

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANSİ ANABİLİM DALI**

**TÜKETİCİLERİN HELAL İLAÇ SATIN ALMA NİYETİNİ
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ÖLÇÜLMESİ**

Tuğçe YILDIRIM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Muhammed Emin DURMUŞ

EKİM-2025

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TÜKETİCİLERİN HELAL İLAÇ SATIN ALMA NİYETİNİ
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ÖLÇÜLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tuğçe YILDIRIM

Enstitü Anabilim Dalı : İslam Ekonomisi ve Finansı

**“Bu tez 20/10/2025 tarihinde yüz yüze olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri
bulunan jüri üyeleri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.”**

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Doç. Dr. Muhammed Emin DURMUŞ	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Hasan DURMUŞ	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin BURGAZOĞLU	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☒

Hayır ☐

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Tuğçe YILDIRIM

20/10/2025

ÖNSÖZ

Tez çalışmam süresince rehberliği ve değerli katkıları ile yol gösteren danışman hocam Doç. Dr. Muhammed Emin Durmuş'a teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Bu tezin gerçekleştirilmesinde BİDEB (Bilim İnsanı Destek Programları Başkanlığı) 2210-A Yurt İçi Lisansüstü bursunu vererek maddi destek sağlayan TÜBİTAK'a (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) da teşekkür ederim.

Sevgilerini, maddi ve manevî desteklerini her daim hissettiğim aileme en içten teşekkürlerimi sunarım.

Tuğçe YILDIRIM

20/10/2025



İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iii
TABLO LİSTESİ.....	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii

GİRİŞ.....	1
------------	---

1. BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	10
----------------------------------	----

1.1. Helal ve Haram	10
1.2. Tayyib ve Habîs.....	12
1.3. Meşbuh (Şüpheli)	14
1.4. İstihâle	15
1.5. İstihlâk.....	19
1.6. Helal Ürün.....	21
1.7. Helal Sertifika ve Standardizasyon	22
1.8. Helal Sertifikasyon Faaliyetleri Gösteren Uluslararası Kuruluşlar	23
1.9. Türkiye’de Helal Sertifikasyon Faaliyetleri Gösteren Kurumlar	28

2. BÖLÜM: İLAÇ VE TIBB-I NEBEVÎ.....	32
--------------------------------------	----

2.1. İlaç.....	32
2.2. İlaçların Kaynakları.....	33
2.3. İlaçlardaki Haram İçeriklerin Değerlendirilmesi	34
2.4. Helal İlaç ve Özellikleri	39
2.5. Tıbb-ı Nebevî	40
2.5.1. Tıbb-ı Nebevî Kavramı ve Kökeni	41
2.5.2. Tıbb-ı Nebevî’de Koruyucu Hekimlik ve Tedavi	42

3. BÖLÜM: TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	45
---------------------------------------	----

3.1. Tüketici Davranışları.....	45
3.2. Karar Süreci ve Satın Alma Davranışı	46
3.3. Tüketicilerin Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler.....	47
3.3.1. Sosyo-Kültürel Faktör	47
3.3.2. Psikolojik Faktörler	50
3.3.3. Kişisel Faktörler.....	52

4. BÖLÜM: TÜKETİCİLERİN HELAL İLAÇ SATIN ALMA NİYETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ÖLÇÜLMESİ	54
4.1. Araştırmanın Metodolojisi ve Genel Bulguları	54
4.1.1 Araştırmanın Yöntemi ve Deseni	54
4.1.2. Ölçeklerin Belirlenmesi ve Veri Toplama Süreci.....	55
4.1.3. Çalışma Grubu	56
4.1.4. Anket Formunun Yapısı	56
4.1.5. Araştırmanın Hipotezleri	58
4.1.6. Araştırmanın Geçerliliği	58
4.1.7. Araştırmanın Sınırlılıkları	59
4.2. Nicel Verilere İlişkin Bulgular	60
4.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler	60
4.2.2. Güvenilirlik Analizi	64
4.2.3. Faktör Analizi	66
4.2.4. Korelasyon Analizi	75
4.2.5. Regresyon Analizi.....	78
4.2.6. Demografik Değişkenlere Göre Helal İlaç Satın Alma Niyetinin Karşılaştırılması	81
SONUÇ	85
KAYNAKÇA	89
EK.....	100
ÖZGEÇMİŞ	105

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AHAC	: Dünya Helal Sertifikasyon Kuruluşları Birliği
BAHAIS	: Başkanlık Dairesi İslami İşler Bölümü
BİDEB	: Bilim İnsanı Destek Programları Başkanlığı
BPJPH	: Helal Ürün Güvencesi Organizasyon Organı
COVID	: Korona Virüs Hastalığı
DNA	: Deoksiribo Nükleik Asit
GAC	: Körfez İşbirliği Teşkilatı Akreditasyon Kurumu
GİMDES	: Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalandırma Derneği
GMP	: İyi Üretim Uygulamaları
GTİP	: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
HAK	: Helal Akreditasyon Kurumu
HCS	: Dünya Helal Konseyi
HEDEM	: Helal Gıda Denetim ve Sertifikalandırma Merkezi
HELALDER	: Sağlık Güvenlik ve Helal Derneği
IFANCA	: Amerika İslami Gıda ve Beslenme Konseyi Helal Endüstriyel Üretim Standardı
IHAB	: Uluslararası Helal Kurumu Kurulu
IHIA	: Uluslararası Helal Entegrasyon İttifakı
IHI	: Uluslararası Helal Entegrasyon Derneği
ISNA	: Kuzey Amerika İslam Toplumu
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
İSQ	: İntersistem Teknik Sertifikasyon Ltd. Şti.
İTT	: İslam İşbirliği Teşkilatı
JAKIM	: Malezya İslam Kalkınma Dairesi
KASCERT	: Uluslararası Sertifikasyon Gözetim Teknik Kontrol Hizmetleri Ltd. Şti.
LPPOM	: Gıda, İlaç ve Kozmetik Değerlendirme Enstitüsü
MENA	: Ortadoğu ve Kuzey Afrika

MUI	: Endonezya Ulema Meclisi
MUIS	: Singapur Ulema İslam Meclisi
MWL	: İslam Dünyası Birliği
SEG	: Standardizasyon Uzmanlar Grubu
SMIIC	: İslam Ülkeleri Standardizasyon ve Metroloji Enstitüsü
TİTCK	: Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu
TSE	: Türk Standartları Enstitüsü
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
UNICEF	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
WHC	: Dünya Helal Konseyi
WHF	: Dünya Helal Formu
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Ölçek İsimleri ve Madde Sayıları	57
Tablo 2: Katılımcıların Sosyodemografik Özelliklere Göre Dağılımı.....	61
Tablo 3: Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular	63
Tablo 4: Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi	65
Tablo 5: Dindarlık Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları	68
Tablo 6: Dindarlık Ölçeği Madde Faktör Yüğü	68
Tablo 7: Sağlık Bilinci Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları.....	69
Tablo 8: Sağlık Bilinci Ölçeği Madde Faktör Yüğü	70
Tablo 9: Helal Tıp Anlayışı Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları	70
Tablo 10: Helal İlaç Anlayışı Ölçeği Faktör Yüğü	71
Tablo 11: Helal İlaç Bilgisi Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları.....	72
Tablo 12: Helal İlaç Bilgisi Ölçeği Madde Faktör Yüğü	72
Tablo 13: Helal İlaç Satın Alma Niyeti Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları.....	73
Tablo 14: Helal İlaç Satın Alma Niyeti Ölçeği Madde Faktör Yüğü.....	73
Tablo 15: Tüm Ölçeklerin Birbiriyle Olan Korelasyon İlişkisi	75
Tablo 16: H1 Pearson Korelasyon Sonucu	76
Tablo 17: H2 Pearson Korelasyon Sonucu	76
Tablo 18: H3 Pearson Korelasyon Sonucu	77
Tablo 19: H4 Pearson Korelasyon Sonucu	77
Tablo 20: Regresyon Analizi Model Özeti	79
Tablo 21: Regresyon Analizi ANOVA Tablosu	79
Tablo 22: Regresyon Katsayıları.....	80
Tablo 23: Cinsiyet Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti	81
Tablo 24: Yaş Gruplarına Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti.....	82
Tablo 25: Medeni Durum Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti	82
Tablo 26: Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti	83
Tablo 27: Aylık Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti	83
Tablo 28: İş Alanı Grubu Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti	84

ÖZET	
Başlık: Tüketicilerin Helal İlaç Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Ölçülmesi	
Yazar: Tuğçe YILDIRIM	
Danışman: Doç. Dr. Muhammed Emin DURMUŞ	
Kabul Tarihi: 20/10/2025	Sayfa Sayısı: vii (ön kısım) +106 (ana kısım) + 5 ek
Tüketicilerin satın alma niyetlerini şekillendiren birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar arasında kültürel değerler, ekonomik koşullar ve sosyal etkenlerin yanı sıra dini inanç ve değerler de önemli bir rol oynamaktadır. Helal kavramı, Müslüman tüketiciler açısından yalnızca gıda ürünlerinde değil, kozmetik, tekstil, temizlik, lojistik, finans, turizm, ilaç ve sağlık ürünleri alanları gibi birçok alanda belirleyici bir faktör haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemek ve bu kapsamda dindarlık, sağlık bilinci, helal ilaç bilgisi ile helal ilaç anlayışının satın alma niyeti üzerindeki etkilerini incelemektir. Araştırmada nicel yöntem kullanılmış, veriler Türkiye genelinde farklı demografik özelliklere sahip 251 katılımcıya uygulanan anket aracılığıyla toplanmıştır. Anket formunda beşli Likert tipi ölçekler kullanılmış, elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Analizler sonucunda, dindarlık, helal ilaç bilgisi ve helal ilaç anlayışı değişkenlerinin helal ilaç satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler yarattığı tespit edilmiştir. Buna karşın, sağlık bilinci anlayışının satın alma niyeti üzerinde doğrudan anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir gibi demografik özelliklerinin satın alma niyetinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular, ilaç sektöründe pazarlama ve bilinçlendirme stratejilerinin oluşturulmasında dini hassasiyetlerin, sağlık bilincinin ve bilgi düzeyinin dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.	
Anahtar Kelimeler: Helal İlaç, Tüketici Davranışları, Satın Alma Niyeti	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Measuring the Factors Affecting Consumers' Intention to Purchase Halal Medicines	
Author of Thesis: Tuğçe YILDIRIM	
Supervisor: Assoc. Prof. Muhammed Emin DURMUŞ	
Accepted Date: 20/10/2025	Number of Pages: vii (pre text) +106 (main body) + 5 (add)
There are many factors that shape consumers' purchasing intentions. Among these factors, cultural values, economic conditions, and social factors, as well as religious beliefs and values, play an important role. The concept of halal has become a decisive factor for Muslim consumers not only in food products but also in many areas such as cosmetics, textiles, cleaning, logistics, finance, tourism, pharmaceuticals, and health products. The aim of this study is to identify the factors that influence consumers' intentions to purchase halal medicines and, in this context, to examine the effects of religiosity, health awareness, knowledge of halal medicines, and understanding of halal medicines on purchase intention. A quantitative method was used in the research, and data were collected through a survey administered to 251 participants with different demographic characteristics across Turkey. Five-point Likert-type scales were used in the questionnaire, and the data obtained were analyzed using the SPSS program. The results of the analysis revealed that the variables of religiosity, knowledge of halal medicines, and understanding of halal medicines had a significant and positive effect on the intention to purchase halal medicines. In contrast, it was determined that health awareness had no direct significant effect on the intention to purchase. Furthermore, it was concluded that the demographic characteristics of the participants, such as age, gender, education, and income, did not create a statistically significant difference in purchase intention. The findings reveal that religious sensitivities, health awareness, and knowledge level should be taken into account in the development of marketing and awareness strategies in the pharmaceutical industry.	
Keywords: Halal Pharmaceuticals, Consumer Behavior, Purchase Intention	

GİRİŞ

Araştırma Konusu

Günümüzde helal ürünlere olan talep, gıda sektöründen sağlık sektörüne kadar geniş bir yelpazede artış göstermektedir. Özellikle ilaç sektöründe, helal üretim standartlarına uygun ürünlere olan ilgi, tüketicilerin dini inançları ve etik hassasiyetleri ile paralel olarak önem kazanmaktadır. Bu çalışma, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri anlamayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde, çalışmaya temel oluşturması açısından helal, haram, tayyib, habîs, meşbuh, istihâle, istihlak ve helal ürün gibi kavramlar açıklanarak, helal sertifikasyon faaliyetleri gösteren yerel ve uluslararası kurumlar incelenmiştir. Bu kavramların net bir şekilde anlaşılması, helal ilaçların tüketici nezdindeki algısını ve önemini anlamak için kritik bir temel sağlamaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, ilaç kavramı ve ilaç hammaddeleri incelenerek fıkhi hükümleri hakkında değerlendirmeler yapılmıştır. Ayrıca, Tıbb-ı Nebevî kavramı ve literatüründen bahsedilerek Hz. Peygamber'in koruyucu hekimlikle ilgili söz ve fiillerinin günümüz sağlık uygulamaları ile ilişkisine değinilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, tüketici davranışlarını etkileyen sosyo-kültürel, psikolojik ve kişisel faktörler ele alınmıştır. Bu faktörler, tüketicilerin helal ilaçlara yönelik tutum ve davranışlarını şekillendiren önemli unsurlar olarak incelenmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise araştırmanın metodolojisi (yöntem, desen, veri toplama tekniği, çalışma grubu, araştırmanın geçerliliği ve sınırlılıkları) ve nicel verilere ilişkin bulgular detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemektir. Araştırma kapsamında, anket tekniği kullanılarak tüketicilerin dini yönelimleri, sağlık bilinçleri, helal ilaç anlayışları ve helal ilaç satın alma niyetlerini ölçmek hedeflenmiştir. Bu sayede, ilaç sektöründe faaliyet gösteren firmalar ve politikacılar için yol gösterici bilgiler sunulması amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Önemi

Ülkemizde helal sertifikasyon ve helal gıda üzerine farklı türlerde çalışmalar yapılarak literatüre önemli katkılar sunulmuştur. Ancak helal ilaç üzerine yapılan çalışmaların sayısının oldukça az olması ve tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörler hakkında herhangi bir çalışma yapılmamış olması literatürde teorik ve pratik bilgi eksikliğine neden olmuştur. Özellikle Türkiye’de, başta Müslüman tüketiciler olmak üzere toplumun çeşitli kesimlerinde helal ilaçlara yönelik artan bir ihtiyaç ve beklenti söz konusudur. Bu toplumsal talep, konunun akademik düzeyde ele alınmasını ve sağlık sektöründe daha kapsayıcı yaklaşımların geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu araştırma, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri analiz ederek literatürdeki boşluğu gidermesi ve literatüre katkı sunması açısından önemlidir. Ayrıca araştırma, bulgularının ilaç üreticileri ve pazarlama stratejileri geliştiren firmalar için rehber niteliğinde olması ve helal ilaç sektörünün gelişimine katkı sağlaması nedeniyle de önem arz etmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla nicel bir yöntem olan anket tekniği kullanılmaktadır. Araştırma verileri, yapılandırılmış bir anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Anket metninde tüketicilerin demografik bilgilerini, dini yönelimlerini, sağlık bilinçlerini, helal ilaç anlayışlarını ve helal ilaç satın alma niyetlerini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Anketler, çevrimiçi platformlar ve yüz yüze görüşmeler aracılığı ile katılımcılara ulaştırılmıştır. Veriler, SPSS programı kullanılarak analiz edilmiş ve değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Literatür İncelemesi

Bu kısımda helal ilaç literatürü iki başlıkta incelenmiştir. İlk başlıkta helal ilaçlar hakkında teorik araştırmalar yer alırken ikinci başlıkta tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerinin ağırlıklı olduğu nicel araştırmalar yer almıştır.

a) Helal İlaç Hakkındaki Teorik Araştırmalar

Türkiye’de helal ilaçlara ilişkin çalışmalar oldukça az sayıdadır. Bu nedenle literatürümüzde büyük bir boşluk bulunmaktadır. Bu bölümde öncelikle ülkemizde helal

ilaç üzerine yazılan araştırmaları inceleyeceğiz. Daha sonra Helal ilaçlar üzerine yazılan yabancı kaynakları inceleyeceğiz. Ülkemizde helal ilaç üzerine herhangi bir tez yazılmamıştır. İslâm hukuku bağlamında tedavi ve aşıların incelendiği tez ve makaleler mevcuttur. Helal ilaç konusunu direkt olarak ele alan tek kaynak Arslan ve diğerleri (2019)'nin ilaçların etkin ve yardımcı maddelerindeki bileşenlerin İslâm inancına uygun olup olmadığını inceledikleri makaleleridir. Ayrıca Özcan (2018)'in insanların ilaç ve gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin içeriklerinin kullanıcıların ihtiyaçları doğrultusunda şeffaflaştırılması hususundaki görüş ve tercihlerini ortaya koymak amacıyla yaptığı tez çalışması da kayda değer önemli çalışmalardandır.

Ülkemize kıyasla yabancı literatürde helal ilaç hakkındaki çalışmalar sayıca daha fazladır. Yabancı literatürde ilaç bileşenlerinin haram ve helalliği, bu konudaki fetvalar, helal ilaç endüstrisinin zorlukları, helal ilaç depolama faaliyetleri gibi konular çalışılmıştır. Herdiana, Sofian, Shamsuddin ve Rusdiana (2024), ilaç bileşenlerinde helal ve helal olmayan konuların önemini, Müslüman toplum üzerindeki potansiyel etkisini ve alternatif bileşen arayışındaki fırsat ve zorlukları araştırmıştır. Asmuni, Jamil ve Rafianti (2020), helal belgelendirmenin tıbbi ürünlere uygulanmasında ortaya çıkan zorlukları incelemiştir. Hehanussa (2022), Endonezya'da helal olmayan ilaçların kullanımını Makasid-ı Şeria açısından incelemeyi amaçlamıştır. Hehanussa, ilaçların helal olmamasının başlıca nedeninin İslâm şariatının uygun olmayan üretim şekli ve malzemeleri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Maulana (2022), gıda, içecek, ilaç ve kozmetik ürünleri için MUI'nin helal fetvası belirlemesinin gerekliliğini incelemiştir. Khan ve Shaharuddin (2015), "Kur'ân ve Hadis" tavsiyeleri ışığında ilaçların helal ve helal olmayan kaynaklarını özetlemiştir. Elgharbawy ve Azmi (2022), Hz. Peygamber'in sünnetinden yola çıkarak helal ve tayyib tüketerek dengeli bir yaşam tarzı elde etmek için kılavuz ilkeler belirlemiştir. Halim ve diğerleri (2014), ilaç içeriklerindeki, jelatin ve alkol kullanımı gibi yasal, şer'i konular ve ilaçlarla ilgili fetvalar üzerine araştırma yapmıştır. Helal ilaç endüstrisinin gelişimi ve depolanması hususunda da kayda değer önemli çalışmalar mevcuttur. Kasri, Amalia, Yuniar, Mariz ve Azizon (2023), Endonezya'da helal ilaç endüstrisini geliştirmenin fırsatlarını ve zorluklarını detaylı bir biçimde araştırarak önemli bulgulara ulaşmışlardır. Araştırmacılar çalışmada içerik analizi yöntemiyle nitel bir araştırma kullanmış ve düzenleyiciler, sektör oyuncuları, Müslüman akademisyenler ve gayrimüslim akademisyenler dahil olmak üzere Endonezya ilaç

sektörünün çeşitli paydaşlarıyla görüşmeler ve odak grup tartışması yoluyla birincil veriler toplamışlardır. Çalışma, Endonezya helal ilaç endüstrisi için beş fırsat belirlemiştir; muazzam büyüyen küresel ve yerel pazar, helal ürünlere yönelik artan farkındalık, Endonezya Helal Ürün Güvence Yasası'na uyum sağlamak için daha esnek bir zaman çizelgesi, helal düzenlemenin sürdürülmesinde kurumlar arası düzenleyicilerin katılımı ve farmasötik kaynakların bolluğu. Helal ilaç endüstrisinin gelişmesi noktasında karşılaşılan zorluklar arasında; helal farmasötik ürünlerin üretiminde önemli oranda ithal hammadde kullanılması, helal sertifikasyon yönetmeliğine ilişkin teknik rehberlik eksikliği ve nitelikli insan kaynağı eksikliği yer almaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için iki strateji önerilmektedir; yurt içinde üretilen hammaddelerin teşvik edilmesi ve küresel hammadde tedarikçileri arasında helal sertifikasyonunun teşvik edilmesi. Bulgular ve analizler ayrıca hükümet ve sektörün helal ile ilgili yasayı etkin bir şekilde uygulamak ve fırsatları yakalamak için uygun stratejileri hayata geçirmelerinin aciliyetini vurgulamaktadır. Muhammad Syukri Mohd Ashmir Wong, Zatul-Ilia Hussin ve Shofiyyah Moidin (2023), depo yönetiminde helal gerekliliklerin sektördeki uygulamalarını keşfetmeye ve tespit etmeye odaklanmıştır. Araştırma, Pharmaniaga Lifescience (PLS) Depo Departmanından bilgi veren kişilerle yapılan görüşmeler yoluyla toplanan verilere dayanmaktadır. Araştırma sonuçları, PLS'nin depo süreç akışını, depo yönetimindeki helal uygulamalarını ve helal farmasötik ürünler için helal depo uygulamasının önemine ilişkin algılarını ortaya koymuştur. Bu iki çalışma örnek alınarak Türkiye’de helal ilaç endüstrisi ve depolanma süreci hakkında araştırmalar yapılabilir.

b) Tüketicilerin Helal İlaç Satın Alma Niyetlerini İnceleyen Araştırmalar

Bu başlık altında ağırlıklı olarak tüketicilerin helal ilaç satın alma davranışları ve ilaçlardaki helal sertifikasının tüketici davranışlarına etkisi üzerine yapılan nicel araştırmalar incelenmiştir. Türkiye’de bu konuda nicel bir araştırma bulunmadığı için yabancı literatür incelenmiştir. Buradaki çalışmalara ayrıntılı bir şekilde verilmiştir. Çünkü bizim çalışmamız da bahsedilecek olan çalışmalara benzerlik arz etmektedir. Mevcut araştırmaların bir kısmı farklı yaş gruplarına ait tüketiciler üzerine yapılırken bir kısmı yalnızca eczacılara yönelik, bir kısmı ise yaşlılara ve Z kuşağına yönelik yapılmıştır. Ayrıca tüketicilerin helal ilaç algısına yönelik araştırmalar da mevcuttur.

Tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini araştıran çalışmalar Endonezya’nın farklı bölgeleri üzerinden yapılmıştır. Al Maslul ve Priantina (2024), helal uygulamalarına

ilişkin farkındalığın, özellikle Jabodetabek bölgesine odaklanarak, Müslüman tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini araştırmıştır. Çalışma toplam 150 katılımcıyla yapılmıştır. Araştırma sonucunda helal ürünlere ilişkin farkındalığın, helal ilaç satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. Ek olarak hem öznel normlar hem de algılanan davranışsal kontrol, helal ilaçları satın alma niyetini etkileyen önemli faktörler olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte tutumun, helal ilaç satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığına ulaşılmıştır. Bu sonuç, bireylerin karar verme sürecindeki tutumunu etkileyen helal sertifikalı ilaçların sınırlı mevcudiyetine bağlanmıştır. Fatmi, Ahmad ve Kartika (2024), Endonezya'nın Bekasi kentindeki tüketicilerin helal sertifikalı OTC (reçetesiz) ilaçları satın alma niyetlerini araştırmışlardır. Anket tekniği ile 325 tüketiciye ulaşan araştırmacılar, tüketicilerin helal sertifikalı OTC ilaçları satın alma niyetleri ile fonksiyonel değer, duygusal değer ve epistemik değer olmak üzere üç faktörün Endonezya'nın Bekasi kentindeki helal sertifikalı OTC ilaçlarının satın alma niyeti ile önemli bir ilişkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Affandi ve diğerleri (2021), helal işlem görmüş ilaç alımında tüketici ilgisini etkileyen faktörleri araştırmıştır. Çalışmada helal ilaçların satın alma niyetini etkileyen faktörler olarak; değişken marka imajı, algılanan kalite, algılanan değer, helal belgelendirme, sağlık, helal farkındalık ve helal pazarlama seçilmiştir. Veriler Endonezya'da helal ilaç müşterisi olan 212 katılımcıdan anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırmada marka imajının satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı, ilaç güvenliğinin satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı, helal farkındalığı ve satın alma niyetinin anlamlı bir etkisi olmadığı, helal sertifikasının satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olmadığı, helal pazarlamanın satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Suryani ve Ahkmam (2020), Endonezya'da helal ilaçlara yönelik tüketici davranışları üzerine araştırma yapmıştır. Çalışmada Planlı Davranış Teorisi'ne (TPB) başvurulmuş ve model Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Örneklem yöntemi olarak olasılıklı olmayan örneklem kotası kullanılmış ve örneklem sayısı 290 tüketici olarak belirlenmiştir. YEM analizinin sonuçları, Müslüman tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetinin tutum ve algılanan davranış kontrolünden etkilendiği sonucuna varmıştır. Tew ve diğerleri (2021) ise Semarang'daki “Karunia Sehat” eczanesinde ilaçlar üzerindeki helal etiketlemenin müşterilerin satın alma ilgisi üzerindeki etkisini

araştırmıştır. Çalışmanın evreni, “Karunia Sehat” eczanesine gelen tüm müşterilerdir ve ihtiyaç duyulan örneklem sayısı 96 kişidir. Veriler, likert ölçeği kullanılarak anketlerin doğrudan müşterilere dağıtılması ve ardından puanlanması yoluyla toplanmıştır. Veri analizine göre tıbbi ürünlerdeki helal etiketleme, Karunia Sehat Baru Pharmaceutical Semarang'da müşterinin satın alma ilgisini etkileyebilmiştir.

Endonezya dahil Güneydoğu Asya üzerinden yürütülen geniş çaplı bir çalışma da mevcuttur. Vizano ve diğerleri (2020), helal ilaç algısı, helal ilaç kalitesi, helal ilaç güvenliği ve helal ilaç bilgisinin Güney Doğu Asya'daki tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini karma yöntemler ile açıklamışlardır. Araştırmada birinci aşama nicel bir analiz olup anketler çevrimiçi elektronik anketler aracılığıyla rastgele dağıtılmış ve kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Toplam 340 katılımcı çevrimiçi anket doldurmuştur. Sonraki aşama, gayrimüslim tüketicilerin helal ilaç satın almalarını etkileyen faktörleri araştıran nitel bir analizdir. Amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen ve belirlenen tüketicilerden 5 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Analiz sonuçları, helal ilaç algısının satın alma tekrarı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, helal ilaç kalitesinin satın alma tekrarı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, helal ilaç güvenliğinin satın alma tekrarı üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu ve ayrıca helal ilaç bilgisinin satın alma tekrarı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu tarz çalışmalar geniş bir evrene sahip olması açısından oldukça önemlidir.

Helal ilaç çalışmaları arasında eczacıların bilgi, tutum ve farkındalıklarını ölçen çalışmalar da önem arz etmektedir. Sadeeqa ve Sarrieff (2014), Malezya'nın çeşitli hastanelerinde çalışan eczacılar arasında helal ilaçlara ilişkin bilgi, tutum ve algıyı anket aracılığı ile incelemiştir. Veriler, Malezya'daki çeşitli devlet hastanelerindeki ilgili baş eczacılar aracılığıyla anketlerin dağıtılmasıyla toplanmıştır. Çalışma toplam 135 eczacı üzerinde yürütülmüştür. Bulgular incelendiğinde katılımcıların helal ilaçlar hakkında fazlaca bilgiye sahip oldukları, helal ilaçlara yönelik algı ve tutumlarının pozitif olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rahem, Effendi ve Faridah (2021), eczacıların helal ilaca yönelik tutumlarını, helal ilaç üretmeye hazır olup olmadıklarını ve tutumları ile hazır olma durumları arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma değişkeni eczacıların helal ilaç üretmeye yönelik tutum ve hazır bulunuşluklarıdır. Örneklem olarak Doğu Java'da ilaç sektöründe mesleki uygulama yapan 206 eczacı kullanılmıştır. Bulgular,

katılımcıların %51,54'ünün ilaçlarda helal sertifikasyonu kabul ettiğini ve eczacıların %58,74'ünün helal ilaç üretmeye hazır olduğunu göstermiştir. Ülkemizde de eczacılara yönelik benzer çalışmalar yapılabilir.

İlaçların tüketiminde yaşlıların önemli bir paya sahip olması onların üzerine çalışmaların yapılmasını gerekli kılmıştır. Husin, Mariyanti, Abdilla, Omar ve Fauziati (2023), helal bilgi, helal farkındalık ve helal sertifikasyon değişkenlerinin yaşlılar arasında helal ilaç tüketme niyetine etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmada 129 anket seti Google form üzerinden WhatsApp aracılığıyla dağıtılmıştır. Veriler korelasyon ve regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgular, tüm değişkenlerin helal ilaç tüketme niyeti ile pozitif yönde bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur. Çoklu regresyon için sadece helal sertifikası birincil değişkeni etkilemiştir. Diğer iki bağımsız değişken olan helal bilgi ve helal farkındalık, yaşlıların helal ilaç tüketme niyetini etkilememiştir.

Günümüzde Z kuşağı üzerine çok sayıda çalışma yapılmaktadır. Z kuşağının helal ilaç satın alma niyetleri de merak edilen hususlardan biri olmuştur. Alfajriyani, Ashari, Amalikhah ve Azhar (2024), DKI Jakarta'da Z kuşağının helal ilaç satın alma niyetini anket yöntemi aracılığıyla araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre bireylerin tutumları, toplumsal normlar ve algılanan davranış kontrolü helal ilaç satın alma niyetini olumlu ve anlamlı şekilde etkilemektedir. Ancak helal sertifikasının, bu niyet üzerinde arabulucu bir etkisi bulunmamaktadır. Ayrıca helal ilaç satın alma davranışını doğrudan etkileyen belirgin bir helal belge unsuru da tespit edilmemiştir.

Helal gıda, kozmetik ve eczacılık ürünleri tüketme niyeti bir arada ölçen çalışmalar da mevcuttur. Sudarsono ve Nugrohowati (2020), Endonezya'da tüketicinin helal gıda, kozmetik ve eczacılık ürünleri tüketme niyeti üzerindeki dindarlık, bilgi ve tutumların etkisini araştırmıştır. Veriler çevrimiçi anketler aracılığı ile toplanmıştır ve bu çalışma için kullanılan toplam veriler Endonezya'nın 27 ilinden toplam 684 katılımcıdan elde edilmiştir. Araştırma bulguları, dindarlık, bilgi ve tutumlar arasındaki ilişkinin tüketicinin helal gıda, kozmetik ve eczacılık ürünlerini tüketme niyetini olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Ayrıca çalışma, dindarlığın tüketicilerin helal gıda tüketme niyetleri üzerinde kozmetik ve ilaç ürünlerinden daha fazla etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmakla birlikte bilginin tüketicinin helal ilaç tüketme niyeti üzerinde kozmetik ve gıda ürünlerinden daha fazla etkiye sahip olduğunu saptamıştır. Ek olarak araştırma tutumun

helal gıda tüketme niyeti üzerinde olumlu bir etki yarattığı, kozmetik ve farmasötik ürünlerin tüketimine kıyasla daha büyük bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Helal ilaçlarla birlikte helal sağlık takviyeleri de araştırmacıların değer verdiği konulardan biridir. Tedjakusuma, Au Yong, Andajani ve Mohamad (2023), tüketicilerin satın alma niyetini etkileyen değişkenleri inceleyerek helal sağlık takviyesi ürünlerini çevrimiçi olarak satın alma niyetini araştırmıştır. Planlı Davranış Teorisi, teorisinin bir uzantısı olarak dindarlık ve COVID-19 dahil olmak üzere bu çalışma için temel bir teori olarak uygulanmıştır. 214 katılımcı, çevrimiçi bir platform üzerinden anket doldurarak bu çalışmaya katılmıştır. Bulgular, algılanan faydanın Endonezyalı katılımcılar için en önemli gösterge olduğunu, tutum, öznel normlar ve COVID-19 salgınının ise Malezyalı katılımcılar arasında satın alma niyetine katkıda bulunan faktörler olduğunu göstermektedir.

