



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Ürün Güvenliği, Piyasa Gözetimi ve Denetimi ile Uygunluk Değerlendirmesi Alanlarında Farkındalığın Artırılması için Teknik Destek

Referans No.: EuropeAid/138441/IH/SER/TR

TÜKETİCİ ANKETİ RAPORU

2. Aşama

Aktivite No: 4.2.2.1





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

rn Güvenliği, Piyasa Gözetimi ve Denetimi ile Uygunluk Değerlendirmesi Alanlarında Farkındalığın Artırılması için Teknik Destek

EuropeAid/138441/IH/SER/TR

Contract N° DOGER/PSMSC/TR2014/DG/02/RA-2/SER/014

TÜKETİCİ ANKETİ RAPORU

Mart, 2021

Bu doküman Avrupa Birliği finansal yardımıyla oluşturulmuştur. Bu yayının içeriğinden sadece Norm Consulting Danışmanlık konsorsiyumu sorumlu olup hiçbir şekilde Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmemaktadır.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ	3
GRAFİK LİSTESİ	4
GİRİŞ	5
Amaç	6
Araştırma Evreni	7
Temsil için kullanılan yöntem	7
Araştırma Yaklaşımı ve Örneklem	8
Bölgelere göre dağılım	9
Veri Toplama Tekniği	10
YÖNETİCİ ÖZETİ	11
Giriş ve metodoloji	12
Demografi	12
DETAY İNCELEME	17
ARAŞTIRMA KİTLESİ (DEMOGRAFI)	18
Cinsiyet	18
Yaş dağılımı	19
Çalışma konumu	20
Eğitim düzeyi	21
Alışverişlerini kendileri mi yapıyor?	22
Alışverişlerini kendileri mi yapıyor?	23
BULGULAR	24
Bir ürünün zararsız ya da tehlikesiz olduğunu nasıl anlıyorlar?	25
Tüketicilere göre, “Fiyat – Güvenilirlik” arasındaki ilişki	27
Tüketici, ürün üzerinde ne gördüğü zaman, o ürünün zararsız/tehlikesiz olduğunu düşünüyor?... ..	29
Satın aldıkları ürünlerde CE işareti dikkatlerini çekiyor mu?	32
Tüketiciler CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyor mu?	32
CE işaretinin tüketicilere göre anlamı nedir?	33
CE işareti ile ilgili bilgi kaynakları	35
Satın aldıkları ürünlerin sağlığa tehdit oluşturabileceğini düşünüyorlar mı?	36
Bu konudaki endişelerinin boyutu nedir?	37
Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlık açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyorlar mı? ..	38
Hangi ürün gruplarının sağlığa tehdit oluşturma riskinin daha yüksek olduğu düşünülüyor?	40
Güvensiz olduğunu düşündükleri bir ürünü hiç şikâyet etmişler mi?	42
Satılan güvensiz ürünleri şikâyet edebileceklerini biliyorlar mı?	45
Nereye şikâyet edileceğini biliyorlar mı?	47
Şikâyetlerin üreticiye bir yaptırımı olduğunu biliyorlar mı?	50
Üreticiye olan bu yaptırımın, uygulandığını düşünüyorlar mı?	51
Tüketicilere göre, satılan ürünlerin güvenliğini kim denetler?	52
KULLANILAN SORU FORMU	54



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

TABLO LİSTESİ

Tablo 1	TUIK NUTS'a göre sınıflandırma	7
Tablo 2	Araştırma evreni ve örneklem dağılımı	8
Tablo 3	Araştırma kitlesinin illere göre dağılımı.....	9
Tablo 4	Araştırma kitlesinin çalışma konumuna göre dağılımı	20
Tablo 5	Araştırma kitlesinin son bitirdiği okula göre dağılımı.....	21
Tablo 6	Farklı demografik gruplara göre; "alışverişlerini kendileri mi yapıyor?"	22
Tablo 7	Farklı demografik gruplara göre; "alışverişlerini kendileri mi yapıyor?"	23
Tablo 8	Bir ürünün zararsız ya da tehlikesiz olduğunu nasıl anlıyorlar?	26
Tablo 9	Fiyat-güvenilirlik arasındaki ilişkiye katılıp katılmadıkları (Demografi)	28
Tablo 10	Bir ürünün üzerinde hangi işareti veya yazıyı gördüğünüz zaman o ürünün sizin veya ailenizin sağlığına zararsız /tehlikesiz olduğunu düşünürsünüz? (Demografi)	30
Tablo 11	CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyorlar mı?	33
Tablo 12	Satın aldığınız ürünlerin sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturabileceğini düşünüyor musunuz?.....	37
Tablo 13	Satılan ürünlerin ne kadarının sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturduğunu düşünüyorsunuz?	38
Tablo 14	Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlığınızdaki açıdan daha tehlikeli olduğunu düşünüyor musunuz?.....	39
Tablo 15	Size birazdan sayacağım ürün gruplarından hangilerinin sağlığınıza tehdit oluşturma riskinin yüksek olduğunu düşünüyorsunuz, en önemli gördüğünüz 4 tanesini belirtiniz.....	41
Tablo 16	Sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturan güvensiz bir ürününüz oldu mu?	42
Tablo 17	Güvensiz olduğunu düşündüğünüz ürünü hiç şikâyet ettiniz mi?.....	44
Tablo 18	Satılan güvensiz ürünleri şikâyet edebileceğinizi biliyor musunuz?.....	46
Tablo 19	Güvensiz olduğunu düşündüğünüz bir ürünü nereye şikâyet edersiniz? (3'lü gruplamaya göre).....	49
Tablo 20	Şikâyetiniz sonucunda üreticiye yaptırım uygulanabileceğini ve güvensiz ürünlerin bu şikâyet sonunda piyasadan toplatılabileceğini biliyor musunuz?	50



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1 Araştırma kitlesinin bölgelere göre dağılımı.....	9
Grafik 2 Araştırma kitlesinin cinsiyet dağılımı	18
Grafik 3 Araştırma kitlesinin yaş gruplarına göre dağılımı	19
Grafik 4 Araştırma kitlesinin çalışma konumuna göre dağılımı.....	20
Grafik 5 Araştırma kitlesinin son bitirdiği okula göre dağılımı	21
Grafik 6 Alışverişinizi kendiniz mi yapıyorsunuz?.....	22
Grafik 7 Alışverişinizi kendiniz mi yapıyorsunuz?.....	23
Grafik 8 Bir ürünün zararsız ya da tehlikesiz olduğunu nasıl anlıyorlar?	25
Grafik 9 Tüketicilere göre “fiyat-güvenilirlik” ilişkisi var mı?	27
Grafik 10 Bir ürünün üzerindeki işaret veya yazıya dikkat ediyorlar mı?.....	29
Grafik 11	31
Grafik 12 Satın aldığınız ürünlerde CE işareti dikkatinizi çeker mi?	32
Grafik 13 CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyorlar mı?	33
Grafik 14 CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyorlar mı?	34
Grafik 15 CE işaretinin anlamı konusundaki bilgi kaynakları.....	35
Grafik 16 Satın aldığınız ürünlerin sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturabileceğini düşünüyor musunuz?	36
Grafik 17 Satılan ürünlerin ne kadarının sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturduğunu düşünyorsunuz?	38
Grafik 18 Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlığınız açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyor musunuz?.....	39
Grafik 19 Size birazdan sayacağım ürün gruplarından hangilerinin sağlığınıza tehdit oluşturma riskinin yüksek olduğunu düşünyorsunuz, en önemli gördüğünüz 4 tanesini belirtiniz.	40
Grafik 20 Sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturan güvensiz bir ürününüz oldu mu?	42
Grafik 21 Güvensiz olduğunu düşündüğünüz ürünü hiç şikâyet ettiniz mi?	43
Grafik 22 Satılan güvensiz ürünleri şikâyet edebileceğinizi biliyor musunuz?	45
Grafik 23 Güvensiz olduğunu düşündüğünüz bir ürünü nereye şikâyet edersiniz?	48
Grafik 24 Şikâyetiniz sonucunda üreticiye yaptırım uygulanabileceğini ve güvensiz ürünlerin bu şikâyet sonunda piyasadan toplatılabileceğini biliyor musunuz?	50
Grafik 25 Şikâyetiniz sonucunda üreticiye yaptırım uygulanabileceğini ve güvensiz ürünlerin bu şikâyet sonunda piyasadan toplatılabileceğini biliyor musunuz?	51
Grafik 26 Sizce satılan ürünlerin güvenliğini kim denetler?	52



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

GİRİŞ





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Amaç

“rn Güvenliği, Piyasa Gözetimi ve Denetimi ile Uygunluk Değerlendirmesi Alanlarında Kamuoyundaki Farkındalığın Artırılması” başlıklı Avrupa Birliği teknik destek projesi 9 Ekim 2018 tarihi itibariyle başlamıştır. Ticaret Bakanlığı'nın faydalanıcı olduğu bu projenin genel amacı Avrupa Birliği teknik mevzuatının daha iyi bir şekilde uygulanması için ürün güvenliği mevzuatı, piyasa gözetimi ve denetimi ile uygunluk değerlendirmesi alanlarındaki farkındalığın arttırılmasına katkıda bulunmaktır.

Bu hedef kapsamında da hem tüketiciler tarafında hem de iktisadi işletmeler tarafında konunun farkındalığı, bilinirliği gibi temel noktaların ölçülmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla da, iki aşamalı araştırma çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Birinci Aşama: 26 şubat – 7 Mart 2019 tarihleri arasında veri toplanarak gerçekleştirilmiştir.

İkinci Aşama: Proje ile ilgili farkındalık yaratmaya yönelik çalışmaların büyük çoğunluğu tamamlandıktan sonra 2-13 şubat 2021 tarihleri arasında veri toplanarak gerçekleştirilmiştir.

Mevcut rapor her iki aşama kapsamında tüketicilerin ürün güvenliği ve piyasa gözetimi denetimi konularındaki farkındalığı ile ilgili olan karşılaştırmalı verileri içermektedir.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Araştırma Evreni

Araştırma evreni 18 ve üzeri yaş kadın ve erkekler olarak belirlenmiş ve araştırma Türkiye geneli için yapılmıştır.

Temsil için kullanılan yöntem

Araştırmada örneklem dağılımı, TUIK İBBS ya da (NUTS)'a göre sınıflandırılmış Düzey-2 (26 alt bölge) bölgesel dağılım kullanılmıştır.

Tablo 1
TUIK NUTS'a göre sınıflandırma

Kod	Düzey 1 (12 bölge)	Kod	Düzey 2 (26 alt bölge)	Düzey 3 (81 il)
TR1	İstanbul	TR10	İstanbul alt bölgesi	İstanbul
TR2	Batı Marmara	TR21	Tekirdağ alt bölgesi	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli
		TR22	Balıkesir alt bölgesi	Balıkesir, Çanakkale
TR3	Ege	TR31	İzmir alt bölgesi	İzmir
		TR32	Aydın alt bölgesi	Aydın, Denizli, Muğla
		TR33	Manisa alt bölgesi	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
TR4	Doğu Marmara	TR41	Bursa alt bölgesi	Bursa, Eskişehir, Bilecik
		TR42	Kocaeli alt bölgesi	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TR5	Batı Anadolu	TR51	Ankara alt bölgesi	Ankara
		TR52	Konya alt bölgesi	Konya, Karaman
TR6	Akdeniz	TR61	Antalya alt bölgesi	Antalya, Isparta, Burdur
		TR62	Adana alt bölgesi	Adana, Mersin
		TR63	Hatay alt bölgesi	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TR7	Orta Anadolu	TR71	Kırıkkale alt bölgesi	Kırıkkale, Aksaray, Niğe, Nevşehir, Kırşehir
		TR72	Kayseri alt bölgesi	Kayseri, Sivas, Yozgat
TR8	Batı Karadeniz	TR81	Zonguldak alt bölgesi	Zonguldak, Karabük, Bartın
		TR82	Kastamonu alt bölgesi	Kastamonu, Çankırı, Sinop
		TR83	Samsun alt bölgesi	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
TR9	Doğu Karadeniz	TR90	Trabzon alt bölgesi	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
TRA	Kuzeydoğu Anadolu	TRA1	Erzurum alt bölgesi	Erzurum, Erzincan, Bayburt
		TRA2	Ağrı alt bölgesi	Ağrı, Kars, İğdır, Ardahan
TRB	Ortadoğu Anadolu	TRB1	Malatya alt bölgesi	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli
		TRB2	Van alt bölgesi	Van, Muş, Bitlis, Hakkâri
TRC	Güneydoğu Anadolu	TRC1	Gaziantep alt bölgesi	Gaziantep, Adıyaman, Kilis
		TRC2	şanlıurfa alt bölgesi	şanlıurfa, Diyarbakır
		TRC3	Mardin alt bölgesi	Mardin, Batman, şırnak, Siirt



Araştırma Yaklaşımı ve rneklem

Araştırmada; 18 ve üzeri yaştaki 1.000 kişiden ekte yer alan yapılaştırılmış soru formu aracılığı ile yukarıda sözü edilen dönemlerde veri derlenmiştir.

Bu rneklem hacmi (1000 kişi); %0,95 güven aralığında, artı/eksi yüzde 3,1 hata payı ile zmlenme yapmaya olanak tanıyan bir büyüklüktür. Bu amaçla söz konusu 26 alt bölgeye giren illerde 18+ yaş 1000 kişiden veri toplanmış ve bunların dağılımlı da söz konusu illerin toplamdan aldıkları ağırlılığına göre dağıtılmıştır.

Tablo 2

Araştırma evreni ve örneklem dağılımlı

Düzey 1 (12 bölge)	Kod	Düzey 2 (26 alt bölge)	rneklem
İstanbul	TR10	İstanbul alt bölgesi	282
Batı Marmara	TR21	Tekirdağ alt bölgesi	19
	TR22	Balıkesir alt bölgesi	23
Ege	TR31	İzmir alt bölgesi	111
	TR32	Aydın alt bölgesi	18
	TR33	Manisa alt bölgesi	25
Doğu Marmara	TR41	Bursa alt bölgesi	52
	TR42	Kocaeli alt bölgesi	31
Batı Anadolu	TR51	Ankara alt bölgesi	102
	TR52	Konya alt bölgesi	37
Akdeniz	TR61	Antalya alt bölgesi	43
	TR62	Adana alt bölgesi	36
	TR63	Hatay alt bölgesi	27
Orta Anadolu	TR71	Kırıkkale alt bölgesi	7
	TR72	Kayseri alt bölgesi	21
Batı Karadeniz	TR81	Zonguldak alt bölgesi	11
	TR82	Kastamonu alt bölgesi	6
	TR83	Samsun alt bölgesi	22
Doğu Karadeniz	TR90	Trabzon alt bölgesi	15
Kuzeydoğu Anadolu	TRA1	Erzurum alt bölgesi	12
	TRA2	Ağrı alt bölgesi	7
Ortadoğu Anadolu	TRB1	Malatya alt bölgesi	11
	TRB2	Van alt bölgesi	16
Güneydoğu Anadolu	TRC1	Gaziantep alt bölgesi	31
	TRC2	şanlıurfa alt bölgesi	24
	TRC3	Mardin alt bölgesi	11
TOPLAM			1000



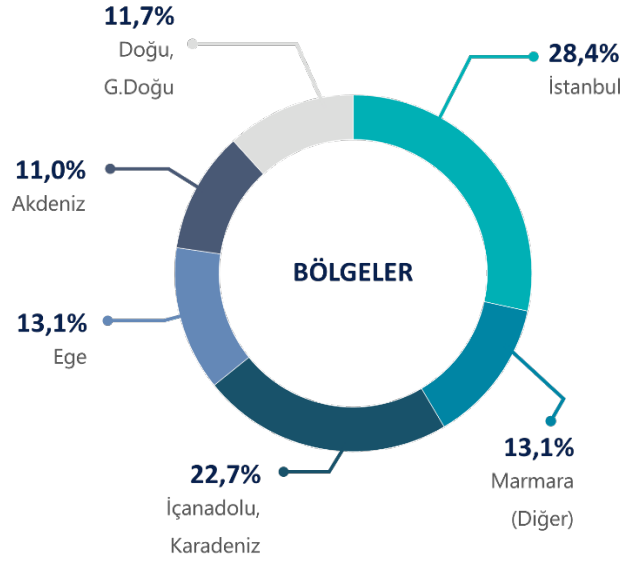
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Bölgelere göre dağılım

Araştırma, TUIK Nuts-2 sınıflamasına göre yapıldığı için, görüşülenlerin dağılımı da buna uygun olarak çıkmıştır. Aşağıda hem ikamet ettikleri il bazında hem de bölge bazında sergilemeye yer verilmiştir. Bölgeler ileride analiz edilmeye uygun olarak da belirlenmiş buna göre Marmara'yı İstanbul ve Diğer Marmara olarak da iki ayrı bölge gibi düşünölmüştür.

Grafik 1

Araştırma kitlesinin bölgelere göre dağılımı



Tablo 3

Araştırma kitlesinin illere göre dağılımı

	Sayı	%
Adana	36	3,90%
Ağrı	7	0,70%
Ankara	102	10,20%
Antalya	43	4,40%
Aydın	18	2,10%
Balıkesir	23	2,30%
Bursa	52	5,50%
Erzurum	12	1,20%
Gaziantep	31	3,10%
Hatay	27	2,70%
İstanbul	282	28,40%
İzmir	111	8,40%
Kastamonu	6	0,60%
Kayseri	21	2,40%

	Sayı	%
Kırıkkale	7	0,60%
Kocaeli	31	3,40%
Konya	37	3,90%
Malatya	11	1,30%
Manisa	25	2,60%
Mardin	11	1,20%
Samsun	22	2,40%
Şanlıurfa	24	2,60%
Tekirdağ	19	1,90%
Trabzon	15	1,40%
Van	16	1,60%
Zonguldak	11	1,20%
TOPLAM	1.000	100,00%



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Veri Toplama Tekniği

Araştırmada veriler; konusunda uzman bir yazılım olan “MyCati” isimli CATI (Computer Assisted Telephone Interview) sistemi aracılığı ile telefonla toplanmıştır.

Bu amaçla; her bölgeye düşen il veya iller için rastlantısal olarak seçilmiş ve her ilin örneklemine uygun, çok sayıda telefon numarası sisteme yüklenmiş ve yine sistemin otomatik olarak rastlantısal telefon numaralarını araması ile gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada NUTS-2 bölge kotası dışında, cinsiyet ve yaş kotası da uygulanmıştır.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

YÖNETİCİ ÖZETİ





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Giriş ve Metodoloji

“Ürün Güvenliği, Piyasa Gözetimi ve Denetimi ile Uygunluk Değerlendirmesi Alanlarında Kamuoyundaki Farkındalığın Artırılması” teknik destek projesi 9 Ekim 2018 tarihi itibariyle başlamıştır. Ticaret Bakanlığı’nın faydalanıcı olduğu bu projenin genel amacı Avrupa Birliği teknik mevzuatının daha iyi bir şekilde uygulanması için ürün güvenliği mevzuatı, piyasa gözetimi ve denetimi ile uygunluk değerlendirmesi alanlarındaki farkındalığın arttırılmasına katkıda bulunmaktadır.

Bu hedef kapsamında da hem tüketici tarafında hem de iktisadi işletmeler tarafında konunun farkındalığı, bilinirliği gibi temel noktaların ölçülmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla da her biri 1000 kişiden oluşan iki aşamalı araştırma çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Birinci Aşama: 26 Şubat – 7 Mart 2019 tarihleri arasında veri toplanarak gerçekleştirilmiştir.

