



**T. C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI
MALİYE TEORİSİ BİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DE OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER
ÜZERİNDE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN ETKİLERİNİN
DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE İNCELENMESİ**

(DOKTORA TEZİ)

Gizem ZEREN

BURSA – 2023



**T. C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI
MALİYE TEORİSİ BİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DE OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER
ÜZERİNDE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN ETKİLERİNİN
DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE İNCELENMESİ**

(DOKTORA TEZİ)

Gizem ZEREN

Danışman:

Prof. Dr. Filiz GİRAY

BURSA – 2023

TEZ ONAY SAYFASI

T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Maliye Anabilim Dalı, **Maliye Teorisi** Bilim Dalı'nda **711812002** numaralı **Gizem ZEREN**'in hazırladığı “**TÜRKİYE’DE OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER ÜZERİNDE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN ETKİLERİNİN DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE İNCELENMESİ**” başlıklı **doktora tezi** ile ilgili tez savunma sınavı, 23/08/2023 günü 12:00 - 13:30 saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin başarılı (başarılı/başarısız) olduğuna oybirliği (oybirliği / oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

ÜYE

(Tez Danışmanı ve Sınav Komisyonu Başkanı)

Prof. Dr. Filiz GİRAY
Bursa Uludağ Üniversitesi

ÜYE

Prof. Dr. Adnan GERÇEK
Bursa Uludağ Üniversitesi

ÜYE

Prof. Dr. Nalan ÖLMEZOĞULLARI
Bursa Uludağ Üniversitesi

ÜYE

Prof. Dr. Mehmet Emin ALTUNDEMİR
Sakarya Üniversitesi

ÜYE

Doç. Dr. Simla GÜZEL
Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

23/08/2023

YEMİN METNİ

Doktora tezi olarak sunduğum “TÜRKİYE’DE OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER ÜZERİNDE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN ETKİLERİNİN DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE İNCELENMESİ” başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza

23/08/2023

Adı Soyadı: Gizem ZEREN

Öğrenci No: 711812002

Anabilim Dalı: Maliye

Programı: Maliye Teorisi

Statüsü: Yüksek Lisans / Doktora



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tez Başlığı / Konusu: Türkiye’de Olumsuz Dışsallıklar Yaratın Ürünler Üzerinde Özel Tüketim Vergilerinin Etkilerinin Davranışsal İktisat Perspektifinde İncelenmesi

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam **254** sayfalık kısmına ilişkin, 31/07/2023 tarihinde şahsım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % **13**’tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/~~dahil~~
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları’nı inceledim ve bu Uygulama Esasları’nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Tarih ve İmza
23/08/2023

Adı Soyadı: Gizem ZEREN

Öğrenci No: 711812002

Anabilim Dalı: Maliye

Programı: Maliye Teorisi

Statüsü: Doktora

Danışman
Prof. Dr. Filiz GİRAY
23/08/2023

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı : Gizem ZEREN
Üniversite : Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı : Maliye
Bilim Dalı : Maliye Teorisi
Tezin Niteliği : Doktora
Sayfa Sayısı : xv + 293
Mezuniyet Tarihi :/...../2023
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Filiz GİRAY

TÜRKİYE’DE OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER ÜZERİNDE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN ETKİLERİNİN DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE İNCELENMESİ

Kamu ekonomisinin en temel konularından biri olumsuz dışsallıklardır. Olumsuz dışsallıklar ekonomik büyüme, kaynak dağılımı ve refah üzerinde negatif etkilere yol açmaktadır. Piyasa temelli mekanizmalar dışsallıkları içselleştirmede yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla olumsuz dışsallıkları ortadan kaldırmak ya da azaltmak için devlet müdahalesi gerekmektedir. Dışsallıkları içselleştirmek amacıyla devletin kullandığı en önemli araç vergidir. Verginin işlevlerini daha etkin hale getirmek için günümüzde vergiler davranışsal iktisat perspektifinden incelenmeye başlanmıştır.

Olumsuz dışsallıklar yaratan ürünler arasında alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler gösterilebilir. Bu ürünlere odaklanan vergi özel tüketim vergisidir. Özel tüketim vergisi, olumsuz dışsallıklar yaratan ürünlerin tüketimini sınırlamaya yardımcı olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan özel tüketim vergilerinin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkilerini davranışsal iktisat perspektifinden analiz etmektir. Bireylerin vergiye karşı tutum ve davranışlarını ölçmede kullanılan en yaygın ve etkin araç anket yöntemidir. Bu çalışmada İBBS Düzey 1 Bölgeleri kapsamında, Türkiye’de yaşayan 18 yaş ve üstü 2062 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışmanın analiz bölümünde faktör analizi ve yapısal eşitlik modelinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan özel tüketim vergilerinin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Özel Tüketim Vergisi, Olumsuz Dışsallıklar, Yapısal Eşitlik Modellemesi, Türkiye

ABSTRACT

Name and Surname : Gizem ZEREN
University : Bursa Uludağ University
Institution : Social Sciences Institution
Field : Public Finance
Branch : Public Finance Theory
Degree Awarded : PhD
Page number : xv + 293
Degree Date :/...../2023
Supervisor : Prof. Dr. Filiz GİRAY

AN ANALYSIS OF EFFECTS OF EXCISE TAXES ON PRODUCTS WHICH CREATE NEGATIVE EXTERNALITIES FROM THE PERSPECTIVE OF BEHAVIORAL ECONOMICS IN TURKEY

One of the most fundamental issues of public economy is negative externalities. Negative externalities cause negative effects on economic growth, resource allocation and welfare. Market-based mechanisms fail to internalize externalities. Therefore, state intervention is required to eliminate or reduce negative externalities. The most important tool used by the state to internalize externalities is tax. In order to make the functions of tax more effective, taxes have begun to be examined from the perspective of behavioral economics.

Among the products that create negative externalities, alcoholic beverages, tobacco products and carbonated (fizzy) and sugary drinks can be shown. The tax that focuses on these products is the excise tax. The excise tax helps to limit the consumption of products that create negative externalities. The aim of this study is to analyze the effect of excise taxes on alcoholic beverages, tobacco products and carbonated and sugary beverages on negative externalities in Turkey, from a behavioral economics perspective. The most common and effective tool used to measure the attitudes and behaviors of individuals towards taxation is the survey method. In this study, a questionnaire was applied to 2062 people aged 18 and over living in Turkey within the scope of NUTS Level 1 Regions. In the analysis part of the study, factor analysis and structural equation modeling were used. As a result of the analysis, it is concluded that excise taxes on alcoholic beverages, cigarettes and carbonated and sugary beverages have negative effects on negative externalities.

Keywords: Behavioral Economics, Excise Taxes, Negative Externalities, Structural Equation Modeling, Turkey.

ÖNSÖZ

Eğitime, bilime, okumaya ve araştırmaya gönül vermiş biri olarak doktora tezimi tamamlamış olmanın verdiği mutluluğu yaşıyorum. Doktora eğitimime başladığım günden bu zamana kadar büyük bir emek, özveri, istek ve azimle çalışmaya gayret ettim. Benim hayat görüşüme göre içinde emek olan herşey çok kıymetli. Bu çalışma da emeğimin bir ürünü olduğundan benim için çok kıymetli olduğunu belirtmek isterim.

Doktora tez çalışmamın her aşamasında ilgi ve desteğini esirgemeyen, tezimdeki her bir cümleyi tek tek okuyan, değerlendiren, yönlendirmeleriyle daha kaliteli hale getiren, tezimin her bir bölümüne büyük katkı sağlayan, akademik anlamda ilerlememe destek olan, engin bilgi ve tecrübelerinden sık sık faydalandığım, hem kişiliği hem de akademik kariyeri ile örnek alınması gereken ve danışman hoca statüsünü hakkıyla yerine getiren değerli hocam Prof. Dr. Filiz GİRAY'a sonsuz teşekkürler ediyorum.

Yüksek Öğretim Kurulu'na (YÖK) doktora eğitimim aşamasında 100/2000 YÖK Doktora Bursu kapsamında beni bursiyer olarak desteklediğinden dolayı teşekkür ederim.

Bu çalışma Bursa Uludağ Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) Birimi (SDK-2021-316 proje kodlu BAP Doktora Tez Projesi) tarafından desteklenmiştir. Bursa Uludağ Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyon üyelerine çalışmaya katkılarından dolayı teşekkür ediyorum.

Tez İzleme Komitesi üyeleri arasında yer alan özellikle tez çalışmamın analiz bölümünde yardımını ve desteğini esirgemeyen, her soru sorduğumda yoğun iş temposuna rağmen büyük bir titizlikle ilgilenen ve bu çalışmaya katkı sağlayan kıymetli hocam Prof. Dr. Adnan GERÇEK'e çok teşekkür ederim. Yine Tez İzleme Komite üyeleri arasında bulunan, tezle ilgili her görüşmemizde titizlikle ilgilenen ve katkılarını sunan değerli hocam Prof. Dr. Nalan ÖLMEZOĞULLARI'na teşekkür ediyorum.

Proje asistanlığı yaptığım dönemde akademik anlamda kendimi geliştirmeme yardımcı olan tüm hocalarıma teşekkür ediyorum.

Hayatımın her aşamasında ve her koşulda yanımda olan, beni her zaman destekleyen, bana inanan, güvenen, bu hayattaki en büyük şansım olarak gördüğüm annem Filiz ZEREN ve babam Hasan ZEREN'e çok teşekkür ediyorum. İyi ki varsınız.

Gizem ZEREN

Bursa - 2023

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	i
YEMİN METNİ	ii
DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar	xiii
ŞEKİLLER	xiv
KISALTMALAR	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE VERGİ İLİŞKİSİNİN TEORİK ÇERÇEVESİ

1. DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAVRAMI, TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ VE YÖNTEMLERİ	5
1.1.DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAPSAMI	5
1.2.DAVRANIŞSAL İKTİSATIN TEMEL KAVRAMLARI.....	11
1.3. TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ	29
1.3.1. Eski Dönem (Birinci Nesil) Davranışsal İktisat	32
1.3.2. Yeni Dönem (İkinci Nesil) Davranışsal İktisat.....	36
1.4. DAVRANIŞSAL İKTİSATTA TEORİ VE YÖNTEMLER	41
1.4.1. Davranışsal Oyun Teorisi.....	41
1.4.2. Beklenti Teorisindeki Değer Fonksiyonu	42
1.4.3. Hiperbolik İndirgeme Yöntemi	47
1.4.4. Tomer Yöntemi	49
1.4.5. Deneysel Yöntemler	50
2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE VERGİ İLİŞKİSİ	53

3. DAVRANIŞSAL YAKLAŞIM AÇISINDAN VERGİ UYUMU	57
3.1. VERGİ UYUMU KAVRAMI VE KAPSAMI	57
3.2. VERGİ UYUMUNUN OLMAMASININ SONUÇLARI	60
3.3. VERGİ UYUMUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLER	62
3.3.1. Demografik Faktörler	62
3.3.2. Ekonomik ve Mali Faktörler	63
3.3.3. İdari Faktörler	64
3.3.4. Vergi Sisteminden Kaynaklanan Faktörler	65
3.3.5. Sosyo-Psikolojik Faktörler	67
3.3.6. Siyasal Faktörler	69
3.4. VERGİ UYUM YAKLAŞIMLARI	69
3.4.1. Klasik Yaklaşım	69
3.4.2. Sosyal Psikolojik Yaklaşım	72

İKİNCİ BÖLÜM

OLUMSUZ DIŞSALLIK YARATAN ÜRÜNLERE YÖNELİK ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN ETKİLERİ

1. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TEORİK KAPSAMI, TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ VE ETKİLERİ	77
1.1.ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TEORİK KAPSAMI	77
1.1.1. Genel Vergi Sınıflandırması İçinde Özel Tüketim Vergileri	77
1.1.2. Özel Tüketim Vergisinin Tanımı ve Özellikleri	78
1.1.3. Özel Tüketim Vergilerinin Sınıflandırılması	83
1.1.4. Özel Tüketim Vergisinin Alınma Amaçları	85
1.1.4.1. Mali Amaçlar	85
1.1.4.2. Ekonomik Amaçlar	87
1.1.4.3. Sosyal Amaçlar	89
1.2. ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ.....	91
1.3. ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN DÜZELTİCİ VERGİLER İÇİNDEKİ YERİ.....	96
1.3.1. Verimlilik Açısından Değerlendirme	96
1.3.2. Etkinlik Açısından Değerlendirme	98

1.3.3. Vergi Yüğü Açısından Değerlendirme.....	100
1.3.4. Adalet Açısından Değerlendirme	101
1.3.5. Davranışları Etkileme Açısından Değerlendirme	104
2. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR VE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİ	114
2.1. DIŞSALLIK KAVRAMINA İLİŞKİN TEORİK AÇIKLAMALAR.....	114
2.1.1. Dışsallık Tanımı	115
2.1.2. Dışsallıkların Sınıflandırılması	116
2.1.2.1. Üretim-Tüketim Dışsallığı	116
2.1.2.2. Marjinal-İnframarjinal Dışsallıklar.....	117
2.1.2.3. Olumsuz-Olumlu Dışsallıklar	118
2.1.2.4. Parasal (Maddi) – Teknolojik Dışsallıklar.....	119
2.2. OLUMSUZ DIŞSALLIKLARIN EKONOMİK ANALİZİ.....	119
2.3. DIŞSALLIKLARIN İÇSELLEŞTİRİLMESİ	122
2.3.1. Piyasa Ekonomisinde Çözüm Yolları.....	123
2.3.1.1. Coase Teoremi	123
2.3.1.2. Kaldor-Hicks Yaklaşımı	126
2.3.1.3. Scitovsky Yaklaşımı	127
2.3.1.4. Ortaklık Tesisi	128
2.3.1.5. Sosyal Yasaklar	129
2.3.2. Kamu Ekonomisinde Çözüm Yolları	131
2.3.2.1. Vergiler	131
2.3.2.1.1. Pigoucu vergiler.....	131
2.3.2.1.2. Plott yaklaşımında düzenleyici vergiler	135
2.3.2.2. Vergi Dışı Diğer Çözüm Yolları.....	136
2.3.2.2.1. Sübvansiyonlar	136
2.3.2.2.2. Emisyon ticareti	137
2.3.2.2.3. Doğrudan düzenlemeler	139
2.3.2.2.4. Para cezaları	140
3. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNE KONU OLAN OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER VE VERGİLENDİRME	141
3.1. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERİN KAPSAMI	141
3.2. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERDE VERGİYE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR	149

3.2.1. Halk Sağlığı Yaklaşımı	149
3.2.2. Ekonomik Yaklaşım	151
3.2.3. Politik Ekonomi Yaklaşımı	159
3.2.4. Davranışsal İktisat Yaklaşımı	160
3.3. OLUMSUZ DIşSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERİN VERGİLENDİRİLMESİNİN ETKİNLİğİNE YÖNELİK AMPİRİK ÇALIşMALAR	162

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE OLUMSUZ DIşSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN BOYUTU

1. TÜRKİYE'DE ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TARİHSEL GELİşİMİ, KAPSAMI VE HUKUKİ YAPISI	174
1.1. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TARİHSEL GELİşİMİ	174
1.2. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN KAPSAMI VE HUKUKİ YAPISI	182
2. OLUMSUZ DIşSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERİN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ	193
2.1. ALKOLLÜ ÜRÜNLERİN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ	193
2.2. TÜTÜN ÜRÜNLERİNİN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ	198
3. OLUMSUZ DIşSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER ÜZERİNDEKİ ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN EKONOMİ VE MALİ SİSTEM İÇİNDEKİ ETKİNLİğİ	205
3.1. EKONOMİ İÇİNDEKİ ETKİNLİK	205
3.2. MALİ SİSTEM İÇİNDEKİ ETKİNLİK	211
3.2.1. Alkollü Ürünler Açısından Etkinlik	212
3.2.2. Tütün Ürünleri Açısından Etkinlik	214
3.2.3. Gazlı ve şekerli İçecekler Açısından Etkinlik	216

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ

1. METODOLOJİ	218
1.1.ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖRNEKLEMİ	218
1.2.VERİLER VE BETİMSSEL DEĞERLENDİRMESİ.....	220
1.2.1.Ankete Ait Demografik Bilgiler	221
1.2.2. Ankete Tüketime Yönelik Sorulara Verilen Cevaplara Ait İstatistikler.....	223
2. FAKTÖR ANALİZİ	233
2.1. FAKTÖR ANALİZİNE YÖNELİK GENEL BİLGİLER	233
2.2. VERİ SETİNİN FAKTÖR ANALİZİ İÇİN UYGUNLUĞUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	235
2.3. FAKTÖRLERİN GÜVENİLİRLİK ANALİZİ.....	236
2.4. FAKTÖR ANALİZ SONUÇLARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ.....	237
3. YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ANALİZ	241
3.1. YAPISAL EŞİTLİK MODELİ VE ANALİZİNE YÖNELİK GENEL BİLGİLER.....	242
3.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLER	244
3.3. YAPISAL EŞİTLİK MODELİNİN ANALİZİ VE SONUÇLARI.....	246
3.3.1. Yapısal Eşitlik Modelinin Analizi	246
3.3.2. Yapısal Eşitlik Modeli Analiz Sonuçlarının Değerlendirilmesi	248
SONUÇ	252
TEŞEKKÜR	260
KAYNAKÇA	261
EKLER	283
ÖZGEÇMİŞ	293

TABLÖLAR

Tablo 1: İki Bilme, Kavrama Sistemi	10
Tablo 2: Song ve Yarbrough'un Basit Vergi Uyumu Davranış Modeli	75
Tablo 3: Vergi İkliminin Aktörleri ve Belirleyicileri.....	75
Tablo 4: Listelere Göre Vergiyi Doğuran Olay	185
Tablo 5: (III) Sayılı Liste (A) Cetveli*	187
Tablo 6: (III) Sayılı Liste(B) Cetveli*	189
Tablo 7: (III) Sayılı Liste(A) Cetveli*	190
Tablo 8: Üretimden İç Piyasaya Arz (litre).....	193
Tablo 9: İthalattan İç Piyasaya Arz (litre).....	195
Tablo 10: İhracat (litre)	196
Tablo 11: Genel Ticaret Sisteminde Tütün ve Tütün Yerine Geçen İşlenmiş Maddelerde İhracat (2013-2022) (Bin ABD Dolar).....	198
Tablo 12: Sigara Üretimi, İç Satışı ve İhracatı.....	199
Tablo 13: Yaprak Tütün İhracatının Kamu ve Özel Sektör Olarak Genel Dağılım Değerleri (\$).....	200
Tablo 14: Genel Ticaret Sisteminde Tütün ve Tütün Yerine Geçen İşlenmiş Maddelerde İthalat (2013-2022) (Bin ABD dolar)	200
Tablo 15: Yaprak Tütün Genel İthalatının Rejime Göre Dağılım Değerleri (\$).....	201
Tablo 16: Yaprak Tütün İthalat Verileri / İthalat Yapılan Ülkeye Göre Tütün İthalatı (2021)	203
Tablo 17: Türkiye'de Sigara Üretim Firmalarının Yıllar İtibarıyla Tütün Kullanım Miktarları (2018-2022) - (kg)	204
Tablo 18: Alkollü İçkilere İlişkin ÖTV'nin GSYH İçindeki Payı (%).....	206
Tablo 19: Alkollü İçeceklerin* Vergilendirilmesi (Hektolitre Başına Vergi)	207
Tablo 20: Tütün Mamüllerine İlişkin ÖTV, GSYH'deki Payı (%).....	208
Tablo 21: Tütün Ürünlerinin Vergilendirilmesi (1 Ocak 2022).....	209
Tablo 22: Kolalı Gazozlara İlişkin ÖTV, GSYH'deki Payı (%)	211
Tablo 23: Alkollü İçkilere İlişkin ÖTV ve Toplam ÖTV İçindeki Payı (Bin TL, %) .	212
Tablo 24: Alkollü İçkilere İlişkin GSYH'ye Göre ÖTV Esnekliği	213
Tablo 25: Tütün Mamüllerine İlişkin ÖTV ve Toplam ÖTV İçindeki Payı (BİN TL, %)	214
Tablo 26: Tütün Mamüllerine İlişkin GSYH'ye Göre ÖTV Esnekliği.....	215
Tablo 27: Kolalı Gazozlara İlişkin ÖTV ve Toplam ÖTV İçindeki Payı (BİN TL, %).....	216
Tablo 28: Kolalı Gazozlara İlişkin GSYH'ye Göre ÖTV Esnekliği.....	217
Tablo 29: Örnekleme Yönelik Bilgiler	220
Tablo 30: Ankete Katılanların Demografik Özellikleri	222

Tablo 31: Hayatınız Boyunca Sigara Kullanımınızı Aşağıdakilerden Hangisi En İyi İfade Eder?	223
Tablo 32: Cinsiyete Göre Sigara Tüketim Durumu	224
Tablo 33: Yaşa Göre Sigara Tüketim Durumu	225
Tablo 34: Her Gün Ortalama Kaç Adet Sigara İçiyorsunuz?.....	225
Tablo 35: Bir Ayda Sigara İçin Ne Kadar Ödeme Yapıyorsunuz?	226
Tablo 36: Sigara Kullanmıyorsanız Sebebi Nedir?.....	226
Tablo 37: Sigara Kullanımınızın Kaynağı Nedir?.....	226
Tablo 38: Sigara Kullanımının Kaynağının Cinsiyete Göre Dağılımı	227
Tablo 39: Alkollü İçecekleri Ne Sıklıkta Kullanırsınız?.....	228
Tablo 40: Cinsiyete Göre Alkol Tüketim Durumu	228
Tablo 41: Yaşa Göre Alkol Tüketim Durumu	229
Tablo 42: Alkollü İçeceklere Aylık Ne Kadar Ödüyorsunuz?	230
Tablo 43: Alkollü İçecek Kullanmıyorsanız Sebebi Nedir?	230
Tablo 44: Alkollü İçecek Kullanımınızın Kaynağı Nedir?	230
Tablo 45: Alkollü İçecek Tüketimi Kaynağının Cinsiyete Göre Dağılımı	231
Tablo 46: Haftada Gazlı ve Şekerli İçecek Tüketim Sıklığınız Nedir?.....	232
Tablo 47: Gazlı ve Şekerli İçeceklere Aylık Yaklaşık Ne Kadar Ödüyorsunuz?	232
Tablo 48: Hem Alkollü İçecek Hem Sigara Hem de Gazlı ve Şekerli İçecek Tüketiyor Musunuz?	232
Tablo 49: KMO Değerleri ve Yorumları.....	235
Tablo 50: KMO Değeri ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları	236
Tablo 51: Cronbach's Alpha Değerleri	236
Tablo 52: Faktörlerin Güvenirlilik Analizi.....	237
Tablo 53: Olumsuz Dışsallıkları Etkileyen Değişkenlerin Faktör Analizi Görünümü	237
Tablo 54: Olumsuz Dışsallıkları Etkileyen Değişkenlerin Faktör Analizi Sonuçları ..	239
Tablo 55: Faktörlere Göre Soru Gruplarının Tanımlamaları	246
Tablo 56: Yol Analizi Sonuçları	247
Tablo 57: Araştırma Modeli İçin Uyum İndeksleri.....	250

ŞEKİLLER

Şekil 1: Beklenti Teorisi Hipotetik Değer Fonksiyonu	43
Şekil 2: Beklenti Teorisi Ağırlıklandırma Fonksiyonu	45
Şekil 3: Kazançlarda (w^+) ve Kayıplarda (w^-) Ağırlıklandırma Fonksiyonu	47
Şekil 4: Laffer Eğrisi	66
Şekil 5: Song ve Yarbrough'un Basit Vergi Uyumu Davranış Modeli.....	73
Şekil 6: Olumsuz Dışsallıklar	121
Şekil 7: Pigou Tipi Vergiler.....	132
Şekil 8: Düzenleyici Vergiler ve Dışsal Maliyetler	136
Şekil 9: Alkol Vergilendirmesinde Maliyetler	153
Şekil 10: Şekerle Tatlandırılmış İçecek Vergisinin Bireysel Tüketim Üzerindeki Etkisi	154
Şekil 11: Önerilen Araştırma Modeli	245
Şekil 12: Modelin AMOS 28.0 Programındaki Yapısı.....	247
Şekil 13: Modele Ait Yol Diyagramı ve Standardize Regresyon Katsayıları	249

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
a.g.e.	Adı Geçen Eser
a.g.m.	Adı Geçen Makale
a.g.t.	Adı Geçen Tez
Bkz.	Bakınız
C.	Cilt
GSYH	Gayrisafı Yurt İçi Hasıla
KDV	Katma Değer Vergisi
MEB	Marjinal Dışsal Fayda
MEC	Marjinal Dışsal Maliyet
MPC	Marjinal zel Maliyet
MPB	Marjinal zel Fayda
MSB	Marjinal Sosyal Fayda
MSC	Marjinal Sosyal Maliyet
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği rgütü
TV	zel Tüketim Vergisi
TVK	zel Tüketim Vergisi Kanunu
p.	Page
s. / ss.	Sayfa / Sayfa Aralığı
S.	Sayı
vb.	Ve Benzeri
vd.	Ve Diğerleri
YEM	Yapısal Eşitlik Modeli

GİRİŞ

Devletin ekonomi alanındaki en önemli görevleri arasında piyasalarda etkinliği sağlamak gösterilebilir. Ancak piyasa ekonomisi her zaman istenilen ve beklenen şekilde çalışmamaktadır. Özellikle dışsallık yayan mal ve hizmetlerin varlığı durumunda piyasa başarısızlıkları söz konusu olmaktadır. Piyasa mekanizması dışsallıkları içselleştirmede başarısızlık göstermektedir. Olumsuz dışsallıklar ülkelerin kalkınma çabalarını olumsuz etkileyen bir unsur olduğundan dolayı olumsuz dışsallıklar yaratan malların tüketiminin sınırlandırılması kamu ekonomisinin öncelikli alanıdır. Bu nedenle olumsuz dışsallıkların varlığı durumunda piyasa ekonomisine devlet müdahalesi zorunlu hale gelmektedir. Devlet olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesini sağlamak amacıyla çeşitli politika araçları kullanmaktadır. Bu araçların başında vergiler yer almaktadır. Olumsuz dışsallıkları azaltmak üzere bu kapsamdaki mal ve hizmetlerin tüketimini kısımda başvuru maliye politikası araçlarının başında vergiler gelmektedir. Diğer bir ifadeyle vergilerin bireylerin mal ve hizmetlere olan taleplerinin düzey ve bileşimleri değiştirme etkileri bulunmaktadır. Vergilerin bu işlevlerini daha etkin hale getirmek üzere özellikle günümüzde vergiler davranışsal iktisat perspektifi ile incelenmeye başlamıştır. Davranışsal iktisat son yıllarda hem iktisat bilimine hem de diğer sosyal bilim dallarına yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Ekonomi, maliye, psikoloji gibi disiplinlerarası alanların etkileşimine olanak veren davranışsal iktisat, maliye politikası aracı olarak vergiler ile ilgili konularda da kamu yöneticilerine farklı bir bakış açısı sunmaktadır.

Olumsuz dışsallıklar yayan ürünler olarak; alkollü ürünler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler sayılabilir. Bu ürünler sadece tüketenler açısından değil aynı zamanda topluma da başta sağlık olmak üzere birçok olumsuz dışsallıklar yayma özelliğine sahiptirler. Bu olumsuz dışsallıklar makro düzeyde toplumun refahını düşüren etkiler yaratırlar. Bu ürünlere odaklanan temel vergi özel tüketim vergisidir. Özel tüketim vergileri olumsuz dışsallıklar yayan malların tüketimini sınırlamaya yardımcı olduğundan ve bireylerin tüketim davranışlarını etkilediğinden dolayı yönlendirici bir vergi niteliğindedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisinin etkilerini, davranışsal iktisat doktrinleri çerçevesinde, olumsuz dışsallıklar üzerindeki

etkisinin ölçümü ve ampirik analizler yardımıyla incelemektir. Bu kapsamda bireylerin özel tüketim vergisi karşısındaki davranış ve tutumları, davranışsal iktisat perspektifinden ele alınmaktadır. Bu çalışmada ilk defa dışsallık ve özel tüketim vergisi ilişkisi kurularak, olumsuz dışsallık yayan ürünler (alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler) üzerinden alınan özel tüketim vergisinin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisi Türkiye özelinde ampirik olarak ölçülebilecektir.

Son zamanlarda vergiye uyum yaklaşımları içinde sadece ekonomik ve mali faktörlere odaklanan Klasik Yaklaşım yerine sosyo-psikolojik faktörleri de inceleme konusu yapan Sosyal Psikolojik Yaklaşım ön plana çıkmaktadır. Sosyal Psikolojik Yaklaşım da bireylerin vergiye bakış açısı, vergiye karşı tavır ve tutumları daha kapsamlı ele alınmaktadır. Bu yaklaşım aynı zamanda bireylerin vergiye yönelik davranışlarını açıklamada sosyo-psikolojik faktörleri de incemeleye dâhil ettiğinden dolayı davranışsal iktisat açısından da inceleme konusu oluşturmaktadır. Bireylerin vergiye yönelik tavır ve davranışlarının tespitinde kullanılan en temel ve etkili yöntemin anket olduğu bilinmektedir. Anket sorularına sosyo-psikolojik faktörlerin dâhil edilmesiyle beraber davranışsal iktisat açısından da incelemeler yapılmaktadır. Bu çalışmada da anket yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmanın ampirik analiz bölümünde Türkiye genelinde bir araştırma yapılmıştır. Bu kapsamda İstatistiki Bölge Birimleri Düzey 1 Bölgelerinde bulunan 12 ilden toplam 2062 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmanın örneklemini Türkiye’de yaşayan 18 yaş ve üstü kişiler olarak belirlenmiştir.

Çalışmada alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan özel tüketim vergilerinin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisinin ölçümü amacıyla ilk olarak açıklayıcı faktör analizi, ardından yapısal eşitlik modeli ile yol analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizi yapılmasında SPSS 28.0 programından, yapısal eşitlik modeli kurulmasında ve analizinde ise AMOS 28.0 programından faydalanılmıştır. Açıklayıcı faktör analiziyle ölçeğin kaç faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki ilişkilerin açıklanması ve ölçülmesine olanak sağladığı için son yıllarda sosyal bilimlerde oldukça tercih edilen bir yöntem haline gelmiştir. Bu çalışma kapsamında yapısal eşitlik modeli ile alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklara etki oranı ölçülmüştür.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk üç bölümde konunun teorisi açıklanmaktadır. Birinci bölümde davranışsal iktisat ve vergi ilişkisinin teorik çerçevesi anlatılmaktadır. İlk olarak, davranışsal iktisat kapsamı, temel kavramları, teori ve yöntemleri ile tarihsel gelişim süreci açıklanmaktadır. Ardından davranışsal iktisat ve vergi ilişkisi ile davranışsal iktisat perspektifinden vergi uyumu kavramları ayrıntılı olarak ele alınmaktadır. Vergi uyumunu etkileyen faktörler ve vergi uyum yaklaşımları da bu bölümde yer almaktadır.

İkinci bölümde, olumsuz dışsallıklar yaratan ürünlerden alınan özel tüketim vergilerinin genel olarak teorik kapsamı, alınma amaçları, tarihsel gelişim süreci ve düzeltici vergiler içindeki yeri açıklanmaktadır. Bu bölümde kamu ekonomisinde önemli bir yere sahip olan dışsallık kavramına ilişkin teorik açıklamalar, olumsuz dışsallıkların ekonomik analizi ile olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesinde piyasa ve kamu ekonomisinde çözüm yolları anlatılmaktadır. Ardından olumsuz dışsallıklar yaratan ürünlerde vergiye yönelik yaklaşımlar hakkında bilgi verilmektedir. Daha sonra olumsuz dışsallıklar yaratan alkollü ürünler, tütün ürünleri ve şekerli içeceklerden alınan vergilerin etkinliğine yönelik ampirik çalışma örneklerine yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde, Türkiye’de alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan özel tüketim vergisinin boyutu incelenmektedir. Öncelikle Türkiye’de özel tüketim vergisinin tarihsel gelişim süreci, kapsamı ve hukuki yapısı açıklanmaktadır. Ardından alkollü içecekler ve tütün ürünlerinin ekonomi içindeki yeri ithalat ve ihracat gibi verilerle değerlendirilmektedir. Bu bölümde aynı zamanda istatistik veriler ile Türkiye’de alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerin vergilendirilmesinin etkinliği de yorumlanmaktadır. Bu kapsamda özel tüketim vergisi gelirleri, özel tüketim vergisinin GSYH içindeki payı ve vergi esnekliği verileri incelenmektedir.

Son bölüm ise anket sonuçlarının değerlendirildiği ve ampirik analizin yapıldığı bölümdür. Bu bölümde Türkiye’de alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan özel tüketim vergisinin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisi analiz edilmektedir. İlk olarak araştırmanın amacı, kapsamı ve örnekleme açıklanmış, ardından anket sonucunda elde edilen verilerin betimsel değerlendirmesi yapılmıştır. Ankete ait demografik bilgiler ve ankette tüketime ilişkin sorulara verilen cevaplara ait istatistikler

yorumlanmıştır. Anket sonucunda elde edilen veriler, faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuç kısmında analizden elde edilen bulgular çerçevesinde olumsuz dışsallıkları azaltmak adına, özel tüketime vergisinin etkinliğine yönelik öneriler sunulmuştur. Elde edilen sonuçların istatistiksel değerlendirmesinin yapılmasıyla ülkemizde uygulanan özel tüketim vergisinin olumsuz dışsallıkları önleme kapasitesi görülebilecek böylece literatüre ve uygulamaya katkı sağlanacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE VERGİ İLİŞKİSİNİN TEORİK ÇERÇEVESİ

1. DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAVRAMI, TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ VE YÖNTEMLERİ

Bu başlık kapsamında öncelikle davranışsal iktisat kapsamı, temel kavramlar, tarihsel açıdan geçirdiği süreç ve bu alanda kullanılan yöntemler açıklanacaktır.

1.1.DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAPSAMI

Klâsik iktisat teorisinde bireylerin her koşulda rasyonel hareket ettiği ve kendi faydalarını maksimize etmek için mantıklı kararlar aldığı kabul edilmektedir. Ancak günümüz şartlarında bireylerin iktisadi kararlarının tutum ve davranışlarından etkilendiği ve sınırlı rasyonel şekilde hareket ettiği varsayımı güç kazanmıştır. Ekonomik hayat içinde var olan tüm iktisadi aktörler risk ve belirsizlik gibi şartlar altında rasyonel hareket etmemekte ve belirli kararlar alırken her zaman tutarlı davranışlar sergilememekte, psikolojik ve sosyal duygu durumları da kararlarını etkilemektedir. Geleneksel iktisadın gözardı ettiği bu durum davranışsal iktisadın psikoloji, sinir bilim ve sosyoloji gibi alanları ekonomiye dâhil etmesiyle beraber yeni bir boyut kazanmıştır.¹

Davranışsal iktisat, bireylerden kaynaklanan sınırlamaların ve komplikasyonların var olduğu piyasalarda araştırma yapan ve bu piyasalarda iktisadi aktörlerden kaynaklanan sorunları çözmeye çalışan, psikoloji ve ekonominin işbirliğini sağlayan bir disiplindir.² İktisadi açıdan rasyonel birey (Homoekonomikus) modelini daha doğru anlamayı sağlayan, karar alma sürecinde insan davranışlarının özelliklerinin süreçte nasıl işlediğini anlayabilmek için standart ekonomi çerçevesini genişletmeyi amaçlayan

¹ Meltem Erdoğan, Veysel Karagöl, “Davranışsal İktisat, Dürtme ve Günlük Hayatta Kamusal Müdahaleler: Türkiye Örnekleri ve Tavsiyeler”, *Econworld*, (July, 2019), s. 3.

² Sendhill Mullainathan, Richard H. Thaler, “Behavioral Economics”, *NBER Working Paper*, No: 7948, (2000), p. 1.

bir disiplin olarak da tanımlanmaktadır.³ Bir başka tanıma göre ise davranışsal iktisat, iktisat teorilerinin ardında bulunan psikolojik varsayımların gerçekçiliğini araştıran ekonomi, sosyoloji ile psikolojiyi birleştirerek yeni bir sentez oluşturan bir disiplindir. Bu sentez sayesinde ekonomik davranışların sebepleri incelenerek bu davranış şekillerine göre daha doğru politikalar hazırlanması sağlanmaktadır.⁴

Psikoloji biliminin ekonomiye dâhil edilmesiyle beraber birey davranışlarının iktisadi hayata etkileri daha ayrıntılı şekilde incelenmeye başlanmış ve bu gelişmeler ışığında davranışsal iktisat ön plana çıkmıştır.⁵ İktisat ve psikoloji bilimleri ayrı ayrı incelendiği zaman görülmektedir ki her iki disiplinin de araştırma konusu insandır. İktisatta bireylerin ekonomik kararları ve bu kararların nedenleri ve sonuçları incelenirken, psikoloji de ise insan davranışlarının nedenleri araştırılmaktadır. İşte davranışsal iktisat bu iki disiplinlerarası bilimi bir arada ele alarak klâsik iktisat akımına yeni bir yorum getirmiştir.⁶

Davranışsal iktisada göre, bireyler her zaman kâr ve fayda maksimizasyonu ile hareket etmemekte ve rasyonel olamamaktadır. Karar alma mekanizmalarını etkileyen duygu durumlarını ve davranış şekillerini araştırmalara dâhil etmesi sebebiyle bilişsel ve sezgisel durumları da analizlerin içine ekleyen bir bilim dalı olarak kabul edilmektedir.⁷ Psikoloji, sosyoloji, antropoloji gibi pek çok disiplinlerarası sosyal bilimlerden faydalanan davranışsal iktisat ekonomik hayatta daha gerçekçi ve başarılı sonuçlara ulaşılmasını sağlayarak iktisat bilimine katkı sağlamaktadır.⁸

³ Peter Diamond, Hannu Vartiainen, *Behavioral Economics and Its Applications*, 1.ed., Princeton: Princeton University Press, 2007, p. 1.

⁴ Colin Camerer, "Behavioral Economics: Reunifying Psychology and Economics", *Proceedings of the National Academy of Science*, V.96, N.19, (1999), p. 10575.

⁵ Haldun Soydal, Zekeriya Mızrak, Fatma Nur Yorgancılar, "Nöro Ekonomi Kavramı'nın İktisat Bilimi İçindeki Yeri, Önemi ve Bilimselliği", *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, C.10, S.19, (2010), s. 217.

⁶ Rüya Eser, Devletkan Toigonbaeva, "Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.6, S.1, (2011), s. 288.

⁷ Erik Angner, George Loewenstein, "Behavioral Economics" *Handbook of the Philosophy of Science*, V.5, (2006), pp. 56-57.

⁸ a.g.m., p. 2.

Klâsik iktisadi düşüncede birey modeli homoekonomikus olarak adlandırılmaktadır.⁹ Diğer bir ifade ile homoekonomikus rasyonel bireyin iktisat bilimindeki ismidir.¹⁰

Ana akım iktisadın temel yapı taşlarından olan “rasyonalite” kavramı davranışsal iktisatçılar tarafından sıklıkla eleştirilen bir konu olmuş ve geçmişten günümüze pek çok farklı tanımı yapılmıştır. Rasyonalite, belirli koşullar ve kısıtlamalar altındaki sınırlar içinde verilen hedeflere ulaşılmasına uygun bir davranış tarzını ifade etmektedir.¹¹ Rabin (2002) rasyonel bireyleri, “Bayesyen¹² bilgiyi işleyen, iyi tanımlanmış istikrarlı tercihleri olan, beklenen faydalarını en üst düzeye çıkarmayı hedefleyen, üstel indirgeme metoduyla geleceğe yönelik fayda hesaplaması yapan, bencil, kendi çıkarını düşünen, sonuç odaklı davranan, inançlarını ve bilgilerini araç olarak kullanan bireyler” olarak tanımlamıştır.¹³ Bir başka tanıma göre rasyonel insan, mantıklı ve tutarlı kararlar alarak kendi faydasını arttıracığının farkında olan, ekonomik hayatta karşılaştığı sorunları akılcı bir biçimde çözme yeteneğine sahip, duygusal faktörlerden etkilenmeyen, gerektiğinde fayda maliyet analizi yapan ve bu biçimde ideal kararlar alan birey olarak tanımlanmıştır.¹⁴

Görüldüğü gibi rasyonaliteyi tek bir şekilde tanımlamak mümkün değildir. Farklı iktisadi düşüncelere sahip birçok önemli iktisatçının da rasyonaliteye ilişkin farklı bakış açıları bulunmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, rasyonaliteye dair yapılan tanımların aslında iktisat biliminde psikolojiden ne derece faydalandığının göstergesi olmasıdır. Bu açıdan farklı iktisadi düşüncelere mensup düşünürlerin rasyonalite tanımlamalarını incelemekte fayda vardır.

Rasyonaliteye dair ilk tanımlamalardan biri Adam Smith tarafından “*Theory of Moral Sentiments*” (1759) çalışmasında yapılmıştır. Smith’e göre, rasyonel birey empati

⁹ Herbert Gintis, “Beyond Homo Economicus: Evidence from Experimental Economics”, *Ecological Economics*, V.35, N.3, (2000), p. 312.

¹⁰ Selim K. Demirel, Seyfettin Artan, “Nöroiktisat ve İktisat Biliminin Geleceğine İlişkin Tartışmalar”, *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, C.2, S.1, (2016), s. 4.

¹¹ Herbert A.Simon, “Theories of Bounded Rationality”, *Decision and Organization*, ed. C. B. McGuire, Roy Radner, Amsterdam: North-Holland Publishing Company, 1972, p. 161.

¹² Bayes Teoremi: Bu teorem bir rassal değişken için olasılık dağılımı içinde koşullu olasılıklar ile marjinal olasılıklar arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Tercih yapmanın zor olduğu şartlar altında olasılıkları kullanarak çözüme ve sonuca ulaşmayı kolaylaştırmaktadır. Bkz. T.Bayes, 1763: 370-418.

¹³ Mathew Rabin, “A Perspective on Psychology and Economics”, *University of Berkeley Other Recent Work*, Working Paper No: E02-313, 2002, p. 6.

¹⁴ Mehmet Karagül, “Rasyonel Ekonomi ve Davranış İktisadından Değerler İktisadına”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.5, S.2, (2018), s. 428.

yapabilen bireydir. Herhangi bir alışveriş sırasında birey hem kendi çıkarını hem de karşı tarafın çıkarını düşünürse hem tarafların kazancı artar hem de dolaylı yoldan toplumun refahı artmış olur. Smith bu çalışmasında karar verme sürecine ahlâkı dâhil etmiştir. John Stuart Mill (1806-1873) ise ekonomik karar alma sürecini ahlâki düşünceden ayırarak bireylerin iktisadi kararlarının “kazanç güdüsü” ile olduğunu söylemiştir. Lionel Robbins (1898-1984) kıtlık olgusuna vurgu yaparak, kıt kaynakların rasyonel kullanımına odaklanan bir tanımlama yaparken, Milton Friedman (1912-2006) rasyonalite kavramına epistemolojik açıdan yaklaşarak, bu varsayımın gerçeğe yakınlığının önemi olmadığını, önemli olanın iktisat teorilerinin “öngörme” kapasitesini genişletmek olduğunu vurgulamıştır.¹⁵ Neo-klâsikler ise soyut ve teorik konular üzerine yoğunlaştıklarından bireyi rasyonel yani homoekonomikus tipolojisinde görmüşlerdir. Stanley Jevons, Leon Walras, Francis Ysidro Edgeworth, Irving Fisher, Vilfredo Pareto gibi 19. yüzyıl iktisatçıları bireyi matematiksel denklemler içinde ifade etmişlerdir. Homoekonomikus, piyasalar hakkında tam bilgi sahibi olan, tüm şartlara kendi faydasını maksimize edecek şekilde uyum sağlayabilen, geçmişsiz, geleceksiz, bağımsız, herşeyden ve herkesten izole ve asosyal ancak her zaman doğru ve mantıklı kararlar alabilen “üstün insan” olarak ortaya çıkmaktadır.¹⁶

Gerçekten de standart neo-klâsik modelin aksine bireylerin karar alma sürecinde sadece kişisel faydalarını arttırmak amacıyla hareket etmemekte, aynı zamanda adalet, fedakârlık, güven, suçluluk, utanç, ahlâk, vatanseverlik, sosyal adalet, sosyal normlar ve diğer pek çok duygu tarafından da etkilenmektedirler.¹⁷ Her ne kadar ana akım iktisat bireylerin bencil olduğunu ve fedâkar olmadığını varsaymış olsa da yapılan araştırmalar insanların alturistik (özgecilik) ve işbirlikçi hareket ettiğini göstermiştir. Psikologlar da fedâkar ve işbirlikçi ilişkiler kurulmasının karar verme sürecinde etkili olduğunu düşünmektedir.¹⁸ Smith, Bentham ve diğer bir çok ekonomist, tercihlerin ve inançların psikolojik temellerinin karar alma süreçlerine etkisinin farkındadır ve bu olguları

¹⁵ Çınla Akdere, Mürüvvet Büyükboyacı, “Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumludağ, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, ss. 111-112.

¹⁶ Özgün Burak Kaymakçı, “Politik İktisadın 'Rasyonel' Temelleri”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumludağ, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2015, ss. 67-68.

¹⁷ James Alm, “Testing Behavioral Public Economics Theories in the Laboratory”, *Tulane Economics Working Paper Series*, 1102, (2011), p. 3.

¹⁸ Pauline V. Rosenau, “Is Economic Theory Wrong about Human Nature?”, *Journal of Economic and Social Policy*, V.10, S.2, (2006), pp. 6-7.

analizlerine dahil etmişlerdir. Ancak zamanla neo-klâsik iktisadi düşüncenin egemen olmasıyla beraber psikoloji, iktisat biliminden uzaklaşmaya başlamıştır. İktisatçılar bireylerin karar alma sürecini rasyonellik temelinde faydaya bağlamışlardır. Herbert Simon, Amos Tversky ve Daniel Kahneman gibi iktisadi düşünürlerin rasyonellik varsayımına meydan okumasıyla beraber neo-klâsik düşünce sorgulanmaya başlamıştır. Bireylerin her zaman tutarlı kararlar almadıkları ve sınırlı bilişsel kapasiteye sahip olmaları sebebiyle rasyonellik varsayımının ihlâl edildiği gözlemlenmiştir. Davranışsal tutarsızlık yaşayan bireylerin referans noktası, batık maliyet ve çerçeveleme etkisi gibi pek çok sezgisel ve bilişsel önyargı içinde oldukları saptanmıştır.¹⁹

Son yıllarda yapılan pek çok araştırma sonucuna göre rasyonalitenin sadece tanımlayıcı olarak değil aynı zamanda sistematik olarak da yanlış olduğu ortaya çıkmıştır. Tablo 1’de bu sistemler gösterilmektedir. Kahneman’a (2011) göre, karar alma süreçleri iki sistemden etkilenmektedir. Bunlar, *otomatik sistem (birinci sistem)* ve *düşünce sistemi (ikinci sistem)*’dir. *Otomatik sistem*, otomatik ve içgüdüsel şekilde çok hızlı hareket eden, sezgisel ve duygusal olan ve hiçbir denetim gerektirmeyen sistemdir. *Düşünce sistemi* ise otomatik sisteme göre daha yavaş işleyen, kontrollü ve mantıksal olan, bireylerin çaba ve dikkatini gerektiren, seçimler sırasında karmaşık hesaplamalar yapılan zihinsel işlemlerden oluşmaktadır. Otomatik sistemi daha iyi anlamak için, aniden gelen bir sese yönelmek, 2 + 2 kaç eder sorusunu cevaplamak, basit cümleleri anlayabilmek gibi örnekler verilebilir. Düşünce sisteminde ise daha karmaşık aktivitelere yanıt aranır. Örneğin, vergi beyannamesi doldurmak, iki sayfalık bir metinde z harfinin kaç kere tekrar ettiğini saymak, 368 ve 46 sayılarının çarpımını hesaplamak gibi daha dikkat isteyen faaliyetler bulunmaktadır. Otomatik sistem izlenimler, duygular, eğilimler üreterek otomatik olarak ve hızlıca karar almanızı sağlarken; düşünce sistemi, otomatik sistem sorunlara çözüm bulamadığında devreye giren, çaba ve dikkat gerektiren, yavaş çalışan bir sistemdir. Ancak otomatik sistem sezgisel yolla hareket ettiğinden ve bireyler tarafından istenildiği zaman devre dışı bırakılmadığından dolayı hatalı kararlar almak olasılık dâhilindedir. Oysaki düşünce sistemi güçlü denetimiyle hataları önlemeye çalışır ancak gündelik hayatın içinde

¹⁹ Bruno S. Frey, Alois Stutzer, “Economics and Psychology: From Imperialistic to Inspired Economics”, *Philosophie Economique*, N.2, (2001), pp. 5-6.

sürekli düşünce sistemi kullanmak yorucudur ve verimsizdir.²⁰ Thaler ve Sunstein de (2017) Dürtme adlı eserde Kahneman gibi kararların iki farklı sistem tarafından alındığını, otomatik sistemin insanların sezgilerinden etkilendiğini, düşünce sisteminin ise daha önceden düşünüldüğünü ve mantıklı kararlardan oluştuğunu vurgulamışlardır. Ayrıca duygusal ve sezgisel izlenimlerin davranışları nasıl etkilediğini açıklamaya çalışmışlardır. Otomatik sistem hızlı ve kontrolsüzdür. Bu sistem düşünme eylemiyle ilişkilendirilemeyeceğinden bilinçsiz, kontrolsüz ama ustaca işlemektedir. Düşünce sistemi ise bilinçli hareket edilmesini gerektirdiğinden çabalı, kontrollü ve daha yavaş işlemektedir.²¹

Tablo 1: İki Bilme, Kavrama Sistemi

OTOMATİK SİSTEM	DÜŞÜNCE SİSTEMİ
Kontrolsüz	Kontrollü
Çabasız	Çabalı
Çağrışimli	Tümdengelimli
Hızlı	Yavaş
Bilinçsiz	Farkında olarak
Ustaca	Kurallara göre

Kaynak: Thaler, Sunstein, a.g.e., s. 35.

Thaler ve Sunstein'in (2017) eserinde hayali örneklere "econ"lar, gerçek örneklere ise "insan"lar denilmektedir. İnsanlar homo sapiens; econlar ise homoekonomikus'un kısaltması olarak kullanılmıştır. Econlar ana akım iktisattaki rasyonel birey tanımına tam anlamıyla uyan ve düşünce sistemlerini kullanmadan karar almayan ideal varlıklardır. İnsanlar ise tercihlerinde "dürtülmeye" ihtiyaç duyan ve ancak bu şekilde teşviklerle doğru kararlar alabilen varlıklar olarak tanımlanmıştır.²²

Ekonomik hayatta insan davranışı hakkında incelemeler yapılarak yasa ve politikalar oluşturmak, bireylerin kararlarını yönlendirebilmek, tercihlerini kamusal politikalara uygun hale getirmek için teşvikler vermek tüm dünyada yükselen bir trend haline gelmiştir.²³ Thaler ve Sunstein'in 2008 yılında davranışsal iktisat literatürüne kazandırdığı "dürtme (nudge)", bireylerin ekonomik hayatta daha doğru kararlar

²⁰ Daniel Kahneman, *Hızlı ve Yavaş Düşünme*, çev. Osman Ç. Deniztekin, Filiz N. Deniztekin, 11.b., İstanbul: Varlık Yayınları, 2019, ss. 26-31.

²¹ Richard H. Thaler, Cass R. Sunstein, *Dürtme (Nudge), Sağlık, Zenginlik ve Mutlulukla İlgili Kararları Uygulamak*, çev. Enver Günsel, 4.b., İstanbul: Pegasus Yayınları, 2017, ss. 34-35.

²² a.g.e., s. 29.

²³ Avishalom Tor, "The Methodology of the Behavioral Analysis of Law", *Haifa Law Review*, V.4, (2008), pp. 238-239.

almasını sağlamak ve bu doğru kararların alınabilmesi için hükümetler tarafından “teşvikler” verilmesini ifade etmektedir. Verilecek teşvikler piyasalardaki tüm iktisadi aktörlerin daha rasyonel kararlar almalarına yardımcı olacaktır. Davranışsal iktisat alanında yaptıkları çalışma ile 2017 yılında Nobel Ekonomi Ödülü alan Thaler ve Sunstein bu alana olan ilginin artmasına da öncülük etmişlerdir.

1.2.DAVRANIŞSAL İKTİSATIN TEMEL KAVRAMLARI

Günümüzde davranışsal iktisadın standart iktisat varsayım ve modellerine derinlik kazandırdığı kabul görmüştür. İktisat teorilerinin psikolojik temellere dayandırılarak açıklanmaya çalışılması ile beraber ekonomik aktörlerin davranışlarının daha doğru tahmin edilmesi, daha gerçekçi sonuçlara ulaşılması ve daha doğru kamu politikaları seçilmesi sağlanacaktır.²⁴ Bu bağlamda davranışsal iktisadı açıklamada öne çıkan bazı temel kavramların incelenmesi yararlı olacaktır.

Bilişsel Önyargılar:

Davranışsal iktisat ve bilişsel psikoloji alanlarının en önemli konularından biri bilişsel önyargıların (Cognitive biases) kapsamını keşfetmek ve sorgulamaktır. Bilişsel önyargılar, insan zihninin sınırlı kapasitesinden kaynaklanmaktadır. Bireyler bir çıkarımda bulunurken ya da karar verirken zihninde ne kadar bilgiye sahipse ancak o kadarını kullanabilir. Bu yüzden çoğu karmaşık problemde optimal ve gerçekten rasyonel olan çözüme ulaşamamaktadır. Bu durumda yapılması gereken sınırlı miktarda bilgiyi dikkate alarak en iyi kararı verebilmektir.²⁵

Alm'ın (2010) klâsik iktisat teorisinin aksine bireylerin bilişsel önyargılar ve kısıtlar altında karar verdiğine dair şu şekilde çıkarımları bulunmaktadır:²⁶

²⁴ Ester Ruben, Devrim Dumludağ, “Davranışsal İktisadın Gelişimi”, *İktisat ve Toplum*, C.5, S.58, (2015), s. 1.

²⁵ Fernando Blanco, “Cognitive Bias”, *Encyclopedia of Animal Cognition and Behavior*, ed. Jennifer Vonk, Todd K. Shackelford, New York City: Springer, 2017, p. 2.

²⁶ Alm, a.g.m., pp. 2-3.

-Bireyler her zaman tam ve doğru bilgiye sahip olmadığından aynı zamanda bilgiyi işleme kapasitesi de sınırlı olduğundan karar verme sürecinde sınırlı rasyonel kabul edilmektedir.

-Bireyler ekonomik hayatta işlemlerin ve olayların gerçek maliyetlerini doğru algılayamayabilir bu yüzden doğru hesaplamalar yapamamaktadır. Parasal yanılısma ve mali yanılısma bu duruma örnek olarak verilebilir.

-Karar vericiler özellikle risk ve belirsizlik altında kayıptan kaçınma davranışı sergilemektedir. Önceki izlenimlerinden yola çıkarak kendisine bir referans noktası belirleyen bireyler bu noktaya göre kazanç ve kayıp hesabı yapmaktadır.

-Karar alma süreçleri sosyal çevreden de etkilenmektedir.

-Bireyler her zaman rasyonel, sonuç odaklı, kendi kendini kontrol edebilen ve bencil değildir. Aksine duygularıyla hareket edebilen ve sınırlı yeteneğe sahip olan bireyler karar verme sürecinde sistematik hatalar yapabilmektedir.

Sınırlı Rasyonelite:

Rasyonel seçim teorileri normatif veya açıklayıcı olmakla beraber, belirli koşullar altında belirli hedeflere ulaşmak için insanların veya kuruluşların nasıl davranması gerektiğini ya da aslında nasıl davrandıklarını açıklamaktadır. Herbert Simon (1972), rasyonel seçim teorisini eleştirerek iktisadi aktörlerin kararlarının belirli kısıtlamalar altında alındığını ve bilgi işleme kapasitesine kısıtlama getiren teorileri de “sınırlı rasyonelite teorileri (Bounded rationality theories)” şeklinde ifade etmiştir.²⁷

Herbert Simon 1955 yılında “*Rasyonel Seçimin Davranışsal Modeli (A Behavioral Model of Rational Choice)*” isimli çalışmasında rasyonellik kavramına tamamen farklı bir boyut getirerek “**sınırlı rasyonellik**” kavramını ön plana çıkarır. Simon, neo-klâsik iktisatçılar tarafından oluşturulan teorilerin koşulları oluşmadığında bireylerin nasıl karar alacağı sorusunu ortaya çıkartarak, bireylerin her zaman akılcı, tutarlı, kendinden emin, hedefe ve faydaya odaklı olmadıklarını, tercihlerinin neo-klâsiklerin standart varsayımlarından sapma gösterdiğini incelemiştir.²⁸ Davranışsal

²⁷ Simon, a.g.m., pp. 161-162.

²⁸ Akdere, Büyükboyacı, a.g.e., s.131.

iktisadın gelişimine katkı sağlaması açısından da önemli olan bu tanımlama (sınırlı rasyonellik) bireylerin rasyonel olduğuna dair tüm ana akım iktisat varsayımlarına şüphe ile bakılması gerektiğini, psikolojik ve davranışsal araştırmalar hakkında neler öğrenilebileceğini, ekonomistlerin insan doğasına bakışını genişletmek için hangi yönleri ne şekilde araştıracağına dair referans bir çerçeve haline gelmiştir.²⁹

Bilgi ve bilgi işleme kapasitesindeki kısıtlamalar mantıklı ve doğru kararlar almanın önündeki en büyük engeldir. Simon bu durumu şu örnekle açıklamaktadır: Bir yatırımcı yatırım yapma aşamasında yani yatırım kararı alınmadan önce ayrıntılı olarak maliyet ve fayda araştırması yapmaktadır. Elde edilen bilgiler işlenmektedir. Bu yatırımdan kâr elde etmek için belirli bir maliyete katlanmak gerekmektedir. Tam bu noktada maliyetlerin fazla olduğunu gören yatırımcı elde ettiği ile yetinip daha fazla maliyete katlanmak istemeyebilir. Bu durumda da yatırımcı sınırlı rasyonel davranış sergilemiş olmaktadır.³⁰

Simon'un ilk kez 1955 yılında kullandığı sınırlı rasyonel kavramı bireylerin her zaman kendilerine maksimum fayda sağlayacak rasyonel kararlar almadığını, bazı kısıtlar altında sezgisel ve bilişsel yeteneklerine dayanarak hareket ettiğini anlatmaktadır.³¹ Simon'a (1972) göre rasyonelliği sınırlayan unsurlar; risk ve belirsizlik durumları, bireylerin her zaman tam bilgiye sahip olamaması ve eksik bilgi ile hareket etmesi, maliyetlerin hesaplanmasındaki karmaşıklık ve çevresel kısıtlamalardır. Bu sınırlamalar klâsik rasyonel seçim teorisinde göz ardı edilmiştir.³² Bu sınırlamalar altında bireyler faydalarını maksimum yapmak yerine, belirli bir tatmin düzeyini sağlayacak seçimler yapmayı hedeflemektedir. Bireylerin sahip olduğu bilişsel sınırlamalar ve karar alma durumunda sezgisel yöntemlerin bilinçsiz kullanımı faydayı maksimuma çıkarmayı imkânsız hale getirmektedir.³³ Simon bu aşamada "*sınırlılıklar altında optimal*" kararların nasıl alınacağını "*tatmin edici sonuç*" kavramı ile çözmeye çalışmıştır. Rasyonel seçim teorisinde faydasını maksimum yapmayı amaçlayan birey, gerçek hayatta risk ve belirsizlik durumlarıyla karşılaştığında "*mutlak en iyiyi*" değil,

²⁹ Rabin, a.g.m., p.6.

³⁰ Utku Altunöz, Hasip Altunöz, *Davranışsal Ekonomi (Nörofinans)*, 4.b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2019, s. 48.

³¹ Daniel Kahneman, "A Psychological Perspective on Economics", *The American Economic Review*, V.93, N.2, (2003a), p. 163.

³² Simon, a.g.m., pp. 163-164.

³³ Russell B. Korobkin, Thomas S. Ulen, "Law and Behavioral Science: Removing the Rationality Assumption from Law and Economics", *California Law Review*, V.88, N.4, (2000), pp. 1075-1076.

kendisini tatmin eden “yeterince iyiyi” seçmektedir. Simon tatmin edici sonuç kavramıyla aslında bireylerin belirli kısıtlamalar altında kararlarını mutlak iyiyi seçerek değil alternatif yollar arasında kendilerini tatmin eden yeterince iyiyi seçmeleri ile açıklamaktadır.³⁴

Bireylerin problem çözme sırasında alternatif çözüm yolları ararken akıl yürütmeye çalışmaları, sezgisel yollara başvurmaları, duyguların kararlar üzerindeki etkileri, karar verme sürecinde psikolojinin ekonomik modele dâhil edilmesi gibi konular sınırlı rasyonalite kavramı ortaya çıktıktan sonra daha da önem kazanmıştır.³⁵ Simon’a göre insanların doğru karar almalarını engelleyen içsel (psikolojik) faktörlerin ekonomik karar alma süreçlerindeki rolü incelenmeli ve analize dâhil edilmelidir.³⁶

Referans Noktası:

Davranışsal iktisat açıklamalarının dayandığı bir diğer kavram referans noktasıdır (Reference point). Kahneman (2003), karar vericilerin risk ve belirsizlik gibi durumlar altında alternatif seçenekler arasında tercih yaparken Beklenen fayda teorisinin aksine sadece faydayı dikkate almadıklarını ve belirli bir referans noktasına göre hareket ettiklerini belirtmiştir. Bireylerin ekonomik kararlar alırken varlık (servet) düzeylerinde artış ya da azalış yönünde oluşabilecek net büyüklüğü dikkate almaları rasyonelliğin gereğidir. Ancak bireyler kendilerine bu büyüklükten farklı bir başlangıç noktası belirleyebilir ve bu noktaya göre kazanç ya da kayıp hesapları yapabilirler.³⁷

Karar vericilerin sezgilerinin ve subjektif izlenimlerinin etkisi altında mevcut ve alternatif seçenekleri karşılaştırdığı yer referans noktasının yerini işaret etmektedir. Seçimleri bu referans noktasına göre yapmaktadırlar.³⁸ Bireyler statükolarını belirlemektedir. Statükosunu kaybetmek istemeyen birey mevcut durumunu korumak için bu noktayı referans değer olarak dikkate almakta ve bu değere bir çıpa atmaktadır. Alternatif yollar arasındaki seçimlerini de bu çıpa göre belirlemektedir. Bu durum

³⁴ İsmail Kitapçı, “Rasyonaliteden İrrasyonaliteye: Davranışsal İktisat Yaklaşımı ve Bilişsel Önyargılar”, *Maliye Araştırmaları Dergisi*, C.3, S.1, (2017), s. 92.

³⁵ Daniel Kahneman, “Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics” *The American Economic Review*, V.93, N.5, (2003b), pp. 1469-1470.

³⁶ Herbert A. Simon, “A Behavioral Model of Rational Choice”, *The Quarterly Journal of Economics*, V.69, N.1, (1955), pp. 100-101.

³⁷ Kahneman, (2003b), p. 1455.

³⁸ Hatime Kamilçelebi, *Davranışsal İktisat*, 1.b., İstanbul: IJOPEC Publication, 2019, s. 38.

klâsik iktisat teorisi ile uyumlu olsa bile eğer bireyin tercihleri konuyla tamamen ilgisiz bir referans noktasından yapılırsa rasyonellikten uzaklaşmaktadır.³⁹

Referans noktasının önemi kayıp ya da kazanç durumlarında ortaya çıkmaktadır. Risk ve belirsizlik altında karar vericiler bazı durumlarda referans noktasından sapmaktadır. Bireyler kayıp ve kazançlara aynı şekilde yaklaşmamaktadır. Kazanç durumunda bireyler kumar oynayıp risk almak yerine daha belirli seçenekleri tercih etmektedir. Ancak tercih edilecek seçenekler referans noktasına göre kayıp olarak algılandığında aynı kişiler risk arayışında olmaktadır.⁴⁰ Görülmektedir ki referans noktası alternatifler arasında seçim yapılması gereken her kararı etkilemektedir.

Statüko Yanlılığı (Sahiplik Etkisi):

Bireylerin karar verme sürecinde referans noktasını belirlemelerini etkileyen en önemli faktör statükodur. Gerçek dünyada bireyler tercih yaparken alternatif seçenekleri belirli etiketler ile değerlendirmektedir. Bu etiket statükoyu korumaya yöneliktir. Karar vericiler belirli bir seçim yaparken mevcut durumlarını ve sahip olduklarını korumak istemekte yani yapacakları seçim sonucunda sahip olduklarını kaybetmek istememektedir. Bu duruma sahiplik etkisi olarak da isimlendirilebilir. Bireyler statükolarına aşırı bağlı oldukları için statüko önyargısı karar verme sürecinde büyük bir etkiye sahiptir.⁴¹

Konuyu örnek bir deneyle açıklamak gerekirse; ortamdaki katılımcılardan yarısına bir kupa (bardak) verilmekte, diğer yarısına ise verilmemektedir. Bir süre sonra kupa verilen katılımcılara kupalarını ne kadara satmak istedikleri, diğer katılımcılara ise kupaları ne kadara satın almak istedikleri sorulmuştur. Kupa sahipleri sahip olduklarını kaybetmemek adına kupaya sahip olmayanlara göre yüksek bir fiyat (yaklaşık iki katı) belirlemiştir. Hâlbuki kupayı bedava elde ettikleri için ucuz bir fiyat belirleyerek satmak

³⁹ Emre Soyer, “Davranışsal İktisat ve Politika Geliştirme”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumludağ, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, s. 82.