Helal ilaç, helal aşı ve helal gıda takviyelerinin adeta çatısını oluşturan helal tıp araştırmaları da önem arz etmektedir. Zuniarto, Mahfudh, Perwitasari ve Pandanwangi (2024), halkın helal tıbbıya yönelik bilgi, algı ve tutumlarının düzeyini ve demografik verilerle korelasyonunu belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmacılar bu kesitsel çalışmayı Ocak-Şubat 2023'te Java Adası'nın 6 ilinde 600 katılımcı üzerinde, 17 yaş üstü dahil etme kriteri ve doktor veya eczacı olmama kriteri ile amaçlı örnekleme yöntemi kullanarak, doğrulanmış bir anket kullanarak çevrimiçi olarak gerçekleştirmiştir. Araştırmacılar, ilgi-algı-tutum arasında ilişki kurmak için Spearman testi ve demografik verilerle bilgi, tutum ve algı arasında ilişki kurmak için Ki-kare testi kullanmıştır. Sonuçlar, halkın helal tıbbıya yönelik bilgi düzeyinin yeterli, algısının yeterli ve tutumunun yeterli olduğunu; bilgi-algı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, bilgi-tutum arasında zayıf, algı-tutum arasında ise güçlü bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Literatür incelemesi sonucunda, helal ilaç konusunda hem teorik hem de nicel araştırmaların sınırlı sayıda olduğu ve özellikle Türkiye bağlamında kapsamlı çalışmaların neredeyse hiç bulunmadığı görülmektedir. Yabancı literatürde helal ilaç bileşenleri, sertifikasyon, endüstriyel uygulamalar ve tüketici niyetlerini ele alan araştırmalar bulunmakla birlikte bu çalışmalar çoğunlukla Endonezya ve Malezya gibi ülkelerde yoğunlaşmıştır. Türkiye'de ise doğrudan helal ilaç konusunu ele alan sınırlı sayıda makaleler dışında sistematik bir araştırma bulunmamaktadır. Bu bağlamda yürütülen bu çalışma literatürdeki boşluğu doldurmayı hedeflemekte; tüketicilerin helal

ilaç satın alma niyetlerini çok boyutlu bir model çerçevesinde ele alarak dindarlık, sağlık bilinci, helal ilaç bilgisi ve helal ilaç anlayışı gibi değişkenlerin etkisini incelemesiyle özgün bir katkı sunmaktadır. Ayrıca Türkiye örneklemini üzerinden gerçekleştirilen nicel analizlerle helal ilaç literatürüne hem yerel hem de uluslararası düzeyde yeni bulgular eklenmektedir.



1. BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde helal ilaç kavramının anlaşılabilmesi için İslâm hukukunda sıkça kullanılan helal, haram, tayyib, habis, meşbuh (şüpheli), istihâle, istihlâk ve helal ürün kavramları incelenmiştir. İstihlâk ve istihâle durumları örnek üzerinden açıklanarak benzerlik ve farklılıklarına değinilmiştir. Ayrıca bu bölümde dünyada ve Türkiye’de helal sertifikasyon ve standardizasyon faaliyetleri gösteren kurumlar incelenmiştir.

1.1. Helal ve Haram

İslâm dini, bireylerin dengeli, düzenli ve huzurlu bir yaşam sürmelerini sağlamak amacıyla insan davranışlarını çeşitli yönlerden değerlendirmiş ve bu doğrultuda birtakım normatif sınırlamalar getirmiştir. Bu sınırlamalar çerçevesinde helal ve haram kavramları temel bir konuma sahiptir. Helal; dinî ve hukukî bağlamda yapılmasına izin verilen, hakkında yasaklayıcı bir hüküm bulunmayan ve işlenmesi halinde herhangi bir yaptırım gerektirmeyen fiil ve durumları ifade etmektedir. Buna karşılık haram; kesin ve bağlayıcı delillerle yasaklanmış, işlenmesi durumunda cezai sorumluluk doğuran eylemleri tanımlamaktadır. Haramın tespiti kesin bir delil gerektirirken, helal için yasaklayıcı bir hükmün bulunmaması yeterli kabul edilmektedir. Helal-haram ayrımında Kur’ân-ı Kerîm ve Hz. Peygamber’in hadisleri temel referans alınmıştır. Nitekim Hz. Peygamber’in *“Helal Allah’ın kitabında helal kıldığı şeyler, haram da Allah’ın kitabında haram kıldığı şeylerdir. Hakkında hüküm belirtmediği hususlar ise sizin için affettiği şeylerdir”* (Tirmizî, Libâs 6) hadisine dayanarak İslâm âlimleri, helali “serbest bırakılmış, işlenmesine izin verilmiş ve işlenmesi durumunda cezai yaptırım gerektirmeyen fiil” şeklinde üç ana unsur üzerinden tanımlamışlar (Kahraman, 2024).

Kur’ân-ı Kerîm’de ve sahih hadislerde açıkça yasaklandığı belirtilen tüm söz ve fiiller haram kapsamında değerlendirilmiştir. Hırsızlık, zina, adam öldürme ve kumar gibi eylemler bu yasakların başlıca örneklerindendir. Aynı zamanda, dinî hükümlerde farz kılınmış ibadetlerin bilinçli olarak terk edilmesi de haram kabul edilmiştir. İslâm hukukunda bu bağlamda haram fiiller, mahiyetleri ve delillerinin kesinliği dikkate alınarak sistematik biçimde sınıflandırılmıştır (Kahraman, 2024):

- **Haram li-zâtihî**, doğrudan kendisinde bulunan kötülük veya doğuracağı zararlar sebebiyle din tarafından esasen ve temelden yasaklanmış fiilleri ifade etmektedir. Bu tür yasaklar, eylemin bizzat mahiyetinden kaynaklandığı için kesin ve bağlayıcıdır.

Örneğin, hırsızlık fiili, başkasının malını haksız bir şekilde almak suretiyle toplumsal düzeni ve mülkiyet hakkını ihlal ettiğinden, bizzat mahiyetindeki kötülük nedeniyle haram li-zâtihi kapsamında değerlendirilir.

- **Haram li-gayrihi** ise aslında helal ve mübah kabul edilen bir fiilin, dışsal ve geçici bir sebep dolayısıyla yasaklanmasını ifade eder. Bu tür yasaklar, ilgili dış faktörlerin ortadan kalkmasıyla birlikte hükmünü yitirebilir ve fiil yeniden helal sayılabilir. Örneğin, oruç tutmak ibadet yönüyle esasen helal ve sevap bir fiil olmasına rağmen Ramazan Bayramı günlerinde oruç tutulması, bayramın sevinç ve kulluk şükrüyle geçirilmesi gerektiği için geçici bir yasak kapsamında değerlendirilir.

İslâm hukukunda helal ve haramla ilgili temel prensipler, hukuki ve ahlaki çerçeveyi belirleyen önemli esaslar olarak ortaya konulmuştur. Buna göre helal ve haram kılma yetkisi yalnızca Allah'a aittir ve bu yetki beşerî müdahaleden bağımsızdır. Bununla birlikte Allah'ın izni ve vahyin yönlendirmesi doğrultusunda peygamberlere de belirli konularda hüküm koyma ve helal-haram sınırlarını açıklama yetkisi verilmiştir. Eşyada asıl olan hüküm mübahlık olup, menfaat sağlayan hususların helal, zarar barındıranların ise haram olduğu kabul edilmektedir. Haramı meşru göstermek amacıyla hileye başvurmak yasaklanmış, harama götüren vesileler de haram sayılmıştır. Şüpheli durumlarda harama düşmemek için ihtiyatlı davranmak ve bu tür fiillerden uzak durmak teşvik edilmiştir. Helal ve haram bir arada bulunduğu ise hüküm haram yönünde değerlendirilmektedir. İyi niyetin haramı mübah kılmayacağı ifade edilmiş, ancak zaruret durumlarının haramı geçici olarak mübah hale getirebileceği belirtilmiştir. Haramlarla ilgili hükümlerde taabbudiliğin esas olduğu vurgulanırken, helal dairesinin insan ihtiyaçlarını karşılamada yeterli genişlikte olduğu kabul edilmiştir (Çayiroğlu, 2018).

İslâm dininin ortaya koyduğu tüm hükümler ve prensipler, özünde faydalı olanı gerçekleştirme ve zararlı olandan sakındırma ilkesine dayanmaktadır. Bu hükümlerin nihai amacı, bireyin Allah'a karşı teslimiyetini ve bağlılığını ortaya koymak, kulluk bilincini güçlendirmek ve dünya hayatındaki imtihanını başarıyla tamamlamasına rehberlik etmektir (Kahraman, 2024). Dolayısıyla bu ilke ve sınırlara riayet etmek, hem dinî hem de ahlaki açıdan temel bir öneme sahiptir.

İslâm'ın ortaya koyduğu bu prensipler, sadece bireysel ibadetler ve ahlaki davranışlarla sınırlı kalmayıp insan hayatının tüm alanlarını da kapsamaktadır. Bu kapsam, sağlık hizmetlerinden ilaç kullanımına kadar geniş bir yelpazeyi içine almakta, Müslümanların

tedavi sürecinde de dinî hassasiyetlerini koruyabilmelerini gerekli kılmaktadır. Kur’ân-ı Kerîm’de “*Ey iman edenler! Size verdiğimiz rızıkların temiz ve helal olanlarından yiyin...*” (Kur’ân, Bakara, 172) buyurularak Müslümanların helal-haram bilinciyle hareket etmeleri emredilmiş, bu anlayışın tedavi ve ilaç kullanımında da gözetilmesi gerektiğine işaret edilmiştir. Helal-haram ölçütleri, ilaçların içerik ve üretim süreçlerinde de geçerliliğini sürdürmekte ve böylece insan sağlığını korumanın yanı sıra ruhsal huzuru ve dini bağlılığı destekleyen bir yaklaşım ortaya çıkmaktadır. Nitekim Peygamber “*Allah, size haram kıldığı şeylerde şifa yaratmamıştır*” (Buhârî, Tıb 1; Ebû Dâvûd, Tıb 11) buyurarak tedavide kullanılan maddelerin dinî ölçülere uygun olması gerektiğine dikkat çekmiştir. Bu bakış açısının bir sonucu olarak günümüzde “helal ilaç” kavramı, İslami ölçülere uygun, güvenilir ve sağlıklı tedavi alternatiflerini ifade eden önemli bir alan hâline gelmiştir.

1.2. Tayyib ve Habîs

Tayyib kelimesi tîb (tâb) kökünden türemiş olup Kur’ân-ı Kerîm’in tabirine göre sözlükte “hoş ve lezzetli olmak” manasına gelmekle birlikte duyuların ve nefsin haz aldığı, güzel, hoş ve lezzetli bulduğu şeyleri ifade etmektedir (Yerinde, 2011). Tayyib kelimesinin zıttı ise habîstir. Habîs, Hubs (habâset) kökünden türemiş olup Kur’ân tabirine göre “değersiz ve bayağı oluşu sebebiyle hoşla gitmeyen somut veya soyut varlık, durum” manalarına delalet etmektedir. Bu genel manalardan hareketle kelime; kötü insan, kötü evlât, şer, kâfir, şeytan, bozuk iş, haram, kötü kokulu yiyecekler yerine de kullanılmıştır (M. Z. Duman, 1996).

Kur’ân-ı Kerîm’de “tayyib” kavramı farklı bağlamlarda çeşitli anlamlara karşılık gelmektedir. Buna göre tayyib; kıymetli mal (Kur’ân, Nisâ, 4:2), bereketli ve temiz toprak (Kur’ân, A’râf, 7:58; Nisâ, 4:43; Mâide, 5:6), güven içinde yaşanan şehir (Kur’ân, Sebe, 34:15), helâl, hoş ve lezzetli yiyecekler (Kur’ân, Bakara, 2:57, 168, 172, 267; Mâide, 5:87-88; A’râf, 7:32), şer’î esaslara uygun şekilde kesilen hayvanların eti (Kur’ân, Mâide, 5:4-5), hem maddî hem de mânevî nimetler ve imkânlar (Kur’ân, Ahkâf, 46:20), ihtişamlı meskenler (Kur’ân, Tevbe, 9:72; Saf, 61:12), deniz yolculuklarını kolaylaştıran yumuşak rüzgâr (Kur’ân, Yûnus, 10:22), iman ve sâlih ameller (Kur’ân, Âl-i İmrân, 3:179; Mâide, 5:100), edepli evlat (Kur’ân, Âl-i İmrân, 3:38), güzel söz (Kur’ân, Hac, 22:24; Fâtır, 35:10), selâm ve esenlik (Kur’ân, Nûr, 24:61) ile huzurlu bir hayat (Kur’ân, Nahl, 16:97)

anlamalarında kullanılmıştır. Hadislerde ise tayyib, helal, temiz ve meşrû kazanç kavramlarıyla ilişkilendirilmiştir (Yerinde, 2011).

Buna karşılık “habîs” kelimesi Kur’ân’da; kötü kadın ve erkekler (Kur’ân, Nûr, 24:26), Allah’a şirk koşanlar ve münafıklar (Kur’ân, Âl-i İmrân, 3:179; Tevbe, 9:28), gerçek dışı ve edebe aykırı sözler (Kur’ân, İbrâhîm, 14:26) manalarında kullanılmıştır (M. Z. Duman, 1996).

Kur’ân-ı Kerîm’de yer alan “*O Peygamber ... temiz olan şeyleri helâl, pis olan şeyleri haram kılar*” (Kur’ân, A‘râf, 7:157) ayetinde geçen tayyibât ve habâis kavramları, varlıkların özünde bulunan temizlik ve kirlilik durumlarına işaret etmektedir. Bu ayet, Hz. Peygamber’in, dinî hükümler doğrultusunda helal ve haramı belirleme yetkisine sahip olduğunu ortaya koymakta; aynı zamanda İslâm’da helal kabul edilen gıdaların insan doğasına uygun, faydalı ve temiz olduğuna dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra birçok ayette peygamberler ile müminlerin helal ve temiz rızıklarla beslenmeleri ve sâlih ameller işlemeleri teşvik edilmektedir. Nitekim “*Ey iman edenler! Size rızık olarak verdiklerimizin helal ve temiz olanlarından yiyin ve Allah’a şükredin*” (Kur’ân, Bakara, 2:172); “*Ey elçiler! Hoş ve temiz olan şeylerden yiyin ve sâlih amellerde bulunun; şüphesiz Ben yaptıklarınızı bilmekteyim*” (Kur’ân, Mü’minûn, 23:51); “*Biz insanları onurlu kıldık... Onlara temiz ve güzel rızıklar verdik*” (Kur’ân, İsrâ, 17:70) ve “*Allah size şekil vermiş, şeklinizi güzelleştirmiş ve sizi temiz şeylerle rızıklandırmıştır*” (Kur’ân, Mü’min, 40:64) ayetlerinde, hem manevî gelişim hem de bedensel sağlık açısından insanın doğasına uygun gıdaların önemine işaret edilmektedir (Yerinde, 2011).

İslâm hukukuna göre bir gıdanın helal kabul edilebilmesi, yalnızca özü itibariyle temiz ve zararsız olmasına değil, aynı zamanda meşru yollarla elde edilmesine ve bu esaslara uygun biçimde hazırlanmasına da bağlıdır. Bu husus Kur’ân-ı Kerîm’de açıkça belirtilmiş, “*Murdar hayvan, kan, domuz eti, Allah’tan başkası adına kesilmiş, boğulmuş, vurularak öldürülmüş, yuvarlanıp ölmüş, boynuzlanarak öldürülmüş hayvanlarla -henüz canı çıkmadan yetişip kestiklerinizin dışında- yırtıcıların yediği hayvanlar, dikili taşlar önünde (sunaklarda) boğazlanmış hayvanlar ve fal oklarıyla paylaşmanız size haram kılındı. Çünkü bunlar doğru yoldan sapmaktır...*” (Kur’ân, el-Mâide 5:3-5) ayetiyle bu konunun önemi özellikle vurgulanmıştır.

Tayyib ve habis kavramlarının bu şekilde açıklanması İslâm’ın sağlık ve tedavi alanındaki yaklaşımını da şekillendirmektedir. Günümüzde ilaç üretiminde kullanılan katkı

maddeleri, kapsül içerikleri, çözücüler ve koruyucular bu kavramlar çerçevesinde değerlendirilmektedir. Helal ilaç anlayışı yalnızca tedavi edici etkileri değil, ilacın kaynağını ve üretim yöntemlerini de dikkate almaktadır. Tayyib olan maddelerle üretilen ilaçlar Müslümanlar için güvenilir ve dinen uygun kabul edilirken habis sayılan içeriklerden kaçınılmasının istenilmesi hem dini hassasiyetleri hem de sağlığı korumaya yöneliktir. Böylece tayyib ve habis kavramları, modern tıp ve ilaç alanında helal standartlarının belirlenmesinde temel bir ölçüt hâline gelmiştir. Bu yaklaşım, Müslüman toplumların ihtiyaçlarına cevap veren bir sağlık ve ilaç politikası anlayışının gelişmesine katkı sağlamaktadır.

1.3.Meşbuh (Şüpheli)

Arapça “şbh” kökünden türeyen şübhe (çoğulu: şübühât), kelime anlamı itibarıyla “benzerlik ve karışıklık sebebiyle ayırt edilemez hâle gelmek, belirsizlik ve kuşku duymak” şeklinde tanımlanır. Klasik İslâm literatüründe, özellikle fıkıh ve usûl-i fıkıh alanlarında ise şübhe, bir meselenin veya şer‘î hükmün mahiyeti hakkında kesin bilgiye ulaşılamamasından kaynaklanan tereddüt ve kararsızlık hâlini ifade eder. Bu kavram, hukuki istinbat sürecinde delillerin açık olmadığı veya birbirine yakın anlamlar taşıdığı durumları nitelendirmede anahtar bir kavram olarak değerlendirilmiştir (Günay, 2010).

İmam Nevevî, varlıkları üç grupta tasavvur eder; helal, haram ve şüpheli olanlar. Helal hükümler açık ve nettir, gizli bir yönü bulunmamaktadır. Örneğin; ekmek, bal, yağ ya da eti yenilen hayvanların süt ve yumurtaları helal kabul edilmektedir. Haram hükümlerde aynı şekilde belirgindir; içki, domuz eti veya akıtılmış kan gibi. Şüpheli grupta yer alanlar ise helal ve haramlığı kesin olarak resmedilmeyen şeylerdir. Bu grupta yer alanlar için alimler kesin bir hükme varamamakta bu nedenle nass, kıyas, istishâb gibi yöntemleri kullanarak sonuca varmaya çalışmaktadırlar. Ancak mesele nass ve icmâ’ ile çözülemezse müçtehitler içtihatlarını kullanarak meseleyi deliller öne sürerek helal veya haram gruplarından birine dahil ederler. Böylece konu hükme bağlanmış olur. Ancak bazen hiçbir delil bulunamaz, durum bu şekilde olduğunda ihtiyat ve takva gereği o şeyden uzak durmak tavsiye edilmektedir (Şenol, 2015).

Tıp ve ilaç alanında bu kavram, özellikle kaynağı veya üretim süreci net olarak bilinmeyen ilaçlar, katkı maddeleri ve tedavi yöntemleri için önemli bir ölçüt hâline gelmiştir. Bu durum Müslüman tüketicileri şüpheli içerikler karşısında helal alternatifler

aramaya yönlendirirken, İslâm hukukunda zaruret ilkesi bu çerçevede bir denge unsuru sunmuştur. Nitekim hayatı korumak ve tedaviyi sağlamak amacıyla zaruret halinde yasaklı bazı maddelerin tedavi amaçlı kullanımı dinen caiz görülmüştür. Bu yaklaşım, hem dini hassasiyetleri gözetmeyi hem de insan sağlığını korumayı hedeflemektedir. Günümüzdeki helal sertifikasyon çalışmaları da bu şüpheli durumları netleştirerek Müslüman toplumlara güvenle kullanabilecekleri ürün ve tedavi imkânları sunmayı amaçlamaktadır.

1.4. İstihâle

İstihâle, sözlükte “bir şeyin önceki hâinden farklı bir duruma dönüşmesi” anlamına gelmektedir. Fıkıh terminolojisinde ise “dinen necis kabul edilen bir maddenin geçirdiği kimyasal veya fiziksel dönüşüm sonucunda temiz (tâhir) hâle gelmesi” şeklinde tanımlanır. Bu kavram, yalnızca necis bir maddenin temiz hâle gelmesini değil, aynı zamanda temiz bir maddenin necis bir yapıya dönüşmesini de kapsar.

İslâm hukuk literatüründe istihâle tartışmaları, erken dönemlerden itibaren, haram sayılan bir maddenin başka bir maddeye dönüşmesi durumunda söz konusu yasak hükmünün devam edip etmeyeceği bağlamında değerlendirilmiştir. Özellikle şarap ve domuz eti gibi İslâm’ın temel yasakları arasında yer alan maddelerin başka bileşiklerle karışması veya yapısal olarak dönüşmesi bu tartışmaların yoğunlaştığı başlıca konular olmuştur (Okur, 2020).

İstihâle doğal ve yapay olmak üzere ikiye ayrılarak ele alınmaktadır. Çoğu İslâm alimi, istihâlenin geçerli olabilmesi için doğal yollarla meydana gelmesi gerektiğini öne sürmüştür. Ancak Hanefî mezhebi diğer mezheplere kıyasla bu konuyu daha geniş bir perspektifle ele alarak doğal, yapay ayrımı yapmadan her iki türü de geçerli varsaymıştır. Hanefî fakihlerden Ebu Yusuf, yaygın kanaatin tersine bir görüş benimseyerek necis bir maddenin dönüşüm geçirmesi durumunda artık kaynağına bağlı olarak necis sayılmayacağı görüşünü kabul etmiştir. Malikîlerin bir kısmı, İbn Teymiyye, İbn Kayyim ve İbn Hazm gibi bazı isimler de istihâleyi kabul etmişlerdir. Ancak Şafiîler ve özellikle Hanbelîler istihaleye daha ihtiyatlı ve mesafeli durmayı uygun görmüşlerdir (Özkan, 2011).

Fıkıh kitaplarında yer alan istihâle örnekleri incelendiğinde, istihâleyi gerçekleştiren faktörlerin: yakma veya yanma, mayalanma (fermantasyon), dönüşüm, topraklaşma, hayat sahibi olma, kimyevî işlemler olduğu görülmektedir.

a) Yakma veya Yanma: İstihâleye dair tartışmalarda en sık gündeme gelen yöntem, necis bir maddenin yakma yoluyla nitelik değiştirmesidir. Bazı klasik eserlerde bu mesele doğrudan “yakma” başlığı altında ele alınmış, “istihâle” terimi kullanılmamıştır (Çayiroğlu, 2013). Bu çerçevede özellikle hayvan pisliklerinin yakılarak kül hâline dönüşmesi, necasetin ortadan kalktığını gösteren tipik örneklerden biridir. Nitekim Hanefî fıkhnın temel kaynaklarından *Fetâvâ-yı Hindiyye*’de “Yakma” başlığı altında, hayvan tersinin kül hâline gelmesiyle temiz kabul edileceği, kan bulaşmış koyun başının yakılıp kül hâline dönüştüğünde temiz sayılacağı ve pis suyla yoğrulmuş çamurdan yapılan tuğla ya da kapların ateşte pişirilmesiyle arınacağı açıkça ifade edilmiştir (Efe, t.y.). Bu örnekler, yakma yoluyla gerçekleşen dönüşümün klasik fıkıh açısından temizleyici bir yöntem olarak kabul edildiğini göstermektedir.

b) Mayalanma (Fermantasyon): İstihâlenin bir diğer türü mayalanma ve sirkeleşmedir. Fıkıh literatüründe bu süreç, üzüm suyunun mayalanarak şarap hâline gelmesi anlamına gelen “tahammür” ve şarabın sirkeye dönüşmesini ifade eden “tahallül” kavramlarıyla açıklanmıştır (Çayiroğlu, 2013). Şarabın sirkeye dönüşmesi meselesi, klasik literatürde maddenin mahiyet değiştirerek necis vasfını kaybedip kaybetmediği tartışmalarında önemli bir örnek olarak öne çıkmıştır. Hanefî fakihi Kudûrî, *el-Muhtasar*’ında “Şarap sirkeye dönüştüğünde helal olur” ifadesine yer vermiştir (El-Kudûrî, 2019). İbn Âbidîn’in *Reddû’l-Muhtâr*’ında da şarabın sirkeye dönüşmesinin hükmî temizlik sağladığı belirtilmiş (İbn Âbidîn, t.y.), Hanbelî fakihi İbn Kudâme ise *el-Muğnî*’de aynı dönüşümün şarabı temiz kıldığını ifade etmiştir (İbn Kudâme el-Makdisî, 2015). Böylece şarabın sirkeye dönüşmesi, klasik literatürde istihâle tartışmalarında örnek olarak değerlendirilen konulardan biri olmuştur.

c) Dönüşüm: Herhangi bir maddenin farklı bir maddenin içerisine karışması ya da düşmesi sonucu, bu maddenin belirli bir süre sonra diğer maddenin bir parçası hâline gelmesidir. Klasik literatürde bu bağlamda sıkça verilen örneklerden biri, domuz veya eşek gibi hayvanların tuzluğa düşüp zamanla tuzun bir parçası hâline gelmesidir (Çayiroğlu, 2013). Bu örnek, necis bir maddenin özelliğini kaybedip yeni bir yapıya

dönüşmesi halinde temiz sayılabileceğini göstermektedir. Konu, başta *Bedâi'ü's-Sanâi'*, *Şerhu Fethu'l-Kadîr*, *Tebyinü'l-Hakâik* ve *el-Bahru'r-Râik* olmak üzere birçok Hanefî kaynağında zikredilmiştir (Şenol, 2015).

- d) Topraklaşma:** Organik maddelerin (bitki ve hayvanların parçaları ve onlardan arta kalanların), toprakta bulunan mikroorganizma ve toprak canlıları faaliyetleri sonucu toprağın bir parçası hâline gelmesidir. Bu işlemdeki dönüşüm faaliyetini yalnızca canlı organizmalar yapabilmektedir. Bu faaliyetleri gerçekleştiren organizmalar ise çoğunlukla yosun, solucan, mantar ve bakteridir (Çayıroğlu, 2013). Klasik kaynaklarda bu başlık açık şekilde yer almamakla birlikte modern fıkıh araştırmalarında topraklaşma istihâlenin güncel bir türü olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda Vehbe ez-Zuhaylî'nin *el-Fıkhu'l-İslâmî* adlı eserinde, necasetin toprağa gömülüp zamanla eserinin kaybolması örneği istihâlenin topraklaşma türü kapsamında değerlendirilebilir (Zuhaylî, 1994).
- e) Hayat Sahibi Olma:** İstihâlenin bir diğer şekli, necis bir maddenin canlı bir varlığın parçası hâline gelmesidir. İslâm alimleri, necis maddelerden türeyen canlıların temiz kabul edildiğini belirtmişlerdir. Örneğin ölmüş bir hayvandan arta kalan kalıntılar necaset hükmündedir; ancak bu kalıntıların üzerinde zamanla oluşan canlılar temiz sayılmıştır. Benzer şekilde yumurta içerisindeki kan da kirli bir madde kabul edilmesine rağmen ondan ortaya çıkan canlı temiz olarak değerlendirilmiştir (Çayıroğlu, 2013). Bu yaklaşım fıkıh kitaplarında da karşılık bulmaktadır. Nitekim İbn Âbidîn, *Reddû'l-Muhtâr*'da yeni doğan çocuğun üzerindeki rutubetin, kuzunun doğum sıvısının ve yumurtanın temiz sayıldığını açıkça ifade etmiştir (İbn Âbidîn, t.y.). Bu örnekler, necis bir maddenin hayat sahibi bir varlığın parçası hâline gelmesiyle mahiyet değişikliğinin gerçekleştiğini ve hükmi temizliğin sağlandığını göstermektedir.
- f) Kimyevî İşlemler:** Bazı maddeler, uygulanan kimyevî işlemler sonucunda mahiyet değişikliğine uğramakta ve bu dönüşüm istihâle kapsamında değerlendirilmektedir. Fıkıh literatüründe bu duruma verilen örneklerden biri, zeytinyağının sabuna dönüştürülmesidir. Nitekim *Fetâvâ-yı Hindiyye*'de, “pis yağ sabun yapılmış olursa, o sabunun temiz olduğuna hükmedilir; çünkü mahiyeti değişmiştir” ifadesine yer verilmiştir (Efe, t.y.). Aynı mesele, İbn Âbidîn'in *Reddû'l-Muhtâr*'ında da ele alınmış, sabun üretimi sırasında necis yağların mahiyet değiştirerek sabun hâline gelmesi

durumunda temiz kabul edileceği belirtilmiştir (İbn Âbidîn, t.y.). Bu örnekler, necis bir maddenin kimyevî işlem sonucu özelliğini kaybedip yeni bir yapıya dönüşmesinin fıkıh literatüründe istihâle kapsamında değerlendirildiğini göstermektedir.

Yukarıda zikredilen istihâle türleri, fıkıh literatüründe farklı örnekler üzerinden tartışılmıştır. Ancak bütün bu örneklerin ortak noktası, maddenin mahiyetinde meydana gelen köklü değişimdir. Bu dönüşüm, önceki hükmün ortadan kalkarak yeni yapının hükümlerinin uygulanmasını sağlamaktadır. İstihâle sonucunda bir maddenin mahiyet ve yapısında meydana gelen dönüşüm, ona önceki hükmünün kalkarak yeni hâlinin hükmünün uygulanmasını sağlar. Fakihler, bir maddenin kimyasal reaksiyonlar, yanma, sirkeleşme, başka maddelerle karıştırılma ya da güneş ve rüzgâr gibi doğal etkenlerle istihâle ugrayabileceğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda necâsetin dumanı, buharı veya külü temiz kabul edilmektedir. Benzer şekilde, insan ya da hayvan dışkısı uzun süre güneş ve rüzgâra maruz kalarak taş veya toprak özelliği kazandığında, necâset vasfını kaybetmiş sayılır ve temiz hükmü alır (Şenol, 2015).

Günümüzde, dinen necis sayılan bazı maddelerin değişime uğradıktan sonra gıda veya ilaç sanayinde kullanılmasının caiz olup olmayacağı tartışma konusu olmuştur. Bu mesele, özellikle fıkıh literatüründe “istihâle” kavramı çerçevesinde ele alınmaktadır. Âlimlerin bir kısmı, kandaki bazı unsurların işlenerek hormon üretiminde kullanılabileceğini, çünkü bu süreçte söz konusu maddelerin kimyasal yapısının tamamen değiştiğini ve artık “akan kan” özelliğini yitirdiğini ifade etmiştir. Benzer şekilde bazı araştırmacılar, sağlık açısından zararlı özellikleri giderildiği takdirde, domuz etinin de haram kapsamı dışında değerlendirilebileceğini ileri sürmüştür. Bununla birlikte jelatin, peynir mayası veya koruyucu gıda katkılarının üretiminde domuzdan elde edilen parçaların kullanılması konusunda görüş ayrılıkları devam etmektedir. Zira bu durumda söz konusu parçaların, öz nitelikleri bakımından haram hükmünü koruyup korumadığı tartışmalıdır. Öte yandan, dönüşüm yoluyla ortaya çıkan yeni maddenin helal sayılıp sayılamayacağı hususunda da farklı yaklaşımlar vardır. Özellikle domuz kökenli ürünlerde bu ihtilaf daha belirgindir. Bununla birlikte, şarabın sirkeye dönüşmesi örneğinde olduğu gibi istihâlenin temizleyici bir rol üstlendiği hususunda âlimler arasında genel bir kabul vardır. Ancak domuz veya domuzdan türeyen maddelerin çeşitli kimyasal işlemlerden geçirilerek kullanıma uygun hale getirilmesi istihâle kapsamına dâhil edilmekle beraber çoğu fakih tarafından sınırlı şekilde kabul edilmiştir. Netice itibarıyla

yeni bir maddenin helal olup olmayacağına karar verilirken Müslümanların ihtiyacı, alternatif ürünlerin varlığı ve ortaya çıkan yeni yapının mahiyeti dikkate alınmalıdır (Özkan, 2011).

İstihâle kavramı helal tıp ve ilaç alanına uyarlandığında; tedavi sürecinde kullanılan jelatin kapsüller, hayvansal katkıları ve alkol bazlı bileşenler bu çerçevede ele alınmakta ve tartışılmaktadır. Bu ürünlerin kimyasal dönüşüm süreçleri incelenerek dini hükmü belirlenmektedir. Söz konusu tartışmalar, ilaç sektöründe helal standartların oluşturulmasına yön veren önemli bir temel sağlamaktadır. Böylece istihâle, yalnızca klasik fıkıh tartışmalarının konusu olmaktan çıkarak günümüzde ilaç üretim süreçlerinde dikkate alınan önemli bir değerlendirme ölçütü hâline gelmektedir.

1.5. İstihlâk

İstihlâk (yoğaltım) kavramı, kökenini “yok olmak” veya “helâk olmak” anlamına gelen h-l-k kökünden almaktadır. Terim, bir malın harcanması, tüketilmesi ya da bir maddenin başka bir maddeye tamamen karışarak iz bırakmayacak şekilde özelliğini yitirmesi şeklinde tanımlanmaktadır. (Cıbız, 2015).

Fıkıh literatüründe istihlâk, bir maddenin kendisinden daha fazla miktarda bulunan başka bir maddeyle karışarak tamamen etkisiz hâle gelmesi veya varlığını sürdürmesine rağmen tat, koku ve renk gibi ayırt edici niteliklerini yitirmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu anlayışa göre, dinen necis kabul edilen ya da tüketilmesi haram olan az miktardaki bir madde, temiz ve helal nitelikteki daha büyük bir madde içerisinde karışıp özelliklerini kaybettiğinde, karışımın haramlık ve necislik hükmü geçerliliğini yitirir (Şimşek, 2019). İstihlâk kavramının tanımlarından hareketle bu uygulamanın geçerli olabilmesi için bazı temel şartlar bulunmaktadır. Öncelikle, helal ve temiz maddenin miktarı, haram veya necis olan maddeden daha fazla olmalıdır. Bu üstünlük, necis maddenin tat, koku ve renk gibi ayırt edici özelliklerini tamamen kaybedecek düzeyde olmalıdır. Bir maddenin temiz veya necis olarak değerlendirilmesi, karışımındaki necis maddenin varlığı ya da yokluğu ile yakından ilişkilidir. Ancak necis madde mevcut olsa dahi, özelliklerini tamamen yitirmesi durumunda karışım temiz kabul edilmektedir (Cıbız, 2015).

