

Açık Kaynak Kodlu R Uygulaması ile Bibliyometrik Analiz: Helal Turizm Alanında Yapılan İndeksli Yayınlar Üzerine Bir İnceleme (A Bibliometric Analyse with Open-Source R Aplication a Research on Indexed Editions in Halal Tourism Field)

* Fuat BAYRAM^a , Özkan ERDEM^b 

^a Bolu Abant İzzet Baysal University, Mengen Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Bolu/Türkiye

^b Akdeniz University, Göynük Vocational School of Culinary Arts, Department of Hotel Restaurant and Catering Services, Antalya/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:27.06.2023

Kabul Tarihi:22.09.2023

Anahtar Kelimeler

Turizm

Helal turizm

Bibliyometri

Öz

Bu çalışmada yıllar içerisinde helal turizm konusunda yapılan çalışmaların kavramsal, entelektüel ve sosyal yapılarının incelenmesi ve bu alandaki akademik literatürün gelişiminin genel bir fotoğrafının çekilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla 31.08.2023 tarihine kadar Scopus veri tabanında yayınlanan İngilizce dilindeki akademik makaleler taranmıştır. Dahil etme ve hariç tutma kriterlerine göre incelenen makalelerden 206 tanesinin örnekleme alınmasına karar verilmiştir. Verilerin incelenmesi amacıyla R istatistik programında yer alan bibliometrix paket programı kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre helal turizmle ilgili yapılan çalışmaların kavramsal yapılarında turizm destinasyonları ve turizm gelişimi kavramlarının ön plana çıktığı görülürken, turist davranışları ve turist algısı gibi fenomenlerin de çalışmalarda sıkça üzerinde durulduğu görülmektedir. Bu konuda yapılan çalışmaların sosyal yapıları incelendiğinde ise helal turizm konusunun ağırlıklı olarak Endonezya ve Malezya gibi ülkelerde daha çok çalışıldığı görülmektedir. Bununla birlikte elde edilen diğer bulgular çeşitli görselleştirmeler vasıtasıyla çalışmada sunulmuş olup bu alan da çalışma yapmayı planlayan araştırmacılara genel bir çerçeve sunacağına inanılmaktadır.

Keywords

Tourism

Halal tourism

Bibliometrics

Abstract

The aim of this study is to analyse the conceptual, intellectual and social forms of the studies about halal tourism in years and to take a photo of the overall development of academic literature in this field. For that purpose, the academic articles in English that are published in Scopus data base till 31.08.2023 are scanned. It is decided to sample 206 of the articles that are analysed in regard to the inclusion and exclusion criterias. Bibliometrics package partaking in R statistics program is used to analyse the datas. According to the findings it is seen that the concepts of tourism destinations and tourism development come into prominence at the conceptual forms of the studies about halal tourism and the phenomenas like tourist behaviours and tourist perception are frequently dwelled on. As to analyse the social forms of the studies in this field, it is seen that halal tourism topic is more studied predominantly in countries like Indonesia and Malaysia. Besides the other findings are presented by various visualising at the study and they are believed to form a general frame for researcers who plans to study at this field.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: bayram_f@ibu.edu.tr (F. Bayram)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1302

GİRİŞ

Dünya nüfusunun artması, seyahat ve turizm sektöründe önemli değişikliklere neden olmuştur. Günümüzde daha fazla insan turizm faaliyetlerine katılmakta ve turizm hareketliliği hızla artmaktadır (Kıngır & Kardeş, 2017, s. 20). Bu eğilim, turist sayısı ve turizm gelirlerinde sürekli bir artış olduğunu ortaya koymaktadır (Rabo & Isaac, 2020, s. 143). Turizm ve konaklama endüstrisi, küresel ekonomi içinde büyük bir paya sahiptir ve 7,6 trilyon USD ile küresel GSYH'nin %10,2'sini oluşturur (Karia & Fauzi, 2019, s. 83). Bu artış, eğitim düzeylerinin yükselmesi, refah seviyelerinin artması ve daha fazla kişinin seyahat etme imkânının olması gibi faktörlerle desteklenmektedir (Pamukçu & Sarıışık, 2017, s. 86).

Müslüman nüfusunun artışı ve gelir seviyelerinin yükselmesi, helal turizmin yükselen bir öneme sahip olmasına yol açmıştır (Sormaz vd., 2017, s. 82). Helal turizm, Müslüman turistlerin dini inançlarına uygun seyahat etmelerini sağlamayı amaçlayan bir yaklaşımdır (Hall vd., 2019, s. 1). Bu kavram, dünya nüfusunun yaklaşık %25 'ini oluşturan 1,8 milyar Müslüman nüfusuyla önemli bir pazar haline gelmiştir (Chookaew vd., 2015, s. 740; Izberk-Bilgin ve Nakata, 2016, s. 286; Lipka & Hackett, 2017, s. 1; Jamal vd., 2019, s. 1). Küresel turizm pazarının yıllık büyüme oranı %3,8 iken, helal turizmin yıllık büyüme oranı %4,8'dir (Arpacı vd., 2015, s. 186). Helal turizmin 2020'de 200 milyar doların üzerine çıkması beklenmektedir (Comcec, 2016, s. 25; Rabo & Isaac, 2020, s. 144). Ayrıca, Müslüman nüfusunun 2060 yılına kadar 3 milyarın üzerine çıkması beklenmektedir, bu da helal turizmin gelecekteki potansiyelini artırmaktadır (Lipka & Hackett, 2017, s. 1). Artan helal turizm ve Müslüman turist pazarı, destinasyonlar için yeni fırsatlar sunmaktadır. Özellikle destinasyonlar, turizm çeşitliliğini arttırmak ve hedef pazarlara yönelmek amacıyla kitle turizminden uzaklaşmayı hedeflemektedirler (Jamal & El-Bassiouny, 2019, s. 10). Son yıllarda akademisyenler, din-turizm ilişkisini incelemeye yönelik çalışmalara ağırlık vermektedirler (Jamal vd., 2019, s. 1). Son dönemlerde söz konusu alana artan ilgi de dikkate alındığında bu çalışma "Helal turizm alanındaki literatürün gelişimi nasıl ilerlemektedir?" sorusu çerçevesinde hazırlanmıştır. Bu çalışmada Scopus veri tabanında helal turizm ile ilgili yapılan bilimsel araştırmaların bibliyometrik analiz yöntemleriyle incelenerek literatürün mevcut durumu, gelişimi ve gelecekteki yönelimlerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Söz konusu amaç çerçevesinde bu konuda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara literatürün genel bir fotoğrafının sunulması bakımından alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Literatür Taraması

