HELAL TURİZM DURUM ANALİZİ ÇALIŞTAYI

(Ana Rapor)

22-24 Şubat 2019, Antalya

HELAL TURİZM DURUM ANALİZİ ÇALIŞTAYI

22-24 Şubat2019

Alanya, ANTALYA

Wome Deluxe Hotel

Çalıştay Raporunu Hazırlayanlar

- **Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN**
  Süleyman Demirel Üniversitesi, Helal Turizm Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü, Uluslararası Helal Turizm Derneği Danışma Kurulu Üyesi
  dr.omerakguntekin@gmail.com

- **Öğr. Gör. A. Abdullah TURHAN**
  Akdeniz Üniversitesi,Uluslararası Helal Turizm Derneği Danışma Kurulu Üyesi
  turhan07@gmail.com

- **Emrullah Ahmet TURHAN**
  Uluslararası Helal Turizm Derneği Genel Sekreteri
  eaturhan@gmail.com

- **Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU**
  Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Uluslararası Helal Turizm Derneği Danışma Kurulu Üyesi
  pamukcuhuseyin@gmail.com

Çalıştay Raporu Yazım Yeri ve Tarihi:**Antalya, 20 Mayıs 2019**

© 2019

Tüm hakları saklıdır.
Allrightsreserved.

Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 4110 sayılı Yasa ile değişik 5846 sayılı FSEK uyarınca, kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekil ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralanmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz.

TEŞEKKÜR

Çalıştayımızın organizasyonunda maddi ve manevi desteklerini eksik etmeyen tüm paydaşlarımıza şükranlarımızı sunarız.

İçindekiler

Çalıştay organizasyon komitesi.....6

Çalıştay ekibi.....7

Yönetici özeti.....10

Önsöz.....14

1.Çalıştay hakkında genel bilgiler.....18

1.1.Çalıştayın amacı.....18

1.2.Çalıştayın organizatörleri.....18

1.3.Çalıştayın tarafları ve katılımcıları.....19

1.4.Çalıştayın programı.....20

2.Çalıştayın bulguları.....22

2.1.Yöntem.....22

2.2.Bulgulara ilişkin özet.....23

2.3.Kapsamlı bulgular.....25

3.Sonuç.....83

4.Çalıştaydan fotoğraflar.....85

ÇALIŞTAY ORGANİZASYON KOMİTESİ

Ramazan KALKEN	*IHATO Danışma Kurulu Başkanı*
Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN	*Süleyman Demirel Üniversitesi HETURAM Müdürü, IHATO Danışma Kurulu Üyesi*
Emrullah Ahmet TURHAN	*IHATO Genel Sekreteri*
Öğr. Gör. A. Abdullah TURHAN	*Akdeniz Üniversitesi, IHATO Danışma Kurulu Üyesi*
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU	*Kastamonu Üniversitesi,IHATO Danışma Kurulu Üyesi*

ÇALIŞTAY EKİBİ

Ana Moderasyon

Prof. Dr. Murat OKCU **(Ana moderatör)**	*Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dekanı, HETURAM Yönetim Kurulu Üyesi*
Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN **(Ana moderatör yardımcısı)**	*Süleyman Demirel Üniversitesi, HETURAM Müdürü, IHATO Danışma Kurulu Üyesi*
Emrullah Ahmet TURHAN **(Ana moderatör yardımcısı)**	*IHATO Genel Sekreteri*

Moderatörler

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU	*Kastamonu Üniversitesi, IHATO Danışma Kurulu Üyesi*
Muhammet TOPALOĞLU	*MÜSİAD Turizm Sektör Kurulu Başkanı, IHATO Üyesi*
Öğr. Gör. A. Abdullah TURHAN	*Akdeniz Üniversitesi, IHATO Danışma Kurulu Üyesi*
Ömer Ferda AKYOL	*Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Uzman*
Prof. Dr. Adem EFE	*Süleyman Demirel Üniversitesi, HETURAM YK Üyesi*
Ramazan KALKEN	*IHATO Danışma Kurulu Başkanı*
Süleyman KORKMAZ	*MÜSİAD Turizm Sektör Kurulu Üyesi, IHATO Üyesi*
Taylan ÇOBAN	*Helal Akreditasyon Kurumu, Daire Başkanı*
Yakup KOCAMAN	*DinarStandard Türkiye Temsilcisi*

Raportörler

Abdullah TAY	*Uluslararası Helal Turizm Derneği Gönüllüsü*
Arş. Gör. Onur AKTÜRK	*Süleyman Demirel Üniversitesi, Araştırma Görevlisi*
Büşra AŞIROĞLU	*Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi*
Cansu Can AKÇA	*Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi*
Celil KALAYCI	*Kastamonu Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi*
Gülsüm KOÇ	*Uluslararası Helal Turizm Derneği Gönüllüsü*
Öğr. Gör. Burhan BAŞARAN	*Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Öğretim Görevlisi*
Selçuk ŞENEL	*Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği Personeli*
Zeynep ODABAŞI	*Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi*

Masa Katılımcıları

Abdullah TAY	*Uluslararası Helal Turizm Derneği*
Abdurrahman ÖZSOY	*Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı*
Ahmet Buğra DAĞLI	*Helal Akreditasyon Kurumu*
Ali MASKAR	*Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı*
Arş. Gör. Onur AKTÜRK	*Süleyman Demirel Üniversitesi*
Belma AKIN	*IHATO / Adenya Hotel*
Boğaçhan GÖKSU	*Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği*
Büşra AŞIROĞLU	*Süleyman Demirel Üniversitesi*
Cansu ALPDOĞAN	*Helal Akreditasyon Kurumu*
Cansu Can AKÇA	*Süleyman Demirel Üniversitesi*
Celil KALAYCI	*Kastamonu Üniversitesi*
Cemre Murat ÇALIŞ	*Uluslararası Helal Turizm Derneği*
Dilara Gizem DOĞAN	*IHATO / Discovery Events*
Dr. Oğuz DOĞAN	*Antalya Bilim Üniversitesi*
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKCU	*Kastamonu Üniversitesi*
Duygu ÖZYEŞİL	*Antalya Bilim Üniversitesi*
Ebubekir YILDIZ	*Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği*
Ekrem KAYA	*Uluslararası Helal Turizm Derneği*
Emel GÖNÇ	*İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü*
Emine Serap DERYALI	*Kültür ve Turizm Bakanlığı*
Emir BODUR	*IHATO / NilTur Turizm*
Enver ÖNCÜ	*Kültür ve Turizm Bakanlığı*
Erdinç ÇİFTÇİ	*Türk Standartları Enstitüsü*
Erol BODUR	*IHATO / NilTur Turizm*
Eyüp Kamil GAYSI	*IHATO / Hennes Turizm*
Gökten DAMAR	*İslam İşbirliği Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi*
Gülay GÜREL	*G&G Danışmanlık*
Gülsüm KOÇ	*Uluslararası Helal Turizm Derneği*
Güven YANIK	*IHATO / Güven Telekom*
Hacı Yusuf YÜCEL	*IHATO / Şah İnn Paradise Tatil Köyü*
Hakan KORİK	*IHATO / Retaj Royale İstanbul*
Hasan DEMİRTAŞ	*Türk Standartları Enstitüsü*
Hasan EFEL	*IHATO / Hedef Dağ Termal Hotel*
Hüseyin DİKMEN	*Kültür ve Turizm Bakanlığı*
İbrahim SARAÇ	*Kültür ve Turizm Bakanlığı*
İffet Gözde BOZDOĞAN	*Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı*
Kazım ÖZTOKLU	*IHATO / Bera Hotels*
Levent KELEŞ	*Adenya Hotel*
Mehmet BİLEN	*Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı*
Mehmet CANITEZ	*IHATO / Ramada Resort Erciyes Hotel*
Mehmet Savaş YAVUZ	*Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı*

Mehmet Talha ÇİZMECİ	*IHATO / Vizyon Turizm*
Metin TATLI	*Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı*
Muhammet Ali KAYA	*Uluslararası Helal Turizm Derneği*
Muhammet KARABULUT	*Uluslararası Helal Turizm Derneği*
Muhammet TOPALOĞLU	*MÜSİAD / Black Bird Hotels*
Murat KUNDAK	*MÜSİAD / MeTUR Turizm*
Nurullah ÜNAL	*IHATO / Club Familia Otel*
Ozan TOPALOĞLU	*Wome Deluxe Hotel*
Öğr. Gör. A. Abdullah TURHAN	*Akdeniz Üniversitesi*
Öğr. Gör. Burhan BAŞARAN	*Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi*
Ömer Ferda AKYOL	*Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı*
Prof. Dr. Adem EFE	*Süleyman Demirel Üniversitesi*
Ramazan KALKEN	*Uluslararası Helal Turizm Derneği*
Recep KAPÇIN	*Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği*
Rızgar OSMAN	*IHATO / Kaabe Reisen Tourism*
Ruhat ÜLGEN CENGİZ	*IHATO / Siz İnn Hotel & Erne Booking*
Sacide Tuba BARKCIN	*Halal Travel & Lifestyle Blogger*
Seda Aslı YAVUZ	*Kültür ve Turizm Bakanlığı*
Selçuk ŞENEL	*Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği*
Selvihan KÖLEOĞLU	*Kültür ve Turizm Bakanlığı*
Serkan Selim DİLEK	*IHATO / Balkan Tour*
Sertip AKŞAHİN	*Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği*
Taylan ÇOBAN	*Helal Akreditasyon Kurumu*
Süleyman ÇINAROĞLU	*IHATO / Grand Özgül Termal Hotel*
Süleyman KORKMAZ	*MÜSİAD / KMZ Group & Taksim Turizm*
Taner AYDIN	*IHATO / Tatilal.com Seyahat Acentası*
Yakup KOCAMAN	*DinarStandard Türkiye*
Yunus ETE	*IHATO / Discovery Events*
Yusuf GERÇEKER	*IHATO / Wome Deluxe Hotel*
Zeynep ODABAŞI	*Süleyman Demirel Üniversitesi*

Yönetici özeti

Özellikle 2000'li yılların başından bu yana istikrarlı ve hızlı bir büyüme gösteren Müslüman seyahat pazarı, birçok ülkenin dikkatini çekmektedir. Bu alanda kapsamlı araştırmalar yayımlayanMasterCard – CrescentRating'in 2019 yılında yayımladığı Global Muslim Travel Index – 2019 raporuna[1] göre; 2000 yılında kendi ülkesinden bir başka ülkeye tatile giden Müslümanların sayısı 25 milyon iken, 2018 yılında bu sayı 140 milyon kişiye ulaşmıştır ve 2026 yılında ise bu sayının 230 milyon kişiye, toplam ekonomik büyüklüğün ise 300 milyar USD'ye erişeceği tahmin edilmektedir.

Türkiye, turizm alanındaki uzun yıllara dayanan bilgi ve tecrübesi ile birlikte, dünya standartlarındaki hizmet kalitesi neticesinde, dünyanın en çok turist karşılayan ilk on ülkesi arasında istikrarlı bir yer edinmeyi başarmıştır. Ancak Türk turizminin bu başarısını büyük oranda geleneksel turizm pazarlarına dayandığı, Müslüman seyahat pazarından yeterince istifade edilemediği görülmektedir. MÜSİAD tarafından 2017 yılında yayımlanan bir raporda[2] Türkiye'nin yaklaşık 5 saatlik bir uçuş çapı içerisinde yaklaşık 400 milyon Müslümanın ikamet ettiği, bu açıdan Türkiye'nin Müslüman seyahat pazarı rezervinin adeta merkezinde yer alarak helal turizm açısından büyük bir stratejik avantaja sahip olduğu vurgulanmıştır. Yine aynı raporda Türkiye'ye 3 saatlik uçuş mesafesinde ve kişi başı GSMH düzeyi 15.000 USD üzerinde olan 6 ülkenin (Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Umman, Kuveyt, Katar, Bahreyn) toplam nüfusunun 55 milyon düzeyinde olduğu, bu ülkelerin ekonomik olarak gelişmiş ve turizme kayda değer düzeyde harcama yapan ülkeler olduğu belirtilmiş, ancak 55 milyon düzeyinde nüfusa sahip olan bu ülkelerden Türkiye'nin çekebildiği turist sayısının 1 milyon kişi bile olmadığı, bu pazarlardaki payımızın %2'nin altında odluğu belirtilmiştir.Bu kadar değerli bir pazardan elde edilebilecek başarının çok gerisinde bir sonuca razı olmak, elbette bu durumun nedenlerinin de objektif bir biçimde masaya yatırılmasını gerekli kılmaktadır.

Müslüman seyahat pazarındaki bireylerin tatilleri süresince özellikle; *helal gıda seçeneklerine ve ibadet olanaklarına kolaylıkla erişim imkanı, tatillerini alkolsüz bir çevrede gerçekleştirebilme olanakları, deniz, havuz, SPA gibi hizmet alanlarında hemcins hizmet ve mahremiyet imkanlarının oluşturulmuş olması* gibi İslami emir ve yasaklara dayanan kriterler,

[1]MasterCard- CrescentRating, (2019),"Global Muslim Travel Index – 2018".
[2] MÜSİAD, (2017), "Türkiye Turizmi için Stratejik bir Vizyon: Helal Turizm".

destinasyon ve tesis tercihlerinde etkenfaktörlerdir. Bu kriterleri sağlamaya özen gösteren ve bu nedenle “Müslüman dostu” (Muslimfriendly) sıfatı ile anılandestinasyon ve turizm işletmeleri, Müslüman seyahat pazarındaki turistlerin de tatil planlarındaki seçenekler arasına girmeyi hak etmekte ve bu pazardan pay alabilme şartlarını yakalamaktadırlar.

Pazarın mevcut büyüklüğünün, gelecekteki potansiyelinin ve taleplerinin farkına varan birçok ülke, turistik destinasyonlarında ve turizm işletmelerinde “Müslüman dostu” hizmetleri geliştirmek için ciddi gayretler sarf etmektedirler. Bu konuya bir kaç örnek verilerek, bu pazardan pay almaya çalışan rakip ülkelerin gayretleri hakkında daha somut fikirler edinilmesi mümkündür.

Müslüman seyahat pazarının kayda değer bir kısmının turistik talebini tanımlamak için kullanılan “helal turizm” kavramı, geçtiğimiz on yıl içerisinde bu pazarın öncü ülkeleri tarafından geliştirilmiş ve gün geçtikçe hem bilim camiasındaki çalışmalar ile hem de sektördeki uygulamalar ile çerçevesi daha net çizilmiş bir turizm uygulaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Helal turizm konusunda önemli adımlar atan bazı ülkelerin yaptıkları faaliyetler şu şekildedir:

- 2009 yılında ilk kez Hırvatistan konaklama işletmeleri için kendi helal turizm standartlarını yayımlamış ve uygulamaya sokmuştur.
- 2012 yılında Rusya Federasyonu kendi helal turizm standartlarını yayımlamıştır.
- 2012 yılında İran helal turizm standartlarını yayımlayan ülkeler arasına katılmıştır.
- 2012 yılında Malezya kendi helal turizm standartlarını geliştirmiş ve helal turizm ile çalışmalarını daha etkin bir biçimde yönetebilmek için Malezya Turizm Bakanlığı bünyesinde “Islamic Tourism Center” ismiyle bir departman kurmuştur.
- 2014 yılında dünyanın turizm devlerinden biri olan İspanya, dünyanın ilk Helal Turizm Konferansı’nı gerçekleştirmiştir.
- 2016 yılından itibaren Güney Kore daha fazla Müslüman turist çekebilmek için helal turizm ile ilgili programları devreye sokmuştur.
- 2017 yılında Japonya, 2018 yılında ise Endonezya, ülkelerinin Müslüman turistlere uygunluk düzeyini belirlemek için kapsamlı bilimsel araştırmalar yaptırmış ve bu çalışmaların sonuçlarından hareketle helal turizm konusunda hizmetler geliştirmeye başlamıştır.

- Her yıl düzenli olarak Almanya'nın Berlin kentinde gerçekleştirilen ve dünyanın en büyük turizm fuarı olarak bilinen ITB Berlin fuarının 2019 yılı temalarından biri helal turizm olarak belirlenmiş, helal turizmin mevcut durumu ve potansiyeli global turizm otoritelerinin dikkatine sunulmuştur.

Müslüman seyahat pazarında meydana gelen, gelecek vadeden gelişmeler ve Türkiye'nin helal turizm konusundaki potansiyeli dikkate alındığında, ülkemizin turizmdeki başarısını çok daha yükseklere taşıyabileceği, geleneksel turizm pazarlarına helal turizm pazarının da eklenmesi ile dünyanın en çok turist karşılayan ilk beş ülkesi arasına rahatlıkla gireceği düşünülmektedir. Bu değerlendirmelerin sahada karşılık bulabilmesi, Türkiye'nin helal turizm açısından mevcut durumunun analiz edilmesi için Türkiye'nin ilk "Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı"22-24 Şubat 2019 tarihleri arasında, Antalya, Alanya Wome Deluxe Hotel ev sahipliğinde; Süleyman Demirel Üniversitesi Helal Turizm Uygulama ve Araştırma Merkezi, Uluslararası Helal Turizm Derneği, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği'nin işbirlikleri ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı - Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın destekleri ile gerçekleştirilmiştir. Çalıştaya başta; Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı - Helal Akreditasyon Kurumu, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, Türk Standartları Enstitüsü ve İslam İşbirliği Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesiolmak üzere konuyla alakalı çok sayıda paydaş katkı sunmuştur.