Klasik fıkıh literatüründe istihlâk konusu için özel bir bölüm ayrılmamış, konular belirli bablar altında işlenmiştir. İstihlâk konusu çoğunlukla necaset, büyük ve küçük havuzlarla ilgili hükümler, artıklar, kuyular, süt emzirme, yemin ve içki içme haddi gibi bahislerin

yer aldığı bölümlerde yer almıştır. Ayrıca klasik fıkıh kitaplarında istihlâk ve istihâle ayrımını da tam olarak yapılmamıştır. Bunun sebepleri arasında bazı müçtehitlerin hükmen istihlâk ve istihâle kavramlarını benzer kategoride incelemeleri ve istihlâk ve istihâle sonrası değişimde kirli helâl maddelere dönüşeceğini kabul etmeleridir. Diğer bir sebepse o dönemde böylesi türde bir ayrımı yapacak teknolojinin bulunmamasıdır (Çayiroğlu, 2013).

Klasik fıkıh eserlerindeki örnekler üzerinden istihlâk kavramını değerlendiren çağdaş araştırmacılar, bu konunun iki ayrı anlamda ele alındığını belirtirler. İlk anlayışa göre istihlâk, necis bir unsurun temiz bir madde içinde tamamen yok olup ayırt edilemez hale gelmesidir. Böyle bir durumda karışan maddenin tat, koku ve renk gibi özelliklerinden geriye hiçbir iz kalmaz. İkinci yaklaşım ise bir maddenin diğer bir maddeye karışarak mevcut özelliklerini bütünüyle kaybetmesi, hatta varlığını sürdürse bile yok hükmünde görülmesidir. Bu görüşü benimseyen alimler, istihlâki istihâlenin bir çeşidi saymış ve kavramı daha geniş bir bakışla yorumlamışlardır. İbn Teymiyye ve İbn Hazm, bu ikinci anlayışın temsilcileri arasında yer almaktadır. İbn Hazm'ın değerlendirmesine göre su, süt veya sirke gibi temiz kabul edilen içeceklerin içine az miktarda idrar, kan veya şarap karıştığında, bu karışım artık necis maddenin adıyla anılamaz. Aksine, söz konusu içecek kendi asli hüviyetini korumaya devam eder. Bu nedenle böylesi bir durumda haramlıktan bahsetmek mümkün değildir. Mezhepler arasında ise farklı yaklaşımlar vardır: Hanefîler ve Şafiîler istihlâki daha dar bir çerçevede yorumlarken, İbn Hazm ve İbn Teymiyye meseleye en geniş sınırlar içerisinde yaklaşmıştır. Malikîler ve Hanbelîler ise bu iki uç görüş arasında orta bir tutum geliştirmiştir (Şimşek, 2019).

Günümüzde istihlâk tartışmaları, gıda ve ilaçlardaki alkol oranlarının değerlendirilmesi bağlamında da ele alınmaktadır. Fıkıh alimleri, alkollü içkiler dışında, yiyeceklerde ve içeceklerde kendiliğinden oluşan ve sarhoş edici seviyeye ulaşmayan alkol miktarlarının haram sayılmayacağı konusunda genel bir görüş birliği içindedir. Ancak gıda ve içeceklere dışarıdan alkol eklenmesi durumunda hüküm değişmekte, bu tür ürünlerin tüketimi caiz görülmemektedir. Nitekim içerisinde az miktarda dahi alkol bulunan çikolatalar veya alkolle marine edilmiş etler bu kapsamdadır (Şimşek, 2019). İlaçlarda özellikle çözücü olarak yer alan alkol ilacın üretim sürecinde bazen tamamen yok olmakta bazense iz miktarda kalmaktadır. Alkolün iz miktarda kalması durumunda zaruret ilkesi gereği bu ilaçların kullanımı caiz görülmektedir. Alternatif bir tedavi yöntemi

bulunmadığında veya hastanın sağlığını korumak için gerekli olduğunda, iz seviyedeki alkol varlığı ilacın haram sayılmasına sebep olmamaktadır. Bu durum, istihlâk kavramının ilaç üretiminde pratik bir değerlendirme ölçütü olarak önem kazandığını göstermektedir.

İstihlâk ve istihâle kavramları arasında benzerlik bulunmakla birlikte dikkatli incelendiğinde bunların aynı şey olmadığı görölmektedir. Her iki durumda da maddede bir değışim söz konusudur, fakat bu değışimin mahiyeti farklıdır (Çayıroğlu, 2013):

- İstihlâk, küçük miktardaki bir maddenin, çok miktardaki başka bir maddeye karışarak görünürlükten kaybolmasıdır. Bu nedenle istihlâkın gerçekleşebilmesi için en az iki farklı maddenin bir arada bulunması gerekir. Buna karşılık istihâle, tek bir maddenin kendi yapısında meydana gelen dönüşüme işaret eder. Yani dışarıdan başka bir maddeye ihtiyaç olmaksızın, uygun şartlar altında öz yapısı değışebilir.
- Aralarındaki temel ayrım ise dönüşümün niteliğindedir: İstihâlede madde, kimyasal özelliklerini kaybederek tamamen farklı bir yapı ve yeni bir kimlik kazanır. İstihlâkte ise az olan madde baskın olanın içinde görünürde kaybolursa da öz yapısı değışmez, sadece fiziksel bir durum söz konusudur. Bu nedenle istihâle bir kimyasal dönüşüm iken istihlâk daha çok fiziksel bir etkileşim olarak değerlendirilmektedir.

1.6. Helal Ürün

Helal ürün, İslâm hukukunun ortaya koyduğu ölçütlere uygun olan, temiz, güvenilir ve tüketilmesinde herhangi bir dini sakınca bulunmayan ürünleri ifade etmektedir. Bir ürünün helal kabul edilmesi yalnızca nihai tüketim aşamasıyla sınırlı değildir. Hammaddenin temininden üretim süreçlerine, paketlenme, depolama ve dağıtım aşamalarına kadar bütün üretim zincirinin İslâmî prensiplere uygun olması gerekmektedir. Dolayısıyla helal kavramı yalnızca ürünün kendisine değıl, üretim ve tüketim sürecindeki bütün unsurlara yönelik bir değerlendirme ölçütü sunmaktadır. İslâmî naslarda açıkça yasaklanmamış olan ürünler helal kabul edilirken kesin delillerle haram kılındığı belirtilen ürünler ve uygulamalar bu kapsamın dışında tutulmaktadır (“Helal Gıda | CTR”, 2024).

Helal ürün kavramı çoğunlukla gıda sektörü ile ilişkilendirilse de günümüzde kapsamı oldukça genişlemiştir. Kozmetik, temizlik ürünleri, bankacılık ve finans, turizm ve özellikle de ilaç sektörü helal ürün anlayışının temel boyutları arasında yer almaktadır

(“Helal Gıda | CTR”, 2024). İlaçlar doğrudan insan sağlığıyla ilişkili olduklarından helallik ilkesi bu alanda çok daha kritik bir önem kazanmaktadır. İlaçların üretiminde kullanılan hammaddelerin bitkisel, hayvansal, kimyasal veya mikrobiyal kökeni; yardımcı bileşenlerin niteliği, üretim teknikleri, üretim tesislerindeki koşullar ve hatta kapsül veya tablet kaplamalarında kullanılan jelatin gibi maddelerin kaynağı helal değerlendirmesi açısından belirleyici olmaktadır. Bu sebeple ilaçlarda helallik yalnızca tüketim boyutunda değil, formülasyondan paketlemeye kadar tüm aşamalarda dikkate alınması gereken bir husustur (Batu, 2012).

Türkiye’de helal ürünlere yönelik akademik araştırmaların geçmişi görece yenidir. İlk dönem çalışmalar çoğunlukla ilahiyat ve fıkıh alanında yürütülmüşken günümüzde helal ürünler yalnızca dini yönüyle değil, aynı zamanda tüketici davranışları, pazarlama stratejileri, sertifikasyon süreçleri, uluslararası ticaret ve sağlık boyutlarıyla da disiplinler arası bir bakış açısıyla incelenmektedir (Belen, Gündüzöz ve Erol, 2018). Helal gıda ve turizm alanlarındaki çalışmaların yanı sıra son yıllarda helal ilaç kavramı da giderek daha fazla gündeme gelmiştir. Özellikle ilaçların üretiminde alkol, jelatin ve enzimler gibi tartışmalı bileşenlerin kullanılması yabancı literatürde önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bununla birlikte COVID-19 pandemisi sürecinde aşı ve ilaçlarda helallik meselesi çok daha görünür hale gelerek helal ilaçlara yönelik ihtiyaç ve farkındalığı artırmıştır. Bu gelişmeler Malezya ve Endonezya gibi ülkelerde helal ilaç alanında kapsamlı düzenlemeler ve araştırmalara öncülük etmiştir.

Ayrıca helal ilaç konusu, dini boyutun yanı sıra sağlık, ekonomi ve toplumsal güven açısından da giderek önem kazanmaktadır. Günümüzde helal ilaçlar konusunda küresel ölçekte güçlü bir rekabetten söz etmek mümkün olmasa da bu alandaki farkındalığın artmasıyla birlikte gelecekte hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda önemli bir rekabet alanı haline gelebilir. Bu durum, helal ilaç kavramını yalnızca bireysel tercihleri ilgilendiren bir konu olmaktan çıkarıp ilerleyen süreçte sağlık politikaları ve ticari stratejiler açısından da dikkate değer bir alan haline getirecektir.

1.7. Helal Sertifika ve Standardizasyon

Helal sertifikalandırma anlayışı, 1960’lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa, Asya’nın bazı bölgeleri ve Pasifik ülkelerinde yaşayan Müslüman toplulukların dini hassasiyetlerinden doğmuştur. Bu ülkelerde azınlık olarak yaşayan Müslümanlar, dini

kimliklerini muhafaza etme çabasıyla birlikte inançlarına uygun gıdalara erişme ihtiyacı hissetmişlerdir. Tükettikleri yiyeceklerin helal olup olmadığı konusundaki kaygılar, onları helal ürünleri diğerlerinden ayırt edebilmek için özel işaretler kullanmaya yöneltmiş, ayrıca hangi ürünlerin güvenle tüketilebileceğini göstermek amacıyla listeler hazırlamaya sevk etmiştir (Tekle, Sağdıç, Nursaçan, Yetim ve Erdem, 2013; Çeker, 2021). Helal sertifikalandırma yalnızca gıda sektörüyle sınırlı değildir; hizmet, enerji, ulaşım ve kozmetik gibi pek çok farklı alanda da uygulanmaktadır. Ürün veya hizmetin üretim sürecinde güvenilir kabul edilebilmesi için süreç boyunca İslâmî değerlerin gözetilmesi gerekir. Örneğin kırmızı etin hijyenik olması tek başına yeterli görülmez, helal sayılabilmesi için Yahudilikteki Kosher uygulamasında olduğu gibi ek bazı dinî şartların da yerine getirilmesi gerekir (Gelir, 2013).

Günümüzde hem yurt içinde hem de uluslararası pazarlarda tüketiciler, tükettikleri ürünlerin helal olup olmadığını öğrenmek istemekte ve özellikle helal belgesi bulunan ürünleri tercih etmektedirler. Müslüman ülkeler de ithalat yaparken ürünlerin Helal Gıda sertifikasına sahip olmasını şart koşmaya başlamıştır. Bu nedenle helal belgesi, yalnızca ürünün dinî açıdan güvenilirliğini göstermekle kalmamakta, aynı zamanda üreticiler için bir pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Sonuç itibarıyla helal sertifikalı ürünlere yönelik talep her geçen gün artış göstermektedir (“Helal Gıda | CTR”, 2024).

1.8. Helal Sertifikasyon Faaliyetleri Gösteren Uluslararası Kuruluşlar

Helal sertifikasyon hareketlerinin dünya çapındaki geçmişi 1960’lı yıllara uzanır. İlk girişim, 1963’te Amerika Birleşik Devletleri’nde kurulan Islamic Society of North America (ISNA) / Kuzey Amerika İslam Toplumu tarafından yapılmış ve bu kurum helal standartlarını belirlemeye yönelik öncü bir çalışma yürütmüştür. Kısa süre içinde Malezya ve Endonezya da bu alana dâhil olmuş, ülkelerinde helal belgelendirme için çeşitli standartlar ve şartnameler oluşturmuştur. Bu süreçte önemli bir adım da 2002 yılında atılmış ve merkezi Cakarta’da bulunan World Halal Council (WHC) / Dünya Helal Konseyi kurulmuştur. Bugün 60’a yakın ülkenin temsil edildiği bu konseyde, üye kuruluşlar kendi tüzükleri gereğince birbirlerini karşılıklı olarak akredite etmektedir. Malezya merkezli bir diğer kurum ise World Halal Forum / Dünya Helal Forumudur. Forum, kendi geliştirdiği “Dünya Helal Standartları” çerçevesinde faaliyet göstermekte ve Malezya’nın tanıdığı ülkeleri doğrudan üye kabul etmektedir. Bunlara ek olarak,

yalnızca İslâm ülkelerinde değil; İngiltere, Amerika gibi Batı toplumlarında da helal belgelendirme faaliyetleri yürüten çok sayıda kuruluş faaliyet göstermektedir (Yalçın, 2019).

Dünyada uluslararası helal gıda sertifikalandırma ve standardizasyon faaliyetleri yapan, bazı kurum ve kuruluşlar aşağıda sunulmuştur:

a. Department of Islamic Development Malaysia (JAKIM)/Malezya İslâm Kalkınma Dairesi

Malezya, helal gıda konusundaki çalışmalara en erken başlayan ülkelerden biri olarak öne çıkmaktadır (Batu, 2012). 1960'lı yıllarda farklı etnik ve dini grupların birlikte yaşadığı Malezya'da, özellikle 1970'li yıllarda ithal gıda ürünlerinin artması ve gayrimüslim işletmelerin ülke genelinde açtığı restoranlar, Müslüman halk arasında güvenilir bir otorite arayışını doğurmuştur. Toplumdan gelen bu talep üzerine hükümet, üretilen ve ithal edilen gıda ürünlerinin helallliğini denetleyecek hukuki düzenlemeler ve prosedürler geliştirmeye başlamıştır. Bu kapsamda 1982 yılında Başbakanlık Dairesi'ne bağlı İslâmî İşler Bölümü bünyesinde gıda ve ürünlerin helallik durumunu incelemek üzere bir komisyon kurulmuştur. İlk aşamada "Helal-Haram Komisyonu" olarak bilinen bu yapı daha sonra "Müslümanlar Tarafından Kullanılan Gıda ve Malzemeleri İnceleme Komitesi" adını almış, 1985'te ise yeniden düzenlenerek Başbakanlık Dairesi İslâmî İşler Bölümü (BAHEIS) şeklinde teşkilatlanmıştır. 1994 yılıyla birlikte ülkede helal logo uygulamasına geçilmiş, sertifika alan ürünlerin ambalajlarında resmi helal işareti kullanılmaya başlanmıştır. 1996'da ise bu kurumun statüsü değiştirilerek İslâm Kalkınma Dairesi (JAKIM) adıyla doğrudan devlet kurumu haline getirilmiştir (Fındık, 2019).

1998-2002 yılları arasında Malezya'da helal sertifikasyon sisteminde yeni bir düzenlemeye gidilmiş, işletmelerin denetim yetkisi özel bir şirket olan Ilham Daya Sdn Bhd'ye bırakılmıştır. Bu dönemde JAKIM, firmaların başvurularını değerlendirerek sertifika verme işlevini sürdürmüş, aynı zamanda yayımlanan helal standartlarıyla ülkenin bu alandaki uluslararası tanınırlığı güçlenmiştir. 2002 yılının Eylül ayında alınan yeni bir karar ile helal sertifikalandırma işlemlerinin tamamı JAKIM'in İslâmî Gıda ve Tüketim Malları Araştırma Bölümü'ne bağlanmıştır. Bu tarihten sonra JAKIM, yalnızca gıda alanında değil, aynı zamanda paketleme, kozmetik, lojistik, ilaç ve konaklama gibi farklı sektörlerde de helal sertifika düzenlemeleri yapmıştır. Kurum, 2004, 2009 ve 2019

yıllarında standartlarını güncelleyerek helal sistemini çağın ihtiyaçlarına uyarlamıştır (Fındık, 2019).

Günümüzde JAKIM, Malezya’da helal sertifikasyonu yürüten en yetkin kurum konumundadır. 1 Ocak 2024 itibarıyla kurum; gıda ürünleri, kozmetik, ilaç, tüketim malları ve tıbbi cihazları kapsayan beş farklı helal sertifikasyon şeması geliştirmiştir. Bu durum Malezya’yı yalnızca bölgesel değil, uluslararası ölçekte de helal standartlarının belirlenmesinde öncü ülkelerden biri haline getirmiştir (Kuala Lumpur Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği, 2024).

b. Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA)/ Amerika İslâmî Gıda ve Beslenme Konseyi Helal Endüstriyel Üretim Standartları

1980 yılında bir grup bilim insanı ABD'deki Müslüman tüketicilere, gıda ürünlerinin helal durumu hakkında bilgi sunmak amacıyla "Helal Gıda ve Beslenme" isimli bülteni yayımlayarak helal faaliyetlerine başlamış ve 1982 yılında IFANCA ismiyle resmi olarak kurulmuştur. Kurum kuruluş tarihinde itibaren tüketici ve endüstrinin helal ürünler tedarik etmesine yardımcı olmaya kendini adanmış ve kâr amacı gütmemiştir. Ayrıca devamlı biçimde seminer ve yayım faaliyetlerini sürdürmüştür ("IFANCA", 2024).

Kurum 20 ülkede helal gıda belgelendirmesi yapmakta ve Malezya hükümeti tarafından ülke dışında tanınan tek kuruluş olma statüsüne sahiptir. Ayrıca verdiği sertifikalar Tayland İslami Komite Ofisi, Endonezya Ulema Meclisi (MUI), Singapur Ulema İslam Meclisi (MUIS), İslam Dünyası Birliği (MWL), Filipinler Helal Birliği ve ABD Tarım Bakanlığı tarafından tanınmaktadır (Şimşek, 2013).

c. Halal Certification Services (HCS)/ Helal Sertifikasyon Servisi

HCS, 1987 yılında İsviçre’de kurulmuştur. Hizmet sahası başta Avrupa olmak üzere dünyanın dört bir yanına ulaşmaktadır. Ayrıca Almanya, İspanya, Portekiz, Fransa ve Yunanistan’da ofisleri bulunmakla birlikte HCS, LPPOM MUI (Endonezya), JAKIM (Malezya), MUIS (Singapur), CICOT (Tayland), BAE, Suudi Arabistan ve dünyadaki diğer saygın helal sertifika kuruluşları tarafından da tanınmaktadır. Kurumun helal belgelendirme hizmet alanları: gıda ürünleri, kozmetik, ilaç, gıda dışı maddeler ve hayvan yemleridir ("HCS-Halal Certification & Compliance Solutions", 2024; Eryılmaz, 2021).

d. Majelis Ulama Indonesia (MUI)/ Endonezya Ulema Konseyi

1975 yılında faaliyetlerine başlayan MUI’nın kuruluş amacı İslami bir devlet çerçevesinde güvenli ve barışçıl biçimde yaşamaktır. Bu hedef doğrultusunda konseyin

birtakım görevleri de bulunmaktadır. Bu görevler; hükümete tavsiyelerde bulunmak, topluma ahlaki rehberlik sunmak, fetva yayınlamak, İslâm kardeşliğini yaymak, İslâmî liderlerin bulunduğu etkinlikler ve programlar düzenlemek, İslâmî propaganda yapmak, İslâm ve şariat eğitimi sağlamak, dinler arası ilişkilere dahil olmak, Bank Muamalat Indonesia'nın kurulmasını sağlamak, helal belgelendirme faaliyetleri yürütmek, UNICEF ve WHO gibi kuruluşlarla uluslararası kuruluşlarla işbirliğini geliştirmek ve “Gıda, İlaç ve Kozmetik Değerlendirme Enstitüsü” (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika, LPPOM) adlı bir kurumu yönetmektir (Hasyim, 2011).

e. World Halal Council (WHC) / Dünya Helal Konseyi

Dünya Helal Konseyi (WHC), dünya çapında farklı ülke ve milletleri temsil eden üye kuruluşlar arasında helal belgelendirme ve akreditasyon sürecini standartlaştırmak amacıyla resmi olarak 1999 yılında Endonezya-Jakarta'da kurulmuştur.

WHC, Endonezya'nın Kuala Lumpur kentinde bir dünya kuruluşu olarak tescil edilmiş olmasına rağmen tüzüğünü formüle edebilmesi, onaylayabilmesi ve kabul edebilmesi dokuz yıl sürmüştür. WHC, üyelerinden WHC Genel Kurulu tarafından onaylanan dünya standardına uymaları ve kendi yetki alanları dahilinde de aynı standardı uygulamalarını beklemektedir (“WHC- World Halal Council”, 2024).

f. World Halal Foundation (WHF)/ Dünya Helal Formu

Dünya Helâl Forumu (WHF), Malezya hükümetinin girişimiyle kurulmuş ve 2006 yılında Kuala Lumpur'da ilk toplantısını gerçekleştirmiştir. Forum, daha sonra Uluslararası Helal Entegrasyon Birliği (IHIA) tarafından alınan kararla helal akreditasyon ve entegrasyon konularında çalışmalarını sürdürmeye başlamıştır (Eryılmaz, 2021). WHF'nin temel hedefi, Birleşmiş Milletler tarafından tanınan bir kurum haline gelmek ve dünya ülkeleri arasında ortak bir “Helal-ISO” ile küresel helal gıda standartlarının oluşturulmasına katkı sağlamaktır (Batu, 2012).

g. International Halal Integration Alliance (IHIA)/ Uluslararası Helal Entegrasyon İttifakı

Uluslararası Helal Entegrasyon İttifakı (IHIA), 2007 yılında küresel helal standartlarının oluşturulması, tanınma, işbirliği ve üyelik yoluyla küresel ticarete helal pazar kavramının bütünlüğünü korumak için kâr amacı gütmeyen uluslararası bir kuruluş olarak kurulmuştur. Ancak kurum 2017 yılında rolünü sona erdirmiştir. Faaliyetlerini sürdürdüğü yıllarda sekiz standart geliştirmiştir. Bu standartlar; hayvan yemi, hayvan

refahı, kesim ve işleme, gıda hizmetleri, kozmetik ve kişisel bakım, Müslüman dostu turizm, lojistik ve helal için laboratuvar test ve analizleri üzerinedir (“IHIA-Accreditation & Certification from International Halal Integrity Alliance”, 2024).

h. The Standards and Metrology Institute for the Islamic Countries (SMIIC)/ İslam Ülkeleri Standardizasyon ve Metroloji Enstitüsü

İslâm Ülkeleri Standardizasyon ve Metroloji Enstitüsü (SMIIC), 2010 yılında İslâm İşbirliği Teşkilatı’na (İİT) bağlı olarak kurulmuştur. Enstitü özellikle helal uygunluk değerlendirmesi ve akreditasyon alanında faaliyet göstermektedir. 2023 itibarıyla 44 üyesi ve 3 gözlemci ülkesi bulunan enstitü; İİT üyeleri arasında standartların uyumlaştırılması, ticaretteki teknik engellerin azaltılması, belgelerin karşılıklı tanınmasına dayalı ortak sistemler oluşturulması ve eğitim desteği sağlanması gibi görevler üstlenmektedir (“SMIIC- İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü”, 2024).

Enstitünün hâlen yürürlükte 20 OIC/SMIIC standardı bulunmaktadır. İlk üçü, SMIIC kurulmadan önce İİT bünyesindeki Standardizasyon Uzmanlar Grubu (SEG) tarafından hazırlanmış ve 2011’de resmen kabul edilmiştir. Bu standartlar helal gıda, belgelendirme, akreditasyon üzerinedir ve hem uluslararası düzenlemeler hem de İslâmî fıkıh hükümleri esas alınarak geliştirilmiştir. SMIIC, ayrıca helal turizm, katkı maddeleri, jelatin, test yöntemleri, yönetim sistemleri ve tedarik zincirine yönelik ek standartlar da geliştirmektedir. Böylece hem İİT ülkelerinde hem de diğer bölgelerde ortak bir helal kalite altyapısının güçlendirilmesi hedeflenmektedir (“SMIIC- İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü”, 2024).

i. Gulf Cooperation Council (GAC)/ Körfez İşbirliği Teşkilatı Akreditasyon Kurumu

Körfez İşbirliği Teşkilatı Akreditasyon Kurumu (GAC), 2013 senesinde Körfez Arap Ülkeleri ve Yemen Cumhuriyeti İşbirliği ile kurulmuştur. Orta Doğu, Asya ve Pasifik’te uluslararası akreditasyon (test laboratuvarları akreditasyonu, kalibrasyon laboratuvarları akreditasyonu, muayene kuruluşları akreditasyonu ve tıbbi laboratuvar akreditasyonu) ve sertifika faaliyetleri yürütmektedir (“GAC-Gulf Cooperation Council”, 2024).

j. World Halal Authority (WHA)/ Dünya Helal Kurumu

Dünya Helal Kurumu (WHA); İtalya, İngiltere, İspanya gibi ülkelerde çok sayıda şubeleri bulunan uluslararası bir kuruluştur. Dünya genelinde Endonezya (MUI), Malezya

(JAKIM), Brunei, Singapur (MUIS), Birleşik Arap Emirlikleri (ESMA), Katar (MOPH), Pakistan, Tayland, Filipinler, Güney Afrika, Türkiye (GIMDES), Libya, Fas, Tunus, Irak, Mısır, ABD gibi birçok ülkede akreditasyon çalışmaları yapmaktadır (“WHA-World Halal Authority”, 2024).

k. International Halal Authority Board (IHAB)/Uluslararası Helal Kurumu Kurulu

Uluslararası Helal Kurumu Kurulu (IHAB), Malezya’da JAKIM’in girişimiyle 2018’de kurulmuş olup gıda, gıda dışı ürünler ve turizm alanlarında helal sertifikasyonunda küresel iş birliğini güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Bugün 42 ülkeden 69 farklı helal kuruluşunu bünyesinde barındıran kurul, üye kurumlar arasında helal standartlarının ve sistemlerinin uyumlaştırılmasına odaklanmaktadır (Eryılmaz, 2021).

l. The Association of Halal Certification (AHAC)/ Dünya Helal Sertifikasyon Kuruluşları Birliği

2020 yılının başlarında Balkanlar’da kurulan AHAC, helal belgelendirme alanında faaliyet gösteren kurumları bir çatı altında toplamak amacıyla oluşturulmuştur. Birlik, dünyanın farklı bölgelerindeki kuruluşlar arasında iş birliği geliştirmeyi ve ortak ilgi alanlarına yönelik faaliyetler yürütmeyi hedeflemektedir (Eryılmaz, 2021).

1.9. Türkiye’de Helal Sertifikasyon Faaliyetleri Gösteren Kurumlar

Türkiye’de helal sertifikasyon alanında faaliyet gösteren birçok kurum bulunmaktadır. Bu başlık altında GİMDES, HAK, TSE, HEDEM, Dünya Helal Birliği, HELALDER, KASCERT, ISQ ve SZUTEST gibi kuruluşların çalışmaları incelenmiştir. Söz konusu kurumlar, farklı alanlarda yürüttükleri sertifikasyon faaliyetleriyle helal belgeli ürünlerin güvenilirliğini artırmayı, tüketici bilincini geliştirmeyi ve Türkiye’nin ulusal ve uluslararası düzeyde helal belgelendirme kapasitesini güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

a. GİMDES (Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalandırma Derneği)

2005 yılında İstanbul’da kurulan GİMDES, helal ve sağlıklı yaşamı desteklemek amacıyla faaliyet göstermektedir. Kurum, Fıkıh ve Teknik Bilimler Kurulu tarafından hazırlanan kendi standartlarını uygulamaktadır. 2008’de Tayland’da gerçekleştirilen Dünya Helal Konseyi (WHC) kongresine davet edilen GİMDES, bu toplantının ardından yaklaşık 50 ülkeden helal sertifika kuruluşunun üye olduğu WHC’ye katılmıştır. Ayrıca Dünya Helal Forumu (WHF) ile Avrupa’daki helal sertifikasyon kuruluşlarının

oluşturduğu AHC-EURO çatılarının kurucu üyeleri arasında yer almıştır. Malezya'daki JAKIM, Endonezya'daki MUI, Singapur'daki MUIS ve Dünya Helal Konseyi tarafından da akredite edilmiştir. 2013 tarihi itibarıyla güncellenmiş helal sertifikalı ürün listesini kamuya duyurmuştur ("GİMDES", 2015; Şimşek, 2013).

b. HAK (Helal Akreditasyon Kurumu)

Türkiye'de Kasım 2017'de dönemin Ekonomi Bakanlığı'na bağlı olarak kurulan Helal Akreditasyon Kurumu (HAK), helal uygunluk değerlendirmesi yapan kuruluşların ulusal ve uluslararası standartlar çerçevesinde faaliyet göstermesini sağlamak amacıyla yapılandırılmıştır. HAK'ın temel hedefi, bu kurumların düzenlediği belgelerin hem Türkiye'de hem de uluslararası düzeyde geçerlilik kazanmasını temin etmektir. Bu doğrultuda HAK, yurt içi ve yurt dışında faaliyet gösteren uygunluk değerlendirme kuruluşlarını akredite etmekte, ilgili ölçütleri belirleyip uygulamaktadır. Ayrıca Türkiye'yi uluslararası ve bölgesel akreditasyon kuruluşlarında temsil ederek helal akreditasyon alanındaki uluslararası ilişkileri yürütmekte, ikili veya çok taraflı tanıma anlaşmaları gerçekleştirmektedir. Bunun yanında kurum, helal akreditasyon bilincini geliştirmek amacıyla eğitim programları düzenlemekte, araştırma ve yayın faaliyetleri yürütmekte ve kongre ile seminer gibi organizasyonlara öncülük etmektedir ("HAK-Helal Akreditasyon Kurumu", 2024)

c. TSE (Türk Standartları Enstitüsü)

Türk Standartları Enstitüsü, 4 Temmuz 2011'den itibaren İslâm Ülkeleri Standardizasyon ve Metroloji Enstitüsü'nün (SMIIC) yayımladığı TS OIC/SMIIC 1:2011 Helal Gıda Kılavuzunu esas alarak helal uygunluk belgelendirmesi yapmaktadır. Enstitü; helal kesim, parti malı uygunluğu, turizm ve kozmetik alanlarında belgelendirme gerçekleştirmekte ve bu belgeleri üç yıllık sürelerle geçerli kılmaktadır (TSE, 2023).

d. HEDEM (Helal Gıda Denetim ve Sertifikalandırma Merkezi)

2010 yılında İstanbul'da faaliyete geçen HEDEM, üretim ve tüketim süreçlerinde hem dini esaslara bağlı kalmayı hem de insan ve çevre sağlığını gözetmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda yapılan denetimlerin ardından "Helal Denetim Sertifikası" ve "Helal Denetim Kontrol Raporu" gibi belgeler hazırlanmaktadır. Kurum, yurt içi ve yurt dışındaki laboratuvarlarla ortak çalışmalar yürütmekte olup Uluslararası Helal Entegrasyon Birliği (IHI) üyeleri arasındadır (Şimşek, 2013).

e. Dünya Helal Birliği

Şubat 2010’da kurulan Dünya Helal Birliği, gıda başta olmak üzere çeşitli ürün ve hizmetlerde standartların geliştirilmesi, uygunluk kriterlerinin belirlenmesi ve araştırmaların yapılmasını hedeflemektedir. Birlik, toplumun helal bilinci konusunda farkındalığını artırmak için ulusal ve uluslararası araştırmalar gerçekleştirmekte; elde edilen sonuçları konferans, seminer ve panellerle paylaşmaktadır. Belgelendirme süreçlerinde ise İslâm Ülkeleri Standardizasyon ve Metroloji Enstitüsü’nün yayımladığı OIC/SMIIC Genel Helal Standardı esas alınmaktadır (“Dünya Helal Birliği”, 2024; Şimşek, 2013).

f. HELALDER (Sağlık, Güvenlik ve Helal Derneği)

Sağlık, Güvenlik ve Helal Derneği (HELALDER), 2010 yılında helal ürünlerin temin edilmesini kolaylaştırmak, bu konularda usul geliştirmek ve standart belirlemek gibi faaliyetler yürütmek amacıyla Konya’da kurulmuştur. Kurumun temel ilkeleri; siyasi yapılar ve cemaatlerle kurumsal ilişki içinde olmamak, geliştirilecek yöntemlerin uluslararası kabul edilebilirliğini sağlamak, konuya ticari bir gözle bakmamak, en geniş katılımı sağlayarak ortak akıl oluşturmak, İslâm dininin temel kaidelerinden hiçbir surette taviz vermemek, ihtilaflı konularda kendi uzmanlarının görüşünü esas almaktır (“Helalder”, 2024).