Helal Turizmin Oluşumu ve Kavramsal Açidan İncelenmesi

Günümüzde İslam dinindeki sosyal ve kültürel yaşam arasındaki iç içe geçişi (Jafari & Scott, 2014, s. 2) ve turistlerin davranışları ile dini inançları arasındaki ilişkiler (Poria vd., 2003, s. 341), Müslüman turistlerin talep, beklenti ve motivasyonlarını hem dini hem de kültürel faktörlerin etkilediğini göstermektedir (Jamal vd., 2019, s. 1). Bu faktörler hem tüketici isteklerinin sürekli değişmesi hem de küresel turizm endüstrisinde yaşanan gelişmeler sonucu alternatif turizm anlayışlarının gelişmesine (Albayrak, 2013, s. 144; Hacıoğlu vd., 2015, s. 490) ve böylece helal turizm hareketinin doğmasına yol açmıştır (Pamukçu & Sarıışık, 2017, s. 87). Özellikle 1970'li yıllarda, örneğin Suudi Arabistan ve Kuveyt gibi ekonomik olarak güçlü ülkelerde yaşayan Müslüman bireylerin, seyahatlerini İslami değerlere uygun bir şekilde gerçekleştirme isteğiyle helal turizm hareketi ilk kez gündeme gelmiştir (Oflaz, 2015, s. 43-44). Ayrıca, 11 Eylül 2001 saldırıları sonrasında Müslüman ülkeler arasındaki seyahat eğiliminin artması, helal turizm hareketinin daha da hızlı bir şekilde gelişmesine katkıda bulunmuştur (Zengin & Sariipek, 2019, s. 229).

Helal turizm, İslami koşullara uygun tatil yapma olanağı sunmanın ötesinde, turistlerin seyahat ve konaklama sırasında yiyecek, içecek, ibadet gibi ihtiyaçlarının da İslami şartlara uygun şekilde karşılanmasını içeren alternatif bir turizm türüdür (Battour & Ismail, 2016, s. 151; Akkuş, 2017, s. 100; Jamal vd., 2019, s. 1). Bu anlamda, turizm deneyiminin her yönünün İslami değerlere uygun olarak tasarlanması hedeflenmektedir (Henderson, 2010, s. 247-248; Mohsin vd., 2016, s. 138; Sormaz vd., 2017, s. 82). Ancak, helal turizm kavramının açıklanmasında farklı terimler de kullanılmaktadır. Örneğin, literatürde "İslami Turizm", "Şeriat Turizmi", "Müslüman Turizmi" ve "Helal Misafirperverlik" gibi terimler helal turizmin tanımını yaparken birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Hall vd., 2019, s. 9).

Farklı yazarlar tarafından kullanılan bu terimler, kendi aralarında farklılıklar taşısa da birçok çalışmada bu terimlerin farklı anlamlar taşıdığına dikkat çekilmektedir. Örneğin, Duman (2011, s. 72), Ryan (2016, s. 121), Razzaq vd. (2016, s. 94) ve Duman (2019, s. 53) gibi yazarlar İslami turizmi, Müslümanların dini motivasyonlarına dayalı faaliyetler olarak değerlendirirken helal turizmi ise şeriat hukuku ve İslami öğretilere uygun seyahatlerin tamamını ifade etmektedir. Diğer yandan, Samori ve Rahman (2013, s. 99) ile Saad vd. (2014, s. 1), helal turizmin sadece yiyecek içecek ile sınırlı olmadığını, işletme operasyonlarının da şeriat ilkelerine göre düzenlenmesi gerektiğini belirtmektedirler. Abdul Razak vd. (2020, s. 24) ise daha geniş bir perspektif sunarak helal turizmin gıda, konaklama, operasyonel yönetim, ekonomik faaliyetler, hizmet sağlayıcılar ve müşterilerin hem fiziksel hem de manevi gereksinimlerini içerdiğini ifade etmektedir.

Birleştirici bir bakış açısıyla, helal turizm kavramının tanımı ve kapsamı hakkındaki bu çeşitli yaklaşımlar, hem bu alandaki farklı perspektifleri yansıtmakta hem de helal turizmin büyüklüğü ve potansiyelinin altını çizmektedir. Alan yazını incelendiğinde, helal turizm kavramı ve uygulamaları konusunda farklı yazarların ifade ettiği gibi, turistlerin helal turizmle ilgili talepleri ve beklentileri benzerlikler göstermektedir. Bu talepler ve beklentiler, çeşitli kategorilere ayrılarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda, tesis yönetimi (El-Gohary, 2016; Razzaq vd., 2016; Comcec, 2019), tesislerin fiziksel özellikleri (El-Gohary, 2016; Battour vd., 2011; Mohsin vd., 2016; Samori & Sabtu, 2014; Kınır & Kardeş, 2017; Comcec, 2019; Soydaş vd., 2019), oda hizmetleri (Din, 1989; Battour vd., 2011; El-Gohary, 2016; Samori & Sabtu, 2014; Mohsin vd., 2016; Salleh vd., 2014; Razzaq vd., 2016; Kınır & Kardeş, 2017; Comcec, 2019; Soydaş vd., 2019), yiyecek ve içecek hizmetleri (Din, 1989; Henderson, 2010; Battour vd., 2011; Mohsin vd., 2016; Salleh vd., 2014; El-Gohary, 2016; Izberk-Bilgin & Nakata, 2016; Razzaq vd., 2016; Marzuki vd., 2014; Samori & Sabtu, 2014; Özdemir, 2015; Kınır & Kardeş, 2017; Comcec, 2019; Soydaş vd., 2019), kıyafet kuralları (Mohsin vd., 2016; El-Gohary, 2016; Omar & Jaafar, 2011; Razzaq vd., 2016; Samori & Sabtu, 2014; Kınır & Kardeş, 2017; Soydaş vd., 2019), misafirperverlik (Mohsin vd., 2016; Salleh vd., 2014; Razzaq vd., 2016; Comcec, 2019; Soydaş vd., 2019) ve rekreasyon/eğlence faaliyetleri (Salleh vd., 2014; Özdemir, 2015; El-Gohary, 2016; Samori & Sabtu, 2014; Razzaq vd., 2016; Kınır & Kardeş, 2017; Comcec, 2019; Soydaş vd., 2019) şeklinde sınıflandırılabilir.

