



# Kaçak, Sahte ve Taklit Ürönlere Dair: Türkiye’de Tüketici Algısı

Kamuoyu Araştırması Sonuçları

# **Kaçak, Sahte ve Taklit Ürönlere Dair: Türkiye’de Tüketici Algısı Araştırması**



# İÇİNDEKİLER

1. RAPOR HAKKINDA .....	5
2. YÖNETİCİ ÖZETİ.....	7
3. DEMOGRAFİK BİLGİLER.....	9
3.1. Temel Demografik Bulgular .....	9
4. TOPLUMUN KAÇAK ÜRÜNLER HAKKINDAKİ GÖZLEMLERİ .....	13
4.1. İnsanların Kaçak Ürün Satın Alma Sebepleri .....	13
4.2. Piyasada Satılan Kaçak Ürünler .....	15
4.3. İnternette Satılan Kaçak Ürünler.....	21
5. TOPLUMUN KAÇAK ÜRÜNLER İLE İLGİLİ DENEYİMLERİ.....	29
5.1. Kaçak Ürün Tüketimine Bağlı Sağlık Sorunları.....	32
5.2. İnternette Satılan Kaçak Ürünlerle İlgili Deneyimler.....	33
6. PANDEMİ DÖNEMİNDE KAÇAK ÜRÜNLERE TALEP .....	35
6.1. Toplumun Gözlemi.....	35
6.2. Toplumun Deneyimi .....	39
7. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ.....	43
7.1. Araştırmanın Genel Tanımı .....	43
7.2. Örneklem.....	43
8. FREKANS TABLOLARI.....	45



## 1. RAPOR HAKKINDA

Bu raporun dayanağı olan araştırma, KONDA Araştırma ve Danışmanlık A.ř. tarafından, Uluslarası Şeffaflık Derneği için gerçekleştirilmiştir.

Raporda toplumun kaçak ürünlere dair algısının ve farkındalığının ne seviyede olduğuna, toplum genelinde piyasada ve internette hangi ürünlerin kaçak olarak satıldığı bilgisi olduğuna, toplumun kaçak ürünlerle ilgili deneyimlerine, hangi kümelerin kaçak ürünlerle temasının daha fazla olduğuna ve pandemi döneminde kaçak ürünlere karşı talebin ne yönde değiştiğine yer verilmiştir.

Araştırma 14-17 Ocak 2022 tarihlerinde KONDA Aracılı Paneli'ne dahil olmayı kabul etmiş kişilerle telefon araması yapılarak gerçekleştirilmiştir. Panelistler panel sistemimize gönüllü olarak katılmışlardır. Bu çalışmada 2780 kişiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.



## 2. YÖNETİCİ ÖZETİ

### **Toplumun 10'da 9'u daha ucuz olduğu için insanların kaçak ürünlere yöneldiğini düşünüyor.**

Toplum genelinde kaçak ürün satın almanın birincil sebebi olarak bu ürünlerin daha ucuz olması gösteriliyor. Her 10 kişiden 9'u kaçak ürünler daha ucuz olduğu için insanların kaçak ürünlere yöneldiğini düşünüyor.

### **Toplumun büyük bir bölümü tütün ve tütün mamülleri ile alkollü içeceklerin piyasada kaçak olarak satıldığını söylüyor.**

Toplumun yüzde 85'i tütün ve tütün mamullerinin, yüzde 70'i alkollü içeceklerin piyasada kaçak olarak satıldığını belirtiyor.

### **Her 5 kişiden 3'ü internette kaçak olarak parfüm satıldığını düşünüyor.**

Toplumun yüzde 58'i parfümlerin, yüzde 51'i kıyafet ve ayakkabının, yüzde 49'u saatlerin internette kaçak olarak satıldığını söylüyor.

### **Twitter kullanıcılarının internette satılan kaçak ürünlerle ilgili farkındalığı oldukça yüksek**

Sosyal medya kullanıcıları incelendiğinde Twitter kullanıcılarının internette kaçak ürünlerle ilgili farkındalığının diğer sosyal medya araçlarını kullanan kişilere göre daha fazla olduğu görülüyor. İnternete hiç girmeyenlerin ise bu konuda bilgileri yok denecek kadar az.

### **Piyasada ve internette satılan kaçak ürünlere dair algı birbirinden oldukça farklı.**

Toplum genelinde kaçak ürünlerin fiziki mağazalarda, internete göre daha fazla satıldığı algısı hakim. Piyasada kaçak olarak en çok tütün ve tütün mamülleri ile alkollü içecekler satıldığı düşünülürken bu iki ürün grubunun internette satıldığını düşünenler toplumun 3'te 1'ini oluşturuyor.

### **Toplumdaki her 5 kişiden 1'i daha önce kaçak olarak tütün ve tütün mamülleri, alkollü içecek, akaryakıt, gibi ürünler satın almış.**

Daha önce kaçak tütün ve tütün mamülleri, alkollü içecekler ve akaryakıt gibi ürünler satın alanlar toplumun yüzde 19'unu oluşturuyor.

### **Üst gelir grubunda bulunanların kaçak ürünlerle teması diğer ekonomik sınıflara göre daha fazla.**

Ekonomik sınıflar arasında üst gelir grubunda bulunanların yüzde 29'u daha önce kaçak ürün satın aldığını söylüyor. Daha önce kaçak ürün satın alanların oranı alt gelir grubunda yüzde 19, alt orta sınıfta yüzde 20, yeni orta sınıfta ise yüzde 15.

### **Erkeklerin kaçak ürünlerle teması kadınlara göre oldukça fazla.**

Erkeklerin yüzde 27'si daha önce kaçak ürün satın aldığını söylerken kadınlarda bu oran yüzde 11.

### **Yaş azaldıkça daha önce kaçak ürün satın almış olanların oranı artıyor.**

18-32 yaş arasındakilerin yüzde 23'ü, 33-48 yaş arasında bulunanların yüzde 21'i, 49 yaş ve üzeri olanların ise yüzde 15'i daha önce kaçak tütün ve tütün mamülleri, alkollü içecek, akaryakıt, gibi ürünler satın almış.



### **Hayat tarzı muhafazakârlaştıkça kaçak ürün satın alanların oranı azalıyor.**

Modernlerin yüzde 28'i, Geleneksel Muhafazakârların yüzde 18'i, Dindar Muhafazakârların ise yüzde 9'u daha önce kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi satın aldığını ifade ediyor. Hayat tarzı modernleştikçe alkol ve sigara kullanımının artması, bu durumun önemli bir sebebi.

### **Kürtlerin kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi ürünlerle teması Türklere göre daha fazla.**

Kürtlerin yüzde 28'i daha önce kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi ürünleri satın aldıklarını söylüyor. Türklere arasında bu cevabı verenlerin oranı yüzde 18.

### **Toplumun yüzde 1'i kaçak ürünler sebebiyle sağlık problemi yaşamış.**

Daha önce kaçak ürün tüketimine bağlı olarak toplumun yüzde 1'i sağlık problemi yaşamış. Kaçak ürünlerden kaynaklı bir yakını veya tanıdığı sağlık sorunu yaşayanlar ise toplumun yüzde 5'ini oluşturuyor. Daha önce böyle bir sorun yaşamayanların oranı yüzde 94. Kendisi veya bir yakını sağlık sorunu yaşayan yaklaşık 4 milyon insan var.

### **İnternette aldıkları ürünün kaçak olduğunu fark edenlerin çoğunluğu bu konuda bir şey yapmamış.**

İnternette aldıkları ürünün kaçak olduğunu fark edenlerin yüzde 44'ü bu ürünü iade/şikayet etmişken yüzde 56'sı bu durum karşısında hiçbir şey yapmamış.

### **Toplumdaki her 3 kişiden 2'si pandemi döneminde kaçak ürünlere talebin arttığını düşünüyor.**

Toplumun yüzde 66'sı koronavirüs salgını döneminde kaçak ürünlere talebin arttığını düşünüyor. Bu dönemde kaçak ürünlere talebin arttığını düşünenlerin oranı ise sadece yüzde 3.

### **Toplumun yüzde 5'inin pandemi döneminde internette kaçak ürün satın alma alışkanlığı artmış.**

Toplumun yüzde 5'inin salgın döneminde internette kaçak ürün alma alışkanlığı artmışken yüzde 16'sının bu alışkanlığında bir değişiklik olmamış. Toplumun yüzde 78'i ise daha önce internette hiç kaçak ürün satın almamış.

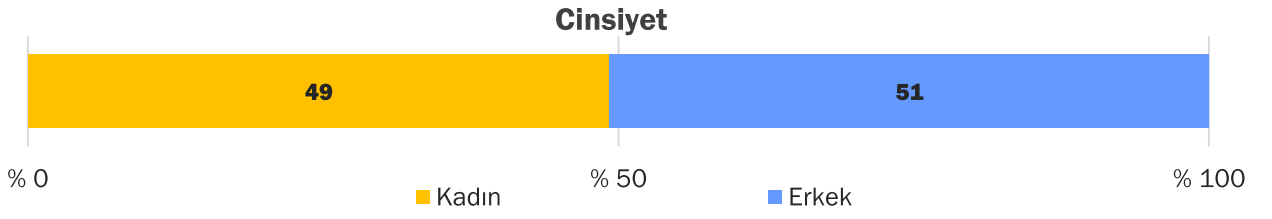
### **Daha önce kaçak ürün alanların 3'te 2'si kaçak ürün almak için interneti kullanmamış.**

Daha önce bilinçli bir şekilde kaçak ürün satın alanların yüzde 8'i pandemi döneminde internette daha çok kaçak ürün almaya başlamışken yüzde 16'sının bu alışkanlığı değişmemiş. Daha önce kaçak ürün alanların yüzde 63'ü ise daha önce internette hiç kaçak ürün satın almamış.

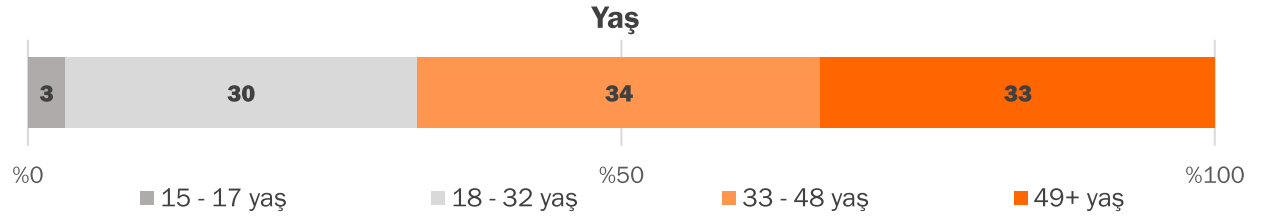
### 3. DEMOGRAFİK BİLGİLER

Bu araştırmanın hedeflerinden biri toplum içinde kimlerin hangi kesimlerin kaçak ürünlerle temasının daha fazla olduğunu ve demografik kümelerle göre kaçak ürünler hakkındaki gözlemlerin farklı olup olmadığını ortaya koymaktı. Bu hedefe yönelik olarak araştırmada ele aldığımız soruları demografik özelliklere göre de analiz ediyoruz. Bu analizlere geçmeden önce demografik bulguları ortaya koymakta yarar görüyoruz. Bu bulgular Türkiye'deki 15 yaş üzeri nüfusu temsilen kimlerle görüştüğümüz konusunda fikir veriyor ve analiz edilen alanlarda farklı kümelerin nüfus büyüklüklerini dikkate alarak değerlendirmeye katkı sağlamayı amaçlıyor.

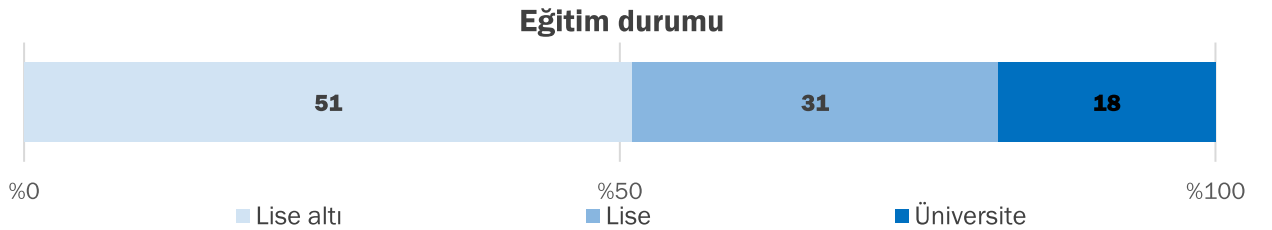
#### 3.1. Temel Demografik Bulgular



Araştırmaya katılanların yüzde 49'unu kadınlar, yüzde 51'ini erkekler oluşturuyor.

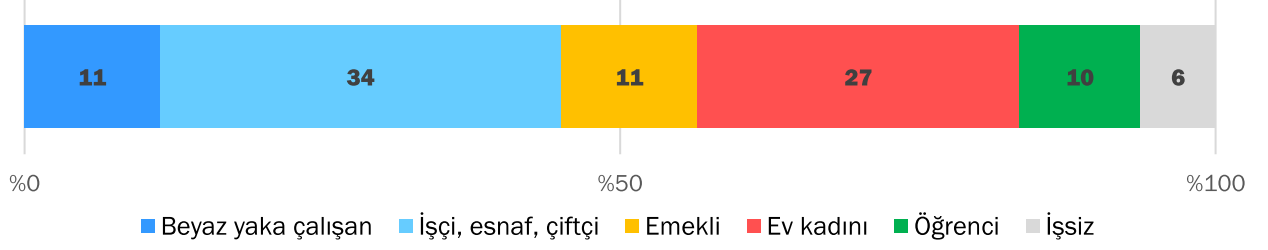


Görüştüğümüz kişilerin yüzde 3'ünü 15-17 yaş arasındakiler, yüzde 30'unu 18-32 yaş arasındakiler, yüzde 34'ünün 33-48 yaş arasındakiler, yüzde 33'ünün ise 49 yaş ve üzerindeki bireyler oluşturuyor.



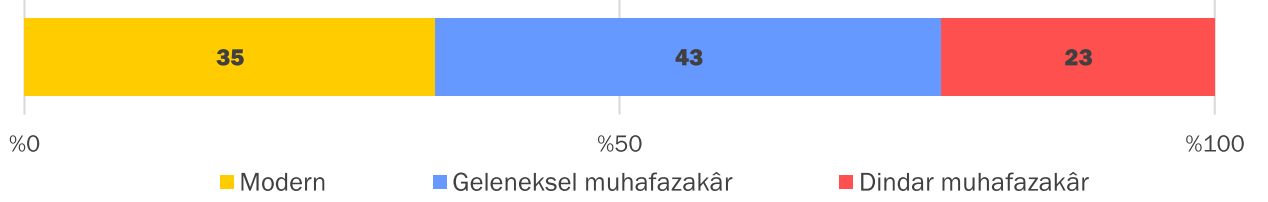
Görüştüğümüz kişilerin yüzde 51'i lise altı eğitim seviyesine sahipken yüzde 31'i lise, yüzde 18'i ise üniversite mezunu.

### Çalışma durumu



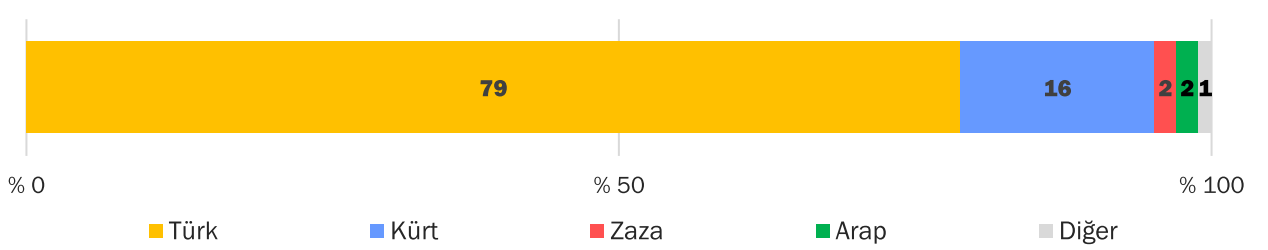
Çalışma durumlarına bakıldığında görüşülen kişilerin yüzde 11'inin beyaz yaka çalışan, yüzde 34'ünün işçi, esnaf, çiftçi, yüzde 11'inin emekli, yüzde 27'sinin ev kadını, yüzde 10'unun öğrenci, yüzde 6'sının ise işsiz olduğu görülüyor.

### Hayat tarzı



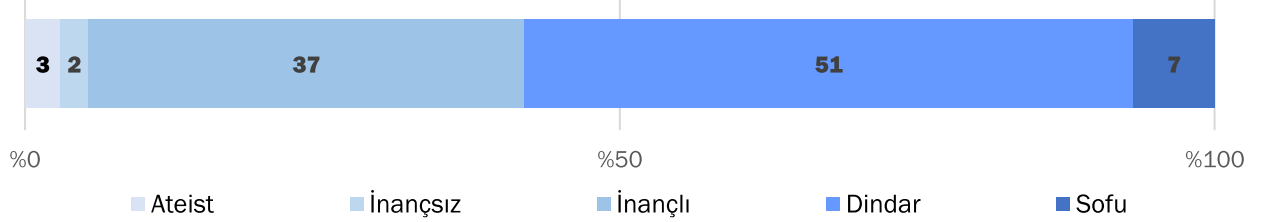
Hayat tarzı kümelerinde ise görüştüğümüz kişilerin yüzde 35'i kendini Modern, yüzde 43'ü Geleneksel Muhafazakâr, yüzde 23'ü ise Dindar Muhafazakâr olarak tarif ediyor.

### Etnik köken

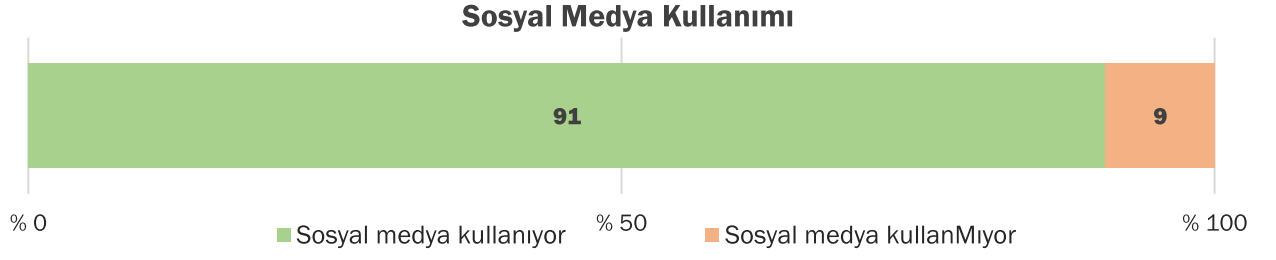


Görüşülen kişilerin yüzde 79'unu Türkler, yüzde 16'sını Kürtler, yüzde 2'sini Zazalar, yüzde 2'sini Araplar, yüzde 1'ini ise diğer etnik kökenlerden olan bireyler oluşturuyor.

