

Helal Otel Belgeli Otellerdeki Yöneticilerin Sertifikalı Helal Gıda Uygulamalarıyla İlgili Düşünceleri: Beş Yıldızlı Bir Otel Örneği¹

Züleyhan BARAN

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği
zuleyhanbaran@duzce.edu.tr

Prof. Dr. Orhan BATMAN

Sakarya Üniversitesi, Turizm Fakültesi
obatman@sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Mehmet Selami YILDIZ

Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi
selamiyildiz@duzce.edu.tr

Özet: Sertifikalı olarak Helal Gıda uygulaması gerçekleştiren Helal Otel Belgeli otellerde görev yapan farklı departmanlardaki yöneticiler açısından Helal Gıda uygulamalarının önemi ve mevcut sorun-çözüm ilişkilerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, sertifikalı olarak Helal Gıda uygulaması gerçekleştiren yerli bir zincir otelde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve araştırma verilerinin elde edilmesinde derinlemesine görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. İşletme müdürü, yiyecek-içecek departmanı yöneticileri ve otelin gıda mühendisiyle yapılan görüşmeler keşfedici analiz yaklaşımıyla analiz edilmiştir. Böylelikle sertifikalı olarak Helal Gıda uygulaması gerçekleştiren bir oteldeki yönetici görüşleri değerlendirilerek Helal Gıda uygulamaları konusunda izlenebilecek yollar değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmeler neticesinde, yöneticilerin belirttikleri ortak sonuçlar değerlendirildiğinde; helal gıda uygulamalarının geleneksel kültüre oldukça uygun olduğu fakat finansal açıdan otele maddi külfet getirmesi sebebiyle sertifikalandırılmayan ürünler için yeni düzenlemeler uyguladıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Helâl Gıda, Helal Turizm, Helal Gıda Sertifikası

Different Department Managers Ideas about Halal Food Applications on Halal Certified Hotels: A Five Stars Hotel Case

Abstract: In this study, at the Certified Halal Hotels which are Certified Halal Food Application that are how important Certified Halal Food Applications and is made in order to determine the existing problem-solution relations in terms of

¹ Bu çalışma 7-9 Nisan 2017 tarihinde 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi'nde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir

the different department managers. The importance of halal tourism is emphasized in terms of halal food applications. Thus, a study of this matter was conducted at a local hotel in a Certified Halal Food Application hotel. In this field research, in-depth interviewing technique has been utilized from qualitative research methods. Interview with the business manager, food and beverage manager and hotel food engineer were analyzed using the exploratory data analysis (EDA) approach. In this way, Managerial opinions of different departments were evaluated in a Certified Halal Food hotel. Discussed how a roadmap could be drawn about Halal food applications. As a result of the interview, mutual consequences of business manager, food and beverage manager food engineer were briefly evaluated. For his reason, Halal food applications are important in terms of customer satisfaction but they have stated that they have brought a serious financial burden to the hotel in financial terms. However despite being halal but they cannot certify and therefore they have made some changes in their menus.

Key words: Halal Food, Halal Tourism, Halal Food Certificate

GİRİŞ

Sürekli yenilenen sektörlerden biri olan turizmde değişen müşteri profili ile birlikte yeni ve dikkat çekici farklı turizm çeşitlerine olan ihtiyacın her geçen gün daha da arttığı gözlenmektedir (Lordkipanidze, Brezet ve Backman, 2005). Günümüzde bu durum dini açıdan hassas Müslüman turistlerin Helal Gıda ve Helal Turizm süreçlerine ilişkin olarak taleplerinin değişmesiyle karşımıza çıkmaktadır. Bu durum özellikle, “Helal Anlayış” olarak da adlandırılan, İslami kurallara uygun konseptte hizmet veren turizm işletmeleri için çok daha önemli bir unsur haline gelmektedir (Arpacı ve Batman, 2015).

Bir otele gelen müşterilerin beklentileri ve her otel işletmesinin faaliyet gösterdiği destinasyonda sunulan ürün çeşitliliğine paralel olarak müşterisine sunduğu hizmetler çeşitlilik arz ettiğinden, tek tip pazarlama yaklaşımı yerine farklı yaklaşımlar geliştirilebilmelidir (Bilgin, 2015: 246). Bu nedenle iyi bir SWOT analiziyle müşteriler tarafından tercih edilecek özelliklerin turizm talebi de dikkate alınarak belirlenmesi ve buna bağlı çalışmaların yapılması rekabetçi unsurların oluşturulması açısından oldukça önemlidir (Baran ve Özkul, 2010).

Turizm sektöründe Helal Turizm olan talep her geçen gün yoğun bir şekilde artmaktadır. Helal Hassasiyet olarak da adlandırılan bu talep, Helal Konseptte hizmet sunan otel işletmelerini ön plana çıkarmıştır. Bu konseptte hizmet veren oteller, her ne kadar sundukları hizmet diğer otellerden bazı unsurlarda farklı olsa da, hizmet sektöründe geçerli olan “hizmet kalite rekabet avantajı sağlar ve sürdürülebilirliği ve karlılığı artırır” kuralı yeni nesil bu konseptteki oteller için de önemlidir. Dolayısıyla, Helal Konseptli otellerin sektörde rekabet avantajı elde ederek sürekliliğini ve karlılığını arttırabilmeleri için, müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını kusursuz yerine getirerek, sundukları

hizmetlerin kalitesini düzenli aralıklarla ölçmeleri gerekmektedir (Arpacı ve Batman, 2016; Bilgin ve Karakaş, 2017).

Bu araştırmada, Helal Turizm uygulamaları gerçekleştiren bir zincir otelin Helal Gıda Sertifikasına sahip olan Alanya'daki şubesi araştırma konusu olmuştur. Aynı zamanda araştırmayı gerçekleştirdiğimiz bu otel, Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından verilen "Helal Uygunluk Belgesi"ni alan ilk ve "Helal Gıda Sertifikası"ni alan tek otel olma özelliğindedir. Çalışma kendi içerisinde dört bölüme ayrılmaktadır. Birinci bölümde literatür taramasıyla ilgili olarak Helal Turizm, Helal Gıda, Helal Belgelendirme konuları hakkında bilgiler; ikinci bölümde araştırmanın metodolojisi; üçüncü bölümde Helal Gıda uygulamalarını sertifikalı bir şekilde yerine getiren otelin farklı departmanlardaki yöneticileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular yer almaktadır. Bu görüşmeler; otelin Genel Müdürü, Gıda Mühendisi ve Yiyecek-İçecek Müdürü ile gerçekleştirilmiş ve sorulan sorulara alınan cevaplar son bölümde sonuç ve öneriler kısmında değerlendirilmiştir.