İkinci Aşama: Proje ile ilgili farkındalık yaratmaya yönelik çalışmaların büyük çoğunluğu tamandıktan sonra 2-13 Şubat 2021 tarihleri arasında veri toplanarak gerçekleştirilmiştir.

Mevcut rapor her iki aşama kapsamında tüketicilerin ürün güvenliği ve piyasa gözetimi denetimi konularındaki farkındalığı ile ilgili olan karşılaştırmalı verileri içermektedir.

Demografi

Her iki araştırmanın da karşılaştırılabilir olması açısından gerek bölgesel dağılımlar gerekse demografik dağılımları aynı tutulmuştur.

Bir ürünün zararsız ya da tehlikesiz olduğunu nasıl anlıyorlar?

Araştırma kitlesine “Bir ürünün sizin veya ailenizin sağlığınıza zararsız/tehlikesiz olduğunu nasıl anlarsınız?” sorusu yöneltilmiştir. Kitlenin büyük çoğunluğunun ürün üstündeki açıklamalara, ürünün markasına ve ürünün yapıldığı malzemeye bakarak ürünün güvenliği konusunda kendi fikrini oluşturmaya çalıştığını gözlemliyoruz.

Önemli olan bir değişim, bu konuya “pek dikkat etmediğini” belirten kesimde gözlemleniyor: “Dikkat etmem” diyenlerin oranı %7,01’den 4,10’a düşmüş durumda, başka bir değişle 2019 yılıyla karşılaştırıldığında **dikkat etmeyenlerin oranında %43’lük bir azalma** söz konusudur. Ayrıca ürünün yapıldığı malzemeyi inceleyen kesimde **de %10’luk bir artış** gözlemlenmektedir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Tüketicilere göre, “Fiyat – Güvenilirlik” arasındaki ilişki

Kitlenin hemen hemen yarısının, fiyatla ürün güvenilirliği arasında bir ilişki kurduğu 2019 anketinde de gözlemlenmişti. Bu sonuç 2021’de de benzer şekilde fiyat-güvenilirlik arasında bir bağ kurmadıklarını belirtenlerin oranı **%32,60 dan % 37,10’a yükselmiştir.**

Bu sonuç tüketicinin artık biraz daha fiyattan bağımsız olarak başka konulara dikkat etmesi ile ilgili bir iyileşmeye işaret etmektedir.

Tüketici, ürün üzerinde hangi işareti gördüğu zaman, o ürünün zararsız/tehlikesiz olduğunu düşünüyor?

Kitlenin büyük çoğunluğu bu konuda duyarlı bir tutum sergiliyor, ürün üzerindeki bir yazıya, işarete, son kullanma tarihine bakarak ürün hakkında bir fikir sahibi oluyor. 2019 yılı ile karşılaştırıldığında ise yine bu alanda da bir duyarlılık artışı gözleniyor. Ürün üzerindeki bir yazıya, işarete bakma eğilimi, **%65,47’den %74,55’e** yükselmiş durumdadır ve farkındalık artışının daha çok, 2019 yılı sonuçlarına göre daha az duyarlı olduğu görülen **genç kesimde** olduğu gözlenmiştir.

Satın aldıkları ürünlerde CE işareti dikkatlerini çekiyor mu?

Hemen hemen her üç kişiden ikisi, ürün satın alırken CE işaretinin dikkatlerini çektiğini belirtiyor (%62,74). Bu oran 2019 yılında da benzer düzeydeydi, fakat ürünlerin üzerindeki işaretlere dikkat etme oranı söz konusu olduğunda **18-29 yaş grubundaki artış** dikkat çekmektedir. 2019 yılında bu yaş grubundaki kitlenin **%54’ ü** işaretlere dikkat ettiğini belirtirken 2021 yılında bu oran **% 74,70** e yükselmiş durumda.

Tüketiciler CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyor mu?

CE işaretinin anlamını doğru bilenlerin oranı 2019 yılı ile karşılaştırıldığında **%22,39’dan %30,55’e** yükselmiş durumdadır. Bu oran CE işaretinin anlamının bilinmesi konusunda %36’lık bir artışa tekabül etmektedir. Yaş grupları bazında incelendiğinde ise **18-29 yaş** arası kesimdeki CE işaretinin anlamını doğru bilenlerin oranının **%7,65’den %17,34** yükselmesi önemli ve dikkat çeken bir diğer noktadır.

CE işaretinin tüketicilere göre anlamı nedir?

CE işaretinin anlamını bilenler daha çok “Ürünün güvenli olduğu” ve “Avrupa Birliği, ulusal ve uluslararası standartlara uygun” ifadelerini kullanırken, genel olarak standartlara uyumun ürün güvenliğinin bir göstergesi olarak algılanmaya başlandığı ve CE işaretinin standartlarla birlikte anılmaya başlandığı da söylenebilir. Bununla birlikte CE işaretinin “sağlığa zarar vermeyen ürün” anlamına geldiğini düşünenlerin oranında da %100 lük bir artış olduğu gözlemlenmiştir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Satın aldıkları ürünlerin sağlığa tehdit oluşturabileceğini düşünüyorlar mı?

Araştırmada “Satın aldığınız ürünlerin sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturabileceğini düşünüyor musunuz?” sorusu yönelti miş ve kitlenin çoğunluğunun (%62,72) bu konuda endişeli olduğu öğrenilmiştir. Bu oran 2019 yılında %68,82 idi, ayrıca bu konuda fikri olmayanların oranı da %6,87 den %1,60 a gerilemiş durumdayken, piyasadaki ürünlerin **güvenli olduğunu düşünenlerin oranı** ise **%24,30’** dan **%35,68’e** yükselmiş durumdadır. Endişe duyma oranındaki bu azalış ve ürünlerin tehdit oluşturmadığını düşünen kesimdeki artış tüketicilerin piyasada bulunan ürünlerin güvenli olduğuna dair inançlarının artma trendinde olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Yaş grupları bazında incelediğimizde 29 yaş üzeri tüm gruplarda bu konudaki endişe azalışı gözlemlenirken (%75’lerden %66’lara) **18-29 yaş grubundaki** kesimde bu oran **%49,17’ den %55,81** civarına yükselmiştir. Bu yaş grubundaki artış dikkat çekmekle birlikte, 2019 verilerden bildiğimiz üzere, bu yaş grubundaki kitlenin **ürün güvenliği konusunda daha duyarlı bir konum sergilemeye başladığının** bir göstergesi de olabilir.

2019 yılında endişe duyan kesimin **%56,53’** ü aldıkları ürünün hemen hemen hepsi veya büyük çoğunluğunun sağlığa tehdit oluşturduğu düşüncesindeydi. 2021 verilerine göre endişe duyan kesimin sadece **%45,88’** i aynı görüşü paylaşıyor. Önemli olan başka bir veri ise bu konuda fikri olmayanların oranındaki azalıştır.

Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlık açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyorlar mı?

Tüketicilere göre, bazı ürünler sağlık açısından daha tehlikeli olabilir mi? Bu sorunun yanıtını alabilmek için araştırma kitlesine; “Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlığınız açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yönelti miştir. Kitlenin büyük bir bölümüne (%85,97) göre, “evet bazı ürünler sağlık açısından daha tehlikeli” görölüyor. Bu oran 2019’a göre hemen hemen **2 puan artış** göstermiştir. Bu konuda kamu olmak üzere ücretli çalışanlar ve eğitimliler başı çekerken dikkat çeken başka bir nokta ise, 2019’a kıyasla yaş gruplarına bakıldığında **18-29 yaş** arası kesimdeki artıştır. Bu doğrultuda **gençlerin bu konudaki farkındalığının artmış** olduğu söylenebilir.

Hangi ürün gruplarının sağlığa tehdit oluşturma riskinin daha yüksek olduğu düşünölüyor?

Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlık açısından daha tehlikeli olduğunu düşünen %86’lık bir kesim bulunmaktadır. Buna göre de söz konusu kitlenin %80’inin, tüm kitlenin ise %68’inin riskli ürün sıralamasında “**deterjanları**” ilk sıraya koyduğu görölümüştür. Bu açıdan





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

ikinci sırayı “**kozmetik ürünler**” üçüncü sırayı ise “**oyuncaklar**” almıştır. Sıralama 2019 yılı ile aynı olmakla birlikte, **asansörleri** diğerlerine göre daha **riskli ürünler arasında** gören kişilerin oranında ciddi bir **yükselme** de gözlemlenmektedir. 2019 yılında kitlenin **%14,59'** u bu ürün grubunu riskli görürken, 2021 yılında **%20,35'i** riskli olarak adlandırmaktadır ki bu da **%40'lık** bir artışa tekabül etmektedir.

Sağlığa tehdit oluşturan güvensiz bir ürünleri olmuş mu?

Hemen hemen her üç kişiden birinin böyle bir ürününün olduğu öğrenilmiştir (**%29,92**). Bu oran 2019 yılında da benzer bir düzeydeydi (%30,43). Bu sorunun cevapları 2019 yılıyla karşılaştırıldığında en önemli farkın “fikir beyan edenlerdeki” artış olduğu söylenebilir (%91,98→%97,57). Fikir beyan etme konusundaki bu artış genel anlamda ürün güvenliği konusundaki farkındalığın artmasıyla açıklanabilir. Ayrıca güvensiz ürünlerle karşılaştıklarını belirten 18-29 yaş aralığındaki kesimde de **%10** oranında bir artış gözlemlenmiştir (%24→%27) ki bu durumda bu yaş grubundaki bir farkındalık artışının sonucu olarak değerlendirilebilir.

Güvensiz olduğunu düşündükleri ürünü hiç şikâyet etmişler mi?

Yukarıda belirtilen yaklaşık %30'luk, güvensiz ürünlerinin olduğunu söyleyen kesime, “*hiç şikâyet ettiniz mi?*” sorusu yöneltilmiş ve alınan yanıtlar bu kitlenin **%44'**ünün **şikâyette bulunduğunu** göstermiştir. Bu oran **2019** yılında **%41** idi. Güvenli olmayan ürünlerin şikâyet edilmesi konusunda da bir artış gerçekleşmiştir.

Satılan güvensiz ürünleri şikâyet edebileceklerini biliyorlar mı?

Tüm kitlenin **%13,12'si** zaten bir şikâyette bulunmuş durumda. Bu oran 2019 yılında **%12,52** idi. Geriye kalan kesim her ne kadar şikâyette bulunmasa da tüm kitle içerisinde **%77,9'luk** kesim böyle bir haklarının olduğunu biliyor. Dolayısıyla, hali hazırda şikâyette bulunmuş kesim de eklendiğinde toplumun büyük bir bölümü (**%91**) böyle bir haklarının olduğunun bilincinde. **Tüketicilerin şikâyet etme haklarını bilme oranında da bir artış gözlemlenmektedir.** Bu oran **2019** yılında **%86** civarındaydı.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Nereye Şikayet edileceğini biliyorlar mı?

Bu konudaki başvuru merciini Piyasa Gözetimi ve Denetimi Kuruluşları, Tüketiciler Dernekleri veya CİMER olarak belirtenlerin oranı **%64,65** olarak gözükmekte. **2019 yılına kıyasla (%56,31) bu orandaki artış dikkat çekicidir.** Bu haklarının olduğunu bilmesine rağmen, nereye başvuracağını bilemeyen %3'lk de bir kesim mevcut. Kitleyi 3 gruba da ayırmak mümkün:

- 1) **Formal** (Piyasa gözetimi ve denetimi kuruluşları, Tüketiciler dernekleri, CİMER) gibi başvuru mercilerini belirtenler:
(2019'da %56,31 - 2021'de %64,65)
- 2) **İnformal** (rnn satın alındığı yer) başvuru mercilerini belirtenler:
(2019'da %24,64 - 2021'de %21,99)
- 3) Bu hakkı bilmeyen, kullanmayan ya da nereye başvurabileceğinden habersiz olanlar:
(2019'da %19,05 - 2021'de %13,36)

Nereye Şikayet etmesi gerektiğini bilmeyen kesimde **%30'lk bir azalma** ve formal Şikayet mercilerinin farkında olan kesimde ise **%15'lik bir artış** söz konusudur. Her iki bulgu da bu alanda ciddi bir **farkındalık artışına** işaret etmektedir.

Őikayetlerin üreticiye bir yaptırım olduğunu biliyorlar mı?

Hemen hemen her dört kişiden  (**%73**) bu soruya "evet" yanıtını vermiştir. 2019 yılında bu oran **% 67** idi, dolayısıyla Şikâyetlerin üreticiye bir yaptırım olduğunu düşünen kesimde de farkındalığın arttığını gözlemliyoruz. Bu bulgu aynı zamanda **Piyasa Gözetimi ve Denetimine olan inancın da arttığının bir göstergesi** olarak yorumlanabilir.

Üreticiye olan bu yaptırımın, uygulandığını düşünüyorlar mı?

Yukarıda belirtilen %73'lk kesime, "Peki bu tür ürünlerin piyasadan toplatıldığını düşünüyor musunuz?" sorusu sorularak, bu yaptırımların uygulanıp uygulanmadığına ilişkin inançları sorgulanmıştır. Kitlenin **%46,72'si** (ki 2019 yılında bu oran **%38'di**) bu **yaptırımın uygulanacağını düşünüyor**. Bu alanda da %23'lk bir iyileşme söz konusu. Sadece %8,5'lk bir kesim ise bu konuda bilgi sahibi olmadığını beyan etmiştir. Bilgi sahibi olma açısından da karşılaştırıldığında **%50'lik** bir bilinç artışı olduğu söylenebilir. 2019 yılında bu oran %12,50 idi.

Tüketicilere göre, satılan ürünlerin güvenliğini kim denetler?

Kitlenin büyük bir bölümü (**%85,26**) bu denetimi **ilgili bakanlık** ya da müdürlüklerin yaptığını belirtiyor. 2019 yılında bu soruya kitlenin sadece **%65,64'** doğru cevap vermekteydi. Bu konuda da ciddi bir farkındalık artışı gözlenmektedir.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

DETAY İNCELEME



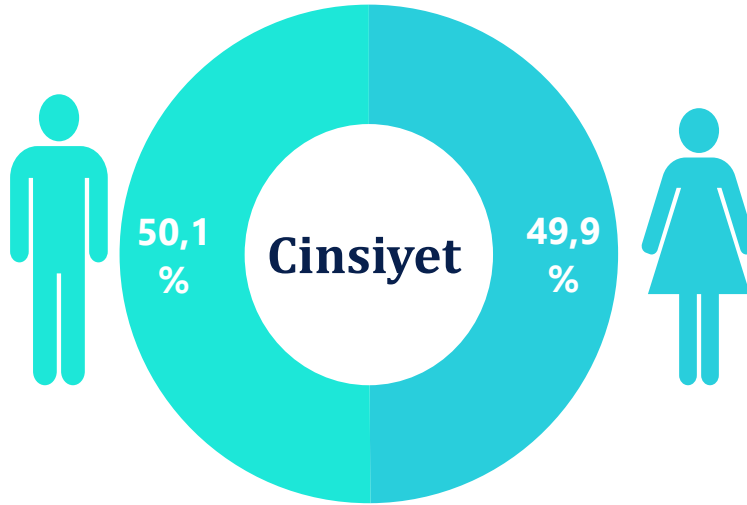
ARAŞTIRMA KİTLESİ (Demografi)

2021 araŐtirması ile 2019 yılında yapılan araŐtirma bulguları karŐılaŐtırılacađından, her iki araŐtirmanın da gerek coğrafi gerekse sosyo demografik özellikleri bire bir aynı tutulmuştur.

Cinsiyet

Kitle Türkiye gerçeklerine uygun olarak kadın ve erkekler olmak üzere, hemen hemen iki eŐit parçaya dağılmıştır.

Grafik 2
AraŐtirma kitlesinin cinsiyet dağılımı





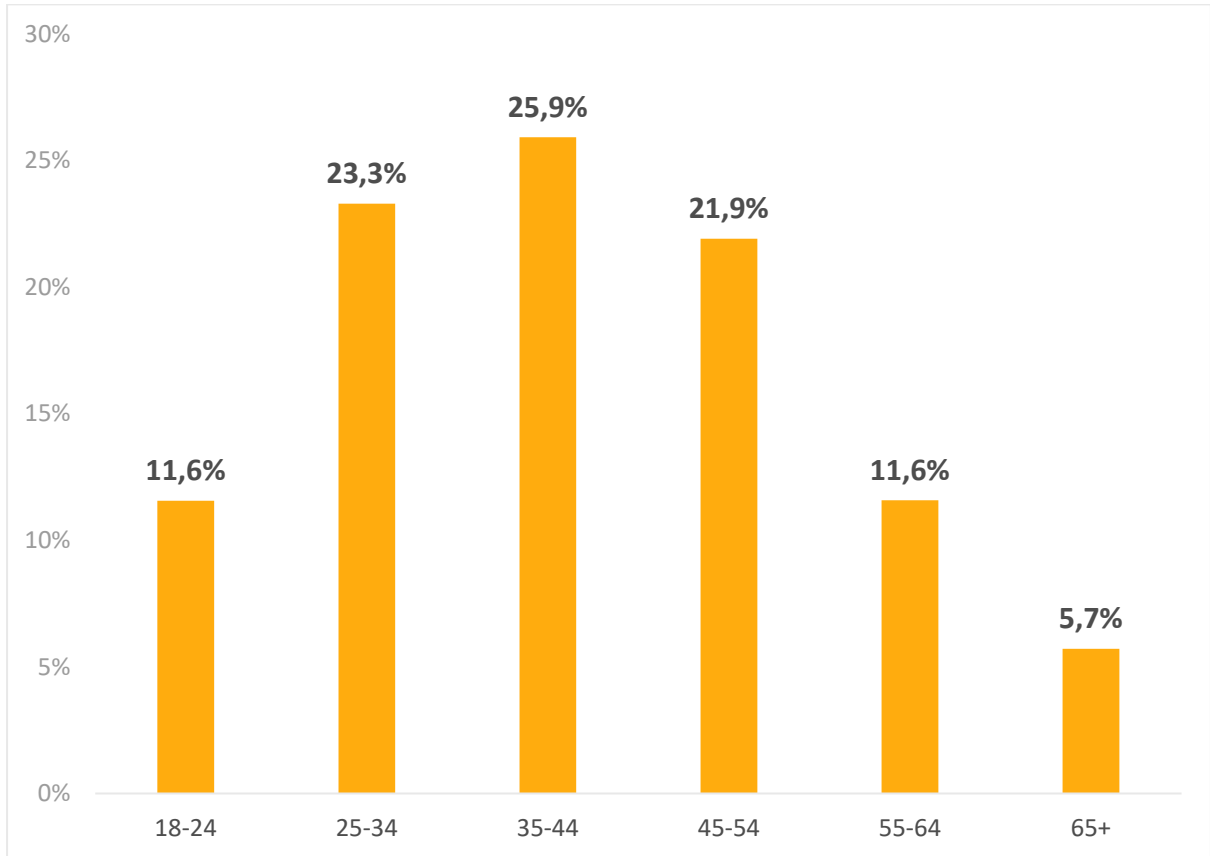
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Yaş dağılımı

Araştırma kitlesinin ortalama yaşı 41 olarak hesaplanmıştır.