### Dindarlık



Dindarlık seviyesine göre bakıldığında görüştüğümüz kişilerin yüzde 3'ünün ateist, yüzde 2'sinin inançsız, yüzde 37'sinin inançlı, yüzde 51'inin dindar, yüzde 7'sinin ise sofu olduğunu görüyoruz.



Görüşülen kişilerin yüzde 91'i sosyal medya kullandığını, yüzde 9'u ise kullanmadığını belirtiyor.

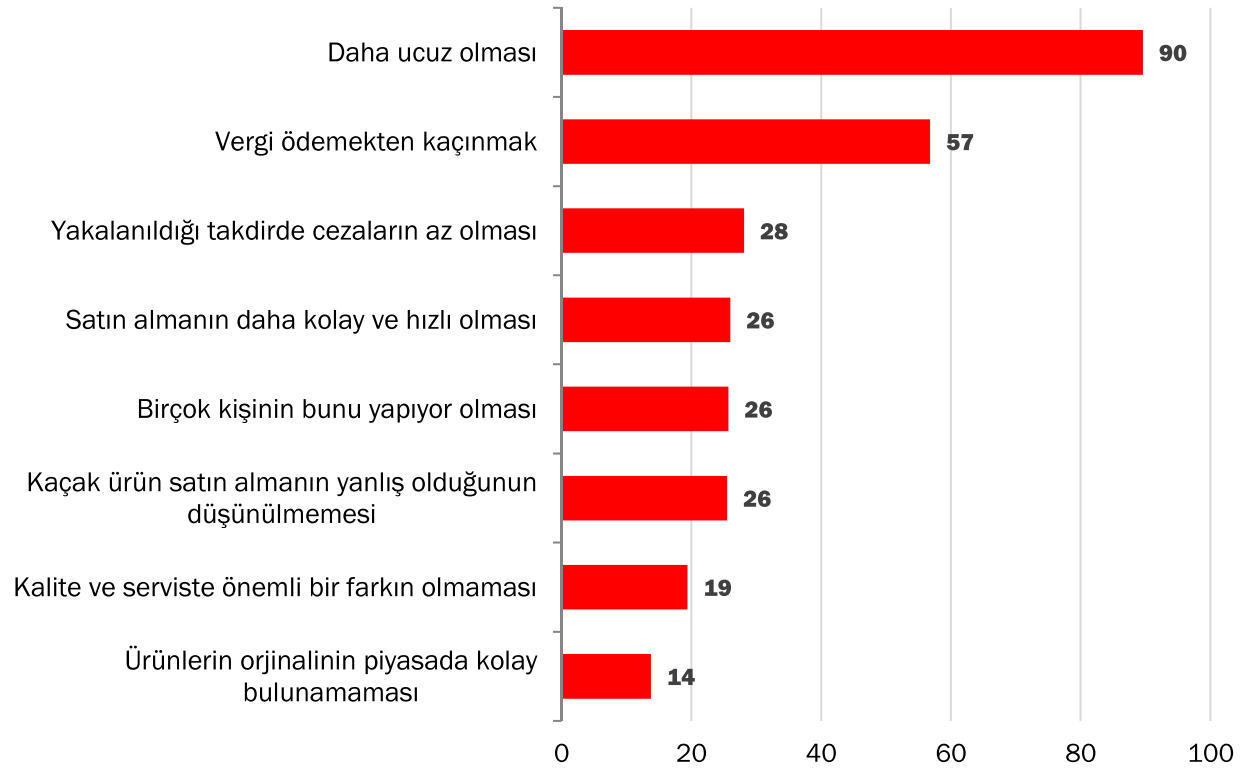


## 4. TOPLUMUN KAÇAK ÜRÜNLER HAKKINDAKİ GÖZLEMLERİ

### 4.1. İnsanların Kaçak Ürün Satın Alma Sebepleri

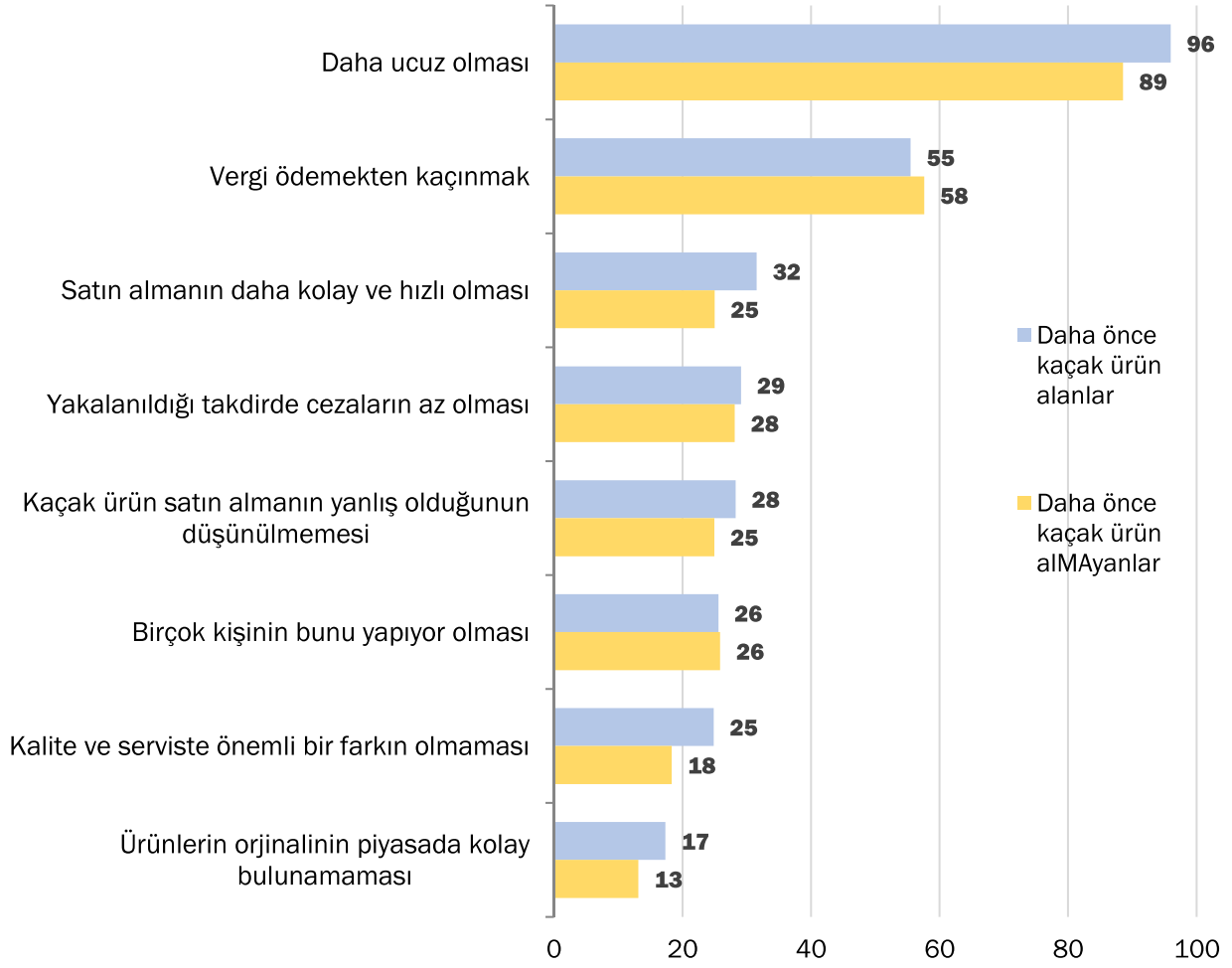
Kaçak ürün satın almanın birçok sebebi olabiliyor. Bu sebep bazen kaçak ürünün daha uygun fiyatlı olmasından bazen erişiminin kolay olmasından bazen de daha kaliteli olmasından kaynaklanabiliyor. Bu bölümde toplum nezdinde kaçak ürün satın alma sebeplerinin, motivasyonlarının neler olduğunu, daha önce kaçak ürün satın alanlar ile daha önce kaçak ürün satın almayanların bu konu hakkındaki düşüncelerinin farklı olup olmadığını ve toplumun piyasada ve internette satılan kaçak ürünlere dair gözlemlerini inceleyeceğiz.

#### Sizce insanlar neden kaçak ürünler almak ister?



Toplumun yüzde 90 gibi önemli bir bölümü insanların kaçak ürün almalarını istemelerinin sebebi olarak kaçak ürünlerin daha ucuz olmasını gösteriyor. Toplumun yüzde 57'si ise kaçak ürün almanın bir diğer sebebinin vergi ödemekten kaçınmak olduğunu düşünüyor. Toplumdaki her 4 kişiden 1'i kaçak ürün alanların yakalandığı takdirde az ceza almasını, kaçak ürünleri satın almanın daha kolay ve hızlı olmasını, birçok kişinin kaçak ürün alıyor oluşunu ve kaçak ürün satın almanın yanlış bir şey olduğunun düşünülmemesini, insanları kaçak ürün almaya iten motivasyonlardan bazıları olarak görüyor.

### Sizce insanlar neden kaçak ürünler almak ister?



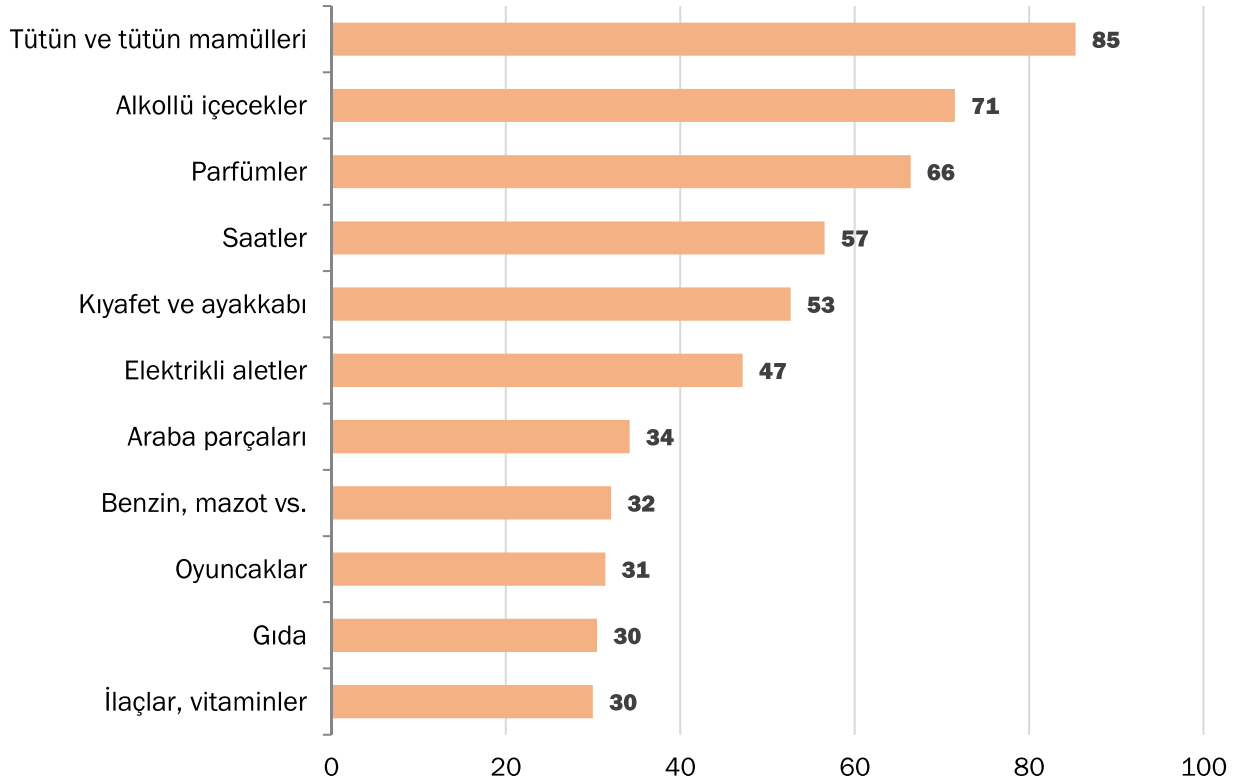
Daha önce kaçak ürün almış olanlar ile daha önce kaçak ürün almamış olanlar arasında bu konuda bazı farklılıklar olsa da genel olarak her iki grup da benzer fikirlere sahip. Daha önce kaçak ürün alanların yüzde 96'sı, daha önce kaçak ürün almayanların yüzde 89'u insanların daha ucuz olduğu için kaçak ürün almak istediğini düşünüyor. Daha önce kaçak ürün alanların yüzde 32'si, kaçak ürün satın almanın daha kolay ve hızlı olmasını insanları kaçak ürüne almaya iten sebeplerden biri olarak gösterirken daha önce kaçak ürün satın almayanların yüzde 25'i bu düşünceye sahip. İki grubun birbirinden ayrıldığı üçüncü durum ise kalite ve serviste önemli kalite farkı olmasının insanları kaçak ürüne almaya iten bir sebep olduğunu düşünme eğilimi. Daha önce kaçak ürün alanların 4'te 1'i bu durumu kaçak ürün almak için bir sebep olarak gösterirken daha önce kaçak ürün almayanların yüzde 18'i bu şekilde düşünüyor.

## 4.2. Piyasada Satılan Kaçak Ürünler

Emniyet Genel Müdürlüğü'nün 2020 yılında yayımladığı KOM raporuna göre 2020 yılında 3.945.225 paket kaçak sigara, 76.136 adet kaçak cep telefonu, 13.765.349 litre kaçak akaryakıt, 948.834 litre kaçak alkol, 7.931.677 adet kaçak ilaç ve hap, 42.080 kilogram muhtelif gıda yapılan operasyonlar sonrasında ele geçirildi.

Türkiye hem bulunduğu coğrafi konum dolayısıyla hem de belirli ekonomik faktörler sebebiyle kaçakçılık faaliyetlerinin fazla ve kaçak ürün piyasasının geniş olduğu bir ülke. Raporun bu bölümünde toplumun piyasada kaçak olarak satılan ürünlerle ilgili gözlemlerini ve kaçak ürünlerle ilgili farkındalığın hangi kümelerde daha fazla olduğunu inceleyeceğiz.

### Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri piyasada kaçak satılıyor?



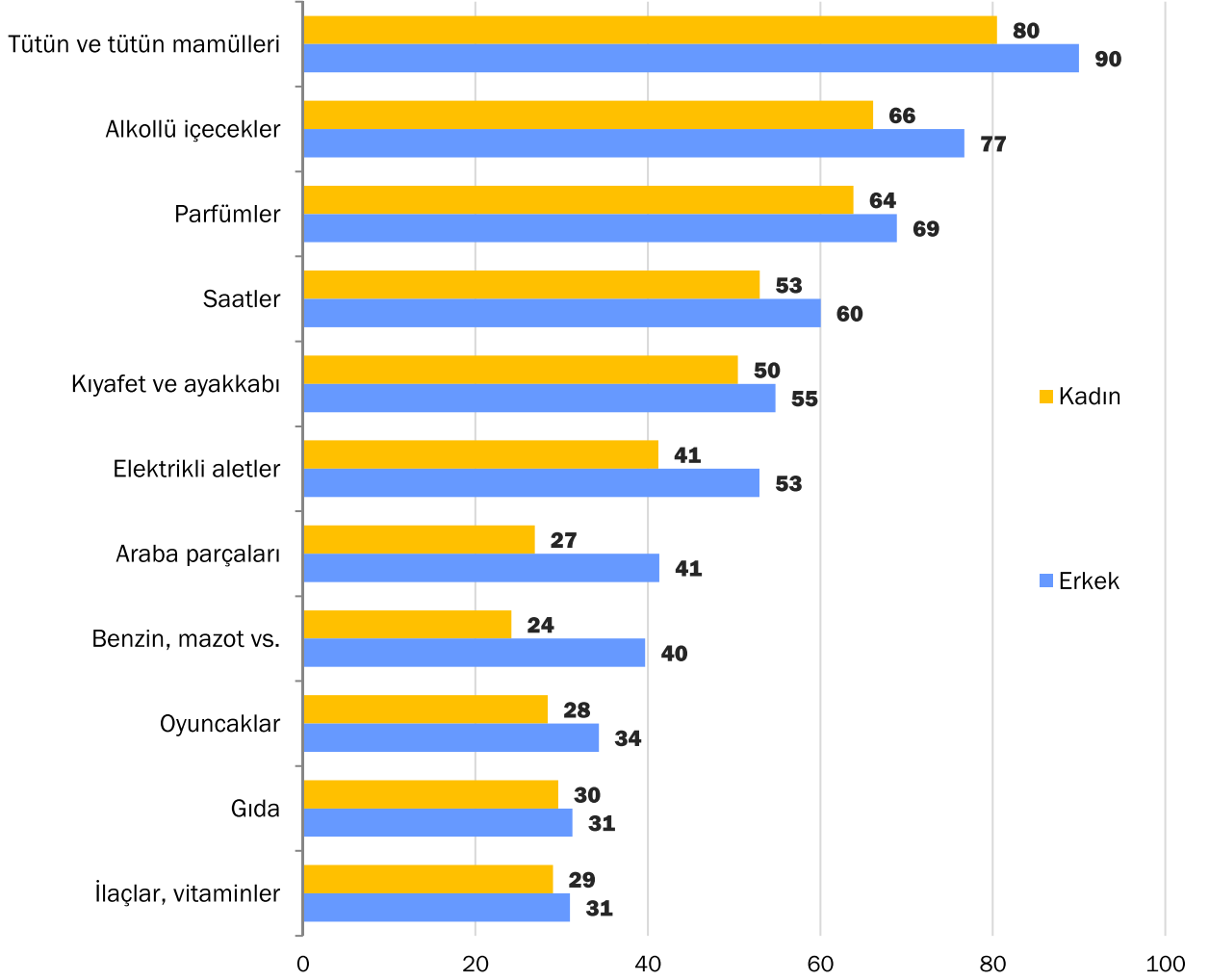
Toplumun piyasada satılan kaçak ürünler hakkındaki gözlemi bakıldığında toplumun yarısından fazlası tütün ve tütün mamullerinin, alkollü içeceklerin, parfümlerin, saatlerin, kıyafet ve ayakkabıların piyasada kaçak olarak satıldığını söylüyor. Toplumun yüzde 85'i tütün ve tütün mamullerinin, yüzde 71'i alkollü içeceklerin, yüzde 66'sı parfümlerin, yüzde 57'si saatlerin, yüzde 53'ü ise kıyafet ve ayakkabının piyasa kaçak olarak satıldığını belirtiyor.