1. LİTERATÜR

Helal Turizm, tüketicinin konaklama ihtiyaçlarının İslami kural ve inanışlar çerçevesinde karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir. Turizm endüstrisinde İslam dinince yasak olan ürünler bulunmamakta, müşterilerin ibadetlerini gerçekleştirmesine yardımcı olacak imkânlar sağlanmakta, bazı hizmetler erkekler ve kadınlar için ayrı sunulmaktadır (Batman ve Arpacı, 2016). Ülkemizde İslami hassasiyeti yüksek olan tüketiciler için farklı konseptte oteller mevcuttur. Bu yapıdaki oteller için; Helal Otel, İslami Otel, Alternatif Otel, Tesettür Otel ve Muhafazakâr Otel gibi kavramlar kullanılmaktadır (Tekin, 2014).

Bunların yanında İslami Turizm ile Helal Turizm kavramını birbirinden ayıran bazı çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalara göre; Helal Turizmi İslami Turizm olarak nitelendirmenin, turizm türünün sadece Müslümanlara özgü bir turizm olduğu algısını oluşturmaktadır. Oysa Helallik kavramı taşıdığı nitelikler gereği sadece Müslümanlara değil, her bir bireye hitap edebilecek türde bir anlayıştır, bu durumda İslami Turizm kavramı yerine "Müslüman Dostu Turizm" kavramının kullanılmasının daha doğru bir anlayış olduğu savunulmaktadır (El-Gohary, 2015; Bilgin, 2017).

Müslüman nüfusun %98 olduğu Türkiye'de, dini turizm faaliyetleri 90'lı yıllarda başlamış ve gün geçtikçe İslam dininin gerektirdiği konseptte sahip otelerde önemli artışlar meydana gelmiştir (Özdemir ve Met, 2012).

1.1. Helal Gıda

Din, insanların ve toplumların tercihlerinde etkili olan en önemli faktörlerden biridir (Just, Heiman ve Zilberman, 2007). Tüketici davranışlarıyla

ilgili olarak yapılan araştırmalar, tüketici tercihlerinin dindarlık seviyeleriyle bağlantılı olarak değiştiğini göstermiştir (Mohani, Hashanah ve Juliana, 2009). Müslüman tüketiciler İslami kurallar çerçevesinde Helal (Bonne, Vermeir ve Verbeke, 2009), kaliteli ve sağlıklı ürünler talep etmektedirler (Lada, Tanakinjal ve Amin, 2009). İslamiyet'e göre Helal Müslümanlar için yapılmasına müsaade edilenler, Haram ise yapılması yasak olan şeyler anlamına gelmektedir (Bonne vd, 2009). İslamiyet'te yiyecek-içecekler, helallik kavramının önemli öğelerindedir (Nasir ve Pereira, 2008). Helal kavramı dünyaca kabul edilen bir olgu olup, özellikle gıdalar için alınan "Helal Sertifikası" Müslümanların bir kısıtlama olmadan yiyebileceği veya içebileceği gıdalar anlamına gelmektedir (Batman, 2015).

Helâl gıdalarla ilgili olarak İslami açıdan önemli olan bazı hususlar söz konusudur. Bunlar (Norhayati ve Asmat-Nizam, 2010);

- Helâl ürünler için İslami standartların gerektirdiği kalite özellikleri, tüketicilerin ihtiyaçları ve tercihleriyle uyumlu olmalıdır.
- Tüketiciler helâl ve haram kavramları arasındaki farklılıkları tam olarak bilmelidirler.
- Helâl Gıda pazarında tüketicilerin farklı talepleri için farklı stratejiler geliştirilmelidir.
- İslami kurallar çerçevesinde, farklı kültürel tercihlere uygun olarak tanıtıcı kampanyalar düzenlenmelidir.
- İşletmeler ürün farklılaştırmaya yönelik oluşturdukları Helâl Gıda pazarında aldatmaya yönelik fiyat politikası uygulamamalıdır.

1.2. Helal Belgelendirme

Helal Sertifikası, yetkili kurumlar tarafından ilgili ürünlerin İslami kurallara uygun olması durumunda verilen bir belgedir. Bu ürünler içeriklerinde helal olmayan malzemeler içermedikleri gibi hazırlanışında kullanılan malzemelerle ilgili kuralları da içermektedir (Riaz, 2010).

Yapılan araştırmalara göre Helal Gıda ile ilgili yerleşik herhangi bir standardizasyonun olmaması, ister turist olsun ister market müşterisi olsun dünya helal gıda endüstrisi ve müşterileri için bazı sorunlara neden olmaktadır (Euromonitor International, 2012). Bu nedenle, ISO22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi ve HACCP (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktası) Sistemi ilkelerinin dahil edilmesi Helal Gıda sertifikalandırma sürecini uluslararası gıda güvenliği ve kalite standardına dönüştürerek daha güvenli bir hale getirebilir (Dahlan, 2013; Riaz, 2009). İslam İşbirliği Örgütü, evrensel olarak kabul edilen kriterleri oluşturmak üzere 2010 yılında İslam Ülkeleri Standartları ve Metroloji

Enstitüsü'nü kurdu ancak bu kuruma ulusal düzeyde yetki vererek yetkilerini sınırlandırmış oldu. Bu durumun sonucunda ise, sertifika veren ajanslar arasında farklılıklar ve rekabet olduğu gözlenmektedir. Helal Gıda Otoritesi ve Helal İzleme Komitesi bu farklılaşmayı azaltmak için yalnızca Helal Et ile ilgili kesme ve parçalama konularında belli standartlar getirerek bazı standartları genelleştirmeyi başarmıştır (Harvey, 2010).