⁴⁰ Korobkin, Ulen, a.g.m., p. 1104.

⁴¹ William Samuelson, Richard Zeckhauser, “Status Quo Bias in Decision Making”, *Journal of Risk and Uncertainty*, V.1, N.1, (1988), pp. 8-9.

daha rasyonel bir karar olabilirdi. Bu durum katılımcıların statüko yanlısı bir seçim yaptığını göstermektedir.⁴²

Zihinsel Muhasebe:

Zihinsel muhasebe (Mental accounting), “bireyler ve hane halkları tarafından finansal faaliyetleri organize etmek ve değerlendirmek amacıyla kullanılan bilişsel işlemler kümesidir.”⁴³ Bir başka tanıma göre ise zihinsel muhasebe, bireylerin risk ve belirsizlik şartları altında akıl ve mantık dışı tavır ve tutumlar sergilemeleri ile oluşan maddi yanılığın bütünü olarak da ifade edilmektedir. Bireylerin bir objeye fiyat biçerken harcadığı, kazandığı ya da kaybettiği parayı karşılaştırırken veya herhangi bir ekonomik durum değerlendirmesi yaparken zihninde yaptığı muhasebedir.⁴⁴

Thaler’ın (1985) davranışsal iktisat yazınına kazandırdığı zihinsel muhasebe kavramını açıklarken verdiği örneklerden biri şu şekildedir:⁴⁵

“Bay ve Bayan L ve Bay ve Bayan H kuzeybatıda balık tutmaya gitmişler ve biraz somon yakalamışlardır. Balıkları paketleyip bir havayolu şirketi ile eve göndermek istemişlerdir. Fakat balıklar nakliye sırasında kaybolmuştur. Bu sebeple havayolu şirketinden 300 dolar tazminat almışlardır. Çiftler parayı alınca yemeğe çıkmış ve 225 dolar harcamıştır. Ancak daha önce bir restoranda hiç bu kadar para harcamamışlardır.”

Yukarıdaki örnekten de anlaşılacağı üzere zihinsel muhasebe yapan birey klâsik iktisat teorisinin rasyonellik varsayımı ile uyuşmayan davranışlar sergilemektedir. Bireylerin ekonomik hayatta karar verirken zihinsel muhasebe yapması paranın değişik şartlarda farklı algılanmasına bu da kâr ve zarara bakış açılarının değişmesine sebep

⁴² Daniel Kahneman, Jack L. Knetsch, Richard H. Thaler, “Anomalies the Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias”, *Journal of Economic Perspectives*, V.5, N.1, (1991), pp. 195-196.

⁴³ Richard H. Thaler, “Mental Accounting Matters”, *Journal of Behavioral Decision Making*, V.12, N.3, (1999), p. 183.

⁴⁴ Altunöz, Altunöz, a.g.e., s.40.

⁴⁵ Richard H. Thaler, “Mental Accounting and Consumer Choice”, *Marketing Science*, V.4, N.3, (Summer, 1985), p. 199.

olmaktadır. Örneğin, kişi emek vererek elde ettiği maaşının 100 dolarını elde tutmayı tercih ederken, kumarda kazandığı 100 doları rahatlıkla harcayabilmektedir.⁴⁶

Zihinsel Kısayollar:

Zihinsel kısayollar (Heuristics), bir soruna çözüm bulmak için gerekli olan bilişsel kaynakları azaltmanın pratik bir yoludur. Karar vermek için normalde gerekli olan karmaşık yöntemleri basitleştiren zihinsel kısayollardır. Karar vericiler sınırlı ölçüdeki yetenekleriyle genellikle belirsizlik altındaki durumlarda sonuçların olasılığını hesaplamak için bir dizi alternatif seçenikle karşı karşıya kalmaktadır. Bu seçim aşamasında devreye zihinsel kısayollar girmektedir. Sezgi, temsiliyet, bulunabilirlik, ayarlama ve çıpalama, aşırı güven, statüko, kayıp ve pişmanlıktan kaçınma, belirsizlikten kaçınma, zihinsel muhasebe gibi karar verme araçları zihinsel kısayollara örnek olarak gösterilebilir.⁴⁷

Bireyler, olasılıkları değerlendirme ve değerleri tahmin etme gibi karmaşık görevleri daha basit yargısal işlemlere indirgeyen sınırlı sayıda sezgisel ilkeye güvenerek karar almaktadır. Bireylerin risk ve belirsizlik altında olasılık hesaplarını sınırlı sayıda sezgisel ilkeye dayanarak tahmin etmeye çalışması “*öznel olasılık değerlendirmesi*” ya da “*sezgisel olasılık değerlendirmesi*” şeklinde de ifade edilebilmektedir.⁴⁸ Karar verme sürecinde etkili olan ve zihinsel kısayollar olarak da bilinen bu üç ilke “*temsiliyet, bulunabilirlik, ayarlama ve çıpalama*” olarak adlandırılmaktadır. Genel olarak bu sezgisel yöntemler oldukça kullanışlıdır, ancak bazen ciddi ve sistematik hatalara yol açabilmektedir.⁴⁹

⁴⁶ Sümevra Duman Kurt, Mustafa Tanyeri, “Davranışsal Ekonomi Yaklaşımlarının Ürün İlgilenim Seviyesine Göre İncelenmesi”, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, C.6, S.12, (Temmuz, 2013), s. 26.

⁴⁷ H. Kent Baker, John R. Nofsinger, *Behavioral Finance: Investors, Corporations, and Markets*, 1.ed., New Jersey: Wiley, 2010, p. 6.

⁴⁸ Amos Tversky, Daniel Kahneman, “Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases”, *Science*, V.185, N.4157, (1974), p. 1126.

⁴⁹ Kahneman, (2003b), p. 1460.

Bu üç ilke şu şekilde açıklanmaktadır:⁵⁰

-Temsiliyet: Bireylerin karar verme sürecinde etkili olan olasılık soruları genelde iki şekilde oluşmaktadır. Bunlardan ilki, A nesnesinin B kategorisine ait olma olasılığı nedir? Diğeri ise A olayının B sürecinden kaynaklanma olasılığı nedir? Bireyler bu sorulara cevap verirken genellikle temsiliyet kısayolundan faydalanmaktadır. Burada olasılık hesaplamaları A'nın B'yi ne derecede temsil ettiğine (A'nın B'ye ne derecede benzediğine) göre yapılmaktadır. Eğer birey A'nın B'yi temsil ettiğine inanıyorsa A olayının B sürecinden kaynaklanma olasılığının yüksek olduğuna; A'nın B'yi temsil ettiğine inanmıyorsa A olayının B sürecinden kaynaklanma olasılığının düşük olduğuna karar vermekte ve seçimini bu doğrultuda gerçekleştirmektedir. Ancak gerçek hayatta birbirinden çok farklı olayların bu tür bir temsiliyet ilişkisi içerisinde değerlendirilerek olasılık hesaplaması yapılması olasılık kararlarında hataya sebep olmaktadır.

-Bulunabilirlik: Bireyler bir olayın olasılığını ya da sıklığını, bazen yaşadıkları tecrübelerden ya da örneklerden faydalanarak akla getirme yani hatırlanma durumuna göre de hesaplayabilmektedir. Örneğin, bir kişinin orta yaşlı bireylerde meydana gelen kalp krizi olasılığını değerlendirmesi istenirse kişi çevresinde meydana gelen bu tür bir durumu düşünerek veya hatırlayarak yapmaktadır. Başka bir örnek vermek gerekirse, kişi belli bir işte başarısız olma olasılığını daha önce yaptığı işlerde karşılaştığı zorlukları düşünerek değerlendirmektedir. İşte bu yargı kısayolu bulunabilirlik ilkesi olarak ifade edilmektedir. Bulunabilirlik, bireylerin tecrübelerinden faydalanarak olayların gerçekleşme olasılığını tahmin etmesi açısından kolay bir yol olduğundan sık başvurulan bir zihinsel kısayoldur. Genel olarak büyük ve sık rastlanan kategori örnekleri, az rastlanan ve çok sık tekrarlanmayan kategori örneklerinden daha kolay ve çabuk hatırlanmaktadır. Ancak bu ilkeye tamamen güvenmek rasyonel bir davranış olmayacağından karar verme sürecinde hataya sebep olabilmektedir.

-Ayarlama ve Çıpalama: Bireyler bir olay hakkında olasılık hesabı yaparken genelde daha önceki tecrübelerinden elde edilmiş bir ilk değer ya da başlangıç noktası belirlemektedir. Bu başlangıç noktası çıpa olarak da adlandırılmaktadır. Bireyler bu çıpayı referans değer olarak ele almakta ve bu değere göre ayarlamalar yapmaktadır.

⁵⁰ Tversky, Kahneman, a.g.m., pp. 1127-1128.

Birbirinden ilgisiz olaylarda aynı çıpaların kullanılması ya da birbiriyle bağlantılı olaylarda bireylerin önyargıları sebebiyle farklı çıpalar kullanılması yetersiz ve yanlış ayarlamalar yapılmasına sebebiyet verebilir.⁵¹ Değerlendirmelerini önceden var olan sezgisel ve bilişsel dayanakları ile önyargılarına göre yapan bireyler, belirledikleri çıpaya göre yeterli ve doğru ayarlamalar gerçekleştiremeyince olasılık hesaplamaları da kusurlu olmaktadır.⁵²

Beklenti Teorisi:

Davranışsal iktisadın bir diğer temel kavramı olan beklenti teorisinin (prospect theory) açıklanabilmesi için öncelikle beklenen fayda teorisinin anlatılması yararlı olacaktır.

1970’li yıllara kadar klâsik iktisat teorisinin temeli homoekonomikus olarak tanımlanan rasyonel insanın seçimlerinde de her zaman akıllı ve mantıklı kararlar almasına dayanmaktaydı. Bu dönemde rasyonel karar verme modelinin temeli “**Beklenen Fayda Teorisi**” olmuştur. Beklenen fayda teorisine göre, risk ve belirsizlik durumlarında ekonomik aktörler, faydalarını maksimuma çıkaracak rasyonel tercihler yapmaktadır.⁵³ İlk olarak 18. yy’da Bernoulli tarafından ortaya atılan bu teori, 20. yy’da John Von Neumann ve Oskar Morgenstern’in (1944) geliştirdikleri teorem ile klâsik iktisat teorisinin kullandığı standart bir araç haline gelmiştir.⁵⁴ Beklenen fayda teorisine göre, bireyler belirsizlik altında karar verirken belirli bir eylemin (kesin bir getirisi olan) beklenen faydası ile belirsiz bir eylemin (belirsiz bir getirisi olan) beklenen faydasını karşılaştırmakta ve daha yüksek faydaya ulaşabileceği seçimler yapmaktadır. Karar vericiler alternatif seçimler arasında açık veya örtük bir fayda-maliyet analizi yapmakta, beklenen faydaları en üst düzeye, beklenen maliyetleri ise en aza indirecek tercihleri seçmektedir.⁵⁵ Beklenen fayda teorisinde bireyler faydalarını arttırmaya yönelik seçimler yapmakta ve bu seçimleri olasılık hesaplamalarına dayandırmaktadır. Beklenen fayda teorisinin matematiksel hesaplar ve formüllere uygun, mantıklı ve rasyonel

⁵¹ Tor, a.g.m., p. 251.

⁵² Korobkin, Ulen, a.g.m., p. 1100.

⁵³ Serpil Tomak, “Girişimci ve Hevristikleri: Kavramsal Çözümleme”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.10, S.2, (2009), s. 148.

⁵⁴ Tolga Aksoy, Işıl Şahin, “Belirsizlik Altında Karar Alma: Geleneksel ve Modern Yaklaşımlar”, *Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metinleri: 2009/7*, (2009), s. 2.

⁵⁵ Korobkin, Ulen, a.g.m., p. 1063.

seçimler yapmada güvenilir bir model olduğu adledilse de çoğu zaman gerçek dünyada ekonomik ajanların seçimlerini açıklamada yetersiz kaldığı görülmüştür.⁵⁶

Beklenen fayda teorisine en ciddi eleştiri 1979 yılında Daniel Kahneman ve Amos Tversky'den gelmiştir. Kahneman ve Tversky beklenen fayda teorisine alternatif olarak **“Beklenti Teorisi”**ni geliştirerek davranışsal iktisat yazınına da büyük katkıda bulunmuşlardır. Beklenti teorisi, risk ve belirsizlik altında bireylerin irrasyonel davranarak sezgisel ve bilişsel birtakım duygu durumlarının ekonomik hayattaki tercihlerini etkilediğini gösteren daha gerçekçi bir modeldir.⁵⁷ Beklenti teorisi, psikolojik bir varlık olan bireylerin riskli durumlar altındaki davranış yapılarını iki şekilde ele almaktadır. Bunlardan ilki, duygusal ve bilişsel çelişkilerin bireyleri rasyonel davranışlardan uzaklaştırması, ikincisi ise, duygu ve düşüncelerin karar verme aşamasında birey davranışlarını olumsuz yönde etkilemesidir. Beklenen fayda teorisinde iktisadi ajanlar akla ve mantığa uygun şekilde hareket ederken, Beklenti teorisinde duygular ve gözlemler karar verme sürecini yönlendirmektedir.⁵⁸

Beklenen fayda teorisine alternatif olarak ortaya çıkan beklenti teorisinde beklenen fayda teorisindeki fayda kavramının yerini değer kavramı almıştır. Değer ise bir referans noktasına bağlı olarak oluşan kazanç ve kayıplardır.⁵⁹ Bireyler belli bir referans noktasına bağlı kalarak beklenen değer hesabı yapmaya çalışmaktadır. Bunu yaparken çerçeveleme ile riskten ve kayıptan kaçınma gibi rasyonalite ile açıklanamayan davranışlar da sergilemektedir.⁶⁰ Kahneman ve Tversky (1979) beklenti teorisini kesinlik, olasılık, yansıma etkisi, olasılık sigortası ve izolasyon etkisi gibi faktörlerle açıklamaya çalışmış ve bir dizi deney yaparak bireylerin beklenen fayda teorisine uygun hareket etmediklerini ve tutarsız davranışlar sergilediğini göstermeyi amaçlamıştır. Bu deneylerden biri de şu şekildedir:⁶¹

Deneyde toplam 72 kişiden oluşan katılımcılardan aşağıdaki iki seçenektan birini seçmeleri istenmiştir.

⁵⁶ Bilgehan Tekin, “Beklenen Fayda ve Beklenti Teorileri Bağlamında Geleneksel Finans – Davranışsal Finans Ayrımı”, *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, V.2, S.4, (2016), s. 81.

⁵⁷ Aksoy, Şahin, a.g.m., s. 2.

⁵⁸ Altunöz, Altunöz, a.g.e., s. 76.

⁵⁹ Robert J. Shiller, “Human Behavior and the Efficiency of the Financial System”, *NBER Working Paper*, No. 6375, (1998), p. 5.

⁶⁰ Kahneman, (2003b), p. 1457.

⁶¹ Daniel Kahneman, Amos Tversky, “Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk”, *Econometrica*, V.47, N.2, (1979), pp. 265-266.

Problem 1:

A: % 33 olasılıkla 2.500 dolar, % 66 olasılıkla 2.400 dolar, % 1 olasılıkla 0 kazanç,

B. % 100 olasılıkla 2.400 dolarlık kesin kazanç.

Bu soruda katılımcıların % 82'si kesin kazanç olan B seçeneğini, % 18'i ise A seçeneğini tercih etmiştir.

Problem 2:

C. % 33 olasılıkla 2.500 dolar, % 67 olasılıkla 0 kazanç,

D. % 34 olasılıkla 2.400 dolar, % 66 olasılıkla 0 kazanç.

İkinci problem de ise katılımcıların % 83'ü C seçeneğini, % 17'si ise D seçeneğini tercih etmiştir. İlk problemde olasılık düzeyi yüksek olan B seçeneğini tercih eden katılımcılar, ikinci problemde olasılık düzeyi daha düşük olan C seçeneğini tercih etmişlerdir ve tutarsız bir tavır sergilemişlerdir. Hâlbuki beklenen fayda teorisindeki gibi rasyonel davranması gereken birey kazanma olasılığı daha yüksek olan D seçeneğini tercih etmeliydi. Bireyler kesinlik etkisinden dolayı ilk problemde B seçeneğini tercih etmişlerdir. Görüldüğü gibi kesinlik, olasılık, risk, kayıp ve kazanç algıları bireylerin ekonomik hayatta farklı seçimler yapmasına neden olmaktadır.

Risk altında karar alma teorisi olarak da bilinen beklenti teorisi bireylerin kazanç ve kayıplara psikolojik etkenlerden dolayı farklı olasılık değerleri atadıklarını ortaya koymaktadır.⁶²

Kayıptan Kaçınma:

Tversky ve Kahneman (1991) bireylerin karar verirken bir referans noktaları olduğunu ve bu noktalara göre seçimler yaptığını belirtmektedir. Buna göre bireyler kayıplara kazançlardan daha büyük değer atfedilmekte bunun sonucu olarak kayıplardan kaçınma (Loss aversion) davranışı sergilemektedir. Ekonomik davranış açıklanırken kayıp ve dezavantajların tercihler üzerindeki etkisinin, kazanç ve avantajlardan daha

⁶² Sinem Sefil, Hakkı Kutay Çilingiroğlu, "Davranışsal Finansın Temelleri: Karar Vermenin Bilişsel ve Duygusal Eğilimleri", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl.10, S.19, (2011), s. 253.

önemli olduğu vurgulanmaktadır. Ekonomik aktörler risk ve belirsizlik gibi durumlar altında kazanç elde etmek yerine kayıp vermekten kaçınma davranışı sergilemeyi tercih etmektedir.⁶³

Risk ve belirsizlik altında yapılan tercihlerde kayıptan kaçınma ve kazanç elde etme arasındaki oranın farklı olduğu ortaya çıkmıştır. Bireyler belirli bir referans noktasından yola çıkarak kayıp ve kazanç durumlarına farklı tepkiler vermektedir. Örneğin, 20 TL kayıp ve 20 TL kazanç ihtimâlleri bireyler için oran olarak farklı anlamlar ifade etmektedir. Kayıptan kaçınma kavramı nispi gelir hipotezinde de önemli yer tutmaktadır. Nispi gelir hipotezine göre, bireyler sosyo-ekonomik durumlarını çevresindeki başka kişiler ile karşılaştırmaktadır ve bu karşılaştırma sonucu mutluluk düzeyleri farklılaşmaktadır. Şöyle ki kişi kendisini, kendisinden daha iyi durumdakiler ile karşılaştırdığında mutluluk düzeyi düşmekte, kendisinden daha kötü durumda olanlar ile karşılaştırdığında ise mutluluğu aynı ölçüde artmamakta hatta değişmemektedir. Bu örnekten hareketle, kayıp ve kazançlar arasında asimetri olduğu ve duruma kişiler açısından bakıldığında kayıplara kazançlardan çok daha büyük ve önemli bir değer atfedildiği sonucuna ulaşılmaktadır.⁶⁴

Kahneman ve Tversky'nin (1979) kayıptan kaçınma davranışı ile ilgili yaptığı deney şu şekildedir:⁶⁵

Bir oyunda deneklere, garanti edilen kazanç 3000 TL ve risk almaları halinde 4000 TL kazanç sağlayabilecekleri şeklinde iki seçenek sunulmuştur. Bu seçeneklerle denekler kazançlarını % 80 arttırılabilir veya % 20 olasılık ile hiçbir şey kazanamayabilirler. Deneklerin % 80'i riske girmek yerine garanti olan 3000 TL'yi seçmişlerdir. Örnek ayrıntılı incelenecek olursa, ilk seçenekte 4000 TL kazanma olasılığı % 80, yani gelecek kazanç (4000×0.80) 3200 TL'dir. Anlaşıldığı gibi alınacak risk karşılığında, ellerinde garanti olan 3000 TL'ye ilâve olarak 200 TL daha kazanacaklar. Denekler bu deneyde artı 200 TL kazanmak için riske girmektense garanti olan 3000 TL'yi kabul etmektedir. Deneklere ikinci bir soru daha yöneltilmiş ve bu kez de para kaybetme şartı getirilmiştir. 3000 TL'yi kaybetmeyi kabul etme seçeneği altında

⁶³ Amos Tversky, Daniel Kahneman, "Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model", *The Quarterly Journal of Economics*, V.106, N.4, (1991), p. 1039.

⁶⁴ Ester Ruben, Devrim Dumludağ, "İktisat ve Psikoloji", *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumludağ, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2015, s. 46-47.

⁶⁵ Altunöz, Altunöz, a.g.e., s. 31.

% 20 olasılıkla hiçbir kayıp yaşamamak ama % 80 olasılıkla 4000 TL kaybetmek karşısında neyi tercih edecekleri sorulmuştur. % 80 ihtimalle 4000 TL kaybetmek paranın 3200 TL azalması anlamına gelmektedir. Oysaki 3000 TL zararı kabul etmek ceplerinde 200 TL kalacağını göstermektedir. Ancak deneklerin % 92'si 4000 TL'yi % 80 ihtimalle kaybetmeyi tercih etmişlerdir. Aslında bu rasyonel bir karar değildir. Bireyler burada mutlak kaybı kabullenmemekte, daha fazla kaybı göze almakta ve irrasyonel davranmaktadır. Bu deneyden de anlaşılacağı üzere bireyler kazanç elde etme durumunda risk almaktan kaçınırken, kayıptan kaçınma durumunda ise risk peşinde koşmaktadır. Kazanç söz konusu iken riskten kaçınma ve kayıp söz konusu iken risk alma davranışının doğruluğu ya da yanlışlığı kişilerin kendi öznel değerleri ile ilgili bir durumdur.⁶⁶

Klâsik iktisat teorisi bireylerin beklenen fayda ekseninde akılcı hareket ettiği ve faydasını maksimum yapma amacı içinde olduğunu varsayarken, davranışsal iktisat teorisi bireylerin seçim yaparken sadece fayda odaklı hareket etmediği, belirli bir referans noktasından hareketle kayıptan kaçınma davranışı sergilediği üzerinde durmuştur. Bireyler olasılıkları her zaman doğrusal şekilde değerlendirmemekte ve sadece kendi fayda ve kazançlarına göre hareket etmemektedir. Aynı zamanda sosyal normlar, sezgisel ve bilişsel duygular ve karşılıklılık gibi kavramlar da karar alma sürecinde davranışı açıklamada büyük rol oynamaktadır.⁶⁷

Cerçeveleme Etkisi:

Çerçeveleme etkisi (Framing effect) kavramını ilk kullanan sosyolog Erving Goffman'a (1974) göre çerçeveler, "*kişilerin hayattaki deneyimlerinden yola çıkarak, olayları veya bilgileri konumlandırmasına, algılamasına, tanımlamasına ve etiketlemesine olanak tanıyan yorumlama şemaları*" olarak adlandırılmaktadır. Gitlin'e (1980) göre çerçeveler, "*ısrarlı seçim, vurgu ve dışlama araçları*" şeklinde tanımlanırken, Gamson ve Modigliani (1987) bu konsepti geliştirerek çerçeveyi, "*bir*

⁶⁶ Daniel Kahneman, Amos Tversky, "Choices, Values, and Frames", *American Psychologist*, V.39, N. 4, (1984), pp. 342-343.

⁶⁷ Zafer Akın, Ü. Barış Urhan, "Davranışsal Oyun Teorisi", *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumludağ, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2015, s. 283.

konuyla ilgili olayları anlamlandırmayı sağlayan merkezi düzenleme fikri veya hikaye çizgisidir” şeklinde açıklamıştır.⁶⁸

İlk olarak sosyoloji literatüründe ortaya çıkan çerçeveleme kavramı daha sonra psikoloji ve davranışsal iktisat alanlarında da kendini göstermeye başlamıştır. Kahneman ve Tversky’ye (1984) göre çerçeveleme, “*bir konunun belirli unsurlarının bireylerin bilişsel ve sezgisel kaynaklarından daha fazla yararlanarak bilgiyi benzersiz bir bağlama yerleştirmek*” olarak görülmektedir. Bunun önemli bir sonucu ise seçilen unsurların bireylerin yargılarını etkilemede veya çıkarım yapmada önemli bir hale gelmesidir.⁶⁹ Çerçeveleme, kişilerin sahip oldukları bilgiyi bir bağlamın içine yerleştirmelerini ve bu bağlama göre çerçeve referansları oluşturmalarını sağlamaktadır. Kişiler bu çerçeve referanslarına göre seçim yapmaktadır. İşte Kahneman ve Tversky (1984) bireylerin her konuda tam bilgiye sahip olamadıklarını, sahip olsalar bile her zaman rasyonel seçimler yapamadıklarını bu yüzden çerçevelemenin ekonomik hayatta verilen kararları da önemli ölçüde etkilediğini savunmaktadır.⁷⁰

Davranışsal iktisatta çerçeveleme etkisi, “*farklı şekilde tanımlanan aynı soru veya aynı seçim kümesinin farklı yanıtlara yol açabileceği etkiyi*” ifade etmektedir. Basit bir örnek vermek gerekirse, yarıya kadar su ile dolu olan bir bardağı çocukların yorumlaması istendiğinde bazıları yarısının dolu olduğunu bazıları ise yarısının boş olduğunu söyleyerek aslında bu örnekten deneklerin farklı zihinsel süreçlerinin farklı çerçevelere yol açtığı görülmektedir. Aynı zamanda olumlu sunulan çerçeveler ile olumsuz sunulan çerçeveler bireylerin kararlarını ciddi anlamda etkilemektedir.⁷¹

Bireylerin risk ve belirsizlik altında seçim yaparken öznel birtakım yargılardan da etkilendiğini gösteren en önemli argümanlardan biri çerçeveleme etkisidir. Davranışsal iktisat literatüründe çerçeveleme etkisi kapsamında kullanılan “*karar çerçevesi (decision frame)*” kavramı, tercih yapacak kişinin problemi çözme sürecinde ilgili eylemler, sonuçlar ve olası durumlar hakkındaki anlayışını ifade etmektedir. Seçim yapacak kişinin sorunun çözümünde izlediği yol ve yöntemler ile sahip olduğu

⁶⁸ Zhongdang Pan, Gerald M. Kosicki, “Framing Analysis: An Approach to News Discourse”, *Political Communication*, V.10, N.1, (1993), p. 56.

⁶⁹ Pan, Kosicki, a.g.m., p. 57.

⁷⁰ Kahneman, Tversky, (1984), pp. 343-347.

⁷¹ Edvard J. McCaffery, Jonathan Baron, “Thinking About Tax, Psychology”, *Psychology, Public Policy, and Law*, V.12, N.1, (2006), p. 108.

normları, alışkanlıkları ve kişisel özellikleri karar çerçevelerini oluşturmaktadır.⁷² Bu durumun en güzel örneğini Kahneman ve Tversky'nin (1981) çerçeveleme etkisini analiz etmek amacıyla yaptıkları şu deney oluşturmaktadır:⁷³

Deneyde katılımcılara bir soru sorulmuş ve farklı çözüm yolları belirtilmiştir.

“Problem 1 [N=152]: ABD'nin 600 kişiyi öldürmesi beklenen alışılmadık bir Asya hastalığı salgınına hazırlandığını hayal ediniz. Hastalıkla mücadele için iki alternatif program önerilmiştir. Programların sonuçlarının kesin bilimsel tahmininin aşağıdaki gibi olduğunu varsayınız:

Program A benimsenirse, 200 kişi kurtarılacaktır. [% 72]

Program B benimsenirse, 1/3 olasılıkla 600 kişi kurtarılacak ve 2/3 olasılıkla hiç kimse kurtarılmayacak. [% 28]

İki programdan hangisini tercih edersiniz?”

152 kişilik bir gruba yapılan bu deneyde katılımcıların % 72'si A Programını seçerek 200 kişinin kesin olarak kurtarılmasını tercih etmişlerdir. B Programını seçenlerin olasılığı ise % 28 olmuştur. Katılımcılar bu deneyde risk almaktan kaçınmışlar ve insanların kesin olarak hayatta kalacağı A Programını tercih etmişlerdir.

Deneyin devamında 155 kişilik bir gruba aynı soru farklı seçenekler ile tekrar sorulmuştur.

“Problem 2 [N = 155]: C Programı kabul edilirse 400 kişi ölecek. [% 22]

D Programı kabul edilirse, 1/3 olasılıkla hiç kimse ölmeyecek ve 2/3 olasılıkla 600 kişi ölecek. [% 78]

İki programdan hangisini tercih edersiniz?”

155 kişilik katılımcı grubunun % 78'i D Programını seçerken, % 22'si C Programını seçmiştir. Problem 1'de katılımcılar riskten kaçınmışlar, Problem 2'de ise risk almayı seçmişlerdir. Aslında A ile C, B ile D programları aynı olasılığı farklı kelimelerle ifade eden iki varsayımdır. Bu deney katılımcıların sözcüklerden etkilendiğini yani çerçeveleme etkisini göstermektedir. Risk altında kesin kazanç

⁷² Amos Tversky, Daniel Kahneman, “The Framing of Decisions and the Psychology of Choice”, *Science*, V.211, N.4481, (1981), p. 453.

⁷³ a.g.m., p. 453.

durumu varsa kişiler risk almaktan kaçınıırken, kesin kaybetme durumu söz konusuysa risk almayı tercih etmektedirler.

Batık Maliyet:

Batık maliyet (Sunk cost) psikoloji, davranışsal iktisat ve davranışsal finans literatüründe öne çıkan bir kavram olmakla beraber bireylerin bir işe yatırdıkları paranın ya da bir olaya harcadıkları çabanın ve zamanın yanlış ve hatalı bir karar olduğunu anlamalarına rağmen bu yanlış işi ya da kararı devam ettirme eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Bu irrasyonel davranışın psikolojik gerekçesi savurgan görünmeme arzusuna dayanmaktadır. Batık maliyet etkisine şu örnek verilebilir:⁷⁴

“Bir adam, yerel bir radyo istasyonunun sponsor olduğu bir yarışmayı kazanır. Bu kişiye yarışmayı kazandığı için futbol maçına bedava bilet verilir. Tek başına gitmek istemediği için bir arkadaşını bir bilet almaya ikna eder. Maça gitmeye hazırlanırken korkunç bir kar fırtınası başlar. Bileti yarışma sonucunda kazanan kişi kar fırtınası sebebiyle maça gitmekten vazgeçer. Çünkü kar fırtınasına dayanmanın acısı, maçı izlemekten alacağı zevkten daha büyük olacaktır. Ancak arkadaşı bu durumu protesto eder, bilet için ödediği on iki doları boşa harcamak istemediğini ve kara rağmen maça gitmek istediğini söyler. Bileti satın alan bu kişi, geleneksel ekonomi teorisine göre rasyonel davranmamaktadır. Kör edici bir kar fırtınasında 3 saat oturmanın acısı, oyunu görmeye çalışmaktan elde edilecek eğlenceden daha büyükse maça gitmemek rasyonel bir karar olacaktır. Gitsin ya da gitmesin 12 dolar ödenmiştir ve bu batık bir maliyettir. Gitme kararını hiçbir şekilde etkilememelidir.”

Örnekte görüldüğü gibi bileti kendi parasıyla satın alan kişi paranın boşa gitmemesi için tüm olumsuz şartlara rağmen maça gitmek istemiştir. Bu batık maliyet tuzağına iyi bir örnek teşkil etmektedir. Batık maliyetler önceden yapılmış ve geri döndürülemez harcamalardır. Doğru bir karar olmadığı anlaşılrsa bile bu harcamalar yapıldığı için bir işe ya da yatırıma devam etmek ekonomik hayatta karar verme kriteri olarak kullanılabilir rasyonel bir davranış biçimi değildir.⁷⁵

⁷⁴ Hal R. Arkes, Catherine Blumer, “The Psychology of Sunk Cost”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, V.35, N.1, (1985), pp. 124-125.

⁷⁵ Geoff Kovey, “Sunk Cost”, *Appita Journal*, V.63, N.2, (2010), p. 98.

Parasal Yanılma:

Parasal yanılma (Money illusion), kişilerin fiyatlarda meydana gelen artışı sanki reel gelirlerinde gerçek bir artış olmuş gibi algılayıp buna göre tepki vermeleri durumudur. Aslında fiyatlar arttığında kişilerin gelirleri nominal olarak artar ve kişiler gelirlerini rakamsal (nominal) artışa göre değerlendirerek harcama davranışlarını değiştirmektedir. Örneğin, bir kişi fiyatlar üç kat arttığında kendi kişisel geliri de üç kat artmış gibi düşünerek zenginleştiğini zannetmektedir. Bu düşünce ile satın alma gücünün de arttığını varsayarak lüks mallar tüketmeye eğilimli olmaktadır. Eğer kişisel gelirin bir kısmını bu tür mallara harcarsa parasal yanılma içine düştüğü ve rasyonel olmayan davranışlar sergilediği söylenebilir.⁷⁶

Parasal yanılma kişilerin algılarının ve seçimlerinin nominal değişikliklerden etkilendiği anlamına geldiğinden bu durum davranışsal iktisat açısından kişilerin karar tercihlerinin çerçevesini de göstermektedir. Kişiler sunulan belirli bir çerçeveyi benimsemiş ve bu çerçeve içindeki seçenekleri değerlendirme eğiliminde olduğu için yaşamlarındaki çoğu ekonomik işlemin para kullanımını içermesi, onların reel ve nominal artış arasındaki farkı algılayamamasına ve kararlarının nominal terimlerle çerçevelenmesine sebep olmaktadır. Bu tür bir çerçeveleme de karar verme sürecinde sistematik hatalara yol açarak parasal yanılma içine düşülmesine neden olmaktadır.⁷⁷ Sonuçta, parasal yanılma bireylerin gelirlerinin reel olarak arttığına inanmasına ve bu artışa göre zihinlerinde bir çıpa veya referans noktası oluşturarak fiyat artışlarına daha yumuşak bir tepki vermelerine yol açmaktadır.⁷⁸

Asimetrik Bilgi:

Asimetrik bilgi (Asymmetric information), mal veya hizmetler hakkında tarafların birinde olan bilginin diğerinde olmaması, bir diğer ifade ile taraflardan biri tam bilgiye sahipken diğerinin eksik bilgi ile hareket etmesi durumudur. Bu da piyasa başarısızlıklarının temel sebeplerinden biridir.

⁷⁶ Altunöz, Altunöz, a.g.e., s. 56.

⁷⁷ Ernst Fehr, Jean-Robert Tyran, "Does Money Illusion Matter?", *The American Economic Review*, V. 91, N.5, (2001), p. 1241.

⁷⁸ Kitapçı, a.g.m., s. 97.

Asimetrik bilgi, Akerlof'un 1970 yılında yayınlanan "Limon Piyasası: Kalite, Belirsizlik ve Piyasa Mekanizması (The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and Market Mechanism)" adlı çalışmasıyla önem kazanan bir konu olmuştur. Akerlof bu çalışmasında otomobil piyasalarını incelemiştir. Otomobil piyasalarında satıcıların alıcılardan daha fazla bilgiye sahip olduğunu ve bu durumun satıcılara avantaj sağladığını belirtmiştir. İkinci el otomobil piyasalarında satıcıların iyi ve kötü (limon) arabalar hakkında alıcılardan daha fazla bilgiye sahip olması, alıcı ve satıcı arasındaki bilgi farklılığına bu da piyasalarda dengesizliğe yol açmaktadır. Alıcılar, satıcıların iyi otomobillerden ziyade limon olanları satmak isteyeceklerini düşünmektedir. Ancak hangi otomobilin kötü olduğunu bilmemektedir. Alıcılar satıcıların limon otomobilleri kendilerine satacaklarını düşünerek fiyatları düşürmek istemektedir. Limon otomobil sahipleri de fiyatları düşürerek satış yapmaya çalışırken, iyi otomobil sahipleri bu fiyattan satış yapmak istemediklerinden piyasadan çekilmeyi tercih etmektedir. Sonuçta satıcıların alıcılara göre otomobillerin kalitesi hakkında daha fazla bilgiye sahip olması satıcıları limon arabaları satmaya yönlendirmektedir. Bu durum ters seçim olarak da ifade edilmek de olup asimetrik bilginin yol açtığı sorunlardan biridir.⁷⁹

Asimetrik bilginin yol açtığı bir diğer sorun ise ahlâki tehlikedir. Ahlâki tehlike, "ilişki içinde olan iki tarafın birbirlerinden farklı bilgilere sahip olması durumudur". Bu duruma sigortacılık sektöründen bir örnek verilebilir. Sağlık sigortası yaptıran kişilerin sigorta yaptırmadan önceki kadar özenli ve tedbirli davranışlar sergilememeleri, maliyet faktörü olarak dikkate alınması gerekli olan bir ahlâki tehlike konusudur.⁸⁰

Ters seçim, iki taraf arasında işlem gerçekleşmeden veya sözleşme imzalanmadan önce bilginin saklanması yani tarafların birinin diğerinden daha çok bilgiye sahip olmasından kaynaklanırken; ahlâki tehlike ise işlem gerçekleştikten veya sözleşme imzalandıktan sonra taraflardan birinin gizli bir eylemi sonucunda ortaya çıkan ve iki

⁷⁹ George Akerlof, "The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and the Market Mechanism," *The Quarterly Journal of Economics*, V.84, N.3, (1970), pp. 489-490.

⁸⁰ İbrahim Yıldırım, "Asimetrik Bilgi: Finansal Piyasalardan Sonra Siyaset ve Bürokraside Durumu, Sakıncaları ve Tedbirler", *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, V.14, S.55, (2019), s. 222.

tarafın birbirinden farklı bilgilere sahip olmasından kaynaklı bir asimetrik bilgi sorunudur.⁸¹

1.3. TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ

Klâsik ve neo-klâsik iktisat döneminde davranışsal iktisat geliştirilmeden önce psikologlar insanların düşünceleri, bilinçlerinin doğası ve sorunları çözmeye zihinsel durumlarıyla ilgili konuları ele almışlar ve insanların karar alma süreçlerinde ve seçimlerinde bilişsel ve sezgisel duyguların önemine değinmişlerdir. İktisatçılar da bu dönemde psikolojik gelişmelerden esinlenmişlerdir. Özellikle 18.yüzyıl başlarında klâsik iktisatçılar eserlerinde insan doğası hakkında örtük (veya açık) yanılgılar içine düşmüşlerdir. Belki de insanları modern neo-klâsik iktisat perspektifinden yorumladıkları gerekçesiyle, bu iktisatçılar konuya genelde yanlış bir biçimde basit bir psikolojiyle yaklaşmış olsalar da yine de zamanla psikolojiyi iktisada dâhil edilmiştir.⁸²

Adam Smith ilk kez 1759 yılında yayınlanan “*Ahlâki Duygular Kuramı*” isimli eserinde insanın ahlâki değerlere sahip aynı zamanda sosyal bir varlık olduğunu “*kendini sevme*” ve “*sempati*” ilkeleriyle açıklamıştır. Smith eserinde “insan ne kadar bencil olursa olsun doğasında, başkalarının üzüntüsünü ve mutluluğunu paylaşma vardır” diyerek sempati ilkesine vurgu yaparken “insan, kendisi hakkında başkalarının ne düşündüğüne önem veren bir varlıktır” diyerek kendini sevme ilkesine dikkat çekmekte ve bu iki ilkenin birbiriyle asla çakışmadığını belirtmektedir.⁸³ Smith’e göre kendini sevme ve sempati kişisel tercihlerin psikolojik ilkelerini göstermektedir. Ahlâki Duygular Kuramı’nın bir bölümünde bireysel tercihler, kayıptan kaçınma, zamanlar arası seçimler ve aşırı güven gibi olgular kapsamında incelenirken; bir diğer bölümde sosyal ilişkilerde ortaya çıkan tercihler ve piyasalarda güvenin nasıl oluşturulacağı, alturizm ve adalet gibi kavramlar kapsamında ele alınmıştır. Aslında Adam Smith

⁸¹ Salih Alp, Adem Karakaş, “Asimetrik Bilgi Teorisi Karşısında Hayek’in Ekonomik Yaklaşımları: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *Liberal Düşünce Dergisi*, S.51-52, (2008), s. 228.

⁸² Angner, Loewenstein, a.g.m., p. 4.

⁸³ Ruben, Dumludağ, a.g.e., s. 36.

davranışsal iktisat daha ortaya çıkmadan önce ekonomik araştırmalar için yapılabilecek psikolojik analizleri umut verici bir şekilde ele almıştır.⁸⁴

Hem felsefeci hem de iktisatçı David Hume da 1739 yılında yayınlanan “*İnsan Doğası Üzerine Bir İnceleme*” adlı eserinde bireylerin ekonomik tercihlerini ahlâk felsefesi kapsamında incelenmiştir. İnsanların zevk, beklenti, haz, umut, korku gibi sezgisel duygulardan etkilendiğine yönelik açıklamaları bulunmaktadır. Aynı Smith de olduğu gibi insanların sosyal ilişkiler çerçevesinde empati kurduğunu, kendisine sempati duyulmasını istediğini ve bu iki ilkenin ahlâk dürtüsünden kaynaklandığını vurgulayarak ahlâki etkenleri iktisadi analize dâhil etmiştir.⁸⁵

Neo-klâsik ekonomi en iyi William Stanley Jevons’un çalışmalarıyla karakterizedir. Jevons (1965) ekonomiyi hedonik psikoloji perspektifinden inceleyerek bireylerin hazzı en yüksek seviyeye çıkarmak ve acıyı en düşük düzeye indirmeye çalışmak güdüsüyle hareket ettiklerini belirtmektedir. Jevons, “Zevk ve acı kuşkusuz iktisat analizinin en önemli objeleri olup isteklerimizi en az çabayla karşılamak, yani hazzı en üst düzeye çıkarmak, ekonominin sorunudur” diyerek konuya fayda temelli bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır. Aynı zamanda Jevons; “Fayda, bir kişinin mutluluğuna yapılan eklemeye ile ölçülmeli veya mutlulukla aynı olduğu düşünülmelidir” şeklinde belirterek fayda ve mutluluk ilişkisinin önemine değinmiştir.⁸⁶

Bentham da Jevons gibi fayda ilkesi temelli bir yaklaşım içindedir. Fayda ilkesi, her eylemi herhangi bir şekilde onaylayan veya reddeden ilke anlamına gelmektedir. Yani bireylerin kararlarını fayda ilkesi şekillendirmektedir. Bentham (2000); “Doğa insanlığı iki egemen üstatın, acı ve hazzın yönetimine yerleştirdi. Bizi yaptığımız her şeyde, söylediğimiz her şeyde, düşündüğümüz her şeyde onlar yönetiyorlar” sözleriyle fayda temelli ekonomik analizler yapmaktadır.⁸⁷ Fayda üzerine çalışan bir diğer iktisatçı refah ekonomisinin önemli isimlerinden Arthur C.Pigou’dur. Pigou (1932) refahın çok geniş bir yelpaze de incelenmesi gerektiğini, toplam refahı ölçebilmek için sadece

⁸⁴ Nava Ashraf, Colin F. Camerer, George Loewenstein, “Adam Smith, Behavioral Economist”, *The Journal of Economic Perspectives*. V.19, N.3, (Summer, 2005), pp. 132-133.

⁸⁵ David Fate Norton, Mary J. Norton, *David Hume: A Treatise of Human Nature*, Oxford: Oxford University Press, 2000, pp. 72-76.

⁸⁶ W. Stanley Jevons, *The Theory of Political Economy*, 5.ed., New York City: Reprints of Economic Classics, 1965, pp. 40-49.

⁸⁷ Jeremy Bentham, *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, Ontario: Batoche Books Kitchener, 2000, p. 14.

maddi olguları değil aynı zamanda bireylerin bilinç durumlarını da dikkate almak gerektiğini belirtmiştir. İnsanların ekonomik ilişkilerinde bilinç durumlarının önemine değinmiştir.⁸⁸

Mandler (1999) ekonominin hedonik (hazcı) temellerinin -özellikle bireylerin hazzı en yüksek seviyeye ulaştırma varsayımının- pek çok fayda sağladığını savunmaktadır. Bireylerin seçim yaparken hazzı ve acıyı tarttıklarını, kendilerine en düşük acı verecek olan yönünde karar verdiklerini belirtmiştir. Hedonik psikolojiye göre, kişiler belirli hareketlerden ortaya çıkan hazzı düzgün bir biçimde tahmin edemedikleri için veya (zamanlararası bağlamda) müzakerelerinde gelecekteki zevki uygun bir biçimde dikkate almadıkları sebebiyle her zaman mantıklı davranamaz ve rasyonel kararlar alamaz. Özetle, bireylerin hazzı en yüksek seviyeye ulaştırdıkları varsayımı, hem genel olarak seçimlerinin neden geçişli olduğunu, hem de bireylerin zaman zaman niçin mantıksız tavırlar sergilediğini ortaya koymakta yardımcı olabilir.⁸⁹

Görüldüğü gibi 18. yüzyılda Adam Smith ve David Hume gibi iktisatçılar, ekonomiyi ahlâk felsefesiyle beraber değerlendirirken, 19. yüzyıldan itibaren Jevons, Pigou, Mandler gibi iktisatçılar ekonomik karar alma sürecinde faydayı ön plana çıkarmışlar ve bu süreç boyunca iktisat ve psikoloji işbirliği devam etmiştir. Ancak 20. yüzyılın başında iktisatçıların psikoloji bilimine şüpheci yaklaşımları ve olayların matematiksel olgulara dayandırılarak açıklanmaya çalışılması ile iktisat-psikoloji işbirliği reddedilmeye başlamıştır. Özellikle Lionel Robbins'in 1932'deki "Ekonomi Biliminin Doğası ve Önemi Üzerine Bir Deneme (An Essay on the Nature and Significance of Economic Science)" isimli çalışmasında bireylerin kendi faydasını maksimum yapma düşüncesine dayanarak rasyonel davranan ekonomik insan modeli yani "rasyonel tercih teorisi" ana akım iktisadın merkezine yerleşmiş ve ekonomi, psikolojik faktörlerden tamamen arındırılarak incelenmeye başlanmıştır.⁹⁰

20. yüzyılın başlarına rastlayan neo-klâsik akımla beraber iktisat-matematik bütünleşmesi artarken, 20. yüzyılın ikinci yarısında neo-klâsik iktisadın sorunlara yeterli çözüm üretememesi nedeniyle eleştiriler artmış ve psikoloji bilimi iktisatta faydalanılan önemli bir alan haline gelmeye başlamıştır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında

⁸⁸ Arthur C. Pigou, *The Economics of Welfare*, 4.ed., London: Macmillan and Co., 1932, p. 10.

⁸⁹ Angner, Loewenstein, a.g.m., p. 7.

⁹⁰ Ruben, Dumludağ, a.g.e., s. 41.

George Katona (1951), Harvey Leibenstein (1966), Tibor Scitovsky (1986) ve Herbert Simon (1972) gibi iktisatçılar rasyonel tercih teorisini eleştirerek ekonomide psikolojik analizlerin önemine vurgu yapmış ve davranışsal iktisadın doğuşuna önemli katkıda bulunmuşlardır.⁹¹

1.3.1. Eski Dönem (Birinci Nesil) Davranışsal İktisat

Davranışsal iktisat teriminin kullanımı 1958'e kadar dayanmaktadır. Davranışsal iktisadın tarihsel kökenleri, bilişsel psikolojiye kadar gitmekte olup ekonomik modeller psikolojik temeller ile açıklanmaya çalışılmaktadır.⁹²

Eski dönem davranışsal iktisadın gelişimine katkı sağlayan dört önemli okul bulunmaktadır. Bu okullar; Carnegie Mellon Üniversitesi, Michigan Üniversitesi, Oxford Üniversitesi ile Stirling Üniversitesi'dir. İlk ve en dikkat çekici araştırmaları olan grup Carnegie'deki Richard Cyert, James March ve Herbert Simon gibi akademisyenlerden oluşmaktadır. Bu akademisyenler sınırlı rasyonalite, simülasyonlara ve firma davranışlarına odaklanan araştırmalar yapmışlardır. George Katona liderliğindeki Michigan'daki araştırmacılar grubu, bireylerin tutum ve davranışlarına yönelik araştırmaları, psikolojik iktisat, tüketici davranışları ve makroekonomi konularındaki çalışmaları ile tanınmıştır. Oxford'daki bir grup, P.W.S. Andrews, D.M. Lambertson, H. Malmgren, J. Marschak, G. B. Richardson ve G.L.S. Shackle'ın katılımıyla vaka çalışmaları, belirsizlik ve koordinasyonun önemini vurgularken; Stirling Okulu, Neil Kay, Brian Loasby, Richard Shaw, John Sutton, Andrew Tylecote ve Peter Earl'ün savunduğu gibi eklektizmin⁹³ ve entegrasyonun önemine değinmişlerdir. Tüm bu araştırmacılar ana akım iktisat öğretilerine eleştiriler getirerek davranışsal iktisadın gelişimine büyük katkı sağlamışlardır.⁹⁴

İktisat ve psikoloji ilişkisinde güçlü bir bağlantının oluşmasında en dikkat çeken iktisatçı George Katona'dır. Katona'nın 1951 yılında yayınlanan "*Ekonomik Davranışın*

⁹¹ Colin F. Camerer, George Loewenstein, "Behavioral Economics: Past, Present, Future", *Advances in Behavioral Economics*, ed. Colin F. Camerer, George Loewenstein, Matthew Rabin, New York: Princeton University Press, 2004, pp. 4-6.

⁹² Angner, Loewenstein, a.g.m., p. 1.

⁹³ Bkz. TDK sözlük, seçmecilik.

⁹⁴ Esther-Mirjam Sent, "Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back Into Economics", *History of Political Economy*, V. 36, N. 4, (2004), pp. 740-741.

Psikolojik Analizi” isimli kitabında ekonomik süreçlerin insan davranışından bağımsız değerlendirilemeyeceğine vurgu yapılmış ve ana akım iktisatçıların varsayımlarının doğru sonuçlar vermediğine değinilmiştir. Katona bireylerin iktisadi hayatta yaptığı seçimlerin en doğru analizini psikolojik ve sosyal faktörleri incelemekte görmüştür.⁹⁵ Aynı zamanda bir psikolog olan Katona, Michigan Üniversitesi’ndeki çalışma arkadaşlarıyla beraber tüketici davranışlarını anket ve mülakat gibi ampirik analizler ile incelemiş bireylerin tutumları, istekleri, beklentileri, iyimserlik / kötümserliği, sosyal öğrenmeleri, alışkanlıkları gibi psikolojik ve sezgisel faktörlere de önem vermiştir. Katı rasyonel tercih teorisini kabul etmeyen Katona, davranışı açıklamada psikolojik unsurlara odaklanmış, çalışmalarında özellikle Gestalt (algı) psikolojisi ve sosyal psikolojiyi kullanmıştır.⁹⁶ Katona, davranışsal iktisadın kurucularından kabul edilmiş ve davranışsal iktisadın bir alt disiplini olarak ele almıştır. Katona, insan unsurunu iktisatta ana öge haline getirerek tüm ekonomik kararları insan davranışı odaklı incelemektedir. Şöyle ki tüketici harcamalarının içeriği, bireylerin ve diğer iktisadi ajanların tasarruf davranışı şekilleri, girişimcilik, iş seçimleri ve beşeri sermayeye yapılan yatırımlar, fiyatların oluşumu, çıktılarının değerlendirilmesi, finansal kararlar, işletmelerin piyasa içindeki tutumları, tüketici tercihlerine yönelik ekonomik ve mali düzenlemeler kapsamındaki bütün ticari tutum ve tavırları davranışsal iktisadın konuları arasında bulunmaktadır. Katona’nın bilimsel yaklaşımı ile geleneksel ekonominin yaklaşımı arasında önemli bir farklılık vardır. Katona, karar verme sürecinin rasyonalitesi ile iktisat ise esas olarak sonuçların rasyonalitesi ile ilgilidir. Katona, Büyük Buhran’dan sonra ortodoks makroekonomik teoriye önemli ölçüde meydan okumuş ve özellikle 1940’larda davranışsal iktisat üzerine kuramlarını ilk kez formüle etmiştir. Katona’nın araştırmaları aynı zamanda davranışsal makroekonominin yanı sıra davranışsal mikroekonomi ile ilgili bir dizi ilerlemeye de yol açmıştır. 1950’lerin başlarında dikkatle gözlem yapan Katona, ekonomik bilginin algılanış şeklini incelemiş ve referans çerçevesini çizmeye çalışmıştır. Psikolojik değişkenlerin ekonomik sinyaller verilerek cevaplara müdahale ettiğini ayrıca davranışların sonuçlarının sosyal ve toplumsal davranış şekillerinden etkilendiğini ve bunun ekonominin kaçınılmaz bir

⁹⁵ Hamza Şimşek, *Davranışsal İktisadın Politika Yapımına Etkisi*, 1.b., İstanbul: IJOPEC Publication, 2018, s. 18.

⁹⁶ John F. Tomer, “What is Behavioral Economics?”, *The Journal of Socio-Economics*, V.36, N.3, (2007), p. 470.

parçası olduğunu belirtmiştir. Bu teorilerin çoğu, 1940’larda ve 1950’lerde Katona tarafından ileri sürülmüş olup yarım yüzyıl sonra, teorileri hala davranışsal iktisatçılar tarafından geniş ölçüde kabul görmektedir.⁹⁷

20.yüzyılın ikinci yarısında psikoloji ve iktisat ilişkisinin ve davranışsal iktisadın kavram literatürünün gelişmesinde Herbert Simon’un (1955,1972) çalışmalarının büyük katkısı olmuştur. Aynı zamanda sosyoloji, siyaset, işletme, bilgisayar ve ekonomi alanlarında çalışan Simon erken dönem davranışsal iktisadın da gelişmesine katkı sağlamıştır. Simon’un araştırmalarının en önemli özelliği karar alma davranışını iktisadın merkezine yerleştirmiş olmasıdır. 1978 yılında karar almaya yönelik çalışmalarıyla iktisat alanında Nobel ödülü alan Simon, karmaşıklık (complexity) ve sınırlı rasyonellik (bounded rationality) kavramlarını temel alarak yapay zeka ve bilgisayar teknolojilerinin anlaşılması zor iktisadi analizlerde kullanılması gerektiğine dikkat çekmiştir. Simon, karar alma sürecinde yaşanan belirsizliği ve sınırlı rasyonelite kavramını belirten ilk isimdir. İlerleyen süreçte sınırlı rasyonellik davranışsal iktisadın ana kavramlarından biri olmuştur.⁹⁸

Sosyal bilimleri matematiksel bir titizlikle incelemeye kararlı olan Simon, ekonomistlerin “iktisadi bireye mantıksızca her şeyi bilen bir rasyonellik attetiklerinden” şikâyet etmiştir. Konuyla ilgili görüşleri New Palgrave ekonomi sözlüğünde giriş kısmında belirtilmiştir. Davranışsal İktisat konusundaki giriş bölümünde Simon, neo-klâsik iktisadın varsayımlarını belirleyerek işe başlar ve şunları ekler: İlk olarak davranışsal ekonomi, insan davranışı hakkındaki bu neo-klâsik varsayımların ampirik geçerliliği ve geçersiz olduklarını kanıtladıkları durumlarda, davranış elden geldiğince doğru ve gerçekçi bir biçimde açıklayan ampirik kuralları keşfetmekle ilgilidir. Gündemindeki ikinci konu, davranışsal ekonomi, ekonomik sistemin ve kurumlarının işleyişi ve kamu düzenlemeleri için fiili davranışın neo-klâsik varsayımlardan farklılaşmasının sonuçlarını açıklamakla ilgilidir. Gündemdeki üçüncü madde ise, insanların ekonomik davranışlarıyla alakalı yapılabilecek tahminleri sağlamlaştırmak amacıyla, fayda fonksiyonunun biçimi veya kapsamı ampirik çalışmaları içeren deneysel kanıtlar sağlanmalıdır. Simon’un (1955,1972) belirttiği gibi,

⁹⁷ Richard Curtin, “George Katona: A Founder of Behavioral Economics”, *Routledge Handbook of Behavioral Economics*, ed. Roger Frantz, vd., 1.ed., London: Routledge, 2016, pp. 1-3.

⁹⁸ Ruben, Dumludağ, a.g.e., s. 43.

davranışsal iktisat belirli bir teorik çerçeveye bağlılık olarak tanımlanmamaktadır. Aksine neo-klâsik varsayımları eleştirerek insan davranışlarının ve iktisat teorisinin test edilmesine dayanan ve değiştirilmesine ilişkin bir uygulama olarak ifade edilmektedir. Simon'un görüşüne göre neo-klâsik modeller, insanların tercihlerine yönelik davranışlarını doğru bir şekilde tanımlayamadığı için başarısız kabul edilmekte ve bu başarısızlık "sayısız bilişsel sınırlamalardan" kaynaklanmaktadır. *Simon, "gerçek dünyada bulunan ekonomik aktörlerin klâsik ve neo-klâsik teorisinin tahminlerine yaklaşan davranışlarda bulunmasını engelleyen, insanların bilgisi ve sayısal hesaplaması üzerindeki sınırlamaları ifade etmek için sınırlı rasyonellik kavramının"* kullanılması gerektiğine vurgu yapmıştır. Simon neo-klâsik seçim teorisinin, bireylerin bir karara varma şeklinin düzgünce bir tanımı olmadığını yalnızca "seçimi öngörmek için bir araç olarak" kullanıldığının bilincindedir. Buna karşın "*sınırlı rasyonel teorilerinin, gerçek karar alma sürecini ve nihai kararın özünü yakalamaya çalışmakta daha iddialı*" olduğu düşüncesindedir. Eski (ilk) teorileri "asli (temel)" ile sonraki teorileri "prosedürel (yöntemsel)" şekilde açıklayan Simon, prosedürel teorilerin üstün olduğunu savunmaktadır. Bu teorilerin hem alınan kararları daha doğru ve gerçekçi tahmin edebildiğini hem de tek başlarına karar verme sürecine ışık tutabildiğini vurgulamaktadır.⁹⁹

Harvey Leibenstein 1966 yılında "X-etkinlik" yaklaşımını ortaya çıkartarak iktisadi etkinliğin neo-klâsik iktisatta olduğu gibi sadece kaynak tahsisinde etkinlik ile ilişkilendirilmemesi gerektiğini, etkinliğin artırılmasının aynı zamanda firmalar içinde çalışan bireylerin çaba ve motivasyonlarına bağlı olduğunu ileri sürmüştür. Leibenstein'in X-etkinlik yaklaşımına göre ekonomideki etkinsizliğin tek nedeni aksak rekabet piyasaları değildir. Etkinsizliğin sebepleri arasında bireylerin sınırlı rasyonel olmaları, asimetrik bilgi ve eksik sözleşmeler gibi pek çok faktör sıralanabilir. Ancak Leibenstein'in odak noktası rasyonel olamayan bireylerdir.¹⁰⁰ Özellikle firmalarda etkinsizliğe sebep olan unsurların sadece üretim sürecinden kaynaklanmadığı ve firma içi çalışanların çaba ve motivasyonu ile etkinliğin artacağı düşüncesi Leibenstein'in

⁹⁹ Angner, Loewenstein, a.g.m., pp. 20-22.

¹⁰⁰ Tomer, a.g.m., pp. 471-472.

ekonomik analize davranış unsurlarını dâhil ettiğinin göstergesi olup davranışsal iktisat açısından da önemli bir ilerlemeye sebep olmuştur.¹⁰¹

Katona (1951), Simon (1955,1972), Leibenstein (1966) gibi iktisatçılar tarafından eski dönem davranışsal ekonomiye yapılan katkılar ana akım iktisattan memnuniyetsizliği dile getirmiştir ve psikolojik faktörleri kullanarak ekonomik analize bir alternatif geliştirme arzusunu içermektedir. Geleneksel iktisat belli bir fayda fonksiyonuna yoğunlaşırken, eski davranışsal iktisat davranışı elden geldiğince düzgün ifade eden ampirik kuralları incelemeye çalışmıştır. Neo-klâsik yaklaşım rasyonalite ile fayda veya kâr maksimizasyonu arasında yakın bir bağlantı kurarken, eski dönem davranışsal ekonomi gerçek davranışların neo-klâsik varsayımlardan ayrılmasının sonuçlarını incelemiş ve fayda fonksiyonunun şekli ve içeriği hakkında ampirik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Eski dönem davranışsal iktisatçıların çalışmaları günümüzde davranışsal iktisada büyük katkı sağlamış olsa da o dönemde beklenen ilgiyi görmemiştir. Bu konuda hayal kırıklığına uğramış olan Simon, çalışmalarını yaptığı dönemde Carnegie Mellon Üniversitesi'nden ayrılma kararı almış ve şunları söylemiştir: “İktisatçı arkadaşlarım iktisat-psikoloji işbirliği içeren çalışmalarından bu yana beni yalnız bıraktı ve beni psikolojiye ya da başka bir uzak araziye gönderdi”. Bununla birlikte, 1970’lerin başından itibaren psikoloji artık iktisat için uzak bir çorak arazi olarak kabul edilmemektedir. Özellikle 1980’lere geçiş döneminde, yeni davranışsal ekonominin gelişimi ve yükselişi büyük ölçüde dikkat çekmiştir.¹⁰²

1.3.2. Yeni Dönem (İkinci Nesil) Davranışsal İktisat

Öncü davranışsal ekonomistlerden olan Simon’un iktisatta bireysel davranışların önemi ve sınırlı rasyonellik çalışmalarından sonra 1970’lerde bilişsel psikologlar da ekonomik hayatta karar verme, seçimler ve yargı konularında çalışmaya başlamışlardır. Bu çalışmalarda amaç, faydanın maksimize edilmesi ve olası sapma durumlarında bilişsel mekanizmalar teorize etmeye odaklanılmış olmasıdır. İktisat teorisini psikolojik temellere oturtmaya çalışan iktisatçılar arasında Amos Tversky, Daniel Kahneman,

¹⁰¹ Harvey Leibenstein, “Allocative Efficiency Versus X-Efficiency”, *American Economic Review*, V. 56, N.3, (1966), pp. 392-413.

¹⁰² Sent, a.g.m., p. 742.

Baruch Fischhoff ve Paul Slovic sayılabilir.¹⁰³ Ancak tüm bu iktisatçılardan ayrı tutulması gereken ve davranışsal iktisadın gelişimine en önemli katkıları yapan iki iktisatçı Daniel Kahneman ve Amos Tversky'dir.¹⁰⁴ 1990'lardan itibaren davranışsal iktisada katkı yapan diğer iktisatçılar arasında Richard Thaler başta olmak üzere David Laibson, Sendhill Mullanaithan, George Lowenstein, Colin Camerer ve Matthew Rabin sayılabilir. Bu iktisatçılar ekonomik analize psikoloji ve sosyolojiyi dâhil eden araştırmacılar kategorisindeyken; George Akerlof, Robert Frank ve Robert J. Shiller gibi iktisatçılar, rasyonel tercih teorisini ve homoekonomikus varsayımını eleştiren iktisatçılar kategorisinde sayılabilir.¹⁰⁵

Bilişsel davranışlar, duygular, önyargılar gibi psikolojik faktörler ile ekonomik hayatta yapılan seçimler arasında bağ kurmaya çalışan ve aynı zamanda psikolog olan Daniel Kahneman ve Amos Tversky (1974,1979,1991,1992) neo-klâsik iktisatta anlatıldığı gibi bireylerin her zaman mantıklı, doğru ve faydalarını maksimuma çıkaracak seçimler yapamadığını belirtmektedir. Özellikle risk ve belirsizlik altında karar alma süreçlerini inceleyen önemli çalışmalara imza atmışlardır. Kahneman ve Tversky'nin "*Belirsizlik Altında Karar Alma: Ön Yargılar ve Zihinsel Kısıyollar*" (1974) ile "*Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Analizi*" (1979) adlı çalışmaları günümüz davranışsal iktisat alanında çalışma yapan araştırmacılara önemli referans olan ve bu alana katkı sağlayan en önemli iki makaledir. Ana akım iktisattaki rasyoneliteyi temel alan teori ve modelleri eleştiren ve iktisadi analize psikolojiyi dâhil eden analizler yapan Kahneman ve Tversky yeni dönem davranışsal iktisada yön veren çalışmalar yapmışlardır.¹⁰⁶

Kahneman (2003) bir makalesinin giriş kısmında davranışsal iktisata ilgi duymasının başladığı noktayı şu şekilde açıklamaktadır: "*İktisatta psikolojik varsayımlar ile ilk tanışmam 1970'li yılların başında Bruno Frey'in bu konuda yazdığı bir raporla başlamıştır. Raporun birinci veya ikinci cümlesi, iktisat teorisindeki ajanın rasyonel ve bencil olduğunu ve zevklerinin değişmediğini belirtmektedir. Bu varsayımları oldukça şaşırtıcı buldum, çünkü buna inanmamak için profesyonel bir psikolog olarak eğitildim. Disiplinlerimizin varsayımları arasındaki büyük boşluk*

¹⁰³ Camerer, a.g.m., p. 10575.

¹⁰⁴ Camerer, Loewenstein, a.g.e., p. 6.

¹⁰⁵ Eser, Toigonbaeva, a.g.m., s. 299.