HELALDER, ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi esas alınarak geliştirilen HELAL22 standardını oluşturmuştur. Bu standardın uygulanması için yetki, ISO 22000 kapsamında akredite olmuş belgelendirme kuruluşlarına verilmiştir. Ayrıca kurum, uzmanlardan meydana gelen yürütme ve danışma kurullarıyla faaliyetlerini sürdürmektedir (“Helalder”, 2024).

g. KASCERT (Uluslararası Sertifikasyon Gözetim Teknik Kontrol Hizmetleri Ltd. Şti.)

Merkezi İzmir’de bulunan KASCERT, farklı sektörlerde standardizasyon ve belgelendirme hizmeti sunmaktadır. Kurumun verdiği helal sertifikaları Malezya’nın resmi kurumu JAKIM tarafından tanınmakta ve KASCERT, JAKIM’in Türkiye’deki yetkili temsilcisi konumunda bulunmaktadır (Şimşek, 2013; “KASCERT”, 2014).

h. ISQ (İntersistem Teknik Sertifikasyon Ltd. Şti.)

İntersistem Teknik Sertifikasyon Ltd. Şti. (ISQ), 2007 yılında 608176 Ticaret Sicil Kaydı ile tamamen yerli sermaye kullanılarak kurulmuştur. Bir grup mühendis ve danışman

tarafından kurulan şirket, 2004'ten itibaren farklı sektörlerde belge firmalarına ve şirketlere yönetim danışmanlığı yapmış, ardından belgelendirme faaliyetlerine yönelmiştir. Günümüzde ISQ, Türkiye başta olmak üzere birçok ülkede çeşitli alanlarda sertifikasyon hizmeti sağlamaktadır (Şahap, 2024).

i. SZUTEST

SZUTEST Uygunluk Değerlendirme A.Ş., 2005 yılından itibaren test, muayene, denetim ve belgelendirme hizmetleri sunan ve bu faaliyetlerinin büyük kısmını TÜRKAK akreditasyonu ile sürdüren bir kuruluştur. Çeşitli alanlarda ayrıca Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiştir. Helal belgelendirme alanında ise HAK tarafından akredite edilen SZUTEST, çalışmalarını SMIIC tarafından yayımlanan OIC/SMIIC 1:2019 Helal Gıda Genel Gereklilikler Standardı temelinde yürütmekte ve bu doğrultuda kuruluşların helal uygunluklarını ve yeterliliklerini değerlendirmektedir (“SZUTEST”, 2024).

Özetleyecek olursak bu bölümde helal, haram, tayyib, habıs, meşbûh, istihâle ve istihlâk gibi kavramlar dini ve fikhî boyutlarıyla ele alınmış; helal ürünün yalnızca içerik bakımından değil, üretimden tüketime kadar tüm süreçlerde İslâmî ilkelere uygun olması gerektiği vurgulanmıştır. Helal sertifikasyon ve standardizasyonun, tüketici güveninin sağlanması ve uluslararası ticarette ortak kriterlerin oluşturulması açısından taşıdığı önem üzerinde durulmuş; bu bağlamda yurt dışında ISNA, WHC, WHF, IHIA ve AHAC gibi kurumların, Türkiye’de ise GİMDES, HAK, TSE, HEDEM, Dünya Helâl Birliği, HELALDER, KASCERT, ISQ ve SZUTEST gibi kuruluşların faaliyetleri incelenmiştir. Sonuç olarak, helal anlayışının hem dini hem de ekonomik yönleriyle küresel ölçekte giderek daha fazla önem kazandığı ortaya konmuştur.

2. BÖLÜM: İLAÇ VE TIBB-I NEBEVÎ

Bu bölümde öncelikle ilaç kavramının farklı tanımlarına ve türlerine yer verilmiş, ilaçların helal ve haramlık açısından değerlendirilmesi üzerinde durulmuştur. Ardından Kur'ân-ı Kerîm'in ve Hz. Peygamber'in sağlık ve tedaviye dair tavsiyelerini içeren Tıbb-ı Nebevî anlayışı hakkında bilgiler verilmiştir.

2.1.2.1. İlaç

İlaç, insan veya hayvan organizmasına alındığında biyolojik işleyişi etkileyen, hastalık süreçlerini değiştiren ya da inceleme amacıyla kullanılan doğal (bitkisel, hayvansal, mineral) veya yapay yollarla üretilmiş kimyasal maddelerdir (Anonim, 2024a).

Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre ilaç; patolojik bir durumu düzeltmek, fizyolojik işlevleri düzenlemek veya incelemek amacıyla insan sağlığı için kullanılan ya da kullanılması planlanan her türlü madde ya da üründür.

İlaçların kullanım amaçları çok yönlüdür. Bunlar, hastalıkların ortaya çıkmasını engelleme (profilaksi), mevcut hastalıkların iyileştirilmesi (tedavi, sağaltım), hastalıkların teşhis edilmesi (tanı) ve bunun yanında farklı amaçlar için kullanılan maddeler olarak tanımlanmaktadır (Merey, 2024).

İlaç olarak adlandırılan maddelerin belirli özellikleri ve etkileri mevcuttur. Her ilaçta bulunması gereken üç özellik şunlardır (Sağlam, 2024):

- a) **Seçicilik:** Bir ilacın etkisini yalnızca hedeflenen dokuda göstermesi beklenir. Örneğin, kalp kasını gevşetmek amacıyla kullanılan ilaçların aynı zamanda iskelet kası üzerinde etki göstermesi durumunda hastada güçsüzlük ve hareket fonksiyonlarında bozulma gibi istenmeyen yan etkiler ortaya çıkabilir.
- b) **Etkinin Geçici Olması:** İlacın, vücut fonksiyonlarını hastanın yararına olacak şekilde değiştirdikten sonra etkisinin belirli bir süre içinde ortadan kalkması gerekir. Örneğin, etkili bir uyku ilacının yaklaşık sekiz saat içinde etkisini yitirmesi ideal kabul edilmektedir.
- c) **Etkinin Doza Bağımlı Olması:** Bir ilacın vücuttaki etki derecesi, uygulanan doz miktarına bağlıdır. Farklı hastalarda aynı ilacın farklı dozlarda kullanılması gerekebilir. Örneğin, yüksek tansiyon hastalarının birinde kan basıncı 140/95 mmHg iken diğerinde 180/120 mmHg olabilir. Uygun dozaj ayarlamasıyla her iki hasta da normal kabul edilen 120/80 mmHg değerlerine ulaştırılabilir.

2.2. İlaçların Kaynakları

İlaçlar tarih boyunca farklı kaynaklardan elde edilmiştir. Doğal kaynaklar arasında bitkiler, hayvanlar, mikroorganizmalar ve mineraller önemli yer tutarken, modern dönemde sentetik yöntemlerle üretilen ilaçlar öne çıkmıştır. Doğal kaynaklar birçok ilacın temelini oluşturmuş, sentetik ilaçlar ise etkinlik, güvenilirlik ve seri üretim imkânlarıyla tıpta yaygın bir kullanım alanı bulmuştur.

2.2.1. Doğal Kaynaklardan Elde Edilen İlaçlar

Doğal kaynak maddeleri; bitkiler, hayvanlar, mikroorganizmalar ve minerallerden oluşmaktadır. Doğal kaynaklardan elde edilen ilaçlar da bu kaynaklara göre sınıflandırılmaktadır (Merey, 2024):

- a) **Bitkiler (rizom, kök, tohum, kabuk):** Bitkisel kökenli ilaçlarda alkaloidler ve glikozitler temel etken maddeler arasında yer almaktadır. Bunun yanında bitkilerden enzimler, selüloz, reçine, zambak, sabit ve uçucu yağlar ile tanen gibi çeşitli bileşikler elde edilmektedir. Bazı mantar türlerinden üretilen antibiyotikler de bu gruba dâhil edilebilmektedir.
- b) **Hayvanlar:** Hayvansal kaynaklardan üretilen ilaçların büyük bir kısmını hormonlar, enzimler, serumlar ve organlardan elde edilen preparatlar oluşturur. İnsülin, sindirim enzimleri (örneğin diastaz ve lipaz), difteri ve tetanoz aşılarında kullanılan serumlar, anemi tedavisinde başvurulmuş karaciğer özütleri ve hipotiroidi tedavisinde kullanılan tiroid preparatları bu kapsamdadır.
- c) **Mikroorganizmalar:** Mikroorganizmalardan elde edilen ilaçlar arasında en yaygın bilinenler antibiyotiklerdir. Penisilin bu gruba örnek gösterilebilir.
- d) **Mineraller:** İlaç yapımında kullanılan bir diğer kaynak minerallerdir. İyot, demir, çinko gibi elementlerin yanı sıra; alüminyum hidroksit antiasit olarak, magnezyum sülfat müshil olarak, amonyum klorür diüretik olarak, ayrıca radyoaktif bileşikler de tedavi amacıyla kullanılmaktadır.

Doğal kaynaklı ilaçlar, insanlık tarihinin en eski tedavi uygulamalarının temelini oluşturmuş ve farmasötik bilimin gelişiminde kritik bir rol oynamıştır. Bu kaynaklardan elde edilen bileşikler, geleneksel tedavi yöntemlerinin sürdürülmesinde kullanılmıştır. Doğal kaynaklar aynı zamanda modern ilaç araştırmalarında yeni etken maddelerin keşfine zemin hazırlamıştır.

2.2.2. Sentetik İlaçlar

Bugün kullanılan pek çok ilacın kaynağı laboratuvarlarda üretilmektedir. Hatta doğal yollarla elde edilebilen pek çok ilacın da sentetik olarak laboratuvar ortamında daha uygun bir maliyete üretilmesi mümkündür (Merey, 2024). Sentetik ilaçların gelişimi yalnızca ekonomik avantajlar sunmakla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda etkin madde miktarının kontrolünü ve ürün saflığının artırılmasını da mümkün kılmaktadır. Bu özellikleri sayesinde sentetik ilaçlar modern tıpta yaygın bir kullanım alanı bulmuştur. Sentetik ilaçların standardizasyon kuralları en ayrıntılı şekilde tanımlanmış ve ilgili ilaç otoriteleri ve onların danışma kurullarınca takip edilmektedir (Arslan, 2017).

2.3. İlaçlardaki Haram İçeriklerin Değerlendirilmesi

İlaçların helal veya haram olarak değerlendirilmesinde, İslâmî literatürde yer alan temel prensipler ile ilaçlardaki aktif ve yardımcı bileşenlere ilişkin veriler dikkate alınmakta; ayrıca bu kapsamda standartların tanımlandığı kaynaklardan da yararlanılmaktadır (Arslan ve diğerleri, 2019).

İslâmî hükümlere göre yasaklanan maddeler sayıca oldukça sınırlıdır. İnsan hayatını tehdit eden zorunlu hallerde ise bu yasaklı maddelerin ölümden kurtulacak kadar tüketilmesine izin verilmiştir. Haram kabul edilen unsurlar genel olarak şu şekilde gruplandırılmaktadır; domuz ve ondan elde edilen her türlü ürün, domuz dışındaki fakat helal kabul edilmeyen hayvanların ürünleri, helal olsa dahi İslâmî usullere uygun şekilde kesilmemiş hayvanların etleri ve türevleri, kan ve Allah'ın adı dışında bir ad anılarak kesilen hayvanların ürünleri ile alkol (etanol). Bu yasaklar, zaruret hali dışında bütün Müslümanları kapsar (Sakallı, 2013).

İlaç üretiminde bu maddelerden herhangi birinin doğrudan ya da dolaylı olarak yer alması, ürünün haram kategorisinde değerlendirilmesine yol açar. Bir ilacın güvenilir olması için yasak olan hayvansal kaynaklı madde içermemesi ve formülünde alkol bulunmaması gerekir. Bununla birlikte farmasötik üretimde, özellikle tablet veya kapsül gibi katı dozaj formlarında etanol üretim aşamalarında buharlaşarak ortadan kalkar. Ancak solüsyon veya şurup gibi sıvı ilaçlarda alkol kalıntılarına rastlanabilmektedir. Bu durumda ilacın etiketinde alkol varlığının açıkça belirtilmesi halinde ürün haram kabul edilir; alkol olup olmadığı belirtilmemişse ilaç şüpheli kategorisine girer. Dolayısıyla ilaçlar, helal, haram ve şüpheli olmak üzere üçlü bir sınıflandırmaya tabi tutulur.

Kimyasal yapıları etanol ile aynı olmayan pentanol, setil alkol veya alil alkol gibi bazı alkol türleri ise haram olarak değerlendirilmez. Genellikle ilaçlarda “alkol” ifadesi geçtiğinde kastedilen etil alkoldür. Ayrıca haricen kullanılan preparatlarda bulunan alkol, uçucu özelliğinden dolayı ürünü haram kılmaz. Öte yandan bazı bileşenler hem hayvansal hem de bitkisel veya sentetik kaynaklardan elde edilebildiğinden, üretim kaynağı hakkında kesin bilgi bulunmadığında söz konusu ilaç şüpheli kategorisine dâhil edilmektedir (Arslan ve diğerleri, 2019).

Türkiye’de ilaç içeriklerinin kontrolü ve ruhsatlandırılması Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu (TİTCK) tarafından yürütülmektedir. Kurum, ilaçların üretim, depolama, satış, ithalat-ihracat ve dağıtım süreçlerine ilişkin standartları belirler, bu faaliyetler için izin verir, denetim yapar ve gerektiğinde yaptırım uygular. Ayrıca ürünlerin güvenilirliğini sağlamak amacıyla laboratuvar analizlerini gerçekleştirir veya yetkili kurumlara yaptırır (Anonim, 2024b).

Ülkemizde helal sertifikasyon çalışmaları yürüten GİMDES, ilaçlar için GİMDES 900 İlaç Sertifikası standartları belirlemiştir. Bu standartlar; ilaçların içerik, kapsül ve ambalajlarında kullanılan katkı maddelerinin İslâmî şartlara uygun olmasını, ürünlerin sağlık ve hijyen koşullarını sağlamasını, alkol oranının zorunlu sınırların üzerine çıkmamasını ve mümkün olduğunda hayvansal katkıların tercih edilmemesini öngörmektedir. (Anonim, 2009). Bazı kurumlar takviye edici gıdalar kategorisinde GİMDES helal sertifikasını kullanmaktadır (Anonim, 2025).

a) Hayvansal Madde Taşıyan İlaçların Helalliğinin ve Haramlığının Değerlendirilmesi

Hayvansal kaynaklı maddeler, doğrudan ya da işlenmiş hâllerleriyle ilaç ve aşıların üretiminde tablet, kapsül, krem veya enjeksiyon çözeltileri gibi farklı farmasötik formlarda kullanılabilir. Bu tür bileşenler bazen ilacın etkin maddesi bazen de yardımcı madde olarak yer alır. Ayrıca alkol, çözünürlüğü düşük maddelerin formülasyona katılmasını kolaylaştırdığı için ilaçların hazırlanma sürecinde tercih edilen katkılardan biridir (Arslan ve diğerleri, 2019).

Kur’ân-ı Kerîm’de ise meyte, akıtılmış kan, domuz eti ve Allah’tan başkasının adıyla kesilen hayvanların haram kılındığı açıkça belirtilmektedir (Kur’ân, Bakara, 2:173; Mâide, 5:3, 90; En’âm, 6:145; Nahl, 16:115). Meyte kavramı, dini usullere uygun kesim (tezkiye) olmadan ölen hayvanları ifade eder. Tezkiye, hayvanın boğazlama (zebh), göğüs ile boğazın birleşim yerinden kesme (nahr) veya kaçıp yakalanamayan durumlarda

yaralama (akr) yoluyla kanın akıtılmasıyla gerçekleşir. Dolayısıyla bu yöntemlerden biri uygulanmadan ölen hayvan, fıkıh literatüründe meyte hükmünde değerlendirilir ve eti helal kabul edilmez (Şenol, 2015).

Kan, atardamar ve toplardamarlarda dolaşan; plazma ve hücrel unsurlardan meydana gelen kırmızı renkli bir sıvı olarak tanımlanmaktadır (“TDK”, 2024). Kur’ân-ı Kerîm’de kanın yasaklandığını bildiren ayetlerin bazıları doğrudan “kan” kelimesini kullanırken, En‘âm suresinin 145. ayetinde özellikle “akıtılmış kan” ın haram kılındığı belirtilmiştir. Bu sebeple, İslâmî usule uygun şekilde kesilen hayvanların etinde veya damarlarında kalan kan pıhtıları bu hükmün dışında değerlendirilmiştir. Fıkıh alimleri, kara hayvanlarının kanının necis olduğu konusunda görüş birliği içindedir. Ancak balık kanı hususunda farklı yaklaşımlar vardır. İmam Şâfi‘ ve İmam Mâlik’in bazı rivayetlerine göre balık kanı temiz kabul edilirken, Mâlik’ten aktarılan diğer bir görüş bunun da diğer kanlar gibi necis olduğunu savunmaktadır. Bu ihtilaf, balığın kendiliğinden ölmesi durumunda etinin yenilip yenilemeyeceği meselesiyle de bağlantılıdır. Dolayısıyla balık etini haram sayanlar kanını da necis kabul etmiş, ancak “*Bize iki ölü ve iki kan helal kılındı: Balık ve çekirge; ciğer ve dalak*” anlamındaki zayıf hadise (Müsned, II, 97; İbn Mâce, “Eṭ‘ime”, 31) dayanarak balığı helal görenler, onun kanını da temiz addetmişlerdir (Yaşaroğlu, 2001).

Kur’ân’da açık biçimde haram hükmünün verildiği üçüncü hayvansal gıda domuz etidir. Ayetlerde domuz etinin haram kılınma gerekçesi, “rics” kavramı ile yani pis, zararlı ve iğrenç kabul edilmesiyle açıklanmıştır. Kur’ân’da rics kelimesi; Allah’ın insana lütfettiği akli kullanmayarak küfür ve şirk bataklığına saplanan kimseler, kalbi kararmış münafıklar, onur kırıcı iftiralar, domuz eti, içki, kumar, putlara tapınma ve gaybı öğrenme amacıyla yapılan falcılık gibi fiil ve tutumlar için kullanılmıştır. Dolayısıyla, bu kavramın Kur’ân’daki kullanımlarının hem şer‘î hem de manevi anlamda bir necisliği ifade ettiği görülmektedir (Kızıklı, 2008; Şenol, 2015).

Bilimsel çalışmalar, domuzdan insana çeşitli hastalıkların ve zararlı unsurların geçebileceğini ortaya koymuştur. Bunlar arasında trişin başta olmak üzere farklı toksin türleri, domuz tenyası, domuz yılanlığı, domuz vebası, domuz gribi, kuduz, şarbon, ruam, şap ve tüberküloz gibi hastalıkların bulunduğu rapor edilmiştir. Ayrıca domuz etinde yüksek oranda kolesterol, yağ asitleri, kükürt açısından zengin mukopolisakkaritler, büyüme ve cinsiyet hormonları ile histamin ve imidazol gibi biyokimyasal maddeler yer

almaktadır. Bu bileşenlerin safra kesesi iltihabı ve taşları, apandisit, bağırsak enfeksiyonları, apse ve çıbanlar, şirpençe, eklem iltihapları, kireçlenme ve kalp krizi gibi birçok sağlık sorununa yol açabileceği ifade edilmektedir (Şenol, 2015).

Jelatin, deriden, kemikten ve tendon gibi dokulardan elde edilen, kökeni kolajene dayanan bir protein türüdür ve vücutta yapısal bir rol üstlenmektedir. Türkiye'nin de aralarında bulunduğu birçok ülkede gıda katkı maddesi olarak doğrudan kabul edilmemekle birlikte pratikte gıda sanayinde yoğun şekilde kullanılmaktadır. Özellikle çeşitli ürünlerin kıvam, doku ve dayanıklılığını artırmak amacıyla tercih edilmektedir. Çorbalar, et yemekleri, tatlı çeşitleri, şekerlemeler, yoğurt, dondurma, eritilmiş peynirler, kaşar peyniri ve su-yağ karışımlarının stabilizasyonunda jelatin önemli bir katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra gıda dışında da oldukça geniş bir kullanım alanına sahiptir; ilaç ve kozmetik sektörlerinde, fotoğrafçılıkta, boya ve tarım kimyasallarında, ayrıca bazı teknolojik ürünlerin üretiminde de jelatin etkin bir hammadde olarak değerlendirilmektedir (Tekle ve diğerleri, 2013; Sağlam 2015).

Günümüzde jelatinin ticari üretiminin büyük bölümü domuz derisinden gerçekleştirilmekle birlikte farklı hayvanların kemik ve derilerinden de bu madde elde edilebilmektedir. Bu bağlamda, balık ve kanatlı hayvanların işlenmesi sırasında ortaya çıkan yan ürünlerin de jelatin üretiminde hammadde olarak kullanılabileceği belirtilmektedir (Tekle ve diğerleri, 2013).

İslâmî bakış açısına göre ise jelatin, eğer yenilmesi helal kabul edilen ve dini usullere uygun şekilde kesilmiş hayvanlardan elde edilirse tüketimi caiz görülmektedir. Ancak yapılan araştırmalar Avrupa'da gıda sanayinde kullanılan jelatinin yaklaşık %60'ının domuz, %40'ının ise sığır ve diğer hayvan kaynaklı olduğunu ortaya koymuştur. Türkiye'de ise 2010 yılından itibaren Balıkesir-Gönen'de faaliyet gösteren Sel Sanayi Ürünleri Ticaret ve Pazarlama A.Ş., yalnızca sığır jelatini ürettiğini resmi kaynaklardan duyurmuş ve bu bilgi şirket yetkilileri tarafından doğrulanmıştır. Bunun yanında, İstanbul-Tuzla'da faaliyet gösteren Halâvet Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. de 2013 yılı itibariyle jelatin üretimine başladığını açıklamıştır (Şimşek, 2010).

Müslüman tüketiciler için dini ölçütler büyük önem arz ettiğinden, jelatin içeren ürünlerin üreticilerinin kullanılan hammaddenin kaynağını ve tedarik edildiği ülkeyi şeffaf biçimde açıklamaları gerekmektedir. Benzer şekilde, özellikle ilaçlarda kullanılan jelatin ve diğer hayvansal kökenli maddelerin menşeinin çoğu zaman belirtilmemesi, tüketicilerin bu

ürünlerin helal veya haram niteliği konusunda yeterli bilgiye ulaşmalarını güçleştirmektedir. Üretici firmalar, helal sertifikalı jelatin sağlayan ülkelerden ithalat yaparak, balık kökenli jelatin veya bitkisel alternatifleri tercih ederek bu hassasiyeti karşılayabilir. Bunun yanı sıra, yurt içinde helal koşullara uygun jelatin üreten işletmelerin çoğalması da uzun vadede önemli bir çözüm yolu olacaktır (Şimşek, 2010).

b) Bitkisel Madde Taşıyan İlaçların Helalliliğinin ve Haramlığının Değerlendirilmesi Kur'ân-ı Kerîm'de zeytin, hurma, üzüm, salkım, nar, muz, ekin gibi bazı bitkiler ismen geçmekle birlikte bu ürünlerin insanoğlunun yararına sunulduğu vurgulanmıştır. Ancak herhangi bir bitkinin ismi zikredilerek tüketilmesinin yasaklandığına dair bir ayete rastlanılmamaktadır. Bu tür gıdalarda dikkat edilmesi gereken unsur sarhoş edici ve zararlı olmamasıdır. Ancak tıp alanı gibi zaruret teşkil eden alanlarda belirli ölçüler dahilinde (herhangi bir alternatifin olmaması, hastanın iyileşeceğinin kuvvetle muhtemel olması, kesin olarak şifa verileceğinin bilinmesi gibi) bitkisel maddelerden elde edilen alkol ve morfinin kullanılabileceği kabul edilmiştir (Özkan, 2011).

Bazı bitkisel kaynaklarda doğal olarak az miktarda alkol bulunabilmektedir. Bunun yanı sıra mayalanma süreçlerinden geçen ürünlerde de alkol ortaya çıkmaktadır. Örneğin meyvelerin bünyesinde düşük oranlarda (yaklaşık binde 1–5 aralığında) alkol yer alırken, ekmek gibi fermente (mayalanarak elde edilen) gıdalarda da üretim aşamalarının sonunda eser düzeyde alkol meydana gelmektedir. Ayrıca, kimi gıda ürünlerinde üretim sırasında kullanılan aromatik bileşenler son üründe etil alkol (etanol), keton veya ester gibi maddelerin oluşumuna yol açabilmektedir. Bu hususlar dikkate alındığında İslâm bilginleri, gıdaların yapısında kendiliğinden bulunan ya da çok düşük seviyelerde (eser miktarda) yer alan alkolün tüketimini caiz görmüştür. Çünkü bu alkol, sarhoşluk vermek amacıyla özel olarak üretilen hamr niteliğinde değildir (DİYK, 2017).

Benzer bir durum ilaçlarda da söz konusudur. İlaçların üretiminde çözücü veya stabilizatör olarak kullanılan alkol, helallik-haramlık tartışmalarında en çok üzerinde durulan unsurlardan biridir. Sarhoş edici özelliği nedeniyle alkol genel olarak haram kabul edilmekle birlikte zaruret ilkesi gereği tedavi amacıyla ve başka bir alternatif bulunmaması durumunda alkol içeren ilaçların kullanımına cevaz verilmektedir (Halim ve diğerleri, 2014). Ayrıca üretim sürecinde işleme yardımcı madde veya stabilizatör olarak kullanılan alkol bileşiklerinin nihai üründe eser miktarda (örneğin hacimce %0,01 oranında) kalmasının sarhoşluk verici kabul edilmediği ve bu nedenle helal olabileceği belirtilmektedir (Tan, Teo, Ibrahim, Hassan ve Zailani, 2023). Dolayısıyla bitkisel içerikli

ilaçlarda alkolün fikhî hükmü hem zaruret ilkesi hem de modern helal standartları dikkate alınarak belirlenmektedir.

2.2.2.4. Helal İlaç ve Özellikleri

Helal ilaç, üretiminde kullanılan tüm hammaddelerin, katkı maddelerinin ve üretim süreçlerinin İslâmî ölçütlere uygun olduğu farmasötik ürünleri ifade etmektedir. Bu kavram yalnızca ilacın hazırlık sürecini ifade etmekle kalmayarak; hammaddenin kaynağından üretim yöntemlerine, ambalajlama ve lojistik aşamalara kadar bütün süreci kapsamaktadır. İlaçların doğrudan insan sağlığıyla ilişkili olması helallik meselesini daha hassas ve kritik bir konuma taşımaktadır.

Helal ilaçların temel özelliği, hammaddelerin dini açıdan helal kaynaklardan elde edilmesidir. Bitkisel, hayvansal veya mikrobiyal kökenli bileşenlerin uygunluğu bu noktada büyük önem taşır. Özellikle hayvansal kaynaklı maddelerde yalnızca türün helal olması yeterli değildir. Aynı zamanda bu hayvanın İslâmî usullere göre kesilmiş olması gerekmektedir. Örneğin sığır helal bir türdür, ancak kesim usulü dini kurallara uygun değilse bu hayvandan elde edilen bileşenlerin ilaçta kullanımı kabul edilmez. Bu durum, helal ilaç kavramının sadece içerikle sınırlı olmadığını, kaynağın elde edilme biçiminin de aynı derecede önem taşıdığını göstermektedir.

Helal ilaç konusu, içeriğin ötesine geçerek üretim, ambalajlama ve lojistik süreçlerini de içine almaktadır. Katkı maddeleri ve yardımcı bileşenlerin uygunluğu yanında, üretim tesislerindeki hijyen koşulları da dikkate alınmalıdır. Helal kabul edilen bir ürünün depolama ve dağıtım sırasında haram içeriklerle temas etmemesi gerekmektedir. Ayrıca kullanılan ambalaj materyallerinin İslâmî kurallara aykırı unsurlar içermemesi ürünün bütün süreç boyunca helallliğini koruması açısından önemlidir.

Bu bağlamda modern üretim standartlarının helal ilaç üretimine entegre edilmesi önemli katkılar sağlayabilir. GMP (Good Manufacturing Practices – İyi Üretim Uygulamaları), GLP (Good Laboratory Practices – İyi Laboratuvar Uygulamaları), GHP (Good Hygiene Practices – İyi Hijyen Uygulamaları) ve GSP (Good Storage Practices – İyi Depolama Uygulamaları) gibi kuralların uygulanması, helal ilaçların hem dini ölçütlere hem de sağlık, hijyen ve kalite standartlarına uygunluğunu güvence altına alabilir. Böyle bir entegrasyon, üretim sürecinde güvenilirliği pekiştirmenin yanı sıra tüketici nezdinde helal ilaçlara duyulan güveni de artıracaktır.

Helal ilaçların güvenilirliği, üretim sürecinde gösterilen titizliğin yanı sıra sertifikasyon ve denetim mekanizmalarının etkinliğiyle de sağlanmaktadır. Türkiye’de 2017 yılında kurulan Helal Akreditasyon Kurumu (HAK) bu alanda önemli bir aktördür. Malezya’da JAKIM, Endonezya’da BPJPH gibi kurumlar da uluslararası ölçekte helal ilaç sertifikasyonu konusunda öncülük yapmaktadır. Bu kurumların yürüttüğü sertifikasyon süreçleri, ilaçların hem ulusal hem de uluslararası düzeyde kabul edilebilirliğini artırmakta; üretici açısından sorumluluk bilincini güçlendirirken tüketicinin güvenini de pekiştirmektedir.

Helal ilaçların bir diğer yönü hasta ve tüketici beklentileridir. Literatürde yapılan araştırmalar, helal sertifikasının tüketiciler açısından önemli bir güven unsuru olduğunu göstermektedir. Örneğin, Al Maslul ve Priantina (2024) çalışmasında helal farkındalığının satın alma niyeti üzerinde doğrudan etkili olduğu ortaya konmuştur. Benzer şekilde Vizano ve diğerleri (2020) helal ilaç güvenliği, kalitesi ve bilgisinin tüketicilerin satın alma davranışlarını olumlu yönde etkilediğini vurgulamaktadır. Bu bulgular, helal ilaçların dini hassasiyetleri karşılamakla birlikte güven duygusunu pekiştirerek tedaviye bağlılığı desteklediğini göstermektedir.

Sonuç olarak, helal ilaç kavramı hammaddelerin uygunluğu ile sınırlı kalmayan; üretimden dağıtıma, sertifikasyondan tüketici güvenine kadar uzanan geniş bir süreci kapsayan bütüncül bir yapıdır. Bu özellikleriyle modern sağlık sisteminde hem dini hassasiyetlerin karşılandığı hem de kalite, etik ve güvenlik standartlarının bulunduğu çok boyutlu bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.5. Tıbb-ı Nebevî

Tıbb-ı Nebevî, Hz. Peygamber’in sağlık, beslenme ve tedaviye dair tavsiyelerini ifade eden bir kavramdır. Tezde bu konuya yer verilmesinin nedeni helal ilaç tartışmalarının İslâm’ın sağlık anlayışıyla doğrudan bağlantılı olmasıdır. Hz. Peygamber’in sünnetinde yer alan temizlik, sağlıklı yaşam ve şifa amaçlı bitkilerle ilgili öneriler, Müslüman toplumlarda tedaviye bakışı şekillendirmiştir. Bu çerçevede Tıbb-ı Nebevî, günümüzde helal ilaç kavramının dini arka planını ve tarihsel köklerini anlamak için önemli bir referans noktası oluşturmaktadır.

2.5.1. Tıbb-ı Nebevî Kavramı ve Kökeni

“Tıbb” kelimesi Arapçada “bir konu hakkında bilgi sahibi olmak ve maharetli olmak” anlamlarına gelmektedir. İslam literatüründe daha çok “tedavi ilmi” ve “sağlık bilimi” anlamında kullanılmaktadır. İslâm medeniyetinde tıp, yalnızca fiziksel tedavi yöntemlerini değil, ruh sağlığını korumayı ve bireyin dengeli bir yaşam sürmesini de kapsayan bütüncül bir alan olarak değerlendirilmiştir. Tıbb-ı Nebevî ise Hz. Peygamber’in ashabı nezdinde insanlara tavsif ettiği tıp ve sağlığa dair söz ve fiilleridir. Hz. Peygamber’in tıp ve sağlık alanındaki söz ve fiillerinin asıl kaynağının Allahu Teâlâ’ya mı yoksa Hz. Peygamber’e mi ait olduğu hususunda alimler muhtelif görüşlere sahiptir. Hadis kitaplarında yer alan rivayetler incelendiğinde bu kavramın Hz. Peygamber’in yaşadığı dönemin tecrübelerini ve Arap toplumunun geleneksel tedavi yöntemlerini de yansıttığı görülmektedir (Karataş, 2019). Dolayısıyla Tıbb-ı Nebevî’nin anlaşılmasında tanımsal çerçevenin yanında tarihsel bağlam da göz önünde bulundurulmalıdır.