Grafik 3

Araştırma kitlesinin yaş gruplarına göre dağılımı





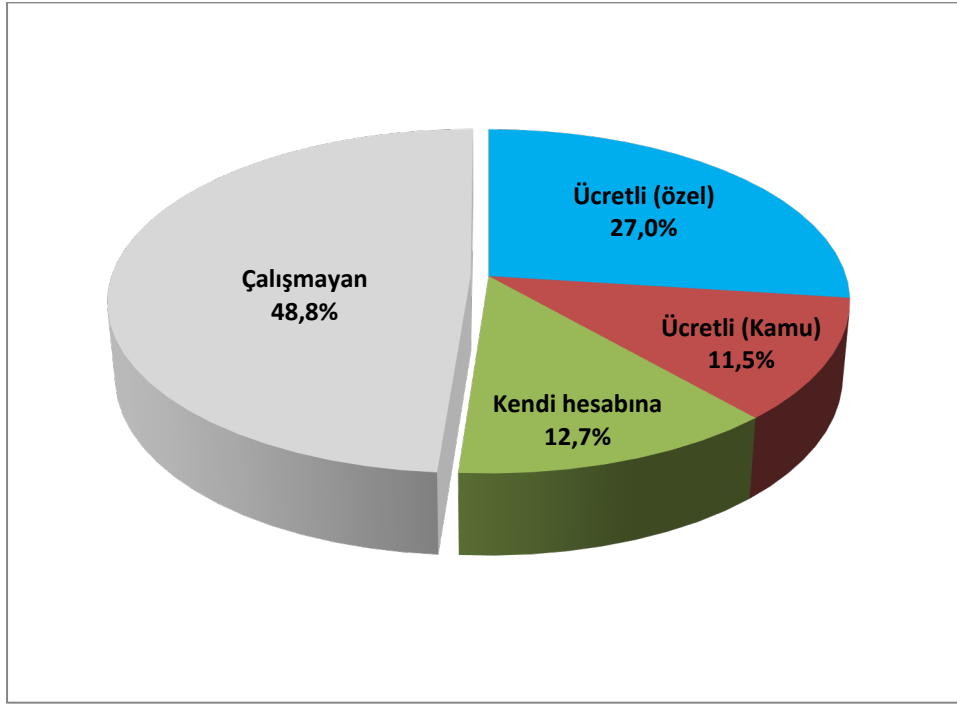
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Çalışma konumu

Araştırma kitlesinin hemen hemen yarısı çalışanlardan oluşmuştur.

Grafik 4

Araştırma kitlesinin çalışma konumuna göre dağılımları



Tablo 4

Araştırma kitlesinin çalışma konumuna göre dağılımları

	Sayı
ÇALIşANLAR	51,15%
Kamuda ücretli-maaşlı çalışan	11,48%
Kendi hesabına çalışan (işveren, esnaf vb.)	12,65%
Özel sektörde ücretli-maaşlı çalışan	27,02%
ÇALIşMAYANLAR	48,85%
Emekli, çalışmayan	16,57%
Evhanımı	19,50%
İşsiz	8,19%
Öğrenci	4,60%
TOPLAM	100,00%



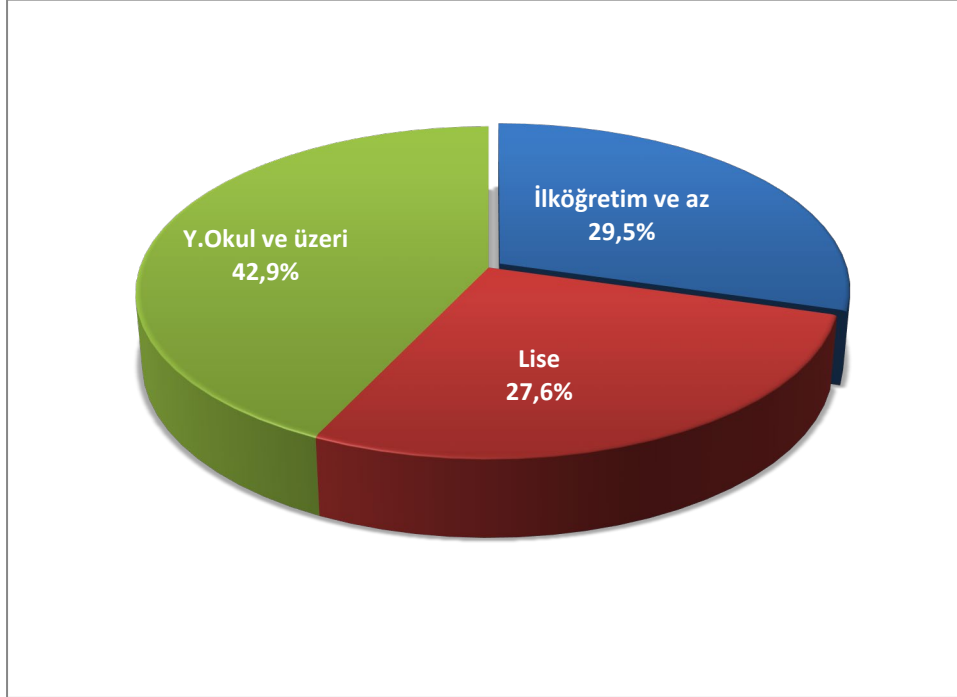
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Eğitim düzeyi

Araştırma kitlesinin hemen hemen üçte ikisi lise ve üzeri öğrenimli kesimden oluşmuştur.

Grafik 5

Araştırma kitlesinin son bitirdiği okula göre dağılımı



Tablo 5

Araştırma kitlesinin son bitirdiği okula göre dağılımı

	%
Okul bitirmemiş	1,70%
İlkokul mezunu (5 yıl)	16,91%
Ortaokul veya ilköğretim mezunu (8 yıl)	10,91%
Lise mezunu	27,56%
Yüksek Okul (2 yıl)	6,92%
Üniversite	33,98%
Master/Doktora	2,02%
TOPLAM	100,00%



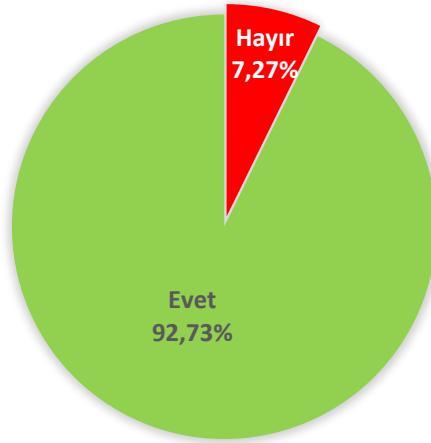
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Alışverişlerini kendileri mi yapıyor?

Kitlenin neredeyse tamamına yakını alışverişlerini kendilerinin yaptığını belirtiyor.

Grafik 6

Alışverişinizi kendiniz mi yapıyorsunuz?



Tablo 6

Farklı demografik gruplara göre; "alışverişlerini kendileri mi yapıyor?"

	Evet	Hayır	Toplam		Evet	Hayır	Toplam
Çalışma konumuna göre;				Cinsiyete göre;	0,00%	0,00%	0,00%
ÇALIŞANLAR	95,35%	4,65%	100,00%	Erkek	93,21%	6,79%	100,00%
1. Ücretli (Özel)	95,38%	4,62%	100,00%	Kadın	92,25%	7,75%	100,00%
2. Ücretli (Kamu)	97,26%	2,74%	100,00%				
3. Kendi hesabına	93,56%	6,44%	100,00%	Yaş gruplarına göre;			
ÇALIŞMAYANLAR	89,98%	10,02%	100,00%	18-29	94,14%	5,86%	100,00%
4. Emekli çalışmayan	90,68%	9,32%	100,00%	30-39	92,31%	7,69%	100,00%
5. Diğer çalışmayan	89,62%	10,38%	100,00%	40-49	94,69%	5,31%	100,00%
				50+	90,32%	9,68%	100,00%
Bölgelere göre;				Eğitim düzeyine göre;			
1.İstanbul	93,33%	6,67%	100,00%	1.İlköğretim ve az	91,51%	8,49%	100,00%
2.Marmara (Diğer)	90,83%	9,17%	100,00%	2.Lise	92,49%	7,51%	100,00%
3.İçanadolu/Karadeniz	88,88%	11,12%	100,00%	3.Y.Okul ve üzeri	93,72%	6,28%	100,00%
4.Ege	94,77%	5,23%	100,00%				
5.Akdeniz	94,99%	5,01%	100,00%	GENEL	92,73%	7,27%	100,00%
6.Doğu/G.Doğu	96,45%	3,55%	100,00%				



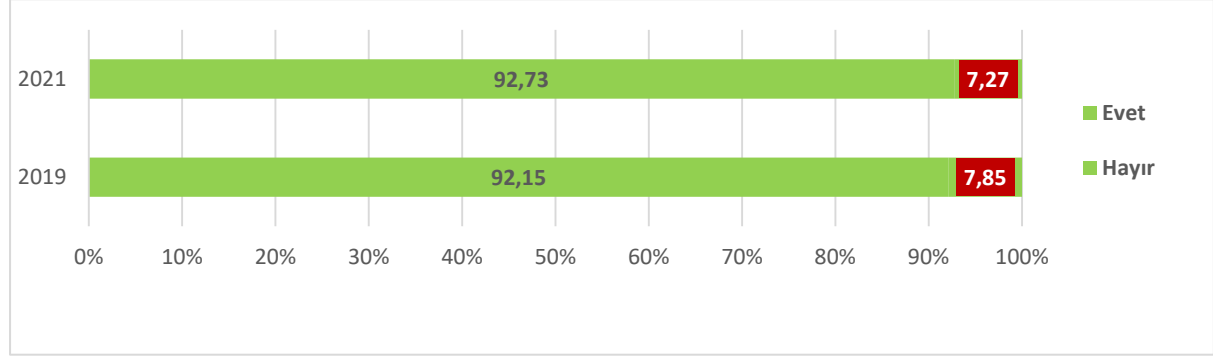
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Alışverişlerini kendileri mi yapıyor?

Yine kitlenin neredeyse tamamına yakını alışverişlerini kendilerinin yaptığını belirtiyor.

Grafik 7

Alışverişinizi kendiniz mi yapıyorsunuz?



Tablo 7

Farklı demografik gruplara göre; “alışverişlerini kendileri mi yapıyor?”
(“EVET” DİYENLER)

	2019	2021
Çalışma konumuna göre;		
ÇALIŞANLAR	94,62%	95,35%
1. Ücretli (Özel)	92,72%	95,38%
2. Ücretli (Kamu)	97,67%	97,26%
3. Kendi hesabına	95,90%	93,56%
ÇALIŞMAYANLAR	89,56%	89,98%
4. Emekli çalışmayan	92,94%	90,68%
5. Diğer çalışmayan	87,82%	89,62%
Bölgelere göre;		
1.İstanbul	92,75%	93,33%
2.Marmara (Diğer)	96,01%	90,83%
3.İç Anadolu/Karadeniz	89,75%	88,88%
4.Ege	94,09%	94,77%
5.Akdeniz	92,21%	94,99%
6.Doğu/G.Doğu	88,76%	96,45%
Cinsiyete göre;		
Erkek	92,37%	93,21%
Kadın	91,92%	92,25%
Yaş gruplarına göre;		
18-29	89,01%	94,14%
30-39	92,45%	92,31%
40-49	95,45%	94,69%
50+	91,64%	90,32%
Eğitim düzeyine göre;		
1.İlköğretim ve az	88,27%	91,51%
2.Lise	91,85%	92,49%
3.Y.Okul ve üzeri	95,00%	93,72%
GENEL	92,15%	92,73%



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

BULGULAR



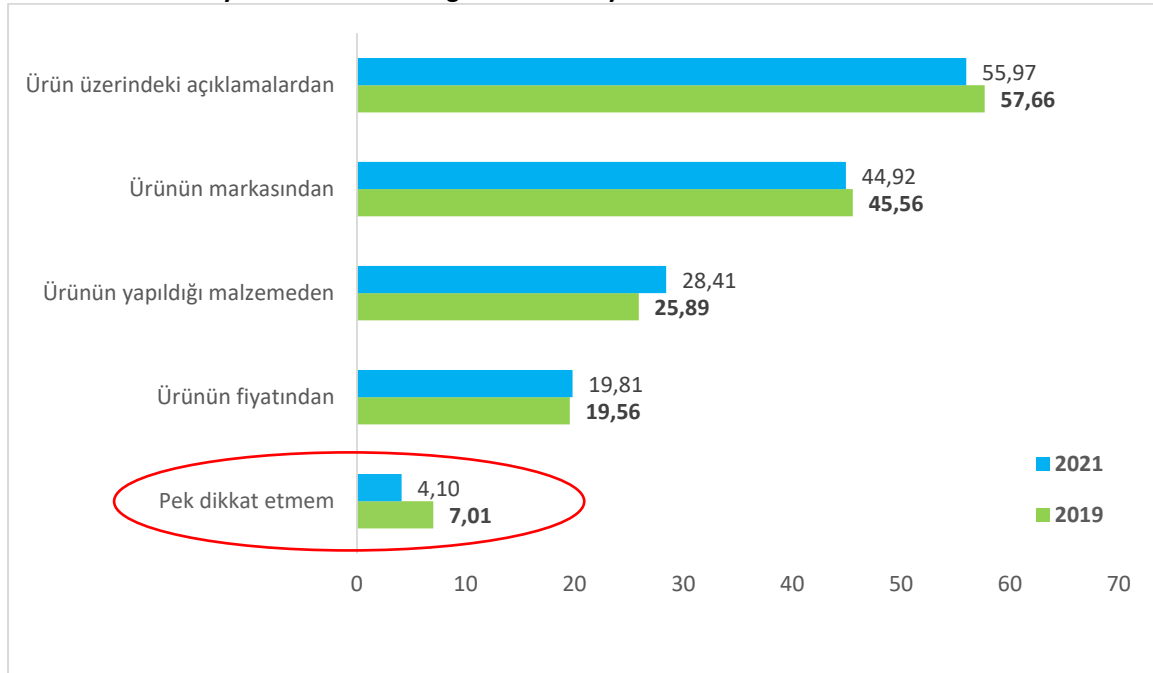
Bir ürünün zararsız ya da tehlikesiz olduğunu nasıl anlıyorlar?

Araştırma kitlesine “Bir ürünün sizin veya ailenizin sağlığınıza zararsız/tehlikesiz olduğunu nasıl anlarsınız?” sorusu yöneltilmiştir. Kitlenin büyük çoğunluğunun ürün üstündeki açıklamalara, ürünün markasına ve ürünün yapıldığı malzemeye bakarak ürünün güvenliği konusunda kendi fikrini oluşturmaya çalıştığını gözlemliyoruz.

nemli olan bir değişim, bu konuya “pek dikkat etmediğini” belirten kesimde gözleniyor: “Dikkat etmem” diyenlerin oranı %7,01’den 4,10’a düşmüş durumda, başka bir değişle 2019 yılıyla karşılaştırıldığında dikkat etmeyenlerin oranında %43’lk bir azalma söz konusu.

Grafik 8

Bir ürünün zararsız ya da tehlikesiz olduğunu nasıl anlıyorlar?



Aşağıdaki tablodan da görülebileceği gibi; “rn üzerindeki açıklamalara” daha çok;

- ✓ Kadınların,
- ✓ 30-49 yaş arasındaki orta kuşağın,
- ✓ Eğitimi kesimin,
- ✓ Kamu alışanlarının,
- ✓ ve Ege bölgesi tüketicilerinin

baktığı grlyor.

“Pek dikkat etmediğini” belirtenlerin ise hemen hemen tüm kesimlerde azaldığı gözlenmiştir. **Başka bir ifade ile her kesimde farkındalık biraz daha artmıştır.**



Ayrıca ürünün yapıldığı malzemeyi inceleyen kesimde %10luk bir artış gözlemlenmektedir.
(% 25,89 → % 28,41)

Tablo 8

Bir ürünün zararsız ya da tehlikesiz olduğunu nasıl anlıyorlar?

	Pek dikkat etmem		Ürün üzerindeki açıklamalardan		Ürünün fiyatından		Ürünün markasından		Ürünün yapıldığı malzemeden	
	2019	2021	2019	2021	2019	2021	2019	2021	2019	2021
Cinsiyete göre;										
Erkek	8,41	4,34	52,80	52,67	19,62	21,19	51,15	48,69	25,96	24,60
Kadın	5,61	3,87	62,55	59,29	19,50	18,43	39,94	41,13	25,81	32,23
Yaş gruplarına göre;										
18-29	8,54	2,13	45,92	57,14	16,43	13,99	41,71	36,47	25,27	29,31
30-39	4,32	4,42	62,10	60,71	19,22	17,37	47,69	44,64	29,24	29,64
40-49	5,95	4,92	66,54	55,64	19,83	23,13	43,95	46,43	22,08	30,54
50+	9,18	4,73	55,62	50,88	22,19	24,05	48,05	50,80	26,46	24,74
Eğitim düzeyine göre;										
1.İlköğretim ve az	12,93	9,80	46,34	45,23	25,15	23,15	48,93	44,90	19,08	19,99
2.Lise	6,79	1,83	56,19	56,65	17,38	16,76	45,13	45,66	24,52	26,77
3.Y.Okul ve üzeri	3,08	1,64	66,40	62,93	17,12	19,48	43,50	44,46	31,45	35,25
Çalışma konumuna göre;										
ÇALIŞANLAR	6,61	2,65	58,04	59,87	18,44	17,68	45,34	46,39	26,73	30,02
1. Ücretli (Kamu)	6,90	0,69	54,85	62,81	20,13	22,78	46,12	49,97	30,32	35,97
2. Ücretli (Kamu)	4,18	4,11	67,29	58,45	21,05	18,19	39,18	49,55	20,90	24,84
3. Kendi hesabına	8,18	2,80	56,45	59,29	12,45	15,28	49,26	43,39	24,36	29,91
ÇALIŞMAYANLAR	7,44	5,62	57,27	51,89	20,74	22,05	45,78	43,38	25,01	26,72
4. Emekli çalışmayan	8,96	4,84	57,85	51,24	21,60	25,11	48,95	50,97	27,69	25,83
5. Diğer çalışmayan	6,65	6,02	56,98	52,22	20,30	20,48	44,16	39,48	23,63	27,18
Bölgelere göre;										
1.İstanbul	6,01	2,36	59,43	56,06	18,47	19,02	49,31	44,91	26,84	29,05
2.Marmara (Diğer)	4,62	1,78	60,95	61,56	21,27	19,58	49,18	47,28	28,15	25,17
3.İç Anadolu/Karadeniz	6,96	4,69	55,26	55,88	22,66	17,68	44,80	45,99	29,72	28,94
4.Ege	4,47	4,23	65,16	60,59	20,35	24,07	45,91	46,62	25,34	30,19
5.Akdeniz	7,23	4,29	61,53	52,94	9,15	22,24	34,26	35,79	29,69	35,83
6.Doğu/G.Doğu	14,85	9,49	42,32	47,38	23,18	19,10	44,08	46,91	10,64	20,49
GENEL	7,01	4,10	57,66	55,97	19,56	19,81	45,56	44,92	25,89	28,41

Tablo okuma yönü: Row (satır)

Örnek: Erkeklerin %19,62'si bir ürün zararsız/tehlikesiz olduğunu "ürünün fiyatından" anladığını belirtiyor.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Tüketicilere göre, “Fiyat – Güvenilirlik” arasındaki ilişki

