). Religious Contrasts in Consumer Decision Behaviour Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 28(5), 36-53.
- Dinçer, F.İ ve Bayram, G.E. (2017). İslami Bakışı Açısı İle Helal Turizm. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 26-42.
- Din, K. H. (1989). Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options. *Annals of Tourism Research*, 16, 542-563.
- Duman, T. (2011). The Value of Islamic Tourism: Perspectives from the Turkish Experience. *Islam and Civilisational Renewal (ICR Journal)*, 3(4), 718-739.
- Ekiz, D. (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Anı Yayıncılık.

- El-Gohary, H. (2016). Halal Tourism, Is It Really Halal?. *Tourism Management Perspectives*, 19, 124– 130.
- Elghuzawany, N. A. A. (2019). The Examination of Leading International Experiences in Halal Tourism Trends in the Tourist Destinations with Application on Singapore. 2nd International Halal Tourism Congress / 04-06 April 2019 / Antalya / Turkey.
- Essoo N. ve Dibb. S. (2004), Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study. *Journal of Marketing Management*, 20, 683-712.
- GIFR- Global Islamic Finance Report (2013). The Global Halal Industry: An Overview. 140-158, www.gifr.net/gifr2013/ch_13.PDF, [Erişim Tarihi: 09.09.2019].
- GİMDES (2019). Helâl Otel ve Konaklama Hizmeti Genel Şartnamesi. <http://www.gimdes.org/gimdes-standartlari>, [Erişim Tarihi: 03.09.2019].
- Glesne, C. (2015). Nitel Araştırmaya Giriş. (Çev. Ed. Ali Ersoy Ve Pelin Yalçınoğlu). 5. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Global Muslim Travel Index (2016). MasterCard-CrescentRating. <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2016.html>, [Erişim Tarihi: 03.09.2019].
- Global Muslim Travel Index (2017). MasterCard-CrescentRating. <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2017.html>, [Erişim Tarihi: 03.09.2019].
- Global Muslim Travel Index (2018). MasterCard-CrescentRating. <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2018.html>, [Erişim Tarihi: 03.09.2019].
- Global Muslim Travel Index (2019). MasterCard-CrescentRating. <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>, [Erişim Tarihi: 03.09.2019].
- Hacıoğlu, N., Çözeli, F.E. ve Acun, A. (2017). Helal Konseptli Şehir Otellerinin Web Siteleri Üzerinden Değerlendirilmesi, Türkiye, Malezya, BAE Karşılaştırmalı Örneği. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Henderson, J. C. (2009). Islamic Tourism Reviewed. *Tourism Recreation Research*, 34(2), 207–211.
- Islam, A. ve Kärkkäinen, L. (2013). Islamic Tourism as a Prosperous Phenomenon in Lapland. The Foresight as a Competitive Advantage for Tourism in Lapland Project, 1-59.
- Jafari, J. ve Scott, N. (2014). Muslim World and Its Tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19.
- Jallad, A. N. (2008). The Concepts of Al-Halal and Al-Haram in the Arab-Muslim Culture: A Translational and Lexicographical Study. *Language Design*, 10, 77-86.
- Kamarulzaman, Y., Madun, A. ve Farinda, A. G. (2012). The Acceptance of Islamic Hotel Concept in Malaysia: A Conceptual Paper. International Conference on Islamic Marketing and Branding Proceeding, Brunei.
- Kartal, B., Tepeci, M. ve Atlı, H. (2015). Examining the Religious Tourism Potential of Manisa, Turkey with a Marketing Perspective. *Tourism Review*, 70(3), 214-231.
- Kasavana, M. L. (2011). *Managing Technology in the Hospitality Industry*. 6th Ed., Michigan: American Hotel & Lodging Educational Institute.
- Kessler, K. (2015). Conceptualizing Mosque Tourism: A Central Feature of Islamic and Religious Tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 3(2), 11-32.

- Khalek, A. A. (2014). Young Consumers Attitude Towards Halal Food Outlets and JAKIM's Halal Certification in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 26 – 34.
- Kılıç, B., Esen, F. Ö. ve Yozukmaz, N. (2017). Çalışanların Bakış Açısıyla Helal Otel. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Kim, T. G., Lee, J. H., ve Law, R. (2008). An Empirical Examination of the Acceptance Behaviour of Hotel Front Office Systems: An Extended Technology Acceptance Model. *Tourism Management*, 29(3), 500-513.
- Köseoğlu, A. (2014). Helal Belgelendirme Gerekliği. Değerlendirme Notu, Mevlana Kalkınma Ajansı, 1-17, Konya. <http://konyadayatirim.gov.tr/images/dosya/HELAL%20BELGELENDİRME%20GEREKLİLİĞİ.pdf>, [Erişim Tarihi: 16.10.2019].
- Kurtoğlu, R. ve Çiçek, B. (2013), Tüketicilerin Helal Ürünler Hakkındaki Algılama, Tutum ve Beklentilerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(3), 181-205.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H. ve Backman, M. (2005). The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development. *Journal Cleaner Production*, 787-798.
- Mansouri, S. (2014). Role of Halal Tourism Ideology in Destination Competitiveness: A study on Selected Hotels in Bangkok, Thailand. *International Conference on Law, Education and Humanities (ICLEH'14)* (30-31 January 2014), Pattaya, Thailand. 20-23.
- Mil, B. (2007). Nitel Araştırma Tekniği Olarak Görüşme. İçinde A.Yüksel, B.Mil, Y. Bilim (Editör), *Nitel Araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mohsin, A., Ramli, N. ve Alkhulayfi, B.A. (2016). Halal Tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, 137-143.
- Mokhlis, S. (2006). The Effect of Religiosity on Shopping Orientation: An Exploratory Study in Malaysia. *Journal of American Academy of Business*, 9(1), 64-74.
- Nasibov, D., Göçmen, S. ve Üngüren, E. (2017). Konaklama İşletmelerinde Çalışan Engelli Bireylerin Helal Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Oflaz, M. (2015). Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Oktadiana, H., Pearce, P. ve Chon, K. (2016). Muslim Travellers' Needs: What Don't We Know?. *Tourism Management Perspectives*, 20, 124-130.
- Omar, C. M. C., Adaha, N. M. A. ve Kamri, N. A. (2013). Shariah Compliance in Hotel Management: A Conceptual Framework. *International Convention on Islamic Management Conference*, Kuala Lumpur.
- Özdemir, H. (2015). Muhafazakâr Otel Müşterilerinin Otel İşletmelerinde Aradıkları Özelliklerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özleyen, E. ve Tepeci, M. (2017). Turizm Akademisyenlerinin Türkiye'de Hell Turizm Pazarının Gelişimine Bakış Açıları. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Pamukçu, H. (2017). Konaklama İşletmelerinde Helal Turizm Standardizasyonu Önerisi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