Helâl sertifika kavramı Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa, Asya'nın belirli kısımları ve Pasifik ülkeleri gibi gayri Müslim ülkelerde yaşamakta olan Müslümanların, dini kimliklerini korumak amacıyla ve dini hassasiyetlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Gayri Müslim toplumlar içerisinde azınlıklar halinde yaşayan Müslümanların, dini inançlarına uygun gıda bulma zorunlulukları ve tüketmek zorunda oldukları gıdaların dinen uygun olup olmadığı konusundaki endişeleri, onları helâl ürünleri helâl olmayan ürünlerden rahatça ayırt etmek için işaretlemeye ve nerelerde bulunabileceği bilgisini paylaşmak için listelemeye sevk etmiştir. "Helal Belgelendirmesi" ilk defa 1960'lı yılların ortalarında Amerika Birleşik Devletlerinde uygulanmaya başlamakla beraber İslam ülkelerinde ve ülkemizde uzun bir geçmişe sahip değildir (Atty, Abdulrahman ve Linzag, 2008).

Türkiye'de Helal Sertifikalandırma yapmak için tek ulusal yetkili kuruluş olan Türk Standartları Enstitüsü'nün (TSE) uyguladığı adımları Şekil 1'de görmek mümkündür.



Şekil 1: TSE Üretim Yeri İnceleme Planı

2. METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada Helal Otel Belgesi, Helal Gıda kriterlerini uygulayan Helal Gıda Sertifikalı konaklama işletmesinde otelin farklı departman yöneticilerinin Helal Gıda uygulamalarıyla ilgili fikirlerine odaklanılmaktadır. Bu bağlamda öncelikle, Türkiye'deki yerli zincir konaklama işletmelerinde Helâl Gıda uygulamalarının ne yönde olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaç

doğrultusunda Helâl Gıda uygulamalarının otelin farklı departman yöneticileri tarafından nasıl algılandığı, zorlukları kolaylıkları gibi sorularına yanıt bulunmaya çalışılmıştır. Daha sonra Helal Gıda uygulamalarını yerine getiren konaklama işletmelerindeki Helal Gıda uygulamalarının turizm açısından ön plana çıkarılması teşvik edilerek, turizmde Helal Gıda kavramının gelişmesine katkıda bulunulmaya çalışılacaktır. Ayrıca araştırmanın yapıldığı otel, helal turizm konseptine buna ek olarak, TSE ve ilgili kurumlardan Helal Otel Belgesini alan ilk ve Helal Gıda belgesine sahip tek otel olma özelliğini taşımaktadır. Bu nedenle buradaki yöneticilerin görüşleri Helal Gıda ve Sertifikalandırma uygulamaların geleceği noktasında rehber niteliğindedir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada Helal Gıda sertifikalandırma sisteminin Helal Turizm açısından önemini ortaya koymak amacıyla yapılan ve görüşmelere dayalı olan bu araştırma nitel bir araştırma özelliği taşımaktadır. Nitel araştırma, ilgili alanın yakından incelenmesini ve mümkün ise birincil kaynaklardan veri toplanmasını gerektirmektedir. Bu nedenle araştırmacının, araştırmanın yapılacağı alanı tanıması ve bu alanda çalışmanın getireceği bazı görev ve sorumlulukları yüklenmesi gerekmektedir. Alanla ilgili ön bilgiler edinmek, alanı daha yakından tanımak için gerekli temaslarda bulunmak, alanda çalışmak için gerekli izinleri almak ve gerekirse araştırma mekânı oluşturmak, alanla ilgili araştırmacının yapması gereken işlerden birkaçıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Bu araştırmada veri toplama araçlarından “Görüşme Tekniği” kullanılmıştır. Bu amaçla görüşme formu yaklaşımıyla yarı yapılandırılmış görüşme soruları oluşturulmuştur. Bu araştırmanın evrenini; Helal Turizm Konseptinde faaliyet gösteren yerli otel zincirleri; örneklemine ise bu işletmeler arasından Türkiye’deki ilk ve tek Helal Gıda Sertifikasına sahip otel işletmesi oluşturmaktadır. Otelin Genel Müdürü, Gıda Mühendisi, Yiyecek İçecek Departmanı yöneticileri ile yapılan görüşmeler ses kayıt cihazına kaydedilmiş, sonrasında kayıtlar bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Görüşmeler ortalama 180 dakika sürmüştür. Elde edilen verilerin çözümünde betimleyici analiz yaklaşımı kullanılmış, böylelikle yapılan röportajlar derinlemesine değerlendirilmiştir.

Araştırmada, çalışmanın amacına bağlı olarak ilgili yerli ve yabancı literatür taranarak araştırma soruları oluşturulmuştur. Öncelikle, “Helal Turizm kapsamında değerlendirildiğinde Helal Gıda Sertifikasının tanınması ve buna bağlı olarak Helal Gıda bilincinin gelişmesi için neler yapılmalıdır?”, temel sorusuna Otelin Genel Müdürüyle cevap aranmıştır. Bunun için bu soru kapsamında derinlemesine bir görüşme gerçekleştirilmiştir. İkinci olarak da otelin Gıda Mühendisi ve Yiyecek-içecek Departmanı Yöneticileriyle bu temel soruyla birlikte araştırma sonunda fikir sahibi olunması planlanan, diğer sorular sorulmuştur ve ortak bir cevap havuzu oluşturulmuştur. Araştırma soruları hazırlanırken; araştırma problemini açıklayabilmesi açısından soruların açık

uçlu olmasına, fazla genel olmamasına ve konuyu derinlemesine irdeleyecek türden olmasına dikkat edilmiştir.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Türkiye’de halen faaliyet göstermekte olan 152 adet Helal Konseptli otel işletmesi mevcuttur. Söz konusu otellerin sayısının önümüzdeki yıllarda daha da artacağı tahmin edilmektedir (Tekin, 2014). Günümüzde bu rakamın 200 adet konaklama işletmesini geçtiği tahmin edilmektedir. Bu nedenle araştırma sorularından elde edilen cevaplarla Helal Gıda sertifikalandırma süreciyle ve uygulamalarıyla ilgili Helal Turizm uygulayan otellerde Helal Gıda Sertifikalandırma bilinci artırılarak özellikle yurt dışından gelen yabancı Müslüman turistlerin taleplerine cevap verilebilir. İlk olarak otelin Genel Müdürüyle yapılan görüşmenin cevabı ve İkinci olarak da otelin Gıda Mühendisi ve Yiyecek-içecek Departmanı Yöneticilerine yöneltilen soruların cevabı soru cevap olarak yazılmıştır.