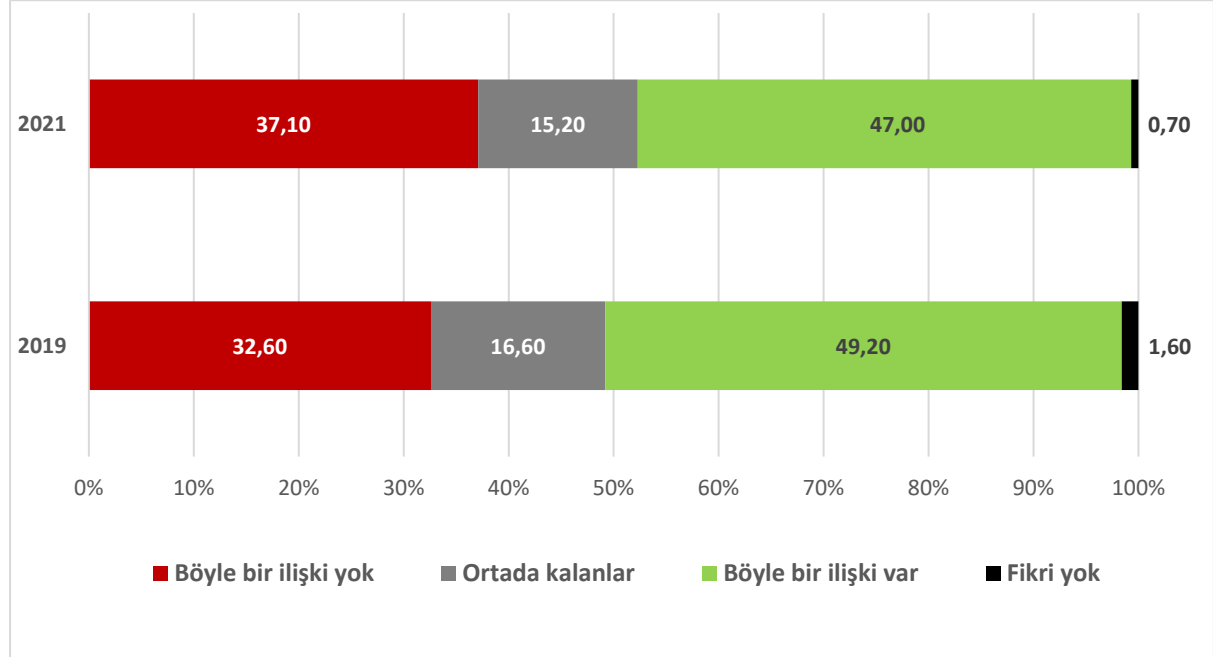
Araştırma kitlesine “Bazı kişiler; ‘bir ürünün fiyatının PAHALI olması, o ürünün daha GÜVENLİ olduğu ya da UCUZ olması daha GÜVENSİZ olduğu’ düşüncesini taşıyor. Siz bu düşünceye ne derece katılıyorsunuz?” sorusu yöneltilerek, tüketicilerin kafasındaki “fiyat-güvenilirlik” ilişkisi sorgulanmıştır.

Kitlenin hemen hemen yarısının, fiyatla ürün güvenilirliği arasında bir ilişki kurduğu 2019 anketinde de gözlemlenmişti. Bu sonuç 2021’de de benzer şekilde fiyat-güvenilirlik arasında bir bağ kurmadıklarını belirtenlerin oranı %32,60 dan % 37,10’a yükselmiştir.

Bu sonuç tüketicinin artık biraz daha fiyattan bağımsız olarak başka konulara dikkat etmesi ile ilgili bir iyileşmeye işaret etmektedir.

Grafik 9

Tüketicilere göre “fiyat-güvenilirlik” ilişkisi var mı?





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Tablo 9

Fiyat-güvenilirlik arasındaki ilişkiye katılıp katılmadıkları (Demografi)

Bazı kişiler; “bir ürünün fiyatının PAHALI olması, o ürünün daha GÜVENLİ olduğu ya da UCUZ olması daha GÜVENSİZ olduğu” düşüncesini taşıyor. Siz bu düşünceye ne derece katılıyorsunuz? (Demografi)

	Katılıyor		Ortada kalanlar		Katılmıyor		Fikrim yok	
	2019	2021	2019	2021	2019	2021	2019	2021
Cinsiyete göre;								
Erkek	50,8%	46,6%	13,8%	12,3%	34,0%	40,5%	1,4%	0,6%
Kadın	47,5%	47,4%	19,4%	18,1%	31,3%	33,8%	1,9%	0,8%
Yaş gruplarına göre;								
18-29	49,2%	46,3%	14,6%	16,2%	35,5%	37,6%	0,7%	0,0%
30-39	43,5%	45,0%	19,4%	16,8%	36,6%	37,9%	0,5%	0,3%
40-49	48,5%	49,4%	19,3%	12,9%	29,5%	37,0%	2,8%	0,8%
50+	55,1%	47,4%	13,3%	14,9%	29,2%	36,1%	2,4%	1,6%
Eğitim düzeyine göre;								
1.İlköğretim ve az	49,8%	46,5%	9,2%	10,6%	36,7%	40,6%	4,3%	2,3%
2.Lise	53,5%	52,7%	17,7%	16,0%	28,0%	31,3%	0,8%	0,0%
3.Y.Okul ve üzeri	45,9%	43,6%	20,9%	17,9%	32,8%	38,5%	0,4%	0,0%
Çalışma konumuna göre;								
ÇALIŞANLAR	48,9%	47,3%	16,7%	14,1%	33,2%	38,5%	1,2%	0,1%
1. Ücretli (Özel)	48,6%	48,0%	15,3%	13,6%	34,9%	38,4%	1,2%	0,0%
2. Ücretli (Kamu)	44,8%	40,4%	28,1%	19,2%	27,0%	40,4%	0,0%	0,0%
3. Kendi hesabına	53,2%	52,0%	9,1%	10,4%	35,2%	37,0%	2,5%	0,5%
ÇALIŞMAYANLAR	49,5%	46,6%	16,4%	16,4%	32,1%	35,7%	2,0%	1,3%
4. Emekli çalışmayan	51,5%	51,6%	15,9%	10,7%	31,6%	36,7%	1,0%	1,0%
5. Diğer çalışmayan	48,4%	44,1%	16,7%	19,3%	32,3%	35,2%	2,6%	1,4%
Bölgelere göre;								
1.İstanbul	47,9%	42,6%	15,9%	15,3%	34,1%	41,5%	2,1%	0,6%
2.Marmara (Diğer)	43,8%	45,7%	21,8%	20,1%	33,6%	32,3%	0,8%	1,9%
3.İç Anadolu/Karadeniz	49,0%	46,4%	18,9%	13,6%	31,6%	40,0%	0,6%	0,0%
4.Ege	50,5%	46,6%	15,3%	17,1%	33,0%	36,3%	1,2%	0,0%
5.Akdeniz	62,5%	57,0%	9,7%	13,8%	26,0%	28,4%	1,7%	0,8%
6.Doğu/G.Doğu	44,8%	51,1%	15,4%	11,8%	35,9%	35,6%	3,9%	1,5%
GENEL	49,2%	47,0%	16,6%	15,2%	32,6%	37,1%	1,6%	0,7%

Tablo okuma yönü; Row (satır)

Örnek: 18-29 yaş grubu gençlerin, %49,22’si sözü edilen önermeye katıldığını belirtiyor.



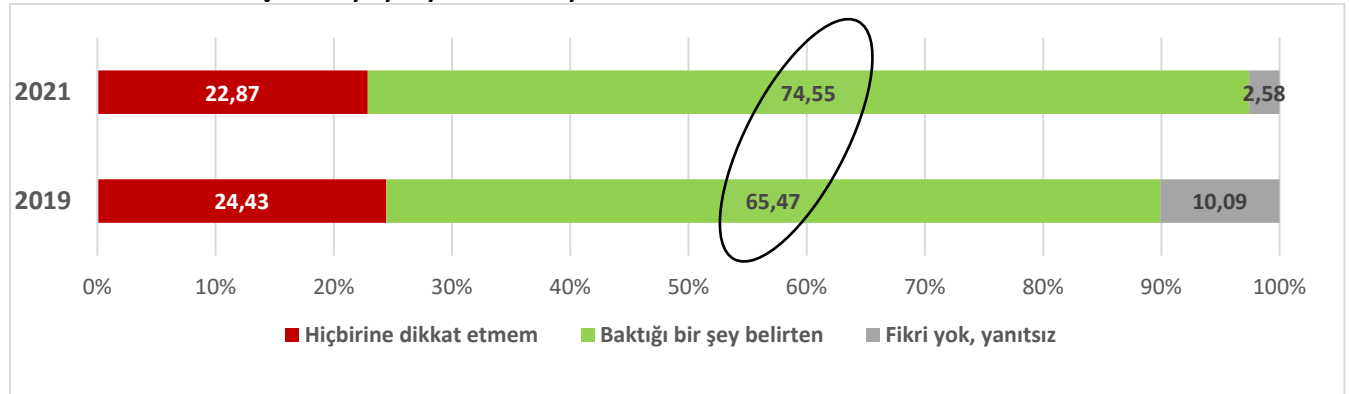
Tüketici, ürün üzerinde ne gördüğü zaman, o ürünün zararsız/tehlikesiz olduğunu düşünüyor?

Araştırma kitlesine “Bir ürünün üzerinde hangi işareti veya yazıyı gördüğünüz zaman o ürünün sizin veya ailenizin sağlığına zararsız/tehlikesiz olduğunu düşünürsünüz?” sorusu yöneltilmiştir. Kitlenin büyük çoğunluğu bu konuda duyarlı bir tutum sergiliyor. Ürün üzerindeki bir yazıya, işarete, son kullanma tarihine bakarak ürün hakkında bir fikir sahibi oluyor.

2019 yılı ile karşılaştırıldığında ise yine bu alanda da bir duyarlılık artışı gözleniyor. Ürün üzerindeki bir yazıya, işarete bakma eğilimi, %65,47’den %74,55’e çıkmış durumda.

Grafik 10

Bir ürünün üzerindeki işaret veya yazıya dikkat ediyorlar mı?



Ürün üzerindeki işaret ya da bir yazıya ya da herhangi bir şeye dikkat edenlerin oranındaki farkındalık artışının daha çok, 2019’da daha az duyarlı olduğu görülen **genç kesimde** olduğu gözlenmiştir.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Tablo 10

Bir ürünün üzerinde hangi işareti veya yazıyı gördüğünüz zaman o ürünün sizin veya ailenizin sağlığına zararsız /tehlikesiz olduğunu düşünürsünüz? (Demografi)

	Dikkat eden		Hiç bakmayan		Fikri yok		DİKKAT EDENLERDE 2021-2019 FARKI
	2019	2021	2019	2021	2019	2021	
Cinsiyete göre;							
Erkek	66,6%	74,7%	24,7%	23,1%	8,7%	2,2%	8,12
Kadın	64,4%	74,4%	24,1%	22,6%	11,5%	3,0%	10,03
Yaş gruplarına göre;							
18-29	59,4%	74,7%	24,8%	21,0%	15,9%	4,2%	15,38
30-39	69,1%	72,6%	21,7%	25,3%	9,2%	2,1%	3,50
40-49	69,2%	75,8%	23,5%	22,2%	7,3%	2,1%	6,58
50+	63,9%	75,2%	27,5%	22,7%	8,6%	2,1%	11,24
Eğitim düzeyine göre;							
1.İlköğretim ve az	53,5%	66,5%	33,0%	30,3%	13,5%	3,2%	13,03
2.Lise	65,2%	71,8%	24,6%	25,6%	10,1%	2,6%	6,55
3.Y.Okul ve üzeri	73,8%	81,8%	18,4%	16,0%	7,7%	2,2%	7,97
Çalışma konumuna göre;							
ÇALIŞANLAR	68,9%	77,6%	21,7%	20,0%	9,4%	2,3%	8,69
1. Ücretli (Özel)	69,0%	75,5%	20,7%	21,4%	10,3%	3,1%	6,49
2. Ücretli (Kamu)	70,5%	88,0%	20,6%	11,0%	8,8%	0,9%	17,52
3. Kendi hesabına	67,3%	72,7%	24,7%	25,2%	8,0%	2,1%	5,39
ÇALIŞMAYANLAR	61,9%	71,3%	27,3%	25,8%	10,8%	2,8%	9,47
4. Emekli çalışmayan	68,8%	76,0%	26,0%	22,4%	5,2%	1,5%	7,18
5. Diğer çalışmayan	58,3%	68,9%	28,0%	27,6%	13,7%	3,5%	10,64
Bölgelere göre;							
1.İstanbul	69,7%	78,6%	24,0%	18,4%	6,3%	3,1%	8,87
2.Marmara (Diğer)	58,6%	77,6%	31,5%	18,9%	9,9%	3,5%	19,05
3.İç Anadolu/Karadeniz	64,1%	73,0%	23,8%	25,6%	12,1%	1,5%	8,89
4.Ege	64,0%	70,6%	26,6%	27,7%	9,5%	1,8%	6,60
5.Akdeniz	70,0%	78,4%	16,5%	19,0%	13,5%	2,5%	8,41
6.Doğu/G.Doğu	63,2%	65,3%	23,8%	31,2%	13,1%	3,5%	2,12
GENEL	65,5%	74,5%	24,4%	22,9%	10,1%	2,6%	9,07

Tablo okuma yönü: Row (satır)

Örnek: Çalışanların, %68,92'si ürün üzerindeki bir yazı ya da işarete dikkat ediyor.

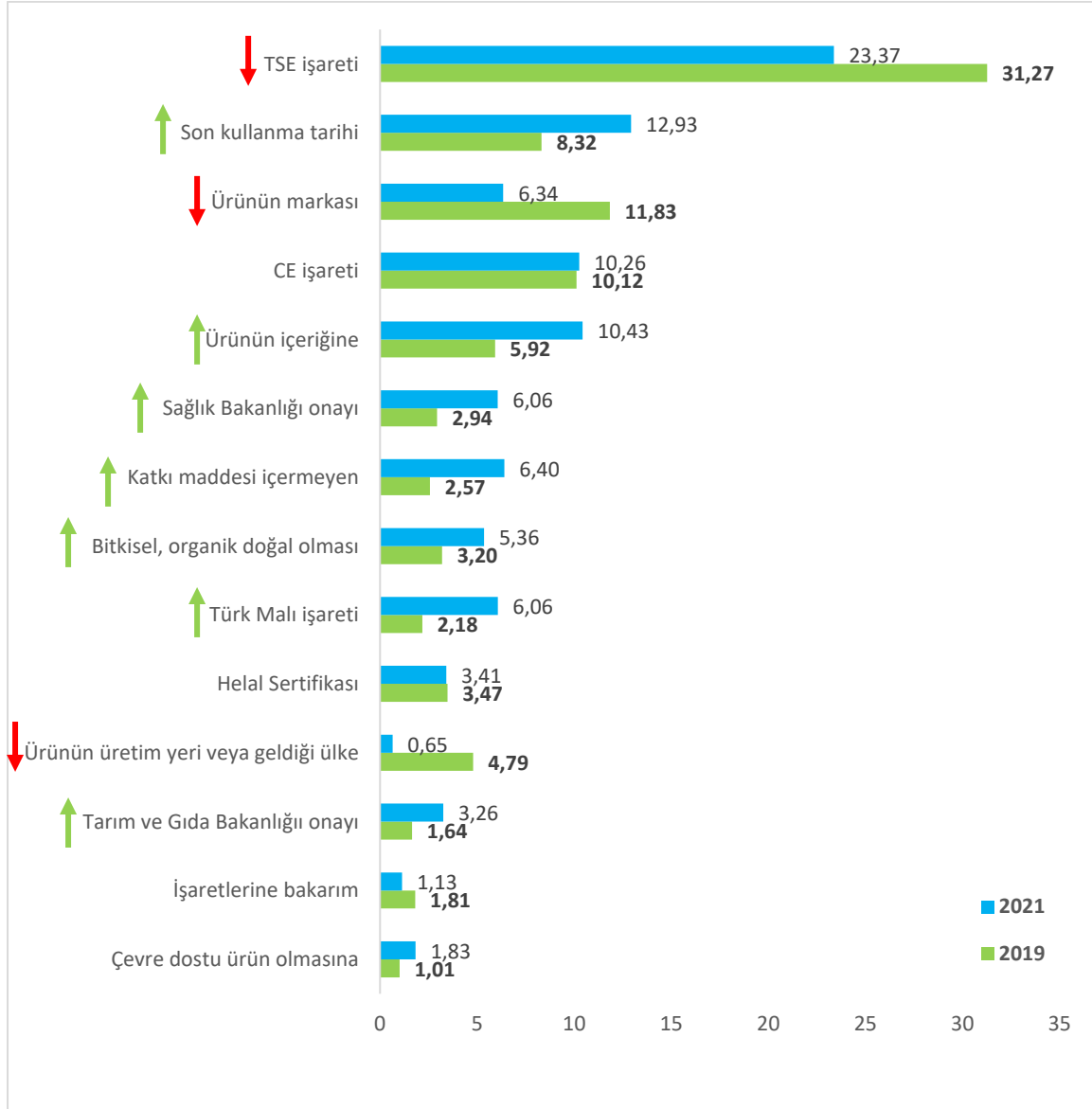
Ürün üzerinde hangi işaret veya yazıyı gördüklerinde o ürünün sağlığa zararsız/tehlikesiz olduğu sonucuna varılıyor? Bu konuya dikkat edenlerin öncelikle aradığı işaretler ve yazılar arasında "TSE işareti, son kullanma tarihi, ürünün içeriği ve CE" işaretinin yer aldığı görülüyor. Aşağıdaki grafikte %1'in üzerinde olan yanıtlar sergilenmiştir.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Grafik 11

Bir ürünün üzerinde hangi işareti veya yazıyı gördüğünüz zaman o ürünün sizin veya ailenizin sağlığına zararsız /tehlikesiz olduğunu düşünürsünüz?
(Baz: Dikkat edenler içindeki oranı)



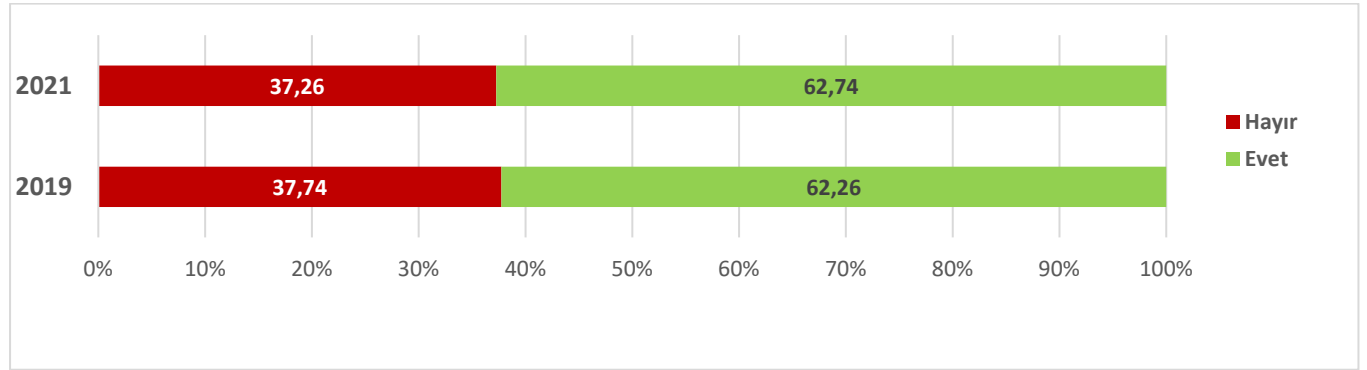


Satın aldıkları ürünlerde CE işareti dikkatlerini çekiyor mu?