Toplumun kaçak satıldığını en çok gözlemlediği iki ürün olan tütün ve tütün mamülleri ile alkollü içeceklerin son yıllarda vergi zamları ile birlikte artan fiyatları, bu ürünlerin piyasada kaçak olarak satılmasına zemin hazırlayan önemli faktörlerden biri. Bu durum diğer tüm ürünler için geçerli olmakla birlikte bu iki ürün grubunun bandrollü olanların fiyatlarının sabit olması ve



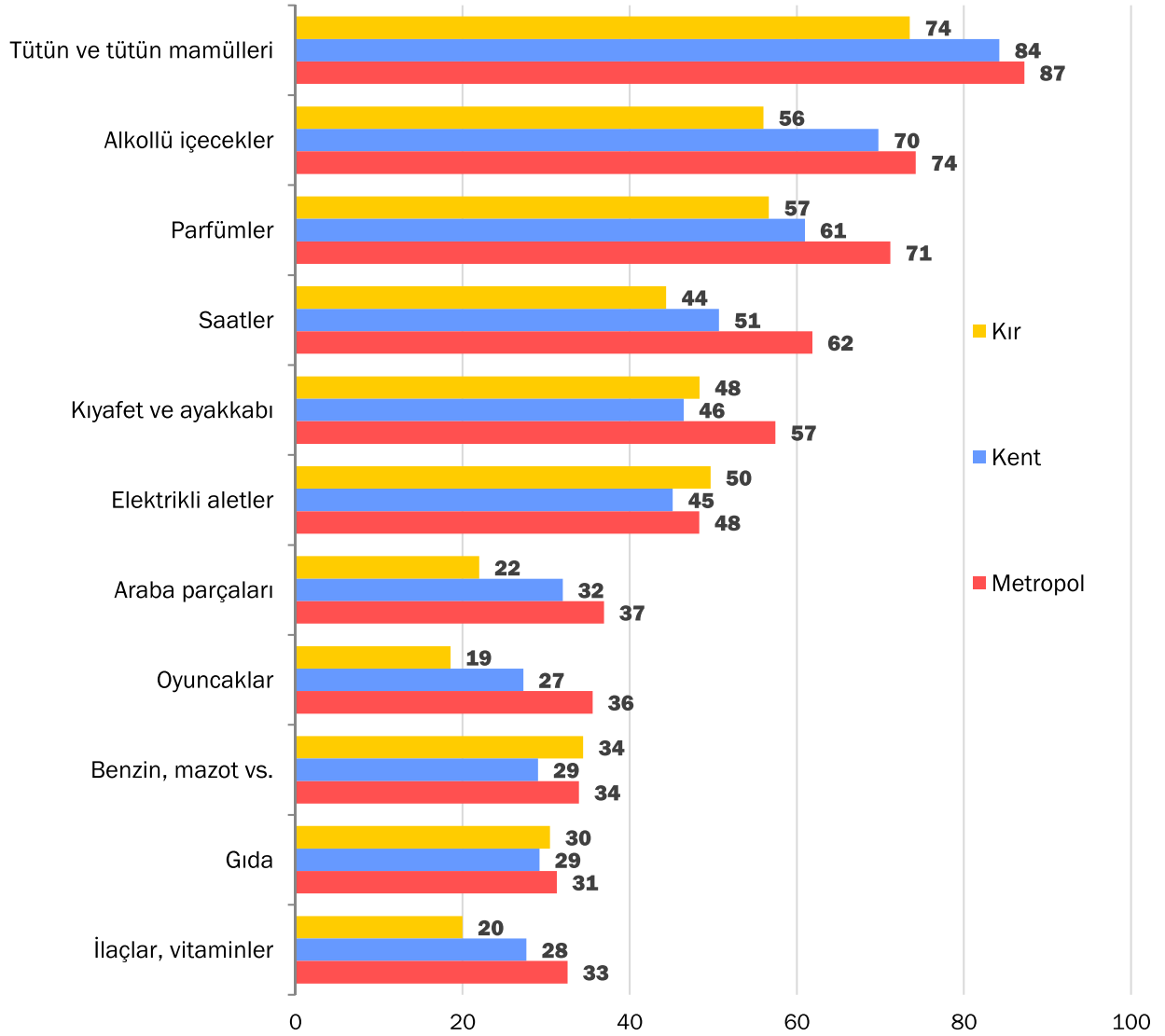
diğer ürünler gibi fiyat makasının çok geniş olmaması, kaçak olarak en çok satılan ürünler olmalarına sebep olarak gösterilebilir.

### Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri piyasada kaçak satılıyor?



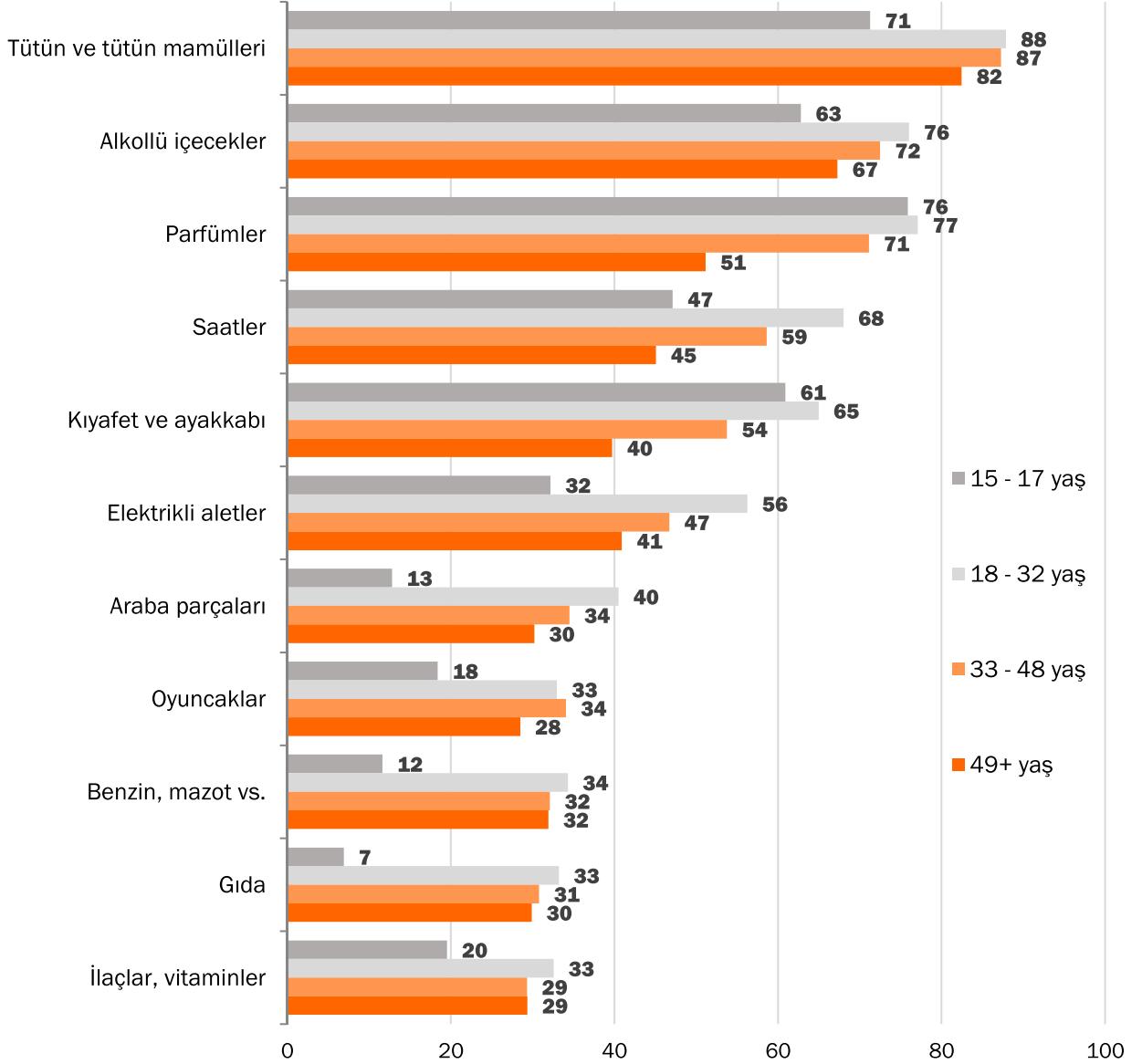
Piyasada satılan kaçak ürünlerle ilgili gözlem cinsiyetlere göre farklılık gösteriyor. Erkeklerin kadınlara göre daha büyük bir bölümü bahsedilen ürünlerin piyasada kaçak olarak satıldığını söylüyor. En çok farkı yaratan ürünler ise araba parçaları ile benzin, mazot vs. Erkeklerin yüzde 41'i araba parçalarının piyasada kaçak olarak satıldığını söylerken kadınların yüzde 27'si bu cevabı veriyor. Benzin, mazot gibi akaryakıt ürünlerinin piyasada kaçak olarak satıldığını söyleyenlerin oranı erkekler arasında yüzde 40 iken kadınlar arasında yüzde 24.

## Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri piyasada kaçak satılıyor?



Yaşanılan yerleşim yerlerine göre de piyasada kaçak olarak satılan ürünlere dair gözlemler değişiyor. Metropolde yaşayan insanların, kentte ve kırdaki yaşayanlara göre daha büyük bir bölümü bahsedilen ürünlerin piyasada kaçak olarak satıldığını ifade ediyor. Yerleşim yerlerine göre incelenen yukarıdaki tabloda dikkat çeken ürünlerin elektrikli aletler ile benzin, mazot gibi akaryakıt ürünleri olduğunu görüyoruz. Kırdaki yaşayanların yüzde 50'si, kentte yaşayanların yüzde 45'i, metropolde yaşayanların ise yüzde 48'i elektrikli aletlerin piyasada kaçak olarak satıldığını söylüyor. Bunun yanı sıra kırdaki ve metropolde yaşayanların yüzde 34'ü, kentte yaşayanların ise yüzde 29'u benzin, mazot gibi ürünlerin piyasada kaçak olarak satıldığını belirtiyor. Kırdaki yaşayanların, kentte ve metropolde yaşayanlarla eşit derecede veya daha fazla söyleme eğiliminde olduğu iki ürün grubunun elektrikli aletler ve benzin, mazot vs. olması dikkat çekiyor.

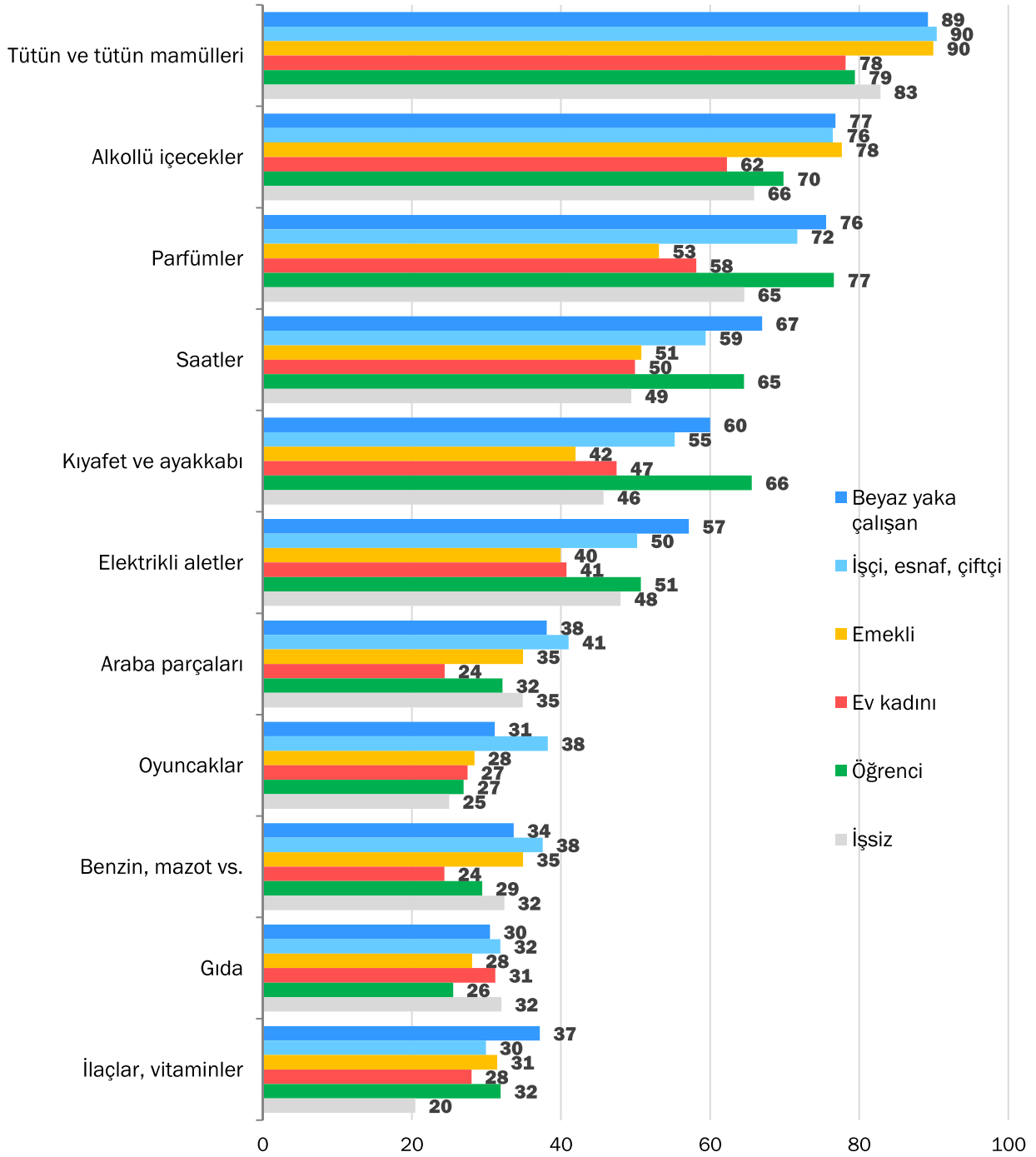
## Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri piyasada kaçak satılıyor?



Yaş gruplarına göre piyasada kaçak olarak satılan ürünlerle ilgili gözlemlere bakıldığında 18-32 yaş grubunun genel olarak diğer yaş gruplarına kıyasla piyasada satılan kaçak ürünlerle ilgili daha çok bilgiye ve farkındalığa sahip olduklarını görüyoruz. Bunun yanı sıra 15-17 yaş arasında bulunan yani yetişkin olmayan bireylerin piyasada satılan kaçak ürünlere dair bilgisinin diğer kümelerle nazaran daha az olduğu da üstteki grafikte görülüyor.

15-17 yaş arasında bulunanların diğer kümelerle göre daha fazla veya diğer kümelerle eşit olarak belirttiği ürünlerin ise parfümler ile kıyafet ve ayakkabı olduğunu görüyoruz. Bu durumu da bir sonraki bölümde bahsedeceğimiz, internette satılan kaçak ürünlere dair gözlemler açıklıyor. 15-17 yaş kümesinin diğer kümelerle göre daha fazla farkında olduğu bu iki ürün grubu aynı zamanda toplum tarafından internette en çok kaçak olarak satıldığı söylenen 2 ürün grubu.

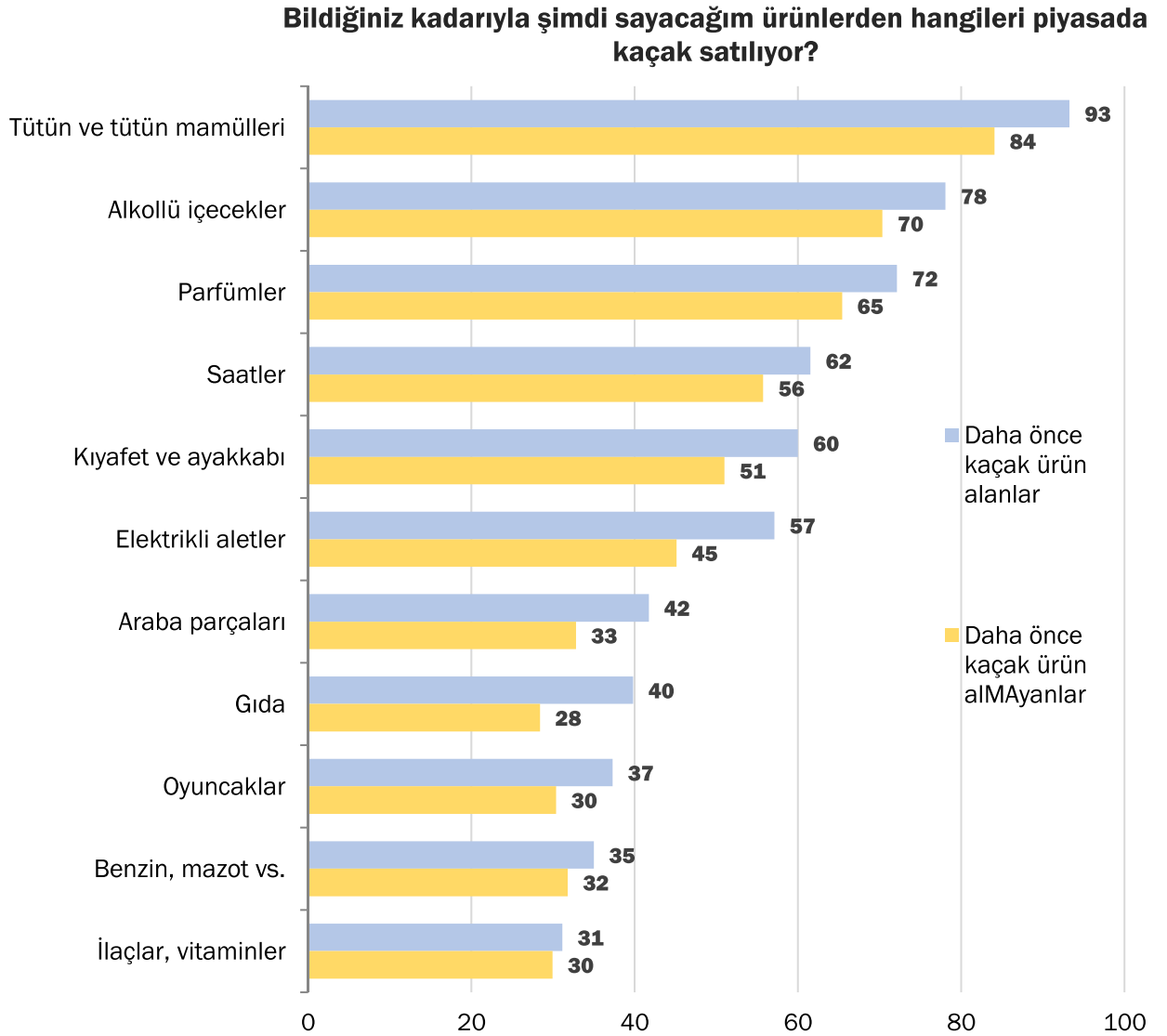
## Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri piyasada kaçak satılıyor?