3.1. Otelin Genel Müdürüyle Yapılan Görüşmeye İlişkin Bulgular

Helal Turizm kapsamında değerlendirildiğinde Helal Gıda Sertifikasının tanınması ve buna bağlı olarak Helal Gıda bilincinin gelişmesi için neler yapılmalıdır?

“Helal Turizm uygulayan bir firma olarak sezonumuz hiç kapanmıyor, bu bizim için çok iyi bir avantaj... Helal Gıda sertifikasıyla ilgili olarak misafirlerimizin sertifika olayını çok sorgulamadığına şahit oluyoruz, hatta biz tanıtımını yapmaya çalışırken ve farkındalığı artırmaya çalışırken onların tepkisi “daha öncekiler helal değil miydi” şeklinde oluyor. Tabii bu durum uygulamanın ilk safhalarında karşımıza çıkan bir durumdu, şu anda otelimize gelen misafirlerimiz yapmakta olduğumuz uygulamaların sürekliliğini gördükçe konuyla ilgili bilinç ve memnuniyet düzeyleri de artıyor, elbette sabır isteyen bir süreç...”

“Aslına bakarsanız Helal Sertifika olayın çıkış noktası ülkemizdeki müşteriler değildi, tamamen Müslüman yabancı turistler. Çünkü yabancı turistler yaşadıkları konum itibarıyla yedikleri yemekler konusunda daha hassas olmak zorundalar. Hatta Yahudi müşterilerimizin de özellikle tercih noktası “sertifikalı helal gıda uygulaması” yapan otellerdir. Çünkü onların arasında şöyle bir diyalog geçiyor “Koşer bulamazsan Helal tercih et”. Aynı şekilde biz Müslümanlar da yurt dışı pazarında eğer helal bulamazsak Koşer tercih ediyoruz. Eskiden bu konuda hiç talep yokken yurt dışından gelen Müslümanların sayısı artınca çoğunlukla Belçika, Hollanda, Fransa’da yaşayan Kuzey Afrika, İngiltere’de yaşayan Pakistan kökenliler özellikle AB vatandaşı olmuş 3-4. Nesiller ve sayı her geçen gün artıyor. Bizler de o kesime ulaşmaya çalışıyoruz.”

“Açıkçası biz TSE tarafından bir belge taraftarı değildik, çünkü firmamız bu uygulamanın ağır şartlarına hazır değildi. Şöyle ifade edeyim; İlk olarak kapsama alacağınız alanları belirliyorsunuz. İçeriğini bilmediğiniz bir ürünü kapsama alanına alamıyorsunuz; biz de öncelikle bilinen Beyaz et, kırmızı et, meyve suları, pastane ürünlerini kapsama alanına alarak bir helal gıda yelpazesi oluşturduk. Ancak diğer yandan müşteriler tarafından çok tercih edilen Kola içeriği bilinmediği için kapsam dışı kalıyor, ürünü sunmadan da duramıyoruz çünkü misafirler özellikle tercih ediyorlar. Bunun için yapabildiğimiz en iyi uygulama Helal Gıda Logosu olmadan ve afişleri olmadan sunumunu yapmak oldu. Böylece reklamını yapmasına müsaade etmemiş oluyoruz.”

“TSE'nin çıkardığı en önemli yaptırımlardan birisi TSE'den alınmış olan Helal Gıda belgesinin sonucu olarak helal kapsamında kabul ettiğiniz tüm gıdaları yalnızca TSE'nin belgelendirdiği helal gıda sertifikalı firmalardan alabiliyorsunuz. Devlet tarafından akredite edilmiş, lisans almış başka helal sertifikası veren GİMDES gibi firmalar da var bu belgeyi veren, ancak koyulan kurallara göre başka bir kurumdan helal belgesi almış firmalardan alamıyorsunuz. Otelimize izin verilse çok daha iyi kontrol edilmiş, çok daha kaliteli ve uygun fiyatlı ürünlere de ulaşabileceğiz. Tabii bu durumda, TSE onaylı çok fazla firma olmadığından fiyat ve kalite noktasında bir rekabet unsuru da söz konusu değil. Yani firmayla bir pazarlık yapmadığınız için ve firma tek olduğu için ekonomik açıdan sürekli zarardasınız.”

“Oysa biz bu belgeyi alma çalışmalarını yaparken bunları da önerdik, ortak bir havuz oluşturalım dedik. Kurum kültürü oluşana kadar diğer helal sertifikalı firmalardan da alışveriş yapmamıza müsaade edilsin hatta şartlarını da bu şekilde değiştirmelerini ve bu belgeyle diğer tüm helal sertifikası veren akredite olmuş kurumlardan da alışveriş yapabilmeyi istedik ancak bu teklifimiz reddedildi. Bu teklif reddedilince o dönem yönetim kurulu da karşı gelmedi ve biz ağır yaptırımlarla karşı karşıya kaldık. Oysa gelen misafirlerimiz için hangi firmadan aldığınızın hiçbir önemi yok. Özellikle yabancı misafirlerimiz için Helal Sertifikalı bir ürünün dünya tarafından tanınan herhangi bir firmadan onaylı olması yeterli...”

“Kontroller her altı ayda bir düzenli olarak yapılıyor. Biz de verdiğimiz tüm sözleri yerine getiriyoruz. Hatta satın alımlarımızda yiyecek içecek departmanımızdan helal gıda belgeli olmayan ürünler için hemen geri dönüş oluyor, “dikkat bu helal sertifikalı değil” diye.”

