

# 21. YÜZYILIN SORUNU

## KAÇAK, TAKLİT VE SAHTE ÜRÜNLERİN TİCARETİ



Doç.Dr. Ümit İzmen

## ÖNSÖZ

Sahte, taklit ve kaçak ürünlerin ticareti dünya çapında ekonomileri tehdit eden sorunların başında geliyor. OECD'nin tahminine göre bu malların ticareti 2013 yılında dünya genelinde 461 milyar dolara yükselmiş durumda. Türkiye'de ise taklit ve kaçak ürün piyasasının ortalama büyüklüğü 17,2 milyar dolar olarak tahmin ediliyor.

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerle mücadele dünyada birçok ülkenin gündeminde. Bu mücadele için hükümetler ve sektör temsilcileri, gerek tek tek, gerek bir arada, hem ulusal düzeyde, hem de uluslararası işbirlikleri içinde çeşitli girişimlerde bulunuyor. Ancak alınan önlemlere rağmen, taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin boyutu ve kapsamı sürekli olarak genişlemeye devam ediyor. Bu genişlemenin arka planında, taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasını etkileyen yükselen piyasa ekonomilerinde yeni ortaya çıkan orta sınıflar, teknoloji, internet ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, serbest dış ticaret, küreselleşme ve ülkeler arası finansal entegrasyon gibi faktörler yatıyor.

OECD, Europol, BASCAP gibi kuruluşların ve çeşitli araştırmacıların bu alanda bugüne kadar yaptığı en saygın çalışmalar bu yasa dışı piyasanın büyüklüğünün doğru ve tam olarak ölçülmesinin olanaksızlığına işaret ediyor.

Ülkemizde faaliyet gösteren 300'e yakın yabancı ve 30'dan fazla yerli markayı temsil eden Marka Koruma Grubu olarak, kurulduğumuz 2001 yılından bugüne sorunun çözümü için çalışmalar yürütüyor, Türkiye'nin uluslararası platformda "**sahte ve kaçak mal ticareti**" ile değil "**kendi markaları**" ile anılması için uğraş veriyoruz. Bu çabaların bir sonucu olarak, sahte ve kaçak ticari mallar gerçeğini kapsamlı bir biçimde ortaya koymaya çalışan bir raporu Hacettepe Üniversitesi'nden hocalarımızın değerli katkılarıyla daha önce yayınlamıştık. "**21. Yüzyılın Sorunu: Kaçak, Taklit ve Sahte Ürünlerin Ticareti**" başlıklı yeni raporumuz ise bu alandaki çalışmaları oldukça ileri götürüyor ve Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürünler piyasasında arz ve talebi belirleyen koşulları ilk kez belli bir teorik çerçeve içinde ortaya koymayı hedefliyor.

Sayın **Doç.Dr. Ümit İzmen**'in bu alandaki sorunları daha iyi anlamak ve paydaşlarıyla kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla Marka Koruma Grubu adına yaptığı araştırmanın sonuçlarını içeren rapor, bugüne kadar Türkiye'deki sahte, taklit ve kaçak piyasası ile ilgili yapılmış tüm çalışmaları kapsıyor. Rapor, metodolojisi itibarıyla Türkiye'de yapılmış ilk çalışma olması nedeniyle büyük önem taşıyor.

Titiz ve sabırlı bir çalışmanın ürünü olan bu raporun sadece Türkiye için değil, küresel ölçekte de taklit, sahte ve kaçak ürün piyasası çalışmaları açısından kayda değer bir katkı niteliğinde olduğuna inanıyoruz.

Raporun yayına hazırlanması sürecinde, OECD'nin EUROPOL ile hazırladığı yeni bir araştırma ile bazı saygın kuruluşların konu ile ilgili yeni çalışmalarının sonuçları yayınlandı. Bu çalışmalar ve araştırmalar da yayına hazırlık sürecinde rapora eklendi.

Marka Koruma Grubu olarak, zorlu ve özverili bir araştırma ile sorunun Türkiye'deki boyutuna ilişkin tatminkar bir ölçümleme metodu geliştiren Sayın **Doç.Dr. Ümit İzmen**'e ve raporda yer almasının gerekli olduğunu düşündüğümüz güncel bilgiler için katkılarından yararlandığımız Sayın **Nurcan Akad**'a teşekkür ederiz.

**Marka Koruma Grubu**

## İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....	6
TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK ÜRÜN PİYASASI.....	11
TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK ÜRÜN PİYASASININ KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	11
TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK ÜRÜN PİYASASININ GELİŞMESİ.....	14
TAKLİT VE SAHTE ÜRÜNLERİN ETKİLERİ.....	25
TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASI.....	32
BU ÇALIŞMADA KULLANILAN YÖNTEM.....	36
TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASINA İLİŞKİN YAKALAMA VERİLERİ.....	36
TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASININ KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ.....	37
TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASININ BÜYÜKLÜĞÜ.....	44
SAHTECİLİĞİN EN YAYGIN GÖRÜLDÜĞÜ SEKTÖRLER.....	58
SAHTE ÜRÜNLER.....	59
İLAÇ VE TIBBİ ÜRÜNLER.....	66
GIDA VE İÇECEK (ALKOLLÜ İÇKİLER).....	70
GİYİM EŞYALARI VE AKSESUARLAR.....	77
OTOMOTİV VE AKSAMI.....	81
ELEKTRİKLİ ALETLER VE ELEKTRONİK.....	83
TÜTÜN ÜRÜNLERİ.....	86
AKARYAKIT.....	90
PARFÜM, KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ.....	91
TAKLİT, SAHTE VE KAÇAKLA MÜCADELE.....	94
TÜRKİYE İÇİN ÖNERİLER.....	97
EK: TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK ARAŞTIRMASI GÖRÜŞME SORULARI:.....	101
EK: TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK EKONOMİSİ ÇALIŞMALARINDA METODOLOJİ SORUNLARI.....	102
TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK EKONOMİSİNİN BOYUTUNUN ÖLÇÜLMESİNDE KULLANILAN YÖNTEMLER.....	102
TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK EKONOMİSİNİN BOYUTUNUN ÖLÇÜLMESİNDE SORUNLAR.....	106
TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK EKONOMİSİNİN ETKİLERİNİN TAHMİN EDİLMESİNDE SORUNLAR.....	107
KAYNAKÇA.....	111

## GİRİŞ

Her ne kadar modern dünyanın bir meselesi gibi görünse de taklit (counterfeit) ve sahte (fake) ürünler ile kaçak ürünler aslında neredeyse insanlık tarihi kadar eskidir.<sup>1</sup> Bir anlamda homo faber'in (eşya yapan insan) ortaya çıkmasıyla beraber homo counterfaber'in (taklit eşya yapan insan) de ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Ancak hiç şüphesiz bu çok eski problem, küreselleşme ile birlikte bambaşka bir seviyeye ulaşmıştır. Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin miktarlarında olduğu kadar bu ürünlerin görüldüğü alanlarda da muazzam bir artış vardır. Bu gelişmenin en önemli belirleyicileri küreselleşme ile birlikte, ülkeler arasında serbest ticaretin hızla artması, teknolojideki gelişmelerin taklitçiliği kolaylaştırması, dünya üzerinde orta sınıflara dahil nüfusun hızla genişlemesidir.

Önemine, güncel hayatımızda büyük bir yer tutmasına ve basında sık işlenmesine rağmen bu konuda yapılan akademik çalışmalar sınırlıdır. Özellikle taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerin boyutu ve yol açtığı ekonomik etkinin ölçülmesini hedefleyen çalışmalar, tüm yasa dışı faaliyetlerde olduğu gibi burada da bir dizi ölçüm sorunuyla karşı karşıyadır. Bu faaliyetlerin boyutunun kesin ve tatminkar bir biçimde ortaya konulamaması; taklit, sahte ve kaçak ürünlerle mücadelede kamuoyunun kazanılmasının önünde bir engel olmamalıdır. Taklit, sahte ve kaçak piyasasının mevcudiyetinin yol açtığı sorunlar, orijinal ürün üreticisi markanın uğradığı zararların çok ötesindedir. Literatürde de sık sık vurgulandığı gibi taklit, sahte ve kaçak piyasasının mevcudiyeti, ülkedeki iş ve yatırım ortamını bozar, devletin topladığı vergi gelirlerini azaltır ve kayıtlı ekonomide istihdam yaratılmasını sınırlar.

Orta sınıflara dahil olan ve tüketim toplumunun değerlerini benimseyen tüketici dünya ekonomisinde toplam talebin başlıca sürükleyicisidir. 21. yüzyıla kadar küresel talebi şekillendiren Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinin orta sınıflarına dahil olan tüketiciler olmuştur. Kitle iletişim araçları batılı orta sınıfın yeni tüketim değerlerinin hızla yayılmasını ve küresel talebi şekillendirmesini sağlamıştır. Orta gelirli sınıflardaki bu talep artışı, birçok firmanın ürün farklılaştırmasına gitmesine ve tüketim toplumunun bu yeni üyelerinin satın alma güçlerine uygun markalar ortaya çıkarmasına yol açmıştır. Birçok lüks marka, bu değişime ayak uydurma çabasıyla orta sınıflara hitap eden ürünler ve markalar geliştirmeye başlamıştır.

Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinin orta sınıflarının oluşturduğu bu talebi karşılayacak üretim Asya'daki düşük ve orta gelirli ülkeler tarafından sağlanmıştır. Dış ticaretin küresel çapta serbestleştirilmesi ve dış ticarete dayalı ekonomik büyüme modelinin yaygınlaştırılması bu sürecin fikri altyapısını sağlamıştır. Ulaştırma teknolojilerinin ve imkanlarının düşük emek ücretleri ile Asya ülkelerinde üretilen malların batıdaki orta sınıf tüketiciye ulaştırılmasının çok büyük ölçeklerde gerçekleştirilebilmesine olanak sağlaması bu modelin fiilen hayata geçmesinin koşullarını üretmiştir.

Bu koşullar aynı zamanda taklit ürünler için de hem talep hem de arz yönünden koşulların eskiye oranla çok daha elverişli olmasını sağlamıştır. Teknolojideki gelişmeler, üretimden dağıtıma, sipariştten satışa ürün zinciri içinde her aşamada orijinal ürünlerin, neredeyse orijinalinden çıplak gözle ayrılmasının mümkün olmadığı kopyalarının çok küçük maliyetlere yapılabilmesini mümkün kılmıştır. Teknolojideki gelişmeler, taklit ürünlerin üretimini kolaylaştırıp ucuzlatırken, internet kullanımı üretim bilgilerine erişimi ve ürünlerin satışını hızlandırmakta ve kolaylaştırmaktadır. Özellikle dijital baskı teknolojileri ambalajlarda mükemmel taklitlerin çok ucuza yapılabilmesine olanak vermektedir.

Pazar ekonomisinin yaygınlaşması ve küreselleşme, eskinin yüksek gümrük duvarlarının indirilmesi, ithalat kotalarının kaldırılması, ticaretin serbestleşmesi için ülkeler arasında yapılan birçok serbest ticaret ve işbirliği anlaşmaları taklit ürünlerin üretimi ve satışı için uygun bir makroekonomik çerçeve oluşturmaktadır.

Bu çerçevede, ülkenin kendi içinde taklit üretim olmasa bile dış ticaret kanalıyla söz konusu ürünler ülkeye girebilmekte ve bir kez girdikten sonra Avrupa Birliği içinde olduğu gibi serbestçe hareket edebilmektedir. Böylece küresel ekonomiye entegrasyonun tamamlandığı düşük emek cenneti ülkelerde, teknolojinin imkanlarından yararlanılarak üretilen taklit ürünler kolayca batılı ülkelerde pazar imkanları bulabilmektedir.

Bu çerçeve son yıllarda taklit, sahte ve kaçak ürünlerle ilişkili faaliyetlerde hızlı bir artış görülmesine yol açmıştır.

Fakat küresel talebi belirleyen batılı orta sınıf olgusu günümüzde büyük bir değişime ve dönüşüme uğramaktadır.<sup>2</sup> Son 300 yıldır ilk kez 2015 yılında Asya'daki orta sınıf tüketici sayısı Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinin orta sınıf tüketici sayısı ile eşitlenmiştir. Bu eşitlenmenin ardından Asya'daki orta sınıf tüketici sayısı giderek artacak ve dünya talebini sürüklemeye başlayacaktır. Bu değişim sonucunda bugün tüm dünyada 1,8 milyar olan orta sınıf tüketici sayısı 2030 yılında 4,9 milyar kişiye ulaşacaktır.<sup>3</sup> Başta Asya olmak üzere gelişmekte olan ülkelerdeki bu orta sınıflaşma olgusu, küresel orijinal ürün talebini olduğu kadar küresel taklit, sahte ve kaçak ürün talebini de etkileyecektir.

Küresel çapta, teknolojiden makroekonomik politika çerçevesine, demografiden ulaştırmadaki olanaklara, sahteciliği teşvik eden bu gelişmeler karşısında cezaların caydırıcılığının uyum sağlamamış olması, taklit, sahte ve kaçak ürün faaliyetlerinde fayda-maliyet analizinin ağırlık noktasını yasal olmayan üretim lehine etkilemiştir.

Taklit, sahte ve kaçak ürün faaliyetleri için oluşan bu elverişli zemin, hem bu faaliyetlerin boyutunu artırmış, hem de yeni alanlara girerek yaygınlaşmasına yol açmıştır. Taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasını etkileyen bu gelişmelerin ileride devam edecek olması, piyasanın da büyümeye devam edeceğine işaret etmektedir.

Taklit, sahte ve kaçak ürün olgusunun en çok lüks ürünlerde olduğu düşünülse de, aslında yaratıcılık ve inovasyona dayalı bütün sektörleri ve ürünleri etkilemektedir. Bunun temel nedeni ise aslında yüksek vergili ürünler olması ve bu nedenle de kaçığın oldukça yaygınlaşmasıdır.

Bu örnek de göstermektedir ki, taklit, sahte ve kaçak ürün olgusu, artık hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. Araştırmalar, kozmetikten gıdaya, otomobil yedek parçalarından ilaca, kimyasallardan tarımsal ürünlere, bütün ürünlerinden mobilyaya, kitaptan alkollü içkilere, spor eşyalarından elektroniğe kadar birçok sektörde artık bu faaliyetlerin yaygın olduğunu göstermektedir.

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin artık hayatımızın bir parçası haline geldiğini gösteren bir başka olgu da satış kanallarındaki çeşitlenmedir. Taklit, sahte ve kaçak ürünler daha önce sadece çıktaki satış noktalarında satılırken, giderek artan ölçüde yasal dağıtım mekanizmalarında ve yerleşik mağazaların raflarında yer almaya başladıkları dikkat çekmektedir.<sup>4</sup> Diğer yandan internette satışın yaygınlaşması, bu alandaki etkinliğin artması için elverişli bir zemin sağlamıştır.

Gündelik dilde, taklit, sahte, çakma, fake ve kaçak ürün olarak ifade ettiğimiz yasa dışı üretim faaliyetleri hep birlikte geniş bir ekonomik büyüklük oluşturmaktadır. Bu ürünlerle ilgili daha ayrıntılı ve kesin tanımlamalar Tanımlar bölümünde verilecektir, ama bu çalışmada sık kullandığımız adlandırmaları burada kısaca tarif etmek yararlı olacaktır.

Taklit ürün ile çoğu kez marka ihlalleri, sahte ürün ile telif hakkı ihlalleri anlaşılır. Avrupa Birliği'nin Tek Pazar'da taklit ve sahte ile mücadele yeşil kitabında, taklit ve sahte ürün, haksız ve yasa dışı biçimde kopyalanan ve orijinal ürünle aynı olan ancak hak sahibinin izni harici kullanılan her türlü ürünü kapsayacak şekilde tanımlanmıştır. Bu çerçevede ticari marka, patent, faydalı model, coğrafi işaret, telif hakkı ve ilgili haklar bu kapsama girer.<sup>5</sup> Ayrıca kaçakçılık ve kaçak ürün piyasası da bu anlamda marka ihlallerinin temel sebepleri arasında önemli bir yere sahiptir. Taklit, kaçak ve sahte ürünler fikri mülkiyet hak ihlallerinin bir parçasıdır. Taklit ürün ile bir markanın, marka sahibinin onayı dışında birebir ve benzer yeniden üretilmesi; sahte ürün ile kitap, film, CD gibi eserlerin kopyalanıp çoğaltılması kastedilir. Kaçak ürün ise vergi vb yüklerden kaçınmak üzere orijinal ürünün ülkeye nizami gümrük kapıları haricinde kayıt dışı yollardan girerek piyasaya sürülmesidir. Bu durumda taklit ve sahteden farklı olarak kaçak ürünler orijinal olabilir. Ancak, yasa dışı faaliyetler söz konusu olduğunda, zaten yasal yolların dışına çıkmış olan kaçak ürünlerin orijinal olmaması hiç şaşırtıcı olmayacaktır. Herhangi bir denetim ve kontrol mekanizmasının tamamen dışında olan bu ürünlerin sadece vergi vb yüklerden kaçınmakla kalmayacağını, aynı zamanda maliyetleri düşürmek üzere orijinal ürün değil, taklit ürün olacağını düşünmek için çok sebep vardır. Bu nedenle bu çalışma boyunca taklit ve sahte ürün derken kaçak ürün de aynı kapsamda düşünülmektedir.

<sup>2</sup> (Kharas, *The Emerging Middle Class in Developing Countries*, 2010)

<sup>3</sup> (Kharas & Gertz, *The New Global Middle Class: A Cross-Over from West to East*, 2010)

<sup>4</sup> (OECD, 2008, s. 19)

<sup>5</sup> (GABOR, 2012, s. 198)

<sup>1</sup> Tarihte taklit ürünler hakkında bir özet için (Zimmerman & Chaudhry, 2009) bakılabilir.

Taklit, sahte ve kaçak ürün alma davranışları toplumun tüm yaş gruplarında ve gelir seviyelerinde gözlemlenebilen çok yaygın bir durumdur.<sup>6</sup> Buna karşılık taklit ve sahte ürün kullanımının ülkeler arasında önemli farklılıklar gösterdiği dikkati çekmektedir.<sup>7</sup> Ancak taklit, sahte ve kaçak olgusunun sadece Türkiye'ye özgü olmadığı, gelişmiş ve gelişmekte olan neredeyse bütün ülkelerde gözlemlenen yaygın bir olgu olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Ekonomi üzerindeki etkiler arasında, kamuoyunda en az bilineni ve literatürde de en az işleneni, taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin yasal alanda faaliyette bulunan ve yeni geliştirdikleri ürünlerle bir çıkış imkanı arayan KOBİ'lerin gelişmesinin önünü tıkamasıdır. Burada söz konusu olan, nihai ürünün marka değerinden yararlanarak sahtesinin üretilmesi olmasa da, ülkede fikri hak ihlallerinin yaygınlığı KOBİ'lerin tasarım ve marka üreterek gelişmesine ve rekabetçi olarak güçlü biçimde piyasada yer almasına ket vurmaktadır. Böylece taklit ve sahte üretim, Ar-Ge ve inovasyon kapasitesini düşürerek büyümeyi tırpanlar ve sonuç olarak ekonominin tümünü olumsuz etkiler. Bu olumsuz etkiye, literatürde çeşitli araştırmalarda dikkat çekilmektedir.

OECD tarafından yapılan analiz, taklit ve sahte ürünlerin yaygınlığı ile ekonomik gelişme arasında ters U biçimi bir ilişki olduğu hipotezini desteklemektedir. Az gelişmiş ülkelerin sermaye birikimi ve teknoloji az olduğundan taklit ve sahte ürünlerin üretimini sınırlamaktadır. Ekonomilerin gelişmesiyle birlikte ülkelerin üretim kapasitelerindeki artışa paralel olarak taklit ve sahte ürün üretim kapasiteleri de gelişmektedir. Fakat kurumsal kapasite ekonomik gelişme sürecine ayak uyduramamakta, fikri mülkiyet hakları koruması çerçevesindeki zafiyet, taklit ve sahte ürünler için elverişli bir zemin sağlamaktadır. Ekonomiler geliştikçe fikri mülkiyet haklarının korunmasının önemi anlaşılmakta, ilgili mevzuat güçlendirilmekte ve uygulamadaki sorunlar giderilmektedir. Böylece belli bir gelişmişlik seviyesinden sonra taklit ve sahte ürünlerin ekonomi içindeki ağırlığı azalmaktadır. OECD taklit ve sahte ürünlerin üretiminin azalacağı eşğin kişi başına gelirin 25.000 dolar civarına ulaştığında gerçekleşeceğini hesaplamaktadır.<sup>8</sup> Bu eşik aynı zamanda Orta Gelir Tuzağı eşığıdır. Bilindiği gibi gelecek 10 yıl içinde kendisine Orta Gelir Tuzağı'nı aşma hedefini koymuş olan Türkiye'nin bu hedefini tutturması, taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin de azalması anlamına gelecektir.

Taklit, kaçak ve sahte faaliyetlerinin yol açtığı sorunların başında insan sağlığı ve güvenliği açısından yol açtığı riskler gelmektedir.

Taklit, kaçak ve sahte ürünler, orijinal ürünlerle aynı tasarıma ve pakete sahip olsalar bile içeriği farklı olmakta ve orijinal ürüne kıyasla daha düşük kalitede ham madde kullanılmaktadır. Bu da taklit ürünlerin kullanımında gözle gözlemlenemeyen bir dizi sağlık sorununa yol açabilmektedir. Benzeri biçimde sahte ürünlerin de önemli kalite sorunlarına yol açtığı bilinmektedir. Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin standartlara uyma zorunluluğu gözetilmeden üretiliyor olması, bu ürünlerin ekonomik boyutunun yanında, yol açabileceği ciddi sağlık ve güvenlik sorunlarının çok önemsenmesini gerektirmektedir.

Sonuç olarak taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin yasa dışı niteliği, bu faaliyetlerin yoğunluğunun ülkedeki hukuk ve kamu düzenini, etik değerleri ve ekonomik öngörülebilirlik algısını bozacağına işaret eder.

Bu konuda yapılan çalışmalar, taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin yol açtığı diğer sorunların, ekonomik etkilerinin yanında çok daha önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Bu noktada mutlaka dikkate alınması gereken bir konu da taklit, sahte ve kaçak ürünlerle ilgili faaliyetlerin küçük kabahatler değil, ulusal ya da uluslararası çapta büyük suç örgütlerinin işi olduğudur. Çoğu kez nihai satış noktasında gözlemlenen satıcı, bütün bir küresel değer zincirinin en sonunda yer alan ve bu nedenle muhtemelen en büyük riski üsteleniyor olmasına rağmen toplam kardan en az pay alan kişidir. Taklit ürünlerin bir ülkede üretilip, birçok limanda vasıta ve evrak değiştirerek satılacağı ülkeye transferi, burada dağıtım ağı kurup nihai tüketiciye ulaşması, ancak uluslararası çapta bir örgütlenme ile mümkündür. Uluslararası suç örgütleri, taklit ürünlerin yanı sıra başka yasa dışı faaliyetlerin de içindedirler.

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin yaygınlaşması ve bunun yol açtığı vahim ekonomik, insani ve toplumsal sonuçlar birçok ülkede taklit, sahte ve kaçak ürünlere karşı önlemlerin de artırılmasını gündeme getirmiştir. Bu faaliyetlerin uluslararası organize suç örgütü niteliği, bu suçla mücadele eden ülkelerin kendi ülkeleri içinde fikri haklar koruma çerçevesinin iyileştirilmesi yolunda harcadıkları çabalarını sıklaştırırken, uluslararası işbirliğini de güçlendirmelerine neden olmuştur. Bu doğrultuda, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO- World Intellectual Property Organization), Interpol, Dünya Gümrük Örgütü (WCO- World Customs Organization), G7, OECD, Dünya Ticaret Örgütü (WTO- World Trade Organization) şemsiyesi altında Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Anlaşması (TRIPS- Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) çerçevesinde ortak mücadele imkanları oluşturulmuştur.

Sonuç olarak, taklit, sahte ve kaçak üretim, sadece büyük uluslararası markaların meselesi olarak görülmemelidir. Taklit ve sahte üretimin mevcudiyeti KOBİ'lerin gelişmesinin önünü tıkar, ülke ekonomisine zarar verir, insan sağlığı için tehdit oluşturur, toplumsal dokuyu bozar ve uluslararası suç örgütlerini besler. Bu nedenle, taklit ve sahte ile mücadelenin önemi kamuoyuna iyi anlatılmalıdır.

Bu çalışmada önce taklit, sahte ve kaçak ürünlerle ilgili tanımlar fikri mülkiyetle ilgili haklar çerçevesinde açıklanmış, ardından taklit ve sahte ürün piyasasının nasıl çalıştığı, ekonomide arz ve talep açısından incelenmiştir. Taklit ve sahte ürün piyasası hakkında yurtdışında ve Türkiye'de yayımlanmış olan akademik çalışmaların detaylı ve kapsamlı bir incelemesi yapılmış ve bu incelemeden yola çıkarak dünyada taklit ve sahte ürün piyasasının gelişimi ve bu faaliyetlerin ekonomide ve ekonomi dışında yol açtığı etkiler geniş biçimde ele alınmıştır. Taklit ve sahte ürün piyasasının boyutu ve ekonomik etkilerinin hesaplanması konusundaki metodolojik sıkıntılar tartışıldığı bölümü bu çalışmada benimsenen metodolojinin anlatıldığı bölüm izlemektedir. Bu çalışmada, dünyada yapılan akademik çalışmalar ve Türkiye'de 'yapılandırılmış mülakat' yöntemiyle yapılan bir dizi görüşmeden yola çıkılarak taklit, sahte ve kaçak ürünlerin en çok görüldüğü sektörlerde piyasanın özellikleri ve bu piyasaların Türkiye'de nasıl çalıştığı anlatılmıştır. Bu bölümü, Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürünlerin ekonomik boyutu ve bu piyasanın yol açtığı ekonomik etkiler için yapılan tahminlerin yer aldığı bölüm izlemektedir. Çalışma, taklit, sahte ve kaçakla mücadelede dünyada alınan önlemlerin özetlenmesinin ardından Türkiye için önerilerle son bulmaktadır.

## TANIMLAR

Taklit, kaçak ve sahte ürünlerin tanımı konusunda tek bir standart yoktur. Tanımlar ülkeden ülkeye ve sektörden sektöre değişir. Genel çerçeve olarak baktığımızda, taklit (counterfeiting), kaçak (smuggling) ve sahte (fake) ürünler piyasası, fikri mülkiyet hakkı ihlallerini içeren bir dizi yasa dışı faaliyetleri kapsar. Bu çerçeveye giren fikri mülkiyet hakkı ihlalleri ticari marka, telif, patent ve endüstriyel tasarım hakkı ihlalleridir. Fikri mülkiyet hakları, girişimciler, yatırımcılar ve yaratıcıların, maddi ve gayri maddi mallarının yetki harici kullanılmamasını garanti altına alarak, kullanımın telafi edilmesini ve böylece bilgi ekonomisinin ana bloklarından olan inovasyon ve yaratıcılığın koruma altını alınmasını sağlar.<sup>9</sup> Fikri mülkiyet hakkı ihlallerini taklit ve korunmuş içeriğin yetkilendirilmemiş usulde kullanımı olarak gruplandırır. Bu aynı zamanda Avrupa Komisyonu'nun fikri hak ihlallerini telif hakkı ile ilgili olanlar ve sinai mülkiyet ile ilgili olanlar olarak iki ana başlıkta toparlama yaklaşımı ile de uyumludur.<sup>10</sup>

AB'de Fikri Mülkiyet Hakları Mevzuatı, telif hakları ve sinai mülkiyet haklarına ilişkin mevzuat olmak üzere iki ana unsurdan oluşur. Telif hakları, ilim ve edebiyat, musiki, güzel sanatlar veya sinema eserleri olarak sayılan her türlü fikir ve sanat ürünlerini yaratan eser sahiplerinin haklarını korumayı amaçlayan düzenlemeler ile icracı sanatçıların, radyo ve televizyon kuruluşlarının ve filmlerin ilk tespitini gerçekleştiren film yapımcılarının haklarını içeren komşu haklarını (bağlantılı haklar) korumak amacıyla gerçekleştirilen düzenlemeleri içerir. Sinai mülkiyet hakları ise, ticari marka, patent, tasarım, faydalı model, biyoteknolojik ürünler ve ek koruma sertifikaları gibi oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır.<sup>11</sup>

<sup>6</sup> BASCAP Understanding Consumer Attitudes on Counterfeiting and Piracy: Public Awareness Campaign

<sup>7</sup> (Pacula, Kadiyala, Hunt, & Malchiodi, 2012)

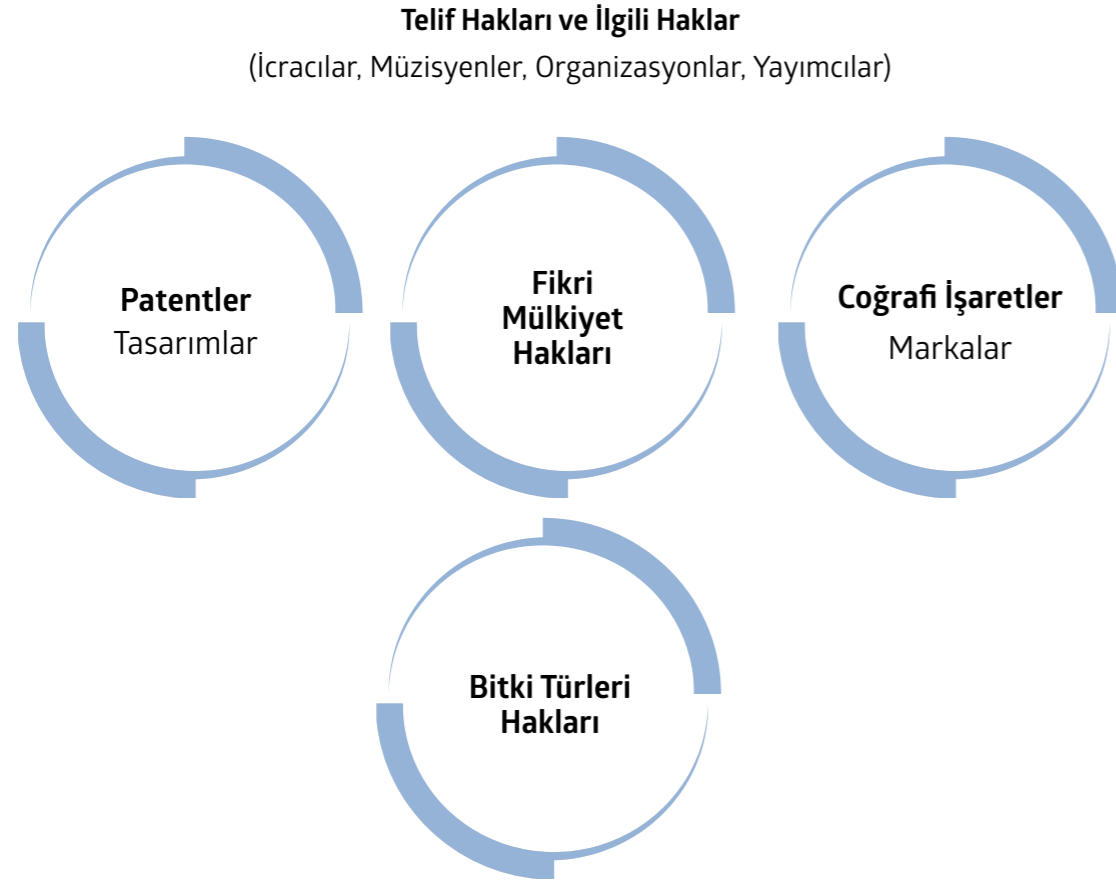
<sup>8</sup> (OECD, 2008, s. 109)

<sup>9</sup> Hoorens, et al., 2012

<sup>10</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 5)

<sup>11</sup> (ABGS, 2015)

Şekil 1. Fikri mülkiyetle ilgili haklar



**Kaynak** (Hoorens, et al., 2012, s.5)

Taklit ürünler, basit anlatımıyla, bir ürünün birebir aynısının marka sahibinin elinden çıkmamış olması durumudur. TRIPS anlaşmasına göre taklit ürünler, söz konusu ürünün geçerli biçimde kayıt ettirilmiş markasının, marka sahibinin yetkisi olmaksızın veya herhangi bir biçimde fark edilmeyecek şekilde kullanıldığı ve bu nedenle ithal edilen ülkede marka hakkı sahibinin haklarının ihlal edildiği her türlü üründür. Sahte ürünler çoğu kez taklit ürünlerle beraber değerlendirilse de telif hakkı ihlali durumunda geçerlidir. En yaygın halinde, yazılım, elektronik kitap, müzik ve sinema filmi gibi tescilli eserlerin yetki alınmaksızın çoğaltılmasıdır.<sup>12</sup>

Ancak araştırmalarda 1998'de OECD'nin yaptığı tanımdan yola çıkarak daha geniş bir biçimde yorumlanır ve çoğu kez bir ürünün orijinal olduğunun düşünülmesine yol açacak biçimde taklit edilmesi olarak anlaşılır. Bu yorumda telif hakkı ihlalleri de taklit kategorisinde değerlendirilir.<sup>13</sup>

Kaçak ürün ise dış ticarete konu ürünün gümrük kanunlarına uygun olarak faturalanmadan ülke sınırlarından girmesi ya da çıkmasıdır. Bu anlamıyla fikri hak ihlallerine konu değildir. Ancak çoğu kez kaçak ürünlerin aynı zamanda taklit ürünler olduğu da görülmektedir ve kaçak ürünler bu anlamda özellikle vergi dışı ve kayıt dışı bir ekonomiye sebep olması nedeniyle önemli bir sorun alanıdır.

<sup>12</sup> (Spink & Fejes, 2012)

<sup>13</sup> (Hoorens, et al., 2012)

## Ticari Marka

**Ticari Marka:** Bir işletmenin mallarını diğer işletmelerin mallarından ayırt etmeye yarayan işaret olarak tanımlanır.<sup>14</sup> İsim, harf, figür, renk kombinasyonları gibi herhangi bir işaret ve işaretler grubu olabilen ticari marka sahibine kullanım için münhasır hak verirken, diğerlerinin de bu işaretleri veya benzerlerini, aynı veya benzer ürünlerde kullanmalarını engeller.<sup>15</sup>

## Patent

**Patent:** Sanayiye uygulanabilir, yeni ve bir buluş basamağı içeren bir buluşun sahibine ilgili kurum tarafından belirli bir süre için verilen, buluşun başkalarının üretilmesine izin vermek ve izinsiz üretimini engellemek hakkını münhasıran sağlayan belge olarak tanımlanır.<sup>16</sup> Türkiye'de patent verme yetkisi, Türk Patent Enstitüsü'ne (TPE) aittir.

## Endüstriyel tasarım

**Endüstriyel Tasarım:** Bir ürünün tümünün veya bir parçasının veya ürün üzerindeki bir süslemenin, çizgi, şekil, biçim, renk, doku, malzeme veya esneklik gibi insan duyuları ile algılanan çeşitli unsur veya özelliklerinin oluşturduğu bütün olarak tanımlanır.<sup>17</sup>

## Telif

**Telif Hakkı:** Genellikle manevi ve mali haklar olarak tanımlanan eser sahibinin eseri üzerindeki münhasır haklar olarak tanımlanır.<sup>18</sup> Telif hakları, film, kitap, müzik, performans gibi yaratıcı eserlerden, bilgisayar programları, yazılım ve oyunlara kadar teknik işleri içeren geniş bir alanda geçerlidir. Telif hakları ile eser sahibinin yanı sıra yayınevi, yapımcı gibi eserlerin tüketiciye ulaşmasında rol oynayan aktörler de korunur.<sup>19</sup>

## TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK ÜRÜN PİYASASI

Bu bölümde taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının geliştiği ekonomik ortam anlatılacak, ardından piyasanın zaman içindeki gelişimi ve bugünkü yapısı; piyasa büyüklüğü, belli başlı ürünler, satış kanalları ve kaynak ülkeler itibarıyla özetlenecek ve bu bölüm, taklit, sahte ve kaçak piyasasının ekonomik ve ekonomi dışı etkilerinin tartışıldığı kısım ile tamamlanacaktır.

## TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK ÜRÜN PİYASASININ KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Taklit ve sahte ürün piyasasının büyüklüğünü ve bu piyasanın mevcudiyetinin yarattığı ekonomik etkiyi ölçebilmek için her şeyden önce, bu ürünlerin piyasaya arz edilmesini ve talep edilmesini belirleyen koşullar ortaya konulmalıdır.

<sup>14</sup> M.Kaan Dericioğlu, *Fikri Haklar Sözlüğü 5. Kitap Markalar*, TÜSİAD Yayınları, İstanbul, 2010

<sup>15</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 6)

<sup>16</sup> M. Kaan Dericioğlu, *Fikri Haklar Sözlüğü 3. Kitap Buluşlar*, TÜSİAD Yayınları, İstanbul, 2010

<sup>17</sup> (Dericioğlu, 2010)M.Kaan Dericioğlu, *Fikri Haklar Sözlüğü 4. Kitap Endüstriyel Tasarımlar*, TÜSİAD Yayınları, İstanbul, 2010.

<sup>18</sup> M.Kaan Dericioğlu, *Fikri Haklar Sözlüğü 2. Kitap Eserler*, TÜSİAD Yayınları, İstanbul, 2010

<sup>19</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 6).

Taklit ve sahte ürün piyasalarının ekonomik özelliklerinin en iyi anlatıldığı kaynak 2008 tarihli OECD yayınıdır. Üye hükümetlerin talepleri üzerine taklit ve sahte ürün piyasalarının ekonomik etkisi hakkında 2005 yılında kapsamlı bir proje başlatmış olan OECD, 2008 yılında yayımlanan projenin birinci basamağına ilişkin çalışmasında piyasanın nasıl çalıştığını ekonomi teorisi çerçevesinde detaylı olarak anlatmaktadır.<sup>20</sup> Aşağıdaki bölümde arz ve talep yanlı faktörlerle ilgili kısım bu yayından yola çıkılarak geliştirilmiştir. OECD'nin bu çerçevesi, piyasanın ekonomik etkisini hesaplamak için oldukça kullanışlıdır.

Herhangi bir piyasada olduğu gibi, taklit, sahte ve kaçak ürün piyasası; arz ve talep koşulları ve kurumsal yapı dediğimiz, bu piyasa güçlerinin içinde hareket ettikleri söz konusu ülkenin hukuki, kültürel, idari ve makroekonomik yapısının özellikleri ile tanımlanır. Bu koşulların daha elverişli olduğu ülkelerde ve dönemlerde taklit ve sahte piyasanın daha hızlı serpilip geliştiği görülür.

**Tablo 1.** Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin arz ve talebini belirleyen faktörler

Taklit ve sahte ürünlerin arzı	Taklit ve sahte olduğu bilinen ürünlerin talebi
<b>Belirleyici faktörler</b>	<b>Belirleyici faktörler</b>
<b>Piyasa özellikleri</b>	<b>Ürün özellikleri</b>
Birim başına yüksek karşılık	Düşük fiyat
Potansiyel Pazar büyüklüğü	Algılanan kalitenin yüksek kabul edilmesi
Orijinal ürünün marka gücü	Ürünün taklit olduğunun belli olmaması
<b>Üretim, dağıtım, teknoloji</b>	<b>Tüketici özellikleri</b>
Orta düzeyde yatırım ihtiyacı	Sağlık endişelerinin olmaması
Orta düzeyde teknoloji ihtiyacı	Emniyet endişelerinin olmaması
Dağıtım ve satışların sorunsuz olması	Bütçe kısıtları
Faaliyeti gizleme olanağının yüksek olması	Fikri mülkiyet haklarına saygının düşük olması
Tüketicileri kandırmanın kolay olması	
<b>Kurumsal özellikler</b>	<b>Kurumsal özellikler</b>
Yakalanma riskinin düşüklüğü	Yakalanma ve cezalandırılma riskinin düşüklüğü
Yasal ve düzenleyici çerçeve	Zayıf cezalar veya ceza olmaması
Uygulama sorunları	Kolay erişilebilir olması
Cezalar	Sosyo-ekonomik özellikler

**Kaynak** (OECD, 2008, s. 40)

### Taklit, sahte ve kaçak ürün arzını belirleyen koşullar:

Yüksek karlılık ve düşük fiyat gibi etkenler alıcı ve satıcılar için taklit, sahte ve kaçak piyasasını cazip kılan en önemli etkenlerdir. Ayrıca ticari gelir, vergisiz ve düşük maliyetli ürün olarak da kaçak ürünler önemli bir etkendir. Bu etkenlerin yanı sıra, arz açısından bakıldığında, pazarın büyüklüğü ve orijinal markanın gücü gibi piyasa özellikleri; teknoloji, dağıtım ve üretim süreçlerindeki maliyetler ve yakalanma riski, cezai uygulamalar, fikri mülkiyet haklarının korunması ile ilgili yasal mevzuatın kalitesi, mevzuatın uygulanması ve caydırıcılığı gibi kurumsal özellikler de taklit ve sahte piyasanın büyüklüğünü etkilemektedir.

Taklit ve sahte ürün üreticileri ile kaçak ürünleri piyasaya sokanlar veya yurt dışına kaçırılanlar, ticari marka, telif, patent ve endüstriyel tasarım hakları sayesinde elde edilmiş olan ekonomik değeri, hakları olmaksızın kullanırlar. Çoğu kez ticari marka ihlali ticari çıkar için yapılırsa da CD, DVD, yazılım vb. telif eserlerde kişisel kullanım amaçlı ihlaller de göze çarpmaktadır. Patent ve endüstriyel tasarımda bazen farkında olmadan hak ihlali yapılması da söz konusudur. Bu hak ihlallerini yapan kişiler, maliyetleri yerini getirmeden yeni ürün geliştirmekle ilgili getirilere sahip olarak "bedavacılık" (free rider) yapmış olurlar.

<sup>20</sup> (OECD, 2008, s. 44-60)

### Taklit, sahte ve kaçak ürün talebini belirleyen koşullar:

Talep yönünden bakıldığında da, taklit, sahte ve kaçak yolla piyasaya giren ürünler için tüketici tercihini şekillendiren birçok faktör olduğu görülür.

Taklit ve sahte ürünleri tüketenleri, bu ürünleri satın alma davranışları açısından ikiye ayırarak incelemek yararlı olur. Bu ayırım, taklit ve sahte ürünlerin üretici ve tüketici refahı üzerindeki etkilerinin hesaplanabilmesi açısından önemlidir.

Tüketiciler taklit bir ürünü satın alırken ya tamamen kandırılırlar ve bu ürünleri yasal ürün zannederek alırlar ya da bu ürünlerin yasal ürün olmadığını bile bile, fiyatları daha ucuz olduğu için alırlar. Tüketicinin kandırılma derecesi, ürünün fiyatı ve pazarlama noktası ile yakından ilişkilidir. Ürünün satış noktası sokak satıcılığında olduğu gibi ne kadar kolaylaşırsa tüketicinin kandırılma derecesi azalır, ürünün satış noktası tanınmış mağazalar ve mağaza zincirleri gibi ne kadar karmaşıklaşırsa tüketicinin kandırılma olasılığı o kadar artar.

Tüketicinin kandırılıp kandırılmaması durumlarında piyasa yapısı birbirinden farklıdır. İlkinde, yasal ve kanun dışı ürünler birbiriyle rekabet içindedir; taklit ürün orijinal fiyatından satılır ve toplam pazar büyüklüğü yasal ve yasal olmayan ürün arasında bölüşülür. İkinci piyasa türünde ise talebin fiyat esnekliği çok yüksektir. Sahte ürünün orijinali ile aynı şekilde fiyatlandırılması durumunda talep sıfır veya sıfıra yakındır. Bazı tüketiciler taklit ve sahte ürün satın almayı kabul ederken, bazıları kesinlikle karşı çıkar, bazı tüketiciler ise kayıtsız kalırlar. Ancak çoğu kez ürünün niteliği tüketicinin davranışını etkiler.

İngiltere'de yapılan bir çalışmada, ürünün ucuzluğu, kalitesi ve paranın karşılığını alma gibi faktörlerin sahte ürün satın almada etkili olduğu dikkati çekmektedir. Bu da taklit ürünlerin yol açtığı ekonomik etki hesaplarında, taklit ürün miktarı ile orijinal ürün fiyatının çarpılması yoluyla yapılan hesaplamalarda sorun olacağına işaret eder. Örneğin modayı takip etmek için taklit kıyafet ürünlerinin satın alınmasında belirleyici olan orijinal ürünü alacak gelir olmamasıdır. Bir başka ifadeyle, bu ürünlerde ucuz taklit olmaması durumunda, pahalı ve markalı ürünler, muhtemelen ucuz taklit ürünlerin yerine satılmayacaktır.

**Tablo 2.** Taklit ve sahte ürün satın alma nedenleri

Ürün	Ucuz	Oldukça kaliteli	Orijinal ürünü satın alma gücünün olmaması	Paranın karşılığını alma	Çocukların istemesi
Film	97	43	30	27	16
Müzik	91	57	23	41	7
Bilgisayar oyunları	94	24	6	24	12
Yazılım	100	29	29	29	0
Kıyafet	72	70	38	45	5
Alkollü içecek ve tütün	100	29	12	53	0
Oyuncak	33	33	0	33	0

\* Cevaplar yüzde dağılımı gösterir. Birden fazla yanıt olduğu için 100'e tamamlanamaz.

**Kaynak:** Bryce and Rutter, 2005.ten aktaran (OECD, 2008)

Aynı çalışmada, sahte ürün satın almama davranışının ürün grupları arasında önemli farklılıklar gösterdiği; insan sağlığı açısından önemli olan ilaç ve oyuncak gibi ürünlerde zararlı olabileceği endişesinin satın almama davranışında belirleyici olduğu görülmüştür.

**Tablo 3.** Taklit ve sahte ürün satın almama nedenleri

Ürün	Para israfı	Düşük Kalite	Orjinal ürün tercihi	Çocukların Orjinal ürün tercihi	Organize suçla ilişkili olması	Zararlı olabileceği endişesi
Film	19	44	45	3	56	7
Müzik	17	44	45	3	55	8
Bilgisayar oyunları	16	33	35	3	47	8
Yazılım	15	24	35	1	39	11
Kıyafet	19	40	49	3	39	6
Alkollü içecek ve tütün	21	23	41	1	51	41
Oyuncak	15	35	34	8	33	44

\* Cevaplar yüzde dağılımı gösterir. Birden fazla yanıt olduğu için 100'e tamamlamayabilir.

**Kaynak :** Bryce and Rutter, 2005.ten aktaran (OECD, 2008)

### Kurumsal özellikler:

Taklit ve sahte ürün üreticisinin ve tüketicisinin davranışlarını açıklayan arz ve talep yönlü bu değişkenlerin yanı sıra, bu ürünlerin üretilme ve satın alınması üzerinde etkili olan söz konusu ülkeye has kurumsal çerçevenin de dikkate alınması gerekir. Arz ve talep yönlü faktörler, söz konusu faaliyetin karlılığı üzerinde etkilidir. Ancak bu karlılığın bir de söz konusu faaliyetin suç kapsamına girmesi nedeniyle, yakalanma durumunda ortaya çıkacak ilave maliyetinin de dikkate alınması gerekir. Doğal olarak, bu tür ürünlere rahatça ulaşılabilir olması, yakalanma ve cezalandırılma riskinin düşük, yakalanma durumunda göz yumulma ve suçluların affedilme ihtimalinin yüksek veya ceza verilmesi durumunda bu cezaların hafif olması, hem alıcılar hem satıcılar için taklit ve sahte faaliyetlerinin cazibesini artırır. Ülkedeki bu tür eylemlerin toplumsal olarak ne kadar kabul görüp görmediği de alıcı ve satıcıların bu tür faaliyetler içine girip girmemesinde etkilidir.

Ülkelerin iş ve yatırım ortamı, bireyselleşme, eğitim, bireysel hak ve özgürlüklerin gelişmiş olması gibi kurumsal özelliklerinin taklit ve sahte ürünlerin yaygınlığı ile ters ilişkisi olduğunu ortaya koyan çeşitli araştırmalar mevcuttur.<sup>21</sup>

Taklit ve sahte ürünler piyasasının bir özelliği de bu faaliyetlerin organize suçla iç içe geçmesidir. Bu ilişkinin dökümanente edilmesi zor olmakla birlikte, OECD araştırmasında görüşülen kişilerin üçte birinin taklit ve sahte ürünler piyasasının organize suçla iç içe olduğuna dair çeşitli gözlemler, örnekler, şüpheler aktardıkları belirtilmektedir. Taklit ve sahte ürün faaliyetleri zaman zaman insan ve uyuşturucu ticareti, fuhuş, para aklama gibi yasa dışı faaliyetlerle bir arada görülebilmektedir. Kamu yönetiminde yolsuzluğun yaygın olduğu yerlerde, rüşvet ve şantaj, bu tür suç örgütleriyle mücadele etmesi gereken kamu görevlilerinin görevlerini layıkıyla yerine getirmemesine yol açmaktadır.<sup>22</sup>

Taklit ve sahte ürünler piyasası, yasal ve idari yapının zayıf, cezaların caydırıcılıktan uzak, toplumsal değerlerin müsamahakar olduğu ülkelerde daha büyük hacimlere ulaşırken, bu piyasanın mevcudiyeti de organize suç örgütlerini besleyerek ve kamu yönetiminde yolsuzluğu yaygınlaştırarak kurumsal yapıları bozmakta ve toplumsal değerleri aşındırmaktadır.

## TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK ÜRÜN PİYASASININ GELİŞMESİ

### Taklit, sahte ve kaçak piyasanın gelişmesine yol açan faktörler:

Taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının büyüklüğü doğrudan gözlemlenemiyor olsa da son yıllarda faaliyetin çeşitliliğinde ve miktarında bir artış olduğu genel kabul gören bir olgudur.

<sup>21</sup> Bu çalışmalar hakkında bir literatür özeti için (Hoorens, et al., 2012) ve (OECD, 2008) bakılabilir.

<sup>22</sup> (OECD, 2008, s. 87-88).

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin markalı ürünlerin ortaya çıkmasıyla beraber hayatımıza girmiş olmasına ve pazarının büyüklüğünde son yıllarda görülen hızlı artışa rağmen, en az 2000 yıldan beri ticareti etkilediği bilinmektedir. Peggy E. Chaudhry ve Alan S. Zimmerman<sup>23</sup> taklit ve sahte konusunda en kapsamlı çalışmalardan birisi olan kitaplarında konunun tarihte çok gerilere gittiğini çeşitli örneklerle ortaya koyarlar. Bu örnekler arasında Azteklerde düşük kalite kakao tohumlarının satışı, Roma'da sikkelerde sahtecilik, Eski Babil ve Mısır'da rahiplerin meşruiyetlerini artırmak için eski medeniyetlere ait yazı işaretlerini kendi anıtlarında kullanmaları, İ.Ö. 4 ve 5 bin yıllarında Çin'de çömlekçilerin ürünlerini damgalaması, Roma İmparatorluğunda yağ lambalarında marka taklidi, Charles Dickens romanlarının çoğaltılması gibi pek çoklarını bulmak mümkün. Avrupa'da marka ihlali ve karşılığında cezalandırılması 13. yüzyıldan sonra yaygınlaşmıştır. Birleşik Krallık'ta bilinen ilk kayıtlı vakanın tarihi 1584'tür<sup>24</sup>. Taklit ürünlerle mücadelenin tarihi bu kadar eski olmasına rağmen, alınan önlemlerin taklit ve sahte ürünlere her gün yenilerinin eklenmesini engellememiş olması, bir önceki bölümde vurgulanan taklit ve sahte ürün arzını ve talebini belirleyen koşullarla ilgilidir.

Küreselleşmenin hızlanması ve pazarların artan entegrasyonu, internetin yaygınlaşması, dijital ticaretin kolaylığı ve erişim gücü, logo, tasarım, etiket, ambalaj vb. firma bilgilerinin kolayca taklit edilebilmesi, önceleri sadece bazı lüks ürünler için geçerli olan taklitlerin ilaç, tüketici elektroniği, gıda ve içecek, kimyasallar gibi alanlara genişlemesine yol açmıştır.<sup>25</sup>

Taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının büyüklüğünü belirleyen faktörler ülkeden ülkeye ve üründen ürüne farklılık göstermekle birlikte, Zimmerman & Chaudhry,<sup>26</sup> taklit ürünlerin yaygınlaşmasına yol açan faktörleri şöyle özetler:

1. Düşük maliyetli ileri teknolojinin düşük yatırım maliyeti ile yüksek kar elde etmeyi olanaklı kılması
2. Küreselleşme sayesinde dünya sahte/kaçak ticaretinin 350 milyar dolara ve 8,7 milyar tona (UNCTAD, 2012) ulaşmış olmasının denetimleri zorlaştırması ve ticaret engellerinin azaltılması, gümrük tarifelerinin 1996'da gelişmekte olan ülkelere %16.5'ten 2011'de %10'un altına gerilemiş olması, böylece bir ülkede üretilen taklit ürünlerin bir başka ülkeye gönderilebilmesinin çok kolaylaşmış olması
3. Dünya çapında çok güçlü markaların ortaya çıkması ve bu markaların ürünlerini tüketmenin bir prestij olarak kabul edilmesi
4. Tüketicinin suç ortaklığı yapması ve ürünleri sahte olduğunu bilerek satın alması
5. Gelişmekte olan ülkelere çok sayıda tüketicinin orta sınıflara dahil olmasıyla pazarların genişlemesi ve mağazalar, sokak satıcıları, bit pazarları gibi geleneksel pazarlama kanallarının yanı sıra internet gibi yeni kanalların eklenmesi
6. Ulusal ve uluslararası ölçekte mevzuatın uygulanmasındaki zafiyetler
7. Yüksek vergiler ve gümrük tarifeleri ile civar ülkelerle vergi farkları.

GAO (US Government Accountability Office) çalışmasında görüşülen sektör temsilcileri, teknolojiye bağlı değişim ve ambalajlamada artan beceri düzeyinin, taklit ve sahte ürünlerin giderek yaygınlaşmasına ve sektör oyuncularını kayda değer oranda olumsuz etkilemesine yol açtığını belirtmişlerdir.<sup>27</sup>

2000'li yıllarda dünya çapında görülen hızlı büyüme süreci ile gelişmekte olan ülkelere kişi başına gelirden meydana gelen hızlı artış, bu yeni gelir seviyesine uygun yeni tüketim kalıplarını beslemiştir. Küresel ölçekte orta sınıf sınıflarına eklenen milyonlarca yeni tüketicinin medya üzerinden dünya çapında pompalanan lüks tüketim arzusu, taklit ve sahte ürünler için muazzam bir talebin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

<sup>23</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009)

<sup>24</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 7-9)

<sup>25</sup> (Pacula, Kadiyala, Hunt, & Malchiodi, 2012)

<sup>26</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 22-26)

<sup>27</sup> (GAO, 2010, s. 9)



## Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin piyasa büyüklüğü ve gelişimi

Taklit ve sahte ürün pazarının büyüklüğü hakkında çeşitli rakamlar ifade ediyor olmasına karşılık, bu alanda yapılmış olan en saygın çalışmalar piyasa büyüklüğünün doğru olarak ölçülmesinin olanaksızlığına işaret etmektedir. Ölçümlenme sorunlarına EK: Taklit, sahte ve kaçak ekonomisi çalışmalarında metodoloji bölümünde geniş olarak yer verilmiştir. Bu bölümde, piyasa büyüklüğüne ilişkin eldeki veriler özetlenecektir.<sup>28</sup>

Bununla birlikte, nasıl bir sorunla uğraşıldığına anlaşılması ve alınan önlemlerin etkilerinin değerlendirilebilmesi için bu faaliyetlerin boyutunun tatminkar bir biçimde hesaplanabiliyor olması da gerekmektedir. Bu nedenle, ölçüm yöntemlerinin geliştirilmesi çabalarının ileride de devam etmesi gerekecektir.

Büyüklüğün kesin rakamlar olarak ortaya konulmasındaki ölçüm sorunlarına rağmen, sektörün giderek büyüme eğiliminde olduğunu gösteren birçok bilgi ve veri mevcuttur. Aşağıda da özetlendiği gibi, eldeki veriler sorunun ekonomik büyüklüğünün ciddiyetine ve her sene biraz daha arttığına işaret etmektedir.

OECD 2008 yılındaki çok kapsamlı çalışmasında, taklit ve sahte ürünler konusundaki gelişmeleri farklı ülkeler ve farklı sektörler itibariyle özetlemiştir.<sup>29</sup> Hükümetler, sektörel temsil örgütleri ve araştırma kuruluşlarının bulgularına ve OECD'nin bu çalışma için hükümet yetkilileri ve sanayi temsilcileri arasında gerçekleştirdiği üç ayrı anketin sonuçlarına dayanan bu çalışma, dünyada taklit ve sahte ürünler konusundaki tüm bilgileri bir araya toplayarak değerlendirmektedir.

Taklit ve sahte ürünlerle ilgili olarak gümrüklerden elde edilen verilerin toplam resmin ancak küçük bir bölümünü yansıttığı aşikardır. Bununla birlikte OECD tarafından yapılan görüşmelerde, gümrük yetkilileri, ihlallerde ciddi bir artış görüldüğünü belirtmişlerdir.<sup>30</sup>

Taklit ve sahte ürün pazarının dünya çapındaki büyüklüğü hakkındaki rakamlar, 250-650 milyar dolar arasındaki bir büyüklüğe işaret etmektedir. Zimmerman ve Chaudhry, farklı tahminlerin genelde 500-600 milyar dolar arasında olduğunu görüldüğünü belirtmiştir.<sup>31</sup> Bu bağlamda mevcut veri alanında farklı değerlendirmeler, veri altyapısı, güncellemeler nedeniyle farklı veri ve sayısal sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bu araştırmamızla bu farklı veri ve metodolojileri ortaya koyarken 2015 yılı itibariyle güncel bir veri seti de oluşturulması hedeflenmiştir.

Kriminoloji, ekonomi, işletme ve hukuk alanlarında taklit ürünlerle ilgili tüm bilimsel makaleleri, resmi ve STK raporlarını Meta Search Engine yöntemi ile tarayarak analiz eden Spink, J., & Fejes, Z. L. , bu alandaki neredeyse tüm çalışmaların sayısal ekonomik etki değerlendirmelerinin hepsinin üç raporun verilerine dayandığını belirlemiştir. Bu üç rapor, ICC, OECD ve FBI raporlarıdır.<sup>32</sup> Bu üç raporda yer alan verilerin bir gösterge olsa da sorunu tam anlamıyla yansıtmada yeterli olmayacağı tartışılmaktadır.

Literatürde erişilebilen ilk veriye göre 1982 yılında 5,5 milyar dolar olan taklit, kaçak ve sahte ürün piyasasının büyüklüğü 1984 yılında 25 milyar doları bulmuş bugün ise 500 milyar dolara yaklaşmıştır.<sup>33</sup> Ancak bu piyasaya ilişkin belirtilen rakamların hepsi birkaç kaynaktan beslenmektedir ve bu kaynakların da güvenilirliği, EK: Taklit, sahte ve kaçak ekonomisi çalışmalarında metodoloji sorunları başlıklı bölümde daha ayrıntılı açıklanacaktır.

Taklit ve sahte ürün pazarının dünya çapındaki büyüklüğü hakkında en çok kullanılan rakamların başında Uluslararası Ticaret Odasına (ICC- International Chamber of Commerce) bağlı Taklit İstihbarat Bürosu (Counterfeiting Intelligence Bureau –CIB) tahmini gelmektedir. ICC 1997'de çok genel bir varsayımla, taklit ve sahte ürünlerin dünya ticaretinin %5-7'sine denk geldiğini söylemiştir. ICC bu iddiasını 2001'de de korumuştur. ICC'ye göre 2001'de taklit ve sahte ürün pazarının dünya çapındaki büyüklüğü 350 milyar dolardır.<sup>34</sup> 2014 yılında WTO verilerine göre dünyadaki toplam ihracatın 18.9 trilyon dolar olduğunu dikkate aldığımızda ICC varsayımlarına göre bu durumda taklit ve sahte ticaretinin boyutunun 0,9-1,3 trilyon dolar arasında olması gerektiği anlaşılmaktadır.

<sup>28</sup> Tüm ekonomi çapında ya da belli bir sektöre ait piyasa büyüklüğü tahminleri hakkındaki çalışmaların bir özeti için (Hoorens, et al., 2012) ve (OECD, 2008) bakılabilir.

<sup>29</sup> (OECD, 2008, s. 65-93)

<sup>30</sup> (OECD, 2008, s. 70)

<sup>31</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 14)

<sup>32</sup> (Spink & Fejes, 2012, s. 258-262)

<sup>33</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009)

<sup>34</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 14)

Frontier Economics, dış ticarete konu olan ürünlerin yanı sıra ülke içinde üretilip tüketilen kaçak, taklit ve sahte ürünleri ve sahte dijital ürünleri dahil ederek yaptığı hesaplamada 2008 yılı için piyasa büyüklüğünü 465-650 milyar dolar olarak ölçmektedir. Dünyada mevcut eğilimlerin devam etmesi durumunda 2015 yılı için toplam büyüklüğün 1,2-1,8 trilyon dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bunlara ilaveten Frontier Economics, makroekonomik etkilerin ölçülmesi için de bir metodoloji geliştirmiş ve bu metodolojiyi birçok ülkede uygulamıştır. Frontier Economics tarafından yapılan hesaplamalara göre, G20 ülkelerinin hükümetlerinin ve vatandaşlarının her yıl uğradıkları zarar 125 milyar euroyu, istihdam kaybı ise 2,5 milyonu bulmaktadır.