Çalışma durumu piyasadaki kaçak ürünlere dair gözlemi etkileyen bir diğer faktör. Beyaz yaka çalışanlar ile işçi, esnaf, çiftçilerin piyasadaki kaçak ürünlerle ilgili bilgilerinin diğer çalışma kümelerine göre daha fazla olduğunu görüyoruz. Piyasadaki kaçak ürünlerle ilgili en az bilgiye ve gözleme sahip olan küme ise ev kadınları. Örneğin beyaz yaka çalışanların yüzde 89'u, işçi, esnaf, çiftçilerin yüzde 90'u piyasada kaçak tütün ve tütün mamülü satıldığını söylerken ev kadınlarının yüzde 78'i bu cevabı veriyor. Çalışma durumu, yaş ve cinsiyetin de etkilediği

bir demografi olduğu için öğrencilerin gençlerle, emeklilerin de 49 yaş ve üzerindekiyle benzer cevaplar verdiğini söyleyebiliriz.

Tüm bu demografik karşılaştırmalardan yola çıkarak piyasada satılan kaçak ürünlere dair algının sosyal ve ekonomik alanda aktif olmakla doğrudan ilgili olduğunu söyleyebiliriz. Bu alanlara daha fazla dahil olan kümelerin (Erkeklerin, metropolde yaşayanların, gençler ve orta yaştakilerin, istihdama dahil olan beyaz yaka çalışanların ve işçi, esnaf, çiftçilerin) piyasada satılan kaçak ürünleri gözlemleyebilme kapasitesinin daha fazla olduğunu üstteki grafiklerde görebiliyoruz.



Daha önce kaçak ürün alanlar ile daha önce kaçak ürün almayanların piyasadaki kaçak ürünlerle ilgili gözlemleri ve farkındalıkları da belli bir oranda farklılık gösteriyor. Daha önce kaçak ürün aldığını söyleyenler, daha önce kaçak ürün almadığını söyleyenlere göre her bir ürün kaleminin piyasada kaçak satıldığını daha fazla gözlemlemiş duruyor. Bu gözlemlerle ilgili en büyük farklar ise elektrikli aletler ve gıdada ortaya çıkıyor. Daha önce kaçak ürün alanların

yüzde 57'si elektrikli aletlerin, yüzde 40'ı ise gıda ürünlerin piyasada kaçak satıldığını ifade ederken daha önce kaçak ürün almayanlar arasında bu cevapları verenlerin oranı sırasıyla yüzde 45 ve yüzde 28.

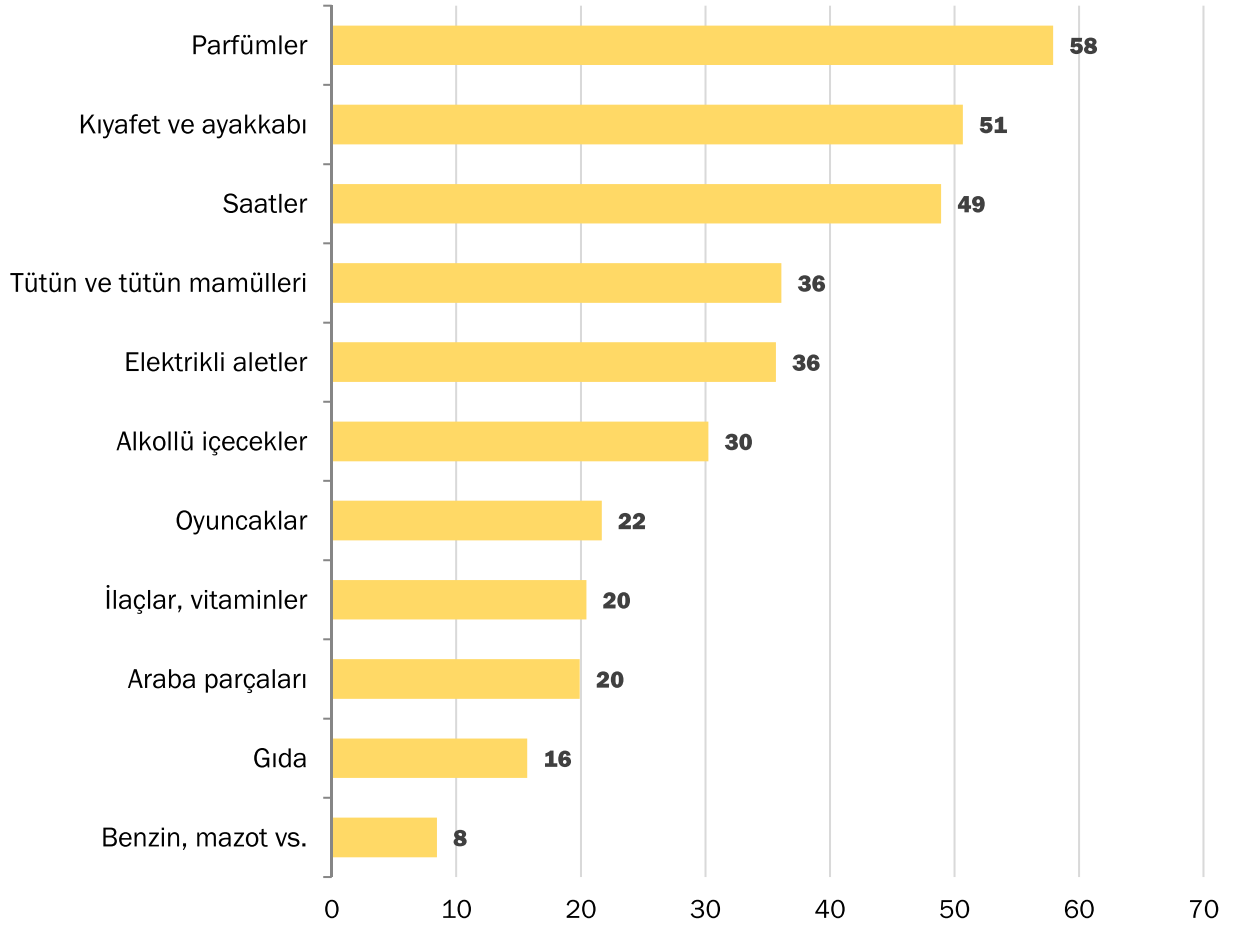
### **4.3. İnternette Satılan Kaçak Ürünler**

Pandemi dönemiyle birlikte toplumun internette alışveriş yapma alışkanlıkları da değişti. Pandemi öncesinde başlayan e-ticaret sitelerinin ve sosyal medyada e-ticaret yapan sayfaların yükselişi, pandemiyle birlikte ivme kazandı.

Uluslararası E-İhracat Platformu Başkanı Ömer Nart'ın 2021'in Ekim ayında yaptığı açıklamalara göre Türkiye'de E-ticaret sektörü pandemi döneminde yüzde 66 büyüdü. Yine aynı açıklamalarda 2019 yılında Türkiye'de e-ticaret yapan şirket adedinin 54 bin civarında olup bu sayının 2020 yılında 257 bine ulaştığı ve 2021'in sonunda 350 bin civarında olması beklenildiği de ifade edildi. Bu kadar hızlı büyüyen bir alanda yetersiz kalan denetimlerle birlikte sahte ve kaçak ürün satışının artması da kaçınılmaz oldu.

Bu araştırmada incelenen bir diğer konu da internette satılan kaçak ürünlerle ilgili toplumun gözleminin ne seviyede olduğu ve bu gözlemlere göre internette kaçak olarak en çok hangi ürünlerin satıldığıydı.

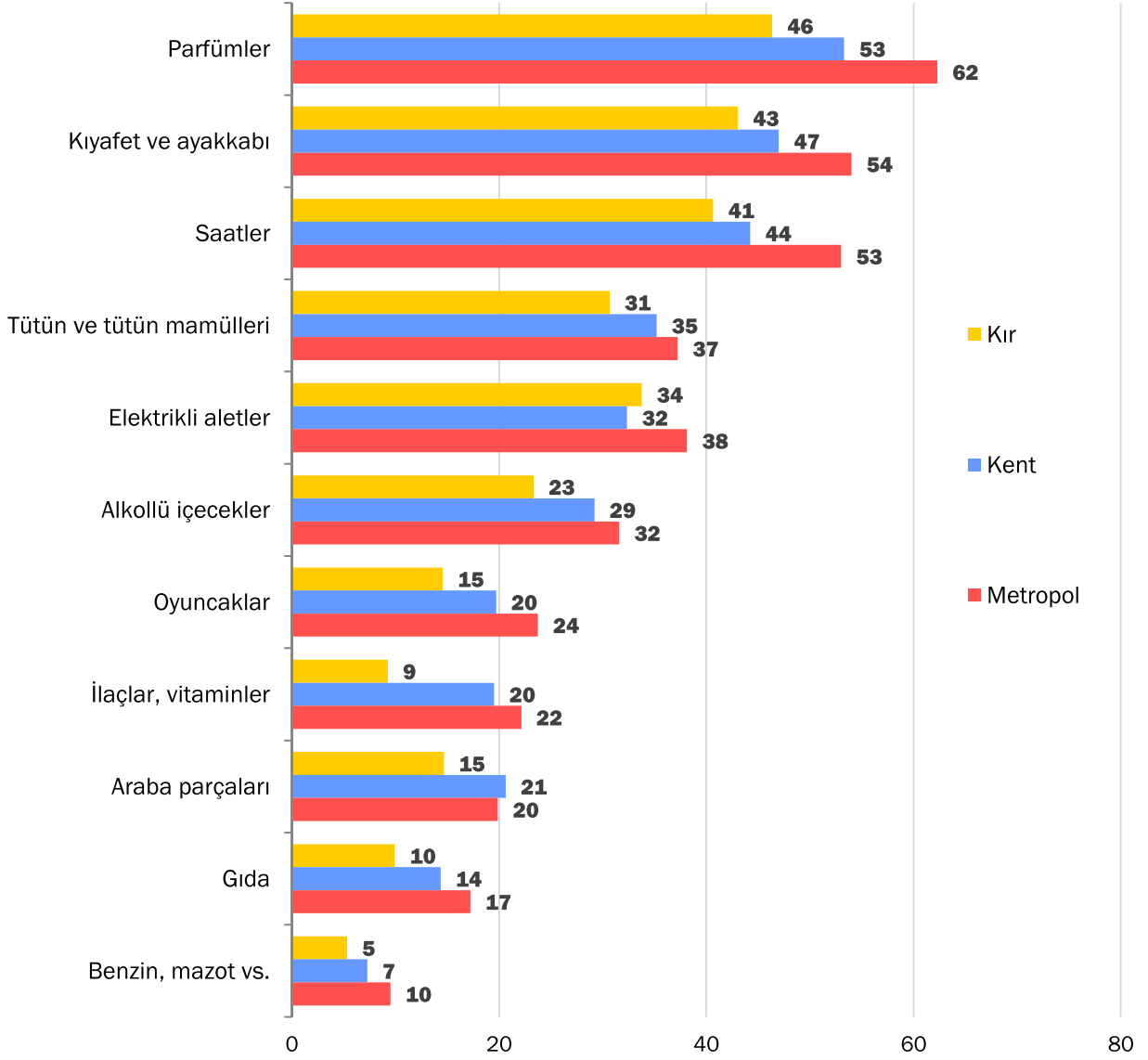
### Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri internette daha çok kaçak olarak satılıyor?



Toplumun internette en fazla kaçak olarak satıldığını düşündüğü üç ürün sırasıyla parfüm, kıyafet ve ayakkabı ile saat. Toplumun yarısına yakını bu üç ürün grubunun internette kaçak olarak satıldığını söylüyor. Toplumun 3'te 1'i tütün ve tütün mamüllerini, elektrikli aletleri ve alkollü içecekleri de internette kaçak olarak satılan ürünler arasında gösteriyor. Bunun yanı sıra benzin, mazot vb. ürünlerin internette satıldığını söyleyenler toplumun sadece yüzde 8'ini oluşturuyor.

Yaş azaldıkça ve kırdan metropole gidildikçe internet kullanımının ve internette geçirilen zamanın arttığı bilinen bir gerçek. Bu doğrultuda internette satılan kaçak ürünlere dair gözlemlerin yaş grupları ve yerleşim yerlerine göre değişmesi de beklenebilir. Aşağıdaki grafiklerde bu iki demografik unsurun bu konu üzerindeki etkisini ve nasıl bir fark yarattığını inceleyeceğiz.

## Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri internette daha çok kaçak olarak satılıyor?



Kırdan metropole gidildikçe elektrikli aletler ve araba parçaları dışındaki tüm ürün gruplarının internette kaçak olarak satıldığını söyleyenlerin oranının belli bir miktarda arttığını görüyoruz. Elektrikli aletlerin internette satıldığını söyleyenlerin oranının kırdan yaşayanların arasında kentte yaşayanlara göre daha fazla olduğunu, kırdan yaşayanlar arasında bu cevabı verenlerin oranının yüzde 34, kentte yaşayanlar arasında yüzde 32 olduğunu söyleyebiliriz. Araba parçalarının internette kaçak olarak satıldığını en yüksek oranda söyleyen küme ise kentte yaşayanlar. Kırdan yaşayanların yüzde 15'i, metropolde yaşayanların yüzde 20'si, kentte yaşayanların ise yüzde 21'i araba parçalarının internette kaçak olarak satıldığını söylüyor.

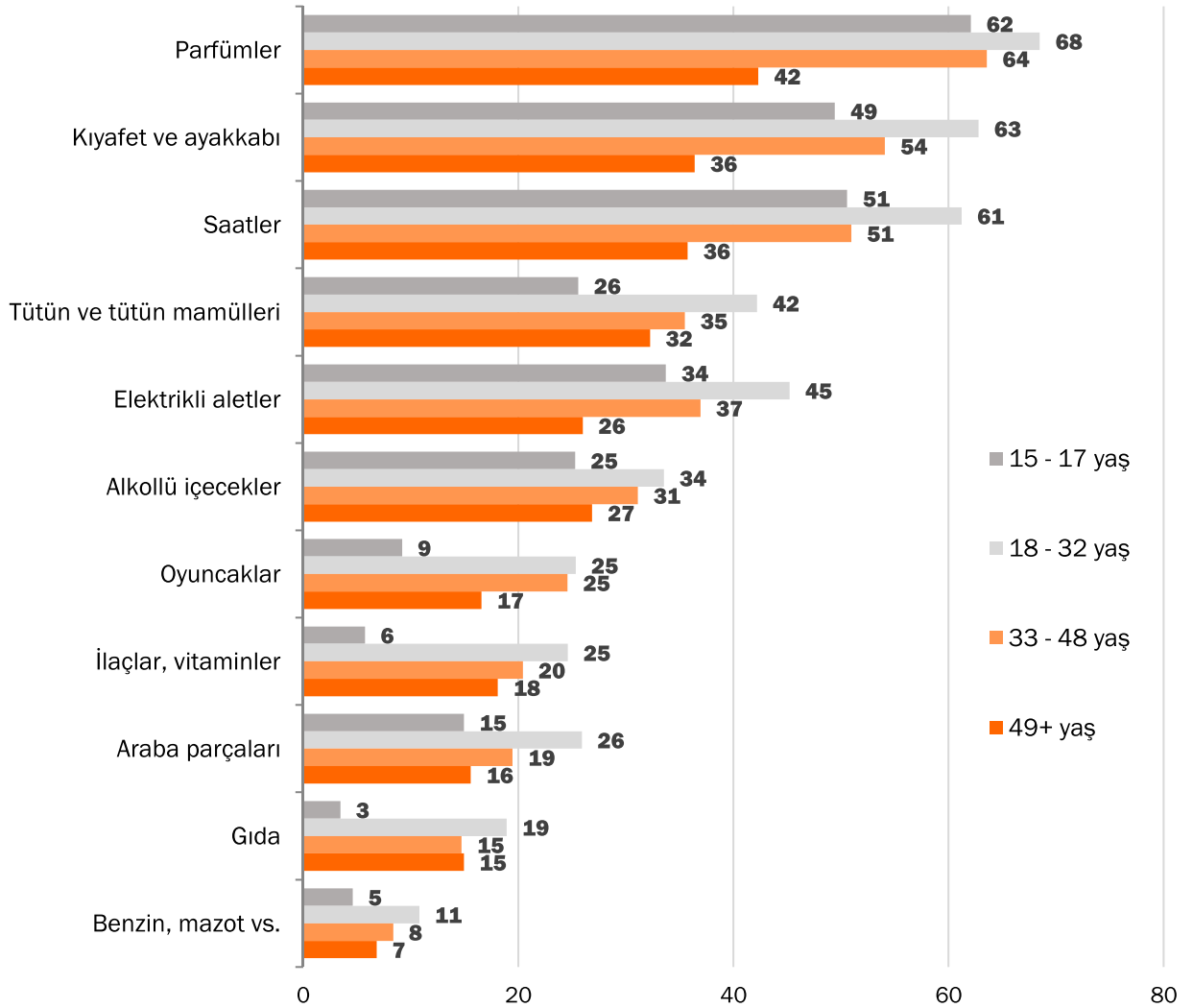
Araba parçaları dışındaki on ürün grubuna bakıldığında ise metropolde yaşayanların diğer yerleşim yerlerindeki insanlara göre bu ürünlerin internette kaçak olarak satılmasıyla ilgili daha fazla bilgiye ve farkındalığa sahip olduğu görülüyor. Metropolde yaşayanların yüzde 62'si, kentte



yaşayanların yüzde 53'ü, kırdaki yaşayanların ise yüzde 46'sı parfümlerin, sırasıyla aynı yerleşim yerlerindeki yüzde 53'ü, yüzde 44'ü ve yüzde 41'i ise saatlerin internette kaçak olarak satıldığını ifade ediyor.

Özetlemek gerekirse kırdan metropole gidildikçe internete girme alışkanlığının artmasının, internette satılan kaçak ürünlere dair gözlemlerin de artmasına sebep olduğunu söyleyebiliriz. Aynı zamanda parfüm ve saat gibi daha lüks sayılabilecek ürünlere dair kırdaki ve metropolde yaşayanların gözlemleri arasında belirgin bir fark olması, metropol ve kırdaki hayat tarzlarının farkı konusunda bize bir fikir veriyor.

### Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri internette daha çok kaçak olarak satılıyor?

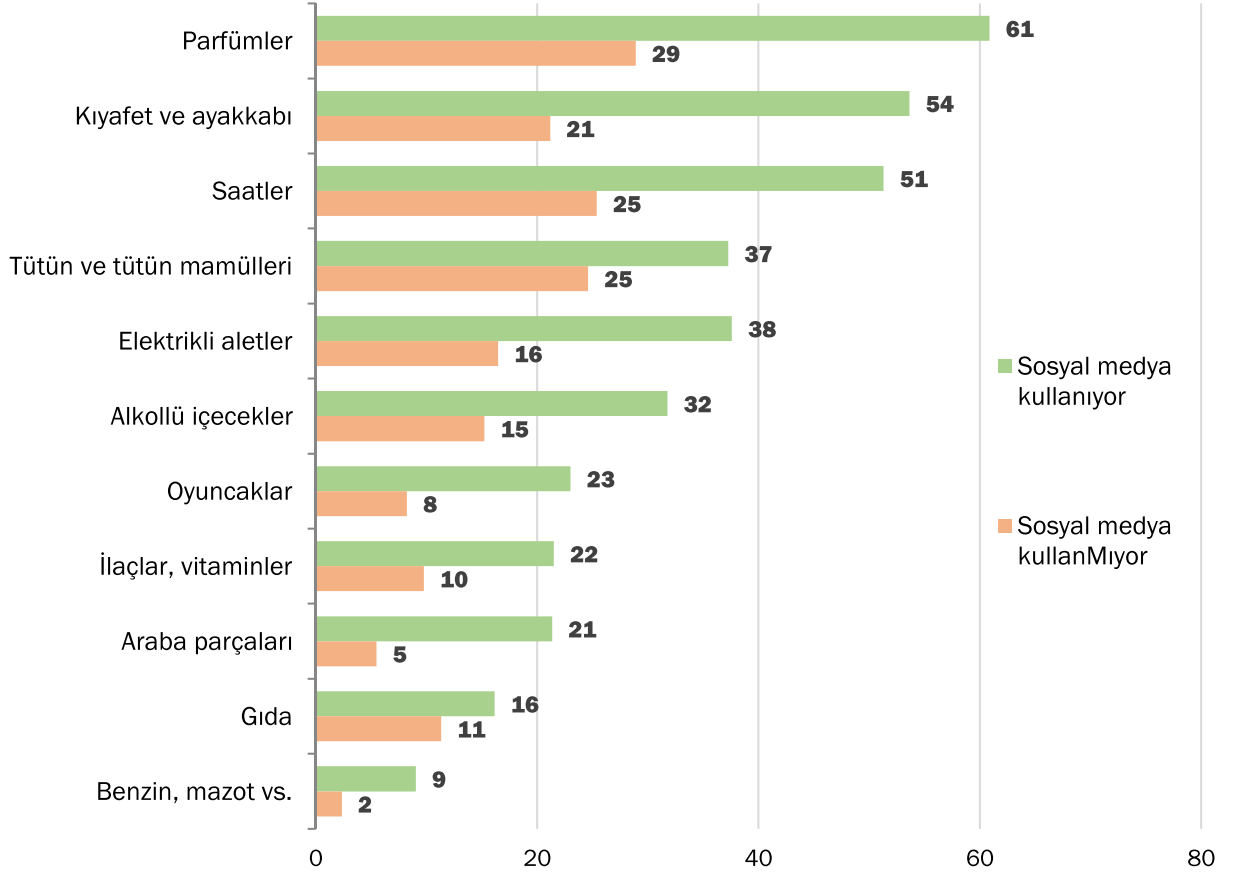


Yaş gruplarının internette hangi ürünlerin daha çok kaçak olarak satıldığı algısına sahip olduğuna bakıldığında göze ilk çarpan detay, 18-32 yaş ve 33-48 yaş arasındakilerin birçok ürünle ilgili gözlemlerinin 15-17 yaş arası ve 49 yaş üzerindekiilere göre daha fazla olduğu. Bunun yanı sıra 18-32 yaş arasındakilerin, 33-48 yaş arasındakiilere göre bu konudaki gözlem ve farkındalıklarının daha yüksek olduğunu da söylemek gerekiyor.

Her bir yaş grubunda internette kaçak olarak satıldığı algısı en fazla olan ürün parfümler. 15-17 yaş arasındakilerin yüzde 62'si, 18-32 yaş arasındakilerin yüzde 68'i, 33-48 yaş arasındakilerin yüzde 64'ü, 49 yaş ve üzerindekiilerin ise yüzde 42'si internette kaçak olarak parfüm satıldığını ifade ediyor. 15-17 yaş arasındaki bireylerin, parfümlerin internette kaçak olarak satılmasına dair gözlemleri 18-32 yaş ve 33-48 yaş arasındakilere benzer olsa da oyuncaklar, ilaçlar, vitaminler ve gıda ürünlerinin internette kaçak olarak satılmasına dair gözlemlerinin daha üst yaş gruplarına göre oldukça az olduğu görülüyor.

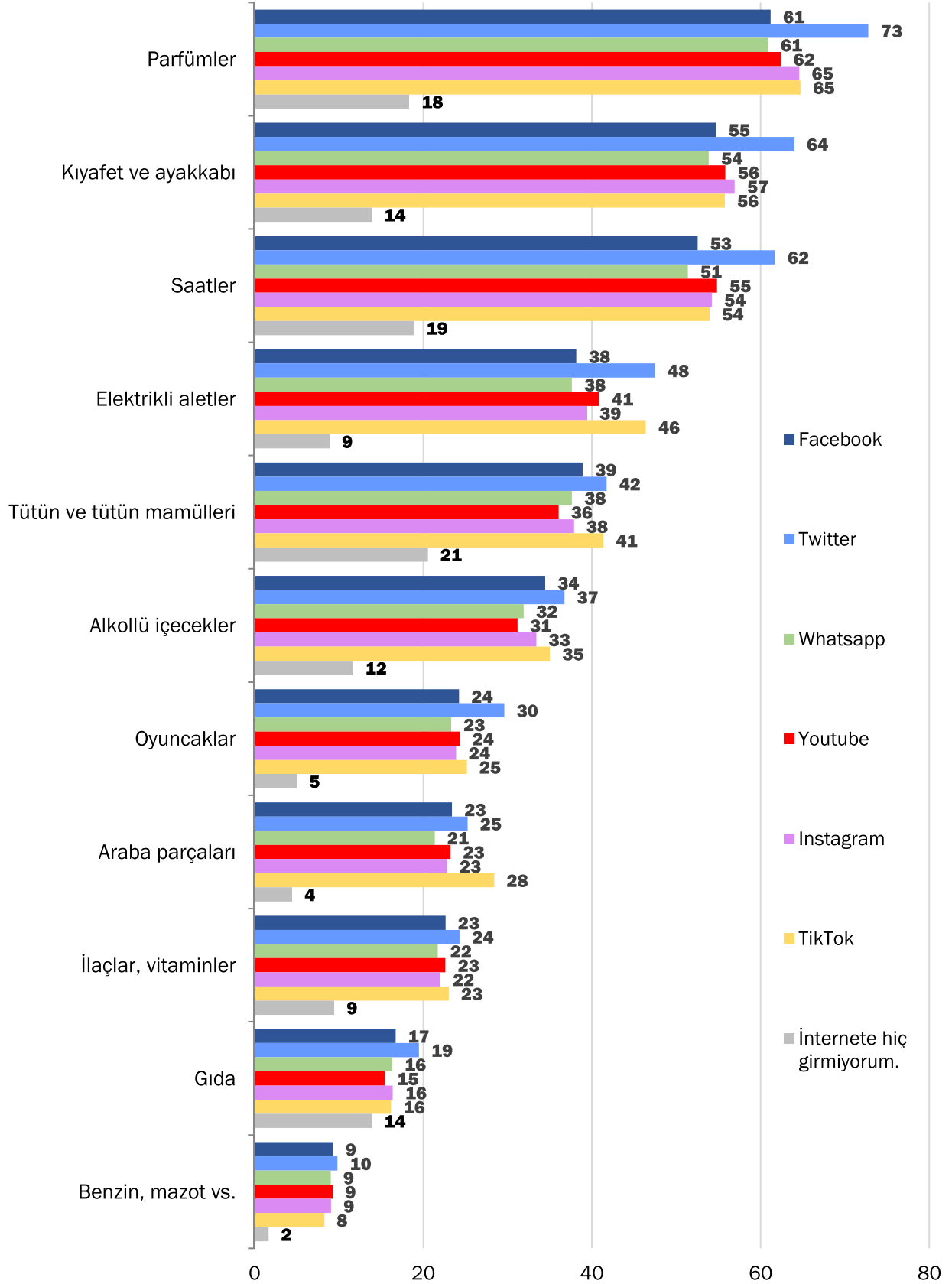
49 yaş ve üzerinde bulunanların diğer yaş gruplarına göre daha az internet kullanması ve 15-17 yaş arasında bulunan gençlerin yetişkinlere kıyasla daha az ekonomik özgürlüğe sahip olması bu bulguların temel sebepleri olarak gösterilebilir.

### Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri internette daha çok kaçak olarak satılıyor?



Sosyal medya kullananlar ile sosyal medya kullanmayanların internette satılan kaçak ürünlerle ilgili bilgi ve gözlemleri arasında çarpıcı bir fark olduğunu görüyoruz. Sosyal medya kullananların yüzde 61'i parfümlerin, yüzde 54'ü kıyafet ve ayakkabının, yüzde 51'i saatlerin internette kaçak olarak satıldığını söylerken, sosyal medya kullanmayanlar arasında bu cevabi verenlerin oranı sırasıyla yüzde 29, yüzde 21 ve yüzde 25. Ancak fark sadece bu ürün grubunda ortaya çıkmıyor. Sosyal medya kullanmayanlar arasında bahsedilen tüm ürün gruplarının internette kaçak satıldığını düşünenlerin oranı oldukça azken sosyal medya kullananlarda ise tam tersi bir eğilim olduğunu görüyoruz.

**Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri internette daha çok kaçak olarak satılıyor?**

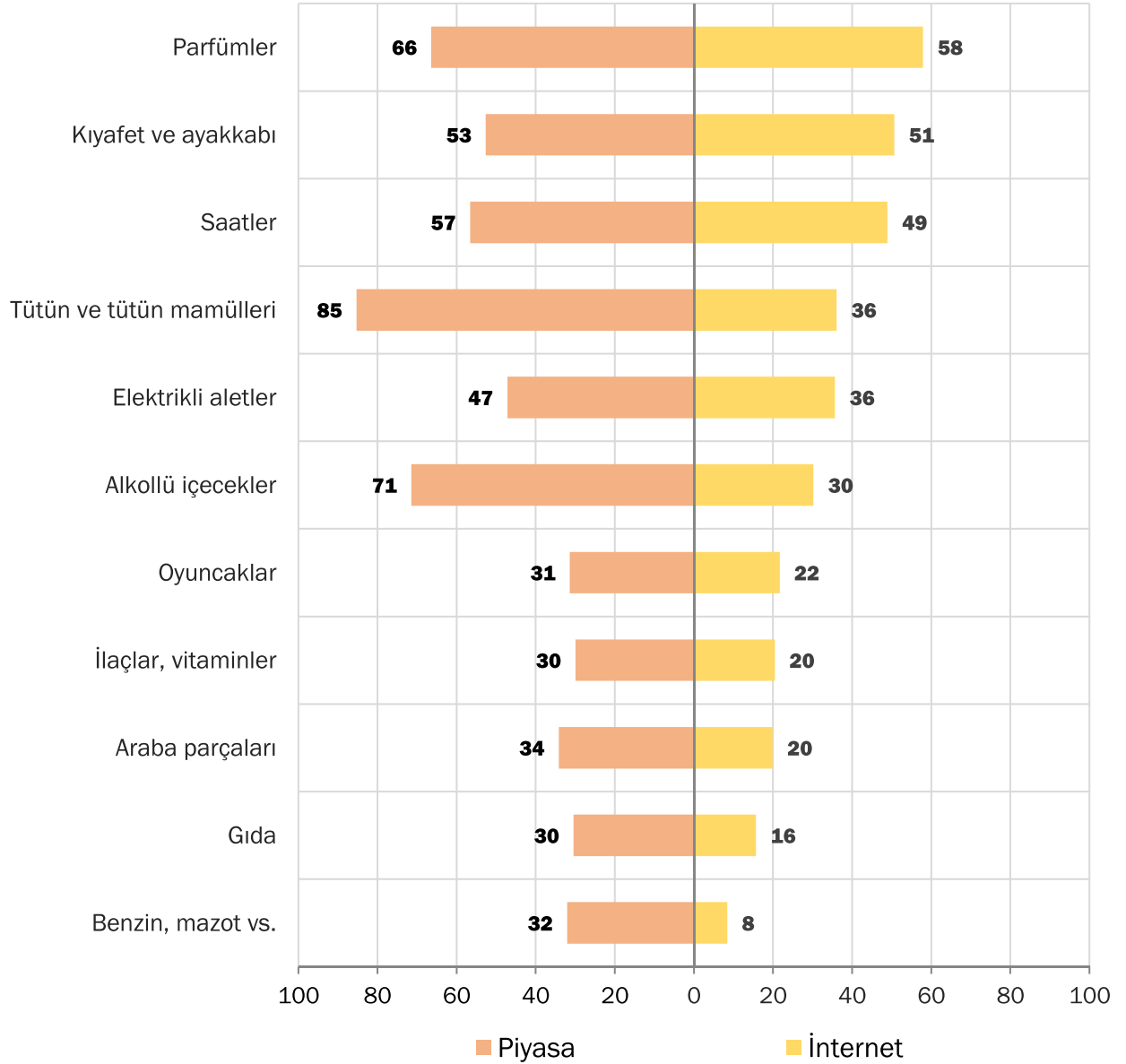


Farklı sosyal medya kullanıcılarının internette satılan kaçak ürünlere karşı farkındalığı veya gözlemi farklılık gösteriyor. Twitter kullanıcıları arasında bahsedilen on bir ürünün onunun internette kaçak olarak satıldığını söyleyenlerin oranı diğer sosyal medya kullanıcılarına göre daha fazla.

Twitter kullanıcıların yüzde 73'ü parfümün, yüzde 64'ü kıyafet ve ayakkabının, yüzde 62'si saatlerin internette kaçak olarak satıldığını ifade ediyor. Diğer sosyal medyaları kullananlar arasında bu düşünceye/bilgiye sahip olanların ortalama oranları sırasıyla parfümde yüzde 63, kıyafet ve ayakkabıda yüzde 56, saatlerde ise yüzde 53.

Sosyal medya kullanıcıları ile internete hiç girmeyenlerin ise bu konudaki görüş ve bilgileri tahmin edilebileceği gibi ciddi bir fark gösteriyor. İnternete hiç girmeyenlerin internette kaçak satılan ürünler hakkındaki bilgilerinin sosyal medya kullanıcılarına nazaran oldukça az olduğunu söylemek yanlış olmaz.

## Kaçak Ürünlerin Piyasa ve İnternet Karşılaştırması



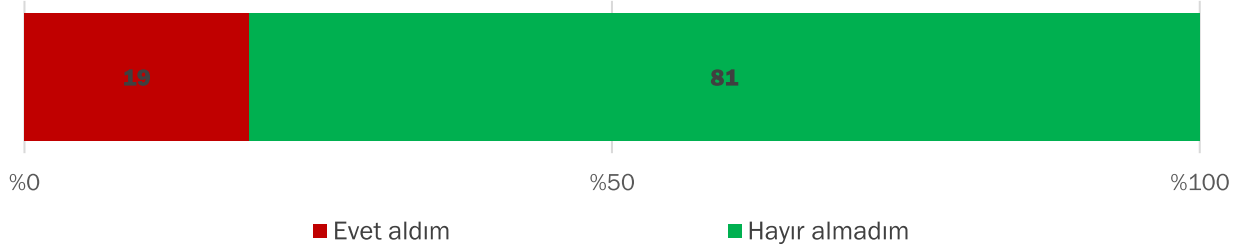
Üzerinde durduğumuz ürünlerin piyasada ve internette kaçak olarak satılmasına dair toplumun bilgi ve gözlemleri oldukça farklılık gösteriyor. Piyasada en çok kaçak olarak satıldığı ifade edilen iki ürün olan tütün ve tütün mamülleri ile alkol ürünlerinin internette kaçak olarak satıldığını düşünenler toplumun 3'te 1'ini oluşturuyor. Bu oran, bu iki ürünün piyasada kaçak olarak satıldığını ifade edenlerin yarısından daha az. Bu iki ürün grubunun aksine parfüm, saat, kıyafet ve ayakkabı gibi ürünlerin internette kaçak olarak satıldığını söyleyenlerin oranı aynı ürünlerin piyasada kaçak olarak satıldığını söyleyenlerin oranlarına oldukça yakın.

Aksesuarların ve tekstil ürünlerinin sahtelerinin ve kaçaklarının gıda, ilaç, vitamin, alkol ve tütün ürünlerinin sahte ve kaçaklarına göre sağlığı daha az tehdit etmesinden dolayı bu ürünlerin internette yani göz önünde satışının diğer ürünlere göre daha kolay ve satıcı açısından daha az tedirgin edici oluşunun, internette bu ürünlerin satışının daha fazla yapılmasına yol açtığını söyleyebiliriz.

## 5. TOPLUMUN KAÇAK ÜRÜNLER İLE İLGİLİ DENEYİMLERİ

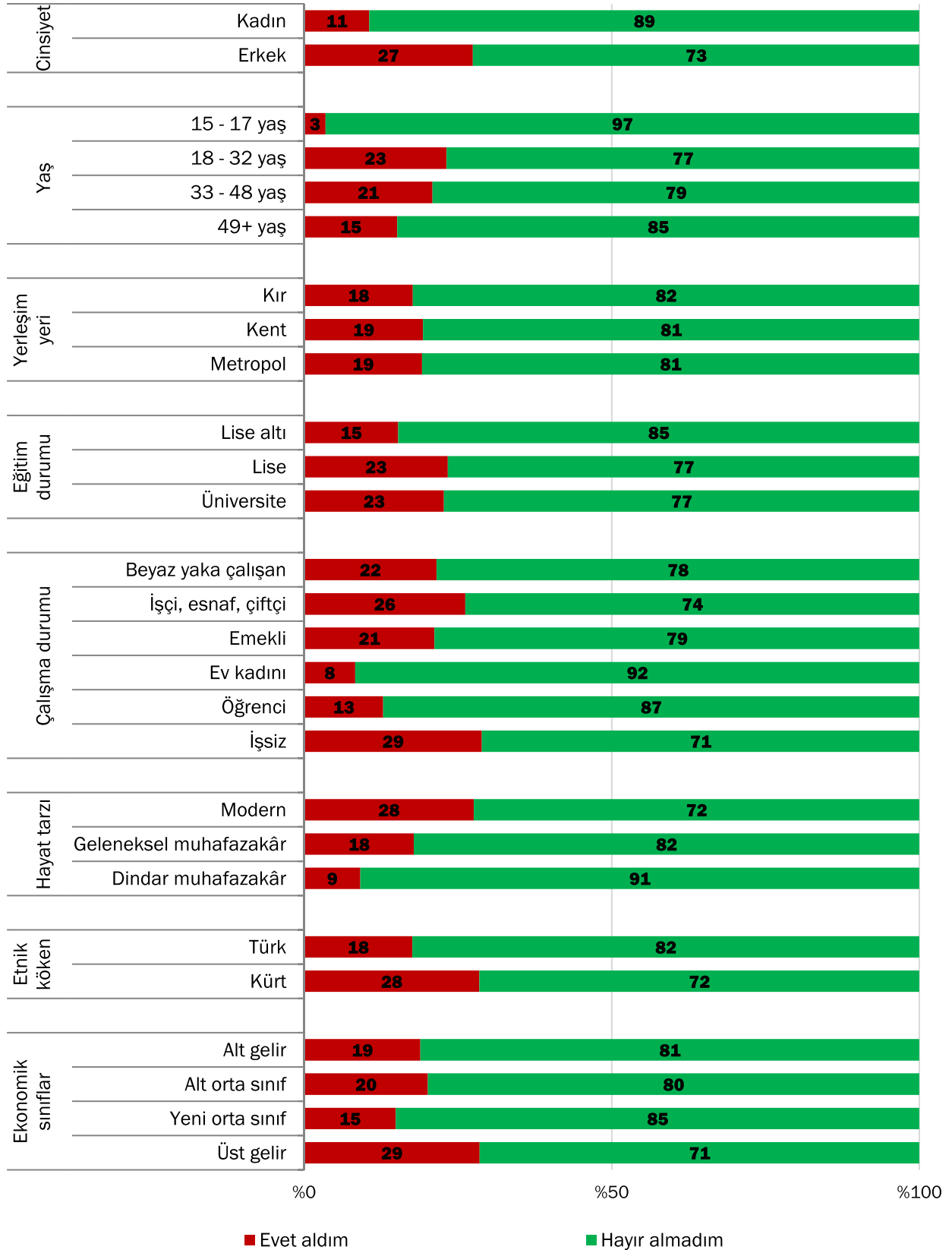
Önceki bölümde de bahsettiğimiz gibi kaçak ürün satın almanın birden çok sebebi ve yolu olduğunu biliyoruz. Son dönemlerde özellikle alkol, sigara ve akaryakıtta gelen zamlarla birlikte kaçak ürün piyasasında da bir hareketlenme yaşandığı bilinen bir gerçek. Raporun bu bölümünde daha önce bilinçli veya bilinçsiz olarak internetten veya fiziki bir mağazadan kaçak ürün satın alanların kimler olduklarından ve toplumun kaçak ürünlerle ilgili deneyimlerinden bahsedeceğiz.

### Daha önce hiç kaçak alkollü içecek, tütün ve tütün mamulleri, akaryakıt gibi ürünleri satın aldınız mı?



Toplumun kaçak ürünlerle ilgili deneyimlerine bakıldığında her 5 kişiden 1'inin daha önce kaçak alkollü içecek, tütün ve tütün mamülleri, akaryakıt gibi ürünleri satın aldığını görüyoruz. Bu soruya “Evet, aldım” cevabını verenlerin bu cevabı vermekten çekinmeyen kişiler olduğunu ve toplum içinde daha önce kaçak ürün almış olmasına rağmen bunu söylemekten çekinen kişiler olabileceğini de göz önünde bulundurarak “Toplumun en az yüzde 19'u daha önce kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi ürünler satın almış.” yorumu yapılabilir.

**Daha önce hiç kaçak alkollü içecek, tütün ve tütün mamulleri, akaryakıt gibi ürünleri satın aldınız mı?**



### **Üst gelir grubunda bulunanların kaçak ürünlerle teması diğer ekonomik sınıflara göre daha fazla.**

Bu soruya verilen cevapları belirli demografilere göre incelediğimizde üst gelir grubundakilerin orta sınıfa ve alt gelir grubundakilere göre kaçak ürün alma deneyiminin daha fazla olması dikkat çekiyor. Üst gelir grubundakilerin yüzde 29'u daha önce kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi ürün satın almışken alt gelir grubunda bu oran yüzde 19.

### **Erkeklerin kaçak ürünlerle teması kadınlara göre oldukça fazla.**

Kadınların sadece yüzde 11'i daha önce kaçak alkollü içecek, tütün ve tütün mamulleri, akaryakıt gibi ürünleri satın aldığını söylerken erkeklerde bu oran yüzde 27.

### **Yaş azaldıkça daha önce kaçak ürün satın almış olanların oranı artıyor.**

18-32 yaş grubundakilerin yüzde 23'ü, 33-48 yaş arasındakilerin yüzde 21'i, 49 yaş ve üzerindeki ise yüzde 15'i daha önce kaçak ürün satın aldıklarını söylüyor. İstisna olarak 15-17 yaş arasında bulunan ve reşit olmayan gençlerin sadece yüzde 3'ünün daha önce kaçak olarak tütün, alkol ve akaryakıt satın aldığını görüyoruz.

### **Her 3 işsizden 1'i daha önce kaçak ürün satın almış.**

Daha önce kaçak ürün satın alanları çalışma durumlarına göre incelediğimizde en çok işsizlerin daha önce kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi ürünler satın aldığını görüyoruz. İşsizlerde bu ürünleri alanların oranı yüzde 29. İşsizleri yüzde 26 ile işçi, esnaf, çiftçiler takip ediyor.

### **Hayat tarzı muhafazakârlaştıkça kaçak ürün satın alanların oranı azalıyor.**

Modernlerin yüzde 28'i, geleneksel muhafazakârların yüzde 18'i daha önce kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi ürünler satın aldıklarını ifade ederken dindar muhafazakârlar arasında bu oran sadece yüzde 9. Hayat tarzı modernleştikçe sigara ve alkol kullanımının artması bu durumun sebebi olarak yorumlanabilir.

### **Kürtlerin 4'te 1'i, Türklerin 5'te 1'i daha önce kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi ürünler satın almış.**

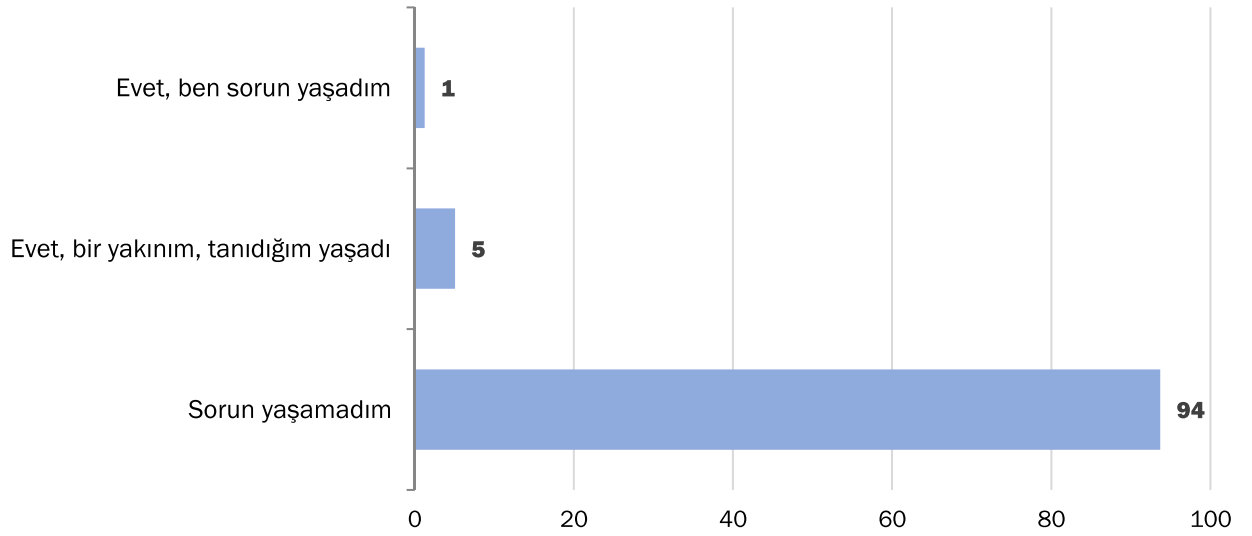
Etnik kökenlere göre bu durum incelendiğinde ise Kürtlerin, Türklere göre kaçak alkol, tütün, akaryakıt gibi ürünlerle temasının daha fazla olduğunu görüyoruz. Kürtlerin yüzde 28'i, Türklerin ise yüzde 18'i daha önce bu ürün/leri kaçak olarak aldığını söylüyor.



## 5.1. Kaçak Ürün Tüketimine Bağlı Sağlık Sorunları

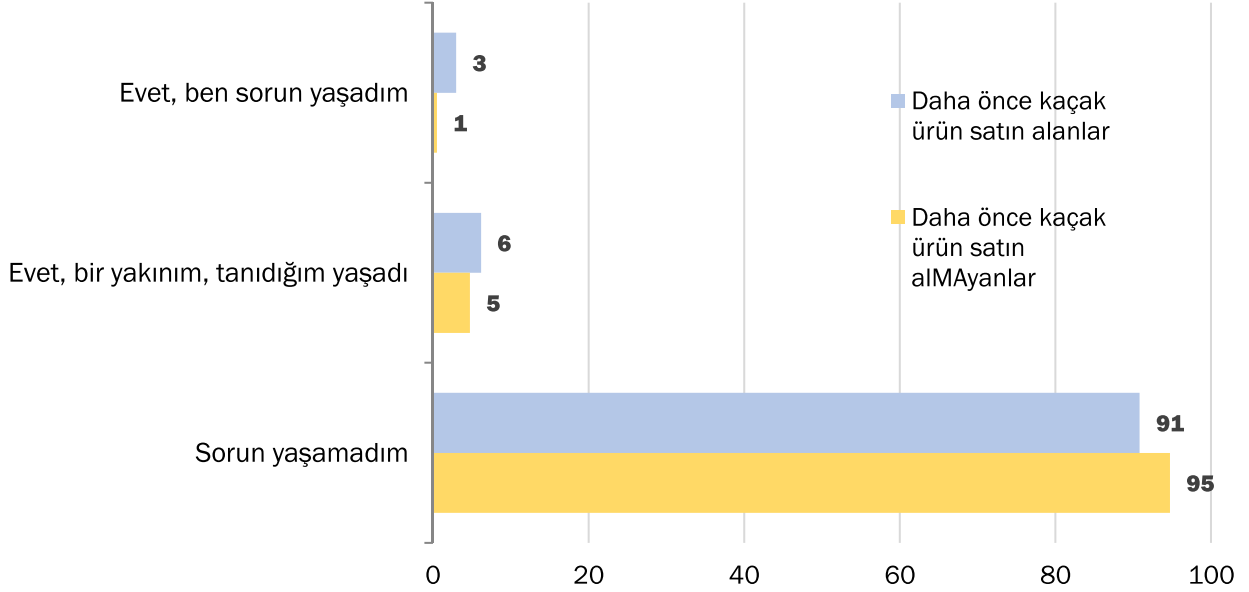
Kaçak, imitasyon, sahte ürünlerin, ekonomik alanda yarattığı sıkıntının yanı sıra bu ürünlerin ortaya çıkardığı sorunların en önemlisinin toplum sağlığını tehdit etmeleri olduğunu söylemek yanlış olmaz. Özellikle son dönemlerde gündeme sık sık gelen sahte alkol tüketimine bağlı can kayıpları, bu konuda herkesi dikkatli ve bilinçli olmaya itiyor. Bu kapsamda sorulan “Kendiniz veya yakın çevrenizden biri (veya tanıdığınız biri) kaçak ürün tüketimine bağlı olarak herhangi bir sağlık sorunu ile karşılaştı mı?” sorusuna verilen cevapları incelemek toplumun bu konudaki deneyimleri hakkında bilgi verecektir.

### Kendiniz veya yakın çevrenizden biri (veya tanıdığınız biri) kaçak ürün tüketimine bağlı olarak herhangi bir sağlık sorunu ile karşılaştı mı?



Toplumun yüzde 94 gibi çok büyük bir kesimi daha önce kaçak ürün tüketimine bağlı olarak sağlık problemi yaşamadığını söylerken toplumun yüzde 5'i bir yakınının, tanıdığının, yüzde 1'i ise kendisinin sağlık sorunu yaşadığını ifade ediyor. 15 yaş üzeri Türkiye nüfusu yaklaşık 65 milyon, kendisi veya bir yakını sağlık sorunu yaşayanların oranı yüzde 6, bu da yaklaşık 4 milyon insan demek.

## Kendiniz veya yakın çevrenizden biri (veya tanıdığınız biri) kaçak ürün tüketimine bağlı olarak herhangi bir sağlık sorunu ile karşılaştı mı?

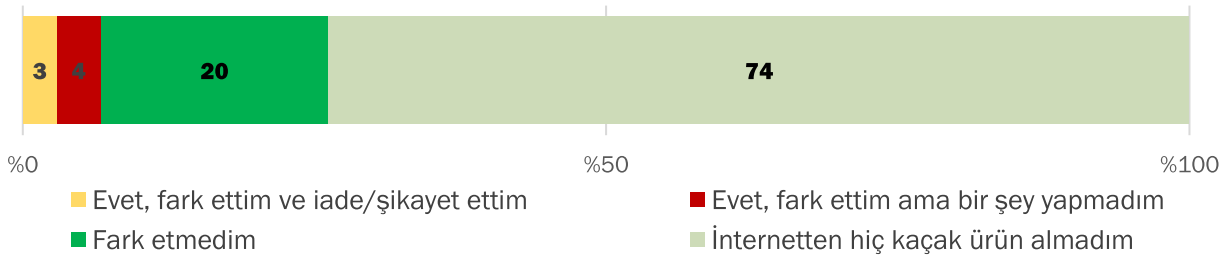


Daha önce kaçak ürün satın alanların arasında kaçak ürün tüketimine bağlı olarak sağlık sorunu yaşayanların oranı yüzde 3 iken kaçak ürün satın almayanlar arasında bu oran yüzde 1. Daha önce kaçak ürün alanların yüzde 91'i kendisinin veya bir yakınının, tanıdığının kaçak ürünlerden kaynaklı bir sağlık problemiyle karşılaşmadığını belirtirken daha önce kaçak ürün satın almayanların yüzde 95'i bu cevabı veriyor.

## 5.2. İnternette Satılan Kaçak Ürünlerle İlgili Deneyimler

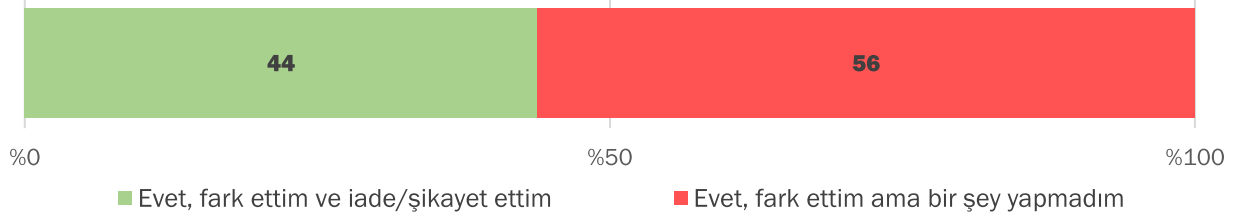
Kimi zaman insanlar belirli sebeplerden ötürü kendi istekleriyle kaçak ürün satın alsalar da bazen internette veya fiziki mağazadan alınan ve satıcı tarafından orijinal olduğu iddia edilen ürünler de kaçak, imitasyon veya sahte olabiliyor. Bu araştırmada incelenen konulardan biri de internette satılan kaçak ürünlerle ilgiliydi. Bu kapsamda sorulan “Daha önce internette satın aldığınız ürünlerin satın aldıktan sonra kaçak olduğunu fark ettiniz mi? Fark ettiğinizde ne yaptınız?” sorusuna verilen cevaplar, toplumun büyük bir kesiminin internette kendi isteğiyle kaçak ürün satın almadığını gösteriyor.

### Daha önce internette satın aldığınız ürünlerin satın aldıktan sonra kaçak olduğunu fark ettiniz mi? Fark ettiğinizde ne yaptınız?



Toplumun yüzde 3'ü daha önce internetten satın aldığı ürünün kaçak olduğunu fark edip iade/şikayet ettiğini söylerken internetten satın aldığı ürünün kaçak olduğunu fark etmesine rağmen bir şey yapmayanlar toplumun yüzde 4'ünü oluşturuyor. Toplumun yüzde 20'si bu soruya “ Fark etmedim”, yüzde 74'ü ise “İnternetten hiç kaçak ürün almadım.” cevabını veriyor.

**Daha önce internetten satın aldığınız ürünlerin satın aldıktan sonra kaçak olduğunu fark ettiniz mi? Fark ettiğinizde ne yaptınız? (KAÇAK ÜRÜN SATIN ALDIĞINI FARK EDENLER)**



**İnternetten aldığı ürünün kaçak olduğunu fark edenlerin çoğunluğu bu konuda bir şey yapmamış.**

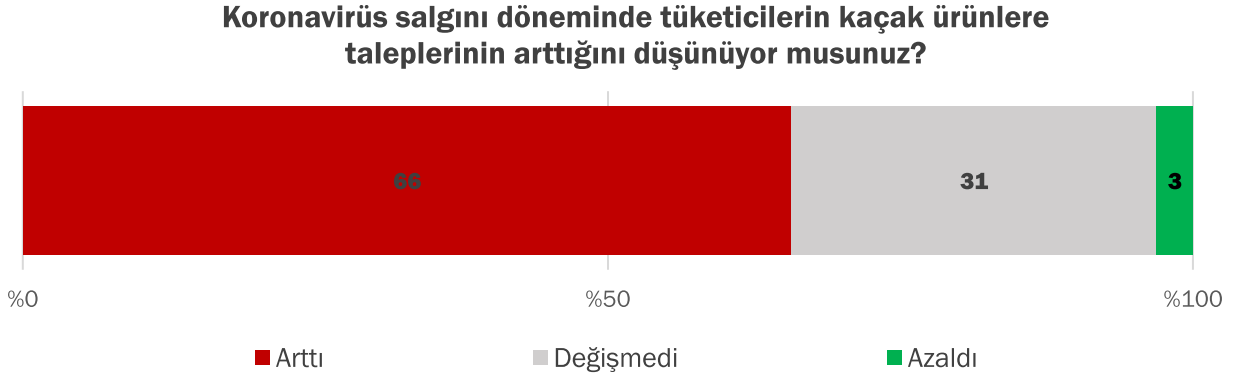
Bu soruya verilen cevapları sadece internetten kaçak ürün satın alanlar çerçevesinde incelediğimizde ortaya çıkan sonuç bilinçli tüketim konusunda fikirler veriyor. Daha önce internetten aldığı ürünün kaçak olduğunu fark edenlerin yüzde 44'ü ürünü iade/şikayet etmişken ürünün kaçak olduğunu fark etmesine rağmen bir şey yapmayanların oranı yüzde 56.