“Helal Gıda Sertifikası için TSE ve Diyanet Kurumu ortak çalışıyorlar. Bizim firma olarak en büyük beklentimiz Helal Gıda sertifikalı ürünler hakkında misafirlerin bilinçlerinin artması yönünde çalışmalar yapılması. Özellikle Türkiye'deki misafirlerimizin bu konudaki bilgi eksiklikleri bir hayli fazla ve benim görüşüme göre bize bu sertifikaları veren kurumlar özellikle yaptıkları toplantılarda otel tercihlerini yaparken çok daha dikkatli olmalılar. Çünkü biz otel yöneticilerinin kanaatine göre sertifika ve denetleme sorumluluğuna sahip

firmalar hem insanlara örnek olmak adına hem de sertifika verdikleri otelleri desteklemek adına toplantılarında ilk olarak bu otellerle anlaşmaya öncelik vermelidirler. Biz ise onların yaptıklarını görünce bir hayli şaşırdık, çünkü toplantıları için epey bir indirim uygulamamıza rağmen tercihlerini alkollü ve helal belgesi olmayan bir otelden yana kullandılar. Oysa biz yönetim olarak her isteklerini yerine getirmeye hazırдық. Bu bizce çok da tasvip etmediğimiz bir davranış biçimiydi. Bize göre bu konuya önem veren misafirler için de denetleyen ve sertifika verme yetkisi olan firmaların bu konuya önem verilmeyen otelleri tercih etmeleri yanlış anlaşılıyor maalesef. Otelimiz sıfırdan helal turizm ve helal gıda sertifikasına göre düzenlemiş bir tesis; ibadethaneleriyle (müftülük ve kaymakamlık onaylı), yemek yeme salonlarıyla, oda düzenleriyle tamamen Diyanet sertifikalı. Ama diğer taraftan Diyanetin yapmış olduğu tercih şaşırtıcıydı. Hatta şahsen otel müdürü olarak diyanet işleriyle farklı zamanlarda tercihlerini helal turizm ve helal gıda sertifikalı otelimizden yana kullanmaları için de ziyaretlerde bulundum ancak hiçbir sonuç alamadım. Hatta bir otel yöneticisi olarak o tarz otellerde kullanılan özellikle etlerdeki sakıncalardan bahsettiğimde ise verilen kişisel bir cevapla geçiştirildim. Maalesef yaşadığım bu üzücü durum fetva verdikleri konularda bir hassasiyetleri olmadıklarını düşündürüyor insana. Bence etik olarak mevcut sertifikalı otelleri tercih etmeleri çok daha doğru bir davranış olacak, ancak takdir kendilerinin tabii ki. Bu durumun etik ve ahlaki olamayacağını düşündüğümüz için 2007 yılında Musevilerin Hamursuz bayramında otelimize yaptıkları büyük teklifi bilinçli olarak reddetmiştik.”

“Müşterilerimizin içlerinin rahat olması için helal sertifikalı ürünlerin görsellerini de sürekli afişe ediyoruz, ayrıca sordukları sorulara belgelerle cevap veriyoruz. Böylece akıllarında hiçbir soru işareti bırakmıyoruz. Açıkçası Helal Gıda Sertifikalama uygulamalarının yeterli güveni oluşturması için kontrollerin ve tanıtımların çok daha sık yapılması gerek, aksi takdirde bu tarz uygulamalar yalnızca para tuzağı olarak algılanıyor. Bunu yalnızca helal gıda sertifikası için değil diğer tüm kalite sertifikaları için de söylüyorum.”

“Türkiye’deki insanların bakış açısını değerlendirdiğimizde; ülkemizdeki turistik bir kaç bölge dışında helal olmayan et neredeyse hiç satılmıyor dolayısıyla insanlar da sorgulamıyor. Bu zamana kadar durum böyleydi ancak işin içine alkol ve jelatin girince sorgulanmaya başlandı. Ayrıca müşterilerden de böyle bir talep gelmesi gerek, bu nedenle bilinç düzeyinin oluşması çok önemli. Yerli müşterilerimiz özellikle talep etse çok daha keyif alarak uygulayacağız bu belge işlemlerini ama maalesef müşteriler pek umursamıyor. Genellikle bu tarz belgeler uluslararası bileşenleri tamamlamak için alınıyor maalesef. Hatta bu soruları diyanete ve TSE ye bizzat siz de sorabilirsiniz.”

“İyi ürün her zaman pahalıdır ancak helal ürün günümüz şartlarında sertifika giderleri nedeniyle ve rekabet olmaması nedeniyle çok daha pahalıdır. Ama bunu tüketiciye anlatabilmek neredeyse imkânsız. Bilincin oluşması için

tüm kurumların ve otellerin birlikte çalışmalar yapması gerektiğine inanıyorum. Ayrıca uygulamada kolaylık sağlaması açısından özellikle alım esnasındaki konularla ilgili TSE'nin Helal Gıda Sertifikalandırma sisteminde revizyonlar yapması kanaatindeyiz.”

3.2. Otelin Gıda Mühendisi ve Yiyecek İçecek Departman Yöneticileriyle Yapılan Görüşmeler İlişkin Bulgular

1. Helal gıda uygulamalarında bir zorluk yaşıyor musunuz?

2. “Başta çok kolay olmadı çünkü menüler ve kullanılan malzemeler nerdeyse tamamen değişti. Özellikle mutfak çalışanlarımıza bunları izah etmek çok zor oldu. Bazı ürünlerinin kullanımlarını yasakladık, şerbetleri kendimiz kaynatmaya başladık bu da tabii ayrı bir yük ekstra yoğun çalışma istiyor, dekor yapmada sıkıntı yaşandı çünkü görsellikte kullanılan önemli malzemelerin çoğu yasaklanmıştı. Mesela şerbetli tatlıları jöle ile süsleme dahi yapamıyorlardı bu durum tabii ki çok kolay kabullenilemedi ama şu an sıkıntı yaşamıyoruz zamanla tüm kurallara alışıldı.”

3. Yemek, tatlı veya içecek yaparken ve denetlerken ne gibi zorluklarla karşılaşıyorsunuz?

“Öncelikle belirlediğimiz ürün ve menü kapsamlarımız var ve bizler bu kapsamlara göre çalışıyoruz. Örneğin; pastane bölümümüzde sütlü tatlılar ve unlu tatlılar bölümümüzü herhangi bir kontaminasyona sebep olmamak için ayırdık. Çünkü yaş pastamız kapsamda yoktu ama istek olduğu için veriyorduk işlem yeri farklıydı kontrol sırasında bu tip çapraz bulaşmalara dikkat ediyorduk. Ya da mutfak personeli verim iyi alamadığı için belgeli yağı beğenmiyordu kendi istediği yağı kullanmak istiyordu arada çatışmalar yaşıyordu.”