Bu talep ve beklentiler hem helal turizme yönelen turistlerin hem de artan helal turizm pazarından daha fazla pay almayı hedefleyen destinasyonların stratejilerini etkilemektedir. Özellikle son on yılda, Hırvatistan, Rusya, İran, Malezya, İspanya, Güney Kore, Japonya, Endonezya, Almanya gibi birçok ülke helal turizm standartlarını belirlemiş, helal turizm uygulamalarını geliştirmek için bilimsel çalışmalar, fuarlar, konferanslar gibi etkinlikler düzenlemişlerdir (İHATO, 2019). Söz konusu gelişmeler, helal turizmin hem talep hem de arz yönünde hızla

büyüdüğünü ortaya koymaktadır. Helal turizm pazarındaki büyüme, turistlerin taleplerinin ve beklentilerinin netleşmesiyle desteklenmiş, bu da destinasyonların turistik ürün ve hizmetlerini helal turizme uygun hale getirmeye yönlendirmiştir. Böylece hem turistlerin memnuniyetini artırmak hem de destinasyonların rekabet gücünü yükseltmek amacıyla fiziksel tatminin yanı sıra manevi tatminin sağlanmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda, yapılan sınıflandırma, helal turizm alanındaki çalışmaların çeşitliliğini ve çok boyutlu yaklaşımını yansıtmaktadır. Turistlerin İslami değerlere uygun deneyim talepleri, tesisler ve destinasyonlar tarafından yenilikçi uygulamalarla karşılanarak hem maddi hem de manevi tatmin sağlanması hedeflenmektedir.

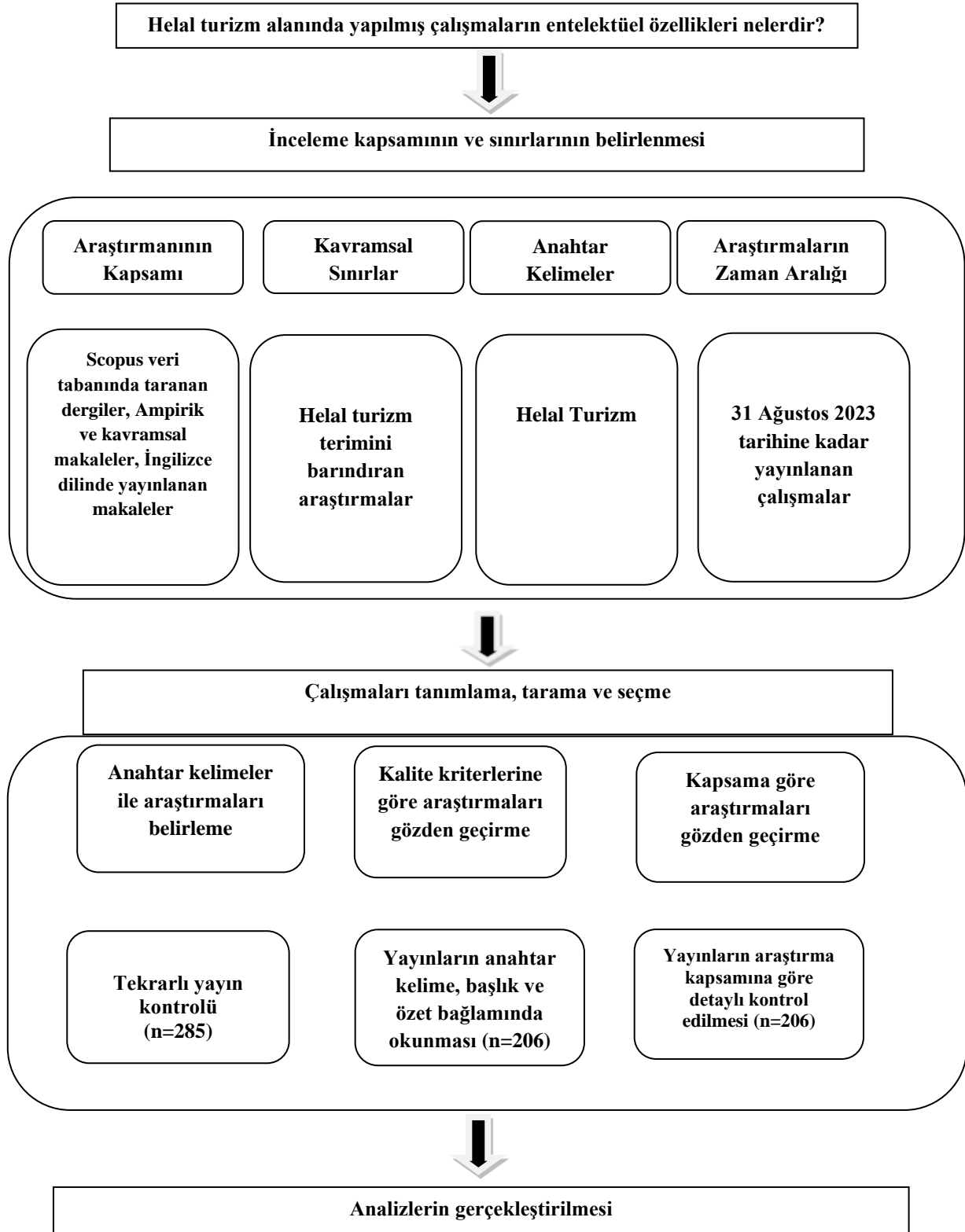
Yöntem

Helal turizm alanında indeksli dergilerde yayınlanan çalışmaların incelendiği bu araştırmada bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak ilgili alandaki literatürün kavramsal, betimsel ve sosyal boyutları ele alınmıştır. Bibliyometrik analiz, araştırma alanının gelişiminin anlaşılması için yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir (Güzeller ve Çeliker, 2018). Söz konusu yöntem, yazarlar, dergiler ve araştırma konuları üzerinde incelemeler yapmayı mümkün kılar. Aynı zamanda bibliyometrik analiz, nicel istatistiksel tekniklerin yanı sıra nitel tematik kategorilerin de belirlenmesine yardımcı olabilir (Saab vd., 2019). Araştırmada kullanılması düşünülen verilerin elde edilebilmesi amacıyla WoS, Google Scholar, Scopus, PubMed gibi veri tabanları kullanılabilir. Fakat veri tabanının seçiminde genel bir fikir birliği sağlanamadığı için kullanılan veri tabanı çoğu zaman araştırmacının tercihinine bağlıdır (Atabay & Güzeller, 2021). Her ne kadar veri tabanı tercihi araştırmacıya bağlı olsa da sosyal bilimlerde erişilebilir istatistiksel verilere sahip WoS ve Scopus veri tabanlarının avantajları bulunmaktadır. Scopus daha kapsamlı tarama olanağı sunduğu için WoS veri tabanı yerine bu çalışmada Scopus veri tabanı kullanılmıştır (Ferjanić Hodak & Krajinović, 2020; Martín-Martín vd., 2018). Elde edilen verilerin analiz edilebilmesi amacıyla VOSviewer ve Bibliometrix gibi alan görselleştirmeye uygun çeşitli program ve ara yüzler bulunmaktadır. Vosviewer önceden programlanan verilerin alternatiflerini sınırlandırma ve farklı kaynaklardan gelen verileri birleştirememektedir. Bunun aksine Bibliometrix'in çok yönlü olması ve kullanıcılara daha fazla kişiselleştirme imkânı sunması, birden fazla veri tabanından gelen dosyaları kullanarak analizler gerçekleştirebilmesi gibi yeteneklere sahip olması gibi avantajlarından dolayı (Arruda vd., 2022) bu çalışmada R istatistik programında bulunan bibliyometrix paketi (Aria & Cuccurullo, 2017) tercih edildi. Ayrıca, kullanıcı ara yüzü daha uyumlu olması dolayısıyla bu paketin shiny uygulaması kullanılarak raporlar ve görseller oluşturuldu. "Helal Turizm" kavramını içeren çalışmalara ulaşmak için belirli dahil etme ve hariç tutma kriterleri belirlendi ve araştırma sorusuna cevap vermek amacıyla aşağıdaki maddeler göz önünde bulunduruldu:

- Helal turizm kavramının özet, anahtar kelime, başlık gibi herhangi bir bölümünde geçmesi,
- Çalışmaların Scopus veritabanında bulunması,
- İngilizce dilinde yayınlanmış olması,
- Çalışmaların makale formatında olması,
- Farklı veri tabanlarındaki çalışmaların elemesi,
- Aynı çalışmaların tekrarının elemesi,
- Farklı dillerde yayınlanan çalışmaların elemesi,
- Makale formatından farklı olan çalışmaların elemesi.

Böylece 31.08.2023 tarihinde aşağıdaki arama parametreleri kullanılarak yapılan veri tabanı taramasında ilk etapta 285 adet çalışmaya erişilmiştir. Seçim kriterleri göz önüne alınarak yapılan eleme sonucunda toplam 206 çalışma araştırma kapsamında incelenmiştir.

Scopus arama parametresi: TITLE-ABS-KEY ("Halal Tourism") AND (LIMIT -TO (SOURCE TYPE, "Journal")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English"))

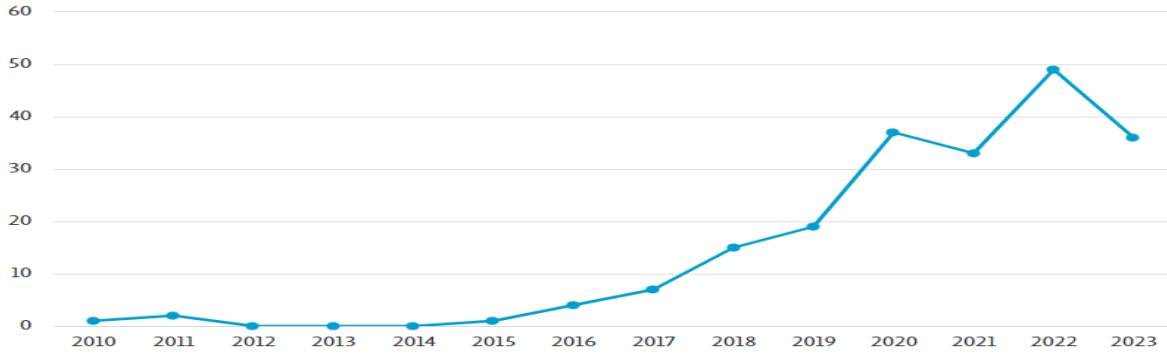


Şekil 1. Bibliyometrik Tarama Süreci

Bulgular

Araştırmaların Genel Yapısal Özellikler

2010-2023 Scopus veri tabanlarında yayınlanan Helal turizm konulu araştırma sayısının 206 olduğu görülmektedir. Çalışmalar 14 yıllık bir geçmişe sahip olsa da özellikle son 5 yılda önemli ölçüde atılım gösterdiği görülmektedir (Şekil 2).



Şekil 2. Yıllara Göre Yayın Sayıları

Bu kapsamda son 5 yılda yapılan çalışmaların toplam çalışma sayısı içerisindeki oranının % 85,2 olduğu tespit edilmiştir. Tablo 1’de de görüldüğü gibi araştırmaların 104 farklı dergide yer aldığı ve yıllık büyüme oranının 32,29 olduğu görülmektedir. İlgili literatürde yayınlanan çalışmaların ortalama 12,92 atıf aldığı ve 553 yazar tarafından literatüre sunulduğu anlaşılmaktadır. Yayınların %14,56’lık kısmı tek yazarlı çalışmalardan oluşurken, %85,44’lük dilimi ise ortalama 3,27 eş yazarın katkısı ile çok yazarlı olarak yayınlanmıştır. Çalışmalarda yüzde 25,24 oranında uluslararasılık mevcuttur.

Tablo 1. Araştırmalar Hakkında Genel Bilgiler

Açıklama	Sonuçlar
Yayın Yılı Aralığı	2010:2023
Kaynak Dergi Sayısı	104
Makale Sayısı	206
Yıllık Büyüme Oranı	32,29
Ortalama Yayın Yaşı	2,39
Ortalama Atıf Sayısı	12,92
Yazar Sayısı	553
Tek Yazarlı Makale Sayısı	30
Yayın Başına Eş -Yazar	3,27
Uluslararası Eş -Yazar Oranı	25,24

Yazarlarla İlgili Bulgular

İncelenen veri setinde en çok atıf alan yazarlar etki değerlerine göre analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, Al-Ansi A, Han H, Abror A ve Battour M gibi yazarların öne çıktığı görülmüştür. Bu yazarların makalelerine yapılan atıf sayıları ve etki değerleri ayrıntılı bir şekilde incelendiğinde, Al-Ansi A, Han H ve Abror A'nın, diğer yazarlara kıyasla daha yüksek etki değerlerine sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, etki değeri yüksek olan yazarların yapmış oldukları araştırmaların büyük çoğunluğunun son dönemlerde, özellikle 2018 yılından itibaren başladığı göze çarpmaktadır. İncelenen makaleler arasında tespit edilen en eski yayın ise 2018 yılına ait bulunmuştur. İlk yayını oldukça yakın zamanda, 2021 yılında yapmasına rağmen Suhartanto D'nin de oldukça yüksek bir etki değerine sahip

olduğu analizler sonucunda ortaya çıkmıştır. Tüm bu bulgular ışığında, incelenen veri setindeki en etkili yazarların son dönemde aktif olan ve makalelerine yüksek ilgi gösterilen araştırmacılar olduğu söylenebilir.

Tablo 2. En çok Atıf Alan Yazarlar

Yazarlar	h_index	g_index	m_index	TA	YS	YB
Al-Ansı A	5	7	1	409	7	2019
Han H	5	8	1	409	8	2019
Abror A	4	6	0,667	182	6	2018
Battour M	4	4	0,667	96	4	2018
Feızollah A	3	3	0,6	127	3	2019
Rahman Mk	3	3	0,75	87	3	2020
Ratnasarı Rt	3	3	0,75	58	3	2020
Suhartanto D	3	4	1	56	4	2021
Trınanda O	3	4	0,5	172	4	2018
Wardı Y	3	4	0,5	172	4	2018

Dergilerle İlgili Bulgular

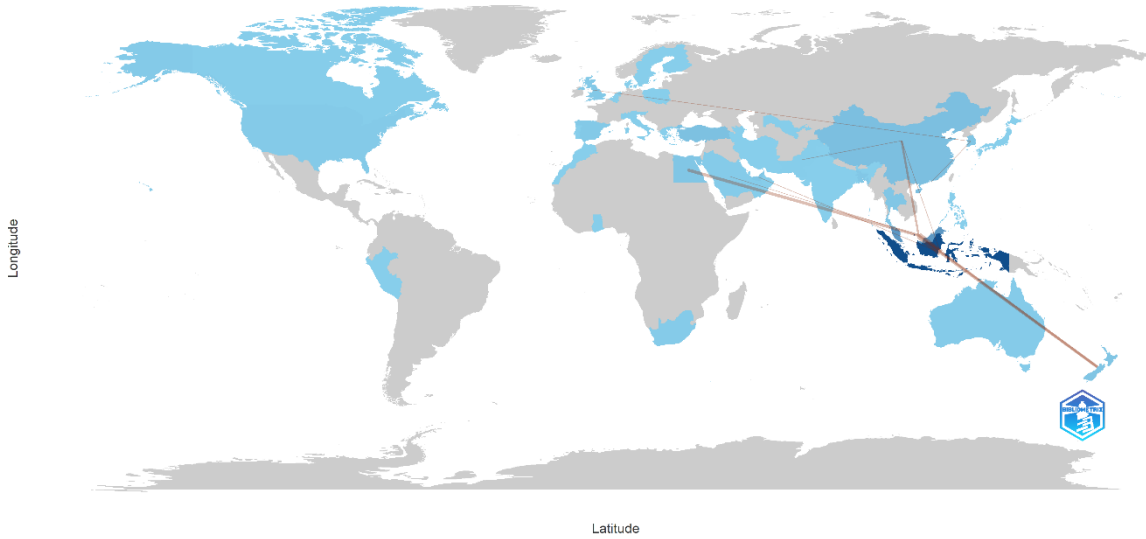
İncelenen makalelerin yayınlandığı dergiler ayrıntılı olarak analiz edildiğinde, "Journal of Islamic Marketing" dergisinin hem toplam yayınlanan makale sayısında hem de tüm etki metriklerinde (h, g ve m indeksleri) bariz bir şekilde ön konumda olduğu görülmektedir. Ancak ilginç bir şekilde, toplam makale sayısı açısından ikinci sırada yer alan "Journal of Environmental Management and Tourism"ın etki değerleri açısından, yayın sayısı daha az olan bazı dergilerin gerisinde kaldığı dikkat çekmektedir. Örneğin, Sustainability, Tourism Management Perspectives, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage ve Journal of Destination Marketing and Management gibi dergilerin etki değerleri, az sayıda yayına rağmen oldukça yüksektir.

Tablo 3. En Çok Atıf Alan Dergiler

Dergiler	h	g	m	TA	YS	YB
Journal Of Islamic Marketing	14	20	2,333	459	32	2018
Sustainability (Switzerland)	5	7	1,25	60	8	2020
Tourism Management Perspectives	5	5	0,625	252	5	2016
International Journal Of Religious Tourism And Pilgrimage	4	5	1	35	7	2020
Journal Of Destination Marketing And Management	4	4	0,8	211	4	2019
Journal Of Environmental Management And Tourism	4	5	0,667	34	14	2018
Asia Pacific Journal Of Tourism Research	3	3	0,5	176	3	2018
Current Issues In Tourism	3	3	1	43	3	2021
Geojournal Of Tourism And Geosites	3	4	0,5	28	4	2018
International Journal Of Tourism Cities	3	5	1	28	5	2021

Araştırmaların Kavramsal Yapıları

Helal ve turizm kavramlarının birlikte yer aldığı çalışmaların kavramsal yapılarını ele almak için eş-kelime (co-word) analizine başvurulmuştur. Eş kelime analizi araştırmalarda kelimelerin birlikte kullanımını temel alarak geliştirilmiş ve bibliyometri literatüründe yaygın olarak kullanılan ve araştırılmak istenen konuda birlikte kullanılan kelimelerin oluşturduğu kümeleri ortaya çıkaran bir analiz türüdür (Atabay & Atabay, 2022). Analiz sonucunda kırmızı küme daha çok turizm, İslam ve müşteri davranışları üzerine odaklanılırken, yeşil kümede ise Endonezya, turist algısı ve turist davranışları gibi kavramlar üzerinde durulmaktadır. Mavi küme ise turist destinasyonları, turizm gelişimi ve pazarlama gibi kavramlara ilişkin bir görüş sunmaktadır (Şekil 3).



Şekil 6. Ülkelerin İş Birliği Dünya Haritası

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada bibliyometrik analiz yardımıyla helal turizm araştırmalarının kavramsal, entelektüel ve sosyal yapısının bir fotoğrafının çekilmesi amaçlanmıştır. İncelenen çalışmalarda genel betimsel analizlerin yanı sıra kavramsal yapıları ortaya çıkarmak için anahtar kelime tabanlı eş- kelime ağları, entelektüel yapılar için keywordplus tabanlı kelime bulutu analizi ve sosyal yapılarını incelemek ve görselleştirmek amacıyla iş birliği ağları raporlanmıştır. Tablo 1 ve Şekil 2’de de görüldüğü gibi helal turizm alanında yapılan çalışmaların henüz erken dönemlerinde olduğunu söylemek mümkündür. Bunun en temel sebebinin helal turizm anlayışının özellikle 2000’li yıllardan sonra talep görmeye başlamasıdır. Bu bağlamda ilgili literatürde çok büyük bir boşluğun ve aynı ölçüde fırsatların da olduğu ifade edilebilir. Helal turizm araştırmalarını ele alan araştırmacı sayısının (553) yayın sayısının (206) iki katından fazla olduğu görülmektedir. Bu da çalışmaların genellikle iş birliği içinde yapıldığını göstermektedir. Her ne kadar araştırma sayısının düşük olduğu tespit edilse de yayınların % 85,2’sinin son 5 yıl içerisinde yapıldığı görülmektedir. Bu da helal turizm konusunun son yıllarda önemli hale gelen bir fenomen olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, helal turizm alanındaki en etkili yazarların son dönemde ortaya çıkan Al-Ansi A, Han H ve Abror A olduğu söylenebilir. Bu yazarların 2018 yılından itibaren yaptıkları çalışmaların yüksek etki değerlerine sahip olması, helal turizm konusunda son yıllarda artan ilginin bir göstergesidir. Bu durum gelecekte de helal turizm üzerine yapılacak araştırmaların artma eğiliminde olabileceğinin bir göstergesidir. İslami pazarlama çalışmalarına ağırlık vermesi sebebiyle beklenen şekilde Journal Of Islamic Marketing dergisinin ön planda olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca diğer dergilerde de artan bir ilginin olduğu gözlemlenmektedir. Helal turizm kavramının gelecekte daha önemli bir konuma gelebilmesi için farklı kaynaklarda İslami bir kavramdan öte alternatif bir turizm çeşidi olarak da yer bulması önemlidir.

Araştırmaların kavramsal bulguları incelendiğinde helal turizm konusunda yapılan çalışmalarda genellikle davranış bilimleri, pazarlama ve yönetim disiplinlerinin etkisini görmek mümkündür. Bu kapsamda Şekil 3’te de görüldüğü gibi kavramsal bulgulardaki boşluklar ve kümeler arasındaki tam belirgin olmayan geçişler ilgili literatürdeki disiplinlerin henüz etkin olmadığını göstermektedir. Helal turizm literatürünün kavramsal olarak

gelişiminin desteklenmesi amacıyla literatürün sadece destinasyon pazarlaması bakış açısından ziyade alana katkı sağlayabilecek ve konu ile yakından ilgili sürdürülebilirlik, gastronomi, helal gıda, alternatif turizm gibi farklı kavramsal yapılarla birlikte ele alınması bu gelişimi hızlandıracaktır.

Entelektüel bulgular ise turizm araştırmaları ile pazarlama ve davranış temelli araştırmaların helal turizm araştırmalarına ilham olduğu ya da literatürüne etkin bir şekilde katkı sağladığını göstermektedir. Turizm, pazarlama ve davranış temelli araştırmaların görece daha eski bir geçmişe sahip olması bunun en temel nedenlerinden biri olduğunu söylemek mümkündür. Pazarlama ve davranış temelli araştırma alanlarının aksine farklı kültür ve araştırma alanlarının henüz helal turizm literatürünün gelişimini yeteri kadar beslemediği görülmektedir. Bu bağlamda helal turizm olgusunun turizmin diğer türlerinden biri olarak ele alınmasının ileriki yıllarda yapılacak çalışmaların sayısında ciddi oranda artışlara yol açacağı ön görülmektedir.

Yazarlara ait işbirlikleri incelendiğinde araştırma gruplarının gelişmekte olduğu ve önemli sayıda araştırma grubu kümesinin belirginleştiği anlaşılmaktadır. Ancak araştırma grupları arasındaki grup dışı çalışma eksikliği belirgin bir şekilde göze çarpmaktadır. Gelecekte araştırmacıların farklı araştırma gruplarıyla da çalışması helal turizm literatürünün gelişmesine katkı sunacaktır. Ükelere ait sosyal bulgular incelendiğinde Endonezya-Malezya, Endonezya-Yeni Zelanda ve Malezya-Mısır arasındaki iş birliğinin yoğunluğuna dikkat çekmektedir. Endonezya, Malezya ve Mısır arasındaki iş birliğinin ağırlıklı olarak aynı inanç sistemine mensup bireylerin yaşadığı ülkeler olmasından kaynaklı olduğu ifade edilebilir. Bahse konu ülkeler ile Yeni Zelanda ve Çin arasındaki iş birliğini ise genellikle Çinli ve Yeni Zelandalı araştırmacıların farklı ülkelerdeki araştırmacılar ile iş birliği kurma eğilimlerinin olması ile açıklamak mümkündür. Fakat helal turizm literatürünün gelişmesi ve daha etkin hale gelmesi için farklı kültürlere ve farklı ülkelere mensup araştırmacıların helal turizm ortak paydasında buluşarak daha çok sayıda çalışma yapması ile mümkündür. Dolayısıyla helal turizmin sadece İslam dinine mensup destinasyonlarda yapılabileceği algısından çıkılarak bunun alternatif bir turizm türü olarak ele alınması hem ağırlama sektörünün hem de bu konudaki akademik literatürün gelişimine katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın en önemli sınırlılığının dahil etme ve hariç tutma kriterlerine göre belirlenen çerçevenin dışına çıkılmaması olduğu ifade edilebilir. Bu durum genellikle bibliyometrik araştırmaların da en temel kısıtları arasında yer almaktadır (Atabay ve Atabay, 2022). Bu bağlamda araştırma için yalnızca Scopus veri tabanında yer alan İngilizce makaleler taranmış ve analize dâhil edilmiştir. Buna ilave olarak herhangi bir veri tabanında ya da arama yönteminde tespit edilmesi zor yayınların da araştırmaya dahil edilememe olasılığı mevcuttur. Bu çalışma helal turizm konusunda yapılan araştırmaların bibliyometrik analizlerle zenginleştirilerek ilgili konuda yapılan çalışmaların bütüncül bir fotoğrafını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda ilgili literatürün gelişimini göstermesi bakımından da önem arz etmektedir. İleriki çalışmalarda öne çıkan kavram ve temalar da dikkate alınarak ilgili alandaki boşluklar değerlendirilerek farklı çalışmalar yapılabilir. Bu amaçla söz konusu çalışma helal turizm konusunda yapılacak çalışmalara bir projeksiyon tutması ve sonraki çalışmalarda araştırmacıların hangi temel araştırmalarla ilerleyebileceğini göstermesi bakımından da önemli hale gelmektedir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Abdul Razak, N. H., Hall, C. M., & Prayag, G. (2020). Understanding halal hospitality. *The Routledge handbook of halal hospitality and Islamic tourism*, pp. 21-52.
- Akkuş, G. (2017). Turizm fakültesi öğrencilerinin helal konseptli otellere bakış açısı, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (1), ss. 99-120.
- Albayrak, A. (2013). Kış turizmi turistlerinin seyahat motivasyonları. 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, ss. 144-164.
- Aria, M., Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of informetrics*, 11(4), pp. 959-975.
- Arpacı, Ö., Uğurlu, K. ve Batman, O. (2015). Helal konseptli otel işletmelerine yönelik yapılan müşteri şikâyetleri üzerine bir araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (11), ss. 181-198.
- Arruda, H., Silva E. R., Lessa, M., Jr Poença, D., and Bartholo, R. (2022). Resource Review, *Journal of the Medical Library Association*, 110(3): 392-395, DOI: dx.doi.org/10.5195/jmla.2022.1434.
- Atabay, E. ve Güzeller, C. O. (2021). A Bibliometric Study on Eye-Tracking Research in Tourism, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, vol.69, no.4, pp.595-610, 2021.
- Atabay, E. ve Atabay, L. (2022). Gastronomi ve Sosyal Medya Alanındaki Makalelerin Bibliyometrik Analizi. (Ed.) Arman, A. ve Erdem, Ö., *Gastronomide Bibliyometrik Araştırmalar*, ss. 23-34, Eğitim Yayınevi, İstanbul.
- Battour, M., Ismail, M. N. and Battor, M. (2011). The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice. *International Journal of Tourism Research*, 13(6), pp. 527-540.
- Battour, M., Ismail, M.N. (2016) Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges And Future. *Tourism Management Perspectives*, 19, pp. 150–154.
- Chookaew S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P. and Nimpaya, S. (2015). Increasing halal tourism potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim country. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7), pp. 739-741.
- COMCEC, (2016). Muslim Friendly Tourism: Developing and Marketing MFT Products and Services in the OIC Member Countries. Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation Coordination Office.
- COMCEC, (2019). Müslüman Dostu Turizm (Mdt): İslam Ülkelerinde Konaklama Tesislerine İlişkin Düzenlemeler. <http://www.comcec.org/wp-content/uploads/2017/10/9-TUR-OZET.pdf>. Erişim tarihi: 19.08.2023.
- Din, K. H. (1989). Islam and tourism patterns, issues and options. *Annals of Tourism Research*, 16, pp. 542-563.
- Duman, T. (2011). Value of Islamic tourism offering: Perspectives from the Turkish experience. In *World Islamic Tourism Forum*, pp. 12-13.
- Duman, T. (2019). Attributes of Muslim-friendly hospitality service in a process-based model. In *The Routledge Handbook of Halal Hospitality and Islamic Tourism*, pp. 53-69. Routledge.

- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really halal. *Tourism Management Perspectives*, 19(B), pp. 124–130.
- Ferjanić Hodak, D., and Krajinović, V. (2020). Examining recent research in the field of sharing economy in tourism: Bibliometric and content analysis. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(4), 402-414.
- Güzeller, C. O., Çeliker, N. (2018). Bibliometric analysis of tourism research for the period 2007- 2016. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 6(1), pp. 1-22
- Hacıoğlu, N., Oflaz, M., Buzlukçu, C., ve Kılıç, A. (2015). Yerli turistlerin helal (muhafazakâr) konseptli otellere yönelik tutumlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar termal otelleri örneği. *Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC)*, 1, ss. 489-502.
- Hall, C. M., Razak, N. H. A., & Prayag, G. (2019). Introduction to halal hospitality and Islamic tourism. In *The Routledge handbook of Halal hospitality and Islamic tourism*, pp. 1-18. Routledge.
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-Compliant Hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), pp. 246-254.
- Izberk-Bilgin, E., Nakata, C. C. (2016). A new look at faith-based marketing: The global halal market. *Business Horizons*, 59(3), pp. 285-292.
- İHATO, (2019). <https://www.ihato.org/Helal-Turizm-Durum-Analizi-Calistayi-Raporu-2019.pdf>, Erişim tarihi: 28.11.2020.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, pp. 1-19.
- Jamal, A, & El-Bassiouny, N. (2019). Islamic tourism: the role of culture and religiosity. In *Islamic tourism: management of travel destinations*, pp. 10-25. Wallingford UK: CAB International.
- Jamal, A., Raj, R., Griffin, K.A. (2019). Introduction to Islamic Tourism. (Ed.) Jamal, A., Raj, R. ve Griffin, K.A.: *İn Islamic Tourism Management of Travel Destination*, pp.1-10. CABI Religious Tourism and Pilgrimage Series.
- Karia, N., Fauzi, F. A. (2019). Explaining the competitive advantage of Islamic hotel concepts: Insights from Malaysia. In *The routledge handbook of halal hospitality and Islamic tourism*, pp. 83-92. Routledge.
- Kıngır, S., Kardeş, N. (2017). Türkiye’ de yükselen bir turizm çeşidi: helal turizm. *Journal of Management Economics Literature Islamic and Political Sciences*, 2(1), ss. 20-46.
- Lipka, M., & Hackett, C. (2017). Why Muslims are the world's fastest-growing religious group. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/04/06/whymuslims-are-the-worlds-fastest-growing-religious-group/> (Erişim tarihi: 30.08.2023).
- Martín-Martín, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M., and López-Cózar, E.D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of Informetrics*, 12(4), 1160-1177.
- Marzuki, SZS, Hall, C.M., & Ballantine, P.W. (2014). Measuring restaurant managers' expectations towards halal certification using factor and cluster analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, pp. 291-303.
- Mohsin, A., Ramli, N., Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, pp. 137-143.

- Oflaz, M. (2015). Turistik Ürün Çeşidi Olarak Helal Turizm Konsepti Uygulayan Konaklama Tesislerinde Müşteri Algıları, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir. ss. 43-44.
- Omar, E. N., & Jaafar, H. S. (2011). Halal supply chain in the food industry-A conceptual model. In 2011 IEEE Symposium on Business, Engineering and Industrial Applications (ISBEIA), pp. 384-389. IEEE.
- Özdemir, H. (2015). Muhafazakâr otel müşterilerinin otel işletmelerinde aradıkları özelliklerin belirlenmesine yönelik bir araştırma, (Yayımlanmamış doktora tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Pamukçu, H., Sarıışık, M. (2017). Helal turizm kavramı ve gelişimi üzerine genel bir değerlendirme. Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 3(1), ss. 82-98.
- Poria, Y., Butler, R., Airey, D. (2003). Tourism, Religion And Religiosity: A Holy Mess. Current Issues In Tourism, 6(4), pp. 340-363.
- Rabo, O. A., Isaac, R. K. (2020). Islamic Ziyara and halal hospitality in Palestine: Al-Kuds' Jerusalem', Al-khalil'Hebron'and Bayt Lahm'Bethlehem'between 2011-2016. The routledge handbook of halal hospitality and Islamic tourism, pp. 143-156.
- Razzaq, S., Hall, C. M., Prayag, G. (2016). The capacity of New Zealand to accommodate the halal tourism market-or not', Tourism Management Perspectives, 18, pp. 92-97.
- Ryan, C. (2016). Halal Tourism. Tourism Management Perspectives, 19, pp. 121-123.
- Saab, M., Dartus, J., Erivan, R., Reina, N., Ollivier, M., and Devos, P. (2019). Publication output of French orthopedic and trauma surgeons: Quantitative and qualitative bibliometric analysis of their scientific production in orthopedics and other medical fields. Orthopaedics & Traumatology: Surgery & Research, 105(8), pp. 1439-1446.
- Saad, H.E., Ali, B.N. and Abdel-Ati, A.M. (2014). Sharia-compliant hotels in Egypt: Concept and challenges. Advances in Hospitality and Tourism Research, 2 (1), pp. 1-15.
- Salleh, N. Z., Abdulhamid, A. B., Hashim, N. H., and Omain, S. Z. (2014). The practice of shariah- compliant hotel in Malaysia. International Journal of Trade. Economics and Finance, 5(1), pp. 26-30.
- Samori, Z. and Rahman, A. F. (2013). Establishing Shariah Compliant Hotels In Malaysia: Identifying Opportunities, Exploring Challenges. West East Journal of Social Sciences, 2(2), pp. 95-108.
- Samori, Z. and Sabtu, N. (2014). Developing halal standart for Malaysian Hotel Industry: An exploratory study, Procedia Social and Behavioral Sciences, 121, pp. 144-157.
- Sormaz Ü., Onur N., Yılmaz M., Güneş E. ve Akdağ G. (2017). Helal otelleri tercih eden turistlerin yiyecek içecek hizmetlerinden beklentileri ve memnuniyet düzeyleri. Turizm Akademik Dergisi, 4 (1), ss. 81-93.
- Soydaş, M.E., Avcıkurt, C. ve Haşiloğlu, S.B. (2019). Tüketicilerin helal konseptli otellerden beklentilerinin demografik değişkenlere göre irdelenmesi. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (72), ss. 167-193.
- Zengin, B. ve Saripek, S. (2019). Helal Turizm. (Ed) Karacan, S., Turizm Okumaları III, Umuttepe Yayınları.

A Bibliometric Analyse with Open- Source R Application a Research on Indexed Editions in Halal Tourism Field

Fuat BAYRAM

Bolu Abant İzzet Baysal University, Mengen Vocational School, Bolu/Türkiye

Özkan ERDEM

Akdeniz University, Göynük Vocational School of Culinary Arts, Antalya/Türkiye

Extended Summary

It has been observed that people with Islamic sensibility has more tendency to benefit from the tourism services with the impact of technologic and transportation development besides economic growth of the Muslim countries in the last 15-20 years. This tendency has been affecting the dynamics and the potential of the tourism industry in Islamic world profoundly beneath the both economic, technologic and social factors. Mentioned developments provide new opportunities in tourism field in Muslim countries or in the ones who wants to appeal to that market. One of the aforesaid opportunities created a tourism segment developing day by day which aims to provide vocation and travel experiences suiting Islam called Halal tourism concept.

The interest of both hospitality industry, destination managers and academicians to this new and developing tourism segment has been increasing day by day. While hospitality industry and destination managers are developing their products and services day by day to have a share from this developing market, the number of people who are studying academically in this field is increasing daily. Within this concept bibliometric analyse method is used in this study aiming to search the development and trends of halal tourism term in academic litterateur. Datas subjected to the aforementioned analyse are searched according to the prefixed inclusion and exclusion measures, and 205 publishing that take place in indexed journals in Scopus database in article format in English is included to the study. The analyse includes various bibliometric charts like certain keywords, countries, social networks, intellectual forms, journals and reference analyse. As a result of the analyse it has been detected that researchs about the halal tourism started by the middle of 2000s and it has gained speed significantly especially in the last 5 years. It is seen that while the publishings especially centre round the Islam countries (like Indonesia and Malaysia) initially, they show increase in other areas (like China, New Zeland and England) lately. It is detected that the conceptual and intellectual forms of the researchs improves mostly in the bottom of marketing, management and behavioral sciences. It results from that halal tourism litterateur is a newly formed research field.

Halal tourism is one of the alternative tourism types that has a growth potential both in terms of academy and hospitality industry. In this context bibliometric analyse provides valuable information about how this growth in academic litterateur can be directed. Accordingly this study is designed to understand the present situation of the field when halal tourism is growing rapidly, to extend the present data base in halal tourism litterateur and to guide the following researchers.