Hemen hemen her üç kişiden ikisi, ürün satın alırken CE işaretinin dikkatlerini çektiğini belirtiyor (%62,74). Bu oran 2019 yılında da benzer düzeydeydi, fakat ürünlerin üzerindeki işaretlere dikkat etme oranı söz konusu olduğunda 18-29 yaş grubundaki artış dikkat çekmektedir. 2019 yılında bu yaş grubundaki kitlenin %54' ü işaretlere dikkat ettiğini belirtirken 2021 yılında bu oran % 74,70 e yükselmiş durumda.

Grafik 12

Satın aldığınız ürünlerde CE işareti dikkatinizi çeker mi?



Tüketiciler CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyor mu?

Araştırmada katılımcılara “ürünler üzerinde karşılaşmış olabileceğiniz CE işareti sizce ne anlama geliyor?” sorusu yöneltilmiştir. Verdikleri yanıtlar tasniflenmiş ve buna göre kitle 3 gruba ayrılmıştır. CE işaretinin anlamını; “doğru bilenler”, “yanlış bilenler” ve “bu konuda fikri olmayanlar”.

CE işaretinin anlamını doğru bilenlerinin oranı 2019 yılı ile karşılaştırıldığında **%22,39’dan %30,55’e yükselmiş durumdadır**. Bu oran 2019 yılı verileriyle karşılaştırıldığında CE işaretinin anlamının bilinmesi konusunda **%36’lık bir artışa** tekabül etmektedir. Yaş grupları bazında incelendiğinde ise **18-29 yaş** arası kesimdeki CE işaretinin anlamını doğru bilenlerin oranının **%7,65’den %17,34 yükselmesi** önemli ve dikkat çeken bir diğer noktadır.

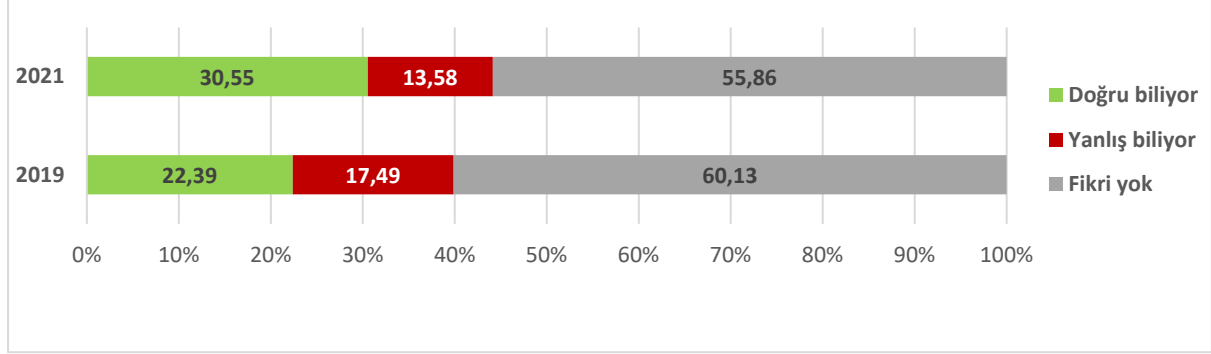
Yanlış bilenlerin oranındaki azalış ile fikir sahibi olanlardaki artış ise diğer bulgular ile paralellik göstererek doğru bir orantı sergilemektedir.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Grafik 13

CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyorlar mı?



Tablo 11

CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyorlar mı?

(“DOĞRU BİLENLER”)

	2019	2021	Fark
Çalışma konumuna göre;			
ÇALIŞANLAR	24,85%	34,55%	9,69%
1. Ücretli (Özel)	24,25%	31,36%	7,11%
2. Ücretli (Kamu)	28,76%	45,12%	16,37%
3. Kendi hesabına	22,61%	31,76%	9,15%
ÇALIŞMAYANLAR	19,81%	26,37%	6,56%
4. Emekli çalışmayan	29,19%	40,35%	11,16%
5. Diğer çalışmayan	14,99%	19,20%	4,21%
Bölgelere göre;			
1.İstanbul	29,71%	34,58%	4,86%
2.Marmara (Diğer)	26,75%	33,51%	6,76%
3.İç Anadolu/Karadeniz	23,95%	32,72%	8,77%
4.Ege	19,30%	32,26%	12,96%
5.Akdeniz	12,20%	17,98%	5,78%
6.Doğu/G.Doğu	9,73%	23,17%	13,44%
Cinsiyete göre;			
Erkek	25,25%	32,94%	7,68%
Kadın	19,51%	28,16%	8,64%
Yaş gruplarına göre;			
18-29	7,65%	17,34%	9,70%
30-39	23,80%	27,80%	4,00%
40-49	28,04%	37,94%	9,90%
50+	28,32%	37,66%	9,34%
Eğitim düzeyine göre;			
1.İlköğretim ve az	13,62%	16,97%	3,35%
2.Lise	19,13%	24,97%	5,84%
3.Y.Okul ve üzeri	30,51%	43,48%	12,97%
GENEL	22,39%	30,55%	8,16%

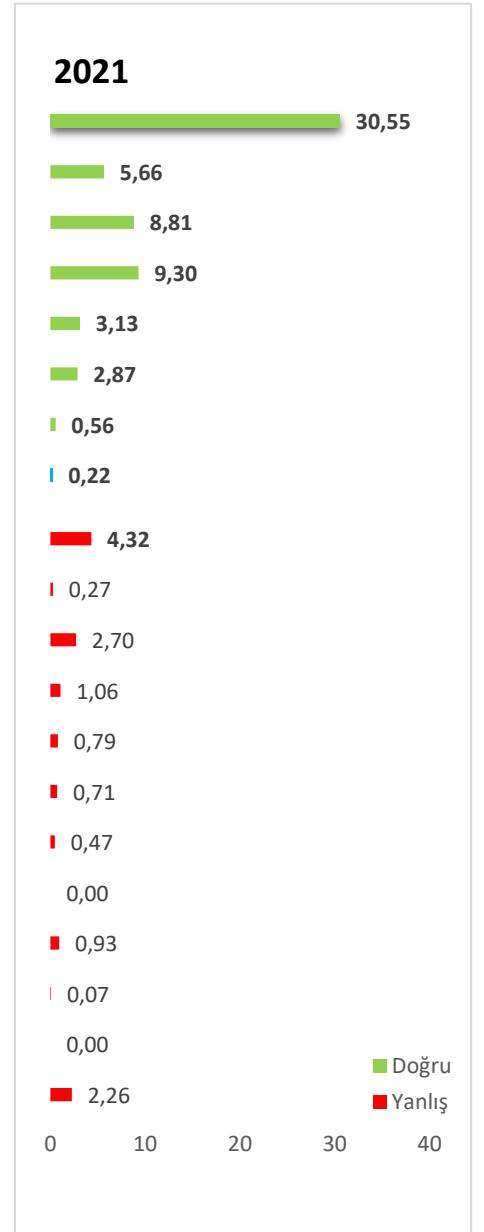
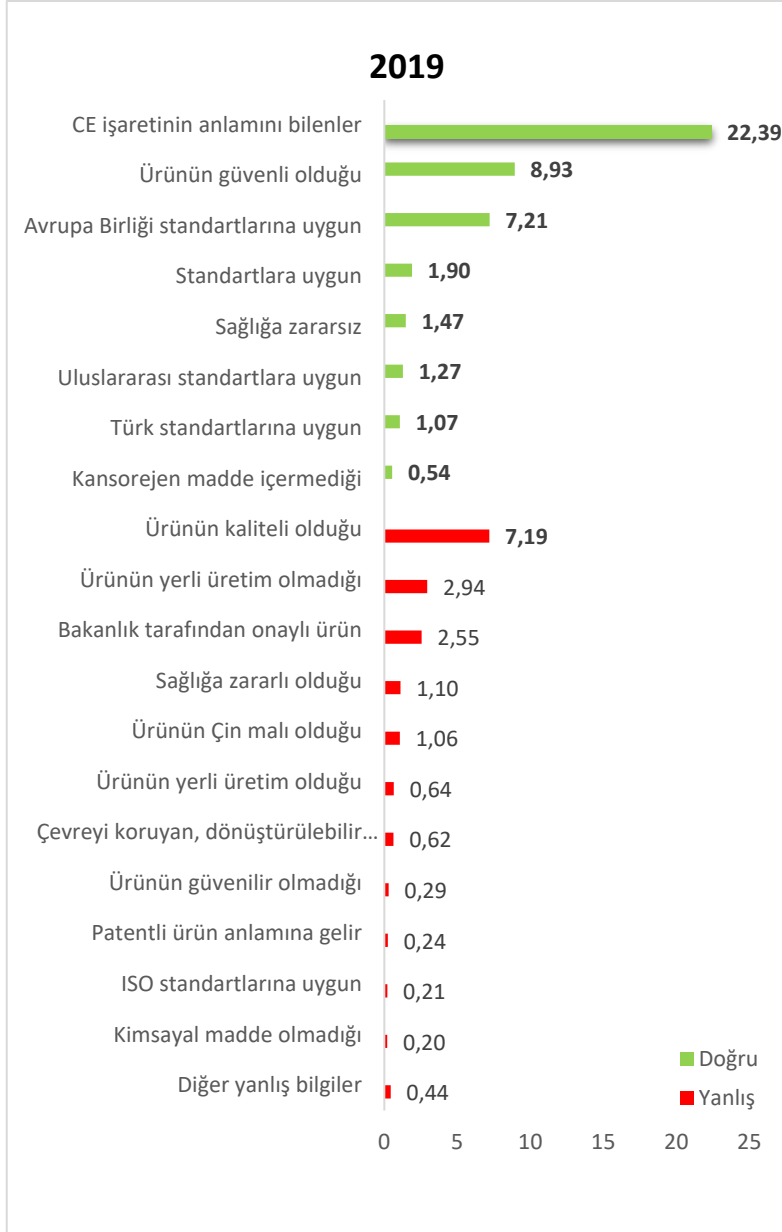
CE işaretinin tüketicilere göre anlamı nedir?

CE işaretinin anlamını bilenler daha çok “Ürünün güvenli olduğu” ve “Avrupa Birliği, ulusal ve uluslararası standartlara uygun” ifadelerini kullanırken, genel olarak standartlara uyumun ürün güvenliğinin bir göstergesi olarak algılanmaya başlandığı ve CE işaretinin standartlarla birlikte anılmaya başlandığı da söylenebilir. Bununla birlikte CE işaretinin “sağlığa zarar vermeyen ürün” anlamına geldiğini düşünenlerin oranında da %100 lük bir artış olduğu gözlemlenmiştir.



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Grafik 14
CE işaretinin ne anlama geldiğini biliyorlar mı?



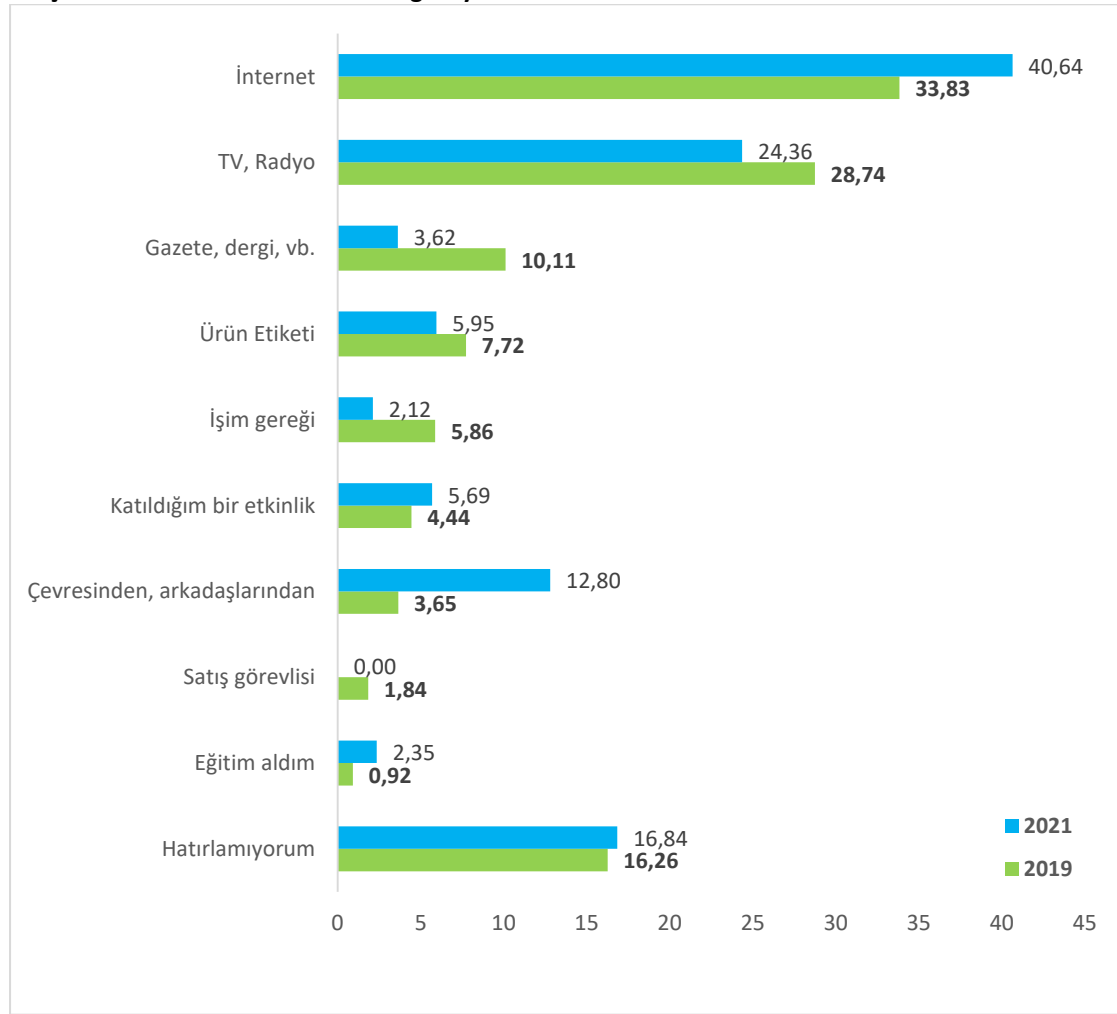


CE işareti ile ilgili bilgi kaynakları

CE işaretinin anlamını doğru bilen kesime, bu konudaki bilgi kaynakları da sorulmuştur. Bu kesimin de büyük çoğunluğu yine 2019 yılında olduğu gibi, bilgi kaynağının ağırlıklı olarak internet olduğunu belirtmiştir. Fakat buna ek olarak **interneti bilgi kaynağı** olarak kullanan kesimin oranı da **%33,83 den %40,64'e** yükselmiştir. Gazete ve dergilerden konu ile ilgili bilgi edinme oranında ise ciddi bir düşüş gözlemlenmektedir.

Grafik 15

CE işaretinin anlamı konusundaki bilgi kaynakları



Baz: CE işareti için “ürünün güvenli olduğu” anlamına gelir diyenler



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Satın aldıkları ürünlerin sağlığa tehdit oluşturabileceğini düşünüyorlar mı?

Araştırmada “Satın aldığınız ürünlerin sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturabileceğini düşünüyor musunuz?” sorusu yönelti miş ve kitlenin çoğunluğunun (%62,72) bu konuda endişeli olduğu öğrenilmiştir. Bu oran 2019 yılında %68,82 idi, ayrıca bu konuda fikri olmayanların oranı da %6,87 den %1,60 a gerilemiş durumdayken, piyasadaki ürünlerin **güvenli olduğunu düşünenlerin oranı ise %24,30 dan %35,68’ yükselmiş** durumdadır.

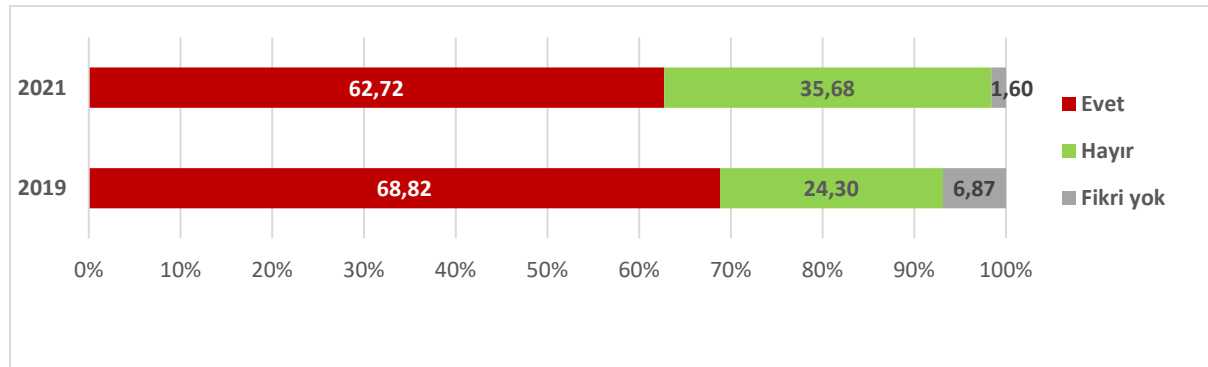
Endişe duyma oranındaki bu azalış ve ürünlerin tehdit oluşturmadığını düşünen kesimdeki artış tüketicilerin piyasada bulunan ürünlerin güvenli olduğuna dair inançlarının artma trendinde olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Yaş grupları bazında incelediğimizde 29 yaş üzeri tüm gruplarda bu konudaki endişe azalışı gözlemlenirken (%75’lerden %66’lara) **18-29 yaş grubundaki** kesimde bu oran **%49,17’ den %55,81** civarına yükselmiştir. Bu yaş grubundaki artış dikkat çekmekle birlikte, 2019 verilerden bildiğimiz üzere, bu yaş grubundaki kitlenin **rn güvenliği konusunda daha duyarlı bir konum sergilemeye başladığının** bir göstergesi de olabilir.

Bu konuda en fazla endişe duyan kesim 2019 yılında 30-39 yaş grubu arasıyken 2021 yılı verilerine göre 40-49 yaş aralığının en fazla endişe duyan kesim olduğu gözlemlenmektedir.

Grafik 16

Satın aldığınız ürünlerin sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturabileceğini düşünüyor musunuz?





Tablo 12

**Satın aldığınız ürünlerin sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturabileceğini düşünüyor musunuz?
("EVET DİYENLER")**

	2019	2021		2019	2021
Çalışma konumuna göre;			Cinsiyete göre;		
ÇALIŞANLAR	69,71%	64,33%	Erkek	68,63%	61,94%
1. Ücretli (Özel)	68,86%	61,48%	Kadın	69,01%	63,52%
2. Ücretli (Kamu)	79,36%	68,46%	Yaş gruplarına göre;		
3. Kendi hesabına	62,77%	66,67%	18-29	49,17%	55,81%
ÇALIŞMAYANLAR	67,89%	61,05%	30-39	76,32%	62,65%
4. Emekli çalışmayan	73,98%	69,73%	40-49	75,43%	66,63%
5. Diğer çalışmayan	64,76%	56,59%	50+	72,26%	65,15%
Bölgelere göre;			Eğitim düzeyine göre;		
1.İstanbul	68,97%	65,88%	1.İlköğretim ve az	63,83%	59,52%
2.Marmara (Diğer)	78,12%	62,25%	2.Lise	64,74%	59,10%
3.İçanadolu/Karadeniz	68,60%	60,04%	3.Y.Okul ve üzeri	74,88%	67,26%
4.Ege	70,10%	69,91%			
5.Akdeniz	67,50%	58,86%			
6.Doğu/G.Doğu	58,26%	56,45%			
			GENEL	68,82%	62,72%

Bu konudaki endişelerinin boyutu nedir?