Bu bulgu, insanların internet alışverişi konusunda yeterli bilince sahip olmadığı ve mağduriyet durumunda ne yapabileceklerini farkında olmadıkları sonucunu ortaya çıkarıyor. Bunun yanı sıra bu ve benzer olaylarda harçayacakları efor ve çabanın beyhude olabileceği fikri de insanların böyle bir durumda bir şey yapmamasına sebep olan faktörlerden biri olarak sayılabilir.

## 6. PANDEMİ DÖNEMİNDE KAÇAK ÜRÜNLERE TALEP

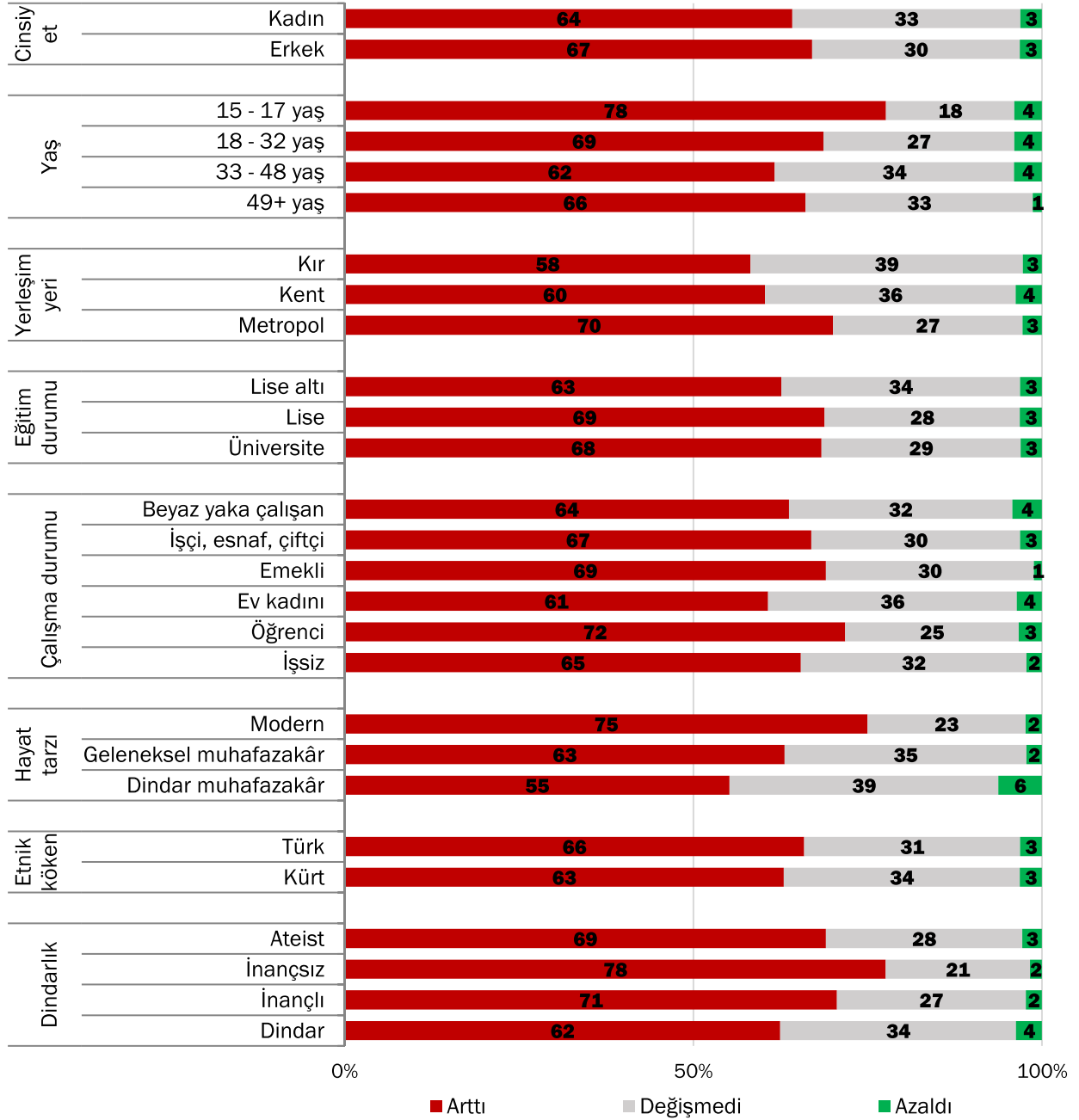
Pandemi döneminde tedarik zincirinde yaşanan problemler, çalışmaya ara vermek zorunda kalan iş yerleri ve piyasalarda bu ve bu durumlara benzer sebeplerden kaynaklanan problemler neticesinde tüm dünya gibi Türkiye’de de ciddi bir ekonomik kriz yaşandı. Bazı ülkeler daha sağlam altyapı ve kaynağa sahip oldukları için bu süreci daha az zararlı atlatsa da Türkiye ekonomisi bu süreçte oldukça fazla yıprandı. Halâ devam etmekte olan bu ekonomik problemlerin topluma da birçok etkisi oldu. Pandeminin başından bu yana birçok ürüne defalarca gelen zamlarla birlikte alım gücünün azalması da toplumun bir bölümünü temel ihtiyaç veya lüks tüketim ürünleri için kaçak ürün piyasasına yönlendirdi. Bu bölümde toplumun bu konudaki algısının ne yönde olduğunu ve internet üzerinden yapılan kaçak ürün alışverişinin pandemi döneminde nasıl değiştiğini inceleyeceğiz.

### 6.1. Toplumun Gözlemi



Toplumdaki her 3 kişiden 2’si pandemi döneminde kaçak ürünlere talebin arttığını düşünüyor. Bu dönemde kaçak ürünlere talebin değişmediğini düşünenler toplumun yüzde 31’ini, kaçak ürünlere talebin azaldığını düşünenler ise toplumun sadece yüzde 3’ünü oluşturuyor.

## Koronavirüs salgını döneminde tüketicilerin kaçak ürünlere taleplerinin arttığını düşünüyor musunuz?



### Hayat tarzı modernleştikçe kaçak ürüne talebin arttığını düşünme eğilimi de artıyor.

Bu soruya verilen cevapları belirli demografilere göre incelediğimizde en büyük farkı yaratan demografik etkenlerin yerleşim yeri ve hayat tarzı olduğunu görüyoruz. Modernlerin yüzde 75'i koronavirüs salgını döneminde kaçak ürünlere talebin arttığını düşünürken, geleneksel muhafazakârların yüzde 63'ü, dindar muhafazakârların ise yüzde 55'i bu düşünceye sahip.

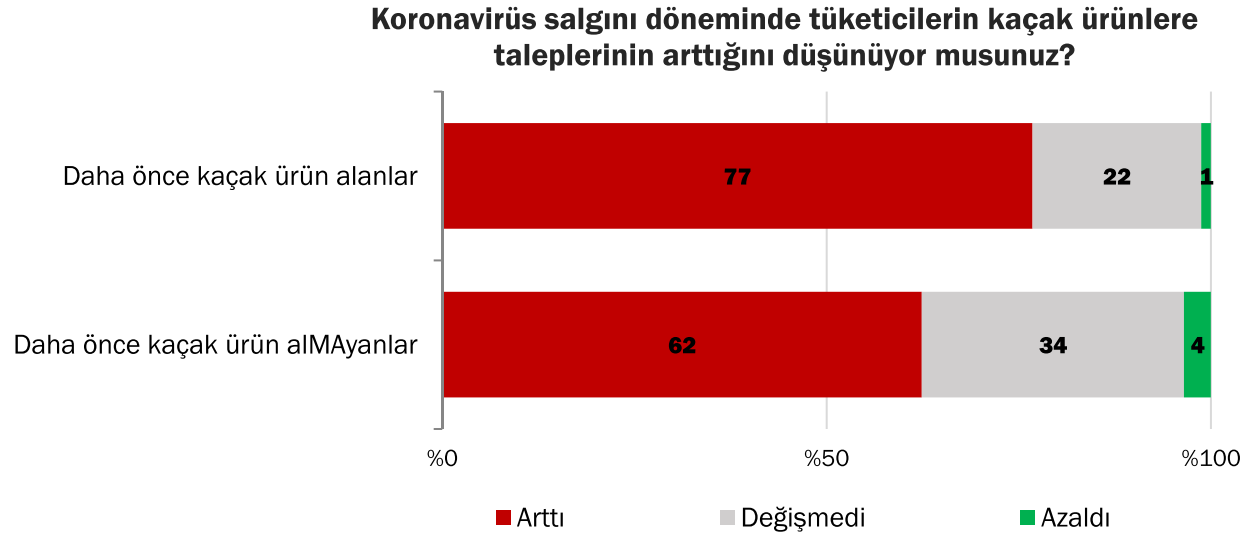
### Metropolde yaşayan her 10 kişiden 7'si pandemide kaçak ürüne talebin arttığını düşünüyor.

Kır ve kentlerde yaşayan her 10 kişiden 6'sı koronavirüs döneminde tüketicilerin kaçak ürünlere taleplerinin arttığını söylerken metropolde yaşayan her 10 kişiden 7'si bu fikre sahip.

### Gençlerin kaçak ürünlere talep konusundaki fikirleri orta ve üst yaşlara göre farklı.

Yaş gruplarına göre bu soruya verilen cevaplara bakıldığında 15-17 yaş arasındaki her 10 kişiden 8'inin koronavirüs salgını döneminde kaçak ürünlere talebin arttığını düşündüğünü görüyoruz. 18-32 yaş arasında bulunanların yüzde 69'u, 33-48 yaş arasındakilerin yüzde 62'si, 49 yaş ve üzerindekiilerin ise yüzde 66'sı bu fikre sahip.

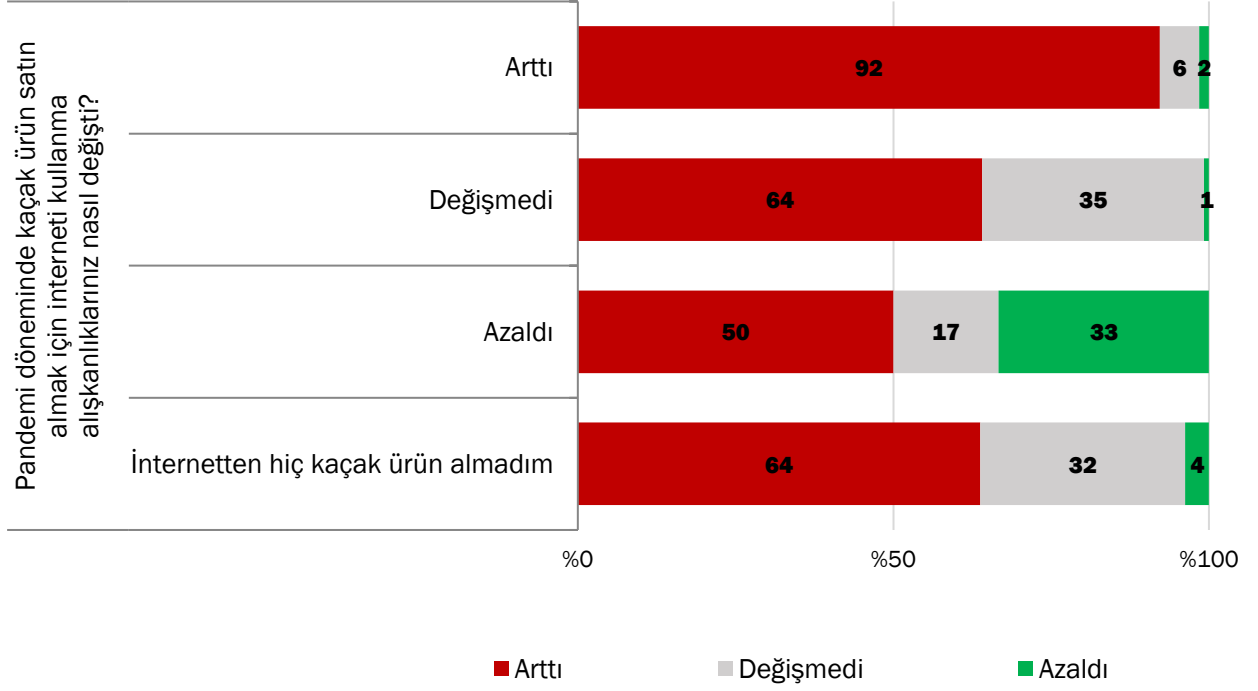
Çalışma durumlarına bakıldığında, tıpkı yaş gruplarında olduğu gibi en genç küme olan öğrencilerin pandemi döneminde kaçak ürünlere talebin arttığını düşünme eğiliminin diğer çalışma kümelerine göre daha fazla olduğunu görüyoruz. Öğrencilerin yüzde 72'si bu şekilde düşünürken emeklilerin yüzde 69'u, işçi, esnaf, çiftçilerin yüzde 67'si, işsizlerin yüzde 65'i beyaz yaka çalışanların yüzde 64'ü, ev kadınlarının ise yüzde 61'i salgın zamanında kaçak ürünlere talebin arttığını düşünüyor.



Daha önce kaçak ürün satın alanların bu konudaki düşünceleri, daha önce kaçak ürün satın almayanlara göre daha farklı. Daha önce kaçak ürün satın alanların yüzde 77'si pandemi döneminde kaçak ürünlere talebin arttığını söylerken, daha önce kaçak ürün almayanlar arasında bu düşünceye sahip olanların oranı yüzde 62.



## Koronavirüs salgını döneminde tüketicilerin kaçak ürünlere taleplerinin arttığını düşünüyor musunuz?

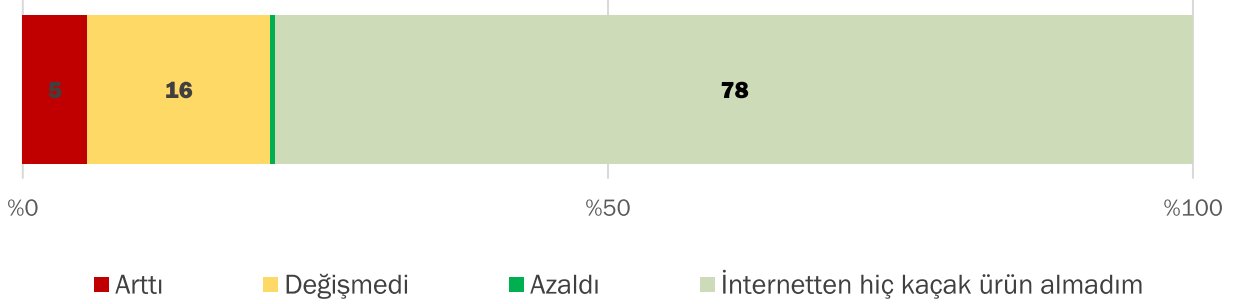


Pandemi döneminde internette kaçak ürün alma alışkanlığı artanların yüzde 92'si, bu alışkanlığı değiştirmeyenlerin yüzde 64'ü, azalanların yüzde 50'si, internette hiç kaçak ürün almayanların ise yüzde 64'ü koronavirüs salgını döneminde tüketicilerin kaçak ürünlere taleplerinin arttığını düşünüyor.

## 6.2. Toplumun Deneyimi

Toplum genelinde pandemi döneminde kaçak ürünlere talebin arttığı algısının oldukça fazla olduğundan ve toplumun internette satılan kaçak ürünlere dair gözlemlerinden önceki bölümlerde bahsettik. Bu bölümde toplumdaki bireylerin internetten kaçak ürün alma alışkanlıklarının pandemi ile birlikte nasıl değiştiğini inceleyeceğiz.

### Pandemi döneminde kaçak ürün satın almak için interneti kullanma alışkanlıklarınız nasıl değişti?

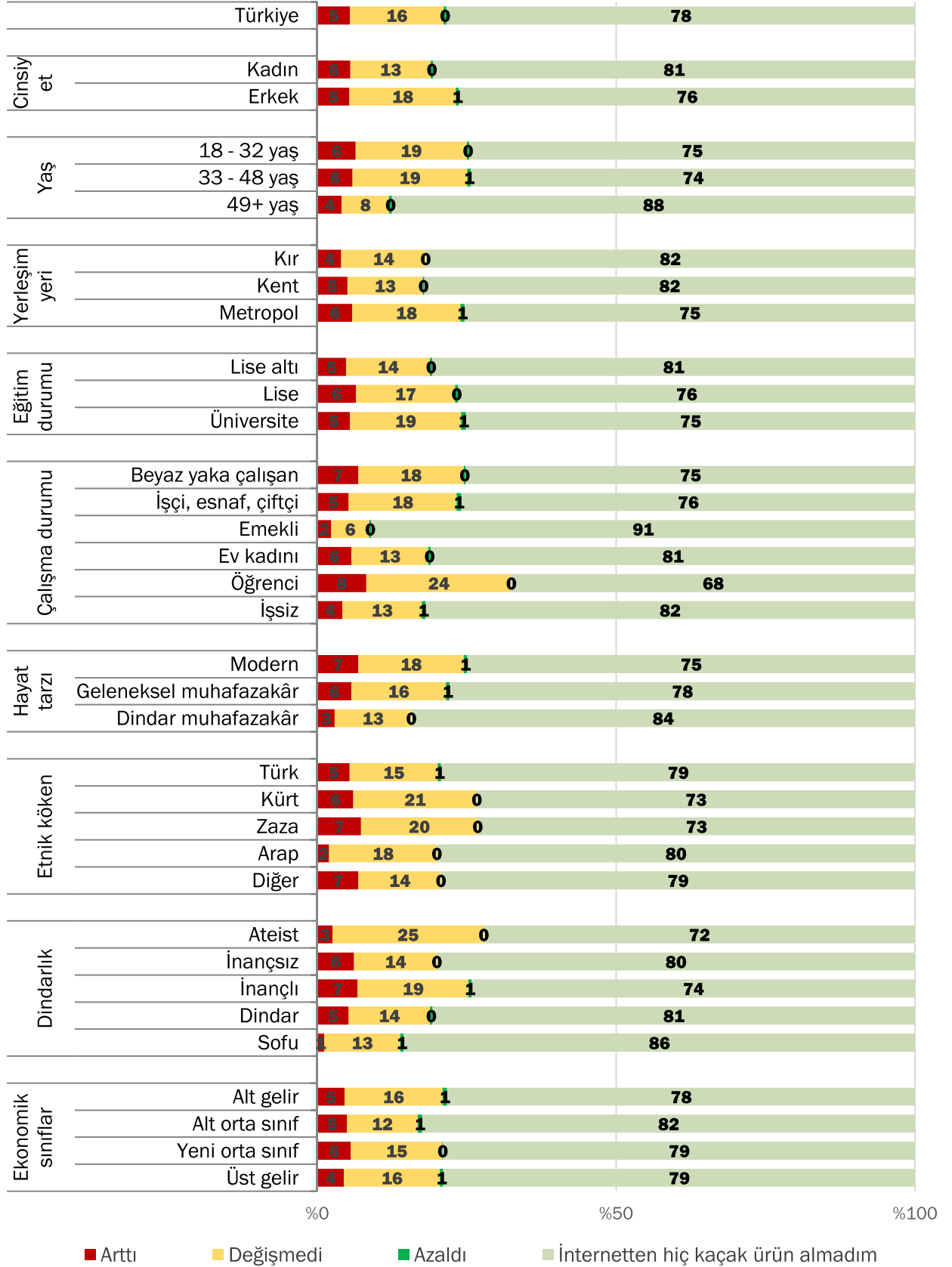


Toplumun yüzde 78 gibi büyük bir çoğunluğu daha önce internetten hiç kaçak ürün satın almadığını söylüyor. Pandemi döneminde internetten kaçak ürün alma alışkanlığı artanlar toplumun yüzde 5'ini, bu alışkanlığı değişmeyenler ise toplumun yüzde 16'sını oluşturuyor. Pandemi döneminde internetten kaçak ürün satın alma alışkanlığı azalanların oranı ise yüzde 1'den daha az.