Belirtilen tarihsel arka plan Tıbb-ı Nebevî’nin gelişimini anlamak için önemli bir başlangıç oluştururken Tıbb-ı Nebevî araştırmalarının kökeni Hz. Peygamber döneminde hadis rivayetlerine dayanmaktadır. İlk dönemlerde sağlık ve tedavi konularına dair Hz. Peygamber’den aktarılan haberler musannef türü hadis kitaplarında diğer hadislerle birlikte karışık bir biçimde ele alınmıştır. Daha sonraları sistematik hadis eserlerinin yazımı ile İmam Malik’in Muvatta’sının “Kitâbu’l-’Ayn” bölümünde ve Buhârî’nin el-Câmi’ü’s-sahîh eserinin “Kitâbu’t-Tıbb” başlığı altında Hz. Peygamber’in sağlığa dair rivayetleri yer almıştır. Bu rivayetlerde temizlik, beslenme, şifa kaynağı bitkiler ve tedavi yöntemleri gibi konular ayrıntılı bir biçimde anlatılmıştır (Tekineş, 1998). Hadis kaynaklarında yer alan bu ifadeler zamanla bağımsız eserlerin telif edilmesine de zemin hazırlamıştır.

Tıbb-ı Nebevî hakkında ilk eser telif eden müellif hicrî 120 senesinde yaşayan Abdülmelik b. Habîb olmuştur. İlerleyen yüzyıllarda bu alanda müstakil eserler yazılmaya devam etmiştir (Karataş, 2019). Ancak bu eserlerin en meşhuru 14. yüzyılda kaleme alınan İbnü’l Kayyım el-Cevziyye’nin eseridir. Bu alanda Türkçe yazılan eserlerden ise en meşhuru Ahmed-i Dâ’î’ye aittir (Tokaç, 2012).

2.5.2. Tıbb-ı Nebvî’de Koruyucu Hekimlik ve Tedavi

Koruyucu hekimlik, bireylerin hastalığa yakalanmasını önleyen tıbbi yaklaşımların tümünü ifade etmektedir. Bu yaklaşımlar sayesinde risk faktörleri erkenden tespit edilip toplumsal sağlığın sürdürülebilirliği hedeflenerek bireylerin yaşam standartları ve sağlık hizmetlerinin getirdiği ekonomik yükümlülükler azaltılmaktadır (Portakal, 2025). Tıbb-ı Nebvî eserleri incelendiğinde Peygamberimizin temizlikle ilgili öğretileri, beslenme ve uyku düzenine ilişkin tavsiyeleri, bulaşıcı hastalıklardan sakınılması gerektiğine dair uyarıları ve sağlıklı yaşam biçimine yönelik önerilerinin koruyucu hekimliğin temel ilkeleriyle büyük ölçüde örtüştüğü gözlenmektedir (Karataş, 2019). Hz. Peygamber’in beş şey gelmeden önce onların kıymetini bilmemiz gerektiğine dair hadisinde yer alan beş şeyden biri hastalanmadan önce sıhhatin kıymetinin bilinmesidir (Buhârî, Rikâk 3) ki bu da onun sağlığa ve koruyucu hekimliğe verdiği önemi vurgulamaktadır.

Tıbb-ı Nebvî eserleri incelendiğinde Hz. Peygamber’in sağlığı tek bir açıdan değil; fiziksel, ruhsal ve sosyal boyutlar başta olmak üzere farklı açılardan değerlendirdiği görülmektedir. Bununla birlikte herhangi bir hastalığın veya ilacın mutlak anlamda şifa verici güce sahip olmadığı, asıl iyileştirici gücün Allah olduğunu da vurgulamıştır (Atmaca, 2011). Nitekim Peygamberimiz hasta olduğu vakit tedavi olmayı emretmiş, tedavinin de Allah’ın kaderi olduğunu belirterek (İbn Mâce, Tıbb 1) hastalığın fiziksel tedavi boyutuna ve bunun Allah’ın izni dahilinde olduğuna dikkat çekmiştir. Hz. Peygamber başka bir hadisinde ise kendisi için dua isteyen hasta bir kadın sahabiye, hastalık esnasında sabır gösterirse Allah’ın onu mükafatlandıracağından bahsetmiş (Buhârî, Merzâ 6), farklı bir hadisinde ise her hastalığın bir tedavisi olduğunu, hasta olduğunda tedavi olunması gerektiğinden bahsedip (Tirmizî, Da’avât 93) Müslümanlara ümitvar bir tavır sergileyerek ruhsal bir motivasyon sağlamıştır. Tıbb-ı Nebvî’de hastalığın sorumluluğu yalnızca hastaya yüklenmeyip hasta yakınlarına da birtakım sorumluluklar verilmiştir. Nitekim Peygamberimiz; hasta yakınlarına hastalarını zorla yiyip içirmemelerini (Tirmizî, Tıbb 4); Allah’ın rızasını gözeterek hasta ziyaretine giden ve hasta kimseler için dua eden kişilerin melekler tarafından cennette mükafatlandırılacağını (Tirmizî, Birr 64) bildirerek hasta yakınlarının takınması gereken toplumsal davranışlardan söz etmiştir.

Hz. Peygamber’in sağlık anlayışında hasta ve yakınlarının sorumluluklarının yanı sıra tedaviyi gerçekleştiren hekimlerin ehliyeti de önemsenmiştir. Nitekim bir hasta için

doktor çağrılmasını istemesi ve bu talebin kendisine ait olduğunu vurgulaması, tedavinin mutlaka alanında yetkin kişiler tarafından yapılması gerektiğini göstermektedir. Benzer şekilde yaralı bir sahabinin tedavisi için iki hekimin çağrılması üzerine hangisinin daha ehil olduğunu sorması Hz. Peygamber'in hekimlikte liyakate verdiği önemi ortaya koymaktadır (Kuşçuoğlu, 2023). Hz. Peygamber'in bu yaklaşımı, Tıbb-ı Nebevî'de tedavinin rastgele kişiler eliyle değil, bilgi ve tecrübe sahibi hekimler aracılığıyla yürütülmesinin esas alındığını ortaya koymakta ve sağlık hizmetlerinde mesleki liyakatin vazgeçilmez bir ölçüt olarak kabul edildiğini göstermektedir.

Tıbb-ı Nebevî eserlerinde dikkat çeken hususlardan bir tanesi de Hz. Peygamberin tedavi yöntemleri arasında doğal ve bitkisel ürünlerin (anne sütü, hurma, çörek otu, zeytin vb.) sıkça yer almasıdır. Bu tarz ürünler her ne kadar dönemin şartları nedeniyle tavsiye edilmiş olsa da günümüzdeki araştırmalar insanlar için olan faydalarından sıkça bahsetmektedir. Hz. Peygamberin çörek otu hakkında onda ölüm dışında her hastalığa şifa olduğunu (Buhârî, Tıbb 7) bildiren hadisi bu duruma güzel bir örnek oluşturmaktadır. Günümüz bilimsel araştırmaları da göstermektedir ki bu ot baş ağrısı, unutkanlık, saç dökülmesi ve astım gibi bir çok hastalığa iyi gelmektedir. Tıbb-ı Nebevî kapsamında Kur'ân'da yer alan bir diğer güzel örnek ise baldır. Allahu Teala Nahl Suresi 69. ayette balın şifa kaynağı olduğunu vahiy etmiştir. Günümüz bilimsel araştırmaları da Allahu Teala'nın vahyinin ispatı olarak balın damar, bağırsak, solunum yolları hastalıkları gibi birçok hastalığa fayda sağladığını aktarmaktadır (Karataş, 2019).

Hz. Peygamberin tedavi için tavsiye ettiği hacamat (kan aldırma) ve perhiz gibi uygulamalar güncelliğini koruyan ve günümüz doktorlarının da önerdiği yöntemler arasında yer almaktadır. Ayrıca onun sağlık anlayışı ve tedavi yöntemleri Batılı araştırmacıların dikkatini çekmiş, Fransız oryantalist Jean Gagnier Hz. Peygamber'i dini liderliğin ötesinde “mükemmel bir doktor” olarak nitelendirmiştir (Çap, 2021). Bu bilgiler dikkate alındığında Tıbb-ı Nebevî'nin Müslüman toplumlar başta olmak üzere evrensel ölçekte sağlık anlayışına katkı sunan bir yaklaşım ortaya koyduğu görülmektedir. Böylece Müslüman tüketicilerin doğal ve helal içerikli ilaç ve tedavi yöntemlerine yönelik güvenini pekiştiren unsurların, aynı zamanda evrensel bir boyut taşıdığı anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak Tıbb-ı Nebevî, günümüz Müslüman toplumlarının sağlık tercihleri ve özellikle helal ilaç satın alma niyetleri üzerinde önemli bir arka plan oluşturmaktadır.

Sağlık bilinci ve dindarlık gibi faktörlerle birlikte değerlendirildiğinde, Tıbb-ı Nebevi öğretisi, ilaçların helal veya haram oluşunu belirleyen ölçütlerin anlaşılmasında da yol gösterici olmaktadır. Özellikle ilaçların içeriğinde yer alan alkol, domuz kaynaklı maddeler veya şüpheli katkıların hükmü, zaruret ilkesi ve helal-haram ayrımı çerçevesinde değerlendirilmekte; bu da modern tıp ve ilaç endüstrisine hem teorik hem de pratik düzeyde dikkate alınması gereken bir boyut kazandırmaktadır. Bununla birlikte Peygamberimizin tedavi yöntemleri, bitkisel reçeteler ve doğal uygulamalar gibi unsurlar açısından günümüzdeki alternatif tıp yaklaşımlarıyla da benzerlik göstermekte; bu durum, Müslüman bireylerin modern ilaçlar yanında helal ve doğal içerikli tedavi seçeneklerine yönelmelerine zemin hazırlamaktadır.



3. BÖLÜM: TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Tüketici davranışları, bireylerin ürün ve hizmetleri satın alma, kullanma ve değerlendirme süreçlerindeki kararlarını inceleyen bir alandır. Bu çerçevede helal ilaç konusu da tüketici davranışlarıyla yakından ilişkilidir. Çünkü ilaç tercihinde yalnızca tedavi edici özellikler değil, aynı zamanda dini hassasiyetler, sağlık bilinci, güven ve etik değerler de etkili olmaktadır. Helal ilaçlara yönelik satın alma niyeti, tüketicilerin inançlarına bağlılık düzeyleri, helal konusundaki bilgi seviyeleri ve sağlık anlayışlarıyla doğrudan bağlantılıdır. Dolayısıyla tüketici davranışları bölümünde ortaya konulan teorik çerçeve, bu tezde ele alınan helal ilaçlara yönelik tutum ve niyetleri anlamada temel bir zemin sunmaktadır.

2.3.3.1. Tüketici Davranışları

Tüketici davranışlarının anlaşılabilmesi için öncelikle bu alanda geliştirilmiş kuramsal modellerin tanınması gerekmektedir. Literatürde bu modeller temelde iki başlık altında toplanmaktadır: Klasik yani açıklayıcı modeller ve modern ya da tanımlayıcı modeller. Açıklayıcı modeller, insan davranışını anlamaya yönelik olup, tüketici davranışlarını genellikle güdü temelli bir çerçevede ele almakta ancak davranışın hangi süreçlerden geçerek oluştuğunu ayrıntılı biçimde ortaya koymamaktadır. Buna karşılık modern modeller, tüketicinin özellikle satın alma kararlarını merkeze alarak bu davranışları yalnızca dışsal ve içsel uyaranlara verilen anlık tepkiler olarak değil, başlangıcından son aşamasına kadar ilerleyen dinamik bir süreç şeklinde açıklamaya çalışmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2023).

Tüketici davranışlarının birtakım nitelikleri bulunmaktadır ve bu nitelikler, alanda gerçekleştirilen çeşitli araştırma ve incelemelerin sonucunda ortaya konmuştur. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar ışığında, tüketici davranışlarının belirli güdüler tarafından yönlendirildiği, gelişim sürecinin durağan olmayıp sürekli değişim gösterdiği ve farklı faaliyet ile eylemleri kapsadığı görülmektedir. Ayrıca karmaşık bir yapıya sahip olan tüketici davranışlarının zamanlama açısından çeşitlilik arz ettiği, bireylerin farklı roller üstlenmeleriyle doğrudan ilişkili olduğu ve çevresel koşulların bu davranışları önemli ölçüde etkilediği anlaşılmaktadır. Tüm bunların yanı sıra, davranış biçimlerinin bireyden bireye değişiklik gösterdiği de dikkat çekici bir özelliktir (Odabaşı ve Barış, 2002).

Ayrıca tüketici davranışlarını anlamak için tüketici, müşteri ve alıcı kavramlarının da netleştirilmesi gerekir. Tüketici, bireyin ya da ailesinin ihtiyaç ve arzularını karşılamak amacıyla mal veya hizmet satın alan ya da satın alma potansiyeline sahip olan kişiyi ifade etmektedir (Karabulut, 1981). Müşteri ise belirli bir işletmeden düzenli alışveriş yapan veya sürekli aynı markayı tercih eden tüketici olarak tanımlanabilir. Bu nedenle her müşteri tüketici konumundadır. Ancak her tüketici müşteri değildir. Alıcı kavramı ise satın alma işlemini kendi adına değil, başkaları adına gerçekleştiren kişi veya kurumları ifade etmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2023).

2.4.3.2. Karar Süreci ve Satın Alma Davranışı

Tüketici davranışları bağlamında karar, tüketicilerin iyi bir olasılığa sahip, arzulanan iki veya daha fazla ürün ile karşılaşmaları durumunda gerçekleştirdikleri eylem olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan hareketle, karar verme sürecinde esas amacın bireyin ihtiyaç ve beklentilerine en uygun ya da en yüksek faydayı sağlayacak sonuca ulaşmak olduğu görülmektedir. Bir kararın varlığından söz edilebilmesi için tüketicinin karşısında en az iki ya da daha fazla alternatifin bulunması gerekmekte; bu noktada tüketici, mevcut seçenekler arasında tercih yaparak birini seçmek durumundadır. Ayrıca bu tercih süreci, bireyin kendi iradesi ve özgür seçimi doğrultusunda gerçekleşmektedir (Argan, 2013).

Kararlarla ilgili birçok görüş bulunmasına rağmen genellikle dört farklı görüş üzerinde durulmaktadır. Bunlar; ekonomik görüş, pasif görüş, bilişsel görüş ve duygusal görüştür. Ekonomik görüşe göre tüketici seçim yaparken ürünün maliyetini ve sağlayacağı faydayı dikkate almakta veya ürünün ekonomik maliyetini minimize etmeye çalışmaktadır. Pasif görüşte, tüketiciler çevrenin etkisi altında olmakla birlikte manipülasyon ve yönlendirmelere oldukça açıktır. Bu görüşte tüketiciler karar alırken reklam kampanyaları ve mağaza sergilerinden etkilenmektedir. Dolayısıyla bu tip tüketiciler pazarlamacılar tarafından da sevilmektedir. Çünkü pazarlamacılar istedikleri etkiyi yaratmak için pazarlama çalışmaları yaptıklarında genellikle bu kitleyi hedef almaktadır. Bilişsel görüş ise karar sürecinde bilgiyi baz almaktadır. Bu görüşte tüketiciler çevrenin kontrolü altında olmamakla birlikte iç arzularıyla da hareket etmemektedir. Tüketiciler bir problem çözücü olarak düşünerek hareket etmektedir. Son olarak duygusal görüşe göre karar verme sürecinde tüketicinin duygu durumu etkilidir. Tüketici, ürünü satın aldıktan hoşlandığı

taktirde pazarlamacıların gösterdiği çaba ve promosyonların önemi ve etkisi azalmaktadır (Schwarz ve Hunter, 2008; Akt. Argan, 2013).

Satın alma olgusu, tüketicinin karşılaştığı ihtiyaç ya da probleme yönelik bilgi toplama süreciyle başlamaktadır. Toplanan bilgilerin sistematik biçimde düzenlenmesi ve değerlendirilmesi neticesinde verilen karar, satın alma davranışının fiili aşamasını oluşturmaktadır. Bu süreç, planlı ya da plansız biçimde ortaya çıkabilmektedir. Satın alma davranışının şekillenmesinde bireysel niyetler, çevresel faktörler ve kişisel farklılıklar belirleyici unsurlar olarak rol oynamaktadır. Planlı satın alma davranışında tüketici, belirli bir ihtiyacın farkına vararak ürün sınıfını, ürün kategorisini, ürünü ve markayı önceden tanımlamaktadır. Buna karşın, herhangi bir ihtiyacın önceden belirlenmediği ya da satın alma niyetinin bulunmadığı durumlarda kararın alışveriş sürecinde verilmesi plansız satın alma davranışına işaret etmektedir (Argan, 2013).

Karar alma sürecinde tüketici, birçok farklı faktörün etkisi altında kalmaktadır. Satın alma kararını etkileyen bu faktörler oldukça çeşitlidir. Bu faktörler psikolojik, sosyolojik ve pazarlama odaklı faktörler olarak sınıflandırılabilirken bir diğer sınıflandırma biçimi ise fiziksel, sosyal, durumsal şeklindedir (Aksöz, 2019; Mucuk, 2007).

2.5.3.3. Tüketicilerin Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler

Tüketicilerin satın alma davranışları, farklı unsurların bir araya gelmesiyle şekillenen çok boyutlu bir süreçtir. Literatürde bu unsurlar çoğunlukla sosyo-kültürel, psikolojik ve kişisel faktörler olarak sınıflandırılmakta ve her biri tüketicinin tercihlerini farklı açılardan etkilemektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde bu faktörler ayrıntılı biçimde ele alınacaktır.

3.3.1. Sosyo-Kültürel Faktör

Tüketicilerin satın alma eylemlerini etkileyen faktörlerin başında sosyo-kültürel faktörler yer almaktadır. Bu faktörlerin başlıcaları: kültür, alt kültür, sosyal sınıf, referans (danışma) grupları, roller ve ailedir (Mucuk, 2007).

3.3.1.1. Kültür ve Alt Kültür:

Kültür, bireylerin ihtiyaç ve taleplerini yönlendiren temel belirleyicilerden biri olmakla birlikte toplum tarafından üretilmiş ve nesiller arası aktarımla sürdürülen değerler

sistemini temsil etmektedir. Bu sistem; örf, adet, ahlâk kuralları, inançlar, tutumlar, davranış kalıpları, sanat anlayışı ve ortak semboller gibi unsurların bütünü kapsamaktadır. Kültür yalnızca yiyecek, giyecek, barınma ve mobilya gibi maddi unsurları değil; aynı zamanda eğitim, refah, hukuk düzeni gibi manevi ve kurumsal boyutları da içermektedir. Tüketici davranışları incelendiğinde kültürel faktörlerin bireylerin satın alma kararlarını şekillendiren en kapsamlı çerçevelerden biri olarak ele alındığı görülmekte ve hangi ürünlerin tüketileceği, hangi giyim tarzlarının tercih edileceği, yaşam alanlarının nasıl düzenleneceği ve seyahat tercihleri gibi davranışların büyük ölçüde kültürel normlar ve değerler tarafından yönlendirildiği vurgulanmaktadır (Mucuk, 2007).

Bir ülkenin ya da belirli bir pazarın kültürel yapısı; değerler, alışkanlıklar, gelenekler ve davranış biçimleri bakımından önemli ölçüde çeşitlilik gösterebilmektedir. Tam anlamıyla homojen bir kültür yapısına sahip topluma veya pazara rastlamak neredeyse imkânsızdır. Bu durumun temelinde, toplumların farklı etnik kökenlerden gelen bireyler, farklı inanç sistemlerine mensup gruplar ve farklı coğrafi koşulların şekillendirdiği yaşam biçimlerinden oluşması yatmaktadır. Bu noktada ise alt kültür kavramı devreye girmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2023).

Alt kültür, nüfusun artması ve kültürel homojenliğin zamanla zayıflaması sonucunda ortaya çıkmakta ve dini, etnik, bölgesel veya benzeri ortak özelliklere dayalı toplumsal farklılaşmaları ifade etmektedir. Örneğin, Karadeniz ya da Güneydoğu Anadolu gibi bölgelere özgü alt kültürler bu yapıya örnek teşkil etmektedir. Belirli bir bölgede yaşayan bireyler, sosyal ilişkilerin yoğunluğu, ortak yaşam koşulları ve dış çevresel etkiler nedeniyle benzer değerler geliştirmekte ve benzer davranış biçimlerine yönelmektedir (Mucuk, 2007).

3.3.1.2. Sosyal Sınıf

Sosyal sınıf, bir toplumun farklı tabakalara ayrılması sonucu ortaya çıkan ayrıcalık, imkân, yükümlülük ve ödüller bakımından farklılık gösteren gruplar şeklinde tanımlanabilir. Her sosyal sınıfın kendi içinde homojen bir yapıya sahip olduğu tam anlamıyla söylenememektedir. Ancak homojen yapıdaki uyum daha çok diğer sınıflarla karşılaştırıldığında ortaya çıkmaktadır. Sosyal sınıflar, kendilerine özgü yaşam tarzları, davranış kalıpları, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel nitelikleriyle toplumsal yapının

belirgin unsurlarından birini oluşturmaktadır. Bu yönüyle sosyal sınıf olgusu, belirli ölçüde alt kültür kategorisi içerisinde de değerlendirilebilmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2023).

3.3.1.3. Referans (Danışma) Grupları

Referans grupları bireyin ya da tüketicinin tutumlarını, düşüncelerini, değer yargılarını ve davranış biçimlerini doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen sosyal topluluklar olarak tanımlanmakta ve iki temel kategori altında ele alınmaktadır. İlk grubu, bireyin doğrudan ilişkisi içerisinde bulunduğu birincil gruplar oluşturmaktadır. Bu gruplar; aile, yakın arkadaş çevresi, akrabalar, komşular, iş arkadaşları ve mesleki ilişkilerin sürdürüldüğü diğer kişilerden meydana gelmektedir. Birincil grupların, yüz yüze etkileşim ve sürekli iletişim yoluyla bireyin tutum ve davranışları üzerinde güçlü ve doğrudan bir etkiye sahip oldukları kabul edilmektedir. İkinci kategori ise bireyin üyesi olmadığı, doğrudan iletişim kurmadığı fakat dolaylı biçimde etkisi altında kaldığı ikincil gruplardır. Bu tür gruplar arasında ünlü sporcular, sanatçılar veya kamuoyunda tanınmış kişiler yer almakta olup, özellikle genç bireylerin giyim tarzı, tutumları, değerleri ve davranış kalıpları üzerinde model oluşturu bir işlev görmektedirler. Dolayısıyla referans grupları, bireylerin tüketim tercihleri şekillendirmede ve toplumsal kimliklerini oluşturmada önemli bir rol üstlenmektedir (Mucuk, 2007).

3.3.1.4. Roller ve Aile

Aile, tüketici açısından hem önemli bir bilgi kaynağı hem de birincil derecede başvurulmuş danışma grubudur. Bireyin satın alma kararları üzerinde doğrudan etkili olan aile, bu kararların oluşum ve yönlendirilmesinde belirleyici bir rol üstlenmektedir. Kişi, erken çocukluk döneminden itibaren aile çevresinden etkilenerek tüketim alışkanlıklarını şekillendirmeye başlar. Ailenin tüketici davranışları üzerindeki etkisi ise ailedeki çocuk sayısı, kadının çalışıp çalışmaması ve ailenin kırsal ya da kentsel bir bölgede yaşaması gibi birçok faktöre bağlı olarak farklılık göstermektedir. Başka bir ifadeyle bu sosyo-demografik koşullar ailelerin tüketim tercihleri ve karar alma süreçlerini doğrudan etkilemektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2023; Mucuk, 2007).

3.3.2. Psikolojik Faktörler

Davranış bilimi olan psikoloji, tüketicilerin karar verme sürecinin tüm aşamalarını inceleyerek açıklamaya çalışmaktadır. Tüketicileri karar öncesi etkileyen psikolojik etkenler ise aşağıda sıralanmıştır.

3.3.2.1. Motivasyon (Güdülenme)

Güdü veya motivasyon, bireyin belirli bir hedefe yönelmesini sağlayan içsel bir durum olmakla birlikte bu durum kişiye enerji vermekte ve harekete geçirmektedir. Güdülenmiş bir tüketici, hazır, istekli ve amaca yönelik davranış göstermeye eğilimlidir. Motivasyonu etkileyen başlıca faktörler; kişisel ilgi, ihtiyaçlar, risk algısı, bireysel yetenekler, fırsatlar ve bilgi düzeyidir (Öztürk, 2015).

3.3.2.2. Algılama

Algılama, bireyin duyuşal bilgileri işleyerek nesneler ve olaylarla ilişkilendirme sürecidir. Tüketicinin karar verme davranışı, çevresinden aldığı uyarıların nasıl yorumladığına bağlıdır. Uyarıcıyla ilk temas sırasında algı oluşur ve bu süreç bireyin duyularını biçimlendirir. Pazarlama açısından bakıldığında marka, ürün, ambalaj, reklam, satış personeli, mağaza düzeni, ünlü kişiler veya raf yerleşimleri tüketici üzerinde algıyı şekillendiren temel uyarılar arasında yer almaktadır (Barış, 2019; Öztürk, 2015).

3.3.2.3. Öğrenme

Öğrenme, bireyin yaşantıları ya da deneyimleri sonucunda davranışlarında ortaya çıkan ve kalıcılık gösteren değişimlerdir. Bu bağlamda öğrenmenin üç temel özelliği bulunmaktadır. İlk olarak, öğrenme süreci her şeyden önce bir davranış değişikliği olmakla birlikte söz konusu değişiklik olumlu ya da olumsuz yönde gerçekleşebilmektedir. Ayrıca her iki durumda da öğrenme olgusunun varlığı değişmemektedir. İkinci olarak öğrenme bireyin yaşantıları veya uygulamalarına dayanmaktadır yani doğrudan tecrübeler ya da dolaylı olarak edinilen deneyimler öğrenmenin temelini oluşturmaktadır. Son olarak öğrenme sonucunda ortaya çıkan davranış değişiklikleri süreklilik arz etmektedir dolayısıyla geçici değil, kalıcı bir etki yaramaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2023).

Büyüme ve olgunlaşma neticesinde ortaya çıkan değişimle öğrenme ürünü sayılmamaktadır. Dört çeşit öğrenme türü bulunmaktadır. Bunlar: alışkanlık, klasik koşullanma, edimsel koşullanma ve karmaşık öğrenmedir. Öğrenmeyi etkileyen başlıca faktörler ise dürtü, uyarıcı, ayırt etme, tepki, pekiştirme ve hafızadır (Öztürk, 2015).

3.3.2.4. Tutumlar ve İnançlar

Tutum; bireylerin belirli bir nesneye, düşünceye ya da sembole yönelik geliştirdikleri bilişsel, duyuşsal ve davranışsal eğilimlerin bütünüdür. Bu bağlamda tutumlar, inanç sistemlerinin şekillenmesinde belirleyici rol oynamakta; inançlar ise bireyin doğrudan deneyimlerinden veya toplumsal çevreden elde ettiği bilgi, kanaat ve yargılara dayanmaktadır. Literatürde, tüketicilerin ürün ve marka tercihlerinde tutumların yönlendirici bir faktör olduğu ve satın alma kararlarının büyük ölçüde bu eğilimlerden etkilendiği ortaya konmuştur. Ayrıca, bireyin geçmiş yaşantıları, sosyal çevresiyle olan etkileşimleri ve kişilik özellikleri de tutumların oluşum sürecine katkı sağlayan temel unsurlar arasında değerlendirilmektedir (Mucuk, 2007).

Tutumların bütünlükleri içerisinde ve elemanları açısından özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler şu şekilde ifade edilebilir: Her tutumun mutlaka bir objesi vardır; bu obje bir ürün, fikir ya da sembol olabilir. Tutumlarda belirli bir güç bulunur ve bu güç, tutumu oluşturan unsurların toplam etkisiyle ortaya çıkar. Elemanlarının çeşitliliği ve karmaşıklığına bağlı olarak tutumlar basit ya da karmaşık bir yapı sergileyebilir. Ayrıca tutumlar, birbirleriyle bağlantılı olabilmekte ve aralarında belirli bir tutarlılık ilişkisi gözlemlenebilmektedir. Tutumların öğrenme yoluyla kazanıldığı kabul edilmekte olup bireyin yalnızca tek bir tutumdan değil, bir tutumlar bütününden oluştuğu da vurgulanmaktadır. Son olarak, tutumların zaman içerisinde değişime uğrayabileceği, değiştirilebileceği, ancak bu değişim sürecinin genellikle zor ve uzun vadeli olduğu ifade edilmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2023):

3.3.2.5. Kişilik

Kişilik, bireyin hem iç dünyasıyla hem de çevresiyle kurduğu ilişkilerde ortaya çıkan, onu diğer kişilerden ayırt eden ve süreklilik arz eden bir özellikler bütünüdür. Bu nedenle kişilik, tüketici davranışlarının şekillenmesinde ve özellikle satın alma süreçlerinde önemli bir belirleyici olarak görülmektedir. Tüketici, bir ürün veya hizmeti seçerken

yalnızca ihtiyacını karşılamayı değil, aynı zamanda kişilik özelliklerini de yansıtan bir tercih yapmaktadır. Örneğin, yılbaşı için bir tebrik kartı seçimi yapılırken hem alıcının hem de kartın hediye edileceği kişinin kişilik yapısı seçim kararını doğrudan etkileyebilmektedir (Öztürk, 2015).

3.3.3. Kişisel Faktörler

Tüketicilerin satın alma kararlarını biçimlendiren kişisel faktörler genel olarak iki grupta incelenmektedir. Bunlar, demografik faktörler ve durumsal faktörlerdir.

3.3.3.1. Demografik Faktörler

Demografik faktörler, tüketici davranışlarını anlamada kritik bir rol oynar. Özellikle yaş, gelir, eğitim düzeyi, meslek, çevre duyarlılığı ve yaşam tarzı gibi faktörler, bireylerin hangi ürün veya hizmetlere yöneleceği, hangi markaları tercih edeceği ve ne kadar harcama yapacağı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Öncelikle bireyin yaşı ve yaşam evresi, hangi ürün gruplarına, modellere veya tarzlara yöneleceğini belirleyen önemli bir etkidir. Bunun yanında, medeni durum, çocuk sahibi olup olmama, cinsiyet, gelir seviyesi, eğitim düzeyi ve mesleki konum gibi değişkenler de satın alma davranışını şekillendirmektedir. Örneğin, aynı gelire sahip bekar bir birey ile evli ve çocuklu bir bireyin tüketim tercihleri farklılık gösterebilir. Benzer şekilde, aynı maaşı alan bir devlet memuru, bir öğretmen ya da düşük eğitim seviyesine sahip bir işçi; yaşam tarzları ve değer algıları farklı olduğundan, farklı satın alma kararları verebilmektedir (Mucuk, 2007).

3.3.3.2. Durumsal Faktörler

Durumsal faktörler, tüketici kararları üzerinde etkili olan ve alışveriş durumunda, belirli zaman ve mekanda meydana gelen, sürekli olmayan şartlar ya da ortam olarak tanımlanabilir. Bir başka ifade ile alışveriş esnasında anlık olarak meydana gelen ve satın alma kararlarına etki edebilen tüm şartlar bütününe durumsal faktörler denilebilir. Durumsal faktörler alışveriş sürecinde her zaman karşılaşılan durumlar veya şartları ifade etmemektedir. Ara sıra meydana gelen veya yalnızca alışveriş bağlamına göre ortaya çıkan şartları ifade eder. Örneğin normal şartlarda açlığın bastırılması için yapılan bir

yemek tercihi ile kutlama amaçlı yapılan yemek tercihi arasında belirgin farklar olabilmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2023).

Özetle bu bölümde tüketici davranışlarının kuramsal çerçevesi ele alınmıştır. İlk olarak tüketici, müşteri ve alıcı kavramları arasındaki kavramsal farklılıklar ortaya konmuş, ardından satın alma davranışlarını şekillendiren bireysel, psikolojik, kültürel, sosyal ve demografik unsurlar sistematik biçimde incelenmiştir. Bu bağlamda tüketici davranışlarının yalnızca ekonomik tercihlerle sınırlı olmadığı, aynı zamanda bireyin kişilik özellikleri, tutum ve inançları ile toplumsal değerler ve çevresel koşullar tarafından yönlendirilen çok boyutlu bir olgu olduğu vurgulanmıştır.



4. BÖLÜM: TÜKETİCİLERİN HELAL İLAÇ SATIN ALMA NİYETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ÖLÇÜLMESİ

Bu bölümde, önceki kısımlarda kavramsal çerçevesi sunulan tüketici davranışları, helal ürün ve helal ilaç konuları uygulamalı bir araştırma ile incelenecektir. Araştırmanın temel amacı, tüketicilerin helal ilaçlara yönelik satın alma niyetlerini ölçmek ve bu niyet üzerinde dindarlık, sağlık bilinci, bilgi düzeyi, helal ilaç anlayışı ve demografik özelliklerin etkisini değerlendirmektir. Bu doğrultuda önce araştırma yöntemine, veri toplama sürecine, çalışma grubuna ve anket formunun yapısına ilişkin bilgiler verilecektir. Daha sonra güvenilirlik, faktör, korelasyon ve regresyon analizleri gibi nicel bulgular sunularak hipotezler test edilecek ve elde edilen sonuçlar yorumlanacaktır. Dolayısıyla bu bölümde ortaya konan veriler, helal ilaçlara ilişkin tüketici davranışlarının daha açık biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

2.6.4.1. Araştırmanın Metodolojisi ve Genel Bulguları

Bu başlık altında araştırmanın nasıl yürütüldüğüne ve elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Öncelikle çalışmada kullanılan yöntem ve desen açıklanmış, ardından veri toplama tekniği, çalışma grubunun özellikleri üzerinde durulmuştur. Daha sonra anket formunun yapısı tanıtılmış, araştırmanın hipotezleri ortaya konmuş, geçerliliğe ilişkin değerlendirmeler yapılmış ve çalışmanın sınırlılıkları belirtilmiştir. Bu çerçevede sunulan metodolojik bilgiler, araştırmadan elde edilen bulguların anlaşılması ve yorumlanması için gerekli altyapıyı oluşturmaktadır.