Satın aldıkları ürünlerin sağlığa tehdit oluşturabileceğini düşünen; **“Satılan ürünlerin ne kadarının sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturduğunu düşünüyorsunuz?”** sorusu sorularak endişelerinin boyutu da öğrenilmeye çalışılmıştır.

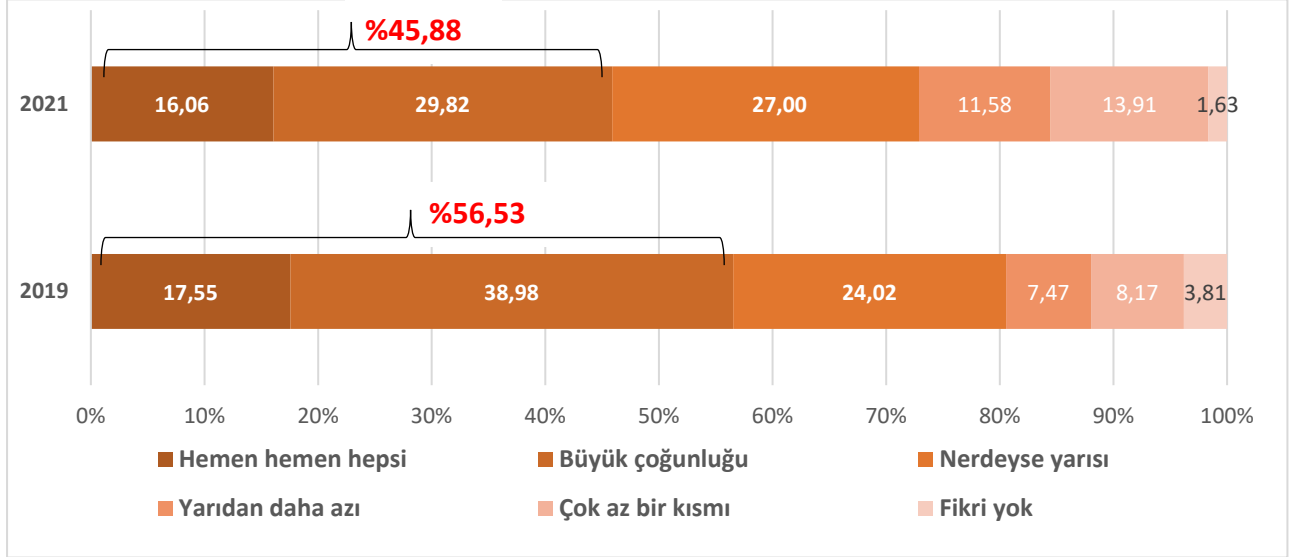
2019 yılında endişe duyan kesimin **%56,53'** ü (%38,98+%17,55) aldıkları ürünün hemen hemen hepsi veya büyük çoğunluğunun sağlığa tehdit oluşturduğu düşüncesindeydi.

2021 verilerine göre endişe duyan kesimin sadece **%45,88'** i (%16,06+%29,82) aynı görüşü paylaşıyor. Önemli olan başka bir veri ise bu konuda fikri olmayanların oranındaki azalıştır.



Grafik 17

Satılan ürünlerin ne kadarının sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturduğunu düşünüyorsunuz?



Tablo 13

Satılan ürünlerin ne kadarının sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturduğunu düşünüyorsunuz?

	2019		2021	
	Endişe duyanlar içindeki oranı	Tüm kitle	Endişe duyanlar içindeki oranı	Tüm kitle
Hemen hemen hepsi	17,55	12,08	16,06	10,07
Büyük çoğunluğu	38,98	26,83	29,82	18,70
Nerdeyse yarısı	24,02	16,53	27,00	16,94
Yarıdan daha azı	7,47	5,14	11,58	7,27
Çok az bir kısmı	8,17	5,62	13,91	8,72
Fikri yok	3,81	2,62	1,63	1,02
ENDİŞE DUYNANLAR TOPLAMI	100,00	68,82	100,00	62,72
%50'sinden fazlası (T2B)	56,53	38,90	45,88	28,78
Yarısı (%50'si gibi)	24,02	16,53	27,00	16,94
%50'den azı (B2B)	15,64	10,76	25,49	15,99

Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlık açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyorlar mı?

Tüketicilere göre, bazı ürünler sağlık açısından daha tehlikeli olabilir mi? Bu sorunun yanıtını alabilmek için araştırma kitlesine; “Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlığınız açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre de kitlenin büyük bir bölümüne (%85,97) göre, “evet bazı ürünler sağlık açısından daha tehlikeli” görülüyor. Bu oran 2019’a göre hemen hemen 2 puan artış göstermiştir.

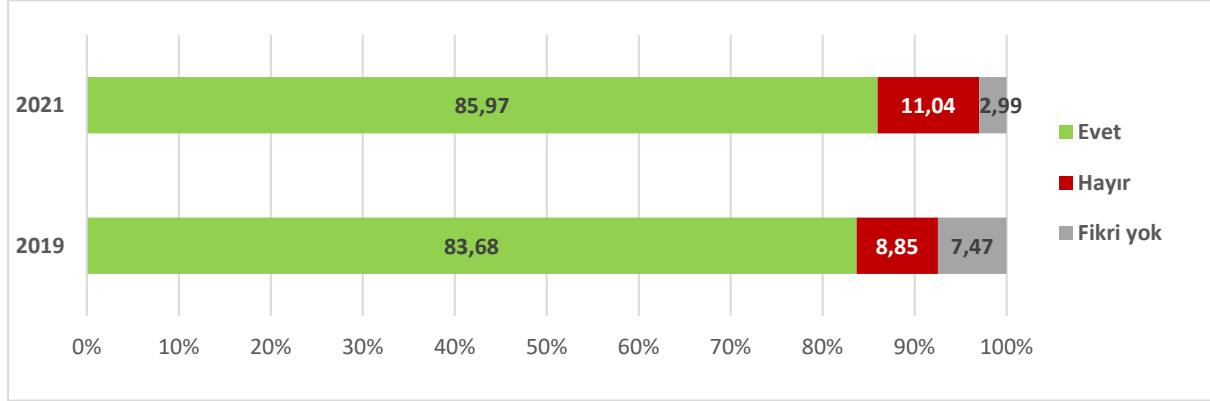


Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Bu konuda kamu olmak üzere ücretli çalışanlar ve eğitimliler başı çekerken dikkat çeken başka bir nokta ise, 2019'a kıyasla yaş gruplarına bakıldığında **18-29 yaş arası kesimdeki artıştır**. Bu doğrultuda **gençlerin bu konudaki farkındalığının artmış** olduğu söylenebilir.

Grafik 18

Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlığınız açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyor musunuz?



Tablo 14

Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlığınız açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyor musunuz? ("EVET" DİYENLER)

	2019	2021
Çalışma konumuna göre;		
ÇALIŞANLAR	84,15%	87,50%
1. Ücretli (Özel)	83,10%	89,32%
2. Ücretli (Kamu)	89,91%	90,68%
3. Kendi hesabına	81,17%	80,72%
ÇALIŞMAYANLAR	83,18%	84,37%
4. Emekli çalışmayan	86,77%	87,80%
5. Diğer çalışmayan	81,33%	82,61%
Bölgelere göre;		
1.İstanbul	82,26%	88,89%
2.Marmara (Diğer)	86,67%	87,63%
3.İçanadolu/Karadeniz	83,15%	88,30%
4.Ege	86,79%	86,25%
5.Akdeniz	85,05%	81,24%
6.Doğu/G.Doğu	80,00%	76,64%
Cinsiyete göre;		
Erkek	82,42%	84,31%
Kadın	84,94%	87,63%
Yaş gruplarına göre;		
18-29	74,88%	85,46%
30-39	87,15%	86,28%
40-49	86,44%	89,28%
50+	85,26%	83,30%
Eğitim düzeyine göre;		
1.İlköğretim ve az	76,62%	77,22%
2.Lise	82,76%	88,81%
3.Y.Okul ve üzeri	89,12%	90,16%
GENEL	83,68%	85,97%



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

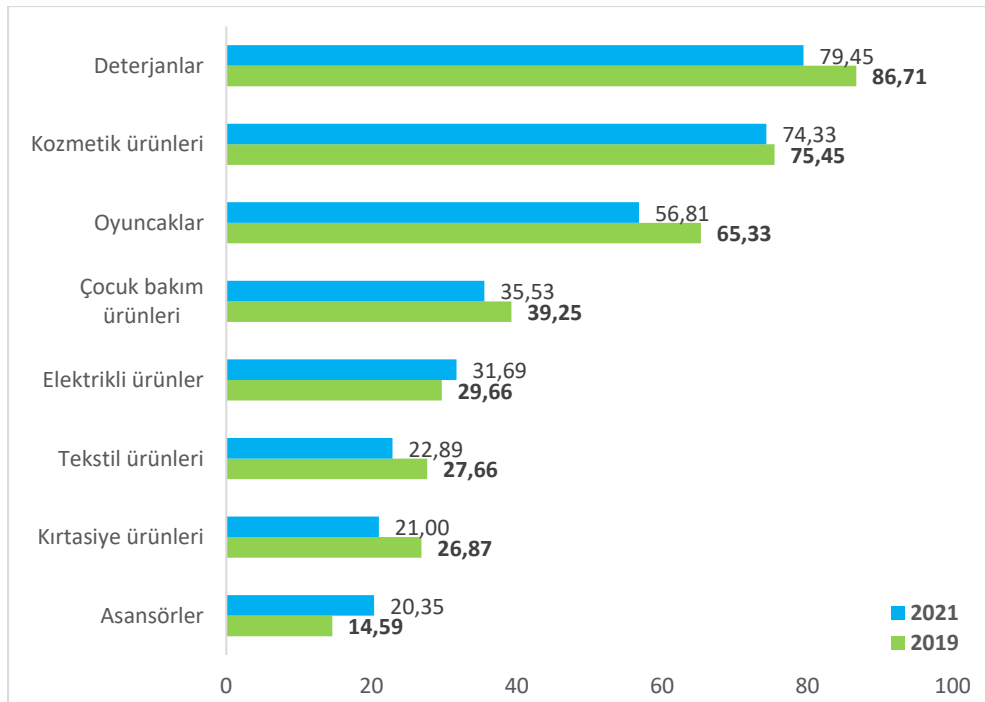
Hangi ürün gruplarının sağlığa tehdit oluşturma riskinin daha yüksek olduğu düşünülüyor?

Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlık açısından daha tehlikeli olduğunu düşünene %86'lık kesime "Size birazdan sayacağım ürün gruplarından hangilerinin sağlığınıza tehdit oluşturma riskinin yüksek olduğunu düşünüyörsünüz, en önemli gördüğünüz 4 tanesini belirtiniz" sorusu yöneltilerek tehlikeli olduğunu düşündükleri ürün grupları öğrenilmeye çalışılmıştır. Buna göre de söz konusu kitlenin %80'inin, tüm kitlenin ise %68'inin riskli ürün sıralamasında "**deterjanları**" ilk sıraya koyduğu görülmüştür. Bu açıdan ikinci sırayı "**kozmetik ürünler**" üçüncü sırayı ise "**oyuncaklar**" almıştır. Sıralama 2019 yılı ile aynı olmakla birlikte, elektrikli ürünler ve asansörler dışındaki diğer ürünlerde belirtilme düzeyi açısından 2019 yılına göre bir miktar daha az olduğu görüldü. Bu da 2019 yılında her bir kişi ortalama 3,7 adet seçeneğe belirterek yanıtlarken 2021 yılında kişilerin ortalama 3,4 seçeneğe belirterek yanıtlamasından kaynaklanmaktadır.

Ayrıca, **asansörleri** diğerlerine göre daha **riskli ürünler arasında** gören kişilerin oranında ciddi bir **yükselme** de gözlemlenmektedir. 2019 yılında kitlenin **%14,59'** u bu ürün grubunu riskli görürken, 2021 yılında **%20,35'i** riskli olarak adlandırmaktadır ki bu da **%40'lık** bir artışa tekabül etmektedir.

Grafik 19

Size birazdan sayacağım ürün gruplarından hangilerinin sağlığınıza tehdit oluşturma riskinin yüksek olduğunu düşünüyörsünüz, en önemli gördüğünüz 4 tanesini belirtiniz.





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Tablo 15

Size birazdan sayacağım ürün gruplarından hangilerinin sağlığınıza tehdit oluşturma riskinin yüksek olduğunu düşünüyorsunuz, en önemli gördüğünüz 4 tanesini belirtiniz.

	2019		2021	
	Ürün grupları arasında fark olduğunu düşünenler içindeki oranı	Tüm kitle içindeki oranı	Ürün grupları arasında fark olduğunu düşünenler içindeki oranı	Tüm kitle içindeki oranı
Deterjanlar	86,71	72,56	79,45	68,30
Kozmetik ürünleri	75,45	63,14	74,33	63,90
Oyuncaklar	65,33	54,66	56,81	48,84
Çocuk bakım ürünleri	39,25	32,84	35,53	30,55
Elektrikli ürünler	29,66	24,82	31,69	27,24
Tekstil ürünleri	27,66	23,14	22,89	19,67
Kırtasiye ürünleri	26,87	22,49	21,00	18,05
Asansörler	14,59	12,21	20,35	17,49
TOPLAM (*)	365,52	305,85	342,03	294,04

(*) Birden fazla seçenek belirtildiği için toplamlar %100'ü geçmektedir.

Sağlığa tehdit oluşturun güvensiz bir ürünleri olmuş mu?

Tüketicilere; “Sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturun güvensiz bir ürününüz oldu mu?” sorusu yöneltilmiştir. Hemen hemen her üç kişiden birinin böyle bir ürününün olduğu öğrenilmiştir (**%29,92**). Bu oran 2019 yılında da benzer bir düzeydeydi (%30,43).

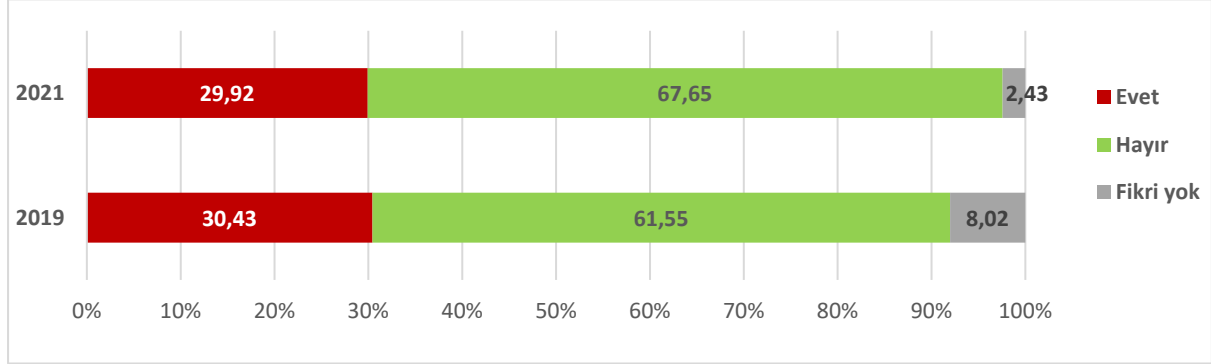
Bu sorunun cevapları 2019 yılıyla karşılaştırıldığında en önemli farkın “fikir beyan edenlerdeki” artış olduğu söylenebilir (%91,98→%97,57). Fikir beyan etme konusundaki bu artış genel anlamda ürün güvenliği konusundaki farkındalığın artmasıyla açıklanabilir.

Ayrıca güvensiz ürünlerle karşılaştıklarını belirten 18-29 yaş aralığındaki kesimde de %10 oranında bir artış gözlemlenmiştir (%24→%27) ki bu durumda bu yaş grubundaki bir farkındalık artışının göstergesi olabilir.



Grafik 20

Sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturan güvensiz bir ürününüz oldu mu?



Tablo 16

Sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturan güvensiz bir ürününüz oldu mu?

(“EVET” DİYENLER)

	2019	2021
Çalışma konumuna göre;		
ÇALIşANLAR	32,36%	30,19%
1. Ücretli (zel)	32,94%	29,25%
2. Ücretli (Kamu)	32,76%	38,97%
3. Kendi hesabına	30,76%	24,22%
ÇALIşMAYANLAR	28,41%	29,64%
4. Emekli çalışmayan	29,76%	32,20%
5. Diğer çalışmayan	27,71%	28,33%
Bölgelere göre;		
1.İstanbul	26,90%	33,24%
2.Marmara (Diğer)	29,47%	26,42%
3.İçanadolu/Karadeniz	31,88%	31,34%
4.Ege	32,16%	27,58%
5.Akdeniz	38,15%	26,57%
6.Doğu/G.Doğu	28,05%	28,80%
Cinsiyete göre;		
Erkek	32,58%	29,69%
Kadın	28,26%	30,15%
Yaş gruplarına göre;		
18-29	24,23%	27,00%
30-39	36,13%	29,11%
40-49	32,46%	33,12%
50+	28,43%	30,37%
Eğitim düzeyine göre;		
1.İlköğretim ve az	23,32%	26,74%
2.Lise	25,82%	29,36%
3.Y.Okul ve zeri	38,27%	32,46%
GENEL	30,43%	29,92%

Güvensiz olduğunu düşündükleri bir ürünü hiç Őikyette etmişler mi?

Yukarıda belirtilen yaklaşık %30'luk, güvensiz ürünlerinin olduğunu söyleyen kesime, “hiç Őikyette ettiniz mi?” sorusu yönelti miş ve alınan yanıtlar bu kitlenin %44'ünün Őikyette bulunduğunu göstermiştir. Bu oran 2019 yılında %41 idi, güvenli olmayan rnlerin Őikyette edilmesi konusunda %8'lik bir artış gözlemlenmektedir. Őikyette bulunanların oranı ise tüm kitle içerisinde %13 düzeyinde. En az Őikyette bulunan kesim, eğitimsizler, bu konuda hak arayanların en yüksek olduğu kesim ise emekliler olmuştur. Emekliler dışında, çalışanlar, orta yaş grubu ve eğitimsizler hak aramada ne çıkıyor.