4. Müşterilerden nasıl bir geri dönüş alıyorsunuz?

“Biz İslami bir otel olduğumuz için gelen misafirlerimizde çok hassas oluyorlar, özellikle et ve tavuk ürünlerinde helal ürünler kullandığımız için bizi tercih ettiklerini iletiyorlar.”

5. Müşteriler helal gıda olup olmadığını özellikle sorguluyor mu ve varsa sordukları özel sorular nelerdir?

“Kesinlikle sorguluyorlar, hatta rezervasyon için aradıklarında bunu soran ve belgemizi görmek isteyen çok misafirimiz oldu. Biz de belgeyi ve geçerlilik tarihini kendilerine derhal gönderiyoruz, gerekirse buraya geldiklerinde de gösteriyoruz. Genelde et ürünlerini soruyorlar. Yaş pastanın helal olup olmadığını çocukları için soruyorlar ama bizim yaş pastamız kapsamda yok. Ayrıca neden kapsamda olmayan Coca-Cola'yı neden verdiğimizizi ve belgemizin TSE'den olup olmadığını soranlar da var.”

6. Müşterilerin geri dönüşlerinden helal gıda konusunda bilgileri sizce ne seviyede olarak görünüyor?

“Misafirlerimizin bundan 3 yıl önce helal belgesi hakkında bu kadar bilgili olduklarını düşünmüyoruz ama şuan gerçekten bilgileri var ve fazlasıyla dikkat ediyorlar. Ancak yine de bilemedikleri ve takıldıklarında sordukları çok fazla soru var. Çok ayrıntılı bir konu, bizler bile işin içinde değilken bu kadar ayrıntının farkında değildik dolayısıyla detaylı bilememeleri oldukça doğal bu nedenle sorulan her soruya kaynak göstererek cevap vermeye çalışıyoruz. Örneğin; Hayvanın elle kesiminin doğru olduğu ya da jölelerin sıkıntılı ürün olduğunu bilirler ama biz incelememizde sebze ye dahi bakıyoruz bu dediğimizde toprakta yetişen şey helal ile ne ilgisi var derler ama biz analiz yaptırıp ilaç kalıntısı veya herhangi bir kimyasal kalıntı var mı diye aylık kontrollerimizi yaptırdığımızı bildiriyoruz. Bu durumu izah etmek için tüketicilere ve üreticilere bilinçlendirme çalışmaları yapılması kanaatindeyiz.”

7. Sizce iyi bir helal gıda uygulaması yerine getiren bir otelde bulunması gereken en önemli özellikler nelerdir?

“Özellikle bu yola girdiğin çalışanlarınızın en üstten en alta aynı hassasiyette olması gerçekten bu işi yapabilmek için ekibin sağlam olması gerek...”

8. Müşteriler bu uygulamadan memnun mu?

“Biz misafirlerimizin istemediği bir işe girmeyiz çok memnun olduklarına eminiz, zaten yaptıkları geri dönüşlerden de bunu anlayabiliyoruz. Onların memnuniyeti bizlerin memnuniyeti demektir.”

9. Bir işletme eğer helal gıdaya geçmek isterse çok maliyetli mi?

“Evet, maliyetli belki hatta tüm mutfak masraflarımız 2 kat arttı diyebiliriz. Biz sadece TSE'nin vermiş olduğu helal belgeli ürünleri alabiliyoruz. Eskiden karşımızda rekabet edebilen çok sayıda tanınmış marka olan firmalar varken fiyat ayarlaması yapabiliyorduk ama şimdi belgeli sadece beş firma var onların dışına çıkamıyoruz. Firmalarda bunun farkında olduğu için ve aynı şekilde onların da helal gıda maliyeti arttığı için toplam maliyet fazlasıyla yükseliyor. Bu bizim oda fiyatlarımızın yüksek olmasının en büyük sebeplerinden birisi şu anda.”

10. Sıfırdan tesisini kuracak bir firma için mi kolay bir başlangıç olur yoksa var olan tesise bu uygulamayı ekleyecek olan için mi helal gıda uygulaması daha kolay olur?

“Yani çok fark olacağını düşünmüyoruz ama helal sertifikalandırılmayan ürünlerle çapraz bulaşmanın olmaması açısından değerlendirirsek, sıfır bir

tesisin ilk başta bu uygulamaya geçmesi mutfak içerisinde bölümleri en başında ayarlaması, menülerini ona göre sınıflandırması tabii ki çok daha iyi olacaktır.”

11.Diplomatik anlamda bir sorun yaşıyor musunuz veya tam tersi helal gıda için bir destek var mı?

“Bir sorun yaşamıyoruz ama destek de almıyoruz. Daha öncede size bahsetmiştim bizim denetlemelerimiz TSE ve Diyanetin ortak çalışmasıyla oluyor ama ne yazık ki bizi denetlemeye gelen Diyanet en büyük toplantılarını alkollü otelde yapıyor ve bize destek yerine otelimizi bildiği halde bizleri tercih etmiyorlar bu da bizim için oldukça üzücü bir durum. Çünkü büyük bir hevesle aldığımız bu belgeniz fetva veren bir kurum tarafından destek görmemesi motivasyonumuzu bir hayli etkiliyor.”

12. Bir otelin gerçek bir helal gıda uygulayıcı olduğunu müşteriler nerelerden ve ya hangi hususlara dikkat ederek anlayabilirler?

“İnternet sayfamızda ve otelimizin birçok yerinde belgemiz aslı şekilde bulunmakta... Ayrıca mutfağımız misafirlerimize her zaman açık bizden rica ettikleri her zaman mutfağımızı gönül rahatlığıyla gezdiriyoruz.”

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Son yıllarda gelişen ekonomi ve teknolojinin de etkisiyle kişilerarası iletişim çok daha hızlı ve özellikle turizm açısından beklentiler çok daha yüksek olmaya başlamıştır. Turizm faaliyeti gerçekleştirmek isteyen insanlar yalnızca kendi ülkelerinde değil bununla birlikte gittikleri ülkelerde de turizm manasındaki hassasiyetlerine değer verilmesini isteyerek iletişim teknolojileri vasıtasıyla bu taleplerinin çok daha hızlı yayılmasını sağlamaktadırlar. Zaman içerisinde özellikle Müslüman ve dini hassasiyeti yüksek olan tüketiciler bu hassasiyetlerine uygun turizm alanlarına ulaşarak bu bilincin oluşması sürecine öncülük etmişlerdir.

Geçmişten günümüze gelişim gösteren Helal Turizm kavramı tanındıkça ve zaman içerisinde standartlar, logo ve uluslararası farkındalık gibi unsurlar arttıkça Helal Gıda uygulamalarının farklı dinlere mensup toplumlar tarafından da çok daha fazla tercih edileceği düşünülmektedir. Zaten hali hazırda Helal Turizm ve Helal Gıda birbirleriyle bütün oluşturan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yapılan araştırmada, Helal Otel Belgesini alan ve Helal Gıda Sertifikasına sahip olma özelliğindeki bu oteldeki farklı yöneticilerin fikirleri değerlendirildiğinde; helal konseptli otellerde herhangi bir sezon kaygısı olmadığı ifade edilmiştir. Helal Gıda sertifikasıyla ilgili olarak oteldeki farklı departman yöneticilerinin belirtmiş oldukları ortak görüşler; TSE'nin yaptırımlarının özellikle yalnızca TSE onaylı firmalardan alışveriş yapılmasını

zorunlu kılması sebebiyle zorlayıcı bir uygulama olduğu yünündedir. Yöneticiler, uygulamanın bu kısmının esnetilip devletin akredite ettiği diğer kurumların da onayladığı helal sertifikalı ürünlerden satın alınabilmesi durumunda, pazarlık ve kalite noktasında çok daha iyiyi yakalayabileceklerini ifade etmişlerdir. Yöneticiler ayrıca, hali hazırda seçme şansları olmadığından bazen müşterilerden olumsuz tepkiler aldıklarını dile getirmişlerdir.

Ülkemizdeki müşteri profilinin “yediğim her şey zaten helal” düşüncesiyle genel olarak helal gıda ve belgesini sorgulamadıklarını bu durumun yalnızca yurt dışından gelen Müslüman müşteriler tarafından özellikle sorgulandığını dile getiren yöneticiler, ülkemizdeki müşterilerin de aynı şekilde yalnızca yurt dışına çıktıklarında helal sertifikasını sorguladıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca yöneticilerle yapılan görüşmelerde, müşteri açısından değerlendirdiğimizde yurt dışına giden müşterilerin Helal Sertifikalı Gıda için ödedikleri meblağı çok fazla düşünmedikleri ama ülkemizdeki Helal Sertifikalı Gıdalar için yüksek meblağ ödemeyi reddettikleri ortaya çıkmıştır. Bu durum, belgeler için ödenen ücretlerin azaltılmasıyla birlikte daha fazla sayıda helal gıda sertifikasına sahip firmanın ortaya çıkmasının desteklenmesi sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Böylece ulusal ve uluslararası farkındalık ve tanınırlık düzeyimizin artacağı düşünülmektedir.

Helal gıda uygulamalarında yaşanan bir diğer zorluk ise müşterilerin çok severek tükettikleri pastalar ve gazlı içeceklerde karşımıza çıkmaktadır. Buna göre helal olduğu şüpheli olan bu gıdalar firmaları tarafından sertifikalandırılmadıkları için “şüpheli” listesine alınmakta ve çözüm olarak helal gıda listesinde alınmamakta ancak talep gördükleri için sunulmaya devam edilmektedir. Diğer yandan bu yiyecek-içeceklerle kontaminasyonu engellemek için ekstra bir alan oluşturulup ortaya çıkan diğer masraflara katlanılmaktadır. Ayrıca helal sertifikalı gıda sayısının çok az olması otellerin marka seçme özgürlüğünü de kısıtlayan bir diğer unsurdur.

Müşterilerin bilmediği ancak düzenli olarak yapılan su, sebze ve meyvelerdeki ilaç, pestisit vb. gibi kalıntıların varlığı da helal sertifikasının en önemli unsurlarından birisidir. Müşterilerin bu konular hakkında bilgilendirilmesi ve helal sertifika ile helal gıda konusuna vakıf olmaları otel yöneticilerinin ortak beyanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu şekilde müşterilerin doğru konaklama tesislerini tercih edebileceklerine inanılmaktadır.

Diğer yandan, sertifikalandırma sürecine dâhil olan kurum ve çalışanlarının gerek tatilleri için gerekse gerçekleştirdikleri organizasyonlar için de aynı hassasiyeti göstermeleri gerektiği gibi bir sonuç da ortaya çıkmaktadır. Bu bir zorunluluk olarak belirtilmesi de tercih edebilecekleri otellerin seçimi noktasında hassas olmaları gerektiğini ancak bu şekilde yerli turistlerde bu bilincin oluşturulmasına örnek olacağı düşünülmektedir. Bu durum, hem otellerin teşvik edilmesinde hem de yerli turistlerin dikkatlerinin bu konuya çekilebilmesinde oldukça önemli bir adım olarak görülmektedir.

Yapılan bu araştırmanın neticesinde;

• Helal Turizm gelişimi sürecinde Sertifikalı Helal Gıda konusunda; helal gıda konusunun yalnızca alkol ve haram etlerden oluşmadığı ifade edilerek Eğitim, Sağlık ve Turizm Bakanlığı tarafından eğitimler ve seminerler verilerek toplum bilinçlendirilebilir böylece turizm faaliyetlerini gerçekleştiren bireylerin farkındalıklarının artması sağlanabilir.

• Kamu ve özel sektörün, Helal gıda ve sertifikasının tanıtılması konusunda, birlikte hareket etmeleriyle bu konuda başarı sağlanabilir. Toplumun bilinç düzeyinin artmasının turizm faaliyetlerini değiştirici bir unsur olabileceği fikri göz ardı edilmemelidir.

• Helal konseptli oteller Helal sertifikalandırmayı destekleyip uygulayarak tanıtım ve reklamlarda vurgulamaları vasıtasıyla gelen turist sayısını arttırabilir ve gelen Müslüman olmayan turistlerin de bu tarz otellere yönelmelerine katkıda bulunabilirler.

• İletişim teknolojileri yoluyla Helal Gıdanın ve Helal Gıda Sertifikasının ne olduğu anlatılarak kamuoyu oluşturulabilir.

• Oteller ve yiyecek içecek işletmeleri helal ve haram arasındaki tüm farklara vakıf olup bu konuda çalışanlarının eğitim noktasına özen göstermelidirler. Bilgin (2017) otel işletmeleri arasında oluşturulacak işbirlikçi bir mekanizmanın işlevsel olabileceğini belirtmiştir.

• Helal Gıda ve Helal Turizm uygulamalarının tüm dünya pazarına uyarlanabilecek bir kampanyaya dâhil edilerek tanıtımına katkıda bulunabilir.

• Helal gıda standartları revize edilerek tüm otellerin ve gıda firmalarının uygulayabileceği, HACCP ISO22000 ve uluslararası kalite belgelerinin de kabul edebileceği bir dünya standardı haline getirilebilir. Böylece sertifika veren tüm otoriteler ortak bir standarda sahip olarak Helal Turizm ve Helal Gıda Sertifikasının dünya genelinde tanınmasına katkıda bulunabilir.

• Ortak ve tüm dünyanın tanıyabileceği bir logo geliştirilerek görsel iletişim ve logonun gücü kullanılarak helal ibaresi tüm dünya tarafından kolaylıkla tanınabilir hale getirilebilir.

Helal turizm ve buna paralel olarak Helal Gıda Sertifikası her geçen gün daha da önemi artan konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konuda yapılan araştırmalar dünya çapında bilinç düzeyini de arttırmaktadır. Böylece önümüzdeki yıllarda yerli yabancı tüm dünya turistleri tarafından Helal Gıda akımının aslında bireysel sağlık açısından ne kadar mühim konulara değindiği anlaşılacak ve Helal Turizm ve Helal Gıda uygulamaları çok daha fazla tercih edilecektir.

KAYNAKÇA

ARPACI, Ö. ve 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.

ARPACI, Ö. ve Batman, O. (2016). Helal otel müşterisi hizmet kalitesini nasıl algılıyor? 3rd *International Congress of Tourism and Management Researches*. Proceeding Book. 20-22 May. Antalya Turkey. pp:1505-1529.

ATTY, H., Abdulrahman R. ve Lınzag, T., (2008). World Halal council: Keeping up with global developments. *National Halal Convention*, PTTC, Roxas Boulevard, Pasay City, 25-26.

BARAN, Z. ve E. Özkul, (2011). Destinasyon pazarlamasında yiyecek-içecek kültürü: Akçakoca örneği. *IX. Geleneksel Turizm Paneli*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

BATMAN, O. (2015). Helal Turizm, *Zafer Bilim-Araştırma Kültür-Sanat Dergisi*, 465(39), 50-51.

BATMAN, O. ve Arpacı, Ö.(2016). *Helal turizmin felsefesi teorisi uygulaması*, OmniScriptum GmbH & Co. KG: Türkiye Alim Kitapları, Saarbrücken-Deutschland.

BİLGİN, Y. (2015). İşbirlikçi pazarlama yaklaşımının otel işletmelerinin pazarlama anlayışları çerçevesinde irdelenmesi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.

BİLGİN, Y. ve Karakaş, A. (2017). Otel işletmelerinin helal niteliğinin müşteri değerlendirmelerine yansımaları: İstanbul'da faaliyet gösteren helal otellerden bulgular. *1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi*, 7-9 Nisan, 1126-1138, Alanya-Antalya.

BİLGİN, Y. (2017). Helâl otel işletmeleri için bir pazar genişletme stratejisi olarak işbirlikçi pazarlama. *Yönetim, Ekonomi, Edebiyat, İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 2(1), 32-46.

BONNE, K., Vermeir I. ve Verbeke W., (2009), Impact of religion on halal meat consumption decision making in Belgium, *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, Vol. 21, 5-26.

DAHLAN, W., (2013). Multi-approach management for halal security in HACCP-compliant food enterprises in Thailand. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 13(4), 464-471.

EL-GOHARY, H., (2015). *Halal tourism, is it really halal?*. Tourism Management Perspectives.

EUROMONİTOR INTERNATIONAL, (2012). *Halal market crippled by lack of consensus*. London: Euromonitor International, Inc.

- HARVEY, R., (2010). *Certification of halal meat in the UK*. Cambridge: University of Cambridge
- JUST, D.R., Heiman A. ve Zilberman D., (2007), The interaction of religion and family members" influence on food decisions, *Food Quality and Preference*, Vol. 18, 786-794.
- LADA, S., Tanakınjal G.H. ve Amin, H., (2009), Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Managemet*, 2(1), 66-76.
- LORDKIPANIDZE, M., Brezet, H., Backman, M., (2005). "The entrepreneurship factor in sustainable tourism development" *Journal Cleaner Production*, 787–798.
- MOHANİ, A., Hashanah, I. ve Juliana J., (2009), SME's and halal certification, *China-USA Business Review*, 8(4).
- NASIR, K.M. ve Pereira A.A., (2008), Defensive dining: notes on the public dining experiences in Singapore, *Cont Islam*. Vol. 2, 61-73.
- NORHAYATI, Z. ve Asmat-Nizam, A.T. (2010), Applying Islamic market-oriented cultural model to sensitize strategies towards global customers, competitors and environment, *Journal of Islamic Marketing*. 1(1), 51-62.
- ÖZDEMİR, G., (2008). *Destinasyon Pazarlaması*, Detay Yayıncılık: Ankara
- RIAZ, M.N. (2009). Halal an emerging food quality standard and similarities of halal and HACCP. *World Halal Research Summit*, Kuala Lumpur Convention Centre.
- RIAZ, M. N. (2010). Fundamentals of halal foods and certification. *Prepared foods*, 179(1), 71-76.
- TEKİN, Ö. A. (2014). İslami turizm: dünyadaki ve Türkiye'deki genel durum üzerine bir inceleme, *The Journal of International Social Research*, 7(29), 750-766.
- TÜRK STANDARTLARI ENSTİTÜSÜ (TSE), (2016). TSE Üretim Yeri İnceleme Planı. <http://kcsert.com/baslik/23-tse-ve-tsek-belgelendirme.html>, Erişim Tarihi: 09 Eylül 2016.
- YILDIRIM, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.