Sahte ve taklit ticareti İngiltere ekonomisine yılda yaklaşık 30 milyar Pound ve 14.800 istihdam kaybına;<sup>35</sup> Almanya ekonomisine 20-30 milyar euro ve yaklaşık 70.000 istihdam kaybına,<sup>36</sup> ABD ekonomisine ise 225 milyar dolarlık bir kayba mal olmaktadır.<sup>37</sup> Dünya çapında sahte, taklit ve kaçak mal ticareti yılda ortalama %15,6 oranında büyümektedir.<sup>38</sup>

OECD, Avrupa Birliği Fikri Haklar Bürosu (EUIPO- European Union Intellectual Property Office) ile birlikte hazırladığı ve 2011-2013 yıllarının incelendiği Nisan 2016 tarihli çalışmasında, üç kilit metodoloji iyileştirmesi yapmış ve böylece bir önceki (2008) çalışmasından daha sağlam ve güvenilir sonuçlara ulaşmıştır.<sup>39</sup> Bu çalışmaya göre sahte, taklit ve kaçak ticaretinin boyutu dünya çapında 461 milyar dolara ulaşmıştır. 2013 yılında dünya ticaretindeki toplam ihracatın 17.9 trilyon dolara denk geldiği düşünülürse, dünya ticaretinin %2,5'i taklit ve sahte mallardan oluşmaktadır. Bu rakam, 2005 yılında 200 milyar dolar (dünya ticaretinin %1,9'u) sahte ve taklit ticareti yapıldığı sonucuna varan 2008 tarihli çalışmanın<sup>40</sup>bulgularından ve 2007 yılında 250 milyar dolar (dünya ticaretinin %1,8'i) sahte ve korsan mal ticareti yapıldığı sonucuna varan 2009 tarihli güncellemeden<sup>41</sup>anamlı olarak daha yüksek hacimdedir.

Ancak, gümrük yetkililerince sağlanan verilere dayanılarak elde edilen bu rakamlar, ülke içinde üretilen ve tüketilen sahte, taklit ve kaçak mallar ile internet üzerinden dağıtılan korsan dijital ürünleri içermemektedir. Bunlarla birlikte sahte, taklit ve kaçak ticaretinin 2015'te 1,7 trilyon dolara çıkmış olabileceği tahmin edilmektedir.<sup>42</sup>

Küresel ölçekteki bu çalışmaların yanında ABD ve AB ölçeğinde de çalışmalar yapılmıştır.

Spink & Fejes'in<sup>43</sup>bulgularına göre, bu alandaki neredeyse tüm çalışmaların sayısal ekonomik etki değerlendirmelerinde kullanılan en önemli üçüncü veri kaynağı ise ABD Federal Soruşturma Bürosu FBI'dır. FBI'n tahminlerine göre ABD'de taklit ve sahte ürün ticaretinin hacmi 200-250 milyar dolardır.

ABD hükümeti taklit ürün piyasasının 2008'de küresel çaptaki büyüklüğünün 500 milyar dolar olduğunu ve son 10 yılda %1700 artmış olduğunu açıklamıştır.<sup>44</sup> Bu rakam 2008 yılına ilişkin WTO ticaret rakamına oranlandığında dünya ihracatının %3'üne denk gelmektedir ve yukarıdaki %5-7 olan ICC tahmininin biraz gerisindedir. IACC (AntiCounterfeiting Coalition- Uluslararası Taklitle Mücadele Komisyonu) ise 2012'de taklit ürün piyasasının tahmini büyüklüğünün 600 milyar dolar olduğunu belirtmiştir.

Frontier Economics 2005-2008 arasında reel ithalata oranla yakalamaların ABD'de %62, AB'de %59 artış gösterdiğini ve bu artışın, gümrük noktalarındaki denetimin sıklaştırılmasından değil, önemli bir bölümünün taklit ve sahte mal ithalatındaki artıştan kaynaklandığını ifade etmiştir.<sup>45</sup>

Ancak, GAO'nun bu alandaki çalışmaları sorunun boyutundan çok önemine dikkat çekmektedir. GAO çalışmasında,

<sup>35</sup> (PWC, Counterfeit goods in the UK, 2013)

<sup>36</sup> (Havocscope, 2015)

<sup>37</sup> (International Anti-Counterfeiting Coalition, 2015)

<sup>38</sup> (International Chamber of Commerce, quoted by Researchand Markets, Anti-counterfeit and Brand Protection - Luxury Products, Beauty Products and Apparel, 2015)

<sup>39</sup> (OECD-EUIPO: Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact)

<sup>40</sup> (OECD, 2008)

<sup>41</sup> (OECD, 2009)

<sup>42</sup> (OECD-EUIPO: Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact)

<sup>43</sup> (Spink & Fejes, 2012, s. 258-262)

<sup>44</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 14)

<sup>45</sup> (Frontier Economics, 2011, s. 15)

FBI ve ABD Sınır ve Gümrük Koruma (Customs and Border Protection Service- CBP) gibi ofisler tarafından açıklanan rakamların kaynaklarının doğrulanmadığını ve bundan sonra CBP'nin veri açıklamaya son verdiğini belirtmiştir.<sup>46</sup>

GAO'nun 2010 yılında sahte ve taklit ürün piyasasının yol açtığı ekonomik sorunun çapını belirlemek üzere yapmış olduğu çalışmada bürokratlar, sektör dernekleri, firmalar ve akademisyenlerle görüşmenin yanı sıra bir literatür taraması da yapılarak 1999'dan sonra yayımlanmış olan çalışmalar da analiz edilmiştir. Bu çalışmanın sonucunda GAO, Amerikan idaresinin bu alanda sistematik olarak veri toplamadığını ve veri sorunları nedeniyle piyasa büyüklüğünün doğru olarak bilinebilmesinin zorluklarına işaret etmiş; taklit ve sahte piyasasının ekonomik büyüklüğünün ve bu faaliyetlerin ABD ekonomisine etkilerinin ölçülmesini yapmayacaklarını açıkça belirtmiş ve bunun yerine sorunun önemine dikkat çekmiştir.<sup>47</sup> Buluşlar için fikri hak korumasının önemini uzun bir zamandan beri kabul edilmiş olduğu, patent kanununun 1790'da yürürlüğe girdiği ABD'de sorumlu kuruluşun bu davranışı çok dikkat çekicidir. GAO bu çalışmasında, elde edilmiş olan veriler, farklı ülkelerde çeşitli kesimlerle yapılan görüşmeler ve yapılan analizler doğrultusunda sorunun çok yaygın olduğuna işaret etmektedir.

Taklit, kaçak ve sahte ürün ticaretini en yakından ve şeffaf biçimde takip eden kurumlardan birisi de Avrupa Birliği'dir.

Sorunun boyutundaki artış eğilimi AB'de de gözlemlenmektedir. 2014'te AB gümrüklerinde 617 milyon euro tutarında 35.569.000 taklit, sahte ve kaçak mala el konulmuştur. Bunların %28'i insan sağlığı ve güvenliği açısından tehlikeli malzeme içermektedir.<sup>48</sup> 2013'te Avrupa Birliği'nin toplam ithalatı içinde taklit, sahte ve kaçak ürünlerin değeri 116 milyar dolara ulaşmıştır. Bu miktar, AB'nin toplam ithalatının %5'ine denk gelmektedir.<sup>49</sup> Europol'e göre gümrüklerde fikri hak ihlallerine karşı açılan dava sayısı 11 yıl içinde 12 kat artış göstermiştir.<sup>50</sup> Europol taklit ürün faaliyetleri ile organize suç örgütlerinin ilişkisine dikkat çekerek bu faaliyetler konusunda yapılan her türlü tahminin gerçek boyutun yanında küçük kaldığını vurgulamaktadır. GABOR da AB içinde fikri ve sınai mülkiyet hakkı ihlalleri gözlemlenen ürün sayısında son 10 yılda çok büyük bir artış olduğuna dikkati çekmektedir.<sup>51</sup>

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin büyüklüğünü küresel ölçekte hesaplamaya çalışan bu araştırmalar bir arada değerlendirildiğinde, bulgular taklit, sahte ve kaçak ticaretinin ekonomik büyüklüğünün 1 trilyon doları aşığına ve sorunun her sene biraz daha arttığına işaret etmektedir.

Tüm sektörleri ve tüm ülkeleri kapsama iddiasındaki bu çalışmaların yanı sıra, belli bir ülkeye ya da sektöre yoğunlaşan çalışmalar da vardır. Bunlar arasında, sahtecilikten en çok etkilenen sektörlerde, sektör temsilcilerinin kendi sektörlerindeki durumu araştırmak üzere yaptıkları çalışmalar dikkati çekmektedir.

Sektör araştırmaları arasında en dikkati çekenlerden birisi olan Business Software Alliance'nin (BSA- İş Yazılımı Birliği) son tahminlerine göre dünyada yazılım sektöründe sahte kullanım oranı %40, bunun denk geldiği piyasa büyüklüğü 59 milyar dolardır. BSA, Microsoft ürünlerinin dünya çapında %40'ının sahte olarak kullanıldığını ileri sürmektedir.<sup>52</sup> Frontier Economics ise toplam dijital sahteliği 28,5 -75 milyar dolar arasında hesaplamaktadır. Bu hesapta tahminin iki ucu arasındaki farkın açıklığı dikkat çekicidir.

Avrupa'da kozmetik sektörü için yapılan çalışmada, taklit ürünler nedeniyle yasal sektörde yılda 4,7 milyar euroluk bir hasılat kaybı olduğu belirtilmektedir. Yasal sektörün satışlarının %7,8'ine denk gelen bu tutar 50.000 kişilik istihdam kaybı anlamına gelmektedir.<sup>53</sup> Taklit ve sahte faaliyetlerinde, sağlık boyutunun çok daha önemli olduğu ilaç sektörünün ekonomik boyutunun da dikkate değer olduğu görülmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'nün 2006 yılında yaptığı hesaplamalara göre sürekli artan taklit ilaç pazarının büyüklüğü 2010 yılında yaklaşık yıllık 75 milyar dolara ulaşmıştır. 2013 yılında taklit ilaç pazarının 200 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir.<sup>54</sup>

Yukarıdaki özetten görülebileceği üzere, taklit ve sahte ekonomisinin boyutları hakkında yapılan çalışmalarda farklı yöntemler kullanılmakta, bazıları tüm sektörleri kapsarken, bazıları sadece seçilmiş sektörlerle yoğunlaşmakta, bazı çalışmalar belli bir ülke için yapılırken, bir bölümü genel olarak küresel ölçeği hedeflemektedir. Ayrıca çalışmaların bir bölümü, sadece taklit ve sahte ekonomisinin boyutunu ortaya koyarken, diğerleri ekonominin genelindeki etkileri

<sup>46</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 10)

<sup>47</sup> (GAO, 2010).

<sup>48</sup> IPR Infringement: Facts and Figures, European Commission Taxation and Customs Union (2015)

<sup>49</sup> (OECD-EUIPO: Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact)

<sup>50</sup> Europol 2015

<sup>51</sup> (GABOR, 2012)

<sup>52</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 19)

<sup>53</sup> (Nathan Wajzman, 2015)

<sup>54</sup> FICCI and EY, Counterfeiting, Piracy & Smuggling - Growing threat to national security, 2013)

de dahil etmektedir. Aşağıdaki tabloda bu farklı çalışmaların bir bölümü özetlenmiştir. Bu özetin, bu alanda yapılmış olan tüm çalışmaları içermediği, sadece kullanılan yöntem, ölçme biçimi, kapsam, etki alanı ve ölçümler hakkında bir fikir vermek üzere hazırlanmış olduğu dikkatten kaçmamalıdır.

**Tablo 4.** Literatürde tanımlanmış IP hak ihlallerinin önemini çeşitleri ve bilinen değerlerin örnekleri

Sektör	Kaynak	Biçilen Değerin Yılı	Ülkeler	Ölçme biçimi	Ölçüm
Yiyecek ve İçecek	KPMG (2008)	2005	Birleşik Arap Emirlikleri	Piyananın %	%10-15
Otomobil Yedek Parçaları	KPMG (2008)	2005	Birleşik Arap Emirlikleri	Piyananın %	%12,50
Kozmetik	KPMG (2008)	2005	Birleşik Arap Emirlikleri	Piyananın %	%8-10
Sigaralar	KPMG (2008)	*	Birleşik Arap Emirlikleri	Piyananın %	%<5
Ev Eşyaları**	KPMG (2008)	2005	Birleşik Arap Emirlikleri	Piyananın %	%3-5
Eczacılık**	KPMG (2008)	2005	Birleşik Arap Emirlikleri	Piyananın %	%<0,1
Tüm**	Gallup Organizasyonu (2007)	2005-2006	Global (51 Ülke)	Tüketicilerin satın aldığı taklitlerin %	0.25
Tüm	İsviçre Fikri Mülkiyet Federal Kurumu (2004)	2004	İsviçre	IPR ihlalinden etkilenildiğini rapor eden şirketlerin %	0.54
Tüm İşlem Görmüş Mallar**	OECD (2009)	2007	Dünya	Taklit ve sahte malların uluslararası ticareti	250 milyar dolar
Tüm	Frontier Economics (2011)	2008	Dünya	Taklit ve sahte malların uluslararası ticareti	285– 360 milyar dolar
Tüm	Frontier Economics (2011)	2008	Dünya	Dahilde üretilen ve tüketilen taklit ve sahte mallar	140 -215 milyar dolar
Tüm	Frontier Economics (2011)	2008	Global	Dijital sahte ürünler *	30– 75 milyar dolar
Eczacılık	Güvenilir İlaç Erişimi için Avrupa Birlikteliği ** (2008)	*		İnternet üstünden satılan standart altı veya taklit malların %	0.62
Yazılım	İş Yazılımı Birliği (2010)	2009	Dünya	Yazılım sahteciliği oranı	0.43
Müzik	IPI'da rapor edilen Uluslararası Fonografi Endüstrisi Federasyonu (2007)	2006	Dünya	Sahtecilik oranı (tüm satışların %)	0.38
Filmler/Diziler, Müzik ve Yazılım/Video oyunları	Mark Monitor (2011)	*	Dünya	İhlal edici materyalleri teklif eden internet sitelerinin ziyaret edilme sayısı	yılda 53 milyar
E-Kitaplar	Attributor (2010)	2010	Dünya	Sahte e-kitaplara olan günlük istek	1.5-3 milyon insan
Canlı Futbol Maçları	İnternet Sonuçları (2011)	2010-2011	Dünya	İhlal edici içeriği olan web sitelerinin ortalama sayısı	197.1

Not: (\*) bilgi kaynakta verilmemiştir.

**Kaynak:** Kaynak: (Hoorens, et al., 2012, s. 18-19)

## Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin görüldüğü alanlar:

Taklit ve sahte ürünler birçok sektörde görülebilmeye rağmen, bazı sektörlerde daha yoğun olduğu dikkati çekmektedir. Zimmerman & Chaudhry, en çok görülen taklit ve sahte ürünlerin 6 kategoride toplanabileceğine işaret eder.<sup>55</sup>

- Görünürlüğü yüksek, düşük teknolojili, yüksek hacimli ve çok bilinen bir markaya ait çikolata, diş macunu gibi ürünler
- Bilgisayar oyunları, CD, DVD, otomobil ve uçak parçaları gibi ileri teknolojili, yüksek fiyatlı ürünler
- Çok yüksek gelir gruplarına hitap eden giyim eşyası, parfüm gibi prestij ürünleri
- İleri teknoloji ürünü olan ve yoğun Ar-Ge gerektiren ilaç ve bazı sanayi ürünleri
- Akaryakıt ürünleri
- Tütün ürünleri

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin fikri mülkiyet hak ihlallerinden kaynaklandığı dikkate alındığında, fikri mülkiyet haklarının önemli olduğu sektörlerin tüm sektörler içindeki ağırlığı, sorunun önemi ve kapsamına da işaret eder. AB çapında ekonomik aktivitenin %39'u (yılıda 4.7 trilyon euro) ve toplam AB dış ticaretinin %89'u fikri mülkiyet haklarının önemli olduğu sektörlerde cereyan etmektedir. Bu sektörlerde 56 milyon çalışan istihdam edilmekte (toplam istihdamın %26'sı) ve çalışanlar diğer sektörlerle oranla %40 daha yüksek ücret almaktadırlar.<sup>56</sup>

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin hangi ürün gruplarında en yaygın olarak görüldüğü bilgilerinin temelini gümrük vb. kamu otoritelerinin yaptığı denetimler ve sektör araştırmaları oluşturmaktadır.<sup>57</sup> Bu verilerin toplam resmin ancak küçük bir bölümünü yansıttığı aşikardır. Bununla birlikte, hangi sektör ve ürünlerde taklitçiliğin daha yaygın olduğunu göstermek için kullanılabilir.

Gümrüklerden elde edilen veriler, taklit ve sahte ürünlerin görüldüğü alanların çok yaygın olduğuna, 21 ürün grubundan 19'unda fikri hak ihlalleri saptandığına, sadece yağlar ve mineral ürünlerde fikri hak ihlallerine rastlanılmadığına işaret etmektedir. Bu verilere göre gümrüklerde en çok yakalanan ürünler tekstil (toplamın %30'u) ve makine ve elektrikli cihazlardır (%17).<sup>58</sup>

GAO tarafından incelenen ABD Sınır ve Gümrük Koruma verilerine göre 2004-2009 arasında fikri hak ihlali tespit edilen ürünlerin iç piyasa değerinin %57'si giyim eşyası, ayakkabı ve çantadan oluşmaktadır.<sup>59</sup>

Benzeri eğilimlerin AB için de geçerli olduğu görülmektedir. 2010 AB gümrüklerinde fikri ve sınai mülkiyet hakkı ihlalleri gözlemlenen ürünlerin % 14,5'i gündelik kullanım için olan ve dolayısıyla insan sağlığı açısından risk oluşturabilecek ürünlerdir.<sup>60</sup> 2013'te AB gümrüklerinde el konulan mallar arasında ilk sırayı %12 ile kıyafet alırken ilaç %10, sigara %9, ambalaj malzemeleri %9 , oyuncak %9 ve diğer ürünler %11 pay almıştır. Bu kategorilerin 6'da 5'i bir yıl önceye oranla aynı kalmıştır.<sup>61</sup> Dünya üzerindeki ilaç ticaretinin %10-30 'unun sahte olduğu tahmin edilmektedir.<sup>62</sup> 2013'te 34 ülkede düzenlenen operasyonlarda 1200 tonu aşkın sahte ve standart altı gıda maddesi ve yaklaşık 430.000 litre sahte içecek yakalanmıştır.<sup>63</sup> Interpol ve Europol 2013'te 550.000 dolar değerinde sahte şarap ve ispiroto ele geçirmiştir.<sup>64</sup> Perakende sektörünün taklit ve sahtecilik yüzünden yılda 300- 400 milyon dolar kaybettiği tahmin edilmektedir.<sup>65</sup>

<sup>55</sup> Zimmerman & Chaudhry, 2009, s.18

<sup>56</sup> (Europol, 2015, s. 11)

<sup>57</sup> Veri derleme yöntemleri ve sorunları için EK: Taklit, sahte ve kaçak ekonomisi çalışmalarında metodoloji sorunları başlıklı bölüme bakılabilir.

<sup>58</sup> (OECD, 2008, s. 69-70).

<sup>59</sup> (GAO, 2010, s. 7)

<sup>60</sup> (GABOR, 2012, s. 203)

<sup>61</sup> (European Union, 2014)

<sup>62</sup> (Sophic Capital, Counterfeiting, 2014)

<sup>63</sup> (International IP Enforcement Summit, Summit Report, 2014)

<sup>64</sup> (IP Crime Group, IP Crime Annual Report 2013/14, 2014)

<sup>65</sup> (Forrester Research)

Taklit ve sahte ürünlerin görüldüğü alanlar hakkında ticari marka ve telif hakkı ihlallerinde gümrükler, sektör temsilcileri vb. bir dizi kurum veri toplamasına rağmen, patent ve endüstriyel tasarım konusunda çok daha ciddi bir boşluk vardır ve sektör bazında bilgi toplanabilecek yegane alan çok zahmetli bir süreç gerektiren hukuki davalardır. Bu nedenle sahte ürün kategorilerinde dünyada fikri hak ihlali sıklığı konusunda elde güvenilir kapsamlı bir veri bulunmamaktadır. Genel olarak bu ürünlerin, özellikle çok düşük maliyetlere çoğaltılabilen, müzik, film, televizyon dizisi, yayım ve diğer yazılım sektörlerinin ürünlerinin pratikte herhangi bir coğrafi sınırla karşılaşmaksızın internet üzerinden anında her yere satılabildiği söylenebilir.<sup>66</sup> Korsan film, dizi ve müzik pazarının yıllık 80 milyar doların üzerinde olduğu tahmin edilmektedir. Korsan müzik, film, dizi ve bilgisayar oyunlarının paylaşımı tüm internet trafiğinin %23.8'ini oluşturmaktadır.<sup>67</sup> Sadece müzik endüstrisi global copyright ihlallerinden yılda 10,0 milyar dolar kaybetmektedir.<sup>68</sup> DVD korsanlığının İngiltere film endüstrisine maliyeti yaklaşık 500 milyon pound, ABD'ye maliyeti ise 2-3 milyar doları bulmaktadır.<sup>69</sup> Her bölümü ortalama 5.2 milyon kere indirilen Game of Thrones dizisi, dünyanın en çok korsanlığı yapılan yapımdır.<sup>70</sup> 2012'den beri Europol sahte ürünler sattıkları için 1.829 internet sitesine el koymuştur.<sup>71</sup>

GAO çalışmasında görüşülen sektör temsilcileri, teknolojiye değişim ve ambalajlamada artan beceri düzeyinin, taklit ve sahte ürünlerin giderek yaygınlaşmasına ve sektör oyuncularını kayda değer oranda olumsuz etkilemesine yol açtığını belirtmişlerdir.<sup>72</sup>

OECD'nin çeşitli ülkelerin gümrüklerinden derlediği bilgiye göre, fikri mülkiyet hak ihlallerine konu olan çok sayıda ürün vardır.

**Tablo 5. Fikri mülkiyet hak ihlallerine konu olan ürün örnekleri**

Sanayi Kolu	Fikri mülkiyet hak ihlallerine konu olan ürün örnekleri
Giyim eşyası, ayakkabı tasarımcı giysileri	Tiştörtler, şapkalar, kazaklar, pantolonlar, spor ayakkabıları, kasketler, çoraplar, botlar.
Görsel-işitsel, edebi ve benzeri telif hakkına konu olan eserler	Müzik, sinema filmleri, TV programları, (CD'ler ve DVD'ler), yazılım ürünleri, kitaplar, bilgisayar ve video oyunları.
Otomotiv	Motosikletler, motorlar, motor parçaları, kaporta parçaları, hava yastıkları, ön camlar, lastikler, rulmanlar, tamponlar, amortisör ve direksiyon sistemi parçaları, otomatik kayış gergi mekanizmaları, bujiler, fren balataları, debriyaj balataları, yağlar, filtreler, yağ pompaları, su pompaları, şasi parçaları, motor bileşenleri, aydınlatma ürünleri, kayışlar, hortumlar, silecek lastikleri, radyatör ızgaraları, contalama malzemeleri, contalar, iç döşeme ve aksesuarlar, fren hidroliği, sızdırmazlık ürünleri, dişliler ve dişli yatakları, antifrizler, silecek suları .
Kimyasal ürünler/ haşere ilaçları	Böcek ilaçları, yabancı ot ilaçları, mantar ilaçları, Pioneer Hi Bred mısır tohumları.
Tüketici elektroniği	Bilgisayar çevre birimleri (monitörler, kasalar, hard disk sürücüler), bilgisayar aksesuarları, web kameraları, uzaktan kontrol kumandaları, cep telefonları, televizyonlar, CD ve DVD çalarlar, hoparlörler, fotoğraf makineleri, kulaklık ve mikrofonlar, USB adaptörleri, traş makineleri, saç kurutma makineleri, ütüler, mikserler, blenderler, düdüklü tencereler, su ısıtma cihazları, fritözler, aydınlatma donanımı, duman detektörleri, saatler.
Elektrik donanımı	Enerji dağıtım bileşenleri ve transformatörler, şalterler, motorlar ve jeneratörler, gaz türbinleri ve hidrolik türbinler, türbin jeneratör sistemleri, röleler, zamanlayıcılar, devre kesici anahtarlar, sigortalar, dağıtım panoları, kablolama aksesuarları, piller.

<sup>66</sup> (GAO, 2010, s. 8)

<sup>67</sup> (NetNames, Sizing the piracy universe, 2013)

<sup>68</sup> (Department for Business, Innovation & Skills, Government welcomes Creative Content UK which will warn Internet users whose connections are being used to illegally share films and music, 2014)

<sup>69</sup> (The Wall Street Journal, Studios Struggle for Focus on Film Pirates' Booty, 2013)

<sup>70</sup> (The Hollywood Reporter, Game of Thrones Tops List of Most Pirated TV Shows, 2013)

<sup>71</sup> (Europol, 292 Internet Domain Names Seized For Selling Counterfeit Products, 2014)

<sup>72</sup> (GAO, 2010, s. 9).

Yiyecek ve içecek	Meyveler (kivi), konserve sebzeler, süt tozu, tereyağı, bebek maması, hazır kahve, alkollü içecekler, tatlı ve şekerlemeler.
Kişisel aksesuarlar	Saatler, mücevherat, gözlükler, valizler, el çantaları, deri eşyalar.
Eczacılık ürünleri	Kanser, AIDS, sıtma, osteoporoz, şeker hastalığı, yüksek tansiyon, kolesterol, kalp ve damar hastalıkları, obezite, bulaşıcı hastalıklar, Alzheimer, prostat, sertleşme bozukluğu, astım ve mantar enfeksiyonu ilaçları, antibiyotikler, anti-psikotik ürünler, steroidler, antiinflamatuvar haplar, ağrı kesiciler, öksürük şurupları, hormon ve vitaminler, saç bakım ürünleri ve kilo verdirci ürünler.
Tütün	Sigara, puro ve enfiye.
Tuvalet malzemeleri ve diğer ev temizlik ürünleri	Şampuanlar, deterjanlar, oda kokuları, parfümler, hijyenik pedler, cilt bakım ürünleri deodorantlar, diş macunları, diş bakım ürünleri, tıraş makineleri, jiletler, ayakkabı boyaları ve reçetesiz ilaçlar da dahil olmak üzere ev temizlik ve kişisel bakım ürünleri.
Diğer	Oyuncaklar, oyunlar, mobilyalar, (basket topları ve golf sopaları gibi) spor malzemeleri çıkartmalar, boyalı ve baskılı egzotik kumaşlar, kemer tokaları, yapışkan etiketler, bayraklar çakmaklar, masa örtüleri, çiçekler, kesme çiçekler, nitelik sertifikaları, zımparalama ve taşlama aletleri, sıhhi tesisat ürünleri (küvetler, lavabolar, klozetler), sofa eşyaları (tabaklar, kaseler bardaklar).

**Kaynak:** (OECD, 2008, s. 68)

### Taklit ve sahte ürünlerde menşei ve pazar

Taklit ve sahte ürünlerin menşei çok geniştir ve neredeyse tüm ülkelerde görülmektedir. Tüketim de hemen her ülkede görülmektedir. Bu yaygınlığa rağmen, sahteciliğin boyutları ve hangi ürünlerde yoğunlaştığı konusunda ülkeler arasında farklılıklar vardır.<sup>73</sup>

OECD çalışmasındaki sektör bazında veriler, sahteciliğin %80'inin 5 ülke kaynaklı olduğunu göstermektedir. Gümrüklerde, dört veya daha fazla sektörde sahtecilik tespit edildiği en fazla raporlanan ülkeler Çin, Rusya, Hindistan, Tayland, Tayvan, Türkiye, Ukrayna, Polonya, İtalya, Meksika ve Pakistan'dır.<sup>74</sup>

GAO tarafından incelenen ABD Sınır ve Gümrük Koruma verilerine göre de 2004-2009 arasında fikri hak ihlali tespit edilen ürünlerin menşelerine göre bakıldığında, %77 ile Çin öne çıkmaktadır. Çin'i %7 ile Hong-Kong, %2 ile Hindistan ve %1 ile Tayvan takip etmektedir.<sup>75</sup>

Europol tarafından yapılan bir çalışma taklit ürünlerde en büyük üreticinin Çin olmasına rağmen, bazı ülkelerin bazı ürünlerde uzmanlaştığına dikkati çekmektedir. Örneğin, ilaçta Hindistan, gıdada Mısır, parfüm ve kozmetikte Türkiye önemli üreticilerdir.<sup>76</sup>

AB tarafından yayımlanan istatistiklere göre fikri ve sınai mülkiyet hakkı ihlalleri gözlemlenen ürünlerin parasal değer olarak %72'si Çin'den gelirken, Hong-Kong menşeli ürünlerin payı %7,7 ve Türkiye kökenli ürünlerin payı %7,4'tür. Ürün sayısı olarak bakıldığında Türkiye'nin payı %3,7'dir.<sup>77</sup>

Çin'in fikri mülkiyet haklarının önemli olduğu sektörlerde üretiminin giderek artması ve kendi markalarını yaratması ancak, bu markaların da fikri mülkiyet hak ihlallerine maruz kalması, bu ülkenin fikri mülkiyet hakları korumasındaki tavrında değişikliklere yol açmıştır.<sup>78</sup> 2013 yılında Çin hükümeti tarafından ele geçirilen sahte ürünlerin değeri 173 milyar yuan (28 milyar dolar) olmuştur.<sup>79</sup>

<sup>73</sup> Farklı ülkeler hakkında ayrıntılı bilgi için (Zimmerman & Chaudhry, 2009) kitabından yararlanmak mümkündür.

<sup>74</sup> (OECD, 2008, s. 78).

<sup>75</sup> (GAO, 2010, s. 8)

<sup>76</sup> (Europol, 2015)

<sup>77</sup> (European Union, 2014)

<sup>78</sup> (Europol, 2015, s. 15)

<sup>79</sup> (Havocscope, 2013)

OECD'nin Japonya, Almanya, Yeni Zelanda ve ABD verilerini kullanarak oluşturduğu Toplulaştırılmış Ticarete Konu Taklit Ürün Endeksi (The Aggregated Trade-Related Index of Counterfeiting, ATRIC) ile taklit ve sahte ürün menşei olduğu bilinen ülkeler için, ürün faaliyetlerinin yoğunluğu ile orantılı olarak bir değer belirlenmektedir. Bu endekse göre Türkiye'nin performansı ortalamadır. Listenin en başında 3 puan alan Çin gelmektedir. Çin'i, Tayvan, Kore, Güney Afrika, Malezya ve Rusya takip etmektedir. Listenin sonunda 0,001 ile Suudi Arabistan ve Brezilya bulunmaktadır. Türkiye'nin puanı 0,821 ile gelişmiş ülkelere oranla kötü, fakat ilk sıralarda yer alan gelişmekte olan ülkelere oranla daha iyidir.<sup>80</sup>

Tüketiciler açısından ülkeler arasındaki farkın büyüklüğü, gelir ve satın alma gücü farklılıklarının yanı sıra kültürel özelliklerden de kaynaklanmaktadır.<sup>81</sup> Zimmerman & Chaudhry, taklit ve sahteciliğin batılı bir kavram olduğuna, örneğin Çin ve Hindistan'da bu tip ürünlerin ahlaki olarak sorunlu görülmediğine işaret eder.<sup>82</sup> ABD'li firma yöneticileri arasında yapılan mülakatlarda yöneticilerin üçte ikisinden fazlası, taklit ve sahte ürünlerin en fazla görüldüğü ülkelerde tüketicilerin taklit ve sahte almaya istekli olduklarını belirtmişlerdir. Gelişmekte olan ülkeler, taklit ve sahte ürünlerin üretiminde olduğu kadar tüketiminde de söz sahibidir.

Japonya Patent Ofisi'nin yaptırdığı bir çalışmaya göre Asya'da üretilen taklit ve kaçak ürünlerin %34'ü ülke içinde tüketilirken %66'sı ihraç edilmektedir. Asya dışındaki ülkelerde ise üretilen taklit ve kaçak ürünlerin %55'i ülke içinde tüketilirken geri kalanı ihraç edilmektedir. 2004-2007 arasında Rusya'da iç üretim ve tüketim, taklit ve kaçak ithalatının %150'sinden fazladır.<sup>83</sup>

Taklit ve sahte ürünler hemen her ülkede tüketilse de, gelişmekte olan ülkelerde daha sık görülmektedir. Bu yaygınlık, açık pazarların çokluğundan kaynaklandığı gibi, fikri hakların korunması konusundaki farkındalık ile yasal ve cezai çerçeveden de kaynaklanmaktadır.

Örneğin Orta Doğu'da otomobil aksamında sahtecilik çok yaygınken, kaçak ve taklit tütün ürünlerinin kullanımı Latin Amerika, Afrika ve Asya'da yaygındır. Sıkı denetimler nedeniyle birçok yerde sahteciliğin büyük ölçüde önüne geçilmişken, Afrika'da ilaçta sahtecilik insan sağlığı için hala tehdit yaratmaktadır. Müzik ve sinema eserleri ve yazılım ürünlerinin kullanımı özellikle tüm gelişmekte olan ülkelerde çok yaygındır. Yine tüm dünyada yaygın olan elektrikli aletler, gıda ve içecek ve ev müstahzarlarında Afrika, Asya ve Latin Amerika en önemli bölgesel pazarlardır.<sup>84</sup>

Europol tarafından dikkat çekilen bir başka nokta da yakalanma riskini azaltmak için AB içinde de taklit üretiminin artmakta oluşudur.<sup>85</sup>

### Taklit ve sahte ürünlerin satış mecraları

Taklit ve sahte ürünler hemen hemen tüm mecralarda satılabilmektedir. Bu ürünlerin en fazla görüldüğü yerler açık pazarlar ve diğer enformel satış mecralarıdır. İnternet üzerinden satışlarda taklit ve sahte ürünlerin artışı giderek ürkütücü boyutlara ulaşmaktadır.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha yaygın olan enformel satış mecraları sokak satıcıları, barlar ve kafeler, semt pazarları, araçla satışlar gibi çok çeşitli olabilmektedir. Çok daha az denetime tabi tutulabildikleri için taklit ve sahte ürünlerin tespit edilme riskinin yüksek olmadığı bu mecralarda en yaygın satılan ürünler CD/DVD, kıyafet ve aksesuarlardır.<sup>86</sup>

Uluslararası fuarlar da taklit ve sahte ürünlerin rahatlıkla satılabildikleri yerlerdir. Kısa süreli olması, fuar organizatörlerinin bu konuda yeterli bilgi ve deneyime sahip olmaması, orijinal ürünün hak sahiplerinin yabancı bir ülkede haklarını aramak konusunda karşılaştığı zorluklar, uluslararası fuarları taklit ve sahte ürünler açısından cazip kılmaktadır.

<sup>80</sup> (OECD, 2008, s. 162)

<sup>81</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 46)

<sup>82</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 52)

<sup>83</sup> (Frontier Economics, 2011, s. 22)

<sup>84</sup> (OECD, 2008, s. 81)

<sup>85</sup> (Frontier Economics, 2011)

<sup>86</sup> (OECD, 2008, s. 82).

**Tablo 6.** OECD Topluştırılmış Ticarete Konu Taklit Ürün Endeksi

	ATRIC değeri
Çin	3.000
Hong Kong,	2.957
Kore	2.580
Güney Afrika	2.539
Malezya	2.454
Rusya	2.328
Vietnam	2.318
Özbekistan	2.209
Pakistan	2.116
Birleşik Arap Emirlikleri	2.087
Estonya	2.002
Singapur	1.966
Litvanya	1.887
Filipinler	1.815
Tayvan	1.654
Panama	1.504
Tayland	1.257
Hollanda	1.090
Ukrayna	0.900
Türkiye	0.821
İtalya	0.791
Hindistan	0.765
Polonya	0.742
Jordan	0.697
Bulgaristan	0.674
Bahamalar	0.511
Endonezya	0.477
Guatemala	0.470
Macaristan	0.392
Almanya	0.320
ABD	0.235
Meksika	0.117
Fransa	0.091
İsrail	0.089
Kanada	0.024
Japonya	0.005
Finlandiya	0.002
Suudi Arabistan	0.001
Brezilya	0.001

Zincir mağazalar ve yasal mağazalarda taklit ve sahte ürünlerin satışı çok daha sınırlı olmasına karşılık, genelde bu mecralarda da bir artış olduğu belirtilmektedir. 2006'da Gallup tarafından tüketiciler arasında yapılmış bir kamuoyu araştırması, konfeksiyon, tasarım çantalar ve ayakkabılar, oyuncaklar, ilaç, içecek, tütün, mücevher ve parfüm gibi bir dizi taklit ve sahte ürünün yasal mağaza raflarında yer aldığını göstermektedir.<sup>87</sup>

İnternet üzerinden satışların artmasıyla, taklit ve sahte ürünlerin internet üzerinden satışında da hızlı bir artış görülmektedir. E-ticaret mecralarında satılan ürün miktarının yanı sıra satılan ürünlerin çeşitliliği de artmaktadır. Ev eşyasından mücevher, marka kıyafetler ve ilaca kadar bir dizi ürün, internet üzerinden taklit ve sahte ürün olduğunu bilerek satın alan tüketicilere olduğu kadar, orijinal ürün aldığını zanneden tüketicilere de satılmaktadır.<sup>88</sup> İnternet üzerinden satılan ürünlerde, cinsellik vb. alanlarda tüketicinin doğrudan satın almaya çekindiği ürünler özel bir yer tutmaktadır. Taklit ürün satan siteler Facebook gibi sosyal medya imkanlarından da yararlanmaktadır. Hatta taklit ürün satan internet sitelerinin giderek popülerleşmesiyle önemli ölçüde reklam geliri de elde ettikleri görülmektedir.<sup>89</sup> İnternet üzerinden sahtecilik yapanların kar oranının %900 civarında olduğu öne sürülmektedir.<sup>90</sup> İnternet üzerinden satışın yaygınlaşması karşısında Alibaba, eBay, Amazon gibi büyük siteler, taklit ve sahte ürün satışını önleyecek tedbirleri sıkılaştırmaktadırlar. Alibaba 2014 yılında 114 web sitesini veritabanından kaldırmıştır.<sup>91</sup>

IP Crime Group'un araştırmasına göre 2015'te sosyal medya üzerinden yapılan sahte ürün satışı, bir önceki yıla göre %15 artmıştır.<sup>92</sup> Google, 2014 yılında 524 milyon sahte ürün ve kötü amaçlı yazılım reklamını kaldırmış 7.000'den fazla reklamvereni sahte ürün tanıtımı yaptıkları için yasaklamıştır.<sup>93</sup> Facebook, 2,5 günlük bir süreçte 3.000'den fazla dolandırıcı reklamı kaldırmıştır.<sup>94</sup>

Mobil uygulamalar da sahtecilik konusunda hızla büyüyen bir endişe kaynağıdır. Tıpkısının aynısı kopya uygulamalar yasal veya karaborsa siteler üzerinden doğrudan satın alınabilmekte veya tüketicileri sahte ürün satın almaya, korsan yapımlar izlemeye ve kişisel bilgilerini çaldırmaya yönlendirmektedir. Sahte uygulama indirme sitesi Appbucket, 2014'te 700.000 dolar kar elde etmiştir.<sup>95</sup> Yaygınlaşmaya başlayan 3D yazıcılar da gelecekte, somut ve dijital sahtecilik arasındaki çizgileri bulanıklaştırabilir. 3D yazıcılar sayesinde somut objeler dijital dosyalar haline bir yerden bir yere taşınıp, 3 boyutlu bir yazıcıya sahip herhangi biri tarafından kademe kademe üretilebilecektir. Bu gelişme,

**Kaynak:** (OECD, 2008, s. 162).

<sup>87</sup> (OECD, 2008, s. 81-82)

<sup>88</sup> (OECD, 2008, s. 82)

<sup>89</sup> (Europol, 2015)

<sup>90</sup> (United Nations Office on Drugs and Crime, Transnational Organized Crime in East Asia and the Pacific, 2013)

<sup>91</sup> (2015 Situation Report on Counterfeiting in the European Union, Europol and the Office for Harmonization in the Internal Market, April 2015, p.36)

<sup>92</sup> (IP Crime Annual Report 2013/14, 2014)

<sup>93</sup> (Google, Fighting Bad Advertising Practices on the Web – 2014 Year in Review, 2014)

<sup>94</sup> (2015 Situation Report on Counterfeiting in the European Union, Europol and the Office for Harmonization in the Internal Market, April 2015, p.34)

<sup>95</sup> (Forbes, Mobile App Usage By The Numbers, 2014)

sahtecilerin yeni pazarlara ulaşmasına ve gümrükleri rahatça geçmelerine neden olabilir. 2018 yılı itibarıyla 3D yazıcılar nedeniyle kaybedilecek fikri haklar bedelinin 100 milyar doları geçebileceği ileri sürülmektedir.<sup>96</sup>

### Taklit ve sahte ürünlerin lojistiği

Taklit ve sahte ürünlerin yakalanmadan üretim noktasından tüketim noktasına sevk edilmesinde gümrükler önemli bir işlev görmektedir. Gümrüklerde, işlem gören mal miktarının boyutu karşısında görevli sayısının yetersizliği ve taklit ve sahte ürünlerin tespit edilebilmesinin zorlukları nedeniyle bu ürünlerin ülkeye girişi tam olarak engellenememektedir. Mevcut olan zorlukları aşmak için illegal ticaret yapanlar son derece yaratıcı yöntemler kullanabilmektedir. Bu yöntemlerin sık sık değişiyor olması, yakalamalarda ilave bir zorluk yaratmaktadır. Markasız ürünlerin ithal edilmesinin bir suç unsuru olmaması nedeniyle, marka taklitçiliğinde ürünün kendisi ile markaların birbirinden ayrılması gibi bir yol izlenebildiği de görülmektedir.<sup>97</sup> Asya ülkeleri ve Çin, taklit ürünlerin üretiminde en önemli ülkelerdir. Burada üretilen ürünlerin satış pazarlarına ulaştırılmasında Serbest Ticaret Bölgeleri önemli bir işlev üstlenmektedir. Ülkelerin gümrük sınırları dışında kalan serbest ticaret bölgeleri, mevzuattan kaynaklanan özellikleriyle taklit ve sahte ürünlerin üretim ülkesinden satış ülkesine ulaştırılmasında transfer noktaları olarak rol oynamaktadırlar.<sup>98</sup> Konteynır taşımacılığında hub olarak kullanılan Serbest Ticaret Bölgeleri, yüklerin değiştirildiği, yeniden etiketlendiği, dokümanların düzenlendiği, böylece ürünlerin menşeinin gizlenebildiği, hatta marka ve ambalajlama yapılarak üretim sürecinin son aşamalarının tamamlandığı yerler olarak kullanılmaktadır.<sup>99</sup>

Taklit ve sahte faaliyetlerinde yasal faaliyetlerde kullanılan taşıma yöntemleri kullanılmaktadır. Konteynırlar, hava yolu, tırlar ve demiryolu, yolcu beraberli ve posta, taklit ve sahte ürünlerin tüketiciye ulaşmasında kullanılan yöntemlerdir. Yakalanma durumunda büyük miktarda ürün kaybetmemek için posta tercih edilebilmektedir. 2013 yılında AB'de yapılan el koymaların yüzde 72'si posta yoluyla gönderilmiştir.<sup>100</sup> AB'de 2014 yılında el konulan ürünlerin %81'i posta ve kurye ile tüketiciye ulaştırılmaktadır.<sup>101</sup> Bu ürünler ağırlıklı olarak spor ayakkabı, çanta, cüzdan gibi aksesuarlar, giysi, güneş gözlüğü ve saatlerden oluşmaktadır. Posta yoluyla iletilen ürünler arasında ilaç arka arkaya 4 yıldır ilk sırada (%19) yer almaktadır.

Taklit ve sahte faaliyetleriyle iştigal edenler, yasaların uygulanmasından sorumlu kurumların faaliyetlerindeki gelişmeleri yakından takip ederek lojistik tercihlerini sık sık değiştirmektedirler.<sup>102</sup> Ürünler genel olarak dağıtım ve satış öncesinde şahsi depolama alanlarında (self service storage) saklanır; hatta bu alanlarda üretim sürecinin devam ettiği de görülür.<sup>103</sup>

### TAKLİT VE SAHTE ÜRÜNLERİN ETKİLERİ

Taklit ve korsan ürünlerin etkileri tüketici ve üreticiler üzerindeki mikro ekonomik etkilerden başlayıp ülke ekonomisine, hatta ülkenin sosyo-politik yapısına kadar uzanabilir. Bu çerçevede ihlallerin, inovasyon, büyüme, rekabet gücü, yaratıcılık, kültür, kamu sağlığı ve güvenliği, çevre, suç ve yozlaşma gibi toplum açısından son derece önemli olan bir dizi alanı etkilemesi düşünülebilir. Taklit ve korsan ürünlerin bu geniş alan üzerindeki etkisinin daha spesifik olarak ortaya konulabilmesi için her ne kadar öncelikle hak ihlallerinin boyutunun sağlıklı ve tatminkar biçimde ölçülmesi gerekiyorsa da, bu konudaki çabaların devam etmekte olduğunu dikkatten kaçırmayarak, taklit ve sahte ürünlerin etki alanları aşağıda anlatılmaktadır. Bu analiz, hak ihlallerinin boyutunun saptanmasından sonra yapılacak etki analizinin hangi alanları içermesi gerektiğine işaret etmektedir.<sup>104</sup>

Aşağıdaki tablo, sahte ve taklit ürünlerin tüketiciler, üreticiler, hükümet ve ülke ekonomisi üzerindeki olası etkilerini özetlemektedir. Bu tabloda ana başlıklar altında olası etkiler anlatılmıştır.

<sup>96</sup> (Gartner, Gartner Says Uses of 3D Printing Will Ignite Major Debate on Ethics and Regulation, 2014)

<sup>97</sup> (Europol, 2015, s. 27-28)

<sup>98</sup> (OECD, 2008, s. 82)

<sup>99</sup> (Europol, 2015)

<sup>100</sup> (2015 Situation Report on Counterfeiting in the European Union, Europol and the Ofce for Harmonization in the Internal Market, April 2015, p.36)

<sup>101</sup> European Commission: Report on EU Customs Enforcement of Intellectual Property Rights (2011-14)

<sup>102</sup> (Europol, 2015, s. 30)

<sup>103</sup> (Europol, 2015, s. 38)

<sup>104</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 3)

**Tablo 7.** Taklit ve sahte faaliyetinin ana olası etkileri

Etki alanı	Ana olası etkiler
Genel sosyoekonomik etkiler	
İnovasyon ve büyüme	— İnovasyon istekliliğinin azalması. — Orta ve uzun dönem büyüme oranlarına olası olumsuz etkiler.
Suç niteliği taşıyan faaliyetler	— Suç şebekelerine mali kaynak akışının artması, dolayısıyla bunların ekonomi üzerindeki etkisinin artması.
Çevre	— Düşük standartlı taklit ürünlerin olumsuz çevresel etkileri olabilir. — Taklit ve sahte ürün atıkları çevresel sonuçlar yaratır.
İstihdam	— İstihdamın hak sahibi firmalardan hak ihlali yapan ve genellikle daha kötü çalışma koşullara sahip firmalara kayması.
Doğrudan yabancı yatırım	— Doğrudan yabancı yatırım akışı üzerinde küçük, olumsuz etkiler; doğrudan yabancı yatırımın yapısı üzerinde olası etkiler.
Ticaret	— Sağlık ve güvenlik duyarlılığı yüksek ürünlerin ticaretinde olumsuz etkiler.
Hak sahipleri üzerindeki etkiler	
Satış hacmi ve fiyatlar	— Hak sahiplerinin satış hacimlerinde düşüş . — Fiyatlar üzerinde düşüş yönü baskı.
Marka değeri ve firma itibarı	— Marka ve firma değerinin yıpranması.
Telif hakları	— Hak sahiplerine telif hakkı akışının azalması.
Firma düzeyinde yatırım	— Ar-Ge ve diğer yaratıcı faaliyetler üzerinde olumsuz etkiler. — Firma düzeyinde yatırımların azalması.
Taklit ve sahtecilik mücadele maliyeti	— (1) Soruşturma faaliyetleri; (2) kamuoyunda farkındalık yaratma girişimleri; (3) Hükümetlere teknik destek; (4) hak ihlallerine karşı açılan davalar; (5) taklit ve sahte girişimlerini zorlaştırmak için ürün ambalajlarındaki değişiklikler ek maliyetlere yol açar.
Faaliyet alanı	— Hak sahiplerinin faaliyet alanlarını daraltması. — Piyasadan çekilme riskinin artması.
Tüketiciler üzerindeki etkiler	
Sağlık ve güvenlik riski	— Düşük standartlı ürünler hafif rahatsızlık yaratmaktan ölüm riski taşıyan durumlara kadar uzanan bir dizi sağlık ve güvenlik riski taşır. — Bilmeden taklit ve sahte ürün satın alan tüketiciler genellikle mağdur olur.
Tüketici refahı	— Bilerek taklit ve sahte ürün satın alan tüketiciler genellikle ürünün kalitesini gerektiği gibi değerlendirebilecek durumda değildir ve sağladıkları faydanın beklentilerinin altında kalması ciddi bir risktir.
Hükümet üzerindeki etkiler	
Vergi gelirleri	— Hak sahiplerinden alınan vergi ve (sosyal yardımlar gibi) diğer ödemelerin azalması. — Sahte ve taklit ürün üreticilerinden vergi ve diğer ödemelerin gerektiği gibi toplanamaması.
Taklit ve sahtecilik mücadele maliyeti	— Yapıtların uygulanması, kamuoyunda farkındalık yaratma girişimleri yasal çerçevenin geliştirilmesi ve güncel tutulması maliyetlere yol açar.

**Kaynak:** (OECD, 2008)

Yukarıdaki tabloda anlatılan olası etkiler, olumsuz etkilerdir. Genel sosyoekonomik etkiler ve hükümet üzerindeki etkiler olumsuz olacaktır. Bu olumsuz etkiler dışında, hükümetler ve genelde toplum üzerinde olumlu olarak nitelenebilecek bir etkisi söz konusu değildir. Fakat, hak sahipleri ve tüketiciler için bu olumsuz etkilerin yanı sıra bazı olumlu etkileri de belirlemek mümkündür. Tüketiciler açısından, taklit ve sahte ürünlerin, orijinal ürünlerden daha ucuz olmasının tüketici bütçesi içinde bu ürünlere ayrılan payın daha düşük olmasına yol açması beklenebilir. Hak sahipleri açısından ise, tüketicinin taklit üründen çeşitli kopyalar denedikten veya bu yolla marka ile tanıştıktan sonra orijinal ürüne yönelmesi ve orijinal ürün satışının artması, olumlu bir etki olarak mümkündür. Bu etkilerin bir bölümü hemen kısa vadede ortaya çıkacak olmasına rağmen, birçok etki ancak orta ve uzun vadede görülebilecektir. Tabloda dikkat çeken bir husus etkilerin bir çoğunun uzun vadede ortaya çıkıyor olmasıdır. Bu nedenle, bu etkiler öngörülerek, henüz olumsuz sonuçlar ortaya çıkmadan önce mücadelenin başlatılması önem kazanmaktadır.

**Tablo 7.1.** Taklit ve sahte faaliyetinin ana etki alanlarına olası etkilerinin zamanlaması

	Kısa dönemde	Orta ve uzun dönemde
Genel sosyoekonomik etkiler		İnovasyon ve büyüme Suç niteliği taşıyan faaliyetler Çevre İstihdam Doğrudan yabancı yatırım Ticaret
Hak sahipleri üzerindeki etkiler	Satış hacmi ve fiyatlar Telif hakları	Satış hacmi ve fiyatlar Marka değeri ve firma itibarı Firma düzeyinde yatırım Taklit ve sahtecilikle mücadele maliyeti Faaliyet alanı
Tüketiciler üzerindeki etkiler	Sağlık ve güvenlik riski Tüketici refahı	Tüketici refahı
Hükümet üzerindeki etkiler		Vergi gelirleri Taklit ve sahtecilikle mücadele maliyeti Yolsuzluk

**Kaynak:** (OECD, 2008)

Taklit ve sahte ürünlerin üretici ve tüketiciler üzerindeki refah kayıpları, araştırma ve geliştirme faaliyetlerini azaltan etkisi de dikkate alındığında, ekonomi üzerindeki uzun dönem net etkisinin olumsuz olacağı kabul edilmektedir.<sup>105</sup>

## EKONOMİK ETKİLER

Taklit ve sahte ürünlerin ekonomik etkileri tüketiciler, hak sahipleri/orijinal ürün üreticileri, ulusal ekonomi başlıkları altında incelenebilir.

Taklit ve sahte ürünlerin en büyük etkisi orijinal ürün üreticileri ile bu ürünlerin üretilmesi sürecinde girdi sağlayan ve orijinal ürünlerin dağıtım, satış ve pazarlamasını yapanlar üzerindedir.

Taklit ve sahte ürünlerin orijinal ürünün yerini alması nedeniyle orijinal ürün satışlarının düşmesi muhtemeldir. Satışlardaki bu düşüş özellikle tüketicilerin tamamen kandırıldığı durumlar için geçerlidir. Tüketicilerin sahteciliğin farkında olarak, ucuzluğu nedeniyle taklit ve sahte ürünleri satın aldığı durumlarda, orijinal ürünün satış miktarlarının ne oranda düşeceğini önceden net olarak söyleyebilmek zordur. Bu söz konusu ürünün talebinin fiyat esnekliğine bağlı olacaktır. Bu nedenle lüks ürünlerde, satış hacmi kaybı az olurken, ilaç gibi ihtiyaç ürünlerinde daha fazla olacağı açıktır.

Taklit ve sahte ürün satın alanların, orijinal ürünü satın alabilecek bir gelir düzeyine sahip olmadıkları için aslında bu ürünlerin orijinal üretici için bir satış düşüşüne yol açmadığı da ileri sürülebilir. Taklit, sahte ve kaçak ürün

<sup>105</sup> (GAO, 2010, s. 85-86)

piyasası başlıklı bölümde anlatıldığı gibi tüketicilerin büyük bölümünün bu tür ürünleri seçmesinin nedeni ürünlerin ucuzluğu ve zaten tüketici bütçesinin orijinal ürünü satın almak için yeterli olmamasıdır. Bu durumda, orijinal ürün üreticileri için satışların azalmasının önemli bir kayıp olması, ilk başta düşünüldüğünden daha düşük bir marjda gerçekleşecektir.

Orijinal ürünün satışının azalıyor olması durumunda, bu ürünün üretimi için girdi sağlayan tedarikçilerin ve bu ürünlerin dağıtım, satış ve pazarlamasını yapan firmaların satışlarının azalması da söz konusu olabilecektir.

Ancak, şaşırtıcı bir biçimde olası olumlu etkilerden de söz etmek mümkündür. Örneğin satın alma gücünün düşük olduğu pazarlar için taklit ürün, sonradan orijinal ürün için bir giriş yolu olabilmektedir.<sup>106</sup> Bu özellikle teknoloji gibi sınırlı sayıdaki sektörde görülmektedir.

Tüketicilerin, zaman içinde orijinal ürün satışlarında artışa yol açması ihtimalini de düşünmek gerekir. Bu ihtimal özellikle yazılımda olduğu gibi ürünlerin yol bağımlılığı yarattığı durumlarda geçerlidir. Bu konuda yapılmış çalışmalar kuramsal olarak orijinal ürünün satışlarının artabileceğini ortaya koysa da bu bulguyu destekleyen güvenilir sayısal araştırmaların eksikliği dikkati çekmektedir.<sup>107</sup>

Tüketicilerin tamamen aldatılması ve orijinal ürün yerine sahtesini alması durumunda, satın alınan sahte ürünün orijinali ile aynı kalitede olmaması, beklentileri karşılanmayan tüketicide memnuniyetsizlik yaratarak marka itibarını zedeler. Ayrıca bazı lüks ve tasarım ürünlerde, sahte ürünün çok fazla satılıyor olması, orijinal ürün kullanıcılarının orijinal ürününden uzaklaşmasına yol açabilir.

Taklit ve sahte ürünler, orijinal marka için mücadele maliyetlerine de yol açar. Orijinal ürünü sahtesinden ayırt edebilmek için geliştirilen özel etiketler, ambalajlar, tasarım değişiklikleri, sahteciliğin tespit edilmesi için yapılan inceleme ve araştırmalar, dava süreçleri, avukat ve mahkeme giderleri, PR kampanyaları ve marka itibarını korumak için bilmeden sahte ürünü almış olan tüketicinin mağduriyetini giderme gibi orijinal ürün üreticisinin katlanmak zorunda kaldığı ilave maliyetler, oldukça yüksek seviyelere çıkabilmektedir.

Sophic Capital'ın "Counterfeiting 2014" başlıklı raporuna göre 2013 yılında küresel sahteciliğe karşı ambalajlama için 57 milyar dolar harcanmıştır. Bu maliyetin 2020 yılında 143 milyar dolara çıkabileceği tahmin edilmektedir. Dünya çapında güvenlik için yapılan baskı (barkodlar, hologramlar, özel mürekkepler, vb.) harcamalarının 2018 yılında 35.3 milyar dolarlık bir hacme ulaşacağı öngörülmektedir. Sadece ilaç sektöründe kullanılan küresel sahteciliğe karşı teknolojiler pazarı 1.1 milyar dolara ulaşmıştır.<sup>108</sup>

Ayrıca bugün mobil aletlerin, sosyal medyanın ve yeni genel seviye internet adreslerinin (.com, .net, .org, vb.) aşırı hızlı şekilde artması çevrimiçi dünyayı parçalara bölmekte, bu nedenle markalar sadece sahtecilikle değil, kimlik avcılığı, sayfa ele geçirme, trafiği başka sitelere yönlendirme ve buna benzer diğer çevrimiçi sahtekarlıklarla da uğraşmak zorunda kalmaktadır. İnternet alan adlarının önceden alınıp satış amacıyla elde tutulması, marka sahiplerine marka başına her sene 1 milyon dolara mal olmaktadır.<sup>109</sup>

Çokuluslu marka sahipleri, taklit ve kaçak ticareti yüzünden gelirlerinin yaklaşık %10'unu kaybetmektedir.<sup>110</sup>

Bu etkiler dikkate alındığında, genelde olumsuz etkilerin olumlu etkilere oranla daha ağır basacağını ve orijinal ürün üreticilerinin olumsuz etkileneceğini söyleyebiliriz. Taklit ve sahte ürünlerin, yasal üreticiler üzerindeki etkileri, kuramsal olarak net negatif etkiye işaret ederken yapılan saha araştırmaları da aynı doğrultuya işaret etmektedir.

## Tüketiciler üzerindeki etkileri

Taklit ve sahte ürünlerin tüketici üzerindeki etkileri, ekonomik ve ekonomi dışı olanlar olarak iki grupta değerlendirilmelidir. Ekonomik etkilerde belirleyici olan tüketicinin ödediği fiyat iken, ekonomi dışı etkilerde ürünün standart dışı olmasının yol açabileceği sağlık ve güvenlik kayıpları belirleyicidir. Ekonomik etkiler pozitif ya da negatif olabilirken, ekonomi dışı etkiler negatif olacaktır.

Tüketici üzerindeki ekonomik etkileri değerlendirirken, söz konusu ürünün temel ürün mü, yoksa lüks ürün mü olduğu ve bu ürünü alırken tüketicinin kandırılıp kandırılmadığı önemlidir.

<sup>106</sup> (Hoorens, et al., 2012).

<sup>107</sup> (OECD, 2008, s. 143)

<sup>108</sup> (Sophic Capital, Counterfeiting, 2014)

<sup>109</sup> (Netnames Report: Counting the Cost of Counterfeiting, 2015)

<sup>110</sup> (Zurich, Risk Nexus: Counterfeit products: new risks in global value chains, 2014)

Kandırıldıklarının farkında olmayan tüketiciler, orijinal ürün fiyatını ödeyerek satın aldıkları taklit, sahte ve kaçak ürünlerin kalitesinin düşük olması nedeniyle önemli bir refah kaybına uğrarlar. Diğer taraftan, taklit, sahte ve kaçak ürün satın aldıklarının farkında olarak, daha düşük bir fiyat ödedikleri için bu tür ürünleri tercih eden tüketiciler, aldıkları ürünün kalitesinin orijinal ürüne oranla daha düşük olacağını da farkındadırlar. Bu noktada tüketiciler daha yüksek kalite –yüksek fiyat ve daha düşük kalite –düşük fiyat arasında bir tercih yaparlar.

Taklit ve sahte ürün satın aldıklarının farkında olarak, daha düşük bir fiyat ödemeyi tercih ettikleri için bu ürünleri satın alan tüketicilerin düşük kalite nedeniyle satın aldıkları üründen bekledikleri verimi hiç alamamaları durumunda, ikinci kez para ödeyerek orijinal ürünü satın almak zorunda kalmaları, bütçelerinden çok daha fazla bir miktarı ayırmış olmalarına yol açar.

Taklit ve sahte ürünlerin kalitesinin çok kötü olmadığı, fiyatlarının orijinal ürünlere kıyasla bir hayli daha ucuz olduğu durumlarda, bu ürünlerin tüketici refahına olumlu katkı yaptığı da düşünülebilir.

Uzun dönemde ise taklit ve sahte ürünlerin tüketici refahı üzerindeki etkisi, orijinal ürün üreticisi firmanın inovasyon ve ürün geliştirme faaliyetlerini azalttığı için negatif, orijinal ürün üreticisi firmanın fiyatlama stratejisi üzerinde baskı oluşturduğu için pozitif olabilir. Taklit ve sahte ürünlerin, sahteciliğin farkında olarak, ucuzluğu nedeniyle satın alındığı durumlar orijinal ürün üreticilerinin fiyatlama stratejileri üzerinde de etkili olacak; fiyatlar üzerinde baskı oluşturacaktır.

Tüketici refahı üzerindeki etkiler, kuramsal olarak net bir doğrultuya işaret etmemektedir. Bu nedenle net etki ancak ölçümlemeyle ortaya çıkartılabilir. Ancak, bu alandaki güvenilir çalışmaların eksikliği dikkati çekmektedir. Bu tür ölçümlerin yapılabilmesi için her şeyden önce elde taklit ve sahte ürünlerin büyüklüğüne ilişkin sağlıklı ve güvenilir veri olması gerektiğini bir kez daha not etmek gerekir.

IP Crime Group'un raporuna göre tüketicilerin %19'u, orijinal ürünün fiyatı çok yüksekse sahtesini almanın kabul edilebilir olduğunu söylemektedir.<sup>111</sup> Avrupalıların %34'ü para harcamamak için sahte ürün almanın anlaşılabilir olduğunu söylerken, %38'i de kapitalist düzene karşı bir protesto olarak korsanlığın meşru görülebileceğini belirtmektedir.<sup>112</sup> Ne var ki; G20 ülkelerinde yılda tahminen 3.000 insan sahte tüketici malları yüzünden hayatını kaybetmektedir.<sup>113</sup>

## Ulusal ekonomi üzerindeki etkileri

Taklit ve sahte ürün piyasası, ülke ekonomisi üzerinde kamu gelirlerindeki azalmadan, ülkeye gelen doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının düşmesi, Ar-Ge ve inovasyona dayalı gelişiminin yavaşlamasına kadar bir dizi olumsuz etki yaratır.

## Vergi gelirleri

Taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasında sürdürülen faaliyetler, kayıt dışı olması nedeniyle hükümetler için önemli vergi kayıplarına yol açar. Bu çıkarsama genel olarak doğru olmakla birlikte patent hakkı ihlallerinde vergi kaybı büyük olmayabilir. Taklit ve sahte ürün piyasasının tamamen vergi dışı olduğunu da düşünmemek gerekir. Ancak yasal faaliyete oranla büyük bir vergi kaybı olacağı aşikardır. Vergi kaybı, en fazla satış vergilerinin yüksek olduğu tütün ve alkollü içecekler sektörünü etkilemektedir. Ayrıca özellikle kaçak piyasasının varlığı vergi kaybının temel sorun alanını teşkil etmektedir. Kayıt dışı olan kaçak piyasasında ortaya çıkan vergi kayıpları ekonomi açısından en önemli kayıplardan birini temsil etmektedir.

Taklit ve sahte ürün piyasasında sürdürülen faaliyetlerin yol açtığı vergi kayıplarını ölçmek için yapılan araştırmalarda kullanılan modelin değişkenlerinin, Orijinal ürün üzerindeki etkileri ve Tüketiciler üzerindeki etkileri bölümlerinde bahsedilen firma ve tüketici davranışlarına duyarlı yapısı nedeniyle çeşitli hesaplama zorlukları olsa da, yapılan çalışmalar devletler için önemli vergi kayıplarına işaret etmektedir.<sup>114</sup>

Kamu açısından taklit ve sahte ürün piyasasının mevcudiyeti sadece vergi kayıplarına yol açmaz; bu tür faaliyeti

<sup>111</sup> (IP Crime Group, IP Crime Annual Report 2013/14, 2014)

<sup>112</sup> (OHIM, European Citizens And Intellectual Property: Perception, Awareness And Behaviour, 2013)

<sup>113</sup> (European Journal of Business and Management, The Impact of Trading Counterfeited Vehicle Spare Parts across the Local Supply Chain: Case of Moshi Municipality, 2014)

<sup>114</sup> Bu konudaki bazı araştırmalar için bk.: (OECD, 2008, s. 153)

önleyebilmek için gümrükler ve poliste alınan önlemler ve yargılama süreçleri nedeniyle, aksi halde söz konusu olmayacak ilave masrafları da üstlenmek zorunda kalırlar. Bu ilave maliyetler de düşünüldüğünde, taklit ve sahte ürün piyasasının kamu maliyesi üzerindeki net etkisinin olumsuz olacağını söyleyebiliriz. Net büyüklük, kayıt dışı faaliyetlerin hiç şüphesiz hangi ürünlerde olduğuna ve bu ürünlerdeki vergi oranlarına bağlı olarak belirlenmelidir.

### Teknoloji geliştirme ve büyüme

Zaman alan, maliyetli ve riskli süreçler olan Ar-Ge, teknoloji geliştirme ve inovasyonu teşvik eden bir iş ve yatırım ortamının en önemli koşulu fikri mülkiyet hakkı korumasının güçlü olmasıdır. Fikri mülkiyet hakkı korumasının güçlü olmaması, taklit ve sahte ürün faaliyetleri için elverişli bir ortam yaratır. Taklit ve sahte ürün ekonomisinin yol açtığı en önemli ekonomik kayıp, yüksek ve sürdürülebilir büyümenin temel belirleyicisi olan Ar-Ge, teknoloji geliştirme ve inovasyon faaliyetlerini azaltmasıdır. Bu konuda yapılan çalışmalar taklit ve sahte ürün ekonomisinin boyutu ile kişi başına gelir artış arasında güçlü bir negatif etkiye işaret etmektedir.<sup>115</sup>

Araştırmalar, taklit ve sahte ürün ekonomisinin boyutu ile kişi başına gelir arasında ters U biçimli bir ilişkiye işaret etmektedir. Az gelişmiş ülkelerin sermaye birikimi ve teknolojisi az olduğundan taklit ve sahte ürünlerin üretimini sınırlamaktadır. Ekonomilerin gelişmesiyle birlikte ülkelerin üretim kapasitelerindeki artışa paralel olarak taklit ve sahte ürün üretim kapasiteleri de gelişmektedir. Fakat kurumsal kapasite ekonomik gelişme sürecine ayak uyduramamakta, fikri mülkiyet hakları koruması çerçevesindeki zafiyet, taklit ve sahte ürünler için elverişli bir zemin sağlamaktadır. Ekonomiler geliştikçe fikri mülkiyet haklarının korunmasının önemi anlaşılmakta, ilgili mevzuat güçlendirilmekte ve uygulamadaki sorunlar giderilmektedir. Böylece belli bir gelişmişlik seviyesinden sonra taklit ve sahte ürünlerin ekonomi içindeki ağırlığı azalmaktadır. Fikri mülkiyet hakları koruması çerçevesindeki zafiyet, orta gelir seviyesindeki ülkelerin taklitçilikle, yeni teknolojiili ürünleri bu ürünler için gereken lisans, patent vb masraflarına girmeden üretebilmelerini ve böylece gelirlerini artırmalarını olanaklı kılabilir.<sup>116</sup> Fakat ülkeler belli bir gelir seviyesine ulaştıktan ve artık taklit edilecek teknoloji kalmadıktan sonra, daha fazla büyümenin yolu teknoloji üretmekten, bunun da yolu fikri mülkiyet haklarının korunmasının iyileştirilmesinden geçer. OECD taklit ve sahte ürünlerin üretiminin azalacağı eşğin 25.000 dolar civarında gerçekleşeceğini hesaplamaktadır.<sup>117</sup>

### İstihdam

Taklit ve sahte üretim faaliyetlerinin en önemli ekonomik etki alanlarından birisi istihdamdır. Bu tür faaliyetlerin mevcudiyeti, istihdamın yasal alandan yasal olmayan alana kaymasına yol açar. Bu kayma ile birlikte, daha yüksek gelirlri, iş güvenliği ve sosyal koruması olan, işyeri ve işçi sağlığına önem verilen işler, tam tersine düşük ücretli, her türlü güvenceden yoksun ve tehlikeli işlerle yer değiştirir. Bu durum, söz konusu taklit ürünün lüks ürün olması durumunda da geçerlidir. Taklit ve sahte ürünlerin ulusal ekonomide üretilmeyip yurt dışından gelmesi durumunda ise istihdamın tamamen başka ülkelere kaybedilmesi ihtimali de ortaya çıkar.

Sektör bazlı çalışmalar, istihdam kayıplarının önemli olacağını ortaya koymaktadır.<sup>118</sup> Örneğin IDC tarafından yapılan bir araştırmada sahte yazılımın dünya çapında %40'dan %30'a indirilebilmesi durumunda 1.5 milyon ilave istihdam yaratılabileceği hesaplanmıştır. Bu hesaplamalarda, yasal alandaki istihdam kaybının yasal olmayan faaliyetlere kayacağı dikkate alınmamıştır. Ancak bu kayma dikkate alınsa bile, işlerin niteliği itibariyle, nihai etkinin negatif olması beklenir.

### Yabancı sermaye yatırımları

Taklit, sahte ve kaçak ekonomisinin doğrudan etkide bulunduğu bir alan da yabancı sermaye yatırımlarıdır. Çok uluslu şirketlerin yatırım stratejileri dikkate alındığında, fikri mülkiyet hakkı korumasının zayıf olduğu ülkelerde üretim ve Ar-Ge merkezleri kurmaya yönelmedikleri, buna karşılık satış ve dağıtım ağıları kurmakla yetindikleri görülmektedir. A.T. Kearny tarafından 2005 yılında yapılan bir çalışma, fikri mülkiyet hakkı korumasının yabancı sermaye yatırımlarının gerçekleştirileceği yerlerin belirlenmesinde etkili olduğunu göstermiştir.<sup>119</sup> Ancak Hoorens, FDI (doğrudan yabancı sermaye yatırımı) ile taklit ve sahte faaliyet ilişkisinin, analize dahil edilmeyen değişkenlerin varlığı nedeniyle dikkatli yorumlanması gerektiğine dikkat çekmiştir.<sup>120</sup>

<sup>[1]</sup> Bu konuda çeşitli ülkeler için yapılmış çalışmalar hakkında özet bilgi (OECD, 2008, s. 137-138) bulunabilir.

<sup>[2]</sup> İlaç, yazılım ve kitap gibi alanlarda fikri mülkiyet haklarının ihlal edilmesinin yol açabileceği ekonomik avantajlar için (OECD, 2008, s. 154) bakılabilir.

<sup>[3]</sup> (OECD, 2008, s. 109)

<sup>[4]</sup> Taklit ve sahte üretim faaliyetlerinin yol açtığı istihdam kaybı hakkında yapılmış araştırmalarla ilgili bir özet (OECD, 2008, s. 139) bulunabilir.

<sup>[5]</sup> (OECD, 2008, s. 140)

<sup>[6]</sup> Hoorens, et.al., 2012, s.34

### Dış ticaret

OECD, taklit ve sahte ekonomisinin dış ticaret yapısı üzerinde bozucu etkisi olduğunu belirtirken veri sorunları nedeniyle dış ticaret hacmi üzerindeki etkisini belirlemeye dönük bir çalışmanın bulunmadığına dikkat çekmiştir. Taklit ve sahte ürünlerin ihracattaki yoğunluğunu temel alan ATRIC endeksleri kullanılarak yapılan ekonometrik analizde, taklitçilik ile toplulaştırılmış ihracat rakamları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Buna karşılık OECD, eğer bir ülke taklit ve sahte ekonomisinin yaygınlığı ile biliniyorsa, bu ülkenin insan sağlığı açısından tehlikeli ve kalitesiz ürünlerinin ihracatının olumsuz etkilenebileceğine dikkat çekmiştir. Taklit ve sahte ihtimalinin dış ticaret üzerindeki etkisinin marjinal olması muhtemelen taklit ve sahte olgusunun tüm sektörlerde ve tüm ülkelerde görülmesinden kaynaklanmaktadır. Taklit ve sahte ürünler ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi inceleyen başka bir çalışmaya rast gelinmemiş olmasına rağmen, fikri haklar koruma rejiminin zayıf olmasının iki ülke arasındaki ticareti azaltıcı etki yaptığını gösteren araştırmalar mevcuttur.<sup>121</sup>

### EKONOMİ DIŞI ETKİLERİ

Sahte ve taklit ürünlerin yol açtıkları ekonomi dışı maliyetlere dikkat çeken akademik çalışmaların yanı sıra, bir ABD kurumu olan GAO'nun ve çokuluslu bir kuruluş olan OECD'nin yaptığı vurgu ön plana çıkmaktadır. Ekonomi dışındaki etkilerin önemi, her şeyden önce taklit ve sahte ürünlerin yaygınlığından kaynaklanır.

Taklit ve sahte ürünlerin sadece lüks ürünlerle sınırlı olmayıp kozmetikten ilaca, elektronikten otomobil aksamına kadar bir dizi alanda geçerli olması, konunun sadece bir ekonomik sorun olmayıp insan ve çevre sağlığı ve güvenliği açısından da çok önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Sorunlar sadece bu ürünlerin kullanılması ile sınırlı kalmamakta, yasa dışı üretim süreci işçi sağlığı ve iş yeri güvenliğinden, kamu sağlığına; iş güvencesinden çevre, rüşvet ve yolsuzluklara; suç örgütlerinin güçlenmesine kadar bir dizi alanda toplumsal hayatı olumsuz etkilemektedir.

Örneğin, otomotiv sektöründe orijinal markanın yerine taklidinin kullanılabilirdiği parçalar arasında fren, hidrolik, motor, süspansiyon, hava yastığı gibi parçaların bulunması, çok vahim sonuçlara neden olabilecek güvenlik endişeleri doğurmaktadır. Elektronik aksamda sahtecilik elektrik kontaklarına ve yangınlara yol açabilmektedir. Gıda ve içecek sektöründe ciddi hastalıklar ya da ölümler görülebilmektedir. Yanlış etken madde kullanılan ya da etken maddelerin yanlış oranlarda kullanıldığı sahte ilaçlar hastalarda ölümlere neden olabilmekte, malarya, tüberküloz, HIV/AIDS gibi hastalıklarla mücadeleyi zorlaştırabilmektedir.<sup>122</sup>

### Çevre

Taklit ve sahte ürünler, üretim faaliyetinden ürünün kullanılmasına ve yakalandığında imhasına kadar bir dizi alanda negatif çevresel etkilere yol açar. Birçok ülkede gübre ve tarımsal ilaçta sahte ürün çok vahim sonuçları olan çevre sorunlarına ve tarımsal üretim kayıplarına yol açabilmektedir.<sup>123</sup>

### Suç örgütleri ve yozlaşma

Taklit, sahte ve kaçak piyasasında kar oranlarının çok yüksek, yakalanma riskinin düşük ve alınan cezaların nispeten az olması, bu faaliyetleri suç örgütleri açısından cazip kılmaktadır. Birçok durumda taklit ve sahte faaliyetleri zaten çok sayıda kişinin katılımını gerektiren büyük çapta organizasyonlardır. Tekstil, aksesuarlar, elektrikli ve elektronik aletler gibi taklit ürünlerin Çin başta olmak üzere Asya ülkelerinde üretilip, birçok ülkeden geçerek nihai tüketiciye ulaştığı dikkate alındığında bu sürecin çokuluslu büyük bir örgütlenme ile gerçekleştirilebileceği ortaya çıkar. Bu tür taklit ve sahte faaliyetlerinde yer alan suç örgütlerinin buradan elde ettikleri kazançları, başka suçlar için harcamayacaklarını düşünmek için de bir neden yoktur. Bu nedenle taklit ve sahte faaliyetleri, bazı bireylerin geçimlerini sağlamak için yürütmek zorunda oldukları küçük suçlar olarak görülmemelidir.

(Spink & Fejes, 2012) taklit ürünlerin küçük kabahatler olarak görülmesinin artık çok gerilerde kalan bir durum olduğuna, Dünya Gümrük Örgütü'nün 2006 yılında taklit ürünleri 21. Yüzyılın suçu olarak tanımladığına dikkat

<sup>[1]</sup> (OECD, 2008, s. 141)

<sup>[2]</sup> (OECD, 2008, s. 148-150)

<sup>[3]</sup> (OECD, 2008, s. 138)



çeker. Taklit ve kaçak ürünlerin organize suç örgütleriyle ilişkisi, bu ürünlerle mücadeleyi hükümetler açısından daha da öncelikli kılmıştır. Gerek taklit ve sahte faaliyetlerinin tüm ülkelerde görülmesi, gerekse bu faaliyet zincirinin uluslararası niteliği taklit ve sahte ürünlerle etkin mücadele etmek için uluslararası işbirliğini de şart kılmaktadır.

Taklit, sahte ve kaçak ekonomisiyle iştiğal edenlerin yakalanma riskini azaltma ve cezalandırmadan kaçınma için başvurdukları rüşvet, şantaj vb faaliyetler, kamuda yozlaşma ve kamu hizmetlerinin kalitesinde düşüşe yol açar.

Taklit ve kaçak ürünlerdeki endişe verici artışa dikkat çeken Europol (European Police Office- Avrupa Polis Ofisi) taklit ürünlerin üreticiler ve tüketiciler üzerindeki zararları ve organize suç örgütleriyle bağlantılarının biliniyor olmasına rağmen, AB çapında suçla ilişkili boyutunun hala tam olarak bilinemediğinden yakınmakta ve taklit ürünlerden elde edilen karların organize suçun finansmanında kullanıldığına dikkat çekmektedir. Farklı ülkelerdeki organize suç örgütlerinin birlikte çalışmanın getireceği sinerjinin farkında olarak işbirliklerini arttırdıkları görülmektedir.<sup>124</sup>

## TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASI<sup>125</sup>

Yarattığı ekonomik etkiler bir tarafa, düşük kaliteli malzemeden yapılan ve standartları düşük olan taklit ürünler, insanlar için ciddi sağlık ve güvenlik riskleri oluşturabilmektedir. Gerek ekonomik, gerek ekonomi dışı nedenler, taklit, sahte ve kaçak piyasası araştırmalarını önemli kılar.

Türkiye de bu çerçevede önemli ülkelerden birisidir. Taklit ve sahte ürünler konusunda Türkiye'nin diğer ülkelerle karşılaştırmalı analizi için OECD ATRIC endeksinden yararlanılabilir. OECD tarafından Almanya, Japonya, Yeni Zelanda ve ABD'nin taklit ve sahte ürünlere ilişkin yakalama istatistiklerinden geliştirilmiş olan ATRIC endeksi ile taklit ve sahte ürün menşei olduğu bilinen ülkeler için, taklit ve sahte ürün faaliyetlerinin yoğunluğu ile orantılı olarak bir değer belirlenmektedir. Bu endekse göre Türkiye'nin puanı 0,821 ile gelişmiş ülkelere oranla kötü, fakat listenin ilk sıralarında yer alan Çin, Tayvan, Kore, Güney Afrika, Malezya, Rusya gibi ülkelere oranla daha iyidir.<sup>126</sup>

Zimmerman ve Chaudhry tarafından ABD'de farklı sektörlerdeki firmaların yöneticileri ile görüşülerek yapılan bir analizde, bu yöneticilere ürünlerinde taklit ve sahteciliğin en fazla olduğu iki ülkeden biri sorulduğunda belirtilen 12 ülkeden birisi Türkiye'dir. Diğer ülkeler Brezilya, Çin, Almanya, Japonya, Meksika, Filipinler, Kore, Tayvan, Tayland, ABD ve Venezuela'dır.<sup>127</sup>

Sahte veya sahte malların gönderildiği ülkeye göre sıralandığı Dünya Gümrük Örgütü raporlarında, Türkiye'nin Çin, Hong-Kong ve Hindistan'dan sonra dördüncü sırada yer aldığı göze çarpmaktadır.

OECD ve EUIPO'nun (European Union Intellectual Property Office- Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi) "Sahte ve Korsan Ürün Ticareti ve Ekonomik Etkisi" isimli son raporu ise Türkiye'nin sahte ürünlerde dünya ikinciliğine yükseldiğini göstermektedir. Nisan 2016'da yayınlanan ve 2011- 2013 yıllarını kapsayan rapora göre Türkiye, dünyanın en büyük sahte üreticisi Çin'in ardından ikinci sıradadır. Rapora göre sahte üretim Çin ihracatının %0,99'unu, Türkiye ihracatının ise %0.98'ini oluşturmaktadır.)

Bu çalışmaların da gösterdiği gibi, taklit ve sahte ürünler konusunda Türkiye küresel ölçekte önemli ülkelerden birisidir. Bu önemine rağmen, konu hakkında kapsamlı çalışmalar oldukça azdır. Türkiye'de taklit ve sahte ürünler daha çok güncel medya haberlerinde kendisine yer bulmaktadır.

Türkiye'de taklit ve sahte ürün piyasası ile ilgili yapılmış iki kapsamlı araştırma bulunur: Bunlardan ilki Marka Koruma Grubu desteğiyle 2008 yılında gerçekleştirilen Hacettepe Üniversitesi Araştırma Projesi'dir. İkinci çalışma ise BASCAP (Business Action To Stop Counterfeiting And Piracy- Sahtecilik ve Sahtecilikle Mücadele İçin İş Dünyası Hareketi) raporu olarak bilinen Frontier Economics tarafından 2011 yılında yapılmış çalışmadır. Her iki çalışma da Türkiye'de taklit ve sahte ürün piyasasının büyüklüğünü tahmin etmektedir. Türkiye'deki neredeyse tüm gazete haberleri ve raporlar da bu iki çalışmaya referans verirler.

Sahtecilikle ilgili kavramsal ve hukuki çerçeveyi, dünyada ve Türkiye'de sahte ve kaçak mallar piyasasının büyüklüğü ve Türkiye için etki analizini içeren Hacettepe çalışmasında sektörün Türkiye'deki büyüklüğü 10 milyar dolar olarak hesaplanmıştır.<sup>128</sup>

<sup>124</sup> (Europol, 2015)

<sup>125</sup> Türkiye Cumhuriyetinin taraf olduğu uluslararası anlaşmalar ve ulusal kanunlar çerçevesinde ülke sınırları içerisinde yasal koruma sağlanan fikri mülkiyet hakları ve bunlara ilişkin birincil ve ikincil mevzuat için (Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu) tarafından hazırlanan Ulusal Fikri Mülkiyet Stratejisi: Mevcut Durum Analiz Raporu'na bakılabilir.

<sup>126</sup> (OECD, 2008, s. 162)

<sup>127</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 52)

<sup>128</sup> (Güran, Tosun, Tosun, Bayar, Canyaş, & kaya, 2008)

Daha önce dünya için yaptıkları tahminlerde kullandıkları yöntemi kullanan Frontier Economics ise Türkiye'de sahte ve kaçak mallar piyasasının büyüklüğünü 6,5-10,6 milyar dolar arasında hesaplamıştır.<sup>129</sup>

Her iki çalışmada kullanılan yöntemlerin farklı olması nedeniyle tahminlerin birbiri ile karşılaştırılabilir olmaması, bu iki tahminin, Türkiye'de sahte ve kaçak mallar piyasasının büyüklüğünün aradan geçen süre içinde değişmediği biçiminde yorumlanmasını engellemektedir.

Bu çalışmalar da göstermektedir ki Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının doğru ölçülmesi, bu piyasanın yol açtığı ekonomik etkilerin tam olarak anlaşılabilmesi ve alınan önlemlerin ne ölçüde işe yaradığının sayısal olarak ölçümlenebilmesi için, veri toplama çalışmalarının kalitesinin artırılması gerekmektedir. Taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının kavramsal çerçevesi ve EK: Taklit, sahte ve kaçak ekonomisi çalışmalarında metodoloji sorunları başlıklı bölümlerde vurgulanmış olduğu üzere, veri toplama çalışmalarının kalitesinin artırılması için bir yandan gümrükler, emniyet ve jandarma gibi yasaların uygulanmasıyla sorumlu kuruluşlar tarafından derlenen rakamların sistematığı iyileştirilirken, diğer yandan tüketici davranışları konusunda da çalışmalar yapılması gerekecektir. Örneğin, 2008 yılındaki çalışmada tüketicilerin %24'ünün ürünleri sahte olduğunu bilmeden aldıkları görülmektedir.<sup>130</sup> Bu çalışmaya göre tüketicilerin sahte malı tercih etmelerinin en önemli nedeni fiyatının ucuzluğudur. Yine aynı çalışmada tüketicilerin %70'inin sahte malları semt pazarı ve işporta gibi yerlerden aldıkları görülmektedir.<sup>131</sup> Bu satış noktalarının erişimi kolay, organize olmayan ve denetiminin nispeten zor ve gevşek yerler olduğu dikkati çekmektedir. Bu ve benzeri soruların sorulduğu tüketici araştırmaları, sorunun boyutu ve kapsamı hakkında detaylandırılmış bilgiye erişme imkanını artıracaktır. Bu çalışmaların eksikliği nedeniyle bu bölümde arz ve talep dinamikleri yerine sadece kurumsal çerçeve özetlenmekle yetinilecektir.

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerle ilgili kurumsal çerçeve için Türkiye'nin fikri mülkiyet haklarındaki durumunu değerlendirmek gerekir.

Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'nin ATRIC endeksine göre ortalama performansının bir benzerini, fikri haklar ile ilgili endekslerde de görmek mümkündür. Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin yaygınlığı fikri mülkiyet haklarının korunma derecesiyle ilişkili olduğu için, fikri mülkiyet hakları korumasındaki konum, taklit ve sahte ürünlerin yaygınlığına da işaret eder. Bu konuda fikir verebilecek iki endekse göre de Türkiye, fikri mülkiyet hakları konusunda dünyada ortalarda yer almaktadır. Dünya Ekonomik Forumu'nun (World Economic Forum-WEF) 2014-2015 Küresel Rekabetçilik Raporu'na göre Türkiye, fikri mülkiyet haklarının korunması konusunda 144 ülke arasında 72. sırada bulunmaktadır. Property Rights Alliance'in (Mülkiyet Hakları İttifakı-PRA) 2014 yılı fikri mülkiyet hakları koruma endeksine göre ise Türkiye, 97 ülke arasında, Çin ve Hindistan gibi ülkelerin hemen üzerinde 44. sırada, Orta/Doğu Avrupa ve Orta Asya Bölgesi içinde ise 6. sırada yer almıştır. Türkiye aynı sıralamaya göre geçen sene 131 ülke arasında 58. sırada yer almıştı.<sup>132</sup>

Taklit, sahte ve kaçak'la mücadele bölümünün başlarında, taklit, sahte ve kaçakla ilgili kurumlar arasındaki koordinasyonun çok önemli olduğu ve birçok ülkenin son yıllarda bu doğrultuda çeşitli girişimleri olduğu vurgulanmıştı. Türkiye'de de bu yöndeki çabaların koordine edilmesinde Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu ile başlanmıştır. 2008 yılında kurulmuş olan Kurul'un sekreteryasını Türk Patent Enstitüsü (TPE) yürütmektedir.

Her türlü kaçakçılık faaliyetlerinde bilgi toplama ve ilgili kurumlar arasında koordinasyon ve işbirliğinin sorumluluğu ise İçişleri Bakanlığı'na bağlı Kaçakçılık, İstihbarat, Harekât ve Bilgi Toplama Daire Başkanlığına (KİHBİ) verilmiştir. Kaçakçılık İstihbarat Koordinasyon Kurulu, İçişleri Bakanlığı Müsteşarının veya Müsteşar Yardımcısının başkanlığında; ilgili bakanlık, kurum ve kuruluşların temsilcilerinden meydana gelir. Kurul, her türlü kaçakçılık konu ve faaliyetlerinde koordinasyonu sağlamakla görevlidir.<sup>133</sup>

Gümrüklerde sistem değişimi ile beraber denetimin artırılmış olmasının yurt dışından taklit, sahte ve kaçak ürün girişini önemli ölçüde azaltmış olduğu, üzerinde genel mutabakat bulunan bir konudur. Fikri ve sınai hakların korunmasına yönelik olarak gümrüklere yapılan başvuruların 1 Nisan 2013 tarihinden itibaren Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın web sayfasında bulunan program ile çevrim içi olarak yapılmaya başlanması, gümrüklerde sorunları azaltmıştır. Ayrıca, Gümrük Müsteşarlığı son yıllarda kaçakçılıkla mücadele için, nükleer madde detektörleri, uzaydan araç takip sistemleri, hareket kabiliyeti yüksek deniz botları, kapalı devre plaka okuma sistemleri gibi pek çok yeni

<sup>129</sup> (Frontier Economics , 2011).

<sup>130</sup> (Güran, Tosun, Tosun, Bayar, Canyaş, & kaya, 2008, s. 100)

<sup>131</sup> (Güran, Tosun, Tosun, Bayar, Canyaş, & kaya, 2008, s. 99)

<sup>132</sup> (International Property Rights, 2015)

<sup>133</sup> (KİHBİ, 2015)

sistemi devreye sokmuştur. Oluşturulan gümrük kapıları güvenlik sistemi projesi ile tüm gümrük kapılarında kurulan her türlü güvenlik sistemine Ankara'dan müdahale edilebilmektedir.<sup>134</sup> Bu bağlamda özellikle Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın geliştirici uygulamaları kaçak, taklit ve sahte ürünlerle mücadelede önemli bir yer tutmakta ve marka korunmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

Türkiye'de fikri mülkiyet konusu, Avrupa Birliği'ne katılım görüşmelerindeki 33 müzakere faslından birini oluşturmaktadır. Türkiye, 'Fikri Mülkiyet Hukuku' başlıklı 7. faslı 17 Haziran 2008 tarihinde Slovenya'nın AB dönem başkanlığında müzakerelere açmıştı. 7. faslın kapanış kriterleri şu şekilde belirlenmiştir:<sup>135</sup>

1- Diyalog mekanizması tesis edilmesi,

2- Sahte faaliyetlerle ve sahtecilikle mücadele kapsamında uygulayıcı birimlerin yeterli idari kapasiteye sahip olmasının sağlanması,

3- Türkiye'nin, soruşturmalar, kovuşturmalar ve ihlallere ilişkin hukuki eylemler ve Fikri Mülkiyet Hukuku'nun etkin uygulamasına dair geliştirilmiş performansı hakkında, AB'ye ihraç edilen taklit ve sahte ürünlerin sayısında büyük ölçüde düşüşü de içeren tatmin edici bir ilerleme kaydı sunması,

4- Türkiye'nin, hakların Topluluk düzeyinde tüketilmesi ve ek koruma sertifikalarının uygulamaya sokulmasıyla ilgili müktesebata uyumunu tamamlaması ve bu hakların katılımı birlikte uygulanmasının sağlanması.

2015 yılı AB ilerleme raporunda, fikri mülkiyet hukuku alanında bir önceki yıl bazı ilerlemelerin kaydedildiği ancak, taklitçilik ve korsanlığın hala yaygın olduğuna dikkat çekilmiştir. Gümrük ve polis uygulamalarında gelişme görülmeyle birlikte, fikri mülkiyet haklarının gümrüklerde uygulanmasına ilişkin mevzuatın AB müktesebatına uyumunun artırılması gereğine işaret edilmiştir.<sup>136</sup>Raporda, fikri mülkiyet haklarının gümrüklerde uygulanması konusunda, el koymaların sayısının artmasını sağlayan kriptolu lazer kod sistemiyle korsanlıkla mücadele güçlendirildiği, ancak, geniş kapsamlı resen ve şikâyete dayalı polis baskınlarına rağmen halk sağlığına ve tüketicilerin korunmasına yönelik tehdit oluşturan ve kayıtlı ekonominin zarar görmesine sebep olan taklit ve korsanlığın hala yaygın olduğu vurgulanmıştır.

AB İlerleme Raporu, fikri mülkiyet haklarının gümrüklerde uygulanmasına ilişkin mevzuatın AB müktesebatıyla uyumunun artırılması gerektiğine dikkat çekerek, fikri mülkiyet haklarının uygulanması konusunda daha güçlü bir siyasi iradeye ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir.

Raporda, yargılama süreci ile ilgili olarak, ilave bir ihtisas mahkemesi kurulduğu ancak, 25 adet fikri ve sınai haklar mahkemesinin daimi uzmanlığının fikri ve mülki haklar konusunda eğitimlerle güçlendirilmesi gerektiğine işaret edilmiştir.Taklit malların suç işleyenlere iadesi, el konulan taklit malların hak sahipleri tarafından depolanması ve ihtiyati tedbir kararlarının alınmasındaki zorlukların hala çözülmemiş olduğunun vurgulandığı raporda, sınai mülkiyet haklarına ilişkin kanunun henüz kabul edilmemiş olmasının hak sahipleri için süregelen belirsiz bir yasal ortam oluşturduğu vurgulanmıştır.<sup>137</sup>

Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu tarafından hazırlanmış olan Ulusal Fikri Mülkiyet Stratejisi: Mevcut Durum Analiz Raporu'na göre Avrupa gümrüklerinde el konulan taklit malların oranı önemli ölçüde azalmıştır. Türkiye'den AB'ye gönderilen taklit eşya sayısının (adet olarak), AB üye ülke gümrüklerinde el konulan toplam taklit eşya sayısına oranı 2007 yılında % 6.73 iken, 2011 yılında azalarak % 1.62 olarak gerçekleşmiştir.<sup>138</sup>Rapora göre sahte ve taklit faaliyetlerle mücadeleye ilişkin hakların uygulanmasında icracı kurumların yeterli idari kapasiteye sahip olmasının sağlanması başlığı altında planlanan 66 eylemden 46 adedi başarıyla tamamlanmıştır.<sup>139</sup>

Türkiye'de taklit ve sahte piyasasının rakamsal boyutu olmasa da kavramsal boyutunda dikkate alınması gereken bir başka çalışma Ingblad ve Schilling tarafından hazırlanan rapordur.<sup>140</sup> Avrupa Birliği temsilcilerinin 14-18 Şubat 2011 tarihleri arasında Türkiye'de avukatlar, hâkimler, cumhuriyet başsavcısı, Polis Millî Güvenlik Şubesi, Adalet Bakanlığı ve Gümrükler Genel Müdürlüğü yetkilileri, TOBB, TUSİAD ve YASED temsilcileri ile yapmış olduğu görüşmelerden sonra ortaya çıkan analiz raporu taklit ve sahte mallar konusunda önemli bilgiler içermektedir.

<sup>134</sup> (NTV, 2008)

<sup>135</sup> (AB Haber ve Politika Portalı, 2015)

<sup>136</sup> (Avrupa Komisyonu, 2015)

<sup>137</sup> (Avrupa Komisyonu, 2015)

<sup>138</sup> (Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu)

<sup>139</sup> (Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu)

<sup>140</sup> (Ingblad & Schilling, 2011)

Avrupa Birliği temsilcilerinin tespitlerine göre Türkiye ticari marka ihlalleri ile mücadele etmek konusunda iyi bir yasal altyapıya sahiptir. Polis teşkilatında merkez ve taşrada yeterli düzeyde uzman birimler kurulmuştur. Polis ticari marka ihlalleri konusunda son yıllarda çok sayıda arama yapmıştır. Fikri mülkiyet haklarında uzmanlaşmış mahkemeler ve savcılar mevcuttur. Ancak farklı bölgelerdeki mahkemelerin birbirinden epey farklı yaklaşımları olabilmektedir. Bazı mahkemeler şüpheli durumda istenen belgelerde fazla talepkar olabilmektedir. Bu gelişmelere rağmen, yasal sistemde ticari marka ihlallerine yardımcı olanlar, özellikle taklit ürünlerin depolanması ve nakliyesinde bulunanlar yeterli caydırıcılıkla cezalandırılmamaktadır. Polisin resen hareket etme yetkisi yoktur. Taklit faaliyetlerinin yoğun olduğu bazı yörelerde mücadele polis ve hak sahipleri için tehlikeli olabilmektedir. Sistem, tek bir satış noktası yerine tüm satış zincirini hedefleyememektedir. Taklit şüphesi olan malların tamamının müsadere edilmemesi, bu ürünlerin yeniden satışa çıkmasına yol açabilmektedir. Bu raporda gündeme gelen tespitler, bu çalışma dahilinde yapılan görüşmelerde elde edilen ve Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyasasının kavramsal çerçevesi bölümünde analiz edilen bulgularla büyük ölçüde örtüşmektedir.

(Ingblad & Schilling, 2011) raporunda yapılmış olan birçok önemli vurgunun arasından özellikle aşağıdakiler dikkat çekicidir:

- Fikri mülkiyet konusunda uzmanlaşmış avukatların görüşüne göre taklidin en çok görüldüğü ürünler şunlardır: kıyafet (özellikle denim), parfüm (üreticiler Avrupa'dadır; Türkiye'de sadece paketleme yapılmaktadır), saat ve telefon gibi aksesuar, sınai ürünler, ilaç, alkollü içecekler.

- Emniyet Teşkilatı'na göre taklit ürünlerin çoğu Sri Lanka, Malezya ve Hindistan'dan gelir. İçeride üretim o kadar sorunlu değildir.

- Gümrüklerde ele geçen taklit ürünlerin çoğu Çin'den gelir. Cep telefonu aksesuarları Çin'den, ilaçlar İsviçre'den. Gümrüklerde belli bir risk değerlendirmesine göre beyan edilmiş malların %10'u kontrol edilir.

- TOBB'da yapılan toplantıda iş dünyası temsilcilerine göre yasal sistem yerindedir ve iyi işlemektedir. Taklit ve sahte bir sorun olmakla birlikte son yıllarda iyileşmeler görülmektedir.

- TUSİAD ve YASED temsilcilerine ve fikri mülkiyet konusunda uzmanlaşmış avukatların görüşüne göre taklit ve sahte ciddi bir problemdir. Taklit ve sahte, ithalat ve transit ticaretten üretim ve satışa tüm alanlarda görülmektedir. Üretim özellikle tekstilde görülürken elektronikte pek rastlanmamaktadır.

- Fikri mülkiyet konusunda uzmanlaşmış avukatların görüşüne göre taklit ciddi bir sorundur. Sorunun esas ağırlıklı boyutu, satıcılardan değil, büyük taklit mal üreticilerinden kaynaklanmaktadır.

- Ürünlerin %50'si güneyde, özellikle Antalya yöresinde satılmaktadır. Buralarda belediyeler taklitlerle mücadele konusunda pek istekli değildir.

- Satıcılar çoğunlukla akrabadır ve büyük ailelerden gelmişlerdir. Taklit ürünün araştırılması veya el konulması durumunda birbirlerini kollamakta ve kavgaya girmektedirler. Bu da bu inceleme ve arama operasyonlarını orijinal markanın avukatları için tehlikeli hale getirmektedir.

- Arama kararının alınmasında zorluklarla karşılaşmaktadır. Taklit ürünün satıcısının itiraz etmesi durumunda kanıt için fotoğraf bile çekilemez.

- Arama kararı özellikle İstanbul'da 1 günde alınabilirse de Ankara ve İzmir'de daha uzun sürmektedir.

- Ceza mahkemeleri arama izni vermekte çok gönülsüz davranmaktadırlar.

- İhtiyati tedbir koydurmak zordur. Teminat 5-10 bin euro arasındadır. Hakimler güçlü kanıt istemektedirler.

- Şikâyetçiden şikâyetinin makul şüphe olduğunu kanıtlayabilmesi için genellikle çok detaylı bilgi belge istenmektedir.

- Şikâyetlerin ancak %20'sinde savcı, hakime gitmeden kendisi arama kararı almaktadır.

- Dava sürecinde maliyet yüksek olduğu için firmalar ancak çok sayıda mal olunca dava açmaktadır. Az sayıda ürün olduğunda katlanılması gereken maliyetin yüksekliği caydırıcı olabilmektedir.

- Mahkemeler uzun sürmektedir. Her fikri hak hakiminin Ankara'da yılda yaklaşık 500 dosyası vardır ve bu nedenle ilk duruşma 6-9 ay sonra yapılabilir.

- Cezalar yetersizdir. Hapis cezası genelde uygulanmamaktadır.

- Hak sahipleri marka imajının bozulması ihtimali karşısında mahkeme sürecinden uzak durabilmektedirler.

- Hakimler konularında uzmanlaşmış ve AB mevzuatında eğitimlidirler.

- Bazı küçük gümrüklerde memurların bilgisi yetersizdir.

- Hak sahibinin tek başvurusu tüm gümrükler için geçerlidir.
- AB direktifi uygulamada olduğundan gümrüklerin fikri hak ihlalleriyle mücadele etmek konusunda tüm imkanları sağlanmıştı. Bu amaçla yılda 3 kez eğitim seminerleri düzenlenmektedir. Toplam 600 memur eğitimden geçirilmiştir.

- Gümrük görevlileri hak sahiplerinin işbirliği konusunda pek istekli olmadıkları, mesela gümrük memurlarını eğitmek istemedikleri konusunda şikayetçidirler.

- Emniyet Teşkilatı içerisinde daha etkin mücadele edilebilmesi için Fikri Mülkiyet Hakları Büro Amirliği kurulmuştur. Büyük şehirlerde polis bu konularda epey bilgi sahibidir.

- Polis, aynı zamanda vergi kaçırma cezasına giren sahte ürünlerde resen hareket eder ama taklit ürünün tespitindeki zorluklar nedeniyle taklit konusunda şikayet üzerine harekete geçer. Polis taklit ürünlerde de resen hareket edebilmelidir.

- Emniyet Teşkilatı da hak sahiplerini işbirliği konusunda yetersiz bulmaktadır. Hak sahiplerinin çoğu kez dava açmak konusunda istekli olmadıklarını belirtmiştir.

- Emniyet Teşkilatı'nda yılda 450 polis fikri haklar konusunda eğitim almaktadır.
- En önemli sorunlardan birisi ürünün tamamına el konulamamasıdır. Taklit ürün ellerinden alınmazsa satıcılar bir fayda-zarar maliyet hesabı yapmaktadırlar. Hapis cezaları verilmemektedir.

- Emniyet Teşkilatı içerisinde kurulmuş olan Fikri Mülkiyet Hakları Büro Amirliği'nin çalışmalarını tatminkar bulmaktadırlar.

- Birçok firma arz zinciri hakkında bilgi sahibi olabilmek için özel dedektiflerle çalışmaktadır.

(Ingblad & Schilling, 2011) raporunda belirtilen bu noktaların pek çoğu bu çalışma çerçevesinde yapılan görüşmelerde de gündeme gelmiştir.

Yukarıda bahsedilen temel dokümanların incelenmesinden de anlaşılacağı gibi Türkiye taklit, sahte ve kaçak ürünle mücadele konusunda oldukça önemli adımlar atmasına ve başarılar sağlamış olmasına rağmen, Taklit, sahte ve kaçak'la mücadele bölümünün başlarında, dünyada taklit, sahte ve kaçak ile mücadele konusundaki öncelikler anlatılırken bahsedilmiş olduğu gibi, mevzuatın iyileştirilmesi ve uygulamanın güçlendirilmesi; kurumlar arası koordinasyonun artırılması ve kamuoyunda farkındalık yaratılması alanlarında hala sorunlar olduğu ve bu konularda ilave çabaya gerek olduğu görülmektedir. Ayrıca (Ingblad & Schilling, 2011) raporu, taklit ve sahte ürünler konusunda sağlıklı veri eksikliği nedeniyle farklı değerlendirmeler olduğunu da göstermektedir. Bu durum, bu çalışma çerçevesinde yapılan görüşmelerde ve literatür ve basın taramasında da gözlemlenmiştir. Aşağıdaki bölümlerde önce taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasına ilişkin resmi yakalama rakamları ve kurumsal çerçeve özetlenecek ve ardından yapılan görüşmeler çerçevesinde Türkiye'deki taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasını belirleyen temel arz ve talep dinamikleri ve kurumsal yapı özellikleri anlatılacaktır.

## BU ÇALIŞMADA KULLANILAN YÖNTEM

Var olan literatürün incelenmesi sonucu, ölçüm ve yöntem sorunları nedeniyle, taklit, sahte ve kaçak ekonomisinin boyutu belirlenirken tek bir yöntem yerine birden çok yöntemin eşanlı olarak kullanılmasının daha doğru olacağı anlaşılmıştır. Bu nedenle bu çalışmada da nicel ve nitel araştırma teknikleri bir arada kullanılmıştır. Bu çalışma çerçevesinde nitel analiz olarak görüşme metodolojisi kullanılmıştır. Bu metodoloji ve elde edilen bulgular "Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyasasının kavramsal çerçevesi" ve "Sahteciliğin en yaygın görüldüğü sektörler" başlıklı bölümlerde yer almaktadır. Bu çalışmada nicel yöntem olarak OECD tarafından hesaplanan GTRIC endekslerinin kullanılması uygun görülmüştür. Endeksin kullanılması ile ilgili metodoloji ve elde edilen bulgular "Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyasasının büyüklüğü" başlıklı bölümde yer almaktadır.

## TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASINA İLİŞKİN YAKALAMA VERİLERİ

Gümrükler Muhafaza Genel Müdürlüğü tarafından açıklanan Yakalama İstatistiklerinden sahte ve kaçak mallara ait olanlarla oluşturulan tablo aşağıda yer almaktadır.<sup>141</sup>

<sup>141</sup> ( GÜMRÜKLER MUHAFAZA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, 2015)

**Tablo 8. Gümrükler Muhafaza Yakalama İstatistikleri-Seçilmiş Kategoriler: Toplam içinde pay**

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
AKARYAKIT	7.16%	6.91%	11.73%	19.92%	18.01%	9.83%
ARAÇ	11.23%	22.48%	14.11%	9.27%	29.06%	22.27%
ÇEŞİTLİ EŞYA	26.51%	17.37%	23.96%	13.69%	4.37%	7.29%
ELEKTRONİK EŞYA	3.10%	7.54%	16.16%	18.54%	21.74%	45.09%
GIDA	11.10%	11.76%	13.00%	11.36%	14.79%	1.08%
KİMYEVİ MADDE	0.13%	0.13%	2.49%	0.50%	0.23%	5.97%
MAKİNE VE AKSAMI	5.64%	8.43%	2.89%	3.51%	0.92%	0.79%
TEKSTİL	28.30%	17.65%	5.15%	11.74%	4.95%	2.89%
TIBBİ	2.48%	2.12%	3.00%	1.02%	1.35%	0.53%
ALKOL- TÛTÛN	3.58%	5.29%	6.80%	9.24%	3.68%	4.10%
ZİRAİ	0.77%	0.34%	0.72%	1.21%	0.88%	0.16%
<b>Toplam</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

**Kaynak.** Gümrükler Muhafaza Yakalama İstatistikleri'nden hazırlanmıştır.

Gümrükler Muhafaza Yakalama İstatistikleri Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürünlerle ilgili tüm araştırmalar için veri temelini oluşturmaktadır. Bu veriler, diğer birçok ülkedeki benzeri veriler gibi bütünsellik ve nesnellikten uzaktır. Bu nedenle yakalama rakamları, taklit piyasasına ilişkin cari durumu yansıtmamaktadır. Buna karşılık konuyla ilgili güncel basın haberlerinde ve meslek örgütlerinin konuyla ilgili değerlendirmelerinde sıklıkla tutarlı bir bütünlük oluşturmayan bu verilerin kullanıldığı, bu durumun da yukarıda bir kez daha işaret edilmiş olduğu gibi, Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyasasının büyüklüğü, başlıca sorun alanları, sektörlerin etkilenme derecesi, sorunun ağırlığının değişimi gibi başlıklarda farklı yönde değerlendirmeler yapılmasına yol açtığı görülmektedir. Yakalama verilerinin yıldan yıla değişebilen niteliği Dünya Gümrük Örgütü değerlendirmelerine de yansımaktadır. Dünya Gümrük Örgütü raporlarına göre 2007'de toplam yakalamaların yaklaşık yüzde 5'inde Türkiye, gönderilen ülke olarak yer alırken 2011'de bu oran %1.1'e düşmüş ancak 2012'de yeniden yükselmiş ve %2.4 olarak gerçekleşmiştir. Aynı şekilde, Türkiye'den gönderilen kaçak ve sahte mal sayısının toplam yakalanan kaçak ya da sahte mal sayısına oranı 2007'de % 1,81 iken 2011'de bu oran üçte birine (% 0,6) inmiş ancak 2012'de %1.8'e yükselmiştir.<sup>142</sup>

Veri konusundaki sınırlı olanaklara karşın, konuyla ilgili değerlendirmelerin bir bölümü taklit, sahte ve kaçak ürün ekonomisinde bir azalmaya işaret eder. Bu olumlu değerlendirmeler, ya ilgili kamu kurumlarından gelmekte ya da belli sektörlerle özgü spesifik durumu yansıtmaktadır.

Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürünler hakkında basında yapılan değerlendirmeler ise genelde olumsuzdur. Yukarıda bahsedilen Frontier ve Hacettepe Üniversitesi çalışmalarının yanı sıra, basında sık referans verilen ancak daha zayıf bir içeriğe sahip olduğu anlaşılan ATO çalışması<sup>143</sup>da Türkiye'deki durumun olumsuzluğu yönündeki değerlendirmelere örnek olarak verilebilir.<sup>144</sup>

## TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASININ KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

### Metodoloji

Bu çalışmada Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyasasının kavramsal çerçevesini belirlemek üzere yapılan mülakatlar ve bu mülakatların analizi özel bir önem taşımaktadır. Görüşme ve mülakatlar "aydınlatma, sorun merkezli görüşme, nitel görüşme, serbest görüşme, derinlemesine görüşme ve yapılandırılmış görüşme" gibi bir dizi farklı teknikle

<sup>142</sup> (Dünya Gümrük Örgütü - World Customs Organization, 2014).

<sup>143</sup> Ankara Ticaret Odası tarafından hazırlanmış olduğu belirtilen bir rapora göre, sahte ürünler, dış macunu, sakız, pil, bebek maması, milli piyango bileti, altın gibi çok sayıda alanda görülebilmektedir, yazarların ve ofis makinelerinin sarf malzemeleri de sahtecilerin rağbet ettiği ürünler arasında yer almaktadır. (Milliyet, 2010)

<sup>144</sup> Olumsuz değerlendirmelere başka örnek olarak DS Laboratories'in Türkiye Yöneticisi Engin Ulutan'ın, Türkiye'de sahte ve kaçak ürün pazarının son yıllarda büyük bir ivme kazanarak 20 milyar dolar seviyesine ulaştığı ve internet üzerinden satın alınan her 3 üründen 1'inin sahte olduğu ifadesine (NTV, 2015) temel teşkil eden verilere ise ulaşılamamıştır.

yapılabilir. Bu çalışma için sorunların dile getirilmesi açısından açık uçlu, görüşülen kişilerin fikirlerini rahatça dile getirebileceği mülakatların verimli olacağı düşünülmüş, ancak görüşmelerin yönlendirilmesi ve konuya odaklanmanın sağlanması için görüşmelerin yüksek düzeyde yapılandırılması gerektiği saptanmıştır. Bu nedenle “Sorun-Merkezli Görüşme” tekniğinin kullanılmasına karar verilmiştir.<sup>145</sup>

Bu amaçla konuya ilişkin ön analizlerin yapılmasına öncelik verilmiş, görüşmelere başlamadan önce görüşmelerde hangi evrelerin izleneceği ve nelerden söz edileceğine ilişkin bir hazırlık yapılmıştır. Görüşmeler önceden temel boyutları saptanmış olan taklit, sahte ve kaçak faaliyetleri sorununun ele alınması açısından sorun-merkezli ve olgu yönelimlidir. Verilerin aşamalı olarak toplanması ve görüşmelerden elde edilen sonuçlarla analizin yavaş yavaş geliştirilmesi benimsendiği için kullanılan metodolojinin süreç yönelimli olduğu da vurgulanmalıdır.

Sorun-Merkezli Görüşme tekniği ile,

- görüşülen kişilerin sorunları kendi terimleriyle tanımlamasına olanak tanımak,
- sorunu görüşülen kişilerin formasyonları ışığında görebilmek,
- belirli bir görüşme cetveli çerçevesinde oluşturulan sorulara cevaplar aramak,
- görüşmeleri bu kılavuz sorularla yönlendirirken, görüşlerin serbestçe ve belirli şıklara bağlı kalmadan alınmasına imkan tanımak amaçlanmıştır.

Söyleşilerde konuya giriş için kullanılan sondajlama soruları ile görüşme cetvelinde yer alan kılavuz sorulara ek olarak konuyla ilgili değer taşıyan özel veya yeni durumların gündeme gelmesi durumunda ad hoc sorular da sıklıkla kullanılmıştır.

Görüşmelerin ucu açık ve serbest bir nitelik taşımaya rağmen bu şekilde yarı standartlaştırılmış olması farklı söyleşilerin karşılaştırılabilirliğini ve bir arada değerlendirilebilirliğini artırarak genellemelerin yapılmasını kolaylaştırmıştır. Söyleşilerin değerlendirilmesi ve bu çalışmadaki analizlerle bütünleştirilmesi için Nitel İçerik Çözümleri tekniklerine başvurulmuştur. Görüşmelerin içeriği yer yer nicel ölçütler kullanılsa da, geçersiz bir sayısallaştırma eğiliminden kaçınılarak sistematik olarak çözümlenmiştir. Kuramsal olarak belirlenmiş ve ön analiz ile inceltirilip detaylandırılmış kategoriler aracılığıyla görüşmelerden elde edilen materyal birimlere ayrılmış, analiz açısından önem taşıyan unsurlar materyalden süzülüp alınmıştır. İçerik çözümlemesinin (özetleme, açıklama ve yapılandırma şeklindeki) üç ana biçiminden medya metinlerinin analizinde kullanılan açıklama dışındaki ikisi kullanılmıştır. Materyalin analizi açısından önem taşıyan belirli noktalara indirgenmek, genel resmi ortaya koyacak çekirdek içeriğe ulaşmak amacıyla özetleme tekniğine başvurulmuştur. Materyalden hareketle analizin temel boyutlarını oluşturmak ve netleştirmek, önceden belirlenmiş kategoriler ve düzenlemeler aracılığıyla görüşme verilerini belirli kesitlere yerleştirmek amacıyla da yapılandırma tekniği kullanılmıştır.

Türkiye'deki taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının temel arz ve talep dinamikleri ve kurumsal yapı özelliklerini ve taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin önlenmesi için hangi önlemlerin alınması gerektiğini belirlemek amacıyla farklı sektörlerden toplam 26 kişiyle görüşülmüştür.<sup>146</sup> Öncelikle, Taklit ve sahte ürünlerde menşei ve pazar başlıklı bölümde çizilen çerçeveden yararlanılarak, Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürün kullanımının sorun olduğunun düşünüldüğü sektörler belirlenmiştir. Ardından, görüşülecek kişiler bu sektörlerde, taklit, sahte ve kaçak ürünlerle mücadele eden firma uzmanları veya sektör temsil örgütlerinin yöneticileri arasından belirlenmiştir. Sorulan sorular, yukarıda Taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının kavramsal çerçevesi ve Taklit ve sahte ürünlerin etkileri başlıklı bölümlerde çizilen teorik çerçeveye dayalı olarak hazırlanmış ve yorumlanmıştır. Görüşme talep edilen bazı firma ve sektör örgütlerinden olumlu geri dönüş alınamamıştır. Bu durumun, söz konusu sektörlerdeki temsilcilerin taklit, sahte ve kaçak konusunda sessiz kalınmasını tercih etmelerinden kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışma, Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürünler piyasasında arz ve talebi belirleyen koşulları belli bir teorik çerçeve içinde ortaya koymayı hedeflemiş olan ilk çalışmadır. Bu nedenle görüşmelerin analizinden hareketle tanımlanan değişkenler, Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürünler piyasasının kuramsal çerçevesini oluşturmuştur. Burada çizilen kuramsal çerçeve, daha sonra yapılacak başka çalışmalarla sahadan toplanacak veriler ile sınanmak ve ayrıntılandırılmak durumundadır. Tüm dünyada taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasında belli başlı oyuncular arasında sayılan Türkiye için böyle bir analitik çerçeveye ilişkin herhangi bir istatistikî bilginin var olmadığı düşünüldüğünde, bu analizin sadece Türkiye için değil, küresel ölçekte de taklit, sahte ve kaçak ürün piyasası çalışmaları için kayda değer bir katkı olduğu düşünülmektedir.

<sup>145</sup> (Mayring, 2011)

<sup>146</sup> Bu analiz için farklı sektörlerden sektör uzmanlarının yanı sıra başta TUSİAD, ve YASED olmak üzere çeşitli iş dünyası temsil örgütlerinin yetkilileri, Marka Koruma Grubu üyesi şirket temsilcileri ve marka vekilleri ile de görüşülmüştür.

## Bulgular

Bu bölümde, Türkiye'deki taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasını belirleyen temel arz ve talep dinamikleri ve kurumsal yapı özelliklerini ve taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin önlenmesi için hangi önlemlerin alınması gerektiğini belirlemek amacıyla yapılan görüşmelerin analizine yer verilmiştir. Farklı sektörlerden toplam 26 kişiyle görüşülerek yapılan bu analizde, Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak ürünler piyasasında arz ve talebi belirleyen koşulların ve piyasaların nasıl örgütlenmiş olduğunun belli bir teorik çerçeve içinde ortaya konulması hedeflenmiştir.

## TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASINDA ARZ DİNAMİKLERİ

Taklit, sahte ve kaçak piyasasını belirleyen etkenler dikkate alındığında, pazarın büyüklüğü, tüketicilerin satın alma gücü, eğitim düzeyi, fikri mülkiyet haklarının korunması ile ilgili yasal mevzuatın kalitesi ve mevzuatın uygulanması ve caydırıcılığı, fikri mülkiyet hakları konusundaki farkındalık gibi kurumsal özellikler Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyasasının büyüklüğünü artıran faktörler olarak gözükmektedir. Bu çerçevede, orijinal markanın gücünün yüksek olduğu, üretim teknolojisinin büyük yatırımlar gerektirmediği, üretim süreçlerindeki maliyetlerin düşük olduğu, dağıtım ve lojistiğin ucuz ve kolay olduğu ürünlerde taklit, sahte ve kaçak piyasasının gelişmiş olduğunu gözlemlemektedir.

Türkiye'deki taklit, sahte ve kaçak piyasasına bakıldığında, yurtiçi üretim kadar yurtdışından getirtilen ürünlerin de olduğu görülmektedir. Tekstil, ayakkabı, çanta, yedek parça ve sürümü olan ürünler daha çok Türkiye'de üretilirken, teknoloji gerektiren ya da Türkiye'den daha ucuza üretilen her ürün ise ithal edilmektedir. İthal ürünler daha çok Asya'dan ve özellikle Çin'den gelmektedir. Taklit ürünlerin teknoloji gerektirenlerinin Türkiye'de üretilmediği, bu ürünlerin başta Çin olmak üzere Asya ülkelerinden ithal edildikleri görülmektedir. İçeride üretilen çanta; ayakkabı, tekstil gibi ürünlerin ihraç edildiği de görülmektedir. Ayrıca Türkiye'nin Çin ve diğer Doğu Asya ülkelerinden gelen ürünler için transit ülke olduğu da gözlenmektedir.

Taklit malda kar oranı çok yüksektir; çünkü çoğu durumda taklit ürün orijinal ürün fiyatına yakın ya da dörtte bir daha altında bir rakama satılırken üretim maliyeti bunun çok altında kalmaktadır. Taklit mal üretenler orijinal ürün üreticilerinin yaptıkları ve çok maliyetli olan Ar-Ge, inovasyon vb hiç bir çaba içine girmedikleri gibi reklam vs. maliyetleri de olmadığı için kar oranları çok yüksektir. Bu yüksek kar oranlarına karşılık, cezaların çok düşük olması, üretim yönünden taklit mal üretimini beslemektedir.

Taklit ürünlerin üretimi küçük ölçekte yapılabilir olsa da, çok sayıda küçük üreticiye hangi ürünlerin ürettireceği, bu ürünlerin tek tek küçük üreticilerden alınması, satış noktaları ile temas edilmesi, toplanan talebe uygun miktarda temin edilen ürünlerin depolanması ve satış noktasına ulaştırılması büyük ve organize bir ağ yapılanmasını gerektirmektedir. Taklit ürünlerde yüksek olan karların da esas olarak bu ağ yapılanmasını yönetenlere gittiği, zincirin uçlarındaki küçük üretici ve esnafın bu yüksek karlardan pek az yararlanabildiği görülmektedir.

Taklit, her geçen gün Türkiye'de organize bir suç haline gelmektedir. 23 Nisan 2011 tarihinde 500 polis tarafından İstanbul Beyazıt Kapalı Çarşısı'nda yapılan baskında, taklit üretim ve satışının organize hale geldiği açıkça ortaya çıkmıştır.<sup>147</sup>

Taklit ve kaçak ürünlerin satışı açık pazarların yanı sıra, küçük mağazalarda, işportada ve internet sitelerinde de yapılabilmektedir. İnternette özellikle bir sitenin altında çok sayıda mağaza açılabilmesi, taklit ürün satışını çok kolaylaştırmaktadır. Ancak taklit ürün satıcılarının mevzuat, denetleme vb konulardaki değişiklikleri çok yakından takip ettikleri ve kendi satış taktiklerini bu çerçevede sürekli değiştirdikleri de bilinmektedir. Outletlerde ünlü 3-5 markanın orijinal ürünlerinden birer numunenin haricinde taklit ürünlerin satılabildiği görülmektedir.<sup>148</sup>

<sup>147</sup> (Hürriyet, 2011)

<sup>148</sup> Taklit ürünler açık pazarların yanı sıra, küçük mağazalarda, işportada ve internet sitelerinde tüketiciye ulaştırılmaktadır. Taklit ve sahte ürünlerin tüketiciye ulaştırılırken, satıcılar sahte malla yakalanmamak için kendilerine özgü satış modelleri geliştirmekte ve uygulamadaki değişikliklere göre satış yöntemlerini hızla kodifiye etmektedirler. Bu modellerden biri de kadınların "gün" adı verilen toplantılarına katılarak katalog üzerinden sipariş almakta ve sonra bunları teslim etmektedirler (Milliyet, 2010). Kimi satıcıların, Çin'deki fabrikalardan sudan ucuz fiyatlara satın aldıkları çakma ürünleri, internette "orijinal" diye sattıkları ilişkin basında haberler yer almaktadır (Milliyet, 2010)

## TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASINDA TALEP DİNAMİKLERİ

Taklit, sahte ve kaçak ürünlere olan talebi incelerken tüketicilerin bu ürünleri bilerek alıp almadıkları göz önüne alınmalıdır. Frontier Economics çalışması,<sup>149</sup> bir araştırma bulgularına göre Türkiye'de tüketicilerin %58'inin ürünleri taklit ve kaçak olduğunu bilerek satın aldıklarını belirtmektedir; aynı oran Batı Avrupa tüketicileri için %28'dir. Türkiye'de ürünlerin taklit ve kaçak olduğunu bilerek satın alan tüketicilerin nispeten daha çok olması, taklit ürünlerin muhtemel refah etkisini artıran bir unsurdur.

Tüketicilerin tamamen kandırıldıkları piyasa durumu, orijinal piyasa ile aynı dinamiklere sahip olacağı için burada tüketicilerin bu ürünleri taklit ve kaçak ürün olduğunu bilerek aldıkları durum analiz edilmektedir.

Tüketicilerin taklit, sahte ve kaçak ürünlere olan talebini belirleyen iki temel faktör vardır: söz konusu ürünün statü sembolü olarak önemi ve taklit ve orijinal ürün arasındaki fiyat makası. Ürünün statü sembolü olarak öneminin arttığı, ancak tüketicinin gelir seviyesinin buna izin vermediği durumlar, taklit, sahte ve kaçak ürünler için elverişli bir talep ortamı yaratmaktadır.<sup>150</sup>Bu koşullar altında özellikle orijinal ürünün fiyatının vergi vb nedenlerle yüksek olması durumunda, vergilerin ödenmediği taklit ürünler tüketiciler için ciddi bir avantaj sağlar. Bu fiyat farkı, tüketici için refahı artıran bir unsurdur. Ancak daha düşük fiyata rağmen, ürünün beklenen fonksiyonu görmemesi, arzulanan kalitede olmaması vb nedenler de tüketicinin refahını olumsuz etkiler. Sonuç olarak taklit ürünün kaliteli olması ve tüketici refahını düşüren faktörlerin az olması durumunda tüketici için bir refah etkisi ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Türkiye'de incelenen bir dizi üründe, taklit ürün tercihine yol açan fiyat faktörünün vergilerle çok yakından ilişkili olduğu görülmüştür. Vergi yükünün çok yüksek olduğu, akaryakıt, tütün ürünleri ve alkollü içkilerin, taklit ve kaçığın en fazla olduğu ürünler olması şaşırtıcı değildir. Giyim, aksesuar vb ürünlerde de son yıllarda ithal ürünlerden alınan verginin yükselmesi, yine taklit ve orijinal ürün fiyatları arasındaki makasın açılması ile sonuçlanmıştır.

Tüketicinin orijinal ürün satın aldığını zannedecek biçimde kandırılması taklit ürüne çok yüksek fiyatlar ödemesine neden olmaktadır. Tüketicinin kandırılması için çok çeşitli yöntemler uygulanmaktadır. Bu durumda tüketici, ihracat için üretilen ürünlerde üretim fazlası gibi nedenlerle iyi bir indirimle orijinal ürün aldığını zannederken çoğu kez taklit ürün almaktadır. Tüketicinin kandırılması ve taklit ürün fiyatının orijinal ürüne yaklaşması durumunda tüketici refahı üzerindeki etki azalacak, ödenmeyen vergi, tasarım, reklam vb maliyet kalemleri nedeniyle taklit üründe oluşan yüksek kar marjı tamamen üreticiye mal olacaktır.

## TÜRKİYE'DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASIYLA İLİŞKİLİ KURUMSAL YAPI

Bu bölümde Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyahasının ortaya çıkmasını kolaylaştıran kurumsal faktörler ele alınmıştır. Bu bölümde özetlenen ve tüm sektörleri etkileyen konuların yanı sıra, taklit, sahte ve kaçığa yol açan koşullar ve bu durumun nasıl önlenebileceği sektörden sektöre önemli farklılıklar da göstermektedir. Bu nedenle bir sonraki bölümde, piyasa yapısı sektörler itibarıyla de ele alınmıştır.

### Mevzuattan kaynaklanan sorunlar:

Fikri mülkiyete ilişkin düzenlemeler temel haklar kapsamında bulunduğu halde kanun yerine Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile düzenlenmiş olduğu için bazı kısımları Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiş ve boşluk oluşmuştur. Yine bu KHK'larda sık sık değişiklik yapıldığı için kanunun kendi içindeki sistematiği bozulmuştur.<sup>151</sup>

Fikri haklar konusunda uzman bir avukatın belirttiğine göre, Türkiye Gümrük Birliği'ne geçerken fikri hakların uyumunun süratle tamamlanabilmesi için yasal çerçeve kanunlarla değil, kanun hükmünde kararnamelerle düzenlenmiş, bu durum etkisi halen hissedilen bir dizi olumsuzluğa yol açmıştır. 2009'da Markaların Korunması Hakkındaki KHK iptalinin yürürlüğe girmesiyle 20 günde 9000 marka tecavüzü davası düşmüş ve o ürünler iade edilmiştir. Aynı uzmanın görüşüne göre düşen KHK yerine yeni bir kanun çıkartmak mümkün ve burada yapılacak iş çok az iken ve Parlamento 6 ay içinde bunu çıkartabileceksen, bu kanunun süratle çıkartılmamış olmasını bir çeşit af olarak yorumlamak mümkündür. 2015'te başka KHK'ların daha iptal edilmesiyle başka maddeler de düşmüş ve halen düşmeye devam etmektedir. İptal edilen KHK'lar yerine yeni çıkan kanunların çeşitli eksikleri olmuş, yeni düzenlemelerin torba yasalarla yapılması kanun bütünlüğünü bozmuş ve mevzuatta bütünsellik ortadan kalkmıştır. Keyfiyetin ortaya çıkmasına yol açan bu durum mahkeme kararları arasında çelişkiler ortaya çıkarmaya başlamış

<sup>149</sup> (Frontier Economics , 2011, s. 25)

<sup>150</sup> Ankara Ticaret odası tarafından hazırlanmış olduğu belirtilen bir rapora göre hakikisini almaya gücü yetmeyenler marka tutkusu nedeniyle taklit ürünlere yönelmektedir (Radikal, 2010).

<sup>151</sup>(Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu).

ve taklit ve sahte ürünlerde hak ihlallerine uygun bir zemin yaratmıştır. Bu durumun ortadan kalkması için bütün KHK'ları bir kanun altında toplamak gerekmektedir. 2009'a kadar ihtisas mahkemeleri çok güzel işlemiş ve tutarlı kararlar verilmişken, mevzuattaki bu durumun fikri mülkiyet hakları sistematiğini bozmuş olduğu yapılan birçok görüşmede dile getirildiği gibi konuyla ilgili birçok dokümanda da ifadesini bulmuştur.

Fikri mülkiyet korumasında ileri gitmek için fikri hakları güçlü ve sağlam bir hukuki zemine oturtup, çıkan kanunların da yorum farkına yol açmadan uygulanması, mahkeme kararlarının birbirleriyle tutarlı olması ve ekonomik birimlerin bu kararlar ışığında kendilerini pozisyonlandırması gerekmektedir.

Görüşmelerde, araştırma yapılan çoğu sektörde genellikle cezaların caydırıcı olmadığı gündeme getirilmiştir. Daha önce 2-4 yıl arasında olan cezaların 1-3 yıla indirilmesinden sonra, 2 yılın altındaki suçların ertelenebiliyor olması nedeniyle pratikte kimse bu suçlardan dolayı ceza çekmemektedir. Bir kez ceza yiyenler kağıt üzerinde yetkilerini devretmekte, sorumlu olarak daha önce ceza almamış akrabalar ya da çalışanlar gösterilmekte, bu nedenle hiç kimse iki kez üst üste ceza almadığı için veriler cezalar pratikte uygulanmamaktadır.

Mevzuatta önerilen bir başka iyileştirme alanı da suç kapsamının genişletilmesidir. Eskiden 10 ayrı suç tipi varken şimdi üretmek, satmak, satışı arz etmek olarak 3 suç tipi tanımlanmış olması, eski suçların artık ilga olduğu biçiminde bir algıya yol açmıştır. Piyasa yapısına ilişkin olarak yapılan analizde, taklit mal piyasasının fason üretim, toptan satış, nakliye, depolama, perakende satış gibi bir dizi süreci içerdiği ve bu süreçte en büyük karın üretim zincirinin organizasyonunu sağlayanlara gittiği dikkati alındığında, bu zincirin sadece üretim ve satışı yapanları cezalandırılırken esas organizasyonda rol alanların dışarıda bırakılmasının önemli bir sorun oluşturduğu görülmektedir. Yukarıda bahsedildiği gibi, cezalar uygulanmamakta, uygulanması durumunda da kilit süreçler kapsam dışında kalmaktadır.<sup>152</sup>

### Uygulamadan kaynaklanan sorunlar:

Taklit ve sahte ürünlerle ilgili hukuki çerçevenin AB mevzuatına uygun olması ve yasalarda önemli bir sıkıntı olmamasına rağmen uygulamada sorunlar olduğu görülmektedir.<sup>153</sup>

Uygulamada sorunlar, arama ve el koyma kararlarının alınmasındaki sorunlarla başlamaktadır. Arama ve el koyma kararlarının alınması uygulamada yaşanan en büyük ve hemen hemen tüm marka sahiplerince paylaşılan ortak bir problemdir. Marka sahibinin taklitte cezai yollardan mücadele edilebilmesi için, öncelikle taklit üretim yapılan yeri kendi imkanları ile tespit ederek bu tespiti belgelemesi ve savcılığa başvurması gerekmektedir. Savcılık kararının ardından Güvenlik Şube Polisleri ile birlikte ilgili mahale gidilir, arama yapılır ve ürünlere el konulur. El konulan ürünler savcının belirleyeceği bir yediemine bırakılır veya adli emanete alınır. Ancak uygulamada savcıların arama kararını almalarında çeşitli zorluklarla karşılaştığı, İzmir, İstanbul, Ankara gibi büyük iller dışında, fikri ve sınai suçlardan sorumlu bir savcı bulunmaması, savcıların makul şüphe yerine kesin şüphe araması, işin doğası gereği bir yerde taklit ürün satıldığını gösteren delillere ulaşılmasının neredeyse imkansız olması vb nedenle arama kararı alınmadığı ya da arama kararının alınmasının bazen 4-5 haftayı bulabilmesi nedeniyle suçlunun kaçması ile sonuçlandığı belirtilmiştir. Arama kararı ardından, o mahalde taklit ürün olduğu tespit edilse dahi, ürünlere el konulmadığından, ürünler mal sahibi tarafından bir başka yere kaçırılabilir.

Arama ve el koyma kararları alınabilse bile bu kez de uygulamada sorunlar yaşanmaktadır. Aramanın Güvenlik Şube birimleri yerine yerel polis birimleri tarafından yapılması durumunda yerel polis birimleri bu alanda bilgilerinin azlığı,

<sup>152</sup> TESK Genel Başkanı Bendevi Palandöken, kayıt dışı ekonominin ve kaçak ürün ticaretinin korkutucu boyutuna dikkat çekmiş ve kaçakçılık suçlarına verilen hapis cezalarının artırılması, suçluyla yakalatanlara para ödülü verilmesi, denetimlerin artırılması, ALO 136 ihbar hattının kullanımının teşvik edilmesi gibi tedbirlerin mücadelede etkili olduğuna işaret etmiştir (TESK, 2015). Palandöken, sahtecilikle mücadelenin başarılı olması için bu tip önleyici ve caydırıcı önlemlerin, esnafın ve toplumun geçmişleri karanlı olan kaçak ürünlere karşı bilinçlendirilmesine katkıda bulunan kampanyalarla birleştirilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir.

Sahte ürünlerin, orijinal marka sahibi büyük firmaların yanı sıra KOBİ'ler açısından da çok zararlı olduğu, çoğu kez göz ardı edilmektedir. Antalya Bakkallar ve Bayiler Esnaf Odası Başkanı Eyüp Sabri Kıldırın, Türkiye'nin en büyük problemlerinden biri olan kaçakçılığın en çok bakkal, bayi, marketçi esnafını vurduğunun, en çok dürüst esnaf ve zanaatkarı mağdur ettiğinin altını çizmiştir. (Haber7, 2015) Bendevi Palandöken de TESK tarafından yapılan 'Dikkat, Bilmediğin Gerçekler Var!' kampanyası kapsamında, kaçak ürün ticaretinin yüksek olduğu birçok şehirde sokak afişleri kullanılarak toplumun kaçak ürünlere karşı uyarılmasının bilinmezlerle dolu kaçak ürünler hakkında bilinçlenmesine katkıda bulunduğunu vurgulamıştır (TESK, 2015).

<sup>153</sup> Türkiye'de fikri ve sınai hak ihlalleri konusunda yapılan çalışmalarda hukuk kaynaklı yayınların literatüre egemen olduğunu vurgulayan (Karakuş & Sever, 2013), kriminoloji perspektifinin yasal ve yasal olmayan arz zincirlerinin dinamik analizi; ürün ve marka korumada yasal arz zinciri üzerinde karşılaşılan kırılğan noktaların tespiti; tespit edilen zayıf ve kırılğan noktaların enformel ve formal koruma yöntemleriyle güçlendirilmesi yoluyla proaktif bir önleme stratejisi sunduğuna işaret etmişlerdir. Tüketiciler, firmalar ve devlet tarafından alınabilecek koruma önlemleri hakkında yapılan araştırmaların bir özeti sunan (Karakuş & Sever, 2013)'de Türkiye için alınmış ve alınacak önlemler konusunda bir değerlendirme yer almamaktadır.

sayılarının yetersizliği ve aynı coğrafi yerde görev yaptıkları için can güvenliklerinin bulunmaması gibi nedenlerle arama süreçlerinde yetersiz kalmaktadırlar. Aramalar sırasında hak sahibini temsil eden avukatlara karşı saldırılar da görülmektedir. Özellikle kıyı bölgelerinde esnafın bir araya gelmesi ve isyan etmesi; polislerin de yetersiz kalması sebebiyle avukatlar bu bölgelerde işlem yapmak istememektedir.

Turizm, taklit üretim ve satışını beslemektedir. Fakat turistik bölgeler marka sahiplerinin markalarını korumaları anlamında, gerek adliye nezdinde yaşanan aksaklıklar gerek polis güçlerinin yeterince destek vermemesi ya da bilgisiz olması nedeniyle en zor bölgelerden biridir.

Polislerin bu tür konularda yeterince eğitilmiş olmaması, uygulamada önemli sorunlara yol açmaktadır.

Arama ve el koyma kararları alınabilse dahi Adli Emanet Depolarının yetersizliği nedeniyle, el konulan mallar adli emanet depolarına alınmamaktadır. Bu durumda taklit malları taklitçi nezdinde bırakmak istemeyen mal sahipleri özel depolar tutmakta ve el konulan ürünleri bu depolarda muhafaza etmektedirler.

Ancak el konulan malların yargılama kesinleşinceye ve imha gerçekleşinceye kadar bu depolarda muhafazası hem hukuki bir sorumluluk gerektirmekte hem de çok uzun yıllar almaktadır. Birçok marka sahibinin depolarında 2001 yılından bu yana devam eden yargılamalara ilişkin taklit mallar bulunmaktadır.

Dosyaların kesinleştirilmesinin uzun yıllar alması ve hatta kesinleştikten sonra dahi infaz savcılıklarının bir türlü imha kararını verememesi nedeniyle, marka sahipleri zarara uğramaya devam etmektedir.

Ayrıca yargılamalar çok uzun yıllar sürmektedir. İlk derece mahkemeleri seri bir şekilde karar verseler dahi temyiz aşamasında dosya çok beklemektedir.

Yargılama tamamlandı ceza verilse bile yukarıda belirtildiği gibi cezaların caydırıcılığı olmamaktadır.

Orijinal markalar açısından dava sürecinin içerdiği zorluklar, mahkemeler olumlu sonuçlansa bile cezaların caydırıcı olmaması nedeniyle dava açmalarına rağmen bazı firmaların mahkemeler yoluyla mücadele konusunda beklentileri yüksek değildir.

Uygulamadaki bu aksaklıklara rağmen, bazı önemli gelişmeler de göz ardı edilmemelidir. Uygulama problemlerinin geçmişe göre çok daha azalmasına yol açan iki temel gelişme başta gümrükler olmak üzere, denetimlerdeki artış ve güvenlik güçlerinin müdahalesindeki iyileşmeler ve mahkemelerde ve emniyette fikri hak konusunda uzman yapıların ortaya çıkmasıdır.

Son 10 yılda ihtisas mahkemelerinin kurulması, AB fonları kullanılarak poliste fikri mülkiyet polisi oluşturulması, özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir'de emniyet teşkilatında farkındalıkta artış olması kayda değer gelişmelerdir.

Karşılaşılan bir diğer problem de gümrüklerde yakalanan sahte/taklit ürünlerin imha edilmek yerine gümrük mağazalarında satışa sunulmasıdır. Bu ürünlerin gümrük tarafından satılmaması, imha edilmesi ve imha bedelinin de bu ürünü getiren kişi/firmadan tahsil edilmesi caydırıcı bir uygulama olacaktır

Gümrüklerin önemine ilişkin olarak anlatılan bir örnek çok ilginçtir: ayakkabılar üzerindeki vergi yükünden kurtulmak için 10.000 ayakkabı ithal eden bir firma, ayakkabıların sağ ve sol teklerini farklı gümrük kapılarına göndermiş, bu ürünleri gümrükten çekmemiş ve bir süre sonra devlet bunları satışa çıkartınca çok cüzi rakamlara ayrı ayrı alıp birleştirmiş, bu sayede büyük bir vergi yükünden kurtulmuştur.

Yapılan birçok görüşmede, gümrüklerde merkezi olarak çok gelişme olduğu, eskiye göre çok daha etkin ve sıkı çalıştığı, eskiden çok çetrefil ve maliyetli olan taklit ürünlere müdahale süreçlerinin artık Almanya'dan daha kolay hale geldiği belirtilmiştir. Gümrük Genel Müdürlüğü'nün intranet üzerinden online marka başvurusu alması, marka gümrüğe kaydettirilince bu bilginin tüm gümrüklere ulaştırılması, gümrüklerde fikri mülkiyet koruma başvurusu için sürenin uzatılması, eskiden hiç kalifiye olmayan gümrük muayene memurlarının artık daha bilgili hale gelmesi sistem açısından bir uyanış olduğunun göstergeleridir. Gümrüklerdeki bu iyileşme yapılan neredeyse tüm görüşmelerde belirtilen bir nokta olmuştur. Ayrıca benzer şekilde Emniyet Genel Müdürlüğü'nün de son yıllarda bu konularda uzmanlaşarak daha yoğun destek sağladığı görülmektedir.

## Farkındalık eksikliği:

Uygulamada görülen sorunların kökeninde taklit ve sahte ürünlerin sakıncaları konusunda toplumda bir farkındalık olmaması yatmaktadır. Taklidin sakıncalarına ilişkin farkındalık eksikliği, politikacılarda, bürokratlarda, hukuk insanlarında, kolluk kuvvetlerinde ve kamuoyunda farklı derecelerde de olsa görülebilmektedir.

Türkiye'nin kendi markalarını üreten bir ülke olmaması ile taklit ürünle mücadele arasında ilişki vardır. Türk markası dünyada pek sık taklit edilmediği için konu, Türkiye'deki iş dünyası açısından son zamanlara kadar çok da üst sıralarda yer almamıştır. Taklit ürünlerden doğrudan zarar gören firmalar dışındaki iş dünyasının bu konudaki farkındalığı da nispeten zayıftır.

Mahkemeler, savcılar ve polis departmanları nezdinde Fikri ve Sınai Mülkiyet Haklarının korunması konusunda bir kamu bilinci yerleşmemiştir ve uygulamada bir birlik ve istikrar bulunmamaktadır.

Taklit, sahte ve kaçak ürün, çoğu kez organize bir suç yerine küçük bir kabahat olarak görülmektedir. Siyasetçi, hukukçu ve emniyet görevlileri arasında yaygın olan bu algının nedeni, taklit ve kaçak ürün satıcılarının ciddi gelir sıkıntısı çeken vatandaşlar olmasıdır. Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin nihai tüketiciye ulaşması için kurulmuş olan büyük organize süreç dikkate alınmadan zincirin sadece başındaki küçük üreticiye ve sonundaki küçük esnafa dikkat edilmesi, sanki taklit, sahte ve kaçak ürün işi bu küçük üretici ve esnafın işiymiş gibi algılanmakta ve bu kişilerin devasa uluslararası şirketlerin ürünlerini taklit ederek yaşamlarını kazandıkları düşünülmemektedir. Taklit, sahte ve kaçak üründen doğan kaybin sadece devasa uluslararası şirketlerin azalan karları olduğu, diğer yandan hem vatandaşın ucuz ürün tüketebildiği hem de küçük üretici ve esnafın karnının doyduğu algısı, taklit, sahte ve kaçak ürünlerin önemsenmemesine yol açan temel ahlaki bakış açısını oluşturmaktadır. Bu bakış açısının doğal sonucu olarak taklitçilere karşı verilen cezalar hiçbir surette caydırıcı olmamaktadır.

Taklit, sahte ve kaçak ürün tüketen tüketiciler açısından ise bu ürünlerin daha ucuz olmasının yegane nedeni yüksek teknelci rant olarak görülmekte, ürün kalitesinin farklılaşması, Ar-Ge, tasarım, inovasyon, reklam vb bir dizi sürecin ücretlendirilmemesi ve kamuya gitmesi gereken vergilerin alınmaması gibi ürün fiyatını düşüren faktörler dikkate alınmamaktadır. Çoğu kez standartlara uygun olmayan taklit ürünlerin önemli sağlık ve güvenlik sorunları barındırması, kamu açısından ciddi vergi kaybına yol açması, yabancı sermaye yatırımlarını düşürmesi ve yatırım ortamı üzerindeki olumsuz etkileri de kamuoyu algısında yeterince güçlü değildir. Bu nedenle tüketicinin de bilinçlendirilmesi özellikle bazı taklit, sahte ve kaçak ürünlerin yol açabileceği ciddi sağlık, güvenlik ve gelir etkileri konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir.

## Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyasasının yol açtığı sorunlar

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin ilk etkisi orijinal ürün üreticileri üzerindedir. Orijinal ürün üreticileri açısından düşük fiyatlı sahte ürün satışı orijinal markanın satışlarını azaltmakta ve haksız rekabete yol açmaktadır. Marka sahiplerinin sahte ürünlerle mücadele etmek için girdikleri mahkeme süreçleri, adli emanet gibi prosedürler, bu şirketler için ilave maliyet yaratmaktadır. Taklit ürünlerin zararları nedeniyle, orijinal markanın itibarı da zedelenilmektedir. Tüketicinin taklit ürün satın aldığını bilmemesi durumunda, taklit ürünün düşük performansı müşteri şikâyetlerine yol açmakta ve orijinal markanın itibarını zedelemektedir. Bu durumda şirketler marka imajı için yapmış oldukları yatırımın karşılığını alamamaktadırlar. Bu da genel olarak Türkiye'deki markalaşma sürecine sekte vurmaktadır.

Üreticiler açısından kayıplar sadece marka sahibi firma ile sınırlı değildir. Arz zinciri içinde yer alan tüm kesimler bir gelir kaybı ile karşı karşıya kalabilir.

Taklit ürünler genellikle hep büyük ve uluslararası şirketlerin bir meselesi olarak görülür. Fakat görüşülen bazı kişilerin vurguladığı gibi, taklit ürünlerin en büyük zararı KOBİ'lere olmaktadır. KOBİ'lerin büyük zorluklarla geliştirdikleri ürünlerin taklit edilmesi, bir anda karşılarında maliyet açısından büyük bir avantaja sahip olmuş bir rakip yaratmakta ve haksız rekabete yol açarak KOBİ'lerin cesaretini kırmaktadır. Bir ürün geliştirerek tam büyüme imkanına kavuşan KOBİ'lerin tüm hayalleri bitmekte, yeni bir ürün geliştirme hevesleri kalmamaktadır.<sup>154</sup>

Taklit, sahte ve kaçak ürünler, bu ürünlerin üretildiği firmalarda çalışan işçiler açısından da bir dizi sorun yaratır.

<sup>154</sup>Guardian'da yer alan bir haberde, Türkiye'de yeni ve orijinal bir ürün deneme konusunda hiç kimsenin bir isteğinin olmadığı, bunun da gelişimi balta-ladığı belirtilmiştir.

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin üretim koşulları, işçi sağlığı ve çevre açısından risk taşıır. Bu üretimde çalışanlar kayıt dışıdır. Ayrıca çocuk işçi çalıştırıldığı da görülebilmektedir.

Tüketiciler açısından, taklit, sahte ve kaçak ürünlerin daha ucuz olması nedeniyle bütçe açısından olumlu bir etkisi olabilir. Fakat tüketicilerin çoğu kez kandırılıyor olması bu etkiyi azaltan bir faktördür. Ancak tüketiciler açısından genelde ucuz olduğu için tercih edilen taklit, sahte ve kaçak ürün ciddi boyutlarda mali zarara da yol açabilmektedir. Tüketici taklit ve sahte üründen beklenen sonucu alamayabilir, istediği kalite olmayabilir, çeşitli güvenlik problemlerine yol açabilir. Bu sakıncaların ortaya çıkmasıyla zorunlu olarak orijinal ürün almak zorunda kalan tüketici için daha önce yapmış olduğu taklit ve sahte ürün alımı ilave maliyet oluşturur.

Bütçe ve gelir etkisi dışında taklit, sahte ve kaçak ürünler herhangi bir standarda uymadıkları için tüketiciler açısından sağlık ve güvenlik riskleri de söz konusu olabilir.

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin etkileri bireysel firma ve tüketicileri aşarak toplum ve ülke ekonomisine de uzanır.

Ülke ekonomisi üzerindeki doğrudan etki vergi gelirleri kaybıdır. Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin en fazla vergi yükünün yüksek olduğu akaryakıt, sigara ve içki gibi alanlarda olması, kamunun uğradığı vergi kaybının da büyük olmasına yol açar. Uzun vadede fikri hak korumasındaki sorunlar, ülke itibarının zarar görmesine ve yabancı sermaye yatırımlarında azalmaya yol açar, yatırım ortamını bozar ve istihdam yaratılmasını ve büyüme hızını yavaşlatır. Fikri hak korumasını gösteren endekste 1 puanlık düşüşün yatırımlarda düşüşe yol açtığı bilinmektedir. Fikri hak korumasının etkili olmamasının ekonominin orta gelir tuzağından çıkmasını çok zorlaştıracağı açıktır.

Taklit, kaçak ve sahte ürünlerin ekonomi açısından en olumsuz etkisi Ar-Ge ve teknoloji alanlarında görülür. Türkiye teknolojisinin gelişmesi için bir dizi destek vermektedir. Ancak yaratılan teknolojinin yeteri kadar korunmadığı görülmektedir. Ar-Ge merkezi kurup bir değer yaratıldıktan sonra bu değere başkaları tarafından el konulması, Ar-Ge faaliyetlerine zarar vermektedir. Birçok firmanın, aleni hale gelmesin diye patent başvurusu yapmaktan çekindiği gündeme getirilmektedir. Türkiye’de patent hakkı korumasının zayıflığı nedeniyle yabancılar patent hakkı almak istememektedirler. Patent alınmaması, teknolojinin gelişmesini yavaşlatmakta, bu da ülkenin katma değeri olmayan ürünlere sıkışıp kalmasına yol açmaktadır.

Bu tür ürünlerin yaygınlığı uzun vadede toplumu da çok olumsuz etkilemektedir. Fikri hak korumasının etkili olmaması giderek toplumsal değerleri erozyona uğratmakta, toplum açısından arızalı bir şeyle birlikte yaşamayı kabullenmek kanıksanır hale gelmektedir. Taklitçiliğe hayatın herhangi bir alanında göz yumulması bu alışkanlığın diğer alanlara da yayılmasına yol açmakta ve toplumun kültürel dokusunu bozmaktadır.

Görüşülen bir uzman, taklit ürünü “başarı hırsızlığı” olarak nitelemiş ve zararının çok uzun vadede çıkacağına dikkat çekmiştir. “Başarı hırsızlığı” Türkiye’nin dünya değerlerini kabul etmediği anlamına gelir; hukuk sistemine güven azalır ve bunların zararı ancak yıllar sonra görülür hale gelir.

Ayrıca, birçok üründe sürecin organizasyonunun uluslararası bir örgütlenme gerektiriyor olması nedeniyle, taklit, sahte ve kaçak ürünler organize suç örgütleri için de gelir kaynağı olmaktadır. Bu nokta özellikle kaçak piyasası oluşurken uluslararası bir suçla da mücadele edilmesi gereği ortaya çıkmaktadır.

## TÜRKİYE’DE TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK PİYASASININ BÜYÜKLÜĞÜ

### Metodoloji

Taklit, sahte ve kaçak piyasasının büyüklüğüne ilişkin tahminlerin yüksek belirsizlik içermesi ve çeşitli metodolojik sorunlar barındırması nedeniyle, bu çalışmada OECD tarafından hesaplanan GTRIC endekslerinin kullanılması uygun görülmüştür. Bu endeksler oluşturulurken, konunun uluslararası boyutuyla ele alınmış olmasının söz konusu güçlükleri bir ölçüde kontrol altında tutmaya yardımcı olacağı düşünülmektedir. Yalnızca yurtiçindeki gümrük ve muhafaza istatistiklerini kullanarak tahmin yapmak yerine farklı ülkelerdeki muadil kaynaklardan olabildiğince ayrıntılı biçimde elde edilmiş olan verilerin bütüncül ve sistematik bir çerçevede analize dahil edildiği bu endekslerden faydalanılması hesaplamaların genellenebilirliğine olumlu katkıda bulunmaktadır.

Taklit ürünlerin büyük ölçüde uluslararası ticarete konu olmasından dolayı OECD yaklaşımının temelinde dış ticaret istatistikleri yer almaktadır. Bu verilerin ülkeler bazında mevcut olması ve ikili ticaret ilişkilerine ilişkin ayrıntılı bilgiler sunması da analize önemli katkılar sağlamaktadır. Bu sayede herhangi bir ekonomi için kapsamlı ve tutarlı bir hesaplama yapmak mümkün olmaktadır.

Söz konusu analizin yalnızca uluslararası ticaret boyutuyla ele alınmasının yol açtığı en önemli eksiklik, taklit olarak yurtiçinde üretilen ve dışarıya ihracatı yapılmayan kısmının hesaba katılmamasıdır. Bu çalışmada bu sorunu bir ölçüde aşabilmek amacıyla, sektörlerin ihracatı içerisinde taklit oranına ilişkin tahminlerin aynı sektörlerin toplam satışları için de geçerli oldukları varsayılmıştır. Diğer bir deyişle, ihracata konu olan ürünlerdeki taklit paylarının yurtiçi satışlarda da aynı oldukları kabul edilmiştir.

İhracata konu olan taklit oranının hesaplanmasında GTRIC-p endekslerinden faydalanılmaktadır. Bu endeks, herhangi bir fasıl bünyesindeki ürünlerin taklit ya da sahte olma olasılığını bir başka fasıla göreliliği ifade etmektedir. Dolayısıyla, herhangi bir fasıla ilişkin mutlak büyüklükler bilindiği takdirde, diğer fasıllara ait değerler bu endeksler yardımıyla hesaplanabilmektedir. Dikkat edilirse, bu hesaplama yalnızca ürün boyutunu hesaba katmakta, ancak ülke boyutunu dikkate almamaktadır. OECD, benzer bir hesaplamayı kaynak ülke bazında da yapmaktadır. GTRIC-e adı verilen bu endeks ise farklı ülkelerden ithal edilen ürünleri ya da taklit ürün ihtiva etme yoğunluğunu mukayeseli olarak göstermektedir

### Bulgular

İlk olarak, GTRIC-p ve GTRIC-e endeksleri kullanılarak Türkiye’de her bir ürün için yapılan ihracatın ne kadarının sahte veya taklit olduğu ticaret ilişkisi içerisinde bulunan ülkeler bazında hesaplanmıştır. Ürünler itibarıyla toplulaştırılmış rakamlar aşağıda Tablo 9 ve 10’da sunulmaktadır. Örneğin, 91 kodlu “Saatler ve bunların aksam ve parçaları” ürün grubunun GTRIC-p endeks değeri 0,999 olup bu grupta taklit yoğunluğunun çok yüksek olduğuna işaret etmektedir. GTRIC-e endeksi ise Türkiye’den yapılan ihracatın kaçak ve taklit yoğunluğunu 0,8915 olarak göstermektedir. Bu noktada; söz konusu ürün grubundan yapılan ihracatın ortalamada yüzde kaçının sahte veya taklit olabileceğine ilişkin sabit bir değer varsayımı yapılması gerekmektedir. Bu varsayım kritik olup, OECD çalışmasında ortalama olarak %10 kabul edilmiştir. Bu durumda, Türkiye’nin 91 kodlu ürün grubundan yaptığı ihracat içerisinde taklit ürünlerin payı yaklaşık olarak şu şekilde hesaplanmaktadır: 0,1x0,999x0,8915 = %8,91

Türkiye, 91 kodlu ürün grubundan 2012 yılında 112 ülkeye yaklaşık 27,6 milyon dolar ihracat yapmıştır. Bu durumda söz konusu ihracatın yaklaşık 2,5 milyon dolarının sahte veya taklit ürünlerden oluştuğu tahmin edilmektedir.

**Tablo 9.** Türkiye’den yapılan ihracatın sahte veya taklit ürün içerme oranı (pay, %)

Kod	Ürün	Sahte / Taklit
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeleri	8,92
42	Deri-sereciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası, el çantaları vb mahfazalar, hayvan bağırsağından mamul eşya	8,92
65	Başlıklar ve aksamı (şapka, kasket, koruyucu başlıklar vb.)	8,92
66	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kamçılar, kırbaçlar ve bunların aksamı	8,91
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları	8,91
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	8,87
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	8,87
64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksamı	8,74
58	Özel dokunmuş mensucat, tüfte edilmiş dokunabilir mensucat, dantelâ, duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası, işlemler	8,62
96	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi, kalem, çakmak, fermuar, fırça vb.)	8,57
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı	8,29
85	Elektrikli makine ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	5,99
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları	5,74
37	Fotoğrafçılıkta veya sinemacılıkta kullanılan eşya	5,57
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar	4,49
83	Adi metallerden çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)	4,28
17	Şeker ve şeker mamulleri	4,27
94	Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb, prefabrik yapılar	4,25
48	Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya	4,15

93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	3,32
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	3,07
71	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar	3,01
82	Adi metallere aletler, bıçakçı eşyası ve sofraya takımları, adi metallere bunların aksam ve parçaları	2,94
22	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	2,54
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayisinin diğer mamulleri, el ve makine yazısı metinler ve planlar	2,53
90	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar, bunların aksam, parça ve aksesuarı	2,45
35	Albüminoid maddeler, değişikliğe uğramış nişasta esaslı ürünler, tutkallar, enzimler	1,90
13	Lak, sakız, reçine ve diğer bitkisel özsu ve hülâsalar	1,37
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya	1,18
56	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya	1,11
70	Cam ve cam eşya	0,96
57	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları	0,91
39	Plastikler ve mamulleri	0,88
68	Taş, alçı, çimento, amiyant, mika veya benzeri maddelerden eşya	0,78
81	Diğer adi metaller (tungsten, molibden, tantal, magnezyum, kobalt, bizmut, kadmiyum, vb.), sermetler, bunlardan eşya	0,77
67	Hazırlanmış ince ve kalın kuş tüyleri ve bunlardan eşya, yapma çiçekler, insan saçından eşya	0,74
46	Hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası	0,68
54	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler	0,53
50	İpek	0,52
59	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat, dokunabilir maddelerden teknik eşya	0,46
60	Örme eşya	0,44
30	Eczacılık ürünleri	0,40
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler	0,40
84	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	0,40
97	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar	0,38
34	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar, bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları	0,36
80	Kalay ve kalaydan eşya	0,36
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	0,34
52	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	0,34
73	Demir veya çelikten eşya	0,34
5	Diğer hayvansal menşeli ürünler (kıl, kemik, boynuz, fildişi, mercan, bağırsak, vb.)	0,32
6	Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve süs yaprakları	0,32
16	Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları	0,32
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	0,32

21	Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülâsaları, çay hülâsaları, mayalar, soslar, diyet mamaları, vb.)	0,32
29	Organik kimyasal ürünler	0,32
32	Debagatta ve boyacılıkta kullanılan hülâsalar, tanenler, boyalar, pigmentler, vb, vernikler, vb, macunlar, mürekkepler	0,32
38	Muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşerat öldürücüler, vb.)	0,32
55	Sentetik ve suni devamsız lifler	0,32
69	Seramik mamulleri	0,32
74	Bakır ve bakırdan eşya	0,32
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	0,32
79	Çinko ve çinkodan eşya	0,32
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	0,32

**Tablo 10.** Türkiye'den yapılan ihracatta sahte veya taklit ürünler (değer, milyon \$)

Kod	Sektör	Sahte / Taklit
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	820,1
85	Elektrikli makine ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksesuar-parça-aksesuarı	571,8
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	506,9
71	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar	210,9
94	Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb, prefabrik yapılar	120,4
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar	98,5
96	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi, kalem, çakmak, fermuar, fırça vb.)	84,8
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	80,6
64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksamı	63,2
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	55,2
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	54,6
58	Özel dokunmuş mensucat, tüfte edilmiş dokunabilir mensucat, dantelâ, duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası, işlemler	52,6
84	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	52,1
39	Plastikler ve mamulleri	49,5
48	Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya	47,4
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları	40,5
42	Deri-sereciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası, el çantaları vb mahfazalar, hayvan bağırsağından mamul eşya	37,6
83	Adi metallere çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)	34,8
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya	29,2



17	Şeker ve şeker mamulleri	27,0
73	Demir veya çelikten eşya	20,8
57	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları	19,9
90	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar, bunların aksam, parça ve aksesuarı	16,2
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	14,3
68	Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya	10,7
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı	9,8
70	Cam ve cam eşya	9,6
54	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler	9,0
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	7,6
22	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	7,5
60	Örme eşya	7,3
52	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	6,5
82	Adi metallere aletler, bıçakçı eşyası ve sofa takımları, adi metallere bunların aksam ve parçaları	6,5
56	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya	5,7
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	5,0
74	Bakır ve bakırdan eşya	4,7
55	Sentetik ve suni devamsız lifler	4,4
35	Albüminoid maddeler, değişikliğe uğramış nişasta esaslı ürünler, tutkallar, enzimler	3,7
34	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar, bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları	3,3
69	Seramik mamulleri	3,2
30	Eczacılık ürünleri	3,0
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları	2,5
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	2,5
32	Debagatta ve boyacılıkta kullanılan hülusalalar, tanenler, boyalar, pigmentler, vb, vernikler, vb, macunlar, mürekkepler	2,5
21	Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülusalaları, çay hülusalaları, mayalar, soslar, diyet mamaları, vb.)	2,5
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayisinin diğer mamulleri, el ve makine yazısı metinler ve planlar	2,4
65	Başlıklar ve aksami (şapka, kasket, koruyucu başlıklar vb.)	2,4
29	Organik kimyasal ürünler	1,9
38	Muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşerat öldürücüler, vb.)	1,8
59	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat, dokunabilir maddelerden teknik eşya	1,6
37	Fotoğrafçılıkta veya sinemacılıkta kullanılan eşya	1,5
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler	0,8
66	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kamçılar, kırbaçlar ve bunların aksami	0,5
16	Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları	0,3

6	Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve süs yaprakları	0,2
5	Diğer hayvansal menşeli ürünler (kıl, kemik, boynuz, fildişi, mercan, bağırsak, vb.)	0,2
13	Lak, sakız, reçine ve diğer bitkisel özsu ve hülusalalar	0,1
81	Diğer adi metallere (tungsten, molibden, tantal, magnezyum, kobalt, bizmut, kadmiyum, vb.), sermetler, bunlardan eşya	0,1
79	Çinko ve çinkodan eşya	0,1
97	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar	0,1
50	İpek	0,0
67	Hazırlanmış ince ve kalın kuş tüyleri ve bunlardan eşya, yapma çiçekler, insan saçından eşya	0,0
46	Hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası	0,0
80	Kalay ve kalaydan eşya	0,0
<b>TOPLAM</b>		<b>3,240.3</b>

OECD- EUIPO'nun Nisan 2016 tarihli raporunda, metodolojide önemli iyileştirmeler yapılmış ve GTRIC matrisindeki taklit yoğunlukları ürünler ve ülkeler bazında değişmiştir. Yeni rapora göre örneğin 64 kodlu "Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksami" ürün grubunun GTRIC-p endeks değeri 0,09633 olarak belirlenmiştir. Türkiye'den yapılan ihracatın taklit yoğunluğu 0,975'dir. Bu durumda, Türkiye'nin 64 kodlu ürün grubundan yaptığı ihracat içerisinde taklit ürünlerin payı yaklaşık olarak 9,3'tür. Türkiye, 64 kodlu ürün grubundan 2015 yılında yaklaşık 670 milyon dolar ihracat yapmıştır. Bu durumda söz konusu ihracatın yaklaşık 62 milyon dolarının sahte veya taklit ürünlerden oluştuğu tahmin edilmektedir.<sup>155</sup>

**Tablo 11.** Türkiye'den yapılan ihracatta sahte veya taklit ürünler (değer, milyon \$)

Kod	Ürün	Sahte / Taklit
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları	9,7
42	Deri-sereciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası, el çantaları vb mahfazalar, hayvan bağırsağından mamul eşya	9,7
65	Başlıklar ve aksami (şapka, kasket, koruyucu başlıklar vb.)	9,4
64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksami	9,3
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları	8,9
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı	8,7
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	8,3
96	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi, kalem, çakmak, fermuar, fırça vb.)	8,3
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeleri	8,0
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar	6,5
66	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kamçılar, kırbaçlar ve bunların aksami	5,7
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayisinin diğer mamulleri, el ve makine yazısı metinler ve planlar	5,2

<sup>155</sup> (OECD-EUIPO: Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact)

62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	4,9
58	Özel dokunmuş mensucat, tüfte edilmiş dokunabilir mensucat, dantelâ, duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası, işlemler	4,8
82	Adli metallere aletler, bıçakçı eşyası ve sofrâ takımları, adli metallere bunların aksam ve parçaları	4,4

(OECD-EUIPO Nisan 2016 tarihli raporundaki endekslere dayanarak hazırlanmıştır)

OECD ve EUIPO'nun 2011- 2013 yıllarını analiz eden Nisan 2016 tarihli raporuna göre Türkiye ihracatının %0,98'i sahte ürünlerden oluşmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'nin 2013 yılında yaklaşık 1,5 milyar dolar civarında sahte veya taklit ürün ihracatı yaptığı tahmin edilmektedir.<sup>156</sup> Giyim, elektrikli makine ve cihazlar, mobilya vb. ürünleri içeren ilk beş grubun toplam içerisindeki payı %68'e ulaşmaktadır.

Konunun ithalat tarafı biraz daha karmaşık bir hal almaktadır. Bunun nedeni, ihracat tarafından yapılan analizde kaynak ülke olarak yalnızca Türkiye söz konusuysen, ithalat tarafından yapılacak analizde ülke boyutunun da hesaplamalara dahil olmasıdır. Diğer bir deyişle, ilgili ülkelerden her bir ürün grubu için yapılan ithalatlar kullanılmaktadır. Türkiye'nin yaptığı ithalat içerisinde sahte veya taklit ürünlerin parasal değeri aşağıda Tablo 12'de sunulmaktadır.

Örneğin, 62 kodlu "Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı" ürün grubunda Türkiye yaklaşık 113 ülkeden ithalat yapmaktadır. Bu ürün grubunda sahte veya taklit yoğunluğu çok yüksek olup, GTRIC-p endeks değeri 0,9950 civarındadır. Öte yandan, söz konusu yoğunluk ülkelere göre önemli farklılıklar göstermektedir. Örneğin, GTRIC-e endeksine göre, Çin'den yapılan (genel toplam) ithalatın sahte veya taklit yoğunluğu 0,9748 iken, Fransa için bu değer 0,074 olmaktadır. Burada da yine, söz konusu ürün grubundan yapılan ithalatın ortalama yüzde kaçının sahte veya taklit olabileceğine ilişkin sabit bir değer varsayımı yapılması gerekmektedir. Bu değer OECD çalışmasında ortalama %10 olarak kabul edilmiştir. Bu bilgiler ışığında, Türkiye'nin 62 kodlu ürün grubunda Çin'den yaptığı ithalat içerisinde taklit ürünlerin payı yaklaşık olarak şu şekilde hesaplanmaktadır:  $0,1 \times 0,9950 \times 0,9748 = \%9,70$ . Bu ürün grubunda Çin'den yapılan toplam ithalat 563 milyon dolar olduğundan, sahte veya taklit malların tahmini değeri de 54,6 milyon dolar ( $563 \times 0,097$ ) olarak hesaplanmaktadır.

Bu hesaplama her bir ürün grubu ve ülke için yapıldığında, Türkiye'nin 2012 yılında yaptığı ithalatın yaklaşık 1,7 milyar dolarının sahte veya taklit ürünlerden oluştuğu tahmin edilmektedir.<sup>157</sup> Bu da Türkiye'nin toplam ithalatının %1,1'ine karşılık gelmektedir. Bunun önemli bir bölümünün de 85 kodlu "Elektrikli makine ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı" ürün grubundan kaynaklandığı görülmektedir.

**Tablo 12. Türkiye'nin yaptığı ithalat içerisinde sahte veya taklit ürünler (değer, milyon \$)**

Kod	Sektör	Sahte / Taklit
85	Elektrikli makine ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	661,5
71	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar	247,2
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	114,2
64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksamı	77,7

<sup>156</sup> (OECD-EUIPO: Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact)

<sup>157</sup> (Frontier Economics, 2011) çalışmasına göre Türkiye'nin taklit ve kaçak ithalatı, toplam ithalatına paraleldir. Bu çerçevede, 2010 yılı için dünyadaki bu faaliyet için geçerli olan 287-363 milyar dolarlık hacimden, dünya ithalatında %1,2 olan payına paralel olarak 3,5 - 4,4 milyar dolar arasında hesaplanmaktadır.

61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	59,8
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı	51,1
84	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	48,3
94	Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb, prefabrik yapılar	41,2
42	Deri-sereciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası, el çantaları vb mahfazalar, hayvan bağırsağından mamul eşya	40,8
39	Plastikler ve mamulleri	40,8
90	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar, bunların aksam, parça ve aksesuarı	34,7
48	Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya	29,4
96	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi, kalem, çakmak, fermuar, fırça vb.)	27,6
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları	19,9
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya	15,2
83	Adi metallere çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)	14,7
82	Adi metallere aletler, bıçakçı eşyası ve sofrâ takımları, adi metallere bunların aksam ve parçaları	12,5
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları	11,9
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	11,8
58	Özel dokunmuş mensucat, tüfte edilmiş dokunabilir mensucat, dantelâ, duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası, işlemler	11,4
54	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler	8,2
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	8,1
29	Organik kimyasal ürünler	5,8
74	Bakır ve bakırdan eşya	5,3
52	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	5,3
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar	5,2
65	Başlıklar ve aksami (şapka, kasket, koruyucu başlıklar vb.)	4,7
73	Demir veya çelikten eşya	4,5
55	Sentetik ve suni devamsız lifler	4,2

70	Cam ve cam eşya	4,2
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	3,9
66	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kamçılar, kırbaçlar ve bunların aksamı	3,2
37	Fotoğrafçılıkta veya sinemacılıkta kullanılan eşya	2,8
35	Albüminoid maddeler, değişikliğe uğramış nişasta esaslı ürünler, tutkallar, enzimler	2,6
30	Eczacılık ürünleri	2,6
68	Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya	2,3
32	Debagatta ve boyacılıkta kullanılan hülusalalar, tanenler, boyalar, pigmentler, vb, vernikler, vb, macunlar, mürekkepler	2,2
22	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	2,1
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	2,0
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	1,8
38	Muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşerat öldürücüler, vb.)	1,8
17	Şeker ve şeker mamulleri	1,6
56	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya	1,6
60	Örme eşya	1,5
69	Seramik mamulleri	1,1
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayinin diğer mamulleri, el ve makine yazısı metinler ve planlar	1,1
57	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları	1,1
59	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat, dokunabilir maddelerden teknik eşya	1,0
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	1,0
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler	0,9
79	Çinko ve çinkodan eşya	0,8
34	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar, bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları	0,7
81	Diğer adi metaller (tungsten, molibden, tantal, magnezyum, kobalt, bizmut, kadmiyum, vb.), sermetler, bunlardan eşya	0,5

21	Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülusalaları, çay hülusalaları, mayalar, soslar, diyet mamaları, vb.)	0,4
67	Hazırlanmış ince ve kalın kuş tüyleri ve bunlardan eşya, yapma çiçekler, insan saçından eşya	0,3
50	İpek	0,2
13	Lak, sakız, reçine ve diğer bitkisel özsu ve hülusalalar	0,2
80	Kalay ve kalaydan eşya	0,1
5	Diğer hayvansal menşeli ürünler (kıl, kemik, boynuz, fildişi, mercan, bağırsak, vb.)	0,1
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	0,1
46	Hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası	0,1
6	Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve süs yaprakları	0,1
97	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar	0,0
16	Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları	0,0
TOPLAM		1,669.0

İhracat ve ithalat hesaplamalarında Birleşmiş Milletler COMTRADE veri tabanındaki istatistiklerden faydalanılmıştır. Ancak, yurtdışında veya taklit ürünlerin piyasa büyüklüğünün tahmini için gerek duyulan satış rakamlarının tahmini için TÜİK tarafından yayımlanan Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri'nden faydalanılmıştır.<sup>158</sup>

Yurtdışındaki sahte veya taklit piyasasının büyüklüğü tahmin edilirken, yukarıda Tablo 9'de sunulmuş olan oranlar temel alınmıştır. Herhangi bir ürün grubunun toplam satışları içerisinde sahte veya taklit ürünlerin parasal değeri de ilgili oran üzerinden tahmin edilmiştir. Sonuçlar, aşağıda Tablo 13'de sunulmuştur.

Örneğin, 85 kodlu "Elektrikli makine ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı" ürün grubunun 2012 yılı satış büyüklüğü 27,4 milyar dolar olarak tahmin edilmiştir. Bu grubun ihracatı içerisinde sahte veya taklit ürünlerin payı ise %6 olarak tahmin edilmiştir. Bu durumda, ilgili ürün grubunda sahte veya taklit ürünlerin satış değeri 1,6 milyar dolar civarında hesaplanmaktadır. Ancak, bunun 572 milyon doları (bkz. Tablo 10) ihracat olarak yapıldığından, yurtdışı satış değeri 1,1 milyar dolar olarak tahmin edilmektedir.

Bu hesaplamalar tüm sektörler için yapıldığında, Türkiye'de yurtdışı taklit piyasasının büyüklüğü 5,4 milyar dolar olarak tahmin edilmektedir. Buna, yurtdışından ithal edilenler de dahil edildiğinde toplam büyüklük 7 milyar dolara ulaşmaktadır.

<sup>158</sup> OECD çalışması HS2'yi (Harmonized System) temel alırken, söz konusu TÜİK verileri NACE sınıflandırmasına göre yapılmıştır. Bu nedenle, NACE -> ISIC -> HS şeklinde bir dönüştürme işlemi yapılmış ve sektörel büyüklüklerin ürün gruplarına paylaşım işlemi gerekli hallerde doğrusal biçimde yapılmıştır.

**Tablo 13. Türkiye’de yurtiçi satışlarda sahte veya taklit ürünler (değer, milyon \$)**

Kod	Sektör	Sahte / Taklit
85	Elektrikli makine ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	1.070,0
62	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	624,8
64	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	458,4
94	Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya, bunların aksamı	419,2
48	Kâğıt ve karton, kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya	400,2
61	Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb, prefabrik yapılar	264,0
20	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar	168,9
58	Özel dokunmuş mensucat, tüfte edilmiş dokunabilir mensucat, dantelâ, duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası, işlemler	156,2
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	154,6
33	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	124,2
95	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları	120,5
63	Şeker ve şeker mamulleri	120,3
17	Plastikler ve mamulleri	115,3
65	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar	102,8
39	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	90,2
68	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, bunların aksam, parça ve aksesuarı	80,6
22	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	73,9
84	Başlıklar ve aksamı (şapka, kasket, koruyucu başlıklar vb.)	73,8
49	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi, kalem, çakmak, fermuar, fırça vb.)	68,2
37	Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya	66,1
90	Adi metallerden çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)	62,4
83	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar, bunların aksam, parça ve aksesuarı	50,1
87	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	49,4

82	Fotoğrafçılıkta veya sinemacılıkta kullanılan eşya	41,7
91	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler ve baskı sanayisinin diğer mamulleri, el ve makine yazısı metinler ve planlar	37,0
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya	36,8
73	Deri-sereciye eşyası, eyer-koşum takımları, seyahat eşyası, el çantaları vb mahfazalar, hayvan bağırsağından mamul eşya	28,7
42	Adi metallerden aletler, bıçakçı eşyası ve sofrta takımları, adi metallerden bunların aksam ve parçaları	26,3
70	Demir veya çelikten eşya	25,9
19	Saatler ve bunların aksam ve parçaları	22,0
96	Cam ve cam eşya	21,0
44	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	18,0
52	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarı	16,7
34	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	15,5
55	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları	15,1
38	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	14,6
81	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar, bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları	12,9
66	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler	12,3
93	Sentetik ve suni devamsız lifler	12,2
59	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya	10,9
69	Muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşerat öldürücüler, vb.)	10,6
29	Örme eşya	10,3
32	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	10,2
56	Seramik mamulleri	10,2
54	Albüminoid maddeler, değişikliğe uğramış nişasta esaslı ürünler, tutkallar, enzimler	9,9
35	Debagatta ve boyacılıkta kullanılan hülâsalar, tanenler, boyalar, pigmentler, vb, vernikler, vb, macunlar, mürekkepler	9,9
60	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat, dokunabilir maddelerden teknik eşya	9,0
76	Organik kimyasal ürünler	7,4

30	Diğer adi metaller (tungsten, molibden, tantal, magnezyum, kobalt, bizmut, kadmiyum, vb.), sermetler, bunlardan eşya	6,2
74	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonlar, kamçılar, kırbaçlar ve bunların aksamı	5,8
57	Bakır ve bakırdan eşya	3,5
46	Eczacılık ürünleri	3,3
16	Hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası	2,4
50	Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları	2,2
79	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler	2,1
80	İpek	2,1
41	Çinko ve çinkodan eşya	1,8
97	Kalay ve kalaydan eşya	1,3
67	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar	1,2
5	Diğer hayvansal menşeli ürünler (kıl, kemik, boynuz, fildişi, mercan, bağırsak, vb.)	1,1
13	Hazırlanmış ince ve kalın kuş tüyleri ve bunlardan eşya, yapma çiçekler, insan saçından eşya	
6	Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülusalari, çay hülusalari, mayalar, soslar, diyet mamaları, vb.)	
21	Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve süs yaprakları	
71	Lak, sakız, reçene ve diğer bitkisel özsu ve hülusalari	
<b>TOPLAM</b>		<b>5,392.2</b>

Bu çalışmada büyük ölçüde OECD metodolojisinden yararlanılmış olmakla birlikte, Türkiye için yapılacak analizlerde özellikle iki ürün grubuna ayrıca dikkat edilmesi gerekmektedir. Akaryakıt ve sigara çok hızlı bir şekilde nakit paraya dönüştürülebilir ürün sınıfında olması nedeniyle, kaçak boyutunun olduğundan çok daha düşük hesaplanma ihtimali yüksektir. Akaryakıt kalemi, OECD sınıflandırmasında yer almadığından analize ayrıca dahil edilmiştir. OECD sınıflandırmasında 24 numara ile gösterilen tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler grubuna ilişkin elde edilen ve yukarıda özetlenen sonuçlar, Tütün Sanayicileri Derneği'nin bağımsız araştırma şirketi MSI Intelligence'a yaptırdığı "Boş Paket Araştırması" bulguları ile değiştirilmiştir.

PETDER verilerine göre Türkiye, 2014 yılında 19,9 milyon ton akaryakıt tüketmiştir. KOM Raporunda aynı yıl ele geçirilen kaçak akaryakıt miktarı 13,8 milyon litre olarak yer almıştır. TÜİK verilerine göre yıllık ortalama akaryakıt fiyatı 4,4 olarak gerçekleşmiştir. EPDK Petrol Piyasası Raporu'na göre; akaryakıt ürünlerinden elde edilen dolaylı vergiler, tüm vergi gelirlerinin yaklaşık olarak % 13,5'ini oluşturmaktadır. Akaryakıt kaçakçılığına ilişkin vergi kaybı ise yıllık 11 milyar TL olarak öngörülmektedir.

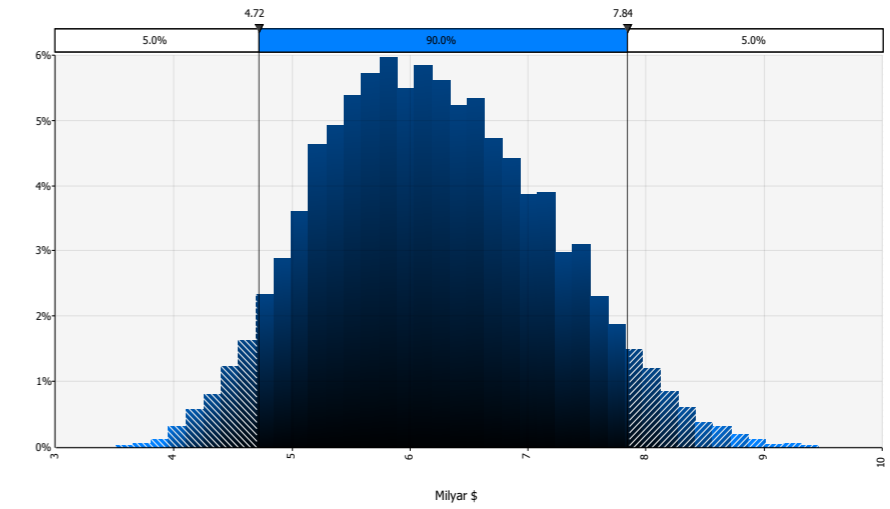
TAPDK verilerine göre 2015 Türkiye'de sigara piyasasının büyüklüğü 39,6 milyar lirayı bulmuştur. Yapılan boş paket araştırmasına göre kaçak ürün oranı %13,3 olarak belirlenmiştir. Yurt içi sigara satışları kaçak ürünlerle birlikte 45,8 milyar liraya ulaşmıştır. Bu verilere göre kaçak 6,06 milyar liradır. Bu veriler ışığında devletin kaçak sigara nedeniyle vergi kaybının yaklaşık 5 milyar lira olduğu tahmin edilmektedir.

Hesaplamalarda kullanılan GTRIC-p ve GTRIC-e endekslerinin önemli miktarda ölçme belirsizliği içermesine karşın, analizlerdeki en kritik varsayım herhangi bir ürün grubu için toplam ihracatı/ithalatı içerisinde sahte veya taklit

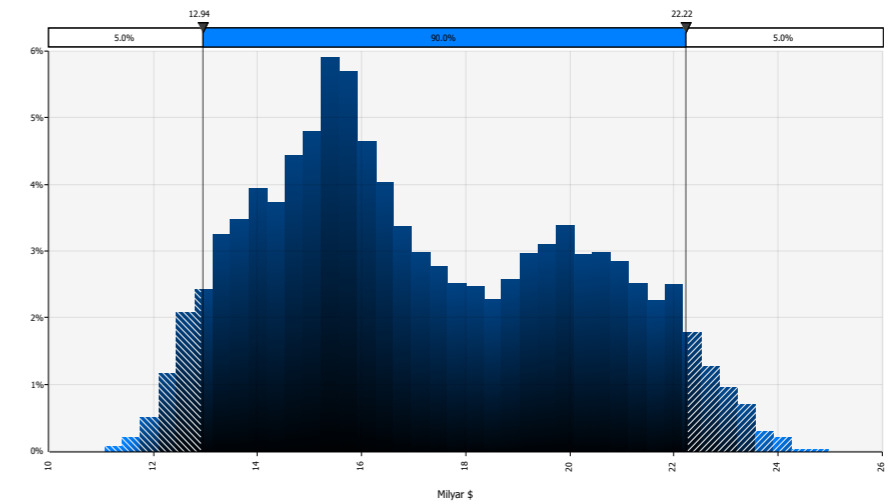
ürünlerin payına karşılık gelen "sabit değer" in %10 olarak kabul edilmesidir. Bu varsayım, sonuçların tutarlılığını önemli ölçüde etkilediğinden OECD çalışmasında ayrıca %5 ve %20 sabit değerlerinin kullanılması da önerilmektedir. Yukarıdaki tablolarda sunulan değerler, tekil ve birbirlerinden bağımsız olarak değerlendirildiğinde bu varsayım doğrusal bağlı olduklarından; %5 durumunda ikiye bölerek, %20 durumunda ise ikiye çarparak ilgili değere ulaşılabilir.

Ancak, toplulaştırılmış sonuçlar için aynı şeyi söylemek mümkün olmamaktadır. Zira her bir ürün grubuna ilişkin varsayım birbirinden farklı olabilecektir. Akaryakıt ve tütün ürünleri ile ilgili yapılan hesaplamalar ayrıca dahil edilmek üzere, sabit değer in %5, %10 ve %20 olabileceği üç farklı varsayım altında, olası durumlar aşağıdaki iki grafikte özetlenmiştir (Grafik 1 ve 2).

**Grafik 1.** Alternatif sabit değerler altında yurtiçi (yerli) sahte veya taklit piyasasının büyüklüğünün değişimi (değer, milyar \$)



**Grafik 2.** Alternatif sabit değerler altında yurtiçi toplam (yerli + ithal) sahte veya taklit piyasasının büyüklüğünün değişimi (değer, milyar \$)



Analiz sonuçlarına göre, Türkiye'de yurtiçi (yerli) sahte veya taklit piyasasının tahmini ortalama büyüklüğü 6,2 milyar dolar ve standart hatası ise yaklaşık 1 milyar dolar olarak hesaplanmaktadır. Buna göre, gerçek değer in %90 güven düzeyinde 4,7 milyar dolar ile 7,8 milyar dolar arasında olduğu söylenebilir.

İthalat veya diğer gümrük yollarıyla ülkeye giren sahte veya taklit ürünler de hesaba katıldığında, piyasanın tahmini ortalama büyüklüğü 17,2 milyar dolara ve standart hatası ise yaklaşık 3,0 milyar dolara yükselmektedir. Bu durumda ise, gerçek değer in %90 güven düzeyinde 12,9 milyar dolar ile 22,2 milyar dolar arasında olduğu söylenebilir.

## Vergi kaybı

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin etkileri anlatılırken vurgulandığı gibi vergi kaybı önemli bir boyut alabilmektedir.

Türkiye'de sahte veya taklit ürün piyasasının tahmini büyüklüğü ortalama 17,2 milyar dolar olarak kabul edilirse, kamunun vergi gelirlerinde meydana gelen kaybın büyüklüğü de yaklaşık 7,2 milyar dolar olarak tahmin edilmektedir.<sup>159</sup>

## İstihdam kaybı

Ekonomi Bakanlığı tarafından yayımlanan yatırım-teşvik istatistiklerine göre, 2012 yılında Türkiye'de bir birim istihdam yaratmanın ortalama maliyeti (Enerji sektörü hariç) yaklaşık 150.000 dolar civarındadır. Enerji sektörü içinse söz konusu rakam 2 milyon dolara yakındır. Buna göre, sahte veya taklit piyasasının mevcut büyüklüğü ile yaklaşık olarak **90.000** istihdam yaratmak mümkündür.<sup>160</sup>

## SAHTECİLİĞİN EN YAYGIN GÖRÜLDÜĞÜ SEKTÖRLER

Orijinal markanın gücünün yüksek olduğu, üretim teknolojisinin büyük yatırımlar gerektirmediği, üretim süreçlerindeki maliyetlerin düşük olduğu, dağıtım ve lojistiğin ucuz ve kolay olduğu ürünlerde taklit, sahte ve kaçak piyasasının gelişmiş olduğu gözlemlenmektedir. Üretim ve dağıtım süreçlerinden kaynaklanan bu özellikler bazı sektörleri taklit, sahte ve kaçak faaliyetleri için daha elverişli kılmaktadır. Taklit ve sahte faaliyetleri, fikri mülkiyet haklarının korunması ile ilgili yasal mevzuatın kalitesi ve mevzuatın uygulanması ve caydırıcılığı, fikri mülkiyet hakları konusundaki farkındalık ve eğitim gibi kurumsal özelliklerin zayıf olduğu ülkelerde daha yaygındır.

Dünya Gümrük Örgütü'nün (World Customs Organization) son verilerine göre tüm dünyada gümrüklerde ele geçen sahte ürünler arasında değer cinsinden ilk beş ürün aksesuarlar (%29), saatler (%27) elektronik ürünler (%12), diğer ürünler (%8) ve giyim eşyalarıdır(%8).<sup>161</sup>

Bu bölümde AB ve ABD gümrük verilerinden elde edilen bilgilere göre taklit, sahte ve kaçak ürünlerin dünyada en yaygın olduğu bilinen sektörler ve AB gümrük verilerine göre Türkiye'nin en önemli kaynak ülkelerden birisi olduğu parfüm, kozmetik ve kişisel bakım ürünleri incelenmiştir. Kaçakçılığın önemli olduğu silah, uyuşturucu, göçmen ve tarihi eser kaçakçılığı kapsam dışında bırakılmıştır. Çeşitli araştırmalarda taklit, sahte ve kaçak ürünlerin en yaygın olarak görüldüğü sektörler

- Sahte ürünler (görsel-işitsel ürünler, müzik eserleri, yazılım ve oyun)
- İlaç
- Gıda ve içecek
- Giyim eşyaları
- Alkollü içki
- Otomotiv ve aksami
- Elektrikli aletler ve elektronik
- Tütün ürünleri
- Akaryakıt
- Parfüm, kozmetik ve kişisel bakım

Söz konusu sektörlerde önce literatür taramasına dayalı olarak dünyadaki durumun bir özeti yapılmış ve ardından Türkiye için sektörün boyutunun, piyasa yapısı, taklit ve kaçak ürünün etkileri, mücadele ve önlemler, basın taraması, konuyla ilgili çalışmalar ve raporlar ve çalışma dahilinde yüz yüze yapılan görüşmelerden yararlanılarak ele alınmıştır. Böylece, sektörde taklit, sahte ve kaçak ürünün boyutun, yerli üretime mi ithalata mı dayalı olduğu, taklit, sahte ve kaçak ürün kullanımında son 5 yılda bir değişiklik olduysa bu değişimin özelliklerinin neler olduğu araştırılmıştır. Ayrıca,taklit, sahte ve kaçak ürün kullanımının firmalar, tüketiciler ve ülke ekonomisi açısından olası etkileri, taklit, sahte ve kaçak ürünlerin üretim, satış, dağıtım vb süreçlerinin nasıl organize edildiği, taklit, sahte ve kaçak ürün

<sup>159</sup> (Frontier Economics , 2011) çalışmasında toplam vergi kaybı 2,4 milyar dolar olarak hesaplanırken gelir vergisi ve sosyal güvenlik primlerinin de hesaplamaya dahil edildiği (Güran, Tosun, Tosun, Bayar, Canyaş, & kaya, 2008) çalışmasında ise 4,9 milyar dolar olarak tahmin edilmektedir.

<sup>160</sup> Toplam istihdam kaybı (Frontier Economics , 2011) çalışmasında 135.000 kişi olarak hesaplanırken (Güran, Tosun, Tosun, Bayar, Canyaş, & kaya, 2008) çalışmasında ise 10.399 kişi olarak tahmin edilmektedir.

<sup>161</sup> (World Customs Organization, 2014)

kullanımının azaltılması için şirket, kamu ve iş dünyası çerçevesinde ne gibi adımların atılmış ve atılmakta olduğu incelenmiştir. Bunun yanı sıra, taklit, sahte ve kaçak ürün kullanımının azaltılması için neler yapılabileceği, taklit, sahte ve kaçak ürünler konusunda iş dünyasında, kamuda, siyasetçilerde ve kamuoyunda farkındalığın ne düzeyde olduğu gibi temel başlıklara yanıt oluşturulması amaçlanmıştır.

Farklı sektörlerde taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının nasıl çalıştığı konusunda yapılan bu analiz, sektörler arasındaki büyük farklılıklara rağmen, bazı temel noktaların ortak olduğunu ortaya koymuştur.

Her şeyden önce, taklit, sahte ve kaçak ürünün hiçbir sektörde nihai net etkisinin olumlu olmadığı, ülkenin bir bütün olarak ele alındığında bu yasa dışı faaliyet nedeniyle ciddi bir zarara uğradığı görülmektedir. Ayrıca, bu zararın zannedildiği gibi orijinal marka üreticileri ile sınırlı olmayıp, küçük üretici ve esnaftan tüketicilere kadar çok geniş bir kesime yayıldığı anlaşılmıştır. Öte yandan yaygın kanının aksine bu tür faaliyetlerin büyük bir organizasyon gerektirdiği ve küçük üretici ve esnafın bu piyasadaki rolünün ve payının çok küçük olduğu görülmüştür. Neredeyse bütün sektörlerde bu yasa dışı faaliyetin büyük çapta bir suç örgütlenmesini de gerektirdiği, taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasında esas karın, süreci organize edenler tarafından alındığı, küçük üreticilerin ve satıcıların bu işlerden gelirinin çok sınırlı olduğu anlaşılmıştır.

Sektörel analiz, bu tür faaliyetlerin ortaya çıkmasında fiyat etkisinin önemini ortaya koymuştur. Piyasaların rekabetçi yapıdan uzaklaştıkları, vergi vb yüklerin yüksek olduğu, piyasanın sığ olduğu sektörlerde orijinal ile taklit, sahte ve kaçak ürün arasındaki fiyat marjı artmakta, bu da söz konusu faaliyetleri cazip kılmaktadır.

Tüm taklit ürün piyasalarında ciddi bir ekonomik etki ortaya çıkmaktadır. Markaların uğradığı kayıpların yanı sıra makroekonomik etkiler ve özellikle vergi kayıpları dikkat çekici boyuttadır. Bu faaliyetlerin yol açtığı sorunlar arasında çalışan sağlığı ve çevre açısından risk yaratan üretim koşulları, kayıt dışı istihdam, çocuk işçi çalıştırılması gibi sorunlar dikkati çekmektedir. Bu faaliyetler yaratıcılığı öldürmekte, gelişmeyi desteklemekte, yaratıcı firmaların ortaya çıkmasını engellemektedir. Ancak, taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının mevcudiyeti, ekonomik etkinin yanı sıra, güvenlik, sağlık, kültürel hayat, etik değerler, toplumsal hayat, teknolojik ilerleme gibi çok geniş bir alana yayılabilmektedir. Taklit ve kaçak faaliyetlerinin önlenmesi konusunda atılabilecek birçok adım olduğu da ortaya çıkmıştır. Marka suçunun kanunla düzenlenmesi, denetimlerin, kontrollerin artırılması, yargılama sürecinin hızlandırılması, sahte ürünlerin imhasının kolaylaştırılması, yaptırımların uygulanması, cezaların caydırıcı hale getirilmesi gibi tedbirler, incelenen tüm sektörlerde taklit ve kaçak faaliyetlerinin önlenmesinde etkili olacaktır.

Taklit ve kaçak faaliyetlerinin çoğu kez uluslararası boyutu da olan organize örgütlenmeler olduğu dikkate alındığında, bu faaliyetlerle mücadelede başarılı olunabilmesi, ilgili tüm tarafların sürekli olarak koordinasyon içinde bulunmasını gerektirmektedir.

Taklit ve kaçak faaliyetlerle ilgili mücadelenin en önemli ayağını ise bu faaliyetlerin olumsuz etkileri konusundaki farkındalığın artması oluşturmaktadır. Bu çerçevede, sadece tüketicinin bilinçlendirilmesini hedefleyen kampanyalar değil, emniyet ve yargı sistemi, siyasetçiler ve diğer kamuoyu önderleri nezdinde de bilgilendirme ve eğitim faaliyetleri, etkin bir mücadelenin en önemli unsurlarını oluşturmaktadır.

Sektörlerin neredeyse tamamı için geçerli olan bu ortak noktalarda iyileştirme sağlanması ile Türkiye'de taklit ve kaçak ürünlerle mücadelede büyük bir ilerleme görülecektir. Türkiye'de taklit ve kaçak ürünlerle mücadele stratejisi, bu ortak sorunların çözümlenmesinden sonra tek tek sektörler bazında önlemlerle devam etmek durumundadır.

## SAHTE ÜRÜNLER

## GÖRSEL-İŞİTSEL ÜRÜNLER

Teknolojideki hızlı değişmeler, görsel işitsel ürünlerde fikri mülkiyet hakkı ihlallerinin de hızla biçim değiştirmesine neden olmaktadır. Kısa zaman öncesine kadar CD, DVD gibi fiziki formlarda sahte ürün yaygınken son zamanlarda dijital formatta ve internet ortamında müzik, film, yazılım, oyun vb sahte ürün tüketiminin yaygınlaştığı görülmektedir. Bu format farklılaşması, görsel ve işitsel ürünlerin kullanımında bundan öncesiyile karşılaştırılamayacak bir değişikliğe

yol açmış ve görsel ve işitsel ürünler neredeyse 24 saat tüketilen ürünler haline gelmiştir. Görsel ve işitsel ürünlerin fiziksel formda tüketilmelerinin yaygın olduğu 2005 yılına ilişkin verilerden, sahte oranının sektörün toplam satışları içindeki payının, filmlerde<sup>162</sup> %57, müzik CD'lerinde % 37 ve yazılımda %35 olduğu bilinmektedir.<sup>163</sup> İnternet ortamının yaygınlaşmasından sonra bu oranların artık çok daha yükselmiş olduğu öngörülmektedir.

Frontier Economics'e göre<sup>164</sup>2008'de müzik eserleri sahteciliği 17-40 milyar dolar, sinema eserleri sahteciliği 10-16 milyar dolar ve yazılım sahteciliği 1,5-19 milyar dolar arasındadır. Böylece toplam dijital sahteciliği 28,5-75 milyar dolar arasında hesaplanmaktadır. CEBR (Centre for Economic and Business Research- Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Merkezi), 2002 yılında Avrupa Komisyonu için Taklidin Ölçülmesi başlığıyla yaptığı çalışmada, diğer sektörlerle ilişkin verilerde sorun olmasına rağmen BSA verilerinin güvenilir olduğuna işaret etmiştir.

Müzik, film ve yazılım sektöründe dijital korsanlığın hacmi yılda 80 milyar dolara ulaşmıştır.<sup>165</sup>Sadece müzik endüstrisinin global copyright ihlalleri nedeniyle kaybı 10.9 milyar doları aşmıştır.<sup>166</sup> 2013'te korsan yazılımların üçte biri kötü amaçlı yazılım içermektedir.<sup>167</sup>

2008 yılında Türkiye için yapılan bir çalışmada da tüketicilerin sahte mallarla karşılaştıkları ürünler itibariyle ilk iki sırada CD-DVD ve bilgisayar yazılımları gelmektedir.<sup>168</sup>

Görsel ve işitsel sanat eserlerinin telif hakkı ödenmeksizin kullanımı iki aşamada gerçekleşmektedir. Görsel ve işitsel sanat eserlerini, bireysel tüketiciler, kendi kullarımları için telif hakkı ödemeksizin kullanabildikleri gibi, bu eserler kafe, restoran, gece kulübü, internet siteleri, radyo, televizyon ve gazeteler gibi birçok alanda faaliyet gösteren firmalar tarafından pazarlama stratejilerinin bir parçası olarak da kullanılabilir. Görsel ve işitsel sanat eserlerinin firmalar tarafından telif hakkı ödenmeksizin kullanımı, çok daha fazla sayıda tüketiciye eriştiğinden bireysel kullanıma oranla çok daha önemlidir.

Teknoloji nedeniyle, görsel ve işitsel sanat eserlerini başka sektörlerdeki küçük üreticiler rahatlıkla çoğaltarak kullanabilmektedir. Denetimler ve yakalanma ihtimali nedeniyle büyük firmalar görsel ve işitsel sanat eserlerinin sahte kullanımından uzak durmaktadır.

Görsel ve işitsel sanat eserleri sahteciliğinin orijinaleri ile tüketicinin fark etmesi mümkün olmayacak biçimde aynı kalitede olması, bu sektörü, fikri hak ihlallerinin yaşandığı tüm diğer sektörlerden ayırmaktadır. Bu da bu alanda fikri hak ihlalleri ile mücadeleyi çok daha zor hale getirmektedir. Diğer ülkelerde olduğu gibi, Türkiye'de de müzik ve sinema eserleriyle ilgili meslek kuruluşlarının, sahte yayımcılık faaliyetleri konusunda uzun bir süreden beri aktif bir mücadele içinde olmalarına rağmen teknolojide ve yaşam tarzlarında meydana gelen değişiklikler nedeniyle telifi ödenmeyen eser kullanımının giderek yaygınlaştığı görülmektedir.

#### Müzik eserleri

#### Sektörün boyutu:

Müzik eserlerinde sahtecilikle mücadele oldukça eskidir. Türkiye İlim ve Edebiyat Eseri Sahipleri Meslek Birliği'nin (İLESAM) sayfasından anlaşıldığı kadarıyla daha 2005 yılından önce farklı değerlendirmeler mevcut olmakla beraber; müzik eserlerinde (kaset ve CD) sahte kullanım oranının ortalama olarak %70'ler seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır. Sahte üretimin %70 oranında yurt içinde yapıldığı; geri kalanının ise yasa dışı yollarla yurda sokulduğu tahmin edilmektedir. İLESAM, sahteciliğin ulaşmış olduğu seviye sebebiyle, Müzik Sektörünün yıllık cirosunun 1991 yılında 200 milyon \$ iken 2001 yılında 50 milyon \$ seviyesine düştüğünü ve müzik sektöründe sahte sebebiyle devletin vergi kaybının 37 trilyon TL olduğunu belirtmektedir.<sup>169</sup>

<sup>[162]</sup> Movies Motion Pictures Association tarafından yapılan araştırmada MPA üyesi kurumlara ait filmlerin VHS, DVD veya VCD üzerinden sahte kopyalanarak satılanlarının toplam içindeki oranı hesaplanmıştır.

<sup>[163]</sup> (OECD, 2008, s. 77)

<sup>[164]</sup> (Frontier Economics, 2011, s. 38)

<sup>[165]</sup> (NetNames, Sizing the piracy universe, 2013)

<sup>[166]</sup> (Department for Business, Innovation & Skills, Government welcomes Creative Content UK which will warn Internet userswhose connections are being used to illegally share films andmusic, 2014)

<sup>[167]</sup> (Zurich, Risk Nexus: Counterfeit products: new risks in global value chains, 2014)

<sup>[168]</sup> (Güran, Tosun, Tosun, Bayar, Canyaş, & kaya, 2008, s. 99)

<sup>[169]</sup> (İLESAM)

Uluslararası Ekonomi Konferansı'nda açıklanan sahte kaset ve CD raporuna göre Sezen Aksu'nun 2004'te yayımlanan 'Yaz Bitmeden' albümünü satın alanların yüzde 25'inin sahte (bandrolsüz) ürün aldıkları ortaya çıkmıştı.<sup>170</sup>

#### Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Sektörde sahte kelimesi yerine artık fikri mülkiyet hırsızlığı terimi tercih edilmektedir. Müziğin ticari alanlarda kullanılıp, eser sahibine ödenmemesi dahil edildiğinde, müzik eserlerinde fikri mülkiyet hırsızlığı %80-90'lardadır; hatta bazı alanlarda %95'e yükselebilmektedir. Bu yaygınlığın nedeni, ticari müzik kullanımının mağazalar, yerel radyo ve televizyonlar, internet, kafeler, barlar vb tüm alanlarda yaygınlaşmış olmasıdır. Eskiden sınırlı kullanılırken şimdi teknoloji ile müzik kullanımı şekil değiştirerek, hard disklere, belleklere, cep telefonlarına indirilmekte ve bu sayede müziğin kullanılmadığı bir alan kalmamaktadır.Kaset ve CD ithalat ve ihracatı olmakla birlikte, müzik eserlerinin dijital boyuttaki satışı ve paylaşım siteleri ile bütün dünyaya ulaştırılması daha önemlidir. Teknoloji sayesinde meydana gelen bu kullanım farklılığı, sektörde lisanslamanın yerinde mi yoksa tüketim alanında mı yapılması gerektiği konusunda henüz sonuçlanmamış olan bir tartışmaya yol açmıştır. Telif hakları konusunda gelişmiş ülkelerin Türkiye gibi ülkeleri bu hakları koruyamayacakları iddiasıyla küçümsedikleri ve bu nedenle lisanslamanın tüketim alanında yapılmasına karşı çıktıkları ileri sürülmektedir.

Türkiye gibi, teknolojinin ve tüketim kalıplarının batılı seviyelere geldiği, buna karşılık telif hakları korumasında bilincin hiç gelişmemiş olduğu ülkeler, müzik eserlerinde telif hırsızlığının en çok görüldüğü ülkelerdir. Müzik eserlerinde telif hırsızlığı, yurtdışında üretilmiş eserlerin burada kullanımı kadar, burada üretilmiş eserlerin yurtdışında yaşayan Türkiye vatandaşları ve komşu ülke vatandaşları tarafından kullanılmasıyla da oldukça yaygındır. Yurtdışında Türk müzik eserlerinin kullanımının, Türkiye'de yabancı müzik eserleri kullanımından daha fazla olduğu ileri sürülmektedir. Türk müzik eserlerinin Ortadoğu, Türki cumhuriyetler, Balkan ve Arap ülkeleri gibi geniş bir coğrafyada yaygın biçimde kullanıldığı, bu kullanım karşılığında hiçbir telif alınmadığı belirtilmektedir. Bir uzman bu durumu “Madonna'nın telifini Aşık Veysel ödüyor” diye özetlemiştir.

#### Etkileri:

Piyasaya ilişkin bilgilerden, müzik eserlerini telifi ödenmeden kullanan diğer sektör firmalarının haksız kazanç elde ettiği ve bu durumun müzik eserleri sahipleri ve üreticilerden, diğer sektör firmalarına bir transfer sonucu doğurduğu anlaşılmaktadır.

Eser sahipleri ve yapımcı firmalar eski gelirlerinin %10'unu bile kazamamaktadır. Sektörde birçok firma kapanmıştır. Fikri hak ihlalleri ile baş edilememesi, müzik eserlerinin üretimini azaltmakta, kalitesizliğe yol açmakta ve kültürel üretim yok olma noktasına gelmektedir.

#### Mücadele ve önlemler:

Meslek birlikleri tarafından diğer ülkelerin nasıl mücadele ettikleri araştırılmış, bütün bilgi ve veriler bakanlığa ve diğer ilgili mercilere iletilmiştir. Ama herhangi bir önlem alınmadığı görülmektedir.

Bu alanda etkin bir mücadelenin olabilmesinin ilk koşulu toplumda sanata verilen önemin artmasıdır.

#### Yazılım ve oyunlar

Türkiye'de ticari yazılımların sahte kullanımı çok yüksek oranda seyretmektedir. BSA Türkiye'nin tahminlerine göre Türkiye'deki sahte yazılım kullanım oranları çok yüksek olmakla birlikte İLESAM'a göre 1995'te %90 olan bu oran zaman içinde belli bir gerileme eğilimi göstermektedir.

Business Software Alliance verilerine göre Türkiye'deki kişisel bilgisayarlara yüklenen lisanssız yazılımların oranı 2011 yılında %62 olup dünya ortalaması olan %42 seviyesinden oldukça yüksektir.<sup>171</sup>

Ticari yazılımların sahte kullanılmasıyla ilgili Fikri ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında girişilen tedbirler kısıtlı ve münferit ölçekte kalmakta; yapılan hukuki girişimlerin etkisi sınırlı ölçekte bir kitleyi etkilemektedir. Hukuki

<sup>[170]</sup> Radikal, 2005

<sup>[171]</sup> (Fikri ve Sinai Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu).

takip sürecinde oluşan birçok aksaklıklardan dolayı sahte ticari yazılım kullanımına ilişkin suçlar etkin bir şekilde cezalandırılmamaktadır.

### Sektörün boyutu:

Bilişim sektöründe hem donanımda taklit ürünler hem de yazılımda sahte ürünler görülmektedir.

### Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Bilişim sektöründeki taklit donanım ürünlerinde ve sahte yazılım ürünlerinde yurtiçinde üretim görülmemektedir, ürünler yurtdışından temin edilmektedir.

### Etkileri:

Sahte yazılım nedeniyle firmaların satışları azalmakta, servis harcamaları ise artmaktadır. Tüketiciler açısından ise genelde ucuz olduğu için tercih edilen sahte yazılım ciddi boyutlarda mali zarara yol açabilmektedir. Tüketici sahte üründen beklenen sonucu alamayabilir, istediği kalite olmayabilir, sahte yazılım virüse yol açabilir ve güvenlik problemi oluşturabilir. Bu sakıncaların ortaya çıkmasıyla zorunlu olarak orijinal ürün almak zorunda kalan tüketici için daha önce yapmış olduğu sahte ürün alımı ilave maliyet oluşturur. Sahte kullanımı verimliliği azaltır, orijinal ürünler yeni sürümler çıktıkça güncellenebilirken bu ürünler güncellenemedikleri için, sahte yazılım kullanan firmaların teknolojik olarak geri kalmasına yol açar.

Uludağ İhracatçı Birlikleri, Bilgi Üniversitesi Bilişim ve Teknoloji Hukuku Enstitüsü ve Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) işbirliğiyle 29 Aralık 2011 tarihinde yapılan “Üretim Süreçlerinde Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Fikri Mülkiyet Haklarına Aykırı Kullanımının İhracata Etkisi” adlı seminerde, Türkiye’de sahte yazılımda gerçekleştirilebilecek yüzde 10’luk bir azalmanın ekonomiye 2.180 yeni iş alanı ve gayri safı yurtiçi hâsılaya 1 milyar dolar katkı sağlayacağı belirtilmiştir. Aynı seminerde, ABD’de yeni yürürlüğe giren düzenlemeler kapsamında sahte donanım ve sahte yazılım kullanımının artık bilişim sektörünün yanı sıra ihracat ve imalat sektörünü de olumsuz etkileyecek hale geldiği vurgulanmıştır.

Business Software Alliance ve INSEAD tarafından yapılan bir araştırmaya göre, lisanslı yazılım hem işletmelere hem de yurtiçi ekonomiye fayda sağlamaktadır. Bu araştırmaya göre, lisanslı yazılımlar sahte yazılımlarla karşılaştırıldığında Gayrisafi Yurtiçi Hasıla’ya (GSYİH) iki kat daha fazla katkı yapmakta, lisanslı yazılımlarda yüzde 1’lik artış GSYİH’ye 464 milyon dolarlık katkı sağlarken, sahte yazılımlar için aynı düzeydeki artışın ekonomiye getirisini ise yarı yarıya azalarak 232 milyon dolarla sınırlı kalmaktadır.

Sahte yazılım, diğer sektörlerde olduğu gibi, fikri hak çerçevesini ve ülkedeki yatırım ortamını zedeler ve vergi gelirleri ve yabancı sermaye yatırımlarını düşürücü etki yapar.

### Mücadele ve önlemler:

Her şeyden önce bireysel tüketicilerin ve firmaların sahte yazılımın mahsurları konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

Ürün güvenliğine ve gerekli standartlara aykırı olarak üretilen, ithal edilen, dağıtılan ve satılan veya gerekli yeterliliklere uygun olmayan, yanıltıcı veya gerçek dışı açıklayıcı ifadelerle piyasaya sunulan donanım ürünleri için mevzuatta pek çok idari ve cezai yaptırım olduğu görülmektedir. Donanım ürünleri, teknik açıdan ortalama bilgi düzeyine sahip kullanıcılar tarafından hâkim olunabilecek ve değerlendirilebilecek kriterler dışında teknik ve spesifik bilgiyi gerektirmektedir. Bu nedenle donanımlar üzerindeki kontrol ve denetim mekanizmalarının etkinleştirilmesi gerekmektedir.<sup>172</sup>

1. Genel olarak vergi yükü ve diğer idari yüklerin azaltılması

<sup>172</sup> (TÜBİSAD, 2011)

**Tablo 14.** Görsel – İşitsel ürünlere ilişkin detay tablosu

	Görsel-İşitsel ürünler
Piyasa özellikleri	
En sık karşılaşılan ürünler	Film, dizi, müzik
Piyasa büyüklüğü	Modern kent hayatının neredeyse tüm alanlarında müziğin kullanılması nedeniyle piyasa büyüklüğü çok yüksektir. Sektörde 200-300 bin kişi çalışmaktadır.
Ürünün taklit/sahte/kaçak olduğunun anlaşılması	Tüketicinin tercihiyle bağlı olmadan kullanılan eser sayısının yaygınlığı karşısında sahte ürün konusunda farkındalık oluşmamaktadır.
Karlılık	Tespit edilebilmesi kolay değildir.
Taklit/sahte/kaçak piyasa büyüklüğü	Ölçülebilmesi kolay değildir; ancak kullanıcıların hiç ödeme yapmadığı dikkate alınmalıdır.
Orijinal markanın gücü	
Üretim, dağıtım ve teknoloji	
Üretim teknolojisi ve maliyetler	Film, dizi, müzik eserlerinin izinsiz kullanımının, kullananlar açısından herhangi bir maliyeti yoktur.
Piyasa yapısı	Teknoloji nedeniyle, küçük üreticiler rahatlıkla çoğaltabilmektedir. Denetimler ve yakalanma ihtimali nedeniyle büyük firmalar sahte kullanımından uzak durmaktadır.
Lojistik	İnternet üzerinden anında her yerden ulaşılabilmektedir.
Üretim yeri	
Geliş ülkesi	
Tüketim, satış alanları	
Fiyat	Tüketiciler çoğu kez tamamen ücretsiz erişmektedir.
Taklit/sahte/kaçak ürünün etkileri	Müzik eserlerini kullanan firmaların haksız kazanç elde etmesi, müzik eserleri sahipleri ve üreticilerin gelir kaybı, sektörün küçülmesi, kalitesizlik ve kültürel erozyon
Ürün kalitesi	Teknolojinin gelişmesi nedeniyle sahte ürünlerin kalitesi ile yasal eser kopyaları arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.
Statü göstergesi	Tüketiciler açısından statü göstergesi değildir.
Satış alanları	İnternet, yerel radyo ve televizyonlar
Mücadele, düzenleme, denetim	
Yasal düzenlemeler	Önemli boşluklar vardır
Yakalanma ihtimali	Çok yaygın bir biçimde kullanılması ve toplumsal olarak kabul gören bir davranış olması nedeniyle yakalanma ihtimali çok düşüktür
Uygulama ve denetleme	Çok yaygın bir biçimde kullanılıyor olması nedeniyle etkili denetim olanağı çok azdır.
Cezalar	Çok yaygın bir biçimde kullanılması ve toplumsal olarak kabul gören bir davranış olması nedeniyle bireysel tüketiciler cezalandırılmamaktadır.



İlave önlem ve öneriler	Kamuoyunun eğitilmesi ve bilinçlendirme önemlidir
Önemli kurum ve kuruluşlar	Kültür Bakanlığı, siyasetçiler, üniversiteler, hakimler

## YAYINCILIK

Yayıncılık sektöründe de sahte olgusunu basılı kitap ve elektronik kitap olarak ele almak mümkündür. Türkiye'de elektronik kitabın halen yaygın olmaması nedeniyle sorun, hali hazırda ağırlıklı olarak basılı kitaptadır. Elektronik kitabın sadece "vatandaşa hizmet olsun" mantığıyla paylaşımına açıldığı, bu alanda sahtecilik varsa da sahte pazarından söz edilemeyeceği, çünkü legal pazarın çok küçük olduğu vurgulanmaktadır.

### Sektörün boyutu:

Türkiye Yayıncılar Birliği'ne göre 2014 yılında Türkiye'de perakende kitap pazarının büyüklüğü 2,4 milyar dolardır.<sup>173</sup>

2003 yılında sahte yayının yayın sektöründeki oranı % 53 iken, ciddi para ve hapis cezası getiren 'Sahtecilikle Mücadele Yasası'nın yürürlüğe girmesiyle 2004'te % 30'lara gerilemiştir.<sup>174</sup>Türkiye Yayıncılar Birliği eski Yönetim Kurulu Üyesi Kenan Kocatürk'e göre Türkiye'de yayıncılık sektöründe sahteciliğin payı %30 civarındadır.<sup>175</sup> Yasanın, sokaklarda kitap satışını yasaklamasının ardından sahte yayın yapanların bandrol uygulamasının zaaflarından yararlanarak yeni yöntemler geliştirmeleri ile sahte kitaplar kitapevlerinde satılmaya başlanmıştır. Edebiyat ve İlim Eseri Sahipleri Meslek Birliği'nin (EDİSAM) Sahte Yayın 2005 Raporu'na göre sektördeki sahte oranı 2004'te yeniden yüzde 40'a yükselmiştir.<sup>176</sup> Aradan geçen 10 sene içinde durumda önemli bir değişiklik görülmemektedir.

Sektörde sahte ürün oranının %50'lerden %30'lara gerilemiş olduğu, bu azalmanın nedeninin ise hukuki mücadele ve ders kitaplarını devletin basmaya başlaması olduğu ifade edilmektedir. Çok satan kitaplarda ise sahteciliğin yapılmaması söz konusu değildir. Tüm pahalı yabancı ders kitaplarının ve çok satan kitapların mutlaka sahtesi vardır.

### Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Sahte kitaplar yurtiçinde üretilir, çok hacimli olması nedeniyle yurtdışından yasa dışı yollarla Türkiye'ye girmesi söz konusu değildir.

Yayınevlerinin yayınladıkları ürünlerin ancak %10-%15'ini çok satan ürünler oluşturur, bu çok satan kitaplar yayınevinin bastığı diğer kitapları finanse eder. Sahtesi olan kitaplar da bu çok satan ürünlerdir. Sahte üretimde, yayınevinin üstlendiği büro, telif maliyeti gibi maliyetler söz konusu olmadığı, sadece matbaa maliyeti olduğu için, orijinal kitaba göre çok daha ucuzdur. Ayrıca sadece çok satılan kitapların sahte baskısı yapıldığı için, bu kitaplar daha büyük miktarlarda basılmakta ve bu nedenle matbaa maliyeti, 1000 adet basılan standart kitaplara göre çok daha ucuz olabilmektedir. Bu nedenlerle, sahte kitabın maliyeti rahatlıkla orijinal kitabın maliyetinin yarısına düşebilmektedir.

Tüketiciler çoğunlukla bilmeden, daha ucuz diye alırlar. Sahte kitap, orijinal kitabın sadece filme alınıp basılmasıyla yapıldığı için tüm ölçeklerde yapılabilmektedir.

Sahte kitaba yol açan en önemli etken dağıtım ağıdır. Yayıncılık faaliyetlerinde Türkiye çapında etkin bir dağıtım ağının olmaması, orijinal ürünün birçok noktada okura ulaşmasını engellemektedir. Sahte üreticilerin dağıtım ağını çok etkin kullanmaları nedeniyle, orijinal kitabı temin edemeyen okur, sahte kitabı almak zorunda kalmaktadır.

Açıktaki satılabilirliği gibi, taşrada kitapçılarda da orijinal kitabın yanında satılmaktadır. Yakalanma riski çok düşüktür. Kitapçı, tüketiciye orijinal kitap yerine sahte baskıyı önerip, tüketici baskı kalitesini beğenmediğinde hemen yerine orijinal kitabı verir.

<sup>173</sup> (Türkiye Yayıncılar Birliği, 2014)

<sup>174</sup> (Radikal, 2005)

<sup>175</sup> (Sabit Fikir, 2011)

<sup>176</sup> (Radikal, 2005).

### Etkileri:

Yayıncılık sektörünün ülke ekonomisi içindeki yeri çok az olduğu için sahte yayıncılığın ekonomik etkisi önemli değildir. Ancak sahte kitap, yayıncılık faaliyeti dışında olduğu için buradan elde edilen gelir, sektör dışına çıkmaktadır. Yayıncılık sektöründeki firmaların para kazanma ve yayımladıkları diğer kitaplarını finanse etme yolu olan çok satan kitapların sahteciliğinin yapılması, sektöre ciddi bir darbe vurmaktadır. Bunun sonucunda orijinal kitap fiyatları yükselmektedir.

### Mücadele ve önlemler:

Yayıncılıkla ilgili meslek kuruluşlarının, sahte yayıncılık faaliyetleri konusunda uzun bir süreden beri aktif bir mücadele içinde oldukları görülmektedir.

Türkiye Basım Yayın Meslek Birliği Başkanı Muharrem Kaşıtoğlu'na göre, sahte basan matbaalara, depolara ve satanlara karşı arama ve el koyma kararlarının zor alınabilmesi, yargılama sürecinin hantal olması, sahte kitap işini 'sevimli' bir suç olarak gören savcı ve hakimlerin var olması sahte yayıncılık faaliyeti için elverişli bir zemin oluşturmakta ve sokaklarda, üst geçitlerde orijinal kitap bile satılması yasakken sahte kitaplar satılabilmektedir.<sup>177</sup>

Bandrol uygulamasında değişikliğe gidilmiş olması ve bandrol yetkisinin YAYFED'e (Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu) verilmiş olması sahtecilikle mücadeleye olumlu etkiye bulunmuştur.

Ancak sahte kitapla mücadelede en büyük engel, düşünce hırsızlığının ahlaki bir mesele olarak görülmemesidir. Toplumumuzda kitap adeta kutsallaştırılır ve söylemde kitap okunması her aşamada yaygın olarak tekrarlanırken, kitabın sadece kâğıt olmadığı, kitap üretimini esas olarak içeriğinin belirlediği göz ardı edilir. İçeriğin göz ardı edildiğinin yakın zamandaki en net örneği, FATİH projesi hazırlanırken telif için bütçede pay ayrılmamış olmasıdır.

Sahte kitapla mücadelenin kazanılabilmesi için her şeyden önce yayıncılık sektörünün sorunlarını çözmek, legal kitabın okuyucuya ulaşmasını sağlamak gerekmektedir. Ayrıca, tüketicilerin ve hakimlerin, kitap maliyetinin sadece matbaa maliyeti olmadığı konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

Bu alanda mücadeleyi zorlaştıran bir unsur da tüketicinin makul rakamlar vererek yasal yollardan, internet üzerinden bu eserlere ulaşabilme olanağının olmaması, yani yasal pazarın mevcut olmamasıdır.

Sahte kitapta en önemli mesele dağıtım olduğu için, elektronik kitapta teknolojinin gelişmesiyle beraber uzun dönemde dağıtımın kontrol edilebilmesi mümkün gözükürken, basılı kitapta dağıtım sorunu çözülmediği sürece, sahte sorunu devam edecektir.

**Tablo 15.** Yayıncılığa ilişkin detay tablosu

	Yayıncılık
Piyasa özellikleri	
En sık karşılaşılan ürünler	Pahalı ders kitapları ve popüler yerli, yabancı kitaplar.
Piyasa büyüklüğü	Türkiye'de perakende kitap pazarının büyüklüğü 2,4 milyar dolardır
Ürünün taklit/sahte/kaçak olduğunun anlaşılması	Tüketicinin fark etmesi kolay değildir.
Karlılık	Yayınevinin üstlendiği büro, telif maliyeti gibi maliyetler söz konusu olmadığı, sadece matbaa maliyeti olduğu için, orijinal kitaba göre çok daha ucuzdur
Taklit/sahte/kaçak piyasa büyüklüğü	%30 civarında olduğu düşünülmektedir. Ancak çok satan tüm kitapların sahtesi vardır.

<sup>177</sup> (Milliyet, 2013)

Orijinal markanın gücü	Çok satan kitapların seçilmesi belirleyicidir.
Üretim, dağıtım ve teknoloji	
Üretim teknolojisi ve maliyetler	Üretim teknolojisinin maliyeti düşüktür.
Piyasa yapısı	Küçük ve büyük ölçekte rahatlıkla üretimi yapılabilir.
Lojistik	Yasal kitap piyasasına kıyasla çok daha etkin çalışan bir dağıtım ağından yararlanmaktadır.
Üretim yeri	Yurtiçinde üretilip tüketilir
Geliş ülkesi	
Tüketim, satış alanları	
Fiyat	Yayınevlerinin telif, büro vb maliyetleri olmadığı sadece baskı maliyeti olduğu için çok daha ucuza mal edilir. Okuyucunun ürünün sahte olduğunu fark etmediği durumda orijinal fiyatına satılır.
Taklit/sahte/kaçak ürünün etkileri	Yayınevlerinin kar marjını daraltmakta, orijinal kitapların fiyatının yükselmesine yol açmaktadır.
Ürün kalitesi	Teknolojinin gelişmesi nedeniyle sahte ürünlerin kalitesi ile yasal eser kopyaları arasında çok az fark bulunmaktadır.
Statü göstergesi	Tüketiciler açısından best seller kitapların bulundurulması statü göstergesidir.
Satış alanları	Sokak tezgahlarında, taşrada, özellikle orijinal kitabın dağıtımının olmadığı yerlerde kitapçılarda
Mücadele, düzenleme, denetim	
Yasal düzenlemeler	Bandrol uygulamasındaki değişiklik olumlu olmuştur.
Yakalanma ihtimali	Toplumsal olarak kabul gören bir davranış olması nedeniyle yakalanma ihtimali çok düşüktür
Uygulama ve denetleme	Toplumsal olarak kabul gören bir davranış olması nedeniyle göz yumulmaktadır.
Cezalar	Sahte kitap ahlaki bir mesele olarak görülmemektedir. Kitabın içeriği göz ardı edilerek, kitap maliyetinin sadece matbaa maliyeti olarak anlaşılması, sahte kitaba sempati ile bakılmasına yol açmaktadır.
İlave önlem ve öneriler	Kamuoyunun eğitilmesi ve bilinçlendirme önemlidir
Önemli kurum ve kuruluşlar	YAYFED, Kültür Bakanlığı, Kütüphaneler Genel Müdürlüğü.

## İLAÇ VE TIBBİ ÜRÜNLER

Yeni farmasötik ürünlerin geliştirilmesi çok uzun zaman ve maliyet gerektiren karmaşık süreçlerdir.

Ana etken maddenin yanı sıra bir dizi farmasötik ürünün sahteciliğe maruz kaldığı görülmektedir. WHO ilaçta olası taklit yöntemleri olarak şunları sıralar:

- Sahte ambalaj+aktif etken maddenin doğru miktarda olması
- Sahte ambalaj+yanlış aktif etken madde
- Sahte ambalaj+aktif etken madde olmaması
- Sahte ambalaj+aktif etken maddenin yanlış miktarda olması
- Orijinal ambalaj+ bilerek yanlış aktif etken madde kullanılması
- Orijinal ambalaj+ bilerek aktif etken madde kullanılmaması
- Orijinal ambalaj+ aktif etken maddenin yanlış miktarda kullanılmaması

İlaçta sahtecilik genelde büyük, uluslararası şirketler tarafından yapılmaktadır.<sup>178</sup>İlaçta tüketicilerin bilerek sahte ürün almayacakları yaygın kabul gören bir görüştür.

En çok taklit edilen ilaçlar, gelişmiş ülkelerde streptokoklar, kanser, kolesterol, tansiyon ve hormon ilaçları gibi modern ilaçlar, gelişmekte olan ülkelere ise antibiyotikler, tüberküloz, malarya ilaçları gibi enfeksiyonlara karşı ilaçlar, ağrı kesici ve enflamasyon gidericiler, anti-histaminik ve vitaminler gibi temel ilaçlardır.

İlaçta taklit oranı gelişmiş ülkelerde %1'den az iken, az gelişmiş ülkelerde %10'a çıkabilmektedir; hatta Latin Amerika, Asya ve Afrika'daki bazı ülkelere %30'ları bulabilmektedir.<sup>179</sup>

Eldeki veriler, farmasötikte taklit ürünlerin sayısında ve miktarında artışa işaret etmektedir.<sup>180</sup> Hiçbir düzenlemeye ve standarda uymayan bu ürünler son derece hijyenik olmayan koşullarda üretilmektedir. Üretilen ürünlerin piyasaya sunulması ülkeden ülkeye çok değişen yollarda olmakta, bunun için çok sayıda yöntem kullanılmakta ve üretim yeri ile satış yeri birbirinden ayrılarak faaliyet birden çok ülkeye yayılmaktadır. Yasa dışı faaliyet içinde olanlar, politikalarda, yasa ve uygulamalarda ve talepte ortaya çıkan değişikliklere hızla adapte olmakta ve kullandıkları yöntemleri sık sık değiştirmektedirler. Kolaylık ve riskin düşüklüğü nedenleriyle internet üzerinden farmasötikte taklit ürünlerin satışları hızla artmaktadır. Bu tip ilaçlar sağlık sorunlarından ölüme kadar uzanan vahim sonuçlara yol açabilmektedir.

Pharmaceutical Security Institute tarafından yapılan bir araştırma, taklit ilaçların kısa ve uzun vadeli etkileri düşünüldüğünde tüberküloz, HIV/AIDS, sıtma gibi hastalıklarda tedavinin başarısız olması, bulaşıcı hastalık ilaçlarına karşı rezistans gibi oluşabilecek son derece olumsuz sonuçlarına dikkati çekmektedir.<sup>181</sup>

Sorunun çok taraflı ve çok bileşenli olması mücadeleye için tüm tarafların sürekli koordinasyon içinde bulunmasını gerektirmektedir. Farmasötikte taklit ürünlerle mücadelede, yasa ve düzenlemelerin iyileştirilmesi, uygulamanın etkinleştirilmesi, teknolojiye dayanarak yapılması, uluslararası işbirliği, görevlilerin eğitilmesi, kamuoyunun bilinçlendirilmesi, üretim ve dağıtım zincirlerinin denetiminin güçlendirilmesi gibi önlemlerden yararlanılmalıdır.

### Sektörün boyutu:

Türkiye İlaç Sektörü 2014 yılı itibarıyla yıllık 15,9 liralık bir hacme sahiptir ve büyük oranda jenerik/eşdeğer ilaç üretilmektedir. Türk ilaç sektörünün iç talebi artarak devam etmekte olup, artan talebe bağlı olarak cari açık 2014 yılında yaklaşık 3,8 milyar ABD doları olmuştur. Türkiye ihracat hacminde ve dolayısıyla ihracatın ithalatı karşılama oranında %18,05 ile potansiyelinin çok altında kalmaktadır.<sup>182</sup>

Nitekim 2008 yılında Türkiye için yapılan bir çalışmada da tüketicilerin sahte mallarla karşılaştıkları ürünler itibarıyla ilacın son sırada yer aldığı görülmektedir.<sup>183</sup>

KOM tarafından açıklanan bilgilere göre, ilaç kaçakçılığına yönelik operasyonlarda 2012 yılında 2.049.865 adet, 2015 yılında ise 3.220.790 adet kaçak ilaç-hap ele geçirilmiştir. 2015 yılı içerisinde kaçakçılığı en çok yapılan ilaç türleri şu şekilde sıralanmaktadır: Cinsel performansı artırıcı ilaçlar, Zayıflamaya yönelik ürünler, Tıbbi ilaçlar, Hayvansal ilaçlar,Gıda takviyeleri.<sup>184</sup> Bu ilaçların tüketicinin eczanelerden satın almakta çekingenlik gösterdiği ilaçlar olduğu görülmektedir. Bu tip yasal olmayan yollarla ülkeye giren ilaçların daha çok Çin'den geldiği ve İran, Irak ve Suriye

<sup>178</sup> (CEBR, 2002)

<sup>179</sup> (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 11).

<sup>180</sup> (OECD, 2008, s. 350)

<sup>181</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 20)

<sup>182</sup> (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, İlaç Sektörü Raporu/ 2015-1)

<sup>183</sup> (Güran, Tosun, Bayar, Canyaş, & kaya, 2008, s. 99)

<sup>184</sup> (KOM 2015, s.35)

üzerinden ülkeye girdiği tespit edilmektedir. Bununla birlikte Çin'den hava yolu ile yolcu beraberinde, kargoyla ya da dropshipping (stoksuz alışveriş) yöntemiyle doğrudan getirtilen kaçak ilaçlar olduğu da bilinmektedir.<sup>185</sup> Gümrükler Muhafaza Yakalama İstatistikleri'ne göre 2015 yılında 50.662.000 TL değerinde kaçak tıbbi malzeme ele geçirilmiştir.<sup>186</sup>

Piyasada sürümü olan ilaçların sahtesinin de görüldüğü belirtilmektedir. Toplumsal değerler nedeniyle tüketicinin eczaneden istemekte zorlandığı ilaçlar, sahte ilaçlar arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Sürümü az olan ilaçların sahtesi yapılmamaktadır. Her biri 50-60 liraya satılan 100'e yakın sahte ilaca ait, 196.000 sahte ilaç kutusunun yakalanmış olduğu ifade edilmektedir.

İlaçta sahte ihtimali düşük olmasına rağmen, tıbbi cihazda sahte ihtimali daha güçlüdür. Son yıllarda tıbbi cihazda da tedarik zinciri regüle edilmeye çalışılıyorsa da, takip çok daha zordur.

### Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Tıbbi cihazın sahteciliğin daha kolay olduğu bir alan olduğu ileri sürülmektedir. İlacın çok kontrollü bir tedarik zinciri vardır: ilaç depoları çok regüledir, ilaç depolardan eczaneye gider, eczanelerde de tüm işlemler tamamen kayıt altındadır. İlacın internet satışı da yurtdışından gelişi de yasaktır. Türkiye'de ilaçta çok iyi bir kayıt sistemi vardır ve bu kayıt sistemi nedeniyle eczane zincirinde, eczacının ihmali ya da dahil olmaksızın sahte ilaç satılması mümkün değildir. Diğer yandan, zaten yeşil ve kırmızı ürünler üreticiden çıktığı andan itibaren bildirimler başlamaktadır. Bu nedenlerle eczanelerde satılan tüm ürünler muhtemelen orijinal, buna karşılık, eczane dışında satılan tüm ürünler ise çok muhtemelen sahtedir.

Teknolojik olarak sahte ilaç üretmek mümkündür. Piyasadaki sahte ilaçlar Türkiye'de üretilmez; Çin'den gelir.

Orijinal ilaç üreticisi şirketlerin stratejilerinde çok önemli bir değişiklik yaratacak bir ekonomik büyüklük söz konusu değildir. Türkiye sağlık sigortası sisteminde en geniş sağlık teminatı sunan ülkedir. Türkiye'de ilaç çok ucuzdur ve birçok durumda bedavadır. Türkiye'de ilaç fiyatı %37 daha düşüktür. Bu da ilaçta taklidi önleyen en önemli unsurdur. Sahte ilaç, devletin ödemediği ilaçlarda ancak söz konusu olabilir. Bu nedenle sahte ilaçların Türkiye'de satılan orijinal ilaçlardan daha ucuz olması mümkün değildir. Bu nedenle hastaların sahte ilaç almaları kesinlikle kandırılmaları durumunda olmaktadır.

Mahalle içindeki küçük spor salonlarında satılan ürünlere dikkat çekilmiştir. Bu spor salonlarında normalde hiçbir doktorun reçete etmeyeceği, büyüme hormonları gibi ürünlerin inanılmaz ölçüde satışı olduğu ileri sürülmüştür. Bu ürünlerin sahte olması da gerçek olması da ürkütücüdür. Normal olarak kas geliştirmek için içilmemesi gereken ürünlerdir. Ama eczanelerde bu ürünlerin çok pahalı olması nedeniyle insanlar buralardan almaktadır. Bu ürünler İran ve Tayland'dan gelmektedir. İnsan sağlığı açısından düşünüldüğünde, en iyi durumun, bu ürünlerin tamamen sahte olmaları ve hiçbir aktif madde içermemeleri olduğu vurgulanmıştır.

### Etkileri:

Hastalar açısından önemli olan ilacın hastaya zarar vermemesi, güvenli olması ve hedeflendiği hastalık için iyileştirici etkisi olmasıdır. Bu nedenle satılan sahte ilaçların içeriğinin olması gereken reçeteden ufak bir miktar sapması bile insan sağlığı açısından yaşamsal önem taşır.

### Mücadele ve önlemler:

2006-07'den sonra hasta güvenliğini güvenceye alan düzenlemelerin gelmiş olması nedeniyle kaçak ve sahte ilaç çok zorlaşmış ve azalmıştır.

Polis artık sahte ilaç konusunda çok aktiftir. Ayrıca sağlık bakanlığı çok tetiktedir; bütün ilaçların ilaç takip sisteminde olmasını gözetmektedir.

**Tablo 16. İlaç ve Tıbbi Ürünlere ilişkin Detay Tablosu**

	İlaç ve tıbbi ürünler
Piyasa özellikleri	
En sık karşılaşılan ürünler	Tredoitler, kanser, kolesterol, tansiyon ve hormon ilaçları gibi modern ilaçlar, tıbbi materyaller, cinsellik ve zayıflama ilaçları.
Piyasa büyüklüğü	2011 yılı itibarıyla yıllık 11,2 milyar ABD dolarlık bir hacme sahiptir
Ürünün taklit/sahte/kaçak olduğunun anlaşılması	Tüketici bilerek satın almaz, bilmeden kullanır.
Karlılık	Türkiye'de ilaç fiyatları çok ucuz olduğu için ilaçta karlılık oranı düşüktür. İlaç dışında gıda takviyesi ve cinsellik ilaçlarında kar oranı yüksektir.
Taklit/sahte/kaçak piyasa büyüklüğü	2013 yılında 9.260.002 adet kaçak ilaç-hap ele geçirilmiştir (KOM).
Orijinal markanın gücü	
Üretim, dağıtım ve teknoloji	
Üretim teknolojisi ve maliyetler	Sahte ilaç üretmek belli bir teknoloji gerektirir; bu nedenle her ülkede üretilmez.
Piyasa yapısı	İlaçta sahtecilik genelde büyük, uluslararası şirketler tarafından yapılmaktadır.
Lojistik	Türkiye'de ilaçta çok iyi bir kayıt sistemi vardır ve bu kayıt sistemi nedeniyle eczane zincirinde sahte ilaç satışı olmaz. Eczaneler dışında satılan ilaçların ise sahte olması çok kuvvetle muhtemeldir. İnternet haricinde, mahalle içindeki küçük spor salonları sahte ilaç ve tıbbi ürünlerin en fazla satıldığı yerlerdir.
Üretim yeri	Piyasadaki sahte ilaçlar Çin'den üretilip buradan gelmektedir.
Geliş ülkesi	
Tüketim, satış alanları	
Fiyat	Sahte ürünün orijinal üründen daha ucuz olması mümkün değil
Taklit/sahte/kaçak ürünün etkileri	Bulaşıcı hastalıklarda tedavinin başarısız olması, bulaşıcı hastalık ilaçlarına karşı rezistans oluşması, sağlık sorunlarından ölüme kadar uzanan vahim sonuçlara yol açabilmektedir.
Ürün kalitesi	Hastalar açısından önemli olan hastaya zarar vermemesi, güvenli olması ve hedeflendiği hastalık için iyileştirici etkisi olması.
Statü göstergesi	
Satış alanları	
Mücadele, düzenleme, denetim	

<sup>185</sup> (KOM, 2015)  
<sup>186</sup> Gümrükler Muhafaza Genel Müdürlüğü

Yasal düzenlemeler	2006-07'den sonra hasta güvenliğini güvenceye alan düzenlemelerin gelmiş olması nedeniyle kaçak ve sahte ilaç çok zorlaşmış ve azalmıştır. Kayıt sistemi çok etkin çalışmaktadır.
Yakalanma ihtimali	Polis artık sahte ilaç konusunda çok aktiftir.
Uygulama ve denetleme	Çok etkin bir denetim sistemi mevcuttur
Cezalar	
İlave önlem ve öneriler	Bu sektörde hak savunmanın yasal maliyeti çok yüksektir.

## GIDA VE İÇECEK (ALKOLLÜ İÇKİLER)

Gıda ve içecekte sahte ürünlerin kamu sağlığı sorunlarına yol açması ihtimali bu sektördeki yasal şirketlerin konu hakkında aşırı duyarlılık geliştirmesine neden olmuştur. Bu sektörde fikri hak ihlalleri daha çok, orijinal ürünün bir başka ürünle değiştirilmiş olduğunun fiziksel gözlemlerle rahatlıkla belirlenemeyeceği gıda ve içeceklerde ticari marka ihlalleri biçimini almaktadır.<sup>187</sup>Bu sektörde dünyadaki eğilimlere bakıldığında, çay, votka, pirinç, bebek maması gibi ürünlerde, ambalajların içine iyi kalite içerik yerine sahtesinin konulması en sık görülen uygulamalardır. Bundan başka, markalı ürünlerin yerine markasız ürünlerin, tarihi geçmiş ya da standartlara uymayan ürünlerin de satılabildiği görülmektedir. Ayrıca, doğrudan marka ihlali olmamakla birlikte ucuz look-a-like ürünlerin pahalı bir marka gibi satışı da yaygın görülen bir uygulamadır.

Karlılığın düşük olmasına karşılık, üretim, dağıtım ve satış faaliyetlerinin içerdiği lojistik zorluklar, diğer sektörlerde kıyasla gıdayı ticari marka ihlalleri açısından daha az avantajlı kılmaktadır. Buna rağmen, diğer sektörlerde olduğu gibi gıda ve içecekte de teknolojiye gelişmeler, taklit ürün üretimini kolaylaştırmış, ucuzlatmış ve orijinal ürünün tıpatıp aynısı paketlemelerin yapılabilmesini mümkün kılmış; bu da taklit ürünlerin sayısının ve miktarının artmasına yol açmıştır. İçeceklerde ise yüksek vergiler ve marka gücü nedeniyle alkollü içkiler taklidin en fazla görüldüğü ürünlerdir.

Hacimli olması, hızlı bozulması ve nakliyesinin pahalı olması nedeniyle genellikle taklit ürünler de yerel olarak üretilip tüketilmektedirler; buna rağmen Avrupa Markalar Birliği (European Brands Association, AIM) son yıllarda hızlı bir artış görüldüğüne dikkat çekmektedir.<sup>188</sup>

Sektörde taklit ürünün tanımındaki sorunlar, taklit faaliyetlerin büyüklüğü hakkında da farklı görüşler olmasına yol açmaktadır. Yine de eldeki bulgular sektörde taklidin çok yaygın olduğunu göstermektedir. Avrupa Komisyonu'nun açıklamalarına göre taklit gıda ve içecekte 2003-2005 arasında %118 artış olmuştur. Sahte ürünler lüks ürünlerde değil normal ürünlerde görülmektedir ve ürünlerin kalitesi teknik ekspertiz olmadan taklit olup olmadığının anlaşılmasını çoğu kez zorlaştırmaktadır.<sup>189</sup>

Gıda sektöründe taklit ve tağşiş ürünü engellemenin başlıca yolu, büyük ve organize satış noktalarında satılan ambalajlı ürünlerin tercih edilmesinden geçmektedir. Ancak gıda sektöründe son zamanlarda tüketicilerin, bu tür fazla standartlaşmış ürünlerin dışında, özelliği olan nadir ürünlere yöneldikleri de görülebilmektedir. Bu eğilimin, taklit, kaçak ve tağşiş gibi yasal olmayan süreçlerden uzak tutulabilmesi için sektörde ciddi bir yeniden yapılanmadan geçilmesi ve küçük üreticilere dönük farklı bir perspektifin geliştirilmesi gerekecektir.

### Sektörün boyutu:

Görüşülen bir uzman 2014 yılında Türkiye'de gıda ve içecek sektörünün 320-350 milyar arasında olduğunu belirtmiştir. Gıda sanayileri bir ülkenin GSYH içinde en önemli sanayiler olmak yolunda ilerlemektedir. Türkiye'de de 5 sene içinde en önemli sektör haline gelecektir.

Europol tarafından yapılan çalışmada Avrupa'daki gıda ve içecek sektöründeki en önemli taklit üretim merkezleri

<sup>187</sup> (OECD, 2008, s. 327).

<sup>188</sup> (OECD, 2008, s. 330)

<sup>189</sup> (OECD, 2008, s. 332)

arasında Türkiye ilk sırada yer almaktadır.<sup>190</sup>

Görüşülen sektör uzmanlarının hepsi gıda sektöründe taklit ürünün çok fazla olmadığını ama tağşişin (ürünün içeriğinde olması gerekenin dışında malzeme kullanılması) yaygın olduğunu belirtmişlerdir. Tağşiş, ürünün niteliğini bozacak bir uygulamadır. Tağşişin yanı sıra, fiyat gelişmelerine bağlı olarak sektörde kaçak ürün olduğu da bilinmektedir. Gıda sektöründe taklit ürünlerin de görüldüğü belirtilmiştir.

Bu sektörde en sık görülen taklit ürünlerden birisi gıda takviyeleridir. Bazı diyet takviyesi ürünler T.C. Tarım, Gıda ve Hayvancılık Bakanlığı'na bağlı, klinik beslenme ürünleridir. Bu ürünlerde neredeyse ilaçtan farksız bir regülasyon olması, bu takviyelerin regüle kanallardan satışını çok zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla, özellikle mahalle aralarındaki spor salonları vb yerlerde satılan gıda takviyelerinin sahte olma ihtimali oldukça yüksektir. Gıda sektöründe orijinal markanın ve ambalajın değiştirilip ürünün aynen yapıldığı ve "look-a-like"-(benzeri) olarak adlandırılan ürünler de çok yaygındır. Ancak görüşülen uzmanların hepsi gıda sektöründe sahte, tağşiş ve kaçak ürünlerin miktarının son yıllarda azalmakta olduğunu belirtmiştir.

Nitekim 2008 yılında Türkiye için yapılan bir çalışmada da gıda ve içeceklerin, tüketicilerin sahte mallarla en az karşılaştıkları ürünler arasında, ilaçtan sonra yer aldığı görülmektedir.<sup>191</sup>

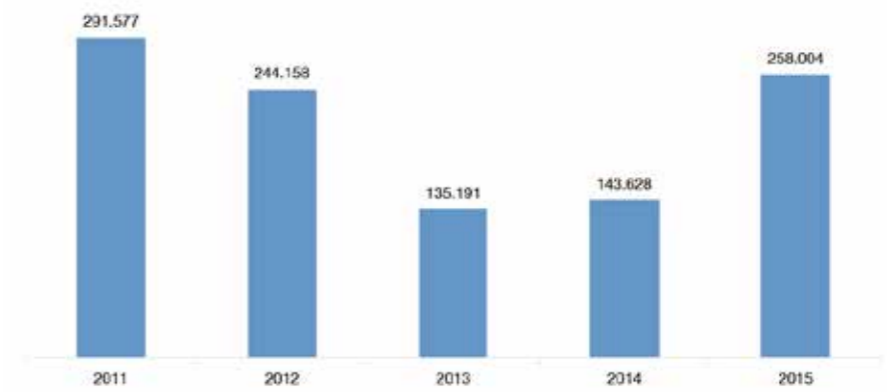
Merdiven altı üreticilerde tağşiş ve taklit üretim görülmektedir. Tağşişin en yaygın görüldüğü ürünler, et, çay, bal, gibi ürünün kilo fiyatının yüksek olduğu ürünlerdir. Hayvansal yağ yerine bitkisel yağ ve kemik tozu kullanılması, sütün içine jelatin, nişasta gibi katkılar ilave edilmesi, tulum peynirine bitkisel yağ kullanılması gibi ürünün olması gereken niteliğini bozup farklı ürünler yapılması ile karşılaşılmaktadır.

Görüşülen bir uzman, tağşiş, kaçak ve taklit ürünlerin tüm sektörün %20'si olabileceğini belirtmiştir.

Kaçakçılık İstihbarat, Harekât ve Bilgi Toplama Dairesi Başkanlığı'na göre Türkiye'de gıda ürünlerinde kaçakçılık daha çok yurtdışından giriş şeklini almaktadır. Kaçakçılığa konu gıda maddelerinin başında, çay, bal, yağ sebze ve meyve, kuruyemiş, bazı bölgelerde un, şeker gibi gıda maddeleri gelmektedir. Ekonomik dalgalanmalar ve TL'nin komşu ülke para birimlerine göre değerindeki değişimlere bağlı olarak yurtiçinden yurtdışına ya da yurtdışından yurtiçine canlı hayvan ve et kaçakçılığı olduğu da görülmektedir.<sup>192</sup>Bu ürünlere ilaveten ceviz ve badem gibi ürünler de kaçakçılığın yüksek olduğu gıda ürünleridir. Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele (KOM) Daire Başkanlığı ekipleri 2015 yılında 567 ton kaçak çay, 571.321 kilo gıda malzemesi ele geçirmişlerdir.

Bu başlık altında özel bir ağırlığa sahip olan ürün grubu alkollü içkilerdir. Alkollü içkiler sektöründe hem kaçak hem taklit ürün varlığına rastlanmaktadır. Alkollü içkilerde kapak ve ambalaj taklit edilmektedir.

**Grafik 2. Kaçak alkollü içki yakalama miktarı (Şişe)**



**Kaynak:** (KOM, 2015)

<sup>190</sup> (Europol, 2015, s. 15)

<sup>191</sup> (Güran, Tosun, Tosun, Bayar, Canyaş, & kaya, 2008, s. 99)

<sup>192</sup> (KİHBİ, 2015)

Gazete haberlerinden derlenen bilgilere göre kaçak ve sahte içki miktarı 2013 yılında 350.000 litreden 2014 yılında 400.000 litreye ulaşmıştır. Rakı tüketiminin %9-11, votka tüketiminin % 13-19'unun sahte ürünlerden oluştuğu ileri sürülmektedir. 2009 ve 2013 yılları kaçak alkollü içki yakalama miktarı (şişe) KOM verilerine göre toplam, 2.2 milyon şişedir. Aynı verilere göre 2015 yılında 258.000 kaçak şişe ele geçirilmiştir. Ayrıca bilindiği ve kamuoyunun malumu olduğu üzere kaçak ve sahte alkol tüketimi farklı dönemlerde bir çok kez ölümle sonuçlanmıştır.

Türkiye Ziraatçılar Derneği 2011 verilerine göre Türkiye'de toplam kaçak gıda ve tarım ürünleri 10 milyar dolara ulaşarak 12,9 milyar dolarlık resmi ithalat rakamına yaklaşmaktadır.<sup>193</sup>

### Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Gıda sektöründe görülen tağşiş ve taklit ürünler iç pazar için üretilir. Tağşiş ve taklitte dış ticaret çok olmaz. Bazı bölgelerde sınır ticareti görülebilse de bunlar çok küçüktür. Tağşiş ve taklit ürünlerin yanı sıra sektörde görülen yasa dışı ithalat, yani kaçak gıda ürünleri, tamamen fiyat gelişmelerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin şekerin çok pahalı olması, arzin kontrol ediliyor olması şekerde kaçağı çok artırmıştır.

İç piyasada denetimlere ve yakalanan ürünlere bakıldığında hammadde kullanımı ve sahtecilik açısından standartlara uymayan çok ürün olduğu tespit edilse de, geçmişe oranla zararlı hammadde kullanımının çok azaldığı görülmektedir. Bu duruma örnek olarak, eskiden zeytinyağı yerine makine yağı kullanılırken şimdi ise zeytinyağı yerine karışık yağ kullanıldığı anlatılmıştır.

Ele geçirilen gıdaların ağırlıklı olarak İran, Irak, Suriye, Bulgaristan ve Gürcistan'dan yolcu ve yük taşımacılığında kullanılan araçlarla geldiği bilinmektedir.<sup>194</sup>

Gümrüklerde girişte kontrollerin sıkı olması nedeniyle sorun olmadığı, ama çıkışta kontrol düşük olduğu için Avrupa'da yakalanan pek çok sahte ürünün Türkiye'den çıktığı bilinmektedir.

İnsan sağlığı için taşıdığı doğrudan riskler nedeniyle birçok tüketici gıdada bilerek sahte ürün satın almamaktadır. Bu nedenle taklit ürünlerde herhangi bir sağlık sorunu yaratması durumunda tüketicilerin tepkisi orijinal ürünün satışına da uzun yıllar boyunca devam edecek biçimde sekte vurabilmektedir.

Görüşülen bir uzman, taklit gıda ürünü üretiminin kolay bir iş olmadığını, her ürünün kendine has ambalaj makinesi olduğunu, bunun da ciddi yatırım gerektirdiğini, bu nedenle, paketlenmiş ürünlerde taklidin zor olduğunu, ancak açıkta satılan ürünlerde daha kolay olduğunu belirtmiştir. Taklit gıda ürünlerinde genelde bilinçli davranıldığı, sağlık konusunda çok risk alınmadığı, içine konulan maddelerin yine gıda ürünü olduğu ama belirtilen vasıflarda olmadığını vurgulamıştır. Bir başka uzman da işlenmiş gıda sektöründe taklit üretimin çok daha ucuza yapılamadığına, işlenmemiş ürünlere merdiven altı üretim mekanizmasının devreye girdiğine işaret etmiştir.

Bir diğer uzman ise ambalajlı gıda ürünlerinde taklitçiliğin gayet organize bir yapı içinde gerçekleştiğini, yasal firmalara benzer modern üretim ve yönetim teknikleri uygulandığını, üretimde orijinal marka sahibinin kullandığına benzer iş makinelerinin kullanıldığını, neredeyse franchising verecek bir yapının gelişmiş olduğunu, piyasa içinde taşeron sistemi kurulmuş olduğunu belirtmiştir.

Gıda sektöründe görüşülen uzmanlara göre, tüketici, taklit, tağşiş veya sahte ürünü bilerek satın almaz. Bu tür ürünler tüketicilerin tamamen yanıltılması ile satılabilir. Tüketicinin satın aldığı ürünün içeriğini bilme imkanı yoktur. Uzmanlar, gıda konusunda muazzam bir bilgi kirliliği olduğuna, dezenformasyon ve misinformasyon olduğuna, medyada yer alan bazı haberlerin bu bilgi kirliliğini beslediğine, teknoloji karşıtlığı ve ürün doğallığı üzerinden ambalajsız ürünler konusunda bir yönelim olduğuna, oysa ambalajsız ürünlerde denetim yapılamadığı için sorun ihtimalinin çok daha yüksek olduğuna dikkat çekmişlerdir. Ambalajlı üründe işletmenin belli standartları sağlamış olduğu garanti altına alınmışken, ambalajsız ürünler tamamen Bakanlık denetimi dışındadır. Ambalajsız ürün satışı denetimin az olduğu satış noktalarında, özellikle açık pazarlarda yaygındır. Tüketiciler, karşılaştıkları ucuz ürünlerin niye ucuz olduğunu sorgulamamaktadır.

<sup>193</sup> (Bilmedigin Gerçekler Var, 2015).

<sup>194</sup> (KOM, 2015)

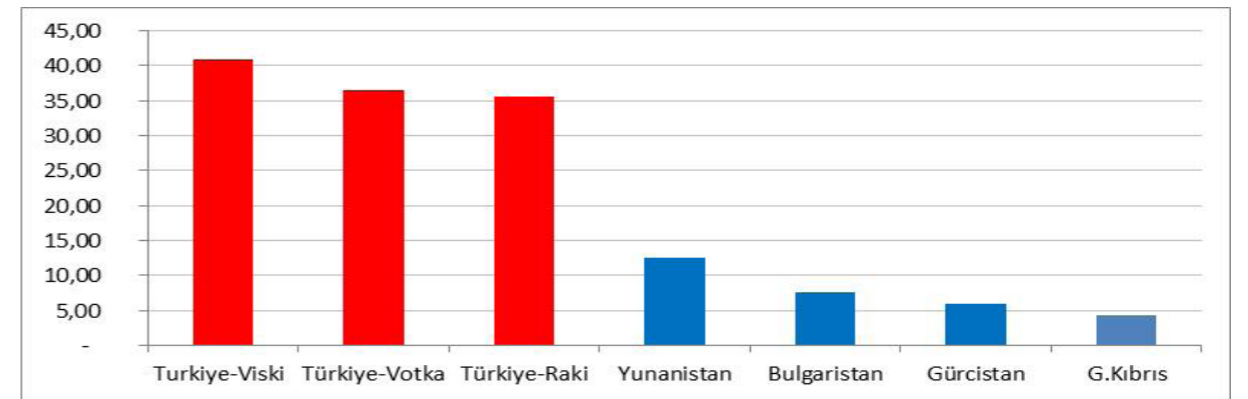
Ambalajsız gıda ürünleri üretimi genellikle çok küçük çaplı işlerdir. Açık pazarlarda satılan bu tür ürünlerin üreticileri küçük çaplı olsa da bu tür çok sayıda üretici vardır.

Alkollü içkiler üzerindeki vergi yükünün yüksekliği, tütün ve akaryakıtta olduğu gibi, cezaların caydırıcılığının azlığı karşısında karlılığın yüksek olmasına yol açarak, alkollü içkileri de kaçakçılığın en fazla görüldüğü ürünler arasına sokmaktadır. 2009 sonundan bu yana alkollü içkilerde ÖTV oranlarında %88 (tekila, votka vb)-%172 (rakı) arasında büyük artışlar olmuştur. Alkollü içkilerden alınan çok yüksek ÖTV kaçak ve sahte içki üretimini teşvik etmektedir.

Tüketiciler, normal fiyatının yarı fiyatına ve faturasız satılan bir alkollü içkinin sahte olduğu pekâlâ tahmin edebilmekte ise de yüksek ÖTV oranlarını ödememek için buna rağmen sahte içkiyi tercih edebilmektedirler.

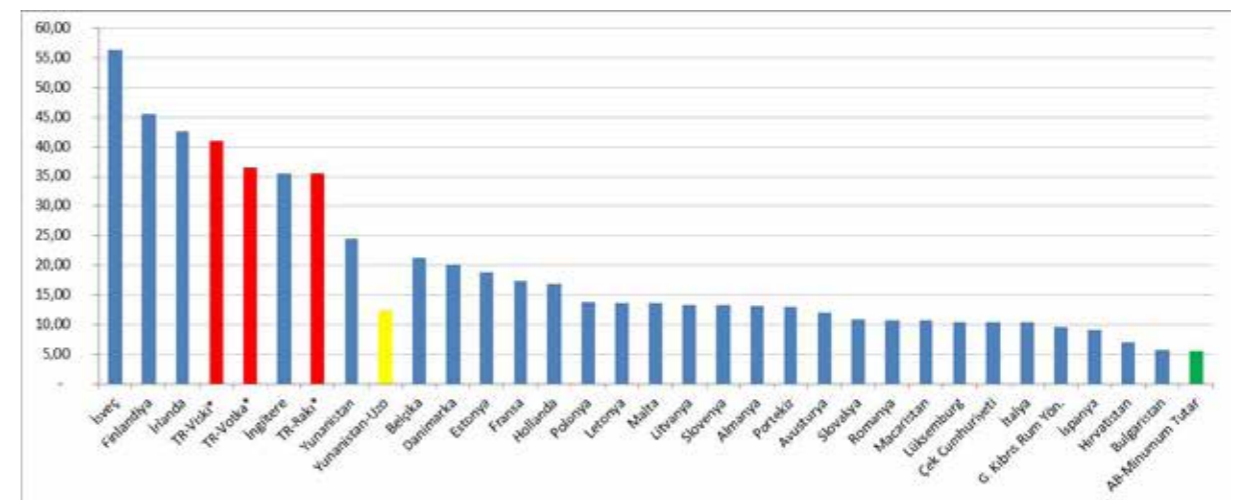
Diğer taraftan, ülkemizi çevreleyen ülkeler göz önüne alındığında Türkiye'deki vergi oranı yüksekliğinin fiyatları yükseltmesi sebebiyle, tüketicilerin çevre ülkelerdeki nispeten ucuz ürünlere yönelmesi ihtimali bulunmaktadır. Bu da olası vergi kaçağı riskini yükselten ve halk sağlığını tehdit edebilecek bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Satın alma gücüne göre düzeltilmiş ÖTV oranlarının komşu ülkeler ile karşılaştırması aşağıdaki Tablo 17'de gösterilmiştir;

**Tablo 17.** Komşu ülkeler ÖTV oranları



Tablo 17.1'de görüleceği üzere Türkiye'de yüksek alkollü içkilerden alınan ÖTV tutarı kuzey ülkeleri ile birlikte diğer ülkelerin üzerinde yer almaktadır. Diğer dikkat çekici nokta ise Yunanistan'da ülkenin milli içkisi Uzo'dan alınan vergi tutarının (Grafikte sarı ile ifade edilmiştir) uygulanan istisna sebebiyle kendi ulusal oranlarının yarısı yani %50'si kadar olmasıdır.

**Tablo 17.1.** Komşu ülkeler ÖTV oranları



Alkollü içki kaçakçılığı; gümrüksüz satış mağazalarında (Free Shop) satışa sunulan ürünlerin yolcu muafiyeti yöntemiyle yurtiçine getirilmesindeki suistimler ve gümrüklerde yasal ithalatı yapılan ürünler içerisine gizleme ve transit rejimi kapsamında başka bir ülkeye sevk edilmesi gereken ürünlerin iç piyasaya sürülmesi gibi yöntemlerle iç piyasaya sunulmaktadır. Bandrollü olarak ihraç edilen alkollü içkilerin, illegal yollarla içeriye sokulduğu ve üzerlerindeki yasal bandroller nedeniyle iç piyasaya kolaylıkla arz edilebildiği de görülmektedir.<sup>195</sup> Transit geçiş yapan ürünler çoğu zaman kontrol edilmediğinden Türkiye hem kaçak/sahte ticaretinde köprü olarak kullanılmakta hem de ülke içerisine de söz konusu transit mallar girebilmektedir.

İhracat kaydı ile satılan ürünlerin sonradan kaçak biçimde yurtdışından tekrar içeri alındığı iddiaları da mevcuttur. Bu tür kaçak içki gümrüklerde yakalanmaz, daha çok tekneyle ve yazın da Yunanistan tarafından Türkiye sınırlarına sokulmaktadır.<sup>196</sup> İlgili bakanlık ve düzenleyici kurumların mevzuatlarında bu eylemlerin suç olarak tanımlanması ve cezai maddelerin mevzuata eklenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Alkollü içkide ithalatın yanı sıra, yurtiçi üretime de rastlanmaktadır. Yasal olarak temin edilen bandrollerin usulsüz kullanılmasının yanı sıra bandrolsüz satışlar dahi görülmektedir.

### Etkileri:

Gıda ürünlerinde taklit, tağşiş ve sahte ürünler her şeyden önce insan sağlığı üzerindeki etkisi nedeniyle çok tehlikelidir. Sağlık üzerindeki etki, tüketicinin tükettiği gıda ve süreye bağlıdır. Bazı içeriklerin etkisi bir süre sonra birikimli olarak ortaya çıkmaktadır. Sağlık açısından uzun vadede ortaya çıkacak sorunlar, sektörü çok hassas bir noktaya taşımaktadır.

Ayrıca bu tür ürünler sektör içinde haksız rekabet yaratmaktadır. Bu süreçte büyük yatırımları olumsuz etkilemekte, sektörün gelişmesini yavaşlatmakta, devlet için vergi kaybı doğurmaktadır. Görüşülen bir uzman, sektörde birçok firmanın bilgilerin kamuya açık hale gelmesi karşılığında patent hakkı almadığını belirtmiştir.

Son yıllarda, sahte alkollü içki tüketiminin insan sağlığı üzerinde ölümcül olabilen sonuçları basına yansıyan haberlere sıklıkla konu olmuştur. Yapılan bir basın taramasının bulgularına göre, sahte alkollü içki tüketimi 2005 yılında 27, 2009 yılında 18, 2011 yılında 5, 2013 yılında 1, 2014 yılında da 28 kişinin ölümü ile sonuçlanmıştır . Bu haberler alkollü içkide sahteciliğe karşı toplumsal duyarlılığın yükselmesine neden olmuştur. Bu durum kaçak alkollü içki yakalama miktarlarındaki azalmadan da gözlemlenebilmektedir. Yasa dışı alkollü içki yakalamalarında meydana gelen azalışta; gerçekleştirilen operasyonlarla yasa dışı imalathanelerin faaliyetlerine son verilerek, sahte alkollü içkilerin piyasaya sürülmeden yakalanmış olması da etkili olmuştur.<sup>197</sup>

### Mücadele ve önlemler:

Çok büyük bir sektör olan gıdanın birçok satış noktası olan büyük bir pazar olması denetimi zorlaştırmaktadır. Kamunun erişebildiği alanlarda müdahale ettiği ve bu sayede önemli bir iyileşme olduğu ifade edilmektedir. Alkollü içki ürünleri üzerinde uygulanan bandrolde olduğu gibi kamunun attığı olumlu adımların sonuç verdiği görülmektedir. Bu adımlar uygulamadaki sorunların aşılmasıyla sektörü daha iyi bir noktaya getirecektir. AB'ye uyum sürecinde başlatılan düzenlemeler, sektörün yeniden yapılandırılmasında yararlı olmuş, tarladan itibaren birçok süreçte denetim ve standartlar oturtulmaya başlanmıştır. Bu sürecin taklit ve tağşiş ürünlerle mücadelede de olumlu yansımaları olacaktır.

Sektör uzmanları, mücadelede karşılaştıkları sorunların mevzuattan değil uygulamadan kaynaklandığını belirtmektedirler. Uygulama sorunlarının başında ihtiyati tedbir kararlarının çok geç çıkması gelmektedir. Bu sürede suçlular kaçmaktadır. Cezaların caydırıcılığı azdır. Ele geçirilen taklit ürün dava süresince depolanmak durumundadır. Ürünlerin imha edilmemesi, depolanması çok maliyetlidir. Bunun yerine örnek ürün alıp diğerlerini imha etmek için YOİKK (Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu) nezdinde getirilen bir öneri üzerinde çalışılmaktadır. Depolama sorununun çözümü için ele geçen ürünlerin kamu tarafından depolanmasının bir alternatif olabileceğine de işaret edilmiştir.

<sup>195</sup> (KOM, 2015)

<sup>196</sup> Bakınız 07.12.2005, 19-29.03.2009, 07.04.2009, 12.04.2009, 10.04.2009, 05.07.2011, 28.05.2013 ve 06.11.2015 tarihli gazeteler.

<sup>197</sup> (KOM, 2015)

Kamunun denetim ve koruma için getirdiği önlemler ek maliyetlere ve dolayısıyla fiyat artışına yol açarsa kayıt dışına yönelim artabilir. Dolayısıyla, önlemlerde bu durum da dikkate alınmalıdır.

Mücadelede karşılaşılan bir başka sorun da bu tür üretimin yol açtığı tehditlerin yüksekliğinin Emniyet'in tüm kademelerinde net olarak anlaşılabilmesidir.

Taklit ürünlerle mücadelede yasal süreçlerin pek etkin olmadığı bu nedenle de yaygın kullanılmadığı ifade edilmektedir. Taklit ürünleri bulmanın kolay olmadığını, sadece ihbar üzerine tespit edilebilenlerin üzerine gidilebildiği, bu durumda da dava süreçlerinin çok uzun ve meşakkatli olduğu vurgulanmıştır.

Alkollü içkilerde ise görüşülen uzmanlara göre hem mevzuatta hem de uygulamada sorun vardır. Ruhsatsız ve sahte içki satanlar için özel olarak düzenlenmiş bir ceza maddesi bulunmamaktadır. Sahte olarak üretilse bile numuneler insan sağlığına zararlı değilse sahte içki suç olarak görülmemektedir. Sahte alkollü içkinin sadece marka sahteciliği şeklinde bir soruşturmaya tabi tutulması caydırıcı olmamaktadır. Sahte alkollü içkiden ölümler dikkate alındığında, taklit alkollü içki ile uğraşanların daha büyük yaptırımlara maruz kalması gerektiği ifade edilmektedir. Bozulmuş veya değiştirilmiş gıda veya ilaçların ticaretiyle uğraşanlara uygulanan cezaların artırılmasının bu çerçevede önemli olduğu vurgulanmıştır. Yargılama sürecinde hakimlerin bilgisizliği vs. nedenlerle bile suçluların ceza verilmeden serbest bırakılabildiği, ürünler ve araçların iade edilebildiği vurgulanmıştır. Ürünlerin imhası buna ilişkin özel bir kanun hükmü olmasına rağmen çoğu zaman çok zordur.

Alkollü içkilerde, taklit ambalaj içerisine insan sağlığına ve coğrafi işaret tesciline uygun ürünler de doldurulamamakta; ancak bu sınırlar orijinal olmamasına rağmen analizler yalnızca Tarım Bakanlığı'na bağlı laboratuvarlarda yapıldığı için anlaşılabilmemekte, sıvının orijinal reçete ile aynı olmadığı tespit edilemediğinden marka ihlali yönünden davalar etkin biçimde sonuçlanmamaktadır.

Maliye Bakanlığı denetim elemanlarının bandrol denetimleri sonucu bandrolsüz olan veya sahte ve kaçak içkiye orijinal bandrol yapıştıran kişi ve kurumlar için Vergi Usul Kanunu'na göre ceza uygulanmasının suçun önlenmesinde caydırıcı etkisi bulunmamaktadır. Ayrıca, gümrüklerde veri tabanı oluşturulması ve denetimin zor olduğu elektronik ticarete mevzuat iyileştirmeleri yapmak gerekir.

Mücadele için önerilere bakıldığında bu sektör için de mucizevi bir formül olmadığı görülmektedir. Marka suçunun kanunla düzenlenmesi, denetimlerin, kontrollerin artırılması, yaptırımların uygulanması, cezaların caydırıcı olması, sahtecilik yapanın işinin elinden alınması, işyerinin kapatılması gerekmektedir.

Ancak sadece arz yönünden atılacak adımlar, mücadelede tek başına başarıyı getirmeyecektir. Çünkü tüketici açısından taklit ve kaçak ürün kullanmak suç değildir. Denetimlerin az ve etkisiz, yargılama sürecinin sıkıntılı olduğu, cezaların caydırıcı olmadığı, dolayısıyla arz için elverişli olan bir ortamda hem bu tür ürünlere kolayca erişilebilmesi, hem fiyatlarının ucuz olması, talep yönünden de piyasayı cazip kılmaktadır. Bu nedenle tüketicinin bilinçlendirilmesini hedefleyen kampanyalar da önem kazanmaktadır.

Sektör temsilcileri firmaların tek başına mücadele edemediklerini ve sektör kuruluşları yoluyla mücadele ettiklerini belirtmişlerdir. Bir uzman, sahte ürün üretenlerin birbirini tanıdığını, sektörler arası geçişin yüksek olduğunu, birden fazla ürün ürettiklerini belirterek, sahte ürün üreticilerinin bunları kolektif yapmaları karşısında orijinal ürün üreticilerinin de mücadeleyi kolektif yapması gerektiğine dikkat çekmiştir.

**Tablo 18.** Gıda ürünlerine ilişkin detay tablosu

	Gıda ürünleri
Piyasa özellikleri	
En sık karşılaşılan ürünler	Genelde ambalajsız ürünler. Tağşişte et, çay, bal, kaçakta şeker, un, çay, et, alkollü içecekler ve fiyat farkının yüksek olduğu tüm ürünler, look-a-like ürünler
Piyasa büyüklüğü	2014 yılında Türkiye gıda ve içecek sektörünün büyüklüğü 320-350 milyar TL arasındadır.
Ürünün taklit/sahte/kaçak olduğunun anlaşılması	Tüketici bilmeden kullanır.

Karlılık	Kar marjı aşırı yüksek değildir; alkollü içkilerde ise yüksek vergiler önemli bir fiyat farkı ortaya çıkartmaktadır.
Taklit/sahte/kaçak piyasa büyüklüğü	Tağış, kaçak ve taklit ürünlerin piyasa içindeki payının %20 civarında olduğu tahmin edilmektedir.
Orijinal markanın gücü	
Üretim, dağıtım ve teknoloji	
Üretim teknolojisi ve maliyetler	Üretim teknolojisinin maliyeti ambalajsız ürünlerde düşük, ambalajlı ürünlerde yüksektir.
Piyasa yapısı	Ambalajlı ürünlerin taklitlerinde çok organize bir piyasa yapısı mevcuttur. Ambalajsız ürünlerde yapılan taşışlar genelde küçük ölçeklidir.
Lojistik	Üretim ve/veya kaçak genellikle tüketim noktasına yakındır.
Üretim yeri	Tağış ve taklit gıda ürünleri yurtiçinde üretilip tüketilir. İki ülke arasındaki fiyat farkına bağlı olarak sınırlarda çift yönlü ticarete rastlanır.
Geliş ülkesi	Kaçak ürünler komşu ülkelerden gelir.
Tüketim, satış alanları	
Fiyat	Orijinal ürüne göre fiyat farkı taklidin görüldüğü diğer sektörlerle göre daha azdır. Ancak miktarların yüksek olması toplam bütçede anlamlı farklara yol açmaktadır. Alkollü içkide vergi farkı nedeniyle fiyat farkı çok yüksektir.
Taklit/sahte/kaçak ürünün etkileri	Haksız rekabet ve insan sağlığı açısından risk doğurmaktadır. Bazı gıda ürünlerinde insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkiler ancak uzun vadede ortaya çıkabilmektedir.
Ürün kalitesi	Gıda ürünlerinde çeşitliliğin çok olması nedeniyle taklit/taşış üründe kalite karşılaştırması zordur.
Statü göstergesi	Tüketiciler açısından statü göstergesi değildir.
Satış alanları	Ambalajsız ürünlerde en yaygın satış kanalı açık pazarlardır.
Mücadele, düzenleme, denetim	
Yasal düzenlemeler	AB uyum sürecindeki yasal değişiklikler sektörü uzun vadede olumlu etkilemektedir.
Yakalanma ihtimali	Tüketiciler açısından taklit, sahte ve kaçak ürün kullanmak suç değildir.
Uygulama ve denetleme	Çok sayıda satış noktasına karşılık denetim elemanı az, dolayısıyla denetimler yetersizdir.
Cezalar	Yargılama süreçleri uzun ve maliyetli iken cezalar ise caydırıcı değildir.
İlave önlem ve öneriler	Kamuoyunun eğitilmesi ve bilinçlendirme önemlidir
Önemli kurum ve kuruluşlar	İSO, TÜSİAD, YASED, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, tüketici hakları, ambalaj dernekleri, sektör dernekleri, üniversiteler, bilim danışmanlıkları, Sanayi Bakanlığı

## GİYİM EŞYALARI VE AKSESUARLAR

Giyim eşyaları taklit ürünlerin en yaygın görüldüğü kategoridir. Üretim fazlası, orijinal ürünün özelliklerinin aynen taklit edilmesi ya da orijinal ürünün birebir olmayan kopyaları biçimini alabilmektedir.

### Sektörün boyutu:

En çok taklit ve kaçak görülen ürünler, marka gücü yüksek olan tekstil, spor ayakkabılar, aksesuar, gözlük, çanta gibi ürünlerdir. En sık rastlanan ürünler %90 ile tekstil ürünleridir. Bu alanda taklit üretim her geçen yıl daha da artmaktadır. Ama bu artış sadece Türkiye'de değildir; Avrupa'da Amerika'da da, her yerde artış vardır.

Tekstilde taklit ürün miktarı yıl içinde değişkenlik göstermektedir. Ocak, Şubat, Mart aylarında çok görülmezken Nisan, Mayıs ve yaz aylarında çok yoğunlaşır. Eylülde okulların açılmasıyla çanta ve ayakkabıda taklit ürünler artar ve bu durum Kasım ortasına kadar devam eder.

Guardian'da yer alan bir habere göre, tüketicilerin bilindik lüks markalar dışında ürün satın almak istememesi, sahteciliğin başlıca sebebinin oluşturmaktadır. Daha önce lüks bir çanta markasını taklit ettiği için hapis cezası almış olan bir satıcı, taklit ürün üretenlerin karınlarını doyurabilmek için buna mecbur olduklarını belirtmektedir.<sup>198</sup>

Sabah gazetesinde yer alan bir haber, giyim eşyası ve aksesuarda sahteciliğin boyutlarına ve yöntemlerine ışık tutmaktadır. Bu habere göre, İstanbul'da polisin Kapalıçarşı başta olmak üzere, Gedikpaşa ve Sirkeci'deki bazı dükkanlarda satılan taklit ürünlerin üretildiği, Fatih ve Bakırköy'deki 194 adrese eş zamanlı düzenlediği baskınlarda, lüks markalara ait sahte çanta, aksesuar ile saat üreterek piyasaya dağıtan 73 kişi gözaltına alınmıştır. Bu operasyon sırasında, sahte ürün üreticilerine polis baskınlarını haber veren ve bu sayede sahte ürün satan dükkan sahiplerinin depo ile dükkanlardaki ürünleri başka adreslere nakletmelerine yardım eden İstanbul Adliyesi'nde görevli iki kâtip de gözaltına alınmıştır. Çetenin bu yöntemle 2010 yılında 20 milyon lira kazandığı belirlenmiştir.<sup>199</sup>

Ankara Ticaret Odası tarafından hazırlanmış olduğu belirtilen bir rapora göre, en çok sahtesi üretilen giyim ürünlerinin başında futbol takımı forması gelmektedir.

Fikri hak ihlalleri ve bu ihlallerin olumsuz etkileri üzerinde çalışan The European Observatory adlı kuruluşun AB'de taklit ve sahte ürünlerin ekonomik etkisinin ölçülmesi için yaptığı çalışmada, giysi, ayakkabı ve aksesuar sektörlerinde üretici, dağıtıcı ve satıcıların kaybının yılda 26 milyar euroyu bulduğu ve bunun da sektörde 363.000 istihdam kaybına yol açtığı belirtilmiştir.<sup>200</sup>

### Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Bu alandaki ürünlerde teknoloji kullanımı arttıkça taklit ürünlerin ithal edildiği, teknoloji gerektirmeyen ürünlerin ise içerde üretildiği anlaşılmaktadır. Bu ürünlerde taklide yönelmenin iki gerekçesi söz konusu ürünün statü göstergesi olması ve özellikle vergilerin yüksekliği nedeniyle fiyat etkisidir. Bu tür ürünlerin son zamanlarda özellikle internet siteleri üzerinden satışında büyük bir patlama olduğu anlaşılmaktadır.

Düşük teknoloji ile üretilen tekstil ürünlerinin tamamının Türkiye'de üretildiği belirtilmektedir. Taklit tekstil üretiminde Türkiye'de iyi örgütlenmiş bir ağ olduğu ve kaliteli kumaş kullanıldığı, ama işin içine teknoloji girince bu tür ürünlerin Türkiye'de üretilmediği ifade edilmektedir. Özellikle teknolojinin kullanıldığı ayakkabıların Çin ve Vietnam'da üretilip Türkiye'ye getirildiği ileri sürülmektedir. Taklit ayakkabıların daha çok Çin ve Vietnam'dan geldiği, bu ülkeler üzerinden çok fazla taklit ürün girmeye başladığı anlatılmıştır. Bu ürünlerin daha çok İzmir, İskenderun ve Mersin limanlarından Türkiye'ye girdikleri ileri sürülmüştür. Ayrıca giyim eşyaları konusunda Türkiye'nin bir transit ülkesi olduğu da belirtilmektedir.

<sup>198</sup> (Guardian, 2011)

<sup>199</sup> (Sabah, 2011)

<sup>200</sup> (Wajzman, Burgos, & Christopher Davies, 2015)

Basında yakalamalara ilişkin çıkan haberlerde, yakalanan ürünlerin genelde doğu illerinden yurda girdiği ve satılmak üzere ya İstanbul'a, ya da güney ve sahil kentlerine yöneldiği anlaşılmıştır.<sup>201</sup>

Eşofman takımı, tişört, şort, çorap vs. gibi taklit ürünlerin ihracatının da yapıldığı bilinmektedir. Bu ürünlerin en çok Bulgaristan, Yunanistan, Romanya gibi Avrupa ülkelerine gönderildiğini belirten bir uzman doğu tarafından veri alınmadığını, belki İran ve Irak'a da gönderildiğini ama bu konuda bir bilgi olmadığını eklemiştir.

Taklit ürüne yol açan temelde iki olgudan söz edilebilir: "Marka gücü ve ürünün statü göstergesi olması" ve "Yüksek vergi oranlarından kaçınmak". Son zamanlarda ithal ürünlere vergilerin çok artmasının da taklit ürünü cazip kıldığı anlaşılmaktadır. 2013 yılından itibaren getirilmeye başlanan vergilerin alanı giderek genişlemektedir. %140'a varan vergiler ürün fiyatlarında artışa yol açmakta bu nedenle taklide yönelim artmaktadır. Vergilerdeki artış taklit ürünlerin fiyatlarında da artışa neden olmaktadır.

Tekstil ürünlerinde taklidin artmasının nedeni insanların markayı tercih etmeleridir. Dünyada da markalaşmak çok artarken, markaya ulaşmak çok zordur. Bunun üzerine bir de Türkiye'de üretimin eskiye nazaran genel olarak azaldığını ve son dönemde artan vergilerin etkisini eklemek gerekir.

Taklit tekstil ürünlerini ve aksesuarları bilerek alanlar olduğu kadar, bilmeden alanlar da vardır. Taklit ve orijinal tekstil ürünlerini ayırt etmenin neredeyse imkansız olması nedeniyle tüketiciyi kandırmak kolaydır. Tüketici görerek alırken taklit ve orijinal ürünü daha rahat ayırt edebilir, ancak internette böyle değildir. Mağazalardan kandırılarak alanlar da çok büyük oranda değildir. Açık pazarlar ve internet taklit ürünlerin en fazla satıldığı mecralardır.

Giyim eşyaları ve aksesuarda farkında olarak taklit ürün alanlar marka bilinci olmayan ve bu ürünleri statü göstergesi olarak kullanan tüketicilerdir. Bu kişilerin bu ürünlerin sahtesinin yerine daha fazla fiyat verip orijinal ürünü almayacakları kabul edilebilir.

Tüketicilerin sahte ürün aldıklarını bilmeden almaları durumda taklit üründe kar marjı çok yüksektir. Piyasada 400-500 liraya satılan bir ürünün taklidi 200-300 liraya satılabilmektedir. Ancak çoğu kez bu taklit ürünlerin maliyeti 30-40 lirayı geçmemektedir.

Giyim ve aksesuar ürünlerinde taklit ürünlerin üretimden satışa büyük bir ağ yapılanması içinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu ürünlerde sadece güncel modanın sahtesi olduğu için, modanın yakından takip edilmesi gerekmektedir. Sektör uzmanlarının verdiği bilgilere göre, üretim sipariş üzerine yapılmakta, baskınlara karşı önlem olarak ürünler depolanmamaktadır. Kayıtlı firmalar nasıl çalışıyorsa öyle çalışmaktadırlar; üreticiler, toptancılar ve satıcılardan oluşan hepsinin birbirinden haberdar olduğu ve bağlantıda olduğu bir ağ söz konusudur. Üretim küçük ölçekli olmakla beraber bu üreticileri birbirine bağlayan çok organize bir ağ yapılanması vardır. Bu ağda İstanbul ana merkezdir, ikinci ana merkez İzmir'dir. İstanbul yönetim merkezi; Kocaeli de en büyük üretim merkezidir. Kıyı şeridinde satılan taklit ürünler genellikle İç Anadolu'da üretilmektedir. Güney ve sahil şeridine Kayseri, Konya, Gaziantep gibi üretim merkezlerinden ürün sevkiyatı yapılır. Antalya'da depolar vardır ama üretim yoktur. Haftada iki gün minibüslerle numuneler getirilip, çarşıda dükkanlar sıra sıra ziyaret edilerek siparişler alınır ve sonra bu siparişler teslim edilir. Bu üretim ve satış zincirinde, en fazla 10 tezgâhlık bir üretim kapasitesi olan üreticilerin ve satıcıların küçük işletmeler olduğu, ancak bu sistemin işleyebilmesini mümkün kılan organizasyonun büyük ve organize olduğu, taklit ürünlerde çok yüksek olduğu bilinen yüksek kar marjından en büyük payın esas olarak bu ağı yönetenlere gittiği, her iki uçta yer alan üreticilerin ve satıcıların da küçük getirilerle bu işi yaptığı anlaşılmıştır. Taklit ve kaçığın olduğu önemli alanlardan birisi de gözlüktür. Güneş gözlüğünde de optik gözlükte de taklit ve kaçığa rastlanmaktadır. Daha ileri teknoloji gerektiren gözlüklerde taklit ürünler genellikle yurtdışından gelmektedir.

Taklit güneş gözlüklerinde sahte ve taklit ürün arasındaki fiyat makası iki farklı şekilde ortaya çıkmaktadır. İşportada çok ucuz fiyatlara (20-30 TL fiyat aralığında) satılan sahte ürünleri satın alan tüketicilerin, bu ürünlerin sahte olduğunu bilerek aldıkları düşünülmektedir. Mağaza ya da internet kanalı ile satılan sahte ürünlerde ise satış fiyatı, orijinal ürüne çok yakın olduğu için tüketicilerin aldatılma ihtimali daha yüksektir. Bir uzman, son yıllarda, "kendi ithalatımız" diyerek açılan web siteleri üzerinden yapılan internet satışlarının artmasına bağlı olarak gözlükte taklitçiliğin de arttığını belirtmiştir.

<sup>201</sup> Örnek olarak şu haberlere bakılabilir: <http://www.hakkariidealhaber.com/hakkaride-1480-adet-gozluk-ele-gecirdi-30842h.htm>, <http://www.mynet.com/haber/yasam/istanbul-polisinden-kacak-saat-ve-gunes-gozlugu-operasyonu-1678587-1>, <http://www.aktifhaber.com/sinirda-gumruk-kacagi-gozluk-ele-gecirildi-1190811h.htm>, <http://www.bugun.com.tr/son-dakika/manavgatta-55-bin-lira-degerinde-haberi/1600815>, <http://www.gazetevatan.com/polisten-kacak-gozluk-operasyonu-652083-yasam/>, <http://optisyeninsesi.com/antalyada-kacak-gozluk-operasyonu-2/>, <http://www.aa.com.tr/tr/turkiye/515685--21-bin-gumruk-kacagi-gunes-gozlugu-ele-gecirildi>

Taklit güneş gözlüklerinde ithalat vergilerine ek olarak, KDV oranının %18 olduğu güneş gözlüklerinin tüketiciye KDV oranı %8 olan optik gözlük gibi satılması nedeniyle ayrıca %10 vergi avantajının da ortaya çıkabildiği belirtilmiştir.

### Etkileri:

Bu sektörde birçok firmanın doğrudan Türkiye'de olmak yerine distribütörler aracılığıyla iş yaptığı belirtilmiştir. Doğal olarak, distribütörlerle orijinal marka sahibi firmanın çıkarları arasında farklar bulunmaktadır.

Taklit ürünlerin çok sayıda olması, orijinal üreticiler için marka imajı sorunu yaratmaktadır. Bazı çok prestijli markaların pazarda çok yaygın satılmasının ve çok yaygın tüketilmesinin orijinal ürün kullananları markadan uzaklaştırdığı, böylece orijinal üreticinin satışlarda düşüşle karşılaştığı anlatılmıştır. Taklit ürünlerin çokluğu ve bu ürünlerle mücadelenin maliyetli olmasının, ayrıca firmaya ekstra maliyetler yarattığı vurgulanmıştır.

Çeşitli tekstil ürünleri ve aksesuarlarda zaman zaman medyaya da yansdığı gibi kanserojen nitelikte malzemelerin kullanılması nedeniyle, uzun vadede tüketici sağlığı açısından da bu ürünlerin risk oluşturduğu bilinmektedir. Sahte gözlükler ise hiçbir koruyucu özelliği olmayan camlar sebebi ile kalıcı göz bozukluğu sorunlarına yol açabilmektedir.

Bu sektörde de, tüm diğer taklit ürünlerde olduğu gibi, vergi kaybı, çalışan sağlığı ve çevre açısından risk yaratan üretim koşulları, kayıt dışı istihdam, çocuk işçi çalıştırılması gibi sorunlar görülmektedir. Uzun vadede ise fikri hak korumasındaki sorunlar, ülke itibarının zarar görmesine ve yabancı sermaye yatırımlarında azalmaya yol açmakta, yatırım ortamını bozmakta ve istihdam yaratılmasını yavaşlatmaktadır.

### Mücadele ve Önlemler:

Giyim eşyaları ve aksesuarların çok yaygın kullanılması ve bu ürünlerin bir statü sembolü olarak tercih edilmesi, ürünlerden kamunun vergi kaybının nispeten sınırlı olması, tüketici sağlığı vb olumsuz etkilerin ilaç ve gıda gibi sektörlerle kıyasla daha düşük olması, sahte ürün satanlara resen müdahale edilememesi, bu sektörde mücadeleyi zorlaştırmaktadır. Bu koşullar altında mücadele yükü firmaların üzerine kalmaktadır. Tüm diğer taklit ürünlerde olduğu gibi yargılama süreçlerinin uzun ve maliyetli olması ve cezaların caydırıcı olmaması dikkate alındığında, firmaların da etkili bir mücadele konusunda pek de istekli olmadıkları, bir anlamda bir kabullenme içinde oldukları görülmüştür.

Taklit ürünlerin son zamanlarda bu kadar artmasının en büyük sebebinin cezaların azlığı olduğu vurgulanmıştır. Daha önce 2-4 yıl arasında olan cezaların 1-3 yıla indirilmesinden sonra, 2 yılın altındaki suçların ertelenebiliyor olması nedeniyle pratikte kimse bu suçlardan dolayı ceza çekmemektedir. Sektör temsilcilerinin verdiği bilgilere göre, bir kez ceza yiyenler kâğıt üzerinde yetkilerini devretmekte, sorumlu olarak daha önce ceza almamış çalışanlar gösterilmekte, bu nedenle tüm bu ceza süreci göstermelik kalmaktadır. Cezaların hiçbir caydırıcılığı yokken, markalar dava açabilmek için önceden her türlü hazırlığı yapmak, numune satın almak, delilleri hazırlamak durumundadır. Bütün bu hazırlıklara rağmen, basına çıkan haberlerden de anlaşıldığı gibi baskınlardan taklit üreticilerinin haberdar olabilmesi, bu tür baskınlardan etkisini azaltmaktadır. Çok zahmetli olan dava süreci olumlu sonuçlansa bile cezaların caydırıcı olmaması, mahkemeler yoluyla mücadelenin cazibesini azaltmaktadır.

Uzmanlar mevzuatta değil uygulamada sorunlar olduğuna dikkat çekmiştir. Mevzuatın torba kanunlarla düzenlenmesi, yasal alanda yamalı bir yapı oluşmasına yol açmıştır. İkincil mevzuatta hala sorunlar olsa da, bu ikincil önemdedir. Esas önemli olan denetimlerin sıklaştırılması ve etkin hale getirilmesidir. Sahte üründe ispat yükümlülüğünün iddia sahibinin üzerinde olması nedeniyle, firmaların taklit ürünlerle tek tek mücadele etmesi aşırı maliyetli ve imkansız hale gelmektedir. Bu nedenle, üretimin burada yapılmadığı ürünlerde, gümrükler çok belirleyici bir fonksiyon üstlenmektedir.

Görüşülen birçok uzmanın işaret ettiği gibi, gerçekten de taklit ürünlerle mücadelede gümrükler büyük önem taşımaktadır. Bu konuda son yıllarda belli bir ilerleme görülmektedir. Gümrüklerde yakalamalar artmıştır.

Bir uzman, gümrüklerin biraz daha bilinçli ve sorgulayıcı yaklaşmasını, Türkiye'deki yasal temsilcileri dışında getirilen ürünlerde daha fazla sorgulayıcı olmasını, bu tür ürünlerde fiyat kontrolünün yapılmasını önermiştir.

Devlet kurumları arasında daha iyi koordinasyon sağlanması gerektiğine de dikkat çekilmiştir. Taklit bir üründe genelde birden fazla kamu kurumunu ilgilendiren birden fazla suç unsuru bir arada olur: ürünün garanti belgesi yoktur; gümrüğü ödenmemiştir, faturası yoktur, vergileri ödenmemiştir. Bir ürüne ilişkin suç, sanayi, gümrük ve ticaret, maliye, sağlık, çalışma gibi birçok bakanlığı ilgilendirebilir. Tüm bakanlıkların bilgilendirilmesi ve işlenen suçların hepsi için ayrı ayrı ceza verilmesi gerekir.



Uzmanlar tarafından mücadele açısından sıklıkla gündeme getirilen sorunlu bir başka alan ise kendi altında mağaza açılan web siteleridir. Kontrolün çok zor olduğu bu sitelerde bir düzenlemeye gidilmesinin ve bu sitelerin altlarında açtıkları mağazalardaki ürünlerin orijinal olduğunu garanti etmelerinin istenmesinin taklitle mücadelede yararlı olacağı belirtilmiştir.

Bu sektördeki taklit ürünlere karşı kamuda duyarlılık daha düşüktür. Vergi kaybının çok yüksek olduğu ürünler çok sıkı takip edilirken kıyafet ve aksesuara benzeri bir hassasiyet gözlemlenmemektedir. Tatil yörelerinde taklit ürünleri satan mağazaların yıllardır bu faaliyetlerini sürdürdükleri bilinmektedir. Sahte tekstil ürünleri ve aksesuarla mücadele büyük ölçüde firmalara düşmektedir. Kamu otoritesinin taklit ürün satan mağazaları kendi inisiyatifi ile denetleyerek sahte ile mücadelede caydırıcı ve önleyici adımlar atmasının, tüketicinin korunması ve kamu gelirlerinin artırılması açısından önemli olacağı belirtilmiştir.

Bu koşullarda mücadelenin kazanılabilmesi için tüketicilerin bilinçlendirilmesinin, taklit ürün satmanın suç olduğunun ve bu ürünlerin zararlı olabildiklerinin anlatılmasının ve meselenin sadece markanın kar tutkusu olmadığına vurgulanmasının önemine dikkat çekilmiştir. Üniversitelerde ders olarak fikri/sınai hak konusunun okutulması, resen müdahale edilmesi ve bu suçlara ihtisas mahkemelerinin bakması diğer öneriler arasındadır.

**Tablo 19.** Giyim eşyaları ve aksesuara ilişkin detay tablosu

	Giyim eşyaları ve Aksesuarlar
Piyasa özellikleri	
En sık karşılaşılan ürünler	Tekstil, spor ayakkabılar, aksesuar, gözlük, çanta, marka olan tüm ürünler
Piyasa büyüklüğü	
Ürünün taklit/sahte/kaçak olduğunun anlaşılması	Tüketici orijinaline göre fiyatının çok daha ucuz olduğu ürünlerde taklit olduğunun farkındadır. Ancak gözlük gibi bazı ürünlerde hiç bilmeden taklit ürün alabilir
Karlılık	Diğer sektörlere göre karlılık nispeten daha düşük olsa da yine de çok yüksektir.
Taklit/sahte/kaçak piyasa büyüklüğü	
Orijinal markanın gücü	Orijinal marka çok güçlüdür.
Üretim, dağıtım ve teknoloji	
Üretim teknolojisi ve maliyetler	Gözlük ve ayakkabı gibi bazı ürünlerde kullanılan teknoloji ileri teknolojidir, üretimi kolay değildir, ince işçilik gerektirir ve bu nedenle her yerde yapılamaz
Piyasa yapısı	İleri teknoloji gerektiren ürünler hariç, üretim küçük ölçekte yapılabilsen bile, üretimden satışa kurulan ağ organize ve büyük çapta yapılan bir iştir
Lojistik	Yurtiçinde üretilen ürünlerde, taklit ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasında riski azaltmak için satış noktasına yakın yerlerde üretim olduğu görülür. Üretim sipariş üzerine yapılmakta büyük stoklarla çalışılmamaktadır.
Üretim yeri	Yurtiçi üretimin yanı sıra yurtdışından ithalat da görülür. Teknoloji gerektiren ürünler ithal edilir. Yurtiçinde ürün zincirinin yönetim merkezi İstanbul'dur.
Geliş ülkesi	Çin, Uzak doğu
Tüketim, satış alanları	
Fiyat	Taklit ürünler orijinal ürünlerden yaklaşık dörtte bir daha ucuza satılır.
Taklit/sahte/kaçak ürünün etkileri	Haksız rekabet, orijinal firmanın maliyetlerinde artış, satışlarda azalma, firma itibarında düşüş, vergi kaybı, çalışan sağlığı riskleri, çevresel etki, kayıt dışı istihdam, çocuk işçi çalıştırılması, yabancı sermaye yatırımlarında azalma, yatırımlarda ve istihdamda düşüş

Ürün kalitesi	Taklit ürünler insan sağlığı ve tüketici hakları açısından sıkıntı yaratabilmektedir.
Statü göstergesi	Statü göstergesi nedeniyle kullanılan ürünler
Satış alanları	Açık pazarlar, işporta ve mağazalar ve internet
Mücadele, düzenleme, denetim	
Yasal düzenlemeler	Mevzuatın torba kanunlarla düzenlenmesi, yasal alanda yamalı bir yapı oluşmasına yol açmıştır. İkincil mevzuatta hala sorunlar vardır
Yakalanma ihtimali	Taklit üreticileri baskınları haber almaktadır; kamuda bir umursamazlık görülmektedir
Uygulama ve denetleme	Son yıllarda gümrüklerde yakalamalar artmıştır. Denetimler yeterli değildir.
Cezalar	Yargılama süreçleri uzun ve maliyetli, depo ve imha süreçleri sıkıntılıdır. Cezalar ise hiç caydırıcı değildir.
İlave önlem ve öneriler	Gümrükler daha bilinçli ve sorgulayıcı yaklaşmalı, kamu kurumları arasında koordinasyon sağlanmalı, cezalar caydırıcı hale getirilmeli, kamuoyu ve tüketici bilinçlendirilmelidir
Önemli kurum ve kuruluşlar	Gümrükler ve İstihbarat.

## OTOMOTİV VE AKSAMI

Otomotivde taklit ve sahte ürünler, çoğu kez satış sonrası yedek parça ve aksesuara ortaya çıkmaktadır. Otomotivde sahteciliğin en yaygın biçimleri üretim fazlasının yasal olmayan yollardan satılması, çok tanınmış bir üreticinin markası altında üretilmiş ürünler ve başka bir ülkede satılmak üzere üretilmiş parçaların kaçak olarak ülkeye getirilip satılmasıdır.

Motorlu araçların bakım ve tamirini yapan binlerce küçük firmanın varlığı ve bu firmaların yedek parça olarak orijinal parça yerine kullanılabilir olduğu sürece fiyatı düşük olan sahte ürünleri tercih ettikleri bilinmektedir. Ayrıca teknolojiye gelişme sayesinde, taklit ürün üreticileri performansını hiç karşılaştırılmaz olmasa da, görünüşte orijinalinden ayırt edilemeyecek parçaları üretebilir hale gelmişlerdir. Böylece tamir ve bakım yapanlar orijinal parça yerine taklit parçayı rahatlıkla kullanabilirken, tüketiciler ise aldıkları ürünün taklit değil sadece pazarlık sonucu ucuz olduğunu düşünme eğilimindedirler. Çok hayati fonksiyon üstlenen fren gibi parçalarda taklit ürün oranının farklı ülkelerde yapılan çalışmalarda ABD'de %20, Avrupa'da %18 olarak tespit edilmiş olması, sahteciliğin yol açtığı tehde bir örnektir.<sup>202</sup>

Belli bir teknoloji, sofistیکasyon ve yatırım gerektiren sahte parça üretimi, fiyat marjı nedeniyle karlıdır. Bu nedenle Çin, Tayland, Tayvan, Türkiye, Rusya, Orta Doğu ve Latin Amerika gibi başlıca üretim merkezlerinde üretilip buralardan diğer normal mallarla birlikte ihraç edilmektedir. Ürünlerin ağır ve hacimli olması küçük çaplı yapılmasını engeller.<sup>203</sup>

Dünyada bu sektörde karlılığın uyuşturucu ticaretiyle yarışabilir olduğu dahi ileri sürülmektedir. Buna karşılık uyuşturucuya oranla çok daha hafif bir suç olarak algılandığından daha az takip edilmekte ve daha hafif cezalandırılmaktadır.

<sup>202</sup> (OECD, 2008, s. 301).

<sup>203</sup> (OECD, 2008, s. 304).

Avrupa'da satılan sahte otomotiv aksamının en çok Çin, Rusya ve Türkiye'den geldiği düşünülmektedir.<sup>204</sup>

Sektör farkındalık kampanyaları ve kendi iç kontrol mekanizmaları ile mücadele etmektedir. Ayrıca gümrük idarelerinin aldıkları önlemleri sıkılaştırması da Lübnan ve Türkiye'de olduğu gibi çok olumlu sonuç vermektedir.<sup>205</sup>

ABD Federal Ticaret Komisyonu'na göre, Amerikan ekonomisinde otomotiv sektöründeki sahtecilik yılda 12 milyar doları bulmaktadır.<sup>206</sup>Fren balataları, süspansiyon, hava yastığı gibi parçaların taklit ürünlerinin çoğu kez düşük kaliteli ve bu nedenle işlevini tam olarak yerine getirmekten uzak olduğu ve bu nedenle tehlike arz ettiği bilinmektedir.

### Sektörün boyutu, özellikleri ve piyasa yapısı:

Türk otomotiv sanayisi oldukça gelişmiştir. Otomotivde çok büyük bir taklit ürün sorunu yoktur. Türkiye'de kalite artışı kötü sahte ürün üretimini azaltmıştır. Sorun taklit üründen ziyade ana firmanın aynı zamanda taklidini de kendisi üretmesidir. Çok ucuz ürünler dışında Türk otomotiv sanayisinin kötü sahteyi kabul etmediği ve piyasada barındırmadığı belirtilmiştir. Çok ucuz üretebilen Çin ve Hindistan'dır. Otomotivde kar marjlarının çok düşük olduğu, yan sanayinin ana sanayiye %2-4 karla mal sattığı, bu durumda yan sanayinin yaşaması için bir önlem alması gerektiği, bu önlemin de, orijinal parça üreten yan sanayi şirketinin piyasa için sahte üretim yapması olduğu belirtilmiştir. Bu ürünler, Ortadoğu ve Türki Cumhuriyetlere ve Rusya'ya satılabilmektedir.

Otomotivde parça değişimi, anlık talep üzerine olduğu için servisler sadece o sırada gereken parçayı talep ederler. Bu nedenle sahte ürünlerin satışı ancak toptan satış sürecinde var olmakla mümkün olabilir. Çoğu kez tüketici koltuk örtüsü gibi ikincil parçalar dışında bilerek sahte bir ürün satın almak istemez.

Piyasada çok bilinen bir rivayete göre, taklit ürünlerin çoğunu orijinal üreticilerin kendileri üretmektedir. Görünmez bir anlaşma vardır. Büyük firmanın satın almamacısının 'Siz bize ucuz verin piyasaya da satarsınız' diyerek duruma göz yumduğu ileri sürülmüştür. KOM ekiplerince yapılan çalışmalarda, yurtdışında tescil görmüş ikinci el araçların sahte belgeler veya düşük kıymetli faturalar kullanılarak sıfır araç gibi gösterilmek suretiyle Türkiye'ye ithal edildiği ve bu haliyle piyasaya sürüldüğü görülmektedir. 2015 yılında yasa dışı yollarla ithal edildiği tespit edilen çok sayıda lüks otoya el konulmuştur.<sup>207</sup>

### Etkileri:

Görüşülen bir uzman, taklit ürünü "başarı hırsızlığı" olarak nitelemiş ve zararının çok uzun vadede çıkacağına dikkat çekmiştir. Bu uzmana göre, taklit üretimin yaygın olması nedeniyle, yabancı markalar Türkiye'ye girmemeye başlar, uluslararası piyasalarda kredibiliteleri azalır. "Başarı hırsızlığı" Türkiye'nin dünya değerlerini kabul etmediği anlamına gelir; hukuk sistemine güven azalır ve bunların Türkiye'ye zararı ancak yıllar sonra görülür hale gelir.

Konuya KOBİ'ler açısında bakınca, taklit üretimin yaratıcılığı öldürdüğü, gelişmeyi kösteklediği, yaratıcı firmaların ortaya çıkmasını engellediği yorumu yapılmıştır. Türkiye'de Ar-Ge, yaratıcılık olmamasının nedeni, komşunun ürünü kopyalamanın çok kolay olması, bunun hiçbir cezasının olmamasıdır.

### Mücadele ve önlemler:

Görüşülen bir uzman, kendi tasarımlarının taklit edilmesi karşısında şimdiye kadar açtığı hiçbir davayı kazanamadığını vurgulamıştır. 1990'lı yıllarda daha fikri mülkiyet hakkı diye bir şey tanınmadığı için savcının dava bile açmadığını, bir sonraki davasında bilirkişinin kendisine karşı dava açtığı büyük şirketin danışma kurulunda olduğunu, kendi elleriyle çizdiği ürünü alıp %100 aynısını yapan merdiven altı firmayı 3 sene uğraşıp ortaya çıkarttıktan sonra bu firmaya dava için tedbir koyduramadığını anlatmıştır.

Görüşülen bir uzman taklit üretimin önlenmesi için Sanayi Bakanlığı bünyesinde her sektöre atanacak birer danışman hukukçunun sektörle ilgili kendisine yöneltilecek şikayetleri dinleyerek konuları çeşitli kanun ve yönetmeliklerle düzenlemesi gerektiği önerisini yapmıştır.

<sup>204</sup> (CEBR, 2002).

<sup>205</sup> (OECD, 2008, s. 3011)

<sup>206</sup> (OECD, 2008, s. 297).

<sup>207</sup> (KOM, 2015, s. 33)

Kamuda bu konuda yeteri farkındalık olmadığı belirtilmiştir. Siyasetçilerin sanayiden anlamadığı, KOBİ'ler, büyük sanayi, Ar-Ge vb konulardan anlayan milletvekillerinin olması durumunda bu konularda ilerleme kat edileceği belirtilmiştir.

### ELEKTRİKLİ ALETLER VE ELEKTRONİK

Birçok ürünü barındıran bu başlık altında yedek parça olarak kullanılan taklit ve kaçak ürünler dikkati çeker. Doğrudan tüketiciye hitap etmek yerine üretim veya servis aşamasında yedek parça olarak taklit ürün kullanımı, nihai tüketim ürünlerinden bazı farklılıklar gösterir.

Üretim fazlası yasal olmayan yollardan satılabildiği gibi orijinal ürünün birebir olmayan kopyaları biçimini de alabilmektedir. Ucuz look-a-like ürünler pahalı bir marka gibi satılabilmektedir. Çoğu kez tüketici sahte ürün aldığı için farkında değildir. Orijinal ürün üreticileri çoğu kez ürün servisleri yoluyla durumdan haberdar olmaktadır.

Dünyada bu başlık altında en sık görülen hak ihlallerinin daha düşük teknoloji gerektiren, vasıfsız işgücü ve yüksek olmayan makine yatırımı ile üretilen ürünlerde olduğu dikkati çekmektedir. Aynı şekilde, bütün ürün yerine küçük ürünler ve küçük parçalar taklitçiliğin daha fazla görüldüğü alanlardır. Bu ürünlerin üreticilerinin küçük ve kayıt dışı firmalar olduğu gibi, kurumsal firmalar da olabildiği, hatta orijinal marka için ürün tedarikçileri olduğu görülmektedir.<sup>208</sup>

OECD tarafından derlenmiş olan bilgilere göre, en büyük üretici Çin iken tüketimin en fazla olduğu bölgeler Asya, Orta Doğu, Doğu Avrupa ve Latin Amerika'dır. Elektrikli parçaların yasal ürünler olması ve taklit ürünün ancak bu parçaların satış ülkesinde bir araya getirilmesi ile söz konusu olması, gümrüklerde bu parçalara işlem yapılabilmesinin önüne geçmektedir.<sup>209</sup>

Bu ürünlerin nihai tüketim ürünü olmaması nedeniyle ekonomik etki tüketicilerden çok orijinal ürün üreticileri üzerindedir. Orijinaline göre %30-%50 daha ucuz olabilen sahte parçalar orijinal markaların satış hacmini azaltırken fiyatları üzerinde de baskı oluşturmaktadır. Bu parçaların düşük kalitede olması yüzünden beklenen biçimde çalışmaması nedeniyle tüketiciler aynı harcamayı bir kez daha yapmak zorunda kalabilmektedir. Düşük kaliteli parçalar ciddi yaralanma vakalarına dahi yol açabilmektedir.

Türkiye'deki yakalama verilerine göre, elektronik ürünler arasında ilk sırada cep telefonları gelmektedir. KOM verilerine göre, cep telefonu kaçakçılığına yönelik operasyonlarda 2012 yılında 241.749 adet, 2015 yılında ise 286.557 adet cep telefonu ele geçirilmiştir. Kaynağı Uzakdoğu ülkeleri (genellikle Çin) olan kaçak cep telefonları önemli oranda İran, Irak, Suriye, Gürcistan, Bulgaristan ve Yunanistan üzerinden getirilmektedir. Bununla birlikte Çin, Dubai, ABD ve Hong Kong'dan hava yolu ile yolcu beraberinde, kargoyla ya da dropshipping (stoksuz alışveriş) yöntemiyle doğrudan kaçak cep telefonu girişi de gerçekleşmektedir.

Çin menşeli elektronik emtiaların (Araç içi kamera, lens, ses kaydedici, işitme cihazı, alarm sistemi vb.) havayolu ile yolcu beraberinde ülkemize getirildiği görülmektedir. Ayrıca gerçekleştirilen operasyonlarda semt pazarları üzerinden satışa sunulmak üzere bekletilen çok sayıda elektronik emtia (kulaklık, hoparlör vb.) ele geçirilmiştir. Söz konusu suç unsurlarının İzmir ve İstanbul'dan kargo firmaları aracılığı ile temin edildiği anlaşılmıştır.<sup>210</sup>

İnternet üzerinden güvenilir olmayan siteler aracılığıyla neredeyse piyasa fiyatının yarısı bir bedelle satılan cep telefonlarının büyük bir kısmının imei numaraları klonlanmış kaçak ya da replika (taklit) telefonlar olduğu tespit edilmiştir. KOM Daire Başkanlığına gelen ihbarlardan bu tür satılan telefonların ilanlarda gösterilen telefonlardan farklı olduğu ve tüketicilerin mağduriyet yaşadığı anlaşılmaktadır.<sup>211</sup>

Kaçak oranının yüksek olduğu diğer elektronik aletler arasında saat, fotoğraf makinesi, kamera, bilgisayar ve aparatları, detektörler yer almaktadır. KOM ekipleri, 2015 yılında 7.784.280 adet elektronik ve muhtelif eşya ele geçirmişlerdir.

<sup>208</sup> (OECD, 2008, s. 317-8).

<sup>209</sup> (OECD, 2008, s. 320)

<sup>210</sup> (KOM 2015, s.34)

<sup>211</sup> (KOM, 2015)

## Sektörün boyutu:

Türkiye beyaz eşyada 24,6 milyon üretim ile Avrupa'da bir, dünyada iki numaradır.<sup>212</sup> Beyaz eşya, Türkiye'nin en önemli ihracat sektörlerindedir. Beyaz eşyada yan sanayi tarafı da ciddi istihdam sağlar.

Beyaz eşya ürününün fiziksel büyüklüğü nedeniyle taklit ve kaçak ürün olması diğer sektörlerle kıyasla daha zordur. Bu nedenle komple sahtesine pek rastlanmaz. Ama Çin ve Mısır gibi ülkelerde küçük ev eşyalarında, su sebilleri, klimalar vb ürünlerde komple sahte ürünler olabilmektedir. Beyaz eşya sektöründe taklit, yedek parçalarda, sarf ürünleri ve aksesuarlarda görülmektedir. En çok taklit görülenler elektrikli süpürgein toz torbaları ve TV kumandalarıdır.

Bir diğer uzman da sahte markayla ana ürünlerin satılması konusunda sahada çok kaçak ve sahte ürün görmediğini, küçük ev aletlerinde daha mümkün olabileceğini, elektronikte ve özellikle elektronik ürünlerin aksesuarında taklidin çok yaygın olduğunu belirtmiştir.

## Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Taklit ürünler daha çok uzak doğudan gelir. Uzak Asya ülkelerinde belli başlı tedarikçileri vardır.

Yedek parça Türkiye'de servisler kanalıyla satılır. Ama yurtdışında internet üzerinden de satılır.

Marka ihlali ve taklitçiliğin giderek yaygınlaştığı belirtilmiştir. Uzak Asya'da üretim maliyetinin düşük olması ve e-ticaretin yaygınlaşması marka ihlali ve taklitçiliği artırmaktadır. Bir diğer uzman ise beyaz eşyada belki azalmadan konuşulabileceğini, küçük ev aletlerinde de markalaşma görüldüğünü, servislerin yaygınlaşması ve gümrüklerde kontrollerin artması nedeniyle taklit yedek parçanın da azaldığını belirtmiştir. Taklit ürünler çok ucuz olur. Tüketici orijinal ürünün kullanım ömrünün daha uzun olduğunu, garantisini bildiği için orijinal ürünü, fiyatı daha yüksek olsa dahi tercih eder. Beyaz eşyada parça değişirken tüketicinin parçanın orijinal olup olmadığını bilmesi mümkün değildir. Türkiye'de tüketicilerin beyaz eşyaya çok önem verdiği, hep en son modellerin tercih edildiği, tüketicinin hep üst segmente yöneldiği ve adeta bu eşyalarla gurur duyduğu, bu nedenle sahteye yönelmesinin söz konusu olmadığı belirtilmiştir.

Müşteri için servisin nereden alındığının önemi olmadığı, beyaz eşya bir kez alındıktan sonra müşterinin o ürünü orijinal marka olarak kabul ettiği ifade edilmiştir. Yetkili servis ağının hala ana şirketlerin tekelinde olması ve servis fiyatlarının çok yüksek olmaması nedeniyle tüketicilerin yetkili servisleri tercih ettiği ve bu tercihin yedek parçada taklit ürünlere yönelimi azalttığı belirtilmiştir.

## Etkileri:

Beyaz eşyada çok yoğun elektronik kullanıldığı için bu ürünlerde tüketici güvenliği önemlidir. Basit gibi gözükse bir bölüm (komponent) değiştirilirken, sahtesi kullanıldığında elektrik şebekesindeki akım değişkenliği çok ciddi sorun yaratabilir. Taklit ürünler kalite standartlarına teknik spectlere uymadığı için kullanım ömrünün daha kısa olduğu ve bu nedenle tüketiciye uzun vadede maliyetinin belki orijinal üründen daha fazla olduğu belirtilmiştir.

Otomotivde jenerik yedek parça bulunurken, beyaz eşyada bunun çok yaygın olmadığı ifade edilmiştir.

Taklit ürünlerin Ar-Ge çalışmalarını olumsuz etkilediği, maliyet yarattığı, kamu için vergi kaybına yol açtığı, yatırımları cazip olmaktan çıkarttığı, taklitçiliğe hayatın herhangi bir alanında göz yumulmasının bu alışkanlığın diğer alanlara da yayılmasına yol açtığı, toplumun kültürel dokusunu bozduğu belirtilmiştir.

## Mücadele ve önlemler:

Bu sektörde taklit ürünle mücadelenin ağırlıklı olarak ana sanayinin servis ve yan sanayi çalışmaları ile yürüdüğü, kamunun etkisinin sınırlı olduğu belirtilmiştir. Kamu, özellikle gümrükler üzerinden taklidi önlemek için önemli vasıtalar sunmaktadır. Son 10 yılda kurulan fikri hak mahkemeleri de önemli bir girişim olmuştur. Kamu ve özel sektörün bir arada yer aldığı YOİKK çerçevesinde de ilerleme sağlandığı ve bürokrasi ve siyasetin sektörü dinleme eğiliminin arttığı görülmektedir.

<sup>212</sup> Ayşe Betül Öztürk, İş Bankası Beyaz Eşya Raporu, Mart 2016)

Sanayi Bakanlığında farkındalık olduğu, daha iyiye doğru bir gidişat olduğu ifade edilmektedir.

Diğer sektörlerde görülen taklit ürünlerin yakalandıktan sonra ne yapılacağı konusu bu sektör açısından da çok önemli bir sorun olarak dile getirilmiştir.

Mahkemelerin yetkinliği, işleyişi, iş yükü, hakimlerin eğitim imkanları, yasal süreçlerin uzunluğu, taklidin ispat süreci, depolama ve imha süreçleri çok vakit almakta ve mücadeleyi zaafa uğratmaktadır. Kolluk güçlerinin müdahale imkanlarının güçlendirilmesi ve polislerin daha iyi eğitim almaları da diğer önemli başlıklardır.

Taklitte mücadele sadece büyük şirketler için değil KOBİ'ler açısından da önem taşımaktadır. Büyük şirketlerde son 10 yılda farkındalık artmış olmakla birlikte, benzeri bir süreç KOBİ'lerde henüz yaşanmamıştır. KOBİ'lerin gelişebilmek için fikri hak korumasına önem vermesi gerekmektedir. İş hacminin genişlemesi ile ihracat artışı arasındaki ilişki, farklı ülkelere satış yapmada markanın önemi gibi hususlar dikkate alındığında KOBİ'lerde farkındalığın daha da artması gelişmeyi hızlandıracaktır.

**Tablo 20.** Elektrikli aletler ve elektronik ürünlere ilişkin detay tablosu

	Elektrikli aletler ve elektronik
Piyasa özellikleri	
En sık karşılaşılan ürünler	Yedek parçalar, elektronik ürünlerin aksesuarı, elektrikli süpürgein toz torbaları, TV kumandaları
Piyasa büyüklüğü	
Ürünün taklit/sahte/kaçak olduğunun anlaşılması	Tüketici beyaz eşya ürünlerinde, bazı aksesuarlar hariç taklit ürün kullanmaz
Karlılık	Diğer sektörlerle göre karlılık nispeten daha düşüktür.
Taklit/sahte/kaçak piyasa büyüklüğü	Diğer sektörlerle göre nispeten daha düşüktür.
Orijinal markanın gücü	Orijinal marka çok güçlüdür.
Üretim, dağıtım ve teknoloji	
Üretim teknolojisi ve maliyetler	
Piyasa yapısı	
Lojistik	Yedek parçalar yetkili servisler dışında değiştirildiğinde taklit olasılığı vardır
Üretim yeri	İçeride üretim yoktur, taklit ürünler uzak Asya ülkelerinden ve Çin'den gelir
Geliş ülkesi	
Tüketim, satış alanları	
Fiyat	
Taklit/sahte/kaçak ürünün etkileri	Haksız rekabet, orijinal firmanın maliyetlerinde artış, satışlarda azalma, firma itibarında düşüş, vergi kaybı, çalışan sağlığı riskleri, çevresel etki, kayıt dışı istihdam, çocuk işçi çalıştırılması, yabancı sermaye yatırımlarında azalma, yatırımlarda ve istihdamda düşüş, toplumun kültürel dokusunda bozulma, tüketici güvenliğinde zafiyet

Ürün kalitesi	Taklit ürünler kalite standartlarına teknik spectlere uymadığı için kullanım ömrü daha kısa ve bu nedenle tüketiciye uzun vadede maliyeti belki orijinal üründen daha fazladır
Statü göstergesi	Statü göstergesi nedeniyle kullanılan ürünler
Satış alanları	Yetkili servis dışı servisler
Mücadele, düzenleme, denetim	
Yasal düzenlemeler	YOİKK çerçevesinde önemli mesafe katedilmiştir, fikri hak mahkemelerinin kurulması önemlidir
Yakalanma ihtimali	
Uygulama ve denetleme	
Cezalar	Yargılama süreçleri uzun ve maliyetli, depo ve imha süreçleri sıkıntılı ve cezalar caydırıcı değildir.
İlave önlem ve öneriler	Mahkemelerin yetkinliğinin, işleyişinin, iş yükünün, hakimlerin eğitim imkanlarının, yasal süreçlerin süresinin, taklidin ispat süreci, depolama ve imha süreçlerinin, kolluk güçlerinin müdahale imkanlarının ve eğitiminin iyileştirilmesi
Önemli kurum ve kuruluşlar	Gümrükler ve Mahkemeler, YOİKK

## TÜTÜN ÜRÜNLERİ

2008 yılında OECD tarafından yayımlanan rapora göre tütün ürünleri arasında sahte ve kaçak faaliyetinin en yoğun olduğu alan sigaradır. Bunu sarmalık tütün ve sigar takip etmektedir. Tüm dünyada, ürünün satış fiyatı içinde vergi payının çok yüksek olması satış fiyatlarını arttırarak, sigaranın taklit ve kaçak faaliyetleri açısından farklı bir konumda olmasına yol açmakta taklit ve kaçağı cazip kılmaktadır.

OECD 2008 verilerine göre, yüksek kârlılığın yanı sıra, üretim, dağıtım ve satış süreçlerinin nispeten kolay, maliyetler ile yakalanma riskinin düşük ve sigaranın çok tüketilir bir ürün olması, sahte ve kaçak faaliyetleri için çok elverişli bir zemin yaratmaktadır.

Aynı rapora göre kaçak ve sahte sigara faaliyetleri birçok noktada ortak özellikler gösterir ve çoğu kez, dağıtım ve satış kanalları da ortaktır. Bu özellikler nedeniyle, aslında birbirinden bir hayli farklı olan söz konusu iki ayrı suç birbirinden ayırmak kolay değildir ve kamu otoritelerinin sigaraya ilişkin paylaştığı verilerde bu iki suç bir arada değerlendirilir.

AB ve ABD gümrük otoritelerinin verilerine göre en büyük üretici olan Çin dünyadaki toplam taklit sigara üretiminin %50'sini gerçekleştirmektedir.

### Sektörün Türkiye'deki boyutu:

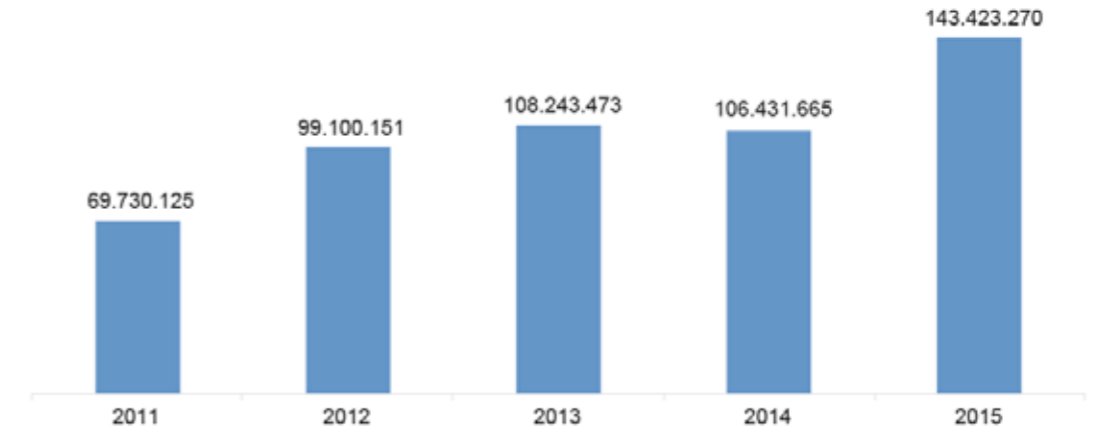
Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de tütün ürünlerinde kaçak ve taklit oranı yüksektir. Ancak, tütün ürünlerinde 2009 yılından itibaren gerçekleşen yüksek orandaki ani vergi artışları nedeniyle 2010 yılından sonra fiyatların komşu ülkelere göre yükselmesiyle birlikte, kaçak sigara çok ciddi ölçüde artmıştır.

Sigara sektörüne yasal ve yasa dışı pazar olarak bakmak gerekir. 2015 yılında piyasadaki ağırlıklı ortalama fiyatın 7,4 TL olduğu dikkate alındığında yasal pazarın büyüklüğü yaklaşık 39,6 milyar TL'dir. TAPDK verilerine göre 2008 yılında 107,4 milyar adet (1 paket=20 adet) olan yasal pazar 2015 yılında 103,2 milyar adede düşmüştür.

Tütün Sanayicileri Derneği 2007 yılından bu yana sigarada yasa dışı ticaret oranını izlemek üzere Boş Paket Araştırmasını gerçekleştirmektedir. 10.000 paket sigaranın sokaklardan toplanarak yasal olup olmadığının incelendiği bu analize göre 2009 yılına kadar % 5-7 arasında seyreden kaçak sigara ticareti 2014 yılı sonunda %20,7'ye ulaşmış, 2015 yılında %13,3'e düşmüştür. Bu verilerden yola çıkarak kaçak sigara pazarının büyüklüğü 6,06 milyar TL olarak hesaplanabilmektedir.

Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı (KOM) verilerine göre kaçak sigara yakalama miktarı aşağıdaki gibi bir seyir göstermektedir.

**Grafik 3. Kaçak Sigara Yakalama Miktarı (Paket)**



**Kaynak:** (KOM, 2015)

### Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Kaçak sigara tercihi esas olarak fiyat etkisinden kaynaklanmaktadır. Sigaranın satış fiyatı üzerine eklenen vergiler ve komşu ülkelerdeki düşük fiyatlar, kaçak oranını etkilemektedir. 2015 yılında yasal sigara pazarında en düşük fiyatlı ürün 5-6 TL seviyesinde iken kaçak sigara fiyatları 1,5-3,5 TL arasındaydı.

Cezaların caydırıcılığı karşısında vergi oranlarının çok yüksek olduğu sigara ve tütün ürünlerinde kaçakçılığın kâr oranının yüksek olması, ülkemizde de kaçakçılığın en önemli nedenidir. Türkiye %83 vergi yükü ile İngiltere'den sonra en büyük vergi yüküne sahip ülkedir.

Sigara kaçakçılığının Doğu ve Güneydoğu Bölgesi sınırlarından olduğu kadar transit rejimi kapsamında sevkiyat yapılan tırlarda yapıldığı görülmektedir. Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Başkanlığı (KOM) tarafından yayınlanan 2014 Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Raporu'nda yer alan verilere göre, son yıllarda ele geçirilen kaçak sigaraların %80'e yakın kısmının Doğu ve Güneydoğu Bölgesi sınırlarından girdiği, bu çerçevede Suriye sınırından girişler artarken, İran sınırından girişlerin azaldığı görülmektedir. Transit rejimi kapsamında sevkiyat yapılan tırlarda sahte mühür kullanılması ya da mühür halatlarının kırılması suretiyle kaçak sigaraların yasal yüklerin arasına gizlenmesi yöntemi kullanılarak da sigara kaçakçılığı yapıldığı tespit edilmiştir. Bulgaristan, Çin ve Birleşik Arap Emirlikleri (Dubai) kaynaklı kaçak sigaraların Suriye, Libya, Mısır, KKTC, Romanya, Gürcistan, Irak ve İran'da depolandıktan sonra kara ve deniz yoluyla Türkiye ve Avrupa ülkelerine yasa dışı yollarla sevk edilmek istendiği görülmüştür. Tütün mamulleri kaçakçılığının oluşturduğu tehdit gün geçtikçe artmaktadır.

Milliyet gazetesinde yer alan bir habere göre, Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK) ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı başmüfettişlerinin hazırladığı raporlarda, Türkiye'deki kaçak sigara piyasasında en çok rastlanan markaların Bulgartabac firmasına ait olduğu, Mersin ve Güneydoğu kentlerinden Kuzey Irak ve İran'a transit edilen sigaraların kaçak yollarla yeniden Türkiye'ye sokulduğu belirtilmektedir.<sup>213</sup>

<sup>213</sup> (Milliyet, 2015)

Bu durum ülkeler arası işbirliklerinin de ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Yasal sektörde tüm tedarik zinciri ruhsata ve kontrole tabidir ve Türkiye bu düzenlemeler açısından örnek teşkil etmektedir.

Ancak sigara satış belgesi alamamış olan 20-25.000 civarındaki bakkal yasal ürünlere erişemediği için kaçak ürün satmaktadır. Ayrıca yollardaki tezgâhlar ve semt pazarları da önemli satış kanalları arasındadır.

### Etkileri:

Sigara kaçakçılığı, orijinal markaların kayıpları, organize suç örgütlerinin gelir kaynağı olması, toplum sağlığı açısından yarattığı riskler, devletin önemli ölçüde vergi kaybına uğraması, esnafın mağduriyeti, tütün üreticisinin gelir kaybı, yasal sigara arz zincirindekilerin kayıpları, kolay ve çok ucuz ulaşılabilir olması, 18 yaş altındaki kişi ve çocukların sigara içmesi veya sigaraya başlaması vb bir dizi olumsuz sonuç üretmektedir.

Arz tarafında, yasa dışı sigaranın Türkiye sınırları içinde üretilmediği, yasa dışı ticaret ile Türkiye'deki tüketicilerden elde edilen gelirin % 85'inin yurtdışındaki uluslararası suç örgütlerine aktarıldığı dikkate alındığında, net negatif ekonomik etkinin büyüklüğü ortaya çıkmaktadır. Burada özellikle terörün finansmanı için kaçak sigara üretimi yapılması büyük bir sorun alanıdır. Sigara kaçakçılığı uluslararası suç örgütlerine gelir sağlarken, Türkiye içinde hiçbir kesim için net olumlu bir etkisi söz konusu değildir. Taklit ve kaçığın görüldüğü diğer sektörlerle karşılaştırıldığında, sigaranın, ekonomik ve toplumsal net negatif etkinin en yüksek olduğu sektör olduğu anlaşılmaktadır.

Yasal sigara üretimi ve satışı belli düzenlemelere tabii iken, yasa dışı pazarda bu düzenlemelerin hiç biri geçerli değildir. Örneğin yasal sigaralarda nikotin oranı kısıtlaması ya da 18 yaş altına satış yasağı varken, yasa dışı satılan sigaralarda bunların hiçbirisi geçerli değildir. Oysa yukarıda belirtildiği gibi yasal pazarda tedarik ve dağıtım zinciri düzenleme ve kontrollere tabidir.

Ankara Ticaret Odası tarafından hazırlanan bir rapora göre, taklit sigaralar insan sağlığı için büyük bir risk oluşturmaktadır. Dijital baskı teknolojileri sayesinde paketleri çok iyi taklit edilen, kalitesiz tütünden yapılan ve maliyeti düşürmek için içine marul, tahta tozu ve bez artıkları dahi karıştırılabilen sahte sigaraların, gerçeğinden ayırt edilmesi mümkün olmamaktadır. Bu tür sahte sigaraların yüksek oranda zifir, nikotin ve karbon monoksit içerdiği ve içinde küf, böcek ve böcek larvaları ile çok tehlikeli katkı maddeleri de bulunabildiği belirtilmektedir.<sup>214</sup>

Tütün ürünlerinde sahte ve kaçak ürünler, Türkiye açısından önemli bir vergi kaybı oluşmasına neden olmaktadır. 2015 yılında piyasadaki ağırlıklı ortalama fiyatın 7,4 lira ve ortalama vergi yükünün %83 olduğu dikkate alındığında, kurumlar ve gelir vergisi hariç yıllık vergi kaybının yaklaşık 5 milyar TL olduğu hesaplanabilmektedir.

Tütün mamulleri kaçakçılığının uluslararası tütün ürünleri şirketlerinin satışlarını olumsuz etkilediği açıktır; ancak, sigara arz zinciri içinde yer alan tütün üreticisi, dağıtıcı, işçi ve esnaf gibi tüm kesimler de olumsuz etkilenir. Orijinal üründe mevcut yasalar uyarınca yerli tütün kullanılması nedeniyle, kaçak sigara ticaretinden Türkiye'deki tütün üreticisi de olumsuz etkilenmektedir. TESK taklit ve kaçak ürün kullanımına karşı yürüttüğü "Dikkat, Bilmediğin Gerçekler Var" kampanyasında tütün ürünleri kaçakçılığının kayıtlı istihdama, yaklaşık 150.000 perakendeci ve 80.000 tütün çiftçisi de dahil, olumsuz yönde etki ettiğini vurgulamıştır.

### Mücadele ve önlemler:

Tütün ürünlerinde kaçak ve sahte ile etkili mücadelede iki başlığın önemli olduğu görülmektedir:

1. Sınırların daha iyi kontrol edilmesi
2. Sosyal kabullerin, kamuoyu algısının değişmesi

Yasa dışı sigaranın Türkiye sınırları içinde üretilmiyor olması, yasa dışı ithalatın önlenmesini ve sınırların kontrolünü birincil öncelik haline getirmektedir. Bu çerçevede, daha sıkı denetimlerin yapılması, yakalamaların artırılması ve mevcut yaptırımların uygulanması, sigara kaçakçılığını azaltmaktadır.

<sup>214</sup> (Ankara Ticaret Odası, 2010)

Sigara kaçakçılığı ile mücadele, 2011 yılında yürürlüğe girmiş olan ve 2011-2013 yıllarını kapsayan "Tütün ve Tütün Mamulleri Kaçakçılığı ile Mücadele Eylem Planı" çerçevesinde yürütülmüştür. Bu çerçevede gerek yurtiçinde yerel düzeyde, gerekse yurtdışında uluslararası işbirlikleri ile çalışmalar yürütülmüştür. İl valileri başkanlığında ve ilgili yerel mücadeleci kurumların taşra birim başkanlarının katılımıyla, altı ayda bir düzenli toplantılar gerçekleştirilmiştir. Yine KOM 2014 Raporuna göre, sigara kaçakçılığının ortadan kaldırılabilmesi için yalnızca kolluk mücadelesi yeterli olmamakta, sigara sektörünü düzenleme ve denetleme ile görevli kurumların gerekli önlemleri alması ve bu kurumlarla iş birliğinin sağlanması da gerekmektedir.<sup>215</sup>

Kaçak sigara ile mücadele konusundaki önerilere yetkililerin katıldığı, devletin somut adımlar attığı, emniyetin ve gümrük muhafaza ekiplerinin konuyla ilgili çaba içinde oldukları genel kabul görmektedir.

Son dönemde sektörden de gelen geri bildirimlerin katkısıyla belirli mevzuat değişikliklerine de gidilmiştir:

- 2009 yılında Alo 136 Kaçakçılık İhbar Hattı kurulması ve son yıllarda bu hattın bilinirliğinin artırılması,
- Tütün ve Tütün Mamulleri Kaçakçılığı İle Mücadele Eylem Planı 2011-2013'ün yayımlanması,
- 2012 yılı itibarı ile sigaraların Türkiye Gümrük Bölgesi üzerinden transitine; sigara paketlerinin üzerinde varış ülkesinin resmi dilinde sağlık uyarıları olması halinde izin verilmesi,
- 2013 yılında üzerinde bandrol, etiket, hologram, pul, damga veya benzeri işaret bulunmayan tütün ve tütün mamullerinin şahit numune alındıktan sonra mahkeme kararı beklenmeden imhasına olanak verilmesi,
- 2013 yılında ÖTV'ye tabi 5.000 adedi aşan bandrolsüz sigaranın bulunması halinde ÖTV'nin tahsil edilmesi ve ayrıca vergi cezası verilmesi hükmünün uygulamaya konulması,
- 2014 yılında, 5607 Sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu değiştirilerek 3 ile 6 yıla varan hapis ve para cezalarının ağırlaştırılması,
- 2014 yılında, kaçak ve sahte tütün ve alkol ürünleri ve kaçak akaryakıt yakalamalarına ilişkin bilgi verenlere yönelik ikramiyelerin artırılması.

Bu mevzuat değişiklikleri ile 2014 yılında %20 olan kaçak oranı 2015'te %13,3'e düşmüştür. Yasa dışı ticaretin azaltılması yönündeki kararlılığın denetimlerle güçlendirilmesi önem taşımaktadır.

Yasa dışı sigara ile mücadelenin diğer önemli ayağını ise kaçak ürün kullanımının olumsuz sonuçları hakkında toplumun bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi oluşturmaktadır.<sup>2</sup>

**Tablo 21.** Tütün ve Tütün Ürünlerine ilişkin detay tablosu

	YASADIŞI PAZAR DİNAMİKLERİ
En sık karşılaşılan ürünler	Sigara
Piyasa büyüklüğü	Yasal sektör büyüklüğü 42 milyar TL olarak tahmin edilmektedir.
Ürünün taklit/sahte/kaçak olduğunun anlaşılması	Sıradan tüketicinin paketten anlaması zordur. Sahte ürünün fiyatının düşük olması, sahte ürünün gerçek üründen ayrılmasının en önemli belirtisidir.
Taklit/sahte/kaçak piyasa büyüklüğü	Yakalanan 108 milyon paket (KOM verisi), sektör hesaplamalarına göre kaçak pazarın büyüklüğü 8 milyar TL'dir.
Üretim, dağıtım ve teknoloji	Yurt dışından kaçak olarak ülkeye giriş yapan kaçak sigaralar, ağırlıklı olarak sokak tezgâhları ve ruhsatsız bayilerde satılmaktadır.
Üretim Maliyeti	Hem üretim teknolojisinin maliyeti düşük; hem de üretim tesisi oluşturulduktan sonra birim üretim maliyeti düşüktür (OECD, 2008, s. 393).
Piyasa yapısı	Üretim, dağıtım ve satış süreçleri düşünüldüğünde, taklit ve kaçak faaliyetleri uluslararası büyük organizasyonlar tarafından organize edilmektedir; sadece nihai tüketiciye satış bireysel olarak yapılmaktadır.
Lojistik	Özel nakliye vb koşulları gerektirmez.
Üretim yeri	Bulgaristan, Çin ve Birleşik Arap Emirlikleri (KOM 2014 Raporu)

<sup>215</sup> (KOM, 2015)

Geliş ülkesi	Bulgaristan, Suriye, Irak, İran, Rusya ve Gürcistan (KOM 2014 Raporu)
Fiyat	Tüketiciler için düşük fiyat taklit ürünün satın alınmasının en önemli nedenidir.
Taklit/sahte/kaçak ürünün etkileri	Yüksek oranda zifir, nikotin ve karbon monoksit içermesi, tahta, küf, böcek, böcek larvaları, çok tehlikeli katkı maddeleri gibi içerikler nedeniyle sağlık üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır. Yılda yaklaşık 5 milyar TL vergi kaybına sebebiyet vermektedir.
Ürün kalitesi	Bazı tüketiciler için kalite farkının anlaşılması zor olabilir.
Satış alanları	Sokak tezgâhları ve denetimin az olduğu mahalle aralarında satış belgesi olmayan bakkallar
Mücadele, düzenleme, denetim	Kolluk kuvvetleri ve gümrük muhafaza ekipleri etkin bir şekilde mücadele etmektedir
Yasal düzenlemeler	Somut adımlar atılmıştır.
Uygulama ve denetleme	Son yıllarda önemli ölçüde artmıştır.
Cezalar	Çok yaygın bir biçimde kullanılması ve toplumsal olarak kabul gören bir davranış olması nedeniyle bireysel tüketiciler cezalandırılmamaktadır. Ancak kaçak sigara ticareti yapanlar 3- 6 yıl arasında hapis cezasına çarptırılmaktadır.
Önemli kurum ve kuruluşlar	TAPDK, Maliye Bakanlığı, KOM, Gümrük Muhafaza, TESK, Jandarma Genel Komutanlığı,

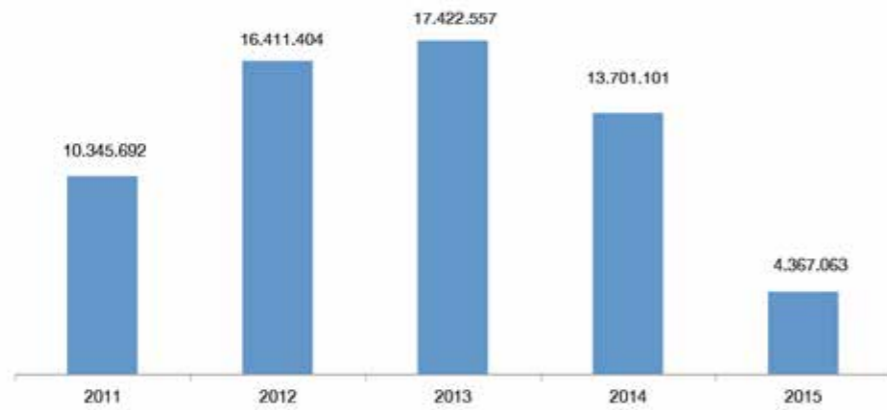
## AKARYAKIT

Hacim olarak en yaygın kaçakçılık türlerinden olan akaryakıt deniz sınırının olduğu bölgelerde genellikle büyük tanker gemileriyle, Güneydoğu sınırlarında kamyonların depolarında ve Doğu sınırlarında ise at veya katırlarla getirilmektedir.

Akaryakıt üzerindeki vergi yükünün çok yüksek olup %60'ı aşabilmesi, bu vergi yükünden kurtulmak amacıyla kaçakçılık yapılmasını cazip kılmaktadır.

Akaryakıt kaçakçılığı ile mücadele çalışmaları 2011 tarihinde yürürlüğe girmiş olan "Akaryakıt Kaçakçılığı İle Mücadele Eylem Planı" ve İçişleri Bakanlığı ile Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) arasında 2005 yılında imzalanan "Petrol Piyasasında Yapılacak Denetimlere İlişkin İşbirliği Protokolü" uyarınca yapılan idari denetimler çerçevesinde sürdürülmektedir. KOM, ekonomik, adli ve idari süreçlerde yaşanan gelişmelere bağlı olarak akaryakıt kaçakçılığında dönemsel değişikliklerin görüldüğünü ve bu durumun akaryakıt kaçakçılığı rakamlarını etkilediğini belirtmektedir.

**Grafik 4. Yıllara Göre Ele Geçirilen Kaçak Akaryakıt**



**Kaynak:** (KOM, 2015)

Son yıllarda başta ulusal marker uygulaması olmak üzere yapılan yasal düzenlemelerle akaryakıt kaçakçılığı ile daha etkin mücadele edilmektedir. Akaryakıt kaçakçılığının Marmara bölgesinde, Doğu ve Güney Doğu bölgelerinde daha yoğun olmakla beraber, ülke geneline yayıldığı görülmektedir.<sup>216</sup> Akaryakıt kaçakçılığı devlet açısından önemli bir gelir kaybına neden olmaktadır çünkü özel tüketim vergileri toplamının %51'lik kısmı akaryakıt ürünlerinden elde edilmektedir.

## PARFÜM, KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Bu alanda birebir taklit ve kaçak ürünün yanı sıra, ucuz look-a-like ürünlerin pahalı bir marka gibi satışı da yaygın görülen hak ihlalleri arasındadır.

Fikri hak ihlalleri ve bu ihlallerin olumsuz etkileri üzerinde çalışan The European Observatory adlı kuruluşun AB'de taklit ve sahte ürünlerin ekonomik etkisinin ölçülmesi için yaptığı çalışmada, kozmetik ve kişisel bakım sektöründe (NACE 20,42) üretici, dağıtıcı ve satıcıların kaybının yılda 5 milyar euroyu bulduğu ve bunun da sektörde 50.000 istihdam kaybına yol açtığı belirtilmiştir.<sup>217</sup> Europol tarafından yapılan bir çalışmada da bazı ülkelerin bazı taklit ürünlerde uzmanlaştığına dikkati çekmektedir. Buna göre parfüm ve kozmetikte Türkiye önemli üreticilerden biridir.<sup>218</sup>

### Sektörün boyutu:

Meclis'te 2014'te verilen bir soru önergesine dönemin Sağlık Bakanı Mehmet Müezzinoğlu'nun verdiği yanıtı göre aynı yılın ilk altı aylık döneminde denetlenen 6.070 adet kozmetik ürünün, 5.375 adedi sahte/ kaçak üründür. Bu ürünlerden 5.088 adedi sahte/kaçak parfüm iken, 253 adedi sahte/kaçak tüy dökücü krem/sprey, 8 adedi sahte şampuanıdır.<sup>219</sup>

Ankara Ticaret Odası tarafından hazırlanan bir rapora göre, kadınların en çok kullandığı ürünler olan kozmetikler ve temizlik malzemeleri en çok sahtesi üretilen ürünler arasındadır. Sahte parfüm, sahte şampuan, sahte çamaşır deterjanı, sahte çamaşır suyu, sahte bulaşık deterjanı, sahte diş macunu, sahte ped, sahte çocuk bezi gibi ürünler cazip fiyatları sayesinde kolayca alıcı bulmaktadır.

Üretimi yüksek teknoloji gerektirmeyen, basit biçimde üretilen ürünler daha çok taklit edilmektedir. Örneğin, bulaşık deterjanında otomatik bulaşık makinesi için olanlar, elde yıkananlara kıyasla daha az taklit edilmektedir.

### Sektörün özellikleri ve piyasa yapısı:

Görüşülen bir sektör uzmanına göre en çok taklit ürün belirlenen yerler Adana / Mersin, İstanbul ve Gaziantep'tir ve bu durum zaman içinde değişiklik göstermemektedir. Yapılan baskın ve yakalamalardan, sahte ürünleri üretenlerin aslında hep aynı üreticiler olduğu, yakalanmaları ve ceza almalarına rağmen, aynı suçu işlemeye devam ettikleri görülmektedir.

Sektörde karşılaşılan taklit ürünlerin bir kısmı ülkeye kaçak yollarla sokulan orijinal ürünlerdir ancak bir kısmı da yurtiçinde üretilmektedir.

Bir görüşmede anlatılan bir örnek vaka, piyasa dinamiklerini ve mücadelenin zorluklarını ortaya koymaktadır: ayda bir yakalanan bir üretici, kimyager olmamakla birlikte çamaşır suyu üretmektedir. Yakalandığı her seferinde makineye el konulmasına rağmen, her seferinde yeni bir makine yaptıran bu üretici, "Ben bunu yapmak zorundayım; 1 liraya mal ediyorum; kendi markamı koyunca 1,5 liraya satabiliyorum ama sahtesini 6 liraya satıyorum" demiştir. Temizlik ve kozmetik ürünlerinde fiyat ve gelir etkisinin önemli olduğuna, insanların sahte gıda tüketmek istemedikleri ama sahte deterjan kullanmakta pek sakınca görmediklerine dikkat çekilmiştir. Ancak ürünün taklit olması durumunda, tüketiciler mevzuatın sağladığı korumanın dışına çıkmış olmaktadır.

<sup>216</sup> (KİHBİ, 2015)

<sup>217</sup> (Wajzman & Arias, The economic cost of IPR infringement in the cosmetics and personal care sector: report of a pilot study, 2015)

<sup>218</sup> (Europol, 2015)

<sup>219</sup> (Cumhuriyet, 2015).

Vatandaşın genel eğiliminin sahte ürünü şikâyet etmemek olduğu, böyle olunca markaların taklit ürünleri araştırma ve tespit etme imkanının olmadığı belirtilmiştir. Markanın bilinirliği arttıkça, ürünün sahtesinin karlılığı da çok artmaktadır. Taklit ürünler, pazarlarda ve bakkallarda satılabilmektedir. Taklit ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasında satış zincirindeki perakendeciler de sürece ortak olmaktadır. Toptan ve perakende deterjan satışında sahte ürünlerin orijinallerle bir arada satışa sunulduğu da görülebilmektedir.

Çöpe atılan şampuan ve temizlik malzemesi şişelerinin çöpten toplanıp sahte maddelerle doldurularak anlaşmalı market ve bakkallara satıldığı da bilinmektedir.<sup>220</sup> Ürünü sahte olduğunun farkında olmadan satın alan tüketiciler bu ürünleri ucuza satın aldıkları için sevinmektedirler.

### Etkileri:

Taklit ve sahte ürünlerin sadece görüntü açısından orijinal ürüne benzediği, ürünle ilgili mevzuata uymadıkları ifade edilmektedir. Bu ürünler çoğu kez düşük performanslı olmakta, tüketici aldığı üründen memnuniyet duymamaktadır. Cilde direkt veya indirekt olarak temas eden ürünlerde sağlık sorunları oluşmaktadır. Cilde temas eden ve etmeyen ürünlerin üretimi sırasında kullanılan kimyasallar ve atıklar çevreye de zarar vermektedir. Ancak taklit ürünlerin halk ve çevre sağlığı üzerinde yarattığı etki konusunda somut bir bilgi mevcut değildir.

Orijinal ürün üreticileri açısından düşük fiyatlı sahte ürün satışı orijinal markanın satışlarını azaltmakta ve haksız rekabete yol açmaktadır. Marka sahiplerinin sahte ürünlerle mücadele etmek için girdikleri mahkeme süreçleri, adli emanet gibi prosedürler, bu şirketler için ilave maliyet yaratmaktadır. Ayrıca, tüketicinin taklit ürün satın aldığını bilmemesi durumunda, taklit ürünün düşük performansı müşteri şikâyetlerine yol açmakta ve marka itibarını zedelemektedir. Bu durumda şirketler marka imajı için yapmış oldukları yatırımın karşılığını alamamaktadırlar. Bu da genel olarak Türkiye'deki markalaşma sürecine sekte vurmaktadır.

Kayıt dışı üretilen taklit ürünler, vergi gelirlerinde de azalmaya yol açmaktadır. Bu zincirde üretici, ürünü ülkeye sokan ve satın alan tüketici devletin uğradığı bu vergi kaybını aralarında paylaşmaktadırlar. Taklit üretimin yaygınlığı, fikri hak korumasının önemli olduğu sektörlere yabancı sermaye yatırımlarını azaltmaktadır. Bu tür ürünlerin yaygınlığı giderek toplumsal değerleri erozyona uğratmakta, toplum açısından arızalı bir şeyle birlikte yaşamayı kabullenmek kanıksanır hale gelmektedir.

### Mücadele ve önlemler:

Taklit ürünlerle mücadele etmekte firmaların üstlendiği maliyet ile bu ürünlerin firmaya verdiği zarar karşılaştırıldığında, -marka değeri üzerindeki olumsuz etki dışarıda bırakılırsa-mücadele etmenin, satışların azalmasının yarattığı etkiye oranla daha maliyetli olduğu anlaşılmaktadır.

Sektöre giriş bariyerlerinin ve vergilerin yüksek olması, buna karşılık kontrollerin yeteri kadar yapılmaması kayıt dışını cazip kılmaktadır. Kayıt dışı ile daha etkin mücadele edilmesi, vergilerin düşürülüp denetimlerin güçlendirilmesi, nakit kullanımının azaltılması ve teknolojinin getirdiği elektronik imkanlardan yararlanılması, kaçak ve sahteyi azaltır. Mevcut üretim sistemi içinde yer alan taklit ürünlerin üreticilerinin istihdam sağlıyor olması nedeniyle, siyaseten üstlerine gidilmediği ifade edilmiştir. Kaçakçılık Yasası Meclis'te görüşülürken, sınır illerinin bütün milletvekillerinin komisyonunda yasanın çıkmasını engelledikleri anlatılmıştır.

Diğer sektörlerde olduğu gibi bu sektörde de kamuoyunun eğitilmesi ve bilinçlendirmenin önemine dikkat çekilmektedir. Taklit ürünlere karşı mücadelenin kültürel boyutunun da dikkate alınması gerektiği vurgusu yapılmıştır. Kültürel boyutta, ürün taklit etmek veya devlete gitmesi gereken vergiyi vermemek sıkıntılı görülüyorsa, toplumda genel bir kabullenme olmaktadır. Bu nedenle Diyanet ve diğer kurumların bu konuda toplumsal farkındalık yaratmak için mücadele etmesi önerilmiştir. Ürün taklit etmenin ve kayıt dışı faaliyet içinde olmanın bir hırsızlık olduğunun kültürümüzde kabullenilmesi için hadislerden alıntılarla bu tür gelirlerin haram kazanç olduğunun topluma anlatılması gerektiği ifade edilmiştir.

<sup>220</sup> (Radikal, 2010)

**Tablo 22.** Tütün ve Tütün Ürünlerine ilişkin detay tablosu

	Parfüm, kozmetik, kişisel bakım ve temizlik ürünleri
Piyasa özellikleri	
En sık karşılaşılan ürünler	Sahte parfüm, sahte şampuan, sahte çamaşır deterjanı, sahte çamaşır suyu, sahte bulaşık deterjanı, sahte diş macunu, sahte ped ve sahte çocuk bezidir.
Piyasa büyüklüğü	
Ürünün taklit/sahte/kaçak olduğunun anlaşılması	Tüketiciler ürünün sahte olduğunun farkında değil ve ucuza satın aldığı için seviniyor.
Karlılık	
Taklit/sahte/kaçak piyasa büyüklüğü	
Orijinal markanın gücü	
Üretim, dağıtım ve teknoloji	
Üretim teknolojisi ve maliyetler	
Piyasa yapısı	
Lojistik	Taklit ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasında satış zincirindeki perakendeciler de sürece ortak olmaktadır.
Üretim yeri	
Geliş ülkesi	
Tüketim, satış alanları	
Fiyat	Temizlik ve kozmetik ürünleri orijinal ürüne göre daha ucuzdur. Bu ürünlerde fiyat ve gelir etkisi önemlidir.
Taklit/sahte/kaçak ürünün etkileri	Haksız rekabet ve insan sağlığı üzerinde etkileri ancak uzun vadede ortaya çıkabilecek riskler mevcuttur. Çevre kirliliği, yabancı sermaye yatırımlarında düşüş ve vergi geliri kaybına neden olur.
Ürün kalitesi	Taklit ürünler düşük kaliteli ve düşük performanslıdır ve bu durum tüketici şikâyetlerine yol açmaktadır.
Statü göstergesi	
Satış alanları	
Mücadele, düzenleme, denetim	
Yasal düzenlemeler	
Yakalanma ihtimali	Sahte ürünleri üretenler aslında hep aynı üreticilerdir; yakalanmaları ve ceza almalarına rağmen, aynı suçtu işlemeye devam etmektedirler.
Uygulama ve denetleme	
Cezalar	Yargılama süreçleri uzun ve maliyetli, depo ve imha süreçleri sıkıntılıdır. Cezalar caydırıcı değildir.
İlave önlem ve öneriler	Kamuoyunun eğitilmesi ve bilinçlendirme önemlidir.
Önemli kurum ve kuruluşlar	Diyanet İşleri.

## TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK'LA MÜCADELE

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerle mücadele, ülkelerin gelişmişlik seviyesi ile ilişkilidir ve bu ürünlerle mücadele dünyada birçok ülkenin gündemindedir. Bu mücadele için hükümetler ve sektör temsilcileri, gerek tek tek, gerek bir arada, hem ulusal düzeyde, hem de uluslararası işbirlikleri içinde çeşitli girişimlerde bulunmaktadır.<sup>221</sup>

Ancak bu önlemler pek etkili olamamakta ve taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin boyutu ve kapsamı sürekli olarak genişlemeye devam etmektedir. Bu genişlemenin arka planında, taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasını etkileyen yükselen piyasa ekonomilerinde yeni ortaya çıkan orta sınıflar, teknoloji, internet ve iletişim teknolojileri, serbest dış ticaret, küreselleşme ve ülkeler arası finansal entegrasyon gibi faktörler yatmaktadır. Bu faktörlerin son çeyrek yüzyıldaki eğilimlerini koruyacakları dikkate alındığında, piyasanın büyümeye devam edeceğini de söylemek mümkündür. Taklit, sahte ve kaçak ürünler için arz ve talep faktörlerinin ve kurumsal çerçevenin uygun olması ve faaliyetlerin yasal ve idari çerçevedeki değişikliklere çok hızlı adapte olabilmesi, mücadeleyi zorlaştıran en büyük faktördür. Ayrıca taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerin boyutu hakkında yapılan tahminlerin güvenilir olmamasının alınan önlemlerin etkisinin ölçülmesini zorlaştırdığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durum karşısında etkili bir mücadele için tüketici ve kamuoyunun bilinçlendirilmesi gerekir.

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin özelliklerinin ülkeden ülkeye ve üründen ürüne değiştiği dikkate alınır, her durumda uygulanabilecek tek bir reçete olamayacağı görülür. Mücadele için en uygun çerçeve, Taklit, sahte ve kaçak ürün piyasası bölümünde ele alındığı gibi, arz ve talebi belirleyen koşullar ve ülkenin kurumsal özellikleri dikkate alınarak belirlenmelidir. Ancak, ülke ve sektörden bağımsız olarak mücadelenin verimini artırmak için bazı noktaları vurgulamak mümkündür:

### 1. Veri kalitesinin artırılması

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin insanlara, ekonomiye ve topluma olan etkilerinin anlaşılabilmesi için her şeyden önce veri kalitesinin iyileştirilmesi gerekecektir. Bunun için gümrüklerden, emniyet ve jandarma teşkilatından, mahkemelerden, Interpol'den gelen verilerin tek bir merkezde toplanması, standartlaştırılması ve ortak kullanıma açılması gerekir. Ayrıca taklit, sahte ve kaçak ürünlerin yol açtığı sağlık ve güvenlik sorunlarının ölçümlenebilmesini ve derlenmesini sağlayacak bir metodoloji de geliştirilmelidir. Bu konuda çabaların sürdüğü görülmektedir.

Sektör temsilcileri ile yapılan görüşmelerde, sigara dışında veri derleme konusunda sektörün ve firmaların özel bir çaba içinde olmadıkları dikkati çekmiştir.

Yapılan görüşmelerde, sektörlerin konuyu inceleyen kapsamlı çalışmalar yapmadıkları da görülmüştür.

### 2. Etkin koordinasyon

Birçok ülkede taklit, sahte ve kaçak ile mücadele konusunda sorumluluk alan ve rol oynayan birden çok kamu kurumunun mevcudiyeti dikkati çekmektedir. Bu kurumlar arasında koordinasyonun sağlanamaması mücadeleyi zorlaştırmaktadır. Son yıllarda birçok ülkenin kurumlar arası koordinasyon için çalışma grubu, kurul vb tür yeni bir yapılmaya gittiği ya da mevcut kurumlardan birisini koordinatör kurum olarak yetkilendirmiş olduğu görülmektedir.<sup>222</sup>

### 3. Hükümetler arası işbirlikleri

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin üretimi, lojistiği ve satışı genellikle birçok ülkeyi içeren karmaşık bir süreçtir. Çoğu kez bu büyük ve karmaşık yapıların başka suçlar için kurulmuş yapılanmalarla da ilişki içinde olduğu görülmektedir. Bu nedenle taklit, sahte ve kaçak piyasasıyla mücadelede tek bir ülkenin kendi başına başarabilecekleri sınırlı olacaktır. Etkin bir mücadele için ülkeler arası işbirliği ve koordinasyon imkanları geliştirilmelidir. Fikri mülkiyet hakları uygulamasının iyileştirilmesi için Dünya Ticaret Örgütü, (WTO), G8 ülkeleri, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (World Intellectual Property Organization, WIPO), Interpol ve Dünya Gümrük Örgütü (World Customs Organization, WCO), Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization, WHO) Küresel Kongre (Global Congress) nezdinde bu alana özel geliştirilmiş olan yapılanmalar mevcuttur. Bunlar arasında devletlerin uyması gereken en temel fikri mülkiyet hakları çerçevesi Dünya Ticaret Örgütü çatısı altındaki Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Anlaşması (TRIPS) ile çizilmiştir.<sup>223</sup>

<sup>221</sup> (OECD, 2008, s. 184-214)bu girişimler özetlenmiş ve ayrıca 15 ülkedeki uygulamalar daha detaylı olarak (OECD, 2008, s. 216-253) anlatılmıştır. Ayrıca (Zimmerman & Chaudhry, 2009) de hükümet, iş dünyası temsil örgütleri, uluslararası işbirlikleri ve şirketler tarafından yürütülen mücadelelerden örnekler vermektedir.

<sup>222</sup> (OECD, 2008, s. 188).

<sup>223</sup> (OECD, 2008, s. 186-187)

## 4. Bilgilendirme ve bilinçlendirme

Taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasını talep ve arzı şekillendiren demografi, orta sınıflaşma, tüketim toplumu, teknolojik ilerleme gibi faktörleri durdurarak kontrol etmek söz konusu olamayacağı için, mücadelede ağırlık, kurumsal özelliklere verilmelidir. Bu doğrultuda ilk etapta yasal mevzuatın, denetimlerin ve yaptırımların mutlaka caydırıcı hale getirilmesi gerekir. Bu sayede taklit, sahte ve kaçak ürünlerin arz tarafında karlılığını, talep tarafında ise tüketicinin refahını azaltmak mümkün olacaktır. Ancak, taklit, sahte ve kaçak piyasası aktörlerinin değişen koşullara hızla uyum becerisi sayesinde karlılığın tamamen sıfırlanması mümkün olmayacak, tüketiciler için de refah etkisi tamamen ortadan kalkmayacaktır. Bu nedenle, taklit, sahte ve kaçak piyasasının mevcudiyetinin uzun vadede yol açabileceği sorunlar konusunda tüketicinin bilgilendirilmesini hedefleyen, doğru kanallardan etkili biçimde düzenlenmiş kamuoyu oluşturma kampanyaları, taklit, sahte ve kaçak ile mücadelenin en önemli ve öncelikli unsurlarıdır.<sup>224</sup>

Aşağıda önce dünyada taklit, sahte ve kaçak ile mücadelede bazı önemli girişimler özetlenmiş, ardından Türkiye'deki mücadele için bazı öneriler geliştirilmiştir.

## DÜNYADAN UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Taklit ve kaçak ürünlerin yaygınlaşması ve boyutunun artması, bu piyasanın organize suç örgütleriyle ilişkisi, taklit ve kaçak ürünlerle mücadeleyi birçok ülkede gündemin üst sıralarına taşımıştır.

Ülke uygulamalarına bakıldığında, taklit, sahte ve kaçakla mücadelede, her şeyden önce somut hedefleri iyi belirlenmiş net bir politikanın olması gerektiği görülür. Kamuoyunda farkındalığın yükseltilmesi, ya bir kurumun yetkilendirilmesi ya da kurumlar arası ortak bir çalışma sistematığı geliştirilerek kurumlar arası koordinasyonun etkinleştirilmesi, başarıyı artıran faktörlerdir. Ayrıca, polis, gümrük görevlisi, hakim ve savcı gibi görevlilerin eğitimi ve görevini başarıyla yapan personelin ödüllendirilmesi kamunun taklit ve sahtecilik mücadelesini güçlendiren diğer uygulamalardır. Mücadelede başarıyı artıran faktörler arasında ilgili personelin eğitimi, kamuoyu araştırmaları, farkındalık yaratma gibi birçok alanda kamunun özel sektör ile işbirliğini geliştirmesi de yer almaktadır.

Özellikle AB ve ABD'de hükümetlerin mücadele doğrultusunda son yıllarda bir dizi önlem aldığı görülmektedir. OECD tarafından incelenen 15 ülkede taklit ve sahtecilikle mücadele için yeterli mekanizmalar olduğu görülmüştür. Bu ülkelerde genel eğilim olarak fikri hak davalarında cezaların ağırlaştırıldığı ve mahkeme sürecinin kısaldığı belirlenmiştir. Buna rağmen, taklit ve sahte ürünlerle mücadelede uygulamada zayıflıklar olduğu ve cezaların yetersiz olduğu eleştirileri yapılmıştır. Birçok ülke uygulamanın iyileştirilmesini temel öncelik yapmış ve bu alana önemli ölçüde kaynak aktarmıştır.

### ABD

ABD'de 1999'da kurulan Ulusal Fikri Mülkiyet Kanunu Uygulama Koordinasyon Konseyi (The National Intellectual Property Law Enforcement Coordination Council, NIPLECC) fikri mülkiyet uygulamalarında sorumluluk taşıyan federal birimleri bir konsey çatısı altında bir araya getirdi.

Taklit ve sahte ürünlerle mücadele eden Department of Homeland Security (İç Güvenlik Bakanlığı) , US Trade Representative (USTR, Dış Ticaret Temsilciliği) ve Department of Commerce (Ticaret bakanlığı), farklı ülkelerdeki kamu kuruluşlarının ve şirketlerin faaliyetlerini koordine etmek amacıyla 2004 yılında STOP (Strategy Targeting Organized Piracy, Organize Taklit Mücadele Stratejisi) adlı bir girişim başlattı. Bu girişimin başkanlığı 2005'te kurulan Koordinatörlüğe (The Office of the US Coordinator for International Intellectual Property Enforcement) verildi.

### Avrupa Birliği

Avrupa Birliğinde taklit ve sahte ile mücadele fikri hakların korunması kapsamında ele alınmaktadır. Bu konudaki AB mevzuatı tüm ülkelerde uygulanmaktadır.

<sup>224</sup> Kamuoyu kampanyaları hakkında detaylı bilgi ve çeşitli örnekler (Zimmerman & Chaudhry, 2009) çalışmasında bulunabilir



2000 yılında çıkartılan bir direktif ile Tek Pazar'da Taklit ve Sahte ile Mücadele Aksiyon Planı (8 Action Plan on Combating Counterfeiting and Piracy in the Single Market) uygulamaya konulmuş ve Europol'un bu alandaki yetkileri güçlendirilmiştir. Birlik dışındaki ülkeler konusunda ise 2005 yılında çıkartılan Uygulama Stratejisi (Enforcement Strategy) ile mücadele öncelikli hedeflenmesi gereken ülkelerin belirlenmesi, üçüncü ülkelerin taklit ve sahte ile mücadelesine yardımcı olabilmek için bu ülkelere teknik destek verilmesi ve işbirliği imkanlarının artırılması, ceza mekanizmalarının güçlendirilmesi ve fikri haklar koruması konusunda kamuoyu oluşturmada uluslararası işbirliklerinde daha sistemik bir çaba içinde olunması hedeflenmiştir.<sup>225</sup>

Europol Ağır Organize Suç Tehdidi Değerlendirmesi (Europol' s Serious Organised Crime Threat Assessment, SOCTA) sağlık, güvenlik ve gıda düzenlemelerini ihlal eden, standartlara uymayan taklit ürünleri 2014-2017 döneminde Avrupa'da yeni öncelik alanı olarak belirlemiştir.<sup>226</sup>

Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Almanya, Estonya, İrlanda, Yunanistan, Litvanya, Hollanda, Portekiz, Slovenya ve İsveç gibi bazı AB ülkelerinde marka hakkının ihlalinin ispat yükümlülüğü hak sahibinin üzerindedir. Marka hakkının bilerek ihlal edilmesini ispatlamak her zaman kolay olmadığı ve masraflı olabildiği için, ispat yükümlülüğü hak sahiplerini mahkeme sürecinden uzaklaştırabilmektedir.<sup>227</sup> Özellikle mahkeme sürecinin uzun sürdüğü durumlarda, bu süreçte hak sahibinin yüklenmek zorunda olduğu depolama ve imha maliyeti, hak sahibi açısından caydırıcı olabilmektedir. Haşere gibi öldürücüler durumunda, taklit ürünün imhası, üretiminden daha maliyetli olabilmektedir. Bu da gümrüklerde ele geçen ürünlerin yeniden pazara girmesiyle sonuçlanabilmektedir.<sup>228</sup>

2009'da AB İç Pazar Genel Müdürlüğü içerisinde fikri mülkiyet haklarının korunması ve hak ihlalleriyle mücadele amacıyla Avrupa Taklit ve Sahte Gözlemevi (European Observatory on Counterfeiting and Piracy ) kurulmuştur.AB Konseyinin 2009 yılında kabul ettiği ve yasalarda, operasyonel performansta, sektörlerle işbirliğinde, uluslararası işbirliği ve iletişim alanlarında bir dizi alanı kapsayan Gümrük Eylem Planı taklit ürünlerle mücadelede olumlu sonuç vermiştir.<sup>229</sup>

### Uluslararası işbirlikleri

Tek tek ülkelerin aldığı önlemlerin yanı sıra uluslararası işbirlikleri de güçlenmektedir. OECD, Interpol, TRIPS, WIPO ve WHO çerçevesinde uluslararası düzeyde de işbirliği yapılmaktadır. Taklit ve sahteciliğin sık görüldüğü sektörlerde International Anti-Counterfeiting Coalition (IACC), Business Software Alliance (BSA), Motional Picture Association (MPA), Recording Industry Association of America (RIAA) ve International Federation of Phonographic Industry (IFPI) gibi sektör temsilcileri de bir dizi girişim başlatmıştır. Ancak tüm bu önlemlere rağmen, taklit ve sahte ürün piyasası her sene iki haneli rakamlarla büyümeye devam etmektedir.<sup>230</sup> Taklit ve sahtecilikle mücadelede yasal önlemlerin ve uluslararası anlaşma ve işbirliklerinin önemli ölçüde iyileşmiş ve firmaların izleyebilecekleri stratejilerin çeşitlenmiş olmasına rağmen, bu alandaki sıkıntıların devam etmesinde teknolojideki gelişmelerin sahte ürün üretimini kolaylaştırmış olmasının etkisi bulunmaktadır.<sup>231</sup> Ayrıca bazı hak sahiplerinin firma imajı üzerindeki olumsuz etkileri dikkate alarak hak arama sürecini işletmekten imtina edebildikleri de görülmektedir.<sup>232</sup>

### Şirketler

Mücadelenin kazanımlarının düşük olması, şirketleri kendi önlemlerini almaya yöneltmektedir. Devletlerin yanı sıra taklit, sahte ve kaçakla mücadelede özel sektör de veri toplama, kamuoyu araştırması yapma, yeni ambalaj, etiket vb ile sahteciliği zorlaştıracak uygulamalar geliştirme, kamuoyunda farkındalık yaratma, hak ihlallerinin dava konusu edilmesi gibi çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Şirketler, orijinal ürünü sahtesinden ayırmak için özel ambalajlar, özel etiketler kullanmak ya da şişeleri tekrar doldurulması mümkün olmayacak biçimde üretmek için pek çok yöntemle, ürünlerinin taklit edilmesinin önüne geçmeye çalışmaktadır.<sup>233</sup>

Zimmerman ve Chaudhry'nin ABD'de firma yöneticileri ile görüşerek yaptıkları analiz, fikri mülkiyet hakkı korumasının zayıf olduğu ülkelerde, şirket yöneticilerinin taklit ve sahte ile mücadele konusunda daha aktif olduklarını ortaya

<sup>[1]</sup> 225 (OECD, 2008, s. 226-9)

<sup>[2]</sup> 226 (Europol, 2015)

<sup>[3]</sup> 227 (Europol, 2015, s. 39)

<sup>[4]</sup> 228 (Europol, 2015, s.40)

<sup>[5]</sup> 229 (GABOR, 2012, s. 198)

<sup>[6]</sup> 230 (Zimmerman & Chaudhry, 2009).

<sup>[7]</sup> 231 (Chaudhry & Walsh, Fall 1996)

<sup>[8]</sup> 232 (Europol, 2015, s. 41)

<sup>[9]</sup> 233 Şirketlerin aldıkları önlemlere ilişkin bir özet için (Zimmerman & Chaudhry, 2009) bakılabilir.

koymuştur.<sup>234</sup> Bu ilk etapta beklentilere aykırı gibi görünmekle beraber, hukuki yolla bir sonuç elde edilme ihtimalini düşük gören yöneticilerin bu tür süreçlerden uzak durmaları aslında anlaşılabilir bir tavidir.

Özel sektör kuruluşları, küresel ölçekte bilgi, veri, deneyim paylaşmak, araştırma yapmak ve kamuoyu oluşturmak üzere uluslararası işbirliğini geliştirmişlerdir. Bu amaçla kurulmuş olan en önemli yapı Uluslararası Ticaret Örgütü çatısı altındaki Sahtecilik ve Sahtecilikle Mücadele İçin İş Dünyası Hareketi'dir (Business Action To Stop Counterfeiting And Piracy-BASCAP).

## TÜRKİYE İÇİN ÖNERİLER

Bu sorunun sadece Türkiye'ye özgü olmadığı, gelişmiş ülkeler dahil olmak üzere pek çok ülkede yaşandığı dikkate alınarak, diğer ülke uygulamalarından da yararlanılmalıdır. Hiçbir ülkenin kendiliğinden bu önlemleri almadığı, ekonomik ve sosyal gelişmenin bu önlemleri almayı zorladığı unutulmamalıdır. En önemlisi, iyi kanunların çıkartılması, bu kanunların herkese eşit olarak uygulanması ve suçluların eşit şekilde cezalandırılmasıdır. Bu çerçeve, toplumdaki davranışların da zaman içinde değişmesini sağlayacaktır.

Ayrıca taklit, sahte ve kaçak ürünlerle ilgili faaliyetlerin genellikle uluslararası bir boyut taşıması nedeniyle uluslararası işbirliklerine gidilmesi de yararlı olacaktır.

Aşağıda yer verilen öneriler, Türkiye'de taklit, sahte ve kaçak piyasasının kavramsal çerçevesi başlıklı bölümde analiz edilmiş olan görüşmelerden, ICC Türkiye'nin, YASED'in, Avrupa Spor Eşyaları Sanayi Federasyonu'nun (Federation of the European Sporting goods Industry, FESI), Kaçakçılık İstihbarat, Harekât ve Bilgi Toplama Dairesi Başkanlığının önerilerinden yola çıkarak hazırlanmıştır.

### Mevzuatın iyileştirilmesi için öneriler

• Taklit ve kaçak ürünlerin fiyat avantajını azaltmak üzere, bu ürünlerden alınan vergilerin, kamu maliyesinin imkanları doğrultusunda gözden geçirilmesi,
• Re'sen alınan kararların sayısını artırmak ve kararları basitleştirmek,
• İnternet ihlalleriyle mücadelede başvurulan eylemleri iyileştirmek,
• WIPO (Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü) Anlaşmalarını tam olarak uygulamak,
• Mahkeme usullerinin iyileştirilmesi ve hızlandırılması,
• KHK'ların kanunlaşması ve suçların TCK kapsamına alınması başta olmak üzere fikri mülkiyete ilişkin ceza yasası ve usullerinde yer alan zayıflıkların giderilmesi,
• Sınırdaki uygulamaların iyileştirilmesi ,
• İmha süreçlerinin kolaylaştırılması ve iyileştirilmesi,<sup>235</sup>
• Mahkeme süresince taklit, sahte ve kaçak malları depolama usullerinin iyileştirilmesi,
• Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin bulundurulması ve depolanmasının da suç kapsamına alınması,
• Cezaların artırılması ve malların müsaderesi ve işyerinin kapatılması gibi yaptırımlarla cezaların caydırıcılığının sağlanması,
• Arama kararlarının fikri haklar mahkemelerinde alınabilmesi,
• Fikri hak mahkemelerinin sayısının artırılması,
• Suç kapsamının üretim ve satışın yanı sıra depolama, nakliye gibi alanları da kapsayacak biçimde genişletilmesi.

### Uygulamanın güçlendirilmesi için öneriler

• Taklitçilik ve sahteciliğe karşı kolluk kuvvetleri arasındaki işbirliğinin iyileştirilmesi
• Hukuku uygulayan kurumların ortak bir veri tabanını paylaşması,
• Türk mercileri, hak sahiplerinin birlikleri ve diğer paydaşlar arasında etkili diyalog ve işbirliği kurulması,
• Fikri mülkiyetle ilgili idari ve teknik kapasite oluşturma faaliyetlerinin yaygınlaştırılması,
• Jandarma, gümrükler ve emniyet görevlilerinin ulaşabilecekleri ortak bir veri tabanı yaratılması,
• Sahtecilikle mücadelede, Fikri ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) kapsamında ortaya konulan adli tedbirlerin yanında idari yönde de tedbirler alınması ve idarenin para cezası, denetim gibi enstrümanlarını etkin olarak kullanabiliyor olması,

<sup>[10]</sup> 234 (Zimmerman & Chaudhry, 2009, s. 58)

<sup>[11]</sup> 235 Bu konuda YASED tarafından gündeme getirilmiş detaylı önerilere bakılabilir.

- İlgili kurumlardaki ödenek, araç, donanım ve personel imkanlarının geliştirilmesi,
- Kaçağa konu eşyanın tasfiye işlemleri süresinde muhafaza edileceği depo imkanlarının geliştirilmesi.

### Kamuoyunda farkındalığın artırılması için öneriler

- Taklit, sahte ve kaçak ve bunların getirdiği ekonomik ve sosyal zarar konusunda kamuoyunda, bürokraside ve siyasi çevrelerde farkındalık artırılmalı,
- Tüketiciler için kamu ve şirketler bilgilendirme kampanyaları düzenlemeli,
- Taklit, sahte ve kaçak piyasasının yol açtığı olumsuzluklarla ilgili hakimler ve emniyet, jandarma ve gümrük görevlilerine özel eğitimler verilmeli,
- Bilhassa sınır bölgelerinde kaçakçılıkla mücadeleyle ilgili birimlerin uyum içinde çalıştıklarının, kaçakçılar tarafından bilinmesi,
- Şirketlerin kendi markaları ile ilgili farkındalığı arttırmaya yönelik çalışmaların yapılması.

### EK: TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK ARAŞTIRMASI GÖRÜŞME SORULARI:

1. Sektörünüzde **hangi ürünlerde** kaçak/sahte ürün (marka, tescil, patent ve tasarım hak ihlalleri) kullanımı sık görülür?
2. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürünler yurtiçinde mi üretilir? Yurt dışından mı ithal edilir?
3. Sektörünüzde yurt dışından ithal edilen kaçak/sahte ürünler ağırlıklı olarak **hangi ülkelerden gelir?**
4. Sektörünüzde ihraç edilen kaçak/sahte ürünler ağırlıklı olarak **hangi ülkelere gider?**
5. Sektörünüzde kaçak/sahte ürün kullanımında **son 5 yılda** bir değişiklik görüldü mü?
6. Sektörünüzde kaçak/sahte ürün kullanımında değişiklik görüldüyse bunun **nedenleri** nedir?
7. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün kullanımının **firmalar** için yol açtığı sorunlar nelerdir: (genel olarak iş stratejisi, yatırımlar, FDI, inovasyon, pazarlama stratejisi [dış satım, iç piyasada satım], maliyetler, fiyatlama davranışı, çalışanlar)
8. Sektörünüzde kaçak/sahte ürünlerin **tüketiciler** için yol açtığı sorunlar neler?(sağlık, güvenlik)
9. Sektörünüzde tüketiciler kaçak/sahte ürünleri **bilerek mi** alırlar? Bilmeden mi alırlar?
10. Sektörünüzde tüketiciler kaçak/sahte ürünleri bilerek alırlarsa, bu ürün yerine **fiyatı** daha yüksek olan orijinal ürünü alırlar mı?
11. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürünlerin **ülke ekonomisi** açısından yol açtığı sorunlar nelerdir: (halk sağlığı ve çevre, vergi kaybı, ihracat kaybı, ülke değeri)
12. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürünlerin ülkedeki **iş ve yatırım ortamı** açısından yol açtığı sorunlar nelerdir: (FDI, inovasyon, teknoloji, Ar-Ge)
13. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürünlerin **toplumsal hayat** açısından yol açtığı sorunlar nelerdir: (yolsuzluk, rüşvet, adalet sistemi)
14. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürünlerin **üretimi nasıl organize** edilir? Üretimde kilit rol oynayan bir süreç var mıdır? Temel girdiler nereden nasıl temin edilir? Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün satışında kilit rol oynayan bir süreç var mıdır ve nasıl finanse edilir?
15. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün **pazarlanması** nasıl organize edilir? Pazarlama ve satışta kilit rol oynayan bir süreç var mıdır?
16. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün kullanımının azaltılması için firma veya sektör olarak **önlem** alınıyor mu? Ne gibi? Bu önlemler ne kadar etkili oldu? Önlemlerin maliyeti ne kadardı?
17. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün kullanımının azaltılması için, hakların savunulmasında **zorluklarla** karşılaşmakta mıdır? Hakların savunulması için **yasal maliyetler** yüksek midir?
18. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün kullanımının azaltılması için **kamu** olarak ne gibi önlemler alındı? Bu önlemler ne kadar etkili oldu? Önlemlerin maliyeti ne kadardı?
19. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün kullanımının azaltılması için **önerileriniz** nelerdir?
20. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün kullanımının azaltılması için uygulanacak bir programda kaçak/sahte ürün üreticilerinin/satıcılarının kayıtlı bir işe yönetilebilmesi için öneriniz var mıdır?
21. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürünler konusunda **iş dünyasında farkındalık** nasıldır?
22. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürünler konusunda **kamuda farkındalık** nasıldır?
23. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte/sahte ürünler konusunda **siyaset dünyasında farkındalık** nasıldır?

24. Sektörünüzde görülen kaçak/sahte ürün kullanımının azaltılması programında **kilit önemde gördüğünüz STK ve kamu kuruluşu** var mıdır?

25. Sektörünüzde kaçak/sahte ürün kullanımının boyutu ve yol açtığı sorunlar konusunda yurtdışında ya da yurtdışında yapılmış **çalışmalar** var mıdır?

26. Bu konuda eklemek istediğiniz **ilave bir nokta** var mıdır?

## EK: TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK EKONOMİSİ ÇALIŞMALARINDA METODOLOJİ SORUNLARI

Taklit, sahte ve kaçak ürün konusunun önemini ortaya koymak ve bu konuda hükümetlerin harekete geçmesini temin etmek için, taklit, sahte ve kaçak ürün piyasasının ve bu faaliyetlerin ekonomi ve ekonomi dışı etkilerinin büyüklüğüne ilişkin verilere ihtiyaç vardır. Ancak, bahse konu alan yasa dışı bir faaliyet olduğu için dünyanın tüm ülkelerinde bu verilerin toplanmasında büyük zorluklarla karşılaşılır. Silah ve insan ticareti, kayıt dışı ekonomi gibi yasa dışı diğer alanlar için de geçerli olan bu zorluklar toplanan verilerin eksik olmasına ve bu nedenle kaçak, sahte ürünlerin yarattığı olumsuz sonuçların gerçekte olduğundan daha az olarak gösterilmesine yol açar.

Ölçümlenen bulgular gerçek boyutun yanında çok daha küçük olunca, ilgili kamu kurumlarını bu konuda harekete geçirebilmek zorlaşır. Bu metodoloji sorunları nedeniyle ABD'de GAO raporunun ısrarla bir büyüklük vermekten kaçındığı dikkat çeker. ABD Office of the Intellectual Property Enforcement Coordinator (IPEC), Office of Management and Budget Direktörü Victoria Espinel, ABD Senatosu'nda yapılan görüşmelerde senatörlerin kaçak ve taklit ekonomisinin büyüklüğüne ilişkin bir veri sunması talebini ısrarla geri çevirmiştir.<sup>236</sup> GAO'ya göre önemli olan, sahte ve taklit ürün piyasasının büyüklüğü değil, sorunun önemidir.

Aşağıdaki bölümde önce taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin boyutunun belirlenmesindeki yöntemler ve zorluklar, arkasından taklit ve sahte faaliyetlerinin boyutuna ilişkin verileri kullanarak GSYH, vergi, istihdam vb değişkenler üzerindeki ekonomik etkinin ölçülmesinde karşılaşılan zorluklar anlatılacaktır.

## TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK EKONOMİSİNİN BOYUTUNUN ÖLÇÜLMESİNDE KULLANILAN YÖNTEMLER

Yasa dışı faaliyetlerde, piyasanın doğrudan ölçülmesinin mümkün olmaması nedeniyle, taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin boyutu mecburen vekil gösterge (proxy indicator) kullanarak dolaylı bir ölçümle tahmin edilmektedir. Taklit, sahte ve kaçak faaliyetlerinin boyutunun tahmin edilmesi için ya arz yönünde yaklaşılarak kanunun uygulanmasından sorumlu gümrük vb kurumların verilerinden ya da talep yönünden yaklaşılarak kamuoyu ve gizli müşteri araştırmalarının verilerinden yararlanılmaktadır. Daha sonra buradan derlenen veriler ekonominin bu ölçümlerde dikkate alınmayan sektörlerine genişletilerek (extrapolaiton) uyarlanır. Verilerde zaman serisinin olmaması, ya da eksiklikler olması durumunda da ekstrapolasyon yöntemleri devreye girer.

Büyüklük belirlemek için kullanılan yöntemler üç başlık altında toplanabilir :<sup>237</sup>

1. Gümrük vb kurumlardan elde edilen yakalama verileri,

2. Kamuoyu araştırmaları,

3. Model kullanılarak yapılan çalışmalar.

Gümrük vb kurumlardan elde edilen veriler, taklit, sahte ve kaçak piyasasına arz, kamuoyu araştırmaları ise talep yönünden yaklaşmayı sağlar. Bu iki yöntemden hangisinin seçileceğine, araştırmanın hangi ülkede ve hangi sektör için yapılacağına bakarak karar vermek gerekir. GAO tarafından yapılan çalışmada ABD için en fazla kullanılan yöntemlerin taklit ve sahte ürünlerle ilgili bazı noktalardan (örneğin bazı gümrüklerden) derlenmiş olan verinin tüm ekonomi için (örneğin tüm dış ticaret için) extrapole edilmesi ve talep ve arzla ilgili kamuoyu araştırmaları olduğu belirlenmiştir. Örneğin BSA bu yöntemi kullanarak yazılım sektörü için tahminde bulunmaktadır.

<sup>236</sup> (Spink & Fejes, 2012, s. 250)

<sup>237</sup> Farklı yöntemlerle yapılan çalışmalarla ilgili literatür taraması için (GAO, 2010, s. 19-26), (Hoorens, et al., 2012), (CEBR, 2002) ve (OECD, 2008, s. 67-78) bakılabilir.

## GÜMRÜK (ENFORCEMENT) VERİLERİ

Taklit ve sahte ürünlerin boyutunun belirlenebilmesi için, üreticilerin piyasaya sürdükleri ürünleri tespit etmek ilk akla gelen yöntemdir. Burada da en sistematik yaklaşım olarak gümrüklerdeki denetimler gelir. Dünya gümrük idarelerinden derlenen veriler gümrüklerde ele geçen taklit ve sahte eşya miktarının tüm ticaret hacminin %1'inin altında kaldığına işaret eder. Ancak bu rakam, dünyadaki tüm mallar düşünüldüğünde, taklit ve sahte malların oranının %1'in altında olduğu şeklinde anlaşılmamalıdır.

Başta gümrükler olmak üzere kanunu uygulayıcı kurumlardan derlenen veriler, taklit ve sahte ürünlerin hangi ülkelerden gelebildiği ve hangi ürünlerde görülebildiği konusunda çok bilgilendirici olmasına rağmen, kanunu uygulayıcı kurumlardan derlenen verilerin taklit ve sahte piyasasının büyüklüğünün belirlenebilmesi için üstesinden gelinmesi imkansız bir sorunu vardır. Bu sorun, bu verilerin sadece tetkik edilen ürünlerle ilgili olmasından, yetkililerin şüphelenmedikleri için tetkik etmedikleri ürünlerin taklit ve kaçak olup olmadığına ilişkin hiçbir bilgi içermemesinden kaynaklanır. Yakalanan kaçak ürünlerin gerçek kaçak miktarına oranının net olarak bilinmediği veya yüksek olduğunun bilinmediği durumlarda, kanunu uygulamakla yükümlü kurumların (enforcement agencies) yakalama rakamlarını kullanarak piyasa büyüklüğünün tahmin edilmesi yanıltıcı sonuçlara yol açar.

Bu durumu daha net ifade edebilmek için şöyle bir hipotetik kurgu düşünmek yararlı olacaktır: gümrük görevlilerinin tetkik ettikleri ürünlerin %100'ünün taklit ve kaçak olduğunu varsayalım. Eğer bu ekonomi 250 milyar dolarlık ithalat hacmine sahipse, gümrüklerde görevliler eğer 5 milyar dolarlık bir denetim yapıyorsa bu durumda o ülkede taklit ve sahte ürünlerin gerçek boyutu 5 milyar dolar olabileceği gibi, 250 milyar dolar da olabilir. İlk rakam gümrük görevlilerinin işlerini çok büyük bir başarıyla yapması ve şüphelerinde tam isabet olması durumunda, ikincisi ise, ülkenin ithal ettiği tüm ürünlerin taklit ve sahte olması ve bu nedenle gümrük görevlilerinin zorunlu kalarak yaptıkları denetimlerde tüm ürünlerin taklit ve sahte olduğunun ortaya çıkması durumunda geçerli olacaktır.

Küreselleşme ile birlikte dış ticaretin giderek artması gümrüklerde işlem gören mal miktarının boyutunu artırmakta, ancak bu artan boyut karşısında görevli sayısı yetersiz kalmaktadır. Bu, gümrüklerde taklit ve sahte ürünlerin tespit edilebilmesinde karşılaşılan başlıca zorluktur.

Gümrük verileri, teknoloji nedeniyle internet üzerinden temin edilebilen ürünleri ve lojistik sektörünün gelişmişliği sayesinde bireysel olarak dışarıdan temin edilebilen ürünleri kapsamaktan tamamen uzaktır. Çok düşük maliyetlere çoğaltılabilen, müzik, film, televizyon dizisi, yayım ve diğer yazılım sektörlerinin ürünleri, pratikte herhangi bir coğrafi sınırla karşılaşmaksızın internet üzerinden anında her yere satılabilmektedir.

Bu zorluklar vb nedenlerle gümrüklerdeki ölçüm hataları sorunun boyutunun olduğundan çok daha küçük görülmesine yol açmaktadır.

Gümrüklerde denetimlerin yeterli ve etkin olduğu, bu sayede gümrük tespitlerinin doğru olduğu varsayılsa bile, gümrük verileri sorunun boyutunu anlamakta yine de yetersiz kalacaktır. Çünkü gümrük verileri, sadece dışarıdan gelen taklit ve sahte ürünler için geçerli olabilir, iç piyasada üretilen taklit ve sahte ürünlerin bu verilerde belirlenebilmesi mümkün değildir. Dolayısıyla, taklit ve sahte ürünlerin ithalat yoluyla değil iç piyasadaki üretimle temin edildiği ülkelerde gümrük verilerinin durumu çok farklı bir biçimde yansıtması riski mevcuttur.

Nihayet, bu ölçümlerdeki bir sorun da miktar üzerinden yapılan tespitlerin piyasa değerinin nasıl belirleneceğidir. Değer belirleme işleminin standart ve şeffaf olmaması da ölçümlerde sıkıntı yaratmaktadır. Bu nedenle, gümrüklerdeki ölçümlerde tespitlerin miktarların belirlenmesi ve kayda geçirilmesi olarak yapılması hedeflenmeli; ardından bu miktarlardan değer ölçümleri yapılırken kullanılan fiyat varsayımları şeffaf olmalıdır.

Taklit ve sahte ürünlerin boyutunun arz yönünden ölçülmesindeki bu zorluklar, alternatif olarak talep yönlü ölçümleri gündeme taşımıştır. Örneğin, CEBR 2002 yılında Avrupa Komisyonu için Taklidin Ölçülmesi başlığıyla yaptığı çalışmada, taklit ve sahte ürünlerin ekonomik boyutunun ölçülebilmesi için öncelikle bu tür ürünlerin üretimini değil tüketiminin ölçülmesinin hedeflenmesi gerektiğini vurgulamıştır.<sup>238</sup>

<sup>238</sup> (CEBR, 2002)

## KAMUOYU ARAŞTIRMALARI

Gümrük verilerinin bu kısıtlarını aşmak üzere, tüm ekonomiyi kapsama iddiası ile yapılan kamuoyu araştırmalarından, tüketicilerin bu ürünleri hangi koşullarda nerelerden, nasıl ve orijinal ürüne kıyasla ne gibi bir fiyata aldıkları, bu ürünlere sahip olabilmek için girişecekleri yasa dışı faaliyetin nerelere uzanabileceği gibi taklit, sahte ve kaçak ürünlere karşı yönelimini anlamak açısından son derece yararlı bilgiler edinebilmek mümkündür. Buna rağmen bu yöntemde de tüketicilerin gerçek beyanda bulunmasını sağlayacak tekniklerin kullanılmasının zorluğu ve bu zorluğun aşılması durumunda bile tüketicilerin fark etmeden kullandıkları taklit ve sahte ürünlerin tamamen kapsam dışı kalması, taklit ve sahte ürünlerin boyutuna ilişkiye gerçekçi bir hesabın üretilmesini olanaksız kılmaktadır. Birçok durumda İngiltere gibi gelişmiş ülkelerde yapılmış olan kamuoyu araştırmalarında dahi istatistikî olarak güçlü bir tek çalışmaya bile rastlanılamamış olduğu kayda geçirilmektedir.<sup>239</sup>

Bu kısıtlara rağmen, kamuoyu araştırmalarından başka türlü elde edilmeyecek bazı önemli sonuçlar elde etmek de mümkündür. Bu alandaki bazı çalışmalardan, tüketici davranışlarında fiyat kadar kurumsal öğelerin de etkili olduğunu ve örneğin hukuka saygının daha yüksek olduğu ülkelerde tüketicilerin taklit ve sahte ürün kullanımının düştüğünü tespit etmek mümkündür.<sup>240</sup>

Aynı şekilde, gelir seviyelerinin farklılaşması da davranış farklılıklarına yol açmaktadır. Bu nedenle, farklı ülkelerdeki tüketicilerin davranışlarında önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır.<sup>241</sup>Dünya çapında en iddialı kamuoyu araştırması olan Gallup araştırmasında küresel ölçekte tüketicilerin %25'inin taklit ve kaçak ürün aldığı, ama bu oranın ülkeden ülkeye çok değişebildiği, örneğin Estonya'da %14,8 iken Rusya'da %38,4, Kırgızistan'da ise %40,2 olduğu tahmin edilmiştir.<sup>242</sup>

Farklı araştırmaların bulgularının özetlendiği OECD 2008 çalışmasına göre taklit ve sahte ürün satın alma oranı ABD'de sadece %13 olmasına karşın ve Hong-Kong, Çin ve İngiltere'de %34 ve %40 iken Brezilya'da %60'a ulaşabilmektedir. Bu araştırmalar, tüketicilerin bu ürünleri genellikle farkında olarak aldıklarını ortaya koymaktadır. Kamuoyu araştırmalarının yapıldığı bu ülkelerde, sahteciliğin en sık görüldüğü ürünler müzik ve film eserleri, yazılım ve gıysidir.<sup>243</sup> Bu tür kamuoyu araştırmalarının 1999'dan itibaren düzenli olarak yapıldığı Hong-Kong'da taklit ve sahte ürün kullanımında kayda değer bir düşüş olduğu, 2005 yılı araştırmasında hiçbir şekilde taklit ve sahte ürün kullanmayacağını belirtenlerin oranının %60'a ulaştığı görülmektedir.

Kamuoyu araştırmaları ve tüketiciler arasında odak grup toplantıları vb yöntemler, sahtecilikten en çok etkilenen sektörlerin durumlarını araştırmak üzere de kullanılmaktadır.

Ayrıca bilişim sektörü, internet ve yazılımlar üzerinden sahtecilik tespiti yapmaya çalışmaktadır.

Bazı sektörlerde ürün atıklarının toplanmasının yanı sıra gizli müşteri verilerinden ve firma ve sektör temsilcilerinin satış noktalarında yaptığı gözlemlerden de yararlanılmaktadır. Özellikle tüketicinin farkında olmadan kandırılma ihtimalinin güçlü olduğu durumlarda en sağlıklı sonucun alınabileceği yöntem budur. Ancak çok pahalı olan bu yöntem, ekonomi genelinde değil, araştırmayı destekleyenlerin seçtikleri belli bir sektör için uygulanmaktadır.

CEBR, tüketicilerin taklit ve sahte ürün aldıklarının farkında oldukları kitap, yazılım, sinema ve müzik eserleri, marka güneş gözlüğü ve marka saat gibi ürünlerde kamuoyu araştırmalarının güvenilir sonuç verebildiğine işaret eder.<sup>244</sup>Marka kıyafet, spor eşyaları ve ayakkabılar, parfüm ve kozmetik, marka deri ürünleri, marka gözlük gibi ürünlerde anketlerin dikkatli olduğunda ve gizli müşteri ve uzman görüşü gibi yöntemlerle birleştirildiğinde kullanılabilirliğini, otomobil aksamında ise üreticiler arasında bir anket yapılmasının yararlı olabileceğini belirtmiştir. Ancak alkollü içkiler, ilaç, gıda ve içecek ve bitkilerde gizli müşteri yöntemiyle satın alınan ürünleri uzmanların denetlemesi gerektirir. Ayrıca tüketici anketleri satış ve dağıtım kanallarının belirlenebilmesi açısından da yararlı olacaktır.

<sup>239</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 31).

<sup>240</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 31).

<sup>241</sup> Kamuoyu araştırmalarının geniş çaplı bir literatür taraması için (CEBR, 2002)e bakılabilir.

<sup>242</sup> (Gallup Organization, 2007).

<sup>243</sup> (OECD, 2008, s. 73-76).

<sup>244</sup> (CEBR, 2002)

## EKONOMİK MODELLER

Bu ölçümlerlerin varsayımlara aşırı duyarlı olması, piyasa büyüklüğünün tatminkâr bir biçimde belirlenebilmesi için mikroekonomik teoriden yola çıkarak geliştirilen modelleme yöntemlerinin kullanılması alternatifini gündeme getirmiştir.<sup>245</sup>Bu tür modeller, diğerlerine oranla daha kolay ve ucuz olsa da hiç şüphesiz modelleme hataları ve modelde kullanılan verilerin sağlıklılığı, bu yöntemle yapılan hesaplamaların da ne kadar gerçekçi olacağını belirler.<sup>246</sup> Ekonomik modellerde, kullanılan veriler de yakalama verileri ve kamuoyu araştırmaları bulgularına dayanmak durumundadır. Bir başka ifadeyle, ekonomik model ne kadar sofistike olsa da başarısı, kullandığı verilerin kalitesiyle sınırlı olacaktır.

İkame oranı ve taklit ürüne tüketicinin ödemek isteyeceği fiyat üründen ürüne büyük değişiklik göstereceği için model kullanılarak yapılan çalışmalar, çoğu kez belli bir sektöre yoğunlaşır. Taklit ve sahte ürünlerin sektör bazında satış hacmi, fiyatlar ve karlılık üzerindeki etkilerinin model yardımıyla ölçümlenebilmesi için söz konusu sektörde taklit ve sahte ürünleri bilerek ve bilmeden alan tüketicilerin talep fonksiyonunun, orijinal ürünün ve sahtesinin fiyatları, tüketicilerin ne ölçüde kandırılmış oldukları gibi verilerden yararlanılması gerekir.

Bu doğrultudaki öncülerden olan 1990 yılındaki Feinberg ve Rousslang'ın çalışmasında kullanılan yaklaşıma benzer yaklaşımlar sonradan 1998 yılında Uluslararası Markalar Birliği (International Trademark Association, INTA), 2000 yılında Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Merkezi (Centre for Economic and Business Research, CEBR), Business Software Alliance (BSA), Uluslararası Görsel Sanayiler Federasyonu (International Federation of the Phonographic Industry, IFPI), Eğlence Yazılımcıları Birliği (Entertainment Software Association, ESA), Film Endüstrisi Birliği (Motion Picture Association (MPA) ve Hui ve Png'in 2003 yılı çalışmalarında da kullanılmıştır.<sup>247</sup>

Sektör bazında ölçüm sorunlarının aşılması durumunda, bu kez de bir sektör için geçerli olan bulguların diğer sektörlerle nasıl uyarlanacağı sorunu gelmektedir. Burada yapılacak olan ekstrapolasyonda bir dizi varsayım kullanılması, sonuçların güvenilirliğini etkileyecektir.

İkame oranı ve taklit ürüne tüketicinin ödemek isteyeceği fiyat vb konuda detaylı ve tatminkâr çalışmalar ortaya koymak için çeşitli akademisyenlerin çabaları olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar, taklit ve sahte ekonomisinin doğru ölçümlenebilmesi konusundaki çabalara büyük katkıda bulunmaktadır.

Örneğin (Hoorens, et al., 2012) mikroekonomik teoriden yola çıkarak, firmaların geleceğe yönelik satış tahminleri ile taklit ve sahte ürün potansiyeline ilişkin bilgileri bir arada kullanarak, tahminler ve gerçekleştirmeler arasındaki farkı, fikri mülkiyet hakları ihlallerindeki eğilimlerin tahmin edilmesinde kullanmıştır. Buna göre beklenen ve gerçekleşen satışlar arasındaki fark karşılanmayan talep olarak kabul edilir. Taklit ve sahte faaliyetleri tam rekabetçi olmayan tekelleri rekabet piyasalarında ve tekel ve oligopol piyasalarında görülür. Bu piyasalarda, tahmin edilen ile gerçekleşen talep arasındaki farka neden olabilecek, ekonomik kriz, yanlış reklam kampanyası, rakip firmaların davranışları gibi bir dizi ekonomik değişkenin etkisi düşüldükten sonra kalan tutar, ürünün taklidinin mevcudiyetine bağlanabilir. Bu yöntemin kullanılabilir olması hiç şüphesiz firma düzeyinde oldukça detaylı veri kullanımını gerektirecektir ki, taklide konu olan ürünlerin rekabetçi olmayan piyasa yapısı dikkate alındığında, veri mevcudiyeti burada da sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Zaten (Hoorens, et al., 2012), sadece tek bir firmadan verileri paylaşmak konusunda olumlu yanıt almıştır. Bu firmanın 45 ürününün 16 farklı ülkede satışı üzerinden yapılan çalışmada, tahmin ve gerçek satışlar arasındaki farkın en fazla %5'inin taklit ve sahte ürün mevcudiyetine bağlı olabileceği ve taklit ve sahte düzeyinin önemli ölçüde düşük tahmin edildiği ortaya çıkmıştır.<sup>248</sup>

Bir başka çalışmada ise, taklit ürünler için 2006-2011 döneminde 16 farklı ülkede faaliyet gösteren bir firmanın 45 ürünü üzerinden geliştirilen ekonometrik tahmin modeli ile yapılan hesaplamalar firmanın gizli müşteri yöntemi uygulamalarından elde edilen bilgilerle karşılaştırılmış, taklit ürünlerin toplam satışların yüzdesi olarak payı birbirine oldukça yakın sonuçlar vermiştir. Bu çalışma, yolsuzluğun daha fazla, kamu denetiminin daha az ve etkinliğinin sınırlı olduğu ülkelerde taklit ürün kullanımının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur.<sup>249</sup>

<sup>245</sup> Ekonomik model kullanılarak taklit ve sahte ürün piyasasının büyüklüğünü ve etkilerini ortaya koymayı hedefleyen araştırmalarla ilgili literatür taraması için (Pacula, Kadiyala, Hunt, & Malchiodi, 2012), (Hoorens, et al., 2012), ve (OECD, 2008) bakılabilir.

<sup>246</sup> (Pacula, Kadiyala, Hunt, & Malchiodi, 2012).

<sup>247</sup> (OECD, 2008, s. 144).

<sup>248</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 41-65).

<sup>249</sup> (Pacula, Kadiyala, Hunt, & Malchiodi, 2012)

CEBR, model kullanılarak yapılan çalışmalarda üretim maliyetleri, yasal ürün piyasasında giriş engelleri, sahteciliğin yakalanma ve cezalandırılma ihtimali, üretim ve/veya satış noktasına yakınlık, üretim ve dağıtım arasında geçen sürenin uzunluğu, yasal çerçeve, batık üretim maliyetleri ve kültür değişkenlerinin dikkate alınması gerektiğini önerir.

## TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK EKONOMİSİNİN BOYUTUNUN ÖLÇÜLMESİNDE SORUNLAR

Yasa dışı piyasa büyüklüğü belirleme yöntemlerinin tümünde karşılaşılan sorunlar, taklit, sahte ve kaçak ürünlerin piyasa büyüklüğünü tahmin için kullanılan yöntemler için de geçerlidir. Örneğin kayıt dışı ekonomi için geçerli olan kesin ve net ölçüm sorunu, kaçak ve taklit ürünlerde de gözlemlenmektedir. Ölçüm sorunları öncelikle taklit ürünün tarifi ile başlar. Sahte ve taklit ürünlere ilişkin tanımlama farklılıkları ve hangi ürünlerin dahil edildiğinin farklılaşması, piyasa büyüklüğüne ilişkin rakamların arasında büyük farklar olmasına yol açmaktadır.

Ele geçme verilerinin tutulmasındaki metodolojik sorunları ele alan (Spink & Fejes, 2012, s. 250) veri setlerinin durumun bütüncül ve kapsamlı bir biçimde analiz edilmesini çok karmaşık ve hatta imkansız hale getirdiğine dikkat çeker.

Yakalama oranları, denetimlerin sıklığındaki ve niteliğindeki değişmelere aşırı duyarlıdır. Anket vb yöntemlerle elde edilen verilerin de yasa dışı kullanım konusunda bildirimlerin gerçekçi olmaması nedeniyle piyasa büyüklüğünü düşük tahmin etme ihtimali güçlüdür.<sup>250</sup>

Ayrıca taklit ve sahte ürün işinde olanların çoğu kez hem yasal hem de yasa dışı işleri bir arada götürmeleri de sahteciliğin belirlenmesini zorlaştırır. Yasal faaliyetler, çoğu kez yasa dışı faaliyetlerini perdelemek amacıyla kullanılır. Hatta bazı durumlarda taklit ve sahte ürün işinde olanların, orijinal markanın yasal tedarikçileri olduğu görülür.<sup>251</sup>

(Hoorens, et al., 2012)Taklit ve sahte faaliyetlerinin boyutunu ortaya koyan tüm çalışmaları detaylı ve titiz biçimde taramış olan yegâne çalışmadır. Bu alandaki 250 adet olduğu belirlenen tüm çalışmaları taramış ve bunlardan 80'ini daha detaylı biçimde incelemeye değer bulmuştur. Bu analiz sonucunda (Hoorens, et al., 2012) çeşitli çalışmalarda kullanılan yöntemlerde şeffaflık, model tasarımı, veri kalitesi gibi bir dizi sorunun mevcudiyetine dikkati çeker ve etkilenen tüm ürünlerde ve tüm ülkelerde taklit ve sahte faaliyetlerinin boyutunun belirlenebilmesi için uygulanabilecek güvenilir veya kabul edilebilir hiçbir hesaplama yönteminin mevcut olmadığını bulur.<sup>252</sup>

Benzer bir bulguya ABD'nin GAO Kurumu ve OECD de ulaşmıştır.

GAO, yaptığı çalışmada, ABD'de taklit ve sahte ürün piyasasının büyüklüğü için yaygın olarak kullanılan ve Federal Soruşturma Bürosu (FBI), Sınır ve Gümrük Koruma Hizmetleri (CBP) ve Federal Ticaret Komisyonu (FTC) gibi Amerikan kurumlarına atfedilen rakamların hiçbirisinin kaynağının ve veri derleme metodolojisinin doğrulanmadığının ve bu rakamların güvenilirliklerinin taahhüt edilemeyeceğinin altını çizmiştir.<sup>253</sup> GAO, görüşme yapılan bir uzmanın, taklit ve sahte ürün piyasasının büyüklüğünün belirlenmeye çalışılmasının tamamen yararsız olduğunu söylediğini belirtmiştir.<sup>254</sup>

Ölçüm sorunları ABD için olduğu kadar AB için de geçerlidir. CEBR'nin Avrupa Komisyonu için yaptığı çalışmada Avrupa çapında 100 farklı kurumla görüşüldüğü ve veri ve bilgi eksikliğinin ve verinin var olması durumunda nasıl derlenmiş olduğu konusunda bir şeffaflık olmamasının hayret uyandırdığı belirtilmiştir.<sup>255</sup>

OECD de 2008 yılındaki çok kapsamlı çalışmasında, taklit ve sahte ürünleri farklı ülkeler ve farklı sektörler itibarıyla özetlemiştir. Hükümetler, sektörel temsil örgütleri ve araştırma kuruluşlarının bulgularına ve OECD'nin bu çalışma için hükümet yetkilileri ve sanayi temsilcileri arasında gerçekleştirdiği üç ayrı anketin sonuçlarına dayanan bu çalışma, dünyada taklit ve sahte ürünler konusundaki tüm bilgileri bir araya toplayarak değerlendirmektedir.<sup>256</sup>

OECD, eldeki bulguların taklit ve sahte ürün piyasasının yaygınlığı ve büyüklüğü konusunda ancak çok kaba bir

<sup>250</sup> (Pacula, Kadiyala, Hunt, & Malchiodi, 2012)

<sup>251</sup> (Spink & Fejes, 2012)

<sup>252</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 39).

<sup>253</sup> (GAO, 2010, s. 18-19)

<sup>254</sup> (GAO, 2010, s. 27).

<sup>255</sup> (CEBR, 2002).

<sup>256</sup> (OECD, 2008, s. 65-93).

tahmin olanağı verdiğini, bilinmeyenlerin bilinenlerden çok daha fazla olduğunu, hiçbir hükümet veya sektörel temsil örgütünün bulgularını sağlam bir biçimde destekleyemediğini belirtmekte ve değerlendirmelerin bölük-pörçük ve anekdotal enformasyona dayalı olması nedeniyle, gerçek olarak ileri sürülen her şeyin temelsiz fikirler olduğunu vurgulamaktadır.<sup>257</sup>

OECD- EUIPO'nun Nisan 2016 tarihli raporunda ise 2008 tarihli metodolojiye kıyasla çalışmaya zaman boyutu eklenmiş, çalışmada kullanılan el koyma işlemi verilerinin daha kesin ve tam olması sağlanmıştır. Ayrıca bu çalışmada focus grup toplantısı sonucunda seçilen sabit nokta geliştirilmiş, beş ayrı sektör için sabit nokta ölçümü yapılmıştır. Daha sonra Avrupa Anti Sahtecilik Ofisi (OLAF) tarafından el konulan sahte mallarla ilgili veriler de hesaba katılarak sonuçlar son haline getirilmiştir.<sup>258</sup>

Veri sorunlarının bir kaynağı da tüketici güveninin zedelenme ihtimali karşısında şirketlerin kendi sektörlerinde sahte ürünün ne kadar yaygın olduğunun bilinmesini istememesi ve bu nedenle veri toplama konusunda işbirliği yapmaya gönüllü olmamasıdır.<sup>259</sup> Firmalar, kendileriyle ilgili sahte ve kaçak ürün sorununun boyutunun bilinmesinin firma imajı üzerinde olumsuz etki yapabileceği endişesiyle, veri toplama ve açıklama çalışmalarından uzak kalmayı tercih edebilmektedir.

Sonuç olarak, taklit ve sahte ürün pazarının büyüklüğü hakkında çeşitli rakamlar ifade ediliyor olmasına karşılık, bu alanda yapılmış olan en saygın çalışmalar piyasa büyüklüğünün doğru olarak ölçülmesinin olanaksızlığına işaret etmektedir. Bununla birlikte, nasıl bir sorunla uğraşıldığının anlaşılması ve alınan önlemlerin etkilerinin değerlendirilebilmesi için de bu faaliyetlerin boyutunun tatminkâr bir biçimde hesaplanabiliyor olması gerekmektedir. Bu nedenle, ölçüm yöntemlerinin geliştirilmesi çabalarının ileride de devam etmesi gerekecektir. Eksik ve sorunlu ölçümleri kullanmak mecburiyetinde olunan bu süre içinde ise, taklit ve sahte boyutunu ortaya koymaya çalışan yöntemlerdeki sorunlar nedeniyle, taklit ve sahte ekonomisinin boyutu belirlenirken tek bir yöntem yerine birden çok yöntemin eşanlı olarak kullanılması daha doğru olacaktır. Kaldı ki, farklı sektörlerdeki ihlallerin niteliğinin farklı olması, bu faaliyetlerin boyutunu ölçmekte kullanılan yöntemin de sektörler arasında farklılaşmasını gerektirmektedir. Veri derlemenin doğasının, ikame oranının, kandırılma derecesinin ve ürünün değerinin belirlenmesinin sektörler arasında farklılık göstermesi, bu konuda çalışma yapanların farklı yöntemler kullanmalarına neden olmuştur.<sup>260</sup> OECD'nin düzenlediği iki uzman grup toplantısında, taklit ve sahte ürün piyasasının büyüklüğünün tahmin edilmesi için kullanılan tekniklerin iyileştirilebileceği, ancak bu tekniklerin sektörün özelliklerine göre sektör bazında uygulanması gerektiği görüşü ortaya çıkmıştır.<sup>261</sup>

## TAKLİT, SAHTE VE KAÇAK EKONOMİSİNİN ETKİLERİNİN TAHMİN EDİLMESİNDE SORUNLAR

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin ekonomik etkilerinin ölçülmesinde ekonometrik modelleme, genel denge ve kısmi denge modelleri gibi daha sofistike yöntemlerin yanı sıra, dünya ticareti için kabul gören oranın kullanılarak ülke için hesaplama yapılması ve çarpan analizinden yararlanılarak tüm ekonomiye etkilerinin hesaplanması gibi farklı yaklaşımlar dikkati çekmektedir.

GAO tarafından yapılan çalışmada ABD için en fazla kullanılan yöntemlerin şunlar olduğu belirlenmiştir:

1. Taklit ve sahte ürünlerle ilgili bazı noktalardan (örneğin bazı gümrüklerden) derlenmiş olan verinin tüm ekonomi için (örneğin tüm dış ticaret için) ekstrapole edilmesi,
2. Talep ve arzla ilgili kamuoyu araştırmaları (örneğin BSA bu yöntemi kullanarak yazılım sektörü için tahminde bulunmaktadır),
3. Tüm ekonomiye etkilerin hesaplanması için çarpan analizinden yararlanılması,
4. Ekonometrik modelleme,
5. Genel denge ve kısmi denge modelleri,
6. Dünya ticareti için kabul gören oranın kullanılarak ülke için hesaplama yapılması.

<sup>257</sup> (OECD, 2008, s. 65)

<sup>258</sup> (OECD-EUIPO: Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact)

<sup>259</sup> (GAO, 2010, s. 16)

<sup>260</sup> Bu çalışmalar hakkında bir literatür özeti için (Hoorens, et al., 2012) ve (OECD, 2008) bakılabilir.

<sup>261</sup> (OECD, 2008, s. 95)

Bu yöntemler kullanılarak, taklit, sahte ve kaçak ürünlerin, başta vergi gelirleri ve istihdam kaybı olmak üzere ekonominin geneli üzerindeki etkileri hesaplanmaya çalışılmaktadır. Ancak, taklit, sahte ve kaçak ürünlerin ekonomik etkilerinin ölçülmesi için öncelikle bu faaliyetlerle ilgili bir büyüklüğün bulunması ve sonra bu büyüklüğü kullanarak ekonomik etki tahminlerinin yapılması gerekir. Taklit ve sahte faaliyetlerinin boyutunun doğru ve tatminkâr biçimde ölçülmemesi, doğal olarak bu ölçümlere dayalı olarak yapılacak etki analizlerinin de kalitesini düşürmektedir.

Kriminoloji, ekonomi, işletme ve hukuk alanlarında taklit ürünlerle ilgili tüm bilimsel makaleleri, resmi ve STK raporlarını Meta Search Engine yöntemi ile tarayarak analiz eden (Spink & Fejes, 2012) bu alandaki neredeyse tüm çalışmaların sayısal ekonomik etki değerlendirmelerinin hepsinin üç raporun verilerine dayandığını belirlemiştir. Öyle ki bu üç raporda yer alan veriler, tüm metodoloji sorunlarına rağmen adeta gerçek gibi algılanır hale gelmiştir.<sup>262</sup> Söz konusu analiz bu üç rapor hakkında şu bilgileri verir:

1. Uluslararası Ticaret Odasına (ICC) bağlı Taklit İstihbarat Bürosu (Counterfeiting Intelligence Bureau ,CIB) tahminlerine göre 1997'de dünya ticaretinin %5-7'si taklit ve sahte ürünlerdedir. Raporda, bu tahmini destekleyecek herhangi bir verinin belirtilmemiş ve yönetime ilişkin bir açıklama yapılmamış olmasına ve hatta bu tahminin bir eğitilmiş tahmin (educated guess) olduğunun açıkça belirtilmesine rağmen, ICC raporu dünyada taklit ve sahte ürün piyasasına ilişkin başlıca kaynak olarak sıklıkla referans verilmektedir.

2. OECD'nin tahminlerine göre 2005'te taklit ve sahte üründe dünya ticareti 200 milyar dolardır. Bu rakama ülke içindeki taklit ürün ticareti ve dijital sahte ürünler dahil değildir. OECD'nin başka birçok çalışmasının aksine, yönetime ilişkin herhangi bir ekonomik, matematiksel veya istatistikî bir kavramsal çerçevenin sunulmadığı bu çalışmada, taklit ve sahte ürünlerin genel boyutunun bilinemez olduğu ve bu büyüklüğün ölçülebilmesine olanak sağlayacak herhangi bir yöntemin mevcut olmadığının altı çizilmektedir.

3. ABD Federal Soruşturma Bürosu'nun (FBI) tahminlerine göre ABD'de taklit ve sahte ürün ticaretinin hacmi 200-250 milyar dolardır. Bu tahmine referans teşkil eden yegâne belge bir basın bültenidir.

Sınırlı ve metodolojik olarak sıkıntılı tahminler, sahte, kaçak ürün piyasalarındaki suçlar için sayısal veri ve gerçek olarak kabul edilir.<sup>263</sup>

Nitekim Avrupa Birliği'nde taklit ve sahte ürünlerin boyutu ve etkisini araştıran bir başka çalışma da RAND Corporation bünyesinde (Hoorens, et al., 2012) tarafından yapılan çalışmadır. Burada, bu konudaki araştırmaların sadece yasal ürünlerin satışı üzerindeki etkileri ile sınırlı kaldığı ve fikri hak ihlallerinin inovasyon, büyüme, rekabet gücü, yaratıcılık, kültür, kamu sağlığı ve güvenliği, çevre, suç gibi toplum açısından son derece önemli olan bir dizi alana etkisinin araştırılabilmesi için her şeyden önce, hak ihlallerinin boyutunun ölçülmesinin sağlıklı ve tatminkâr biçimde yapılması gerektiğinin altı çizilmiştir.<sup>264</sup>

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin ekonomik etkilerinin ölçülmesi için son 20-30 yılda yapılan bir dizi çalışmada bu sorunların tam olarak üstesinden gelinmesi mümkün olmadığı gibi kullanılan yöntemlerde bir yakınsama da ortaya çıkmamıştır.<sup>265</sup>

Taklit, sahte ve kaçak ürünlerin doğru ve eksiksiz olarak ölçülmemesi sorunu aşılsa dahi, taklit, sahte ve kaçak ekonomisinin etkilerinin tahmin edilmesinde tam olarak üstesinden gelinmesi mümkün olmayan iki sorun daha vardır:

1. Taklit, sahte ve kaçak ürünlere ilişkin elde analiz yapmaya imkan verecek uzunlukta bir zaman serisinin mevcut olmaması.

Zaman içinde taklit ve sahte ürün piyasasına ilişkin gelişmeler toplanan verilerin karşılaştırılabilir olmasını engellemektedir. Taklit ve sahte ürün piyasasında faaliyet gösterenler, yasal mevzuat değişikliklerine, teknolojideki gelişmelere, denetim sıklığındaki değişikliklere çok hızlı adapte olmakta, ürünlerin sevkiyatı ve pazarlanmasında kullandıkları yol ve yöntemleri sıklıkla değiştirmektedirler. Faaliyetin doğru bir şekilde ölçülebilmesi için, ölçüme

<sup>262</sup> (Spink & Fejes, 2012, s. 258)

<sup>263</sup> (Spink & Fejes, 2012, s. 250)

<sup>264</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 3)

<sup>265</sup> (Hoorens, et al., 2012, s. 36).

uygulanan metodolojinin de aynı şekilde değiştirilmesi gerekmektedir. Fakat bu yasa dışı faaliyetleri kontrol ve denetimden sorumlu kurumlar, yasa dışı faaliyetleri sürdürenler kadar hızlı olamamaktadır. Nitekim GAO tarafından yapılan araştırmada bu değişikliklerin metodolojiye yansıtılmadığı ve daha önce yapılmış olan hesapların güncellenmediği belirlenmiştir.<sup>266</sup> Bu da zaman içindeki verileri kullanarak anlamlı karşılaştırmalar yapmayı ve buna bağlı olarak model geliştirmeyi zorlaştırmaktadır.

2. Tüketicinin davranışına ilişkin çeşitli modelleme hataları.

Taklit ve sahte ürünlerin ekonomik etkileri üzerine yapılan hesaplamalar, varsayımlara aşırı duyarlıdır. Piyasa büyüklüğünü belirlemek için kullanılan en yaygın yöntemde ihlal oranı (polis kayıtlarından, firma ve ilgili sektör derneklerinden elde edilen yakalama oranları) ile ikame oranı (kamuoyu araştırmalarından elde edilen, taklit ürün olmaması durumunda satılacak olan orijinal ürün) ve orijinal ürünün satış fiyatının çarpımı yolu ile hesaplanır. Buradaki her üç büyüklüğün de doğru olarak bilenebilmesinin önünde bir dizi zorluk vardır. İhlal oranının, taklit ve sahtecilikle mücadele yaklaşımına duyarlılığı açık olmakla birlikte, taklit ve sahte ürünün mevcut olmaması durumunda orijinal ürünün hangi fiyattan ne kadar satılacağı, bireysel tüketicilerin talep belirleme süreçlerinin karmaşıklığı nedeniyle, kullanılan varsayımlara aşırı duyarlıdır.<sup>267</sup>

Taklit ve sahte ürünlerin miktarı doğru saptanabilse bile, bu miktarın ekonomik değerinin ne olması gerektiği koşuldan koşula değişir. Özellikle iki varsayım, ikame oranı ve taklit ve sahte ürünün fiyatı yapılan hesaplamalarda çok büyük sapmalara yol açar. Yapılan hesaplamalarda öncelikle ikame oranının ne olacağı belirlenmelidir; bir başka ifadeyle taklit ürünün orijinal ürünün tamamen yerine geçip geçmediği bilinmelidir. İkame oranının 1, yani tüketicinin taklit ürünü almadığında orijinal ürünü alması 3 koşula bağlıdır.<sup>268</sup>

1. Taklit ve sahte ürün, orijinal ürün kadar iyi olmalıdır,

2. Tüketici, satın aldığı taklit ve sahte ürüne, orijinal ürünün fiyatını ödemelidir,

3. Tüketici satın aldığı ürünün taklit ve sahte ürün olduğunu bilmemelidir.

Bu üç koşuldan birisi yerine gelmediğinde, ikame oranının 1 olduğunu, yani tüketicinin satın aldığı taklit ve sahte ürün yerine orijinal ürünü, yasal satış fiyatı üzerinden satın alacağını varsaymak doğru olmayacaktır.

Taklit ve sahte ürünün fiyatlandırılması 3 şekilde yapılabilir: 1. taklit ürünün üretim maliyeti, 2. orijinal ürünün satış fiyatı ya da 3. taklit ürünün kendi satış fiyatı. Eğer tüketici aldığı ürüne, orijinal ürün fiyatını ödemiorsa, ekonomik boyutu hesaplarken, orijinal ürünün fiyatının kullanılması yanlıtıcı olacaktır.

Ayrıca tüketicinin kandırılmışlık derecesi de dikkate alınmalıdır. Eğer tüketici sahte ürün aldığının hiç farkında değilse, ikame oranını 1 olarak kabul etmekte ve bu durumda ekonomik maliyeti orijinal ürünün fiyatı üzerinden hesaplamakta bir sorun olmaz. Bir ürünün sahte olup olmadığı konusunda en iyi ipuçları, ürünün fiyatı, ambalajı ve satış yeridir. Taklit ve sahte ürünün orijinal üründen bir hayli daha ucuza satıldığı durumlarda ikame oranının 1 olarak alınması sağlıklı bir yaklaşım olmayacaktır. Kandırılma oranının sektörler arasında farklı olması da şaşırtıcı değildir. Çoğu kez sahte ilaç alanlar bu durumun farkında değilken, aynı şeyi DVD'ler için söylemek zordur.

Bu konuda yapılmış çalışmalar, ikame oranının tüm sektörler için 1 alınmasının aşırı zorlama bir varsayım olacağına işaret etmektedir. Mevcut bilgilere göre, ikame oranı ve taklit ürüne tüketicinin ödemek isteyeceği fiyat üründen ürüne büyük değişiklik göstermektedir. İleride bu konuda detaylı ve tatminkâr çalışmaların yapılması, taklit ve sahte ekonomisinin etkilerinin doğru ölçümlenebilmesi konusundaki çabalara büyük katkıda bulunacaktır.

Bu nedenle yapılan tahminleri değerlendirebilmek için veri kaynakları, kullanılan varsayımlar ve yöntem hakkında azami şeffaflık gerekir. Fakat açıklanan birçok çalışmada böyle bir şeffaflığın olmadığı görülmektedir.

<sup>266</sup> (GAO, 2010, s. 19)

<sup>267</sup> (Pacula, Kadiyala, Hunt, & Malchiodi, 2012)

<sup>268</sup> (GAO, 2010, s. 17)

## KAYNAKÇA

- AB Haber ve Politika Portalı. *Fikri Mülkiyet Haklarının AB'ye Uyumunda Son Durum (11 Temmuz 2015)*
- ABGS. *Fikri Mülkiyet Hukuku (11 Temmuz 2015)*
- Avrupa Komisyonu *Türkiye 2015 Yılı İlerleme Raporu*
- BASCAP *Understanding Consumer Attitudes on Counterfeiting and Piracy: Public Awareness Campaign*
- Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, *İlaç Sektörü Raporu (2015-1)*
- Bilmediğin Gerçekler Var (2015)*
- CEBR. (2002). *Counting counterfeits: Defining a method to collect, analyse and compare data on counterfeiting and piracy in the Single Market.*
- Chaudhry, P. E., & Walsh, M. G. (Fall 1996). *An Assesment of the Impact of Counterfeiting in International markets: The Piracy Paradox Persists. The Columbia Journal of World Busi , 34-49.*
- Cumhuriyet. *Kozmetik rafları sahte ürün dolu (25 Temmuz 2015)*
- Dericioğlu, M. Kaan. *Fikri Haklar Sözlüğü. (1,2,3,4 ve 5. kitaplar) İstanbul: TÜSİAD Yayınları. (2010).*
- European Union. *Report on EU customs enforcement of IPR - 2013. Publications Office of the European Union. (2014).*
- European Commission. *Report on EU Customs Enforcement of Intellectual Property Rights (2011-14)*
- Europol. *2015 Situation Report on Counterfeiting in the European Union: A joint project between Europol and the Office for Harmonization in the Internal Market.*
- Europol, *292 Internet Domain Names Seized For Selling Counterfeit Products, 2014*
- FESI *input to the EU-Turkey IP Working Group. Brussels. (2 Aralık 2011).*
- FICCI and EY, *Counterfeiting, Piracy & Smuggling - Growing threat to national security, 2013*
- Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Koordinasyon Kurulu *Ulusal Fikri Mülkiyet Stratejisi: Mevcut Durum Analiz Raporu.*
- Forbes, *Mobile App Usage By The Numbers, 2014*
- Frontier Economics . *The economic and social impacts of counterfeiting and piracy in Turkey. BASCAP. (2011)*
- Frontier Economics. *Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy. Londra. (2011)*
- GABOR, S. *Aspects concerning counterfeiting and piracy in the European Union. Bulletin of the Transilvania University of Braşov , 5 (54) (1), 197-204. (2012)*
- Gallup Organization. *Global Consumer Awareness, Attitudes, and Opinions on Counterfeiting and Piracy. (31 Ocak 2007)*
- GAO. *Intellectual Property/ Observations on efforts to quantify the economic effects of counterfeit and pirated goods. (2010)*
- Gartner, *Gartner Says Uses of 3D Printing Will Ignite Major Debate on Ethics and Regulation, 2014*
- Google, *Fighting Bad Advertising Practices on the Web – 2014 Year in Review, (2014)*
- Gümrükler Muhafaza Genel Müdürlüğü - *Yakalama İstatistikleri (2015)*
- Güran, C., Tosun, U., Tosun, N., Bayar, N., Canyaş, O., & kaya, M. *Sahte ve Kaçak Ticari Malların Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri. Hacettepe Üniversitesi (2008)*

Guardian: *Turkey cracks down on counterfeit goods* (17 Ekim 2011)

Haber7: *Esnaftan kaçak ürün uyarısı* (15 Temmuz 2015)

Havoscope, 2013

Havoscope, 2015

Hoorens, S., Hunt, P., Malchiodi, A., Pacula, R. L., Kadiyala, S., Rabinovich, L., et al. *Measuring IPR infringements in the internal market. RAND Corporation. (2012).*

Ingblad, F., & Schilling, S.- *Analysis of the Civil and Criminal Enforcement of Trademark Protection in Turkey. Ankara. (14- 18 Şubat 2011)*

ICC Türkiye - *Türkiye'de Fikri Mülkiyet Haklarının Teşvik Edilmesi ve Korunması.*

International Property Rights. *The International Property Rights Index 2014. (16 Temmuz 2015).*

IP Crime Group, *IP Crime Annual Report 2013/14, 2014*

IPSOS. *Yasadışı Tütün ve Türün Mamulleri ile Mücadeleye İlişkin Görüş ve Öneriler. (2014)*

IPR Infringement. *Facts and Figures, European Commission Taxation and Customs Union (2015)*

IPR *Infringement in the Clothing, Footwear and Accessories Sector. OHIM.*

İLESAM. (tarih yok).

İş Bankası *Beyaz Eşya Raporu*, (Mart 2016- Ayşe Betül Öztürk.)

JTI. *Tobacco Taxation Country Factbook. (2015)*

Karakuş, Ö., & Sever, M. *Fikri ve Sinaî Mülkiyet Suçları (FSMS) ile Önleme Odaklı Mücadele Stratejisi. Uluslararası Güvenlik ve Terörizm Dergisi - UGT , 4 (2), 33-52. (2013).*

Kharas, H. *The Emerging Middle Class in Developing Countries. OECD Working Paper No. 285 . (2010).*

Kharas, H., & Gertz, G. *The New Global Middle Class: A Cross-Over from West to East. Brookings Institution Press . (2010)*

KİHBİ. *Kaçakçılık İstihbarat, Harekât ve Bilgi Toplama Dairesi Başkanlığı. (2015)*

KOM. *Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele: 2013 Raporu. TC. İçişleri Bakanlığı. (2015)*

Mayring, P. *Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş. (A.Gümüş, & M. S. Durgun, Çev.) Ankara: Bilgesu yay. (2011)*

Milliyet. *Türkiye çakma ürün cenneti* (20 Şubat 2010)

Milliyet. *Okula alınan kitaplar da korsan* (14 Mayıs 2013)

Milliyet. *Kaçak sigaranın para trafiği* (14 Mayıs 2015)

Nathan Wajzman, C. A. *The economic cost of IPR infringement in the cosmetics and personal care sector: report of a pilot study. (2015)*

NetNames, *Sizing the Piracy Universe, 2013*

Netnames Report. *Counting the Cost of Counterfeiting, 2015*

NTV. *İnternette satın alınan her 3 üründen 1'i sahte* (9 Nisan 2015)

OHIM, *European Citizens And Intellectual Property: Perception, Awareness And Behaviour, 2013*

OECD. *The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy. (2008)*

OECD-EUIPO. *Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact (2015)*

Offutt, S. *Insights Gained from Efforts to Quantify the Effects of Counterfeit and Pirated Goods in the U.S. Economy. (9 Haziran 2013)*

Pacula, R. L., Kadiyala, S., Hunt, P., & Malchiodi, A. *An Alternative Framework for Empirically Measuring the Size of Counterfeit Markets. NBER Working Paper 18171 . (Haziran 2012).*

Philip Morris Sabancı. *Yasadışı Tütün ve Türün Mamulleri ile Mücadeleye İlişkin Görüş ve Öneriler. (2014)*

PWC, *Counterfeit goods in the UK, 2013*

International Anti-Counterfeiting Coalition, 2015

Radikal. *Çakma üründe 3 milyar dolar ciroyla dünya ikincisi olduk* (21 Şubat 2010)

Sabah. *Taklit çetesine şafak baskını* (24 Nisan 2011)

Sabit Fikir. *10 bin kitapçı kapandı* (24 Ocak 2011)

*Situation Report on Counterfeiting in the European Union, Europol and the Office for Harmonization in the Internal Market (2015)*

Slern, W. *Warning! Business Week. (10 Haziran 1996).*

Sophic Capital, *Counterfeiting, 2014*

Spink, J., & Fejes, Z. L. *A review of the economic impact of counterfeiting and piracy methodologies and assessment of currently utilized estimates. International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice , 36 (4), 249-271. (2012)*

TESK. (2015)

TÜBİSAD. *Donanım Bilgilendirme Notu. (2011)*

Türkiye Yayıncılar Birliği. *Yayıncılık Sektörü Verileri- Türkiye Kitap Pazarı Raporu (2014)*

TÜSİAD Yayınları, İstanbul.

T24: *Kaçak sigarada İran taktiği* (3 Ocak 2015)

UNCTAD. *Rewiev of Maritime Transport (2012)*

*United Nations Office on Drugs and Crime, Transnational Organized Crime in East Asia and the Pacific, 2013*

Wajzman, N., & Arias, C. *The economic cost of IPR infringement in the cosmetics and personal care sector:report of a pilot study. OAMI. (2015)*

Wajzman, N., Burgos, C. A., & Christopher Davies. *The economic cost of IPR infringement in the Clothing, Footwear and Accessories Sector. OHIM*

WF. (2015, 7 16). *The Global Competitiveness Report 2014–2015.*

World Customs Organization. *Illicit Trade Report 2012-2013. (2014)*

Zimmerman, A., & Chaudhry, P. *The Economics of Counterfeit Trade Governments, Consumers, Pirates and Intellectual Property Rights. Springer. (2009)*

Zurich, Risk Nexus. *Counterfeit products: new risks in global value chains, 2014*





MARKA  
KORUMA  
GRUBU