4.1.1 Araştırmanın Yöntemi ve Deseni

Araştırma kapsamında, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılarak tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörler incelenmiştir. Anket soruları hazırlanırken literatürde mevcutta yer alan ve test edilmiş önceki çalışmalardan yararlanılmıştır. Anket sorularında, katılımcıların tutum ve düşüncelerini değerlendirmek amacıyla Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Bu çalışmada, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri incelemek için betimleyici ve kesitsel bir araştırma deseni kullanılmıştır. Betimleyici desen, mevcut durumun betimlenmesi ve katılımcıların belirli konulara ilişkin görüş ve davranışlarının analiz edilmesi amacıyla tercih edilmiştir. Kesitsel desen ise veri toplama sürecinin belirli

bir zaman diliminde gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Bu desen, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin demografik değişkenlere göre nasıl farklılık gösterdiğinin incelenmesi için uygunluk arz etmektedir.

4.1.2. Ölçeklerin Belirlenmesi ve Veri Toplama Süreci

Bu çalışmada, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri incelemek amacıyla veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, öncelikle konuya ilişkin mevcut literatür detaylı bir şekilde incelenmiştir. Hem yabancı hem de Türkçe literatürde yer alan çalışmalarda ölçekler anket sorularının hazırlanmasında rehberlik etmiştir.

Bu kapsamda “Sağlık Bilinci Ölçeği” Kaplan ve Gezen (2017)’in çalışmasından alınmış olup söz konusu çalışmada ölçeğin güvenirlik değeri 0.902 olarak raporlanmıştır. “Helal İlaç Bilgisi Ölçeği” Abd Rahman, Asrarhaghighi ve Ab Rahman (2015)’in çalışmalarından alınmıştır ve orijinal çalışmada güvenirlik değeri 0.76 olarak bulunmuştur. “Dindarlık Ölçeği” Özer, Özbek, Elçi ve Aydın (2013)’in çalışmalarından alınmıştır ancak uzman görüşü doğrultusunda üçüncü madde çıkarılmıştır. “Helal İlaç Satın Alma Niyeti Ölçeği” Sudarsono ve Nugrohowati (2020)’in çalışmalarından alınmış olup orijinal ölçekte yer alan kozmetik ve gıda boyutları çıkarılarak yalnızca ilaç boyutu kullanılmıştır. “Helal İlaç Anlayışı Ölçeği” ise Vizano ve diğerleri (2020)’in çalışmasından alınmıştır. “Sağlık Bilinci Ölçeği” Türkçe olarak hazırlanmışken, diğer ölçekler İngilizce kaynaklıdır. Bu nedenle, ölçeklerin dilsel uyarlama sürecinde bir İngilizce öğretmeni ve bir İngiliz Dili ve Edebiyatı mezunundan yardım alınmıştır. Ölçeklerin seçimi ve uyarlama sürecinin titizlikle yürütülmesinin ardından, anketin uygulanabilirliği ve etik açıdan uygunluğu da sağlanarak veri toplama süreci planlanmıştır.

Anket formlarının dağıtılabilmesi ve verilerin işlenebilmesi için üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kuruluna başvuru yapılmıştır. Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu 16/05/2025 tarihli ve 84 sayılı toplantısında alınan “65” nolu karar ile çalışma etik açıdan uygun bulunmuştur. Etik onayın alınmasının ardından anket uygulama süreci planlandığı şekilde yürütülmüştür.

Veriler 2025 yılı Mayıs, Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında toplanmıştır. Anket formu hem çevrim içi hem de yüz yüze yöntemlerle uygulanmış; katılımcılara

araştırmanın amacı hakkında kısa bilgi verildikten sonra gönüllülük esasına dayalı olarak veriler elde edilmiştir. Katılımcılardan isim, adres vb. gibi kişisel veriler talep edilmemiştir. Anket uygulaması ortalama 3-4 dakika sürmüştür. Veriler öncelikle Excel'e aktarılmış, burada kodlandıktan sonra SPSS programı aracılığı ile analiz edilmiştir.

4.1.3. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, ağırlıklı olarak Marmara Bölgesi'nde yaşayan katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı 18–25 yaş aralığında, lisans mezunu bireylerden oluşmakta; memurlar ve ücretli çalışanlar örnekleme en yüksek orana sahip meslek gruplarını temsil etmektedir. Katılımcılara ulaşmada kolaylık ve kartopu örnekleme yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Araştırmada amaç, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip bireylerin görüşlerini kapsayarak heterojen bir örneklem oluşturmaktır; ancak uygulama sürecinde özellikle çevrimiçi anketlerin paylaşım biçimi nedeniyle örneklemin görece homojen bir yapı sergilediği ve kadın katılımcıların sayısının daha yüksek olduğu görülmüştür. Anket formları hem çevrimiçi platformlar aracılığıyla hem de yüz yüze görüşmeler yoluyla katılımcılara ulaştırılmıştır. İlk aşamada 266 kişiye ulaşılmış, ancak verilerin güvenilirliğini sağlamak amacıyla ankette yer alan kontrol sorusu ("Bu anketin konusu tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetinin ölçülmesidir.") dikkate alınmıştır. Bu soruya yanlış yanıt veren veya tutarsız yanıtlar verdiği belirlenen 15 katılımcı veri setinden çıkarılmış, böylece 251 geçerli anket analize dahil edilmiştir. Bu sayede elde edilen veriler, katılımcıların helal ilaçlara yönelik tutumlarının demografik değişkenler açısından incelenmesine olanak tanımıştır.

4.1.4. Anket Formunun Yapısı

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak yapılandırılmış bir anket formu kullanılmıştır. Anket, literatüre dayalı olarak oluşturulan ve araştırmanın amaçlarına uygun biçimde düzenlenmiş iki temel bölümden (demografik bilgiler ve ölçekler) oluşmaktadır. Formun tasarımında açık, anlaşılır ve yönlendirici olmayan ifadeler kullanılmasına özen gösterilmiştir.

Anketin ilk bölümü, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik soruları içermektedir. Bu bölümde yer alan değişkenler şunlardır:

- Cinsiyet (Kadın / Erkek)

- Yaş (18–25, 26–35, 36–45, 46–55, 56–65, 66 ve üzeri)
- Medeni Durum (Evli / Bekar)
- Eğitim Durumu (İlkokul, lise, ön lisans, lisans, yüksek lisans ve üzeri)
- İş Alanı (Ücretli, işletme sahibi, serbest meslek, öğrenci, ev hanımı, emekli diğer)
- Aylık Gelir (0–15.000 TL, 15.001–30.000 TL, 30.001–45.000 TL, 45.001 TL ve üzeri)

Bu bölümdeki sorular, çoktan seçmeli kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır ve istatistiksel analizlerde kullanılmak üzere sayısal olarak kodlanmıştır.

Anketin ikinci bölümünde, katılımcıların helal ilaç satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri ölçmeye yönelik beş ayrı ölçek yer almaktadır. Tüm ölçeklerde 5’li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır:

- 1: Kesinlikle katılmıyorum
- 2: Katılmıyorum
- 3: Kararsızım
- 4: Katılıyorum
- 5: Kesinlikle katılıyorum

Bu bölümdeki ölçekler ve madde sayıları aşağıdaki gibidir:

Tablo 1: Ölçek İsimleri ve Madde Sayıları

Ölçek Adı	Madde Sayısı
Dindarlık Ölçeği	10
Sağlık Bilinci Ölçeği	8
Helal İlaç Bilgisi Ölçeği	5
Helal İlaç Anlayışı Ölçeği	3
Helal İlaç Satın Alma Niyeti	5

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıdaki ölçeklerin tercih edilme nedenine değinecek olursak katılımcıların dini yönelimleri, inançlarının günlük yaşamlarındaki rolünü ve helal ilaçlara olan yaklaşımlarını anlamak için kritiktir. Sağlık bilinci ile ilgili sorular, katılımcıların sağlık konusundaki farkındalık düzeylerini ve bu farkındalığın helal ilaç tercihleri üzerindeki etkisini değerlendirmek amacıyla tasarlanmıştır. Helal ilaç bilgisi, bireylerin helal ilaçlar hakkındaki farkındalık ve bilgi düzeyini ifade etmesi açısından önem arz etmektedir.

Satın alma niyetine dair sorular ise gelecekte helal ilaç satın alma olasılıklarını değerlendirmeyi hedeflemektedir.

4.1.5. Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmanın modeli doğrultusunda 10 hipotez belirlenmiştir. Bu hipotezler H1, H2... (Hipotez 1, Hipotez 2...) şeklinde kodlanmıştır. Belirlenmiş hipotezler aşağıdaki gibidir:

Temel Hipotezler

- **H1:** Dindarlık ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H2:** Sağlık bilinci ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H3:** Helal ilaç bilgisi ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H4:** Helal ilaç anlayışı ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Demografik Değişkenlere Göre Hipotezler

- **H5:** Cinsiyet ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H6:** Yaş grupları ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H7:** Medeni durum ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H8:** Eğitim durumu ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H9:** Aylık gelir düzeyi ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H10:** İş alanı ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4.1.6. Araştırmanın Geçerliliği

Bu araştırmanın geçerliliği; kullanılan ölçme araçlarının özellikleri, analiz sürecinin bilimsel standartlara uygunluğu ve verilerin toplanma biçimindeki titizlik sayesinde önemli ölçüde sağlanmıştır. Öncelikle çalışmada kullanılan dindarlık, sağlık bilinci, helal ilaç bilgisi, helal ilaç anlayışı ve helal ilaç satın alma niyeti ölçekleri, literatürde yaygın olarak kullanılan ve bilimsel geçerliği önceden test edilmiş ölçekler temel alınarak hazırlanmıştır. Bu durum, içerik geçerliliğinin sağlanmasına da katkı sunmuştur.

Faktör analizleri, her bir ölçeğin tek boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ve bu yapıların yüksek oranda açıklanan varyansa sahip olduğunu ortaya koymuştur (örneğin helal tıp anlayışı için %93,1 açıklanan varyans). Bu bulgular, yapı geçerliliğinin sağlandığına işaret etmektedir. Ayrıca Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerlerinin 0.70'in üzerinde ve Bartlett küresellik testinin anlamlı çıkması, veri setinin faktör analizine uygun olduğunu

teyit etmektedir. Böylelikle her ölçeğin kendi içinde homojen bir yapıda olduğu ve tek bir faktörü ölçtüğü görülmektedir.

Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Bağımlı değişken olan helal ilaç satın alma niyeti ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerin gücü ve yönü, Pearson korelasyon katsayısı ile değerlendirilmiş, anlamlılık düzeyleri $p < 0.01$ olarak saptanmıştır. Ek olarak çoklu regresyon analizleri, her bir bağımsız değişkenin modele katkısını ve açıklayıcı gücünü göstermiştir. Modelin genel anlamlılığı (ANOVA sonuçları) ve açıklanan varyans oranı, bulguların güvenilirliğini ve geçerliliğini desteklemiştir.

Veri toplama sürecinde anket formları özenli bir şekilde hazırlanmış ve katılımcılara açık ve anlaşılır şekilde sunulmuştur. Araştırma kapsamında yalnızca nicel veri kullanılması ölçümlerin standardizasyonuna katkı sağlamış ve yorumlamada nesnellik sağlamıştır.

Bahsi geçen hususlar bir arada değerlendirildiğinde araştırma hem ölçüm araçları bakımından hem de uygulanan analizler açısından bilimsel geçerlilik standartları dikkate alınarak yürütülmüştür.

4.1.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, belirli bilimsel kurallara göre yürütülmüş olsa da bazı sınırlılıkları mevcuttur. Bu sınırlılıkların farkında olunması elde edilen bulguların yorumlanmasında daha özenli ve bilinçli hareket edilmesini gerektirmektedir.

İlk olarak, çalışmada kullanılan örneklem Türkiye'deki belirli illerden (daha çok Marmara Bölgesinde yaşayan katılımcılardan) ve daha çok çevrimiçi ortamlardan elde edilmiştir. Dolayısıyla bu örneklem, Türkiye genelini temsil etme konusunda sınırlı kalmaktadır. Türk toplumunun çok kültürlü bir yapıda olması (bölgesel farklılıklara göre kültürel ve dini yaklaşımlarda çeşitli farklılıkların bulunması) farklı bölgelerden elde edilecek verilerde farklı sonuçları doğurabilir. Bu durum, genellenebilirlik açısından önemli bir sınırlılık arz etmektedir.

İkinci olarak, çalışmanın örnekleminde kadın katılımcıların oranı (%75,3) erkeklere göre oldukça fazladır. Erkek katılımcıların da sayıca fazla veya denk oldukları çalışmalar farklı sonuçlar doğurabilir. Ayrıca örnekleimde genç yaş gruplarının (özellikle 18–25 yaş) ağırlıkta olması, bulguların yaşla ilişkili olarak değişen tutum ve davranışları tam olarak yansıtmamasına neden olabilir.

Üçüncü olarak, araştırma verileri öz-beyan yöntemine dayalı olarak toplanmıştır. Bu tür yöntemlerde katılımcılar, sosyal beğenilirlik veya toplumsal normlara uygun davranma arzusu nedeniyle gerçek tutum ve inançlarını tam olarak yansıtmayabilir. Özellikle dindarlık gibi hassas konularda, katılımcıların daha idealize edilmiş cevaplar verme eğiliminde olması mümkündür. Bu durum, ölçüm hataları ve yanlılık riskini artırmaktadır. Dördüncü olarak, araştırmada yalnızca nicel yöntemler kullanılmıştır. Katılımcıların derinlemesine düşüncelerini, motivasyonlarını ve içsel anlamlandırmalarını ortaya koymak için nitel yöntemlerin de kullanıldığı çalışmalar daha detaylı bilgiler sunacaktır. Örneğin, helal ilaç anlayışı veya helal ilaç bilgisi hakkında bireylerin zihnindeki şemaları daha iyi anlayabilmek için mülakatlar yapılabilir veya bu konuyla ilgili belirli gruplar üzerine (sağlık çalışanları, eczacılar gibi) araştırmalar yapılabilir.

Son olarak, bu çalışma kesitsel bir tasarıma sahip olduğu için veriler tek bir zaman diliminde toplanmıştır. Zaman geçtikçe insanların dine ve insan sağlığına yönelik tutum ve davranışlarında farklılıklar meydana gelebilir. Dolayısıyla bu tarz konularda boylamsal yöntemlerle de çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Tüm bu sınırlılıklar dahilinde araştırmanın sunmuş olduğu bulguların, belirlenen örneklem ve koşullar altında bilimsel geçerlik taşıdığı söylenebilir. Ancak ilerleyen zamanlarda araştırmalarda daha geniş ve dengeli örneklemeler, karma yöntemler ve boylamsal tasarımlar kullanılarak bu sınırlılıklar aşılabılır.

2.7.4.2. Nicel Verilere İlişkin Bulgular

Bu başlık altında araştırma kapsamında elde edilen nicel verilerin analiz sonuçları sunulmaktadır. Öncelikle tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiş, katılımcıların demografik özellikleri ile ölçeklere ilişkin temel bulgular ortaya konmuştur. Ardından güvenirlik ve faktör analizleri gerçekleştirilmiş, her bir ölçek için ayrı ayrı faktör yapıları değerlendirilmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymak ve hipotezleri test etmek amacıyla korelasyon, regresyon, t-testi ve ANOVA analizleri yapılarak bulgular ayrıntılı biçimde yorumlanmıştır.

4.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma verileri toplandıktan sonra öncelikle katılımcıların demografik özellikleri ve çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin temel istatistiksel değerler belirlenmiştir. Bu

doğrultuda; frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistiksel tekniklerden faydalanılmıştır.

4.2.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik bilgileri detaylı olarak aşağıdaki tablolarda aracılığıyla aktarılmıştır.

Tablo 2: Katılımcıların Sosyodemografik Özelliklere Göre Dağılımı

Sosyodemografik Özellikler		
	n	%
Cinsiyet		
Kadın	189	75,3
Erkek	62	24,7
Yaş		
18-25	99	39,4
26-35	72	28,7
36-45	48	19,1
46-55	26	10,4
56-65	5	2,0
66 ve üzeri	1	,4
Medeni Durum		
Evli	142	56,5
Bekar	109	43,4
Eğitim Durumu		
İlkokul	43	17,1
Lise	70	27,9
Önlisans	33	13,1
Lisans	81	32,3
Yüksek Lisans ve üzeri	24	9,6
İş Alanı		
Ücretli (işçi, memur vb.)	103	41,0
İşletme Sahibi-Esnaf	13	5,2

Serbest Meslek (avukat mimar, diş hekimi vb.)	4	1,6
Öğrenci	46	18,3
Ev Hanımı	63	25,1
Emekli	7	2,8
Diğ er	15	6,0
Aylık Gelir		
0-15.000 TL	104	41,4
15.001-30.000 TL	52	20,7
30.001-45.000 TL	33	13,1
45.000 TL ve üzeri	62	24,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tabloya göre araştırmaya katılan toplam 251 kişinin 189'unu kadınlar (%75,3), 62'sini ise erkekler (%24,7) oluşturmaktadır. Bu bulgu, örnekleme kadın katılımcıların frekans ve yüzde bakımından erkek katılımcılara göre daha yüksek oranda temsil edildiğini göstermektedir.

Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde, araştırmaya katılanların çoğunluğunu 18-25 yaş aralığındaki bireyler (%39,4, n=99) oluşturduğu görölmektedir ve bunu 26-35 yaş aralığındaki katılımcılar (%28,7, n=72) takip etmektedir. Daha ileri yaş gruplarında ise katılımcı sayısı ve oranının giderek azaldığı, özellikle 66 yaş ve üzeri grubunda yalnızca 1 katılımcının (%0,4) yer aldığı görölmektedir. Bu bulgular, araştırma örnekleminin büyük ölçüde genç ve orta yaşlı bireylerden oluştuğunu göstermektedir.

Katılımcıların medeni durumu incelendiğinde, 142 katılımcının evli (%56,6), 109 katılımcının ise bekar (%43,4) olduğu görölmektedir. Bu sonuç, araştırma örnekleminin yarıdan fazlasının evli bireylerden oluştuğunu ancak bekar katılımcı oranının da dikkate değer bir seviyede olduğu göstermektedir.

Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde, araştırma örnekleminin en yüksek oranını lisans mezunları oluştururken (%32,3), en düşük oranını yüksek lisans ve üzeri eğitim düzeyine (%9,6) sahip katılımcılara ait olduğu görölmektedir. Ayrıca lise mezunlarının oranı da dikkat çekici bir seviyededir (%27,9). Bu bulgular, araştırmaya katılan bireylerin büyük çoğunluğunun ortaöğretim ve lisans seviyesinde eğitime sahip olduğu ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılanların iş alanları incelendiğinde, en yüksek oranın ücretli çalışanlardan (n=103, %41,0) oluştuğu görülmektedir. Bunu sırasıyla ev hanımları (n=63, %25,1) ve öğrenciler (n=46, %18,3) takip etmektedir. Daha düşük oranlarda ise işletme sahibi/esnaf (n=13, %5,2), emekli (n=7, %2,8) ve serbest meslek mensupları (n=4, %1,6) yer almaktadır. Diğer kategorisinde ise yalnızca 15 kişi (%6,0) bulunmaktadır. Bu sonuçlar, örneklem grubunun büyük ölçüde ücretli çalışanlardan ve ev hanımlarından oluştuğunu göstermektedir.

Katılımcıların aylık gelir düzeylerine ilişkin dağılım incelendiğinde, en yüksek oran 0–15.000 TL gelir aralığında yer almaktadır (%41,4; n=104). Bu durum, örneklemde düşük gelir grubunda yer alan bireylerin sayıca daha fazla olabileceğini düşündürmektedir. Bunu sırasıyla 45.000 TL ve üzeri gelir grubundaki katılımcılar izlemektedir (%24,7; n=62), bu da örneklemde yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin de belirli bir oranda temsil edildiğini göstermektedir. Orta gelir grupları olan 15.001–30.000 TL (%20,7; n=52) ve 30.001–45.000 TL (%13,1; n=33) aralıklarında ise daha düşük oranlar gözlemlenmiştir.

4.2.1.2. Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Çalışmada kullanılan tüm ölçekler 5'li Likert tipi ölçektir. Ölçekler “1 = Kesinlikle katılmıyorum” ile “5 = Kesinlikle katılıyorum” arasında derecelendirilmiştir. Ölçeklerin tümü için katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda hesaplanan ortalama ($\bar{x}$) ve standart sapma (ss) değerleri aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 3: Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Ölçekler	Standart	
	Ortalama ($\bar{x}$)	Sapma (ss)
Dindarlık	4,07	,89
Sağlık Bilinci	3,75	,83
Helal İlaç Bilgisi	3,52	,98
Helal İlaç Anlayışı	4,13	,98
Helal İlaç Satın Alma Niyeti	3,83	,91

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bulgulara göre en yüksek ortalama helal ilaç anlayışı ölçeğinde görülmektedir ($\bar{x} = 4.13$), bu durum katılımcıların helal ilaçların güvenilir ve temiz olduğu düşüncesine yüksek düzeyde olumlu yaklaştığını ifade etmektedir. Bu yaklaşımı sırasıyla dindarlık ($\bar{x} = 4.07$) ve satın alma niyeti ($\bar{x} = 4.13$) izlemektedir. En düşük ortalama ise helal ilaç bilgisi ölçeğine aittir ($\bar{x} = 3.52$), bu durum katılımcıların helal ilaç bilgi düzeylerinin diğer faktörlere kıyasla nispeten daha sınırlı olduğunu düşündürmektedir.

Çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin standart sapma değerleri incelendiğinde, katılımcıların yanıtlarının genel olarak ortalama etrafında makul düzeyde dağıldığı görülmektedir. En düşük standart sapma değeri 0.83 ile sağlık bilinci ölçeğinde gözlemlenmiş olup bu durum katılımcıların sağlık bilinci düzeylerine ilişkin yanıtlarının birbirine oldukça yakın olduğunu ve grubun homojen bir yapı sergilediğini göstermektedir. Bununla birlikte en yüksek standart sapma değeri helal ilaç bilgisi ($ss = ,98$) ile helal ilaç anlayışı ($ss = ,98$) ölçeğindedir. Bu ölçek kapsamında katılımcıların daha çeşitli görüşlere sahip olduğu ve yanıtların daha geniş bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Diğer ölçeklerdeki standart sapma değerlerinin de 0.89 ile 0.91 arasında değişmesi veri setinde aşırı uç değerlerin bulunmadığı ve ölçeklerin genel olarak homojen yanıtlar ürettiğini göstermektedir. Bu durum, katılımcıların benzer algılar geliştirmiş olabileceğine dair bir izlenim sunmaktadır.

4.2.2. Güvenilirlik Analizi

Ölçmede güvenilirlik, temel ve basit olarak tutarlılık anlamına gelmektedir. Bu tutarlılığın iki yönü bulunmaktadır: İç tutarlılık veya zaman içinde tutarlılık. Bu çalışmada iç tutarlılık güvenilirliğinden yararlanılmıştır. İç tutarlılık güvenilirliği, ölçmenin kavram ya da göstergeyle ilişkilendirilmesi ile alakalıdır. Bu tür güvenilirlik gizil özelliğin derecesini belirlenmesinde bize fayda sağlamaktadır. İç tutarlılık güvenilirliği, çok sayıdaki soruların birbirleriyle ya da aynı şeyi ölçmeye çalışan tüm soruların kendi aralarında hangi ölçüde tutarlı oldukları ile ilgilenmektedir. Her sorunun hangi ölçüde aynı şeyi ölçtüğünü tespit etmek için çeşitli teknikler geliştirilmiştir. En çok bilinenleri, ikiye bölme teknikleri, Kuder-Richardson formülleri ve alfa-katsayısıdır. İç tutarlılık açısından güvenilirliği sınamak için, ölçüm aracını bir kez uygulamak yeterlidir. (Punch, 2020, s. 96).

Bu araştırmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılığını belirlemek amacıyla Cronbach's Alpha güvenirlilik katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha (α), test puanlarının güvenirliliğini değerlendirmek için kullanılan bir ölçüt olup özellikle derecelendirme ölçeklerinden elde edilen verilerin analizinde yaygın biçimde tercih edilmektedir. Bu katsayı, ölçeğe ait maddelerden alınan puanların toplam puanlarla olan içsel uyumunu ortaya koyan bir güvenilirlik göstergesidir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2021, s. 115).

Güvenirlilik katsayısı, 0 ile 1 arasında yer alan değerler ile açıklanmaktadır. Güvenirlilik katsayısının 1 değerine yaklaşması güvenirlilik seviyesini yükseltmektedir. Cronbach's Alpha değerlerinin $0,00 \leq \alpha < 0,40$ olması güvenilir olmadığı, $0,40 \leq \alpha < 0,60$ olması güvenirliliğin düşük olduğu, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ değerlerinde olması oldukça güvenilir olduğu, $0,80 \leq \alpha < 1,00$ değer aralığında ise yüksek derecede güvenilir olduğu kabul edilmiştir (Yılmaz, 2022, s. 64).

Aşağıdaki tabloda, beş ölçek için hesaplanan Cronbach's Alpha değerleri ve güvenirlilik düzeyleri sunulmuştur:

Tablo 4: Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi

Ölçekler	N	Cronbach's Alpha
Dindarlık Ölçeği	10	0,961
Sağlık Bilinci Ölçeği	8	0,949
Helal İlaç Bilgisi Ölçeği	5	0,894
Helal İlaç Anlayışı Ölçeği	3	0,963
Helal İlaç Satın Alma Niyeti	5	0,923

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

4.2.2.1. Dindarlık Ölçeği

Dindarlık ölçeğinde Cronbach's Alpha değerı 0,961 olarak bulunmuştur. Bu değer, ölçeğin yüksek derece güvenilir olduğunu ve katılımcıların bu ölçekle tutarlı yanıtlar verdiğini göstermektedir. Değer ölçekte yer alan 10 maddenin tümünün dindarlık kavramını bütüncül şekilde ölçtüğünü gösterir niteliktedir.

4.2.2.2. Sağlık Bilinci Ölçeği

Sağlık Bilinci ölçeğinde Cronbach's Alpha değeri 0,949 olarak tespit edilmiştir. Bu değer maddelerin iç tutarlığa sahip olduğunu ve ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca ölçekte yer alan 8 maddenin hepsinin sağlık bilinci kavramını bütüncül şekilde ölçtüğünü ifade etmektedir.

4.2.2.3. Helal İlaç Bilgisi Ölçeği

Helal İlaç Bilgisi ölçeği için hesaplanan 0,894 değeri, ölçeğin yeterli güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bu değer ölçekte yer alan maddelerin katılımcılar tarafından sağlıklı biçimde anlaşıldığını yansıtmaktadır.

4.2.2.4. Helal İlaç Anlayışı Ölçeği

Helal İlaç Anlayışı ölçeği 3 maddelik kısa bir ölçek olmasına rağmen 0,963 gibi yüksek bir Alpha değerine ulaşmıştır. Bu değer, ölçeğin güçlü bir iç tutarlılığa sahip olduğunu ifade etmektedir.

4.2.2.5. Helal İlaç Satın Alma Niyeti Ölçeği:

Helal İlaç Satın Alma Niyeti ölçeği için hesaplanan 0,923 Cronbach's Alpha değeri, yüksek güvenilirliğe işaret etmektedir. Bu ölçekteki maddeler, helal ilaçlara yönelik satın alma eğilimlerini tutarlı bir biçimde yansıtmaktadır.

Ankette yer alan bütün ölçeklerin Cronbach's Alpha değerleri oldukça yüksek düzeydedir. Bu durum, ölçeklerin güvenilir ölçümler sunduğunu, araştırma bulgularının istatistiksel olarak sağlam temellere dayandığını ifade etmektedir.

4.2.3. Faktör Analizi

Faktör analizi, bir ölçekten elde edilen puanların ölçülmek istenen yapıyı gerçekten yansıtıp yansıtmadığını inceleyerek yapı geçerliğinin değerlendirilmesine katkı sağlayan temel istatistiksel yöntemlerden biridir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2021, s. 124). Bu yöntem, açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) olmak üzere iki ana başlık altında ele alınmaktadır. Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkileri sistematik olarak inceleyerek, bu değişkenlerin ortak faktörler etrafında toplanmasını ve daha anlamlı bir biçimde özetlenmesini sağlamaktadır. Veri setinde yer alan çok sayıda

değişkenin ortak yapılar altında gruplandırılmasına olanak tanınması nedeniyle bu yöntem, aynı zamanda boyut indirgeme ve değişkenler arası bağımlılığı azaltma tekniği olarak da literatürde yer bulmaktadır (Bayram, 2009, s. 199).

Elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğunun tespitinde genellikle üç tür yöntem kullanılmaktadır. Bunlar: Korelasyon matrisinin oluşturulması, Barlett Testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) yöntemleridir. Bartlett ve KMO değerlerinin anlamlandırılmasında 0,50 ve altı kabul edilemez, 0,50-0,60 arası kötü, 0,60-0,70 arası orta, 0,70-0,80 arası iyi, 0,80 ve üzeri ise mükemmel olarak kabul edilmektedir (Yılmaz, 2022, s. 66).

Bu çalışmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla keşfedici faktör analizi (KFA) yapılmıştır. KFA, çok sayıda gözlenen değişken arasındaki ilişkileri inceleyerek bu değişkenlerin hangi gizli faktörler altında toplandığını ortaya koymayı amaçlayan bir istatistiksel tekniktir. Başka bir ifadeyle KFA, ölçekte yer alan maddelerin hangi boyutları temsil ettiğini keşfetmek için kullanılır (Karaman, 2023) ve bu yönüyle çalışmanın yapısal modelinin sonraki araştırmalarda doğrulanmasına zemin hazırlayarak kullanılan ölçme araçlarının geçerliliğini desteklemektedir.

Faktör analizine başlamadan önce, verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçütü ve Bartlett's Küresellik Testinden yararlanılmıştır.

4.2.3.1. Ölçek Bazında Faktör Analizi Tabloları

Bu başlık altında çalışmada kullanılan ölçeklerin faktör yapılarının incelenmesine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Faktör analizi, aralarında anlamlı ilişkiler bulunan çok sayıdaki değişkeni, bu değişkenlerin ortak özelliklerini temsil eden daha az sayıda faktör altında toplamak amacıyla kullanılan bir çok değişkenli istatistiksel tekniktir (Büyüköztürk, 2023). Bu yöntem, maddeler arasındaki ilişkileri inceleyerek ölçeğin yapı geçerliliğinin değerlendirilmesine imkân tanımakta; faktör yükleri ise her bir maddenin ölçmekte olduğu yapıyı ne derece temsil ettiğini göstermektedir. Ayrıca KMO katsayısı ve Bartlett küresellik testi, veri setinin faktör analizi için uygunluğunu değerlendirmek amacıyla kullanılmaktadır.

Bu çalışmada yapılan analizler sonucunda, kullanılan ölçeklerin beş ana faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Bu faktörler: “Dindarlık”, “Sağlık Bilinci”, “Helal İlaç Anlayışı”, “Helal İlaç Bilgisi” ve “Helal İlaç Satın Alma Niyeti” faktörleridir. Her bir

ölçek için KMO, Bartlett testi ve madde faktör yükleri ayrı tablolar halinde sunulmuş ve elde edilen bulgular detaylı olarak yorumlanmıştır.

4.2.3.1.1. Dindarlık Ölçeği Faktör Analizi

Tablo 5: Dindarlık Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

KMO Ölçütü	0,948
Bartlett's Test (X^2)	2758,486
Serbestlik Derecesi (Sd)	45
Anlamlılık (Sig.)	0,000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 5'te, dindarlık ölçeğine ait Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik ölçütü ve Bartlett küresellik testi sonuçları sunulmuştur. Analiz bulgularına göre KMO değeri 0,948'dir. Bu değer "mükemmel" düzeyde örneklem yeterliliğini göstermektedir. Bu durum verilerin faktör analizi için son derece uygun olduğunu ortaya koymaktadır.

Bartlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde ki-kare (χ^2) değeri 2758,486 (sd=45) olarak bulunmuş ve anlamlılık düzeyi $p<0,001$ 'dir. Bu sonuca göre değişkenler arasında faktör analizi yapılabilmesi için gerekli olan korelasyon ilişkisi anlamlıdır. Dolayısıyla dindarlık ölçeğinde yer alan maddelerin birbirleriyle yüksek düzeyde ilişkili olduğu ve faktör analizine uygunluk gösterdiği söylenebilir.