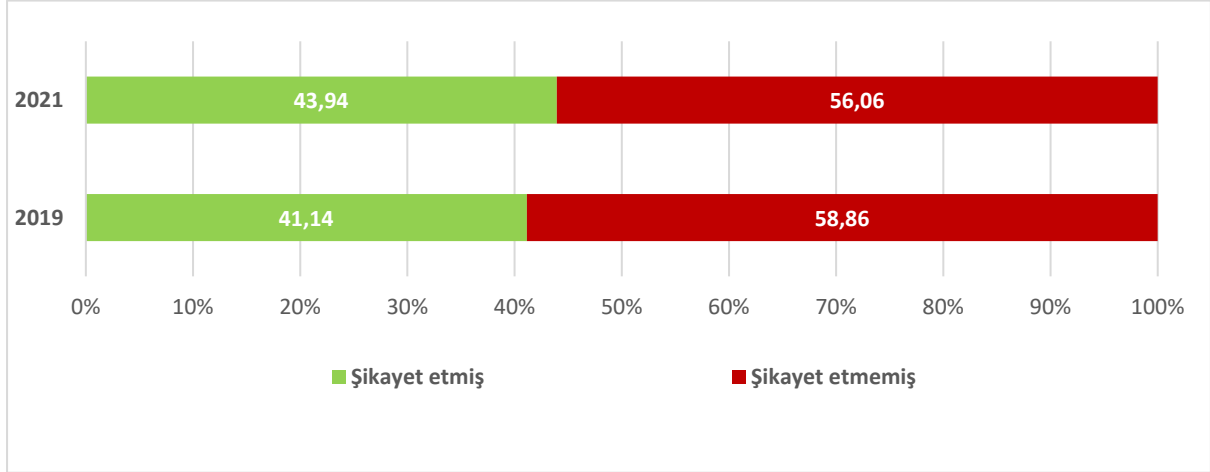


Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Grafik 21

Güvensiz olduğunu düşündüğünüz ürünü hiç Şikâyet ettiniz mi?

Baz: Sağlığa tehdit oluşturan ürünü olduğunu düşünen kesim içindeki oran;





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Tablo 17
Güvensiz olduğunuzu düşündüğünüz ürünü hiç şikâyet ettiniz mi?

2021	Şikâyet etmiş	Etmemiş	Sorunun Yöneltilmediği kesim	Toplam
Çalışma konumuna göre;				
ÇALIŞANLAR	13,36%	17,05%	69,59%	100,00%
1. Ücretli (Özel)	13,16%	16,09%	70,75%	100,00%
2. Ücretli (Kamu)	13,87%	26,09%	60,04%	100,00%
3. Kendi hesabına	13,34%	10,88%	75,78%	100,00%
ÇALIŞMAYANLAR	13,09%	16,71%	70,20%	100,00%
4. Emekli çalışmayan	20,51%	12,16%	67,33%	100,00%
5. Diğer çalışmayan	9,29%	19,04%	71,67%	100,00%
Bölgelere göre;				
1.İstanbul	14,72%	18,52%	66,76%	100,00%
2.Marmara (Diğer)	15,58%	11,43%	72,98%	100,00%
3.İç Anadolu/Karadeniz	14,80%	16,54%	68,66%	100,00%
4.Ege	12,97%	15,48%	71,55%	100,00%
5.Akdeniz	7,50%	19,07%	73,43%	100,00%
6.Doğu/G.Doğu	9,62%	19,18%	71,20%	100,00%

2021	Şikâyet etmiş	Etmemiş	Sorunun Yöneltilmediği kesim	Toplam
Cinsiyete göre;				
Erkek	14,74%	15,10%	70,15%	100,00%
Kadın	11,72%	18,66%	69,62%	100,00%
Yaş gruplarına göre;				
18-29	10,71%	16,29%	73,00%	100,00%
30-39	13,01%	16,10%	70,89%	100,00%
40-49	11,21%	22,40%	66,39%	100,00%
50+	17,19%	13,45%	69,36%	100,00%
Eğitim düzeyine göre;				
1.İlköğretim ve az	10,06%	16,68%	73,26%	100,00%
2.Lise	12,70%	16,95%	70,36%	100,00%
3.Y.Okul ve üzeri	15,75%	16,98%	67,27%	100,00%
GENEL	13,23%	16,88%	69,89%	100,00%

2019	Şikâyet etmiş	Etmemiş	Sorunun Yöneltilmediği kesim	Toplam
Çalışma konumuna göre;				
ÇALIŞANLAR	11,97%	20,39%	67,64%	100,00%
Ücretli (Özel)	12,11%	20,83%	67,06%	100,00%
Ücretli (Kamu)	9,55%	23,20%	67,24%	100,00%
Kendi hesabına	13,85%	16,91%	69,24%	100,00%
ÇALIŞMAYANLAR	13,09%	15,31%	71,59%	100,00%
Emekli çalışmayan	14,53%	15,23%	70,24%	100,00%
Diğer çalışmayan	12,36%	15,35%	72,29%	100,00%
Bölgelere göre;				
İstanbul	11,81%	15,08%	73,10%	100,00%
Marmara (Diğer)	7,97%	21,51%	70,53%	100,00%
İç Anadolu/Karadeniz	15,29%	16,59%	68,12%	100,00%
Ege	11,49%	20,66%	67,84%	100,00%
Akdeniz	18,39%	19,76%	61,85%	100,00%
Doğu/G.Doğu	9,56%	18,49%	71,95%	100,00%

2019	Şikâyet etmiş	Etmemiş	Sorunun Yöneltilmediği kesim	Toplam
Cinsiyete;				
Erkek	12,37%	20,21%	67,42%	100,00%
Kadın	12,66%	15,60%	71,74%	100,00%
Yaş gruplarına;				
18-29	8,21%	16,02%	75,77%	100,00%
30-39	17,06%	19,07%	63,87%	100,00%
40-49	11,19%	21,28%	67,54%	100,00%
50+	12,90%	15,54%	71,57%	100,00%
Eğitim düzeyine;				
İlköğretim ve az	7,39%	15,92%	76,68%	100,00%
Lise	13,02%	12,80%	74,18%	100,00%
Y.Okul ve üzeri	15,72%	22,55%	61,73%	100,00%
GENEL	12,52%	17,91%	69,57%	100,00%



Satılan güvensiz rnleri Şikâyet edebileceklerini biliyorlar mı?

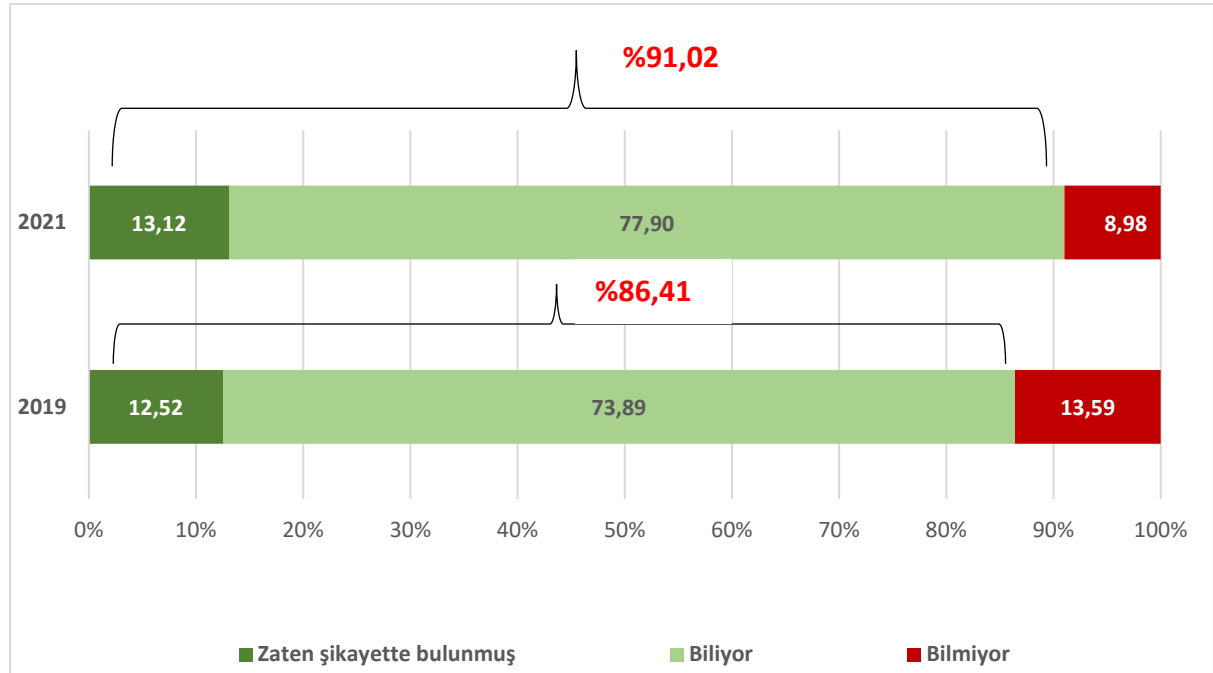
Kitlenin %13,12'si zaten bir Őikyette bulunmuş durumda. Bu oran 2019 yılında %12,52 idi.

Geriye kalan kesim böyle bir haklarının olduğunu biliyor mu? Bunu anlayabilmek için de Őikayette bulunmuş olan kesim dıŐındaki tüm kiŐilere, "Satılan güvensiz rnleri Şikâyet edebileceğinizi biliyor musunuz?" sorusu yönelti miştir.

Her ne kadar Őikyette bulunmasa da tüm kitlede %77,9'luk kesim böyle bir haklarının olduğunu biliyor. Dolayısıyla, hali hazırda Őikyette bulunmuş kesim de eklendiğinde toplumun büyük bir bölümü (**%91**) böyle bir haklarının olduğunun farkında. Bu oran **2019** yılında **%86** civarındaydı. **Tteticilerin Şikayet etme haklarını bilme oranındaki artış ise yaklaşık %6** olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 22

Satılan güvensiz rnleri Şikâyet edebileceğinizi biliyor musunuz?





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

2019 yılı ile karşılaştırıldığında, hemen hemen **toplumun her kesimde bu haklarını bilme noktasında bir artış olduğu gözlenmiştir**. Dikkat çeken nokta ise, en yüksek artışın “ilkokul ve daha az eğitilmiş” kesim arasında oluşudur.

Tablo 18
Satılan güvensiz ürünleri şikâyet edebileceğinizi biliyor musunuz?

	2019					2021				
	Zaten şikâyetinde bulunmuş	Biliyor	BİLENLER TOPLAMI	BİLMİYOR	TOPLAM	Zaten şikâyetinde bulunmuş	Biliyor	BİLENLER TOPLAMI	BİLMİYOR	TOPLAM
Cinsiyete göre;										
Erkek	12,37%	75,38%	87,75%	12,25%	100,00%	14,51%	76,84%	91,35%	8,65%	100,00%
Kadın	12,66%	72,40%	85,06%	14,94%	100,00%	11,72%	78,96%	90,68%	9,32%	100,00%
Yaş gruplarına göre;										
18-29	8,21%	75,33%	83,53%	16,47%	100,00%	10,71%	78,95%	89,67%	10,33%	100,00%
30-39	17,06%	67,81%	84,87%	15,13%	100,00%	13,01%	73,09%	86,10%	13,90%	100,00%
40-49	11,19%	77,97%	89,16%	10,84%	100,00%	11,21%	84,02%	95,23%	4,77%	100,00%
50+	12,90%	74,97%	87,87%	12,13%	100,00%	16,78%	76,38%	93,17%	6,83%	100,00%
Eğitim düzeyine göre;										
1.İlköğretim ve az	7,39%	72,09%	79,48%	20,52%	100,00%	10,06%	77,12%	87,19%	12,81%	100,00%
2.Lise	13,02%	75,54%	88,56%	11,44%	100,00%	12,70%	79,14%	91,84%	8,16%	100,00%
3.Y.Okul ve üzeri	15,72%	74,07%	89,79%	10,21%	100,00%	15,49%	77,63%	93,12%	6,88%	100,00%
Çalışma konumuna göre;										
ÇALIŞANLAR	11,97%	75,90%	87,86%	12,14%	100,00%	13,36%	77,74%	91,11%	8,89%	100,00%
1. Ücretli (Özel)	12,11%	73,82%	85,93%	14,07%	100,00%	13,16%	76,08%	89,24%	10,76%	100,00%
2. Ücretli (Kamu)	9,55%	78,23%	87,78%	12,22%	100,00%	13,87%	81,05%	94,93%	5,07%	100,00%
3. Kendi hesabına	13,85%	78,20%	92,05%	7,95%	100,00%	13,34%	78,29%	91,63%	8,37%	100,00%
ÇALIŞMAYANLAR	13,09%	71,79%	84,89%	15,11%	100,00%	12,86%	78,06%	90,92%	9,08%	100,00%
4. Emekli çalışmayan	14,53%	73,28%	87,81%	12,19%	100,00%	19,82%	72,94%	92,76%	7,24%	100,00%
5. Diğer çalışmayan	12,36%	71,03%	83,39%	16,61%	100,00%	9,29%	80,69%	89,98%	10,02%	100,00%
Bölgelere göre;										
1.İstanbul	11,81%	74,85%	86,66%	13,34%	100,00%	14,72%	76,75%	91,47%	8,53%	100,00%
2.Marmara (Diğer)	7,97%	82,28%	90,25%	9,75%	100,00%	15,58%	77,18%	92,77%	7,23%	100,00%
3.İç Anadolu/Karadeniz	15,29%	73,12%	88,41%	11,59%	100,00%	14,30%	79,68%	93,97%	6,03%	100,00%
4.Ege	11,49%	79,42%	90,91%	9,09%	100,00%	12,97%	79,32%	92,29%	7,71%	100,00%
5.Akdeniz	18,39%	67,24%	85,63%	14,37%	100,00%	7,50%	85,44%	92,94%	7,06%	100,00%
6.Doğu/G.Doğu	9,56%	63,75%	73,31%	26,69%	100,00%	9,62%	69,35%	78,96%	21,04%	100,00%
GENEL	12,52%	73,89%	86,41%	13,59%	100,00%	13,12%	77,90%	91,02%	8,98%	100,00%



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

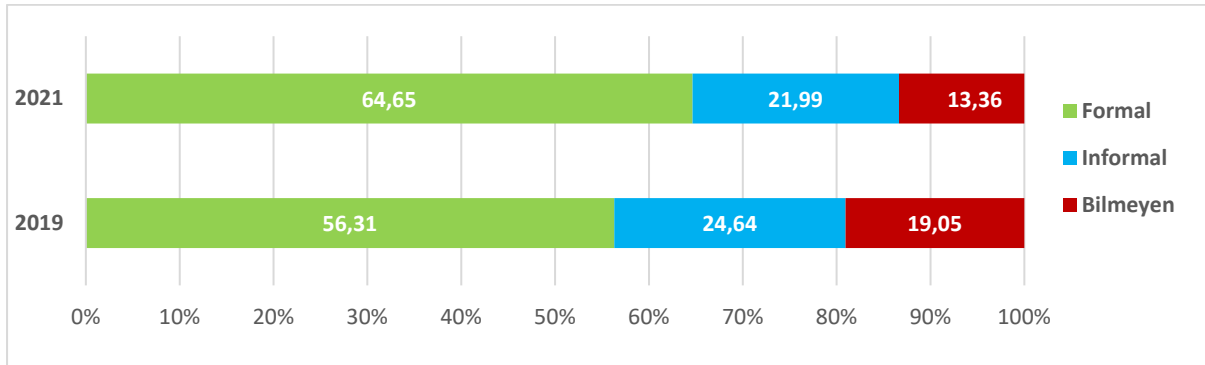
Nereye şikâyet edileceğini biliyorlar mı?

Yukarıda da sergilendiği gibi, kitlenin %91'i, satılan güvensiz ürünleri şikâyet edebileceklerini biliyorlar.

Bu konudaki başvuru mercii PiYasa Gözetimi ve Denetimi Kuruluşları, Tüketici Dernekleri veya CİMER olarak belirtenlerin oranı **%64,65** olarak gözükmekte. **2019 yılına kıyasla bu orandaki artış dikkat çekicidir.**

Bu haklarının olduğunu bilmesine rağmen, nereye başvuracağını bilmeyen %3'lük de bir kesim mevcut. Aşağıdaki grafiğe bakıldığında kitleyi 3 gruba da ayırmak mümkün:

- 4) **Formal** (PiYasa gözetimi ve denetimi kuruluşları, Tüketici dernekleri, CİMER) gibi başvuru mercilerini belirtenler:
(2019'a %56,31 - 2021'de %64,65)
- 5) **İnformal** (Ürünün satın alındığı yer) başvuru mercilerini belirtenler:
(2019'da %24,64 - 2021'de %21,99)
- 6) Bu hakkı bilmeyen, kullanmayan ya da nereye başvurabileceğinden habersiz olanlar:
(2019'da %19,05 - 2021'de %13,36)





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

2019 yılı ile karşılaştırıldığında, formal başvuru mercilerini belirten kesimde bir artış gözlenmiş, buna karşın, informal başvuru mercilerinde ve bilmeyenlerde ise bir azalış olmuştur. **Nereye şikayet etmesi gerektiğini bilmeyen kesimde %30'luk bir azalma ve formal şikayet mercilerinin farkında olan kesimde ise %15'lik bir artış** söz konusudur. Her iki bulgu da bu alanda ciddi bir farkındalık artışına işaret etmektedir.

Grafik 23

Güvensiz olduğuna düşündüğünüz bir ürünü nereye şikâyet edersiniz?

