

## Ürünlerde Helal Sertifikasyon ve Logo Uygulamaları

Salih MEMİŞ<sup>1</sup>

Zafer CESUR<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Doç. Dr., Giresun Üniversite / Bulancak Kadir Karabaş UBYO, Lojistik Yönetimi Bölümü,  
salih.memis@giresun.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1345-3618

<sup>2</sup>Öğr. Gör., Kocaeli Üniversitesi / İsmet Uzunyol MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü,  
zafer.cesur@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5758-7688

**Özet:** Helal pazar, jeopolitik olaylar, kamu yararı, ürünler ile ilgili sağlık korkuları ve toplam tüketici talebi gibi, bugün dünya çapında tüketici bilincinin ön planda yer aldığı dünyadaki en karlı ve etkili pazar alanlarından biri olarak ortaya çıkmaktadır. Dünyada Müslüman nüfusun artışı helal pazarda türetilen değerlerde, küresel olma fırsatlarını değerlendirmek isteyen şirketler için hayati önem taşımaktadır. Bu nedenle işletme ve pazarlama yöneticileri tüketici davranışlarını anlama çabaları bulunmakta ve helal ürünlerinin talebi için ihtiyaçları ve gereksinimleri karşılamaktadırlar. Özellikle Müslüman müşteriler ürün seçiminde helal markalı ürünlere güvenmektedirler. Dolayısıyla bu çalışmada helal sertifikasyon ve logo kavramları irdelenerek helal sertifika ve logo uygulamaları hakkında bilgiler verilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Helal, Helal Sertifika, Helal Logo.

## Halal Certification and Logo Applications in Products

**Abstract:** The halal market is emerging as one of the most profitable and effective market areas in the world where consumer awareness is at the forefront today, such as geopolitical events, public interest, health fears about products and total consumer demand. The growth of the Muslim population in the world is vital for companies that want to take advantage of the opportunities to be global in the values derived from the halal market. For this reason, business and marketing managers make efforts to understand consumer behavior and meet the needs and requirements for the demand for halal products. Especially Muslim customers rely on halal branded products in their product selection. Therefore, in this study, information about halal certification and logo applications will be given by examining the concepts of halal certification and logo.

**Key Words:** Halal, Halal Certificate, Halal Logo.

### 1. GİRİŞ

Dünyanın hemen hemen bütün ülkelerinde az ya da çok Müslüman nüfus bulunmaktadır. Gayrimüslim ülkelerde yaşayan Müslümanların helal gıda konusunda sıkıntıları olmaktadır. Özellikle Avrupa, Amerika gibi Müslüman nüfusun fazla olduğu ülkelerde yaşayan Müslümanların kimliklerini korumaları dini yönden helal olan gıdaları temin edip haramlardan kaçınabilmeleri için gösterdikleri çabaların bir sonucu olarak helal gıda sertifikalandırması ortaya çıkmıştır.

Helal akreditasyonu, sadece Müslüman tüketicilerin beğenisine sunulmakla kalmayıp aynı zamanda Müslüman olmayan tüketicilerin de yararlanabileceği, gıda güvenliği, kalite güvencesi ve diğer birçok ölçüt olarak kabul edilmektedir. Örneğin, ISO 9000, İyi Hijyenik Uygulamalar (GHP), İyi Üretim Uygulamaları (GMP) gibi standartlar, Veteriner denetimi, Codex Alimentarius ve Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktası (HACCP) gibi belgeler helal gereksinimleri için gerekli olan geleneksel kalitenin birçoğunu karşılar. Bu nedenle, Helal gereklerini yerine getiren endüstri, daha kaliteli yiyecekler üretmesi söz konusudur. Ancak, daha fazla topluma hitap etmek için sağlık, hijyen, güvenlik, çevre, sosyal adalet gibi helal değerler

Gayrimüslim tüketiciler arasında yaygınlaştırılabilir (Teng vd., 2013: 90).

Gıdaların kültürel uygulamalarda ve dini inançlarda rolü karmaşıktır. Müslüman takipçileri arasında helal logo birleşik bir anlayışa sahiptir. Örneğin, helal logo veya etiketli ürünler İslam'a göre üretildiğini ve hazırlandığını Müslüman tüketicilere ikna etmektedir. Öte yandan, Gayrimüslim tüketiciler, helal logosunu taşıyan gıda ürünlerinin en hijyenik şekilde tüketime hazırlanmak üzere üretildiğini bilirler. Bu Gayrimüslim tüketiciler, helal gıda sertifikasına olumlu tepki verirler (Mathew vd., 2014: 263). Bu çalışmada helal sertifikasyon ve logo kavramları irdelenerek helal sertifika ve logo uygulamaları hakkında bilgiler verilmektedir.

### 2. HELAL GÜVENCE SİSTEMİ(HGS)

Helal güvence sistemi, bir üreticinin veya bir işletmenin ürünlerin helal olduğunu gösterir. Bu sistem, üç sıfır kavramına, yani sıfır sınırına dayanılarak kurulmuştur. Bunlar (Muhammad, vd., 2009: 47):

1. Bu sistemde kullanılan haram malzemesi yoktur,

2. Sıfır hata (hiçbir haram ürünü üretilmez) vardır ve
3. Sıfır risk (şirket veya üreticinin herhangi bir dezavantajlı risk yoktur) vardır.

Bu sistem helal gıda veya içerik üretmek isteyen herhangi bir üretici ya da şirket için bir helal güvence oluşturmaktadır. Sistem beş bileşenden oluşmaktadır. Bunlar; Helal yönetim standardı ve helal yönetim sistemi, Helal denetim sistemi standardı, Haram Analizi Kritik Kontrol Noktası (HACCP), Helal kılavuz ve Helal veri tabanıdır. Bu bileşenlerin tümünün kılavuzu helal el kitabı adlı bir kılavuzda yazılıp belgelendirilmelidir. Kullanım kılavuzu üreticinin helal politikasını ve sistemin hedeflerini de içerir. Bu nedenle, helal ürün üreten bir şirket için, helal güvence sistemleri için yapı önemli bir rol oynamaktadır. İşletmelerin faaliyetlerinde ve tedarik zincirinde değer oluşturmayı kolaylaştıran süreçleri bütünleştirir. Böylece, etkin helal güvence sistemi yatırımları, bir işletme için rekabet avantajı oluşturabilir.

### 3. HELAL LOGO VE KULLANIMI

Müslüman tüketiciler dinleri konusunda daha bilgili hale geldikçe tükettikleri veya kullandığı ürün ve hizmetler hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaları kaçınılmazdır. Buna ek olarak, tüketiciler gıda ve sağlıkla ilgili konularda artan oranda daha sofistike hale geldikçe, bilgilendirici etiketlemenin ve yeterince bilgilendirilmiş olma hakkına olan inancın önemi güçlenecektir (Shafie ve Othman, 2006: 567).

Helal logosunun tanıtılması, Müslümanlar arasında, İslami ilke ve ilkeleri takip eden ürünlerin tüketilmesi veya hizmet vermenin önemi konusunda daha fazla farkındalık oluşturmuştur. Helal logosu, hangi yiyecek satış noktalarının Müslüman tarafından himaye edilmesine izin verildiğinin sinyallerini de vermektedir. Sonuç olarak logo, üreticilerin hedef tüketicilerine ürünlerinin İslam standardını karşıladığını göstermesi için bir yol sunuyor. Bu durum, belirli üreticilere helal sertifikası olmayan rakiplerine karşı önemli avantaj sağlayacaktır. Helal logosunun kullanımı şimdiye kadar gıda ürünlerine yönelmiş ama diğer ürün kategorilerinde fazla kullanılmamıştır. Bankacılık ve sigorta ürünlerinde olduğu gibi hizmet sektörüne gelince, helal için daha uygun terim İslami uyumlu veya şeriata uyumlu kavramları kullanmak olacaktır.

Müslüman tüketicilerde helal logosu taşıyan ürünlerin anlamı daha fazladır ve ISO veya benzeri bir sertifikaya sahip olanlardan daha önemlidir. Helal daha sağlıklıdır. Temizlik gerektirdiğinde sadece standart temizleme işlemlerini takip etmekle

kalmaz ayrıca helal ürünler ve bunları üreten makineler de "ritüel olarak temiz" olması sağlanır (Shafie ve Othman, 2006: 567).

Bir ürünün helal sertifikası alındığında, paket üzerinde tüketicilere bilgi vermek için bir sembol yazdırılır. Örneğin, İslami Gıda ve Beslenme Konseyi (IFANCA), "Müslümanlar için iyi" anlamına gelen hilal simgesini kullanıyor. Bu simge, "Müslümanlar için iyi" anlamına geliyor. Helal sözcükleri için bir Arap harfi, Arapça kelime veya "helal" sözcüğü gibi helal onaylayan ajanslar tarafından kullanılır. Ancak logo, yurt içinde satılacak ürünler için düzenlenecekse yerel helal işaretlerinden oluşturulması Müslüman tüketiciler tarafından daha anlaşılır olabilir. Eğer ithal edilecek ürünler için olacaksa tanınmış bir helal sertifikasyon kuruluşundan onay alınarak o kuruluşun logosu kullanılması daha iyi olabilir. Sonuç olarak, 1,8 milyar civarı insanla dünya çapında bir helal gıda pazarına girmek pek çok fırsat sağlayacaktır. Helal logosu, helal gıda taleplerini desteklemek için bağımsız ve güvenilir bir tanıklıktır. Helal sertifikası, Müslüman ülkelerdeki ve pazarlardaki ürünlerin pazarlanabilirliğini artırır ve gelirlerdeki çoklu büyümelere kıyasla küçük bir maliyet yatırımı gerektirir. Ayrıca, çeşitli müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için helal, ürünün imajını arttırmaktadır.

Genişleyen helal gıda pazarı, sadece Müslüman ülkelerde değil, aynı zamanda uluslararası pazarlarda gıda şirketlerine önemli bir fırsat oluşturuyor. Rupert Sutton, batı pazarlarında helal uyumu artıran önemli ve artan Müslüman nüfusa dikkat çekiyor. Helal pazarı birçok ülkeye yayılmış durumdadır. Doğal olarak Ortadoğu ve Asya'da kök salan Afrika ve Çin'deki önemli Müslüman nüfusuna da uzanıyor. Ayrıca, Avrupa'da helal gıda satışlarında önemli artışa tanık olan Amerika ve Avustralya'da 50 milyondan fazla Müslüman'ın bulunduğu yeni ve hızla büyüyen helal pazarlar var. Bununla birlikte, helal gıdaların sadece Müslümanlar tarafından tüketilmesi için bir neden yoktur. Bebek maması üreticisi Petitgems'in Usmirah Anum Ahmad'ın yaptığı açıklamada: "Helal yüksek kalite ve güçlü gıda güvenliği anlamına geldiği için; sadece Müslüman tüketicileri hedeflemiyoruz" diyerek hedef kitlenin sadece Müslüman tüketiciler olmadığını belirtiyor. Bugün, Müslümanlar küresel nüfusun yaklaşık % 26'sını oluşturuyor ve bunun 2020 yılına kadar % 28'e yükseleceği tahmin ediliyor. Avrupa'daki en yüksek Müslüman nüfusa sahip olan Fransa'daki araştırmalar, Müslümanların gelirlerinin % 35'ini gıdaya harcadıklarını gösteriyor. Bu durum kısmen Müslüman ailenin boyutlarının daha büyük olma eğiliminde olduğu gerçeğinden kaynaklanıyor. Dünya Helal Forumu 2007'nin organizatörü

KasehDia Sdn Bhd'nin direktörü Nordin Abdullah, dünya çapındaki Müslümanların yaklaşık % 70'inin şu anda helal standartlarını takip ettiğini ve bunun da artacağını tahmin ediyor. Abdullah, "meşru olarak 'helal' olduğu iddia edilen gıda maddeleri, Müslüman tüketicilerin güvenini kazanacak ve marka değerinin önemli bir parçası haline gelecektir. "Paket üzerinde bulunan bir helal logosu güvence işaretidir." ifadelerini kullanmıştır (Hanzaee ve Ramezani, 2011: 5).

#### 4. HELAL SERTİFİKA VE TÜRLERİ

Helal sertifikasyonunun temel ilkeleri, Helal (izin verilir) ve Tayyib'den (sağlıklı) alınmıştır. Helal, izin verilen bir Arapça kelime ve Şerri (İslami) yasaya göre izin verilmiştir. Diğer yandan, tayyib, kaliteli, emniyetli, temiz, besleyici ve otantik demektir. Helal ve tayyibin kendileri, hijyen, emniyet ve kalite konusunda tahammülsüzlüğün sembolünü tasvir ederler. Helal sertifikası, şu temel ilkelere ve usullere dayanılarak yayınlanır: Ürünler iyi, güvenli ve tüketmek için uygun olmalıdır.

İki çeşit helal sertifikası bulunmakta ve süresi yiyecek veya içecek türüne bağlı olmaktadır. Birinci sertifika türü, bir bitki, üretim tesisi, gıda tesisi, mezbaha ya da gıda ile uğraşan herhangi bir kuruluşun helal gıda üretimi ya da sunumu için denetlendiğini ve onaylandığını gösteren bir mekan kayıt sertifikasıdır. Bu tür sertifikasyon, bir tesiste yapılan veya ele alınan tüm gıda ürünlerinin helal sertifikalı olduğu anlamına gelmez. Bir mekan sertifikası, bir helal ürün sertifikası olarak kullanılamaz. İkinci helal sertifikası, belirli bir ürün veya belirli miktar için yapılır. Bu sertifika, listelenen ürünü veya ürünleri sertifikalı kuruluş tarafından formüle edilen helal kurallarına uyduğunu gösterir. Belirli bir distribütör ya da ithalatçıya gönderilen belirli bir miktarda ürün için böyle bir sertifika düzenlenebilir. Sertifika belirli bir miktarda toplu sertifika veya sevkiyat sertifikası olarak da adlandırılabilir. Her parti veya sevkiyatın sertifikalandırılması gereken et ve kanatlı ürünleri genellikle toplu veya sevkiyat sertifikası alır. Sertifikanın geçerlilik süresi ürün türüne bağlıdır. Her bir sevkiyat için verilen bir toplu iş sertifikası, ürünün belirli partisi piyasada olduğunda (genellikle ürün son kullanma tarihine kadar veya kullanım tarihi kadar) geçerlidir. Ayrıca, sertifikalı bir ürün sabit bir formüle göre üretilirse, bir, iki veya üç yıllık bir süre için bir sertifika düzenlenebilir. Şirket, helal sertifikalı kuruluş arasında kurulmuş ve üzerinde anlaşmaya varılan üretim ve pazarlama gerekliliklerini karşıladığı sürece ürün helal sertifikalı olarak kalmaktadır (Riaz ve Chaudry, 2004: 166).

#### 5. HELAL SERTİFİKA VERİLEBİLEN ÜRÜNLER

Üretim sistemlerinin karmaşıklığı ve tüm hayvansal yan ürünlerin kullanımı ile Müslümanlar tarafından tüketilen herhangi bir ürün, ürünün dahili olarak tüketilmesine veya vücuda dışarıdan uygulanmasına bakılmaksızın sertifikalandırılabilir. Sağlık nedenleriyle kullanılan ilaçlar ve eczacılık ürünleri sertifikalandırılmasına gerek yoktur. Bununla birlikte, bilgili tüketiciler helal sertifikalı veya en azından helal kurallarına uyan ürünleri ararlar. Sertifikalı olabilecek ürünler arasında (Memiş, 2017: 153):

- Et ve kümes hayvanları için taze, dondurulmuş ve işlenmiş ürünler
- Et ve tavuk eti katkı maddeleri
- Süt ürünleri ve katkı maddeleri
- Bal ve arı ürünleri
- Meşrubatlar (alkolsüz içecekler)
- Hazırlanmış gıdalar ve yemekler
- Diğer paketlenmiş gıda ürünleri
- Mikro organizmalar
- Enzimler
- Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri
- İlaç
- Beslenme ve diyet takviyeleri
- Ambalaj malzemeleri
- Su vb. alanlar sıralanabilir.

#### 6. HELAL SERTİFİKA SÜRECİ

Helal sertifikasyon süreci, hizmet edilecek piyasaların ihtiyaçlarını karşılayan bir organizasyon seçmekle başlar. Singapur, Endonezya ve Malezya gibi pek çok ülkede hükümetin onayladığı helal programlar var ise ağırlıklı olarak gıda ihrac eden ülkelerin bağımsız sertifikasyon kuruluşları bulunmaktadır. Belirli bir ülkeyi hedeflerken, o ülkede onaylanmış veya kabul edilebilir bir kuruluş kullanmak daha iyidir. Pazar alanı daha geniş ya da küresel olsa bile, uluslararası kapsamda olan bir organizasyon daha iyidir.

Süreç, üretim sürecini, sertifikalandırılacak ürünleri açıklayan bir başvuru formunu doldurarak başlar ve hangi ürünlerin satılacağı/pazarlanacağı bölgeler ile bileşen içeriği hakkında özel bilgiler verilir. Çoğu kuruluş, bilgiyi gözden geçirir ve tesisin bir denetimini kurar. Bileşen bilgisi ve/veya tesis denetimi incelendiğinde, organizasyon üreticilerden kurallarına uymayan içerikleri yenisiyle değiştirmelerini isteyebilir. Genel olarak, şirket ve helal sertifikası veren acentesi çok yıllık bir denetim sözleşmesi imzalar. Daha sonra bir helal sertifikası bir yıl süreyle veya bir ürünün gönderilmesi için verilebilir. Genel olarak, gıda ürünlerinin helal

sertifikasyonu süreci karmaşık değildir (Hanzaee ve Ramezani, 2011: 4).

Helal sertifikası almak ve kullanmak için JAKIM tarafından belirlenmiş olan çeşitli aşamalar bulunmaktadır (Abdul, İsmail ve Johari, 2009: 24). Bu aşamalar;

1. Evrak değerlendirme: Şirket profili, ürünlerde kullanılacak içerikler, tedarikçiler ve üretim süreçlerinin detaylı analizlerinin yer aldığı evraklar ve başvuru formları incelenir.
2. İnceleme: Fiziksel inceleme, belirtilen içeriklerin, ham madde ve son ürünlerin depolanma şekillerinin, soğutma odalarının, ambalajları, genel hijyen ve kalite kontrol uygulamalarının denetlenmesini içermektedir.
3. Rapor hazırlama: Yapılan denetlemeler sonucu teknik uzmanların başvuru sonucunu değerlendirdikleri bir rapor yazarlar.
4. Değerlendirme komitesi ve tavsiyeler: Rapor incelenir
5. Helal sertifikası verilmesi: Onay işleminin ardından JAKIM helal sertifikası yayınlamakla ilgili işletmeye helal logosu kullanma hakkı vermektedir. Sertifika iki yıl geçerli olmakla beraber, süre dolmadan üç ay önce başvuru yapılması halinde yenilenebilir. JAKIM standartlara uygun hareket edildiğini kontrol etmek amacıyla sürekli olarak izleme halindedir.

## SONUÇ

Helal üretimin dünya çapında tanınması hızla artmaktadır. Çünkü helal, güvenlik ve kalite güvencesi için yeni bir kriter olarak kabul edilmektedir. Dünyadaki sadece 1,8 milyar Müslüman tarafından değil, çeşitli ırklardan insanlar, temiz ve saf yiyecek arayan dinler tarafından da helal gıda aranmaktadır. Helal kavramı (özellikle gıdalar için) gerçekten çiftlikten sofraya gelene kadar izin verilen bileşenlerden temiz ve hijyenik şekilde hazırlanan besleyici öğeleri gerektirir. Müslüman tüketiciler, diğer tüketici kesimlerine çok benzemekte ve sağlıklı ve kaliteli ürünleri talep etmekle birlikte şeriat gerekliliklerine de uymak zorundadırlar. Helal sertifikası, tüketicilerin ürünün helal ürün şartlarını karşıladığından emin olması için önemli bir rol oynar.

Helal sadece bir restoranta kullanılan yiyecek maddeleri ve bileşenlerle sınırlı değil aynı zamanda

gıda tedarik zincirindeki her sürecin yanı sıra kişisel hijyen, giysi, mutfak eşyaları ve çalışma alanı gibi farklı unsurların da İslami kurallara göre uygun olmasını kapsar. Bu nedenle, her şeyden önce, her Müslüman bir ürünün İslami dini standartlarla tamamen uyumlu olduğunu bilmek ister. Bu nedenle, helal sertifikasyon, Müslüman tüketicilere güvence sağlar. Gıdaların güvenliği konusu gıda gelişimine paralel olarak teknolojik gelişimle birlikte daha karmaşık hale gelmektedir. Sertifikasız gıda ticareti ve sahte belgeler sunma gibi faktörler de bu karmaşıklık arasındadır. Tüketicilerin nihai olarak sertifikalı ürünler için daha fazla ödeme yapmak için bu belgelere güvenleri olmalıdır. Gıda güvenliği sorununun tüketicilere etkisi, kaybedebilecekleri gıda güvenliği sorunudur. Yediği yiyecek aslında İslami açıdan bekledikleri gibi değilse güven problemi ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla helal sertifikasyonu, İslam gıda yasalarını dikkatle ele alınması gereken kritik bir konudur (Marzuki ve diğerleri, 2012: 48).

## KAYNAKÇA

- Abdul, M., İsmail Hashanah ve Johari Juliana (2009), "SME's and Halal Certification", *China-USA Business Review*, 8(4), 22-29.
- Hanzaee, K. Heidarzadeh ve Ramezani M. Reza (2011), "Intention to Halal Products in The World Markets", *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1(5), 1-7.
- Marzuki, S. Z. Syed, Hall C. Michael ve Ballantine P. William (2012), "Restaurant Managers' Perspectives on Halal Certification", *Journal of Islamic Marketing* 3(1), 47-58.
- Mathew , Vloreen N., Raudah binti Amir Abdullah A. Mazwa ve Nurazizah binti Mohamad I. Siti (2014) "Acceptance on Halal Food among Non-Muslim Consumers", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 262 – 271.
- Memiş, Salih (2017). *Helal Pazarlama*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Muhammad, N.N. Maheran, Isa Md. Filzah ve Kifli C. Bidin (2009), "Positioning Malaysia as Halal-Hub: Integration Role of Supply Chain Strategy and Halal Assurance System", *Asian Social Science*, 5(7), 44-52.
- Riaz, N. Mian ve Chaudry, M. Muhammad (2004), *Halal Food Production*, Boca Raton: CRC Press.
- Shafie, Shahidan ve Othman Nor Md. (2006), "Halal Certification: An International Marketing Issues and Challenges", *Journal of Marketing Research*, 15, 565-575.
- Teng, K. Phuah, Wan Jusoh W. Jamaliah, Siong, K. Hoe ve Mesbahi, M. Mohammad (2013), "Awareness, Recognition And Intention: Insights From A Nonmuslim Consumer Survey Regarding Halal Labeled Food Products In Malaysia" 3rd International Conference On Management, 89-101.