- Pelit, E. ve Nas, N. (2017). Helal Sertifika Uygulamaları ve Turizme Yansımaları. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Pettinger, C., Holdsworth, M. ve Gerber, M. (2004). Psycho-Social Influences on Food Choice in Southern France and Central England. *Appetite*, 42(3), 307–316.
- Pew Research Center (2015). The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050, https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/11/2015/03/PF_15.04.02_ProjectionsFullReport.pdf, [Erişim Tarihi: 04.09.2019].
- Pew Research Center (2017). The Changing Global Religious Landscape. <https://www.pewforum.org/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/#global-%20population-projections-2015-%20to-2060>, [Erişim Tarihi: 05.09.2019].
- Pucciani, K. K. ve Murphy, H. C. (2011). An Investigation of Data Management and Property Management Systems in Hotels. *Tourism and Hospitality Management*, 17(1), 101-114.
- Razalli, M. R., Suzzaini A. ve Hassan, M. G. (2012). Developing a Model for Islamic Hotels: Evaluating Opportunities and Challenges. International Conference on Knowledge, Culture and Society, (ICKCS 2012), 29-30 June 2012, Jeju Island, South Korea, 91-95.
- Razalli, M. R., Yusoff, Z. R. ve Roslan, M. W. M. (2013). A Framework of Halal Certification Practices for Hotel Industry. *Asian Social Science*, 9(11), 316-326.
- Razzaq, S., Hall, C. ve Prayag, G. (2016). The Capacity of New Zealand to Accommodate the Halal Tourism Market — or Not. *Tourism Management Perspectives*, 18, 92–97.
- Saad, H., Ali, B. ve Abdel-Ati, A. (2014). Sharia-Compliant Hotels in Egypt: Concept and Challenges. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 2(1), 1–15.
- Salha, H., Yılmaz, Ö. ve Pelit, E. (2017). Mezhepler Arasındaki Fıkhi İhtilafların Helal Gıda Seçimindeki Etkisi. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Soesilowati E.S. (2010), Business Opportunities for Halal Products in the Global Market: Muslim Consumer Behaviour and Halal Food Consumption. *Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities*, 3, 151-160.
- Stanculescu, G.C. ve Tirca, A.M. (2010). Implication of Commercial Activity within Monastic Settlements as a Way to Maintain the Sustainable Development of Religious Tourism in Romania. *Commerce Contribution to Sustainable Development*, 27, 129-144.
- Şahingöz, S.A. ve Gönülgül, S. (2017). Helal Otellerin Web Sayfaları Yoluyla Analizi. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey, 430-440.
- Tanrısever, C., Pamukçu, H. ve Batman, O. (2016). New Tourism Trends in the World and their Adaptations to Turkey. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(16), 55-72.
- Temizkan, S.P., Doğantekin, A., Kılıç, İ. ve Güven, G. (2017). Helal Turizm Kapsamında Helal Konseptli Otel Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Tepeci, M. (2017). Türkiye’de Müslüman Dostu Turizm Pazarının Rekabetçiliğinin Porter’ın Elmas Modeliyle İncelenmesi. 1. International Halal Tourism Congress / 07-09 April 2017 / Alanya / Turkey.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2019). Büyük Türkçe Sözlük. http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5da07f3e400a82.61485397, [Erişim Tarihi: 11.10.2019].

UNWTO (2019), International Tourism Highlights. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>, [Erişim Tarihi: 02.09.2019].

Walker, J. R. ve Walker, J. T. (2014). Introduction to Hospitality Management. Fourth Edition. England: Pearson Education Limited.

Weidenfeld, A.D.I., ve Ron, A.S. (2008). Religious Needs in the Tourism Industry. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 357-361.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, Y., Akgün, A. ve Kınay, H. (2019). Otel Yönetim Sistemlerinin Uzman ve Eğitimciler Perspektifinden Değerlendirilmesi: Nitel Bir Çalışma. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 386-402.

Zulkharnain, A. ve Jamal, S.A. (2012). Muslim Guest Perception of Value towards Syariah Concept Hotel. A. Zainal, S.M. Radzi, R. Hashim, C.T. Chik, R. Abu (Eds.), *Current Issues in Hospitality and Tourism, Research and Innovations* (s.337-340) Taylor & Francis Group, London, UK.