Daha önce kaçak ürün satın almak için interneti kullananlar toplumun yaklaşık 5'te 1'ini oluştururken bu küme içerisinde bu alışkanlığı pandemi döneminde değişmeyenlerin çoğunlukta olduğunu görüyoruz. Bu durum kaçak ürün satın almak için interneti kullanan kişilerin bu alışkanlıkları üzerinde pandeminin çok büyük bir etkisi olmadığını gösteriyor.



**Pandemi döneminde kaçak ürün satın almak için interneti kullanma alışkanlıklarınız nasıl değişti?**



### Öğrencilerin internetten kaçak ürün alma alışkanlıkları diğer kümelere göre daha fazla.

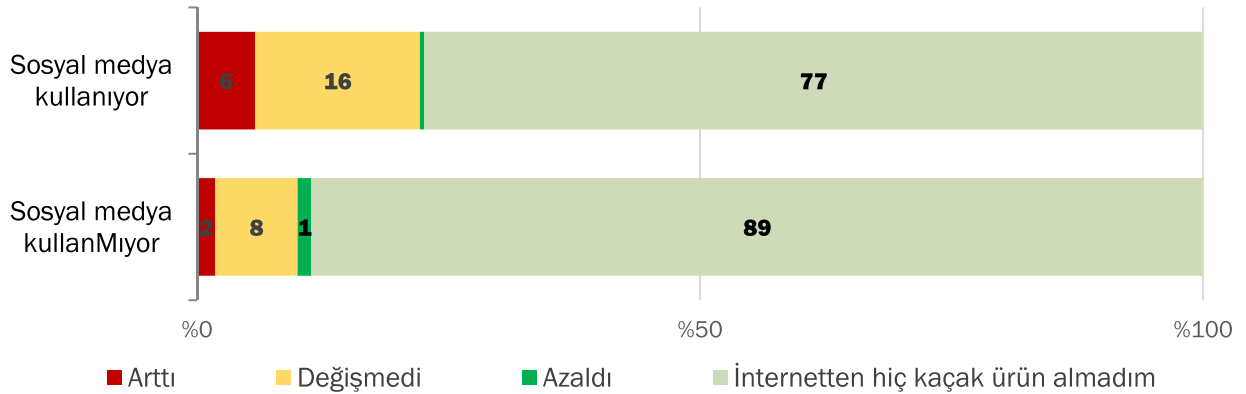
Pandemi döneminde internetten kaçak ürün satın alma alışkanlıklarını ne yönde değiştiği, demografik kümelere göre incelendiğinde öğrencilerin yüzde 8'inin bu dönemde internetten kaçak ürün satın alma alışkanlığının arttığı görülüyor. Tüm demografik kümeler arasında bu alışkanlığı en çok artan kümenin öğrenciler olmasının yanı sıra "İnternette hiç kaçak ürün almadım" cevabını en az veren kümenin de öğrenciler olduğunu görüyoruz. Öğrencilerin yüzde 68'i daha önce internetten kaçak ürün almadıklarını belirtiyor.

### Yaş azaldıkça ve hayat tarzı modernleştikçe internetten kaçak ürün satın alanlar artıyor.

Bunun yanı sıra yaş azaldıkça ve hayat tarzı modernleştikçe internetten kaçak ürün alma alışkanlığının arttığını söylemek mümkün. 18-32 ve 33-48 yaş arasındakilerin yüzde 6'sının pandemi döneminde internetten kaçak ürün alma alışkanlıkları artmışken 49 yaş ve üzerinde olup bu alışkanlığı artanların oranı yüzde 4. Ayrıca 18-32 ve 33-48 yaş arasında bulunan her 4 kişiden 1'i daha önce internetten kaçak ürün satın aldığını söylerken 49 yaş ve üzerinde bulunan her 10 kişiden sadece 1'inin daha önce kaçak ürün satın almak için interneti kullandığını görüyoruz.

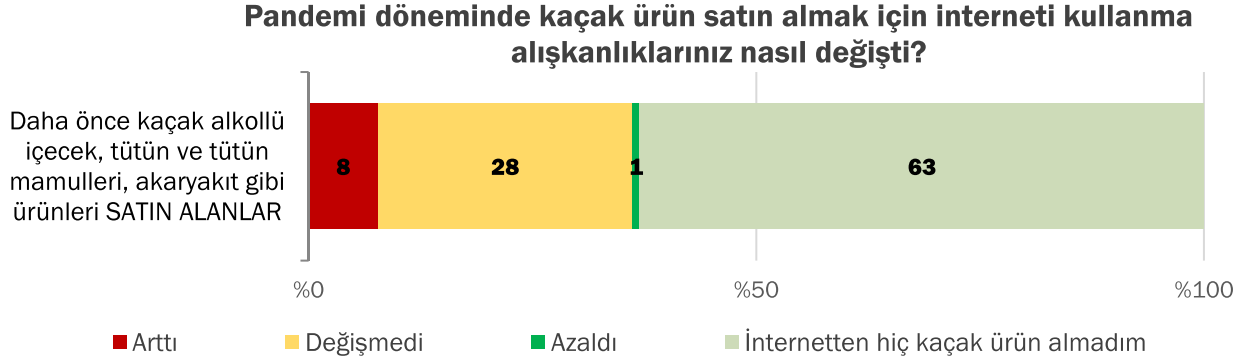
Modernlerin yüzde 7'si pandemi döneminde kaçak ürün satın almak için interneti kullanma alışkanlıklarının arttığını yüzde 18'i bu alışkanlıklarının değişmediğini söylüyor. Geleneksel Muhafazakârlarda bu alışkanlığı artanların oranı yüzde 6, değişmeyenlerin oranı ise yüzde 16. Dindar Muhafazakârların internetten kaçak ürün satın alma alışkanlıkları modernlere ve Geleneksel Muhafazakârlara göre daha az. Dindar Muhafazakârların yüzde 84'ü daha önce internetten kaçak ürün satın almadıklarını ifade ederken bu kümede bulunanların yüzde 3'ünün pandemi döneminde kaçak ürün satın almak için interneti eskiye göre daha fazla kullandığını söyleyebiliriz.

### Pandemi döneminde kaçak ürün satın almak için interneti kullanma alışkanlıklarınız nasıl değişti?



Sosyal medya kullananlar ile sosyal medya kullanmayanların pandemi döneminde internetten kaçak ürün alma alışkanlıklarının nasıl değiştiğine baktığımızda sosyal medya kullananların internetten kaçak ürün alma alışkanlığının sosyal medya kullanmayanlara göre daha çok arttığını görüyoruz. Sosyal medya kullananların yüzde 6'sının pandemi döneminde internetten kaçak ürün alma alışkanlığı artmışken sosyal medya kullanmayanlar arasında bu alışkanlığı artanların oranı yüzde 2.

Ayrıca sosyal medya kullananların yüzde 23'ü daha önce internetten kaçak ürün satın almışken sosyal medya kullanmayanların sadece yüzde 11'i daha önce internetten kaçak ürün satın almış.



**Daha önce kaçak ürün alanların 3'te 2'si kaçak ürün almak için interneti kullanmamış.**

Daha önce kaçak ürün satın alanların, pandemi döneminde internetten kaçak ürün alma alışkanlıklarının nasıl değiştiğine baktığımızda yüzde 8'inin bu alışkanlığının arttığını, yüzde 28'inin değişmediğini, yüzde 1'inin ise azaldığını görüyoruz. Burada dikkat çeken bir diğer önemli nokta ise daha önce kaçak ürün satın alan her 3 kişide 2'sinin daha önce internette hiç kaçak ürün satın almaması.

İnternette yapılan alışverişlerde kredi kartı kullanılmasının ve belirli kişisel bilgilerin paylaşılıyor olmasının, kaçak ürün satın alanları tedirgin ettiğini, bunun neticesinde de kaçak ürün satın alanların bu alışverişlerini internetten yapmamayı tercih ettiğini söyleyebiliriz.

## 7. ARAŞTIRMANIN KÜNYESİ

### 7.1. Araştırmanın Genel Tanımı

Bu raporun dayanağı olan araştırma, KONDA Araştırma ve Danışmanlık A.Ş. tarafından, Uluslararası Şeffaflık Derneği için gerçekleştirilmiştir.

Araştırma 14-17 Ocak 2022 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler **KONDA Aracılı Paneli**'ne dahil olmayı kabul etmiş kişilerle telefon araması yapılarak gerçekleştirilmiştir. Panelistler panel sistemimize gönüllü olarak katılmışlardır. Veri toplanırken yaş ve cinsiyet kotası uygulanmıştır.

### 7.2. Örneklem

Araştırma, Türkiye'nin 15 yaş üstü yetişkin nüfusunu temsil edecek deneklerin tercihlerindeki eğilim ve değişimleri belirlemek ve izlemek için tasarlanmış ve uygulanmıştır. Araştırma bulgularının hata payı, yüzde 95 güven aralığında +/- 1,09, yüzde 99 güven aralığında yüzde +/- 1,43'tür.

Örneklem, ADNKS (Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi) verilerine dayalı mahalle ve köylerin nüfus büyüklükleri ve eğitim seviyeleri verileri ile 24 Haziran 2018 Genel seçimlerinin mahalle ve köy sonuçları katmanlandırılarak hazırlanmıştır. Yerleşim yerleri önce kır/kent/metropol olarak ayrıştırılmış ve 12 bölge esas alınarak örneklem tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında, 74 ilin merkez dahil 369 ilçesinde 2780 kişiyle telefonla görüşmeler yapılmıştır.

	Düzy 1 (12 bölge)	Araştırma yapılan iller
1	İstanbul	İstanbul
2	Batı Marmara	Balıkesir, Çanakkale, Edirne, Kırklareli, Tekirdağ
3	Ege	Afyonkarahisar, Aydın, Denizli, İzmir, Kütahya, Manisa, Muğla, Uşak
4	Doğu Marmara	Bilecik, Bolu, Bursa, Düzce, Eskişehir, Kocaeli, Sakarya, Yalova
5	Batı Anadolu	Ankara, Karaman, Konya
6	Akdeniz	Adana, Antalya, Burdur, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Mersin, Osmaniye
7	Orta Anadolu	Aksaray, Kayseri, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir, Niğde, Sivas, Yozgat
8	Batı Karadeniz	Amasya, Çorum, Karabük, Kastamonu, Samsun, Sinop, Tokat, Zonguldak
9	Doğu Karadeniz	Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon
10	Kuzeydoğu Anadolu	Ağrı, Bayburt, Erzincan, Erzurum, Kars
11	Ortadoğu Anadolu	Bitlis, Elazığ, Hakkari, Malatya, Muş, Van
12	Güneydoğu Anadolu	Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Mardin, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak



## 8. FREKANS TABLOLARI

Yerleşim yeri	Yüzde
Kır	5,4
Kent	39,0
Metropol	55,5
Toplam	100,0

Cinsiyet	Yüzde
Kadın	49,2
Erkek	50,8
Toplam	100,0

Yaş (gruplanmış)	Yüzde
15 - 17 yaş	3,1
18 - 32 yaş	29,7
33 - 48 yaş	34,0
49+ yaş	33,2
Toplam	100,0

Eğitim durumu (gruplanmış)	Yüzde
Lise altı	51,1
Lise	30,6
Üniversite	18,3
Toplam	100,0

Çalışma durumu (gruplanmış)	Yüzde
Beyaz yaka çalışan	11,3
İşçi, esnaf, çiftçi	33,7
Emekli	11,4
Ev kadını	27,0
Öğrenci	10,2
İşsiz	6,3
Toplam	100,0

Hayat tarzı	Yüzde
Modern	34,6
Geleneksel muhafazakâr	42,5
Dindar muhafazakâr	22,9
Toplam	100,0

Hane kişi sayısı	Yüzde
1 - 2 kişi	21,1
3 - 5 kişi	67,7
6 - 8 kişi	9,8
9 ve daha fazla kişi	1,4
Toplam	100,0

Sizce insanlar neden kaçak ürünler almak ister?	Yüzde
Daha ucuz olması	89,6
Vergi ödemekten kaçınmak	56,8
Yakalanıldığı takdirde cezaların az olması	28,1
Satın almanın daha kolay ve hızlı olması	26,0
Birçok kişinin bunu yapıyor olması	25,7
Kaçak ürün satın almanın yanlış olduğunun düşünülmemesi	25,5
Kalite ve serviste önemli bir farkın olmaması	19,4
Ürünlerin orjinalinin piyasada kolay bulunamaması	13,8

Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri piyasada kaçak satılıyor?	Yüzde
Tütün ve tütün mamülleri	85,3
Alkollü içecekler	71,5
Parfümler	66,4
Saatler	56,6
Kıyafet ve ayakkabı	52,7
Elektrikli aletler	47,1
Araba parçaları	34,2
Benzin, mazot vs.	32,1
Oyuncaklar	31,4
Gıda	30,5
İlaçlar, vitaminler	30,0

Daha önce hiç kaçak alkollü içecek, tütün ve tütün mamülleri, akaryakıt gibi ürünleri satın aldınız mı?	Yüzde
Evet aldım	19,1
Hayır almadım	80,9
Toplam	100,0

Koronavirüs salgını döneminde tüketicilerin kaçak ürünlere taleplerinin arttığını düşünüyor musunuz?	Yüzde
Arttı	65,7
Değişmedi	31,2
Azaldı	3,1
Toplam	100,0

Kendiniz veya yakın çevrenizden biri (veya tanıdığınız biri) kaçak ürün tüketimine bağlı olarak herhangi bir sağlık sorunu ile karşılaştı mı?	Yüzde
Evet, ben sorun yaşadım	1,2
Evet, bir yakınım, tanıdığım yaşadı	5,1
Sorun yaşamadım	93,7

Daha önce internetten satın aldığınız ürünlerin satın aldıktan sonra kaçak olduğunu fark ettiniz mi? Fark ettiğinizde ne yaptınız?	Yüzde
Evet, fark ettim ve iade/şikayet ettim	2,9
Evet, fark ettim ama bir şey yapmadım	3,8
Fark etmedim	19,5
İnternette hiç kaçak ürün almadım	73,8
Toplam	100,0

Bildiğiniz kadarıyla şimdi sayacağım ürünlerden hangileri internette daha çok kaçak olarak satılıyor?	Yüzde
Parfümler	57,9
Kıyafet ve ayakkabı	50,7
Saatler	48,9
Tütün ve tütün mamülleri	36,1
Elektrikli aletler	35,7
Alkollü içecekler	30,2
Oyuncaklar	21,7
İlaçlar, vitaminler	20,4
Araba parçaları	19,9
Gıda	15,7
Benzin, mazot vs.	8,4

Pandemi döneminde kaçak ürün satın almak için interneti kullanma alışkanlıklarınız nasıl değişti?	Yüzde
Arttı	5,5
Değişmedi	15,7
Azaldı	0,5
İnternette hiç kaçak ürün almadım	78,4
Toplam	100,0

Sosyal Medya	Yüzde
Sosyal medya kullanıyor	90,8
Sosyal medya kullanmıyor	9,2
Toplam	100,0



Etnik köken	Yüzde
Türk	78,8
Kürt	16,4
Zaza	1,8
Arap	1,9
Diğer	1,1
Toplam	100,0

Dindarlık	Yüzde
Ateist	3,0
İnançsız	2,4
İnançlı	36,6
Dindar	51,2
Sofu	6,9
Toplam	100,0

Aylık hane geliri (yeni gruplama)	Yüzde
2000 TL ve altı	5,2
2001 - 3000 TL	15,1
3001 - 5000 TL	38,9
5001 - 8000 TL	24,5
8001 - 10000 TL	9,8
10001 TL ve üstü	6,5
Toplam	100,0

Ekonomik sınıflar	Yüzde
Alt gelir	21,9
Alt orta sınıf	21,9
Yeni orta sınıf	33,6
Üst gelir	22,7
Toplam	100,0

ULUSLARARASI  
**SEFFALIK**  
DERNEĞİ

Kocatepe Mh. Abdülhak Hamit Cd.  
No: 24/5, 34437 Beyoğlu/İstanbul  
Tel : +90 (212) 240 52 81  
Faks : +90 (212) 234 34 27  
E-posta : info@seffalik.org

[www.seffalik.org](http://www.seffalik.org)

[f /TransparencyTurkey](https://www.facebook.com/TransparencyTurkey)  
[@TransparencyTR](https://www.twitter.com/TransparencyTR)

**KONDA**  
ARAŞTIRMA VE DANIŞMANLIK

Bu araştırma KONDA Araştırma ve Danışmanlık tarafından yapılmıştır