Baz: Tüm kitle





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Tablo 19

Güvensiz olduğunu düşündüğünüz bir ürünü nereye şikayet edersiniz? (3'lü gruplamaya göre)

	2019				2021			
	Grup-1 (Formal)	Grup-2 (Informal)	Grup-3 (Bilmeyen)	Toplam	Grup-1 (Formal)	Grup-2 (Informal)	Grup-3 (Bilmeyen)	Toplam
Cinsiyete göre;								
Erkek	61,32%	20,51%	18,17%	100,00%	67,41%	18,60%	13,99%	100,00%
Kadın	51,29%	28,78%	19,93%	100,00%	61,88%	25,40%	12,72%	100,00%
Yaş gruplarına göre;								
18-29	59,86%	20,46%	19,68%	100,00%	66,60%	19,44%	13,96%	100,00%
30-39	59,09%	21,84%	19,07%	100,00%	60,47%	21,87%	17,66%	100,00%
40-49	52,47%	27,71%	19,82%	100,00%	68,21%	22,08%	9,71%	100,00%
50+	54,05%	28,07%	17,88%	100,00%	63,97%	24,12%	11,91%	100,00%
Eğitim düzeyine göre;								
1.İlköğretim ve az	48,56%	24,19%	27,25%	100,00%	59,62%	18,65%	21,72%	100,00%
2.Lise	58,45%	24,20%	17,34%	100,00%	67,09%	21,93%	10,99%	100,00%
3.Y.Okul ve üzeri	60,26%	25,23%	14,51%	100,00%	66,54%	24,34%	9,12%	100,00%
Çalışma konumuna göre;								
ÇALIŞANLAR	59,54%	23,35%	17,10%	100,00%	64,45%	23,22%	12,33%	100,00%
1. Ücretli (Özel)	58,15%	22,74%	19,11%	100,00%	61,10%	25,14%	13,76%	100,00%
2. Ücretli (Kamu)	63,71%	21,52%	14,77%	100,00%	66,32%	26,21%	7,47%	100,00%
3. Kendi hesabına	58,73%	26,34%	14,94%	100,00%	69,90%	16,42%	13,68%	100,00%
ÇALIŞMAYANLAR	52,93%	25,98%	21,09%	100,00%	64,86%	20,71%	14,43%	100,00%
4. Emekli çalışmayan	55,30%	23,01%	21,69%	100,00%	63,23%	25,23%	11,54%	100,00%
5. Diğer çalışmayan	51,71%	27,51%	20,78%	100,00%	65,70%	18,39%	15,92%	100,00%
Bölgelere göre;								
1.İstanbul	53,07%	27,05%	19,88%	100,00%	66,98%	21,44%	11,58%	100,00%
2.Marmara (Diğer)	74,52%	13,49%	11,99%	100,00%	61,06%	25,19%	13,74%	100,00%
3.İçanadolu/Karadeniz	53,62%	29,50%	16,88%	100,00%	65,99%	24,01%	10,00%	100,00%
4.Ege	60,15%	25,08%	14,77%	100,00%	65,86%	22,49%	11,65%	100,00%
5.Akdeniz	69,41%	13,58%	17,01%	100,00%	67,66%	21,72%	10,62%	100,00%
6.Doğu/G.Doğu	32,39%	31,75%	35,87%	100,00%	56,26%	15,54%	28,21%	100,00%
GENEL	56,31%	24,64%	19,05%	100,00%	64,65%	21,99%	13,36%	100,00%



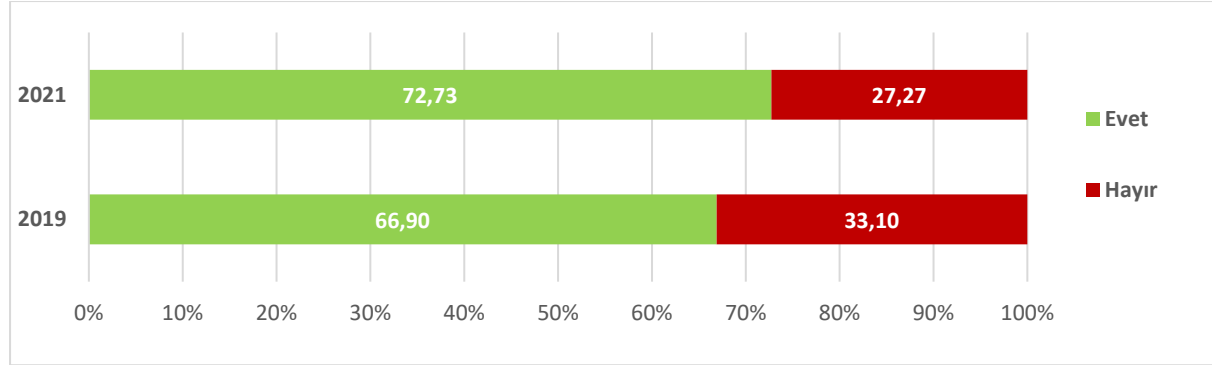
Şikâyetlerin üreticiye bir yaptırımı olduğunu biliyorlar mı?

Araştırma kitlesine “Şikâyetiniz sonucunda üreticiye yaptırım uygulanabileceğini ve güvensiz ürünlerin bu şikâyet sonucunda piyasadan toplatılabileceğini biliyor musunuz?” diye sorulduğunda, hemen hemen her dört kişiden üçü (**%73**) “evet” yanıtını vermiştir.

2019 yılında bu oran **% 67** idi, dolayısıyla şikâyetlerin üreticiye bir yaptırımı olduğunu düşünen kesimde de farkındalığın arttığını gözlemliyoruz. Bu bulgu aynı zamanda **Piyasa Gözetimi ve Denetimine olan inancın da arttığının bir göstergesi** olarak yorumlanabilir.

Grafik 24

Şikâyetiniz sonucunda üreticiye yaptırım uygulanabileceğini ve güvensiz ürünlerin bu şikâyet sonunda piyasadan toplatılabileceğini biliyor musunuz?



Tablo 20

Şikâyetiniz sonucunda üreticiye yaptırım uygulanabileceğini ve güvensiz ürünlerin bu şikâyet sonunda piyasadan toplatılabileceğini biliyor musunuz?

(“EVET” DİYENLER)

	2019	2021
Çalışma konumuna göre;		
ÇALIŞANLAR	66,71%	74,48%
1. Ücretli (Özel)	64,97%	72,01%
2. Ücretli (Kamu)	69,29%	79,02%
3. Kendi hesabına	68,07%	75,64%
ÇALIŞMAYANLAR	67,10%	70,89%
4. Emekli çalışmayan	71,72%	79,11%
5. Diğer çalışmayan	64,74%	66,68%
Bölgelere göre;		
1.İstanbul	72,21%	69,95%
2.Marmara (Diğer)	71,79%	73,97%
3.İç Anadolu/Karadeniz	62,94%	75,82%
4.Ege	73,05%	77,41%
5.Akdeniz	59,77%	76,61%
6.Doğu/G.Doğu	56,03%	63,21%
Cinsiyete göre;		
Erkek	67,60%	74,96%
Kadın	66,20%	70,49%
Yaş gruplarına göre;		
18-29	56,25%	69,33%
30-39	62,73%	67,78%
40-49	76,46%	76,86%
50+	71,44%	76,65%
Eğitim düzeyine göre;		
1.İlköğretim ve az	65,06%	64,34%
2.Lise	66,00%	73,28%
3.Y.Okul ve üzeri	68,75%	78,14%
GENEL	66,90%	72,73%



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Üreticiye olan bu yaptırımın, uygulandığını düşünüyorlar mı?

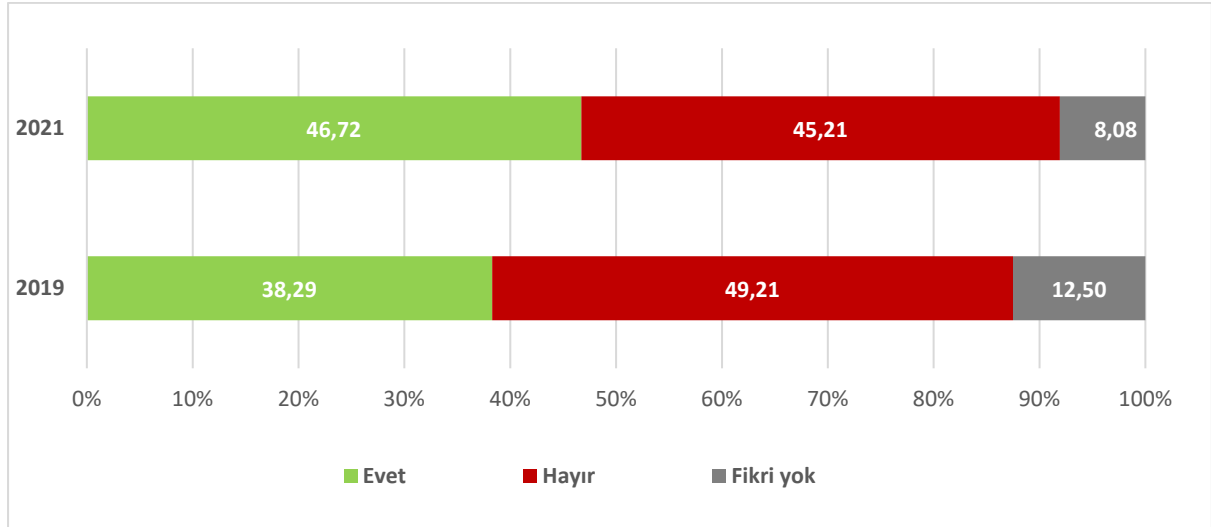
Yukarıda belirtilen %73'lük kesime, "Peki bu tür ürünlerin piyasadan toplatıldığını düşünüyor musunuz?" sorusu sorularak, bu yaptırımların uygulanıp uygulanmadığına ilişkin inançları sorgulanmıştır.

Buna göre bakıldığında da kitlenin %46,72'sinin (ki 2019 yılında bu oran %38'di) bu yaptırımın uygulanacağını düşünüyor. Bu alanda da %23'lük bir iyileşme söz konusu.

Sadece %8,5'luk bir kesim ise bu konuda bilgi sahibi olmadığını beyan etmiştir. Bilgi sahibi olma açısından da karşılaştırıldığında %50'lik bir bilinç artışı olduğu söylenebilir. 2019 yılında bu oran %12,50 idi.

Grafik 25

Şikâyetiniz sonucunda üreticiye yaptırım uygulanabileceğini ve güvensiz ürünlerin bu şikâyet sonunda piyasadan toplatılabileceğini biliyor musunuz?





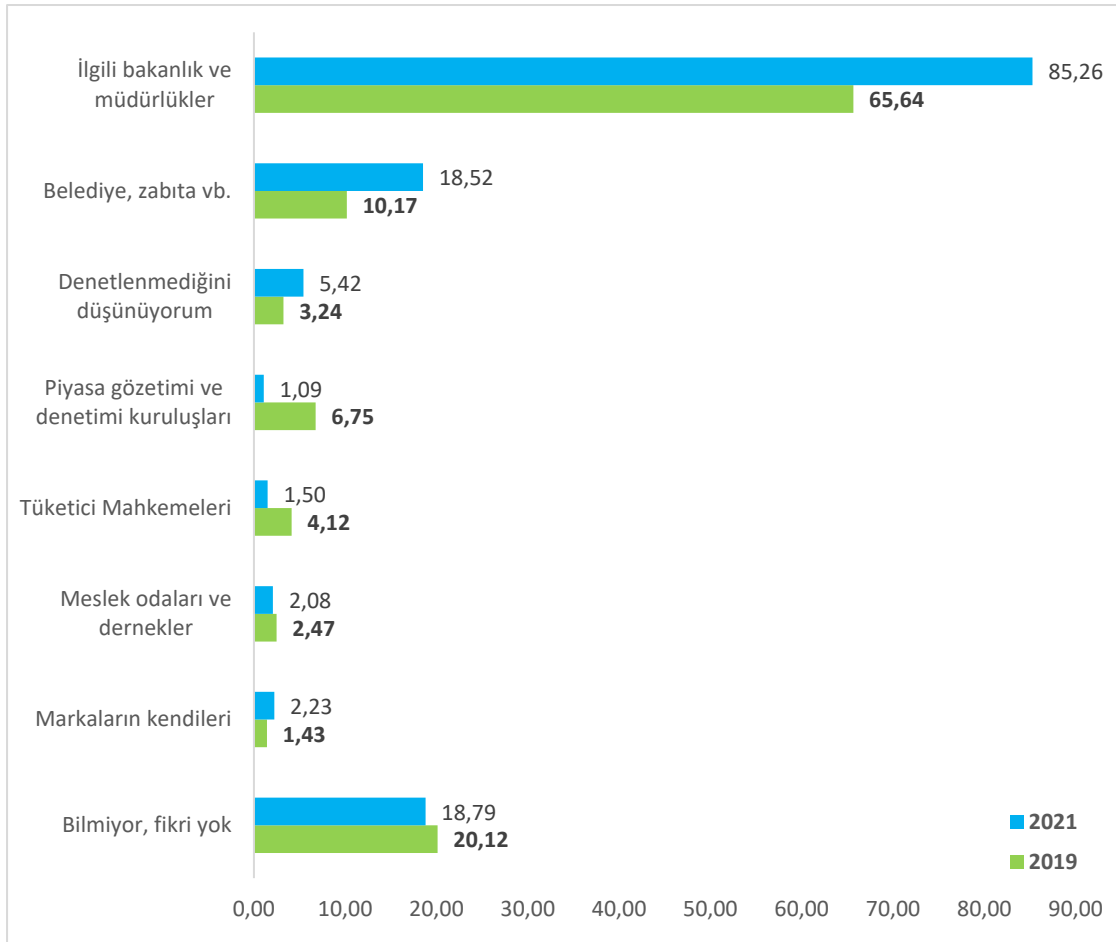
Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

Tüketicilere göre, satılan ürünlerin güvenliğini kim denetler?

Kitlenin büyük bir bölümü bu denetimi **ilgili bakanlık** ya da müdürlüklerin yaptığını düşünüyor. 2019'a kıyasla bu alandaki artış dikkat çekicidir. **2019 yılında %65,64** bu cevabı verirken, **2021 yılında** bu cevabı veren kesim **%85,26' ya ulaşmıştır**.

Grafik 26

Sizce satılan ürünlerin güvenliğini kim denetler?





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

İlgili bakanlık ve müdürlük başlığında belirtilen yanıtlar:

	2019	2021
İlgili bakanlık ve müdürlükler	65,64	85,26
Sağlık Bakanlığı	25,82	28,30
Tarım ve Orman Bakanlığı	10,23	17,38
Ticaret Bakanlığı	7,55	15,42
Devlet	8,49	11,75
TSE	4,24	6,63
Bakanlık	4,95	1,74
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	1,92	2,19
Maliye Bakanlığı	0,64	0,53
İl Sağlık Müdürlüğü	0,44	0,45
İl Tarım Müdürlüğü	0,58	0,10
Sağlık Memurları	0,23	0,08
İçişleri Bakanlığı	0,07	0,15
Çevre ve Őehircilik Bakanlığı	0,13	0,07
Diğer yanıtlar	0,33	0,46



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

KULLANILAN SORU FORMU



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

1. Yaşadığı il:

2. Görüşülen kişinin cinsiyeti

- 1() Erkek
2() Kadın

3. Yaş aralığı?

- 1() 18-24 yaş
2() 25-29 yaş
3() 30-34 yaş
4() 35-39 yaş
5() 40-44 yaş
6() 45-49 yaş
7() 50 ve üzeri

4. Öğrenim düzeyi

- 1() Okul bitirmemiş
2() İlkokul mezunu (5 yıl)
3() Ortaokul veya ilköğretim mezunu (8 yıl)
4() Lise mezunu
5() Y.Okul (2 yıl)
6() Üniversite
7() Yüksek Lisans/Doktora

5. Çalışma durumu

- 1() Özel sektörde ücretli-maaşlı çalışan
2() Kamuda ücretli-maaşlı çalışan
3() Kendi hesabına çalışan (işveren, esnaf vb.)
4() Emekli, çalışmayan
5() Evhanımı
6() İşsiz
7() Öğrenci

6. Alışverişinizi kendiniz mi yapıyorsunuz?

- 1()Evet
2() Hayır

7. Bir ürünün sizin veya ailenizin sağlığınıza zararsız/tehlikesiz olduğunuz nasıl anlarsınız? (Birden çok şık seçilebilir)

- 1() Ürünün yapıldığı malzemeden
2() Ürünün markasından
3() Ürün üzerindeki açıklamalardan
4() Ürünün fiyatından
5() Pek dikkat etmem

8. Bazı kişiler; “bir ürünün fiyatının PAHALI olması, o ürünün daha GÜVENLİ olduğu ya da UCUZ olması daha GÜVENSİZ olduğu” düşüncesini taşıyor. Siz bu düşünceye ne derece katılıyorsunuz?

- () Kesinlikle katılıyorum
() Katılıyorum
() Ne katılıyor, ne katılmıyorum
() Katılmıyorum
() Hiç katılmıyorum
() Fikrim yok





Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

9. Bir ürünün üzerinde hangi işareti veya yazıyı gördüğünüz zaman o ürünün sizin veya ailenizin sağlığına zararsız /tehlikesiz olduğunu düşünürsünüz?
- 1() CE işareti
 - 2() TSE işareti
 - 3() Ürünün üretim yeri veya geldiği ülke
 - 4() Ürünün markası
 - 5() Hiçbirine dikkat etmem
 - 6() Diğer
10. Satın aldığınız ürünlerde CE işareti dikkatinizi çeker mi?
- 1() Evet
 - 2() Hayır
11. Ürünler üzerinde karşılaşmış olabileceğiniz CE işareti sizce ne anlama gelir?
- 1() Ürünün kaliteli olduğu
 - 2() Ürünün Çin malı olduğu
 - 3() Ürünün güvenli olduğu →işaretili ise 12. Soru sorulacak, diğerlerine 13. Sorudan devam
 - 4() Ürünün yerli üretim olmadığı
 - 5() Bir fikrim yok
 - 6() Diğer
12. CE işareti ile ilgili bilgi edindiğiniz kaynak nedir? (BİRDEN FAZLA İŞARETLENEBİLİR)
- 1() TV, Radyo
 - 2() Gazete, dergi, vb.
 - 3() İnternet
 - 4() Katıldığım bir etkinlik
 - 5() Satış görevlisi
 - 6() Ürün Etiketi
 - 7() Diğer
13. Satın aldığınız ürünlerin sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturabileceğini düşünüyor musunuz?
- 1() Evet
 - 2() Hayır →SORU 15'E ATLA
 - 3() bir fikrim yok →SORU 15'E ATLA
14. Satılan ürünlerin ne kadarının sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturduğunu düşünüyorsunuz?
- 1() Hemen hemen hepsi
 - 2() Büyük çoğunluğu
 - 3() Nerdeyse yarısı
 - 4() Yarıdan daha azı
 - 5() Çok az bir kısmı
 - 6() Bilmiyor, fikri yok
15. Bazı ürün gruplarının diğerlerine göre sağlığınızd açısından daha tehlikeli olduğunu düşünüyor musunuz?
- 1() Evet
 - 2() Hayır →SORU 17'YA ATLA
 - 3() Bir fikrim yok→SORU 17'YA ATLA



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.

16. Size birazdan sayacağım ürün gruplarından hangilerinin sağlığınıza tehdit oluşturma riskinin yüksek olduğunu düşünüyörsünüz, en önemli gördüğünüz 4 tanesini belirtiniz.

- 1() Çocuk bakım ürünleri
- 2() Deterjanlar
- 3() Kozmetik ürünleri
- 4() Kırtasiye ürünleri
- 5() Oyuncaklar
- 6() Tekstil ürünleri
- 7() Asansörler
- 8() Elektrikli ürünler

17. Sizce satılan ürünlerin güvenliğini kim denetler? (BİRDEN FAZLA İŞARETLENEBİLİR)

- 1() Zabıta
- 2() Tüketici Mahkemeleri
- 3() Piyasa Gözetimi ve Denetimi Kuruluşları
- 4() Diğer:.....

18. Sizin veya ailenizin sağlığına tehdit oluşturan güvensiz bir ürününüz oldu mu?

- 1() Evet
- 2() Hayır →SORU 20'A ATLA
- 3() Bir fikrim yok →SORU 20'A ATLA

19. Güvensiz olduğunu düşündüğünüz ürünü hiç Şikayet ettiniz mi?

- 1() Evet →SORU 21'YE ATLA
- 2() Hayır

20. Satılan güvensiz ürünleri Şikayet edebileceğinizi biliyor musunuz?

- 1() Evet
- 2() Hayır → SORU 22'E ATLA
- 3() Bir fikrim yok → SORU 22'E ATLA

21. Güvensiz olduğunu düşündüğünüz bir ürünü nereye Şikayet edersiniz?

- 1() Ürünün satın alındığı yer
- 2() Piyasa Gözetimi ve Denetimi Kuruluşları
- 3() Tüketici dernekleri
- 4() CİMER (Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi)
- 5() Nereye Şikayet edeceğimi bilmiyorum
- 6() Şikayet etmem

22. Őikayetiniz sonucunda üreticiye yaptırım uygulanabileceğini ve güvensiz ürünlerin bu Şikayet sonunda piyasadan toplatılabileceğini biliyor musunuz?

- 1() Evet
- 2() Hayır → ANKET SONLANIR

23. Peki bu tür ürünlerin piyasadan toplatıldığını düşünüyor musunuz?

- 1() Evet
- 2() Hayır
- 3() Bilmiyor, fikri yok



Bu doküman Avrupa Birliği finansal yardımıyla oluşturulmuştur. Bu yayının içeriğinden sadece Norm Consulting Danışmanlık konsorsiyumu sorumlu olup hiçbir şekilde Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmamaktadır.