



ALKOLLÜ
İÇKİLERİN GÜVENLİ
ONLİNE SATIŞI:
MEVCUT DURUM VE
ÖNERİLER

BİRA VE MALT ÜRETİCİLERİ
DERNEĞİ
EKİM 2023

Yönetici Özeti

- Alkolizm sorunu çok nadir görüldüğü halde alkollü içkilerin satışının serbest olup, online satışının yasak olduğu tek ülke Türkiye'dir. Oysa dünyanın geri kalanında olduğu gibi gerekli tedbirler alındıktan sonra güvenli bir biçimde online satış yapılabilir.
- Alkollü içkilerin online satışı dünya genelinde artmaktadır. Tüketiciler e-ticaretin gelişmesiyle beraber daha sağlıklı bilgi alabildikleri,, fiyat karşılaştırması yapabildikleri ve daha fazla çeşide ulaşabildikleri uygulamalar üzerinde güvenle alkollü içki satın alabilmektedirler.
- Online satışın alkollü içki tüketimini arttırdığı iddiası zayıf bir iddiadır. Online satış hala toplam satışın çok küçük bir kısmını oluşturmaktadır (% 3,8). Dünya genelinde son yıllarda alkol tüketimi azalırken, online satışın artması aslında satış türünün değişmekte olduğunu göstermektedir.
- Online satışın alkolizmi arttırdığı iddiası da zayıf bir iddiadır. Alkol tüketimi ile alkolizm arasında her zaman doğrudan bir bağ bulunmamaktadır. Kişi başına düşen alkol tüketimi aynı olan Norveç ve İtalya'ya bakıldığında Norveç dünya alkolizm sıralamasında 13. sıradayken İtalya 143. sıradadır. Alkolizm tek başına alkol tüketimi ile alakalı değildir, hangi tür alkolün, hangi koşullarda tüketildiği daha önemli bir kriterdir.
- Online satışın 18 yaş altı bireylerin alkollü içkilerle tanışmasını kolaylaştırdığı iddiası da zayıf bir iddiadır. Bilakis satış ve teslim sırasında kimlik doğrulama, 18 yaş altı bireylerin kredi kartlarının alkollü içki satışına kapatılması, alkollü içki teslimatı yapacak personelin eğitimi gibi yöntemlerle güvenli bir e-ticaret ortamı yaratılması mümkündür.
- Alkollü içkilerin satış kanallarının daraltılmasının kayıtdışı alkol tüketimini arttırdığı ve buna bağlı olarak hem sağlık sorunlarının, hem suç oranlarının, hem de devletin vergi kayıplarının arttığı pandemi döneminde alkollü içkilerin satışına getirilen sınırlamalar esnasında gözlemlenmiştir. Güvenli bir e-ticaret ortamında kayıtdışı alkol tüketiminin azalacağı, buna bağlı olarak da metil alkole bağlı komplikasyonların azalacağı, kayıtdışı alkol sektörü ile ilintili suç örgütlerinin zayıflayacağı ve devletin vergi gelirlerinin artacağı söylenebilir.
- Alkollü içki sektörü Türkiye'nin en regüle sektörlerinden biridir; alkollü içki satışı belli kurallar dahilinde serbestken, online satışın da yine belli kurallar dahilinde serbest bırakılması mümkündür.

Alkollü İçkilerin Online Ticareti Üzerine Genel Bir Değerlendirme:

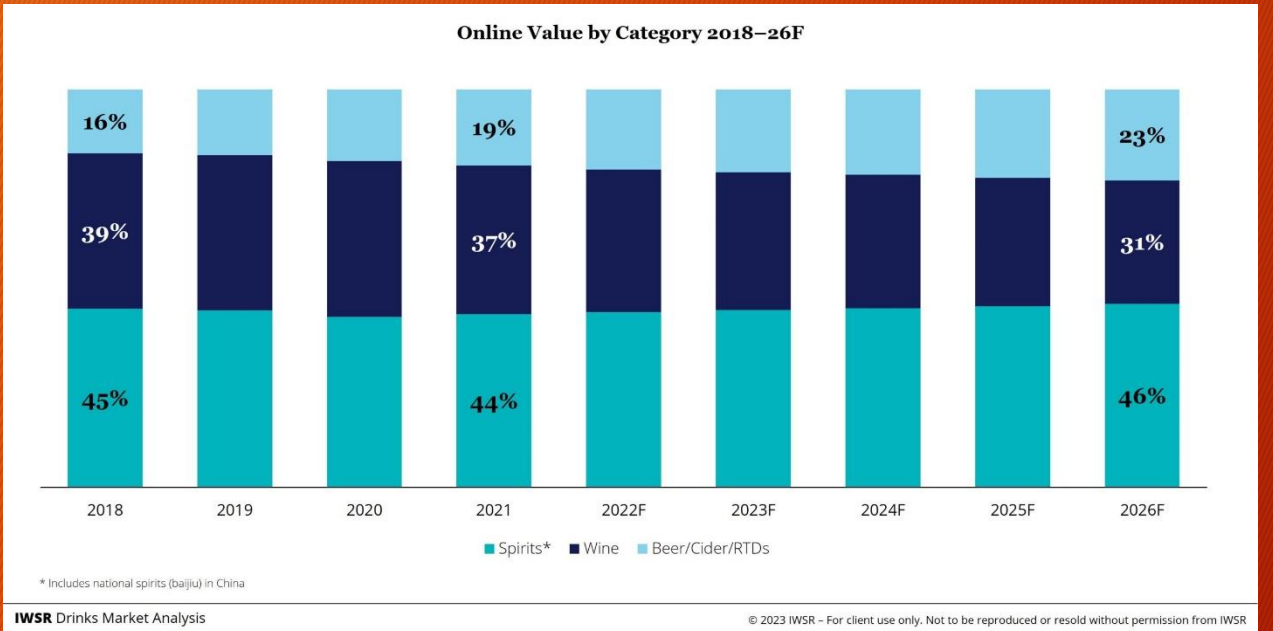
- Alkollü içkilerin e-ticaret hacmi dünya çapında giderek artmaktadır. Özellikle COVID pandemisi ile beraber e-ticaret hız kazanmıştır (IARD, 2021a). 2019 yılından 2020 yılına alkollü içkilerin e-pazarı %143 büyümüştür. Aynı dönemde sadece ABD’de alkollü içkilerin e-ticaret hacmi % 80 artmıştır. Tüketicilerin alkollü içkilere e-ticaret vasıtasıyla erişim konusunda bilinçlenmeleri ve e-ticaret üzerindeki sınırlamaların hafifletilmesi bu büyümenin en önemli sebepleri arasındadır (IWSR, 2021a).
- Diğer taraftan pandeminin sona ermesi ile beraber yıllık normal büyüme seviyelerine dönmüştür; 2020-2023 yılları arasında ortalama yıllık büyüme %15,2 civarındadır. Pandeminin sona ermesi ile beraber insanlar sosyal içiciliğe geri dönmüşlerdir. On-premise tabir edilen bar ve restoranlarda alkol tüketiminin pandemi öncesi seviyelere dönmesi ile alkollü içki e-pazarının büyümesi de yavaşlamıştır (IWSR, 2021a).
- Alkollü içkilerin e-ticareti günümüzde alkollü içki ticaretinin yaklaşık % 3,8’ine tekabül etmektedir ve 2027 yılında bu oranın % 5’e çıkması beklenmektedir (Parker, 2023). Diğer bir deyişle alkollü içkilerin online satışının alkol tüketimini anlamlı ölçüde arttırmadığı, alkollü içki ticaretinin çok küçük bir bölümünü oluşturduğu söylenebilir.
- Küresel alkollü içki pazarının 2021 yılındaki büyüklüğü 1,68 trilyon dolar seviyesindeyken, e-pazarın pazar değeri 42,3 milyar dolar olarak değerlendirilmiştir. 2031 yılında bu değer 173,8 milyar dolara çıkması beklenmektedir (Allied Market Research Report, 2022).

| Ülke | Alkollü içki e-ticaret hacmi (milyon litre) 2020 | Alkollü içki e-ticaret satış hacmindeki büyüme 2019-2020 (pandemi dönemi) |
|------------------|--|---|
| Çin | 3,778.30 | 15.2% |
| ABD | 593.1 | 133.0% |
| Birleşik Krallık | 351 | 18.9% |
| Fransa | 255.1 | 43.2% |
| Japonya | 220.7 | 28.4% |
| Avustralya | 178.4 | 12.1% |
| Almanya | 152.5 | 16.1% |
| Arjantin | 124.1 | 223.2% |
| Brezilya | 109.5 | 388.8% |
| Hollanda | 101.1 | 81.2% |
| Meksika | 91.6 | 74.1% |
| İtalya | 88.9 | 98.0% |
| Kanada | 66.9 | 300.6% |
| Belçika | 55.4 | 35.8% |
| İspanya | 52.9 | 54.7% |
| Kolombiya | 35.6 | 270.8% |
| Çekya | 33.8 | 77.0% |
| Vietnam | 33.3 | 125.0% |
| İsveç | 27.9 | 35.4% |
| Yeni Zelanda | 22.7 | 27.5% |

Tablo 1: Alkollü içki e-ticaretinde en büyük 20 ülke (IARD, 2021b)

Alkollü İçkilerin Online Ticareti Üzerine Genel Bir Değerlendirme:

- Küresel alkollü içki e-pazarında 2021 yılında en çok satış geliri elde edilen ürün %44'lük pazar payı ile distile içkilerdir; onu %37 ile şarap ve %19 ile bira takip etmektedir. Distile içkilerin satış oranının yüksek çıkmasının sebebi, en büyük alkollü içki e-pazarına sahip olan Çin'de distile içkilerin bu pazarı domine etmesidir. Yıllar içinde distile içkilerin ve biranın küresel alkollü içki e-pazarındaki ağırlığının artacağı, şarabın ağırlığının ise azalacağı öngörülmektedir.

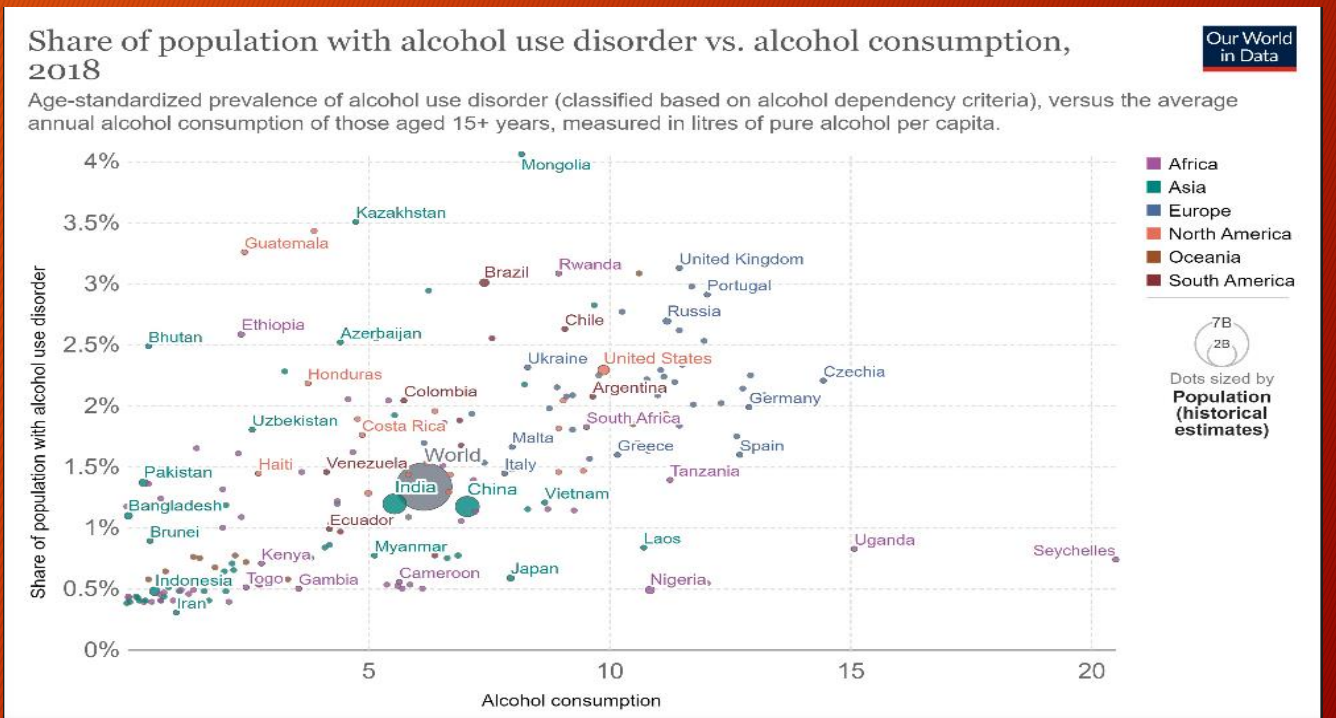


Tablo 2: Alkollü içki e-ticaretinde içki türüne göre pazar payı (IWSR, 2023)

- Alkollü içkilerin e-ticareti, alkollü içki ticaretinin tamamen yasak olduğu ülkelerde doğal olarak yasaktır. Diğer taraftan, alkol tüketiminin yüksek olduğu ülkelerin bazılarında da alkollü içkilerin e-ticaretinin yasak olduğu görülmektedir. Örneğin Güneydoğu Asya'nın en büyük alkol pazarına sahip olan ve tüm ASEAN ülkeleri içinde yıllık ortalama 20.3 litre ile en fazla alkol tüketilen ülkesi olan Tayland, 2020 yılında alkollü içkilerin online satışını yasaklamıştır (Puranabhandu, 2020)
- Alkolizm sorununun yüksek seyrettiği Rusya (dünyada 1. sırada), Litvanya (dünyada 3. sırada) ve Güney Kore (dünyada 4. sırada) gibi ülkelerde ise pandemi süresince çok büyük ölçüde sınırlandırılan alkollü içkilerin e-ticareti yeni hukuki düzenlemelerle belli ölçüde gevşetilmiştir (IWSR, 2021b)
- Hindistan'da ise alkollü içki üreticileri ile yerel hükümetler arasında varılan uzlaşmalarla pandemi döneminde daha önce izin verilmeyen alkollü içki e-ticaretine Jharkhand, Odisha, Batı Bengal eyaletlerinde bazı sınırlamalar dahilinde izin verilmiştir. Yine Hindistan'ın Maharashtra, Pencap, Chattisgarh ve Tamil Nadu eyaletlerinde perakende satıcıların alkollü içki e-ticaretine 2020 yılında izin verilmiştir (Brewer World, 2021)
- Alkollü içki satışının serbest olduğu ülkeler içinde alkolizm sorunu yaşamadığı halde alkollü içkilerin online satışının yasak olduğu tek ülke Türkiye'dir.

Alkollü İçkilerin Online Satışı ve Alkol Tüketimi/Alkolizm İlişkisi

- Literatürde alkollü içkilerin online satışı konusunda iki temel itiraz vardır. Bunlardan birincisi online satışın alkole erişimi kolaylaştırdığı, dolayısıyla alkolizm ve buna bağlı hastalıkları arttırdığı iddiasıdır.
- Ancak alkolizm tek başına alkol tüketimi ile bağlantılı değildir. Yapılan çalışmalar alkol tüketimi ve alkolizm arasında doğrudan bir bağlantı olmadığını göstermektedir. Buna göre alkolizmin sebepleri alkol tüketiminin miktarından çok tüketicilerin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik ve kültürel yapı ile alakalıdır (Our World in Data, nd.).
- Örneğin Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre, İtalya ve Norveç'in her ikisinde de kişi başına yıllık saf alkol tüketimi 7,5 lt iken, Norveç dünya alkolizm sıralamasında 13. sıradayken İtalya 143. sıradadır. İtalya'da alkol tüketen nüfusun binde sekizinde alkol bağımlılığı görülürken, Norveç'te bu oran yüzde altı civarındadır (DSÖ, 2018).
- Aşağıda verilen Tablo 3 alkol tüketimi ve alkolizm arasında doğrudan bir bağ olmadığını göstermektedir. Tablo 4-1'de Avrupa ülkelerinde, Tablo 4-2'de Türkiye ve seçilen Avrupa dışı ülkelerde alkol bağımlılığı ve alkol tüketimi verileri sunulmaktadır. Bu veriler göstermektedir ki alkol tüketimi tek başına alkolizmin sebebi değildir; alkollü içkilerin online satışının gerçek satışın çok küçük bir kısmı olduğu da dikkate alınır, online satışın alkolizm veya alkol tüketimine bağlı hastalıkları arttıracığı iddiası doğrulanmamaktadır.
- Alkol bağımlılığı ve alkole bağlı hastalıklarda tüketilen alkol miktarından çok, tüketilen alkolün türü, alkol tüketim alışkanlıkları ve kayıtdışı alkol tüketim miktarı etkili olmaktadır.



Tablo 3 – Alkol tüketimi ve alkol kullanımına bağlı hastalıklar (Ritchie ve Roser, 2022)

Alkollü İçkilerin Online Satışı ve Alkol Tüketimi/Alkolizm İlişkisi

| Ülke | Alkol Tüketimi (+15, lt saf alkol, yıllık) | | | | Alkollü İçkinin türü | | | | Alkolizm ve Alkole Bağlı Hastalıklar (+18) | | Alkol Tüketimi (+18) | |
|-------------|--|---------|-----------|---------------------|----------------------|-----------|-------------|-----------|--|-----------------------|--|---|
| | Toplam | Kayıtlı | Kayıtdışı | Kayıtdışı oranı (%) | Bira (%) | Şarap (%) | Distile (%) | Diğer (%) | Alkole bağlı hastalıklar (%) | Alkol Bağımlılığı (%) | Ömrü Boyunca Hiç Alkol Tüketmeyenler (%) | Son 12 Ayda Hiç Alkol Tüketmeyenler (%) |
| Almanya | 12,7 | 11,3 | 1,4 | 11,02 | 53 | 28 | 19 | 0 | 6,8 | 3,5 | 7,9 | 20,6 |
| Avusturya | 11,8 | 11,4 | 0,4 | 3,38 | 53 | 32 | 15 | 0 | 12 | 5,8 | 8,8 | 21,9 |
| Belçika | 11,4 | 10,4 | 1 | 8,77 | 45 | 38 | 14 | 3 | 8,1 | 4,3 | 9,4 | 23,5 |
| Bulgaristan | 12,7 | 11,4 | 1,3 | 10,23 | 39 | 17 | 43 | 1 | 6,9 | 2,3 | 13,9 | 34 |
| Çekya | 14,4 | 12,9 | 1,5 | 10,41 | 54 | 21 | 25 | 0 | 6 | 2,8 | 9,3 | 24,6 |
| Danimarka | 10,7 | 9,5 | 1,2 | 11,21 | 37 | 45 | 18 | 0 | 7,5 | 3,9 | 10,7 | 25,6 |
| Estonya | 11,6 | 10,5 | 1,1 | 9,48 | 33 | 7 | 50 | 10 | 12,2 | 5,5 | 11,6 | 27,2 |
| Finlandiya | 10,7 | 8,4 | 2,3 | 21,49 | 49 | 21 | 21 | 9 | 9,1 | 4,5 | 11,4 | 27,5 |
| Fransa | 12,6 | 11,8 | 0,8 | 6,34 | 19 | 59 | 20 | 2 | 7 | 3,3 | 9,8 | 24,7 |
| GKRY | 11,4 | 9,6 | 1,8 | 15,78 | 30 | 28 | 42 | 0 | 6,9 | 3,1 | 13,6 | 31,2 |
| Hırvatistan | 11,3 | 9,9 | 1,4 | 12,38 | 44 | 39 | 13 | 4 | 5,8 | 3,4 | 18,5 | 40,3 |
| Hollanda | 8,1 | 7,5 | 0,6 | 7,4 | 48 | 36 | 16 | 0 | 1,5 | 0,6 | 12,1 | 27,9 |
| İrlanda | 12,7 | 11,3 | 1,4 | 11,02 | 47 | 28 | 19 | 6 | 8,5 | 3,8 | 7,4 | 18,7 |
| İspanya | 10,3 | 8,5 | 1,8 | 17,47 | 54 | 18 | 28 | 0 | 1,5 | 0,7 | 1,6 | 31,4 |
| İsveç | 9,2 | 7,2 | 2 | 21,73 | 36 | 48 | 14 | 2 | 11 | 5,1 | 11,6 | 27 |
| İtalya | 7,6 | 7,1 | 0,5 | 6,57 | 25 | 65 | 10 | 0 | 1,3 | 0,6 | 27,4 | 32,2 |
| Letonya | 12,2 | 11,1 | 1,1 | 9,9 | 43 | 11 | 40 | 6 | 15,5 | 10,4 | 10,2 | 25 |
| Litvanya | 15 | 13,8 | 1,2 | 8 | 44 | 7 | 37 | 12 | 11 | 4,9 | 8,1 | 20,9 |
| Lüksemburg | 12,9 | 11,5 | 1,4 | 10,85 | 35 | 45 | 20 | 0 | 6,6 | 2,9 | 3,4 | 8,2 |
| Macaristan | 11,4 | 10,9 | 1,5 | 13,15 | 36 | 32 | 32 | 0 | 21,2 | 9,4 | 14,2 | 33,4 |
| Malta | 9 | 7,8 | 1,2 | 13,33 | 36 | 30 | 29 | 5 | 3,6 | 1,6 | 17,2 | 37 |
| Polonya | 12,1 | 10,4 | 1,7 | 14,04 | 56 | 8 | 36 | 0 | 12,8 | 2,2 | 13,5 | 32 |
| Portekiz | 12,7 | 10,6 | 2,1 | 16,53 | 26 | 61 | 8 | 5 | 6,8 | 3 | 12,6 | 30,8 |
| Romanya | 12,6 | 10,4 | 2,2 | 17,46 | 56 | 28 | 16 | 0 | 2,8 | 1,3 | 13,5 | 32,8 |
| Slovakya | 12 | 10,4 | 1,6 | 13,33 | 34 | 21 | 42 | 3 | 12,2 | 5,5 | 13,1 | 30,8 |
| Slovenya | 12,6 | 10,8 | 1,8 | 14,28 | 41 | 51 | 8 | 0 | 13,9 | 6,2 | 11,6 | 28,7 |
| Yunanistan | 10,7 | 6,4 | 4,3 | 40,18 | 32 | 45 | 22 | 1 | 6,1 | 2,7 | 15 | 34,6 |

Tablo 4-1 : AB ülkelerinde alkol tüketimi ve alkole bağlı rahatsızlıkların oranları (DSÖ, 2018)

Alkollü İçkilerin Online Satışı ve Alkol Tüketimi/Alkolizm İlişkisi

| Ülke | Alkol Tüketimi | | | | Alkollü İçkinin türü | | | | Alkolizm ve Alkole Bağlı Hastalıklar (+18) | | Alkol Tüketimi (+18) | |
|----------------|-----------------------------|------------|------------|-----------|----------------------|-----------|-------------|-----------|--|-----------------------|--|---|
| | (+15, lt saf alkol, yıllık) | | | | Bira (%) | Şarap (%) | Distile (%) | Diğer (%) | Alkole bağlı hastalıklar (%) | Alkol Bağımlılığı (%) | Ömrü Boyunca Hiç Alkol Tüketmeyenler (%) | Son 12 Ayda Hiç Alkol Tüketmeyenler (%) |
| ABD | 9,6 | 8,8 | 0,8 | 8,33 | 47 | 18 | 35 | 0 | 13,9 | 7,7 | 9,2 | 28,3 |
| Brezilya | 7,7 | 6,5 | 1,2 | 15,58 | 62 | 3 | 34 | 1 | 4,2 | 1,4 | 21,4 | 59,7 |
| Kanada | 9 | 8,1 | 0,9 | 10 | 45 | 25 | 26 | 4 | 8 | 4,1 | 12,2 | 35,5 |
| İngiltere | 10,9 | 9,8 | 1,1 | 10,09 | 35 | 36 | 22 | 7 | 8,7 | 1,4 | 11 | 26,6 |
| İsviçre | 10,7 | 9,5 | 1,2 | 9,34 | 32 | 46 | 19 | 1 | 9,5 | 4,3 | 7,5 | 18,8 |
| Norveç | 7,1 | 6 | 1,1 | 15,49 | 44 | 36 | 17 | 3 | 7,2 | 4 | 9,3 | 21 |
| Rusya | 11,7 | 8,1 | 3,6 | 30,76 | 39 | 13 | 39 | 9 | 20,9 | 9,3 | 27,2 | 41,9 |
| Avustralya | 10,4 | 9,6 | 0,8 | 7,69 | 40 | 37 | 13 | 10 | 4,4 | 1,5 | 8,5 | 20,6 |
| Çin | 7,2 | 5,7 | 1,5 | 20,83 | 30 | 3 | 67 | 1 | 4,4 | 2,3 | 42,1 | 44,1 |
| Güney Kore | 10,3 | 9,1 | 1,2 | 11,65 | 22 | 2 | 7 | 69 | 13,9 | 5,5 | 7,1 | 36,1 |
| Hindistan | 5,6 | 3 | 2,6 | 46,42 | 8 | 0 | 92 | 0 | 4,9 | 3,8 | 53,5 | 61,2 |
| Japonya | 8 | 6,9 | 1,1 | 13,75 | 18 | 6 | 40 | 36 | 3,4 | 1,1 | 9,1 | 43 |
| Azerbaycan | 0,8 | 0,5 | 0,3 | 37,5 | 61 | 37 | 0 | 2 | 6 | 3,4 | 53,2 | 78,1 |
| BAE | 3,9 | 2,1 | 1,8 | 46,15 | 10 | 8 | 82 | 0 | 0,7 | 0,4 | 70,6 | 81,5 |
| Bahreyn | 2,2 | 2,1 | 0,1 | 4,54 | 19 | 6 | 45 | 30 | 1,6 | 0,3 | 84,4 | 91,2 |
| Endonezya | 0,8 | 0,5 | 0,3 | 37,5 | 18 | 76 | 5 | 1 | 0,8 | 0,3 | 57,2 | 77,3 |
| Fas | 0,7 | 0,4 | 0,3 | 42,85 | 43 | 40 | 17 | 0 | 0,4 | 0,2 | 94,6 | 97,4 |
| İsrail | 3,8 | 2,6 | 1,2 | 31,57 | 54 | 2 | 41 | 1 | 5,9 | 3,3 | 24,4 | 45 |
| Katar | 2 | 1,3 | 0,7 | 35 | 26 | 10 | 63 | 1 | 0,3 | 0,1 | 44,9 | 54,4 |
| Malezya | 1 | 0,6 | 0,4 | 40 | 61 | 21 | 17 | 1 | 3 | 1,1 | 49,6 | 70,4 |
| Mısır | 0,4 | 0,2 | 0,2 | 50 | 62 | 4 | 33 | 1 | 1,4 | 0,6 | 94,3 | 97,2 |
| Tunus | 2 | 1,4 | 0,6 | 30 | 72 | 24 | 4 | 0 | 0,6 | 0,2 | 91,3 | 94,8 |
| Türkiye | 2 | 1,3 | 0,7 | 35 | 57 | 9 | 34 | 0 | 4,8 | 1,6 | 89,1 | 93,1 |

Tablo 4-2 : AB dışı seçili bazı ülkelerde alkol tüketimi ve alkole bağlı rahatsızlıkların oranları (DSÖ, 2018)

Alkollü İçkilerin Online Satışı ve Alkol Tüketimi/Alkolizm İlişkisi

- Türkiye özelinde bir değerlendirme yapıldığında Türkiye’de alkol tüketiminin zaten çok düşük olduğu görülmektedir. Dünya Sağlık Örgütü istatistiklerine göre Türkiye’de yıllık ortalama kişi başına düşen saf alkol tüketimi 2 litredir (DSÖ, 2018).
- Bu tüketimin 1,3 litresi kayıtlı, 0,7 litresi kayıt dışıdır; Türkiye’de kayıt dışı alkol tüketim oranı % 35 civarında olup AB ortalaması olan % 13,17’lik oranın üç katına yakındır (DSÖ, 2018). Kayıt dışı alkol tüketimi ile alkol bağımlılığı ve alkole bağlı rahatsızlıklar arasında bir doğru orantı görülmektedir. Dolayısıyla kayıt dışı alkol tüketiminin azaltılması alkol bağımlılığı ve alkole bağlı rahatsızlıkların oranının düşürülmesinde önemli bir faktördür.
- Yine DSÖ istatistiklerine göre Türkiye’de yaşayan nüfusun %89,1’i ömrü boyunca hiç alkol kullanmamış, %93,1’i de son bir yılda hiç alkol tüketmemiş olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla Türkiye’de alkolizm nüfusun çok küçük bir kısmının çok küçük bir kısmında görülebilecek bir sorundur. Zaten Türkiye dünya alkolizm sıralamasında da 124. sıradadır (Abbey Care Foundation Raporu, 2020).
- Kısacası alkollü içkilerin online satışının serbest bırakılması aslında nüfusun azami % 11’ini etkileyecek bir durum olarak değerlendirilmektedir. O nedenle online satışın Türkiye’de alkolizm sorununu arttıracığı argümanı zayıf kalmaktadır.

Alkollü İçkilerin Online Satışı ve 18 Yaş Altı Bireylerin Alkole Erişimi

- Literatürde alkollü içkilerin online satışının ikinci ve en önemli handikapı olarak 18 yaş altı bireylerin alkole erişimini kolaylaştıracağı iddia edilmektedir.
- Aslında bu iddia da zayıf bir iddiadır; zira online satış, doğru kontrol yöntemleri ile yüzyüze satıştan çok daha güvenilir ve kayıt altına alınabilir bir satış yöntemidir. Online alkollü içki satışı kredi kartı ile yapıldığından ve 18 yaş altı bireylerin kredi kartları genellikle ek kart formunda olup harcamaları ebeveynleri tarafından izlenebilir olduğundan, 18 yaş altı bireylerin online satış yoluyla alkole erişebilmeleri yüz yüze erişebilmelerinden daha zordur, çünkü daha fazla kayıt altındadır.
- Örneğin fiziksel olarak yaşından büyük gösteren 17 yaşındaki bir genç yüz yüze satış noktalarından herhangi bir kimlik kontrolüne maruz kalmaksızın alkol satın alabilirken, online alkol satışında bazı teknik düzenlemelerle kredi kartında yaş sınırına takılacağından alkol satın alamayacaktır.
- 18 yaş altı bireylerin online satış yoluyla alkole erişimini kısıtlayabilecek pek çok yöntem geliştirilebilir. Bunlardan ilki 18 yaş altı bireyler tarafından kullanılan kredi kartı veya ek kartlara alkollü içki satışı yasağı getirmektir. Bu yolla zaten 18 yaş altı bireylerin alkollü içki satın almalarının önüne geçilebilir.
- İkinci olarak online alkollü içki satışı yapacak platformların satış sırasında kimlik kontrolü yapabilecek yazılımları kullanması mümkündür. Örneğin Hindistan'da geliştirilen alkollü içki e-ticaret uygulaması HipBar'a üye olmak isteyenler hem kimlik belgelerini, hem de telefonlarının ön kamerası ile yüzlerinin fotoğrafını çekip bu fotoğrafı uygulamaya yüklemek zorundadırlar. Alkollü içkiyi teslim eden görevli de ancak kimlik ve sistemdeki fotoğrafın örtüşmesi şartıyla taşıdığı kargoyu teslim etmektedir. Latin Amerika'nın en büyük e-ticaret firmalarından biri olan Mercado Libre de benzer bir uygulama geliştirmiştir (IARD 2021).



HIPBAR



mercado
libre

Alkollü İçkilerin Online Satışı ve 18 Yaş Altı Bireylerin Alkole Erişimi

- Dahası alkollü içkilerin online satışı sonrası teslimi sırasında da kimlik kontrolü yapılabilmektedir. Alkollü içki e-ticareti yapanlar bir taraftan teslim sırasında yasal yaş sınırına uyulduğunu gösteren kimlik doğrulama yöntemleri geliştirirken, diğer taraftan alkol nedeniyle fiziksel/zihinsel zarar içinde olduğu gözlemlenen (teslim sırasında sarhoş olduğu tespit edilen) müşterilere kargolarını teslim etmemelerine imkân sağlayacak yöntemler üzerinde durmaktadırlar.
- Örneğin online gıda ve içecek ticaretinin önemli aktörlerinden biri olan Uber Eats uygulamasında, taşıyıcılar kişinin alkol nedeniyle fiziksel/zihinsel zarar içinde olduğunu, örneğin dengesiz davranışlar gösterecek kadar sarhoş olduğunu veya yasal yaşın altında olduğunu tespit ederlerse kargoyu teslim etmeme hakkına sahiptirler (IARD, 2021).
- Alkollü içkilerin e-ticaret diğer ürünlerin e-satışından farklılık arz etmektedir. Alkollü içki satan e-ticaret şirketleri satıcılar ve nakliyyeyi gerçekleştirecek kargo şirketlerine yasal yaş sınırının doğrulanmasıyla ilgili uygulamalar geliştirilmesi konusunda destek ve eğitim vermektedirler. Özellikle alkollü içki dağıtımını yapacak kuryelerin ilgili mevzuat konusunda ve karşılaşabilecekleri özgül durumlarda neler yapabilecekleri hususunda eğitimden geçirilmeleri sağlanmaktadır.
- Örneğin Glovo uygulaması Madrid'de Ulusal Emniyet ve Madrid Belediyesi Emniyet Kuvvetleri ile işbirliği halinde kanuna aykırı sipariş durumunda ya da alıcının alkolizm kaynaklı mental/fiziksel sorunlar yaşadığının tespiti durumunda kargoyu teslim etmeme ve bir güvenlik ihlali durumunda durumu emniyet güçlerine bildirme konusunda taşıyıcılara eğitim vermektedir (IARD, 2021).
- Benzer bir biçimde Avusturalya'da alkolün hem dükkanlarda hem de dükkan dışında satışını yapacak olan kişilerin özel bir eğitimden geçirilmesi zorunlu tutulmuştur. ABD'nin Georgia eyaletinde de "Alkollü İçki Nakliye Eğitimi" adı altında bir eğitim programı zorunludur ve bu programda ilgili mevzuat, sürüş güvenliği, müşteri yaş doğrulaması, hangi durumlarda alkollü içkinin teslim edilmeyeceği gibi konular bulunmaktadır (Colbert v.d., 2021).

Uber Eats

Glovo!

Alkollü İçkilerin Online Satışının Ekonomik Etkileri

- Alkollü içkilerin satış kanallarının daraltılmasının kaçak içki satışını arttırdığı ve bu durumun tüketiciler açısından büyük sağlık riskleri yarattığı, alkollü içki üreten ve satan yasal firmalar için satış ve gelir kaybına sebep olduğu açıktır. Ancak kaçak içki üretim ve satışından en çok zarar gören yapılar bizzat hükümetlerdir.
- Kaçak içki üretim ve satışı hükümetler açısından vergi kaybı, yabancı yatırımcı kaybı, kaç içki kullanımına bağlı olarak artan sağlık harcamaları ve kaçak içki ticaretini gerçekleştiren suç örgütlerinin zenginleşmesi ve güçlenmesi gibi son derece ciddi sorunlar yaratmaktadır. Dolayısıyla yasal alkollü içki satış kanallarının genişletilmesi bu sorunların azaltılmasına katkı sağlayacaktır.
- COVID-19 pandemisi sırasında alkollü içkilerin satışı üzerine konan kısıtlamalar, alkollü içkilerin yasal satış kanallarının sınırlandırılması durumunda ortaya çıkabilecek sorunları göstermesi bakımından büyük bir gösterge olmuştur. Yasaklar kaçak içki tüketimini arttırmış, buna bağlı sağlık sorunlarında büyük bir patlama yaşanmış, yasadışı suç örgütlerinin faaliyetleri artmış, devletler ciddi vergi kayıplarına, şirketler ise büyük mali kayıplara uğramışlardır.
- Örneğin Güney Afrika Cumhuriyeti'nde uygulanan yasaklar sonucunda devletin vergi kaybı 890 milyon dolara ulaştığı gibi kaçak alkol tüketiminde büyük bir artış gözlemlenmiştir (World Spirits Alliance, 2022).
- Alkollü içkilerin online satışının serbest bırakılmasının kayıt dışı alkol tüketimini azaltıcı ve devletin vergi gelirlerini arttırıcı etkisi olacaktır. Yukarıda da ifade edildiği üzere alkollü içki satışının çok küçük bir kısmı online kanallarla yapılmaktadır; kısacası vergi gelirlerindeki artış alkol tüketiminin artmasından çok kayıt dışı alkol tüketiminin azalması ile gerçekleşecektir.



Alkollü İçkilerin Online Satışının Ekonomik Etkileri

- Türkiye’de kaçak alkol tüketimi her geçen yıl giderek artmaktadır. 2013 yılında 135.696 şişe kayıt dışı alkol ele geçirilirken, bu oran 2018 yılında 712.883 şişeye çıkmıştır. 2020 yılında 1.02 milyon lt kaçak alkol ele geçirilirken, bu rakamlar 2021 yılında 1.13 milyon lt’ye 2022 yılında ise 1.84 milyon lt’ye yükselmiştir (Devletin Alkol Politikalarını İzleme Platformu, 2023).
- Türkiye’nin kaçak içki nedeniyle yıllık yaklaşık 1,5 milyar dolar seviyesinde vergi kaybı olduğu gibi, metil alkol ve diğer zararlı maddeler nedeniyle 2020-2022 yılları arasında toplam 239 can kaybı da olmuştur (Devletin Alkol Politikalarını İzleme Platformu, 2023). Sistem ne kadar regüle ve kayıt içi olursa bu maddi ve insani kayıpların o ölçüde azalacağı öngörülebilir.
- Online satış, alkollü içkilerin kayıt altına alınması açısından ciddi fayda sağlayabilir. Tüm online satış kredi kartı üzerinden yapılacağından zaten regüle olan sektör daha kontrollü hale gelecektir. Diğer bir deyişle, hukuka aykırı da olsa bir perakende satıcıdan nakit para kullanarak ve fiş/fatura almaksızın alkollü içki alınabilirken, bu online satışta mümkün olmayacaktır. Her satış vergisi ödenmiş ve kayda girmiş satış olacaktır. Bu da devletin vergi kaybını engellemekte önemli bir fayda sağlayabilir.



Sonuç: Alkollü İçkilerin Kontrollü Online Satışı İçin Öneriler

- Dünyada alkollü içki satışının serbest olduğu ülkelerin neredeyse tamamında alkollü içkilerin online satışı da serbesttir. Ancak gerek devletler gerekse alkollü içki üreticileri ve satıcıları online satışın güvenli bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için gereken tedbirleri almışlardır. Bu tedbirlerin ülkemizde de alınması ile alkollü içkilerin güvenli bir şekilde online platformlar aracılığıyla satılabilmesi mümkündür. Bu öneriler aşağıda sıralanmaktadır:
1. Alkollü içkilerin online satışı ile ilgili kuralların belirlenmesi için devlet kurumları ile alkollü içki üreticilerinin beraber çalışmaları sağlanabilir. Örneğin tüm dünyada güvenli e-ticaret yöntem ve standartlarının belirlenebilmesi için dünyanın en büyük içki üreticileri (Diageo, Asahi, Heineken, Carlsberg, Pernot Ricard vb.) bir araya gelerek Sorumlu İçicilik için Uluslararası İttifak (International Alliance for Responsible Drinking - IARD) adında bir platform oluşturmuşlardır. Benzer bir biçimde İngiltere Hükümeti 18 yaş altı bireylerin alkol tüketimini azaltmak için alınabilecek tedbirlerle ilgili İngiltere’de alkollü içki üretimi ve satışı yapan şirketlerle bir ara gelerek Alkol Satışı Standartları Grubu (Retail of Alcohol Standards Group - RASG) adında bir platformun kurulmasını teşvik etmiştir. Bu grup da özellikle alkollü içkilerin online satışına ilişkin standartları belirlemiş ve hükümetle işbirliği halinde 18 yaş altı bireylerin alkollü içkiye erişiminin kısıtlanmasına büyük katkı sağlamıştır. Türkiye’de alkollü içki alanında faaliyet gösteren şirket ve dernekler de bir araya gelerek benzer bir platform kurabilirler ve hükümet ile işbirliği halinde güvenli e-ticaret için gereken standartları belirleyebilirler.
 2. Alkollü içkilerin online satışı ve teslimi esnasında alıcının 18 yaş üstünde olduğunun tespit edilmesine imkan sağlayacak uygulamalar geliştirilebilir. Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü üzere alkollü içkilerin e-satışını yapan platformlar ve uygulamalar hem satış sırasında hem de kargo teslimi sırasında kimlik kontrolü yaparak 18 yaş altı bireylerin alkole erişimini sınırlandırabilmektedirler. Ülkemizde de geliştirilecek yazılımlarla gerekli kimlik kontrolleri sağlanarak güvenli bir e-ticaret ortamı yaratılabilir.
 3. Online satış yoluyla gönderilecek alkollü içkilerin güvenli teslimi için üretici/satıcı firmalar ile kargo şirketleri arasında belirlenecek protokollerle alkollü içki teslimi yapacak kargo görevlilerinin eğitimi konusunda modüller geliştirilebilir. Yukarıda örnekleri verildiği üzere, kargo görevlilerinin yeri geldiğinde alkol bağımlısı olduklarını tespit ettikleri veya alkolü etkisi altında olduğunu gördükleri bireylere alkollü içki teslim etmeme yetkileri bile olduğu gözlemlenmektedir. Gerek doğrudan alıcıya teslim yoluyla, gerek 18 yaş altı bireylerin teslim almasını engelleyecek kimlik doğrulama yöntemleri ile güvenli bir e-ticaret sağlanabilir.
 4. Bankalarla geliştirilebilecek işbirliği ile 18 yaş altı bireylerin bireysel veya ek kredi kartları ile alkollü içki satışı yapılamamasını sağlayacak yazılımlar geliştirilebilir. Böylece 18 yaş altı bireylerin kendi kredi kartlarıyla alkollü içki almalarının önüne geçilebilir.

Kaynakça

- Allied Market Research (2022), “Alcohol E-Commerce Market Research, 2031.” <https://www.alliedmarketresearch.com/alcohol-e-commerce-market-A16919>
- Brewer World (2021), «Regulations and Consumer Demand May Determine The Future Of E-commerce Sale Of Beer In India» <https://www.brewer-world.com/regulations-and-consumer-demand-may-determine-the-future-of-e-commerce-sale-of-beer-in-india/>
- Colbert, Stephanie v.d. (2021) “Online alcohol sales and home delivery: An international policy review and systematic literature review” *Health Policy*, 125: 1222-1237.
- Devletin Alkol Politikalarını İzleme Platformu (2023), <https://alkolpolitikalari.org/veriler/2022-turkiye-kacak-icki-verileri/>
- Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) (2018), «Global Status Report on Alcohol and Health 2018.» <https://ourworldindata.org/alcohol-consumption#:~:text=Overall%20other%20is%20not%20a,the%20onset%20of%20alcohol%20dependency>
- International Alliance for Responsible Drinking (IARD) (2021a), “Global Standards for Online Alcohol Sale and Delivery”, <https://cms.iard.org/IARD/media/Documents/25052021-Global-standards-for-online-alcohol-sale-and-delivery.pdf>
- International Alliance for Responsible Drinking (IARD) (2021b), «Global standards launched for online sale and delivery of alcohol as e-commerce booms during pandemic.»
- IWSR (2021a), “Online alcohol sales in the US normalise after a surge during Covid-19 lockdowns”. <https://www.theiwsr.com/online-alcohol-sales-in-the-us-normalise-after-a-surge-during-covid-19-lockdowns/>
- IWSR (2021b), «How is alcohol legislation changing in the wake of the ecommerce boom?» <https://www.theiwsr.com/how-is-alcohol-legislation-changing-in-the-wake-of-the-ecommerce-boom/>
- Parker, Alex (2023), «It’s a boom time for online beer sales» Molson Coors Beer&Beyond. <https://www.molsoncoorsblog.com/ecommerce-beer-trends>
- Puranabhandu, Ornkamal (2020), “Thailand Bans Online Sale of Alcoholic Beverages”, https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Thailand%20Bans%20Online%20Sale%20of%20Alcoholic%20Beverages%20_Bangkok_Thailand_10-08-2020.
- Ritchie, Hannah ve Max Roser (2022), «Alcohol Consumption», <https://ourworldindata.org/alcohol-consumption#:~:text=Overall%20other%20is%20not%20a,the%20onset%20of%20alcohol%20dependency>
- World Spirits Alliance (2022), «Countering Illicit Alcohol Trade Worldwide: Problems, Root Causes, Solutions», <https://www.worldspiritsalliance.com/wp-content/uploads/2022/06/WSA-Illicite-trade-Web.pdf>