Çalıştay faaliyetleri sonucunda Türkiye'nin helal turizm açısından mevcut durumu; Güçlü yönleri, zayıf yönleri, karşı karşıya olduğu fırsatlar ve tehditler bakımından kapsamlı bir biçimde analiz edilmiştir. Yapılan analizlerin sonucunda 20 ayrı tema bazında 143 ayrı noktada 292 faaliyetin icra edilmesi gerektiğine dair değerlendirmeler yapılmıştır. Çalıştay sürecinde elde edilen bu bulgular kapsamlı bir biçimde, bu raporda okuyucuların görüş ve değerlendirilmelerine arz edilmiştir.

Bu rapora konu olan Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı, Türkiye'nin helal turizm temalı ilk çalıştayı olma vazifesini üstlenmektedir. Öte yandan ilk kez bu çalıştayda, helal turizm ile ilgili başta kamu kurumları ve özel sektör olmak üzere konunun tüm tarafları ortak bir payda üzerinde bir araya gelmiş,küresel ve yerel pratikteki realiteler hakkında ortak akılla,durum tespitleri yapılmış ve gerçekleştirilebilirhedefler ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu çok boyutlu analiz, tartışma ve değerlendirme ortamı, Türkiye'nin helal turizm noktasındaki mevcut durumunun da çok boyutlu bir biçimde değerlendirilmesineimkan vermiştir. Bu açıdan, bu

raporda sunulan bulguların konuyla ilgili “ilkleri” dile getirmekle birlikte, çok boyutlu bir bilgi üretim sürecinin değerli ürünleri olduğunu da gözden kaçırmamak gerekmektedir.

Sonuç olarak bu raporda sunulan bilgi ve bulguların, Türkiye’nin helal turizmdeki durumunun analiz edilmesi açısından kıymetli bir “ilk adım” ve gelecekte icra edilecek faaliyetler için de önemli bir “rehber” olma özelliği taşıdığı düşünülmekte, bu nedenle çalıştayın varoluş amacını ve misyonunu yerine getirdiği değerlendirilmektedir.

Önsöz

Turizm, gelişmiş toplum insanının en temel ve önemli boş zaman faaliyetlerinden biridir. Turizm; oluşturduğu ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi etkiler bakımından gelişmiş bir ülke olmanın göstergesi olması hasebiyle, bütün dünya ülkeleri için önemli bir değer haline gelmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Teşkilatı'nın verilerine göre[3] 2018 yılı sonu itibarıyla yurt dışı seyahatlere katılan insanların sayısı 1.4 milyar kişiye erişmiştir. Bu sayı, ekonomik krizlere ve dünya ölçeğinde devam eden bazı zorluklara rağmen, bir yıl öncesine göre % 6 seviyesinde bir büyümeye işaret etmektedir.

Turizm sektörü, yaşanan küresel ekonomik krizlerde bile yatırımlarını sürdürmesi, oluşturduğu iş hacmi, istihdamı ve gelirleri ile Türkiye ekonomisinin de temel taşlarından biridir. Turizm sektörü, Türkiye'nin geleceğidir. Turizm sektörü, ülkelerin veya bölgelerin sahip oldukları turizm arzlarını etkin bir şekilde kullanarak, bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesi ve bölgesel bir kalkınmanın sağlanması konusunda önemli bir kıymete sahiptir.

Dünyada turizm sektöründeki ana eğilimlerden biri de turizmin çeşitlenmesidir. Turist gelirlerinin artması, yeni pazarların turizme katılımı ve sektörde artan rekabet, turizmde çeşitlenme ihtiyacının ana nedenleri arasındadır. Turizm eğilimleri çerçevesinde düzenlenen ve gelecekteki değişimlere ayak uydurabilen bir turizm politika ve stratejisi, hem kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlayacaktır, hem de ülkeye turizmde rekabet avantajı sunacaktır. Türkiye'nin üç tarafının denizler ile çevrilmiş olması, muhteşem doğası, binlerce yıllık tarihi, şifalı suları, eşsiz mutfağı, birçok medeniyete ev sahipliği yapması, zengin kültürü hiç şüphesiz birçok turizm türünün uygulanmasına zemin hazırlamaktadır.

Güncel turizm eğilimlerine bakıldığında Müslüman nüfus yoğunluğunun fazla olması bakımından Türkiye'de rahat bir şekilde uygulanıp sürdürülebilirliğinin sağlanabileceği turizm uygulamalarından birinin de helâl turizm olduğu görülmektedir. Turizm faaliyetleri esnasında Müslüman turistlerin yaşadıkları zorlukların da etkisiyle gündeme gelen helâl turizm, mütedeyyin turistlerin ilgisini çekmektedir.

İslami emir ve yasaklara uyularak geçekleşenbir turizm uygulaması olan helal turizm ile sadece yerli turistlerden elde edilecek gelirin artması değil aynı zamanda diğer Müslüman

[3] UNWTO, (2019), "Tourism Highlights-2018 Edition".

kitlelere sahip ülkelerden gelecek talepler de dikkate alındığında ülke olarak ve işletmeler bazında da yeni ve büyük bir turizm pazarının kapıları açılabilir. Yatırımcıların dikkatlerinin bu pazara da çekilerek önemli ekonomik kazanımlar elde etmeleri sağlanabilir. Bununla birlikte, dini hassasiyetleri olan kitlelerin de tatil ihtiyaçlarının karşılanması kolaylaştırılabilir. Helal turizm çerçevesinde yeteri kadar turizm arzının ortaya çıkması,İslami hassasiyetleri çerçevesinde turizme katılan bireylere, turizm yatırımlarında değer verildiğini göstereceğinden, toplumsal hoşgörünün sağlanmasına olumlu katkı sağlanabilir.

Mademki turistik faaliyette bulunacak Müslümanlar için din, turizm faaliyetine katılmada bir önemli bir etkendir, o halde bireylerin tatilleri esnasında dini vecibelerini yerine getirmek için tercih edeceği konaklama, seyahat, yiyecek-içecek ve ulaştırma işletmelerinin İslami kural ve inanışlara uygun hizmet vermesi beklentisi de gayet normaldir. Mütedeyyin turist kitlesi olarak adlandırılan bu kitlenin ister inanç turizmi, ister kültür turizmi, ister deniz-kum-güneş turizmi gibi İslami emir ve yasaklara uygun hangi turizm türüne katılırsa katılsın, bu esnada İslami emir ve yasaklara göre hizmet talep edebilmesi gayet doğaldır. Ayrıca bireylerin dini hassasiyetleri çerçevesindetatil yapmasına olanak sağlanması,bireyleri seyahate çıkma noktasında da motive etmektedir.

Helâl turizmde çok büyük avantajlara sahip olan ülkemizde, halen bu alanda elzem olan temel politikalar ve stratejiler belirlenememiştir. Turizmin geliştirilmesi ve istenilen istatistiki hedeflere ulaşma doğrultusunda, turizmin çeşitlendirilmesi ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi önem taşımaktadır. Türkiye'deki mevcut helâl turizm altyapısının iyileştirilmesi, bu alandaki alt ve üst yapı faktörlerinin zenginleştirilmesi, helâl turizmin de bir turizm politikası olarak irdelenmesi ve teşvik edilmesi dâhilinde, helâl turizm kısa sürede ülkemizin en çok turist çeken turizm uygulamaları arasında yer alabilir.

Yapılan literatür taraması sonucunda İslamiyet inancının yaygın olarak görülmediği ve Müslüman nüfus yoğunluğu fazla olmayan birçok gayrimüslim ülkede (Singapur, Tayland, İngiltere) helâl turizmin bir hükümet politikası olarak ele alındığı ve uyguladıkları strateji ile milyonlarca Müslüman'a ev sahipliği yaptıkları saptanmıştır. Elbette ki turizm faaliyetleri kapsamında ülkeler bu pazara yönelebilir ama Müslüman nüfus yoğunluğu fazla olmayan ülkelerin helâl turizm ile ilgili çeşitli strateji ve politikalar belirlerken Türkiye'nin geç kalmaması gerekmektedir. Bu açıdan Türkiye'nin, helâl turizm pazarına yönelik gerekli stratejileri belirleyerek hem ülke içindeki hem de ülke dışındaki Müslüman seyahat

pazarınınturistlerine de odaklanması, helâl turizm için bir standardizasyon ve akreditasyon sistemi geliştirmesi önem arz etmektedir.

Uluslararası Helal Turizm Derneği (IHATO) olarak Türkiye'nin helal turizmde mevcut ihtiyaçlarını ve 2023 hedeflerini dikkate alarak, helal turizm sektörünü temsil edebilecek bir yapıya kavuşmayı vizyon olarak belirlemiş bir şekilde, birçok sahada faaliyetler tertip etmekteyiz. Bununla birlikte IHATO sadece helal turizm sektörü temsilcilerini ve paydaşlarını bir araya getirmekle kalmayıp, Türkiye'nin dünya turizminden almış olduğu payı arttıracak, sektörün hizmet kalitesini yükselterek turist memnuniyeti sağlayacak, kamu yararı oluşturarak katma değer üretecek faaliyetler de gerçekleştirmektedir.

IHATO, turizmin ülke ekonomileri açısından en önemli sektörlerden biri olduğuna inanır ve turizm politikalarında sürdürülebilirliği bir değer olarak kabul eder. IHATO, Müslüman seyahat pazarındaki tüm turistlerin helal konseptli turizm ürün ve hizmetlerine fiziksel, ekonomik ve teknik açıdan erişimini kolaylaştırmayı bir "değer" ve evrensel bir "insan hakkı" olarak kabul etmektedir.

Tüm bu değerlerin ve hedeflerin gereği olarak dernek yönetimimiz 2018 yılında Türkiye'nin helal turizm yol haritasını belirlemek maksadıyla geniş katılımlı bir çalıştay düzenleme kararı almıştır. Bu çalıştay Türkiye'nin helal turizm kapsamında durum analizini ortaya çıkarmak, derneğin tanıtımını yapmak, helal turizm konusunda kamu ve özel sektörde bir farkındalık oluşturmak, paydaşlarla ilişkiyi ve işbirliğini etkin bir düzeye çıkarmak, helal turizm konusunda turizm işletmelerini bilgilendirmek üzere düzenlenmiştir.

Türkiye'nin helal turizm açısından mevcut durumunun analiz edilmesi ve helal turizmi sahada uygulayan sektör temsilcilerinin problemlerine hep birlikte çözümler aranması hususunda IHATO tarafından başlatılmış olan çalışmaların meyvelerini verdiği ilk geniş katılımlı faaliyet olması bakımından bu çalıştay derneğin medar-ı iftiharı olmuştur.

Ülkemiz ve İslam dünyası için böyle ehemmiyetli bir çalıştayda ortaya çıkan maddelerin sorumlu kurum/kuruluşlar tarafından değerlendirilmesi ve dikkate alınması hayati önem arz etmektedir. İddia sahibi olmak, imkân sahibi olmayı gerektirir. Türkiye, kendisi, tüm soydaşları, kardeşleri ve dostları için büyük iddiaları olan bir ülkedir. Bu iddiaları hayata geçirebilmek için her sektörde olduğu gibi, turizm sektöründe de rekabet avantajı üstünlüğü elde edebilecek uygulamalara yönelmek durumundadır. İslam kültürü, medeniyeti ve

nüfusuna sahip olması ve helâl turizmde akrediteli standartları ile Türkiye, hem yerli hem de yabancı mütedeyyin turistlerin ilgisini kolaylıkla cezbedecektir.

Türkiye'nin helâl turizmde tercih edilen bir varış noktası olabilmesi için, helâl turizm pazarında değişen turizm eğilimlerini yakinen takip etmesi, sadece şimdiyi değil geleceği de belirli politika ve planlarla analiz etmesi ve hedeflemesi, gerçekleşebilecek değişimleri iyi kurgulaması ve yapıcı stratejiler ile pazarda lider olma yolunda hızlı adımlar atması elzemdir. Her yıl sayısı hızla artan mütedeyyin turist eğilimlerinin iyi yorumlanması, talebe uygun hizmetlerin ortaya konması ve başarılı bir şekilde yönetilen Müslüman dostu destinasyonların arttırılması gerekmektedir.

1.ÇALIŞTAY HAKKINDA GENEL BİLGİLER

1.1.Çalıştayın amacı

22-24 Şubat tarihleri arasında Antalya, Alanya Wome Deluxe Hotel'de gerçekleştirilen "Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı"nın temel amaçları şunlardır;

- Türkiye'de helal turizmin etraflı bir durum analizini yaparak, gelecekte hazırlanabilecek **"Helal Turizm Stratejik Planı"** için bilimsel çıktılar oluşturmak,
- Türkiye'nin **"Helal Turizm Ekosistemi Standartları"**nın hazırlanabilmesi için bilimsel çıktılar oluşturmak,
- Türkiye'nin helal turizm sektörünün hizmet standartlarını belirlemek amacıyla hazırlanabilecek **"Helal Turizm Yönetmeliği"** için bilimsel çıktılar oluşturmaktır.

1.2.Çalıştayın organizatörleri

- Süleyman Demirel Üniversitesi Helal Turizm Uygulama ve Araştırma Merkezi (HETURAM)
- Uluslararası Helal Turizm Derneği (IHATO)
- Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD)
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA)

1.3.Çalıştayın tarafları ve katılımcıları

- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Ticaret Bakanlığı-Helal Akreditasyon Kurumu (HAK)
- Süleyman Demirel Üniversitesi Helal Turizm Uygulama ve Araştırma Merkezi (HETURAM)
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı - Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA)
- Türk Standartları Enstitüsü (TSE)
- İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü (SMIIC)
- İslam İşbirliği Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi (İSEDAK)
- İslam Ülkeleri İstatistik, Ekonomik ve Sosyal Araştırma ve Eğitim Merkezi (SESRIC)
- Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)
- Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD)
- Uluslararası Helal Turizm Derneği (IHATO)
- CrescentRating
- DinarStandard
- Konuyla ilgili akademisyenler ve uzmanlar

1.4.Çalıştayın programı

Türkiye'nin "helal turizm" temalı ilk çalıştayı olan "Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı", 22-24 Şubat 2019 tarihleri arasında, Antalya, Alanya Wome Deluxe Hotel ev sahipliğinde; Süleyman Demirel Üniversitesi Helal Turizm Uygulama ve Araştırma Merkezi, Uluslararası Helal Turizm Derneği, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği'nin işbirlikleri ve Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın destekleri ile gerçekleştirilmiştir.

Çalıştay'da, Türkiye'nin helal turizm açısından mevcut durumu; güçlü ve zayıf yönleri, karşı karşıya oldukları fırsat ve tehditler çerçevesinde, paydaş kurum/kuruluş uzmanları, sektör profesyonelleri ve akademisyenlerin katılımı ile analiz edilmiştir.

Çalıştaya, helal turizm alanı ile ilgili olarak başta Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı Helal Akreditasyon Kurumu olmak üzere; İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, Türk Standartları Enstitüsü, İslam İşbirliği Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği ile Uluslararası Helal Turizm Derneği'nden üst düzey katılımcılar dahilolmuştur.

Çalıştayın birinci gününde; SDÜ HETURAM müdürü Sn. Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN, IHATO Genel Sekreteri Sn. Emrullah Ahmet TURHAN,MÜSİAD Antalya Şube Başkanı Sn. Boğaçhan GÖKSU, IHATO Başkanı Sn. Yusuf GERÇEKER, BAKA Genel Sekreteri Sn. Abdullah MADENCİ, TSE Genel Sekreter Yardımcısı Sn. İlhami AKTÜRK, İslam Ülkeleri Standart ve Metroloji Enstitüsü Genel Sekreteri Sn. İhsan ÖVÜT, HAK Başkanı Sn. Zafer SOYLU, MÜSİAD Genel Başkan Vekili Sn. Mahmut ASMALI ve Antalya Valisi Sn. Münir KARALOĞLU'nun açılış konuşmaları gerçekleşmiştir.

Çalıştayın ikinci gününde ise, Türkiye'nin helal turizm açısından güçlü ve zayıf yönleri, karşı karşıya olduğu fırsat ve tehditleri; paydaş kurum/kuruluş uzmanları, sektör profesyonelleri ve akademisyenlerinden oluşan 72 kişilik bir uzman ekip ile 9 ayrı çalıştay masasında ele alınmıştır. Çalıştay toplam 3 oturumdan oluşmuş olup, birinci ve ikinci oturumlar sonunda dört boyut altında toplam 720 madde belirlenmiştir. Üçüncü oturuma geçilmeden önce

yapılan moderatörler ve raportörler toplantısında birbirine benzer içerikteki maddeler elenmiş ve 720 madde, 133 madde halinde bir araya getirilerek birleştirilmiştir. 133 maddenin 52'sini Türkiye'nin helal turizm bakımından "güçlü yönleri, 45'ini "zayıf yönleri", 19'unu "fırsatları" ve 17'sini ise "tehditleri" oluşturmuştur.

Üçüncü oturumda dört boyut altında elde edilen 133 madde, tiyatro düzeni bir oturum ile tüm katılımcılara aynı anda sunulmuştur. Üçüncü oturumda 133 maddenin her biri için yapılması gereken faaliyet önerileri sorgulanmıştır. Bu aşamada; zayıf yönlerin nasıl güçlendirileceği, güçlü yönlerin nasıl daha güçlü hale getirileceği, fırsatların nasıl değerlendirilebileceği ve tehditlere karşı nasıl önlem alınacağı veya imkân var ise tehditlerin nasıl fırsata dönüştürülebileceği perspektifinden hareket edilmiştir.

2.ÇALIŞTAYIN BULGULARI

2.1.Yöntem

Raporun bu bölümünde çalıştayın bulgularına yer verilmiştir. Çalıştayın bulguları iki aşamalı bir sürecin sonunda elde edilmiştir;

- Birinci aşamada; çalıştayın birinci ve ikinci oturumlarında, tüm masalarındaki katılımcıların ortaya çıkardığı bulgular bir araya getirilmiş ve üçüncü oturumda tüm çalıştay katılımcılarına tiyatro düzeni bir oturumda sunularak değerlendirmeleri alınmış, tüm masalardan elde edilen bulgular yeniden tüm katılımcıların görüş ve önerilerine arz edilmiştir.
- İkinci aşamada; tüm çalıştay oturumları neticesinde elde edilen bulgular üzerinden bir "ön sonuç raporu" hazırlanmış, bu rapora bir analiz tablosu eklenerek tüm paydaş kurum, kuruluş ve kişilere yazılı olarak ulaştırılarak, görüş ve değerlendirmelerine sunulmuş, 15 gün süre verilmiş, bu zaman zarfında çalıştay bulgularına yapacakları eklemeler, düzenlemeler, öneriler ikinci kez talep edilmiştir.

Bu raporda sunulan bulgular "ikinci aşama" sonucunda elde edilen "nihaibulgular"dan oluşmaktadır.

"İkinci aşama"da paydaş kurum, kuruluş ve kişilerden gelen değerlendirmeler ile Türkiye'nin helal turizm açısından mevcut durumu; güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler şeklinde 4 faktör altında sınıflandırılmıştır.

Her bir faktör altında ortaya çıkarılan bulgular içerikleri itibariyle, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemiyle analiz edilerek "tema"lar oluşturulmuş ve bulgular temalar altında alt gruplar halinde tasnif edilmiş. Buna göre 4 faktör altında elde edilen temalar, bu temalardaki bulgu sayısı ve yapılması gereken faaliyet sayısı Tablo 1'de sunulmuştur:

2.2.Bulgulara ilişkin özet

Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı'nda elde edilen bulgulara ilişkin nicel bilgiler Tablo 1'de özetlenerek sunulmuştur.

Tablo 1: Çalıştay bulgularına ilişkin özet tablo

Faktör	Tema	Tespit sayısı	Faaliyet sayısı
Güçlü 1	Turistik ürün çeşitliliği	24	
Güçlü 2	İmaj, tanıtım ve pazarlama	14	
Güçlü 3	Sektör altyapısı	11	
Güçlü 4	Erişilebilirlik	5	
Güçlü 5	Özyeterlilik	4	
Güçlü 6	Bilgi ve tecrübe birikimi	4	
	Toplam	**62**	**156**
Zayıf 1	Sektör altyapısı	17	
Zayıf 2	İmaj, tanıtım ve pazarlama	10	
Zayıf 3	Mevzuat ve standartlar	9	
Zayıf 4	Bilgi ve tecrübe birikimi	7	
Zayıf 5	Erişilebilirlik	3	
	Toplam	**46**	**80**
Fırsat 1	Pazar dinamikleri	12	
Fırsat 2	İmaj	4	
Fırsat 3	Erişilebilirlik	2	
Fırsat 4	Yatırım	1	
	Toplam	**19**	**26**
Tehditler 1	Dış ilişkiler	7	
Tehditler 2	Rekabet	3	
Tehditler 3	Sürdürülebilirlik	3	
Tehditler 4	Güvenlik	2	
Tehditler 5	Altyapı	1	
	Toplam	**16**	**30**
	GENEL TOPLAM	**143**	**292**

Tablo 1'de sunulduğu üzere, İkinci aşama sonucunda elde edilen "nihai bulgular" 4 faktör altında 20 tema oluşturmuştur. Buna göre;

- Türkiye'nin helal turizm açısından güçlü olan yönleri altındaki tespitler 62 maddeden oluşmaktadır. 62 tespitin hayata geçirilerek, güçlü yönlerin daha güçlü hale getirilmesi için toplam 156 adet yapılması gereken faaliyet önerilmiştir.
- Türkiye'nin helal turizm açısından zayıf olan yönleri altındaki tespitler 46 maddeden oluşmaktadır. 46 tespitin hayata geçirilerek zayıf yönlerin güçlendirilmesi için toplam 80 adet yapılması gereken faaliyet önerilmiştir.

- Türkiye'nin helal turizm açısından karşı karşıya olduğu fırsatlar 19 maddeden oluşmaktadır. 19 tespitin hayata geçirilerek fırsatların değerlendirilebilmesi için toplam 26 adet yapılması gereken faaliyet önerilmiştir.
- Türkiye'nin helal turizm açısından karşı karşıya olduğu tehditler 16 maddeden oluşmaktadır. 16 tespitin hayata geçirilerek tehditlerin bertaraf edilmesi veya fırsata dönüştürülmesi için toplam 30 adet yapılması gereken faaliyet önerilmiştir.

Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı'nın tüm aşamaları sonucunda 4 faktör altında, 20 tema elde edilmiştir. Tüm temalar ile ilişkili olarak 143 adet öneri / tespit elde edilmiştir. Bu önerilerin / tespitlerin gerçekleştirilebilmesi için ise toplam 292 adet yapılması gereken faaliyet belirlenmiştir.

Türkiye'nin helal turizm açısından durumu incelendiğinde en fazla maddenin güçlü yönleri altında yer aldığı, ancak zayıf yönlerde de neredeyse güçlü yönler kadar bulgunun tespit edildiği görülmektedir.

Öte yandan Türkiye'nin helal turizm açısından karşı karşıya olduğu fırsatların sayısı tehditlerin sayısından fazla olmakla birlikte neredeyse fırsat kadar tehdidin de var olduğu belirlenmiştir.

2.3.Kapsamlı bulgular

Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı'nın iki aşamalı bulgu elde etme süreci neticesinde, Türkiye'nin helal turizm açısından mevcut durumunu 4 faktör açısından ortaya koyan tüm bulgular; temalar, analiz sonuçları, yapılması gereken faaliyetler ve sorumlu kurum/kuruluşlar bazında Tablo 2'de kapsamlı bir biçimde sunulmuştur.

Tablo 2:Çalıştay bulgularına ilişkin kapsamlı tablo

Faktör	Fno	Tema	Tno	Analiz Sonucu	Yapılması Gereken Faaliyet	Sorumlu Kurum/Kuruluş
Güçlü	**1**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**1**	Türkiye sınırları içerisinde; dört mevsimde, farklı destinasyonlarda farklı turizm türlerinde hizmet verilebilmektedir. Bu açıdan Türkiye, zengin bir turistik destinasyon ve ürün çeşitliliğine sahiptir.	**1.** Türkiye'nin helal turizm potansiyelinin etkin ve verimli bir biçimde değerlendirilebileceği, geleceğe yönelik hedeflerin tespit edilebileceği ve eylem planına dönüştürülebileceği bir "helal turizm stratejik planı"nın ivedilikle hazırlanması, **2.** "Helal turizm stratejik planı" ile Türkiye'de helal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebileceği potansiyel destinasyonların belirlenmesi, **3.** "Helal turizm stratejik planı" ile her bir destinasyon için ön plana çıkarılabilecek helal konseptli turizm türlerinin tespit edilmesi, **4.** Yukarıda anılan çalışmaların icrasına yönelik destinasyon yönetim sistemlerinin kurulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, Turizm STK'ları.
Güçlü	**2**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**2**	Türkiye; doğal, tarihi ve kültürel varlıkları itibariyle Müslüman seyahat pazarının ilgisini çekebilecek önemli turistik çekiciliklere sahiptir. Bu çekicilikler aynı zamanda, helal turizm pazarı için de inovatif turistik ürünler haline getirilebilecek	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı" ile Türkiye 'nin helal turizm konseptine entegre edilebilecek doğal, tarihi ve kültürel varlıklarının envanterinin çıkarılması, **2.** Helal turizm ile uyumlu turizm türlerinin destinasyonlar bazında belirlenmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, Turizm STK'ları.

				potansiyeldedir.		
Güçlü	**3**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**3**	Başta Karadeniz bölgesi olmak üzere, Türkiye'nin çeşitli bölgelerindeki yayla turizmi olanakları, özellikle Körfez Ülkeleri ve Afrika bölgesinde yaşayan ve yaylalara özgü doğal olanaklardan mahrum olan Müslümanlar için, helal turizm konseptinde yeni bir turistik ürün olarak sunulabilir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "yayla turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut yayla turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile yayla turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle yayla turizmi olanaklarından yoksun ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması. **5.** Mevcut destinasyonlardaki altyapı eksikliklerinin giderilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, İl Özel İdareleri, Turizm STK'ları.

Güçlü	**4**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**4**	Akdeniz ve Ege kıyıları; başta Kuzey Avrupa, Rusya, Orta Asya gibi soğuk ve denize kıyısı olmayan bölgelerdeki Müslümanlar için de "sıcak deniz" cazibesi oluşturmaktadır.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "deniz-kum-güneş turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut deniz-kum-güneş turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile deniz turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle deniz-kum güneş turizmi olanaklarından yoksun, soğuk iklimde ve denize kıyısı olmayan bölgelerde duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması. **5.** Mevcut destinasyonlardaki altyapı eksikliklerinin giderilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, Turizm STK'ları.

Güçlü	**5**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**5**	Uludağ, Erciyes, Palandöken, Kartalkaya, Davraz gibi kış turizmi merkezleri, özellikle Körfez Ülkeleri ve Afrika Bölgesinde yaşayan ve kar olanaklarından mahrum olan Müslüman turistler için helal turizm konseptinde yeni bir turistik ürün olarak sunulabilir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "kış turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut kış turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile kış turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle kar ve kış turizmi olanaklarından yoksun, sıcak ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması. **5.** Mevcut destinasyonlardaki altyapı eksikliklerinin giderilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, İl Özel İdareleri, Turizm STK'ları.

Güçlü	**6**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**6**	İstanbul, Bursa, Şanlıurfa, Mardin, Konya gibi kentler sahip oldukları İslam dini ve kültürüne ilişkin miraslar açısından önemli çekicilikler arz etmektedirler. Bu imkanlar kültür ve inanç turizmi çerçevesinde Müslüman turistler için helal turizm konseptinde yeni bir turistik ürün olarak sunulabilir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin, Müslüman turistlerin ilgisini çekebilecek "inanç turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut İslami inanç turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile helal turizm konseptinde de hizmet alımının mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle bu çekiciliklere önem veren pazarlara duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması, **5.** Mevcut destinasyonlardaki altyapı eksikliklerinin giderilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, İl Özel İdareleri, Turizm STK'ları.

Güçlü	**7**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**7**	İstanbul ve Antalya, sahip olduğu alışveriş imkanları bakımından, yakın ülkeler için önemli bir alışveriş turizmi potansiyeli arz etmektedir. Başta tesettür tekstil imkanları olmak üzere Türkiye'de birçok alışveriş imkanı, Müslüman turistler için özel bir önem arz etmektedir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "alışveriş turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut alışveriş turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile alışveriş turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle alışveriş faaliyelerine ilgi gösteren pazarlara duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması. **5.** Mevcut destinasyonlardaki altyapı eksikliklerinin giderilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yerel Yönetimler, Turizm STK'ları, Perakende sektörü STK'ları.

Güçlü	**8**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**8**	Afyonkarahisar, Kütahya ve Yalova gibi kentlerin sahip oldukları termal kaynaklar, bu olanaklardan mahrum olan Müslüman turistler için helal turizm konseptinde yeni bir turistik ürün olarak sunulabilir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "termal turizm" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut termal turizm destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile termal turizm faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle termal olanaklardan yoksun ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması. **5.** Mevcut destinasyonlardaki altyapı eksikliklerinin giderilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, Turizm STK'ları.
Güçlü	**9**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**9**	İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya gibi sağlık hizmetleri altyapısı gelişmiş illerdeki tedavi, bakım ve rehabilitasyon imkânları, Müslüman turistler için helal turizm konseptinde yeni bir turistik ürün olarak	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "medikal turizm" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, Turizm STK'ları.

				sunulabilir.	oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut medikal turizm destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile medikal turizm faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Medikal turizm olanaklarının daha da geliştirilebilmesi için helal medikal, helal farmakoloji alanlarında helal medikal turizminin ihtiyaç duyacağı çalışmaların yapılması, **5.** Helal medikal turizmi için Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve Diyanet İşleri Başkanlığı arasında ortak bir çalışma grubunun oluşturulması, **6.** Geliştirilen bu imkanların özellikle gelişmiş medikal olanaklarından yoksun olan veya bu hizmetlere Türkiye'dekinden daha yüksek bedellere ulaşabilen ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması, **7.** Mevcut destinasyonlardaki altyapı eksikliklerinin giderilmesi.	

Güçlü	**10**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**10**	Türk dizi ve filmlerinin başta Körfez ülkeleri olmak üzere birçok Müslüman ülkede Türkiye'nin tanıtımı açısından önemli etkileri olmaktadır. Bu etkiler başta İstanbul olmak üzere, çekildikleri kentleri Müslüman turistler için de önemli cazibe merkezi haline getirmektedir. Bu imkanlar, dizi-film turizmi çerçevesinde Müslüman turistler için helal turizm konseptinde yeni bir turistik ürün olarak sunulabilir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "dizi-film turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Geliştirilen bu imkanların özellikle Türk dizi-filmlerini yakından takip eden ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, Dizi-film STK'ları, Turizm STK'ları.
Güçlü	**11**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**11**	Avrupa'nın Kuzey ülkeleri, Rusya ve Orta Asya gibi soğuk iklimlerde yaşayan, belirli bir yaşın üstündeki (üçüncü yaş grupları) Müslümanlar için kış aylarını Antalya ve Muğla gibi ılıman illerde geçirmek önemli bir kolaylıktır. Bu imkanlar üçüncü yaş turizmi çerçevesinde Müslüman turistler için helal turizm konseptinde yeni bir turistik ürün olarak sunulabilir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "üçüncü yaş turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut üçüncü yaş turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile üçüncü yaş turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Yerel Yönetimler, Turizm STK'ları.

					4. Geliştirilen bu imkanların özellikle üçüncü yaş grubundaki nüfusu yoğun ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	
Güçlü	**12**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**12**	Türk mutfak kültürünün zenginliği Müslüman seyahat pazarı için yeni bir gastronomi akımı olarak "helal gastronomi turizmi" kavramını doğurabilir. Türkiye bu açıdan helal turizm pazarında öncü bir konsept ortaya çıkarabilir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "gastronomi turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut gastronomi turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile "helal gastronomi turizmi" alternatiflerinin de geliştirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle gastronomi turizmine ilginin yoğun olduğu ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması. **5.** Gastronomi eğitimi ve orta ve yükseköğretim kurumlarında helal gıda ve helal gastronomi ile ilgili eğitim	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, MEB, YÖK, Turizm STK'ları, Gastronomi STK'ları.

					içeriklerinin oluşturularak sunulması. **6.** Önemli gastronomi destinasyonlarında helal gıda belgesinin yaygınlaşmasının teşvik edilmesi ve bu konuda farkındalık oluşturulması.	
Güçlü	**13**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**13**	Kruvaziyer turizmi, yat turizmi, su altı dalış turizmi gibi helal konseptli gerçekleştirilebilecek deniz turizmi türleri için Türkiye önemli bir potansiyele sahiptir. Bu açıdan Türkiye "helal kruvaziyer turizmi" gibi yeni ve öncü bir konsept ortaya çıkarabilir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "deniz turizmi" olanaklarının, kruvaziyer, yat ve su altı turizmi olanakları çerçevesinde değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut deniz turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile deniz turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle deniz turizmine ilginin yoğun olduğu ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Deniz Ticaret Odası, Yerel ve global kruvaziyer şirketleri, Turizm STK'ları.

Güçlü	**14**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**14**	Düğün turizmi etkinlikleri özellikle son yıllarda önemli bir popülarite kazanmıştır. Türkiye düğün turizmi konusunda hem önemli bir bilgi ve tecrübe birikimi hem de global düzeyde bilinirlik kazanmış bir ülkedir. Bu imkanların Müslüman turistlere de İslami emir ve yasaklar çerçevesinde sunulması mümkündür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "düğün turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut düğün turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile düğün turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle düğün turizmine ilginin yoğun olduğu ülkelere ve billhassa evlilik çağındaki bireylere ve bu bireylerin ebeveynlerine duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

Güçlü	**15**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**15**	Son yıllarda insanların nikahlarını başka bir ülkede kıymaları şeklinde gerçekleşen "evlilik turizmi" de popüler bir faaliyet haline gelmiştir. Bu imkanların Müslüman turistlere de İslami emir ve yasaklar çerçevesinde sunulması mümkündür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "evlilik turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, evlilik turizmi konusunda en fazla etkinliğin gerçekleştirildiği destinasyonların belirlenmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut evlilik turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile evlilik turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle evlilik turizmine ilginin yoğun olduğu ülkelere ve billhassa evlilik çağındaki bireylere ve bu bireylerin ebeveynlerine duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

Güçlü	**16**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**16**	Balayı turizmi artık tüm dünyada yaygınlık kazanmış bir turizm türüdür. Bu imkanların Müslüman turistlere de İslami emir ve yasaklar çerçevesinde sunulması mümkündür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "balayı turizmi" olanaklarının değerlendirilmesi, balayı turizmi konusunda en fazla etkinliğin gerçekleştirildiği destinasyonların belirlenmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut balayı turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile "balayı turizmi" faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Mevcut balayı destinasyonlarının dışında inovatif balayı paketlerinin geliştirilerek ürün geliştirme çalışmaları yapılması, **5.** Geliştirilen bu imkanların özellikle balayı turizmine ilginin yoğun olduğu ülkelere ve billhassa evlilik çağındaki bireylere ve bu bireylerin ebeveynlerine duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

Güçlü	**17**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**17**	Türkiye son yıllarda MICE turizm konusunda da ciddi bir yol kat etmiştir. Özellikle Müslüman turistlerin ve ziyaretçilerin ilgisini çekebilecek MICE etkinliklerinin helal turizm ile birleştirilmesi mümkündür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "MICE turizm" olanaklarının değerlendirilmesi, MICE turizmi konusunda en fazla etkinliğin gerçekleştirildiği destinasyonların belirlenmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut MICE turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile MICE turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların özellikle MICE faaliyetlerine ilginin yoğun olduğu ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**18**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**18**	Günümüzde insanlar ilgi alanlarına giren küresel etkinlikler için başka ülkere de seyahat edebilmektedirler. Özellikle Müslümanların ilgisini çekebilecek küresel düzeydeki etkinliklerin	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin "etkinlik turizm" olanaklarının değerlendirilmesi, etkinik turizmi konusunda en fazla etkinliğin gerçekleştirildiği destinasyonların belirlenmesi, **2.** Bu olanakların sunulduğu	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				Türkiye'de organize edilmesi ve bu hizmetlerin İslami emir ve yasaklar çerçevesinde sunulabilmesi mümkündür.	destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'deki mevcut etkinlik turizmi destinasyonlarında verilecek Müslüman dostu turizm hizmetleri ile etkinlik turizmi faaliyetlerine, helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Özellikle ramazan aylarında düzenlenebilecek festival, sergi ve fuarların Müslümanlar açısından ayrı bir çekiciliği olacağı ve Ramazan ayında düşen turistik talebi olumlu etkileyeceği dikkate alınarak planlamaların yapılması, **5.** Geliştirilen bu imkanların özellikle, düzenlenen etkinliğe ilginin yoğun olduğu ülkelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	

Güçlü	**19**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**19**	Fiziksel çevre, toplumsal çevre ve ekonomik çevre ile ilgili sürdürülebilirlik konuları özellikle genç Müslümanların da ilgilendikleri birer sorumluluk alanı haline gelmiştir.Türkiye bilhassa sürdürülebilir turizm konusunda genç Müslüman turistlerin ilgilerini çekebilecek özgünlüklere sahiptir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin sürdürlebilir turizm ile ilgili vizyon ve misyonunun belirlenmesi ve helal turizme yönelik tüm faaliyetlerin bu çerçede belirlenmesi, **2.** Sürüdülebilir turizm uygulamalarının gerçekleştirildiği destinasyonlarda Müslüman dostu turizm işletmelerinin de bu ilkelere uyumlu olarak hizmet verebilmesine yönelik imkanların oluşturulması, **3.** Türkiye'de planlanacak helal turizm destinasyonlarında, sürdürülebilir turizm ve helal turizmi birleştiren örnek uygulamaların hayata geçirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların hem kaynakların sürdürülebilirliği açısından hasasiyetle korunması hem de yapılan faaliyetlerin bu konuda hassas olan kiltelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

Güçlü	**20**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**20**	İslami emir ve yasaklar ile örtüşen bir başka etkinlik de hayırseverlik ve gönüllülük etkinlikleridir. Özellikle genç Müslüman turistlerin hayırseverlik faaliyetleri ve gönüllülük temelli turistik hareketlere katıldıkları ve hayırseverlik noktasında aktvist olarak faal katılım sağladıkları turistik etkinliklerin Türkiye'de de gerçekleştirilmesi mümkündür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'de hayırseverlik ve gönüllülük temalı gerçekleştirilebilecek turistik faaliyetlerin belirlenmesi, **2.** Türkiye'de planlanacak helal turizm destinasyonlarında hayırseverlik turizmi, gönüllü turizmi ve helal turizmi birleştiren örnek, inovatif uygulamaların geliştirilmesi, **3.** Geliştirilen bu imkanların bu konuda hassas olan kiltelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**21**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**21**	Müslüman topluluklar içerisindeki özgün gruplar, kültür turizmi çerçevesinde Müslüman seyahat pazarının ilgisini çekmektedir. Türkiye bu açıdan farklı İslam anlayış ve kültürlerinin gözlenebileceği bir zenginliğe sahiptir. Bu değerlerin de helal turizm çerçecesinde yeni bir turistik değer olarak sunulabilmesi mümkündür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'de özgün Müslüman toplulukların ve kültürlerinin keşfine yönelik çalışmaların yapılmasına dair kararların yer alması, **2.** Bu toplulukların ve kültürlerinin ziyaret edilmesi çerçevesinde gerçekleştirilebilecek turistik faaliyetlerin belirlenmesi, **3.** Türkiye'deki özgün Müslüman topluluklar ve kültürlerin keşfine yönelik turistik hareketlere helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

					4. Geliştirilen bu imkanların, bu konuda hassas olan kitlelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	
Güçlü	**22**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**22**	Kültür turizminin alt bir unsuru olarak mimari yapılar önemli bir çekicilik oluşturmaktadır. Özellikle İslami mimari motiflerin yoğun bir şekilde izlenebileceği eşsiz sanat eserleri niteliğindeki camiler, medreseler, dergahlar, mevlevihaneler, bedestenler Müslüman turistler için önemli çekicilikler arz etmektedirler. Bu değerlerin de helal turizm çerçevesinde yeni bir turistik değer olarak sunulabilmesi mümkündür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'de İslami mimari envanterinin keşfine yönelik çalışmaların yapılmasına dair kararların yer alması, **2.** Bu envantere turistlerin erişimini kolaylaştırmak ve turistik deneyimlerini daha nitelikli hale getirmek için cep telefonu aplikasyonları ve djital tur rehberleri gibi teknolojik imkanlardan da yararlanılması **3.** Bu kültürel değerlerin ziyaret edilmesi çerçevesinde gerçekleştirilebilecek turistik faaliyetlerin belirlenmesi, **4.** Bu kültürel değerlerin turistik amaçlı ziyaretine yönelik turistik hareketlere helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **5.** Geliştirilen bu imkanların bu konuda hassas olan kiltelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

					hazırlanması.	
Güçlü	**23**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**23**	Özellikle genç Müslümanların öğrenmeye yönelik ilgileri "creative tourism" olarak da bilinen öğretici turizm noktasında önemli bir çekicilik oluşturmaktadır. Bilhassa; hat, tezhip, ebru, minyatür, çini, ciltleme sanatları gibi İslami sanat ve zanaatlara yönelik olarak düzenlenecek öğretici turizm turları, helal turizm ile birlikte yeni birer turistik çekicilik olarak geliştirilebilirler.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'de öğretici turizm çerçevesinde değerlendirilebilecek İslami sanat ve zanaat türlerinin envanterinin keşfine yönelik çalışmaların yapılmasına dair kararların yer alması, **2.** Bu kültürel değerlerin ziyaret edilmesi ve yapılışlarının öğretilmesi çerçevesinde gerçekleştirilebilecek turistik faaliyetlerin belirlenmesi, **3.** Bu kültürel değerlerin turistik amaçlı ziyaretine yönelik turistik hareketlere helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların bu konuda hassas olan kiltelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

Güçlü	**24**	**Turistik ürün çeşitliliği**	**24**	İnsanların geçmişte ciddi trajediler ve zorluklar yaşadıkları yerlere yapılan seyahatler için kullanılan "hüzün turizmi" kavramı, Müslüman seyahat pazarı için de bir potansiyel barındırmaktadır. Özellikle iç pazardaki turistler için Çanakkale ve Sarıkamış gibi hüzün turizmi noktalarına helal turizm çerçevesinde turların da düzenlenebilmesi mümkündür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'de hüzün turizmi çerçevesinde değerlendirilebilecek destinasyonların belirlenmesi, **2.** Bu destinasyonların ziyaret edilmesi çerçevesinde gerçekleştirilebilecek turistik faaliyetlerin belirlenmesi, **3.** Bu destinasyonların turistik amaçlı ziyaretine yönelik turistik hareketlere helal turizm konseptinde de katılımın mümkün hale getirilmesi, **4.** Geliştirilen bu imkanların bu konuda hassas olan kiltelere duyurulabilmesi için "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejilerinin" de hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**25**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**1**	Türk misafirperverliğinin, Türkiye imajında önemli bir etken olması, helal turizmin pazarlanmasında da önemli bir marka bileşeni olarak değerlendirilebilir.	**1.** Helal turizm ile ilgili hazırlanacak tanıtım ve pazarlama çalışmalarında "Türk misafirperverliği" temasının ön plana çıkarılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**26**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**2**	Büyük bir zenginliğe sahip olan Türk mutfağı, helal turizmin tanıtımı ve pazarlanmasında önemli bir araç olarak değerlendirilebilir.	**1.** Helal turizm ile ilgili hazırlanacak tanıtım ve pazarlama çalışmalarında "Türk mutfağı"nın da özel bir marka bileşeni olarak ön plana çıkarılması. **2.** "Helal gastronomi turizmi" kavramının geliştirilerek Türk mutfağından örnekler	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

					sunulması	
Güçlü	**27**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**3**	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) gibi global turizm otoritelerinin yayımladıkları raporlarda, Türkiye'nin turizmdeki başarısını geliştirerek sürdüreceğine dair öngörüleri, turizm yatırımları açısından pozitif bir iklim oluşturmaktadır.	**1.** Global turizm otoritelerinin bu öngörülerinin Türkiye tanıtım çalışmalarında da kullanılarak, Türkiye'nin helal turizm noktasında da yabancı yatırımcı çeken bir ülke haline gelmesine yönelik çalışmalar yapılması. **2.** Türkiyenin turizm sektöründeki güçlü imajının başarılı bir şekilde geliştirilerek sürdürülebilmesi için ilgili otoriteler nezdinde tanıtım ve lobicilik faaliyetlerinin artırılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**28**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**4**	Türkiye'nin serbest pazar ekonomi modelini tercih etmiş olması, yatırım güvencesine sahip olması ve helal turizm açısından jeo-stratejik konumu, helal turizm alanında Türkiye'ye gelecek yabancı yatırımcılar için de cazip bir iklim oluşmaktadır.	**1.** Türkiye'nin helal turizm noktasında da yabancı yatırımcı çeken bir ülke haline gelmesine yönelik çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**29**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**5**	Türkiye'nin, dünyanın en fazla turist karşılayan ülkeleri arasında yer alması, turizmdeki küresel imajını olumlu etkilemektedir.	**1.** Bu başarının ve ardında yatan yeteneklerimizin, helal turizm pazarı ile birlikte tüm pazarlara doğru biçimde anlatılarak tanıtım ve PR çalışmalarında değerlendirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**30**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**6**	Türkiye'nin İslam ülkeleri içerisinde açık ara farkla en fazla turist karşılayan lider ülke konumunda olması, turizm imajını olumlu	**1.** Bu başarının ve ardında yatan yeteneklerimizin, helal turizm pazarı ile birlikte tüm pazarlara doğru biçimde anlatılarak tanıtım ve PR çalışmalarında değerlendirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				etkilemektedir.		
Güçlü	**31**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**7**	Helal turizm ile ilgili herhangi bir resmi tanıtım olmamasına rağmen, Türkiye'nin dünyada en çok Müslüman turisti karşılayan ülkeler arasında yer alıyor olması, hem imaj hem tecrübe açısından önemli avantajlar sunmaktadır.	**1.** Bu başarının ve ardında yatan yeteneklerimizin, helal turizm pazarı ile birlikte tüm pazarlara doğru biçimde anlatılarak tanıtım ve PR çalışmalarında değerlendirilmesi. **2.** Bu başarının ardında yatan nedenlerin ve bu süreçte elde edilen bilgi ve tecrübenin Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde helal turizm ile ilgili olarak kurulacak bir birim vasıtasıyla kurumsal hafızaya dönüştürülmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**32**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**8**	Türk Hava Yolları'nın sahip olduğu olumlu imaj ülkenin küresel imajına katkı sağlamaktadır. THY'nin imaj ve olanakları bu açıdan helal turizm pazarı için de önemli bir marka bileşeni olarak değerlendirilebilir.	**1.** THY'nin sahip olduğu olumlu imajdan helal turizm ile ilgili tanıtımlarda da istifade edilmesi. **2.** Müslüman seyahat pazarlarına yönelik gerçekleştirilen uçuşlarda helal konsept havayolu hizmetleri seçeneğinin de sunulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, THY
Güçlü	**33**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**9**	Türkiye'nin birçok destinasyona göre ekonomik bir destinasyon durumunda olması, pazarlama imkanlarını kolaylaştırmaktadır.	**1.** Türkiye'nin kalite ve ekonomiklik noktasında önemli bir avantajı bulunmaktadır. Bu avantajı helal turizm noktasında da "ucuz tatil destinasyonu" şeklinde değil, "kaliteli ve ekonomik destinasyon" şeklinde bir marka bileşenine dönüştürmek için çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**34**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**10**	Türkiye'nin çizmiş olduğu ülke imajı, İslam	**1.** Mevcut imajın sürdürülmesine yönelik çalışmalar yapılması, bu imajın getirisi	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				ülkelerindeki toplumlar için de olumlu bir çekicilik oluşturmaktadır.	olan olumlu atmosferin helal turizm tanıtım çalışmalarında da değerlendirilmesi.	
Güçlü	**35**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**11**	Türkiye'nin Müslüman ülkelere sağlamış olduğu destek ve yatırımlar Türkiye'nin İslam ülkeleri arasındaki küresel turistik imajını da olumlu etkilemektedir.	**1.** Mevcut imajın sürdürülmesine yönelik çalışmalar yapılması, bu imajın getirisi olan olumlu atmosferin helal turizm tanıtım çalışmalarında da değerlendirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**36**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**12**	Türkiye'nin çok sayıda ülke ile güçlü diplomatik ilişkilerinin ve temsil kabiliyetinin olması, helal turizmin pazarlanması bakımından da kolaylıklar sunmaktadır.	**1.** Mevcut imajın güçlendirilerek sürdürülmesine yönelik çalışmalar yapılması, bu imajın getirisi olan olumlu atmosferin helal turizm tanıtım çalışmalarında da değerlendirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**37**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**13**	Müslüman ülkelerden Türkiye'ye eğitim amaçlı olarak gelen öğrenciler, aynı zamanda potansiyel birer tanıtım elçisi ve geleceğin turisti durumundadır.	**1.** İslam İşbirliği Teşkilatı üyesi ülkelerden Türkiye'ye gelen öğrencilerin sayısının arttırılması. **2.** Bu öğrencilerin Türkiye'nin turistik değerlerini ve helal turizm imkanlarını daha yakından tanımaları için özel projeler yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, YÖK, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**38**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**14**	Helal konseptli otellerin sadece mütedeyyin turistler tarafından değil, oluşturmuş olduğu; "aile konsepti", "güven" ve "kalite" algısı nedeniyle farklı kesimler tarafından da tercih ediliyor olması, helal turizmin çok	**1.** Helal turizm ile ilgili olarak iç pazar ve dış pazarda yapılan tanıtım çalışmalarında bu konseptteki konaklama işletmelerinin sunmuş olduğu, Müslüman dostu hizmetlerin yanı sıra, "aile konsepti", "kalite" ve "güven" kavramlarının da ön plana çıkarılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				boyutlu pazarlanmasını kolaylaştırıcı bir faktördür.		
Güçlü	**39**	**Sektör altyapısı**	**1**	Türkiye'de Müslüman dostu konaklama işletmeleri yüksek kalitede hizmet sunmaktadırlar.	**1.** Bu işletmelerin hizmet standartlarının hazırlanacak "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ve "helal turizm ekosistemi standartları" ile belirlenmesi. **2.** İşletmelerin kalite performanslarının yapılacak tanıtım çalışmalarında da değerlendirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, Turizm STK'ları, Üniversiteler
Güçlü	**40**	**Sektör altyapısı**	**2**	Türk turizm sektöründe, tecrübeli ve profesyonel bir insan kaynağı alt yapısı mevcuttur.	**1.** Mevcut insan kaynağının helal turizm alanında da daha nitelikli hale getirilebilmesi için helal turizm ile ilgili eğitimler verilmesi.	MEB, YÖK, Turizm STK'ları
Güçlü	**41**	**Sektör altyapısı**	**3**	Türkiye'nin İslam ülkelerinde yaygın bir biçimde kullanılan Arapça, İngilizce ve Fransızca gibi dillerde hizmet verebilen insan kaynağına sahip olması önemli bir avantajdır.	**1.** Yabancı dilde eğitim veren turizm okullarının eğitim kalitesi ve sayısının artırılması.	MEB, YÖK
Güçlü	**42**	**Sektör altyapısı**	**4**	Helal turizm, helal turizm hizmet zincirinin her aşamasında kadınlara büyük önem vermektedir. Bu durum helal turizm sektöründe kadın istihdamını da arttırmaktadır.	**1.** Bu işletmelerde ihtiyaç duyulan nitelikli kadın istihdamının sağlanabilmesi için gerekli çalışmaların yapılması.	İŞKUR, Yerel yönetimler, Turizm STK'ları
Güçlü	**43**	**Sektör altyapısı**	**5**	Türkiye'nin gelişmiş ve yaygın turizm eğitimi altyapısı, insan kaynağı	**1.** Eğitim kurumları ile helal turizm sektörü arasında daha ileri düzeyde işbirliklerinin sağlanması.	MEB, YÖK, Turizm STK'ları

				niteliği ve çeşitliliği bakımından değerli bir zemin oluşturmaktadır.		
Güçlü	**44**	**Sektör altyapısı**	**6**	Dünya genelindeki Müslüman dostu konaklama tesislerinin önemli bir kısmı da Türkiye'de bulunmaktadır. Bu açıdan Türkiye önemli bir helal turizm konseptli yatak arzına sahiptir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yatak kapasitesinin destinasyonlar ve yıllar bazında planlanması ve helal turizm arzının orantısız gelişiminin önüne geçilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**45**	**Sektör altyapısı**	**7**	Helal konseptli tesislerin önemli bir kısmının yeni olması ve teknolojik gelişmeleri takip ediyor olması, turistlerin tercihlerinde etkili olmaktadır.	**1.** Dünya genelinde helal turizm ile entegre edilmeye çalışılan başta, yapay zeka, sanal gerçeklik, arttırılmış gerçeklik gibi teknolojilerin de yakınan takip edilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**46**	**Sektör altyapısı**	**8**	Türkiye, kamusal ve turistik alanlarda Müslümanlar için ibadet ve helal gıda erişilebilirliğine sahiptir.	**1.** Müslümanların özellikle kamusal ve turistik alanlarda yaşamış oldukları ibadet zorluklarının yakinen takip edilmesi ve çözüm sağlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**47**	**Sektör altyapısı**	**9**	Türkiye'de havayolu ve karayolu ulaşım ağı ve altyapısı, yaygın ve gelişmiştir.	**1.** Erişim zorlukları olan destinasyonlarda, doğal ve sosyal çevreye zarar vermeden erişimin iyileştirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Yerel Yönetimler, İl Özel İdareleri.
Güçlü	**48**	**Sektör altyapısı**	**10**	Türkiye'de gelişmiş teknoloji, e-ticaret, bankacılık ve finans imkanları ile birlikte küresel düzeyde tatil satışı ve rezervasyon imkanları kolaylaşmaktadır.	**1.** Turizm hizmetlerine ilişkin hizmetlerin ticaretini global düzeyde geliştirmek için gerekli teknoloji ve uygulamaları edinmek.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

Güçlü	**49**	**Sektör altyapısı**	**11**	Türkiye'de birçok farklı para birimi ile tatil yapmanın mümkün olması, yabancı turistler için önemli kolaylık sağlamaktadır.	**1.** Gerek tatil satın alma sürecinde, gerekse de destinasyonda sunulan hizmetlerin tedariğinde olası ödeme zorluklarının belirlenmesi ve giderilmesi için gerekli tedbirlerin alınması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**50**	**Erişilebilirlik**	**1**	Türkiye'ye yaklaşık 3 saatlik uçuş mesafesinde, 400 milyon Müslüman yaşamaktadır. Bu nedenle Türkiye, helal turizm açısından rezerv pazarların adeta merkezinde yer almaktadır ve fiziksel yakınlık büyük bir erişilebilirlik avantajı sunmaktadır.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm strtatejik planı" ile bu pazarlardan odaklanılacak olanların belirlenmesi, **2.** Odak pazarların her biri için pazar analizi araştırmalarının yapılması, **3.** Bu pazarlara yönelik direkt uçuş imkanlarının sağlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**51**	**Erişilebilirlik**	**2**	Türkiye'nin bir İslam ülkesi olmasından dolayı Müslüman seyahat pazarı ile özdeş bir kültür barındırıyor olması, önemli bir kültürel yakınlık ve kültürel erişilebilirlik avantajı sunmaktadır.	**1.** Helal turizm ile ilgili hedef pazarlarda yapılacak tanıtım çalışmalarında Türkiye'deki İslam kültürünün ön plana çıkarılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**52**	**Erişilebilirlik**	**3**	Türkiye'nin 170 civarında ülkeye vize kolaylığı sunuyor olması, erişilebilirliği kolaylaştıran önemli bir faktördür.	**1.** Mevcut vize kolaylıklarının sürdürülmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı.
Güçlü	**53**	**Erişilebilirlik**	**4**	Türkiye'nin sahip olduğu demokratik sistem, barış ortamı ve seyahat özgürlüğünün oluşturmuş	**1.** Ülke içerisindeki mevcut huzur koşulları ve pozitif atmosferin sürdürülmesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı ve ilgili diğer makamlar.

				olduğu güven ortamı, turistler açısından da pozitif bir iklim oluşturmaktadır.		
Güçlü	**54**	**Erişilebilirlik**	**5**	Türkiye'nin Hac ve Umre seyahatleri için potansiyel bir transfer istasyonu konumunda olması, farklı pazarlama imkanlarına zemin hazırlamaktadır.	**1.** Farklı ülkelerden Hac ve Umre seyahati için Türkiye'ye uğrayan ziyaretçilerin en azında bir geceleme de Türkiye'de yapabilmesi ve turizme katılması için yeni turistik seçenek önerilerinin geliştirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**55**	**Özyeterlilik**	**1**	Türkiye'deki Müslüman nüfusunun fazlalığı helal konseptli işletmeler açısından büyük ve kendi kendine yetebilen bir iç pazar olanağı sunmaktadır.	**1.** İç pazara yönelik tanıtım ve pazarlama çalışmaları geliştirilmelidir. **2.** İç pazardaki farklı sosyo-ekonomik düzeylerden turistlerin de helal turizme katılabilmesi için gerekli kolaylıkların sağlanmasına yönelik çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**56**	**Özyeterlilik**	**2**	Türkiye'de helal gıda gibi, helal turizmde ihtiyaç duyulan bileşenlerin büyükçe bir kısmı ülke içerisinden temin edilebilmektedir.	**1.** Helal gıda başta olmak üzere diğer helal belgeli ürünlere de kolaylıkla erişimin sağlanabilmesi için üretim işletmelerine helal gıda sertifikasının özendirilmesi ve teşvik edilmesi, **2.** Vatandaşların helal farkındalığının arttırılması noktasınsa çalışmaların yapılması.	Ticaret Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı, Diyanet İşeri Başkanlığıi Türk Standartları Enstitüsü.

Güçlü	**57**	**Özyeterlilik**	**3**	Helal Akreditasyon Kurumu (HAK), Türk Standartları Enstitüsü (TSE), İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü (SMIIC), Süleyman Demirel Üniversitesi Helal Turizm Uygulma ve Araştırma Merkezi (HETURAM) ve Uluslararası Helal Turizm Derneği (IHATO) gibi kurum ve kuruluşların varlığı ve işbirlikleri, Türkiye'de "helal turizm ekosistemi standartları"nın oluşturulabilmesi için önemli bir zemin oluşturmaktadır.	**1.** Türkiye'de helal turizm sektörünün kurallarının düzenlenmesi, hizmet içeriklerinin belirlenmesi, müşteri mağduriyetlerinin önüne geçilmesi ve Türk helal turizm sektörünün dünyaya açılabilmesi için ivedilikle Türkiye'nin "helal turizm ekosistemi standartları"nın belirlenmesi gerekmektedir. **2.** Helal turizm ekosistemi standartları içerisinde, sadece konaklama işletmelerinin standartlarının değil, aynı zamanda seyahat, ulaşım, yiyecek-içecek, rekreaasyon işletmeleri gibi helal turizm hizmet zincirini oluşturan tüm işletmelerin standartlarının belirlenmesi gerekmektedir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**58**	**Özyeterlilik**	**4**	Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen Üçüncü Turizm Şura'sında helal turizmin 2023 turizm stratejisine dahil edilmesi, bu alandaki hazırlıkları hızlandırmak ve kolaylaştırmak için önemli bir adım oluşturmuştur.	**1.** 2023 turizm stratejisinde helal turizm başlığına da hak ettiği yerin verilmesi, ancak helal turizm alanının özgün nitelikleri gereği helal turizm için ayrı bir stratejik planın hazırlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Güçlü	**59**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**1**	Türkiye'nin kalite yönetim sistemlerinde sahip olduğu bilgi ve tecrübe birikimi, gelecekte helal turizm belgelendirmesi için de önemli bir kolaylık	**1.** "Helal turizm ekosistemi standartları" belirlenirken mevcut bilgi ve tecrübe birikiminden de tam anlamıyla istifade edilebilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Türk Standartları Enstitüsü, Helal Akreditasyon Kurumu.

				oluşturmaktadır.		
Güçlü	**60**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**2**	Türkiye, turizm konusunda 40 yılı aşkın bir bilgi ve tecrübe birikimine sahiptir.	**1.** Mevcut bilgi ve tecrübe birikiminin kamu öncülüğünde sektör paydaşları ile daha etkin bir biçimde paylaşılması için çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**61**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**3**	Türkiye, pratik sahada 20 yılı aşkın bir helal turizm tecrübe ve bilgi birikimine sahiptir.	**1.** Mevcut bilgi ve tecrübe birikiminin kamu öncülüğünde sektör paydaşları ile daha etkin bir biçimde paylaşılması için çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Güçlü	**62**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**4**	Son yıllarda Türkiye'de de yapılmaya başlanan helal turizm ile ilgili kongre, çalıştay, konferans, zirve gibi bilimsel ve ekonomik temelli etkinlikler sayesinde sektör paydaşlarının bir araya gelerek, helal turizmin geleceğine dair hazırlıklar yapması önemli bir avantajdır.	**1.** Helal turizm ile ilgili daha etkin ve verimli çalışmaların hızla yapılabilmesi için paydaş kurumların daha düzenli bir biçimde bir araya gelmesi. **2.** Helal turizm ile ilgili paydaşların ortak çalışmalarının bir sonuç oluşturabilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde helal turizm ile ilgili bir birimin oluşturulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Zayıf	**1**	**Sektör altyapısı**	**1**	Türkiye'deki Müslüman dostu konaklama işletmelerinin yatak arzı yüksek sezonda iç pazardaki talebi bile karşılayamayacak kadar kısıtlıdır.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yatak kapasitesinin destinasyonlar bazında planlanması ve helal turizm arzının orantısız gelişiminin önüne geçilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Zayıf	**2**	**Sektör altyapısı**	**2**	Helal turizm konusunda henüz bir stratejik planlamanın mevcut olmaması, sektörün gelişimi için gerekli zemini oluşturmayı	**1.** Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde ve konuyla ilgili paydaşları dahli ile en kısa zamanda Türkiye'nin bir "helal turizm stratejik planı"na sahip olması, helal turizm pazarı ile ilgili yapılacak tüm çalışmaların da bu	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları, Konuyla ilgili diğer paydaşlar.

				zorlaştırmaktadır.	planlama çerçevesinde yürütülmesi.	
Zayıf	**3**	**Sektör altyapısı**	**3**	Gelecekte, Türk helal turizm sektöründe meydana gelebilecek hızlı ve plansız gelişim ihtimaline yönelik öngörü çalışmalarının mevcut olmaması, önemli bir risk faktörüdür.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak helal turizm pazarı için risk analizi çalışmalarının da yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları, Konuyla ilgili diğer paydaşlar.
Zayıf	**4**	**Sektör altyapısı**	**4**	Türkiye'nin helal turizm potansiyelini etkin bir şekilde planlayıp geliştirecek bir destinasyon yönetim sisteminin olmaması, kaynakların verimli kullanılmasına imkan vermemektedir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"na bağlı olarak helal turizm pazarı için destinasyon yönetim sistemi hazırlıklarının da yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları, Konuyla ilgili diğer paydaşlar.
Zayıf	**5**	**Sektör altyapısı**	**5**	Müslüman seyahat pazarının ekonomik büyüklüğü noktasında devletin ve özel sektörün yeterli farkındalığa sahip olmaması, helal turizm sektörünün yeterli düzeyde gelişmesine imkan vermemektedir.	**1.** Helal turizm pazarının ekonomik değeri, Türkiye'nin karşı karşıya olduğu fırsatlar ve riskler konusunda, başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere tüm paydaşların bilgilendirilebilmesi için etkinlikler yapılması	Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları.
Zayıf	**6**	**Sektör altyapısı**	**6**	Türkiye'de helal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebileceği birçok farklı turizm türü için farklı destinasyonların olmasına rağmen, bu konseptteki tesisler Türkiye'nin yalnız birkaç	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yatak kapasitesinin destinasyonlar bazında planlanması ve helal turizm arzının orantısız gelişiminin önüne geçilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yerel Yönetimler, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				şehrinde yoğunlaşmış durumdadır. Bu durum kaynakların plansız ve verimsiz gelişimine neden olmaktadır.		
Zayıf	**7**	**Sektör altyapısı**	**7**	Helal turizm, Türkiye'de daha çok deniz-kum-güneş destinasyonlarında gerçekleştiği için bu sektörde de mevsimsellik etkisi görülmektedir.	**1.** Helal turizm bir turizm türü olmayıp birçok turizm türüne uygulanabilecek bir turizm uygulamasıdır. Bu yüzden yapılacak doğru yatırımlar ile helal turizmin deniz-kum-güneş turizmi dışındaki turizm türlerine de uygulanabilmesi ve hem mevsimsellik etkisinin çeşitlendirme ile azaltılması hem yeni destinasyonların geliştirilmesi hem de pazarın farklı kesimleri için farklı turistik ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi mümkündür.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yerel Yönetimler, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Zayıf	**8**	**Sektör altyapısı**	**8**	Özellikle İstanbul ve Ankara gibi önemli finans ve ticaret kentlerinde Müslüman dostu konaklama işletmelerinin sayılarının yetersiz olması, bu konsepti tercih eden iş insanlarının beklentilerine uygun konaklama hizmeti alabilmesini zorlaştırmaktadır.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yatak kapasitesinin destinasyonlar bazında planlanması ve helal turizm arzının orantısız gelişiminin önüne geçilmesi, **2.** Müslüman dostu konaklama işletmelerinin farklı noktalarda da hizmet verebilmesi için teşvik ve destek sunulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Teşvik veren diğer kurumlar, Yerel Yönetimler, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Zayıf	**9**	**Sektör altyapısı**	**9**	Helal konseptli oteller ve acentalar arasında garantili satış anlaşmalarının yapılamaması sektörel işbirliklerini	**1.** Helal turizmde daha etkin ve verimli sonuç alınabilmesi için sektörün tarafları arasındaki zorlukların giderilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				zorlaştırmaktadır.		
Zayıf	**10**	**Sektör altyapısı**	**10**	Helal turizm sektörünün gelişimi için konaklama işletmelerinin gelişimi kadar seyahat acentalarının, yiyecek-içecek işletmelerinin ve diğer turizm işletmelerinin de helal konseptli alternatiflerinin gelişmesi ve sayılarının artması (helal turizm hizmet zinciri / helal turizm ekosistemi) gerekmektedir. Ancak bu konuda farkındalık düşük olup herhangi bir planlama ve yatırım teşviği bulunmamaktadır.	**1.** Helal turizm hizmetlerinin doğru ve yeterli bir düzeyde verilebilmesi için yalnız konaklama işletmelerinin Müslüman dostu hizmetler vermesi yeterli değildir. Bunun haricinde bir turstin tatil sürecinde hizmet aldığı tüm turizm işletmelerinin (helal turizm hizmet zinciri) Müslüman dostu hizmet alternatifleri sunabilir hale gelmesi gerekmektedir, bu durumun "helal turizm stratejik planı"nda, "helal turizm ekosistemi yönetmeliği"nde ve "helal turizm ekosistemi standartları"nda kapsamlı bir biçimde tasarlanması gerekmektedir, **2.** Müslüman dostu hizmetlerin diğer turizm işletmelerine de yaygınlaşabilmesi için gerekli teşvik ve desteklerin sunulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Zayıf	**11**	**Sektör altyapısı**	**11**	Helal konseptli otellerdeki bazı işler için yeterli sayıda nitelikli bayan personel temin edilememektedir.	**1.** Helal turizm işletmeleri için uygun nitelikte bayan personelin yetiştirilmesi için istihdam garantili olarak mesleki eğitimleri verilmesi.	İŞKUR, Üniversiteler, Halk Eğitim Merkezleri.
Zayıf	**12**	**Sektör altyapısı**	**12**	Helal turizm konseptinde hazırlanan turlara özgü turist rehberi sayısı yok denecek kadar azdır. Bu alanda bir eğitim altyapısı bulunmamaktadır.	**1.** Helal turizm standartları belirlenmesini müteakip helal turizm alanında da hizmet verebilecek nitelikli kokartlı rehberlerin yetiştirilmesi, **2.** Teknolojik gelişmelerden istfade edilerek, yapay zeka ve cep telefonu uygulamaları ile dijital turist	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları, Konuyla ilgili diğer paydaşlar.

					rehberlerinin ve aplikasyonların geliştirilmesi.	
Zayıf	**13**	**Sektör altyapısı**	**13**	Helal sertifikalı gıda noktasında yeterli sayıda tedarikçinin olmaması, tedarik maliyetlerini yükseltmektedir. Bu durum, turizm işletmelerinin maliyetlerini de yükseltmekte ve müşterilerin olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır.	**1.** Müslüman dostu turizm işletmelerinde ihtiyaç duyulan helal belgeli ürünlerin üretiminin desteklenmesi ve teşvik edilmesi, **2.** Toplumun da helal gıda ve helal gıda sertifikalı ürünler konusundan farkındalığını arttıracak çalışmaların yapılması.	Tarım ve Orman Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı.
Zayıf	**14**	**Sektör altyapısı**	**14**	Helal turizm sektörüne özgü olarak devletin herhangi bir finansal teşvik programının bulunmaması, bu sektördeki faaliyetlerin yeterince verimli ilerlemesine imkan vermemektedir.	**1.** Helal turizm ile igili yatırımların desteklenmesi ve teşvik edilmesi ile iglili çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Teşvik veren diğer kurumlar.
Zayıf	**15**	**Sektör altyapısı**	**15**	Finans sektöründen helal turizme yönelik yeterli desteğin olmaması, yatırımların layıkıyla gelişmesine imkan vermemektedir.	**1.** Helal turizm ile igili yatırımların desteklenmesi ve teşvik edilmesi ile iglili çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Teşvik veren diğer kurumlar.

Zayıf	**16**	**Sektör altyapısı**	**16**	Helal turizm konusunda teşkilatlanmada özel sektör ve STK'lar düzeyindeki gelişmelere rağmen, kamu ve özel sektör arasında güçlü bir işbirliği imkanı yakalanamamıştır.	**1.** Helal turizm sektöründe arzu edilen başarının yakalabilmesi için başta kamu ve özel sektör olmak üzere tüm paydaşlar arasında etkin bir iletişim ve işbirliğine ihtyaç bulunmaktadır, **2.** Bu iletişim ve işbirliğinin sağlanabilmesi için öncelikli olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde helal turizm ile ilgili bir birimin kurulması gerekmektedir. Şu halde helal turizm ile ilgili Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde doğrudan bir muhatap bulunmamaktadır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı.
Zayıf	**17**	**Sektör altyapısı**	**17**	Özel sektör her ne kadar helal turizm ile ilgili teknolojik gelişmeleri yakinen takip etmeye çalışsa da günümüzde turizmde de dijitalleşmenin konuşulduğu mevcut koşullarda, helal turizm ile ilgili tüm teknolojik gelişmeler Türkiye'deki helal turizm sektörüne yansıyamamıştır.	**1.** Helal turizm konusunda önde gelen global destinasyonlar, helal turizm ile yapay zekayı, arttırılmış gerçekliği, sanal gerçekliği ve benzer sıradışı teknolojileri birleştirecek adımlar atmaktadılar. Bu adımların sektör ve kamu tarafından hızla takip edilmesi, helal turizm için gerekli teknoloji transferinin ivedilikle yapılması, **2.** Genel olarak turizmde, özel olarak da helal turizmde dijitalleşmesinin getirdiği imkanları daha yakından tanıtmak ve teşvik etmek için fuar, zirve ve sektörün de içerisinde yer alacağı bilmsel toplantılar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Üniversiteler, Teknokentler,Turizm STK'ları.
Zayıf	**18**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**1**	Yurt dışı fuar ve diğer tanıtım etkinliklerinde Türkiye'nin helal turizm	**1.** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan tanıtım etkinliklerinde helal turizm sektörüne de hak ettiği desteğin	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				olanaklarına dair bir tanıtım faaliyetinin olmaması, sektörün gelişimi için gerekli zemini oluşturmayı zorlaştırmaktadır.	ve payın verilmesi,	
Zayıf	**19**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**2**	Türkiye'nin helal turizm ile ilgili bütün potansiyeline rağmen, bu alanda markalaşma çalışmaları bulunmamaktadır.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nın bir parçası olarak Türkiye'de helal turizmin "tanıtım, pazarlama ve markalaşma stratejisi" de belirlenmelidir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Zayıf	**20**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**3**	Geleneksel turizme nazaran, helal turizmin henüz çok yeni bir kavram olması nedeniyle, Türk toplumunda helal turizm konusundaki bilgiler derinlik ve yaygınlık kazanmamıştır. Bu durum olumsuz önyargılara neden olmaktadır.	**1.** Helal turizm ile ilgili soru işaretlerini giderebilmek, olumsuz önyargıları değiştirmek için başta sektör paydaşları olmak üzere toplumun geneline helal turizm ile ilgili bilgiler sunulmalı, helal turizmin içeriği doğru bir biçimde anlatılmalıdır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları.
Zayıf	**21**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**4**	Geleneksel turizm işletmelerinin helal turizm kavramına yönelik önyargısı ve direnci, sektörel işbirlikleri açısından zorluklara neden olmaktadır.	**1.** Helal turizm ile ilgili soru işaretlerini giderebilmek, olumsuz önyargıları değiştirmek için başta sektör paydaşları olmak üzere toplumun geneline helal turizm ile ilgili bilgiler sunulmalı, helal turizmin içeriği doğru bir biçimde anlatılmalıdır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları.
Zayıf	**22**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**5**	Türkiye'deki diğer otorite turizm STK'ları ile helal turizm işletmeleri arasında arzu edilen etkileşim önyargılardan dolayı geliştirilememiştir.	**1.** Helal turizm ile ilgili soru işaretlerini giderebilmek, olumsuz önyargıları değiştirmek için başta sektör paydaşları olmak üzere toplumun geneline helal turizm ile ilgili bilgiler sunulmalı, helal turizmin içeriği doğru bir biçimde	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları.

					anlatılmalıdır.	
Zayıf	**23**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**6**	Basın ve yayın organlarında helal turizme yönelik olumsuz yayınların olması, mevcut önyargıları derinleştirmektedir.	**1.** Helal turizm ile ilgili soru işaretlerini giderebilmek, olumsuz önyargıları değiştirmek için başta sektör paydaşları olmak üzere toplumun geneline helal turizm ile ilgili bilgiler sunulmalı, helal turizmin içeriği doğru bir biçimde anlatılmalıdır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları.
Zayıf	**24**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**7**	Türkiye'de kalite sertifikalarının geneline yönelik önemli bir güven eksikliği ve önyargı vardır. Bu zorluk, helal turizm standartlarının geliştirilip işletmelerin sertifikalandırılmasından sonra da aşılması gereken önemli bir engel olarak görülmektedir.	**1.** Helal turizm ekosistemi ile ilgili standartlar hazırlandıktan sonra etkin, şeffaf ve 360 derece değerlendirmeye açık bir kontrol mekanizmasının kurulması,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Zayıf	**25**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**8**	Müslüman nüfusu yoğun bazı ülkelerin Türkiye'ye yönelik olumsuz tutum ve tepkileri, bu ülkelerdeki Müslüman seyahat pazarına erişimi zorlaştırmaktadır.	**1.** Hedef ülkerlerde pozitif algı sağlayacak PR, reklam ve tanıtım çalışmaları yapılmalıdır.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Zayıf	**26**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**9**	Başta Müslüman dostu konaklama işletmelerindeki yatak arzının yetersizliği olmak üzere, çeşitli nedenlerle meydana gelen fiyat yüksekliği, toplumda	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yatak kapasitesinin destinasyonlar bazında planlanması ve helal turizm arzının orantısız gelişiminin önüne geçilmesi,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				da bu işletmelere yönelik olumsuz tepkilere neden olmakta, sektörün ve işletmelerin imajını olumsuz etkilemektedir.	**2.** Yatak kapasitesinin hem işletmelerin karlılığı hem toplumun farklı ekonomik kesimlerinin de helal turizme erişimini kolaylaştıracak dengede planlanması ve bu yönde teşviklerin yapılması.	
Zayıf	**27**	**İmaj, tanıtım ve pazarlama**	**10**	Dünya'da helal dostu çocuk etkinlikleri ve tematik rekreasyon faaliyeleri artarken Türkiye'nin bu alana yatırım yapmaması Türkiye'nin güncel rekabet koşullarına erişimine engel olmaktadır.	**1.** Helal turizm sektörünün global gelişmeleri yakinen takip edebilecek bir kapasiteye sahip olabilmesi.	Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları.
Zayıf	**28**	**Mevzuat ve standartlar**	**1**	Helal turizm konusunda gerekli koordinasyonun sağlanması açısından, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda bir koordinasyon biriminin / daire başkalığının/şubenin olmaması, sektörün gelişimi için kurumlar ve özel sektör arasında işbirliğini zorlaştırmaktadır.	**1.** Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde helal turizm sektörünün doğrudan temas kurabileceği, helal turizm ile ilgili olarak yapılması gereken faaliyetlerin koordinasyonunu sağlayacak bir birimin kurulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı

Zayıf	**29**	**Mevzuat ve standartlar**	**2**	Helal turizm kavramı ve bu konseptte hizmet veren konaklama işletmelerine dair, kamu nezdinde bir tanımlama, mevzuat ve standartlar bulunmamaktadır. Bu durum tüm sistemin yasal tanımlama ve hukuk çerçevesi dışında kalmasına neden olmaktadır.	**1.** Helal turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca bir turizm uygulaması olarak resmen tanınmalı, bir tanımlaması yapılmalı, **2.** Kültür ve Turizm Bakanlığı helal turizmin içeriğini belirleyerek çıkaracağı "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ile sektöre bir çerçeve çizmeli, haksız rekabetin önüne geçmeli, müşteri mağduriyetlerini gidermeli ve Türk helal turizm sektörünü yurt dışına açacak temeli oluşturmalı, **3.** Kısa vadede "helal turizm ekosistemi yönetmeliği"nden daha detaylı bir biçimde Türkiye'nin "helal turizm ekosistemi standartları" , helal turizm hizmet zincirinde yer alan tüm işletmeler bazında belirlenmelidir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Zayıf	**30**	**Mevzuat ve standartlar**	**3**	Helal turizm ile ilgili resmi bir tanımın, mevzuatın ve standartlar sisteminin olmaması, bu konseptte faaliyet gösteren işletmelerin rekabet koşullarını ve işletilmesini zorlaştırmaktadır.	**1.** Helal turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca bir turizm uygulaması olarak resmen tanınmalı, bir tanımlaması yapılmalı, **2.** Kültür ve Turizm Bakanlığı helal turizmin içeriğini belirleyerek çıkaracağı "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ile sektöre bir çerçeve çizmeli, haksız rekabetin önüne geçmeli, müşteri mağduriyetlerini gidermeli ve Türk helal turizm sektörünü yurt dışına açacak temeli oluşturmalı,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.

					3. Kısa vadede "helal turizm ekosistemi yönetmeliği"nden daha detaylı bir biçimde Türkiye'nin "helal turizm ekosistemi standartları" , helal turizm hizmet zincirinde yer alan tüm işletmeler bazında belirlenmelidir.	
Zayıf	**31**	**Mevzuat ve standartlar**	**4**	Helal turizm ile ilgili resmi bir tanımın, mevzuatın ve standartlar sisteminin olmaması, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetini olumsuz etkilemektedir.	**1.** Helal turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca bir turizm uygulaması olarak resmen tanınmalı, bir tanımlaması yapılmalı, **2.** Kültür ve Turizm Bakanlığı helal turizmin içeriğini belirleyerek çıkaracağı "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ile sektöre bir çerçeve çizmeli, haksız rekabetin önüne geçmeli, müşteri mağduriyetlerini gidermeli ve Türk helal turizm sektörünü yurt dışına açacak temeli oluşturmalı, **3.** Kısa vadede "helal turizm ekosistemi yönetmeliği"nden daha detaylı bir biçimde Türkiye'nin "helal turizm ekosistemi standartları" , helal turizm hizmet zincirinde yer alan tüm işletmeler bazında belirlenmelidir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.

Zayıf	**32**	**Mevzuat ve standartlar**	**5**	Helal kavramı ve helal turizm kavramı ile ilgili resmi bir tanımın ve çerçevenin olmaması nedeniyle, sektör profesyonellerinin bile fikir ve kavram birliğine varamamış olması hatalı değerlendirmelere, hizmet içeriklerine ve faaliyetlere neden olmaktadır.	**1.** Helal turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca bir turizm uygulaması olarak resmen tanınmalı, bir tanımlaması yapılmalı, **2.** Kültür ve Turizm Bakanlığı helal turizmin içeriğini belirleyerek çıkaracağı "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ile sektöre bir çerçeve çizmeli, haksız rekabetin önüne geçmeli, müşteri mağduriyetlerini gidermeli ve Türk helal turizm sektörünü yurt dışına açacak temeli oluşturmalı, **3.** Kısa vadede "helal turizm ekosistemi yönetmeliği"nden daha detaylı bir biçimde Türkiye'nin "helal turizm ekosistemi standartları" , helal turizm hizmet zincirinde yer alan tüm işletmeler bazında belirlenmelidir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Zayıf	**33**	**Mevzuat ve standartlar**	**6**	Helal turizm, henüz kamu tarafından tam anlamıyla tanınmadığı ve bir mevzuat mevcut olmadığı için, bu alana ilişkin resmi istatistik bulunmamaktadır. Konuyla ilgili istatistikler araştırmacıların olanakları ile sınırlı olup tutarlı, kapsamlı, güvenilir ve sürekli değildir.	**1.** Helal turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca bir turizm uygulaması olarak resmen tanınmalı, bir tanımlaması yapılmalı, **2.** Kültür ve Turizm Bakanlığı helal turizmin içeriğini belirleyerek çıkaracağı "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ile sektöre bir çerçeve çizmeli, haksız rekabetin önüne geçmeli, müşteri mağduriyetlerini gidermeli ve Türk helal turizm sektörünü yurt dışına açacak temeli oluşturmalı,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.

					3. Kısa vadede "helal turizm ekosistemi yönetmeliği"nden daha detaylı bir biçimde Türkiye'nin "helal turizm ekosistemi standartları" , helal turizm hizmet zincirinde yer alan tüm işletmeler bazında belirlenmelidir.	
Zayıf	**34**	**Mevzuat ve standartlar**	**7**	Helal turizm, henüz kamu tarafından tam anlamıyla tanınmadığı ve bir mevzuat mevcut olmadığı için, bu alana yatırım yapmak isteyen yerli ve yabancı girişimciler/yatırımcılar çekinceler duymaktadır.	**1.** Helal turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca bir turizm uygulaması olarak resmen tanınmalı, bir tanımlaması yapılmalı, **2.** Kültür ve Turizm Bakanlığı helal turizmin içeriğini belirleyerek çıkaracağı "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ile sektöre bir çerçeve çizmeli, haksız rekabetin önüne geçmeli, müşteri mağduriyetlerini gidermeli ve Türk helal turizm sektörünü yurt dışına açacak temeli oluşturmalı, **3.** Kısa vadede "helal turizm ekosistemi yönetmeliği"nden daha detaylı bir biçimde Türkiye'nin "helal turizm ekosistemi standartları" , helal turizm hizmet zincirinde yer alan tüm işletmeler bazında belirlenmelidir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.

Zayıf	**35**	**Mevzuat ve standartlar**	**8**	Helal turizm turist profilinin birbirlerinden farklı muhafazarlık düzeylerinde olması ve farklı beklentilerinin olması hizmet sunumunda da standartların olmaması zorluklara neden olmaktadır.	**1.** Helal turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca bir turizm uygulaması olarak resmen tanınmalı, bir tanımlaması yapılmalı, **2.** Kültür ve Turizm Bakanlığı helal turizmin içeriğini belirleyerek çıkaracağı "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ile sektöre bir çerçeve çizmeli, haksız rekabetin önüne geçmeli, müşteri mağduriyetlerini gidermeli ve Türk helal turizm sektörünü yurt dışına açacak temeli oluşturmalı, **3.** Kısa vadede "helal turizm ekosistemi yönetmeliği"nden daha detaylı bir biçimde Türkiye'nin "helal turizm ekosistemi standartları" , helal turizm hizmet zincirinde yer alan tüm işletmeler bazında belirlenmelidir.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı, Türk Standartları Enstitüsü, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Zayıf	**36**	**Mevzuat ve standartlar**	**9**	Mevcut Kıyı Kanunu ve ilgili mevzuat, Müslüman dostu konaklama işletmelerinin sahillerde mahremiyeti sağlayacak altyapıyı oluşturmasına imkan vermemektedir. Bu durum konaklama işletmelerinin yasalara uyumlu olmayan ve geçici çözümler üreterek hizmet vermesine ya da mahremiyeti koruyacak hizmet verememesine	**1.** Hazırlanacak "helal turizm ekosistemi yönetmeliği" ile birlikte, helal turizm hizmetlerinin önünde engel oluşturan mevzuatın da değerlendirilerek sorunlara makul, hukuki ve sürdürülebilir çözümlerin üretilmesi,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm STK'ları.

				neden olmaktadır.		
Zayıf	**37**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**1**	Türk helal turizm sektörü, dünya literatürünü ve dünyadaki güncel gelişmeleri yeterince takip edememektedir. Bu durum Türkiye'nin rekabet gücünün zayıflatmaktadır.	**1.** Helal turizm sektörünün global gelişmeleri yakinen takip edebilecek bir kapasiteye sahip olabilmesini sağlayacak etkilnikler teşvik edilmelidir.	Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları.
Zayıf	**38**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**2**	Türkiye'de bilim camiasında da helal turizme ve bu alanda çalışan bilim insanlarına yönelik önyargı ve kaygılar mevcuttur. Bu zorluklar, helal turizm ile ilgili bilimsel çalışmaların yetersiz düzeyde kalmasına neden olmaktadır.	**1.** Helal turizm alanında yapılan bilimsel çalışmaları ve bilim insanlarını desteklemek amacıyla akademik proje kaynaklarında helal turizm başlığına da yer verilmesi, **2.** Helal turizm ile ilgili faaliyet gösteren başta konaklama işletmeleri olmak üzere tüm paydaşların helal turizm çalışmalarını teşvik etmek için "araştırma destek fonları" oluşturarak özellikle helal turizm alanında yazılan lisansüstü tezlere araştırma hibesi vermesi,	Turizm STK'ları, Üniversiteler, Kalkınma Ajansları.
Zayıf	**39**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**3**	Helal turizm sektöründe çalışan insan kaynağının helal turizm ile ilgili teknik bilgi birikimi ve eğitimi yalnızca saha bilgileri ve tecrübelerine dayanmaktadır. Bu alanda eğitim veren üniversitelerin sayısı yok denecek kadar azdır.	**1.** Üniversitelerin özellikle turizm ile ilgili program ve bölümlerinde seçmeli ders olarak da olsa helal turizm ile ilgili derslerin de verilmesi, **2.** Lisansüstü tez çalışmalarında helal turizm alanında çalışmalar yapılmasının desteklenmesi, **3.** Turizm eğitimi veren ortaöğretim programlarında da helal turizm ile ilgili bir derse yer verilmesi,	YÖK, MEB ve eğitim veren diğer kurumlar.

					4. TUREM, Halk Eğitim Merkezleri, İŞKUR ve Yerel Yönetimler tarafından organize edilen yaygın turizm eğitimi faaliyetlerinde de helal turizm eğitimlerine dair içeriklere yer verilmesi.	
Zayıf	**40**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**4**	Üniversitelerin turizm ile ilgili bölümlerinde helal turizme dair eğitim olanakları yalnız birkaç üniversite ile sınırlıdır. Bu nedenle turizm eğitimi, helal turizme ilişkin bir formasyonu kapsamamaktadır. Bu durum nitelikli-eğitimli insan kaynağı ihtiyacının karşılanmasını zorlaştırmaktadır.	**1.** Üniversitelerin özellikle turizm ile ilgili program ve bölümlerinde seçmeli ders olarak da olsa helal turizm ile ilgili derslerin de verilmesi, **2.** Lisansüstü tez çalışmalarında helal turizm alanında çalışmalar yapılmasının desteklenmesi, **3.** Turizm eğitimi veren ortaöğretim programlarında da helal turizm ile ilgili bir derse yer verilmesi, **4.** TUREM, Halk Eğitim Merkezleri, İŞKUR ve Yerel Yönetimler tarafından organize edilen yaygın turizm eğitimi faaliyetlerinde de helal turizm eğitimlerine dair içeriklere yer verilmesi.	YÖK, MEB ve eğitim veren diğer kurumlar.
Zayıf	**41**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**5**	Türk toplumunda, Müslüman bir ülke olmamızdan dolayı helal turizm sertifikası konusunda farkındalık ve talep çok düşük düzeydedir.	**1.** Başta helal gıda olmak üzere tüm helal sertifikaları noktasında toplumun bilinçlendirilmesi.	Helal Akreditasyon Kurumu, Diyanet İşleri Başkanlığı.

Zayıf	**42**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**6**	Türkiye'de helal turizm hizmetleri, global rakiplerin teknolojik koşullarına erişmemiş, bu alandaki yapay zeka, arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojileri yaygınlık kazanmamış, gerekli aplikasyonlar geliştirilmemiştir. Bu durum Türkiye'nin helal turizm pazarındaki rekabet gücüne ve hizmet kalitesine olumsuz etki etmektedir.	**1.** Helal turizm konusunda önde gelen global destinasyonlar, helal turizm ile yapay zekayı, arttırılmış gerçekliği, sanal gerçekliği ve benzer sıradışı teknolojileri birleştirecek adımlar atmaktadılar. Bu adımların sektör ve kamu tarafından hızla takip edilmesi, helal turizm için gerekli teknoloji transferinin ivedilikle yapılması, **2.** Genel olarak turizmde, özel olarak da helal turizmde dijitalleşmesinin getirdiği imkanları daha yakından tanıtmak ve teşvik etmek için fuar, zirve ve sektörün de içerisinde yer alacağı bilmsel toplantılar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Üniversiteler, Teknokentler,Turizm STK'ları.
Zayıf	**43**	**Bilgi ve tecrübe birikimi**	**7**	Helal turizme katılan misafirlerde turizm bilincinin yeterince gelişmemiş olması ve özellikle bu durumun israfa sebebiyet vermesi, işletmeler ve kamu için önemli kayıplara neden olmaktadır.	**1.** Özellikle israf noktasında misafirlerin tüketim miktarlarını etkileyecek farkındalık çalışmaları yapılması, bu konuda bilimsel çalışmaların teşvik edilmesi, **2.** İsraf edilen gıdaların barınaklara bağışlanabilmesi için gerekli işbirliği çalışmalarının yapılması, **3.** Enerji israfı konusunda teknolojik önlemlerin araştırılması ve alınması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Üniversiteler, Teknokentler,Turizm STK'ları.
Zayıf	**44**	**Erişilebilirlik**	**1**	Havalimanına yakın yerlerde helal konseptli tesis sayısının yok denecek kadar az olması, bu konsepti tercih eden	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yatak kapasitesinin destinasyonlar bazında planlanması ve helal turizm arzının orantısız gelişiminin önüne	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Teşvik veren diğer kurumlar, Yerel Yönetimler, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				insanların beklentilerine uygun konaklama hizmeti alabilmesini zorlaştırmaktadır.	geçilmesi, **2.** Müslüman dostu konaklama işletmelerinin farklı noktalarda da hizmet verebilmesi için teşvik ve destek sunulması.	
Zayıf	**45**	**Erişilebilirlik**	**2**	Türkiye'deki Müslüman dostu konaklama işletmeleri, yetersiz yatak kapasitesinden dolayı, farklı ekonomik kesimlerden turistlerin erişimine uygun ekonomik düzeyde değildir. İşletmeler daha çok lüks konseptli tesislerden oluşmaktadır. Tesis sayısı iç talep için bile yetersiz düzeydedir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yatak kapasitesinin destinasyonlar bazında planlanması ve helal turizm arzının orantısız gelişiminin önüne geçilmesi, **2.** Müslüman dostu konaklama işletmelerinin farklı noktalarda da hizmet verebilmesi için teşvik ve destek sunulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Teşvik veren diğer kurumlar, Yerel Yönetimler, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Zayıf	**46**	**Erişilebilirlik**	**3**	Müslüman dostu konaklama işletmelerinin iç pazardaki talep için bile yetersiz düzeyde olması, konaklama fiyatlarının yükselmesine ve farklı ekonomik kesimlerin helal turizme erişimine imkan vermemektedir.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu yatak kapasitesinin destinasyonlar bazında planlanması ve helal turizm arzının orantısız gelişiminin önüne geçilmesi, **2.** Müslüman dostu konaklama işletmelerinin farklı noktalarda da hizmet verebilmesi için teşvik ve destek sunulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Teşvik veren diğer kurumlar, Yerel Yönetimler, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**1**	**Pazar dinamikleri**	**1**	Helal turizme yönelik dünya genelinde artan bir farkındalık ve ilgi	**1.** Hızla artan bu ilginin pazarlar bazında araştırılması ve tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmaları yapılarak	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				mevcuttur.	Türkiye'nin bu ilgiden gereken payı alabilmesinin sağlanması.	
Fırsat	**2**	**Pazar dinamikleri**	**2**	Mikro düzeyde Müslüman toplulukların, makro düzeyde ise İİT ülkelerinin gelişen ekonomileri, Müslüman seyahat pazarının gelişimi noktasında da önemli sinyaller vermektedir.	**1.** Müslüman seyahat pazarında meyadana gelen bu gelişmelerden hak edilen payın alınabilmesi için, tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmaları yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**3**	**Pazar dinamikleri**	**3**	Müslüman nüfusun dünya genelinde istikrarlı artışı, pazarın geleceğine ilişkin umut vermektedir.	**1.** Müslüman seyahat pazarında meyadana gelen bu gelişmelerden hak edilen payın alınabilmesi için, tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmaları yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**4**	**Pazar dinamikleri**	**4**	Dünya genelinde genç Müslümanların seyahate yönelik eğilimlerindeki artış, pazarın geleceğine ilişkin umut vermektedir.	**1.** Özellikle genç Müslüman turistlerin davranış modellerinin ve turistik profillerinin daha yakından tanınması için pazar araştırmaları yapılması, bu kitlenin turistik davranışlarının yakın gelecekte nasıl evrileceğine dair trend analizi çalışmaları yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Fırsat	**5**	**Pazar dinamikleri**	**5**	Dünya genelinde genç Müslümanların İslam mirasına sahip ülkelere yönelik ilgisi ve Türkiye'nin bu noktadaki avantajları, önemli fırsatlar sunmaktadır.	**1.** Özellikle genç Müslüman turistlerin davranış modellerinin ve turistik profillerinin daha yakından tanınması için pazar araştırmaları yapılması, bu kitlenin turistik davranışlarının yakın gelecekte nasıl evrileceğine dair trend çalışmaları yapılması. **2.** Türkiye'nin sahip olduğu somut İslam kültürü mirasının envanterini hazırlanarak tanıtım kampanyaları	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.

					yapılması ve paket turlar geliştirilmesi.	
Fırsat	**6**	**Pazar dinamikleri**	**6**	Dünya genelinde genç Müslümanların alışverişe, özellikle tekstil sektörü ve modaya yönelik ilgisi ve Türkiye'nin bu noktadaki avantajları, önemli fırsatlar sunmaktadır.	**1.** Özellikle genç Müslüman turistlerin davranış modellerinin ve turistik profillerinin daha yakından tanınması için Pazar araştırmaları yapılması, bu kitlenin turistik davranışlarının yakın gelecekte nasıl evrileceğine dair trend çalışmaları yapılması. **2.** Türkiye'nin sahip olduğu alışveriş, tekstil ve moda imkanlarının tanıtımlarrının yapılması, bu imkanların alış-veriş turizmi çerçevesinde turistik ürünler haline getirilmesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Fırsat	**7**	**Pazar dinamikleri**	**7**	Eğitim ve kültürel miras temaları ile ilgili yeni helal turizm ürünlerinin geliştirilebilir olması, önemli fırsatlar sunmaktadır.	**1.** İslam İşbirliği Teşkilatı üyesi ülkelerden Türkiye'ye gelen öğrencilerin sayısının arttırılması. **2.** Bu öğrencilerin Türkiye'nin turistik değerlerini ve helal turizm imkanlarını daha yakından tanımaları için özel çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Fırsat	**8**	**Pazar dinamikleri**	**8**	Müslüman turistlerin başarılı turizm ürünlerine sahip olan Müslüman dostu destinasyonlara seyahat etme eğilimi.	**1.** Türkiye'nin turistik değerlerinin yanı sıra, helal turizm işletmelerinin sahip olduğu yüksek kalite standardı, hizmet çeşitliliği, huzur, güven ve aile ortamı gibi önemli çekiciliklerin bir araya getirildiği bir tanıtım, pazarlama ve markalama stratejisi geliştirilerek hedef pazarlara sunulması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**9**	**Pazar dinamikleri**	**9**	Dünya genelinde, sağlık turizme yönelik ilginin artması ve Türkiye'nin bu	**1.** Sağlık turizminin tüm alt türleri ile helal turizm hizmetlerini birleştirerek yeni, inovatif ürünler geliştirilmesi ve	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				açıdan avantajları, yeni turistik ürün fırsatları oluşturmaktadır.	Türkiye'nin Müslüman seyahat pazarındaki marka konumlandırma çalışmalarında bu özgün ve sentez turizm olanaklarının ön plana çıkarılması.	
Fırsat	**10**	**Pazar dinamikleri**	**10**	Dünya genelinde, gastronomi turizme yönelik ilginin artması ve Türkiye'nin bu açıdan avantajları, yeni turistik ürün fırsatları oluşturmaktadır.	**1.** Gastronomi turizmi ile helal turizm birleştirilerek "helal gastronomi turizmi"şeklinde inovatif bir turistik ürün geliştirilerek Müslüman seyahat pazarına sunulması,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**11**	**Pazar dinamikleri**	**11**	Özellikle Batı'da artan İslamofobi ile birlikte Müslümanların tatil için İslam ülkelerini tercih etmesi, yeni pazar fırsatları sunmaktadır.	**1.** Türkiye denince ilk akla gelen kavramlardan olan Türk misafirperverliği ve hoşgörüsünün her platformda vurgulanması, bu kavramın önemli bir marka bileşeni olarak tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmalarında kullanılması	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**12**	**Pazar dinamikleri**	**12**	Avrupa'daki anti-turizm dalgası, Müslüman turizm pazarının Türkiye'ye yönelmesi açısından fırsat oluşturmaktadır.	**1.** Türkiye denince ilk akla gelen kavramlardan olan Türk misafirperverliği ve hoşgörüsünün her platformda vurgulanması, bu kavramın önemli bir marka bileşeni olarak tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmalarında kullanılması	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**13**	**İmaj**	**1**	Helal turizm sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerini bir araya getirmek amacıyla kurulan Uluslararası Helal Turizm Derneği'nin (IHATO) merkezinin Türkiye'de olması, küresel	**1.** IHATO'nun yurt içi ve yurt dışı çalışmalarının desteklenmesi, **2.** IHATO'nun İslam İşbirliği Teşkilatı ve Birleşmiş Milletler Dünya Tuizm Örgütü bünyesinde bir helal turizm birimi oluşturma yönündeki global çalışmalarının desteklenmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

				işbirliklerinde Türkiye'nin önemli bir rol edinmesi için kıymetli bir zemin oluşturmaktadır.		
Fırsat	**14**	**İmaj**	**2**	ITB Berlin fuarının 2019 temalarından birinin helal turizm olması, helal turizmin global turizm etkinliklerinde de duyurulması bakımından önemli bir fırsat oluşturmaktadır.	**1.** Helal turizm odaklı veya bu temaya yer veren tüm fuarlara katılım sağlanarak helal turizm konusundaki networkun geliştirilmesi, farkındalığın arttırılması, Türkiye'deki imkanların duyurulması ve uluslararası işbirliği imkanlarının geliştirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**15**	**İmaj**	**3**	Dünya sinemalarında Türkiye'den sahnelere yer verilmesi, Türkiye'ye ilgiyi olumlu etkilemektedir.	**1.** Dünya sinemalarında sunulan filmlerde hem Türkiye'den karelere yer verilmesi hem de özellikle İslam mirası ile ilgili karelere yer verilmesi Türkiye'nin Müslüman seyahat pazarına tanıtımı için büyük bir imkandır. Bu açıdan bu yapım şirketleri ile görüşülürek bu imkanların geliştirilmesi, **2.** Türkiye'nin helal turizm konusundaki çekiciliklerini tanıtabilmek amacıyla dizi ve filmlerde bu çekiciliklere dair görsellere de yer verilmesinin sağlanması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**16**	**İmaj**	**4**	Uluslararası İslami teşkilatlarda Türk yönetici sayısının artması, Türkiye'nin tanıtımı ve Türkiye'nin helal turizm olanaklarının duyurulması bakımından fırsatlar	**1.** Bu teşkilatlardaki lobi faaliyetlerinin artırılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişlrei Bakanlığı

				oluşturmaktadır.		
Fırsat	**17**	**Erişilebilirlik**	**1**	Avrupa'da artan Müslüman nüfus ve gelişen ekonomik güçleri Türkiye'ye erişilebilirlik bakımından önemli bir fırsat sunmaktadır.	**1.** Müslüman seyahat pazarında meyadana gelen bu gelişmelerden hak edilen payın alınabilmesi için, tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmaları yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Fırsat	**18**	**Erişilebilirlik**	**2**	Teknolojik gelişmeler ve kitle iletişim araçlarında gelişmeler, helal turizme erişimi kolaylaştırmaktadır.	**1.** Müslüman seyahat pazarında meyadana gelen bu gelişmelerden hak edilen payın alınabilmesi için, tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmaları yapılması. **2.** Helal turizm faaliyetlerinin özellikle, sosyal medya, mobil uygulamalar, yapay zeka teknolojileri, arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçekelik imkan ve teknolojileri ile entegre edilmesi	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Üniversiteler, Teknokentler,Turizm STK'ları.
Fırsat	**19**	**Yatırım**	**1**	Yabancı sermayenin helal turizm konusunda önemli birikime sahip Türk girişimcilerle ve profesyonellerle ortak işbirliği yapma isteği, yeni küresel işbirliklerine zemin hazırlamaktadır.	**1.** Yabancı sermaye girişininin sağlanabilmesi için uluslararası işletmeler ile yakın ve sıcak ilişkiler kurulması, **2.** Helal turizm sektöründe öncü Türk markalarının yurt dışında da şubeleşerek Türkiye'yi temsil edecek aşamaya gelmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Tehdit	**1**	**Dış ilişkiler**	**1**	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve İslam İşbirliği Teşkilatı bünyesinde helal turizmi küresel düzeyde temsil eden bir temsil makamının	**1.** Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve İslam İşbirliği Teşkilatı bünyesinde Türkiye öncülüğünde 1.8 milyar Müslümanı temsilen bir global helal turizm ofisi/birimi kurulması,	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Turizm STK'ları.

				olmaması.	**2.** Kurulacak bu birimler ile standartların küresel düzeyde ortak hale getirilmesi ve bilgi-tecrübe alış-verişi imkanlarının geliştirilmesi.	
Tehdit	**2**	**Dış ilişkiler**	**2**	İslam ülkelerinin helal turizm konusunda kendi aralarında yaşadıkları anlaşmazlıklar ve güç mücadeleleri.	**1.** Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü ve İslam İşbirliği Teşkilatı bünyesinde Türkiye öncülüğünde 1.8 milyar Müslümanı temsilen bir global helal turizm ofisi/birimi kurulması, **2.** Kurulacak bu birimler ile standartların küresel düzeyde ortak hale getirilmesi ve bilgi-tecrübe alışverişi imkanlarının geliştirilmesi, **3.** İslam ülkeleri turizm bakanlıkları ve sektörleri arasında yapılacak ortak çalışmalar ile işbirliği imkanlarının geliştirilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Turizm STK'ları.
Tehdit	**3**	**Dış ilişkiler**	**3**	Bazı İslam ülkeleri ile Türkiye arasındaki diplomatik ve politik zorluklar.	**1.** Ülkeler arasındaki diplomatik ilişkilerin daha iyi hale getirilmesi için çaba sarf edilmesi, **2.** Ülkeler arası problemlerin milletlerarasında olumsuz etkileşimler doğurmasının önüne geçecek PR çalışaları yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Turizm STK'ları.
Tehdit	**4**	**Dış ilişkiler**	**4**	Bazı ülkeler tarafından Türkiye aleyhinde yapılan propagandalar.	**1.** Karşı propaganda ile doğru bilgilendirmenin yapılması, **2.** Uluslararası PR çalışmalarının yürütülmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Turizm STK'ları.

Tehdit	**5**	**Dış ilişkiler**	**5**	Yabancı yatırımcı eksikliği ve buna bağlı zorluklar.	**1.** Helal turizm sektörüne de doğrudan yabancı yatırımcıyı çekmek için teşvik ve tanıtım çalışmalarının artırılması.	Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
Tehdit	**6**	**Dış ilişkiler**	**6**	Türkiye'nin bazı İslam ülkelerinde helal turizm hizmetlerinin verildiği bir ülke olarak bilinmemesinin etkileri.	**1.** Özellikle hedef pazarlar konumundaki ülkelere yönelik tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmlarında Türkiye'nin helal turizm sektöründeki mevcut durumunu çok net ortaya koyacaak çalışmaların yapılması. **2.** Uluslararası tanıtım, fuar vb. etkinliklerde mutlaka helal turizm tanıtımının da yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Tehdit	**7**	**Dış ilişkiler**	**7**	Bazı uluslararası ödeme yöntemlerinin Türkiye'de yasaklı olması (Pay Pall).	**1.** İslami kriterlere uyumlu ödeme sistemlerinin geliştirilmesi için çalışmalar yapılması, **2.** Uluslararası ödeme yöntemleri ile ilgili mevzuat düzenlemelerinin yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, BDDK, Katılım Bankaları
Tehdit	**8**	**Rekabet**	**1**	Rakip ülkelerin, helal turizm konusundaki sistemlerini Türkiye'den önce kurmuş ve işletiyor olması.	**1.** İyi uygulama örneklerinin benchmarke edilmesi, geliştirilerek ivedilikle Türkiye'de de hayata geçirilmesi, **2.** Daha başarılı rekabet koşullarına erişebilmek için Türkiye'nin özgün değerlerini, güçlü yönlerini ortaya çıkaracak çalışmaların yapılması, **3.** Helal turizm ile diğer turizm ürünlerini birleştiren inovatif turizm türlerinin geliştirilerek dünya helal turizm	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

					pazarında öncü konumuna geçilmesi.	
Tehdit	**9**	**Rekabet**	**2**	Rakip ülkelerin, helal turizm konusundaki etkin tanıtım, pazarlama ve PR çalışmaları.	**1.** İyi uygulama örneklerinin benchmarke edilmesi, geliştirilerek ivedilikle Türkiye'de de hayata geçirilmesi, **2.** Daha başarılı rekabet koşullarına erişebilmek için Türkiye'nin özgün değerlerini, güçlü yönlerini ortaya çıkaracak çalışmaların yapılması, **3.** Helal turizm ile diğer turizm ürünlerini birleştiren inovatif turizm türlerinin geliştirilerek dünya helal turizm pazarında öncü konumuna geçilmesi.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Tehdit	**10**	**Rekabet**	**3**	Rakip ülkelerin potansiyel pazarlar ile daha güçlü ilişkiler kurmaya yönelik gayretleri.	**1.** Potansiyel pazarlar ile hem diplomatik düzeyde, hem ticari düzeyde, hem de toplumsal düzeyde daha samimi ilişkilerin kurulması için çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Turizm STK'ları.
Tehdit	**11**	**Sürdürülebilirlik**	**1**	Küresel ısınma gibi çevresel faktörlerin gelecekteki olası etkileri.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda küresel ısınma, fiziksel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik ile ilgili koşullara ve öngörülere de yer verilmesi, **2.** İslam ve doğa, İslam ve toplum ilişkileri çerçevesinde tüm helal turizm sektöründe sürdürülebilirliğin temel bir ilke olarak kabul edilmesi için çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.

Tehdit	**12**	**Sürdürülebilirlik**	**2**	Turistik çekicilik alanlarında sürdürülebilirliğin sağlanamaması halinde mevcut kaynakların yıpranma ve yok olma ihtimali.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda küresel ısınma, fiziksel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik ile ilgili koşullara ve öngörülere de yer verilmesi, **2.** İslam ve doğa, İslam ve toplum ilişkileri çerçevesinde tüm helal turizm sektöründe sürdürülebilirliğin temel bir ilke olarak kabul edilmesi için çalışmalar yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları.
Tehdit	**13**	**Sürdürülebilirlik**	**3**	Dünya genelinde Müslüman topluluklardaki jenerasyon değişiminin gelecek yıllardaki turizm talebine etkileri.	**1.** Müslüman turistlerin turistik profillerinin her yıl ölçülerek kuşaklar arasındaki olası turistik davranış farklarının, değişen moda, kültür ve trendlerin yakından takip edilmesi, **2.** Kuşak değişimi ile birlikte değişim gösteren turizm davranışının gelecek on yıllarda helal turizmi nasıl etkileyeceğine dair bilimsel araştırmaların ve pazar araştırmalarının yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Tehdit	**14**	**Güvenlik**	**1**	İslam ülkelerinde yaşanan savaşlar, afetler, ekonomik zorluklar gibi olumsuz koşullar nedeniyle pazarın bir kısmının ekonomik gücünün azalması.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye için öngörülen helal turizm sektör büyüklüğü dikkate alınırken İslam coğrafyasında yaşanan ekonomik, siyasi ve askeri zorlukların etkilerinin de dikkate alınması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.
Tehdit	**15**	**Güvenlik**	**2**	Bölgesel güvenlik tehditleri.	**1.** Hazırlanacak "helal turizm stratejik planı"nda Türkiye için öngörülen helal turizm sektör büyüklüğü dikkate alınırken İslam coğrafyasında yaşanan ekonomik, siyasi ve askeri zorlukların etkilerinin de dikkate alınması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.

Tehdit	**16**	**Altyapı**	**1**	Helal turizm alanında global düzeyde online servis sağlayıcılarının sayısının az olması.	**1.** Helal turizm hizmetlerine erişim ile teknolojik imkanları birleştirerek helal turizm alanında da dijital turizm imkanlarına erişilebilmesi için gerekenlerin yapılması.	Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, Turizm STK'ları, Üniversiteler.

3.SONUÇ

Türkiye'nin "helal turizm" temalı ilk çalıştayı olan "Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı", 22-24 Şubat 2019 tarihleri arasında, Antalya, Alanya Wome Deluxe Hotel ev sahipliğinde; Süleyman Demirel Üniversitesi Helal Turizm Uygulama ve Araştırma Merkezi, Uluslararası Helal Turizm Derneği, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği'nin işbirlikleri ve Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın destekleri ile gerçekleştirilmiştir.

Çeşitli kamu kurumları ile ulusal ve uluslararası kuruluşlardan, sektör profesyonellerinden, akademisyen ve uzmanlardan oluşan 72 kişilik bir kadro ile 9 ayrı çalıştay masası, üç ayrı oturum ve iki aşamalı veri toplama sürecinde elde edilen bulgular sonucunda; Türkiye'nin helal turizm noktasında 62 adet güçlü olduğu nokta, 46 adet zayıf olduğu nokta belirlenmiş bu noktaların iyileştirilmesi için 236 adet yapılması gereken faaliyet belirlenmiştir. Öte yandan Türkiye'nin helal turizm açısından karşı karşıya olduğu fırsatlar 19 başlıkta, karşı karşıya olduğu tehditler ise 16 başlıkta belirlenmiştir. Fırsatların değerlendirilmesi, tehditlerin bertaraf edilmesi ve fırsata çevrilebilmesi için de 56 adet yapılması gereken faaliyet belirlenmiştir.

Tüm bu bulgular çerçevesinde Helal Turizm Durum Analizi Çalıştayı'nın kritik önem arz bulguları aşağıda özetlenmiştir:

1. **Helal turizm, bir turizm uygulaması olarak başta Kültür ve turizm Bakanlığı olmak üzere tüm kamu kurumları tarafından tanınmalıdır.**
2. **Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından helal turizm kavramının net bir tanımı yapılmalıdır.**
3. **Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde, helal turizm ile ilgili bir birimoluşturularak sektöre yönelik düzenleme ve çalışmalar bu birimin koordinasyonunda, özel sektör ve paydaş kurumlar işbirliğinde ilerlemelidir.**
4. **Sahada var olan işletmelerin yasal sıfatlarını ve durumlarını tespit etmek, işletmeler arasındaki rekabeti ve tüketici haklarını korumak, hizmet kalitesini yükseltmek ve global Müslüman seyahat pazarından pay alabilmek için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından acilen bir "Helal Turizm Yönetmeliği" hazırlanmalıdır.**

5. **Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde, özel sektörün katılımı ve Helal Akreditasyon Kurumu, İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü, Türk Standartları Enstitüsü ve Diyanet İşleri Başkanlığı'nın da aralarında yer alacağı paydaşların dahli ile tüm turizm işletmesi türleri için "Helal Turizm Ekosistemi Standartları" belirlenmelidir.**
6. **Özel sektörün ve diğer paydaşların da katılımı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Türkiye'nin "Helal Turizm Stratejik Planı" hazırlanmalıdır.**
7. **"Helal Turizm Stratejik Planı" ile Türkiye'de helal turizm konseptinde gerçekleştirilebilecek, kış turizmi, yayla turizmi, deniz-kum-güneş turizmi, termal turizm gibi tüm turizm türleri ve destinasyonlar belirlenmelidir.**
8. **"Helal Turizm Stratejik Planı"na bağlı olarak hazırlanacak "Tanıtım, pazarlama ve markalaşma" stratejisi çerçevesinde, Türkiye tanıtımlarında Türkiye'deki helal turizm işletmelerine ve olanaklarına da yer verilmelidir.**
9. **İslam İşbirliği Teşkilatı bünyesinde küresel bir helal turizm işbirliği ve koordinasyon birimi kurulması için Türkiye öncülüğünde diplomatik çalışmalar başlatılmalıdır.**
10. **Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü bünyesinde küresel bir helal turizm temsilciliği/ofisi kurulması için Türkiye öncülüğünde diplomatik çalışmalar başlatılmalıdır.**
11. **Helal turizm kavramına yönelik olumsuz önyargıların giderilebilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı, özel sektör ve üniversiteler işbirliğinde bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır.**
12. **Helal turizm konusundaki global ve yerel düzeydeki bilgi eksikliğinin giderilmesi, Türkiye'nin bu konuda bilgi toplayan değil dünyaya veri sunan lider bir ülke konumuna gelebilmesi için bu alandaki araştırma çalışmalarının Kültür ve Turizm Bakanlığı ve YÖK tarafından desteklenmesi gerekmektedir.**

4. ÇALIŞTAYDAN FOTOĞRAFLAR

Antalya Valisi Sn. Münir KARALOĞLU

MÜSİAD Genel Başkan Vekili Sn. Mahmut ASMALI

HAK Başkanı Sn. Zafer SOYLU

SMIIC Genel Sekreteri Sn. İhsan ÖVÜT

TSE Genel Sekreter Yardımcısı Sn. İlhami AKTÜRK

BAKA Genel Sekreter V. Sn. Abdullah MADENCİ

IHATO Genel Başkanı Sn. Yusuf GERÇEKER

MÜSİAD Antalya Şube Başkanı Sn. Boğaçhan GÖKSU

IHATO Genel Sekreteri Sn. Emrullah Ahmet TURHAN

HETURAM Müdürü Sn. Doç. Dr. Ömer Akgün TEKİN

Masalardan Görüntüler

Masalardan Görüntüler

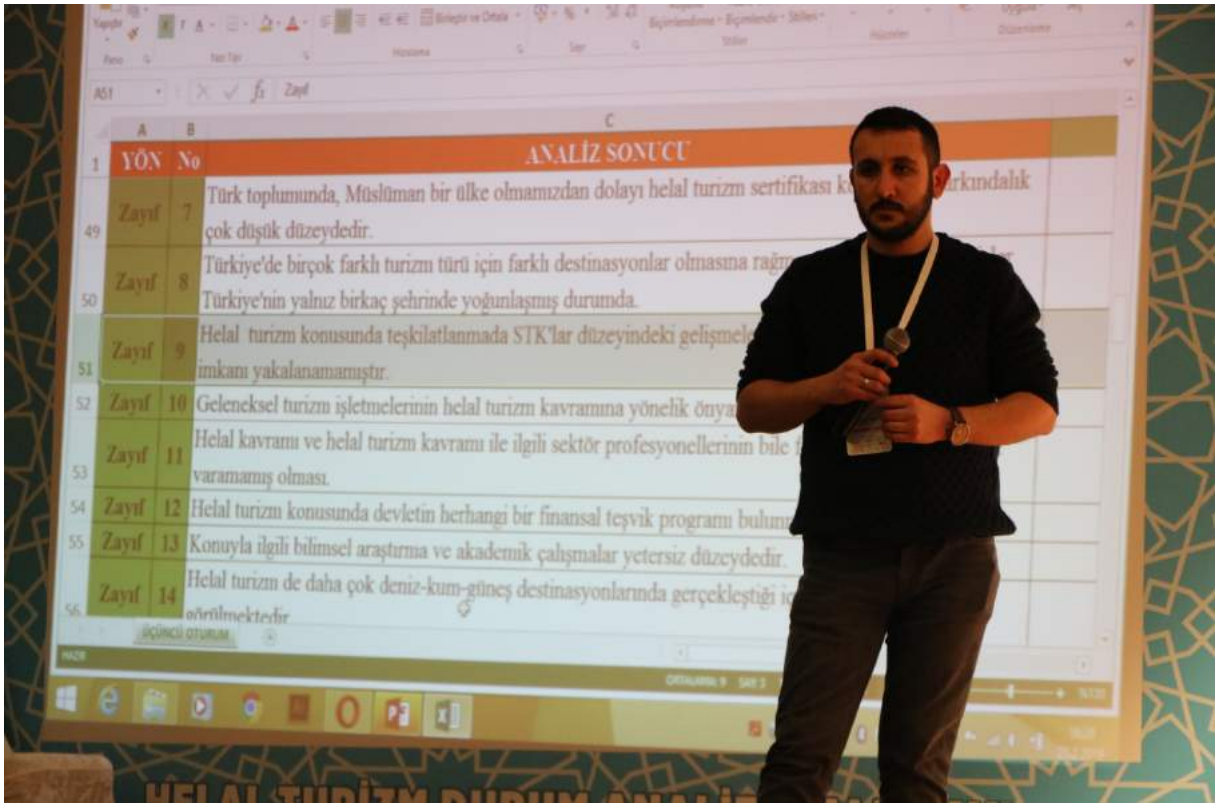
Masalardan Görüntüler

Masalardan Görüntüler

Masalardan Görüntüler

Masalardan Görüntüler

SORUMLU KURUM / KURULUŞ
HELAL TURİZM DURUM ANALİZİ ÇALIŞTAYI
22-24 ŞUBAT 2019 ANTALYA


YÖN
No
ANALİZ SONUCU
Zayıf
Türk toplumunda, Müslüman bir ülke olmamızdan dolayı helal turizm sertifikası k
çok düşük düzeydedir.
Türkiye'de birçok farklı turizm türü için farklı destinasyonlar olmasına rağ
Türkiye'nin yalnız birkaç şehrinde yoğunlaşmış durumda.
Helal turizm konusunda teşkilatlanmada STK'lar düzeyindeki gelişmel
imkanı yakalanamamıştır.
Geleneksel turizm işletmelerinin helal turizm kavramına yönelik öny
Helal kavramı ve helal turizm kavramı ile ilgili sektör profesyonellerinin bile
varamamış olması.
Helal turizm konusunda devletin herhangi bir finansal teşvik programı bulun
Konuyla ilgili bilimsel araştırma ve akademik çalışmalar yetersiz düzeydedir.
Helal turizm de daha çok deniz-kum-güneş destinasyonlarında gerçekleştiği i
görülmektedir.
ÜÇÜNCÜ OTURUM

IHATO
MUSIAD

© *2019*

Tüm hakları saklıdır.
Allrightsreserved.

Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 4110 sayılı Yasa ile değişik 5846 sayılı FSEK uyarınca, kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekil ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralanmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz.

-Bu sayfa boş bırakılmıştır-

HELAL TURİZM DURUM ANALİZİ ÇALIŞTAYI

(Ana Rapor)

22-24 Şubat 2019, Antalya