



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 7 Sayı: 29 Volume: 7 Issue: 29

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

İSLAMİ TURİZM: DÜNYADAKİ VE TÜRKİYE'DEKİ GENEL DURUM ÜZERİNE BİR İNCELEME
ISLAMIC TOURISM: AN INVESTIGATION ON GENERAL SITUATION IN THE WORLD AND IN TURKEY

Ömer Akgün TEKİN*

Öz

İslam ve turizm arasında olumlu bir ilişki bulunmaktadır. İslam, Müslümanları seyahat etmeye teşvik eden bir barış dinidir ve bu koşullar İslami turizm kavramının gelişmesi için çok önemlidir. Bugün dünyada 1.6 milyarın üzerinde bir Müslüman nüfus bulunmaktadır ve İslam ülkelerinin ekonomik göstergeleri her geçen yükselmektedir.

Tüm bu koşullar, Müslümanların turizme katılımını desteklemektedir. Bugün Malezya, İran, Suudi Arabistan gibi çeşitli ülkeler, İslami turizm pazarından önemli oranda faydalanmaktadır. Bir İslam ülkesi olarak Türkiye, İslami turizm konusunda yetersiz bir altyapıya sahiptir. Ancak Türkiye'nin İslami turizmden yüksek seviyede istifade edebilmesi için önemli avantajları bulunmaktadır.

Bu araştırmanın amacı: İslam ve turizm arasındaki ilişkiyi belirlemek, müteaddiyin turist profili hakkında bilgi sunmak, İslami turizm işletmelerinin yapısal özelliklerini belirtmek ve İslami turizmin hem dünyadaki hem Türkiye'deki durumunu incelemektir.

Anahtar Kelimeler: İslami Turizm, Dünya, Türkiye.

Abstract

There is an affirmative relationship between Islam and tourism. Islam is a peace religion which encourages Muslims to travel and these conditions are very important for the progress of Islamic tourism. Today, all over the world, the population of Muslims is more than 1.6 billion and every passing year economic indicators of Muslim countries are rising.

All of these conditions, are encouraging the participation of Muslim tourists to tourism. Today, the countries like Malaysia, Iran and Saudi Arabia are benefit seriously from the market of Islamic tourism. Turkey as a Muslim country, has an insufficient substructure for Islamic tourism. Nevertheless, Turkey has great advantages to benefit from Islamic tourism.

The aims of this research are to; determine the relationship between Islam and tourism, share knowledge about Muslim tourist profile, indicate the structural features of Islamic tourism establishments and investigate the situation of Islamic tourism in the world and in Turkey.

Keywords: Islamic Tourism, World, Turkey.

Giriş

Din, insanlık tarihi boyunca bireylerin seyahat etmesinde etkili bir kavram olmuştur. Turizm eylemi, geçmişten bugüne dek birçok dinden, özellikle; İslam, Hıristiyanlık, Musevilik, Budizm, Sihizm ve Hinduizm'den etkilenmiştir (Laderlah, 2011:187). Dinlerin emirleri veya etkileri vesilesiyle, inananlar kimi zaman bir adağın inanılan varlığa sunulması için, kimi zaman kutsal yerlerin ziyareti için seyahate çıkmışlardır. İnsanlık tarihi boyunca dini inançların var oluşu, bireylerin seyahat etmeleri için farklı bir motivasyon türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireylerin inançlarını yerine getirmek ya da inançları doğrultusunda kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamak için kutsal yerleri ziyaret etmeleri; genel olarak "inanç turizmi" kavramı kapsamında ele alınabilir. Bu eylem, din ve turizm ilişkisinin bir formunu oluşturmaktadır. Fakat, din ve turizm ilişkisinin bir başka formu daha bulunmaktadır. Din ve

* Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü.

turizm ilişkisinin ikinci formunda durum şöyledir: Bu formda; bireylerin seyahat ve turizm eylemine katılımları esnasında, mensup oldukları dinin emir ve yasaklarına uyarak yaşamaları ön plana çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle; bireylerin turizm eylemine inançlarının kurallarına göre katılımları din ve turizm ilişkisinin diğer formunu oluşturmaktadır.

Yukarıda yapılan değerlendirmeyi daha net hale getirilebilmek için konu şu şekilde özetlenebilir: Din ve turizm arasındaki ilişkinin iki formu mevcuttur;

- Birincisinde bireyler, inançları gereği kutsal bir yeri ziyarete çıkmaktadırlar. Bu hac ibadetini yerine getirmek veya dini anlamda önem arz eden diğer kutsal yerleri ziyaret etmek şeklinde gerçekleşmektedir. Bu kavram bugünkü turizm literatüründe “inanç turizmi” kavramına denk gelmektedir. Bu formda önemli olan olgu; “ziyaret edilen yerin niteliği”dir.
- İkinci formda ise bireylerin nereyi ziyaret ettikleri önemli değildir. Ön plana çıkan durum; bireylerin hangi tür turistik etkinliğe katılırlarsa katılırlar, inançlarının emir ve yasaklarına göre yaşamaları, bu emir ve yasaklara göre bir turistik davranış modeli ortaya koymalarıdır. Bu formda önemli olan olgu; turistik eyleme katılan bireyin “dinin inançlarının turistik tüketici davranışını etkilemesi”dir.

Bu çalışmanın amacı; din ve turizm ilişkisinin ikinci formuna İslam dini açısından yaklaşmaktır. Çalışmada, İslam dini ve turizm arasındaki etkileşim, İslami konseptte turizm uygulamaları, müteaddiyin turistler, İslami turizmin dünya ve Türkiye’deki hali incelenmeye gayret edilmiştir.

İslam ve Turizm İlişkisi

Bilindiği üzere İslam dini; yedinci yüzyılda son peygamber Hz. Muhammed ile gönderilen, son ilahi dindir. Bu yönüyle İslam, insanlık tarihi içerisinde yaklaşık on dört asırlık bir geçmişe sahiptir. İslam geliş tarihi itibarıyla, antik anlamdaki turizm eylemlerinin doğuşundan çok daha sonra insanlığın tanıştığı bir dindir. Turizm tarihi ile ilgili literatüre bakıldığında; araştırmacıların, turizmin doğuşunda etkili olan seyahat ve ticaret gibi dinamiklerin kökenlerini, M.Ö. 4000'lere kadar dayandırdıkları görülmektedir. Bu tarihlendirmeler İslam dininin çok öncesine dayanmaktadır.

M.Ö. 4000'ler civarında paranın Sümerler tarafından icat edilmesi ile birlikte ticaretin yeni bir boyuta atlamış olması, seyahat kavramı açısından yeni bir çağın açılmasına olanak sağlamıştır (Goeldner ve Ritchie, 2009:6). Para gibi bir değişim aracının geliştirilmesi, mevcut ticari hareketleri kayda değer oranda arttıracak bir icat olmuştur. Zaten bu dönemde en önemli seyahat nedeni olan ticaret kavramına ilişkin gelişmeler, seyahate de olumlu etkiler sunmuştur. Yaklaşık M.Ö. 3500-4000 aralığında, ilk tekerleğin bugünkü güney Mezopotamya civarında kullanılmaya başlandığı Mezopotamya’daki resim yazısı tabletlerinden anlaşılmaktadır (Rice, 1987; Piggot, 1983; akt: Sax vd., 2000:157). Tekerleğin icadı, insanların ve eşyaların daha fazla miktarda ve daha hızlı bir şekilde nakli için çok önemli bir adım olmuştur. Hareketlilik kabiliyetinde meydana gelen bu önemli gelişme, seyahat kavramına önemli etkilerde bulunmuştur.

Turizm sistemini oluşturan “turist, seyahat, destinasyon” üçlüsü arasında adeta organik bir bağ bulunmaktadır. Turizm eyleminin oluşabilmesi için bu üç olgudan hiçbirinin eksik olmaması gerekir. Turizm sisteminde; turist ile seyahat arasında var olan bağa benzer bir şekilde, seyahat eyleminin gelişiminde de, ulaşım araçlarındaki ilerlemeler ile seyahat arasında böylesine bir bağ bulunmaktadır. Zaman içerisinde ulaşım teknolojilerinde meydana gelen devrimler, meydana getirdikleri etkileşimlerle, bugünün turizm türlerini ve anlayışlarını ortaya çıkarmıştır.

Özellikle ticaretin gelişimi ve tekerleğin icadından sonra, yolların yapılması ile ilk seyyahların ortaya çıktığı görülmektedir. M.Ö. 465 civarında yaşadığı bilinen tarihçi Herodotus, ünlü seyahatleri ile de bilinmektedir. Herodotus, meşhur Atina’lı tarihçi Solon’un şu sözünü günümüze aktarmaktadır “bilinmedik yerlere gitmenin ne kadar zevkli bir şey olduğu hakkında şüpheye yer yoktur”. Örneğin Solon da, bu dönemde, Amasis’in mahkemelerini görmek için Mısır’a, Croesus’u görmek için ise Sardis’e gitmiştir. Özellikle Roma’nın yıkılışından (M.S. 476) Rönesans’ın doğuşuna (15.yy) kadar geçen sürede yapılan seyahatlerin

önemli bir kısmının ya dini amaçlı (özellikle hac amaçlı) ya da savaş amaçlı yapıldığını gözden kaçırmamak gerekir. (Ryan, 2003:1).

Hem bugünkü turizm anlayışının hem İslam dininin çok öncesinde, seyahat ile ilgili çeşitli değerlendirmelerin yapıldığını görmek olanaklıdır. M.Ö. 427-347 tarihleri arasında yaşamış olan ünlü filozof Platon, felsefe dışındaki birçok konuda da çeşitli çalışmalar yapmıştır. Platon'un ilginç eserlerinden biri de, o dönemlerde seyahate çıkan insanları sınıflandırmak için yapmış olduğu turist tipolojisi çalışmasıdır. Platon'un çalışmasında seyahat eden kimseler, dört sınıfta tanımlanmıştır; "tüccarlar, kültürel ziyaretçiler, yüksek statülü kültürel ziyaretçiler, sivil ruhani liderler" (Butler ve Roslyn, 2010:7). Platon döneminde bile böylesine bir sınıflandırmanın yapılmış olması antik turizm etkinlikleri açısından dikkat çekicidir.

Bununla birlikte, yine İslam dininden önce bireylerin zevk ve merak sebepli seyahatlere çıkmaya başladıkları bilinmektedir. Butler ve Roslyn'e göre (2010) bu tür seyahatlerin ilk hallerini M.Ö. 1500'lü yıllara kadar dayandırmak olanaklıdır. Meşhur Pharaoh'un mezarı ve tapınağı M.Ö. 1500'lerde tamamlanmıştır. Sfenks ve Mısır'daki üç devasa piramit uzun zaman önce turistik bir çekicilik haline gelmiştir. Bu piramitlerden birinin duvarında 3500 yaşında bir duvar yazısı bulunmaktadır. Bu yazı aynen şöyle demektedir: "Hadnakhte, hazinenin katibi, buraya kardeşine ve kendine hoşça vakit geçirtmek için gezmeye geldi, Panakhd, Vizier'in katibi". Bu duvar yazısına dikkat edildiğinde aslında turistik motivasyonların bazı yönleri itibarıyla çok da fazla değişmediği söylenebilir. Yeni bir şeyler görme, farklı bir şeyler tecrübe etme, geride bir hatıra bırakma halen önemli turistik motivasyonlar arasındadır (Butler ve Roslyn, 2010:3).

M.Ö. 2500'ler civarında, Antik Mısır ve Antik Yunan gibi yerlerde ilk rekreasyonel faaliyetler gelişmeye başlamıştır. Bu tarihlerde en görkemli dönemlerinden birini yaşayan Mısır İmparatorluğu ve Firavunlar yaklaşık 20 yıllık bir inşaat süresi sonunda Khufu (Keops) Piramidini yaptırmışlardır (Funte, 2007:1). Mısır ve Firavunlar, bu ihtişamlı dönemde özellikle Nil Nehri civarında olağanüstü eğlence faaliyetleri organize etmişlerdir. Bu açıdan Firavunların organize etmiş oldukları bu eğlenceler yakın coğrafyadan birçok önemli kişiyi bölgeye çekmiştir. Bu organizasyonlar, bugünkü modern turizm literatüründe "etkinlik" (event) turizmi olarak adlandırılmaktadır.

Yukarıda örneklerle aktarıldığı gibi, İslam dini öncesinde insanlığın çeşitli motivasyonlarla seyahate çıktıkları ve turistik içerikli etkinliklere katıldıkları bilinmektedir. Hz. Muhammed'in ile gelişyle birlikte, İslam dini özellikle Ortadoğu coğrafyasında hızla yayılmaya başlamış, zamanla Müslüman ülkelerin ticari, siyasi ve askeri girişimleri ile İslam bugünün Asya, Afrika ve Avrupa sınırları içerisinde ciddi kabul görmüştür.

Hz. Muhammed'in 632 yılında vefat etmesinin ardından, İslam dünyasını "Hulefa-yı Raşidin" adı ile bilinen dört halife yönetmiştir. Hulefa-yı Raşidin döneminden sonra ise İslam Dünyası 661-750 yılları arasında Emeviler tarafından yönetilmiştir. Emevilerin iktidarının ardından da 508 yıllık bir dönemi (750-1258) kapsayacak olan Abbasiler devri başlamıştır.

Abbasiler devrinin karakteristik özellikleri; İslam coğrafyasının Asya, Avrupa ve Afrika şeklinde üç kıtaya yayılması vesilesiyle birbirinden farklı ırk, dil ve kültürlerin birbirine karışması şeklinde tanımlanabilir. Bu dönemin bir avantajı olarak, bireyler, üç kıtanın bir ucundan diğer bir ucuna hiçbir bürokratik engel olmadan seyahat edebilmekteydiler (Taher,2008:54). Aynı zamanda Abbasiler döneminde, başkent olan Bağdat, çok önemli bir kent konumundaydı. Bağdat'ta bulunan ve "souk al-Warraqaen" (Su'k El Verakin) adıyla anılan dükkanlarda birçok el yazması eser satılmakta, bu durum da birçok farklı coğrafyadan farklı bilim insanlarını, şairleri, edebiyatçıları, entelektüelleri ve filozofları bu topraklara çekmekteydi (Mustafayeva vd., 2012:1837;Taher,2008:55). Bu gelişmeler açısından bakıldığında, İslam coğrafyasında seyahatin tarihini İslam'ın doğuşuna çok yakın tarihlere dayandırmak olanaklıdır.

İslamiyet ile birlikte birçok Müslüman seyyah çeşitli yerlere seyahatler düzenlemiş, bu seyahatler sayesinde edindikleri bilgi ve deneyimleri çeşitli yollarla diğer insanlarla paylaşmışlardır. Ortaçağ döneminde, Müslüman seyyahlar, gerek kendi imparatorlukları içerisinde gerekse bu imparatorlukların dışarısında çok aktif ve macera sever bir tutum sergilemişlerdir. Bu seyyahlar, farklı kültürleri, bilimi ve yabancı ülkeleri inceleyerek notlar

almak için ciddi riskleri göze almışlardır. Hatta bazı Müslüman seyyahlar, Avrupalılardan çok daha önce, adeta arkeologlar gibi birçok antik kenti ve mezarlıkları dolaşarak bu alanları çok detaylı şekillerde tanımlayan çalışmalar yapmışlar. Bu seyyahlardan kimileri seyahatnameler düzenlemiş kimileri ise haritalar çıkarmışlardır. İslam coğrafyası seyyahlarının bazıları şunlardır; Tarık İbn Ziyad (720), İbn Vehb El-Kureşi (870), El-Mesudi (896), Ahmed İbn Fadlan (921), Muhammed İbn Havkal (943), El Makdisi (946), Nasır Hüsrev (1003), Üsema İbn Münkid (1098), Muhammed El İdrisi (1100), İbn Cübeyr (1144), Abdullatif El Bağdadi (1162), El-Haravi As-Sa'ih (1173), İbn Battuta (1304), Ahmed İbn Mecid (1421) (Taher,2008;54-58. www.bashaoorpakistan.com/erişim:20.10.2013). Daha sonraki zamanlarda İslam coğrafyasında birçok seyyahlar ortaya çıkmaya devam etmiş ve eserleri ile bugüne çeşitli bilgiler aktarmışlardır. Osmanlı topraklarında doğmuş ve yaşamış olan Evliya Çelebi (1611-1682) bu seyyahlar arasındaki en önemli isimlerden biridir.

Müslüman bireylerin, İslam tarihinin ilk dönemlerinden beri aktif olarak seyahate katılması, bu dinin mensuplarından dünya tarihine mal olmuş seyyahların çıkması, İslam dininde seyahate yönelik olumlu bir kanaatin var olduğunu düşündürmektedir. Ancak, İslam dininde, bu özel örneklerin dışında bireylerin seyahate çıkmasını teşvik eden çeşitli kaynaklara da ulaşmak mümkündür. Özellikle Kur'an-Kerim'de ve çeşitli hadislerde, seyahatin insanlar için iyi ve faydalı bir eylem olduğu ve Müslümanların bu tür eylemlere İslami emir ve yasaklara uyarak katılmaları tavsiye edilmiştir.

İslam dininin kutsal kitabı olan Kur'an-ı Kerim'de, inanların seyahat etmesi, seyahat ederek öğrenmesi ve geçmiş kavimlerden ibretler almasını öğütleyen birçok farklı ayetler bulunmaktadır: Mülk/15, Al-i İmran/137, En'am/11, Yusuf/109, Nahl/36, Neml/69, Ankebut/20, Rum/42, Hac/46, Fatır/44, Mü'min/82, Sebe/18, Zuhruf/12, Muhammed/10. (Kur'an-Kerim, akt: Feyizli, 2010).

İslam dininde Hz. Muhammed'in sözleri, açıklamaları, tavsiyeleri ve yaşam biçimi Müslümanlar için önemli bir referans kaynağıdır. Hz. Muhammed'in hayatı boyunca birçok seyahate çıkmış olması bile başlı başına İslam dininde seyahatin durumu hakkında önemli bir bilgi sunmaktadır. Buna ilaveten Hz. Muhammed'in seyahat ile ilgili çeşitli sözlerini içeren hadisler bulunmaktadır. Seyahat ile ilgili birkaç hadis örneği aşağıda verilmiştir.

"Nesebinizden sıla-i rahim (akrabaları ziyaret) yapacaklarınızı öğrenin. Zira sıla-i rahim, akrabalarda sevgi, malda bolluk, ömürde uzamadır." (Buhari, Edep/12, akt: Sofuğlu, 2009).

"Şüphesiz benim ümmetimin seyahate çıkması Allah yolunda mücadele etmektir." (Ebu Davud, Cihad/6, akt: Budak ve Çetinkaya, 2010:403).

"Bizler sefere çıkıp geri dönen, tövbe, âbid ve Rabbimize hamd eden kullarız." (Müslim, Hac/425, akt: Budak ve Çetinkaya, 2010:307).

İslami dünya görüşünde seyahat eylemi; yer yer ibadetin bir parçası olarak algılanmış, bilgi ve öğrenme ile ilişkilendirilmiştir. İslam dininin doğduğu dönemde yapılan seyahatler bile bilgiye ulaşmak ve var olan bilgiyi yaymak gibi bir maksat taşıyordu. Bununla birlikte, insanları İslam dinine davet etmek de seyahatin en önemli amaçlarından biri olarak vurgulanmıştır (Al-Munajjid, 2009:3-4).

İslam felsefesinde Allah'ın yüceliğini kavramanın, O'nun yarattığı şeylerin zenginliği ve güzelliğini görmekle de mümkün olabileceği değerlendirilmektedir. Aynı zamanda seyahat etmek, turizm faaliyetine katılmak, insanların kendini daha iyi hissetmesine, stresten uzaklaşmasına ve bu şekilde Allah'a daha iyi kulluk edebilmesine olanak sunmaktadır (Farahani ve Henderson, 2010:80). Böyle bir bakış açısının, turizm ve seyahat eylemlerine İslami anlamda bir kutsiyet rolü kazandırdığı düşünülmektedir.

İslam dininde Müslümanların kendilerini geliştirecek her türlü etkinliğe katılması tavsiye edilmektedir. Öyle ki İslam, Müslümanların faydalı yollarla gelişmiş bireyler olmasını, sulh içerisinde yaşamasını teşvik eden bir dindir. Turizm, yapısı itibarıyla hem insanların psiko-sosyal gelişimine hem de dünya barışına katkı sunan bir eylemdir.

Dünya Turizm Örgütü'nün (DTÖ) düzenli olarak yayımladığı "Tourism Highlights" yayınının 2013 sayısında sunulan istatistiklere göre; 2012 yılında tüm dünya genelinde turizm faaliyetlerine katılan kişilerin %27'si "inanç turizmi, sağlık turizmi ve akrabaları-arkadaşları

ziyaret etmek" motivasyonu ile hareket etmiştir (UNWTO Tourism Highlights, 2013:4). DTÖ, 2012 yılında uluslararası turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısının bir milyarın üzerinde olduğunu belirtmektedir. Buna göre, geçen yıl dünya genelinde neredeyse 300 milyona yakın kişi "inanç turizmi, sağlık turizmi ve akrabaları-arkadaşları ziyaret etmek" gibi motivasyonlarla seyahat etmiştir. Bu motivasyonlarla tüm dünyadaki iç turizm hareketlerine katılan kişi sayısı ise bilinmemektedir. İç turizm hareketlerinde bu motivasyonlarla seyahat eden kişi sayısının 300 milyonun en az birkaç katı olduğunu düşünmek abartılı olmayacaktır.

Bu her üç turistik motivasyon da İslam dininin emir ve tavsiyeleri ile örtüşmektedir. Örneğin; her yıl milyonlarca Müslüman, Suudi Arabistan'daki kutsal toprakları ziyaret etmek için dünyanın farklı coğrafyalarından yola çıkmaktadır (Bhuiyan vd., 2011:1335). Turizm eylemi geleneksel bir şekilde, seyahat için önemli bir motivasyon olan, hac ibadetinin gerçekleştirilmesi ve kutsal alanların ziyareti gibi nedenlerle din ile yakın bir ilişki içerisinde. İnanç odaklı motivasyonları olan bireyler için dini yapılar, dini ritüel, seremoni ve organizasyonlar önemli turistik çekicilikler olarak bireyleri seyahate yönelten faktörler arasında yer almaktadırlar (Henderson, 2002:447). Umre seyahati yine Müslümanlar için ayrı ve özel bir önem arz etmektedir. Bunun dışında, geçmiş dönemlerde Müslümanların yaşadığı çeşitli yerler de gerek inanç turizmi gerek dark turizm gibi farklı konseptlerle Müslümanlar tarafından ziyaret edilmektedir.

Turizm, İslam dininde, Allah'ın rızasını almak, fiziksel, sosyal ve psikolojik anlamda sağlıklı olmak için yapılan bir eylemdir (Bhuiyan vd., 2011:1334). DTÖ istatistikleri içerisinde sunulan "arkadaş ve akraba ziyareti" motivasyonu, İslam dininin emir ve tavsiyeleri ile örtüşen bir başka durumdur. Akrabalık ve dostların ziyaretine İslam dininde çok büyük önem verilmiştir. Bu konu "Sıla-i Rahim" olarak adlandırılmaktadır. Sıla-i Rahim konusunda hem Kur'an-i Kerim'de hem de hadislerde birçok emir ve tavsiyeye yer verilmiştir.

İslam'da seyahatin insanlara faydası üzerine birçok konuya işaret edildiğini gözlemek mümkündür. Örneğin seyahatin, insanların üzerindeki gerginliğin azalmasına, bireylerin; dinlemesine, mental, fiziksel ve ruhsal olarak çeşitli sıkıntılardan uzaklaşmasına yardımcı olacağı vurgulanmıştır. İnsanların görerek ve düşünerek Allah'ın yarattığı varlıklar hakkında birçok bilgiye erişebileceği belirtilmiştir (Laderlah, 2011:186). Seyahat ile insanların Allah'ın varlığının yüceliğine dair birçok işareti gözlemleyebilecekleri, O'nun yarattıklarının güzelliğini ve bereketini fark edebilecekleri vurgulanmıştır (Din, 1989:552). Bununla birlikte, Müslümanların seyahat etmesinin, bir taraftan bir ibadet olarak bir taraftan da İslam'a davet olarak değerlendirilebilmesi olanaklıdır (Laderlah vd, 2011:186, Hamza vd., 2012:87;Farahani ve Henderson, 2010:80). Öyle ki İslam'da seyahat kavramı belirli maksatları olan (purposeful) bir eylemdir. Stresten uzaklaşmak, fiziksel olarak rahatlamak, sağlıklı olmak, dinen kardeş olarak kabul edilen diğer Müslümanlar ile bir araya gelmek, eğitim ve öğrenim gibi kişisel gelişim amaçlarını karşılamak, İslami anlamda bir seyahatin maksatları arasında sıralanabilir (Mustafayeva, 2012:1837).

"İslami turizm" in Yapısı ve "Mütedeyyin turist"ler

İslami esaslar doğrultusunda ve yukarıda açıklanan motivasyonlar çerçevesinde yapılan seyahatler bu çalışmada "İslami Turizm" başlığı ile anılmıştır.

İslami turizm kavramının henüz oldukça yeni olmasından dolayı, kavram ile ilgili çok fazla bilimsel çalışmaya ulaşabilmek olanaklı değildir (Hamza vd., 2012:87). Konu ile ilgili ulusal literatür üzerinde yapılan incelemede bu çalışmada hedeflenen içerik ile benzeşen kısıtlı sayıdaki çalışmada bu konseptin zaman zaman "dini turizm" ve "inanç turizmi" başlıkları ile ele alındığı görülmüştür. Ancak ilgili çalışmaların, bu çalışmada ortaya konmak istenen içerik ile aynı olmaması yeni bir tanım yapmayı zorunlu kılmıştır. Uluslararası literatürde yapılan incelemede benzer konuların genellikle "Islamic Tourism" veya "Halal Tourism" başlığı altında değerlendirildiği tespit edildiği için bir kavram bütünlüğü oluşması amacıyla bu çalışmada da "İslami Turizm" başlığı kullanılmıştır. Helal turizm kavramı ile yapılan çalışmalarda içerik de İslami turizm başlığı altında yapılan çalışmalar ile büyük oranda benzer içerikte olduğu görülmüştür.

İslami turizm; din, kültür, ekonomi ve turizm açısından ele alınabilecek bir kavramdır (Mustafayeva vd., 2012:1836). İslami turizmde, bireyler Allah'ın rızasını almak ve tatillerini

yapabilmek gibi iki temel amacın birleşimi içeren bir motivasyon ile seyahat etmektedirler (Namin, 2012:18). İslami turizm kavramını; "İslam'ın emir ve yasaklarına uygun bir şekilde yapılan turizm faaliyeti" olarak tanımlamak mümkündür. Burada önemli olan gidilen yer veya turistik motivasyon değil, bireylerin turistik tüketim davranışlarının, eğlence anlayışlarının ve yaşam biçimlerinin İslami esaslara göre şekillendirilmiş olmasıdır. İslami turizm kavramını kısaca; "turizm eyleminin İslam'ın emir ve yasakları çerçevesinde gerçekleştirilmesi" şeklinde tanımlamak da mümkündür.

İslami turizmde bireyler, bir taraftan Allah'ın rızasını almak diğer taraftan ise kendi bireysel rekreasyon faaliyetlerini icra edebilmek için seyahat etmektedirler. Turizm eylemi insan hayatının bir parçasıdır ve İslami temeller ile herhangi bir çelişki içermemektedir (Bhuiyan vd., 2011:1335). Bu açıdan İslami turizm birçok yönüyle; esnek, mantıklı, basit ve denge odaklı bir yapıdadır. İslami turizm eylemi esnek bir yapıdadır; çünkü İslam dini, alışveriş yapmak, sağlık kazanmak veya sağlığı korumak, sportif faaliyetlere katılmak ve dini motifli etkinliklerde bulunmak gibi turistik yönü olan faaliyetlere izin vermektedir. İslami turizm mantıklı bir yapıdadır; çünkü İslam bireylere dünyayı gezip dolaşp keşfetmeyi, akrabaları ve dostları ziyaret etmeyi, barış ve sulh içerisinde yaşamayı öğütler. İslam basit bir dindir; çünkü İslam insanların mükellefiyetlerine kolaylık getirmeye çalışır. Örneğin ibadetler, insanlara fiziksel, duygusal ve mental olarak huzur içerisinde olma imkânı sunar. İslami turizm denge odaklıdır; çünkü yapılan turistik faaliyet, niyet itibarıyla hem bu dünyadaki hayat için bir imkandır hem de ölüm ötesi hayat için bir yatırım mahiyetini taşır (Laderlah vd, 201:187).

Bhuiyan vd. göre; İslami turizm, destinasyon açısından da kutsal bir iş olarak değerlendirilmektedir. Bu şekilde ülkeye gelecek olan turistlerin, İslam kültürü ve değerleri ile tanışma olanağı söz konusudur. Diğer taraftan da İslami turizm, gelişmekte olan İslam ülkelerinin hem ekonomileri hem de insan kaynakları açısından önemli bir yatırım alanı olarak değerlendirilmektedir (Bhuiyan vd., 2011:1339).

Müslümanların yaşam biçimlerini genel olarak, İslam dininin kutsal kitabı olan Kur'an-ı Kerim'in emir ve yasakları ile İslam peygamberi Hz. Muhammed'in yaşam biçimi ve söylemlerinden alınan sünnet uygulamaları şekillendirmektedir. İslami turizme katılan turistler hangi motivasyonla turizm eylemine katılırlarsa katılırlar, hangi turistik alana seyahat ederlerse etsinler, seyahatleri boyunca İslam'ın emir ve yasaklarına göre hareket etmektedirler. İslami turizm etkinliğine katılan bireylerin turistik tüketici davranışlarının temelinde İslam'ın emir ve yasakları vardır. Çeşitli turistik faaliyetlere katılan bu kimseler, tüm yaşam biçimlerini, eğlence anlayışlarını, turistik motivasyonlarını, tüketim anlayışlarını İslam dininin esaslarına göre şekillendirmeye çalışmaktadırlar. Bu özellikleri nedeniyle; bu kimselerin turistik profilleri, ürün-hizmet beklentileri, tatil-seyahat anlayışları diğer bireylerden çeşitli farklılıklar arz edebilmektedir. Hem ulusal hem uluslararası literatürde yapılan araştırmalarda, İslami turizm etkinliklerine katılan bu turist tipi için genel kabul görmüş herhangi bir isim verildiği bilgisine ulaşılamamıştır. Ancak bu turistlerin, aynı kongre turizmine katılan bireylerin "kongrezist" ismiyle anılmasında olduğu gibi, sahip oldukları farklı turistik profilleri nedeniyle farklı bir isimle anılmalarının yerinde olacağı değerlendirilmektedir. "Mütedeyyin turist" gibi bir ismin bu profildeki turistleri tanımlamada değerlendirilebileceği düşünülmektedir. Mütedeyyin turist kavramını kısaca; "turizm eylemini İslam'ın emir ve yasakları çerçevesinde gerçekleştiren kişi" şeklinde tanımlamak olanaklıdır. Bu çalışmada, İslami turizm etkinliklerine katılan turistler "mütedeyyin turist" adıyla anılmıştır.

ABD kökenli Dinar Standard Crescent Rating isimli şirket, 2012 yılında, mütedeyyin turistleri global ölçekte inceleyen "Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Consumer Needs Study for Airlines, Destinastions and Hotels&Resorts" isimli bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre: Mütedeyyin turistlerin seyahat kararlarında %67'lik bir oranla "helal standartlarda gıda üretimi" birinci derecede önem taşımaktadır. İkinci sırada %53'lük bir oran ile "ekonomik uygunluk" ön plana çıkmakta, üçüncü sırada ise %49'luk bir oran ile Müslüman-dostu (Muslim-friendly) uygulamalar önem taşımaktadır. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, mütedeyyin turistlerin konaklama işletmesi tercihlerinde ön çıkan kriterler ise şunlardır;

- Temiz oda ve çevre,

- Samimi bir misafirperverlik anlayışı ve servis sistemi,
- Helal gıda imkânları,
- Çeşitli aktiviteler için tesisin uygun konumda olması,
- İbadetleri yerine getirebilme alt yapısı sunması,
- Alkolsüz çevre,
- Menüde çeşitlilik,
- Yüzme olanakları,
- Zengin sosyal aktivite imkânları,
- Shuttle hizmetleri,
- Vale hizmetleri,
- Bayanlar için ayrı alanlarda rekreasyon olanakları (Dinarstandards, 2012:10).

İslami Turizm Konseptinde Hizmet Veren İşletmeler

İslami turizm sektörü, İslami kurallar ile yaşayan turistlere hizmet sunmaktadır. Bu sektörde hizmet veren konaklama işletmelerinde İslam dinince yasaklı olan, alkol, domuz eti gibi ürünler bulunmamakta, bireylerin ibadetlerini gerçekleştirmesine yardımcı olacak imkanlar oluşturulmakta ve bazı hizmetler kadınlar ve erkekler için ayrı ayrı sunulmaktadır (Pavlova, 2011:120).

İslami turizm konseptinde hizmet veren işletmeleri, aşağıda başlıklar halinde sıralanan turizm işletmelerinin İslami esaslara göre ürün-hizmet sunan türevleri olarak tanımlamak olanaklıdır. Turizm işletmelerini genel olarak şu başlıklar altında toplamak mümkündür;

1. Konaklama işletmeleri (Otel, tatil köyü, motel, kamping, hostel, oberj, pansiyon vb.)
2. Seyahat işletmeleri (Tur operatörleri ve seyahat acentaları)
3. Yiyecek-içecek işletmeleri (Restoran, pastane, cafe, bar, bistro, pub vb.)
4. Ulaşım işletmeleri (Karayolu, havayolu, demiryolu, denizyolu işletmeleri)
5. Eğlence işletmeleri (Eğlence parkları, casinolar, gece kulüpleri vb.)
6. Diğer işletmeler (Turizm sektöründen doğrudan beslenen işletmeler; turizm mağazaları gibi)

İslami turizm konseptinde hizmet verebilecek işletmeler, ürün-hizmet içerik ve sunum konseptleri itibariyle yukarıda anılan işletmelerden İslami esaslara göre işletilebilecek olanlardır. Diğer bir ifadeyle, sundukları ürünler-hizmetler ve sunum konseptleri İslami esaslara uygun halde olan veya bu esaslara uygun hale getirilebilecek tüm işletmeler mütedeyyin turistlerin pazarına hitap eder hale gelebilir. Mütedeyyin turistlerin hizmet alımına uygun hale gelen tüm işletmeler de İslami turizm konseptinde hizmet veren işletmeler kümesinde yer alabilirler. Ancak misyonları itibariyle İslami esaslara göre hizmet verebilecek niteliğe dönüştürülemeyecek olan casino (kumarhane), alkollü ürün sunan pub ve barlar gibi işletmelerin teknik olarak İslami turizm konseptinde hizmet vermesi mümkün değildir. Bunun dışında kalan işletmelerin neredeyse tamamının yapılacak bazı değişikliklerle İslami turizm konseptinde hizmet vermesi sağlanabilir.

İslami turizm konseptinde hizmet veren konaklama tesislerinde, azami oranda İslami kurallara uyulmaya çalışılarak; misafirlerin aile olma şartı aranmakta, yüzme havuzları, plajlar, fitness ve SPA hizmetlerinde kadın ve erkekler için ayrı ayrı hizmet alanları oluşturulmakta, misafirlerin ibadetlerini gerçekleştirebilecekleri mescid hizmeti sunulmakta, namaz vakitlerinde ezan yayınları yapılmakta, odalarda seccade, Kur-an'ı Kerim ve kibleyi gösteren işaretler bulunmakta, banyoda sunulan buklet malzemeleri alkol içermemekte, tesisin hiçbir ünitesinde alkol ürünleri, kumar türü eğlenceler ve İslam ahlakı kurallarına uymayan etkinlikler sunulmamakta, yiyecek-içeceklerin satın alınması ve hazırlanmasında "helal gıda" üretim koşullarına uyulmaktadır. Ayrıca gerek tesiste sunulan animasyon etkinlikleri gerek tesis dışı günübirlik turlar yine İslami esaslara uygun yapıda organize edilmektedir. Bu tür tesislerde Ramazan ayında, kandillerde ve dini anlamda önem taşıyan diğer günlerde çeşitli etkinlikler gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır.

Ülkemizdeki bu tür konaklama tesislerinin pratikte “İslami otel”, “alternatif otel”, “tesettür otel” gibi isimlerle anıldıkları görülmektedir. Literatürde yapılan incelemede bu turizm işletmelerine kabul edilir bir isim verilmesi hususunda herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Ancak bu tesislerin “alternatif otel”, bu turizm türünün de “alternatif turizm” adı ile anılmasının teknik olarak doğru olmadığı düşünülmektedir. Bu tesisler ve sunmuş oldukları konsept, pratikte bir alternatif oluşturuyor olabilirler, fakat alternatif turizm kavramı turizm literatüründe çok farklı türde turistik etkinliklere yönelik bir kavramdır. Alternatif turizmin hem içeriği çok geniştir hem de genel olarak yapısı İslami turizm kavramı ile aynı nitelikte değildir. Bu çalışmada ilgili tesisler “İslami turizm konseptinde hizmet veren konaklama işletmeleri” şeklinde anılmaktadır.

İslami turizm konseptinde hizmet veren işletmelerde misafirlerin hoşnut edilmelerine daha fazla önem verilmeye çalışılmaktadır. Çünkü; İslam kültürü ve hukuku çerçevesinde; gelen misafirlere, onları hoşnut kılacak bir misafirperverlik gösterilmesi gerektiğinin altı çizilmektedir (Henderson, 2002:447).

İslami turizm konseptinde hizmet veren seyahat işletmelerinde; daha çok inanç turizmi destinasyonlarına veya İslam tarihinde ve kültüründe önemi olan destinasyonlara yönelik paket turlar organize edilmektedir. Seyahat aşamasından konaklama aşamasına kadar, tur paketinin içeriğini oluşturan her unsurda mütedeyyin turist profiline uygun hizmet veren işletmeler tercih edilmeye çalışılmaktadır.

Bu konseptte hizmet veren seyahat işletmelerinin son yıllarda inanç turizmi destinasyonları dışındaki alanlara yönelik turlar da organize etmeye başladıkları görülmektedir. Bu tür bir gelişmenin oluşmasında iki temel neden bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; mütedeyyin turist profilinde meydana gelen sosyo-demografik ve ekonomik değişiklikler ile birlikte tatil anlayışının çeşitlenmesidir. İkinci sebep ise; İslami turizm konseptinde hizmet veren konaklama tesisi sayısında meydana gelen artışlardır.

Mütedeyyin turistlerin, inanç turizmi etkinliklerinin haricinde; eğlence, dinlence, stresten uzaklaşmak, gezmek, keşfetmek, gibi değişken motivasyonlarla farklı destinasyonlara yönelik bir talep ortaya koyması ve buna karşılık İslami konseptte hizmet veren turizm işletmelerin bu talebe yanıt vermeye çalışması artık deniz kenarlarında, tabiata yakın alanlarda, termal kaynakların bulunduğu bölgelerde da artan sayıda tesisin ortaya çıkmasına olanak vermiştir. Bu tür gelişmelerin ülkemizde genel olarak 2000’li yılların başından itibaren meydana geldiği görülmektedir.

Seyahat işletmelerinin helal turizm çerçevesinde hizmet vermesi ile ilgili çeşitli standardizasyon çalışmaları ve sertifika programları bulunmaktadır. Örneğin ülkemizde kurulmuş olan Dünya Helal Birliği (World Halal Union) isimli kuruluş, talep halinde ilgili seyahat acentalarını denetleyerek İslami esaslara uygun yapıda olanlarına sertifika vermektedir. Ülkemizde bu sertifikayı almaya hak kazanmış henüz bir seyahat acentası bulunmaktadır.

Yiyecek-içecek işletmelerinin İslami turizm konseptine uygun ürün-hizmet sunma tercihinde bulunmaları durumunda en başta helal gıda koşullarına uygun hale gelmeleri ve alkollü ürünleri menülerinde bulundurmamaları gerekmektedir. Ancak bu tür değişikliklerin yanında, müşterilerine ibadet olanakları sunmadan mimari yapılarına kadar bazı detaylı konularda da İslami esaslara uygunluk sağlayarak, mütedeyyin turist profilinin memnuniyetini arttıracak çeşitli değişikliklere gitmeleri gerekli olabilmektedir.

Ulaşım işletmelerin mütedeyyin turistler için yapmaları gereken değişikliklerin sayısı diğer işletmelere nazaran daha azdır. Bunun temel nedeni ulaşım işletmelerinde geçen sürenin günümüz koşullarında büyük oranda 24 saatin altında olmasıdır. Yine de uzun süreli seyahatler için ulaşım işletmelerinin; yiyecek-içecek menülerini helal gıda koşullarına taşıması, yolculara ibadet vakitleri için ibadet edebilme imkânı sunması, bekâr bay ve bayan yolcuların oturma düzenlerini yeniden düzenlemesi gerekebilmektedir. Ulaşım işletmelerinin İslami turizm esaslarına uygulamaları ile ilgili çeşitli standardizasyon çalışmaları ve ödüller sunulmaktadır. Özellikle havalimanlarının sundukları altyapıları itibarıyla “İslam-dostu” şeklindeki değerlendirmelerle ele alındıkları ve çeşitli kuruluşlarca ilan edildikleri görülmektedir. Havalimanlarını mütedeyyin turistlere sunduğu imkanlar açısından değerlendiren kuruluşlardan biri olan Crescent Rating, 2013 yılının “İslam-dostu”

havalimanlarını, İKÖ üyesi olanlar ve olmayanlar şeklinde iki gruba ayırarak son listesini yayımlamıştır. İstanbul Atatürk Havalimanı bu listede İKÖ üyesi ülkeler arasında dördüncü sırada yer almıştır. Listenin İKÖ üyesi olmayan ülkeler kategorisine Birleşik Krallık, ABD, Avustralya, Almanya gibi ülkelerden havalimanlarının girmiş olması da dikkat çekicidir (www.crescentrating.com/erişim:20.10.2013).

Eğlence işletmelerinin müteddeyin turist profiline uygun hale gelmesi, yapılarına göre büyük farklılıklar arz etmektedir. Örneğin casinoların, gece kulüplerinin yapıları ve sundukları ana ürün-hizmetler açısından müteddeyin turistlerin tercih edebileceği hale gelmesi olanaksızdır. Lunapark türü eğlence parkları, Disneyland türü temalı parklar, aquapark formatındaki su parkları gibi işletmelerin yapacakları bazı değişiklikler ile müteddeyin turistleri de çekebilecek formata dönüşmeleri olanaklıdır.

Turizm mağazaları daha çok turistlere yönelik ürünler satan perakende sektörü işletmeleridir. Bu işletmeler genellikle; hediyelik eşya, yöresel gıda ürünleri (Tük lokumu), yöresel tekstil ürünleri, mücevherat, deri ve kürk ürünleri gibi emtialar satmaktadırlar. Bu işletmelerin yapmaları gereken değişiklikler, sundukları hizmetlerin türüne ve volümüne göre farklılık göstermektedir. Bu tarz işletmelerin helal ticaret esaslarına göre hizmet veriyor olması, müşterilerine alışveriş esnasında ibadet edebilme imkânı sunması, helal gıda standartları çerçevesinde yiyecek-içecek hizmeti sunması temel beklentiler arasında yer almaktadır. Crescent Rating isimli kuruluş bir başka çalışmasında, dünya genelindeki İslami turizme uygun alış-veriş destinasyonlarına (Helal-friendly shopping destinations) ilişkin bir liste ilan etmiştir. Bu listede İstanbul İİT ülkeleri arasında Dubai ve Kuala Lumpur'dan sonra üçüncü sırada yer almıştır (www.crescentrating.com/erişim:20.10.2013).

Dünya'da ve Türkiye'de İslami Turizm

İslami turizm kavramı, bugünün dünyasında yeni bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Bhuiyan vd., 2011:1334). İslam İşbirliği Teşkilatı'na (İİT) göre, 2013 yılı itibariyle nüfuslarının önemli çoğunluğu veya tamamı Müslüman olan 57 ülke bulunmaktadır (OIC, 2013). Bu ülkelerin önemli bir kısmının nüfusu her yıl artış göstermekte ve ekonomik yapıları güçlenmektedir. Arap dünyasındaki 300 milyonluk ve dünya genelindeki kalabalık Müslüman nüfusu ile İslami turizm pazarı umut verici bir tablo çizmektedir. Victoria Üniversitesinde turizm işletmeciliği alanında profesör olan fütürist Ian Yeoman, İslam dininin dünyanın en hızlı gelişen dini olduğunu, 2040 yılında, tüm dünyadaki Müslüman nüfusun Hıristiyan nüfusu geride bırakacağını dile getirmiştir. Yeoman aynı zamanda Ortadoğu'nun tüm dinler için kutsal mekanları topraklarında bulunduran bir coğrafya olduğunu vurgulamıştır (Akt; Kalesar, 2010:120-121).

Dünya genelinde, turist profiline ve turizm anlayışlarında meydana gelen değişimler, müteddeyin turistleri de etkilemektedir. Bu değişimler son yıllarda İslam ülkelerinin turizme bakış açısına önemli etkilerde bulunmuştur. İslam ülkelerinin bir araya gelmesiyle oluşmuş olan İİT, üye ülkelerde turizmin geliştirilmesini tavsiye etmektedir. İİT, bugüne kadar iki kez üye ülkelerin turizm bakanlarını bir araya getiren toplantılar düzenlemiştir. Bu toplantılarda bir taraftan üye ülkelerde turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi üzerine konular tartışılırken bir taraftan da gayrimüslim turistlerin Müslüman ülkelere kabulü konusunda değerlendirmeler yapılmıştır. Bununla birlikte İslami Kalkınma Bankası (İKB), İslami kurallara göre gerçekleştirilecek turizm faaliyetleri için finansal destek sunabileceklerini beyan etmiştir (Namin, 2012:18). İslam ülkelerinin mevcut coğrafi ve ekonomik önemlerinden dolayı İslami turizm kavramı gün be gün gelişim göstermektedir. İslami turizmin gelecekte hem İİT ülkeleri bazında hem de dünya genelinde önemli bir üne kavuşacağı düşünülmektedir (Bhuiyan vd., 2011:1334).

İslami turizm konusunda ciddi etkinlikler düzenleyen ve bu tür turizm altyapısına uygun hizmetleri bünyesinde barındıran başlıca ülkeler: Malezya, Suudi Arabistan ve İran'dır. Bu üç ülkenin de İslami turizm konusunda kayda değer altyapıları bulunmasına rağmen uygulamaları, değerlendirmeleri ve konuya yaklaşımları birbirlerinden belirli oranlarda farklılıklar gösterebilmektedir. Örneğin; Suudi Arabistan, Riyad'da hizmet vermekte olan "Rabva İslami Davet Bürosu"nun 2009 yılında yayımladığı, "İslam'da Seyahat ve Turizm: Kurallar ve Tipler (seyahat tipleri)" isimli çalışmada; Müslümanların, çeşitli mücbir haller

dışında gayrimüslim coğrafyalarında seyahatinin haram olduğuna dair işaretler olduğu belirtilmiştir. Bunun sebebi olarak da Müslümanların bu coğrafyada hakim olan farklı kültür tarzlarından, yaşam biçimlerinden etkilenerek günaha girebilme ihtimalleri işaret edilmiştir (Al-Munajjid, 2009:6). Bu bakış açısı, İslam ülkeleri arasında (intra-İslam) bir turizm anlayışının gelişmesi için önemli bir etki ortaya koymakta ve Suudi turistleri kabul etmeye hazır olan ülkeler için bir fırsat oluşturmaktadır.

Aynı kuruluş, Müslüman ülkelere gayrimüslim turistlerin davet edilmesine şartlı bir izin verilmiştir. Gayrimüslim kimselerin, İslami değerlere, kurallara ve yaşam biçimine aykırı olmayacak şekilde Müslüman ülkelere turisti olarak kabul edilmesinde mahzur görülmemiş, yalnızca gayrimüslimlerin Mekke ve Medine-i Münevvere'deki iki kutsal alana giriş müsaadelerinin olmayacağı belirtilmiştir (Al-Munajjid, 2009:9).

Dinar Standard isimli şirketin yapmış olduğu araştırmanın sunduğu bazı veriler, İslami turizm pazarının gelmiş olduğu nokta hakkında önemli bilgiler ortaya koymaktadır. Anılan çalışmaya göre: İslami turizm pazarı, demografik yapısı genç olan ve refah seviyesi yükselişte olan niş bir pazar durumundadır. Çalışmada Türkiye, Malezya, Hindistan, Mısır, Dubai, Avustralya, İspanya ve Tayland gibi ülkelerin mütedeyyin turistleri çekmeye yönelik çeşitli pazarlama faaliyetleri yapmaya çalıştıklarının altı çizilmektedir. Araştırma raporuna göre, Müslümanlar, Hac ve Umre ziyaretleri hariç olmak üzere, 2011 yılında tüm dünya genelinde 126.1 milyar USD'lik turizm harcaması gerçekleştirmişlerdir. Bu rakam DTÖ tarafından açıklanan, 2012 yılında tüm dünya genelinde gerçekleşen turizm harcamalarının %12,3'üne denk gelmektedir. Yine aynı rapora göre; 2012-2020 yılları arasında Müslüman turistlerin harcamalarında %4.79 oranında bir artışın gerçekleşeceği ve bu artışın global turizm pazarındaki artıştan yüksek olacağı (%3.8) tahmin edilmektedir (Dinarstandard, 2012:7).

Dinar Standard'ın (2012) raporuna göre, mütedeyyin turistlerin 2011 yılında en çok seyahat etkileri ülkeler ve bu misafirlerin hangi ülkelere geldiklerine ilişkin sonuçlar Tablo 1'de sunulmuştur.

Mütedeyyin Turistlerin En Çok Gittikleri Ülkeler	Gönderici Ülkeler
Malezya	Endonezya, Singapur
Türkiye	İran, Azerbaycan, Rusya, Almanya
Birleşik Arap Emirlikleri	Suudi Arabistan, İran, Mısır, Azerbaycan, Pakistan
Singapur	Endonezya, Malezya
Rusya	Kazakistan, Azerbaycan, İran, Türkiye
Çin	Endonezya, Malezya, İran
Fransa	Cezayir, Fas, Tunus
Tayland	Malezya, Endonezya, Singapur, Umman
İtalya	Almanya, Tunus, Fransa, Cezayir, Mısır
Suriye	Suudi Arabistan, Türkiye, İran

Tablo 1: En Fazla Mütedeyyin Turistin Gittiği Ülkeler ve Gönderici Ülkeler (Dinarstandard, 2012:10).

Tablo 1'de görüldüğü üzere, Türkiye, Malezya'dan sonra mütedeyyin turistler tarafından en fazla tercih edilen ikinci ülkedir. Yani İslami turizm pazarında Malezya'dan sonra en fazla turist Türkiye'ye gelmektedir. Ancak ülkemize gelen turistlerin içerisinde Asya-Pasifik bölgesinden ve Afrika bölgesinden gelenlerin önemli sayıda olmaması dikkat çekicidir. Malezya, turist gönderen ülkeler bakımından Türkiye'nin tam tersi durumda olmasına rağmen, sadece Endonezya ve Singapur pazarından gelen turistlerle birincilik sırasında yer almaktadır. Tablo 1 genel olarak incelendiğinde, mütedeyyin turistlerin daha çok yakın bölgeleri tercih ettikleri izlenimi uyanmaktadır.

İslami turizm kavramı Türkiye'de, bilimsel alanda yeterince araştırılmış, tartışılmış bir konu değildir. Yapılan literatür taramasında bu konuda yalnız bir adet yüksek lisans tezine ulaşılmış, konu ile alakalı içerikte birkaç makale ve bildiri çalışmasının gerçekleştirildiği bulgulanmıştır. Bu açıdan, konunun bilimsel araştırmalarda net bir şekilde ele alındığını ifade etmenin doğru olmayacağı düşünülmektedir. Fakat pratikte ülkemiz İslami turizm ve mütedeyyin turistler ile tanışmış durumdadır.

Türkiye’de yaşam biçimini İslami esaslara göre düzenleyen önemli bir kesimin olduğu düşünülmektedir. Bu kesim turistik etkinliklere katılırken, İslami turizm konseptinde hizmet veren tesislere yönelmek istemektedirler. Müteedeyyin turistlerin bu talebini karşılamaya yönelik konaklama işletmeleri sayısında son yıllarda önemli artışlar gerçekleşmiş olsa da, mevcut tesis sayısının talebi karşılayamadığı bilinmektedir. Arz talep dengesizliğinden dolayı, belirli standartları sunan tesislerin gecelik konaklama fiyatları, ortalama fiyatların oldukça üzerindedir. Özellikle Akdeniz ve Ege bölgesinin popüler sahil illerinde İslami turizm konseptinde hizmet veren birçok konaklama tesisinde bir günlük konaklama bedeli karşılığında diğer beş yıldızlı tesislerde birkaç gün konaklamak mümkün olabilmektedir.

İslami turizm konseptinde hizmet veren tesislerin büyük bir kısmı, “her şey dâhil” sisteminden çok daha avantajlı olan board sisteminde (oda-kahvaltı, yarım pansiyon, tam pansiyon vb.) çalışmaktadırlar. Board sisteminde her şey dâhilin tersine, her ürün ve hizmet için ayrı ayrı ücret alınmakta, otelin her bir ünitesi adeta ayrı birer tesis gibi gelir getirmektedir. Bunun dışında İslami konseptte hizmet veren tesislerde, yüksek bir maliyet kalemi olan alkol ürünleri bulunmamaktadır. Bu iki fark bile İslami konseptte hizmet veren tesislerin maliyetlerini, diğer tesislerden çok daha aşağı çekmektedir. Ancak tüm bu maliyet avantajlarına rağmen, özellikle popüler destinasyonlara karşı yoğun talep, İslami turizm konseptinde çalışan tesislerin lehine, orta ve alt gelir grubundaki müteedeyyin turistlerin aleyhine işlemektedir. Anılan koşullar itibariyle İslami turizm konseptinde hizmet veren tesislerin önemli kar marjlarında çalıştıkları tahmin edilmektedir.

Türkiye’de müteedeyyin turistlere yönelik hizmet veren konaklama tesislerinin sayısı ve niteliklerini belirlemeye yönelik olarak yapılan incelemede, bu tür tesisler ile ilgili herhangi bir resmi istatistiğe ulaşılamamıştır. Bunun üzerine 2013 yılı ekim ayında bu konseptte hizmet veren seyahat acentaları ile görüşülerek ve internet üzerinden çeşitli araştırmalar yapılarak bazı veriler elde edilmiştir.

İslami turizm konseptinde hizmet veren seyahat acentalarından alınan bilgiler ve çeşitli internet sitelerinin incelenmesi ile elde edilen bazı veriler Tablo 2’de sunulmuştur.

Bölge	İl	Tesis Sayısı	Bölge Toplamı
Marmara Bölgesi	İstanbul	12	35
	Bursa	6	
	Yalova	6	
	Balıkesir	4	
	Çanakkale	2	
	Sakarya	2	
	Kocaeli	1	
	Bilecik	1	
Ege Bölgesi	Kırklareli	1	31
	Muğla	11	
	Afyonkarahisar	6	
	Aydın	6	
	İzmir	6	
İç Anadolu Bölgesi	Kütahya	2	21
	Ankara	8	
	Konya	4	
	Nevşehir	4	
	Eskişehir	2	
	Kayseri	1	
	Sivas	1	
Yogat	1		
Karadeniz Bölgesi	Samsun	4	20
	Rize	3	
	Düzce	2	
	Trabzon	2	
	Zonguldak	2	
	Artvin	1	
	Bartın	1	

	Çorum	1	
	Karabük	1	
	Kastamonu	1	
	Ordu	1	
	Sinop	1	
Akdeniz Bölgesi	Antalya	13	19
	Mersin	3	
	Adana	1	
	Hatay	1	
	Kahramanmaraş	1	
Doğu Anadolu Bölgesi	Erzurum	4	14
	Bitlis	3	
	Erzincan	2	
	Kars	2	
	Muş	2	
	Bingöl	1	
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Mardin	4	12
	Şanlıurfa	4	
	Adıyaman	1	
	Batman	1	
	Diyarbakır	1	
	Gaziantep	1	
TOPLAM		152	152

Tablo 2: Türkiye’de İslami Turizm Konseptinde Hizmet Veren Tesislerin Yerleri ve Sayıları

Araştırma sonucunda ulaşılan verilere göre Türkiye’de İslami turizm konseptinde hizmet veren 152 işletme tespit edilmiştir. Resmi olmayan çeşitli kaynaklardan bu tesislerin sayısı ile ilgili olarak çok farklı rakamlara erişmek mümkündür.

Bu çalışmada, internette yapılan araştırmalar ve çeşitli seyahat acentaları vasıtasıyla elde edilen tesis isimleri bir havuzda toplanmıştır. Havuzda oluşan ilk sayı 181’dir. İsimleri havuzda toplanan 181 işletmenin tamamı tek tek kontrol edilmiştir. Kontrol için ilk önce tesislerin web sayfaları incelenmiş ve burada mütedeyyin turistlere yönelik bir konsept uygulayıp uygulamadıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Web sayfası olmayan veya web sayfasından hizmet konsepti anlaşılabilen işletmeler ise tek tek telefon ile aranılarak hizmet konseptleri sorgulanmıştır. Araştırma sonucunda mütedeyyin turistlere yönelik hizmet veren tesis sayısının 152 olduğu belirlenmiştir. İsimleri ilk havuzda yer alan 29 işletme, ya bu konseptte hizmet veren hiçbir hizmet/ürün belirtmemiş (ör: bayan ve baylara yönelik ayrı havuzlar, alkolsüz hizmet, ibadet olanakları) ya da mütedeyyin turistlerin arzu etmediği hizmetleri sundukları (ör:alkol ürünleri, bay ve bayan misafirler için ortak havuzlar gibi) belirlenerek elenmiştir. Tüm araştırmalara rağmen bu çalışmada kullanılan kaynaklar ile ulaşılamayan fakat bu konseptte hizmet veren başka tesislerin bulunması da muhtemeldir. Bu açıdan bu tesislerin sayısının en az 152 olduğunu belirtmek daha bilimsel bir değerlendirme olacaktır.

Tesislerin dağılımı otel, termal otel, butik otel, motel, apart otel, konukevi, pansiyon, özel tesis ve tatil köyü şeklindedir. Tesislerin bir kısmı belediye belgeli bir kısmı ise Kültür ve Turizm Bakanlığı belgelidir. Bakanlık belgeli tesislerin yıldız durumları değişiklik göstermektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2012 yılı istatistiklerine göre Türkiye’de bakanlık belgeli 3.830 tesis bulunmaktadır (www.kultur.gov.tr/erişim:20.10.2013). Bu rakama belediye belgeli tesislerin sayısı dâhil değildir. İslami konseptte hizmet veren işletmelerin sayısının en az 152 olduğu kabul edilirse, bu tesislerin sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli tesislere oranı bile %3,96’da kalmaktadır. Akdeniz ve Ege Bölgesinin popüler tatil destinasyonları olarak bilinen; Antalya (13), Muğla (11), İzmir (6) ve Aydın (6)’da İslami konseptte hizmet veren tesislerin sayısı ise yalnız 36 olarak belirlenmiştir. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün 2012 istatistiklerine göre Antalya ilinde bulunan sadece beş yıldızlı otel sayısı bile 251’dir (www.antalyakulturturizm.gov.tr/erişim:20.10.2013). Ortaya konulan bu istatistikler, İslami turizm arzının, talebi karşılamakta yetersiz kaldığını düşündürmektedir. Özellikle popüler destinasyonlardaki bu tür tesislerin, neden bu kadar yüksek konaklama fiyatları belirlediklerini anlamada bu istatistiklerin fikir verici olduğu değerlendirilmektedir.

İslami Turizmde Standardizasyon ve Sertifikasyon

İslami turizm kavramı ile ilgili dünya genelinde çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmaların ortaya çıkışı oldukça yakın bir tarihe denk gelmektedir. “Birinci İslam Ülkeleri Turizm Fuarı” 2005 yılında Türkiye’nin ev sahipliğinde gerçekleştirilmiştir. İlk “İslami Turizm Kongresi” 2011 yılında Malezya’da gerçekleştirilmiştir. 2011 yılında Malezya’da “Dünya İslami Turizm Forumu” organize edilmiş ve 2012 yılında yine Malezya’da “Birinci Uluslararası İslami Turizm Standartları Konferansı” düzenlenmiştir.

Dünya genelinde İslami turizm konseptinde hizmet veren işletmelerin standardizasyonu ve sertifikasyonu hususunda önemli çalışmalar yapılmaktadır. Ancak ülkemizde İslami konseptte hizmet veren konaklama işletmelerinin standartlarını belirlemeye yönelik yaygın kabul görmüş yeterli çalışmalar mevcut değildir.

Gıda üretimi konusunda erişilmiş olan “helal gıda standartları” İslami koşullara göre gıda üretiminin belirli bir noktaya taşınmasına büyük katkı sunmuştur. Bu duruma benzer şekilde turizm sektöründe de bazı kalite standartları ve sertifikasyon çalışmaları hazırlanmaktadır. Özellikle “Birinci İslami Turizm Standartları Konferansı” gibi küresel çalışmalar, bu standardizasyon ve sertifikasyon uygulamalarına önemli çıktılar sunmaktadır.

Bugün, bilhassa konaklama işletmelerinin İslami turizm esaslarına göre hizmet verme noktasındaki alt yapılarını inceleyen ve buna göre bu tesisleri kategorize eden, aynı zamanda tesislere belirli bir yol haritası sunan çeşitli sistemler geliştirilmeye çalışılmaktadır. Bu doğrultudaki önemli çalışmalardan biri Malezya’da gerçekleştirilmektedir. “Universal Crescent Standard Center” (UCSC) isimli kuruluş, İslami turizm endüstrisi için çeşitli standartlar geliştirilmesi gerektiğini ifade ederek “Crescent” (hilal) sistemini geliştirmeye başlamışlardır. Bu sistemde konaklama tesisleri birden yediye kadar hilal ile derecelendirilmektedirler. Yedi hilal almış olan tesis, İslami turizm konseptine tam uyumlu tesis olarak kabul edilmektedir. 2012 yılında, Türkiye’den iki tesis de bu kuruluştan hilal sertifikası almaya hak kazanmıştır. Aynı gruba ait bu otellerden birine 5 hilal, diğerine ise 7 hilal verilmiştir. Bu işletme aynı zamanda tüm dünyada 7 hilal sertifikası almaya hak kazanan ilk işletmedir. Konaklama tesislerinin İslami turizm konseptine göre standardizasyonu konusunda bir başka çalışma da “Halal Stars” başlığı altında gerçekleştirilmektedir. (www.halalstars.com/erişim:20.10.2013). Bu her iki sistemin de işleyişine dair detaylı verilere ulaşamamıştır. Ancak bir süre sonra bu sistemlere dair detayların global kamuoyu ile da paylaşılacağı tahmin edilmektedir.

İslami turizm konseptinde hizmet veren turizm işletmelerini değerlendiren, standartlarını belirlemeye çalışan ve sertifikalandıran kuruluşların dışında bazı kuruluşlar da çeşitli tatil destinasyonlarının, alış-veriş destinasyonlarının, seyahat acentalarının, restoranların ve havalimanlarının müteaddiyin turistlere uygunluğunu inceleyen çalışmalar yapmaktadır.

Singapur’daki “Crescent Rating” isimli kuruluş, web sayfasında İslami turizm konseptine uygun olan turizm destinasyonlarını, alışveriş destinasyonlarını ve havalimanlarını ilan etmektedir. Crescent Rating isimli kuruluşun web sayfasında “Top Halal Friendly Holiday Destinations 2013” isimli başlığının altında ilan ettiği listede İslami turizm dostu destinasyonlar sıralanmıştır. Bu sıralama iki grupta ele alınmıştır. Birinci grupta İİT üyesi ülkelere ikinci grupta ise İİT üyesi olmayan ülkelere yer verilmiştir. Kuruluşun yapmış olduğu liste Tablo 3’de sunulmuştur.

İslam İşbirliği Teşkilatı Üyesi Ülkeler	İslam İşbirliği Teşkilatı Üyesi Olmayan Ülkeler
Malezya	Singapur
Mısır	Bosna-Hersek
Birleşik Arap Emirlikleri	Tayland
Türkiye	Güney Afrika
Suudi Arabistan	Hindistan
Endonezya	Birleşik Krallık
Fas	Sri Lanka
Ürdün	Avustralya
Brunei	Almanya
Katar	Hong-Kong

Tablo 3: İslami Turizm Konseptine Uygun Turizm Destinasyonları
(www.crescentrating.com/erişim:20.10.2013)

Tablo 3’de de görüldüğü üzere Crescent Rating isimli kuruluşun yayımlanmış olduğu çalışmada, Türkiye İİT üyesi ülkeler arasında dördüncü sırada yer almaktadır. Bu değerlendirme, Türkiye’nin İslami turizm talebi konusundaki mevcut durumunu uluslararası İslami turizm açısından ortaya koymaktadır. Tablo 2’de, Türkiye’deki İslami turizme uygun arza ilişkin istatistiklerin uluslararası talebe ilişkin bu veriler (Tablo 3) ile birlikte yeniden değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Aynı kuruluşun müteaddiyin turistlere uygun alışveriş destinasyonları (Top Halal Friendly Shopping Destinations for 2013) listesinde ise İstanbul, İİT üyesi ülkeler içerisinde Dubai ve Kuala Lumpur’dan sonra üçüncü sırada yer almaktadır. Bu listede, Türkiye’den İstanbul dışında başka bir şehrin adı yer alamamıştır. Yine aynı kuruluşun müteaddiyin turistlere uygun havalimanları (Top Halal Friendly Airports for 2013) listesinde, İstanbul Atatürk Havalimanı İİT üyesi ülkeler içerisinde Kuala Lumpur, Dubai ve Abu Dabi havalimanlarından sonra dördüncü sırada yer almıştır (www.crescentrating.com/erişim:20.10.2013).

Sonuç ve Değerlendirme

ABD’nin Washington kentinde bulunan “Pew Research Center” isimli think-tank kuruluşu, dünyadaki Müslüman nüfusu ve bu nüfusun geleceğine dair “The Future of Global Muslim Population, Projections for 2010-2030” (TFGMP) isimli bir projeksiyon çalışması yapmıştır. Pew Research Center’in araştırmasının sonucunda göre 2010 yılı itibariyle tüm dünyadaki Müslüman nüfusu 1.6 milyar kişidir. Bu sayının 2030 yılına kadar %35 oranında büyüyerek 2.2 milyar kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bununla birlikte 2030 yılında, dünya genelindeki 79 ülkede bulunan Müslüman nüfusun en az bir milyon kişi düzeyine erişeceği öngörülmektedir (TFGMP, 2011:13).

İslami Kalkınma Bankası (IDB) tarafından 2013 yılında yayınlanan “Facts and Figures on IDB Member Countries” (FFIMC) isimli araştırma raporunda 2012 yılı itibariyle İslami Kalkınma Bankası üyesi 56 İslam ülkesinin Gayri Safi Yurt içi hasılası toplamının 6,161 trilyon USD değerine ulaştığı belirtilmiştir (FFIMC, 2013:2).

Aynı raporda Türkiye’nin 2012 yılı itibariyle kişi başına gayri safi yurt içi hasıla değeri 17.110 USD olarak belirtilmiş, bazı İslam ülkelerinin kişi başına gayri safi yurt içi hasıla değerleri ise şu şekilde (Tablo 4) belirtilmiştir:

Ülke	GSYİH/Kişi başı (USD)
Katar	88.314
Kuveyt	54.282
Brunei	51.760
Birleşik Arap Emirlikleri	47.893
Umman	28.683
Suudi Arabistan	24.268

Tablo 4: Bazı İslam Ülkelerinin Kişi Başına Gayri Safi Yurt İçi Hasıla Değerleri (FFIMC, 2013:2).

Tablo 4’de belirtilen ülkeler, İİT ülkeleri içerisinde kişi başına gayri safi yurt içi hasıla değeri en yüksek olan ülkelerdir. Bu ülkelerden Brunei hariç olmak üzere tamamı ülkemize çok yakın uçuş mesafelerindedir.

2011 yılında İslam ülkelerinden bir kısmının yapmış olduğu turizm harcamaları bile ciddi bir pazarın olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle ülkemize komşu sayılabilecek kadar yakın olan Suudi Arabistan, 2011 yılında yurtdışı turizm faaliyetlerine 23.8 milyar USD harçayarak İslam ülkeleri içerisinde en yüksek turizm harcaması yapan ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Suudi Arabistan’ı; İran, Birleşik Arap Emirlikleri, Endonezya ve Kuveyt takip etmektedir. Bu ülkelerin üçü de Türkiye’ye çok yakın mesafededir (Dinarstandard, 2012:3-7).

Kültür ve Turizm Bakanlığının istatistiklerine göre yukarıdaki ülkelerden ülkemize 2012 yılında gelen turist sayıları Tablo 5’de sunulmuştur.

Ülke	Gelen Turist Sayısı (2012)
İran	1,186,343
Suudi Arabistan	175,467
Kuveyt	65,167
Endonezya	56,113
Birleşik Arap Emirlikleri	48,071
Katar	13,971
<i>Brunei</i>	⁻¹
Umman	⁻²

Tablo 5: 2012 Yılında Gelen Turist Sayıları
(www.kultur.gov.tr/erişim:20.10.2013).

Tablo 5’te görüldüğü üzere, ülkemize İİT ülkeleri arasından en fazla turist İran’dan gelmektedir. İran’dan gelen turist sayısının neredeyse üçte biri kadar turist, Tablo 5’de sunulan diğer İİT ülkelerinin tamamından gelmektedir. Özellikle; Katar, Kuveyt, Birleşik Arap Emirlikleri gibi kişi başı GSYİH değeri AB ortalamasının üzerinde olan ülkelere gelmekte olan turist sayısı bu pazarda pek de iyi durumda olmadığını göstermektedir. Bu ülkelerin turist profiline uygun çözümlerin üretilip etkin bir pazarlama stratejisi ile pazardaki konumumuzun güçlendirilmelidir.

Yukarıda sunulan bazı bilgiler ile açıklanmaya çalışılan durumun özeti şu şekildedir: dünyadaki Müslüman nüfusu 2010 yılı itibarıyla 1.6 milyar kişidir ve bu nüfus her yıl ciddi bir artış göstermektedir. Tahminlere göre 2040 yılında, tüm dünyadaki Müslüman nüfusu en tüm dinler arasında kalabalık nüfus olacaktır(Akt; Kalesar, 2010:120-121). Bu ülkelerin şu anki GSYİH değeri 6 trilyon USD’nin üzerindedir(TFGMP, 2011:13). En yüksek kişi başı GSYİH değerine sahip olan ülkelerin en büyük kısmı Türkiye’ye çok yakın mesafededir. Bu sayılar, uluslararası İslami turizm pazarının durumu hakkında önemli bilgiler sunmaktadır.

Tüm bunlara ilaveten, ülkemizde müteaddiyen turist profilindeki turist sayısının azımsanamayacak düzeyde olduğu tahmin edilmektedir. Hem yurt içindeki hem yurt dışındaki mevcut durum, İslami konseptte bir turizm atağı için oldukça cazip koşullar olduğunu düşündürmektedir. Bu tür bir yatırım için ülkemizdeki tesis altyapısı yeterli değildir ve var olan tesislerin de arzu edilen standartlara ulaşmadığı değerlendirilmektedir.

Bu açıdan Türkiye’nin, İslami turizm pazarına yönelik bir strateji belirleyerek hem ülke içinde hem de ülke dışındaki bu profile uygun turistlere odaklanması, bu yönde bir strateji geliştirmesi, İslami turizm için bir standardizasyon ve sertifikasyon sistemi geliştirmesi ülkemiz için yeni sayılabilecek bir turizm türünün gelişmesini sağlayacaktır.

Bu uygulama, Türkiye’deki turizm türünü çeşitlendirecek bir yapıdadır. Türkiye’nin aşağıda belirtilen üstünlükleri, bu uygulamanın başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için elini güçlendirmektedir. Türkiye’nin sahip olduğu üstünlükler şu şekilde sıralanabilir:

Türkiye:

- 2012 yılı itibarıyla DTÖ istatistiklerine göre, dünyanın en fazla turist karşılayan altıncı ülkesidir,
- DTÖ istatistiklerine göre, İİT ülkeleri arasında açık ara farkla global pazarda en fazla turist karşılayan ülkedir,
- İİT ülkelerinden yola çıkan turistlerin Malezya’dan sonra en fazla tercih ettikleri ikinci destinasyondur,
- İslam kültürünü taşıyan bir ülkedir,
- İslam kültürüne ait önemli tarihsel ve kültürel miraslara sahip bir ülkedir,
- İslam ülkeleri arasında olumlu imaja sahip bir ülkedir,
- İslam ülkeleri içerisinde en yüksek kişi başı GSYİH değerine sahip olan ülkelerin neredeyse tamamına çok yakın mesafededir,

¹ Sayı azlığı nedeniyle diğer kategorisinde yer almakta, bu yüzden kesin sayı bilinmemektedir.

² Sayı azlığı nedeniyle diğer kategorisinde yer almakta, bu yüzden kesin sayı bilinmemektedir.

- Turizmde kayda değer deneyimlere sahip bir ülkedir, özellikle İİT ülkeleri içerisinde en yüksek turizm deneyimine sahip ülke olduğu düşünülmektedir,
- Turizmde farklı türlerde tesis altyapısı oldukça gelişmiş bir ülkedir,
- Farklı turizm türlerinde gelişme kaydetmiş bir ülkedir,
- Farklı zaman dilimlerinde birçok farklı turizm türünün gerçekleştirilebileceği, coğrafi ve iklimsel koşullara sahip bir ülkedir,

Türkiye'ye ilişkin yukarıda sayılan üstünlüklerin dışında, global anlamda turizm talebine ciddi etkileri olan önemli bir konu da 11 Eylül 2001 terör saldırıları ve bu terör saldırılarının ardıl etkileridir. 11 Eylül terör saldırılarının ardından İslami turizm kavramının potansiyeli yeniden düşünülür hale gelmiştir.

Özellikle Müslüman ülkelerden gelen bireylerin, başta ABD olmak üzere çeşitli ülkelere girişte dikkatle incelenmesi, ABD ve benzer kaygılarda olan çeşitli ülkelerin, Müslüman ülkelerin imajı hakkında değişen yargıları, İslami Turizm'in potansiyelini yeniden gündeme taşımıştır. 11 Eylül terör saldırıları ardından Batı ülkelerinin Müslüman ziyaretçilere yönelik tutumları, bu ülkelerin önemli bir kısmında gözlemlenen İslamofobi türü davranışlar, Müslüman turistleri tatil destinasyonu seçiminde iki kere düşünür hale getirmiş ve kararlarına önemli etkilerde bulunmuştur. Ortaya çıkan bu tutumlar Müslüman turistlerin tatillerini bir başka İslam ülkesinde geçirmeye yönelik kararlar vermesinde etkili olmuştur. (Al-Hamarneh ve Steiner, 2004:175).

İslamofobi etkisi altında olan ülkelerin Müslüman turistlere farklı muamelede bulunmalarının ve bu ülkelerdeki yerel halkın Müslüman imajına yönelik olumsuz yönde değişen algılarının, İİT üyesi ülkelerdeki turist hareketlerine önemli etkilerde bulunduğu düşünülmektedir. 11 Eylül ve ardından gelen süreçte Müslüman kimliği ile ilgili algı köklü bir sarsıntı geçirmiştir ve bu sarsıntının artçı etkileri devam etmektedir. Ancak Müslüman turistlerin karşı karşıya kaldığı bu durumun, bir "intra-İslam turizmi" etkisi doğurma ihtimali söz konusudur. Bu intra-İslam turizmi etkisinin, Müslüman turistlerin tatillerini yine bir başka İslam ülkesinde geçirmek yönünde karar vermelerine sebep olabileceği ihtimali söz konusudur. Sebebi itibariyle arzu edilmeyecek böylesine bir tablonun sonuçlarının, Türkiye gibi ülkeler için turizm açısından bir fırsat olarak değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

Türkiye turizm sektörünün İslami turizm pazarına yönelik girişimlerde bulunmasının; gelen turist sayısına ve elde edilen turizm gelirene önemli katkıları olacağı düşünülmektedir. Türkiye'nin, bu turizm türüne yönelik sahip olduğu çeşitli fırsat avantajlarını değerlendirmesi halinde, yeni bir turizm çeşidine daha adım atacağı ve bu adımın ülke turizmüne yeni bir ivme kazandıracığı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- AL-HAMARNEH, Ala ve STEINER, Christian (2004). "Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World After September 11, 2001", *Comperative Studies on South Asia, Africa and the Middle East*, vol:24, no:1, ss.175-186.
- AL-MUNAJJID, Muhammad Salih (2009). "Travel and Tourism (Siyaahah) in Islam-Ruling and Types" *Islamic Propagation Office in Rabhaw*, Riyadh.
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, *Turizm İstatistikleri 2012*, (www.antalyakulturturizm.gov.tr/erişim:20.10.2013).
- BHUIYAN, Anovar Hossain, SIWAR, Chanmhuri, ISMAIL, Shaharuddin Mohamad ve ISLAM, Rabiul (2011). "Potentials of Islamic Tourism: A Case Study of Malaysia on East Coastal Economic Region", *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, vol:5, no:6, ss.1333-1340.
- BUDAK, Ali ve ÇETİNKAYA, Ömer (2010). "Riyâzu's Salihîn Muhatasar, İmam Nevevi", Işık Yayınları, İstanbul.
- BUTLER, Richard W., RUSSELL, Roslyn A. (2010), "Giants of Tourism", CABI Publishing, Oxon.
- CRESCENT RATING CORPORATION. (2013). Singapur. (www.crescentrating.com erişim: 20ekim2013)
- DİN, Kadir H. (1989), "Islam and Tourism Patterns, Issues and Options", *Annals of Tourism Research*, vol:16, ss. 542-563.
- DINAR STANDARD. (2012), "Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape and Consumer Need Study for Airlines, Destinastions, Hotels&Resorts Executive Summary". (<http://www.dinarstandard.com/travel-study/> erişim:20.10.2013).
- FARAHANI, Hamira Zamani ve HENDERSON, Joan C. (2010). "Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Case of Iran and Saudi Arabia", *International Journal of Tourism Research*, vol: 12, ss.79-89.
- FEYZİLİ, Hasan Tahsin (2010). "Fezû'l Furkan Açıklamalı Kur'an-ı Kerim Meali", Server İletişim, İstanbul.
- FONTE, Gerard C. A. (2007). "Building the Great Pyramid in a Year : An Engineer's Report" Algora Publishing, New Jersey.
- GOELDNER, Charles R. ve RITCHIE, J. R. Brent (2009). "Tourism: Principles, Practices, Philosophies" 11.th Edition, John Wiley&Sons. Inc. New Jersey.

- HAMZA, Ingy M., CHOUHOUD, Rabab TANTAWI, Passent (2012), "Islamic Tourism: Exploring Perceptions&Possibilities in Egypt", *African Journal of Business and Economic Research*, vol:7, no:1, ss.85-89.
- HENDERSON, Joan C (2002), "Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia", *Tourism Management*, vol:24, ss.447-456.
- KALESAR, Masoud Imani (2010). "Developing Arab-Islamic Tourism in the Middle East: An Economic Benefit or a Cultural Seclusion", *International Politics*, vol:3, no:5, ss.105-136.
- LADERLAH, Siti Anis RAHMAN, Suhaimi Ab AWANG, Khairil MAN, Yaakob Che Man (2011) "A Study on Islamic Tourism: A Malaysian Experience", *2011 2.nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences IPEDR* vol:17, ss.184-189.
- NAMIN, Amin Tajzadeh (2012). "Islam and Tourism: A Review on Islamic Republic on Iran", *International Journal of Management and Humanity Sciences*, vol:1, no:1, ss.17-23.
- MUSLIM TRAVELERS, www.bashaoorpakistan.com/erişim:20.10.2013.
- MUSTAFAYEVA, A. A., NADIROVA, G. E., KALIYEVA, S. S. ve AKTAULOVA, B. Z. (2012). "Developing Islamic Tourism in Kazakhstan: A Result of a Religious Revival or a New Trend of Tourism", *World Academy Science, Engineering and Technology*, vol:71, ss.1836-1838.
- OIC, Organisation of Islamic Cooperation. (www.oic-oci.org/erişim:19.10.2013)
- PAVLOVA, Iskra (2011). "Bosnia Sees High Promise in Halal Tourism", *Business Source Complete*.
- PEW RESEARCH CENTER. (2011). "*The Future of Global Muslim Population, Projections for 2010-2030*". Washington, DC. (<http://www.pewforum.org/files/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDFFeb10.pdf> erişim:21.10.2013).
- RYAN, Chris (2003), "Aspects of Tourism, 11 : Recreational Tourism : Demand and Impacts" *Channel Views Publications*, Bristol.
- SAX, Margaret MEEKS, Nigel D., COLLON, Dominique (2000). "The Early Development of the Lapidary Engraving Wheel in Mesopotamia" *Iraq*, Vol:62, ss.157-176.
- SOFUOĞLU, Mehmed (2009), "*Sahih-i Buhari Tercümesi*", Ötüken Yayınları, Ankara.
- TAHER, Kadhim Shamhood (2008). "History of Tourism in Islam Muslim Knew Tourism Since Their Early Centuries", *Islamic Tourism*, No:34, ss.54-58.
- THE ISLAMIC DEVELOPMENT BANK. (2013). "*Facts and Figures on IDB Member Countries*" Cidde. (http://www.isdb.org/irj/go/km/docs/documents/IDBDevelopments/Internet/English/IDB/CM/Publications/Member_Countries_Facts_Figures/FactsFigures2013.pdf erişim 21.10.2013).
- T.C. KÜLTÜR ve TURİZM BAKANLIĞI, *Turizm İstatistikleri 2012*, (www.kultur.gov.tr/erişim:20.10.2013)
- UNWTO, "Tourism Highligst 2013 Edition".