Tablo 6: Dindarlık Ölçeği Madde Faktör Yüğü

Madde	Faktör Yüğü
1. Dindarlığım benim için çok önemlidir.	0,90
2. Düzenli olarak ibadet etmenin önemli olduğunu düşünüyorum.	0,90
3. Her gün ibadet ederim.	0,82
4. Dinim hakkında okumaktan keyif alırım.	0,86
5. Tefekkür ve ibadet ile zaman geçirmek benim için önemlidir.	0,92
6. Tüm hayatımı dini inançlarıma göre yaşamak için çok çalışıyorum.	0,84

7.	Dinim hayatıma odaklanmamı ve yön vermemi sağlar.	0,91
8.	İnancımın hayatıma anlam ve amaç kattığını düşünüyorum.	0,90
9.	İnancımı paylaştan insanlarla bir arada olmaktan keyif alıyorum.	0,89
10.	Bir insanın dini uğruna bazı zorluklarla karşılaşmasını doğru buluyorum.	0,71
Açıklanan Varyans (%):		75,90
Güvenirlilik:		0,96

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 6’da, dindarlık ölçeğine ait madde faktör yükleri yer almaktadır. Faktör yükleri, her bir maddenin ölçmekte olduğu faktörle olan ilişki düzeyini gösterir ve bu değerlerin yüksek olması ölçeğin ölçmek istediği kavramı daha güçlü bir şekilde temsil ettiğini gösterir (Büyüköztürk, 2023). Bu çalışmada faktör yüklerinin 0,71 ile 0,92 arasında değiştiği görülmektedir. Tüm maddelerin 0,40’ın üzerinde yük değerine sahip olması, ölçeğin yapı geçerliliğinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Veri setinde 5. maddenin faktör yükü 0,92 ile en yüksek düzeyde bulunmuştur. 2. ve 8. maddelerin faktör yükleri ise 0,90 olup bu değer de oldukça yüksektir. En düşük faktör yükü ise 10. maddede (0,71) tespit edilmiştir. Ölçekteki tüm maddelerin birbirine yakın ve yüksek faktör yüklerine sahip olması dindarlık ölçeğinin tek boyutlu ve homojen bir yapıya sahip olduğunu desteklemektedir.

4.2.3.1.2. Sağlık Bilinci Ölçeği Faktör Analizi

Tablo 7: Sağlık Bilinci Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

KMO Ölçütü	0,928
Bartlett’s Test (X^2)	1852,990
Serbestlik Derecesi (Sd)	28
Anlamlılık (Sig.)	0,000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 7’de sağlık bilinci ölçeğine ait KMO ve Bartlett testi sonuçları yer almaktadır. Hesaplanan KMO değeri 0,928 olup bu değer örneklemin faktör analizi için çok yüksek

düzeyde uygun olduğunu göstermektedir. Bartlett testi sonucunun ($\chi^2=1852,990$; $sd=28$; $p<0,001$) anlamlı çıkması maddeler arasında faktör analizi yapılmasını mümkün kılan anlamlı korelasyonlar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, sağlık bilinci ölçeğinin faktör yapısının güçlü olduğunu göstermektedir.

Tablo 8: Sağlık Bilinci Ölçeği Madde Faktör Yüğü

	Madde	Faktör Yüğü
1.	Sağlığını korumak için birçok fedakârlıkta bulunurum.	0,85
2.	Sağlıklı beslenmek benim için önemlidir.	0,84
3.	Hayatımda yaptığım birçok aktivitede sağlığını göz önünde bulundururum.	0,86
4.	Sağlıklı kalabilmek için birçok gıdayı hayatımdan çıkarmaya hazırım.	0,83
5.	Sağlığını düşünürüm.	0,88
6.	Sağlığımdaki değişikliklere duyarlıyım.	0,88
7.	Sağlık durumum için sorumluluk alırım.	0,84
8.	Kendimi sağlık bilinci olan biri olarak tanımlarım.	0,87
Açıklanan Varyans (%):		74,13
Güvenirlilik:		,94

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 8’de sağlık bilinci ölçeğine ilişkin madde faktör yükleri sunulmaktadır. Faktör yüklerinin 0,83 ile 0,87 arasında değiştiğı ve tümünün kabul edilebilir sınır değerlerin oldukça üzerinde olduğu görölmektedir. En yüksek faktör yüklerinin 5. ve 6. maddelerde (0,88) olduğu, en düşük faktör yükünün ise 4. maddede (0,83) olduğu tespit edilmiştir. Maddelerin yüksek ve dengeli yük değerleri, sağlık bilinci ölçeğinin tek boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ve ölçmek istediğı kavramı geçerli şekilde yansıttığını göstermektedir.

4.2.3.1.3. Helal İlaç Anlayışı Ölçeği Faktör Analizi

Tablo 9: Helal Tıp Anlayışı Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

KMO Ölçütü	0,781
Bartlett's Test (X^2)	874,247
Serbestlik Derecesi (Sd)	3
Anlamlılık (Sig.)	0,000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 9’da helal ilaç anlayışı ölçeğine ait KMO ve Bartlett testi sonuçları sunulmaktadır. Hesaplanan KMO değeri 0,781 olup bu değer örneklemin faktör analizi için iyi düzeyde uygunluk gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bartlett testi sonucu ($\chi^2=874,247$; $sd=3$; $p<0,001$) anlamlıdır. Bu da ölçek maddeleri arasında faktör analizi yapılmasını mümkün kılan düzeyde korelasyon ilişkisi bulunduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, helal tıp anlayışı ölçeğinin faktör yapısının geçerli olduğunu ve veri setinin analiz için uygun olduğunu desteklemektedir.

Tablo 10: Helal İlaç Anlayışı Ölçeği Faktör Yüğü

	Madde	Faktör Yüğü
1.	Helal ilaç, helal olmayan ilaçlara göre daha güvenlidir.	0,96
2.	Helal ilaç, helal olmayan ilaçlara göre daha temizdir.	0,96
3.	Helal ilaç, helal olmayan ilaca göre daha sağlıklıdır.	0,96
Açıklanan Varyans Oranı (%):		93,12
Güvenilirlik:		,96

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 10’da helal ilaç anlayışı ölçeğine ilişkin madde faktör yükleri görülmektedir. Ölçekteki üç madde de 0,96 faktör yüküne sahiptir ve bu değerler kabul edilebilir sınırın oldukça üzerindedir. Tüm maddelerin çok yüksek ve eşit faktör yüküne sahip olması ölçeğin tek boyutlu, homojen ve güçlü bir faktör yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, ölçeğin kavramsal olarak ölçmek istediği yapıyı yüksek düzeyde temsil ettiğini ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu ortaya koymaktadır.

4.2.3.1.4. Helal İlaç Bilgisi Ölçeği Faktör Analizi

Tablo 11: Helal İlaç Bilgisi Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

KMO Ölçütü	0,815
Bartlett's Test (X^2)	777,206
Serbestlik Derecesi (Sd)	10
Anlamlılık (Sig.)	0,000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 11’de helal ilaç bilgisi ölçeğine ait KMO ve Bartlett küresellik testi sonuçları sunulmaktadır. Hesaplanan KMO değeri 0,815’dir. Bu değer örneklemin faktör analizi için çok iyi düzeyde uygunluk gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bartlett testi sonucu ($\chi^2=777,206$; $sd=10$; $p<0,001$) anlamlıdır ve ölçek maddeleri arasında faktör analizi yapılmasına olanak tanıyacak düzeyde korelasyon ilişkisi bulunduğunu göstermektedir. Bu bulgular, helal ilaç bilgisi ölçeğinin faktör yapısının geçerli ve güvenilir olduğunu desteklemektedir.

Tablo 12: Helal İlaç Bilgisi Ölçeği Madde Faktör Yüğü

Madde	Faktör Yüğü
1. İslam hukukunun ilaçlar hakkındaki helal ve haram hükümlerini anlıyorum.	0,86
2. İslam’ın hangi ilaçları yasaklandığı konusunda yeterli bilgiye sahip olduğumu hissediyorum.	0,81
3. İslam’da izin verilen ve yasak olan maddeleri ayırt etmek için yeterli bilgiye sahibim.	0,85
4. İslam’da hangi maddelerin yasak olduğunu biliyorum (domuz yağı, alkol ve diğerleri).	0,80
5. Bu bileşenlerin içeriğinin (domuz yağı, alkol vb. unsurların) İslam’da neden yasak olduğunu biliyorum.	0,86
Açıklanan Varyans Oranı (%):	70,54
Güvenirlilik:	,89

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 12’de helal ilaç bilgisi ölçeğine ilişkin madde faktör yükleri görülmektedir. Faktör yükleri 0,80 ile 0,86 arasında değişmekte olup tüm değerler kabul edilebilir sınırın oldukça üzerindedir. En yüksek faktör yükü 1. ve 5. maddelerde (0,86), en düşük faktör yükü ise 4. maddede (0,80) gözlenmiştir. Maddelerin dengeli ve yüksek yük değerleri, ölçeğin tek boyutlu ve tutarlı bir faktör yapısına sahip olduğunu ve ölçmek istediği kavramı güçlü bir şekilde yansıttığını ortaya koymaktadır.

4.2.3.1.5. Helal İlaç Satın Alma Niyeti Ölçeği Faktör Analizi

Tablo 13: Helal İlaç Satın Alma Niyeti Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi

Sonuçları	
KMO Ölçütü	0,813
Bartlett’s Test (X^2)	1118,544
Serbestlik Derecesi (Sd)	10
Anlamlılık (Sig.)	0,000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 13’de helal ilaç satın alma niyeti ölçeğine ait KMO ve Bartlett testi sonuçları sunulmaktadır. Hesaplanan KMO değeri 0,813 olup bu değer örneklemin faktör analizi için çok iyi düzeyde uygun olduğunu göstermektedir. Bartlett testi sonucunun ($\chi^2=1118,544$; sd=10; $p<0,001$) anlamlı çıkması, maddeler arasında faktör analizi yapılmasına olanak sağlayacak düzeyde korelasyon ilişkisi bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, ölçeğin faktör yapısının güvenilir ve geçerli olduğunu desteklemektedir.

Tablo 14: Helal İlaç Satın Alma Niyeti Ölçeği Madde Faktör Yüğü

	Madde	Faktör Yüğü
1.	Helal ilaçlar için daha fazla ödeme yapmaya hazırım.	0,89
2.	Helal ilaç ürünleri satın almak için daha uzun süre beklemeye hazırım.	0,85
3.	Helal ilaç ürünleri satın almak için istekliyim.	0,90

4.	Helal ilaç ürünleri satın almak için uzun mesafeler kat etmeye hazırım.	0,85
5.	Gelecekte Helal ilaç ürünleri satın almaya niyetliyim.	0,88
Açıklanan Varyans Oranı (%):		76,93
Güvenirlilik:		,92

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 14’te helal ilaç satın alma niyeti ölçeğine ilişkin madde faktör yükleri yer almaktadır. Faktör yüklerinin 0,85 ile 0,90 arasında değiştiği ve tümünün kabul edilebilir sınırın oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek faktör yükü 3. madde (0,89), en düşük faktör yükleri ise 2. ve 4. maddede (0,85) bulunmuştur. Maddelerin yüksek ve dengeli faktör yükleri, ölçeğin tek boyutlu, homojen ve geçerli bir yapıya sahip olduğunu ve kavramsal olarak ölçmek istediği yapıyı güçlü bir şekilde temsil ettiğini göstermektedir.

Yukarıda yer verdiğimiz faktör analizi bilgilerine göre her ölçek maddesinin yükleme değerleri incelendiğinde, tüm maddelerin 0,70 ve üzeri faktör yüklerine sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, ölçek maddelerinin ait oldukları faktörle yüksek düzeyde ilişkili olduğunu göstermektedir. Literatürde çoğunlukla 0,30-0,40 ve üzeri faktör yükleri kabul edilebilir olarak değerlendirilmiştir. Bu araştırmada da faktör yükü geçerliliği 0,40 ve üzeri kabul edilmiştir. Çalışmadaki faktör yükleri incelendiğinde, faktör yüklerinin 0,40 ve üzeri oldukları görülmektedir. Bu nedenle çalışmadan hiçbir faktör çıkarılmamıştır.

Faktör analizleri sonucunda elde edilen açıklanan varyans oranları incelendiğinde her bir ölçeğin ölçmekte olduğu yapıyı yeterli düzeyde temsil ettiğini göstermektedir. Dindarlık ölçeği toplam varyansın %75,90’ını, sağlık bilinci ölçeği %74,13’ünü, helal ilaç ölçeği %93,12’sini, helal ilaç bilgisi ölçeği %70,54’ünü ve helal ilaç satın alma niyeti ölçeği ise %76,93’ünü açıklamaktadır. Sosyal bilimlerde açıklanan varyans oranının genellikle %50 ve üzeri olması kabul edilebilir düzey olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, elde edilen sonuçlar ölçeklerin faktör yapılarının oldukça güçlü olduğunu ve verilerin analize uygun bir şekilde dağıldığını göstermektedir.

Bu bulgular doğrultusunda, anket formunda yer alan tüm ölçeklerin geçerli ve güvenilir yapılar sergilediği ve faktör yapılarının analiz açısından tatmin edici olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

4.2.4. Korelasyon Analizi

Araştırma kapsamında, bağımsız değişkenler ile helal ilaç satın alma niyeti arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Pearson korelasyon katsayısı, -1 ile +1 aralığında değer almaktadır. Bu katsayı -1 veya +1 değerlerine hangi ölçüde yakınsa değişkenler arası doğrusal ilişki o kadar kuvvetli olmaktadır (Oğuzlar, 2007, s. 62). Katsayının pozitif olması durumu bir değişkende artış meydana geldiğinde diğer değişkende de artış olduğunu, negatif olması durumu ise bir değişkende artış görüldüğü zaman diğerinde azalma meydana geldiğini ifade etmektedir. Ayrıca korelasyon katsayısının ± 1 olması mükemmel düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir. 0 olması ise iki değişken arasında ilişki düzeyi olmadığını veya doğrusal bir ilişkinin bulunmadığını düşündürebilmektedir. Ancak bu durum değişkenler arası ilişkisizlik anlamına gelmemektedir. Çünkü değişkenler arası güçlü bir doğrusal olmayan ilişki de olabilmektedir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2021, s. 192; Oğuzlar, 2007, s. 62).

Tablo 15: Tüm Ölçeklerin Birbiriyle Olan Korelasyon İlişkisi

		D	SB	HİB	HİA	HİSAN
Dindarlık (D)	Pearson r	1	,396**	,650**	,679**	,667**
	p		,000	,000	,000	,000
Sağlık Bilinci (SB)	Pearson r		1	,528**	,459**	,453**
	p			,000	,000	,000
Helal İlaç Bilgisi (HİB)	Pearson r			1	,596**	,627**
	p				,000	,000
Helal İlaç Anlayışı (HİA)	Pearson r				1	,762**
	p					,000
Helal İlaç Satın Alma Niyeti (HİSAN)	Pearson r					1

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Not: *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, tüm değişkenler arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunduğu görülmektedir ($p < 0.01$).

Bu doğrultuda, araştırmada belirlenen ilk dört temel hipotez test edilmiştir. Aşağıdaki tablolar, bağımsız değişkenler ile helal ilaç satın alma niyeti arasındaki korelasyon katsayılarını ve anlamlılık düzeylerini göstermektedir. Analiz sonuçları, hipotezlerin doğruluğu hakkında bilgi vermekte ve değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü ortaya koymaktadır.

4.2.4.1 Temel Hipotezlere Göre Helal İlaç Satın Alma Niyetlerinin Karşılaştırılması

H1: Dindarlık ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 16: H1 Pearson Korelasyon Sonucu

		Helal İlaç Satın Alma Niyeti
Dindarlık	Pearson r	,667**
	p	,000
	n	251

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Not: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Dindarlık ile helal ilaç satın alma niyeti arasında orta düzeyde pozitif ($r = ,667$) ve anlamlı ($p < 0.001$) bir ilişki saptanmıştır. Regresyon analizinde de bu değişkenin anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmüştür. Sonuç olarak H1 hipotezi kabul edilebilir düzeydedir.

H2: Sağlık bilinci ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 17: H2 Pearson Korelasyon Sonucu

		Helal İlaç Satın Alma Niyeti
Sağlık Bilinci	Pearson r	,453**
	p	,000
	n	251

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Not: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Korelasyon testi sonucunda sağlık bilinci ile helal ilaç satın alma niyeti arasında orta düzeyde pozitif ($r = ,453$) ve anlamlı ($p < 0.001$) ilişki bulunmuştur. Sonuç olarak H2 hipotezi kısmen kabul edilebilir düzeydedir.

H3: Helal ilaç bilgisi ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 18: H3 Pearson Korelasyon Sonucu

		Helal İlaç Satın Alma Niyeti
Helal İlaç Bilgisi	Pearson r	,627**
	p	,000
	n	251

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Not: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Helal ilaç bilgisi ile satın alma niyeti arasında orta düzeyde pozitif ($r = ,627$) ve anlamlı ($p < 0.001$) ilişki bulunmaktadır. Regresyon analizi de bu değişkenin önemli bir yordayıcı olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak H3 hipotezi kabul edilebilir düzeydedir.

H4: Helal ilaç anlayışı ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 19: H4 Pearson Korelasyon Sonucu

		Helal İlaç Satın Alma Niyeti
Helal İlaç Anlayışı	Pearson r	,762**
	p	,000
	n	251

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Not: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Analiz sonucunda helal ilaç anlayışı ile helal ilaç satın alma niyeti arasında yüksek düzeyde pozitif ($r = ,762$) ve anlamlı ($p < 0.001$) bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu değişken, regresyon analizinde en güçlü yordayıcı olarak öne çıkmıştır. Sonuç olarak H4 hipotezi güçlü bir şekilde kabul edilmiştir.

Korelasyon analizi sonuçları, çalışmanın hipotezlerini destekleyici niteliktedir. Tüm değişkenlerle satın alma niyeti arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur ($p < 0.001$). Korelasyon katsayısı en yüksek olan değişken helal ilaç anlayışıdır ($r = 0.762$), bu da bireylerin helal ilaçlara yönelik olumlu tutumlarının helal ilaç satın alma niyetlerini olumlu yönde desteklediğini göstermektedir.

İkinci en yüksek ilişki, dindarlık değişkeninde gözlenmiştir ($r = 0.667$). Bu veri, bireylerin dini tutum ve değerlerinin helal ilaç satın niyetini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Helal ilaç bilgisi değişkeni de yüksek düzeyde anlamlı ilişki göstermiştir ($r = 0.627$). Bu durum tüketicilerin helal ilaç bilgilerinin helal ilaç satın alma niyetini üzerinde olumlu bir etki bıraktığını ifade etmektedir. Sağlık bilinci ile satın alma niyeti arasındaki ilişki ise orta düzeyde güçlüdür ($r = 0.453$) ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu sonuç tüketicilerin sağlık bilinçlerinin helal ilaç satın alma niyetlerini etkilediğini göstermektedir.

Araştırmada elde edilen korelasyon analizleri çalışmada yer alan H1, H2, H3 ve H4 hipotezlerini de destekler niteliktedir.

4.2.5. Regresyon Analizi

Regresyon kelimesi sözlükte bir şeyi başka bir şeye bağlama işi ve biçimi olarak ifade edilmektedir. Bilimsel olarak bu terim bir değişken ile başka bir (veya birden fazla) değişken arasında bağ kurma işini ve ilişkinin biçimini anlatmaktadır (Erbil, 2018, s. 1). Bu bölümde, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetleri üzerinde etkili olabilecek değişkenleri belirlemek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Çoklu doğrusal regresyon, değişkenler arası ilişkiler tarafı ile ilgilidir ve genel olarak sürekli değişkenler ile yapılan bir veri çözümlemesidir. Bu regresyon türü basitten karmaşığa, tüm sürekli değişken ilişkileri ile ilgilenildiği zaman başvurabilen bir tekniktir. Ek olarak çoklu regresyon, gruplar arası karşılaştırmalarda tasarım ve veri çözümlemelerinde de yararlanılan bir tekniktir (Punch, 2020, s. 121).

Analiz kapsamında, dindarlık, sağlık bilinci, helal ilaç bilgisi ve helal ilaç anlayışı değişkenleri bağımsız; helal ilaç satın alma niyeti ise bağımlı değişken belirlenerek model oluşturulmuştur. Modelin genel uygunluğu test edilmiş ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur:

Tablo 20: Regresyon Analizi Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Standart Hata
1	,803 ^a	,645	,640	,54929

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Not: *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Regresyon analizi model özetine göre $R^2 = ,645$ 'dir. Bu sonuç bağımsız değişkenlerin helal ilaç satın alma niyeti üzerindeki toplam varyansın %64'ünü açıklamaktadır. Bu oran yüksek bir açıklayıcılık sunmaktadır.

Tablo 21: Regresyon Analizi ANOVA Tablosu

		Karelerin				
Model		Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
1	Regresyon	135,138	4	33,785	111,973	<,001 ^b
	Kalıntı	74,223	246	,302		
	Toplam	209,362	250			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Not: *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Regresyon analizine ilişkin ANOVA tablosu incelendiğinde, modelin genel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($F(4,246) = 135,138$, $p < .001$). Bu sonuç, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve modelin yüksek açıklayıcılığa sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 22: Regresyon Katsayıları

		Standardize Olmayan Katsayılar		Standardize Olmuş Katsayılar		Kolinerlik İstatistikler	
Model		B	SH	β	t	p	VIF
1	Sabit	,306	,194		1,582	,115	
	Dindarlık	,194	,058	,190	3,340	<,001	2,244
	Sağlık Bilinci	,059	,050	,054	1,185	,237	1,452
	Helal İlaç Bilgisi	,162	,051	,174	3,160	,002	2,114
	Helal İlaç Anlayışı	,471	,051	,505	9,195	<,001	2,090

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Not: *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Regresyon analizine göre helal ilaç anlayışı, helal ilaç satın alma niyetinin en güçlü yordayıcısıdır ($\beta = 0.505$, $p < 0.001$). Dindarlık ($\beta = 0.190$, $p < 0.001$) ve helal ilaç bilgisi ($\beta = 0.174$, $p < .01$) de anlamlı katkı sağlamaktadır. Ancak sağlık bilinci ile helal ilaç satın alma niyeti arasında korelasyon anlamlı bulunmasına rağmen çoklu regresyon analizinde bu değişken anlamlı bir yordayıcı olmamıştır ($\beta = 0.54$, $p = 0.237$). Bu durum, sağlık bilincinin tek başına satın alma niyeti üzerinde belirleyici bir etkisi olmadığını; dindarlık, helal ilaç bilgisi, helal tıp anlayışı gibi değişkenlerle anlamlı olduğunu göstermektedir. Model genel olarak incelendiğinde güçlüdür ve değişkenlerin önemli bir kısmı anlamlıdır ($R^2 = 0.64$). Bu da niyetin %64'ünü açıklanabildiğini göstermektedir.

VIF (Variance Inflation Factor) değerleri, bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) olup olmadığını değerlendirmek için kullanılmıştır. Tablodaki VIF değerlerinin 1,452 ile 2,244 arasında değiştiği görülmektedir. Bu değerlerin 5'in altında olması, modelde çoklu doğrusal bağlantı sorununun bulunmadığını göstermektedir.

4.2.6. Demografik Değişkenlere Göre Helal İlaç Satın Alma Niyetinin Karşılaştırılması

Bu araştırmada katılımcıların demografik özelliklerinin helal ilaç satın alma niyeti üzerindeki etkileri, bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü ANOVA analizleriyle değerlendirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, aylık gelir ve iş alanı değişkenlerinin satın alma niyeti üzerinde anlamlı farklılıklar yaratmadığı görülmüştür. Bu bölümde her bir değişken ayrı ayrı ele alınarak sunulmuştur.

H5: Cinsiyet ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 23: Cinsiyet Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	ss	t-testi		
					t	sd	p
Helal İlaç Satın	Kadın	189	3,81	,89	-,692	249	,490
Alma Niyeti	Erkek	62	3,90	,98	-,657	249	,513

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre kadın katılımcıların helal ilaç satın alma niyeti ortalaması $\bar{x} = 3.81$ erkek katılımcıların ortalaması ise $\bar{x} = 3.90$ olarak hesaplanmıştır. Gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($t(249) = -0.692$, $p = 0.490$). Çünkü anlamlı bir fark bulunabilmesi için p değerinin 0.05'ten küçük olması gerekmektedir. p değerinin 0.05'in üzerinde olması cinsiyet değişkeninin helal ilaç satın alma niyeti üzerinde anlamlı fark yaratmadığını, bu farkın istatistiksel olarak tesadüfi olabileceğini ifade etmektedir.

H6: Yaş grupları ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 24: Yaş Gruplarına Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti

Yaş Grupları	n	$\bar{x}$	S	sd/df	F	p
18-25	99	3,78	,95	5-245	,834	,527
26-35	72	4,00	,77			
36-45	48	3,83	,99			
46-55	26	3,69	,95			
56-65	5	3,44	,99			
66 ve üzeri	1	3,80	.			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

ANOVA Testi sonuçlarına göre yaş grupları ile helal ilaç satın alma niyeti ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır ($F(5, 245) = 0.834, p = 0.527$). 26-35 yaş arası grubun diğer gruplara nispetle helal ilaç satın alma niyeti biraz daha yüksek olsa da tüm yaş gruplarında ortalamaların birbirine oldukça yakın olduğu görülmüştür. Bu durum yaş değişkeninin tek başına helal ilaç satın alma niyeti üzerinde belirleyici bir faktör olmadığını ortaya koymuştur. Dolayısıyla H6 (Yaş grupları ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.) reddedilmiştir.

H7: Medeni durum ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 25: Medeni Durum Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	ss	t-testi		
					t	sd	p
Helal İlaç Satın Alma Niyeti	Evli	142	3,85	,91	,325	249	,745
	Bekar	109	3,81	,92	,325	249	,745

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre, evli katılımcıların helal ilaç satın alma niyeti ortalaması $\bar{x} = 3.85$, bekar katılımcıların ortalaması ise $\bar{x} = 3.81$ olarak hesaplanmıştır. Yapılan analizde gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($t(249) = 0.325, p = 0.745$). Çünkü genellikle t değerinin 2'den büyük olduğu durumlarda analiz istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmektedir. Elde edilen sonuçlar, medeni durumun helal ilaç satın alma niyetini anlamlı düzeyde etkilemediğini, farkın rastlantısal olabileceğini göstermektedir.

H8: Eğitim durumu ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 26:Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti

Eğitim Düzeyleri	n	$\bar{x}$	S	sd/df	F	p
İlkokul	43	3.84	,87	4-246	2,289	,060
Lise	70	3.58	1,0			
Ön Lisans	33	3.98	,86			
Lisans	81	3.92	,83			
Yüksek Lisans ve üzeri	24	4.10	,82			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

ANOVA Testinde F değeri, gruplar arasındaki varyansın, gruplar içindeki varyansa oranını göstermektedir. F değeri 2,289 ve p değeri 0,060 olarak raporlanmıştır. Bu p değeri, genel kabul gören anlamlılık düzeyi olan 0,05'in üzerinde olduğundan, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Dolayısıyla H8 (Eğitim durumu ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.) reddedilmiştir.

H9: Aylık gelir düzeyi ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 27: Aylık Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti

Gelir Grubu	n	$\bar{x}$	S	sd/df	F	p
0-15.000 TL	104	4,00	,78	3-247	5,160	,002
15.001-30.000 TL	52	3,41	1,03			
30.001-45.000 TL	33	3,89	1,04			
45.001 TL ve üzeri	62	3,90	,85			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

ANOVA Testine göre 0-15.000 TL gelir grubuna sahip katılımcıların helal ilaç satın alma niyeti diğer gelir gruplarına göre yüksek çıkmıştır. Ancak test sonucunda katılımcıların aylık gelir düzeylerine göre helal ilaç satın alma niyeti ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(3, 247) = 5,160$ $p = ,002$). Ek olarak gelir grupları arasındaki ortalamaların birbirine oldukça yakın olması helal ilaç satın alma davranışının sadece ekonomik imkanlara bağlı olmadığını diğer faktörlerin de bu davranış üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla H9 (Aylık gelir durumu ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.) reddedilmiştir.

H10: İş alanı grubu ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 28: İş Alanı Grubu Değişkenine Göre Helal İlaç Satın Alma Niyeti

İş Alanı Grupları	n	$\bar{x}$	S	sd/df	F	p
Ücretli (işçi, memur vb.)	103	3,81	,88	6-244	1,775	,105
İşletme sahibi – Esnaf	13	3,44	1,2			
Serbest meslek (avukat, mimar, dış hekimi vb.)	4	3,15	,80			
Öğrenci	46	3,80	,90			
Ev Hanımı	63	3,94	,94			
Emekli	7	3,17	1,0			
Diğer iş alanları	15	4,24	,46			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

İş alanı gruplarına göre helal ilaç satın alma niyeti düzeyleri arasında yapılan ANOVA testine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F(5, 245) = 1.775$, $p = 0.105$). Bununla birlikte ücretli ve diğer iş alanları gruplarının ortalamalarının diğer gruplara oranla biraz daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Ancak bu fark analiz sonucuna göre anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla H10 (İş alanı grubu ile helal ilaç satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.) reddedilmiştir.

SONUÇ

Bu araştırma, tüketicilerin helal ilaçlara yönelik satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada dindarlık, sağlık bilinci, helal ilaç bilgisi ve helal ilaç anlayışı gibi değişkenlerin helal ilaç satın alma niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca helal ilaç satın alma niyetinin yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, gelir ve iş alanı gibi temel demografik değişkenlere göre anlamlı farklar yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır.

Araştırmada yer alan veriler 251 katılımcıdan anket yöntemiyle toplanmış ve SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırmada geçerlilik ve güvenilirlik analizleri, faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizi ile t-testi ve ANOVA istatistiksel yöntemlerden faydalanılmıştır.

Analizler sonucunda ölçekler yüksek düzeyde güvenilir bulunmuştur. Cronbach's Alpha değerleri tüm ölçeklerde 0.89'un üzerinde çıkmıştır. Faktör analizlerinde ise beş ölçeğin tamamı tek boyutlu yapılar göstermiş ve açıklanan varyans oranları %70'in üzerinde çıkmıştır. Bu bulgular, kullanılan ölçme araçlarının güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma bulguları, helal ilaç satın alma niyetinin özellikle bazı değişkenlerden güçlü bir biçimde etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu noktada helal ilaç anlayışı, hem korelasyon hem de regresyon analizlerinde en yüksek etkiye sahip değişken olarak öne çıkmıştır. Standart regresyon katsayıları değerlendirildiğinde, bu değişkenin diğer tüm bağımsız değişkenlere kıyasla satın alma niyetini en güçlü biçimde açıkladığı görülmektedir. Katılımcılar açısından helal ilaç anlayışı yalnızca dinî bir tercih olmanın ötesinde; güvenilirlik, temizlik ve sağlık algısıyla bütünleşen belirleyici bir unsur hâline gelmektedir.

Helal ilaç anlayışının ardından dindarlık değişkeni de satın alma niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki göstermiştir. Regresyon sonuçlarına göre dindarlık, helal ilaç anlayışından sonra ikinci sırada yer almakta ve bireylerin helal sertifikalı ürünlere yöneliminde belirleyici olmaktadır. Dindarlık düzeyi arttıkça, bireylerin helal hassasiyetleri de güçlenmektedir.

Bir diğer değişken olan helal ilaç bilgisi, satın alma niyetini anlamlı ve pozitif şekilde etkilemiştir. Ancak regresyon katsayıları, bu etkinin helal ilaç anlayışı ve dindarlığa kıyasla daha düşük düzeyde olduğunu göstermektedir. Buna rağmen bilgi düzeyinin

artması, tüketicilerin helal ilaçlara yönelik güvenini ve satın alma eğilimlerini kayda değer biçimde desteklemektedir.

Sağlık bilinci değişkeni ise korelasyon analizinde anlamlı görünmesine rağmen, regresyon analizinde etkisini yitirmiştir. Bu bulgu, sağlık hassasiyetinin tek başına niyeti açıklamakta yetersiz kaldığını, dini ve etik faktörlerin sağlık bilincinden daha baskın bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Son olarak demografik değişkenler incelendiğinde katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum ve gelir düzeylerine göre helal ilaç satın alma niyetlerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Bu durum, helal ilaç tercihlerinin toplumun farklı kesimlerinde ortak bir değer olarak görüldüğünü göstermektedir.

Bu araştırmanın bulguları literatürdeki çalışmalarla kıyaslandığında benzerlikler ve farklılıklar görülmektedir. Çalışmamızda helal ilaç anlayışı helal ilaç satın alma niyetinin en güçlü belirleyicisi olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, Suryani ve Ahkmam (2020)'ın Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde yürüttükleri çalışmadan farklılık göstermektedir. Söz konusu araştırmada satın alma niyetini en güçlü etkileyen değişkenler tutum ve algılanan davranışsal kontrol olurken, bizim çalışmamızda ise helal ilaç satın alma niyetini açıklayan en güçlü unsur helal ilaç anlayışı olmuştur. Bu durum, kullanılan modele bağlı olarak satın alma niyetini etkileyen faktörlerin bağlama göre değişebildiğini ortaya koymaktadır.

Helal ilaç anlayışının ardından dindarlığın satın alma niyeti üzerindeki etkisi de dikkat çekmektedir. Çalışmamızda elde edilen bulgular Sudarsono ve Nugrohowati (2020)'nin dindarlığın helal tüketimde yönlendirici rolünü ortaya koyan ve Husin ve diğerleri (2023)'nin yaşlı bireylerde dindarlıkla birlikte farkındalığın da belirleyici olduğunu gösteren bulgularıyla paralellik göstermektedir. Çalışmamızda ayrıca helal ilaç bilgisi ile satın alma niyeti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç Alfajriyani ve diğerleri (2024)'nin Z kuşağı üzerine yaptığı çalışmada bilgi düzeyi ve helal sertifikaya güvenin gençlerin tercihlerini etkilediğini ortaya koymasıyla örtüşmektedir. Buna karşılık, demografik değişkenlerin anlamlı bir farklılık yaratmaması literatürdeki bazı çalışmalarla ayrılmaktadır. Örneğin Husin ve diğerleri (2023) ve Vizano ve diğerleri (2020) yaş, gelir ve eğitim gibi demografik faktörlerin tüketici niyetleri üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Bizim çalışmamızda ise Türkiye'de helal ilaç tercihlerinin farklı

sosyo-demografik gruplarda benzer düzeyde önemsendiği ve ortak bir toplumsal değer olarak görüldüğü ortaya konulmuştur.

Bu noktada, çalışmanın literatüre katkılarına değinmek önemlidir. Araştırmanın teorik açıdan en önemli katkılarından biri, tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetini tespit ederek bu ihtiyacını doğrudan ele alan ilk tez çalışması olmasıdır. Ayrıca çalışma, helal ilaç tüketimine yönelik davranışların yalnızca dini inançlarla sınırlı olmadığını; bilgi düzeyinin, sağlık bilincinin ve helal ilaç anlayışına ilişkin tutumun da belirleyici olduğunu göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular ve mevcut literatürdeki sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde, elde edilen veriler firmalara, politika yapıcılara, eczacılara, sağlık personeline ve akademik çevrelere yönelik çeşitli pratik öneriler geliştirilmesine zemin hazırlamaktadır. İlaç firmaları açısından helal ilaç anlayışının ve dindarlığın tüketicilerin satın alma niyetini güçlü biçimde etkilediği görülmektedir. Bu nedenle firmaların üretim süreçlerinde helal sertifikasyon standartlarına daha fazla önem vermeleri, içerik şeffaflığını artırmaları ve helal logo kullanımını yaygınlaştırmaları, tüketici güvenini pekiştirecek ve satın alma eğilimlerini olumlu yönde etkileyecektir. Ayrıca, tüketicilerin bilgi düzeyi satın alma niyeti üzerinde belirleyici olduğundan firmaların bilgilendirme kampanyalarıyla farkındalığı artırmaları büyük önem taşımaktadır.

Politika yapıcılar açısından helal ilaç alanına yönelik kapsamlı bir sertifikasyon sistemi oluşturulması, denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi ve hammadde tedarik zincirinde helal standartlarının uygulanması gerekmektedir. Türkiye’de bu alana ilişkin yasal çerçevenin netleştirilmesi, hem iç pazarda tüketici güvenini artıracak hem de uluslararası rekabette ülkeye avantaj sağlayacaktır. Bu tür politika ve uygulamaların etkili olabilmesi, saha düzeyinde görev alan sağlık profesyonelleri ve üretim personelinin bilinçlendirilmesi ile doğrudan bağlantılıdır.

Eczacılar ve sağlık profesyonelleri açısından ise helal ilaç farkındalığının artırılması büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda eczacılar ve hekimler için düzenlenecek eğitim ve farkındalık programları helal ilaç kullanımına ilişkin bilinçli yönlendirmeler yapılmasını kolaylaştıracaktır. Ayrıca, helal ilaç üretim sürecinde fikhî ve teknik alanlar arasında iş birliğinin güçlendirilmesi de büyük önem taşımaktadır. Fıkıh alimleri ile farmasötik kimya, eczacılık ve biyoteknoloji alanında uzman kişilerin bir araya gelerek üretim süreçlerini fikhî ilkeler doğrultusunda planlamaları, hem teorik hem de uygulamalı

düzeyde helal standartlarının doğru biçimde uygulanmasına katkı sağlayacaktır. Üretim tesislerinde görev alan personelin fıkıh ve helal standartları konusunda eğitim almaları, sektörde bütüncül bir helal bilinç oluşumunu destekleyecektir. Bu uygulamalar, akademik araştırmalar için de yeni veri ve analiz fırsatları yaratmaktadır.

Araştırmacılar açısından ise bu çalışma, helal ilaç satın alma niyetine dair Türkiye’de yapılmış öncü bir çalışma olması bakımından önemli bir zemin sunmaktadır. Gelecekte farklı bölgelerde daha geniş örneklemelerle yürütülecek nicel çalışmalar, bulguların genellenebilirliğini artıracaktır. Ayrıca nitel veri toplama yöntemlerini içeren karma çalışmalar, bireylerin dini hassasiyetlerini, bilgi düzeylerini ve sağlıkla ilgili değerlerini daha derinlemesine analiz etme imkânı sağlayacaktır. Helal ürün literatüründe çoğunlukla gıda odaklı çalışmaların bulunduğu dikkate alındığında, helal ilaçlar ve sağlık takviyeleri üzerine yapılacak araştırmalar literatürdeki boşluğu dolduracaktır.

Bununla birlikte çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, bu çalışma dar bir örneklem grubuyla sınırlıdır. Çalışmada şehir bilgisi istenmese de katılımcıların çoğunluğunun Marmara Bölgesinde yaşadığı tahmin edilmektedir. Dolayısıyla farklı şehir veya ülkelerdeki bireylerin katılımıyla yapılacak karşılaştırmalı araştırmalar daha genellenebilir sonuçlar ortaya koyacaktır. Ayrıca, bu araştırmada nicel yöntem tercih edilmiştir. Nitel veri toplama araçlarının da kullanıldığı karma yöntemli araştırmalar, bireylerin dini hassasiyetlerini ve davranışsal eğilimlerini daha derinlemesine analiz etme imkanı sunabilir.

Sonuç olarak, bu tez çalışması hem akademik literatüre hem de ilaç endüstrisine yönelik önemli katkılar sunmaktadır. Helal ilaç pazarı, sadece bireylerin dini inançlarına göre şekillenmemektedir. Helal ilaç pazarının şekillenmesinde bir çok tüketici davranışı etkili olabilmektedir. Dolayısıyla bu alanın daha fazla araştırılması sağlık sektörü ile İslami etik değerlerin buluştuğu noktaları daha net ortaya koyacaktır.

KAYNAKÇA

- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E. ve Ab Rahman, S. (2015). Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148-163. doi:10.1108/JIMA-09-2013-0068
- Affandi, Y., Abdulah, A., Mufid, A., Murtadho, A., Hasanah, H., Safrodin, ... Purwanto, A. (2021). Exploring Factors Affecting Purchase Intention of Halal Medicine Products of Indonesian Medicine Consumers. *Linguistica Antverpiensia*, 2, 6724-6748.
- Aksöz, E. O. (2019). Karar Vericiler Olarak Tüketiciler: Alışveriş, Satın Alma ve Değerlendirme. *Tüketici Davranışları* içinde . Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Al Maslul, S. ve Priantina, A. (2024). Halal Awareness: Impact on Purchasing Halal Medicines Unveiled. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 10(3), 587-608. doi:10.21098/jimf.v10i3.1994
- Alfajriyani, S., Ashari, N. R., Amalikhah, N. A. ve Azhar, J. A. (2024). Intention to Purchase Halal Medicine: The Mediation Effect of Halal Certificates. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 85. doi:10.29240/alfalah.v9i1.9240
- Anonim., Standartlarımız—GİMDES - Helal Gıda ve Helal Sertifikalama. Erişim Tarihi 12/02/2025, <https://www.gimdes.org/gimdes-standartlari>
- Anonim. (2024a). İlaç Nedir. Ankara Üniversitesi Açıköğretim Ders Notu.
- Anonim. (2024b). TİTCK. Erişim Tarihi 15/12/2024, <https://www.titck.gov.tr/kurumsal/gorevalanlari>
- Anonim. (2025). Helal Gıda Sertifikaları | GİMDES. Erişim Tarihi 12/02/2025, https://www.gimdes.com/KategoriListe/takviye-edici-g-dalar--supplementary-foods__55

- Argan, M. (2013). Tüketici Karar ve Satın Alma Süreçleri. *Tüketici Davranışları* içinde (2. Baskı.). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Arslan, S. O. (2017). İleri İlaç Teknolojisini İlahi Yaratılış Bilgileri Kapsamında Yorumlama Gayreti. *Helal Yaşam Rehberi*, (57), 8-9.
- Arslan, S. O., Çam, S. A. ve Uysal, F. (2019). İlaç Bileşimlerinde İslam İnancına Göre Haram Olan Maddelerin Bulunma Durumu. *Journal of Halal Life Style*, 1(1).
- Asmuni, A., Jamil, M. ve Rafianti, F. (2020). Dynamics of Application of Halal Certification on Medicine Products in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(4), 2938-2947. doi:10.33258/birci.v3i4.1314
- Atmaca, V. (2011). Hadisler Çerçevesinde Tıbb-ı Nebevî'nin İnanç Boyutu Üzerine. *Hadis Tetkikleri Dergisi*, 9(2), 35-53.
- Barış, G. (2019). Tüketici Davranışında Bireysel Etkiler. *Tüketici Davranışları* içinde . Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Batu, A. (2012). Helal (Mahzursuz) Gıda Belgelendirmesindeki Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 7(2), 60-75.
- Bayram, N. (2009). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi* (2. Baskı.). Bursa: Ezgi Kitabevi. <https://hiperkitap.com/viewer/index?pageNumber=220&b=4d34d2c5-a28f-11eb-a474-000c296fffd8>
- Belen, F. Z., Gündüzöz, G. ve Erol, A. (2018). Malezya Örneğinde Helal Ürüne Ortak Bir Disipliner Yaklaşım. *Kırıkkale Üniversitesi İslâmî İlimler Fakültesi Dergisi (KİİFAD)*, 3(5), 141-168.
- Büyüköztürk, Ş. (2023). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum* (30. baskı.). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2021). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (31. Baskı.). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık. doi:10.14527/9789944919289
- Cıbız, Y. N. (2015). İslam Hukukunda İstihlâk ve Hükümleri. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 225-248.
- Çap, S. (2021). Fransız Oryantalist Jean Gagnier'in (1670-1740) Hz. Peygamber'i Mükemmel Bir Doktor Olarak Nitelemesi ve Tıbb-ı Nebevî Hakkındaki Değerlendirmeleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (50), 175-199. doi:10.17120/omuifd.867459
- Çayıroğlu, Y. (2013). *İslâm Hukuku'na Göre Helâl Gıda Sorunu*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi.
- Çayıroğlu, Y. (2018). Helâl ve Haramlarla İlgili Kaide ve İlkeler. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 18(1), 597-633. doi:10.30627/cuilah.440727
- Çeker, O. (2021). Helal Gıda Anlayışımız. *Helal ve Etik Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 1-10. doi:10.51973/head.1005218
- DİYK. (2017). Üretim Aşamalarında Sentetik Alkol Kullanımının Hükümü Nedir? : Din İşleri Yüksek Kurulu: Dini Bilgilendirme Platformu. Erişim Tarihi 26/01/2025, <https://kurul.diyamet.gov.tr/Cevap-Ara/1373/uretim-asamalarinda-sentetik-alkol-kullaniminin-hukmu-nedir>
- Duman, M. Z. (1996). Habîs. *TDV İslâm Ansiklopedisi*. <https://islamansiklopedisi.org.tr/habis>
- Dünya Helal Birliği. (2024). *Dünya Helal Birliği*. Erişim Tarihi 10/12/2024, <https://www.dunyahelalbirligi.org/hakkimizda/>
- Efe, M. (Çev.). (t.y.). *Fetâvây-î Hindiyîye*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Elgharbawy, A. ve Azmı, N. A. N. (2022). How Eating Halal and Toyiyb Contributes to a Balanced Lifestyle. *Halalsphere*, 2(1).

- El-Kudûrî, E. H. A. b. E. B. M. (2019). *Muhtasaru' l Kudûrî*. (S. Duman ve O. Güman, Çev.). İstanbul: Beka Yayıncılık.
- Erbil, M. (2018). Regresyon Analizi Varsayımları, 13. https://www.academia.edu/42734174/Regresyon_Analizi_Varsay%C4%B1mlar%C4%B1
- Eryılmaz, H. S. (2021). Singapur'daki Helâl Gıda Sertifikasyonuna Kritik Yaklaşım. *Academic Platform Journal of Halal Lifestyle*, 3(1).
- Fatmi, F. O., Ahmad, A. N. ve Kartika, B. (2024). Factors Influencing Muslims' Purchase Intention of Halal-Certified Over-the-Counter (OTC) Medicines in Bekasi, Indonesia. *Journal of Halal Product and Reserch (JHPR)*, 7(1).
- Fındık, M. A. (2019). Melezya'nın Helal Gıda Sertifikasyonundaki Rolü. *Helal ve Etik Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 82-104.
- GAC - Gulf Cooperation Council. (2024). Erişim Tarihi 09/12/2024, https://gulfaccreditationcommission-org.translate.goog/about-us.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=sc
- Gelir, A. (2013). Dünya Helal Birliği: Dünyada Helal Gıda Çalışmaları ve SMIIC. *Standart: Ekonomik ve Teknik Dergi*, (Helal Gıda Sayısı), 56.
- GİMDES. (2015). Erişim Tarihi 10/12/2024, <https://www.gimdes.org/gimdes-hakkinda-merak-edilenler.html>
- Günay, H. M. (2010). Şüphe. *TDV İslâm Ansiklopedisi*. İstanbul: TDV İslâm Araştırmaları Merkezi. <https://islamansiklopedisi.org.tr/suphe>
- HAK-Helal Akreditasyon Kurumu. (2024). <https://www.hak.gov.tr>. Erişim Tarihi 09/12/2024, <https://www.hak.gov.tr/>
- Halim, M. A. A., Salleh, M. M. M., Ariff, M. I., Kashim, M., Ahmad, A. A. ve Nordin, N. (2014). Halal Pharmaceuticals: Legal, Shari'ah Issues and Fatwa of Drug,

- Gelatine and Alcohol. *International Journal of Asian Social Science*, 4(12), 1176-1190.
- Hasyim, S. (2011). The Council of Indonesian Ulama (Majelis Ulama Indonesia, MUI) and Religious Freedom. *Les notes de l'Irasc.*
- HCS-Halal Certification & Compliance Solutions. (2024).HCS. Erişim Tarihi 06/12/2024, <https://www.halalcs.org/>
- Hehanussa, U. K. (2022). Analysis of Non-Halal Drug Use in the Perspective of Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 437. doi:10.29040/jiei.v8i1.4602
- Helal Gıda | CTR. (2024).CTR Uluslararası Belgelendirme & Denetim Ltd. şti. Erişim Tarihi 27/11/2024, <https://belgelendirme.ctr.com.tr/helal-gida.html>
- Helalder. (2024).HelalRaporu. Erişim Tarihi 10/12/2024, <https://helalraporu.com/helalder/>
- Herdiana, Y., Sofian, F. F., Shamsuddin, S. ve Rusdiana, T. (2024). Towards Halal Pharmaceutical: Exploring Alternatives to Animal-Based Ingredients. *Heliyon*, 10(1). doi:10.1016/j.heliyon.2023.e23624
- Husin, N. A., Mariyanti, E., Abdilla, M., Omar, M. ve Fauziati, P. (2023). Exploring the Influence of Halal Certification on Consumer Behaviour in the Pharmaceutical Industry. *I-iECONS e-proceedings*, 688-700. doi:10.33102/iecons.v10i1.49
- İbn Âbidîn, M. E. b. Ö. b. A. (t.y.). *Reddü'l-Muhtâr*. (A. Davudoğlu, Çev.). şamil Yayınevi.
- İbn Kudâme el-Makdisî, E. M. M. A. b. A. b. M. (2015). *Delilleriyle Hanbeli Fıkhu el-Muğnî Muhtasarı*. (T. Alpaslan, Çev.) (Ravza Yayıncılık ve Matbaacılık.). İstanbul: Polen Yayınları.
- IFANCA. (2024).IFANCA. Erişim Tarihi 06/12/2024, <https://ifanca.org/about/>

- IHIA-Accreditation & Certification from International Halal Integrity Alliance. (2024). Erişim Tarihi 06/12/2024, <https://cehalal.com/event/accreditation-country-partnership-contract/>
- İslamoğlu, A. H. ve Altunışık, R. (2023). *Tüketici Davranışları* (6. Baskı.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Kahraman, A. (2024). Helal ve Haram Ansiklopediler—TÜBİTAK. https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/helal_ve_haram. Erişim Tarihi 23/11/2024, https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/helal_ve_haram
- Kaplan, M. ve Gezen, A. (2017). Tüketicilerin Helal Ürün Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma.
- Karabulut, M. (1981). *Tüketici Davranışları, Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı*. İstanbul: Minnetoğlu Yayınları.
- Karaman, M. (2023). Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizi: Kavramsal Bir Çalışma. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(1), 47-63. doi:10.29131/uiibd.1279602
- Karataş, M. (2019). *Müslüman'ın Şifa Rehberi Tıbb-ı Nebevî* (1. Baskı.). İstanbul: Hayykitap.
- KASCERT. (2014). Erişim Tarihi 10/12/2024, https://www.kascert.com/goster.aspx?metin_id=1202
- Kasri, R. A., Amalia, N., Yuniar, A. M., Mariz, K. ve Azizon. (2023). Opportunities and Challenges for Developing Halal Pharmaceuticals Industry in Indonesia, 5(1).
- Khan, T. M. ve Shaharuddin, S. (2015). Need for Contents on Halal Medicines in Pharmacy and Medicine Curriculum. *Archives of Pharmacy Practice*, 6(2), 38. doi:10.4103/2045-080X.155512
- Kızılkılı, S. Z. (2008). Rics. *TDV İslâm Ansiklopedisi*. İstanbul. <https://islamansiklopedisi.org.tr/rics>

- Kuala Lumpur Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği. (2024). *Malezya Ticarete Teknik Engeller Bilgi Notu*.
- Kuşçuoğlu, A. (2023). *İbn Kayyim El-Cevziyye ve Hüseyin Remzi'ye Ait "Tıbb-ı Nebevi" Kaynaklı Eserlerin Karşılaştırılması*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çankırı Karatekin Üniversitesi, Çankırı.
- Maulana, D. F. (2022). The Urgency of MUI Halal Fatwa about Food, Beverage, Medicine and Cosmetic Products for the Consumer Protection. *Volksgeist Jurnal Ilmu Hukum dan Konstitusi*, 5(2), 199-214.
- Merey, G. (2024). İlaç Kimyası ve Endüstriyel Uygulamaları. Hitit Üniversitesi.
- Mucuk, İ. (2007). *Pazarlama İlkeleri* (16. Baskı.). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Muhammad Syukri Mohd Ashmir Wong, Zatul-Ilia Hussin, ve Shofiyyah Moidin. (2023). Implementation of Halal Logistics in Halal Pharmaceutical Industry: A Study on Halal Warehouse System in Pharamaniaga Lifescience. *Global journal al thaqafah*, SI(1), 90-103. doi:10.7187/GJATSI072023-8
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışları* (2. Baskı.). İstanbul: MedaiCat Yayıncılık.
- Oğuzlar, A. (2007). *İstatiksel Veri Analizi I: SPSS ve MINITAB Uygulamalı* (1. Baskı.). Bursa: Ezgi Kitabevi. <https://hiperkitap.com/istatistiksel-veri-analizi-1-spss-ve-minitab->
- Okur, K. H. (2020). İstihâle. *TDV İslâm Ansiklopedisi*. Ankara. <https://islamansiklopedisi.org.tr/istihale--fikh>
- Özcan, V. (2018). *İlaç ve Gıda Takviyelerinin İçerikleri Hakkında Kullanıcıların Bilgi ve Talep Düzeyinin Ölçülmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans). İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul.
- Özer, G., Özbek, V., Elçi, M. ve Aydın, K. (2013). Concurrent Validity of Different Religiosity Scales Used in Researches of Marketing Ethics and A Proposal For A

New Religiosity Scale. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 13(4), 15-28.

Özkan, H. (2011). *Haneî Mezhebinde Helal Gıda Kriterleri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

Öztürk, B. E. (2015). *Tüketici Davranışları*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım. <https://hiperkitap.com/tuketici-davranislari>

Portakal, D., Koruyucu Hekimlik Nedir? *Dr. Mehmet Portakal*. Erişim Tarihi 19/04/2025, <https://www.drmetportakal.com/koruyucu-hekimlik-nedir/>

Punch, K. F. (2020). *Sosyal Araştırmalara Giriş Nicel ve Nitel Yaklaşımlar* (5. Baskı.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Rahem, A., Effendi, M. H. ve Faridah, H. D. (2021). Analysis of Pharmacists' Knowledge and Attitude in the Pharmaceutical Industry of Halal Certification and Their Readiness to Produce Halal Medicine. *Pharmacy Education*, 21(2), 1-7. doi:10.46542/pe.2021.212.17

Sadeeqa, S. ve Sarriif, A. (2014). Assessment of Knowledge, Attitude & Perception Among Hospital Pharmacists Regarding Halal Pharmaceuticals. *Journal of Applied Pharmaceutical Science*, 4(5), 080-086. doi:10.7324/JAPS.2014.40515

Sağlam, E. (2024). İlaç Danışma. Erişim Tarihi 14/12/2024, http://www.esrasaglam.com/tr/ilac-nedir_a.html

Sakallı, T. (2013). Helal ve Sağlıklı Beslenmenin Manevi Açıdan Önemi. 2. *Uluslararası Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi* içinde (ss. 519-547). Konya.

SMIIC- İslam Ülkeleri Standartlar ve Metroloji Enstitüsü. Erişim Tarihi 07/12/2024, <https://www.hak.gov.tr/dis-iliskiler/uluslararasi-kuruluslar/islam-ulkeleri-standartlar-ve-metroloji-enstitusu-smiic>

- Sudarsono, H. ve Nugrohowati, R. N. I. (2020). Determinants of the Intention to Consume Halal Food, Cosmetics and Pharmaceutical Products. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 831-841. doi:10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO10.831
- Suryani, S. ve Ahkmam, W. (2020). Purchase Behavior Analysis of Halal Medicines among Muslim Consumers. *Proceedings of the 2020 The 6th International Conference on E-Business and Applications* içinde , ICEBA 2020 (ss. 28-32). New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. doi:10.1145/3387263.3387269
- SZUTEST. (2024). *Szutest*. Erişim Tarihi 10/12/2024, <https://www.szutest.com.tr/helal-belgelendirme/>
- Şahap, H. (2024). ISQ. Erişim Tarihi 10/12/2024, <https://www.belgelendirme.com.tr/hakkimizda.html>
- Şenol, Y. (2015). *Kur'ân ve Sünnet Işığında Helal Gıda* (2.). İstanbul: Süleymaniye Vakfı Yayınları.
- Şimşek, M. (2013). Helal Belgelendirme ve SMIIC Standardı. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, (22), 19-44.
- Şimşek, M. (2019). Helal Gıda Araştırmalarında Günümüz Fıkıh Problemi Olarak İstihâle ve İstihlâk. *Helal ve Etik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 1-17.
- Tan, C. K., Teo, K.-L., Ibrahim, M., Hassan, R. ve Zailani, S. (2023). The Incorporation of the Halal Management System (hms) by the Pharmaceutical Industry. *Generics and Biosimilars Initiative Journal (GaBI Journal)*, 12(2), 73-82. <https://gabi-journal.net/the-incorporation-of-the-halal-management-system-hms-by-the-pharmaceutical-industry.html>
- TDK. (2024). Erişim Tarihi 19/12/2024, <https://sozluk.gov.tr/?kelime=kan>

- Tedjakusuma, A. P., Au Yong, H. N., Andajani, E. ve Mohamad, Z. Z. (2023). Intention to purchase halal health supplement online: Lessons learned from the health crisis. *Heliyon*, 9(9), e19840. doi:10.1016/j.heliyon.2023.e19840
- Tekineş, A. (1998). Alternatif İlsamî Tıp “Tıb-ı Nebevî”. *Divan: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, (4), 57-72.
- Tekle, Ş., Sağdıç, O., Nursaçan, Ş., Yetim, H. ve Erdem, M. (2013). Ülkemizde ve Dünyada Helal Gıda Hususunda Karşılaşılan Problemler. *European Journal of Science and Technology*, 1(1), 1-6.
- Tew, M. M., Hatah, E., Arif, F., Abdul Wahid, M. A., Makmor-Bakry, M. ve Abdul Maulad, K. N. (2021). Geospatial Analysis of Distribution of Community Pharmacies and Other Health Care Facilities Providing Minor Ailments Services in Malaysia. *Journal of Pharmaceutical Policy and Practice*, 14(1), 24. doi:10.1186/s40545-021-00308-9
- Tokaç, M. (2012). Tıbb-ı Nebevî’yi Yeniden Konumlandırmak. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, (22), 26-29.
- TSE., Helal Belgelendirme Hizmetleri. *Türk Standartları Enstitüsü*. Erişim Tarihi 24/03/2023, <https://www.tse.org.tr/helal-belgelendirme-hizmetleri-2helal-belgelendirme-islemleri/>
- Vizano, N. A., Fittria, A., Nuryansah, M., Muqtada, M. R., Farhan, M. ve Purwanto, A. (2020). Halal Medicine Purchase Intention Among South East Asian Consumers. *Clinical Medicine*, 07(07), 58-77.
- WHA-World Halal Authority. *Certificazioni Halal*. Erişim Tarihi 09/12/2024, <https://www.wha-halal.org/>
- WHC- World Halal Council. Erişim Tarihi 06/12/2024, <https://www.worldhalalcouncil.com/about-us>
- Yalçın, B., UGM-Ulusal ve Uluslararası Helal Gıda Standardizasyonu ve Belgelendirilmesi. *UGM Uzman Gıda Müşavirliği*. Erişim Tarihi 30/11/2024,

<http://www.ugmuzman.com.tr/tr/akademikosesidetay-ulusal-ve-uluslararası-helal-gıda-standardizasyonu-ve-belgelendirilmesi-18.html>

Yaşaroğlu, M. K. (2001). Kan. *TDV İslâm Ansiklopedisi*. İstanbul: TDV İslâm Araştırmaları Merkezi. <https://islamansiklopedisi.org.tr/kan>

Yerinde, A. (2011). Tayyib. *TDV İslâm Ansiklopedisi*. İstanbul. <https://islamansiklopedisi.org.tr/tayyib>

Yılmaz, M. A. (2022). *Tüketici Bilinç Düzeyinin Helal Gıda Tüketimi ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Batman Üniversitesi, Batman.

Zuhaylî, V. (1994). *İslam Fıkıh Ansiklopedisi*. (E. Ahmet, E. Beşir, U. H. Fehmi, U. Abdürrahim, Y. Yunus Vehbi ve Y. Nurettin, Çev.) (C. 1). İstanbul: Risale Yayınevi.

Zuniarto, A. A., Mahfudh, N., Perwitasari, D. A. ve Pandanwangi, S. (2024). Readiness Society to Enter the Era of Halal Drug Certification Mandatory in Terms of Knowledge, Perceptions, and Attitudes. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(SpecialIssue), 429-436. doi:10.29303/jppipa.v10iSpecialIssue.7771

EK

Ek 1: Anket Formu

Merhaba, ben Tuğçe Yıldırım. Sakarya Üniversitesi İslam Ekonomisi ve Finansı alanında yüksek lisans öğrencisiyim. “Tüketicilerin Helal İlaç Satın Alma Niyetinin Ölçülmesi” isimli yüksek lisans tezim için araştırma yapmaktayım. Bu anketi düzenleme amacım tüketicilerin helal ilaçlara yönelik bilgi düzeylerini ve satın alma kararlarını öğrenmek.

Helal ilaçlar, İslami kurallara uygun olarak üretilen ve tüketilen ilaçlardır. Malezya ve Endonezya gibi ülkelerde yapılan araştırmalar, bu tür ilaçların sağlığa ve etik değerlere önem veren birçok kişi tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Türkiye’de helal ilaçlar konusunda yapılan araştırmalar ise oldukça az sayıdadır. Dolayısıyla ülkemizde bu alana yönelik daha fazla bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır.

Anket yaklaşık 3-4 dakika sürecektir ve yanıtlar tamamen gizli tutulacaktır. Katılımınız çalışmama değerli bilgiler sağlayacaktır.

Zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

Cinsiyetiniz ?

- ☐ Kadın
- ☐ Erkek

Yaşınız?

- ☐ 25 ve altı
- ☐ 26 – 35
- ☐ 36 – 45
- ☐ 46 - 55
- ☐ 56 - 65
- ☐ 66 ve üzeri

Medeni durumunuz?

- ☐ Evli
- ☐ Bekar

Eğitim durumunuz?

- ☐ İlkokul-Ortaokul
- ☐ Lise
- ☐ Ön lisans
- ☐ Lisans

o Yüksek Lisans ve üzeri

İş alanınız?

o Ücretli (işçi, memur vb.)

o İşletme sahibi - esnaf

o Serbest meslek (avukat, mimar, diş hekimi vb.)

o Öğrenci

o Ev hanımı

o Emekli

o Diğer:...

Aylık toplam geliriniz?

o 0 - 15.000 TL

o 15.001 - 30.000 TL

o 30.001 - 45.000 TL

o 45.001 TL ve üzeri

		Hiç Katılmıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
	Dindarlık					
1.	Dindarlığım benim için çok önemlidir.	1	2	3	4	5
2.	Düzenli olarak ibadet etmenin önemli olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
3.	Her gün ibadet ederim.	1	2	3	4	5
4.	Dinim hakkında okumaktan keyif alırım.	1	2	3	4	5
5.	Tefekkür ve ibadet ile zaman geçirmek benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
6.	Tüm hayatımı dini inançlarıma göre yaşamak için çok çalışıyorum.	1	2	3	4	5
7.	Dinim hayatıma odaklanmamı ve yön vermeme sağlar.	1	2	3	4	5
8.	İnancımın hayatıma anlam ve amaç kattığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
9.	İnancımı paylaşan insanlarla bir arada olmaktan keyif alıyorum.	1	2	3	4	5
10.	Bir insanın dini uğruna bazı zorluklarla karşılaşmasını doğru buluyorum.	1	2	3	4	5
	Sağlık Bilinci					

11.	Sağlığımı korumak için birçok fedakârlıkta bulunurum.	1	2	3	4	5
12.	Sağlıklı beslenmek benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
13.	Hayatımda yaptığım birçok aktivitede sağlığımı göz önünde bulundururum.	1	2	3	4	5
14.	Sağlıklı kalabilmek için birçok gıdayı hayatımdan çıkarmaya hazırım.	1	2	3	4	5
15.	Sağlığımı düşünürüm.	1	2	3	4	5
16.	Sağlığımdaki değişikliklere duyarlıyım.	1	2	3	4	5
17.	Sağlık durumum için sorumluluk alırım.	1	2	3	4	5
18.	Kendimi sağlık bilinci olan biri olarak tanımlarım.	1	2	3	4	5
	Helal İlaç Anlayışı					
19.	Helal ilaç, helal olmayan ilaçlara göre daha güvenlidir.	1	2	3	4	5
20.	Helal ilaç, helal olmayan ilaçlara göre daha temizdir.	1	2	3	4	5
21.	Helal ilaç, helal olmayan ilaca göre daha sağlıklıdır.	1	2	3	4	5
	Helal İlaç Bilgisi					
22.	İslam hukukunun ilaçlar hakkındaki helal ve haram hükümlerini anlıyorum.	1	2	3	4	5
23.	İslam'ın hangi ilaçları yasaklandığı konusunda	1	2	3	4	5

	yeterli bilgiye sahip olduğumu hissediyorum.					
24.	İslam'da izin verilen ve yasak olan maddeleri ayırt etmek için yeterli bilgiye sahibim.	1	2	3	4	5
25.	İslam'da hangi maddelerin yasak olduğunu biliyorum (domuz yağı, alkol ve diğerleri).	1	2	3	4	5
26.	Bu bileşenlerin içeriğinin (domuz yağı, alkol vb. unsurların) İslam'da neden yasak olduğunu biliyorum.	1	2	3	4	5
	Helal İlaç Satın Alma Niyeti					
27.	Helal ilaçlar için daha fazla ödeme yapmaya hazırım.	1	2	3	4	5
28.	Helal ilaç ürünleri satın almak için daha uzun süre beklemeye hazırım.	1	2	3	4	5
29.	Helal ilaç ürünleri satın almak için istekliyim.	1	2	3	4	5
	Bu anketin konusu tüketicilerin helal ilaç satın alma niyetinin ölçülmesidir. (Kontrol sorusu)					
30.	Helal ilaç ürünleri satın almak için uzun mesafeler kat etmeye hazırım.	1	2	3	4	5
31.	Gelecekte Helal ilaç ürünleri satın almaya niyetliyim.	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Tuğçe YILDIRIM	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Sakarya Üniversitesi
Fakülte	İlahiyat Fakültesi
Bölümü	İlahiyat
Makale ve Bildiriler	
1. Kaplan, E., Yıldırım, T. ve Karaman, F. (2024), İslam Ekonomisi Yönetim Sisteminde Etiğin Rolü, P. Rustamov Hacı Oğlu, <i>İslam Ekonomisi ve Finans Sisteminin Yönetimi</i> , (s.153-174). Ankara: Nobel Bilimsel.	