¹⁰⁶ Kamilçelebi, a.g.e., s. 27.

ortaya çıktı. Aradan geçen 30 yıl içerisinde bu boşluk daralmış mıydı? İktisada giriş ders kitaplarında aynı varsayımlar ekonomik analizin temel taşları olarak hala devam ediyor ancak davranışsal iktisat tüm bu varsayımlara alternatif bir yaklaşım oluşturmak için ortaya çıkmıştır” cümleleriyle davranışsal iktisadın ekonomik analiz içindeki artan önemine dikkat çekmek istemiştir.¹⁰⁷

Kahneman ve Tversky'nin çalışmaları (1974, 1979, 1981, 1984, 1991, 1992, 2003), üç farklı inceleme konusundan meydana gelmektedir. *Birincisi*, bireylerin sezgisel davranışları ile risk ve belirsizlik altında karar verme şekilleridir. *İkincisi*, risk altındaki bir seçim modeli olan beklenti teorisi ile risksiz seçimlerde kayıptan (zarardan) kaçınma ile ilgili incelemelerdir. *Üçüncüsü* ise araştırma hattı, çerçeveleme etkileri ve rasyonel ajan modelleri üzerindeki çıkarımlar ile ilgilidir. Bu üç araştırma konusu bireylerdeki sezgisel davranışların ekonomik hayattaki seçimleri üzerindeki etkilerini analiz etmektedir.¹⁰⁸

Kahneman ve Tversky'nin (1974) sezgiler ve ön yargılar ile ilgili makalesinde bireylerin birçok kararının belirsizlikler altında yaptıkları seçimler sonucu oluştuğu ifade edilerek bu seçimlere sebep olan inançları neyin belirlediği, bireylerin karar verirken belirsiz bir olayın olasılığını nasıl değerlendirdiği üzerine yoğunlaşmıştır. Bireylerin karar verirken sınırlı sayıda bilişsel ilkeye güvendikleri belirtilmiş ve ancak belirli sezgisel davranışların da bireyleri hataya yönelttiği belirtilmiştir. Aslında bu iki yazar iktisada davranış şekillerini dâhil ederek bireylerin karar verme süreçlerini ve bu mekanizmanın nasıl ve neye göre işlendiğini incelemiştir.¹⁰⁹

1980 sonrasında davranışsal iktisat giderek kurumsallaşma sürecine girmiş ve hem bu alana özgü yeni dergiler ortaya çıkmış hem de önemli ekonomi dergilerinde (Journal of Economic Behavior and Organization, Journal of Economic Psychology) davranışsal iktisatla ilgili yayınlanan makaleler dikkat çekmeye başlamıştır. Bu alandaki önemli çalışmalar arasında Rabin'in 1998'de yayınlanan “Psikoloji ve İktisat (Psychology and Economics)” isimli makalesi ana akım iktisattaki homoekonomikus

¹⁰⁷ Kahneman, (2003a), p. 162.

¹⁰⁸ Kahneman, (2003b), p. 1449.

¹⁰⁹ Tversky, Kahneman, (1974), p. 1124.

bireyin ve rasyonelite teorisinin eleştirisi üzerine kurulmuş davranışsal iktisat teorisini zenginleştirmiş önemli çalışmalar arasındadır.¹¹⁰

Akerlof'un 2002'de yayınlanan "Davranışsal Makroekonomi ve Makroekonomik Davranış (Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior)" isimli çalışmasında makroekonomiyi davranışsal yaklaşım ile incelemiştir. Bu makalede para politikası, piyasa başarısızlıkları, işsizlik, yoksulluk gibi konular psiko-sosyal faktörlere dayalı olarak ele alınmıştır. Özellikle asimetrik bilgi kavramı ile literatüre önemli katkıda bulunan Akerlof adalet, ön yargı, karşılıklılık, parasal yanılgılar, kimlik, kayıplara gösterilen davranışsal tepkiler gibi konular üzerine yoğunlaşarak sezgisel davranışları makroekonomik analize dâhil etmeye çalışmış ve davranışsal iktisadın gelişiminde önemli rol oynamıştır.¹¹¹

2004 yılında Colin F. Camerer, George Loewenstein ve Matthew Rabin'in "Davranışsal İktisattaki Gelişmeler (Advances in Behavioral Economics)" isimli kitabın editörlüğünü yapmaları ve yine aynı yıl yayınlanan Esther M. Sent'in "(Davranışsal İktisat: Psikoloji İktisada (Sınırlı) Dönüşü Nasıl Yaptı (Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back into Economics)" isimli makalesi davranışsal iktisadın gelişimine büyük katkı sağlamıştır. E. Angner ve G. Loewenstein'in 2006 yılında "Davranışsal İktisat (Behavioral Economics)" ve John F. Tomer'in 2007 yılında yayınlanan "Davranışsal Ekonomi Nedir? (What is Behavioral Economics?)" isimli çalışmaları da günümüz davranışsal iktisadının şekil almasında büyük rol oynamıştır. Sayılan tüm bu iktisatçılar yeni dönem davranışsal iktisadın öncü isimlerindedir.

Yeni dönem davranışsal iktisatçılar arasında literatüre belirli kavramların kazandırılmasını sağlayan en mühim kişilerden biri de şüphesiz Richard H. Thaler'dır. Thaler'ın 1980 yılında yayınlanan tüketici seçimleri "Olumlu Bir Tüketici Tercihi Teorisine Doğru (Toward A Positive Theory of Consumer Choice)" üzerinde durduğu makalesinde rasyonel modelde tüketicilerin nasıl seçim yapması gerektiğinin anlatıldığı ancak tüketicilerin gerçek hayatta bu teoriden sapma gösterdiklerini ve davranışı belirlemede sistematik hatalar yapıldığını belirtmiştir. Makalede belirtilen anomaliler¹¹²

¹¹⁰ Ruben, Dumludağ, a.g.e., s. 48.

¹¹¹ George A. Akerlof, "Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior", *The American Economic Review*, V.92, N.3, (2002), pp. 427-428.

¹¹² Anomali, teori ile bağdaşmayan, rasyonelleştirmesi güç olan bir gözlem ya da gerçekliktir. Bkz. H.Kamilçelebi, 2019: 58.

arasında fırsat maliyetlerinin eksik ağırlığı, batık maliyetlerin gözardı edilememesi, pişmanlık vb. yer almaktadır. Bu çalışmada Kahneman ve Tversky'nin beklenti teorisine alternatif bir teori önerilmektedir.¹¹³

Thaler 1985 yılında yayınlanan “Zihinsel Muhasebe ve Tüketici Seçimi (Mental Accounting and Consumer Choice)” isimli makalesinde bilişsel psikoloji ve mikroekonomiyi harmanlayarak yeni bir tüketici davranışı modeli geliştirmiştir. Modelde beklenti teorisi zihinsel muhasebe ile birleştirilmiş buna göre kazanç ve kayıp kombinasyonları belirlenmiştir. Hanehalkının satın alma süreçleri incelenmiştir. Zihinsel muhasebenin karakterizasyonunu tamamlamak için hane halkı bütçeleme sürecine de dâhil edilmiştir. Ekonomik kararlar alınırken pazarlamanın, özellikle fiyatlandırma alanında çeşitli çıkarımları geliştirilmiştir.¹¹⁴ Thaler'a göre bireyler kendilerini daha mutlu eden ya da başka bir ifade ile daha fazla haz duyacakları kararları alırken sezgilerinin ve duygularının etkileri altında kalmakta aynı zamanda sınırlı ve dar bir alan içinde seçim yapmaktadır.¹¹⁵

Thaler'ın Sunstein ile birlikte 2008 yılında çıkardığı “*Dürtme (Nudge) Sağlık, Zenginlik ve Mutlulukla İlgili Kararları Uygulamak*” isimli kitabı 2017 yılında Nobel Ekonomi Ödülü olarak davranışsal iktisada yeni bir boyut getirmiştir. Bireyler her zaman akıllı ve mantıklı kararlar alamamaktadır. Çünkü belirli önyargular ve bilişsel sınırlılıklar altında seçimler yapmaktadır. Sınırlı rasyonalite altında alınan bu kararlar hem bireysel hem de toplumsal sorunlara yol açabilmektedir. Bu sorunları ortadan kaldırmak için bireylerin irrasyonel kararlarını, kendilerinin seçim özgürlüklerini kısıtlamadan, doğru kararlar vermelerini sağlayacak yönlendirmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Bireyleri zorlamadan davranışlarını yönlendirecek olan bu küçük müdahaleler “*dürtme*” olarak adlandırılmaktadır. Bireylerin davranışlarını yönlendirecek olan kişi ya da kurumlar da “*seçim mimarı*” olarak isimlendirilmektedir. Dürtme politikaları tasarrufların arttırılmasına yönelik bireysel emeklilik sistemlerinin teşvik edilmesinden organ bağışının arttırılmasına, çevrenin korunmasından yatırımları arttıracak vergi teşviklerine kadar pek çok konuda uygulama alanı bulmaktadır.¹¹⁶

¹¹³ Richard H. Thaler, “Toward a Positive Theory of Consumer Choice”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, V.1, N.1, (March, 1980), p. 39.

¹¹⁴ Thaler, (1985), pp. 199-214.

¹¹⁵ Eser, Toigonbaeva, a.g.m., s. 300.

¹¹⁶ Thaler, Sunstein, a.g.e., s. 6.

1.4. DAVRANIŞSAL İKTİSATTA TEORİ VE YÖNTEMLER

Davranışsal iktisat metodolojik olarak psikolojik yaklaşımları analizlere dâhil ettiğinden ve geleneksel iktisadın kabul ettiği birçok varsayımı reddettiğinden teori ve yöntemler de birbirinden farklılaşmaktadır.

1.4.1. Davranışsal Oyun Teorisi

Oyun Teorisi, stratejik durumlarda iktisadi aktörlerin birbirleri ile nasıl etkileşim halinde olacaklarını anlamaya ve açıklamaya çalışan ekonomi, politika, psikoloji gibi bilimlerde kullanılan disiplinlerarası bir alandır. Oyun Teorisindeki ilk önemli çalışma, 1944 yılında çıkan John Von Neumann ve Oskar Morgenstern tarafından yazılmış olan “Oyunlar Teorisi ve İktisadi Davranış (Theory of Games and Economic Behavior)” adlı kitaptır. Sonraki dönemde “*Mahkumlar Açmazı*” deneyi interaktif oyun teorilerinin de gelişmesini sağlayan önemli bir çalışmadır.¹¹⁷

Standart Oyun Teorisi, iki ya da daha fazla oyuncu arasındaki ilişkileri, rasyonel varsayımı altında, oyuncuların kendi kişisel çıkarlarını gözettikleri ve stratejik durumlar altındaki etkileşimlerini tahmin etmeye çalıştıkları bir alandır. Ancak Standart Oyun Teorisi oyuncuların sınırsız rasyonel olduğunu kabul etmesi, kapasitelerinin üzerinde bir öngörü ve hesaplama yeteneği olduğunu varsayması ve oyuncuların nasıl davrandığına değil de nasıl davranması gerektiğine odaklanması nedeniyle ciddi eleştirilere maruz kalmıştır. Standart Oyun Teorisine psikolojik faktörler, deneysel çalışmalar ve davranışsal modeller eklenmesiyle “*Davranışsal Oyun Teorisi*” yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda deneysel bir yöntem de olan Davranışsal Oyun Teorisi, stratejik durumlarda oyuncuların davranışlarını tahmin etmeye çalışmaktadır. Davranışsal Oyun Teorisi, gerçek hayatta stratejik durumların hangi etkileşimlerle ne şekilde sonuçlanacağını, hangi davranış türünün etkileşimde bulunan kişi ya da kişileri nasıl etkileyeceğini, karşı tarafın yapacağı eylemlerin tahmin edilerek en yüksek faydayı sağlamaya yönelik tutum ve davranışlar içinde bulunulmasını sağlayabilen bir yöntemdir. Davranışsal Oyun Teorilerine örnek olarak,

¹¹⁷ Zafer Akın, Barış Urhan, “İktisat Deneysel Bir Bilim Olmaya mı Başlıyor?”, TOBB University of Economics and Technology Department of Economics Working Paper, No: 09-04, 2009, s. 5.

basit pazarlık oyunları (diktatör ve ultiatom oyunları), kamu malı ve güven oyunları ile karma strateji dengeli oyunlar gösterilebilir.¹¹⁸

Davranışsal iktisatçılar, bilimsel çalışmalarında Davranışsal Oyun Teorisini kullanarak ve araştırma yöntemlerine psikolojik ve sosyal tercihleri (özellikle eşitlik, karşılıklılık ve adaletle ilgili olanlar) ilave ederek iktisadi aktörlerin tavır ve tutumlarını açıklamada oldukça başarılı olmuştur.¹¹⁹

1.4.2. Beklenti Teorisindeki Değer Fonksiyonu

Beklenen fayda teorisine en önemli tenkit Kahneman ve Tversky'nin 1979 yılında yayınladıkları makalesi ile yapılmış ve beklenti teorisi olarak da adlandırılan alternatif bir teori geliştirilmiştir. Beklenen fayda teorisindeki rasyonellik ilkesinin risk ve belirsizlik altında insan davranışlarını açıklamada yetersiz kaldığı ileri sürülerek ortaya çıkarılan beklenti teorisi, insanların karar alma sürecindeki seçimlerini daha iyi açıklayabilen bir model olarak dikkat çekmiştir. Kahneman ve Tversky'e göre Bernoulli'nin karar verme modelindeki merkezi hata referans noktalarının dikkate alınmamış olmasıdır. Beklenen fayda modelinde eksik değişken referans noktasıdır. Referans noktası, kazanç ve kayıpların değerlendirilmesinde dikkate alınan önceki durumu ifade etmektedir. Bernoulli'nin teorisinde sonuca ulaşma durumunda elde edilen fayda ön plana çıkarken, beklenti teorisinde referans noktalarından daha iyi olan sonuçlar kazanç, referans noktasının altındakilerse kayıp olarak değerlendirilmektedir.¹²⁰

Risk altında karar vermenin önde gelen davranışsal modeli olan beklenti teorisine göre p olasılıkla x kadar ödeyen basit bir beklentinin v değeri şöyle formüle edilmektedir:¹²¹

$$V(x,p) = v(x)w(p)$$

¹¹⁸ Akın, Urhan, a.g.e., ss. 314-316.

¹¹⁹ Joseph Henrich, vd., "Economic Man in Cross-Cultural Perspective: Behavioral Experiments in 15 Small-Scale Societies", *Behavioral and Brain Sciences*, V.28, N.6, (2005), p. 799.

¹²⁰ Kahneman, a.g.e., pp. 325-326.

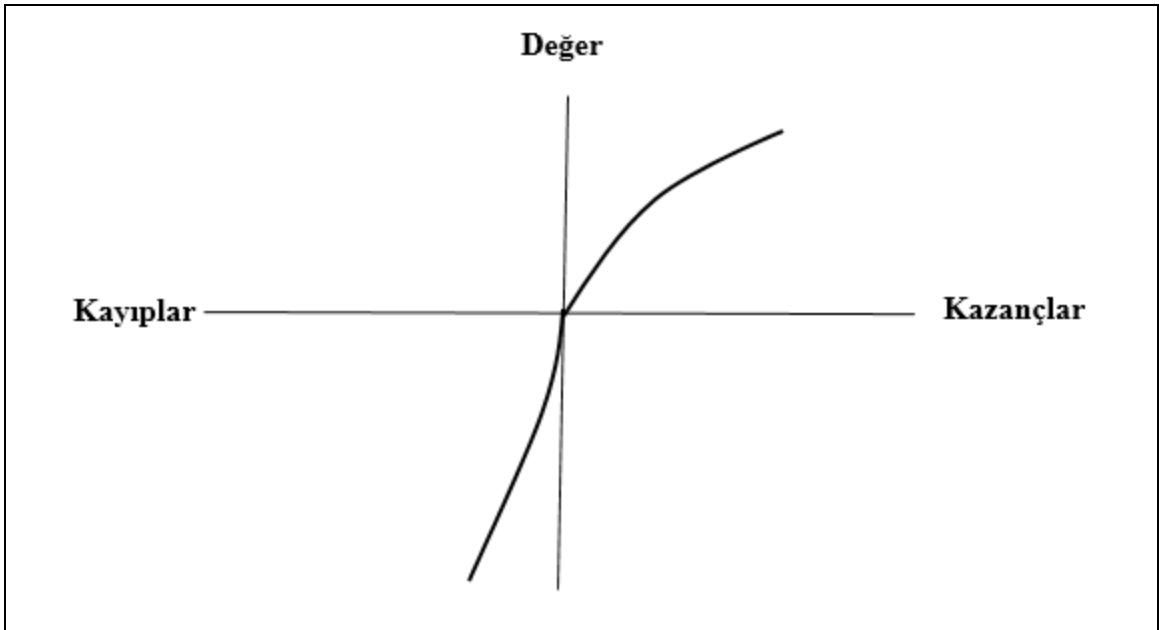
¹²¹ Christopher Trepel, Craig R. Fox, Russell A. Poldrack, "Prospect theory on the brain? Toward a Cognitive Neuroscience of Decision Under Risk", *Cognitive Brain Research*, V.23, N.1, (2005), p. 37.

Formülde; v , x sonucunun öznel değerini; w ise p olasılığının beklenti teorisindeki çekiciliği üzerindeki etkiyi ölçmektedir.

Beklenti teorisinin beklenen fayda teorisinden ayrıldığı yönler şu şekildedir:¹²²

- (i) “Fayda fonksiyonu “ u ”, referans noktasına göre kazançlar ve kayıplar üzerindeki değer fonksiyonu “ v ” ile değiştirilir. $v(0) = 0$.
- (ii) Bu sübjektif değer fonksiyonu, sonuç olasılıkları ile değil, ilgili olasılığın beklentinin değerlendirilmesi üzerindeki etkisini temsil eden bir karar ağırlığı olan “ w ” ile ağırlıklandırılır. Karar ağırlıkları, $w(0) = 0$ ve $w(1) = 1$ olacak şekilde gösterilmekte olup w inanç derecesinin bir ölçüsü olarak yorumlanmamalıdır. Örneğin bir kişi bir madeni paranın yazı ya da tura gelme olasılığının % 50 olduğuna inanabilir. Ancak beklentinin değerlendirilmesinde bu olaya % 50’den daha az bir ağırlık da verebilir.
- (iii) Beklenen fayda teorisinden farklı olarak, beklenti teorisi, aynı seçimin farklı tanımlarının farklı kararlara yol açmasına izin veren çerçeveleme ilkesine önem vermektedir.”

Şekil 1: Beklenti Teorisi Hipotetik Değer Fonksiyonu



Kaynak: Kahneman, Tversky, (1979), p. 279.

¹²² a.g.m., p. 37.

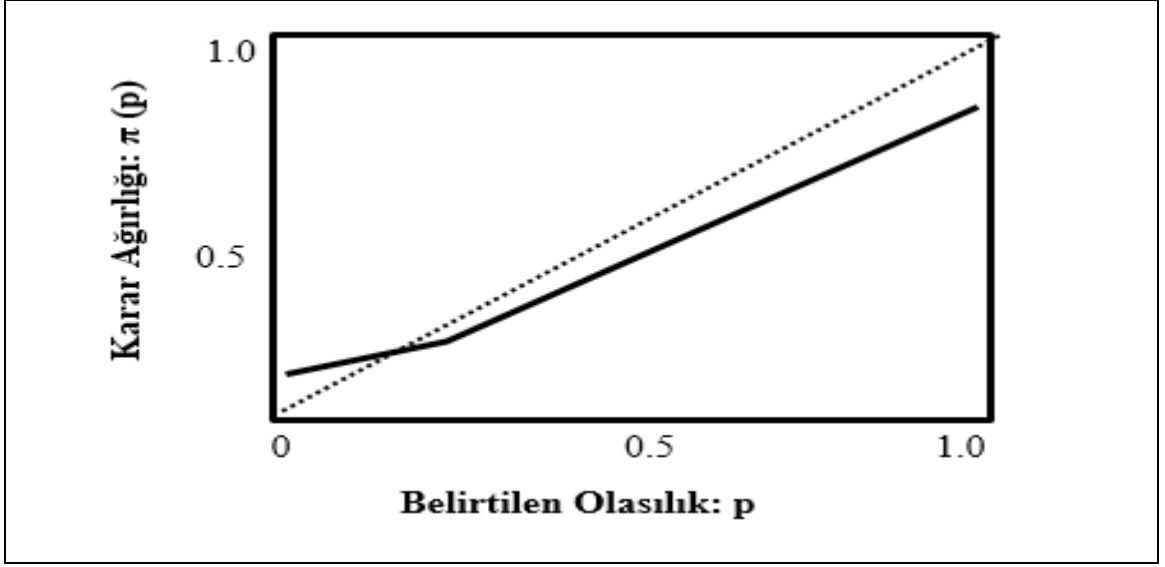
Şekil 1’de Beklenti teorisinin değer fonksiyonu gösterilmektedir. Değer fonksiyonu S harfi şeklinde olup fonksiyonun orijin noktası referans noktasıdır. Fonksiyonun üç önemli niteliği vardır: “(i) Değer fonksiyonu referans noktasından sapmalara göre şekillenen kazanç ve kayıplar üzerinden tanımlanmıştır; (ii) Kazançlar alanında içbükey (konkav) ve kayıplar alanında ise dışbükeydir (konveks); (iii) S’nin iki eğrisi simetrik değil asimetriktir.” Fonksiyonun eğimi referans noktasında aniden değişmekte ve kayıp alanında kazançlardan daha yüksek bir eğime dönüşmektedir. Bunun nedeni bireylerin kayıplara verdiği tepkilerin kazançlara verdiği tepkilerden daha güçlü olmasıdır. Kayıptan kaçınma durumu fonksiyondaki daha dik eğimle gösterilmektedir.¹²³ Kayıptan kaçınma durumuna basit bir örnek verilebilir: Lisans öğrencilerinin katılımcı olduğu bir deneyde yanıt verenlerin çoğu 30 dolardan daha az kazanacakları bir yazı tura oyununda 10 dolarlarını riske atmayı reddetmişlerdir. Kazançların değerinin içbükey olması riskten kaçınmayı gerektirirken, kayıpların değerinin dışbükey olması ise bireylerde risk alma davranışı sergilenmesine neden olmaktadır. Gerçekten de, kayıp olasılıkları önemli olduğunda risk peşinde koşmak güçlü bir etkidir. Bu seçimler, kazanç ve kayıpların öznel değeriyle ilgili ikna edici sezgilere ve kişilerin kendi değerlerine ve algılarına göre karar verdiği varsayımına uymaktadır.¹²⁴ Özetle, kazanç ve kayıplar beklenti teorisinde değer “taşıyıcıları”dır.¹²⁵

¹²³ Kahneman, Tversky, (1979), p. 279.

¹²⁴ Kahneman, Tversky, (1984), p. 343.

¹²⁵ Kahneman, Tversky, (1979), p. 277.

Şekil 2: Beklenti Teorisi Ağırlıklandırma Fonksiyonu



Kaynak: Kahneman, Tversky, (1979), p. 283.

Beklenti teorisinde, her sonucun değeri bir karar ağırlığı ile çarpılmaktadır. Ancak karar ağırlıkları her zaman olasılık olarak değerlendirilmemelidir. Şekil 2'deki karar ağırlığı fonksiyonu bireylerin tercihlerini göstermektedir. Ağırlıklar, beklentilere ve bireylerin tercihlerine bağlı olarak 0 ve 1 arasında bir olasılık fonksiyonu yoluyla oluşmaktadır.¹²⁶ Şekil 2'de en dikkat çeken özellik, karar ağırlıklarının belirtilmiş olasılıklara nazaran regresif olmasıdır. Görüldüğü gibi gösterilen karar ağırlıkları, aralığın büyük bir bölümünde onlara karşılık gelen olasılıklardan daha düşüktür. Düşük olasılıklara fazla, yüksek olasılıklara ise daha az ağırlık verilmektedir. Orta ve yüksek olasılıklara daha az ağırlık verilmesi kazanç durumunda bireylerin riskten kaçınmasına, kayıplar söz konusu olduğunda bireyleri risk almaya yönlendirmektedir. Düşük olasılıklara fazla ağırlık verilmesi ise yukarıda anlatılan modeli tersine çevirmektedir. Bu durumda bireyler kazançlarda risk peşinde koşma, kayıplarda riskten kaçınma yönünde hareket etmektedir.¹²⁷

Tversky ve Kahneman (1992) zaman içinde beklenti teorisini daha gelişmiş bir versiyon ile revize etmiştir. Yeni düzenleme ile ayrı ayrı ele alınan karar ağırlıklarından ziyade kümülatif karar ağırlığı kullanılmasının daha doğru bir inceleme olacağı düşünülmüştür. "Kümülatif Beklenti Teorisi" olarak da isimlendirilen bu teori sadece

¹²⁶ Kahneman, Tversky, (1979), p. 280; Kamilçelebi, (2019), s. 48.

¹²⁷ Kahneman, Tversky, (1984), p. 345.

riskli beklentilerde değil aynı zamanda belirsizlik altındaki durumlarda da kullanılmakta ve kazançlar ile kayıplar için farklı ağırlıklandırma fonksiyonlarına izin vermektedir. Kümülatif beklenti teorisinde dört farklı risk tutum modeli bulunmaktadır. Bunlar; “yüksek olasılıklı kayıplarda risk peşinde koşma ve kazançlarda ise risk almaktan kaçınma, düşük olasılıklı kayıplarda risk almaktan kaçınma ve kazançlarda ise risk arayışı içinde olma şeklindedir.”¹²⁸

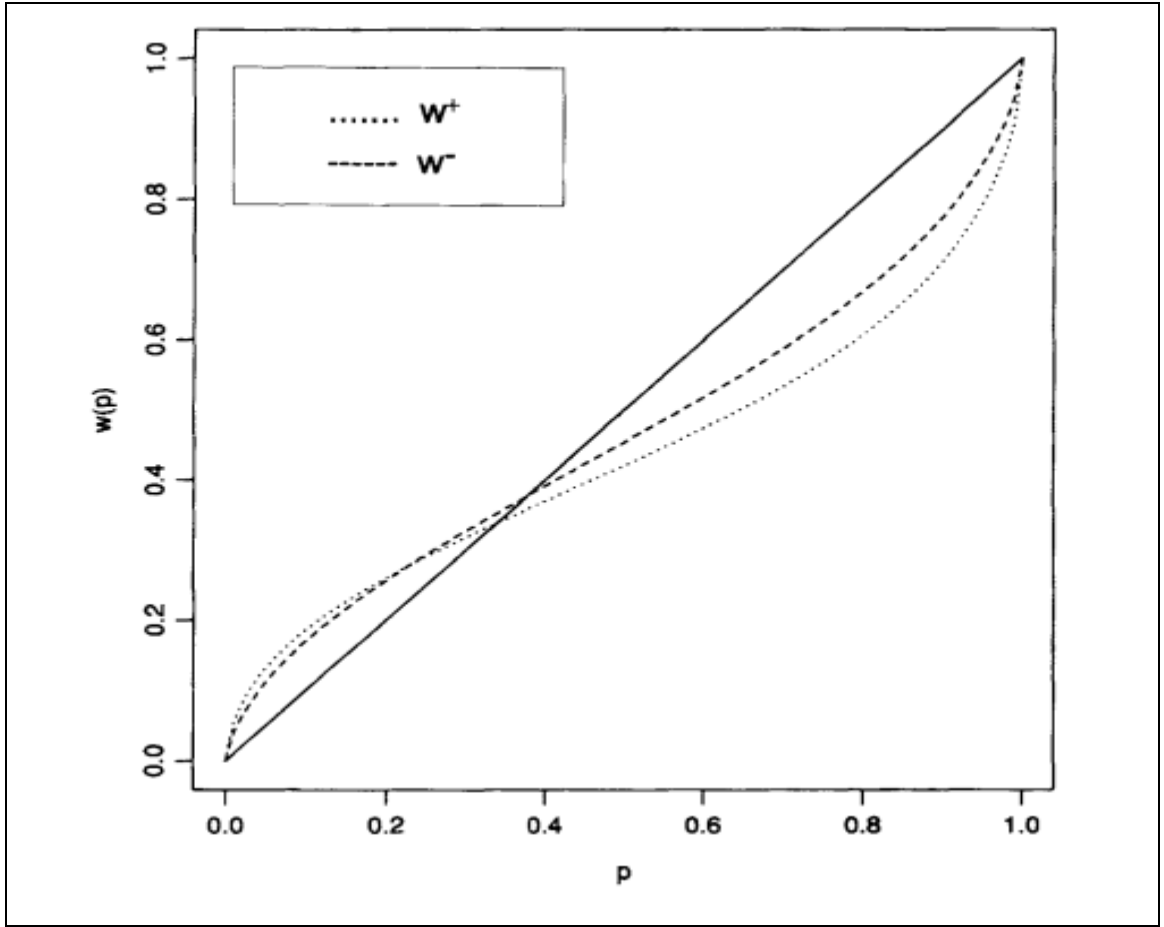
Şekil 3’te p bir olasılık, $w(p)$ bireyler üzerindeki etkisini göstermektedir ve p ’nin bir fonksiyonudur. Bu fonksiyon aynı zamanda ağırlıklandırma fonksiyonudur. Beklenti teorisinde bireyler p olasılığını kendi öznel değerlendirmelerine göre ele alıp $w(p)$ şeklinde ağırlıklandırmaktadır. Bu ağırlıklandırılmış olasılık, beklenen sonuç gerçekleştiğinde elde edilecek kazancın (x) faydasıyla (u) çarpılmaktadır. Bu durum $w(p)*u(x)$ şeklinde formüle edilmektedir.¹²⁹ “ P olasılığı kendi içinde değerlendirilip $w(p)$ yani kazançlarda w^+ ve kayıplarda (w^-) olarak ağırlıklandırılmaktadır. Hem olumlu hem de olumsuz beklentiler durumunda bireyler düşük olasılığa daha fazla ağırlık verirken; yüksek ve orta olasılıklı olaylara ise daha düşük ağırlık vermektedir.” Kazançlar ve kayıplar için ağırlık fonksiyonları oldukça yakındır ancak kazançlar için riskten uzak durma, orta ve yüksek olasılıklar için kayıpta risk arayışında olmaktan daha belirgindir.¹³⁰

¹²⁸ Amos Tversky, Daniel Kahneman, “Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty”, *Journal of Risk and Uncertainty*, V.5, N.4, (1992), p. 297.

¹²⁹ Umut Keskin, “Belirsizlik ve İnsan Davranışları”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumludağ, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2015, s. 162.

¹³⁰ Kamilçelebi, a.g.e., s. 49.

Şekil 3: Kazançlarda (w^+) ve Kayıplarda (w^-) Ağırlıklandırma Fonksiyonu



Kaynak: Amos Tversky, Daniel Kahneman, “Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty”, *Journal of Risk and Uncertainty*, V.5, N.4, (1992), p. 313.

Ağırlıklandırma fonksiyonu kararların duygusal ve psikolojik faktörlerden nasıl etkilendiğini gösterme açısından da önemlidir. “Yüksek olasılıklı kazançlara daha az ağırlık verilmesi ile düşük olasılıklı kayıplara daha fazla ağırlık verilmesi bireylerin korku durumunu gösterirken; düşük olasılıklı kazançlara daha fazla ağırlık verilmesi ile yüksek olasılıklı kayıplara daha az ağırlık verilmesi kararlarından umutlu olduklarını gösterebilir.”¹³¹

1.4.3. Hiperbolik İndirgeme Yöntemi

Samuelson (1937) tarafından öne sürülen ve Koopmans (1960) tarafından geliştirilen indirgenmiş fayda (üssel indirgeme) modeli, ana akım iktisatta tercih

¹³¹ Aksoy, Şahin, a.g.m., s. 17.

mekanizmalarını açıklamada kullanılan ve yaygın olarak kabul gören bir yöntemdir. Bu yöntem kişilerin karar alırken zamandan bağımsız olarak seçim yaptıklarını ifade etmektedir.¹³² Bireylerin karar alma sürecinde gelecekteki fayda ve maliyetleri ağırlıklandırarak ve tüm zamanlarda sabit bir indirgeme oranı kullanarak yaptıkları seçimler zamansal olarak tutarlı kabul edilmektedir. Farklı zaman dilimleri sabit bir oran ile hesaplanmaktadır. Ancak Thaler 1981 yılında yaptığı deneysel bir çalışmada kişilerin zamanı sabit bir indirgeme oranı yerine azalan bir indirgeme oranı olan hiperbolik indirgeme yöntemine göre indirgeyerek karar verdiklerini göstermiştir.¹³³ Thaler deneyinde, katılımcılar bir gün sonra kazanacakları 2 elmayı bir yıl sonra kazanacakları 1 elmaya tercih ederken, bugün kazanacakları 1 elma ile yarın kazanacakları 2 elma arasında tercih yapmaları istendiğinde katılımcıların çoğunun bugünkü 1 elmayı seçmesi azalan bir indirgeme oranı ile hareket ettiklerini göstermektedir.¹³⁴

Beklenen fayda teorisinde zaman sabit bir oran ile indirgenirken, beklenti teorisinde zaman azalan bir oran ile indirgenmektedir. Bireylerin gelecekteki indirgeme oranları şu anki indirgeme oranlarına göre daha düşüktür. Bireyler bugünkü daha küçük bir kazanımı gelecekteki daha büyük bir kazanıma tercih etmektedir. Bu da rasyonel bir model olan üssel indirgeme yöntemine aykırılık teşkil etmektedir. Bireylerin kısa vadeli kazanımlarda, uzun vadeli kazanımlara göre daha sabırsız olmaları, faydayı hemen elde etme isteği bu sebeple tercihlerinin zamana göre değiştiği ve bu zamansal tutarsızlık konusunun açıklanması ve araştırılması gerekliliği çeşitli hiperbolik indirgeme fonksiyonlarının tasarlanmasına sebep olmuştur. Ainslie (1975), Herrnstein (1981), Loewenstein ve Prelec (1992) ve Laibson vd.(1998) gibi isimlerce geliştirilen hiperbolik indirgeme fonksiyonlarının temel amacı, üssel indirgeme yönteminin eksikliklerini ortaya çıkartarak, zamanla azalan indirgeme oranı ve bireylerin zaman içindeki duygu durumlarının tercihlerini nasıl etkilediğini açıklamak olmuştur.¹³⁵

¹³² Fabio Galeotti, Alex Karakostas, “The Promise of Behavioral Economics”, *Norwich Economic Papers*, V.1, (June, 2010), p. 22.

¹³³ Eser, Toigonbaeva, a.g.m., s. 305.

¹³⁴ Richard Thaler, “Some Empirical Evidence on Dynamic Inconsistency”, *Economics Letters*, V.8, N.3, (1981), p. 202.

¹³⁵ Havva Serim, Fahriye Öztürk, “Davranışsal İktisat ve Zamanlararası Tercih: Tasarruf Davranışı Üzerine Bir İnceleme”, *Politik Ekonomik Kuram Sosyal Bilimler Dergisi*, C.2, S.2, (2018), s. 154.

Rabin'in (2002) çalışmasında da çalışanlara yönelik bir deney yapılmış ve aşağıdaki iki çalışma modelinden birini seçmeleri istenmiştir:

“A: 1 Nisan günü 7 saat çalışma ve 2 Nisan günü tatil

B: 1 Nisan günü tatil ve 2 Nisan günü 7.7 saat çalışma”

Katılımcılar 1 Ocak günü bu soruya cevap verdiğinde yani arada 90-91 gün fark olan bir zaman dilimi olduğunda daha az çalışacakları A seçeneğini B seçeneğine tercih ederken, aynı soruya 1 Nisan günü cevap verildiğinde ve çalışanlar bugün ile yarın arasında bir seçim yapmak durumunda kaldığında bugünü (1 Nisan) tatil olarak değerlendirip B seçeneğini tercih etmişlerdir. Tüm bu deneysel araştırmalar göstermektedir ki, insanlar kendini tatmin etmek için kısa sürede mutluluk ve keyif alacakları seçimler yapmaktadır. Hiperbolik indirgeme yöntemi, potansiyel davranış dinamiklerini dikkate alarak zamansal tutarsızlıkları açıklamada davranışsal iktisatta önemli bir model olmuştur.¹³⁶

1.4.4. Tomer Yöntemi

Tomer (2007) davranışsal iktisat ve geleneksel iktisadı (ana akım iktisat) karşılaştırmak için altı boyuttan (ölçüt) oluşan bir yaklaşımdan faydalanmaktadır. Bu altı boyut; *darlık, katılık, hoşgörüsüzlük, mekaniklik, ayrılık ve bireyselliktir*. Bu boyutlar kısaca açıklanmaktadır:¹³⁷

Darlık (Narrowness): Darlık en önemli karşılaştırma boyutlarından biridir. Bir disiplinin yöntemi ya da sorgulama kapsamı daraldığında darlık ortaya çıkmaktadır. Bir disiplin pozitivist temellere dayanarak yalnızca matematiksel-tümdengelimci modelleme kullanıyor ve niceliksel olmayan (gözlem vb.) metodları tamamen dışlıyorsa darlık söz konusudur.

Katılık (Rigidity): Darlık ile yakından ilgili olup bir disiplinin esnek olamaması anlamına gelmektedir. Esnek olamayan bir disipliner araştırmada istenilen her yöntem analize dâhil edilemediğinden katılık ortaya çıkmaktadır.

¹³⁶ Rabin, a.g.m., pp. 18-19.

¹³⁷ Tomer, a.g.m., pp. 465-467.

Hoşgörüsüzlük (Intolerance): Hoşgörüsüzlük, bir disiplinin kendi yöntemlerini kullanmayan diğer bilimsel çalışmaları küçümseyen bir tavır ifade etmektedir. Hoşgörüsüzlük boyutunun yüksek olduğu disiplinler diğer disiplinlerin uygulama metodlarını kabul etmemekte ve onlara önyargılı yaklaşmaktadır.

Mekaniklik (Mechanicalness): Bir disiplin ekonomiyi ve iktisadi aktörleri makineye benzetiyorsa mekaniklik eğilimi söz konusudur. Mekanikliği yüksek disiplinler piyasa ve aktörleri makine ve parçalarına benzetmektedir. Mekanikliği düşük disiplinler ise ekonomiyi bir bütün olarak ele alıp insan unsurunu göz ardı etmemektedir.

Ayrılık (Separateness): Ayrılık, bir ekonomik disiplinin iktisadi olmayan disiplinlerle, özellikle de sosyal bilim disiplinleriyle yakından bağlantılı veya entegre olmadığı dereceyi ifade etmektedir. Ayrılık boyutu yüksek olan bir disiplin, göreceli olarak kendi kendine yeten ve dolayısıyla kendini diğer disiplinlerden ayrı gören bir disiplindir. Disiplinler arası etkileşime önem veren disiplinlerin ise ayrılık boyutu düşük derecede kalmaktadır.

Bireysellik (Individualism): Karar verme sürecinde bireylere önem veren, olayların bireylerin tavır ve davranışlarından etkilendiğini kabul ederek bireyleri araştırmalara dâhil eden disiplinlerde bireysellik ön plandadır.

Tomer'in farklı disiplinleri karşılaştırmak için kullandığı bu altı boyuttan darlık, katılık, hoşgörüsüzlük, mekaniklik ve ayrılık geleneksel iktisatta yüksek derecede olmakla beraber davranışsal iktisatta daha zayıf kalmaktadır. Bireysellik boyutu ise davranışsal iktisatta yüksek, geleneksel iktisatta düşüktür. Görüldüğü gibi geleneksel iktisat ve davranışsal iktisat yöntemleri belirgin bir şekilde birbirinden farklıdır.¹³⁸

1.4.5. Deneysel Yöntemler

İktisat bilimi rasyonel insan kavramını benimsediğinden ve bu sebeple bireylerin her koşulda mantıklı ve tutarlı seçimler yaptığı varsayımını kabul ettiğinden dolayı bireylerin psikolojik durumları, duyguları, içsel motivasyonları, sosyal etkileşimleri

¹³⁸ Tomer, a.g.m., p. 478.

gibi farklı tavır ve davranışları analiz süreçlerine dâhil edilmemiştir. İktisatta gözlem ve laboratuvar ortamında deney gibi yöntemler kullanılmadığından yapılan ampirik çalışmalar her soruna çözüm üretememeye, saha verilerinin yetersiz kalmasına, veri elde etme sürecinin kontrolsüzlüğüne ve her konuda veriye ulaşamamasına sebep olmuştur. Ancak 19.yüzyıldan itibaren sosyal bilimlerin psikoloji ile bağının artmış olması iktisatta deneysel yöntemlerin kullanılmasını teşvik etmeye başlamıştır. Deneysel metodların kullanımı ile beraber teorik çalışmalar ilave parametreler ile desteklenmiş, veri elde etme süreci kontrol edilebilir hale gelmiştir ve en önemlisi de rasyonel olmayan birey davranışlarının sebepleri araştırılmaya başlanmıştır.¹³⁹

Maki (2005) deneysel yöntemleri, yapay olarak tasarlanmış laboratuvarlarda kontrolsüz büyük dünya (ekonomik sistemler ve birey davranışları) hakkında bilgi üretebilme amacıyla ortaya çıkarılan kontrollü küçük dünyalar şeklinde tanımlamaktadır.¹⁴⁰ Baç (2007) ise deneysel iktisadı, “*Deneysel iktisat, kısmen kontrol edilebilen laboratuvar ortamında karşılıklı etkileşen insanların karar ve davranışlarını inceleyen, görece yeni bir araştırma alanı*” şeklinde tanımlamaktadır.”¹⁴¹ İktisatta saha çalışmalarında kullanılan ekonometrik modellerde gözlemlenemeyen bazı değişkenlerin laboratuvar ortamında araştırılarak gözlemlenebilmesi ile pek çok iktisatçı tarafından kullanılmaya başlayan deneysel yöntemler yeni bir disiplin olan deneysel iktisatın ortaya çıkmasını sağlamıştır.¹⁴²

Deneysel yöntemlerin davranışsal iktisadı en önemli araçlarından biri olmasının sebepleri arasında parametrelerin kontrollü bir ortamda toplanması, farklı özelliklerine göre gruplandırılarak incelenmesi ve ekonomideki aktörler arasındaki etkileşimin kontrollü bir ortamda analiz edilmesi gösterilebilir. Deneysel yöntemlerin çeşitleri üç başlık altında toplanmaktadır:¹⁴³

-Laboratuvar Deneyleri: Deneysel yöntemler arasında en çok kullanılan yöntemlerden biri olup denekler kontrollü bir laboratuvar ortamında bulunmaktadır.

¹³⁹ Ali Seyhun Saral, “Laboratuvar Deneyleri: Metodolojik Bir Giriş”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumluoğ, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, s. 341.

¹⁴⁰ Uskali Maki, “Models Are Experiments, Experiments Are Models”, *Journal of Economic Methodology*, V.12, N.2, (2005), p. 306.

¹⁴¹ Mehmet Baç, “İktisadi Analizin Disiplinlerarası Uygulamalarında Durum ve Öngörüler”, 2007, <http://research.sabanciuniv.edu/848/1/BacTUBAmakale.pdf>, s. 20. (07.10.2020).

¹⁴² Kıymet Yavuzaslan, “Ekonomideki Tercihlerde, Demografik Farklılıkların Önemi: Davranışsal ve Deneysel İktisat Çalışmaları”, *Social Sciences Studies Journal*, C.4, S.19, (2018), s. 2154.

¹⁴³ Akın, Urhan, a.g.m., ss. 7-8.

Araştırmacılar tarafından incelenilen konu ile ilgili önceden bir senaryo oluşturulmuştur. Denekler bu senaryoya göre hareket etmektedir. Araştırma sürecinde deneklerin motivasyonlarını kaybetmemesi için deney sonunda deneklere para ödenmektedir.

-Saha Deneyleri: Laboratuvarda yapılan deneylerde deneklerin kontrollü davranışlar içinde bulunması ve aynı senaryoya gerçek hayatta, laboratuvardaki tavır ve tutumlarının aksine farklı tavırlar göstermeleri laboratuvar deneylerinin eleştirilmesine saha deneylerinin ise ön plana çıkmasına sebep olmuştur. Denekler günlük hayatlarındaki olağan ortamlarında gözlemlenebildiği için olaylara karşı gösterdikleri davranışlar daha gerçekçi sonuçların alınmasını sağlamaktadır. Ancak yöntemin en önemli eksiği, bir daha tekrarlanamıyor olmasından dolayı farklı verilerin kullanımına uygun olmamasıdır.

-Çevrimiçi Deneyler: Hem gerçek hayatta uygulanabiliyor hem de örneklem sayısının internet teknolojilerinden faydalanılarak arttırılabiliyor olması bu yöntemin en önemli özellikleridir. İhale Teorisi ve kamu malı oyunları üzerine pek çok örneği olan bu deneyler araştırmacılara yüzlerce denek üzerinde analiz yapma fırsatı vermektedir.

Davranışsal iktisatta sadece deneysel iktisat yöntemlerinden değil aynı zamanda nöroiktisat yöntemlerinden de faydalanılmaktadır. Bireylerin karar alma süreçlerinin hangi faktörlerden, ne şekilde etkilendiği ve seçimlerinin nasıl yapıldığı sadece psikoloji biliminin değil aynı zamanda nöroloji biliminin de konusu olmuştur. Çünkü bireylerin hormonları, tavır ve davranışlarının nörolojik altyapısı karar alma süreçlerini etkilemektedir. Nöroiktisat, nörobiyolojik bilgi ve yöntemlerin iktisatta kullanılmasını sağlayarak birey davranışlarını açıklamaya yardımcı bir bilim dalı olarak varlığını ispatlamıştır. Nöroiktisat alanında kullanılan yöntemler arasında beyinden ölçüm alan f-MRG (fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme) ve EEG (elektroensefalografi) araçları, genetik testler, hormon ölçümleri, beyindışı fizyolojik ve psikofiziksel araçlarla ölçüm yapılması gibi teknikler gösterilebilir.¹⁴⁴

Davranışsal iktisadın önemli çalışma araçlarından biri haline gelmiş olan deneysel yöntemler, ekonomik aktörlerin irrasyonel davranışlarından dolayı ortaya çıkan

¹⁴⁴ Tuna Çakar, Levent Neyse, “İktisadi Kararların Biyolojik Temelleri: Nöroiktisat”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumluoğlu, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, ss. 405-410.

problemleri anlamayı ve bu problemlere çözüm üretmeyi amaçlamaktadır. Deneysel yöntemler ile beraber teşvikler, değerler ve tercihler arasındaki davranışsal bağlantılar daha iyi anlaşılmıştır. Hangi hükümet politikalarının ve düzenlemelerinin ekonomik aktörlerin davranışlarını nasıl etkilediği ve istenilen şekle yönlendirmede ne derecede başarılı olduğu gibi konularda deneysel yöntemler kullanılması hükümetlere öngörü sağlamaktadır. Deneysel çalışmalardan gelen kavrayış biçimi; teorik modellerin daha doğru açıklanmasını sağlamakta, simülasyon ve saha çalışmalarından gelen ampirik bulguların deneysel metodlarla tamamlanması araştırmalarda daha başarılı sonuçlar elde edilmesini desteklemiştir. Davranışsal iktisatta deneysel yöntemler kullanılması insan davranışlarını anlamak ve yönlendirmek için yeni bir bakış açısı getirmiştir.¹⁴⁵

Günümüzde pek çok ülkede kamu yöneticileri davranışsal iktisattaki deneysel yöntemlerden faydalanmaya başlamıştır. Bu durumun başlıca nedeni, ekonomideki tüm aktörlerin psikolojileri, duyguları, inançları davranış biçimlerini yönlendirmekte ve bundan tüm ekonomi süreçlerinin etkilenmesidir. Özellikle, yatırımların ve istihdamın teşviki için vergi düzenlemeleri, ekonomik büyüme ve kalkınmayı destekleyecek tasarrufların oluşturulması, bireysel emeklilik sistemlerinin devletçe desteklenmesi ve daha birçok alanda davranışsal iktisat yöntemleri kullanılması dikkat çekmektedir.¹⁴⁶

Davranışsal yaklaşım açısından bireylerin vergiye karşı tavır ve tutumlarının ölçümünün yapılabilmesi bakımından en uygun yöntem saha araştırmaları yani anket yöntemidir. Özellikle psikolojik faktörlerin anket sorularına dâhil edildiği çalışmalarda ankete katılan bireylerin konuyla ilgili davranış ve tutumları hakkında araştırma yapmak mümkün olmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada da davranışsal yaklaşıma uygun olması açısından anket yöntemi tercih edilmiştir.

2. DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE VERGİ İLİŞKİSİ

Günümüzde hem kamu maliyesi hem iktisat ilmi açısından belirleyici bir unsur olan vergi önemli bir konudur. Musgrave (1959) devletin üç temel fonksiyonunu kaynak dağılımında etkinliği, gelir dağılımında adaleti ve ekonomide istikrarı sağlamak

¹⁴⁵ Pınar Artör Akyazı, “Çevre ve Deneysel İktisat”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. Devrim Dumludağ, vd., 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, s. 393.

¹⁴⁶ Kıymet Yavuzaslan, “İktisat Bilimi Laboratuvara mı Taşımıyor? Deneysel İktisat ve Oyun Teorisi”, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, C.11, S.21, (2019), ss. 436-437.

olarak belirtmiştir. Bu fonksiyonların yerine getirilmesinde kullanılan mali araçların başında vergiler gelmektedir.

Vergiler, tarihsel süreç boyunca kamusal hizmetlerin gerçekleştirilmesinde temel finansman kaynağı olmuştur. Modern devletlerin mali düzeni içerisinde önemli bir payı bulunan vergiler, günümüzde mali (fiskal) amacının yanında birçok ekonomik ve sosyal (ekstra-fiskal) amaçları gerçekleştirmek için de kullanılmaktadır.¹⁴⁷ Tüm bu amaçların gerçekleştirilmesinde ve optimal bir vergi sisteminin oluşturulması gereği vergilerin çok yönlü incelenmesi zorunluluğunu doğurmuştur. Vergi hem ülkelerin izleyecekleri ekonomi ve mali politikaların şekillenmesinde hem de toplumsal yaşam üzerinde geçmişte olduğu gibi günümüzde artan ölçüde etkili olan mali bir araçtır. Verginin sosyal ve psikolojik etkilerinin gözardı edilmesi devletler açısından ciddi gelir kayıplarına sebep olması nedeniyle önemli sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu sebeple, vergilere karşı kişilerin tavır, davranış ve tutumlarını bilmek ve bunları etkileyen sosyo-psikolojik faktörleri dikkate alınmak gereklidir.¹⁴⁸

Vergiler, devletin egemenliğine dayanarak alınan kanuni yükümlülükler olmasına rağmen bireyler için karşılıksız ve zorunlu bir ödeme aracı olması nedeniyle vergiye karşı tepkiler ortaya çıkmaktadır. Bu noktada vergilendirme yetkisinin de bir sınırı olması gerekmektedir. Bu sınırlar; hukuki, iktisadi, mali ve psikolojik sınırlardır.¹⁴⁹ Vergilemenin sınırının belirlenmesinde en önemli faktör psikolojik sınırdır. Optimal vergi noktası, psikolojik sınırlar altında şekillenmekte ve bireylerin devlete karşı tavrı ve davranışları çerçevesinde vergi zihniyetine bağlı olarak belirlenmektedir. Vergi zihniyeti, bireylerin vergileme ve vergi ödevleri karşısında sergiledikleri davranışlardır. Vergi yükünün ve hissedilme derecesinin düşük olduğu durumlarda bile vergiye karşı tepkilerin ortaya çıkması vergilemede psikolojik faktörlerin önemini ortaya koymaktadır.¹⁵⁰

¹⁴⁷ Hüseyin Şen, İsa Sağbaş, *Vergi Teorisi ve Politikası*, 3.b., Ankara: Barış Arıkan Yayınları, 2017, s. 1.

¹⁴⁸ Coşkun C. Aktan, Dilek Dileyici, Özgür Saraç, “Vergilere Karşı Tepkiler ve Vergilerin Ahlaki ve Sosyo-Psikolojik Sınırları”, *Yeni Maliye: Değişim Çağında Kamu Maliyesi: Yeni Trendler, Yeni Paradigmalar, Yeni Öğretiler, Yeni Perspektifler*, Ed. C. C. Aktan, A. Kesik, D. Dileyici, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Yayın No: 420, 2012, s. 196.

¹⁴⁹ Güneş Çetin Gerger, *Mükellef Hakları ve Vergiye Gönüllü Uyum*, 1.b., İstanbul: Legal Kitabevi, 2011, s. 50.

¹⁵⁰ Günter Schmolders, *Genel Vergi Teorisi*, çev. Salih Turhan, İstanbul: İ.Ü.İ.F.M.E. Yayın No:55, 1976, ss. 100-110.

Vergilemenin bireyler üzerindeki psikolojik etkileri davranışsal iktisat yaklaşımıyla beraber incelendiğinde kamu maliyesinin bir alt dalı olan “davranışsal kamu maliyesi” veya daha dar kapsamlı “vergi psikolojisi” gibi inceleme sahaları dikkat çekmektedir. “Davranışsal kamu maliyesi, mali olayların insan tutum ve davranışları üzerindeki etkilerini” incelemektedir. “Vergi psikolojisi ise vergiler karşısında bireylerin algulamalarını, tutum ve davranışlarını” araştırmaktadır.¹⁵¹

19. yüzyıldan itibaren bilimsel araştırmalarda yer verilmeye başlanan vergi psikolojisini sistemli bir şekilde inceleyen ilk araştırmacılar Günter Schmolders (1951/1952, 1960, 1962, 1970) ve George Katona (1951,1971) olmuştur. Özellikle 1970’lerden sonra vergi psikolojisi alanındaki çalışmalar tüm dünyada artış göstermiştir.¹⁵²

Geleneksel maliye teorisi kamu gelirleri ve kamu harcamalarını klâsik iktisat perspektifinden incelediğinden bireyleri rasyonel kabul etmektedir. Ancak bireyler risk ve belirsizlik şartları altında her zaman rasyonel ekonomik tercihler yapmamaktadır. Risk ve belirsizlik olmasa bile duygusal, bilişsel, sezgisel birçok psikolojik faktörden etkilenmektedirler. Bu nedenle klâsik bakış açısıyla bireylerin davranışsal anomalilerini açıklamak mümkün değildir.¹⁵³ Bireylerin kendi kârlarını arttırmaya çalışması ve kamu hizmetlerinden bedava yararlanma güdüsü vergi ödeme istekliliğinin sağlanmasına engel olmaktadır.¹⁵⁴ Davranışsal kamu maliyesi yaklaşımında mükelleflerin vergiye karşı tavır ve davranışlarının anlaşılabilmesi büyük önem arz etmektedir. Bireylerin vergiye karşı gösterdikleri tepkileri anlayabilmek, sınırlı rasyonellikten kaynaklanan davranışsal eğilimlerinin farklı optimizasyon tercihlerinin açıklanmasına bağlıdır. Vergilemede etkinlik, eşitlik ve adalet fonksiyonlarının etkin bir şekilde uygulanması optimal vergilendirme anlayışının hayata geçmesini kolaylaştıracaktır. Bu nedenle optimal vergilendirme teorisinin davranışsal kamu maliyesi perspektifinden ele alınması gerekmektedir. Örneğin, mükellefin vergiye karşı kayıtsız kalması geleneksel yaklaşım

¹⁵¹ Coşkun C. Aktan, “Vergi Psikolojisinin Temelleri ve Vergi Ahlakı”, *Yeni Maliye: Değişim Çağında Kamu Maliyesi: Yeni Trendler, Yeni Paradigmalar, Yeni Öğretiler, Yeni Perspektifler*, Ed. C. C. Aktan, A. Kesik, D. Dileyici, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Yayın No: 420, 2012, s. 167.

¹⁵² Benno Torgler, *Tax Morale: Theory and Empirical Analysis of Tax Compliance*, (PhD Dissertation), Basel: Universitat Basel, 2003a, p. 81.

¹⁵³ George Loewenstein, Richard H. Thaler, “Anomalies Intertemporal Choice”, *Journal of Economic Perspectives*, V.3, N.4, (Fall, 1989), pp. 181-193.

¹⁵⁴ Erich Kirchler, Christoph Kogler, Stephan Muehlbacher, “Cooperative Tax Compliance: From Deterrence to Deference”, *Current Directions in Psychological Science*, V.23, N.87, (2014), p. 87.

açısından duyarsız bir talep eğrisini ve etkin bir vergi politikası alternatifini işaret ederken; davranışsal yaklaşım açısından dikkatsizlik, karmaşıklık, bağlantı kurmada tecrübe edilen zayıflık gibi farklı davranışsal eğilimleri dikkate almaktadır. Mükelleflerin vergiye karşı tepkileri uygulanan vergi düzenlemelerine göre değişkenlik gösterdiğinden optimal bir vergi politikası tasarlanması mükelleflerin vergiye bakış açılarının davranışsal yaklaşımla incelenmesi ile mümkün olmaktadır.¹⁵⁵

Vergilerin psikolojik etkilerinin ortaya çıkması birey faktörüne bağlıdır. Verginin sujesi birey olduğu için bireylerin psikolojisi vergilemede büyük öneme sahiptir. Yere, zamana, kişilere göre değişen insan psikolojisi hem vergilerden etkilenmekte hem de vergilendirme sürecini etkilemektedir. Vergi ve birey arasında psikolojik açıdan karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Vergiler, bireylerin ekonomik ve mali kararlarını etkilediğinden vergi politikalarının mükelleflerin psikolojileri dikkate alınarak tasarlanması gerekmektedir. Vergi psikolojisi, bireylerin vergiye karşı tavır ve davranışlarının sebeplerini açıklamaya çalıştığı ve bireyleri kamusal vergi politikaları ile daha doğru davranışlar sergilemeye yönlendirdiği için maliye bilimi içinde çok önemli bir yere sahiptir.¹⁵⁶ Bireylerin vergi ödeme ya da ödememe davranışları araştırılırken sadece ekonomik faktörlerin dikkate alınması ve fayda-maliyet analizleri yapılması yeterli olmamaktadır. Bireylerin vergiye karşı tavır ve tutumları, içsel motivasyon kaynakları, sosyal normlar, ahlâki değerler gibi sosyo-psikolojik faktörlerin de vergi analizlerine dâhil olması gereklidir.¹⁵⁷

Kahneman ve Tversky'nin (1979) bilişsel psikolojiden faydalanarak davranışsal iktisat literatürüne kazandırdıkları temsilîyet ilkesine göre bireyler geçmişte yaşadıkları tecrübeleri kullanarak gelecekte gerçekleşebilecek olayları, hafızalarındaki zihinsel kısayollara göre değerlendirmektedir. Vergi denetimi buna örnek verilebilir. Vergi mükellefinin daha önceden bir vergi denetimi geçirmiş olması, gelecekte tecrübe edeceği muhtemel bir vergi denetimi algısını etkilemektedir.¹⁵⁸

¹⁵⁵ Erdem Seçilmiş, İrem Didinmez, "Vergi Reformlarının Davranışsal İktisat Perspektifinden Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği", *Bilig*, S.77, (Bahar, 2016), s. 209.

¹⁵⁶ Doğan Şenyüz, *Vergilendirmede Yükümlü Psikolojisi*, Bursa: 1995, ss. 3-6.

¹⁵⁷ Jonas Edlund, Rune Aberg, "Social Norms and Tax Compliance", *Swedish Economic Policy Review*, V.9, (2002), p. 201.

¹⁵⁸ Benno Torgler, *Tax Compliance and Tax Morale: A Theoretical and Empirical Analysis*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2007, pp. 68-69.

3. DAVRANIŞSAL YAKLAŞIM AÇISINDAN VERGİ UYUMU

Davranışsal yaklaşım açısından vergileme incelendiğinde bireyin vergiye karşı tutum ve davranışlarını inceleme vergiye uyum kavramının açıklanmasını gerektirmektedir. Bu başlık altında vergi uyum kavramı, kapsamı, vergi uyumunu etkileyen faktörler ve vergi uyum yaklaşımları açıklanacaktır.

3.1. VERGİ UYUMU KAVRAMI VE KAPSAMI

*Vergi uyumu (tax compliance), “beyannamenin verildiği tarihte uygulanan vergi kanunları, yönetmelikler ve yargı kararlarına uygun olarak vergiye tabi gelirin doğru ve gerçekçi bir şekilde beyan edilmesi ve vergi beyannamesinin zamanında ilgili yerlere verilmesidir.”*¹⁵⁹ Bir başka tanıma göre ise *vergi uyumu, “vergi mükelleflerinin vergi ile ilgili görev ve sorumluluklarını zamanında ve doğru olarak yerine getirmesidir.”*¹⁶⁰

Vergi uyumu tanımlarından hareketle vergi uyumunun unsurları şu şekilde sıralanabilir:¹⁶¹

- Vergiye tabi gelirin doğru bir şekilde hesaplanması ve beyan edilmesi,
- Gelirden yalnızca kanunen kabul edilen giderlerin indirilmesi,
- Muafiyet ve istisnaların sınırlarının aşılması,
- Vergi beyannamesinin zamanında ilgili kurumlara verilmesi,
- Tahakkuku kesinleşen vergi borcunun süresi içinde ödenmesi.

Vergi uyumunu incelerken “*vergi uyumsuzluğu*” kavramına da değinmek gerekmektedir. Vergi uyumsuzluğu, vergisel yükümlülüklerin bilinçli bir şekilde düşük gösterilebileceği gibi mükellefin yanlış bilgilendirilmesi, vergiyle ilgili konuları yanlış anlaması ya da dalgınlık gibi sebeplerle az gösterilmesini ifade etmektedir. Mükellefin vergi kanunlarına uygun bir şekilde hareket ederek ödeyeceği vergileri azaltma çabası

¹⁵⁹ Jeffrey A. Roth, John T. Scholz, Ann D. Witte, *Taxpayer Compliance*, V.1, An Agenda for Research, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989, pp. 20-21.

¹⁶⁰ Mehmet Tunçer, “Vergi Ahlakı-Vergi Uyumu İlişkisi ve Türkiye”, *Vergi Sorunları Dergisi*, S.181, (2003), s. 92.

¹⁶¹ Atilla Uyanık, “Vergi Bilinci ve Vergiye Gönüllü Uyumun Vergi Gelirlerine Etkilerinin Değerlendirilmesi”, *Maliye Dergisi*, S.177, (Temmuz-Aralık 2019), ss. 362-363.

vergi uyumsuzluğu olarak kabul edilmemektedir.¹⁶² Vergi uyumsuzluğunun türleri, “*iradi uyumsuzluk*” ve “*gayri iradi uyumsuzluk*” şeklinde ikiye ayrılmaktadır. *İradi vergi uyumsuzluğu*, vergi mükelleflerinin vergiye ilişkin ödev ve sorumluluklarını vergi yüklerini azaltmak amacıyla bilinçli olarak eksik yerine getirme ya da hiç yerine getirmeme durumudur. *Gayri iradi vergi uyumsuzluğu* ise vergi mükelleflerin vergiye ilişkin yükümlülüklerini yanlış anlamaları ve dikkatsizlik gibi istemeden oluşan hatalar neticesinde meydana gelen uyumsuzluktur.¹⁶³

Vergi uyumu vergi ortamının iklimine göre şekil almaktadır. “*Karşıt vergileme iklimi*” ile “*sinerjik vergileme iklimi*” arasındaki sürekli değişimden vergi uyumu da etkilenmektedir. Karşıt vergileme ikliminde, vergi mükellefleri ve vergi idaresi arasında bir çatışma söz konusu iken; sinerjik vergileme ikliminde mükellefler ve idare arasında uyumlu bir iletişim vardır. Karşıt vergileme ikliminde vergi idareleri, vergi mükelleflerini ellerinden geldiğince kaçırmaya çalışan ve kontrol altında tutulmaları gereken “hırsızlar” olarak algılamaktadır. Vergi mükellefleri ise idareyi “polis” gibi algılamakta ve onlardan gizlenmeyi doğru bulmaktadır. Böyle bir ortamda, mükellef ve idare arasında etkili bir iletişim yoktur. Mükellefler idareye karşı olumlu hisler taşımamakta, vergiden kaçınma için pek çok yol aramakta ve vergiye gönüllü uyum sağlanamamaktadır. Sinerjik vergileme ikliminde ise mükellefler vergi idarelerinin tüm toplumun yararına kamu hizmeti sunduğunun ve kendilerinin de bu toplumun bir parçası olduğunun bilincindedir. Yetkili idareler mükelleflere karşı saygılı ve dostane bir tutum sergilediklerinden sinerjik vergileme ikliminin yüksek olduğu bir toplumda vergiye gönüllü uyum da daha yüksektir.¹⁶⁴ Bir toplumda vergiye karşı ilgisizliğin artması “vergi mukavemetlerinin” de artması anlamına gelmektedir. Bu noktada devletlere ve vergi idarelerine büyük görev düşmektedir. Mükellefin psikolojisine uygun vergi politikaları oluşturarak vergiye gösterilen tepkilerin en aza indirilmesi gerekmektedir.¹⁶⁵

Vergiye uyum konusunda mükelleflerin vergi ödeme davranışını etkileyen faktörlerin yalnızca ekonomik ve mali değil pekçok farklı sosyal ve psikolojik faktörden

¹⁶² Roth, Scholz, Witte, a.g.e., p. 3.

¹⁶³ Adnan Gerçek, vd., *Mükellef Hakları Türkiye Perspektifi ve Geliştirilmesi*, 1.b., Ankara: Seçkin Yayın, 2015, s. 148.

¹⁶⁴ Erich Kirchler, Erik Hoelzl, Ingrid Wahl, “Enforced Versus Voluntary Tax Compliance: The ‘Slippery Slope’ Framework”, *Journal of Economic Psychology*, V.29, N.2, (2008), p. 211.

¹⁶⁵ Schmolders, a.g.e., s. 69.

etkilendiği bilinmektedir. Vergiye uymanın ya da uymamanın, yalnızca vergi oranlarının ve denetim olasılığının bir fonksiyonu olmadığını, ayrıca mükellefin uyma veya kaçınma istekliliğinin de bir fonksiyonu olduğu söylenebilir.¹⁶⁶ Davranışsal kamu maliyesi açısından çerçeveleme etkisi, zihinsel kısayollar, temsiliyet ilkesi gibi davranışsal eğilimler vergi uyumunun artırılmasında dikkate alınması gereken kavramlardır. Vergi mükelleflerinin vergi ödeme ya da vergiden kaçınma davranışları da vergiyi algılama çerçeveleri ile ilgilidir. Psikolog Epley, Idson ve Mak (2006) çalışmalarında, vergi indirim yerine vergi ikramiyesi (bonus) şeklinde düzenleme yapılması halinde, daha fazla mükellefin harcama yapacağını ve bunun da daralmış bir ekonomide canlanmayı arttıracığını savunmuşlardır. Epley, Idson ve Mak “ikramiye” sözcüğünün “artı nakit” etkisi ortaya çıkardığını, “indirim” sözcüğünün ise şimdiki duruma göre “getiri para” imajı çizdiğini belirtmişlerdir. Çalışma, çerçeveleme etkisiyle insanların farklı kaynaklardan elde ettikleri gelirlere farklı davrandıklarını göstermektedir.¹⁶⁷

Vergi uyumu birçok mükellef için basit veya rutin bir iş gibi algılanmamaktadır. Çünkü vergi yasalarını ve düzenlemelerini anlayabilmek, vergi borcunu doğru bir şekilde hesaplayabilmek, kayıtları tutmak, vergi beyannamelerini doldurmak çoğu mükellef için zorlayıcı olduğundan tüm bu görevleri yerine getirmek zaman ve çaba gerektirmektedir. Bu sebeple vergi uyumunu etkileyen tüm faktörler ayrıntılı biçimde araştırılmalı ve gönüllü uyumu sağlayabilecek düzenlemeler yapılmalıdır.¹⁶⁸ Vergilemede etkinliğin sağlanabilmesi için mükelleflerin vergiye bakış açılarının olumlu olması en önemli faktördür. Çünkü vergileme “insan” unsuru odaklı sosyal bir olgudur. Verginin karşılıksız ve zorunlu bir ödeme olması mükelleflerin vergiye karşı aktif veya pasif bir tepki göstererek vergi ödememelerine ya da vergiyi ödemelerine rağmen vergi yükünü fazlaca hissetmelerine sebep olmaktadır. Tüm bu olumsuz etkilerin giderilebilmesi için vergiye uyumu sağlayacak politikalar oluşturulmalıdır.¹⁶⁹

Günümüzde vergi uyumuyla ilgili yapılan çalışmalarda “*insanlar neden vergi kaçırmır?*” sorusunun yerini “*insanlar neden vergi öder?*” sorusu almıştır. Bu kapsamda

¹⁶⁶ Torgler, (2003a), pp. 80-81.

¹⁶⁷ Eser, Toigonbaeva, a.g.m., s. 311.

¹⁶⁸ Kent W. Smith, Karyl A. Kinsey, “Understanding Taxpaying Behavior: A Conceptual Framework with Implications of Research”, *Law and Society Review*, V.21, N.4, (1987), pp. 639-640.

¹⁶⁹ Selçuk İpek, İlknur Kaynar, “Demografik Faktörlerin Vergi Uyumuna Etkisi: Bir Anket Çalışmasının Sonuçları”, *Maliye Dergisi*, S.157, (2009), s. 117.

insanları vergi ödemeye teşvik eden ya da vergi ödemelerini engelleyen faktörlerin vergi psikolojisi kapsamında ele alınması gerekmektedir. Vergi mükellefleri kendilerini rahatsız eden vergi uygulamalarına olumsuz tavır ve davranışlar sergilemekte ve tepki göstermektedir. Yüksek bir vergi uyumunun sağlanabilmesi için hem mali ve ekonomik sınırların hem de psikolojik sınırların tespit edilmesi ve vergi psikolojisinden faydalanılarak vergi reformları yapılması gerekmektedir.¹⁷⁰

3.2. VERGİ UYUMUNUN OLMAMASININ SONUÇLARI

Vergiye uyumlu bir toplumda vergilerin düzenli şekilde toplanabilmesi, devletin kamu hizmetlerini görebilmesi ve refahın sağlanabilmesi açısından son derece önemlidir. Toplumda vergi uyumunun düşük düzeyde olmasının yaratacağı iki sonuç vardır. Bunlar maliye yazınında *vergiden kaçınma* ve *vergi kaçakçılığı* olarak yer almaktadır.

Vergi mükellefleri vergi kanunlarına uygun olarak vergi borcunu ödemekle yükümlüdür. Ancak, bazı mükellefler ödenmesi gerekli olan vergiyi en aza düşürmek amacıyla vergiden kaçınma yollarını aramaktadır.¹⁷¹ Vergiden kaçınma (içtinap), vergi mükelleflerinin vergi kanunlarına aykırı hareket etmeden ödemeleri gereken vergiyi en aza düşürme gayretlerini belirtmektedir. Mükellefler, vergiden kaçınmaya yönelik eylemlerini vergi kanunlarına uygun bir şekilde gerçekleştirdikleri için vergiden kaçınma bir suç olarak kabul edilmemekte ve herhangi bir cezası da bulunmamaktadır.¹⁷²

Vergiden kaçınmanın çeşitli yolları bulunmaktadır. Bunlardan ilki, vergiyi doğuran olaya sebep olmamak; ikincisi ise, kanunlardaki boşluklardan yararlanmak şeklindedir. Vergiyi doğuran olaya sebep olmamak vergi konusuyla ilişki içine girmemeyi ifade etmektedir. Örneğin, emlak vergisi ödemek istemeyen bir kişi ev satın almayı tercih etmezken, özel tüketim vergisi (ÖTV) ödemek istemeyen bir birey de ÖTV'ye tabi malları tüketmeyerek vergi ödemekten kaçınabilir. Vergiden kaçınma

¹⁷⁰ İsmail Kitapçı, *Vergi Etiği Vergi Psikolojisi, Verginin Sosyo-Psikolojik Teorisi*, 3.b., Ankara: Seçkin Yayın, 2015, s. 257.

¹⁷¹ Şenyüz, a.g.e., s. 91.

¹⁷² Metin Erdem, Doğan Şenyüz, İsmail Tathoğlu, *Kamu Maliyesi*, 14.b., Bursa: Ekin Yayın, 2017, ss. 260-261.

davranışının bir başka şekli ise, kanunlardaki boşluklardan yararlanarak hiç vergi ödememe ya da daha az vergi ödeme şeklinde gerçekleşmektedir. Kanunlardaki boşluklardan yararlanmak için vergiyle ilgili konuların çok iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu noktada mükellefler muhasebeciler, mali müşavirler ve vergi uzmanları gibi vergi kanunlarını ve düzenlemelerini iyi bilen kişilerden yardım almaktadır.¹⁷³

Vergi kaçakçılığı, mükelleflerin vergi ödememek ya da daha az vergi ödemek amacıyla kanuna aykırı davranışlar sergileyerek gerçekleştirdikleri eylem ve uygulamalardır. Vergi kaçakçılığı, vergiye karşı gösterilen tepkiler arasında en yaygın ve bilinen vergiye direnç gösterme yöntemidir. Mükellef vergi yükünden kurtulmaya çalışırken kanunlara aykırı davrandığından dolayı suç işlemiş kabul edilmektedir. Bunun sonucunda ise parasal, idari ve hapis cezası gibi birakım müeyyideler ile karşılaşmaktadır. Vergiden kaçınmada kanunlara uygun hareket edilmesine rağmen, vergi kaçırmada kanunlara muhalefet edilmektedir. Vergiden kaçınma meşru bir eylem iken vergi kaçırma gayri meşru bir yöntemdir.

Vergi kaçakçılığında vergiyi doğuran olay gerçekleşmiştir. Ancak mükellef kanunlara aykırı hareket ederek vergiyi hiç ödememe ya da eksik ödeme davranışı sergilemektedir. Vergi kaçakçılığı matrahın veya yükümlülüğün saklanması suretiyle gerçekleştirilebilir. Matrahın gizlenmesi yolunda, mükellef matrahı idareye bildirmesine rağmen eksik beyanda bulunmaktadır. Bazı satışlarda belge düzenlememek, sahte fatura kullanmak veya çift gider ya da amortisman kaydı yapmak bu konuya örnek gösterilebilir. Yükümlülüğün gizlenmesinde ise mükellef vergiyi doğuran olay ile ilişki kurmasına rağmen bu iş ve işlemleri için beyanname vermeyerek vergi idaresine bildirim görevini yerine getirmemektedir.¹⁷⁴

Vergi kaçakçılığında mükellefler vergi yasalarına bilinçli olarak aykırı davranışlar sergilediğinden dolayı vergilemeden beklenen amaçların gerçekleşmemesine ve kaynak tahsisinde etkinliğin azalmasına yol açarak makroekonomik dengelerin bozulmasına sebep olmaktadır. Bu açıdan vergi kaçırma davranışı bir çeşit kamusal kötülük olarak ifade edilmektedir.¹⁷⁵

¹⁷³ Nihat Edizdoğan, Özhan Çetinkaya, Erhan Gümüş, *Kamu Maliyesi*, 10.b., Bursa: Ekin Yayın, 2019, ss. 202-203.

¹⁷⁴ Erdem, Şenyüz, Tatlıoğlu, a.g.e., ss. 270-271.

¹⁷⁵ Kitapçı, a.g.e., s. 79.

3.3. VERGİ UYUMUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Vergiye gönüllü uyum verginin özelliği gereği birçok faktöre bağlıdır. Bu faktörler, *demografik, ekonomik ve mali, idari, vergi sisteminden kaynaklanan, sosyo-psikolojik ve siyasal faktörler* olarak kendi içinde altı gruba ayrılabilir.

3.3.1. Demografik Faktörler

Toplumun demografik yapısı vergiye uyumu etkilen bir faktördür. Demografik faktörler olarak; *cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim düzeyi* sayılabilir.

Cinsiyet: Kadınların erkeklere kıyasla vergiye daha fazla gönüllü uyum sağladığı, erkeklerin ise vergi kaçırma eğiliminin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Kadınların vergiye uyum sağlamasının sebepleri arasında vergi kaçırma konusunda cesaretli davranamamaları ve cezalardan çekinmeleri de gösterilmektedir.¹⁷⁶

Medeni Durum: Torgler'e (2003) göre evli vergi mükelleflerinin vergi ahlâkı bekâr mükelleflere kıyasla daha gelişmiştir. Evli bireylerde birlikte yaşamının sorumluluğu risk almayı engellemektedir.¹⁷⁷ Öte yandan Slemrod'un (1985) çalışmasında evlilerin bekârlara kıyasla vergi kaçırma eğiliminin daha fazla bulunduğu tespit edilmiştir.¹⁷⁸

Yaş: Genç vergi mükelleflerinin yaşlı mükelleflere oranla vergi uyumsuzluklarının daha fazla olduğu ve vergi kaçırma eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yaşlılar arasında vergi kaçırmanın daha düşük olmasının sebebi olarak yakalanma ve ceza alma korkusu gösterilmiştir.¹⁷⁹

Eğitim Düzeyi: Eğitim seviyesi yüksek olan vergi mükelleflerinin vergi kanunları ve mali düzenlemeler konusunda daha bilgili oldukları beklenmektedir. Bu nedenle

¹⁷⁶ Benno Torgler, Friedrich Schneider, "Does Culture Influence Tax Morale? Evidence from Different European Countries" *CREMA Working Paper*, N.17, (2004), p. 8.

¹⁷⁷ Benno Torgler, "Tax Morale and Institutions", *CREMA Working Paper*, N.2003-09, (2003b), p. 13.

¹⁷⁸ Joel Slemrod, "An Empirical Test for Tax Evasion", *Review of Economics and Statistics*, V.67, N.2, (1985), p. 237.

¹⁷⁹ Marta Orviska, John Hudson, "Tax Evasion, Civic Duty and the Law Abiding Citizen", *European Journal of Political Economy*, V.19, N.1, (2002), p. 100.

eğitim seviyesi arttıka mali farkındalık yükselmektedir.¹⁸⁰ Orviska ve Hudson'ın (2002) alışmasında eğitim seviyesi arttıka vergi bilinci ve vergiye uyumun arttığı tespit edilmiştir.¹⁸¹ Diğer taraftan bireylerin vergiye ilişkin bilgileri arttıka düzenlemeleri daha iyi algıladıkları için vergiden kaçınma konusundaki becerileri de yükselmektedir.¹⁸²

3.3.2. Ekonomik ve Mali Faktörler

Vergi uyumu üzerinde etkili olan ekonomik ve mali faktörler içinde *mükellefin gelir düzeyi, enflasyon, kamu harcamalarının etkin sunumu ve kamu hizmetlerinin yükümlünün tercihlerine uyumluluğu* sayılabilir.

Mükellefin Gelir Düzeyi: Crane ve Nourzad (1990) yaptıkları çalışmada yüksek gelirlili bireylerin vergi kaçırma davranışına daha eğilimli olduğu sonucuna ulaşmıştır.¹⁸³ öte yandan Alm vd., (1992) vergi uyumunu inceledikleri ampirik çalışmada gelir düzeyindeki artışın beyan edilen geliri arttırdığı ve vergi kaçırma oranını düşürdüğü sonucuna ulaşmışlardır.¹⁸⁴

Enflasyon: Crane ve Nourzad (1986) 1947-1981 yılları arasında Amerika Birleşik Devletlerin'de enflasyonun vergi kaçakçılığı üzerine etkisini incelemiştir. Vergi kaçakçılığı ve enflasyon oranı arasında pozitif yönlü bağlantı bulunmuştur.¹⁸⁵

Kamu Harcamalarının Etkin Sunumu: Bireylerin vergi ödeme istekliliği ile algılanan kamu harcamaları arasında pozitif yönlü bir korelasyon bulunmaktadır.¹⁸⁶ Modugu ve Anyaduba'nun (2014) alışmasında kamu harcamaları ve vergi uyumu

¹⁸⁰ Benno Torgler, Christoph A. Schaltegger, "Tax Morale and Fiscal Policy", *Center for Research Economics, Managements and the Arts*, Working Paper No: 30, (2005), p. 13.

¹⁸¹ Orviska, Hudson, a.g.m., p. 98.

¹⁸² Grant Richardson, "Determinants of Tax Evasion: A Cross-Country Investigation", *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, V.15, N.2, (2006), p. 152.

¹⁸³ Steven H. Crane, Farrokh Nourzad, "Tax Rates and Tax Evasion: Evidence from California Amnesty Data", *National Tax Journal*, V.43, N.2, (1990), p. 197.

¹⁸⁴ James Alm, Betty R. Jackson, Michael Mckee, "Estimating the Determinants of Taxpayer Compliance with Experimental Data", *National Tax Journal*, V.45, N.1, (March, 1992), p. 110.

¹⁸⁵ Steven E. Crane, Farrokh Nourzad, "Inflation and Tax Evasion: An Empirical Analysis", *The Review of Economics and Statistics*, V.68, N.2, (May, 1986), p. 222.

¹⁸⁶ Erich Kirchler, *The Economic Psychology of Tax Behaviour*, Cambridge: Cambridge University Press, 2007, pp. 82-83.

arasında doğrudan bir ilişki olduğu ve kamu harcamalarının etkisiz kullanılması durumunda vergi ödeme istekliliğinin azalacağı sonucuna ulaşmıştır.¹⁸⁷

Kamu Hizmetlerinin Yükümlünün Tercihlerine Uyumluluğu: Kamu hizmetlerinin sunumunda etkinlik ve verimlilik sağlansa bile mükellefler yaptıkları vergi ödemeleriyle kendi tercihleriyle örtüşmeyen kamu giderleri ile karşılaştığında vergiye karşı tepki gösterebilmektedir.¹⁸⁸ Alm vd., (1992) yaptıkları çalışmada devletin sunduğu kamusal mal ve hizmetlerden elde edilen fayda miktarındaki bir artışın vergiye uyum oranlarını da arttırdığı sonucuna ulaşmıştır.¹⁸⁹

3.3.3. İdari Faktörler

İdari faktörler başlığı altında yer alan faktörler; *vergi cezaları*, *vergi denetimleri* ve *vergi afları* başlıkları altında incelenecektir.

Vergi Cezaları: Bireylerin vergi kaçırmayı düşünmesine rağmen ödeyeceği cezadan etkilenecek bu davranışından vazgeçmesi davranışsal iktisattaki kayıptan kaçınma olgusuna dayandırılarak açıklanabilir. Bireyler vergi kaçakçılığı sonucu alacağı cezanın girdiği riskten büyük olması durumunda vergi kaçırma teşebbüsünde bulunmamaktadır.¹⁹⁰

Vergi Denetimleri: Allingham ve Sandmo (1972) vergi denetimleri arttıkça vergi kaçakçılığının azalacağını ifade etmişlerdir.¹⁹¹ Alm ve McKee (2006) yaptıkları laboratuvar deneyinde yüksek denetim olasılıklarının vergi ödeme kararı üzerinde olumlu etkisi olduğunu ancak bu denetimlerin verimli ve etkili şekilde yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir.¹⁹²

Vergi Afları: Vergi affı uygulandıktan sonra vergiye uyum ile ilgili iki görüş bulunmaktadır. Bunlardan ilki, vergi uyumunun afftan sonra azaldığı yönündedir. Bu

¹⁸⁷ Kennedy P. Modugu, John O. Anyaduba, "Impact of Tax Audit on Tax Compliance in Nigeria", *International Journal of Business and Social Science*, V.5, N.9, (August, 2014), p. 207.

¹⁸⁸ Schmolders, a.g.e., s. 110.

¹⁸⁹ James Alm, Garry H. McClelland, William D. Schulze, "Why Do People Pay Taxes?" *Journal of Public Economics*, V.48, N.1, (1992), p. 36.

¹⁹⁰ Ronald G. Cummings, vd., "Tax Morale Affects Tax Compliance: Evidence from Surveys and an Artefactual Field Experiment", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 70, (2009), p. 456.

¹⁹¹ Michael G. Allingham, Agnar Sandmo, "Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis" *Journal of Public Economics*, V.1, N.3-4, (1972), p. 327.

¹⁹² James Alm, Michael McKee, "Audit Certainty, Audit Productivity, and Taxpayer Compliance", *National Tax Journal*, V.59, N.4, (December, 2006), p. 814.

bağlamda dürüst mükellefler vergisini ödemeyenlerin ceza almadan aklandığını düşünmektedir. Bir diğer görüş ise aftan sonra vergiye uyumunun da artacağı yönündedir. Eğer hükümet bu afların tek bir seferlik olduğu ve yeni bir af beklentisi içine girilmemesi yönünde politikalar izlerse ve aftan sonra denetim mekanizmalarını güçlendirerek dürüst vergi mükelleflerine güvence sağlayıp, vergi kaçıranlara birtakım cezalar uygularsa vergi affından sonra vergiye gönüllü uyum da artmaktadır.¹⁹³

3.3.4. Vergi Sisteminden Kaynaklanan Faktörler

Vergi sisteminden kaynaklanan faktörler; *vergi politikaları*, *vergi oranları* ve *vergi yükü* şeklinde incelenmektedir.

Vergi Politikaları: Bir vergi politikası tasarlanırken vergi bilincinin, vergi ahlâkının, devlet ve mükellef ilişkilerinin güven üzerine tesisinin, vergilemede adaletin sağlanması vergiye gönüllü uyumu da arttıracaktır.¹⁹⁴ Mükelleflerin tavır ve tutumları dikkate alınarak tasarlanmış politikalar ile vergiye gönüllü uyum da sağlanmış olacaktır.¹⁹⁵

Vergi Oranları: Vergi mükelleflerinin yüksek marjinal vergi oranlarında vergiye karşı daha fazla uyumsuzluk gösterdikleri bilinmektedir.¹⁹⁶ Arthur Laffer tarafından yapılmış olan ve Laffer Etkisi olarak da bilinen çalışmada vergi oranlarının belirli bir noktadan sonra artmaya devam etmesinin mükellefler tarafından vergiye karşı olumsuz tepki gösterilmesi suretiyle vergi hasılatında düşüşe sebep olduğunu ifade etmektedir.¹⁹⁷ Şekil 4’te yüzde 0 ve yüzde 100 aralığında uygulanacak bir vergi oranının hükümete gelir getirmeyeceği grafik yardımıyla gösterilmektedir. Yüzde 0 oranında vergi hükümete hiç gelir getirmezken, yüzde 100 oranındaki bir vergi de vergi geliri toplanamamasına neden olmaktadır. Çünkü hiçbir birey çalıştığı gelirin tamamını vergi

¹⁹³ James Alm, Michael Mckee, William Beck, “Amazing Grace: Tax Amnesties and Compliance”, *National Tax Journal*, V.43, N.1, (1990), pp. 25-26.

¹⁹⁴ Torgler, (2003b), p. 65.

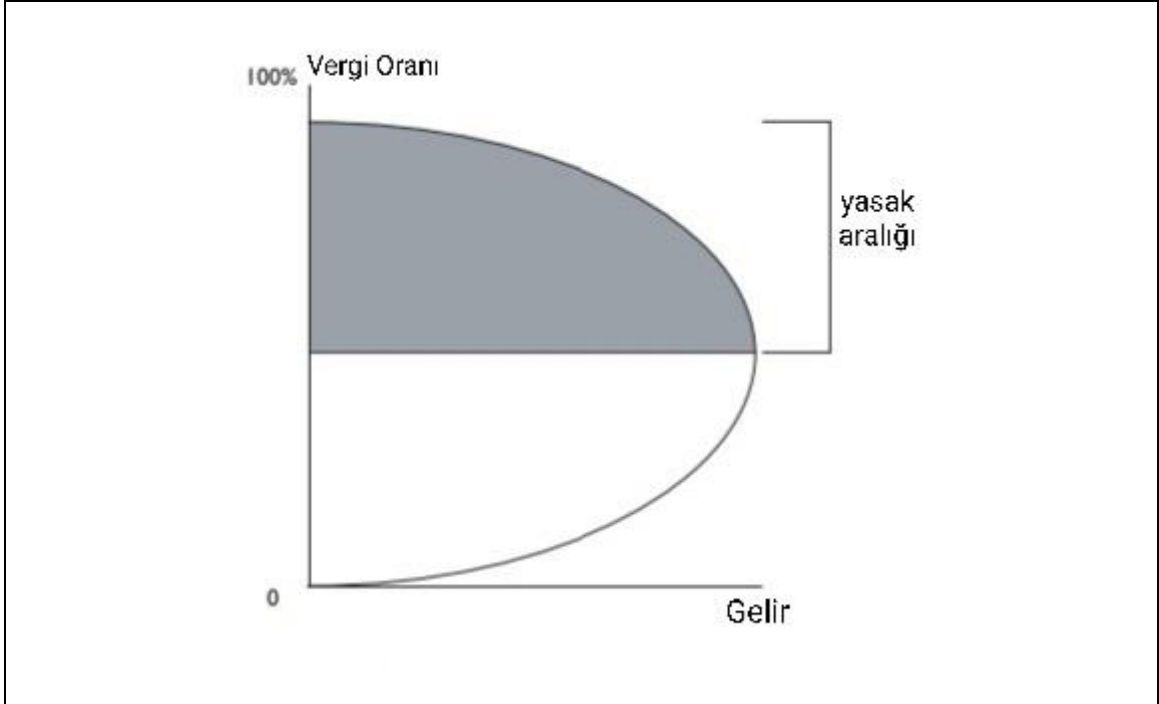
¹⁹⁵ Simon James, Alison Edwards, “Optimum Tax Compliance Costs, Tax Simplification and Developing a Strategy for Tax Reform”, Tax Research Network, *16. Annual Conference University of Sheffield*, (6-7 September, 2007), pp. 21-22.

¹⁹⁶ Gary A. McGill, *The Cpa's Role in Income Tax Compliance: An Empirical Study of Variability in Recommending Aggressive Tax Positions*, (Unpublished Doctoral Dissertation), Lubbock: Texas Tech University, 1988, p. 24.

¹⁹⁷ Arthur B.Laffer, “The Laffer Curve: Past, Present, and Future”, Executive Summary Backgrounder, The Heritage Foundation, No:1765, (June, 2004), p. 2.

olarak ödemeyi kabul etmeyecektir. Laffer eğrisine göre, mevcut vergi oranı çok yüksekse, bir diğer ifadeyle grafikte belirtilen “yasaklayıcı aralıkta” uygulanan bir oransa bireyler vergi ödemekte zorlanmaktadır. Dolayısıyla hükümetin vergi gelirleri de düşmektedir. Bu sebeple vergi oranlarındaki bir azalış vergi gelirlerinin de artmasını sağlamaktadır.¹⁹⁸

Şekil 4: Laffer Eğrisi



Kaynak: Arthur B.Laffer, “The Laffer Curve: Past, Present, and Future”, Executive Summary Backgrounder, The Heritage Foundation, No:1765, (June, 2004), p. 1.

Vergi Yüğü: Bir bireyin algılanan vergi yükü, diğer bireyler ile karşılaştırıldığında daha ağırsa, vergi ödeme istekliliği de azalmaktadır.¹⁹⁹ Schmolders (1960) Alman vergi mükellefleri ile yaptığı çalışmasında, bireylerin dörtte üçü vergi yükünün çok yüksek olduğunu düşünürken, dörtte biri vergi yükünü uygun bulmuştur. Özellikle, serbest meslek sahipleri çok yüksek bir yükten (%83) şikayet etmiştir. Memurlar en az şikayette bulunan bireyler (%63) arasında yer alırken; mavi yakalılar, beyaz yakalılar ve çiftçiler ise vergi yükünü orta aralıkta (%70-72) hisseden mükellef grupları arasında yer almıştır. Schmolders’in çalışmasındaki katılımcıların çoğu, vergilerin yalnızca aşırı bir yük

¹⁹⁸ Arthur B.Laffer, a.g.m., pp.1-2.

¹⁹⁹ Kirchler, a.g.e., p. 194.

olmadığına, aynı zamanda meslek grupları arasında adaletsiz bir şekilde dağıtıldığına inandığını ifade etmektedir.²⁰⁰

3.3.5. Sosyo-Psikolojik Faktörler

Yapılan özellikle ampirik çalışmalar bireylerin vergiye gönüllü uyumunu belirlemede ekonomik, mali ve idari faktörlerin dışında birtakım sosyo-psikolojik faktörlerin de etkili olduğunu göstermiştir. Bu faktörler; *vergi ahlâkı, vergi bilinci, sosyal normlar, kişisel normlar (içsel faktörler) ve dini inançtır.*

Vergi Ahlâkı: Vergi ahlâkı, “vergi mükelleflerinin hükümet ile ilişkilerini belirleyen davranış normları” olarak ifade edilmektedir.²⁰¹ Vergi ahlâkı düşük olan bir bireyin vergiye karşı tepki göstermesi doğal bir davranıştır. Vergi ahlâkı yüksek olan bir birey ise vergiye ilişkin ödev ve sorumluluklarının bilincindedir. Vergiye karşı psikolojik direnmenin en az olduğu toplumlar vergi ahlâkı yüksek vergi mükelleflerinden oluşmaktadır.²⁰²

Vergi Bilinci: Bireylerin vergi ödemelerinin anlamını, amacını, işlevini bilmesi vergi bilinci kavramıyla ilişkilidir. Bireylerin vergi ödeme konusundaki farkındalıkları vergi uyumunu etkilemektedir.²⁰³ Yapılan çalışmalarda mükellefin vergi ödeme bilincinin vergi uyumu üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmüş ve vergi bilincinin artması durumunda vergi uyumunun da artacağı ifade edilmiştir.²⁰⁴

Sosyal Normlar: Polinsky ve Shavell’a göre (2000) sosyal normlar ile ilgili giderek artan bir literatür bulunmaktadır. Bunun sebebi ise sosyal normların birey davranışlarını yönlendirmedeki gücüdür. Sosyal normların davranışlar üzerindeki etkisi yasaları tamamlayıcı rolüne bağlı olmakla beraber resmi yasalar da sosyal normları

²⁰⁰ a.g.e., p. 74.

²⁰¹ Young-dahl Song, Tinsley E. Yarbrough, “Tax Ethics and Taxpayer Attitudes: A Survey”, *Public Administration Review*, V.38, N.5, (1978), p. 444.

²⁰² Şenyüz, a.g.e., s. 32.

²⁰³ Tutik Lestari, Monot Wicaksono, “Effect of Awareness, Knowledge and Attitude of Taxpayers Tax Compliance for Taxpayers in Tax Service Office Boyolali”, *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, V.1, N.1, (2017), p. 13.

²⁰⁴ Lestari, Wicaksono, a.g.m., pp. 22-23; Ahmad Nurkhin, et al, “The Influence of Tax Understanding, Tax Awareness and Tax Amnesty toward Taxpayer Compliance”, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, V.22, N.2, (2018), p. 240.

etkilemektedir.²⁰⁵ Sosyal normlara bağı olan toplumların vergilemeye de uyum sağladığı görülmektedir.²⁰⁶ Sosyal normların vergi uyumunu etkileme düzeyi ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde güçlü normlar varken, İspanya'da normların vergi uyumunu etkileme oranının düşük olduğu belirlenmiştir.²⁰⁷

Kişisel Normlar (İçsel Faktörler): Vergi kaçırma davranışı sonucunda oluşan suçluluk ve utanç duyguları vergiye karşı tavır ve tutumları etkilemektedir. Lewis'e (1971) göre vergilerini ödememeyi seçen bireyler kendilerini suçlu hissetmekte ve pişmanlık duymaktadır. Vergi ödenmediğinde hissedilen suçluluk ve utanç duygusunun, yasal yaptırımlar ve vergi cezalarından çok daha etkili bir unsur olduğu belirtilmektedir.²⁰⁸ Vergi ödeme davranışını etkileyen bir diğer faktör de görev duygusudur. Scholz ve Pinney'in (1995) çalışmasında görev duygusu fazla olan bireylerin ceza ve denetimlere yakalanma riskini daha yüksek bulduğu, görev duygusu daha düşük olanların ise yakalanma riskini daha düşük ihtimâl hissettikleri belirtilmiştir.²⁰⁹

Dini İnanç: Dini kurallar ile vergi ahlâkı arasında önemli bir bağlantı bulunmaktadır. Torgler'in (2006) 1995-1997 yılları arasındaki Dünya Değerler Araştırması (World Values Survey) verilerini kullanarak yapılan ve 30'dan fazla ülkeyi kapsayan, din ve vergi ahlâkı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmasında dini inançlar ile vergi ahlâkı arasında güçlü bir korelasyon ilişkisi bulunmuş ve dini inançların vergi uyumunu güçlendiren bir unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Din eğitimi almış olanların ve din eğitimi ile aktif olarak ilgilenenlerin vergi kaçırma eğiliminin daha düşük olduğu belirtilmiştir.²¹⁰

²⁰⁵ A. Mitchell Polinsky, Steven Shavell, "The Economic Theory of Public Enforcement of Law", *Journal of Economic Literature*, V.38, N.1, (March, 2000), p. 73.

²⁰⁶ Torgler, a.g.e., p. 67.

²⁰⁷ Eric A. Posner, "Law and Social Norms: The Case of Tax Compliance", *Virginia Law Review*, V.86, N.8, (November, 2000), p. 1785.

²⁰⁸ Torgler, a.g.e., p. 68.

²⁰⁹ John T. Scholz, Neil Pinney, "Duty, Fear, and Tax Compliance: The Heuristic Basis of Citizenship Behavior", *American Journal of Political Science*, V.39, N.2, (May, 1995), pp. 493-494.

²¹⁰ Benno Torgler, "The Importance of Faith: Tax Morale and Religiosity", *Journal of Economic Behavior and Organization*, V.61, N.1, (2006), pp. 81-109.

3.3.6. Siyasal Faktörler

Vergi uyumunu etkileyen siyasal faktörler olarak; *devlete olan bağlılık* ve *siyasal iktidara bakış açısı* gösterilebilir.

Devlete Olan Bağlılık: Devlete bağlılığı azalan bireylerin “vergi mukavemeti” yaygınlaşmaktadır. Devlete bağlılığı zayıf olan ve güvenmeyen bireyler vergiye daha fazla tepki göstermektedir.²¹¹ Vergi ödemeyi vatandaşlık görevi olarak benimseyen bireylerin de vergi kaçakçılığından uzak durduğu ve vergiye uyumunun arttığı bilinmektedir.²¹²

Siyasal İktidara Bakış Açısı: İktidara gelen parti mükellef tarafından destekleniyorsa uygulamaya koyduğu vergi düzenlemelerini benimsemek psikolojik açıdan daha kolaydır. Ancak mükellef, siyasal iktidarı desteklemiyorsa muhalefetteki partilerin de etkisiyle alınan kararları kabul etmesi de çok güç olmaktadır. İktidarı desteklemeyen bireyler vergiye karşı daha fazla tepki göstermektedir.²¹³ Aynı zamanda vergi mükelleflerinin mali konularda oy kullanma imkânının artmasının vergi uyumu üzerinde olumlu bir etkisi olduğu bulunmuştur.²¹⁴

3.4. VERGİ UYUM YAKLAŞIMLARI

Vergi uyumunu açıklamada kullanılan temel iki yaklaşım bulunmaktadır. Bunlardan ilki *Allingham-Sandmo Yaklaşımı (Rasyonel Beklentiler Teorisi)* olarak bilinen Klâsik yaklaşım, diğeri ise *Sosyal Psikolojik Yaklaşım (Ahlâki Duygular Teorisi)* olarak ifade edilen Davranışsal yaklaşımdır. Bu iki yaklaşım ayrı başlıklarla açıklanacaktır.

3.4.1. Klasik Yaklaşım

Vergi uyumu konusundaki ilk ve en önemli çalışma Allingham ve Sandmo (1972) tarafından yapılmış “*Rasyonel Beklentiler Teorisi*” olarak da bilinen klâsik yaklaşımdır.

²¹¹ Şenyüz, a.g.e., s. 38.

²¹² Orviska, Hudson, a.g.m., p. 83.

²¹³ Şenyüz, a.g.e., s. 39.

²¹⁴ Torgler, (2003a), p. 213.

Allingham ve Sandmo bireysel vergi kaçırma davranışının ekonomik modelini kuran ve inceleyen ilk yazarlardır.²¹⁵ Bu model Becker'in (1968) suç ekonomisi alanındaki çalışmasından esinlenilerek oluşturulmuştur. Becker, birey davranışlarını suç ve ceza arasındaki ilişkiye göre incelemiştir. Becker'e göre yasadışı davranışların bağlı olduğu değişkenler; işlenen suçun ortaya çıkma ihtimâli, bireyin yakalanma ihtimâli, verilecek cezanın büyüklüğü ve hapis cezası olasılığıdır. Bireyler bu olasılıklar altında fayda ve maliyet analizi yaparak optimal karar vermektedir. Fayda, suç işleme sonucu elde edilen gelir; maliyet ise yakalanma olasılığı ve ceza miktarından oluşmaktadır. Bireyler faydanın maliyetten büyük olduğu sonucuna ulaşırsa yasadışı bir eylem gerçekleştirerek suç işlemektedir.²¹⁶ Allingham-Sandmo yaklaşımında (modelinde) de vergi kaçırma davranışı, Becker'in modeline benzemektedir. Bu modelde vergi kaçırma davranışını etkileyen değişkenler (i) Vergi oranı, (ii) Ceza miktarı ve (iii) Denetlenme olasılığıdır.²¹⁷ Vergi denetimlerine yakalanma olasılığı ve cezalar arttıkça vergi kaçakçılığı azalmakta; denetimlere yakalanma olasılığı ve cezalar azaldıkça kaçakçılık artmaktadır. Yani denetim olasılığı ve cezalandırma ile vergi kaçakçılığı arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.²¹⁸

Allingham-Sandmo yaklaşımının varsayımları şunlardır:²¹⁹

-Vergi mükellefi rasyoneldir ve geleneksel iktisattaki homoekonomikus gibi davranmaktadır.

-Vergi mükelleflerinin davranışları Von Neumann-Morgenstern'in fayda fonksiyonundaki²²⁰ gibidir.

-Vergi mükelleflerinin amacı, beklenen fayda teorisindeki gibi faydayı maksimum düzeye çıkarmak olduğundan karar verirken fayda ve maliyet analizi yapmaktır.

-Vergi mükellefi belirsizlik altında karar verdiği için risk sevmemektedir.

-Marjinal fayda her zaman pozitifdir.

²¹⁵ Torgler, a.g.e., p. 64.

²¹⁶ Gary S. Becker, "Crime and Punishment: An Economic Approach", *The Journal of Political Economy*, V.76, N.2 (March- April, 1968), pp. 207-208.

²¹⁷ Allingham, Sandmo, a.g.m., p. 327.

²¹⁸ Torgler, (2003a), p. 4.

²¹⁹ Allingham, Sandmo, a.g.m., pp. 323-324.

²²⁰ Bkz. "Beklenen Fayda Teorisi", John Von Neumann, Oskar Morgenstern, *Theory of Games and Economic Behavior*, 1944.

Mükellefler için vergi ödeme kararı belirsizlik altında verildiğinden mükellefler iki şekilde davranabilir:

- (i) Gerçek gelirini beyan edebilir,
- (ii) Gerçek gelirinden daha az bir kısmını beyan edebilir.

Eğer ikinci seçeneği tercih ederse ve vergi otoritesi inceleme ve denetim yapmazsa geliri ve elde ettiği fayda birinci durumdan daha iyidir. Ancak vergi otoritesi denetim yapar ve mükellef cezalandırılırsa geliri ve elde ettiği fayda birinci durumdakinden daha kötü olmaktadır.²²¹ Yani denetimler ve cezalar ne kadar yüksekse vergiye uyum o kadar artmaktadır. Beklenen ceza, vergi oranından küçükse vergi kaçırma da artmaktadır. Modelde denetim olasılığı ve cezalar ikame olduğundan vergi idareleri bu değerleri ayarlayarak mükelleflerin vergiye uyumunun yükseltilebileceği ifade edilmiştir.²²² Mükellefler para cezası ve yakalanma olasılığı düşük olduğunda fırsatları ve riskleri değerlendirmekte ve vergi ödevlerini yerine getirmemektedir. Fakat vergi otoritesi tarafından ciddi yaptırım ve cezalarla karşı karşıya kaldıklarında vergiye uyma eğilimi göstermektedirler.²²³

Zaman içinde Allingham-Sandmo yaklaşımı birçok araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Bu araştırmacılar içinde Allingham-Sandmo yaklaşımına en önemli katkıyı yapan Yitzhaki'dir. Yitzhaki (1974) vergi cezalarının beyan edilmeyen gelir üzerinden değil de kaçırılan vergi miktarı üzerinden ödenmesi durumunda ikame etkisinin ortaya çıkmadığını ispatlamıştır. Vergi oranlarındaki artış beyan edilmeyen geliri azaltmakta ve kaçırılan vergi miktarını düşürmektedir. Bunun sebebi olarak, mükellefler tarafından beklenen ceza, vergi oranlarına bağlı olduğundan vergi oranlarındaki artış ikame etkisi yaratmamaktadır. Yüksek vergi oranları gelir etkisi nedeniyle beyan edilen geliri arttırmakta dolayısıyla risk almak istemeyen mükelleflerin vergi kaçırma oranı da azalmaktadır.²²⁴ Christiansen (1980) Allingham-Sandmo yaklaşımını geliştirerek ceza ve denetim oranlarının vergi kaçırma üzerindeki etkisini incelemiştir. Elde edilen sonuçlara göre, beklenen ceza oranı sabit kalmak şartıyla ceza

²²¹ Allingham, Sandmo, a.g.m., p. 324.

²²² Naci Tolga Saruç, *Vergi Uyumu: Teori ve Uygulama*, 1.b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015, s. 45.

²²³ Kristina Murphy, "The Role of Trust in Nurturing Compliance: A Study of Accused Tax Avoiders", *Law and Human Behavior*, V.28, (2004), pp.187-188.

²²⁴ Shlomo Yitzhaki, "Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis", *Journal of Public Economics*, V.3, N.2, (1974), pp. 201-202.

oranlarının yükseltilmesinin vergi kaçırılmayı caydırıcı etkisi olduğu ifade edilmiştir. Aynı zamanda vergi cezalarının denetime göre vergi kaçakçılığını önlemede daha başarılı olduğu görülmüştür.²²⁵

Klâsik yaklaşıma göre vergi mükellefi yakalanma ve ceza alma korkusuyla hareket ederse vergiye uyum gösterebilir. Oysaki vergi ödeme davranışının en önemli belirleyicisi, mükellefin içsel bir motivasyonla hareket etmesidir. Bu modelde sadece denetim ve cezalara odaklanılması ve mükelleflerin sosyal ve psikolojik özelliklerinin dikkate alınmaması ciddi eleştirilere sebep olmuş ve davranışsal yaklaşımların ön plana çıkmasını sağlamıştır.²²⁶

3.4.2. Sosyal Psikolojik Yaklaşım

Vergiye uyum yaklaşımlarından bir diğeri de “*Ahlâki Duygular Teorisi*” ya da davranışsal yaklaşım olarak da bilinen Sosyal Psikolojik Yaklaşım’dır. Klâsik yaklaşımda sadece ekonomik faktörlerin vergi uyum analizine dâhil edilmesi yeterli sonuçlar vermediğinden, davranışsal yaklaşımda içsel motivasyonlar ön plana çıkmaya başlamış ve yüksek bir vergi uyumunun belirleyicilerinin sosyo-psikolojik faktörler olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.²²⁷

Vergi uyum modellerine sosyal ve psikolojik faktörleri dâhil eden ve öncü bir nitelikte olan ilk çalışma Song ve Yarbrough (1978) tarafından yapılmıştır. Song ve Yarbrough’a göre gönüllü uyuma dayalı bir vergi sisteminde, vergi mükellefinin vergi ahlâki standartları son derece önemlidir. Ayrıca vatandaşlar arasında vergilerin ödeme gücüne göre alınması, vergi yükünün adil dağılımı ve vergi idaresinin etkinliği başarılı bir vergi yönetimi için ön koşullar olarak sıralanabilir.²²⁸ Song ve Yarbrough çalışmasında esas aldığı model Şekil 5’te gösterilmektedir.

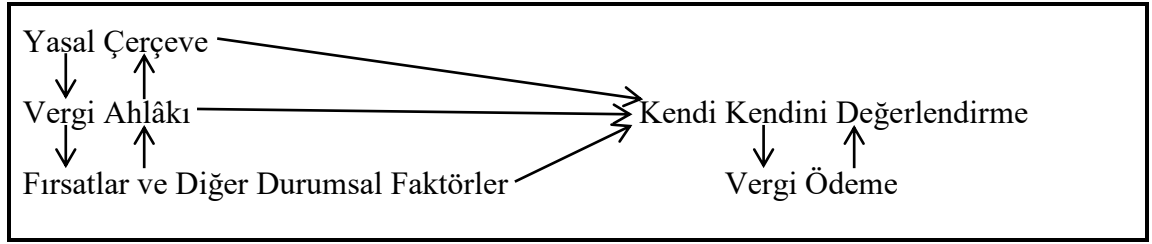
²²⁵ Vidar Christiansen, “Two Comments on Tax Evasion”, *Journal of Public Economics*, V.13, N.13, (1980), pp. 391-392.

²²⁶ Kitapçı, a.g.e., s. 43.

²²⁷ Torgler, (2003a), pp. 5-6.

²²⁸ Song, Yarbrough, a.g.m., p. 442.

Şekil 5: Song ve Yarbrough'un Basit Vergi Uyumu Davranış Modeli



Kaynak: Song, Yarbrough, a.g.m., p. 444.

Song ve Yarbrough çalışmasında vergiye gönüllü uyumu üç temel faktör tarafından belirlenmektedir. Bu faktörler; “*yasal çerçeve, vatandaşların vergi ahlâkı ve diğer durumsal faktörlerdir.*” *Yasal çerçeve*; (i) Devletin vergi yasalarının meşruluğu, (ii) Yasaların uygulanma sürecinin etkinliği ve (iii) Vatandaşın yasal yükümlülüğünü anlaması ve kabul etmesi neticesinde şekil almaktadır. *Vergi ahlâkı*, vergiye gönüllü uyum davranışının gelişmesinde önemli bir payı olan, vatandaşların vergi mükellefi olarak devlet ile ilişkilerini belirleyen davranış normları anlamına gelmektedir. Gönüllü vergi uyumunu kolaylaştıran veya zorlaştıran diğer *durumsal faktörler* ise gelir seviyesi, işsizlik oranı, vergi oranları ve vergi idaresinin etkinliğidir. Bütün bu faktörler birbiriyle ilişkilidir. Yasal çerçeve vergi etiğini etkilerken, vergi ahlâkı standartları da durumsal faktörlerden etkilenmektedir.²²⁹

Kirchler, Hoelzl ve Wahl (2008) “kaygan yamaç çerçevesi” çalışmasıyla “*gönüllü vergi uyumu*” ve “*zorunlu vergi uyumu*” şeklinde ikili bir ayırım yaparak, vergi idarelerinin gücünün ve idarelere duyulan güvenin her iki vergi uyumu açısından da etkili olduğunu belirtmişlerdir. Vergi idaresinin gücünün artması, vergi cezalarının ve denetim olasılıklarının artmasına bağlıdır. Vergi idaresinin gücü arttıkça mükellefler tarafından vergiye zorunlu uyum sağlanmaktadır. Diğer yandan, vergi idarelerine duyulan güven arttıkça vergiye gönüllü uyum sağlanmaktadır. Vergi idaresine güvenin artması için vergi sisteminin adil olması gerekmektedir. Görüldüğü gibi modelde, vergi uyumu vergi idarelerinin gücü ve idarelere duyulan güvenden etkilenmektedir. İdareye güvenin düşük olduğu ve idarenin gücünün zayıf olduğu durumlarda, vatandaşlar vergiden kaçarak faydalarını maksimize etmeye çalışacaktır. Sadece denetim ve cezaların yüksekliğiyle zorunlu uyumun sağlanması mükelleflerin vergi ödemesini sağlar ancak gönüllü uyumun düşük, zorunlu uyumun yüksek olması mükelleflerin

²²⁹ a.g.m., p. 444.

idareye bakış açısının olumsuz olmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla, vergiye gönüllü uyumun sağlanması son derece önemlidir. Bu çerçevede mükelleflerin vergi kaçırmasına sebep olacak kaygan yamaça yönlendirmesini engellemek için vergi idaresine duyulan güvenin artmasını sağlayacak vergi düzenlemeleri ve politikaları uygulanmalıdır.²³⁰

Vergiye uyumunu etkileyen faktörlere sosyal ve psikolojik unsurları dâhil eden birçok araştırma bulunmaktadır. Gordon (1989) çalışmasında, vergi kaçırma nedenleri arasında ruhsal maliyetleri (suçluluk, utanç, içsel huzursuzluk, sosyal dışlanma vb.) incelemiştir. Kaçırılan vergi miktarı arttıkça ruhsal maliyetlerde de artış görülmektedir.²³¹ Cullis, Jones ve Soliman (2012) klâsik yaklaşımdaki sadece ceza ve denetim olasılıklarının vergi uyumunun tek belirleyicisi olduğu görüşünü eleştirmişlerdir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, yüksek ceza ve artan denetim olasılıklarının, devlet ile mükellef arasındaki güven ilişkisini olumsuz etkilediği ve mükelleflerde “kin etkisi (nefret etkisi)” ortaya çıkararak vergi kaçırma davranışını tetiklediği ifade edilmiştir.²³²

Kirchler, vd. (2012) çalışmasında vergi uyumunda etkileşim içinde olan 4 ana aktör olduğu belirtilmiştir (Tablo 2). Bunlar; hükümet, vergi otoriteleri, muhasebeciler ve vergi mükellefleridir. Aynı zamanda vergi ikliminin belirleyicileri olarak hem ekonomik hem de psikolojik faktörler dikkate alınmıştır. Ekonomik faktörler, ceza oranı, denetim sıklığı, marjinal vergi oranı ve mükelleflerin gelirleri şeklinde sıralanırken; psikolojik faktörler arasında ise vergi ahlâkı, sosyal normlar, yasalara uyma eğilimi, suçluluk ve utanç duyguları, vergilemede adalet, mükellefin devlet ve diğer mükelleflere bakış açısı belirtilmiştir. Vergiye uyumun sağlanması açısından tüm bu faktörlerin birlikte ele alınması ve değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.²³³

²³⁰ Kirchler, Hoelzl, Wahl, a.g.m., pp. 210-213.

²³¹ James P.F. Gordon, “Individual Morality and Reputation Deterrents to Tax Evasion”, *European Economic Review*, V.33, N.4, (April, 1989), p. 804.

²³² John Cullis, Philip Jones, Amal Soliman, “Spite Effects’ in Tax Evasion Experiments”, *The Journal of Socio-Economics*, 41, (2012), p. 423.

²³³ Erich Kirchler, et al., “Combining Psychology and Economics in the Analysis of Compliance: From Enforcement to Cooperation”, *Tulane Economics Working Paper Series*, Working Paper No.1212, (2012), p. 1.

Tablo 2: Vergi İkliminin Aktörleri ve Belirleyicileri

Aktörler	Vergi İkliminin Belirleyicileri
<p>-Hükümet ↕ -Vergi otoriteleri ↕ -Muhasebeciler ↕ -Diğer vergi mükellefleri</p> <p>→ Vergi Mükellefleri</p>	<ul style="list-style-type: none">-Yönetim ve düzenleme, vergi hukuku, vergi oranı-Hükümetin, muhasebecilerin, vergi mükelleflerinin, denetimlerin ve cezaların imajı-Hükümet, vergi otoritelerinin, vergi mükelleflerinin hedeflerinin imajı-Hükümetin, vergi otoritelerinin ve mükelleflerin tavırları, vergi ahlakı, vergi hukuku bilgisi, normlar (kişisel, sosyal, toplumsal), adalet algısı (dağıtıcı, prosedürel)

Kaynak: Erich Kirchler, et al., “Combining Psychology and Economics in the Analysis of Compliance: From Enforcement to Cooperation”, *Tulane Economics Working Paper Series*, Working Paper No.1212, (2012), pp. 6-7.

Yukarıda açıklanan Allingham-Sandmo Yaklaşımı ve Sosyal Psikolojik Yaklaşımlarının karşılaştırılmasının özeti Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3: Vergiye Uyum Yaklaşımları

Vergi Uyumu	Allingham-Sandmo Yaklaşımı	Sosyal Psikolojik Yaklaşım
Kavram	Vergiye gönüllü uyum düşük	Vergiye gönüllü uyum yüksek
Tanım	Dar	Geniş
Amaç	Ekonomik rasyonalite	Davranışsal işbirliği
Vergi Kaçakçılığını Etkileyen Faktörler	Takas ilişkisi: 1-Beklenen faydayı artırmak (kişisel gelir ve servetin maksimize edilmesi) 2-Denetim olasılığı, cezaların miktarı	Başarı işbirliği: 1-Bireyler sadece homoekonomik olarak kabul edilmemektedir. 2-Kişisel tavır, davranış, inanç, sosyal ve bireysel normlar ön plandadır.
Sorun	Kaynak tahsisinde verimlilik	Eşitlik, adalet
Vergi mükellefi	Maddi kazanç ve kayıp hesabı yapan rasyonel birey	İyi bir vatandaş
Yaklaşım	Ekonomik yaklaşım	Davranışsal yaklaşım

Kaynak: Simon James, Clinton Alley, “Tax Compliance, Self-Assessment and Tax Administration”, *Journal of Finance and Management in Public Services*, V.2, N.2, (2002), p. 33.

Sonuç olarak Alm, Sanchez ve de Juan’ın (1995) ifade ettiği gibi “Yalnızca denetim ve cezalandırmaya dayalı bir hükümet uyum stratejisi makul bir başlangıç noktası olabilir, ancak iyi bir bitiş noktası değildir. Bunun yerine, ihtiyaç duyulan şey

çok yönlü bir yaklaşımdır. Vergi uyumluluğunu açıklamak, bireysel davranışı motive eden sayısız faktörün açıklanmasıyla mümkün olacaktır.''²³⁴

²³⁴ Torgler, (2003a), p. 112.

İKİNCİ BÖLÜM

OLUMSUZ DIŞSALLIK YARATAN ÜRÜNLERE YÖNELİK ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN ETKİLERİ

1. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TEORİK KAPSAMI, TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ VE ETKİLERİ

Bu başlık kapsamında öncelikle ÖTV kapsamı, ÖTV'nin vergi sınıflandırması içindeki yeri ve alınma amaçları, tarihsel açıdan geçirdiği süreç ve düzeltici vergiler içindeki yeri açıklanacaktır.

1.1.ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TEORİK KAPSAMI

Bu başlık altında ÖTV'nin genel vergi sınıflandırması içindeki yeri, tanımı, özellikleri, sınıflandırılması ve alınma amaçları incelenmektedir.

1.1.1. Genel Vergi Sınıflandırması İçinde Özel Tüketim Vergileri

Gelir ya da servetin harcanması durumunda alınan vergiler “harcama vergileri” olarak adlandırılmaktadır. Harcama vergilerine “tüketim vergileri”, “gider vergileri” ya da “satış vergileri” de denilmektedir. Harcama vergileri kendi içinde “genel tüketim vergileri” ve “özel tüketim vergileri” olmak üzere ikili bir sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Genel tüketim vergileri, ekonomideki tüm mal ve hizmetleri vergilendirme kapsamına alırken; ÖTV belirli mal veya mal grupları ile belirli hizmetleri vergilendirmektedir.²³⁵

Genel gider vergileri, bir ekonomide harcama konusu olan her çeşit tüketim üzerinden alınmaktadır. Bu vergiler uygulanma şekline göre “tek aşamalı (toplu muamele) vergiler” ve “çok aşamalı vergiler” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tek aşamalı gider vergileri, malın üretim, tüketim ve dağıtım zinciri içinde yer alan iktisadi aşamaların içinden sadece bir aşamada, brüt satış fiyatı üzerinden, bir defaya mahsus

²³⁵ Erdem, Şenyüz, Tatlıoğlu, a.g.e., s. 323.

olmak üzere alınan vergilerdir.²³⁶ Çok aşamalı (yayıllı) gider vergileri ise üretimden tüketim aşamasına kadar geçirilen her iktisadi aşamada ayrı ayrı vergilendirilir.²³⁷

ÖTV diğer vergi türlerine göre vergiye yönelik olumsuz davranışları en aza indirmek açısından en uygun vergilerden biridir. Aynı zamanda gümrüklerle beraber değerlendirildiğinde tarihin en eski vergi türlerindedir. ÖTV kapsamına giren ürün grupları ülkelere göre değişmekle birlikte genelde iki grup tüketim maddeleri üzerinden alınmaktadır. Bunlardan ilki, alışkanlık verici maddeler olarak nitelendirilen alkol, sigara, çay, kahve vb. ürünler ile lüks tüketim malları olarak sayılan kürk, mücevher gibi ürünler ve sürümü çok yüksek kabul edilen belirli ilk maddeler kapsamında olan benzin ve çimento gibi ürünlerdir.²³⁸

ÖTV'yi genel tüketim vergilerinden ayıran özellikler şu şekilde sıralanmaktadır:²³⁹

-ÖTV'ler belirli ve sınırlı bir mal grubu üzerinden alınmaktadır.

-Az sayıda vergi mükellefini kapsamaktadır.

-ÖTV mallar serbest dolaşıma girdiğinde ödenebilir hale gelmektedir.

-ÖTV genellikle ürünün ağırlığı, hacmi, dayanıklılığı veya miktarına göre değerlendirilmektedir. Ancak bazı durumlarda spesifik ve advalorem unsurlar birleştirilmektedir.

-ÖTV katma değer vergisi (KDV) matrahının bir parçasıdır. KDV, genellikle tüketilen ürünün ÖTV ödenmiş değeri üzerine uygulanmaktadır.

1.1.2. Özel Tüketim Vergisinin Tanımı ve Özellikleri

ÖTV'ye ilişkin çeşitli tanımlar yapılmıştır. ÖTV en genel ifade ile *“üretimden ya da üretimin belli bir aşamasından genel olarak alınmayıp tek tek belirtilen bazı ürün ya da hizmetlerden alınan vergiler”* şeklinde ifade edilmektedir.²⁴⁰

²³⁶ Şen, Sağbaş, a.g.e., s. 212.

²³⁷ Erdem, Şenyüz, Tatlıoğlu, a.g.e., s. 311.

²³⁸ Salih Turhan, *Vergi Teorisi ve Politikası*, Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 7.b., İstanbul: Filiz Kitabevi, 2020, s. 186.

²³⁹ OECD, *Consumption Tax Trends 2020: VAT/GST and Excise Rates, Trends and Policy Issues*, Paris: OECD Publishing, 2020, pp. 135-136.

ÖTV, belirli mal ya da mal gruplarını içeren ya da belirli tüketim faaliyetlerine uygulanan seçici vergiler şeklinde de belirtilmektedir.²⁴¹ Benzer bir tanım Giertz tarafından şu şekilde yapılmıştır. ÖTV, belirli bir malın, mal grubunun veya hizmetin üretim, tüketim veya satış aşamasında alınan vergiler şeklinde de tanımlanmaktadır.²⁴²

Bir başka tanıma göre ÖTV; alkollü ürünler, tütün ürünleri ve benzin gibi belirli ürün, ürün grubu ve hizmetlerin kullanımı ya da satışı üzerinden alınan seçici vergilerdir.²⁴³ Bu tanımda verginin alındığı ürünler spesifik başlıklar halinde belirtilmektedir.

ÖTV'nin genel özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:²⁴⁴

-Dolaylı vergiler grubunda yer almaktadır: Ancak genel satış vergisi veya harcama vergisi gibi diğer dolaylı vergilerden farklı özelliklere sahiptirler. Öncelikle ÖTV, KDV gibi genel satış vergileri ile kıyaslandığında daha dar tabanlıdır. Bunun sebebi ise belirli ürün ya da hizmetler üzerinden alınıyor olmalarıdır.

-ÖTV'de, doğrudan bir kişi veya kurum vergi mükellefi olarak görülmemektedir.

-Bu vergiler belirli mal ve hizmetleri vergilendirme kapsamına aldığından modern nitelikli bir gider vergisi olarak kabul edilmektedir.

-Genel itibarıyla lüks tüketim malları, çevreye zarar veren petrol ürünleri (benzin, motorin, fuel oil vb.) ile yağ türevi ürünler (madeni yağlar, hidrolik yağlar vb.), sağlığa zararlı olan alkollü ürünler (bira, şarap, likör vb.) ile tütün ürünleri (sigara, puro vb.), çevreye zarar veren ve karbon gazı emisyonuna ilişkin enerji ürünleri (kömür, doğalgaz, elektrik vb. yakıtlar), sağlıksız gıda tüketimine ilişkin yüksek şeker ve yağ içerikli gıdalar ÖTV kapsamına girmektedir. Bunlar dışında bazı ülkelerde motorlu taşıtlar, çay, kahve, tuz, kumar ve benzeri oyunlar üzerinden de ÖTV alındığı görülmektedir.

-Nesnel ve objektif bir vergiler olup ve kişisel özelliklere göre değişmemektedir.

²⁴⁰ Kenan Bulutoğlu, *Kamu Ekonomisine Giriş: Devletin Ekonomik Bir Kuramı*, 4.b., İstanbul: Filiz Kitabevi, 1988, s. 448.

²⁴¹ David N. Hyman, *Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy*, 8.ed., Mason, Ohio: Thomson South-Western, 2005, p. 627.

²⁴² J.Fred Giertz, "Excise Taxes," *The Encyclopedia of Taxation and Tax Policy*, Ed. Joseph J. Cordes, Robert D. Ebel, Jane Gravelle, The Urban Institute Press, 1999, p. 133.

²⁴³ James R. Hines Jr, "Excise Taxes", *The Office of Tax Policy Research*, Working Paper No: 2007-2, (2007a), p. 1.

²⁴⁴ Şen, Sağbaş, a.g.e., s. 224.

-ÖTV’de hem spesifik (miktar esaslı) hem advalorem (değer esaslı) tarife kullanılmaktadır.

-ÖTV; üretim, perakende satış ve toptan satış düzeyi dâhil olmak üzere çeşitli aşamalarda toplanan vergi özelliği taşırlar.²⁴⁵

ÖTV’nin kolay idare edilip uygulanması ve tüketiciler tarafından daha az tepkiyle karşılanması bakımından politika yapıcılarının sıklıkla başvurduğu vergi türleridir. Bazı ÖTV’lerin ana amacı geliri artırmak iken, diğerleri belirli tüketim faaliyetlerine bağlı davranışları caydırmayı amaçlamaktadır. Örneğin, lastik ürünleri üzerinden alınan ÖTV, esas olarak geliri artırmak için tasarlanırken, alkollü içecek tüketimine uygulanan vergiler, önemli miktarda gelir artırmalarına rağmen, alkollü içecek tüketimini kısıtlamayı amaçlamaktadır.²⁴⁶

ÖTV yukarıda da belirtildiği üzere advalorem ya da spesifik esaslı olabilmektedir. Spesifik esaslı ÖTV’de matrah malın fiziksel ölçüsü üzerinden (metre, yüzölçümü, hacim vb.) alınmakta olup vergi birim başına belirtilmektedir. Advalorem esaslı ÖTV’de ise matrah malın değeri üzerinden belirlenmektedir. Spesifik esaslı vergilerde matrahın belirlenmesi daha kolay olmaktadır. Advalorem esaslı vergilerde ise matrah genellikle satış değeri üzerinden belirlendiğinden vergi idaresi ve yönetimi daha zordur.²⁴⁷ Alkollü içeceklerde alkol veya litre birimi üzerinden alınan vergiler ile tütün ürünleri üzerinden paket başına alınan vergiler spesifik vergiler olup her fiziksel birim için birim başına sabit bir miktar olarak alınmaktadır. Benzer bir şekilde benzin ve motorin gibi akaryakıt ürünlerinden litre başına alınan vergiler ile motor yağı ve hidrolik yağlar gibi madeni yağlarda kilogram başına alınan vergiler spesifik esaslı vergiler olarak nitelendirilmektedir. Vergilerin, perakende ya da toptan satış aşamasında malın fiyatının bir yüzdesi olarak alınması durumunda değer esaslı vergiler şeklinde isimlendirilmektedir. Kamu yöneticileri için iktisadi hayatta ve farklı ekonomik konjonktürlerde değer esaslı vergiler ile spesifik vergiler arasında seçim yapmak her zaman basit ve kolay olmamaktadır. Her iki vergi tekniğinin kullanımının da kendi içinde yararları ve sorunları bulunmaktadır. ÖTV’de vergileme teknikleri ülkeden ülkeye, hatta her bir kategori içindeki maddeden maddeye bile farklılık göstermektedir.

²⁴⁵ Giertz, a.g.m., p. 133.

²⁴⁶ Hyman, a.g.e., p. 627.

²⁴⁷ Bulutoğlu, a.g.e., s. 450.

Spesifik vergilerin idareciler tarafından tercih edilmesinin en önemli sebebi, birim başına alındığı için matrahının basitçe belirlenmesi ve uygulama açısından idareye kolaylık sağlamasıdır. Bunun yanında spesifik vergilerde en önemli sorun, bu tür vergilerin değişen konjonktürlere uyum sağlayamaması ve genellikle enflasyon dönemlerinde “yapışkanlık”²⁴⁸ göstermesidir. Advalorem vergiler ise spesifik vergilerin aksine konjonktürel dalgalanmalardan daha az etkilenmektedir. Özellikle enflasyondan daha az olumsuz etkilenen advalorem vergilerin, uygulanması ve idaresi vergi yönetimi açısından daha karmaşıklık gösterir. Değer esaslı vergilerde, malın fiyatına çarpan etkisi uygulanmaktadır. Şöyle ki, bir üreticinin net vergi fiyatını belirli bir tutarda artırması için, tüketiciden alınan fiyat $1/(1 - t)$ kadar artırılmaktadır. Burada t, mal için uygulanan advalorem vergi oranıdır. Uygulanan t kadar vergi çarpan etkisi ortaya çıkartarak vergilendirilen malın kalitesindeki gelişmeleri etkilemektedir. Bunun sebebi olarak, üreticinin, kendi üretim ve yatırım düzeyini dengelemek için fiyatları değerinden daha fazla artırması gösterilmektedir. Bu durum, mal fiyatının iyileştirilmesini etkilemektedir. Öte yandan vergiler advalorem olarak uygulandığında, üreticiler fiyatları olduğundan daha fazla düşürürse, özellikle düşük gelirli tüketicilerin daha yüksek bir talep fiyat esnekliğine sahip olması durumunda tüketimin de artması beklenmektedir.²⁴⁹

ÖTV’ler, türlerine göre mali terminolojide yer alan “*düzeltilici vergiler*”, “*günah vergileri*” gibi vergiler grubu içinde yer alan vergilerdir.

ÖTV’ler sağlığa, çevreye ve topluma sosyal maliyetler yayan malların tüketimini kısıtlamaya ve tüketici davranışlarını değiştirmeye yönelik olarak kullanıldığından dolayı “*düzeltilici*” ya da “*Pigou tipi (Pigouvian)*” vergiler olarak da bilinmektedir.

Tütün ürünleri ve alkollü içkiler gibi belirli malların kullanımının sağlığa ve topluma zararlı olduğu kabul edilmektedir. Bu tür ürünler, kendiliğinden faydalı olarak görülen “*erdemli malların*” tam tersidir. Kullanımı zararlı olan malların ortaya çıkardığı sosyal maliyetler tüketiciler tarafından bizzat karşılanmadığı için bu ürünlere ekstra bir vergi uygulanması gerekmektedir. Devlet, bu mallara ÖTV uygulayarak tüketimi kısımayı hedeflemektedir. Tüketimi sağlığa ve topluma zararlı ürünlerin vergilendirmesi kapsamındaki ÖTV’ler literatürde “*günah vergileri*” olarak da adlandırılmaktadır.

²⁴⁸ Yapışkanlık kavramı, otomatik olarak değiştirilmesi güç olan vergiler için kullanılmaktadır.

²⁴⁹ Richard M. Bird, “Tobacco and Alcohol Excise Taxes for Improving Public Health and Revenue Outcomes: Marrying Sin and Virtue?”, *Policy Research Working Paper*, No. 7500. Washington, DC.: World Bank, (2015), pp. 9-11.

Hükümetler, rasyonel olmayan tüketicilerin seçimlerini vergiler yoluyla doğru ve rasyonel kararlara yönlendirmeye çalışmaktadır. ÖTV’de, vergi malın nihai fiyatına dâhil olduğundan yani vergi fiyatın içinde gizli olduğundan politikacıların ÖTV’yi tercih ettikleri düşünülmektedir. Bunun sebebi olarak, ÖTV’nin mükellef tepkisine neden olmadığı gösterilmektedir. Ancak, vatandaşların tüketim vergilerine diğer vergi türlerine göre daha az duyarlı olup olmadıklarını belirlemek zordur.²⁵⁰ Literatürde günah vergileri adıyla bilinen bu vergiler; belirli ürünlerin, kaynakların veya hizmetlerin tüketilmesinden elde edilen devlet gelirleri olarak da tanımlanabilmektedir. Üzerinden ÖTV alınan ürünlerin ve hizmetlerin özellikleri ise şu şekildedir:²⁵¹

-Alkollü içki ve tütün ürünleri gibi malların aşırı kullanımı genellikle bağımlılığa kadar ilerlemektedir. Davranış bağımlılık haline geldiğinde bu ürünleri kullanmamak çok zorlaşmaktadır. Bu ürünlerde yapılacak vergi artışı, vergi gelirlerini artırmasına rağmen bağımlılık derecesinde tüketim gerçekleştirenler için davranışı değiştirmek pek mümkün olmamaktadır. Çünkü bu malların tüketimi esnek olmayan bir talep eğrisine sahiptir.

-Günahkâr davranış, bireyin kendisine ya da başka bir bireye zarar vermesi şeklinde değerlendirilmektedir. Bu tür davranışlar ise sağlığın bozulması, hastalık ve ölüm risklerinin artması, obezite riski, suça meyilli davranışlar gibi anlık veya uzun vadeli kişisel veya toplumsal olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

-Günahkâr davranış üçüncü kişilere zarar verdiğinden ve sosyal maliyetler yaratarak olumsuz dışsallıklar ortaya çıkardığından bu tür davranışların caydırılması gerekmektedir. Bu sebeple günah vergileri ile alkol ve tütün ürünleri gibi alışkanlık yapıcı maddelerin tüketiminin azaltılması amaçlanmaktadır.

-Günah vergileri, istenmeyen davranışları ortadan kaldırmaya yönelik uygulandığından dolayı getirilen vergi bir ceza olarak görülmektedir. Günah vergileri, esnek olmayan talep üzerinden alındığından, bu tür malların tüketimi devlet tarafından zorunlu olarak yasaklanmamaktadır. Davranışsal yaklaşım terminolojisine de uygun kabul edilen vergi gibi bir politika müdahale aracı kişiyi değil davranışı cezalandırılmaktadır.

²⁵⁰ Harvey S. Rosen, *Public Finance*, 7.ed., Singapore: The McGraw-Hill, 2005, p. 476.

²⁵¹ Peter Lorenzi, “Sin Taxes”, *Society*, V.41, N.3, (2004), p. 60.

Politika yapıcıların “*günahkâr*” olarak nitelendirdikleri malların tüketimi, hem bu malları doğrudan kullananlar tarafından bireysel anlamda zararlı olmakta hem de topluma olumsuz dışsallıklar yaymaktadır. Tütün, alkol ve motor yakıtları gibi seçici ve belirli tüketim malları üzerinden alınan vergiler, günah vergisi kapsamında yer alan ÖTV’ler arasındadır. Son yıllarda günah vergisi kategorisine obezite ve diyabet gibi hastalıklara sebep olduğu gerekçesiyle şeker ve yağ içerikli gıda maddeleri de eklenmiştir. Bu gıda maddeleri içinde şekerle tatlandırılmış içecekler, atıştırmalıklar ve fast-food gibi ürünler bulunmaktadır. Devlet, bireylerin sağlığını olumsuz etkileyen her türlü zararlı gıda maddesinin tüketimini kısıtlamak ve koruyucu önlemler almak zorundadır. Tüketici davranışlarını daha rasyonel hale getirmek ve daha doğru bir seçim mimarisi oluşturmak için zorlayıcı olmayan politika müdahaleleri “dürtme” şeklinde ifade edilmektedir. ÖTV de devlet tarafından uygulanan dürtmelerden daha açık olan politika aracı olarak nitelendirilmektedir.²⁵²

1.1.3. Özel Tüketim Vergilerinin Sınıflandırılması

ÖTV çeşitli kriterlere dayalı olarak sınıflandırılabilir.²⁵³

1)Mallar Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergileri

Vergiye konu olan mallar; *geleneksel tüketim malları* ve *geleneksel olmayan diğer tüketim malları* şeklinde ikiye ayrılmaktadır.

-*Geleneksel Tüketim Malları*: Bu ürünler genel olarak gıda, alkollü ve alkolsüz içecekleri kapsamaktadır.

(1) Tütün Ürünleri: İşlenmemiş tütün, purolar, sigaralar, pipo ve sigara tütünü, çiğneme tütünü, enfiye.

(2) Alkollü İçecekler: Bira, şarap, elma şarabı, bal likörü, likörler.

(3) Hidrokarbon Yağları: Ham petrol, ispirto, gazyağı, yakıt, doğal gaz.

(4) Şeker: Pancar şekeri, şeker kamışı, şuruplar, pekmez, karamel, şekerleme, meyan kökü, tatlandırılmış gıdalar, sakarin.

²⁵² Adam J. Hoffer, William F. Shughart II, Michael D. Thomas, “Sin Taxes and Sindustry: Revenue, Paternalism, and Political Interest”, *The Independent Review*, V.19, N.1, (Summer, 2014), pp. 47-48.

²⁵³ Sijbren Cnossen, *Excise Systems: A Global Study of the Selective Taxation of Goods and Services*, Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1977, pp. 11-12.

(5) Alkolsüz İçecekler: Kaplıca suları, gazlı sular, limonatalar, meyve suları.

(6) Diğer Yiyecekler ve Alkolsüz İçecekler: Kahve, çay, kakao, tuz, baharatlar, yemeklik yağlar, margarin, süt ürünleri, dondurma, tahıllar, pirinç, un, ekmek, bisküviler, meyveler, et, balık.

-Geleneksel Olmayan Tüketim Malları:

(1) Tekstil Ürünleri ve Çeşitli Gıda Dışı Ürünler: Tekstil, mobilya, çatal bıçak takımı, deterjanlar, sabunlar, kibritler, ayakkabılar, ilaç ürünleri, cam eşyalar, oyun kartları.

(2) Lüks Tüketim Malları: Kozmetik, parfümeri, mücevher, kürkler, buzdolapları, klima üniteleri, saatler, elektrikli ev aletleri, oyuncaklar, müzik aletleri, fotoğraf ekipmanları, spor malzemeleri, havai fişekler.

(3) Çeşitli Hammaddeler: Çimento, inşaat malzemeleri, boyalar, emayeler, metaller, plastikler, kömür, ahşap, kağıt, kauçuk, kablolar, piller.

2) Hizmetler Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergileri

Hizmetler:

(1) Ulaşım ve Seyahat Hizmetleri: Navlun ve yolcu hizmetleri, yurtdışı seyahat, havaalanları.

(2) Bankacılık ve Sigorta Hizmetleri: Bankacılık hizmetleri, çekler, kredi bakiyeleri, sigorta poliçeleri, sigorta primi, yangından korunma.

(3) Çeşitli Hizmetler: Elektrik, gaz, su, telefon, telgraf, lokanta, oteller, turizm, reklam

-Bahis, Oyun ve Eğlence:

(1) Kumar, çekilişler, piyangolar.

(2) Eğlence: Kulüpler, balık tutma, avcılık, tiyatrolar, spor etkinlikleri.

3) Araç Kullanımına İlişkin Özel Tüketim Vergileri

-Motorlu Araçlar:

(1) Yol Kullanımı: Ruhsat ve tescil işlemleri, karayolu kullanımına ilişkin vergiler, transfer vergileri, tüpgeçit ve otoyol geçiş ücretleri vb.

Ancak ÖTV, Türkiye’de de olduğu gibi vergi mevzuatlarında ürün grubuna göre dördümlü sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Bunlardan ilki, *alışkanlık yapıcı maddeler* (alkollü içecekler, tütün ürünleri), ikincisi *lüks mallar*, üçüncüsü *petrol ve ürünleri* ve dördüncüsü *motorlu taşıtlardır*. Günümüzde bu dört tür kapsamına giren ürünlerin bazı ülkelerde kapsamı genişlemiş olduğundan genel tüketim vergilerinden ayırmak zorlaşabilmektedir.

1.1.4. Özel Tüketim Vergisinin Alınma Amaçları

ÖTV’nin amaçları mali, ekonomik ve sosyal amaçlar olmak üzere üç başlık altında ele alınmaktadır.

1.1.4.1. Mali Amaçlar

Günümüzde ÖTV’nin hükümetler tarafından tercih edilmesinin en önemli sebebi, sağlığa ve çevreye zararlı olduğu bilinen malların ortaya çıkardığı olumsuz dışsallıkların azaltılmasıdır. Ancak vergi gelirlerinin artırılması da kamu yöneticileri için her zaman öncelikli bir amaç olmaktadır. Dünyada hem merkezi hem yerel yönetimler için ÖTV, devletin vergi gelirlerini artırılma amacıyla başvurulmuş önemli bir kaynaktır. Özellikle bütçe açıklarının olduğu dönemlerde hükümetlerin ihtiyaç duydukları geliri elde etmek açısından ÖTV gelirlerine başvurulması bilinen bir yoldur. ÖTV’nin yönetiminin basit olması ve tüketiciler üzerinde mali anestezi etkisi yaratarak daha az tepkiye sebep olması kamu yöneticileri tarafından tercih edilen maliye politikası araçları olmasını sağlamıştır. Yeni vergi kanunlarının çıkarılmasındaki zorluklar veya mevcut kurumsal kısıtlamalar nedeniyle hükümetlerin diğer türden (gelir, kurumlar vb.) vergileri koymasına veya değiştirmesi engellendiğinde ÖTV kurtarıcı niteliktedir.²⁵⁴

Hükümetler gelire ihtiyaç duyduğundan ÖTV’ye başvurulmasının bir diğer sebebi vergi yönetiminin kolay ve vergi tahsilatının daha hızlı olmasıdır. Gelir vergisi gibi daha geniş tabanlı vergilerin yönetimi, özellikle kayıtdışı ekonominin varlığı durumunda daha zor olmaktadır. Ancak ÖTV belirli mal ve hizmetleri içerdiğinden ve

²⁵⁴ Donald H. Dutkowsky, Ryan S. Sullivan, “Excise Taxes, Consumer Demand, Over-Shifting, and Tax Revenue”, *Public Budgeting and Finance*, V.34, N.3, (2014), p. 117.

daha dar tabanlı bir vergi olduğundan vergi idaresi açısından daha kolay tahsil edilen bir gelir türüdür.²⁵⁵

ÖTV'ler aynı zamanda gelir artırıcı verimliliğe sahip vergilerdir. Gelir ve kurumlar vergisine kıyasla verimli potansiyel gelir kaynakları olarak görülmektedir. Çünkü ÖTV'ye tabi ürünlerin tanımlanması kolaydır. Bu ürünlerin talebi görece esnek olmadığından vergi artışı yoluyla fiyat artsa bile satış hacmi yüksektir ve az sayıda üreticinin olması vergi idareleri açısından tahsilatı kolaylaştırmaktadır. Ayrıca piyasada, tüketicilerin eşit derecede tatmin edici bulabilecekleri çok az ikame ürün bulunmaktadır. Böylece vergi gelirleri, tüketimden kaynaklanan fiyat artışlarına rağmen azalmamaktadır. Özellikle tütün ve alkol ürünleri gibi bağımlılık yaratan veya vazgeçilmesi kolay olmayan ürünlerin yakın ikamelerinin olmaması bunlara olan talebin değişiminin zor olması anlamına gelmektedir. Fiyat artışlarına rağmen tüketiciler tarafından satın alınmaya devam edilen bu ürünler ile devletin vergi gelirleri de artmaktadır.²⁵⁶

Lüks mallar üzerinden alınan vergilerde talebin fiyat esnekliği yüksek gelir gruplarında düşük kalmaktadır. ÖTV artışı, yüksek gelir gruplarının gelirlerinde önemli bir yer tutmadığından talebi önemli ölçüde etkilememektedir. Buna karşılık, düşük ve orta gelir gruplarında lüks malların talebinin fiyat esnekliği yüksektir. Diğer bir ifadeyle ÖTV oranı arttıkça lüks mala olan talep azalmaktadır. Bu durumda, lüks mallardan alınan ÖTV'nin gelir dağılımını düzeltici etkisi düşük olmaktadır. Buna karşılık alışkanlık yapıcı maddeler üzerinden alınan ÖTV gelir dağılımını daha da olumsuz etkilemektedir. Çünkü hem düşük gelirli hem de yüksek gelirli talebin fiyat esnekliği düşüktür. Alışkanlık yapıcı maddelerde talep elastik olmadığından dolayı düşük gelirli vergi artışlarına rağmen bu maddeleri kullanmaya devam etmekte ve bütçeleri bu durumdan olumsuz etkilenmektedir.²⁵⁷

Hükümetin amacı belirli bir miktardaki geliri olabildiğince verimli bir şekilde toplamak ise ÖTV oranları talebin fiyat esnekliğine göre ayarlanmalıdır. Talep fiyat esneklikleri düşük olan mallar yüksek oranda vergilendirilmeli, talebin fiyat esnekliği

²⁵⁵ Giertz, a.g.m., p. 133.

²⁵⁶ Sijbren Cnossen, "The Economics of Excise Taxation", *International Studies Program, Working Paper Series 10-18*, Andrew Young School of Policy Studies, Georgia State University, (May, 2010), p. 3.

²⁵⁷ Bulutoğlu, a.g.e., ss. 449-451.

yüksek olan mallar ise daha düşük oranda vergilendirilmelidir. Böyle bir vergi politikasıyla verimlilik sağlansa bile vergilemede eşitlik ve adalet ilkeleri zedelenmektedir. Eğer hükümet, verimliliğin yanında eşitliği de önemsiyorsa, optimal vergi teorisi, ters esneklik kuralından sapmaları gerektirmektedir. Talep fiyat esnekliği yüksek olmayan mallar yoksulların bütçelerinin büyük bir bölümünü oluşturuyorsa, vergilemede eşitlikçi ve adaletli hedefleri olan hükümetler bu tür malları çok az vergilendirmeli ya da hiç vergilendirmemelidir.²⁵⁸

1.1.4.2. Ekonomik Amaçlar

ÖTV gelir vergilerine göre enflasyondan daha az etkilenmektedir. Enflasyona göre ayarlanmamış bir gelir vergisinin varlığı durumunda enflasyon, vergi ödeme aşamasında önemli çarpıklıklar yaratmaktadır. Bu durum, gelir vergisinin artan oranlı yapısından kaynaklanmaktadır. Bu çarpıklıklar, farklı fiyat seviyelerine sahip yıllara ait rakamların kullanılmasını gerektirdiğinden sermaye gelirin hesaplanması durumunda da ortaya çıkmaktadır. Örneğin, bir varlık satılıyorsa, sermaye kazancı veya kaybının hesaplanması, satın alma yılındaki değerin cari yıldaki değerinden çıkarılmasını gerektirmektedir. Genel olarak, değer değişimlerinin bir kısmı enflasyondan kaynaklanmaktadır. Böyle bir durumda bireyler, gerçek gelirdeki artışları yansıtmayan kazançlar üzerinden vergilendirilmektedir. Bunun aksine bir tüketim vergisi kapsamında, vergi matrahının hesaplanması yalnızca cari yıl işlemlerini içerdiğinden enflasyonla ilişkili çarpıklıklar çok daha az problem yaratmaktadır.²⁵⁹

ÖTV kaynak ayırımında etkinliği sağlamak amacıyla da kullanılmaktadır. Dışsalıkların varlığı durumunda ÖTV topluma zararlı (faydalı) davranışlara yönelik mal ve faaliyetlerin fiyatını arttırarak (azaltarak) hem dışsalıkların içselleştirilmesini hem de toplumsal (makro) düzeyde ekonomik verimlilik elde edilmesini sağlamaktadır.²⁶⁰

Ekonomik açıdan bakıldığında ÖTV'nin asıl amacı olumsuz dışsalıkları ortadan kaldırmaktır. ÖTV kaynak kullanımında verimliliği arttırmak ve kaynak tahsisinde

²⁵⁸ Rosen, a.g.e., p. 475.

²⁵⁹ a.g.e., p. 488.

²⁶⁰ Lorenzi, a.g.m., p. 64.

optimal seviyeye ulaşmak için tasarlanmış düzeltici vergi olarak ifade edilmektedir.²⁶¹ Düzenleyici ve yasaklayıcı ÖTV'nin amacı, mal ve hizmetlerin üretimine ilişkin marjinal transformasyon oranı ile aynı mal ve hizmetlerin tüketimine ilişkin marjinal ikame oranlarının eşitlenmesidir. Bu eşitliğin gerçekleşmesi kaynak ayırımında etkinliğin elde edilmesini sağlamaktadır.²⁶²

Olumsuz dışsal ekonomiler yaratan mallara uygulanan ÖTV düzenleyici ya da yasaklayıcı bir vergi niteliği kazanmaktadır. Örneğin, akaryakıt tüketim vergisi toplu taşımada kullanılan ulaşım araçları için düşük oranlarda kullanılırken, özel araçlar için daha yüksek oranlar belirlenerek dışsallıklar içselleştirilmektedir. Benzer şekilde çevreyi kirletenlere uygulanan kirlenme vergisi (pollution tax) de olumsuz dışsallık yayan faaliyetleri kısıtlayıcı ve önleyici niteliktedir.²⁶³

ÖTV ekonomik açıdan, faydalı olmayan davranışların azaltılmasında en iyi vergilendirme şekli olarak kabul edilmektedir. Çünkü bu vergiler ile istenen davranışları teşvik ederek toplumsal faydanın artması, istenmeyen davranışların ise kısıtlanarak topluma yüklenen maliyetlerin azaltılmasını sağlamaktadır.²⁶⁴

Hammaddeler üzerinden alınan ÖTV'ler de bulunmaktadır. Bu vergilerin israfı önlediği ve daha yüksek verimli ürünler yetiştirilmesine neden olduğu ileri sürülmektedir. Gerekçe olarak, girdilerin kalitesinde bir iyileşmeye ve hammaddeden tasarruf sağlayan üretim yöntemlerinin tasarımına yol açması gösterilmektedir.

ÖTV istihdamı teşvik etmek için de kullanılmaktadır. Bu vergiler ile faktör bileşenlerinin yapıları değiştirilerek istihdama katkı sağlayacağı belirtilmektedir. Örneğin; tüketici talebinin daha emek yoğun ürünlere doğru kaymasını sağlamak için sermaye yoğun teknolojiyle üretilen mallara daha yüksek vergi oranları uygulanması önerilmektedir. Bu vergiler ile emek ve sermaye arasında ayırım yapılması söz konusudur. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki yüksek işsizlik oranları göz önüne alındığında, ÖTV'nin uygulanması istihdama katkı sağlamaya yardımcı olan bir araç olarak görülmektedir.²⁶⁵

²⁶¹ Cnossen, a.g.e., pp. 8-9.

²⁶² Orhan Şener, *Teori ve Uygulamada Kamu Ekonomisi*, 11.b., İstanbul: Beta Yayın, 2010, s. 309.

²⁶³ a.g.e., ss. 308-309.

²⁶⁴ Lorenzi, a.g.m., p. 64.

²⁶⁵ Cnossen, a.g.e., pp. 8-10.

1.1.4.3. Sosyal Amaçlar

ÖTV'nin tercih edilmesindeki en önemli argüman sağlığa ve çevreye olumsuz dışsallıklar yayan malların tüketimlerinin azaltılmasını ya da kısıtlanmasını sağlayarak birey ve toplum refahını yükseltmektir. Diğer bir ifadeyle tüketimi sağlığa, çevreye ve topluma zararlı hatta ahlâka bile aykırı olarak nitelendirilen alkol ve tütün ürünleri ile kumar oyunlarının kullanımını kısmak için ÖTV'ye başvurulmaktadır. Ancak belirtmek gerekir ki, tütün ürünleri ve alkollü içecekleri kullananlar bağımlılık düzeyine geldiğinde bu ürünlere olan talep görece esnek olmadığından, bu ürünlerin tüketiminin kısıtlanması sınırlı olabilmektedir.²⁶⁶

ÖTV'deki bir artış ile tüketimlerinin azaltılması hedeflenen ürünlerin piyasa fiyatının artması sağlanmaktadır. Böylelikle tüketicilerin satın aldığı malların miktarlarının ve satış hacimlerinin düşmesi amaçlanmaktadır Özellikle alkollü içecekler, tütün ürünleri, şekerle tatlandırılmış içecekler, fast food gibi ürünlerin tüketimi sağlık üzerinde olumsuz sonuçlar (örneğin kilo alımı, obezite, tip 2 diyabet ve kanser dâhil akciğer hastalıkları) ortaya çıkardığından bu ürünlerin tüketimindeki herhangi bir azalma sosyal açıdan yararlı kabul edilmektedir. ÖTV ile daha sağlıklı yaşam tarzı seçimlerini teşvik etmek hedeflenmektedir. Bireylerin akılcı ve tutarlı olmayan davranışlarından vazgeçmesi için devlet müdahalesi gerekmektedir. Bir ürünün tüketimini caydırmak amacıyla kullanılacak en temel araç ise ÖTV olarak ifade edilmektedir. Davranış değişikliklerinin faydalarına ek olarak, tüketimi sağlığa zararlı olan malların seçici bir şekilde vergilendirilmesini savunanlar, devletin elde edeceği vergi gelirlerinin de önemli bir politika faydası olduğunu düşünmektedir. Olumsuz dışsallık yayan mallara vergi uygulanmasıyla elde edilen gelirdeki tahmini artışlar, yeni bir ÖTV'nin uygulanmasından çok daha büyük olma eğilimindedir.²⁶⁷

Erdemsiz mallar olarak isimlendirilen ve bireyler tarafından tüketimleri sağlığa zararlı kabul edilen tütün ürünlerinin ve alkollü ürünlerin kullanımını azaltmak için ÖTV mali bir araç olarak kullanılmaktadır. Böylelikle sosyal faydası olmayan mal ve

²⁶⁶ a.g.e., p. 8.

²⁶⁷ Adam Hoffer, et al., "Regressive Effects: Causes and Consequences of Selective Consumption Taxation", *Mercatus Working Paper*, Mercatus Center at George Mason University, Arlington, VA, (March, 2015), p. 7.

mal grupları vergilendirilmiş olmaktadır.²⁶⁸ Böylece ÖTV gibi seçici ürün ve hizmetlere uygulanan vergi düzenlemeleri, erdemsiz kabul edilen davranışları azaltmakta ve bu davranışlardan vergi gelirleri elde edilmesini sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle ÖTV'nin düzenleyici özellikleri gereği hükümetler tarafından sıklıkla bireylerin davranışlarını kontrol etmek için tercih edilmektedir. Davranışsal iktisat kapsamında da önem kazanan ÖTV tüketicileri rasyonel seçimler yapmaya yönlendirmektedir. Özellikle sigara ve alkol kullanımını caydırmak amacıyla getirilen vergiler hükümetler tarafından bir tür fiziksel kontrol veya ölçümün kullanım aracı olarak değerlendirilmektedir.²⁶⁹

Tüketimi topluma zararlı mallar üzerinden alınan ÖTV'nin, yaratacağı sosyal fayda ile olumsuz dışsallıkları azaltması ya da ortadan kaldırması beklenmektedir.²⁷⁰

ÖTV çevre kirliliğini önlemeye yönelik olarak da kullanılmaktadır. Çevreyi olumsuz etkileyen bazı üretim ve tüketim etkinliklerinin neden olduğu sosyal maliyetlerin ve dışsal zararların iç maliyet haline getirilmesi ÖTV ile mümkün olmaktadır. Çevre vergileri sayesinde çevre kirliliğine yol açan faaliyetler önlenmeye çalışılmakta ve kaynakların daha etkin kullanımı sağlanmaktadır. Çevreye yönelik ÖTV de çevre kirliliğine yol açan olumsuz davranışları etkilemeye yöneliktir.²⁷¹

ÖTV lüks malların vergilendirilmesi amacıyla kullanıldığında daha adil vergiler olarak kabul edilmektedir. Bu ürünlere örnek olarak, kozmetik, parfüm, mücevher ve kürk üzerindeki lüks vergiler gösterilmektedir. Bu özelliği ile ÖTV toplumda gelir dağılımında adaleti sağlayıcı olabilir.²⁷²

Yine karayolu kullanımı sırasında alınan ÖTV, vergilemede fayda ve yararlanma ilkelerinin uygulanmasını sağladığı için tercih edilmektedir. Verilen hizmetin bedeli olarak tasarlanmış olan bu vergiler “*menfaat vergileri*” veya “*kullanıcı ücretleri*” olarak da adlandırılmak ve “harç” özelliği taşımaktadır. Karayollarından faydalananların aynı

²⁶⁸ Selçuk Buyrukoğlu, Doğan Bozdoğan, Altuğ M. Köktaş, “Paternalist Devlet Anlayışının Bir Gereği Olarak Günah Vergileri: Türkiye Örneği”, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, V. 9, N.3, (Temmuz, 2016), s. 16.

²⁶⁹ Cnossen, a.g.e., pp. 9-10.

²⁷⁰ Işıl F. Orkunoglu-Şahin, Ahmet B. Yereli, “Mükelleflerin Vergiye Direnme Yöntemleri ve Türkiye’de Günah Vergilerindeki Artışların Değerlendirilmesi”, *Sosyoekonomi*, V. 26, N. 35, (2018), s. 170.

²⁷¹ Turhan, a.g.e., s. 189.

²⁷² Cnossen, a.g.e., p. 8.

zamanda kullanımlarıyla orantılı olarak ödeme yapmaları yararlanma ilkesine uygun olup adil kabul edilmektedir.²⁷³

ÖTV ile sosyal amaçlara ağırlık veren hükümetlerin verginin tabanını net çizgilerle belirlemesi, geniş kapsamlı muafiyet ve istisnalara yer vermemesi ve keyfi ayırımlar yapmaması gerekmektedir. Tüketime konu mal ve hizmetleri açıkça ifade etmek, en uygun vergi birimini seçmek ve optimal bir oran yapısı belirlemek ÖTV'nin istenen amaca ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.²⁷⁴

1.2. ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ

ÖTV'nin çıkış kaynağı kesin olarak bilinmemekle birlikte tarihi ilkçağlara kadar dayanan ve “toplum tarihi kadar eski” bir vergi olduğu söylenmektedir. Roma döneminde satış ve nakliye işlemlerinde alınan “*Vectigalia*” ile Sezar döneminde uygulanan “*Centieme*” isimli vergiler satılmak üzere getirilen ürünler üzerinden alınmaktaydı.²⁷⁵ Yunan medeniyetinde de hem ticari amaçlı işlemlerden hem de gümrük işlemlerinden belirli vergilerin toplandığı bilinmektedir. Hem Roma hem Yunan medeniyetlerin de dolaylı vergilerin dolaysız vergilere göre daha ağırlıkta olduğu görülmektedir. Dolaylı vergiler arasında limanlarda ödenen gümrük resimleri ile ithal edilen mallar üzerinden ödenen pazar vergileri gibi vergiler yer almaktadır.²⁷⁶

Ortaçağ döneminde tuz, alkollü içecek ve bazı tüketim maddeleri üzerinden ÖTV alınmaya başlanmıştır. Fransız İhtilâli'ne kadar ağırlıklı olarak kullanılan dolaylı vergilerin halk tarafından adaletsiz olduğu ileri sürülmesine rağmen vergi yönetimi açısından kolaylıklar sağladığı için devletler ÖTV'den vazgeçememiştir. 17. ve 18. yüzyılda Hollanda'da uygulanan “*Accise*” adı verilen bu vergiler tuz, şarap ve ipek gibi ürünler üzerinden alınmıştır. Birinci Dünya Savaşı öncesi azaltılan ÖTV savaş sonrasında savaşın yıkıcı etkilerinin giderilmesi amacıyla tekrar artırılmıştır.²⁷⁷

²⁷³ a.g.e., pp. 8-9; Turhan, a.g.e., s. 188.

²⁷⁴ Rosen, a.g.e., p. 490.

²⁷⁵ Nihat Edizdoğan, *Teoride ve Uygulamada Özel Tüketim Vergileri*, Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, Yayın No: 6, 1981, s. 56.

²⁷⁶ Filiz Giray, *Maliye Tarihi*, 9.b., Bursa: Dora Yayın, 2021, s. 12.

²⁷⁷ Edizdoğan, a.g.e., s. 57.

Yine Birinci Dünya Savaşı öncesi İngiltere’de “*Kahvaltı Masası Yükümlülükleri (Breakfast-table duties)*” olarak adlandırılan çay, şeker, kahve ve kakao gibi ürünler üzerinden vergi alınmaktaydı. Ancak savaş sonrasında yerini tütün ve alkollü içecekler üzerinden alınan vergilere bırakmıştır.²⁷⁸

İngiltere 18. yüzyıl boyunca kolonilerine belirli tüketim malları üzerinden vergisel yükümlülükler getirmiştir. Bu yüzyıl boyunca ÖTV en çok Orta Atlantik ve İngiltere kolonileri döneminde uygulanmıştır. Hemen hemen tüm koloniler likör üretimini vergilendirmiştir. 1782 yılına kadar Amerika da İngiltere’nin kolonilerinden biri olmuştur. Tüketim ürünlerinin vergilendirmesinde her zaman lider olan New York, 1650 gibi erken bir tarihte şarap ve bira gibi ürünler üzerinden, 1653 yılına kadar tütün, tahıl, kenevir, keten, tereyağı ve peynir gibi gıda maddeleri üzerinden vergi toplamıştır. 1713 yılında ise bir alkollü içki satış vergisi uygulamaya konulmuştur. Pensilvanya’da da aynı şekilde şarap, rom ve diğer alkollü içecekler üzerinden vergi alınmıştır. 1756 yılında ise New Hampshire’da şarap, rom, elma şarabı ve çay üzerinden ÖTV uygulanmıştır.²⁷⁹

İngiltere kendi parlamentosunda alınan kararları kolonilerine de uygulamaktaydı. Örneğin, George Grenville döneminde İngiliz Parlamentosunda 1764 yılında “*Şeker Kanunu (The Sugar Act)*” ve 1765 yılında “*Damga Kanunu (The Stamp Act)*” kabul edilmiştir. Bu kanunların amacı hem İngiltere’nin belirli harcamalarını karşılamak hem de İngiliz malı olmayan ürünlere yeni vergiler ve yeni yükümlülükler getirmektir. Başta Amerika olmak üzere kolonistler her iki kanuna da tepki göstermiş ve İngiliz ürünlerini boykot etmeye başlamışlardır. İngiliz tüccarlar Amerika’nın boykot kararından mali olarak oldukça etkilenince İngiltere 1766 yılında Damga Kanunu ile getirdiği vergileri kaldırmıştır. Ayrıca ithal pekmez üzerinden alınan vergi oranı da azaltılmıştır. 1767 yılında İngiltere’deki arazi sahipleri ağır vergi yüküne tepki göstermeye başlayınca yine kolonilerden alınacak belirli tüketim ürünleri üzerine vergiler uygulamaya getirilmiştir. Bu ürünler arasında kağıt, çay, cam, kırmızı ve beyaz kurşun bulunmaktadır. Amerikalılar bu vergilere de ikinci kez tepki göstermiştir. İlk aşamada bu tepkiler İngiliz parlamentosu tarafından önemli görülmemiştir. Ancak 1770 yılında İngiltere

²⁷⁸ Giray, a.g.e., ss. 64-65.

²⁷⁹ James R. Hines Jr., “Taxing Consumption and Other Sins”, *Journal of Economic Perspectives*, V.21, N.1, (2007b), p. 54.

Amerikalıların taleplerini kabul etmiş çay dışında alınan mallardan gümrük vergisi kaldırılmıştır. 1774'te koloni temsilcileri biraraya gelmiştir. Kolonilerin kendi temsilcileri olmadan İngiltere parlamentosunda kabul edilen ve ağır mali yükümlülükler içeren düzenlemeleri kabul etmeyecekleri kararı alınmıştır. Ardından 1776 yılında “Bağımsızlık Bildirgesi”nin kabulü ile Amerika Birleşik Devletleri kurulmuştur.²⁸⁰

ÖTV talebi görece esnek olmayan malları vergilendirdiği için zaman zaman tüketiciler tarafından tepki görebilmektedir. Ancak günah vergileri kapsamında değerlendirildiğinde ahlâki ve etik kurallar gereği kabul edilmesi daha kolay olmaktadır. Günah vergisi (sin tax) niteliği taşıyan ilk ÖTV 1791 yılında Amerika Birleşik Devletlerin’de yasa haline getirilerek onaylanmıştır. Viski üzerinden alınması belirlenen ilk ÖTV’nin gerekçesi olarak hem gelir elde etme hem de içkinin ahlâki olmadığı düşüncesi gösterilmiştir. Alexander Hamilton, viskinin bir lüks ve toplumun refahı için tehdit oluşturan bir günah olduğu görüşü olmasaydı, bu verginin Meclis’ten geçemeyeceğini savunmuştur. Günah vergileri devletlerin başvurduğu potansiyel gelir kaynakları haline gelmiştir.²⁸¹ Böylece ÖTV, en başından itibaren günah vergisi ve lüks tüketim vergisi ile eş anlamlı anılmaya başlamıştır. Amerika Birleşik Devletlerin’de uygulamaya konan viski vergisi, zaman içinde Pensilvanya’daki çiftçilerin Viski İsyanı’na yol açmıştır. Çiftçileri vergiyi ödemeye ikna etmek için ve bu isyanı bastırmak için hükümet tarafından girişimler yapılırsa da, bu girişimler başarısızlıkla sonuçlanmıştır. İsyanı bastırmak için ordu devreye girmiş ve bu şekilde isyan durdurulmuştur. Viski vergisinin getirilmesine yönelik halkın Viski İsyanı’ı başlatması ve devletin isyanı bastırarak vergi almaya devam etmesi tarihte ÖTV ile ilişkili önemli sonuçlar ortaya koymuştur. Bunlardan *ilki*, hükümetin ÖTV düzenlemelerinin halkın her türlü direnişine rağmen uygulanabileceği gösterilmiştir. *İkincisi* ise hükümet ÖTV gibi sağlığa ve çevreye zararlı mallar üzerinden alınan yeni bir gelir kaynağı bulmuştur. Politika yapıcılar vergilendirilen ürünlerin, ahlâka ve etik kurallara aykırı ve topluma zararlı olarak tanımlanması halinde vergilendirmeye karşı direncin en aza indirilebileceğini fark etmişler ve bu gerekçelerle ÖTV’yi haklı göstermeye

²⁸⁰ Giray, a.g.e., ss. 74-76.

²⁸¹ Brenda Yelvington, “Excise Taxes in Historical Perspective”, *Taxing Choice: The Predatory Politics of Fiscal Discrimination*, Ed. William F. Shughart II, Oakland, CA: The Independent Institute, 1997, p. 33.

çalışmışlardır.²⁸² Amerika Birleşik Devletleri'nde benzin, alkol, tütün ve ateşli silahlar gibi emtia alımları üzerindeki “günah” vergilerinin asıl amacı hiçbir zaman vergi gelirlerini arttırarak mali kaynak elde etmek olmamıştır. Günah vergileriyle asıl hedeflenen, ÖTV'nin belirli vergilendirilmiş malların tüketimini caydırması ve olumsuz dışsallıkların giderilmesine katkıda bulunmasıdır.²⁸³

19. yüzyılda ÖTV temel gıda maddeleri, tuz, sabun gibi tüketimi zorunlu mallar yerine alkollü içecekler, tütün ürünleri, çay ve kahve gibi ürünler üzerinden alınmaya başlanmıştır. 1929 İktisadi buhran sonucu ülkelerin birçoğu gelir elde etme çabasıyla ÖTV'yi tercih etmeye başlamıştır. Çünkü bu vergilerin sağladıkları gelirin dolaysız vergilere göre çok daha fazla olduğu görülmüştür.²⁸⁴

Alkollü içecekler ve tütün ürünleri gibi kullanımı hem bireysel hem de toplumsal düzeyde zararlı olan mallara zaman içinde sağlıksız gıda ürünleri de dâhil edilmiştir. Özellikle içindeki yağ ve şeker içeriği yüksek olan mallar da vergilendirmeye tabi tutulmaya başlamıştır. Sağlıksız gıdalar üzerinden alınan ve “*obezite vergileri*” şeklinde isimlendirilen vergilerin geçmişi 1920'lere kadar dayanmaktadır. Meşrubat, şekerleme, patates kızartması, dondurma ve yağlar üzerinden alınan bu vergiler genellikle “abur cubur” olarak nitelendirilen ürün kategorisine girmektedir. İçeriğinde sağlığa zararlı olduğu bilinen çeşitli şekerler ve yağlar bulunduğundan bu ürünlerin tüketimi vergiler yoluyla kısıtlanmaya çalışılmaktadır. Örneğin, 1938'de Louisiana'da, şişelenmiş alkolsüz içeceklere % 2,5 oranında bir satış vergisi uygulanmıştır. Benzer şekilde 1969'da Kuzey Karolina'da, alkolsüz içecek karışımlarına galon başına bir dolarlık bir vergi ile şişelenmiş soda için de ayrı bir vergi uygulanmaya başlanmıştır. Obezite vergilerinin getiriliş amacı da aynı tütün ve alkollü içkilerde olduğu gibi halk sağlığını korumak, daha sağlıklı beslenmeyi teşvik etmek ve tüketicilerin sağlıklı olmayan gıda tüketimine yönelik rasyonel olmayan davranışlarını daha akılcı, bilinçli ve tutarlı hale getirmektir.²⁸⁵

²⁸² Todd M. Nesbit, “Essays on Excise Taxation: Cross-Border Effects, Quality Substitution, and Tax Earmarking”, *Graduate Theses, Dissertations, and Problem Reports*, 2317, 2005, pp. 1-2.

²⁸³ Hines Jr., a.g.m., (2007b), p. 50.

²⁸⁴ Edizdoğan, a.g.e., s. 57.

²⁸⁵ Chris L. Winstanley, “A Healthy Food Tax Credit: Moving Away from the Fat Tax and Its Fault-Based Paradigm”, *Oregon Law Review*, V.86, N.4, (2008), pp. 1171-1172.

Görüldüğü üzere tüketici davranışını etkilemek için bir araç olarak kullanılan ÖTV medeniyetin doğuşundan beri var olmuştur. Genel olarak alkollü içecekler, tütün ürünleri ve yakıtlar üzerinden alınmalarına rağmen, bu ürünlerin vergi tabanı, hesaplama yöntemi ve oranları ülkeler arasında farklılıklar göstermektedir. ÖTV, tüketici davranışını değiştirerek sağlığa ve topluma verilen zararları azaltmak, çevresel hedeflere ulaşmak ve dışsal maliyetleri içselleştirmek amacıyla giderek daha fazla tercih edilmektedir.²⁸⁶

Küreselleşmeyle beraber günümüzde ortaya çıkan ekonomik ve siyasal bütünleşmeler ÖTV’de de bütünleşmeyi ve ülke mevzuatlarında uyumlaştırma gereğini beraberinde getirmektedir.²⁸⁷ Özellikle ekonomik ve siyasal bütünleşmelerin oluşmasıyla beraber ÖTV alanında uyumlaştırma çalışmaları da başlamıştır. Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun kuruluş antlaşması olan Roma Antlaşması’nın 25.03.1957 yılında kabul edilmesiyle beraber üye ülkelere vergiyle ilgili düzenlemeler getirilmiştir. Avrupa Birliği’nin (AB) temel anlaşması olan Roma Antlaşması’nın 93. maddesinde KDV ve ÖTV gibi dolaylı vergiler ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır.²⁸⁸ Roma Antlaşması’nda sonra AB ÖTV’nin uyumlaştırılması konusunda genel düzenlemeler içeren Direktifler yayınlanmaya başlamıştır. 25 Şubat 1992 tarihli 92/12/AET sayılı Avrupa Konseyi Direktifi’nde ÖTV’ye tabi üç grup ürün belirlenmiştir. Bu ürünler; alkollü içecekler, tütün ürünleri ve madeni yağlardır.²⁸⁹ 19 Ekim 1992 tarihi Konsey Direktifleri’nde ÖTV düzenlemeleri ayrıntılı hale getirilmiştir. 92/79/AET sayılı Direktif’te sigara üzerinden alınan ÖTV’nin yakınlaştırılması, 92/80/AET sayılı Direktif’te sigara dışındaki mamul tütün ürünlerinden alınan ÖTV’nin yakınlaştırılması; 92/83/AET sayılı Direktif’te alkol ve alkollü içkiler üzerinden alınan ÖTV’nin uyumlaştırılması, 92/84/AET sayılı Direktif’te ise alkol ve alkollü içkilerden alınan ÖTV oranlarının yakınlaştırılması kararı verilmiştir.²⁹⁰ AB bünyesinde ÖTV’ye ilişkin ilk Direktifler sigara, alkollü içkiler ve madeni yağlar üzerinden hazırlanmakla beraber günümüzde üye ülkeler arasındaki uyumlaştırma çabaları halen devam etmektedir.

²⁸⁶ OECD, a.g.e., p. 13.

²⁸⁷ Yıldırım Taylar, “Vergi Teorisi Açısından Özel Tüketim Vergileri ve Türk Özel Tüketim Vergisi Uygulaması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C: 12, Özel Sayı, (2010), s. 436.

²⁸⁸ Hakan Üzeltürk, “Özel Tüketim Vergileri: Bitmeyen Tepki”, *17. Türkiye Maliye Sempozyumu*, Avrupa Birliğine Geçiş Süreci ve Türk Kamu Maliyesinin Uyumu, TÜRMOB Yayınları: 185, (Mayıs, 2002), s. 383.

²⁸⁹ 25.02.1992 tarihli Council Directive 92/12/EEC.

²⁹⁰ 19.10.1992 tarihli Council Directive 92/79/EEC, 92/80/EEC, 92/83/EEC, 92/84/EEC.

Türkiye'deki ÖTV oranlarının AB'ye uyumlaştırma çalışmaları da yapılmaktadır. Bu konu Türkiye'de ÖTV'nin tarihsel gelişimi sürecinde ayrıntılı bir şekilde açıklanacaktır.

1.3. ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİNİN DÜZELTİCİ VERGİLER İÇİNDEKİ YERİ

Daha önce de belirtildiği üzere ÖTV düzeltici vergiler kapsamında yer almaktadır. Bu başlık altında ÖTV'nin düzeltici vergiler içindeki yeri; verimlilik, etkinlik, vergi yükü, adalet ve davranışları etkileme açısından incelenmektedir.

1.3.1. Verimlilik Açısından Değerlendirme

Verimlilik, piyasa ekonomisinde piyasa başarısının değerlendirilmesinde ekonomistler tarafından en çok ilgi gören kavramlardan biri olmuştur. Bir ekonomide ticaretten elde edilen kazanç en üst düzeye çıkarılarak dağıtım etkinliği sağlanır veya kaynaklar mümkün olan en iyi ve optimal şekilde kullanılarak kaynak tahsisinde etkinliğe ulaşırsa piyasada verimlilikten söz edilebilir. Verimliliği ölçmenin bir yolu da ülkelerin vergi sistemlerinin etkin olmasına bağlıdır. Bir vergi sisteminin etkinliği, piyasada herhangi bir mal ya da hizmete vergi uygulanmasının ticaretten elde edilen toplam kazançları düşürüp düşürmediğini ve kazancın ne kadarını etkilediğini belirlemektir. Tüketici ve üretici rantında azalmaya yol açmayan ve iktisadi birimlerin kararlarını değiştirmeyen tarafsız vergiler verimli kabul edilmektedir. Verimlilik ile ilgili bir diğer ölçüt vergi yansımalarıdır. Vergilerin alıcı ve satıcılar arasında nasıl yüklenildiği, vergili fiyat sonrası üretici ya da tüketiciler rant kaybı yaşıyorsa verginin refahta yarattığı etkileri ve vergilendirilen ürünün alıcıları ve satıcıları arasında nasıl dağıtıldığı da verimliliği etkilemektedir. Bir ekonomik sistemde diğer her şey eşit olduğunda, ticaretten elde edilen kazançları daha küçük bir dereceye kadar azaltan bir vergi, onları daha büyük ölçüde düşüren bir vergiye tercih edilmektedir. Verimlilik açısından ÖTV'yi desteklemek için yaygın olarak iki gerekçe ileri sürülmektedir. Bunlardan *ilki*, olumsuz dışsallıklar yaratan mallara, -tüketim kararlarının alıcıların ve satıcıların etkileşime girdiği pazarlara doğrudan katılmayan diğer kişilere ve kurumlara zarar veren mallara- ÖTV uygulanmasıdır. Böylelikle dışsallıklar vergi yoluyla

azaltılmakta veya ortadan kaldırılmaktadır. Özellikle sağlığa ve çevreye zararlı olan sigara ve alkollü ürünler üzerindeki ÖTV de verimliliği artırmaktadır. *İkincisi*, tütün ve alkollü içecekler gibi ürünleri tüketenler vergi sonrası fiyat artışlarına genellikle tepkisiz kalma eğilimindedir. Çünkü bağımlılık yapıcı niteliği bulunan malların tüketimini aniden bırakmak kolay değildir. Bu tür mallardan talep edilen miktarlar, vergi ağırlıklı fiyata karşılık gelen yüzde artışından daha az yüzde olarak azalmaktadır. Bireylerin bu tepkisizliği, ürünlerdeki fiyat artışlarına rağmen bu ürünler üzerinden alınan vergi gelirlerini etkilememektedir.²⁹¹

Bir mal ya da hizmetin tüketimi, fiyata dâhil olmayan maliyetler doğuruyorsa, verimlilik o malın kullanımı üzerinden bir vergi almayı gerektirmektedir. Örneğin, tütün üzerindeki yüksek vergi oranları bu şekilde rasyonelleştirilmektedir. Sigara içenler atmosferi kirleterek başkalarına maliyet yüklemektedir. Bu nedenle tütünden alınan bir vergi ekonomik verimliliği artırmaktadır. Aynı şekilde alkollü ürünler üzerinden alınan vergiler de eğer bireyin alkol kullanımı, üçüncü kişilerin maliyet fonksiyonlarını etkiliyorsa bu maliyetlerin giderilmesini sağlamaktadır. Bazı durumlarda, ÖTV kullanıcı ücretlerinin bir ikamesi olarak da görülmektedir. Günümüz mevcut teknolojisi ile yol hasarı, trafik sıkışıklığı vb. açısından maliyetler ortaya çıktığında, sürücülerden sürülen her mil için bir ücret talep etmek mümkün değildir. Yol kullanım miktarı benzin tüketimiyle ilişkili olduğundan, yolların kullanımı benzine vergi koyarak dolaylı olarak vergilendirilmektedir. Böylelikle vergi, sürücülerin yolları kullanma karşılığı olarak alınan kullanıcı ücreti yerine geçmektedir. Bazı arabalar yollara ya da çevreye diğerlerinden daha fazla zarar verse bile akaryakıt tüketim vergisi şeklinde bir vergi almak hiç vergi almamaktan daha verimli kabul edilmektedir.²⁹²

ÖTV'ye yönelik verimlilik karşılaştırmalarının, gelir vergileriyle değil, diğer satış vergileriyle yapılması daha doğrudur. Gelişmiş endüstriyel bir ekonomide bireylerin ekonomik kararlarına mümkün olduğunca daha az müdahale eden geniş tabanlı bir satış vergisinin verimlilik amacına daha fazla hizmet ettiği görülmektedir. Ancak gelişmekte olan ülkelerde vergiler arası seçim gelişmiş ülkelerdeki kadar kolay değildir. Çoğu satış

²⁹¹ Adam J. Hoffer, William F. Shughart II, "The Theory and Practice of Selective Consumption Taxation", *For Your Own Good: Taxes, Paternalism, and Fiscal Discrimination in the Twenty-First Century*, Ed. Adam J. Hoffer, Todd Nesbit, Arlington: Mercatus Center at George Mason University, 2018, p. 60.

²⁹² Rosen, a.g.e., p. 476.

vergisinde, girdileri vergiden hariç tutmak zordur ve görünüşte bu etkilerden kaçınan satış vergilerin de bile kümülatif etkiler ortaya çıkmaktadır. ÖTV'ler seçici vergiler olduğundan ve belirli mal ve hizmetlere uygulandığından dolayı genel satış vergilerine göre daha verimli kabul edilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ÖTV'ye yönelik düzenlemeler ve politikalar, iş ve ticaret hayatı ile bireylerin ekonomik kararlarına daha az müdahale içerecek şekilde düzenlenirse daha verimli olmaktadır. Ayrıca kauçuk, çay, kahve, baharat ve diğer tarımsal ihrac ürünleri gibi ihracata yönelik mallara vergi uygulanmamasına dikkat edilirse gelişmekte olan ülkeler için verimli sonuçlar ortaya çıkmaktadır.²⁹³

1.3.2. Etkinlik Açısından Değerlendirme

Bir vergi sisteminde etkinliğin sağlanabilmesi için, vergilerin piyasada ve ekonomide refah kaybı yaratmaması ya da yaratsa bile refah kaybının en az düzeyde olması gerekmektedir. Refahtaki bu değişimler bir diğer ifadeyle etkinlik kaybı, piyasadaki alıcıların ve satıcıların rantındaki azalma ile ölçülmektedir. Yeni bir vergi ihdas edilmesiyle alıcıların ve satıcıların vergi öncesi duruma göre elde ettikleri rantlarda bir azalma meydana geliyorsa refah kaybı söz konusu olmaktadır.²⁹⁴ Vergilemenin sebep olduğu etkinlik kaybının en aza indirilmesi için Frank Ramsey (1903-1930) tarafından "**Ramsey Kuralı**" önerilmiştir. Tüketim vergilerine ilişkin bu kurala göre, etkin bir vergilendirme için talep esnekliği yüksek olan malların daha düşük vergilendirilmesi; talep esnekliği düşük olan malların ise daha yüksek vergilendirilmesi gerekmektedir. Bu vergilere "**Ramsey Vergileri**" de denilmektedir. Talep esnekliği düşük olan malların daha yüksek oranda vergilendirilmesi sayesinde vergilerin piyasa üzerinde yaratacağı olumsuz etkiler de minimize edilmektedir.²⁹⁵ Ramsey kuralında, esneklikle vergi oranı arasındaki ilişki ters orantılı olduğundan dolayı bu kurala "**ters esneklikler kuralı**" da denilmektedir. Talep esnekliği düşük olan malların bir bölümü genellikle zorunlu tüketim mallarıdır. Lüks tüketim mallarının talep esnekliği ise görece yüksektir. Talep esnekliği görece olarak katı olan zorunlu tüketim mallarında vergi artışı talep miktarını etkilememektedir. Ancak bu durumda düşük

²⁹³ Cnossen, a.g.e., p. 116.

²⁹⁴ Hülya Kirmanoğlu, *Kamu Ekonomisi Analizi*, 4.b., İstanbul: Beta Yayın, 2013, s. 276.

²⁹⁵ Şen, Sağbaş, a.g.e., s. 273.

gelirli hane halkları üzerindeki vergi yükü artmaktadır. Ramsey kuralı ÖTV’de etkinlik amacına hizmet ederken, verginin adil olması sorunuyla ilgilenmemektedir.²⁹⁶

ÖTV’nin tasarımında, vergileri piyasalar arasında paylaşdırmak için Ramsey kuralı uygulanırsa vergilemede etkinlik prensibine daha kolay yaklaşılmaktadır. Bu sebeple ÖTV, esnek olmayan taleplere sahip mallar üzerinden alınırlarsa verimli bir vergi yapısının parçası olabileceklerdir.²⁹⁷ Tütün ürünleri, alkollü içecekler ve petrol ürünleri gibi talep esnekliği sıfıra yakın olan mallardan yüksek oranlı bir ÖTV alınması vergilemede etkinliği sağlamaya yardımcı olmaktadır. Özellikle sigara ve petrol gibi ürünlerin yakın ikamesi olmaması vergi oranlarında artış olsa bile talebin etkilenmeyeceği anlamına gelmektedir. Böylelikle vergilemenin sebep olduğu etkinlik kaybı da en az seviyede olmaktadır.²⁹⁸

ÖTV’nin kaynak dağılımında etkinliği sağlaması iki şekilde gerçekleşmektedir:²⁹⁹

(1) Sosyal Maliyeti Özel Maliyetinden Büyük Olan Mal ve Hizmetlerin Vergilendirilmesi:

Tüketimi ve kullanımı toplum sağlığına ve çevreye zararlı mal ve hizmetler olumsuz dışsallıklar oluşturarak kaynak dağılımında etkinsizliğe neden olmaktadır. Bu mal ve hizmetlerin özel maliyetleri sosyal maliyetleri içermediğinden üretim ve tüketimde optimum seviyeye ulaşmak için ÖTV kullanılmaktadır. Böylece özel maliyetler, ÖTV ile sosyal maliyetleri içerecek seviyede belirlenmektedir. Özellikle tütün ve alkollü ürünler gibi talep esnekliği düşük mallara ÖTV uygulanması maliyet sebebiyle meydana gelen olumsuz dışsallıkları ortadan kaldırmada ve kaynak dağılımında etkinliği sağlamada önemli bir rol oynamaktadır.

(2) Kamusal Hizmetlerden Elde Edilen Faydanın Hizmetten Yararlanan Tarafından Ödenmesi:

Tüketimden mahrum bırakmanın mümkün olduğu ancak fiyat karşılığı sunulmasının etkinsizliğe neden olacağı bazı kamusal hizmetlerden ÖTV alınmaktadır.

²⁹⁶ Fatih Savaşan, *Piyasa Başarısızlığından Devletin Başarısızlığına Kamu Ekonomisi*, 7.b., Bursa: Dora Yayın, 2017, ss. 386-387.

²⁹⁷ Randall G. Holcombe, “Selective Excise Taxation from an Interest-Group Perspective”, *Taxing Choice: The Predatory Politics of Fiscal Discrimination*, Ed. William F. Shughart II, Oakland, CA: The Independent Institute, 1997, p. 81.

²⁹⁸ Şen, Sağbaş, a.g.e., s. 275.

²⁹⁹ Edizdoğan, a.g.e., ss. 28-29.

Böylelikle hizmetten yararlanan kişilerden hizmetle ilgili bir bedel alınmış olmaktadır. Bunun en iyi örneklerinden biri akaryakıt tüketim vergisidir. Motorlu taşıtlar karayollarını bozma, gürültü ve kirliliğe sebep olma, trafik sıkışıklığı yaratma ve trafik kazalarına neden olma gibi birçok olumsuz dışsallığa neden olmaktadır. Karayollarını kullananlardan ya da araç sahiplerinden özel faydayı karşılayacak şekilde bir ÖTV alınması özel fayda ve sosyal faydaları birbirine eşitlemekte ve kaynak dağılımında etkinliği sağlamaya yardımcı olmaktadır.

1.3.3. Vergi Yüğü Açısından Değerlendirme

Bir verginin ortaya çıkardığı yük verginin alıcı ve satıcılar arasındaki paylaşım ve malın talep ile arz esnekliklerine bağlıdır. ÖTV yükü, vergilendirilmiş mal ve hizmeti tüketenler tarafından daha yüksek vergi sonrası fiyatlar şeklinde üstlenilmektedir. Basit bir rekabetçi kısmi denge ortamında, ÖTV'nin yükü, talep ve arz esnekliğine bağlıdır. Vergilendirilen bir mal veya hizmete yönelik talep esnekse ve arz göreceli olarak esnek değilse, o zaman ÖTV'nin yükü satıcılar tarafından üstlenilmektedir. Tam tersi vergilendirilen mal veya hizmete yönelik talep esnek değilse buna rağmen arz daha esnekse alıcılar vergi yükünü üstlenmektedir. Talep ve arz esneklikleri birbirine yakınsa ÖTV yükleri alıcılar ve satıcılar arasında eşit bir şekilde paylaşılmaktadır. Bir mal veya hizmet piyasasında rekabetin niteliğine ve maliyet koşullarına bağlı olarak, tüketiciler ÖTV yükünün tamamını da taşıyabilmektedir. Bunun sebebi olarak; optimal koşullarda çalışan bir piyasa ekonomisinde bile, genel dengede birden fazla pazar arasındaki talep ve arz yayılmasının sonucu olarak ÖTV'nin miktarından daha fazla yükselen tüketici fiyatları gösterilmektedir. Ancak tamamen tüketiciler tarafından üstlenilen ÖTV'nin varlığı durumunda ortaya çıkan vergi yüklerinin potansiyel olarak gerilemesi söz konusu olmaktadır. Bilindiği gibi ÖTV oranları, gelir vergisi oranlarının gelirle birlikte yükselmesinin aksine tüketim artışıyla beraber artmamaktadır. Diğer bir ifadeyle gelir vergisinde gelir attıkça ödenen vergi artarken tüketim vergilerinde böyle bir durum yaşanmamaktadır. Yoksullar, zenginlere göre gelirlerinin daha fazla bölümünü tüketim harcamalarına ayırdıkları için, gelir yerine harcamaya dayalı vergiler, düşük gelirli bireyler üzerinde görece daha büyük yükler meydana getirmektedir. Gelirlerinin daha büyük bir kısmını temel gıda

maddelerine ayıran düşük gelirli bireyler için tüketim vergilerinin etkisi gerileyici niteliktedir. Bu nedenle, ÖTV'nin yarattığı yükün dağılımsal etkisi, ÖTV'ye tabi mal ve hizmetlere olan talebin gelir esnekliğine de bağlıdır.³⁰⁰ Belirtildiği gibi bir malda yapılacak fiyat değişiminin yönü ve kapsamı vergilendirilen malın arz ve talep elastikiyetine bağlıdır. Esnek arz ve inelastik talep durumunda ÖTV'ler tüketiciler tarafından yüklenilmektedir. Arz esnek olduğundan üretici kolaylıkla endüstriden ayrılmaktadır. Talep inelastik olduğunda ise tüketici alternatif ya da ikame mallara daha az yönelmektedir. Genel olarak, arz uzun vadede daha esnek varsayıldığından dolayı vergi yükü de tüketiciler üzerinde kalmaktadır.³⁰¹

ÖTV'nin düşük gelirli hane halkları üzerindeki gerileyici etkisinin azaltılması için düşük gelirlilerin tükettiği temel gıda ürünlerinin ya çok düşük düzeyde vergilendirilmesi ya da vergi dışı bırakılması gerekmektedir. Düşük gelirlilerin bütçelerinden büyük pay ayırdığı temel ihtiyaç ürünleri vergi dışı bırakılırsa ÖTV'nin gerileyici etkisi de azalacaktır.³⁰² Özellikle alışkanlık verici olduğu kabul edilen tütün ve alkol ürünleri üzerinden alınan ÖTV gerileyici etkileri olmasına karşılık düzenleyici amaçları bakımından uygulanmaktadır. Çünkü bu ürünlerin kullanımı sağlığı olumsuz etkilemektedir. Ancak sigara ve alkollü içecekler gibi ürünlerin talebi esnek olmadığı yani tüm gelir seviyelerinde fiyat değişimleri tüketimi yüksek oranlarda azaltmadığı için ÖTV'nin bu malların kullanımı üzerinde büyük bir etkiye sahip olmadıkları iddia edilmektedir. Bu ürünler üzerinden elde edilen gelirin büyüklüğü de bu görüşü doğrulamaktadır.³⁰³

1.3.4. Adalet Açısından Değerlendirme

ÖTV dolaylı vergileri artan oranlı hale getirerek gelir dağılımındaki eşitsizlikleri düzeltmek amacıyla da kullanılmaktadır. Dolaylı vergileri artan oranlı duruma getirebilmek için; (i) Vergiyi harcamalara göre artan oranlılaştırmak, (ii) Lüks tüketim ürünlerine yüksek vergi oranları uygulamak, (iii) Çeşitli ürünlere farklı vergi oranları uygulamak ya da (iv) Temel (zorunlu) tüketim mallarını vergi dışı bırakmak gibi

³⁰⁰ Hines Jr, a.g.m., (2007a), pp. 2-3.

³⁰¹ Cnossen, a.g.e., p. 39.

³⁰² Rosen, a.g.e., pp. 476-477.

³⁰³ Turhan, a.g.e., s. 189.

seçenekler tercih edilmektedir.³⁰⁴ Dolaysız vergilerde uygulanabilen artan oranlılığın dolaylı vergilerde etkin bir biçimde uygulanamadığı kabul edilmektedir. ÖTV'ye de teknik açıdan bakıldığında artan oranlılık uygulanmamaktadır çünkü bu vergilerde tüketim harcamalarının miktarı ne olursa olsun oran aynı kalmaktadır. Ancak bireylerin toplam gelirleri dikkate alındığında, gelir düzeyi arttıkça ödenen verginin gelire oranı azaldığından dolayı ÖTV tersine artan oranlı “gerileyici (*regressive*)” bir nitelik göstermektedir.³⁰⁵ ÖTV'nin gerileyici özelliği, gelir arttıkça tüketimin gelir içindeki payının düşmesinden kaynaklanmaktadır. Böylece gelir arttıkça özellikle yüksek gelirli bireylerde tüketim harcamalarında ödenen vergi oranı düşmektedir.³⁰⁶ Bir verginin gerileyici nitelikte olduğunun kabul edilmesi için ödenen verginin gelir içindeki payına bakılmaktadır. Bir vergi ödemesinde düşük gelire sahip bireyler veya kuruluşlar kazançlarından daha yüksek bir payı, yüksek gelire sahip olanlar ise kazançlarından daha az bir payı vergiye ayırıyorsa gerileyici niteliktedir. Gerileyici vergiler, marjinal vergi oranının ortalama vergi oranından daha düşük olduğu vergiler olarak da düşünülmektedir.³⁰⁷ Özellikle sigara ve alkol gibi alışkanlık verici maddelerin talebin fiyat esnekliğinin hem yüksek hem de düşük gelir grupları açısından düşük olması sebebiyle bu malları kullananların ödeme gücü ile zıt olan tersine artan oranlı (gerileyici) bir etki meydana gelmektedir. Bu nedenle bu tür ürünlerde yüksek oranlı ÖTV'nin gelir dağılımını düzenleyici etkisi olumsuzdur.³⁰⁸

Ancak lüks tüketim mal ve hizmetleri üzerinden alınan ÖTV, gelir dağılımında adaleti sağlayabilecek işlevler görürler. ÖTV kapsamına girecek mal ve hizmetler her ne kadar genel olarak kategorize edilse bile (lüks mallar, tütün ve ürünleri, alkollü içecekler, petrol ve ürünleri gibi) uygulamada her bir kategoriye tabi mal ve hizmetlerin belirlenmesinde ülkeler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu mal ve hizmetlerin kapsamı gelir dağılımını belirleyen başlıca unsurdur.

Özellikle az gelişmiş ülkelerde şeker ve tuz gibi temel gıda maddeleri üzerinden alınan ÖTV bu ülkelerdeki düşük gelirli hane halkları üzerinde regresif bir niteliğe sahiptir. Tütün ürünleri, alkollü içecekler, kibrit, kumaş vb. üzerinden alınan ÖTV de

³⁰⁴ Edizdoğan, a.g.e., s. 18.

³⁰⁵ a.g.e., ss. 16-17.

³⁰⁶ Cnossen, a.g.e., p. 38.

³⁰⁷ Jodi Beggs, “What Are the Different Types of Taxes?”, 15 April 2018, <https://www.thoughtco.com/overview-of-the-different-types-of-taxes-1147950>, (24.03.2021).

³⁰⁸ Turhan, a.g.e., s. 188.

orta ve üst gelir gruplarındaki bireyler için regresif nitelik göstermektedir. Az gelişmiş ülkelerde tersine artan oranlılık gösteren bu tür vergiler gelir dağılımını bozucu yönde etki etmektedir. Öte yandan gelişmiş ülkelerde ise genelde lüks tüketim malları üzerinden alınan vergiler ödeme güçlerini daha iyi yansıttığından daha adil vergiler olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla ÖTV'nin adaletli olup olmadığı konusu ülkenin gelişmişlik düzeyine, verginin hangi ürünler üzerinden hangi oranlarda alındığına ve bireylerin toplam gelirleri üzerinde ortaya çıkardığı vergi yüküne bağlı değişmektedir.³⁰⁹ Görüldüğü gibi talebin gelir esnekliği yüksek olan lüks tüketim mallarının vergilendirilmesi gelir dağılımındaki eşitsizlikleri ortadan kaldırmaya yardımcı olurken, talebin gelir esnekliği düşük olan zorunlu gıda ürünleri üzerinden alınan ÖTV gelir dağılımını düşük gelirli aleyhine bozucu etki yaratmaktadır.³¹⁰ ÖTV'nin düşük gelir grupları üzerinde ortaya çıkardığı regresif etkiler gelir eşitsizliklerini daha da artırmaktadır.

ÖTV'nin asıl amacı bireylerin sağlıksız ürünleri tüketmesini engellemek ve rasyonel seçimler yapmaya yönlendirmektir. Düşük gelire sahip hane halkları ile yüksek gelire sahip hane halkları karşılaştırıldığında ÖTV düşük gelire sahip hane halkları üzerinde daha ağır bir vergi yükü oluşturmaktadır. Özellikle atıştırmalık sağlıksız yiyecekler (bisküvi, cips vb.) için sağlıklı beslenmeyi teşvik etmek amacıyla uygulanan ÖTV, vergi artışına rağmen bu ürünleri almaya devam eden düşük gelirli hane halklarının bütçelerinin orantısız bir şekilde daha fazlasını harcamalarına sebep olmaktadır. Yüksek gelirli hane halkları ise vergi artışlarından etkilenmemekte ve tüketim miktarlarını da değiştirmemektedir. Düşük gelirli hane halkları üzerinde ağır yük oluşturan bu tür vergiler gerileyici kabul edildiğinden yatay ve dikey vergi adaleti olarak bilinen kamu maliyesinin iki normatif ilkesini de ihlâl etmektedir.³¹¹

ÖTV'deki artıştan dolayı yoksulların gerçek harcanabilir gelirindeki azalma, diğer temel harcamalarının kısılmasına da yol açabilmektedir. Eğer vergideki bir artış, yoksulların çalışma veya öğrenme yeteneklerini zayıflatıyorsa vergilemede adalet prensibi zedelenmiş olmaktadır. Hükümetler ÖTV'de bir artışa karar verirse düşük gelirli bireylerin temel ihtiyaç harcamaları kısıtlanabilir. Böyle bir durumda devletin

³⁰⁹ Edizdoğan, a.g.e., s. 20.

³¹⁰ Erdem, Şenyüz, Tatlıoğlu, a.g.e., s. 326.

³¹¹ Hoffer, et al., a.g.m., pp. 36-37.

düşük gelirli bireylere destek olması gerekmektedir. Örneğin; lüks malların ve servet unsurlarının (ev, araba gibi) vergilendirilmesinden elde edilen ÖTV gelirleri, yoksullar için eğitim, sağlık ve yiyecek gibi harcamalara yönlendirilmeli ve gelirin yeniden dağıtımında adalet sağlanabilir.³¹²

1.3.5. Davranışları Etkileme Açısından Değerlendirme

Bireylerin vergiye karşı tavır ve tutumları tüm ekonomik sistemi yakından ilgilendirmektedir. Vergilerin bireylerin ekonomik davranışları üzerindeki etkisi, üç farklı nedenden dolayı önemlidir. *İlk* olarak, bireylerin vergiye karşı davranışsal tepkisi, vergi oranlarındaki ve vergi kurallarındaki değişikliklerin gelir sonuçlarını etkilemektedir. Bir diğer ifadeyle vergi düzenlemelerinde yapılan değişiklikler ile bireyin elde ettiği kişisel geliri değişmektedir. Buna bağlı olarak devlete ödediği vergi miktarı artış ya da azalış göstererek toplam vergi gelirleri etkilenmektedir. *İkincisi*, vergilerin ekonomik verimlilik veya aşırı vergi yükü üzerindeki etkileri, bireylerin davranışsal tepkilerine bağlıdır. *Üçüncüsü*, vergi değişikliklerinin toplam talep ve istihdam üzerindeki kısa vadeli makroekonomik sonuçlarını anlamak için davranışlar önemlidir.³¹³ Alkol ve tütün tüketimi zaman içinde aşırı kullanıldığında bağımlılık yapmaktadır. Genellikle genç yaşlarda edinilen bu alışkanlıklarda birçok tüketici bu ürünlerin zararlı kullanımını sonucunda kendilerine verecekleri gerçek ve potansiyel tehlikeleri tam olarak bilmemektedir. Böyle bir durumda tüketicilerin rasyonel karar alması beklenmemektedir. Elleman-Jensen (1991) çalışmasında özellikle bağımlılık yapan erdemsiz ürünlere yönelik oluşturulan hükümet politikalarında paternalist tutumlar ön plana çıkmaktadır. Kamu sektörü paternalist tutumla hareket ederse, erdemsiz malların kullanımının yol açtığı zararların farkında olmayan tüketicilerin ÖTV ile beraber tüketim ve davranış kalıpları değişme potansiyeline sahiptir.³¹⁴ ÖTV, yasa koyucular için tüketimin azalmasında ve maliyetlerin giderilmesinde önemli bir politika

³¹² Cnossen, a.g.e., p. 117.

³¹³ Martin S.Feldstein, "Effects of Taxes on Economic Behavior", *National Bureau of Economic Research*, Working Paper No.13745, (January 2008), p. 1.

³¹⁴ Nuria Badenes-Plá, Andrew M. Jones, "Addictive Goods and Taxes: A Survey from an Economic Perspective", *Hacienda Publica Espanola*, V.167, N.4, (2003), p. 130.

aracı olmaktadır. Bağımlılık düzeyindeki zararlı davranışlar vergiler ile caydırılmaya çalışılmaktadır.³¹⁵

Davranışsal iktisat yaklaşımına göre bireylerin otokontrol sorunları, dikkatsizlik akılcı ve tutarlı seçimler yapamamak ve yanlış inançlar gibi davranış bozuklukları sigara, alkol ve sağlıksız yiyecekler gibi malların aşırı tüketilmesine yol açabilmektedir. Bireyler rasyonel kararlar alamadıklarında devletin müdahale politikaları uygulayarak kişileri doğru davranışa yönlendirmesi gerekmektedir. Çünkü sağlıksız malların tüketiminde yalnızca tüketen kişi değil tüm toplum olumsuz etkilenmektedir. Sağlıksız malların tüketimi topluma yönelik sağlık hizmetleri maliyetlerini ve çevresel maliyetleri arttırarak dışsallıklar da yaratmaktadır. Bu tür malların tüketimini caydırmak ve toplum refahını arttırmak için en doğru araç ÖTV'nin kullanılmasıdır.³¹⁶ Sağlığa ve topluma zararlı maddeleri bağımlılık derecesinde tüketenler, öz denetimden yoksun oldukları ve bilişsel başarısızlıklardan muzdarip oldukları için, kendilerinin akılcı ve tutarlı karar vermeleri beklenmemektedir.³¹⁷ Davranışsal iktisatçılar, ÖTV gibi seçici ürünlere uygulanan vergilerin olumsuz dışsallıklar yayan ürünlerin fiyatını yükselttiğini ve bireylerin öz denetim sorunlarının üstesinden gelmelerine yardımcı olduğunu savunmaktadır. Bireyler bilişsel önyargılarından ve bağımlılık sorunlarından dolayı sağlıksız malların tüketiminin kendilerine ve topluma yarattığı mevcut zararları önemsememektedir. Aynı zamanda bu malları tüketmenin gelecekte yaratacağı maliyetlerin de farkında değildir. ÖTV uygulanmadan, insanların şimdiki tüketimlerinin gelecekteki olumsuz sonuçlarını doğru bir şekilde hesaplamakta zorlandıkları için sağlığa zararlı malları aşırı miktarda tüketeceklerini gösteren çalışmalar bulunmaktadır.³¹⁸ Gruber ve Koszegi (2001) sigara içenlerin tüketim kararlarını inceledikleri çalışmasında sigara içmeye ilişkin tercihlerin zamanla tutarsız olduğunu belirterek bireylerin sigarayı bırakmalarına yardımcı olacak otokontrol cihazları aradıkları ifade edilmiştir. Sigaradaki ÖTV artışlarının hem sigara tüketiminin

³¹⁵ Badenes-Plá, Jones, a.g.m., p. 136.

³¹⁶ Hunt Allcott, Benjamin B. Lockwood, Dmitry Taubinsky, "Regressive Sin Taxes, with an Application to the Optimal Soda Tax", *The Quarterly Journal of Economics*, V.134, N.3, (2019a), p. 1558.

³¹⁷ Christopher Snowdon, "The Wages of Sin Taxes", *Adam Smith Institute*, (2012), p. 48.

³¹⁸ Charles J. Delmotte, Malte F. Dold, "Dynamic Preferences and the Behavioral Case Against Sin Taxes", *Constitutional Political Economy*, (2020), p. 4.

azalmasını sağladığı hem de tüketicilerin ileriye dönük tüketim davranışlarıyla tutarlı olduğu vurgulanmıştır.³¹⁹

Davranışsal ekonomi alanında yapılan son çalışmalarda da yüksek oranlı ÖTV'nin, tüketicilerin sağlıksız ve tutarsız kararlarından dolayı ortaya çıkan sosyal maliyetleri karşılamak ve dışsallıkları düzeltmek için önemli bir araç olarak kullanılabileceğini göstermektedir.³²⁰ O'Donoghue ve Rabin (2003) otokontrol ve özdenetim sorunları yaşayan bireylerin sağlıksız ürünleri tüketimlerine yönelik optimal vergilemeyi araştırdıkları çalışmalarında tüketim tercihlerinin düzeltilmesi amacıyla kullanılacak olan bir tüketim vergisinin faydalı olabileceğini ifade etmişlerdir.³²¹

Piyasa ekonomisinde maliyetler gözardı edilmekte ve bireylerden kaynaklı öz denetim sorununun neden olduğu çarpıklığı düzeltmekte piyasa temelli mekanizmalar etkisiz kalmaktadır. Devletin ÖTV uygulamalarıyla beraber sağlığa ve topluma zararlı ürünlerin maliyetleri artmaktadır. Aynı zamanda ÖTV'nin düzeltici doğası gereği tüketiciler daha rasyonel kararlar almakta ve dolayısıyla bireysel faydaları da olumlu etkilenmektedir.³²² Özellikle refah açısından bakıldığında sağlığa zararlı ürünler üzerinden alınan vergilerin refahı artırıcı etkileri olduğu ampirik çalışmalar ile de desteklenmektedir. Kotakorpi (2008) çalışmasında kullanımı sağlık açısından riskli ürünlerden alınan vergilerin refah etkilerinin önemli ölçüde o malın talebinin esnekliğine bağlı olduğu belirtilmiştir. Düşük gelirli bireylerin yüksek gelirli bireylerden daha esnek talebe sahip oldukları ölçüde, bu ürünler üzerinden alınan vergilerin artan oranlılık özelliği kazandığı dolayısıyla daha adil olduğu ifade edilmiştir. Özellikle tüketicilerin zamanla tutarsız tercihleri olduğunda, sağlıksız mallar üzerindeki vergilerin ilerici etkileri olabileceği vurgulanmıştır.³²³ Gruber ve Mullainathan (2005) mutluluk ve tüketim vergisi arasındaki ilişkiyi sigara üzerinden incelemiş ve verginin refah üzerindeki etkisini araştırmıştır. Tüketim vergilerinin sigara içenleri daha mutlu ettiğine dair tutarlı kanıtlar bulunmuştur. Bu kanıt, daha yüksek oranlı sigara vergileri

³¹⁹ Jonathan Gruber, Botond Koszegi, "Is Addiction "Rational"? Theory and Evidence", *The Quarterly Journal of Economics*, V.116, N.4, (2001), pp. 1261-1303.

³²⁰ Philip DeCicca, Donald Kenkel, Feng Liu, "Excise Tax Avoidance: The Case of State Cigarette Taxes", *Journal of Health Economics*, V.32, N.6, (2013), p. 1130.

³²¹ Ted O'Donoghue, Matthew Rabin, "Studying Optimal Paternalism, Illustrated by a Model of Sin Taxes", *American Economic Review*, V.93, N.2, (2003), pp. 186-191.

³²² Markus Haavio, Kaisa Kotakorpi, "The Political Economy of Sin Taxes", *European Economic Review*, V.55, N.4, (2011), p. 575.

³²³ Kaisa Kotakorpi, "The Incidence of Sin Taxes", *Economics Letters*, V.98, N.1, (2008), pp. 95-99.

ile refahın arttığını göstermektedir. Sigara içenler sigara üzerinden alınan vergilerin özkontrol aracı işlevinin daha etkili olabileceğini düşünmektedir. Mutluluk refahın bir göstergesi olarak kabul edildiğinden sigaradan alınacak bir verginin refahı artıracığı ifade edilmiştir.³²⁴ Ancak ÖTV'nin başarısı tüketicinin kendi kendini kontrol etme mekanizmalarının düzeyine bağlıdır. İleri düzeyde alkol kullanan bir bireyin tüketimi sadece sosyal içici olan bir bireyle kıyaslandığında vergilerin kişilerin davranışı üzerindeki etkisi de değişmektedir. Örneğin, yüksek düzeyde öz denetim sorunları olan tüketicilerin, düşük öz denetim sorunları olan tüketicilere göre daha yüksek vergilerle karşı karşıya kaldıkları bir durumda verginin, tüketimi hangi bireyde daha çok değiştireceği bir tartışma konusudur.³²⁵

Günümüzde tüm dünyada tütün kullanımı, aşırı alkol kullanımı ve şekerle tatlandırılmış içeceklerin tüketimi, sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin artmasına ve verimlilik kayıplarına neden olmaktadır. ÖTV bu ürünlerin tüketimini azaltmakta ve sağlığa ve topluma yayılan olumsuz maliyetleri düşürmektedir. Bu tür bir vergilendirme ilk etapta gelir yaratma amacıyla alınmış olsa da hükümetler bu vergileri sağlıksız ürünlerin tüketimini caydırmak için giderek daha fazla kullanmaktadır. ÖTV'de ana amaç, bireylerin bu ürünleri kullanımına yönelik tavır, tutum ve davranışlarını değiştirmesini sağlamaktır. Temelde davranış değişirse tüketim de buna bağlı değişmektedir. ÖTV genellikle tüketiciler için daha yüksek fiyatlara yol açarak vergilendirilen ürünlere olan talebi azaltmayı hedeflemektedir. Ancak vergi artışı yapıldıktan sonra fiyatların davranışları ne derecede etkilediği ve yönlendirdiği talebin fiyat esnekliğine (% 1'lik bir fiyat artışından kaynaklanan talep edilen miktardaki yüzde değişim) bağlıdır. Fiyat esnekliği, tüketicilerin malı zorunlu ya da lüks mal olarak değerlendirmesinin, tüketicinin gelirinden o mal için ne kadar pay ayırdığının ve ikame ürünlerin varlığının bir fonksiyonudur.³²⁶

Vergili fiyatların bağımlılık yaratan malların tüketimi üzerindeki etkisi hem alkollü içecekler hem de tütün ürünlerini konu alan birçok çalışmada araştırılmıştır. Özellikle alkol bağımlılarının, daha ucuz alkollü içeceklerin ikame edilmesi veya diğer

³²⁴ Jonathan Gruber, Sendhil Mullainathan, "Do Cigarette Taxes Make Smokers Happier?", *The B.E. Journal of Economic Analysis and Policy*, V.5, N.1, (2005), pp. 1-45.

³²⁵ Haavio, Kotakorpi, a.g.m., pp. 587-588.

³²⁶ Frank J. Chaloupka, Lisa M. Powell, Kenneth E. Warner, "The Use of Excise Taxes to Reduce Tobacco, Alcohol, and Sugary Beverage Consumption", *Annual Review of Public Health*, V.40, (2019), p. 188.

temel ihtiyaçlarının kısılması da dâhil olmak üzere, alkol tüketimini yüksek düzeyde sürdürmek için ne gerekiyorsa yapacaklarına dair yaygın bir varsayım bulunmaktadır. Tüketimi kısımaya yönelik tasarlanmış ÖTV'deki bir artış politikası, daha az alkol tükemeye sebep olacağı için alkol bağımlılarının hayatlarını zorlaştırmakta, ancak alkollü tamamen bırakmalarını da sağlayamamaktadır.³²⁷

ÖTV'ye karşı bireylerin alkollü ürünlere yönelik taleplerinde yaratacağı değişime yönelik araştırmalar yapılmıştır: Kenkel (1993) alkollü ürünlere olan talebi incelediği araştırmasında, alkol fiyatını artırmak için vergi artışı yapılmasının yararlı bir politika aracı olduğunu belirtmiştir. Fiyat değişkeninin özellikle yüksek derecede alkol kullananlar üzerinde olumsuz ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Talebin fiyat esnekliği erkekler için tahmini -0.71 iken kadınlarda -1.14 şeklinde hesaplanmıştır.³²⁸ Manning vd. (1995) alkol talebinin fiyata duyarlılığını ve fiyat esnekliğinin içme seviyesiyle nasıl değiştğini analiz etmiştir. Çalışmada alkol talebinin fiyata duyarlı olduğu ancak içme seviyesine göre farklılaştığı belirtilmiştir. Hafif ve ılımlı içiciler fiyata karşı duyarlıdır. Bu nedenle, ağır veya bağımlılık derecesindeki alkol tüketimini önlemek için tasarlanmış bir alkol vergisi, düşük derecede alkol kullananlar için refah kayıpları oluşturmaktadır. Yüksek seviyede alkol tüketenler ise hafif alkol kullananlara göre daha düşük fiyat esnekliğine sahip olup fiyata daha az duyarlıdır. Bir başka değişle alkol bağımlılığı olanlarda fiyatlara tepki çok düşük seviyelerdedir. Bu durum yüksek seviyede alkol kullananların fiyatlardaki düşük değişiklikler karşısında içki içmeyi sürdürmenin bir yolunu bulacağı şeklindeki geleneksel görüşü doğrulamaktadır.³²⁹ Angulo ve arkadaşları (2001) İspanya'da alkol tüketimine yönelik talebi belirleyen faktörleri incelemiş ve alkollü içkilerin fiyat esnekliklerini araştırmıştır. Araştırma sonucunda talebin fiyat seviyesine bağlı olduğu belirtilmiştir. Bira, şarap vb. alkollü içkilerin tümünde fiyat esnekliği negatif ve anlamlı bulunmuştur.³³⁰

³²⁷ Badenes-Pla, Jones, a.g.m., pp. 137-138.

³²⁸ Donald S.Kenkel, "Drinking, Driving, and Deterrence: the Effectiveness and Social Costs of Alternative Policies", *Journal of Law and Economics*, V.36, N.2, (1993), p. 890.

³²⁹ Willard Manning, Linda Blumberg, Lawrence H. Moulton, "The Demand for Alcohol:The Differential Response to Price", *Journal of Health Economics*, V.14, N.2, (1995), pp. 141-142.

³³⁰ Ana M.Angulo, Jose M. Gil, Azucena Gracia, "The Demand for Alcoholic Beverages in Spain", *Agricultural Economics*, V.26, N.1, (2001), p. 82.

Talebin fiyat esnekliğinin sigara ve tütün ürünleri üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalar da bulunmaktadır:

Douglas (1998), rasyonel bir bağımlılık modeli bağlamında mevcut, geçmiş ve gelecekteki sigara fiyatlarının, sigaraya başlama ihtimali üzerinde istatistiksel açıdan önemsiz bir etkisi bulunduğu ve sigarayı bırakma olasılığında ise cari ve geçmiş fiyatların önemsiz olduğu sonucuna varmıştır. Ancak sonuçlar, gelecekteki sigara fiyatlarındaki artışların sigarayı bırakma oranlarını önemli ölçüde artıracaklarını göstermektedir. Gelecekteki sigara fiyatlarında %1’lik kalıcı bir artış, sigara tüketme alışkanlığının ortalama süresini yaklaşık %1 oranında azaltmaktadır. Öte yandan, cari sigara fiyatının sigarayı bırakma üzerindeki etkisi istatistiksel olarak önemsizdir. Geçmişteki fiyat artışlarının, mevcut bırakma olasılığı üzerinde çok az etkisi olduğu bulunmuştur. Çalışma sonucunda sigarayı bırakmada geçmiş ve cari fiyatlar önemli olmamakla beraber gelecekteki fiyatların önemli olduğu vurgulanmıştır.³³¹ Forster ve Jones (2001) Birleşik Krallık’ta sigara ürünlerinde yapılan vergi artışlarının sigara içme kararına olan etkisini incelemiştir. Her bireyin sigara içtiği ve sigaradan kaçındığı sürenin yaklaşık uzunluğunu tahmin etmek amacıyla sigara içmeye ilişkin geçmişe dönük bilgileri kullanmışlardır. Sigarayı bırakmada sigara içilen yıl sayısının vergiye göre tahmini esnekliğinin hem erkekler hem kadınlar üzerinde 0,40 ile 0,70 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç tütün vergisindeki %5’lik gerçek bir artışın ortalama olarak sigara içme yıllarında %2 ile %3,5 arasında bir azalmaya yol açacağı anlamına gelmektedir. Bu azalmanın sigarayı bırakma kararını da olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.³³² İspanya özelinde araştırma yapan Lopez (2002), sigaraya başlama ve bırakma eğiliminde tütün fiyatının önemini incelemiştir. Fiyatların sigaraya başlama eğilimi üzerinde çok küçük bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir. Sigarayı bırakma üzerinde ise fiyatların istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu vurgulanmıştır.³³³

Şekerle tatlandırılmış içeceklere olan talebin fiyat esnekliğini inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır:

³³¹ Stratford Douglas, “The Duration of the Smoking Habit”, *Economic Inquiry*, V.36, N.1, (January 1998), p. 62.

³³² Martin Forster, Andrew M. Jones, “The Role of Tobacco Taxes in Starting and Quitting Smoking: Duration Analysis of British Data”, *Journal of the Royal Statistics Society Series A (Statistics in Society)*, V.164, N.3, (2001), p. 545.

³³³ Angel Lopez Nicolas, “How Important are Tobacco Prices in the Propensity to Start and Quit Smoking? An Analysis of Smoking Histories from the Spanish National Health Survey”, *Health Economics*, V.11, (2002), pp. 533-534.

Lin ve arkadaşları (2011) Amerika Birleşik Devletleri’nde 1998-2007 yılları arasındaki Nielson Ulusal Tüketici Paneli (Nielson National Consumer Panel) verileri kullanılmıştır. Çalışmada 8 farklı içecek grubunun esneklikleri AIDS (Almost Ideal Demand System) modeline göre hesaplanmıştır. Şekerli içeceklerin düşük ve yüksek gelirli hanehalkları için fiyat esnekliğini tahmin etmiştir. Düşük gelirli gruplar için şekerli içeceklerin fiyat esnekliği -0,949; yüksek gelirli gruplar için şekerli içeceklerin fiyat esnekliği ise -1,292 olarak ifade edilmiştir. Görülmektedir ki yüksek gelirli olanların şekerli içeceklere olan talebi düşük gelirli olanlara göre daha esnektir.³³⁴

Dharmasana ve Capps (2012) Amerika Birleşik Devletleri’nde Nielsen Homescan Panelinden 1998 ile 2003 yılları arasındaki aylık verileri kullanarak önerilen bir verginin şekerle tatlandırılmış içecekler üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmada QUAIDS (Quadratic Almost Ideal Demand System) modeli kullanılmıştır. Çalışmada normal alkolsüz içeceklerin fiyat esnekliği -2,25; meyve sularının fiyat esnekliği ise -1,17 olarak ifade edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre şekerli içeceklere uygulanacak olan %20’lik bir verginin vücut ağırlığında 1,54 ile 2,55 libre (yarım kilogramlık bir ağırlık ölçü birimi) azalma sağlayacağı tahmin edilmektedir.³³⁵

Chacon ve arkadaşları (2018) Guatemala için hanehalkı anket verilerini kullanarak süt, alkolsüz içecekler, paketlenmiş meyve suları ve şişelenmiş suyun fiyat esnekliklerini tahmin etmiştir. Tüm içecekler için fiyat esneklikleri negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Alkolsüz içeceklerin fiyat esnekliği -1,39 olup, %10’luk bir fiyat artışının tüketimi %13,9 azaltacağı görülmektedir. Sütün fiyat esnekliği -1,04, paketlenmiş meyve suyu fiyat esnekliği -0,34, şişelenmiş suyun fiyat esnekliği ise -1,42 olarak tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda meşrubat talebinin fiyat değişikliklerine karşı duyarlı olduğu ve fiyat artışlarının tüketimi düşüreceği belirtilmiştir. Tüketimin azaltılmasının ise aşırı kilo ve obezite rahatsızlıklarını azaltacağı ifade edilmiştir.³³⁶

³³⁴ Biing-Hwan Lin, et al, “Measuring Weight Outcomes for Obesity Intervention Strategies: The Case of A Sugar-Sweetened Beverage Tax”, *Economics and Human Biology*, V.9, N.4, (2011), pp. 329-341.

³³⁵ Senarath Dharmasena, Oral Capps, “Intended and Unintended Consequences of A Proposed National Tax on Sugar-Sweetened Beverages to Combat the U.S. Obesity Problem”, *Health Economics*, V.21, N.6, (2012), pp. 669-694.

³³⁶ Violeta Chacon, et al, “Own-Price, Cross-Price, and Expenditure Elasticities on Sugar-Sweetened Beverages in Guatemala”, *PLoS ONE*, V.13, N.10, (2018), pp. 1-12.

ÖTV'deki değişikliklerin farklı malların fiyatları üzerindeki etkisini ve tüketim durumlarını inceleyen birçok ampirik çalışma yapılmıştır. Bu bağlamda, birçok çalışmada elde edilen sonuçlar tüketicilerin ürünleri satın aldığı toplam fiyatın, ÖTV'deki artıştan daha fazla arttığı sonucuna ulaşmıştır. ÖTV'deki değişimin satış fiyatlarını aşırı ölçüde değiştirdiğinin ampirik kanıtları bulunmuştur.³³⁷ Keeler vd. (1996) 1960 ve 1990 yılları arasındaki Amerika Birleşik Devleti'ndeki 50 eyalet için eyalet vergilendirmesinin eyaletlere göre perakende sigara fiyatları üzerindeki etkilerini analiz etmiştir. Elde edilen bulgulara göre eyalet vergilerindeki 1 sentlik bir artış 1,11 sentlik bir fiyat artışıyla sonuçlanmaktadır.³³⁸ Benzer bir çalışma da Young ve Bielinska-Kwapisz (2002) tarafından alkollü içecekler üzerinde yapılmıştır. Tahminler, fiyatların tüketim vergilerindeki artıştan önemli ölçüde daha fazla arttığını göstermektedir. Vergilerdeki bir artışın, perakende düzeyine ulaştığında fiyatta daha büyük bir artışa yol açtığı ifade edilmiştir.³³⁹

Vergiler aynı zamanda perakende satışları şekillendirmektedir. Einav vd (2014), internet üzerinden perakende satın alımların satış vergilerine duyarlılığını incelemiştir. Elde edilen bulgulara göre eyalet vergisindeki her %1'lik artışın, çevrimiçi satın alımları %2 artırdığını, ancak tüketicinin kendi eyaletlerinde bulunan perakendecilerden çevrimiçi satın almalarını %3 ile 4 oranında azalttığını tahmin etmiştir.³⁴⁰ Goolsbee (2000) yerel satış vergilerinin internet ticareti üzerindeki etkisini incelemek için yaklaşık 25.000 çevrimiçi kullanıcının satın alma kararlarını incelemiştir. Sonuçlar yüksek satış vergileri bulunan yerlerde yaşayan insanların çevrimiçi satın alma olasılığının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Mevcut satış vergilerinin internet ticaretine uygulanmasının çevrimiçi alıcıların sayısını %24'e kadar azaltabileceği belirtilmiştir.³⁴¹

Chetty, Loony ve Kroft (2007), bir markette üç haftalık bir dönemde satış vergisine tabi 750 ürünlerdeki etiketlerdeki fiyatlarda vergiyi ayrıca belirterek bir

³³⁷ Dutkowsky, Sullivan, a.g.m., pp. 111-112.

³³⁸ Theodore E. Keeler, et al, "Do Cigarette Producers Price-Discriminate by State? An Empirical Analysis of Local Cigarette Pricing and Taxation", *Journal of Health Economics*, V.15, N.4, (1996), pp. 499-512.

³³⁹ Douglas J. Young, Agnieszka Bielinska-Kwapisz, "Alcohol Taxes and Beverage Prices", *National Tax Journal*, V.55, N.1, (2002), pp. 57-73.

³⁴⁰ Liran Einav, et al, "Sales Taxes and Internet Commerce", *American Economic Review*, V.104, N.1, (2014), pp. 1-26.

³⁴¹ Austan Goolsbee, "In a World Without Borders: The Impact of Taxes on Internet Commerce", *The Quarterly Journal of Economics*, V.115, N.2, (2000), pp. 561-576.

araştırma yapmıştır. Verginin fiyatlarda açık bir şekilde gösterilmesi tüketicilerin vergilere daha fazla tepki göstermesine sebep olmuştur. Bu vergiler belirgin olmadığında ise müşteriler düşük tepkiler göstermiştir. Çalışmada tüketicinin ödemesi gereken vergi miktarını açıkça belirten fiyat etiketlerinin, talebi %8 azalttığı bulunmuştur. Araştırma sonucunda verginin belirgin olmasının ve tüketici tarafından tam anlamıyla algılanmasının davranışsal tepkileri etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmadan da anlaşıldığı üzere tüketicilerin vergiye yönelik tavır ve tutumlarının belirlenmesinde vergiyi nasıl algıladıkları önemli bir husustur.³⁴² Araştırmada sınırlı rasyonalite modeli kapsamında belirli şartlarda vergilendirmeye karşı davranışsal tepkilerin daha büyük olduğu öngörülmüştür. Bu şartlar; yüksek vergi oranları uygulanması, talebin fiyat esnekliğinin büyüklüğü ve mal için harcanan miktarın yüksek olduğu durumlar olarak sayılmıştır.³⁴³ Benzer şekilde Goldin (2012), bir verginin fiyat içindeki maddi maliyetinin göze çarpmasının vergi mükelleflerinin davranışını önemli ölçüde değiştirdiğini öne süren araştırmalara genel bir bakış sunmaktadır. Malın vergi sonrası fiyatı tüketicilere daha belirgin bir şekilde gösterildiğinde vergiye karşı daha güçlü davranışsal tepkiler verildiği görülmüştür. Görülmektedir ki ÖTV'nin belirginliği vergi mükelleflerinin davranışını da şekillendirmektedir.³⁴⁴ Epstein vd. (2010), yüksek kalorili gıdaların fiyatını vergi yoluyla artırmanın veya düşük kalorili besleyici gıdaların fiyatını %12,5 ve %25 oranında düşürmenin satın alımlar üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmada vergilerin başarılı olduğu görülmüştür. Düşük besin yoğunluğuna sahip daha az sağlıklı yiyeceklerin vergilendirilmesi, enerji (kalori) alımını azaltırken, yağ oranını da azaltmakta ve satın alınan protein oranını artırmaktadır. Böylece vergiler yoluyla sağlıklı ürünler teşvik edilmiş, sağlıksız ürünler ise caydırılmış olmaktadır.³⁴⁵

Yukarıda konu ile ilgili yapılan ampirik çalışma sonuçları göstermiştir ki bu vergilerin genellikle alkol tüketimi, şekerli içecekler ve tütün tüketimi dâhil olmak üzere tüketimi önleme ve istenmeyen davranışları azaltma konusunda etkili olduğunu

³⁴² Raj Chetty, Adam Looney, Kory Kroft, “Salience and Taxation: Theory And Evidence”, *National Bureau of Economic Research*, Working Paper No. 13330, (2007), p. 1.

³⁴³ Chetty, Looney, Kroft, a.g.m., p. 40.

³⁴⁴ Jacob Goldin, “Sales Tax Not Included: Designing Commodity Taxes for Inattentive Consumers”, *Yale Law Journal*, V.122, N.1, (2012), p. 258.

³⁴⁵ Leonard H.Epstein, et. al, “The Influence of Taxes and Subsidies on Energy Purchased in an Experimental Purchasing Study”, *Psychological Science*, V.21, N.3, (2010), p. 406.

göstermektedir. Tütün kullanımına yönelik kapsamlı analizler, vergi artışlarının talebi azaltmak için en etkili müdahale aracı olduğunu göstermektedir.

Tüketiciler vergi artışı yaşanan malları tüketmeyerek tepki göstermek dışında başka tepkisel davranışlar da sergilemektedir. Örneğin, DeCicca, Kenkel ve Liu (2013), çalışmalarında tüketicilerin sigaraya uygulanan vergilerden kaçınmak için eyalet sınırlarını bile geçebileceklerine dair bulgular sunmaktadır. Tüketiciler sırf bir malın tüketiminden mahrum kalmamak için farklı bölgelere de geçiş yapabilmektedir. Bazen tüketiciler sigara satın alımlarında eyaletler arası vergi farklarından yararlanma yolunu tercih etmektedir. Bu durum sigara vergisindeki artışlara bireylerin güçlü tepkiler gösterdiğinin bir kanıtıdır.³⁴⁶

Olumsuz dışsallık yayan mallarda ÖTV'nin başarıya ulaşması için ek düzenlemeler de yapılmalıdır. Spesifik veya advalorem ÖTV'ler sigara kullananların, içki içenlerin, kumar oynayanların, çevreyi kirletenlerin ve sürücülerin davranışlarını tek başına düzeltebilen araçlar değildir. Tütün ürünleri ve alkollü içecekler üzerinden yüksek oranlı alınan vergiler genellikle aşırı tüketimi azaltmaktadır. Ancak yalnızca bir tütün vergisi, pasif içiciliğin sağlığa ve topluma etkileriyle uygun maliyetli bir şekilde başa çıkamamaktadır. Halka açık yerlerde sigara içilmesine farklı kamusal düzenlemeler uygulanması dışsallıklar ile mücadele etmek için gerekmektedir. Benzer şekilde, alkol tüketim vergisi, insanların bir içki içtikten sonra arabalarının direksiyonuna geçmelerini engellemek için yetersiz bir araçtır. Bu sebeple alkollü araç kullanmayı önlemek için vergiden daha güçlü çeşitli caydırıcı yasaklar getirilmelidir. Kumar oyunlarının engellenmesi de tek başına vergiler yoluyla mümkün değildir. İnsanların kumar oynamasına izin verilen yaşın veya koşulların belirli kurallar ile düzenlenmesi gerekmektedir. Çevre vergileri de olumsuz dışsallıkların azaltılmasını tek başına garanti edememektedir. Çevre vergilerinin etkinliği kirletenlerin davranışsal tepkilerine bağlıdır. Çevresel tüketim vergilerinin, çok sayıda üretim ve tüketim faaliyetinde geniş kapsamlı davranış değişikliklerinin gerekli olduğu durumlarda çevre politikalarıyla beraber kullanılması önerilmektedir.

Özetle vergiler, bireylerin rasyonel olmayan davranışlarını düzeltmek, tüketimleri azaltılmak istenen malların tüketimini kısmak, ortaya çıkan sosyal maliyetleri telafi

³⁴⁶ DeCicca, Kenkel, Liu, a.g.m., p. 1130.

etmek ve olumsuz dışsallıkları ortadan kaldırmak için tek başına yeterli değildir. ÖTV politikalarının düzenleyici tedbir ve kurallarla beraber etkinlik ve etkileşim analizleri yapılarak uygulanması gerekmektedir.³⁴⁷

2. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR VE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİ

ÖTV'nin ülkelerde uygulanmasının başlıca nedeni olumsuz dışsallıklardır. Bu nedenle olumsuz dışsallık kavramının ayrıntılı açıklanması ÖTV'nin gerekçesi ve kapsamını da belirlemeye yardımcı olacaktır. Bu başlık kapsamında dışsallık kavramına ilişkin teorik açıklamalar, olumsuz dışsallıkların ekonomik analizi ile dışsallıkların içselleştirilmesinde kamu ve piyasa çözüm önerileri açıklanmaktadır.

2.1. DIŞSALLIK KAVRAMINA İLİŞKİN TEORİK AÇIKLAMALAR

Dışsallıkların varlığı durumunda piyasa ekonomisinde ortaya çıkan fiyatlar malın ya da hizmetin gerçek sosyal maliyetini ve gerçek sosyal faydasını içermemektedir. Özel fayda ve maliyetler dışında çevreye ve topluma yayılan fayda ve maliyetler de bulunmaktadır.³⁴⁸ Gerçek maliyet ve fayda toplumu yayılan fayda ve maliyetleri de içermektedir. Gerçek maliyet ve faydaları içermeyen fiyatlar piyasada etkin kaynak tahsisinin sağlanmasına da engel olmaktadır. Etkin kaynak tahsisinin yapılamadığı ve piyasa başarısızlıklarının söz konusu olduğu dışsallıklar durumunda devlet müdahalesi gerekmektedir. Çünkü piyasaya müdahale edilmeyen durumlarda piyasadaki aktörler, gerçek sosyal maliyet ve gerçek sosyal faydaları içermeyen fiyatları uygulamaya devam etmekte ve üçüncü tarafların fayda ve maliyet fonksiyonları da bu durumdan etkilenmektedir. Oysa piyasadaki aktörlerin üretim ya da tüketim faaliyetinin ortaya çıkardığı maliyet veya faydaların fiyata dâhil edildiği durumlarda dışsallık ortaya çıkmamakta ve piyasaya herhangi bir müdahale gerekmemektedir.³⁴⁹ Dışsallıkların varlığı durumunda piyasadaki alıcı ve satıcıların üretim ya da tüketim faaliyetlerinden etkilenen üçüncü tarafların yüklendiği fayda ve maliyetler piyasada dikkate

³⁴⁷ Cnossen, a.g.m., pp. 15-17.

³⁴⁸ Nazan Susam, *Kamu Maliyesi: Temel Kavram ve Esaslar*, 4.b., İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, 2020, s. 106.

³⁴⁹ Hyman, a.g.e., p. 98.

alınmamaktadır.³⁵⁰ Ancak dışsallıkların varlığı söz konusu olduğunda ve fayda ve maliyetlerin piyasada fiyatlara yansımadağı durumlarda bu fayda ve maliyetler topluma yayılmaktadır. Pareto optimallik şartı olan “Fiyat = Marjinal Maliyet” ilkesi zedelenmektedir.³⁵¹ Pareto optimumunun sağlanamamasının nedeni, dışsallıkların piyasa içinde fiyatlandırılmama sorunundan kaynaklanmaktadır. Piyasa içinde oluşan fiyatların gerçek fayda ve maliyetleri yansıtmaması kaynak dağılımında etkinsizliklere sebep olmakta ve piyasa başarısızlıklarına yol açmaktadır.³⁵² Dışsallıkların piyasa başarısızlıklarına yol açmasındaki en önemli etken, dışsallık yaratan iş ya da faaliyetin piyasa içinde fiyatlandırılmama sorunudur. Herhangi bir iktisadi faaliyetin, faaliyetle ilgilenenler dışında üçüncü taraflara fayda sağlaması ya da maliyet oluşturmaması durumu devlet müdahalesi gerektirmektedir. Çünkü özel fayda ve maliyetler dışında çevreye ve topluma yayılan fayda ve maliyetler de bulunmaktadır.³⁵³

2.1.1. Dışsallık Tanımı

Dışsallıklar, piyasa ekonomisinin yetersizliklerinin nedenlerinden biri olarak ifade edilmektedir. Piyasadaki alıcı ve satıcıların herhangi bir faaliyetinden üçüncü tarafların (bir hane ya da işletme) etkilenmesi durumunda dışsallıklar ortaya çıkmaktadır. Dışsallıklar en basit ifadeyle “fiyatlara yansıtılmayan piyasa işlemlerinin maliyetleri veya faydaları” olarak tanımlanmaktadır.³⁵⁴ Dışsallık, “bir bireyin ya da bir firmanın gerçekleştirdiği iktisadi faaliyetin, o iktisadi faaliyetin dışında bulunan bireyleri olumlu ya da olumsuz etkilemesidir.”³⁵⁵ Bir diğer ifade ile “bir varlığın (bir kişi veya bir firma) faaliyetinin, piyasa mekanizmasının dışında bir başkasının refahını doğrudan etkilemesi” biçiminde de açıklanmaktadır.³⁵⁶ Başka bir ifade ile dışsallık, “bir üretim veya tüketim şeklindeki ekonomik faaliyetin, üçüncü şahıslara fayda sağlayacağı veya zarar vereceği bir etkiye sahip olması” olarak ifade edilmektedir.³⁵⁷ Tüm bu tanımlardan hareketle dışsallıklar, “herhangi bir fiyatlandırma olmaksızın bir karar

³⁵⁰ a.g.e, p. 97.

³⁵¹ Kirmanoğlu, a.g.e., s. 158.

³⁵² Zeynel Dinler, *Mikro Ekonomi*, Gözden Geçirilmiş 29.b., Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2019, s. 619.

³⁵³ Susam, a.g.e., s. 106.

³⁵⁴ Hyman, a.g.e, p. 97.

³⁵⁵ Susam, a.g.e., s. 106.

³⁵⁶ Rosen, a.g.e., p. 82.

³⁵⁷ Erdem, Şenyüz, Tatlıoğlu, a.g.e., s. 20.

biriminin başka karar birim ya da birimlerine sağladığı yarar ya da verdiği zarar” şeklinde açıklanmaktadır.³⁵⁸

Tüm bu tanımlardan hareketle, dışsallıkların özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:³⁵⁹

- Dışsallıklar, hem tüketiciler hem de üreticiler tarafından oluşturulabilmektedir.
- Dışsallıklar, doğal düzen içinde karşılıklı şekilde meydana gelmektedir.
- Dışsallıklar, olumlu ya da olumsuz olarak ortaya çıkmaktadır.

2.1.2. Dışsallıkların Sınıflandırılması

Dışsallıklar genel olarak dört kategoride incelenmektedir. Bunlar, “*üretim-tüketim dışsallığı*”, “*marjinal-inframarjinal dışsallıklar*”, “*olumlu-olumsuz dışsallıklar*”, “*parasal-teknolojik dışsallıklar*” şeklindedir.

2.1.2.1. Üretim-Tüketim Dışsallığı

Üretim dışsallığı, “*herhangi bir üreticinin üretiminin diğer bir bireyin tüketim fonksiyonuna ya da başka bir üreticinin üretim fonksiyonuna bağımsız olarak girmesi*” şeklinde tanımlanmaktadır. Örneğin; bahçesinde meyve yetiştiren bir kişinin arı yetiştiren bir komşusuna sağladığı fayda *üretimden doğan olumlu üretim dışsallığı*, nehirlerle kirliliği bırakan bir işletmenin, nehir suyundan faydalanan tarımsal ürün yetiştirenlere verdiği zararlar *üretimden doğan olumsuz üretim dışsallığıdır*. Teknolojik imkânlarını geliştiren bir işletmenin sattığı ürünlerin fiyatlarını düşürerek tüketicilerin bütçesine fayda sağlaması *üretimden doğan olumlu tüketim dışsallığına*, bir fabrikanın çevre kirliliğine yol açarak üretim yapmasının bireylere verdiği zararlar ise *üretimden doğan olumsuz tüketim dışsallığına* örnek olarak gösterilmektedir.³⁶⁰

Tüketim dışsallığı ise “*belirli bir bireyin tüketiminin diğer bir bireyin tüketim fonksiyonuna bağımsız değişken olarak girmesi*” şeklinde ifade edilmektedir. Bir kişinin evinin bahçesini güzelleştirmesinin komşusuna verdiği haz ve mutluluk

³⁵⁸ Dinler, a.g.e., s. 619.

³⁵⁹ Rosen, a.g.e., p. 83.

³⁶⁰ Edizdoğan, Çetinkaya, Gümüş, a.g.e., s. 32.

tüketimden doğan olumlu tüketim dışsallığına, kişinin evinde gürültülü şekilde müzik dinlemesinin komşusuna verdiği rahatsızlık *tüketimden doğan olumsuz tüketim dışsallığına örnek olarak verilebilir*. Yine bir kişi tarafından satın alınan bir ürün hakkındaki düşüncelerini olumlu bir biçimde çevresine anlatarak ürünün satışını artırması ve ürünü üreten ya da satan firmaya sağladığı fayda *tüketimden doğan olumlu üretim dışsallığına*, tam tersi bir ifadeyle ürünü satın alan kişinin üründen memnun kalmaması sonucu fikirlerini çevresiyle paylaşması sonucu ürünün olumsuz reklamını yaparak satışların düşmesine neden olması ise *tüketimden doğan olumsuz üretim dışsallığına* örnek olarak verilmektedir.³⁶¹

Üretim ve tüketime konu olan ekonomik faaliyetlerin çeşitliliğine paralel olarak dışsallık örneklerini artırmak mümkündür.

2.1.2.2. Marjinal-İnframarjinal Dışsallıklar

Marjinal dışsallıklar, “bir üretim veya tüketim faaliyetindeki marjinal değişiklikten ötürü kişilerin fayda ve maliyet fonksiyonlarındaki olumlu veya olumsuz değişikliği”, inframarjinal (marjinal altı) dışsallıklar ise “aynı koşullarda ya hiçbir değişikliğin meydana gelmemesi ya da değişikliğin ihmâl edilebilir boyutlarda olması” şeklinde tanımlanmaktadır.³⁶² Bir üretim veya tüketim faaliyetindeki ilâve değişiklikten dolayı ekonomik birimlerin fayda ve maliyet fonksiyonları etkilenmiyorsa inframarjinal dışsallıklar mevcuttur. Bir örnek ile açıklamak gerekirse, manzarası güzel olan bir evin önündeki ağaçların budanması sonucu ev sahipleri manzarayı daha iyi şekilde izliyorsa fayda fonksiyonu etkilenirken, budama sonucu ağaçların gölgesinden faydalanılamamasıyla maliyet fonksiyonları etkilenmekte ve bu durumda marjinal dışsallıklar ortaya çıkmaktadır. Eğer ağaçların budanması sonucu kişilerin fayda ve maliyet fonksiyonları hiçbir şekilde etkilenmeseydi inframarjinal dışsallıkların varlığı söz konusu olmaktadır.³⁶³

³⁶¹ a.g.e., s. 32.

³⁶² Halil Nadaroğlu, *Kamu Maliyesi Teorisi*, Gözden Geçirilmiş ve Düzeltilmiş 8.b., İstanbul: Beta Yayıncılık, 1992, s. 64.

³⁶³ Edizdoğan, Çetinkaya, Gümüş, a.g.e., s. 33.

2.1.2.3. Olumsuz-Olumlu Dışsallıklar

Olumsuz dışsallıklar (negatif dışsallıklar), “*piyasa fiyatına yansıtılmayan bir kalemin alıcıları veya satıcıları dışındaki üçüncü taraflara yönelik maliyetler*” şeklinde tanımlanmaktadır. Olumsuz dışsallıklar üçüncü taraflara maliyetler yüklediğinden dolayı dışsal maliyetler olarak da isimlendirilmektedir. Bunun sebebi, piyasada üretilen ya da tüketilen bir mal, iş ya da faaliyetin ortaya çıkardığı zararın dikkate alınmamasından kaynaklanmaktadır. Olumsuz dışsallıklara örnek olarak endüstriyel kirliliğin ve atıkların çevreye, insanlara, insanların mal ve mülklerine ve topluma verdiği zararlar gösterilmektedir. Ortaya çıkan bu zararlar, insan ve toplum sağlığının bozulmasına ve insanların sahip olduğu mal ve mülklerin değerinde azalmaya neden olmaktadır. Tüm bunlar birer maliyet unsurudur ve olumsuz dışsallığa yol açmaktadır. Olumlu dışsallık (pozitif dışsallıklar) ise “*fiyatlara yansıtılmayan bir mal veya hizmetin alıcıları veya satıcıları dışındaki üçüncü kişilere sağlanan faydalar*” olarak ifade edilmektedir. Piyasa ekonomisinde olumlu dışsallığın varlığı durumunda üretilen her bir birimin ya da ortaya çıkarılan her bir faaliyetin üçüncü taraflara verdiği fayda dikkate alınmamaktadır. Olumlu dışsallığa örnek olarak, yangın önleme faaliyetlerinde kullanılan duman alarmı ve yangına dayanıklı malzeme satın alınması gösterilmektedir. Bu mallar, yangının çevreye yayılma riskini azaltarak alıcı ve satıcı dışındaki üçüncü tarafların fayda fonksiyonlarını etkilemektedir. Bu malların alıcıları ve satıcıları bu koruma önleminden faydalanacak olan üçüncü tarafları dikkate almamasına rağmen, yangının bu aletler sayesinde çevreye yayılmaması pozitif bir dışsallığa yol açmaktadır.³⁶⁴

Görüldüğü gibi olumlu dışsallıklar topluma yayılan sosyal faydalar elde edilmesine yol açtığına, olumsuz dışsallıklar ise topluma yayılan sosyal maliyetlere sebep olduğunda ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu dışsallıkların tam rekabet koşulları sağlanmış olsa bile piyasa ekonomisinde fiyatlara yansıtılmaması piyasadaki “Marjinal Maliyet = Fiyat” eşitliğinin bozulmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla dışsallıklar, toplum refahı açısından optimal olmayan sonuçların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.³⁶⁵

³⁶⁴ Hyman, a.g.e., p. 98.

³⁶⁵ Susam, a.g.e., s. 106.

2.1.2.4. Parasal (Maddi) – Teknolojik Dışsallıklar

Parasal (maddi) dışsallıklar, “bir malın talebinde veya arzındaki değişikliklerin bir sonucu olarak bir malın fiyatındaki artışların (veya azalışların) mevcut tüketiciler üzerindeki etkileri” olarak tanımlanmaktadır. Parasal dışsallıklar, fiyat değişimlerinden kaynaklandığı için alıcı veya satıcıların gelirlerinde de değişikliğe yol açmaktadır. Hobisi fotoğrafçılık olan bir kişiden örnek vermek gerekirse, fotoğrafçılıkta kullanılan alet ve ekipmanlara talebin artması durumunda alet ve ekipman fiyatları yükselmektedir. Yükselen fiyatlar, bu aletlerin piyasada daha kıt hale gelmesine sebep olmaktadır. Böylece hobi olarak fotoğrafçılıkla ilgilenen kişi de bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. İşte bu tür dışsallıklar, parasal dışsallıklara örnek verilmektedir.³⁶⁶

Teknolojik dışsallıklar ise piyasa dışında meydana gelen dışsallıklardır. Statik yapıya sahip olan teknolojik dışsallıklar, işletmeler arasında ortaya çıkan üretim ilişkilerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin, birbirine yakın iki ayrı işletmenin sahip olduğu petrol kuyuları işletmelerin üretim süreçlerini etkilemekte ve dışsallıklara sebep olmaktadır. Dinamik yapıya sahip teknolojik dışsallıklar ise yeni teknolojik gelişmeler ve buluşlardan kaynaklanmaktadır. Örneğin, bir işletmede çalışan işçinin çalıştığı yerde aldığı eğitimler sonucunda vasıflı eleman haline gelmesi ve sonradan başka bir işletmeye transfer olması geçiş yaptığı işletmeye fayda sağlamaktadır.³⁶⁷

2.2. OLUMSUZ DIŞSALLIKLARIN EKONOMİK ANALİZİ

Olumsuz dışsallıklar daha önce belirtildiği üzere herhangi bir ekonomik faaliyette bulunan kişi ya da işletmelerin maliyetleri içinde içselleştirilmeyen ve çevreye ya da topluma dışsal maliyetler yayılmasına neden olan durumları ifade etmektedir. Dışsal maliyetleri üstlenmeyen iktisadi aktörlerin marjinal özel maliyetleri (MPC), marjinal sosyal maliyetlerin (MSC) altında kaldığından ötürü işletmeler optimal üretim seviyesinin üzerinde bir üretim gerçekleştirerek kaynak dağılımında etkinliğin bozulmasına sebep olmaktadır.³⁶⁸

³⁶⁶ Hyman, a.g.e., p. 98.

³⁶⁷ Edizdoğan, Çetinkaya, Gümüş, a.g.e., ss. 32-33.

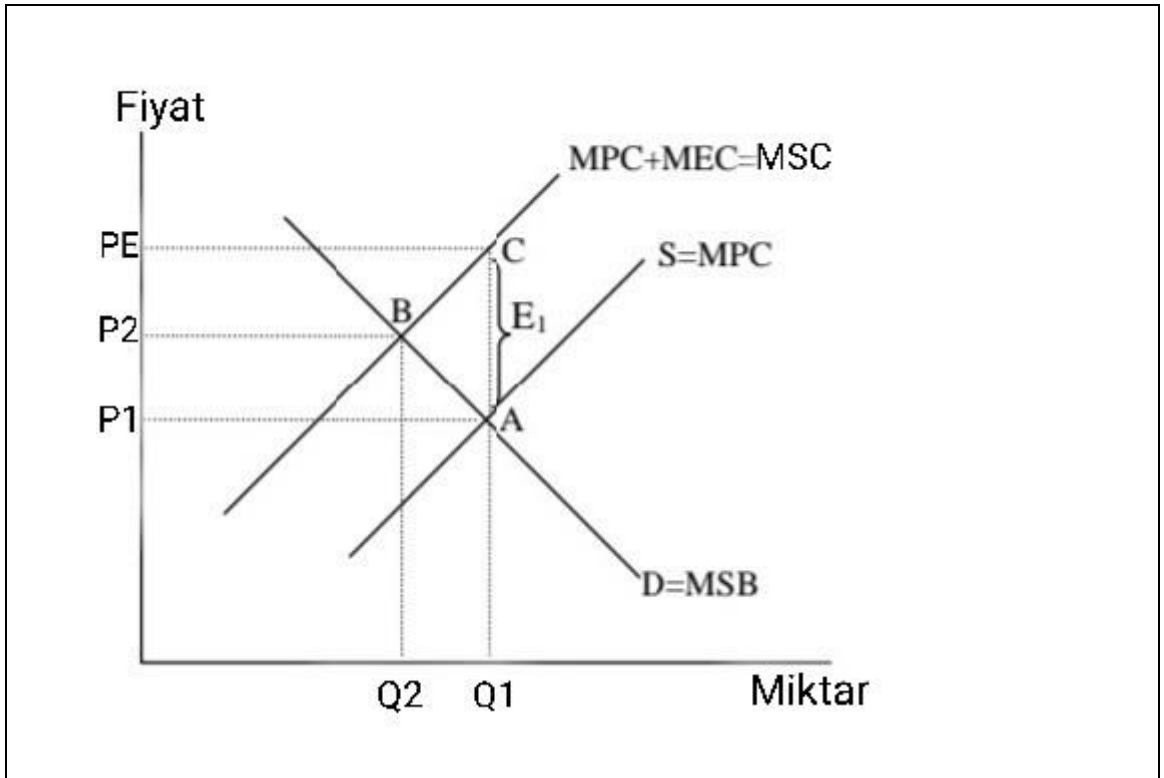
³⁶⁸ Susam, a.g.e., s. 107.

Olumsuz dışsallıkların varlığı durumunda üretilen bir mal veya hizmetin fiyatı, MSC'yi tam anlamıyla yansıtmamaktadır. Konuyu kağıt üretimi ile ilgili bir örnekle açıklamak gerekirse kağıt üretiminde her bir çıktı biriminin alıcı ve satıcıları dışındaki üçüncü taraflara ek bir maliyet getirdiği varsayımı altında, alıcı ve satıcılar bu maliyetleri dikkate almamakta ve bu maliyetler malın fiyatına yansımamaktadır. Bu tür maliyetlere örnek olarak, kağıt üreten firmaların üretim aşamasında akarsu ve nehir gibi alanlara yani çevreye ve doğaya olan zararları verilebilir. Akarsu ve nehirlerde oluşan kirlilik, balıkçıların avlanmasını etkilediği gibi, bu nehir ve akarsularda yapılan yüzme vb. etkinlikleri de olumsuz etkilemektedir. Eğer bu akarsu ve nehirlerden fayda sağlayan kullanıcılar olmasaydı firmanın kağıt üretimiyle ilgili atıklarını bu alanlara bırakması sorun yaratmamaktaydı. Bu ve benzeri durumlarda ortaya çıkan olumsuz dışsallıklar, üçüncü tarafların faydalarının azalmasından kaynaklanmaktadır.

Olumsuz dışsallıklar durumunda, bir malın MPC'si, MSC'nin altına düşmektedir. Çünkü marjinal dışsal maliyetler dikkate alınmamaktadır. Marjinal dışsal maliyet (MEC), *“bir mal veya hizmetin başka bir biriminin üretiminden kaynaklanan ve üçüncü taraflara ekstra maliyetler getiren maliyetleri ifade etmekte ve bir malı kullanıma sunmanın MSC'nin bir parçası olmaktadır.* Etkin ve verimli bir üretim düzeyi için, üretilen malın MSC'nin dikkate alınması gerekmektedir. Bu durumda her birim çıktı için ortaya çıkan MEC'yi, MPC'ye eklemek gerekmektedir. Etkinliğe ulaşabilmek için, MEC de dâhil olmak üzere, malın MSC'sinin, marjinal sosyal faydasına eşit olması gerekmektedir.³⁶⁹ Şekil 6'da olumsuz dışsallıkların oluşumu gösterilmektedir.

³⁶⁹ Hyman, a.g.e., pp. 99-101.

Şekil 6: Olumsuz Dışsallıklar



Kaynak: İbrahim Bakırtaş, “Dışsallıklar Sorununun İçselleştirilmesinde Düzenleyici Vergiler ve Sübvansiyonların Etkinliği: Analitik Bir Yaklaşım”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.7, (2002), s. 7.

Şekil 6’da piyasa ekonomisinde alıcı ve satıcıların tek başına fiyatı belirleme yetkisinin olmadığı tam rekabet şartları altında bir işletmenin olumsuz dışsallığa neden olan davranışları gösterilmektedir. İşletme için denge üretim düzeyi, P1 fiyatında ve Q1 çıktı miktarında gerçekleşen A noktasındaki üretim seviyesidir. D talep eğrisi, alıcıların birim başına elde ettiği marjinal faydayı temel almakta aynı zamanda üretilen malın marjinal sosyal faydası (MSB) olduğu varsayılmaktadır. S arz eğrisi ise, üretilen her bir ek birim için gerçek marjinal maliyeti veya MPC’yi yansıtmaktadır. Ancak, marjinal maliyet eğrisi, ek birimlerin üretilmesinde ortaya çıkan tüm maliyetleri içermemektedir. Üretilen her bir ek birim için MEC ortaya çıkmaktadır. Şekil 6’da MEC sabit ve E1 olarak gösterilmektedir. Grafikte tüm çıktı düzeyleri için MEC, E1 kadar olan kısım olarak tanımlanmaktadır. İşletme için denge noktası A noktası olarak ifade edilirken MSC, MPC’den büyük olduğunda ($MSC > MPC$), MEC dikkate alınmadığından A noktası denge üretim düzeyi olmamaktadır. Bu durumda etkin denge üretim düzeyi B noktasıdır. Çünkü B noktasında $MSC = MPC + MEC = MSB$ koşulu gerçekleşmektedir. Bu

koşullar altında fiyat düzeyi P1'den P2'ye yükselmekte, çıktı miktarı ise Q1'den Q2'ye düşmektedir.³⁷⁰

Şekil 6'da da görüldüğü üzere olumsuz dışsallıklar durumunda, üretim yapan bir işletmenin maliyetleri sosyal maliyetin altında kalmaktadır. Üçüncü taraflara yansıyan maliyetleri dikkate almayan işletme, etkin üretim seviyesinin üzerinde bir üretim yapmaktadır. Çünkü işletme, üretimiyle ilgili bazı maliyetleri (MPC) yüklenirken, bazı maliyetler (MEC) için herhangi bir bedel ödememektedir. Bu durumda, aşırı üretim sorunu ortaya çıkmaktadır. Aşırı üretime sebep olan olumsuz dışsallıklar piyasanın başarısız olmasına yol açmaktadır. Bu sebeple, olumsuz dışsallıklar durumunda devletin piyasaya müdahale ederek bu dışsallıkları ortadan kaldırması gerekmektedir.³⁷¹

Olumsuz dışsallıklar ile ilgili genellikle en çok çevreye yayılan dışsallıklar ve zararlar üzerinden örnekler verilse de erdemsiz mal niteliği taşıyan tütün ürünleri ve alkollü içkiler vb. maddelerin tüketimi de topluma önemli maliyetler yüklemektedir. Topluma yayılan zararlar dışında bireysel anlamda kullanımı kapsamında da ciddi maliyetlere yol açmaktadır. Bu sebeple tüm bu maddelerin kullanımı olumsuz dışsallıklar kapsamında ele alınmaktadır. Dolayısıyla hem bireyleri korumak hem de toplum refahını artırmak amacıyla olumsuz dışsallıklara neden olan ürünlerin kullanımının devlet müdahalesi ile kısıtlanması gerekmektedir.³⁷²

2.3. DIŞSALLIKLARIN İÇSELLEŞTİRİLMESİ

Dışsallıkların içselleştirilmesi, “*marjinal özel faydanın (MPB) veya mal ve hizmetlerin maliyetinin, kullanıcıların gerçek MSB'yi veya kararlarının maliyetini dikkate alacak şekilde ayarlanması*” olarak tanımlanmaktadır. Olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesi için MEC özel maliyete ilave edilirken; olumlu dışsallıkların içselleştirilmesi durumunda marjinal dışsal fayda (MEB) MPB'ye eklenmektedir. MEB veya MEC içselleştirildiği zaman fiyatlarda değişiklikler ortaya çıkmaktadır. Ancak

³⁷⁰ İbrahim Bakırtaş, “Dışsallıklar Sorununun İçselleştirilmesinde Düzenleyici Vergiler ve Sübvansiyonların Etkinliği: Analitik Bir Yaklaşım”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.7, (2002), ss. 6-8.

³⁷¹ Savaşan, a.g.e., ss. 229-231.

³⁷² Susam, a.g.e., s. 108.

olumlu ya da olumsuz dışsallıklar sonucunda ortaya çıkan her dışsal maliyet ya da dışsal fayda parasal olarak tanımlanamamakta ve ölçümü kolay olmamaktadır.³⁷³

Dışsallıkların içselleştirilmesine yönelik çözüm önerileri piyasa ekonomisinde ve kamu ekonomisinde çözüm yolları şeklinde iki başlık altında incelenmektedir.

2.3.1. Piyasa Ekonomisinde Çözüm Yolları

Piyasa ekonomisi içinde dışsallıkların içselleştirilmesine yönelik uygulamalar; *Coase Teoremi*, *Kaldor-Hicks Yaklaşımı*, *Scitovsky Yaklaşımı*, *Ortaklık Tesisi* ve *Sosyal Yasaklar* olmak üzere beş alt başlıkta incelenmektedir.

2.3.1.1. Coase Teoremi

Dışsallıkların içselleştirilmesinde başvurulan kamusal çözümler dışında piyasa içinde gerçekleşen özel çözüm yollarından en önemlisi Ronald Coase tarafından geliştirilen *Coase teoremidir*. Coase, firma teorisi ve işlem maliyetleri üzerine çalışmalar yapmış ve 1991 yılında Nobel Ekonomi Ödülü almıştır. 1960 yılında yayınlanan “*Sosyal Maliyet Sorunu*” başlıklı makalesinde “dışsallıkların kaynağı ile ilgili belirsizlik” konusuna değinmiştir. Coase, dışsallıkların ortadan kaldırılması için bir yaklaşım geliştirmiştir. Bu yaklaşımı bir örnek yardımıyla açıklamaktadır. Hayvancılık ile ilgilenen ve tarımsal ürün yetiştiriciliği yapan iki komşu olduğu varsayılmaktadır. Hayvancılık yapan kişi gelir elde etmek için hayvanlarını beslemeli, arazide otlamasını sağlamalı ve hayvanlarına iyi bakmalıdır. Ancak arazide otlayan hayvanlar tarımsal ürünlere zarar verebilmektedir. Benzer şekilde tarımsal ürün yetiştiren kişi de ürünlerine iyi bakmalı ve araziyi hayvanlardan korumalıdır. Eğer hayvanların otlaması sınırlandırılırsa hayvancılık yapan kişi, sınırlandırılmazsa tarımsal ürün yetiştiren kişi zarar görmektedir. Böyle bir durumda Coase, mülkiyet/hak tesisinin sağlandığı ve işlem maliyetlerinin olmadığı veya düşük olduğu koşullarda taraflar arasında pazarlık yoluyla dışsallıkların içselleştirilebileceğini savunmaktadır. Coase teoreminin sadece firmalar arasında değil bireyler arasında da uygulanabilir olması

³⁷³ Hyman, a.g.e., p. 104.

teorinin dışsallıkların içselleştirilmesinde ön plana çıkmasını sağlamaktadır.³⁷⁴ Dışsallıkların ortaya çıkmasına neden olan bir ürün üretiminin ya da herhangi bir faaliyetin taraflarından olan alıcıların ve satıcıların bazı kaynak kullanıcılarının mülkiyet haklarını önemsemeden herhangi bir iş veya işlem gerçekleştirilmesi piyasa ekonomisindeki temel sorunlardan biridir. İktisadi aktörlerin mal ve hizmetleri kapsamına alan piyasa faaliyetlerine katılma durumu, faaliyetten elde edilecek olan kazanç ve faaliyet sırasında ortaya çıkacak maliyetlere bağlıdır. Ticaret yapacak tarafı seçmek, sözleşmeler yapmak, bu sözleşmelerin risklerini bertaraf etmek için nakit, zaman ve emek harcamak ve ekonomideki dalgalanmalara karşı önlemler almak işlem maliyetleri kategorisinde değerlendirilmektedir. İşlem maliyetleri kaynakları kullanmanın mülkiyet haklarına bağlıdır. Devlet mülkiyet haklarını tesis ettiğinde ve işlem maliyetlerini düşürdüğünde piyasadaki aktörlerin net kazançları arttırılmış olmaktadır.³⁷⁵ Dolayısıyla Coase teoreminde iki önemli unsur bulunmaktadır. Bunlardan ilki, hak tesisinin sağlanmış olması, diğeri ise *işlem (pazarlık) maliyetleridir*. Coase teoreminin uygulanabilmesi için mülkiyet haklarının tesis edilmiş olması yani devletin kanunlar ile bu hakları belirlemiş ve tanımlamış olması gerekmektedir. Aynı zamanda devlet, işlem maliyetlerini düşürmüş olmalıdır. Dışsallığı yaratan ve dışsallıktan etkilenen tarafların aralarında anlaşarak zararın tazminat ödemesi yoluyla ortadan kaldırılması sağlanırsa devlet müdahalesine ihtiyaç bulunmamakta ve sorun piyasa içinde çözülmüş olmaktadır.³⁷⁶ Bu duruma sigara içenler ve içmeyenler üzerinden basit ve anlaşılabilir bir örnek verilmektedir. Sigara içenlerin ve içmeyenlerin aynı odada bulunduğu varsayımı altında sigara içmeyenlerin uğradığı zarar, sigara içenlerinkinden fazlaysa, sigara içmeyenler biraraya gelerek sigara içenlere bir tazminat ödemesi yapabilmektedir. Tam tersi bir örnek de verilmektedir. Bir trende sigara içilmeyen bir kompartımanda sigara içenler bulunduğu varsayılmaktadır. Eğer yasaktan dolayı sigara içmek isteyip de içmeyen kişiler, sigarayı hiç kullanmayanlardan daha büyük bir refah kaybı yaşıyorsa, sigara içenler biraraya gelerek sigara içmeyenlerden izin almak için bir tazminat ödemesi yapabilmektedir.³⁷⁷ Coase teoreminin dışsallıkların içselleştirilmesinde devlet müdahalesine gerek kalmadan başarılı olabilmesi için

³⁷⁴ Savaşan, a.g.e., s. 273.

³⁷⁵ Hyman, a.g.e., p. 112.

³⁷⁶ Kirmanoğlu, a.g.e., s. 165.

³⁷⁷ Joseph E. Stiglitz, *Kamu Kesimi Ekonomisi*, Çev. Ömer Faruk Batirel, İstanbul: Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, Yayın No: 396, 1994, s. 267.

anlaşmaya yalnızca birkaç tarafın dâhil olması ve dışsallığa neden olan kaynakların iyi tanımlanması gerekmektedir.³⁷⁸ Pazarlık sonucu olumsuz dışsallıklar içselleştirildiğinde üretim sosyal açıdan etkin seviyede gerçekleşmiş olmaktadır.³⁷⁹

Coase teoremi uygulamada birtakım zorluklar getirdiği için eleştirilmektedir. Bu eleştiriler üç ana noktada toplanmaktadır. Bunlar;³⁸⁰

-Anlaşma Maliyetleri: Genellikle anlaşmalar zaman alıcı ve yüksek maliyetli olmaktadır. Bir anlaşmaya varmanın maliyetleri, anlaşmadan elde edilen sosyal faydaları aşabilir. Örneğin, çevreye zarar veren bir firmanın dumanı yüzlerce mil öteye taşındığında bu dumandan binlerce insan etkilenebilir. Bu kişiler başta kanser riski olmak üzere çeşitli hastalıklarla karşı karşıya kalabilir. Firmanın çok sayıda kişiyle anlaşma yapmasının maliyetleri çok yüksek olmaktadır. Bu durumda Coase teoremi tek başına yetersiz kalmakta ve devlet müdahalesi gerekmektedir.

-Bedavacılık Sorunu: Bir firmanın faaliyetlerinden birçok kişinin olumsuz etkilendiği ve firmanın mülkiyet haklarına sahip olduğu varsayımı altında çevre kirliliğinden etkilenen komşular, firma ile çıktısını düşürmesi için pazarlık yapmaktadır. Pazarlık durumunda komşuların belirli bir maliyeti de üstlenmesi gerekmektedir. Eğer firma ile komşular arasında bir anlaşmaya varılırsa tüm bireylerin maliyete katılması beklenmektedir. Ancak herkes bu maliyete katılmak istemeyebilir. Bazı komşular masrafları üstlenmeden diğer bir ifadeyle bedavacılık yaparak anlaşmanın maliyetlerine katılmamaktadır. Eğer çok sayıda kişi bedavacılık yapmayı tercih ederse firma ile komşular arasında anlaşmaya varılamamaktadır.

-Anlaşmayı Geciktirerek Pazarlık Gücünü Artırma: Bir firmanın faaliyetinden birçok kişinin olumsuz etkilendiği ve bu kişilerin mülkiyet haklarına sahip olduğu varsayımı altında firma bu kişilerle anlaşmaya varmak zorundadır. Anlaşma yapılan kişi sayısı arttıkça anlaşma yapmamış diğer kişilerin pazarlık gücü de artmaktadır. Bu nedenle, anlaşmaya varacak son birkaç kişi, firmadan büyük bir ödeme alabilecek güçlü bir konumdadır. Eğer herkes anlaşmayı geciktirerek pazarlık gücünü artırma çabası içine girerse firmanın anlaşma yapması zorlaşmaktadır.

³⁷⁸ Rosen, a.g.e., p. 90.

³⁷⁹ Savaşan, a.g.e., s. 276.

³⁸⁰ John Leach, *A Course in Public Economics*, Cambridge: Cambridge University Press, 2004, pp. 108-109.

2.3.1.2. Kaldor-Hicks Yaklaşımı

Olumsuz dışsallıkların devlet müdahalesine gerek kalmadan piyasa içinde çözümlenmesine yönelik yöntemlerden biri de Kaldor-Hicks Yaklaşımıdır (tazmin ilkesi-denkleştirme ölçütü). Bu yaklaşım, Nicholas Kaldor'un 1939 yılında yazdığı "Welfare Propositions of Economics and Interpersonal Comparisons of Utility" makalesi ile oluşturulmuş ve sonrasında J. R. Hicks'in aynı yıl yazdığı "Foundations of Welfare Economics" makalesi ile desteklenmiştir.³⁸¹ Kaldor-Hicks Yaklaşımında herhangi bir faaliyette bulunan işletmenin, faaliyetinden dolayı üçüncü taraflara verdiği zararı ya da neden olduğu dışsal maliyetleri tazmin etmesi gerekli olduğundan literatürde bu yaklaşım "tazmin ilkesi" olarak da bilinmektedir. İşletmenin elde ettiği kâr, tazmin edilen zararlardan büyük olduğu ölçüde bu yaklaşım uygulanabilmektedir.³⁸² Kaldor-Hicks Yaklaşımının etkin olabilmesi için fayda sağlayanların zarar görenlere ödeme yapmasına rağmen elde ettiği faydanın zarar görenlerin kayıplarından daha fazla olması gerekmektedir. Net bir kazancın varlığı durumunda refah artışı sağlandığından dolayı bu durum toplum refahı açısından da tercih edilmektedir.³⁸³

Posner (1980), Kaldor-Hicks'in Yaklaşımına göre verimliliği şu şekilde ifade etmektedir: "Kaynakların yeniden tahsisi ancak fayda sağlayanların, zarar görenlerin zararını tazmin etmeleri durumunda verimlidir. Bu verimlilik refah artışına neden olmaktadır." Kaldor-Hicks Yaklaşımında tazmin kriteri; kazananların kazancının, kaybedenlerin kayıplarını aşması halinin varlığıdır. Örneğin; alkol bağımlıları alkolün yasaklanması için bir milyar dolar ödemeye razıysa ve içki içenler ise alkol kullanımına izin verilmesi için bir milyar dolardan daha az bir miktar ödemeye istekliyse, etkin politika aracı alkolün yasaklanması şeklinde olmaktadır. Çünkü bu durumdan alkol bağımlılarının elde edeceği fayda daha yüksektir.³⁸⁴

³⁸¹ Ersan Öz, Hüseyin Kutbay, "Ekolojik Vergileme: Seçilmiş Bazı Dünya Ülkeleri ile Türkiye Verilerinin Karşılaştırılması", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, V.11, N.1, (Nisan 2016), s. 253.

³⁸² Susam, a.g.e., s. 116.

³⁸³ Jules L. Coleman, "Efficiency, Utility, and Wealth Maximization", *Hofstra Law Review*, V.8, N.3, (1980), pp. 513-515.

³⁸⁴ Edward Stringham, "Kaldor-Hicks Efficiency and the Problem of Central Planning", *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, V.4, N.2, (Summer, 2001), p. 44.

Kaldor ve Hicks, Pareto optimumunu³⁸⁵ veren denge durumundan başka bir denge durumuna geçişte toplumda refah artışı sağlanabilmesi için “*kayıpları karşılama ilkesi*”nin olması gerekir. Bu ilkeye göre, “*Eğer bu değişiklikten yararlı çıkanların kazancı, zararlı çıkanların kayıplarından büyükse, böyle bir değişiklik sonucu toplumda refah artışı söz konusudur.*” Kayıpları karşılama ilkesi, Pareto kriteri ile de örtüşmektedir. Kaldor ve Hicks’in yaklaşımları arasındaki fark, denge durumundaki değişiklikten sonra, toplumda fayda elde edenlerin zarar görenlerin iznini alıp almaması konusunda ortaya çıkmaktadır. Görüşün ilk olarak ortaya çıkmasını sağlayan Kaldor’a göre, fayda elde edenlerin zarar görenleri değişikliğe ikna etmeleri gerekmektedir. Ancak Hicks’e göre, fayda sağlayanların zarara uğrayanları ikna etmeleri ya da izin almaları şart olarak görülmemektedir.³⁸⁶

Kaldor-Hicks Yaklaşımına yönelik eleştiriler de bulunmaktadır. Bu yaklaşımın olumsuz dışsallıkları piyasa içinde çözebilmede başarılı olması için tüm hakların refahı en üst seviyeye çıkaracak şekilde atanması gerekmektedir. Ancak, geleceğe yönelik belirsizliğin olduğu bir dünyada hangi hakların tahsisinin refahı en üst düzeye ulaştıracağını tahmin etmek zordur.³⁸⁷

2.3.1.3. Scitovsky Yaklaşımı

Scitovsky Yaklaşımına (pazarlık ölçütü) göre, ekonomideki bir aktörün faaliyeti neticesinde bir diğer ekonomik aktör dışsal maliyet yükleniyorsa dışsal maliyet yüklenen, buna sebep olan ekonomik birimin söz konusu faaliyetini sınırlandırması için pazarlık yapmaktadır. Bu pazarlık iki taraf arasında uzlaşma yoluyla gerçekleşmektedir. Scitovsky Yaklaşımında dikkat edilmesi gereken nokta, “*Pazarlık işlem maliyetlerinin pazarlık sonucu elde edilecek net faydayı geçmemesi*” gerekmektedir.³⁸⁸ Dolayısıyla Scitovsky Yaklaşımı, pazarlık ölçütünü esas almaktadır. Scitovsky, herhangi bir değişiklik durumunda toplumda refah artışı sağlanabilmesi için iki kriterin biraraya gelmesi gerektiğini ifade ettiğinden bu yaklaşıma “*ikili kriter ilkesi*” de denilmektedir.

³⁸⁵ Pareto’ya göre toplumsal refahın genel dengeye ulaştığı nokta, toplumdaki bireylerden en az birinin refahını azaltmadan diğer birinin refahını artırma imkânı yoksa o toplumun refahı optimuma ulaşmıştır.

³⁸⁶ Dinler, a.g.e., ss. 608-609.

³⁸⁷ Stringham, a.g.m., p. 47.

³⁸⁸ Susam, a.g.e., s. 116.

Bu iki kriterden ilki, “*kazançlı olanların zararlı olanları ikna edebilmesi*”, bir diğeri ise “*zararlı duruma geçenlerin kazançlı duruma gelenleri, böyle bir değişmeden vazgeçmeye ikna edememeleri*” şeklindedir.³⁸⁹

Hem Kaldor-Hicks Yaklaşımında hem de Scitovsky Yaklaşımında temel kriter fayda elde edenlerin, zarara uğrayanların zararını parasal anlamda karşılaması gerektiği yönündedir. Ancak toplumsal yaşam içinde tüm bireylerin paraya attettikleri değer aynı değildir. Çünkü paranın marjinal faydası herkes için değişmektedir.³⁹⁰

2.3.1.4. Ortaklık Tesisi

Dışsallıkların içselleştirilmesine çözüm olarak 1952’de James Meade tarafından “*ortak mülkiyet tesisi (birleşmeler)*” önerilmiştir. Ortak mülkiyet tesisi kurulmasına yönelik çözüm önerisine göre, olumsuz dışsallık yayan firma ile bu dışsallıktan dolayı maliyet yüklenen firma birleşirse olumsuz dışsallıklar; olumlu dışsallık yayan firma ile bu dışsallıktan fayda elde eden firma birleşirse olumlu dışsallıklar içselleştirilmektedir. Bu birleşme sonucu kurulan çatı firma net kazanç elde ediyorsa birleşmeler mümkün olmaktadır. Bir örnek ile açıklanacak olunursa dericilik ve balıkçılık yapan iki firma varsayımı altında dericilik firmasının, balıkçılık firmasının balık tuttuğu nehre atıklarını bırakması durumunda balıkçılık yapan firma bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Atık bırakılan nehir balıkların yaşamasına engel olmaktadır ve balıkçılık yapan firmanın üretimini kısıtlamaktadır. Yani dericilik firmasının atık bırakma faaliyeti, balıkçılık firmasının maliyet yüklenmesine sebep olmaktadır. Ancak nehir üzerinde mülkiyet tesisi kurulmadığından dericilik firması, balıkçılık firmasının maliyetini yüklenmemektedir. Eğer iki firma aynı çatı altında birleşirse, dericilik yapan firma yaydığı ama üstlenmediği maliyetin farkına vararak yeni çatı firma birleşmesi altında daha uygun kararı verecektir. Dericilik firmasının balıkçılık işletmesini satın aldığı anda ortaya çıkan marjinal zararı gören çatı işletme dericilik faaliyetlerini kısacak böylece dışsallık içselleştirilmiş olmaktadır. Böylece dericilik faaliyetini kısarak firmanın geliri azalmaktadır. Ancak nehre yayılan atıklar azaldığı için balıkçılık işletmesinin maliyetleri de azalmakta ve geliri artmaktadır. Eğer balıkçılık işletmesinin gelirindeki

³⁸⁹ Dinler, a.g.e., s. 609.

³⁹⁰ a.g.e., s. 609.

yükselme, dericilik işletmesinin gelirindeki azalmadan büyüğe yeni kurulan çatı firma net kazanç elde etmiş olmaktadır. Ortaya çıkan bu net kazanç, olumsuz dışsallığın içselleştirilmesinin bir sonucudur. Aynı durum olumlu dışsallık içinde geçerli olmaktadır. Eğer olumlu dışsallık yapan firma ile bundan etkilenen firma birleşirse olumlu dışsallıklar içselleştirilmektedir. Böylece bu birleşme ve ortaklıklar sayesinde piyasa başarısızlığı da piyasa içinde ortadan kalkmaktadır.³⁹¹ Dışsallığı yapan ve dışsallıktan etkilenen firmaların birleşmesi sayesinde dışsallıklar içselleştirilmekte ve devlet müdahalesine gerek kalmadan piyasa içinde çözüm üretilmiş olmaktadır.³⁹²

Firmalar ortaya çıkan dışsallıkları tek çatı altında toplanarak ve ortaklık tesisi sağlayarak içselleştirmektedir ancak birleşme ve ortaklık tesisi günlük hayatta kişiler için pek de mümkün görünmemektedir.

2.3.1.5. Sosyal Yasaklar

Ortaklık tesisine dayalı olarak dışsallıkların içselleştirilmesinin zor olması arayışı, sosyal kurallar ve yasakların geliştirilmesine yol açmıştır. Sosyal yasaklar (*sosyal normlar*), bireylerin ortaya çıkan dışsallığı dikkate alarak davranmasını sağlayacak olan kurallar bütünüdür. Sosyal hayatta, “*Başkalarının size yapmasını istediğiniz şeyleri başkalarına yapın*” kuralı aslında iktisatta, “*Bir faaliyette bulunmadan önce, MEB ve MEC’yi hesaba katın*” anlamına gelmektedir. Toplumda oluşmuş ahlâki ve sosyal kurallar, bireylerin davranışlarının sonuçlarını düşünerek hareket etmesini sağlamaktadır. Bu kuralların uygulanmasıyla beraber dışsallıklar içselleştirilmekte ve piyasa başarısızlığı giderilmiş olmaktadır.³⁹³ Bireylerin sosyal kurallara uyması dışında, işletmeler de çevreye duyarlı teknolojiler kullanarak topluma ve çevreye verilen zararı en aza indirebilmektedir. Bunun için her zaman kanuni zorunluluklar gerekli değildir. İşletmeler de toplumun bir parçası olarak sosyal kurallara uygun davranışlar sergileyebilir ve dışsallıkların önlenmesine katkı sağlayabilir.³⁹⁴ Sosyal kurallara uymak için aileler çocuklarını “*sosyal bakımdan kabul edilebilir*” şekilde davranmaya yönlendirmelidir. Ancak sosyal kurallara uyum süreci aile düzeyinde olumlu sonuçlar

³⁹¹ Savaşan, a.g.e., ss. 271-272.

³⁹² Rosen, a.g.e., p. 91.

³⁹³ a.g.e., p. 92

³⁹⁴ Savaşan, a.g.e., s. 278.

elde edilmesini sağlasa da toplum düzeyinde dışsallıkların önlenmesi konusunda tek başına yeterli olamamaktadır. Bu sebeple, sadece sosyal kurallar ile dışsallıkların içselleştirilmesi de pek mümkün görünmemektedir.³⁹⁵

Dışsallıkların piyasa ekonomisinde çözümlenmesine yönelik birçok farklı yol ve yöntem bulunsa da en iyi şekilde örgütlenmiş piyasalarda bile dışsallıkların içselleştirilmesine için yukarıda belirtildiği üzere geliştirilen çözüm yolları yetersiz kalmaktadır. Bu durumda devletin müdahalesine ihtiyaç duyulmaktadır. Devlet müdahalesinin gerekliliği üç temel sebebe dayanmaktadır. Bunlardan ilki, *kamu malı arzıyla* ilişkilidir. Piyasa içinde kamu mallarının tüketiminden herhangi bir bireyi mahrum bırakmak maliyetli sonuçlar getirmektedir. Örneğin, sigara içmeyenler biraraya gelerek sigara içenler ile içmemelerine yönelik bir anlaşmaya varmaya çalışırsa ve içmemeleri karşılığında bu durumu tazmin etme konusunda çoğunluk olarak anlaşırsa aynı yerde bulunan fakat sigara içmeyen bir birey çoğunluk anlaşmaya vardığı için kendisi bu anlaşmaya hiç katılmamayı ve kayıtsız kalmayı tercih edebilmektedir. Böyle bir durumda bu kişi sigara içmeyenlerin, içen kişileri içmemeleri konusunda giriştikleri çabaya hiçbir maliyet üstlenmeden bedava bir şekilde katılmaktadır ve kendisi de sigara kullanmadığından bu durumdan kazançlı çıkmaktadır. Devlet müdahalesine bir diğer neden olarak *işlem maliyetleri* gösterilmektedir. Piyasa ekonomisinde kişi ya da firmaların biraraya gelerek dışsallıkları içselleştirmeye çalışması örgütsel bir hizmettir. Ancak bu hizmetler kamu malıdır ve bu hizmetlerin gönüllüler tarafından yerine getirilmesinin maliyetleri çok yüksektir. Piyasanın dışsallıkların içselleştirilmesine yönelik çözümlerinin başarısız olmasının son nedeni ise, *mülkiyet haklarının etkisizliklere* neden olmasıdır. Mülkiyet haklarının mevzuat ile değil yazılı olmayan kamu hukuku ile tesis edilmiş olduğu durumlarda etkisizlikler ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla mülkiyet haklarının nasıl tesis edilmiş olduğu da önem kazanmaktadır.³⁹⁶ Tüm bu sebepler dışsallıkların varlığı durumunda piyasa ekonomisinin çözüm yollarının yetersiz olduğunu devlet müdahalesinin gerekliliğini net bir şekilde ifade etmektedir.

³⁹⁵ Stiglitz, a.g.e., p. 268.

³⁹⁶ a.g.e., pp. 268-269.

2.3.2. Kamu Ekonomisinde Çözüm Yolları

Kamu ekonomisinde çözüm; *vergiler* ile *vergi dışı çözüm yolları* olmak üzere iki ana başlık altında incelenmektedir. Vergiler, *Pigoucu vergiler* ve *Plott Yaklaşımında düzenleyici vergiler* şeklinde ele alınmaktadır. Vergi dışı çözüm yolları ise *sübvansiyonlar*, *emisyon ticareti*, *doğrudan düzenlemeler* ve *para cezaları* olmak üzere dört alt başlıkta açıklanmaktadır.

2.3.2.1. Vergiler

Olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesinde kullanılan en önemli maliye politikası aracı olan vergiler, “*Pigoucu Vergiler*” ile “*Plott Yaklaşımında Düzenleyici Vergiler*” kapsamında incelenen düzenleyici vergilerdir.

2.3.2.1.1. Pigoucu vergiler

1930’larda İngiliz ekonomist A.C. Pigou tarafından önerilen düzeltici bir vergi ile olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesi ve dışsallığı yayan tarafın dışsal maliyetleri karşılaması amaçlanmıştır.³⁹⁷ Pigoucu vergiler, “*Sosyal açıdan etkin üretim düzeyinde ortaya çıkan kirliliğin ya da dışsal maliyetin parasal karşılığı kadar firmadan birim vergi alınması*” şeklinde tanımlanmaktadır.³⁹⁸ Bu vergi Pigou tarafından önerildiğinden “*Pigoucu vergiler*”, “*Pigou tipi vergiler*” veya “*Pigouvian vergi*” olarak da isimlendirilmektedir. Bu vergi ile olumsuz dışsal ekonomilerin yol açtığı faaliyetlerin kısıtlanması ve ortadan kaldırılması ile kaynak dağılımında etkinliğin sağlanması temel hedeflerden biri olmaktadır. Devletin müdahalesiyle birlikte firmalar neden oldukları zararı vergi yoluyla içselleştirmektedir.³⁹⁹

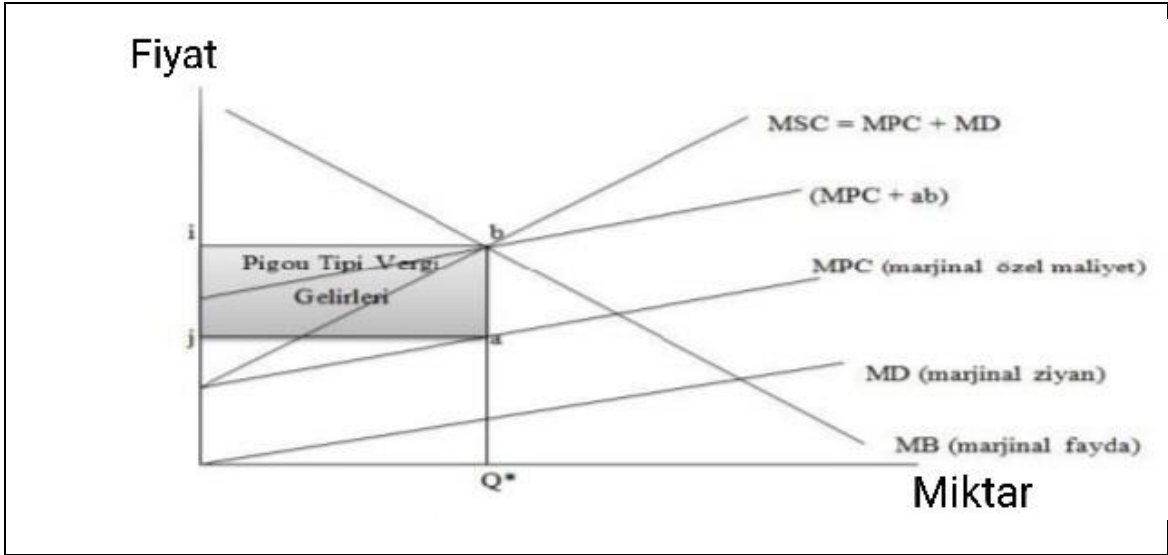
Bir ekonomik faaliyetin yarattığı çevre kirliliği olumsuz dışsallıklara karşı önerilen Pigoucu vergiler Şekil 7’de gösterilmektedir. Şekilde yatay eksen tüketim miktarını, dikey eksen ise fiyatı ifade etmektedir.

³⁹⁷ Rosen, a.g.e., p. 92.

³⁹⁸ Susam, a.g.e., s. 110.

³⁹⁹ Edizdoğan, Çetinkaya, Gümüş, a.g.e., s. 36.

Şekil 7: Pigou Tipi Vergiler



Kaynak: Rosen, a.g.e., p. 93.

Şekil 7’de görüldüğü gibi Pigouvian vergi, kirleticinin çıktısının her birimi üzerinden, etkin çıktı düzeyinde (Q^*) neden olduğu marjinal ziyana (MD) eşit miktarda alınan bir vergidir. Şekil 7’de Q^* etkin çıktı düzeyini, ab mesafesi ise etkin çıktı düzeyindeki marjinal ziyana göstermektedir. Marjinal ziyana denk gelen ve çıktı birimi başına ab düzeyindeki bir vergi “Pigouvian vergi” olarak ifade edilmektedir. Vergi, efektif marjinal maliyeti yükseltmektedir. Yeni marjinal maliyet eğrisi, her çıktı düzeyinde MPC’ye ab (vergi) eklenerek bulunmaktadır. Bu durumda, MPC eğrisi ab dikey mesafesi kadar yukarı kaymaktadır. Kâr maksimizasyonu, marjinal faydanın (MB) marjinal maliyetine eşit olduğu yerdeki etkin üretim düzeyinde sağlanmaktadır. Etkin üretim düzeyi (Q^*), MB ile MPC+ab’nin kesiştiği noktada meydana gelmektedir. Pigovian vergi sayesinde olumsuz dışsalığı yayan kirleticiler, önceden yüklenmedikleri maliyeti dikkate almış olmaktadır. Aynı zamanda “ijab” dikdörtgeninin alanına eşit bir vergi geliri elde edilmektedir.⁴⁰⁰

Pigou tipi vergiler, “ürün veya atık miktarı üzerinden alınan düzeltici vergiler” ile “diferansiyal vergiler” olmak üzere iki şekilde kullanılmaktadır.⁴⁰¹

-Ürün ve Atık Miktarı Üzerinden Alınan Vergiler: Üretim süreci kapsamında bazı işletmelerin ekonomik faaliyetinden farklı sebeplerle çevreye ve topluma daha fazla

⁴⁰⁰ Rosen, a.g.e., ss. 92-93.

⁴⁰¹ Susam, a.g.e., s. 112.

dışsal maliyet oluşturan ürünler ortaya çıkabilmektedir. Bu ürünlerin başka üçüncü taraflar tarafından kullanılması dışsal maliyetlerin daha fazla yayılımına neden olmaktadır. Ürünün ilk üretimini üstlenen işletmenin bu ürünü üzerinden vergi alınması dışsal zararların azaltılmasına yardımcı olacaktır. Sadece ürünler üzerinden değil, işletmenin atık miktarı üzerinden de vergi alınmaktadır. Bilindiği gibi atıklar çevreye ciddi zararlar vermektedir. İşletmenin atıklarının vergilendirilmesi üretim maliyetlerini artıracığından işletmenin atık miktarını dikkate alarak üretim sürecine devam etmesi beklenmektedir.

Pigou tipi vergiler ile beraber firma üretim seviyesini sosyal olarak etkin üretim seviyesine indirmiş olmaktadır. Çünkü firmadan çevreye verdiği zararın MEC'si kadar vergi alınmaktadır. Alınan vergi sayesinde firma, maliyeti içselleştirmiş olmaktadır. Pigou tipi vergiler ile olumsuz dışsallıklar içselleştirildiğinden dolayı bu vergiler “düzeltici vergiler” şeklinde de ifade edilmektedir. Bunun sebebi olarak ise piyasa başarısızlığını düzeltmeyi sağlayan bir vergi olması gösterilmektedir.⁴⁰²

-Farklı (diferansiyel) Vergileme: Çevreye ve topluma olumsuz dışsallıklar yayılmasına sebep olan ürünlere farklı vergi oranları uygulanarak görece fiyatların değiştirilmesi dışsal maliyetlerin azalmasına yol açmaktadır. Avrupa'nın birçok ülkesinde çevreye zarar vermeyen otomobil kullanımının yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla bu tür araçların kullanımının desteklenmesi kapsamında vergisel teşvikler kullanılmaktadır. Çevre dostu araçlara vergi indirimleri sağlanması diferansiyel vergilemeye örnek olarak gösterilmektedir.

Pigou vergisi gibi düzeltici vergiler, dışsallığın birebir ortaya çıkardığı etkisinden ziyade, bir malın satışından ve tüketiminden kaynaklanan dışsallığı düzeltmeye dayandığını gözlemlemiştir.⁴⁰³ Green ve Sheshinski, (1976) bir malın tüketimi sırasında ortaya çıkan tüketim dışsallıklarının varlığı durumunda kullanılacak vergi politikalarını incelemiştir. Ortaya çıkan dışsallığın içselleştirilebilmesi için en iyi düzenlemenin farklı bireyler için farklı düzeylerde tüketim vergilerinin uygulanmasıyla elde edilebileceği ifade edilmiştir. Ancak bu düzenlemenin yönetim ve idari maliyetleri nedeniyle uygulanması güçtür. Bu sebeple dışsallık yaratan mallar üzerinden vergi

⁴⁰² Savaşan, a.g.e., ss. 236-237.

⁴⁰³ Vidar Christiansen, Stephen Smith, “Externality-Correcting Taxes and Regulation”, *IFS Working Papers*, No.09,16, (2009), p. 5.

alınmasının tercih edildiği ve bu bağlamda Pigou tipi vergilerin kullanıldığı belirtilmiştir.⁴⁰⁴

Pigou tipi vergiler, olumsuz dışsallıklarla ilişkili dışsal maliyetleri ya da pozitif dışsallıklar ile ilgili dışsal faydaları içselleştirmenin bir yolu olarak görülmektedir. Özellikle olumsuz dışsallıklar durumunda piyasa ekonomisinde dikkate alınmayan sosyal maliyetler için Pigou tipi vergiler aracılığıyla ücret talep edilerek dışsal zararların içselleştirilmesi amaçlanmaktadır.⁴⁰⁵ Geçmişten bugüne tüm dünyada karbon, benzin, yağ, şeker, silah, sigara, alkol, trafik gibi düzinelerce zararlı ürünün ve faaliyetin rasyonel olmayan kullanımları kapsamında ortaya çıkan olumsuz dışsallıklar üçüncü kişileri de etkilemektedir. Olumsuz dışsallıklar çerçevesinde sosyal zararların düzeltilmesi için kamu yöneticileri Pigou tipi ÖTV'ye başvurmaktadır.⁴⁰⁶

Pigou tipi vergi politikalarının bazı diğer özellikleri şu şekilde belirtilmektedir:⁴⁰⁷

-Birincisi, Pigou tipi vergiler ekonomide refah kaybı yaratmamaktadır. Aksine, kaynak tahsisinin verimli olduğu durumlarda piyasa başarısızlıkları bu tip vergilerle düzeltilmektedir.

-İkincisi, dışsallıkların içselleştirilmesi ve piyasa başarısızlıklarının giderilmesine ek olarak devletin vergi gelirlerinde artışlar görülmektedir.

-Son olarak, Pigou tipi vergiler “kirleten öder” ilkesine uygundur. Firmaların dikkate almadığı sosyal maliyetler vergiler ile firmaların maliyetlerine dâhil edilmektedir. Ancak firmalar vergiyi ödedikten sonra bunu fiyatlar yoluyla tüketicilere aktarabilir. Bu durumda topluma ek maliyetler yüklenmektedir. Ancak piyasada etkinlik için önemli olan sosyal maliyetlerin fiyatlara yansımaları olduğundan çevreyi gerçek anlamda kirletenlerin vergiyi ödeyip ödemediği sosyal verimlilik açısından önemsizdir.

⁴⁰⁴ Jerry Green, Eytan Sheshinski, “Direct versus Indirect Remedies for Externalities”, *Journal of Political Economy*, V.84, N.4, Part 1, (August, 1976), p. 797.

⁴⁰⁵ Richard Cornes, Todd Sandler, “Externalities, Expectations, and Pigouvian Taxes”, *Journal of Environmental Economics and Management*, V.12, N.1, (1985), p. 1.

⁴⁰⁶ Victor Fleischer, “Curb Your Enthusiasm for Pigovian Taxes”, *Vanderbilt Law Review*, V.68, N.6, (2015), p. 1673.

⁴⁰⁷ Angnar Sandmo, *The Public Economics of the Environment*, New York: Oxford University Press, 2000, pp. 10-12.

2.3.2.1.2. Plott yaklaşımında düzenleyici vergiler

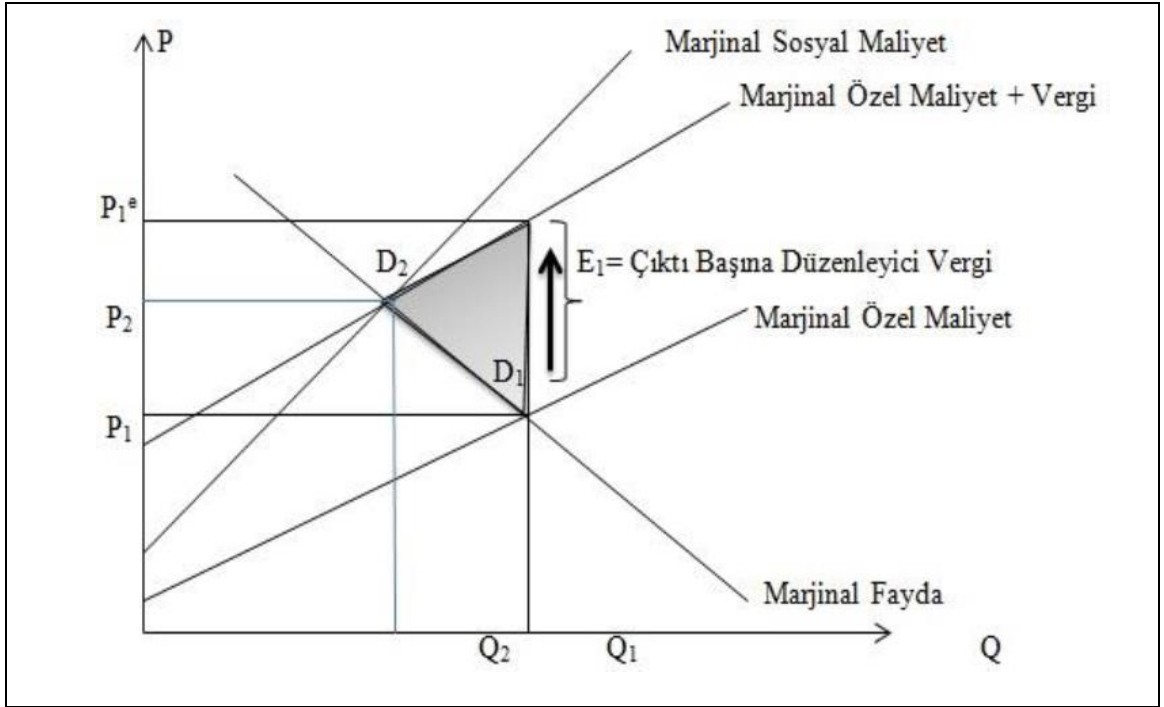
Olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesinde düzenleyici vergilerin kullanılması gerektiğini savunan bir diğer yaklaşım Plott Yaklaşımıdır. Plott (1966) dışsallıkların önlenmesinde kullanılacak olan bir verginin ya çevreye yayılan kirlilik miktarı üzerinden ya da belirli koşullar altında kirliliğe neden olan girdi miktarı üzerinden alınması gerektiğini ifade etmiştir.⁴⁰⁸

Şekil 8’de Plott Yaklaşımına göre önerilen düzenleyici bir verginin dışsallıklar üzerindeki etkisi gösterilmektedir. Dışsallığın olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması için kirlenmenin neden olduğu MSC’in MPC’ye eşit olması gerekmektedir. Şekil 8’de yatay eksen üretim miktarını, dikey eksen ise fiyatı ifade etmektedir. Q_1 üretim düzeyinde ve P_1 fiyatında piyasa dengesi D_1 noktasında oluşmaktadır. Kirlenmenin marjinal maliyetine eşit miktarda konulacak bir düzenleyici verginin üretim miktarına etkisi şekilde gösterilmektedir. E_1 çıktı başına getirilen düzenleyici vergiyi ifade etmektedir. Kirlenmenin her biriminin marjinal dışsal maliyetinin E_1 olduğu ve düzenleyici verginin marjinal dışsal maliyete eşit olduğu varsayımında; kirlilik birimi başına getirilecek olan bir düzenleyici vergi, olumsuz dışsallığa neden olan kirliliğin MPC’sini artırmaktadır. Düzenleyici vergi ile MPC’nin artması, fiyatın P_2 seviyesine çıkmasına, üretimin ise Q_2 düzeyine gerilemesine yol açmaktadır. D_2 noktası ise düzenleyici vergi ile ulaşılan etkin üretim düzeyini göstermektedir.⁴⁰⁹

⁴⁰⁸ Charles R. Plott, “Externalities and Corrective Taxes”, *Economica*, New Series, V.33, N.129, (1966), pp. 84-87.

⁴⁰⁹ Öz, Kutbay, a.g.m., s. 252.

Şekil 8: Düzenleyici Vergiler ve Dışsal Maliyetler



Kaynak: Riley, 2012'den aktaran: Ersan Öz, Hüseyin Kutbay, "Ekolojik Vergileme: Seçilmiş Bazı Dünya Ülkeleri ile Türkiye Verilerinin Karşılaştırılması", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, V.11, N.1, (Nisan, 2016), s. 252.

2.3.2.2. Vergi Dışı Diğer Çözüm Yolları

Vergi dışı çözüm yolları dört başlıkta incelenmektedir. Bunlar; *sübvansiyonlar*, *emisyon ticareti*, *doğrudan düzenlemeler* ve *para cezalarıdır*.

2.3.2.2.1. Sübvansiyonlar

Piyasada sabit sayıda kirletici firmanın bulunduğu varsayımı altında, kirlilik yayan firmaya kirletmemesi için devlet tarafından bir ödeme yapılması yani sübvansiyon verilmesi olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesindeki bir diğer çözüm yoludur. Firmaya kirletmemeye yönelik bir sübvansiyon verilmesi firmanın etkin üretim düzeyine ulaşmasını sağlamaktadır.⁴¹⁰ Kirliliği azaltmaya yönelik sübvansiyonlarda, "Kirlenmeyi azaltmanın MSB'si ile firmanın MPB'si arasındaki farka yönelik bir sübvansiyon verilerek kirlenmeyi azaltma konusunda etkin bir harcama düzeyine

⁴¹⁰ Rosen, a.g.e., p. 94.

ulaşılmaktadır.”⁴¹¹ Devlet, kirlilik yayan işletmeye üretimi kısıması karşılığında üretimdeki her birim azalma için birim sübvansiyon ödemesi yaparak olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesini amaçlamaktadır. Devletin kullandığı bu teşvik yöntemine “*Pigoucu sübvansiyon*” da denilmektedir. Pigou olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesinde iki yöntem önermiştir. Bunlardan ilki, daha önce açıklanan Pigou tipi vergidir. Diğerisi ise Pigou tipi sübvansiyonlardır. Pigoucu sübvansiyon, işletmenin üretmediği her birim için devlet tarafından işletmeye yapılan birim ödemeleri ifade etmektedir. Böylece dışsallıklar Pigoucu sübvansiyonlar yardımıyla içselleştirilmektedir.⁴¹²

Pigou tipi vergilerde kirlilik yayan işletme devlete vergi öderken, Pigou tipi sübvansiyonlarda işletme kirliliği azaltması karşılığında devletten ödeme almaktadır. Eğer devlet, ek gelir elde etmek istiyorsa vergi almayı, büyüme ve istihdama yönelik politikalar izliyorsa sübvansiyon ödemesi yapmayı tercih etmektedir.⁴¹³ Pigou vergisinde, vergi aracılığıyla işletmelerin üretim maliyetleri artırılarak üretim miktarı azaltılmaya çalışılırken; sübvansiyonlar da ise işletmenin üretimini azaltması sonucunda uğrayacağı zarar telafi edilmektedir.⁴¹⁴

2.3.2.2.2. Emisyon ticareti

Olumsuz dışsallıkları içselleştirmeye yönelik uygulanan bir diğer kamusal çözüm yolu da devletin işletmelere kirletme hakları dağıtmasıdır. Devlet bu yöntem ile kirletmeye bir sınır koymaktadır. Kirletme haklarını elinde tutan işletmeler, ihtiyacı olan işletmelere bu hakları satmaktadır. Kirletme haklarının piyasa içinde işletmeler arasında alınıp satılması “*emisyon ticareti*” şeklinde de ifade edilmektedir. Emisyon ticaretinde devlet kirletmeye bir sınır getirdiğinden dolayı kirliliğe neden olan emisyonlar kontrol altında tutulmaktadır. Aynı zamanda kirletme hakları piyasa içinde ve işletmeler arasında alınıp satılabildiğinden dolayı işletmeler kendi maliyet

⁴¹¹ Stiglitz, a.g.e., s. 275.

⁴¹² Savaşan, a.g.e., ss. 242-244.

⁴¹³ a.g.e., s. 245.

⁴¹⁴ Susam, a.g.e., 113.

durumlarına göre karar vermekte ve böylelikle maliyet-etkin çözümler üretilmiş olmaktadır.⁴¹⁵

Emisyon ticaretinde farklı yöntemler kullanılmaktadır:

i) Kredi Ticareti (Credit Trading) Yöntemi: Kredi ticaretinde, işletmeler kirliliği azaltma çabaları ile kredi almaya hak kazanmaktadır ve bu hakkı, başka bir işletmeye transfer edebilmektedir. Kredi ticareti, firmanın davranışlarını ödüllendirmeye yönelik bir uygulamadır. Ancak kredi almaya hak kazanan işletmenin bunu başka bir işletmeye devredebilmesi için devletin düzenleyici kurumlarından sertifikasyon alınması gerekmektedir. Sertifikasyon ile amaç, kredinin verildiği işletmenin kirlilik hakkını aşım aşmayacağını kontrol altında tutabilmektir. Bununla birlikte sertifikasyon işlem maliyetlerini yükselttiğinden dolayı firmalar arasındaki ticareti düşürmektedir.⁴¹⁶

ii) Tahsisat Ticareti (Allowance Trading) Yöntemi: Bu yönetime göre, tüm işletmeler için toplam emisyon limitinde bir üst sınır belirlenmektedir. Ancak küçük ölçekli işletmeler bundan muaf tutulmaktadır. İşletmeler üretim faaliyetleri sonucu gerçekleşen emisyon miktarına denk gelen kirlenme hakkını ilgili kuruma teslim etmektedir. Kirlenme haklarının piyasa ortamında da ticareti yapılmaktadır. Bu yöntem de etkin maliyet ile çevre kirliliğini önlemeyi amaçlamaktadır.⁴¹⁷

Emisyon ticareti olumsuz dışsallıkları sınırlandırmada veya önleme konusunda vergiler ya da diğer kamusal çözüm yollarından daha ön plana çıkmaktadır. Bunun sebebi olarak, devletin kirlilik yayma hakkını belirli bir seviyede belirlemiş olması gösterilmektedir. Yani devlet, piyasada üretim yapan işletmelere önceden ne ölçüde kirlilik yayabileceğine belirli bir sınır getirdiğinden emisyon ticareti diğer yöntemlere göre daha etkin bir yol olarak kabul edilmektedir.⁴¹⁸

⁴¹⁵ Savaşan, a.g.e., s. 256.

⁴¹⁶ A. Denny Ellerman, "A Note on Tradeable Permits", *Environmental and Resource Economics*, V.3, N.2, (2005), p. 125.

⁴¹⁷ Naci Tolga Saruç, Etem Karakaya, "Emisyon Ticareti ve Karbon Piyasası", ed. Etem Karakaya, *Küresel Isınma ve Kyoto Protokolü: İklim Değişikliğinin Bilimsel Ekonomik ve Politik Analizi*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2008, s. 200.

⁴¹⁸ Kirmanoğlu, a.g.e., s. 165.

2.3.2.2.3. Doğrudan düzenlemeler

Asimetrik bilgi, haksız rekabet ve dışsallıkların olduğu durumlarda piyasa başarısızlıkları söz konusudur. Piyasa başarısızlıklarının varlığı piyasa sistemiyle uyumlu araçlarla giderilmektedir. Devlet kamu yararına doğrudan düzenlemeler ile piyasaya müdahale etmektedir.⁴¹⁹ Doğrudan düzenlemeler ile ilgili devletin kullandığı en önemli araç ise regülasyonlardır. Regülasyon en genel ifade ile “*devlet tarafından genellikle cezai yaptırımlarla desteklenen yasal kuralların kullanılması yoluyla oluşturulan düzenlemeler*” olarak tanımlanmaktadır.⁴²⁰ Regülasyonların üç temel işlevi bulunmaktadır. Bunlar, piyasa başarısızlıklarını gidermek için bilgilendirme mekanizmaları oluşturma, standart kurallar belirleme ve tanımlanmış standartlara göre bireylerde davranış değişiklikleri oluşturmaktır.⁴²¹

Doğrudan düzenlemelere göre, olumsuz dışsallık yayan firmalar belirli bir miktarda yayılan dışsallığı azaltmak zorundadır. Aksi takdirde yasal yaptırımlarla karşı karşıya kalabilmektedirler.⁴²² Örneğin, çevreyi kirleten bir firmanın bu kirliliği sınırlandırmak ya da ortadan kaldırmak için filtre ve arıtma cihazları kullanmasının devlet tarafından yapılan yasal düzenlemeler ile zorunlu hale getirilmesi. Bu yöntem, günümüzde dışsallıkların içselleştirilmesi noktasında en çok başvurulan önlemlerden biridir.⁴²³ Bu kapsamda kirliliğin azaltılması için başvurulan iki önemli düzenleme türünü birbirinden ayırt etmek gerekmektedir. Bunlardan *ilki*, işletmelerin belirli kritik kirlenme düzeyinin izlendiği ve buna bir sınır getirildiği düzenlemeler; *ikincisi* ise girdilerin kullanımına sınır getiren ve üretim sürecini etkileyen düzenlemelerdir. Örneğin devlet belirli kalitedeki bir kömürün kullanımını kısıtlayabilmekte ya da girdiyi kısıtlamadan kirlenmeyi azaltmaya yönelik araçlar kullanılmasını zorunlu tutabilmektedir. Bazı durumlarda girdi düzeyini belirlemek, çevreye yayılan kirlilik düzeyini ölçmekten daha kolay bir yol olmaktadır. Böyle durumlarda devlet, kirliliği

⁴¹⁹ Anthony Ogus, *Regulation: Legal Form and Economic Theory*, Oxford and Portland, Oregon: Hart Publishing, 2004, pp. 29-30.

⁴²⁰ Julia Black, “Critical Reflections on Regulation”, *Australian Journal of Legal Philosophy*, 27, (2002), p. 2.

⁴²¹ a.g.m., p. 18.

⁴²² Rosen, a.g.e., p. 97.

⁴²³ Kirmanoğlu, a.g.e., s. 164.

azaltmanın ve topluma ve çevreye yayılan maliyetleri düşürmenin en doğru yolunu belirlemektedir.⁴²⁴

Olumsuz dışsallıklara neden olan faaliyetler tüketimden kaynaklı da olabilmektedir. Devlet tarafın bu faaliyetlerin kanunlarla yasaklanması sağlanabilir. Örneğin, sigara tüketimi hem bireysel düzeyde tüketicilere hem sigara dumanına maruz kalan pasif içicilere yani üçüncü kişilere ciddi zararlar vermektedir. Bu sebeple, devlet tarafından kapalı alanlarda sigara tüketimi yasaklanmıştır. Benzer bir şekilde, eğlence mekânlarında belli bir saatten sonra yüksek sesle müziğe izin verilmemesi, araç kullanırken emniyet kemeri takılı olması zorunluluğu gibi yasaklar topluma yayılan dışsal maliyetleri azaltmak ya da ortadan kaldırmak için alınan önlemlerden bazılarıdır. Tüm bu yasakların uygulanma amacı, olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesini sağlamaktır.⁴²⁵

Devlet tarafından uygulanan regülasyonların amacı piyasa başarısızlıklarından kaynaklı ortaya çıkan toplumsal refah azalışını önlemektir. Ancak, bu düzenlemeler yapılırken dikkat edilmesi gereken en önemli nokta devletin piyasaya müdahalesinin maliyetlerinin doğru hesaplanmasıdır. Regülasyonlar sonrasında ortaya çıkan fayda ve maliyetler karşılaştırılmalı, iyi analiz edilmeli ve faydaların maliyeti aştığı durumlarda regülasyonlara başvurulmalıdır.⁴²⁶

2.3.2.2.4. Para cezaları

Topluma ve çevreye ya da üçüncü kişilere maliyetler yükleyen olumsuz dışsallıkların yol açtığı etkinsizliklerin giderilmesi için bir diğer çözüm yolu da devlet tarafından bu dışsallıklara neden olanlara uygulanacak olan para cezalarıdır. Böylece olumsuz dışsallıkların yayılmasına neden olanlara para cezası yoluyla bir bedel ödettilmesi amaçlanmaktadır. Bilindiği gibi dışsallıklar sosyal maliyet ile özel maliyet ve sosyal fayda ile özel fayda arasında bir fark oluşmasına sebep olmaktadır. Aradaki farkın giderilmesi için para cezalarının caydırıcı bir unsur olarak etkin bir yol olduğu

⁴²⁴ Stiglitz, a.g.e., s. 277.

⁴²⁵ Susam, a.g.e., s. 113.

⁴²⁶ Coşkun Can Aktan, Serdar Yay, “Regülasyonların Politik İktisadı: Regülasyonların Etkileri, Fayda ve Maliyetleri”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, C.8, N.2, (2016), s. 90.

düşünülmektedir. Para cezalarının uygulanmasıyla MSC, MPC'ye, MSB ise MPB'ye eşitlenmektedir. Bu yol ile olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesi sağlanmaktadır.⁴²⁷

3. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNE KONU OLAN OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER VE VERGİLENDİRME

Bu başlık altında ÖTV'ye konu olan olumsuz dışsallıklar yaratan ürünler olarak çalışma konusunu oluşturan alkollü ürünler, tütün ürünleri ve şekerli içeceklerin kapsamı hakkında bilgi verildikten sonra bu ürünlerde vergiye karşı yaklaşımlar açıklanacak ve verginin etkinliği üzerine yapılmış ampirik çalışmalar incelenecektir.

3.1. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERİN KAPSAMI

Olumsuz dışsallık yaratan ürünlerin başında *alkollü ürünler* gelmektedir.

Alkollü Ürünler:

Alkol tüketiminin bazı maliyetleri bulunmaktadır. Bu maliyetler genellikle “özel” ve “sosyal” maliyetler şeklindedir. Söz konusu maliyetlerin bir kısmı doğrudan bir kısmı dolaylı maliyetler şeklinde ortaya çıkarmaktadır. Özel maliyetler, alkol tüketen kişiyi bireysel düzeyde etkileyen maliyetlerdir. Özel maliyetleri sağlık ve ekonomik nitelikli maliyetler olarak ikiye ayırmak mümkündür:

- *Bireylerin Sağlıkları Üzerinde Yaratılan Maliyetler:* Alkol kullanımının zararlı düzeyde kullanımı bireysel anlamda tüketicilerin sağlık durumlarını olumsuz etkileyip hatta can kaybı ile sonuçlanabilmektedir. Özellikle küçük yaşlarda edinilmiş olan içki alışkanlıkları, çocukların sağlıklı gelişimini engellemektedir.⁴²⁸

- *Bireylerin Ekonomik Durumları Üzerinde Yaratılan Maliyetler:* Alkole bağlı hastalıklar, hastalıkla ilişkili psikolojik acı hissini, alkol kullanımından kaynaklı tüketicinin geliri üzerinde sağlık harcamalarını artmasına neden olmaktadır. Bu alanda “brüt hastalık maliyeti” yaklaşımı ile sağlık harcamalarında ortaya çıkan maliyetler ve alkol bağımlılık sorunları arasındaki ilişki incelenerek zararlı alkol kullanımının

⁴²⁷ Stiglitz, a.g.e., s. 271.

⁴²⁸ Thomas R.Burke, “The Economic Impact of Alcohol Abuse and Alcoholism”, *Public Health Reports*, V.103, N.6, (November-December, 1988), p. 564.

sonuçları tahmin edilmeye çalışılmaktadır.⁴²⁹ Ayrıca ileri seviyede alkol tüketimi bireylerin performansını düşürerek çalışma verimini düşürmekte hatta işsizliğe yol açabilmektedir. Aşırı alkol tüketimi ve işsizliğin birbirini beslediği de söylenebilir. Bir yandan alkolün zararlı düzeyde kullanımı işsizliğe yol açmaktadır. Diğer yandan yaşanan işsizlik süreci, kısmen depresyon kısmen de insanların mevcut zamanını alkol içme gibi faaliyetlerle doldurma eğiliminde olmaları nedeniyle, aşırı alkol tüketimine yol açmaktadır.⁴³⁰

Alkol tüketiminden kaynaklı ikinci maliyetler sosyal maliyetlerdir. Sosyal maliyetler, özel maliyetlerin ve dışsal maliyetlerin toplamıdır. Dışsal maliyetler ise bir kişinin içki içmesinin üçüncü kişilerin maliyet fonksiyonları üzerindeki “yayılma” etkilerini temsil etmektedir.⁴³¹ Özellikle alkollü içkilerin bağımlılık derecesinde olduğu kişiler tarafından ortaya çıkarılan dışsal maliyetler, alkol bağımlılarının üçüncü kişilere dayattığı maliyetler olarak kabul edilmektedir. Alkolün neden olduğu hastalıklar, üretkenlik kaybı, verimliliğin azalması, hastalık nedeniyle işe devamsızlık, işsizlik veya sakatlıktan kaynaklanan maliyetlerin topluma da birtakım ekonomik ve sosyal maliyetleri bulunmaktadır. Alkol tüketimi piyasa ekonomisinde ciddi sınırlamalara tâbi olmadığından dolayı bireysel bazda zararlı ölçüde tüketildiğinde ve tüm bu bireysel davranışlar bileştirildiğinde sosyal maliyetler, halkın maruz kaldığı kayıpları olarak nitelendirilmektedir.⁴³² Dışsal maliyetler:

- Alkollü bir kişinin başkalarına verdiği zarar, uyguladığı şiddet, sebep olduğu trafik kazalarından kaynaklanan maddi hasar, suça karışma veya başkalarının maruz kaldığı sağlık sorunlarının tedavileri üçüncü kişilerin yüklendiği maliyetler olarak gösterilebilir.⁴³³ Yine alkole bağlı yaşanan trafik kazaları sonucunda sağlık bakımı harcamalarında özel sigortanın kullanılması, bu sürede yaşanan işsizlik, sakatlanma

⁴²⁹ Harry Clarke, “The Economist’s Way of Thinking About Alcohol Policy”, *Agenda - A Journal of Policy Analysis and Reform*, V.15, N.2, (2008), p. 28.

⁴³⁰ John Joshua, “The Market and the Social and Private Costs of Alcohol Abuse”, *The Economics of Addictive Behaviours*, V.II, (2017), p. 66.

⁴³¹ Aveek Bhattacharya, “Which Cost of Alcohol? What Should We Compare it Against?”, *Society for the Study of Addiction*, V. 112, N.4, (2016), p. 560.

⁴³² Daniel Hummel, “The Potential Effects of the Social Costs from Alcohol Consumption on State Financial Condition”, *Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management*, V.30, N.1, (2018), pp. 72-73.

⁴³³ Bhattacharya, a.g.m., p. 560.

durumunda yapılan sosyal sigorta ödemeleri gibi ödemeler de dışsal maliyetler içinde sayılabilir.⁴³⁴

- Dışsal maliyetler, toplumda kaybedilen veya azalan üretkenlik gibi dolaylı maliyetler olarak da ortaya çıkmaktadır.⁴³⁵

- Verimlilik kaybından dolayı çalışmamanın neden olduğu devletin vergi gelirlerinin azalması da geniş çapta devleti etkilediğinden dışsal maliyetler arasında gösterilmektedir.⁴³⁶

Toplumda alkol bağımlılarının sayısı arttıkça ülkenin gelecekteki ekonomik zorluklara yanıt verme yeteneğinin de olumsuz etkilendiği kabul edilmektedir.⁴³⁷ Alkollü içeceklerin zararlı düzeyde kullanımı aynı zamanda küresel çapta değişen seviyelerde bir sorun olarak artmaya devam etmektedir.⁴³⁸

Alkolün dışsal maliyetlerine ilişkin yapılan çalışmalarda da bu sorunlar görülmektedir. Konnopka ve König'in (2009) çalışmasında ölçülü alkol tüketiminin neden olduğu sosyal maliyetlerin, kaçınılan maliyetlerden daha yüksek görüldüğü ve bunun da pozitif bir maliyet fazlalığına neden olduğu ifade edilmiştir.⁴³⁹ Mullahy ve Sindelar'ın (1994) çalışması, alkolün zararlı boyutlardaki kullanımının özellikle erkekler için gelir üzerinde önemli etkileri olduğunu göstermektedir. Alkol kullanımının işgücüne katılımı azalttığı, işgücü piyasasında başarıyı ve dolaylı yoldan geliri olumsuz etkilediği ifade edilmiştir.⁴⁴⁰ Booth ve Feng (2002) alkolün zararlı seviyede kullanımının, alkole bağlı ortaya çıkan tahmini toplam maliyetlerin yarısından fazlasının üretkenlik kaybı ile ilişkili olması dolayısıyla hem bireysel hem toplumsal düzeyde ekonomik yükler getirdiğini belirtmiştir. Bu çalışmada, Amerika Birleşik Devletleri'nde risk altındaki 658 alkol tüketicisinden oluşan bir topluluk örneğinden alınan çeşitli tüketim verileri kullanılmıştır. Bu verilerin sonuçlarının 6 aylık takipte

⁴³⁴ Joshua, a.g.m., p. 64.

⁴³⁵ Joseph J. Cordes, Eric M. Nicholson, Frank J. Sammartino, "Raising Revenue by Taxing Activities with Social Costs", *National Tax Journal*, V.43, N.3, (September, 1990), p. 344.

⁴³⁶ Joshua, a.g.m., p. 64.

⁴³⁷ Burke, a.g.m., p. 564.

⁴³⁸ Ian Powrie, et al., "Dealing with a Social Externality-Alcohol and Health", *Journal of Wine Research*, V.25, N.2, (2014), p. 105.

⁴³⁹ Alexander Konnopka, Hans-Helmut König, "The Health and Economic Consequences of Moderate Alcohol Consumption in Germany 2002", *Value in Health*, V.12, N.2, (2009), p. 260.

⁴⁴⁰ John Mullahy, Jody L. Sindelar, "Alcoholism and Income: The Role of Indirect Effects", *The Milbank Quarterly*, V.72, N.2, (1994), pp. 372-373.

alkol kullananların istihdam edilmeme olasılığı veya çalışsalar bile daha düşük sürede istihdam edilmesi üzerindeki olası etkisi analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, ortalama bir alkol tüketimi gününde yedi veya daha fazla içki içmek, çalışmama olasılığını önemli ölçüde artırmakta ve çalışanlar için çalışma haftalarını azaltmaktadır. Bu nedenle, risk altında bulunan içiciler için tedavilerin, özellikle de alkol tüketimini azaltmaya yönelik müdahalelerin geliştirilmesinden hem bireysel hem de toplumsal düzeyde verimlilik artışı yaşanacağı belirtilmiştir.⁴⁴¹

Olumsuz dışsallık yaratan ürünlerin ikincisi *tütün ürünleridir*.

Tütün Ürünleri:

Tütün ürünleri içinin başında sigara gelmektedir. Bu ürün en yaygın kullanılan ürün grubu içinde yer almaktadır. Sigara kullanımının neden olduğu iki önemli sağlık problemi bulunmaktadır. Bunlardan ilki, sigara içen bireylerin hızla nikotine bağımlı hale gelmesidir. Çoğu birey nikotinin bağımlılık yapıcı özelliğini bilmesine rağmen bu etkiyi genellikle hafife almakta ve önemsememektedir. Bir diğer problem ise sigaranın yol açtığı hastalıklardır. Sigara tüketimi, başta akciğer kanseri olmak üzere diğer organ kanserlerine, çeşitli kalp hastalıklarına, dolaşım sistemi rahatsızlıklarına ve solunum yolu hastalıkları gibi etkisi ölüme neden olabilecek sağlık sorunlarına yol açmaktadır. Ayrıca, hamilelikte sigara içen annelerin bebekleri de sigaradan kaynaklı sağlık sorunları yaşamaktadır.⁴⁴²

Sigara tüketiminden kaynaklı yaşanan sağlık sorunları bazı maliyetleri de beraberinde getirmektedir. Leistikow (2000) sigara kullanımının maliyetlerini beş başlık altında incelemektedir. Bunlar:⁴⁴³

(1) Bireysel Maliyetler: Sigara satın alımında ödenen fiyat, sigaradan kaynaklı yaralanmalar (göze giden kül ve duman ile cilde, giysilere vb. giden sigara yanıkları), sigara içen kişilerin hastalık ve erken ölüm riskleriyle karşı karşıya kalması, sigara içenlerin sigara içmeyenlere kıyasla sınırlı iş ve barınma fırsatlarına sahip olması,

⁴⁴¹ Brenda M. Booth, Weiwei Feng, "The Impact of Drinking and Drinking Consequences on Short-Term Employment Outcomes in At-Risk Drinkers in Six Southern States", *Journal of Behavioral Health Services and Research*, V.29, N.2, (2002), p. 157.

⁴⁴² Prabhat Jha, Joy de Beyer, and Peter S. Heller, "Death and Taxes, Economics of Tobacco Control", *Finance and Development*, V.36, N.4, (December, 1999), p. 46.

⁴⁴³ Bruce N. Leistikow, "The Human and Financial Costs of Smoking", *Clinics in Chest Medicine*, V.21, N.1, (2000), pp. 189-197.

finansal problemler, işte verimlilik kaybı, yangın sonucu yaşanan yaralanma ve maddi zarar, ailevi problemler ile nikotinden kaynaklı stres, kaygı ve öfke kontrol sorunları bireysel maliyetler arasındadır.

(2) Aileye Yüklenen Maliyetler: Bu maliyetler sigara kullanan kişinin ailesi tarafından üstlenilen maliyetlerdir. Bu maliyetler arasında, eşlerin ve çocukların sigara dumanına maruz kalması sonucu hastalık riskleri, aile üyelerinin çakmakla yaralanması, sigaradan kaynaklı çıkan yangınlarda aile üyelerinin yaralanmaları, yangından kaynaklı ölümler, sigara içenlerin tüberküloz, grip ve diğer enfeksiyon hastalıklarına yakalanma olasılığının yüksek olması nedeniyle, aile üyelerinin bu hastalıkların bulaşmasından dolayı fiziksel hastalıklar ile karşı karşıya kalmaları, tüm bu hastalık ve yaralanmalar sebebiyle aile üyelerinin psiko-sosyal sağlığının olumsuz etkilenmesi, sigaraya harcanan para sebebiyle ailenin masraflarının artması ve mali problemler yaşanması, boşanma ve aile içi tartışmalar, çocukların kaygı ve stres bozukluğu yaşamaları gösterilmektedir.

(3) Dışsal Maliyetler: Bu maliyetler arasında, pasif içicilerin hastalık riskleriyle karşılaşması, olası yangınlarda diğer bireylerin can ve mal kaybı riski, sigara içenlerin verimliliklerinin azalması sonucu daha düşük gelir elde etmeleri nedeniyle devletin vergi gelirlerinin düşmesi, sigaranın olası uyuşturucu etkilerinden kaynaklanan maliyetler (suça karışma sonucu kolluk kuvvetlerinin sağladığı hizmetler, mağdurların mal kaybı vb.), hastalıkların tedavisinde yararlanan sağlık sigortası primlerinin devlete maliyeti sayılmaktadır.

(4) Tıbbi Maliyetler: Sağlık bakım maliyetleri bu gruptadır.

(5) Toplumsal Maliyetler: Maliyetlerin en geniş kategorisi olan toplumsal maliyetler, bireysel maliyetleri, aileye yüklenen maliyetleri, tıbbi bakım maliyetlerini, sigara içmenin doğrudan, dolaylı ve maddi olmayan tüm maliyetlerini kapsamaktadır.

Sigara kullanımının yol açtığı hastalıklar sebebiyle sağlık hizmetlerinin kullanımından kaynaklanan maliyetler, sigara kullanımının toplam maliyetlerinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır.⁴⁴⁴ Xu ve arkadaşları (2015), sigara kullanımı ile ilişkilendirilen sağlık harcaması tutarlarının büyüklüğünü tahmin etmeye çalışmışlardır. Elde edilen sonuca göre, 2010 yılı itibarıyla, tütünle ilgili hastalıkların doğrudan sağlık

⁴⁴⁴ Alan Fuchs, Fernanda González Icaza, Daniela Paz, “Distributional Effects of Tobacco Taxation: A Comparative Analysis”, *Policy Research Working Paper*, No.8805, World Bank Group, Washington, DC.: (April, 2019), p. 6.

bakım maliyetlerinin, yıllık sağlık harcamalarının % 8,7'sini oluşturduğu ve bu oranın rakamsal olarak yılda 170 milyar dolara denk geldiği belirtilmektedir.⁴⁴⁵

Olumsuz dışsallık yaratan ürünlerin üçüncü grubunu *şekerli içecekler* oluşturmaktadır.

Şekerli İçecekler:

Şekerli içeceklerin de özellikle aşırı tüketilmeleri hem bireysel hem de sosyal maliyetlere neden olmaktadır. Tüketim tercihlerini doğru yapamayan bazı bireylerde rasyonel karar vermeyi engelleyen öz kontrol sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Bu durumda yiyecek veya kilo, bazı kişilerin kendi refahları konusunda optimal kararlar veremeyecekleri tüketimi sağlığa ve topluma zararlı mal olarak kabul edilmektedir.⁴⁴⁶

Şekerle tatlandırılmış içeceklerin tüketimi kilo alımı yoluyla obeziteye, tip 2 diyabete, dişlerde çürük oluşumlarına ve kalp krizi ve arterlerin daralması gibi kardiyovasküler rahatsızlıklara sebep olarak bireylerin hastalıklara yakalanma risklerini artırmaktadır.⁴⁴⁷ Son yıllarda şekerle tatlandırılmış içecek tüketimiyle beraber obezitede artış yaşanması iki değişken arasındaki ilişkinin sorgulanmasına neden olmuştur. Şekerle tatlandırılmış içecekler, glisemik indeksi yüksek sıvılar arasında sayılmaktadır. Glisemik indeksi yüksek olan içecekler tokluk seviyesinin azalmasına ve ardından aşırı yemeye sebep olmaktadır. Aşırı yeme isteği ise kalori alımını ve buna bağlı obezite riskini artırmaktadır.⁴⁴⁸

Bu hastalıkların tedavisi için devletin sağlık hizmetlerinden faydalananlar aynı zamanda topluma da ilave maliyetler yüklemektedir. Çünkü devlet sağlık harcamalarını karşılamak ve finanse etmek için vatandaşların ödediği sağlık sigortası primlerini artıran politikalara başvurmaktadır. Özellikle gıda sektörü ile ilgili piyasa başarısızlıkları,

⁴⁴⁵ Xin Xu, et al, "Annual Healthcare Spending Attributable to Cigarette Smoking: An Update", *American Journal of Preventive Medicine*, V.48, N.3, (2015), p. 326.

⁴⁴⁶ Barry McCormick, et al, "Economic Costs of Obesity and the Case for Government Intervention", *Obesity Reviews*, 8, (2007), pp. 163.

⁴⁴⁷ Hunt Allcott, Benjamin B.Lockwood, Dmitry Taubinsky, "Should We Tax Sugar-Sweetened Beverages? An Overview of Theory and Evidence", *Journal of Economic Perspectives*, V.33, N.3, (Summer, 2019b), p. 206.

⁴⁴⁸ Susan Harrington, "The Role of Sugar-Sweetened Beverage Consumption in Adolescent Obesity: A Review of the Literature", *The Journal of School Nursing*, V.24, N.1, (February, 2008), p. 1.

tüketilen ürünlerin enerjisi artıran ancak besleyici yönden fakir yiyecekler ve şekerle tatlandırılmış içeceklerde ortaya çıkan dışsal maliyetlerdir.⁴⁴⁹

Sonuç olarak olumsuz dışsallıklar yaratan sayılan üç ürünün bireysel olarak optimal tüketim seviyeleri, sosyal olarak optimal seviyeyi aştığı zaman bireyler, tüketim tercihlerinin tüm maliyetlerini yüklenmemektedir ve bu faaliyetlerin açıklandığı üzere dışsallığı bulunmaktadır.⁴⁵⁰

Bu çalışmanın kapsamını oluşturan alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerli içeceklerin nitelikleri gereği hem kişisel hem de dışsal maliyetleri dolayısıyla sosyal maliyetleri olduğundan bu ürünlerin üretim ve tüketimlerine devlet müdahalesi gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle bu ürünlerde piyasa başarısızlığı söz konusudur.

Piyasa başarısızlığı; *asimetrik bilgi*, *bağımlılık davranışları* ve *olumsuz dışsallıklar* şeklinde üç temel nedene dayandırılmaktadır.⁴⁵¹ *Asimetrik bilgi* sorunu her üç üründe görülebilmektedir. Eksik bilgiden kaynaklı optimal olmayan tercihleri varsa piyasa başarısızlığı söz konusudur ve devlet müdahalesi gerekmektedir.⁴⁵²

Asimetrik bilgi; bu ürünleri içenlerin yeterli bilgilendirilmemesinden, sağlıklı beslenme, diyet ve kilo alımı ile ilgili tercihlerinin ne gibi riskler yaratacağının bilinmemesi, gelecekte oluşabilecek zararlar hakkında öngörü sahibi olamamasından, ürünlerin bağımlılık yapıcı özelliğini önemsememesinden ya da üreticilerinin bilgi manipülasyonu yapmasından kaynaklanmaktadır.⁴⁵³ Kullanıcılar tam bilgi sahibi değilse ya da kendilerine yüklediği maliyetleri algılayamıyorlarsa Pareto-etkinliğinden daha fazlasını tüketme isteği içine girebilmektedirler. Tüketicilerin sağlıksız gıda ürünlerine ilişkin bilgi eksiklikleri yanlış tercihler yapmalarına da sebep olmaktadır. Örneğin sağlıklı beslenme konusu karmaşık bir konu arz ettiğinden, özellikle çocuklar ve gençler

⁴⁴⁹ John Cawley, et al, "The Economics of Taxes on Sugar-Sweetened Beverages: A Review of the Effects on Prices, Sales, Cross-Border Shopping, and Consumption", *Annual Review of Nutrition*, V. 39, N.1, (2019), p. 320.

⁴⁵⁰ Miika Heinonen, *The Finnish Excise Tax on Sugar-Sweetened Beverages and Its Effect on Their Prices and Demand*, (Master's Thesis), Jyväskylä: Jyväskylä University School of Business and Economics, 2018, pp. 16-17.

⁴⁵¹ Jin-Wook Choi, Kyusun Lee, "The Social Costs and Benefits of Smoking: Modeling and Policy Implications for South Korea", *Asia Pacific Journal of Public Administration*, V.28, N.1, (2006), p. 79; Nils Guhl, David W. Hughes, "Cigarette Smoking and Market Failure: A Determination of the Economically Efficient Cigarette Tax Rate", *University of West Georgia Report*, 2006, p. 3.

⁴⁵² Rachel Griffith, Martin O'Connell, "Public Policy towards Food Consumption", *Fiscal Studies*, V.31, N.4, (2010), pp. 483-484.

⁴⁵³ Choi, Lee, a.g.m., p. 79.

fazla şeker tüketmenin zararlarını bilmediğinden şekerli içecek tüketimine devam etmektedir.⁴⁵⁴ Bu durumda hükümetler tüketicilerin bu ürünlerle ilgili bilgi eksikliklerini gidermeli ve tüketimin Pareto-etkin seviyesine düşmesi sağlanmalıdır.⁴⁵⁵

Bu ürünlerin tüketimine ilişkin piyasa başarısızlıkları *bağımlılık yapan davranışlardan* da kaynaklanabilir. Alkol, sigara ve şekerli içeceklerin tüketimi, kişilerde bağımlılık haline geldiyse tüketim kararları rasyonel bir şekilde alınmamaktadır. Bazı tüketicilerin, anlık haz ve gelecekteki zarar arasındaki ilişkiyi rasyonel bir şekilde kuramaması zamanla tutarsız tercihler sergilemesine neden olmaktadır. Örneğin, aşırı kilolu bir kişi çikolata yemenin gelecekteki etkisini ve aşırı tüketimin neden olacağı riskleri çok fazla önemsememekte veya tüketimi azaltmada başarısız olmaktadır.⁴⁵⁶ Bu durum *zamanla tutarsız tercihlerde bulunma yaklaşımına* dayanmaktadır.

Zamanla tutarsız tercihler yaklaşımında, bireylerin zaman ve tercih arasındaki ilişkiyi mantıklı bir şekilde kuramadığı ve davranışlarının sonuçlarının şimdiki ve gelecekteki fayda ve maliyetlerini hesaplayamadığı belirtilmektedir. Bu yaklaşımda bireylerin gelecekte yükleneceği maliyet, bugün elde edeceği faydadan yüksek olsa bile bugünkü faydayı elde etme dürtüsüyle hareket ettiği ve sabırsız davrandığı yani rasyonel karar almadığı ifade edilmektedir.⁴⁵⁷ Kusurlu öngörüyle bağlantılı olan bilişsel başarısızlık durumunda tüketicilerin kendi tercihleriyle refahlarını en üst düzeye çıkarması mümkün olmamaktadır.⁴⁵⁸

Bu ürünler için bireyler, uzun vadede kendilerine vereceği zararları hesaplayamıyorsa ve tüketim tercihlerinde mantıklı davranamıyorsa piyasa başarısızlıkları ortaya çıkmaktadır.⁴⁵⁹

Bu ürünlerin tüketiminin yol açtığı bir diğer piyasa başarısızlığı sebebi ise dışsallıklardır. Bu ürünlere yönelik dışsallık negatif dışsallık şeklinde görülmektedir. Sigara, alkol ve şekerli içecekler sosyal olarak optimum seviyeden daha fazla

⁴⁵⁴ Heinonen, a.g.t., p. 17.

⁴⁵⁵ Guhl, Hughes, a.g.m., pp. 4-5; McCormick, et al, a.g.m., p. 163.

⁴⁵⁶ McCormick, et al, a.g.m., pp. 163-164.

⁴⁵⁷ Işıl Ayas, *Obezite İle Mücadelede Obezite Vergilerinin Algılanan Etkinliği*, (Doktora Tezi), Sakarya: T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016, s. 70.

⁴⁵⁸ Jonathan Cummings, "Obesity and Unhealthy Consumption: The Public-Policy Case for Placing a Federal Sin Tax on Sugary Beverages", *Seattle University Law Review*, V.34, N.1, (2010), pp. 282-284.

⁴⁵⁹ Guhl ve Hughes, a.g.m., p. 5.

kullanıldığında ve tüm maliyetleri içselleştirmede ortaya çıkan olumsuz dışsallıklar da piyasa başarısızlığının temel sebeplerinden biri olmaktadır.⁴⁶⁰

Devletin müdahale araçlarının başında vergiler gelmektedir. Özellikle olumsuz dışsallıkları önlemek üzere vergiler, önerilen yaygın bir araçlardır.

3.2. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERDE VERGİYE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

Alkol, tütün ürünleri ve şekerli içeceklerin yukarıda açıklanan olumsuz dışsallıklar yaratması, topluma sosyal maliyetler yüklemesi ve piyasa başarısızlığına sebep olması kamu yararını sağlama gereği kamu politikalarını etkilemektedir.⁴⁶¹ Devlet müdahale araçlarının başında vergiler gelmektedir. Bu dışsallıkları ve sosyal maliyetleri azaltmak veya ortadan kaldırmak amacıyla alkollü içecekler üzerinden alınan vergiler hem topluma yüklenen maliyetlerin kısmen de olsa tüketiciler tarafından karşılanmasını sağlamakta hem de kamu gelirlerine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır.⁴⁶² Ancak belirtmek gerek ki bu ürünlerin tüketiminin yaydığı olumsuz dışsallıklar dolayısıyla ortaya çıkan sosyal maliyetler, ürünler üzerinden toplanan vergi gelirlerinden çok daha yüksek olduğunu da belirtmek gerekir.⁴⁶³

Bu ürünlerdeki olumsuz dışsallıkların azaltılmasında maliye politikası aracı olarak vergilerin gerekçesi; bu ürünlerin yarattığı sağlık, ekonomik ve davranışsal maliyetler dikkate alınarak *halk sağlığı, ekonomik yaklaşım, politik ekonomi ve davranışsal iktisat yaklaşımı* ile açıklanmaktadır.

3.2.1. Halk Sağlığı Yaklaşımı

Alkol, tütün ve şekerli içecek kullanımının topluma yüklediği en önemli maliyet, sağlık problemleri ortaya çıkarmasıdır. Özellikle aşırı alkol kullanımı bağımlılık sorunlarına kadar ilerlemekte ve bireyler tüketimlerini kısıtlamada zorlanmaktadır.

⁴⁶⁰ Choi, Lee, a.g.m., p. 80.

⁴⁶¹ Hummel, a.g.m., pp. 72-73.

⁴⁶² Sean Byrne "Costs to Society of Problem Alcohol Use in Ireland", *Dublin: Health Service Executive*, (2010), p. 12.

⁴⁶³ Hummel, a.g.m., pp. 72-73.

Zaman içinde alkolizme kadar ilerleyen bu sorun, alkol tüketim seviyesinde kontrolün kaybedilmesiyle kronik ve tekrarlayan bir hastalığa dönüşmekte olduğundan alkol kullanımını yalnızca bireysel kullanıcılar için değil tüm toplum için bir problem haline dönüşmektedir.⁴⁶⁴

Olumsuz dışsallık yayan mallarda kullanılan vergi politikalarıyla ilgili en önemli yaklaşımlardan biri “*halk sağlığı yaklaşımı*” olarak bilinmektedir. Bu yaklaşıma göre ÖTV’nin amacı, alkol, tütün ve şekerli içecek tüketimini azaltarak sağlık ve sağlığa bağlı sosyal alanlarda ortaya çıkan sorunlarla mücadele etmektir. Crooks da (1989) bu amacı “... Kişi başına ortalama genel tüketimi azaltarak (veya en azından artmasını önleyerek) bu ürünlerin tüketiminin neden olduğu zararı sınırlamaktır” şeklinde ifade etmiştir. Halk sağlığı yaklaşımında hem bireysel olarak alkol kullanıcılarının hem de bu kullanıcıların davranışlarından doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenen toplumun sağlığını korumaya yönelik vergi düzenlemeleri yapılmaktadır. Bu düzenlemeler ile sağlığa zararlı ürünlerin toplam tüketim hacmi azaltılmaya çalışılmaktadır. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde ekonomi, sosyoloji, psikoloji ve tıp alanlarında yapılan araştırmalar; aşırı alkol, tütün ürünleri ve şekerli içecek kullanmanın bireylerin sağlık durumunu olumsuz etkilediğini belirtmekle beraber trafikte araç kazalarına, aile bütünlüğünün zedelenmesine ve iş yaşamında motivasyon düşüklüğüne neden olduğunu belgelemektedir. Şekerle tatlandırılmış içeceklere vergi uygulanması, bireylerin tüketim tercihlerini değiştireceği, sağlıksız gıda ve içeceklerin tüketimlerinin azaltılacağı ve bu yolla şekerle ilgili hastalıkların, obezitenin önlenebileceği düşünülmektedir.⁴⁶⁵ Özetle sağlığa ve topluma zararlı ürünlerin vergilendirilmesi, tüketimi sınırlandırmakta ve toplum refahının artmasına yardımcı olmaktadır.⁴⁶⁶

Bu ürünlere yönelik bir vergi veya vergi artışı ile;⁴⁶⁷

⁴⁶⁴ Clarke, a.g.m. p. 30.

⁴⁶⁵ Bird, a.g.m., pp. 3-5; Jason M.Fletcher, David Frisvold, Nathan Tefft, “Can Soft Drink Taxes Reduce Population Weight?”, *Contemporary Economic Policy*, V. 28, N. 1, (January, 2010), pp. 24-25; Lisa M. Powell, et al, “Assessing the Potential Effectiveness of Food and Beverage Taxes and Subsidies for Improving Public Health: A Systematic Review of Prices, Demand and Body Weight Outcomes”, *Obesity Reviews*, V.14, N.2, (2013), p. 110-128; Jennifer Falbe, “The Ethics of Excise Taxes on Sugar-Sweetened Beverages”, *Physiology and Behavior*, V.225, (October, 2020), p. 1

⁴⁶⁶ Bird, a.g.m., pp. 3-5.

⁴⁶⁷ Sijbren Cnossen, “Do Drinkers Pay Their Way in the European Union?”, *FinanzArchiv/Public Finance Analysis*, V.64, N.4, (2008), p. 534; Matthijs van den Berg, et al., “The Cost-Effectiveness of

- (i) Ürün fiyatının tüketicilere aktarılmasına,
- (ii) Fiyat artışı sebebiyle tüketimin azalmasına ve
- (iii) Tüketimin azalması sonucu doğurmaktadır.

Bu ürünlerin kullanımına bağlı hastalık risklerinin azalmasıyla beraber kişilerin sağlık harcamaları da azalmaktadır. Bireylerin bütçesinde diğer harcamalara ayrılan paylar da artmış olmaktadır. Sağlık hizmetlerinden daha az faydalanan bireyler sayesinde sigorta şirketleri, işverenler ve devlet üzerindeki sağlık giderlerinin maliyetleri de azalmış olmaktadır. Olumsuz dışsallık yaratan bu ürünlerin kullanımının ortadan kalkmasıyla beraber iş hayatında verimlilik artışı yaşayan bireylerin yaşam kalitesinde de iyileşmeler görülmektedir.⁴⁶⁸

3.2.2. Ekonomik Yaklaşım

Alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergilere yönelik “*ekonomik yaklaşım*”, halk sağlığı yaklaşımındaki gibi brüt sağlık maliyetlerine değil, bu ürünlerin tüketiminin dışsal maliyetlerine odaklanmaktadır. Alkol, tütün ve şekerli içeceklerin daha öncede belirtildiği üzere bireysel düzeyde ortaya çıkan içsel maliyetleri toplumu etkilememekle beraber sosyal maliyetler önemli dışsallıklara sebep olmaktadır.⁴⁶⁹

Alkol, tütün ürünleri ve şekerli içecek vergilerinde ana amaç davranışları değiştirmek olsa bile ekonomik yaklaşım açısından, fiyatlandırmaya müdahalenin genel gerekçesi piyasa başarısızlığı olarak ifade edilmektedir. Prensip olarak, piyasa fiyatlarını dışsal maliyetleri yansıtabilecek şekilde ayarlamak basit bir konu gibi görünse bile maliyetlerin içselleştirilmesine yönelik fiyat ayarlamalarının kesin değerini belirlemek pratikte zorlaşmaktadır. Özellikle bağımlılık yapıcı niteliği bulunan

Increasing Alcohol Taxes: A Modelling Study”, *BioMed Central Medicine*, V.6, N.36, (2008), p. 1.; Fletcher, Frisvold, Tefft, a.g.m., pp. 24-25.

⁴⁶⁸ Kara A. Contreary, et al, “Economic Impact of Tobacco Price Increases Through Taxation: A Community Guide Systematic Review”, *American Journal of Preventive Medicine*, V.49, N.5, (2015), p. 801.

⁴⁶⁹ Clarke, a.g.m., pp. 33-38.

ürünlerin kullanımında dışsal maliyetlerin (istihdam, suç, aile içi sorunlar) değişken olması fiyat politikalarını optimal şekilde belirmeyi güçleştirmektedir.⁴⁷⁰

Dışsal maliyet hesaplamaları kolay olmamakla beraber tüketicinin kendisine ve çevresine verdiği zararlar yoluyla tespit edilmeye çalışılmaktadır. Konuyu alkollü içecekler üzerinden açıklamak gerekirse fazladan bir birim alkol tüketmenin dışsal maliyeti de tüketiciden tüketiciye değişmektedir. Örneğin, evinde iki kadeh herhangi bir alkollü içecek alan kişi, üçüncü kişilere hiçbir maliyet yüklemeyen halka açık bir yerde bir bardak alkollü içecek alan ve ardından arabasının direksiyonuna geçen sarhoş bir sürücü, üçüncü kişilere önemli ek dışsal maliyetler yüklemektedir. Şarap ve biraya yönelik ÖTV'ler, MEC'nin yüksek olduğu durumlar ile düşük olduğu durumlar arasında ayırım yapmamakla birlikte, yüksek riskli alkol tüketicisinin neden olduğu dışsal maliyetteki azalma, düşük riskli alkol tüketicisinin tüketici refahındaki kayıptan daha büyükse, genel refah artmaktadır.⁴⁷¹ Bu durum, Şekil 9'da gösterilmektedir. Şekil 9'da D_A eğrisi, yüksek riskli bir içicinin (içki birimi başına başkalarına artan maliyetler getiren) alkol talep eğrisini ifade ederken, D_B eğrisi ise, dışsal maliyetlerin minimum olduğu düşük riskli bir içicinin alkol talebini yansıtmaktadır. X_A düzeyinde tüketim alkolün aşırı tüketimini, X_B düzeyinde tüketim normal bir tüketim seviyesini göstermektedir. Düşük tüketim seviyelerinde MEC'ler de ihmal edilebilir bir düzeydedir. Bir bütün olarak toplum perspektifinden bakıldığında X_A düzeyinde tüketim aşırıdır. Aşırı alkol tüketen birey alkolün kötüye kullanım maliyetlerini görmezden geldiği veya farkında olmadığı için X_A^* 'dan daha fazla tüketecek olursa tüketimini azaltacak bir vergi uygulanması refahı artırabilmektedir. Alkol fiyatına ek bir ÖTV uygulamak, her iki tüketici için talebi azaltmaktadır. Yüksek riskli alkol kullanıcısının talebi X_A 'dan X_{A1} 'e düşerken düşük riskli bir alkol tüketicisinin talebi X_B 'den X_{B1} 'e düşmektedir.⁴⁷² Bu durum, yüksek riskli içicinin c alanı kadar refahının azalmasına yol açmaktadır. Ancak yüksek riskli alkol tüketicilerinin refahındaki bu azalma (c alanı), diğer kişilere verilen zarardaki azalmadan daha az olmaktadır. (a+c alanı). Bu durumda toplum, yüksek riskli içicilerin vergiler sebebiyle tüketimlerini azaltmasından fayda

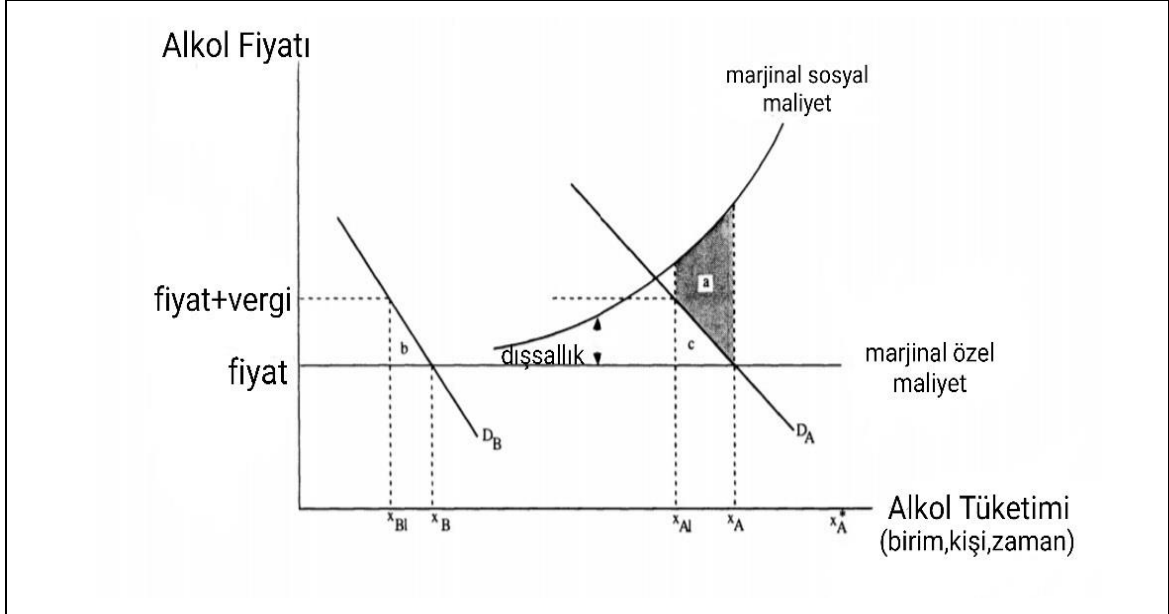
⁴⁷⁰ Anne Ludbrook, "Minimum Pricing of Alcohol", *Health Economics*, V.18, N.12, (2009), p. 1357.

⁴⁷¹ Cnossen, (2010), p. 25.

⁴⁷² Thomas F. Pogue, Larry G. Sgontz, "Taxing to Control Social Costs: The Case of Alcohol", *American Economic Review*, V.79, N.1, (1989), pp. 235-236.

sağlamaktadır. Benzer şekilde vergiler, düşük riskli alkol kullananların refahını da b alanı kadar azaltmaktadır. Buna göre net ferah kazancı c-b alanı kadar olmaktadır.⁴⁷³

Şekil 9: Alkol Vergilendirmesinde Maliyetler



Kaynak: Thomas F. Pogue, Larry G. Sgontz, "Taxing to Control Social Costs: The Case of Alcohol", *American Economic Review*, V.79, N.1, (1989), p. 236.

Alkollü ürün kullanımının sebep olduğu hastalık maliyetine yönelik araştırmalarında alkolün dışsal maliyetlerinin en büyük bileşeninin *verimlilik kaybı* olduğu tahmin edilmektedir.⁴⁷⁴ Rice vd. (1991) araştırmasında da bireylerin alkolün aşırı kullanımının yol açtığı hastalıkların ve erken ölümlerin topluma yüklediği en önemli maliyetin verimlilik kaybı olduğu ifade edilmiştir.⁴⁷⁵

Ekonomik yaklaşım, alkolün faydaları ve maliyetleri arasındaki etkileşimlere odaklanmaktadır. Bu yaklaşıma göre, bağımlılık yapıcı ürünlerin tüketimine bağlı ortaya çıkan verimlilik sorunu iktisatçılar tarafından önemli bir endişe kaynağı olarak görülmektedir. Verimlilikte yaşanacak olan bir azalma hem sağlığa zararlı ürünleri tüketen kişi için hem de toplum için maliyetlere yol açmaktadır. Özellikle işgücü

⁴⁷³ Cnossen, (2010), p. 25.

⁴⁷⁴ Jody Sindelar, "Social Costs of Alcohol", *Journal of Drug Issues*, V.28, N.3, (1998), p. 765.

⁴⁷⁵ Dorothy P. Rice, Sander Kelman, Leonard S. Miller, "Estimates of Economic Costs of Alcohol and Drug Abuse and Mental Illness, 1985 and 1988", *Public Health Reports*, V.106, N.3, (May-June 1991), pp. 280-292.

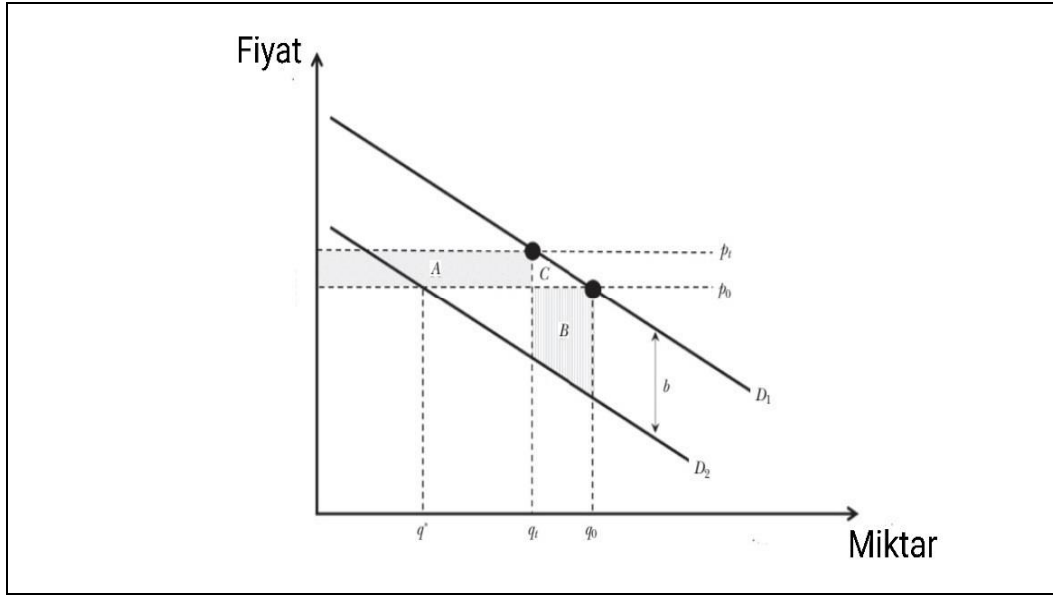
piyasası verimliliğindeki küçük bir yüzde düşüş bile ekonomi ve toplumun refahı üzerinde önemli etkilere sahip olmaktadır.⁴⁷⁶

Ayrıca alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerli içeceklerin tüketimine yönelik ekonomik yaklaşım dışsal maliyetler dışında kaynak kullanımına da vurgu yapmaktadır.⁴⁷⁷

Alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerli içecekler gibi sağlığa zararlı ürünlerin tüketiminden kaynaklı olumsuz dışsallıkların varlığı durumunda dışsal maliyetleri azaltmak veya ortadan kaldırmak amacıyla fiyatı etkilemek için en uygun politika aracı ÖTV olarak kabul edilmektedir.⁴⁷⁸ ÖTV ile hem olumsuz dışsallıklar içselleştirilmekte hem de dışsallıklardan kaynaklı kamu sektörüne yüklenen maliyetler azalarak kamuda verimlilik artışı görülmektedir.⁴⁷⁹

Şekil 10'da şekerle tatlandırılmış içecekler üzerinden alınan bir verginin bireyin şekerli içecek tüketimi ile bireyin ve toplumun refah artışı üzerindeki etkisi gösterilmektedir.

Şekil 10: Şekerle Tatlandırılmış İçecek Vergisinin Bireysel Tüketim Üzerindeki Etkisi



⁴⁷⁶ Sindelar, a.g.m., p. 765.

⁴⁷⁷ a.g.m., s.765.

⁴⁷⁸ Ludbrook, a.g.m., p. 1357.

⁴⁷⁹ Hana Ross, Jean Tesche, Nicole Vellios, "Undermining Government Tax Policies: Common Legal Strategies Employed by the Tobacco Industry in Response to Tobacco Tax Increases", *Preventive Medicine*, 105:S19-S22, 2017, p. 2; Peter Lloyd, Donald MacLaren, "Should We Tax Sugar and If So How?", *Australian Economic Review*, V.52, N.1, 2019, p. 22.

Kaynak: Hunt Allcott, Benjamin B. Lockwood, Dmitry Taubinsky, “Should We Tax Sugar-Sweetened Beverages? An Overview of Theory and Evidence”, *Journal of Economic Perspectives*, V.33, N.3, (Summer, 2019b), p. 208.

Şekil 10’da görüldüğü üzere bireyin şekerli içecekleri farklı düzeylerde tüketimine göre dışsallıkların boyutu da değişmektedir. D_1 talep eğrisi, bireyin şekerle tatlandırılmış içecekler için farklı fiyatlar karşısındaki talep durumunu belirtmektedir. D_1 talep eğrisi aynı zamanda bireyin her bir miktarda şekerli içecek tüketmesi durumunda elde ettiği marjinal özel fayda olarak da ifade edilmektedir. Dikey mesafe b , birim başına dışsallık maliyetini temsil etmektedir. D_2 eğrisi ise bireyin tüketiminden kaynaklanan marjinal sosyal faydayı göstermektedir. Şekil 10’da fiyatı p_0 ’dan p_1 ’ye yükselten bir verginin refah üzerinde üç farklı etkisi bulunmaktadır:⁴⁸⁰

1) $A = t \times qt$ alanı, tüketiciden devlete aktarılan vergi gelirini göstermektedir.

2) $C = \Delta q \times t / 2$ alanı, bireylerin şekerli içecekler üzerinden alınan verginin artırılmasına bağlı tüketimlerinin azalması ve bu azalışa bağlı olarak bireyin refahındaki düşüşü ifade etmektedir.

3) $B + C = \Delta q \times b$ alanı, bireylerin şekerli içecek tüketiminden ortaya çıkan dışsallığı yüklenmiş diğer kişilerin refahındaki artışı temsil etmektedir.

Şekil 10’da da görüldüğü gibi verginin net etkisi iki yönlüdür. Bunlardan *ilki* tüketiciden devlete doğru ($A + C$) alanı kadar gelir transferi gerçekleşmektedir. *İkincisi* ise B alanı kadar devlet fonlarında daha fazla artış görülmektedir. B alanı, genişliği (şekerli içeceklere olan talebin bireysel esnekliğiyle orantılı) ile yüksekliğinin (şekerli içecek tüketiminin dışsallaştırılmış sağlık maliyetleri) çarpımı ile ölçülenmektedir. Bu nedenle, tüm tüketicilerdeki ortalama B değeri, ortalama talep esnekliğinin ortalama dışsallıkla çarpımının bu iki değişkenin kovaryansı ile toplanması sonucu bulunacak değer ile orantılıdır. Kovaryans terimine göre “*En büyük dışsallıkları üretenler bir vergiye en duyarlı olanlardır. Bu sebeple düzeltici verginin dışsallık faydaları daha büyüktür.*” ($A + C$) transferi tüm tüketiciler için aynı yüksekliğe sahiptir ($p_1 - p_0$), ancak genişliği her tüketici tarafından tüketilen şekerli içecek miktarına bağlıdır.⁴⁸¹

Gıda ürünlerinin tüketimi üzerinden alınan ve olumsuz dışsallıkları içselleştirme amacı taşıyan ÖTV gibi vergiler, verimlilik açısından değerlendirildiğinde mevcutta var

⁴⁸⁰ Allcott, Lockwood, Taubinsky, a.g.m., (2019b), p. 209.

⁴⁸¹ a.g.m., (2019b), p. 209.

olan vergi tabanlarından yararlandığı için yeni bir dışsallık vergisi getirmekten çok daha düşük maliyetli olmaktadır. Ayrıca doğrudan dışsallığa yönelik bir vergi getirmek, dışsallığı yayan mala vergi koymaktan çok daha zordur. Çünkü topluma yayılan dışsallığın ölçülmesi kolay değildir. Dışsallığın vergilendirmesi, malın fiziksel miktarları üzerinden alınan bir ÖTV şeklinde olursa vergi etkinliği de artmaktadır. Böyle bir verginin ortaya çıkaracağı etkiler, satışların değerine ve talebin fiyata duyarlılığına yani talebin esnekliğine bağlıdır. Örneğin, orta seviyelerde alkol tüketimi, oldukça zararsız olabilirken, yüksek seviyelerde alkol kullanımı giderek artan dışsallıklar yaratmaktadır. Bununla birlikte, büyük dışsal maliyetler oluşturması veya bireysel alıcılara doğrusal olmayan vergiler getirilmesi yani kullanıcıya göre farklı vergi tipleri uygulanması olumsuz dışsallık yaratan malların satışlarını etkileyebilir. Optimal olarak farklılaştırılmış bir verginin yönetimi ve idaresi aşırı derecede maliyetli veya uygulanamaz olacağından dışsal maliyetlerin içselleştirilmesinde kullanıcılara göre değişen bir vergi yerine tek tip bir ÖTV kullanılması daha uygun görülmektedir.⁴⁸²

Ekonomik yaklaşımın geliştirilmesinde bir sonraki adım, Becker ve Murphy'nin (1988) "*rasyonel bağımlılık teorisi*" ile gerçekleşmektedir. *Rasyonel bağımlılık teorisi* ile oluşturulan talep denklemleri, bireylerin mevcut tüketiminin fiyatlara, gelire, tüketicilerin zevk ve tercihlerine, geçmiş tüketime ve gelecekteki tüketime bağlı olduğunu göstermektedir. Rasyonel bağımlılık teorisinin ortaya çıkardığı yenilik tüketimin zamanla ilişkilendirilerek incelenmesidir. Teori, alkol ve tütün gibi bağımlılık yapan ürünlerin mevcut fiyatlarındaki artışın, bireylerin bugünkü tüketimini azaltacağını ve gelecekte yükselen fiyatlara yol açarak gelecekteki tüketimini de düşüreceğini ifade etmektedir. Rasyonel bağımlılık teorisi altında, bugünkü mevcut tüketim ile gelecekteki tüketim birbirini tamamlayıcı olduğundan dolayı gelecekte oluşturulacak politikaların ayrıntılarını duyurmak, bugünkü tüketim üzerinde önemli bir etki yaratmaktadır.⁴⁸³

Alkollü içecekler ve tütün ürünlerine olan talebin belirleyicilerini ayrı ayrı araştıran çok sayıda çalışma bulunmasına rağmen sadece birkaç araştırma⁴⁸⁴, bu

⁴⁸² Christiansen, Smith, a.g.m., p. 7.

⁴⁸³ James J. Fogarty, "A Review of Alcohol Consumption and Alcohol Control Policies", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, V.1, N.2, (2009), pp. 111-112.

⁴⁸⁴ Alkollü ürün ve tütün ürünleri talebine yönelik bu ürünlerin etkileşimlerini bağımlılık yapıcı özelliklerini dâhil ederek inceleyen çalışmalar için bakınız: Rajeev K.Goel, Mathew J.Morey, "The Interdependence of Cigarette and Liquor Demand", *Southern Economic Journal*, V.62, N.2, (1995), pp. 451-459; Sandra L. Decker, Amy Ellen Schwartz, "Cigarettes and Alcohol: Substitutes or

ürünlerin etkileşimlerini bağımlılık yapıcı özelliklerini dikkate alarak incelemiştir. Becker ve Murphy (1988) tarafından önerilen rasyonel bağımlılık modeli, bağımlılık davranışının ekonomik yönünü araştıran ve literatüre katkıda bulunan önemli bir model olmuştur. Modeldeki en temel iki unsur; bağımlılık yaratan malların (alkol, tütün, uyuşturucu gibi) geçmiş, şimdiki ve gelecekteki tüketimlerinin birbirine bağımlı olduğu ve bireysel rasyonalite (mevcut eylemlerinin sonuçlarını öngörebilen ileri görüşlü tüketiciler) varsayımının kabul edilmesidir.⁴⁸⁵

Becker ve Murphy'nin (1988) rasyonel bağımlılık modelinden önceki ekonomik bağımlılık modelleri, tüketicilerin mevcut eylemlerinin gelecekteki sonuçlarını öngöremeyen bireyler olduğunu varsaymaktadır. Önceki bağımlılık modellerinden farklı olarak Becker-Murphy modeli, bağımlıları tüketim kararlarının gelecekteki sonuçlarını dikkate alma anlamında “ileri görüşlü” olarak nitelendirmektedir. Bu varsayım, bir kişinin mevcut tüketim kararlarının, beklenen fiyat artışları karşısında, gelecekte tüketim maliyetlerindeki değişiklikleri dikkate alarak hareket edeceği anlamına gelmektedir. Örneğin; gelecek yıl alkol ya da tütün ürünlerinde fiyatın artması sebebiyle hem gelecek yılın tüketiminde bir azalma hem de bu yılki mevcut tüketimin düşmesi beklenmektedir.⁴⁸⁶

Rasyonel bağımlılık teorisinde, bir ürünün geçmiş tüketimindeki artışlar, mevcut tüketimi de artırıyorsa potansiyel olarak bağımlılık yaptığı ifade edilmektedir. Bağımlılık yapan malların fiyatlarındaki kalıcı değişiklikler, tüketim üzerinde kısa vadede düşük bir etkiye sahiptir. Bununla birlikte, modelde bağımlılık yapan mallara olan uzun vadeli talebin, bağımlılık yapmayan mallara olan talepten daha esnek olma eğiliminde olduğu belirtilmiştir. Modele göre alkol ya da tütün ürünlerinin fiyatlarında beklenen gelecekteki artışlar, bağımlılık yapan malların mevcut tüketimini

Complements?”, *NBER Working Paper*, 7535, (2000), pp. 1-30; Mikael Bask, Maria Melkersson “Rationally Addicted to Drinking and Smoking”, *Applied Economics*, V.36, N.4, (2004), pp. 373-381.

⁴⁸⁵ Pierpaolo Pierani, Silvia Tiezzi, “Addiction and Interaction Between Alcohol and Tobacco Consumption”, *Empirical Economics*, V.37, N.1, (2009), p. 2.

⁴⁸⁶ Frank J. Chaloupka, Michael Grossman, Henry Saffer, “The Effects of Price on Alcohol Consumption and Alcohol-Related Problems”, *Alcohol Research and Health*, V.26, N.1, (2002), pp. 26-27.

azaltmaktadır. Çünkü farklı zamanlardaki tüketimler birbirini tamamlayıcı olarak kabul edilmektedir.⁴⁸⁷

Rasyonel bağımlılık teorisi kapsamında, kendi varsayımları altında bağımlılık yapıcı niteliği olan malların tüketimini azaltmak için şunlar önerilmektedir:⁴⁸⁸

- Alkollü içeceklerin ve tütün ürünlerinin fiyatlarında vergi yoluyla artış yapılmalıdır. Fiyatların yükselmesi, tüketimi azaltacak ve uzun vadede bireylerin tüketim tepkisi daha büyük olacaktır.

- Uzun vadeli politikalar tasarlanırken bugünkü mevcut uygulamalar ve gelecekte yapılacak uygulamalar birlikte düzenlenmelidir. Böylelikle politikalardan daha etkili sonuçlar alınacaktır.

- Alkol ve tütün tüketiminin hem doğrudan sağlık üzerindeki olumsuz etkileri hem de diğer dolaylı etkileri hakkında halk bilinçlendirilmelidir.

- Tüketiciler rasyonel olduğundan, alkol ve tütün tüketimini azaltmak için kullanılan ÖTV olumsuz dışsallıkların varlığına dayandırılırsa tüketiciler üzerinde daha etkili olmaktadır.

Gıda ürünleri üzerinden alınan ÖTV'nin verimli ve etkin bir politika aracı olabilmesi için dikkatli bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. Olumsuz dışsallıkların giderilmesi konusunda optimal sonuçları elde etmek için, alkol, tütün ve şekerli içecekler üzerindeki vergilerin, bu ürünlerin içeriğine göre belirli oranlarda uygulanması ve periyodik olarak enflasyona göre ayarlanması gerekmektedir. Ancak bu ürünlere yüksek vergilerin uygulanması kaçakçılık ve yasadışı üretimlere sebep olabileceğinden ÖTV'nin optimal düzeyde ayarlanması gerekmektedir. Özellikle bağımlılık yapıcı niteliği olan alkol ve tütün ürünlerinin talebi esnek olmadığı için bu mallardan vazgeçmek kolay olmamaktadır. ÖTV doğru bir şekilde tasarlanır ve uygulanırsa bu ürünlerin tüketim miktarları azalmaktadır. Dolayısıyla vergilerden elde edilen verim de artmaktadır.⁴⁸⁹

⁴⁸⁷ Gary S. Becker, Kevin M. Murphy, "A Theory of Rational Addiction", *Journal of Political Economy*, V.96, N.4, (August, 1988), pp. 694-695.

⁴⁸⁸ Fogarty, a.g.m., p. 113.

⁴⁸⁹ Bird, a.g.m., p. 22.

Alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerle tatlandırılmış içeceklerin tüketimiyle ilgili ortaya çıkan dışsallıklar ile mücadele konusunda tek başına vergi politikası yeterli değildir. Vergilerin yanında bu malların üretimini ve satışlarını kimlerin yapabileceğine yönelik kurallar, bu malların pazarlanmasına ilişkin düzenlemeler, bu malları kimlerin tüketebileceği, nerede ve ne zaman satın alabileceğine ilişkin kısıtlamalar politika yapıcılar tarafından düzenlenmelidir. Bu tür düzenleyici politikaların kapsamı ve etkinliği ile bunların vergilendirmeyi ne ölçüde tamamladığı veya ikame ettiği, bu ürünler üzerinden alınacak ÖTV'nin tasarlanmasında dikkate alınması gereken önemli faktörlerdir.⁴⁹⁰

3.2.3. Politik Ekonomi Yaklaşımı

Politikacılar tarafından ek gelir elde etmek için dolaysız vergileri artırmaları genellikle tercih edilen bir yol olmamaktadır. Bunun sebebi ise mükelleflerin bu tür vergi artırımına tepki gösterme olasılıklarının daha yüksek olmasıdır. Dolaylı vergiler ise özellikleri gereği daha kolay artırılabilen vergilerdir. Alkol, tütün ürünleri ve şekerli içecekler üzerindeki dolaylı vergi olarak ÖTV ise hükümetler tarafından sıklıkla başvurulan alternatif gelir kaynakları arasında önemli bir araç haline gelmektedir. Diğer dolaylı vergilerle karşılaştırıldığında ÖTV'nin en önemli avantajı, piyasalarda kaynak tahsisini olumsuz etkilememesidir.⁴⁹¹

Alkol, tütün ve şekerli içecekler üzerindeki vergilerin politika yapıcılar için tercih edilmesinin bir başka nedeni ise ÖTV'nin geliri harekete geçirmenin kolay bir yolu olarak görülmesidir. Bu ürünlerin tüketimiyle ilişkili olumsuz dışsallıkların varlığı ve bu dışsallıkları içselleştirme amacı ÖTV'nin uygulanmasını diğer vergilerden görece daha önemli hale getirmektedir. Örneğin, son yıllarda sigara tüketiminin kısıtlanmasına yönelik kamu spotları ve politika düzenlemeleri o kadar artmıştır ki toplum içinde sigara içmenin sosyal kabulü azalmıştır. Sigara kullananlar bile, topluma yaydıkları dışsallıkların farkında olup mali bir ceza ödemeleri gerektiğini kabul etmektedir. Bu nedenle alkol, tütün ve şekerli içecekler üzerindeki vergiler, yalnızca hükümet gelirlerini artırmakla kalmamaktadır. Aynı zamanda erdemsiz davranışları

⁴⁹⁰ a.g.m., p. 6.

⁴⁹¹ Cordes, Nicholson, Sammartino, a.g.m., p. 343.

vergilendirerek, sosyal açıdan uygun olmayan tüketim davranışlarını ve kararlarını düzeltmeye çalışmaktadır. Böylelikle vergiler aracılığıyla, topluma ve sağlığa zararlı kabul edilen bu ürünlerin bilinçsizce tüketiminden kaynaklanan dışsal maliyetlerin telafi edilmesi sağlanmaktadır.⁴⁹²

3.2.4. Davranışsal İktisat Yaklaşımı

Alkol, tütün ve şekerli içecek vergilerinin uygulamada tercih edilmesine yönelik yaklaşımlardan bir diğeri de “davranışsal iktisat yaklaşımı”dır. Davranışsal iktisatta rasyonalite yerine sınırlı rasyonalite ön plana çıktığından, insanların bu ürünleri ne kadar tükettikleri konusunda her zaman rasyonel kararlar veremeyecekleri düşünülmektedir.⁴⁹³ Davranışsal iktisat yaklaşımı, sağlığa zararlı ürünlerin tehlikelerinin farkında olan ve rasyonel seçimler yapabilen bireylerin bile gelecekteki risk ve zararları görmezden gelebileceğini ve tüketicilerin andaki tatmini sağlayabilmek için alkol, tütün ve şekerli içecek tüketimine devam edebileceğini öne sürmektedir.⁴⁹⁴ Bu sebeple bu ürünlerin kullanımına karşı psikolojik eğilimleri ve öngörü eksiklikleri olan bireylerin, tüketimlerini azaltmak amacıyla alkol, tütün ve şekerli içecekler üzerinden alınacak olan bir verginin bireyleri doğru ve rasyonel davranışlara yönlendirerek etkili bir politika aracı olacağı ifade edilmektedir.⁴⁹⁵

Alkol, tütün ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV bir yandan kamu yöneticileri için bütçe açıklarını gidermede potansiyel gelir kaynakları olarak görülürken, diğer yandan olumsuz dışsallık yayan mallarda birey davranışlarını değiştirme ve düzeltme görevi üstlenmektedir.⁴⁹⁶ Özellikle bağımlılık yapan ürünler üzerinden alınan vergilerin, antisosyal davranışları, suça eğilimi, güvenlik ve sağlık harcamalarının artışı gibi kamusal maliyetlerden kaynaklanan topluma maliyetleri

⁴⁹² Bird, a.g.m., p. 7.

⁴⁹³ Andrew Leicester, “Alcohol Pricing and Taxation Policies”, *Institute for Fiscal Studies*, IFS Briefing Note BN124, (2011), p. 15.

⁴⁹⁴ Rajeev Cherukupalli, “A Behavioral Economics Perspective on Tobacco Taxation”, *American Journal of Public Health*, V.100, N.4, (2010), p. 609.

⁴⁹⁵ Cherukupalli, a.g.m., p. 609; Leicester, a.g.m., p. 15; Cummings, a.g.m., pp. 281-282.

⁴⁹⁶ Ian W. H. Parry, Sarah E. Westy, Ramanan Laxminarayan, “Fiscal and Externality Rationales for Alcohol Policies”, *The B.E. Journal of Economic Analysis and Policy*, V.9, N.1, (2009), p. 1; Cawley, et al, a.g.m., p. 320.

azaltmada etkili bir araç olduğu kabul edilmektedir.⁴⁹⁷ Paternalist eğilimler bir kenara bırakıldığında ve alkol, tütün ve şekerli içecek tüketicilerinin tüketimlerinin kendi maliyetlerini ve faydalarını hesaplayacak kadar rasyonel olduğu varsayımı altında bile bu ürünlerin tüketimine devlet tarafından bir müdahale gerekmektedir. Bu ürünleri tüketen bireyler dışında başkalarına yüklenen maliyetlerin uygun şekilde dikkate alınmasını sağlamak için dışsallığı düzeltici vergilere ihtiyaç duyulmaktadır. Alkol, tütün ve şekerli içeceklerin kullanımı tüketicinin kendisinin anlık zevkinin ötesinde sonuçları olan bir davranış şeklidir. Bu sebeple, ÖTV, tüketimi caydırmadaki rolleri açısından önemli bir politika aracı olarak kabul edilmektedir.⁴⁹⁸

Davranışsal iktisat perspektifinden alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerli içecekler üzerinden alınacak olan bir ÖTV'nin etkili olabilmesi için bazı ilkeler önerilmiştir. Bunlar:⁴⁹⁹

-Vergi, bu ürünlerin kullanımının ortaya çıkardığı dışsal maliyetlerin içselleştirilmesini sağlamalıdır.

-Alkol, tütün ve şekerli ürünler üzerinden alınan vergilerde öncelikle gelir sağlama hedefi olsa da asıl hedef, toplum sağlığını korumak olmalıdır. Öz kontrol sorunu olan ve bağımlılık derecesinde tüketim yapan bireylerin tüketimi vergiler yoluyla azaltılmalıdır.

-Alkol, tütün ve şeker kullanımının zararlarıyla ilgili yeterli veya doğru bilgi sahibi olmayan ya da gelecekte yüklenilecek maliyetlerin düşük olduğunu düşünen bireyler rasyonel karar alamamaktadır. Bu durumlarda bu ürünlerin kullanımını azaltma niyetinde olan tüketiciler bile aşırı tüketim isteği içine girmektedir. Bu eğilim, bu ürünler üzerinden alınacak olan bir ÖTV ile frenlenmelidir.

⁴⁹⁷ Rachel Griffith, Martin O'Connell, Kate Smith, "Tax Design in the Alcohol Market", *Journal of Public Economics*, V.172, (2019), p. 20.

⁴⁹⁸ Ian Crawford, Michael Keen, Stephen Smith, "Value Added Tax and Excises", in J.Mirrlees, et al (Ed.), *Dimensions of Tax Design: the Mirrlees Review*, Oxford: Oxford University Press, 2010, pp. 319-320.

⁴⁹⁹ Cherukupalli, a.g.m., pp. 614-615.

3.3. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERİN VERGİLENDİRİLMESİNİN ETKİNLİĞİNE YÖNELİK AMPİRİK ÇALIŞMALAR

Bu kapsamda alkollü ürünler, tütün ürünleri ve şekerli içeceklerin vergilendirmesinin etkinliği üzerine yapılmış ampirik çalışmalar incelenmektedir.

- Alkol Vergilendirmesinin Etkinliği Üzerine Ampirik Çalışmalar

Cook ve Tauchen (1982) likör vergilerinin yüksek seviyede içki tüketimi üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'nde 30 eyalet için, 1962-1977 dönemi verileri kullanılmıştır. Veri kaynakları; kişi başına düşen gelir, eyalet düzeyindeki likör vergisi oranları ve alkollü içecek tüketim değişkenidir. Kovaryans analizi kullanılan çalışmanın sonucu kronik seviyede yüksek içki içenlerin, tüketimlerinin içki fiyatındaki değişikliklere duyarlı olduğu şeklindedir. Likör tüketim vergisindeki galon başına bir dolar (1967 fiyatları) artışının, karaciğer sirozuna bağlı ölüm oranlarını⁵⁰⁰ kısa vadede %5,4 ve uzun vadede iki katına kadar azaltacağı tahmin edilmiştir. Alkollü içecek vergilendirmesinin halk sağlığı alanında etkili bir politika aracı olarak görülebileceği vurgulanmıştır.⁵⁰¹

Chaloupka, Saffer, Grossman (1991) çalışmalarında alkol kontrol politikaları ile motorlu araç kazalarına bağlı ölümler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu kontrol politikaları arasında alkol üzerinden alınan tüketim vergilerinin etkileri de araştırılmıştır. Çalışmada 1982-1988 dönemi verileri ile Amerika Birleşik Devletleri'nin 48 eyaleti için zaman serisi analizi yapılmıştır. Veri olarak genel nüfus ve özellikle 18 ile 20 yaş aralığındaki kişilerin motorlu taşıt ölüm oranları kullanılmıştır. Regresyon analiz bulguları, arttırılmış bira vergileri gibi fiyat politikalarının etkili olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlara göre bira vergisinin 1951 yılındaki değerinde sabit tutulmasının, analiz yapılan dönemde ölümleri yılda ortalama %11,5 azaltacağı ifade edilmiştir.⁵⁰²

⁵⁰⁰ Karaciğer sirozu ölüm oranı, kronik aşırı alkol tüketiminin yaygınlığı için güvenilir bir göstergedir.

⁵⁰¹ Philip J. Cook, George Tauchen, "The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking", *The Bell Journal of Economics*, V.13, N.2, (Autumn, 1982), pp. 379-390.

⁵⁰² Frank J. Chaloupka, Henry Saffer, Michael Grossman, "Alcohol Control Policies and Motor Vehicle Fatalities", *NBER Working Papers Series*, Working Paper No. 3831, (September, 1991), pp. 1-32.

Cook, Ostermann, Sloan (2005) alkol üzerindeki vergilerin ölüm oranlarına etkisini kısa ve uzun vadeli olarak incelemiştir. Çalışmada, 2003 yılında Ulusal Alkol Suistimali ve Alkolizm Enstitüsü (National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism) tarafından yürütülen, 18 yaş ve üstü 43.093 Amerikalı bireylerden oluşan temsili bir örneklem ile gerçekleştirilen Alkol ve İlgili Durumlar Ulusal Epidemiyolojik Araştırması (NESARC-National Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions) adlı anket verileri kullanılmıştır. Çalışmada vergilerdeki artışın ölüm oranlarına etkisi üç farklı modelle simüle edilmiş ve regresyon analizleri yapılmıştır. Eyalet düzeyindeki 30 yıllık bir panel veri kullanılarak yapılan regresyon sonuçlarına göre, alkol tüketim vergilerindeki değişikliklerin, alkol tüketimini azalttığını ve kısa vadede tüm nedenlere bağlı ölüm oranlarını düşürdüğünü göstermektedir. Çalışmada doğrudan elde edilen kanıtlar, alkol tüketiminin azalmasıyla sonuçlanan bir vergi artışının, kısa vadede tüm nedenlere bağlı ölümleri azalttığını göstermektedir. 35-69 yaş grubu için içme oranlarında %1’lik bir azalmanın tüm nedenlere bağlı ölümler üzerindeki etkisi uzun vadeli dönemde sıfır olarak belirtilmiştir.⁵⁰³

Young ve Bielinska-Kwapisz (2006) çalışmalarında alkol fiyatları ve alkol tüketimi ile trafik kazalarındaki alkole bağlı ölümler arasındaki ilişkiyi, Amerika Birleşik Devletleri’de 1982-2000 yılları arasındaki verileri kullanarak analiz etmişlerdir. Toplam gözlem sayısı 869’dur. Araçsal değişkenler olarak alkol vergileri, endojen değişkenlerde alkol fiyatları ve alkol tüketimi, egzogen değişkenlerde ise kişi başına gelir ve yaş gibi değişkenler kullanılmış ve ölüm oranları incelenmiştir. Regresyon analizi yapılan çalışmada tahmin edilen büyüklükler, alkol fiyatlarının ölümler üzerinde önemli etkileri olduğunu göstermektedir. Alkol fiyatlarındaki %10’luk bir artışın toplam ölümleri %5,8 oranında azaltacağı tahmin edilmiştir.⁵⁰⁴

Herttua vd., (2008) Finlandiya’da meydana gelen alkol vergisi oranlarındaki düşmeye bağlı alkol fiyatlarındaki bir azalmanın, 2004’te Helsinki Metropolitan Bölgesinde, kişiler arası şiddet üzerindeki etkisini incelemiştir. Helsinki’de 2002-2005 yıllarında kişilerarası şiddet ile ilgili veriler şehirlerdeki arşiv kaynaklarından ve

⁵⁰³ Philip J.Cook, Jan Ostermann, Frank A.Sloan, “Are Alcohol Excise Taxes Good for Us? Short and Long-Term Effects on Mortality Rates”, *National Bureau of Economic Research, Working Paper No.11138*, (February 2005), pp. 1-22.

⁵⁰⁴ Douglas J. Young, Agnieszka Bielinska-Kwapisz, “Alcohol Prices, Consumption, and Traffic Fatalities”, *Southern Economic Journal*, V.72, N.3 (January, 2006), pp. 690-703.

polisten toplanmış ve regresyon analizi ile incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre kişiler arası şiddet oranları, alkol fiyatlarındaki büyük düşüşten ve tüketimdeki artıştan sonra artmamıştır. Aile içi şiddet için oran azalmıştır. Çalışma sonucunda alkol vergisindeki oranların düşmesiyle alkol fiyatındaki radikal bir azalmanın ve tüketimdeki artışların, kişiler arası şiddette mutlaka zararlı sonuçlara veya sosyal dezavantajlı alanlarda olumsuz bir gelişmeye yol açmayacağı vurgulanmıştır.⁵⁰⁵

Nordblom (2011) İsveçlilerin alkol vergilendirmesine karşı tutumlarını analiz etmek amacıyla yaptığı çalışmada Toplum, Fikir, Medya (SOM-Society, Opinion, Media) Enstitüsü 2004 verileri ana veri tabanı olarak kullanılmıştır. Bu veriler, Alkol ve Uyuşturucu Sosyal Araştırmalar Merkezi (Centre for Social Research on Alcohol and Drugs-SoRAD) ve İsveç Ulusal Halk Sağlığı Enstitüsü (Swedish National Institute of Public Health-SNIPH) verileri ile desteklenmiştir. SOM verileri içinde 15-85 yaş arası 3.000 İsveçliye rastgele posta ile yapılan anket verileri bulunmaktadır. Toplamda 1.774 kişi ankete geri dönüş yapmış (net yanıt oranı %64) ancak bunlardan 1.692'si vergi tutumları ile ilgili soruları yanıtlamıştır. Katılımcıların çoğu alkol vergisini düşürmek isterken, bazıları bunu artırmak istemektedir. Alkol vergilendirmesine en olumlu yaklaşanlar, artan alkol tüketimini endişe verici bir sorun olarak görenler ile alkole ilişkin tedavilerin yapıldığı bölgelerde yaşayan bireylerdir. Bununla birlikte, sıralı probit analizi sonuçları Avrupa Birliği üyeliğini destekleyenlerin, İsveç vergilerini diğer Avrupa Birliği ülkelerindeki vergilerle uyumlu hale getirmek için azaltılmış vergilendirmeyi desteklediğini de göstermektedir. Alkol ithalatının önemli boyutlarda olduğu bölgelerde yaşayanların da alkol vergisine karşı daha isteksiz olduğu tespit edilmiştir.⁵⁰⁶

Durrance vd. (2011), 1990 ve 2004 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri'nde kadın cinayetlerinin alkollü ürünlerin vergilemesiyle ilişkisini incelemiştir. Çalışmada 702 nihai veri seti (46 eyalet ve D.C Kolombiya bölgesi için 15 ile 50 yaş arası kadın nüfusu) kullanılmıştır. Regresyon analizleri sonucu elde edilen bulgulara göre alkollü ürünlerin tüketimlerinin artmasının kadın cinayet oranlarını

⁵⁰⁵ Kimmo Herttua, et al., "The Impact of a Large Reduction in the Price of Alcohol on Area Differences in Interpersonal Violence: A Natural Experiment Based on Aggregate Data", *Journal of Epidemiology and Community Health*, V.62, N.11, (2008), pp. 995-1001.

⁵⁰⁶ Katarina Nordblom, "The Complex Attitudes to Alcohol Taxation", *Applied Economics*, V.43, N.24, (2011), pp. 3355-3364.

yükselttiği gözlemlenmiştir. Alkol ürünlerdeki vergi artışı yönünde bir politika düzenlemesinin alkol kullanımını düşüreceği ve bu düşüşün de kadına karşı şiddeti zayıflatacağı vurgulanmıştır.⁵⁰⁷

Son ve Topyan (2011) Amerika Birleşik Devletleri'nde farklı alkollü içecek (şarap ve bira) çeşitlerini ele alarak bu ürünlerin neden olduğu ölümcül nitelikli araç kazaları, intihar, cinayet ve ölümle sonuçlanan hastalıklar arasındaki ilişkileri istatistiksel olarak incelemiştir. Çalışmada Ulusal Sağlık İstatistikleri Merkezi (NCHS-The National Center for Health Statistics), Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi (CDC-Centers for Disease Control and Prevention) ve Ulusal Ekonomik Araştırma Bürosu (NBER-National Bureau of Economic Research) verileri ve vergi idaresinin (Tax Foundation) ÖTV'lerine ilişkin verileri kullanılmıştır. 1995 ve 2004 yılları arasında 25 ile 64 yaş arasındaki popülasyona ilişkin her 100 bin kişi için ölüm oranları dikkate alınmış ve regresyon analizi yapılmıştır. Çalışmada, bira vergileri ile motorlu taşıt kazası ölümleri arasında, şarap vergileri ile intihar arasında olumsuz yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Cinayetler ile alkol üzerindeki ÖTV arasında bir ilişki olduğuna dair hiçbir kanıt ulaşılamamıştır. Ayrıca çalışma, alkole bağlı ortaya çıkan yaralanmalı ölümlerin, farklı alkollü içecek türleri üzerindeki tüketim vergilerine farklı tepki verdiği sonucuna varmaktadır.⁵⁰⁸

Holdsworth (2018) Amerika Birleşik Devletleri'nde alkole bağlı ortaya çıkan kazalar ve ölümler ile alkollü ürünlerin vergilendirilmesi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Analizde 2000 ile 2016 yılları arasındaki Ölüm Analizi Raporlama Sistemi (FARS-Fatality Analysis Reporting System) veri tabanındaki veriler kullanılmıştır. Alkole bağlı kazalar ve sağlık sorunları ile yüksek vergi oranları arasındaki ilişkiyi incelemek için otoregresif entegre hareketli ortalama model kullanılmıştır. Analizin değerlendirilmesi sonucunda vergi artışının, alkole bağlı kazalarda ayda 1,8 daha az yaralanma ve ölümle ilişkilendirildiği ve kaza oranlarında %15,7'lik bir azalma olduğu tespit edilmiştir. Reşit olmayan sürücülerin alkole ilgili kazaları ise vergi artışı sonucunda %44,4 oranında azalmıştır. Çalışma sonuçlarından da anlaşılacağı üzere alkollü ürünlerin

⁵⁰⁷ Christine P. Durrance, et al, "Taxing Sin and Saving Lives: Can Alcohol Taxation Reduce Female Homicides?", *Social Science and Medicine*, V.73, N.1, (2011), pp. 169-176.

⁵⁰⁸ Chong H.Son, Kudret Topyan, "The Effect of Alcoholic Beverage Excise Tax on Alcohol-Attributable Injury Mortalities", *The European Journal of Health Economics*, V.12, N.2, (2011), pp. 103-113.

vergilendirmesine müdahale, alkol kullanımına bağlı zararları azaltma potansiyeline sahiptir.⁵⁰⁹

-Tütün Ürünleri Vergilendirmesinin Etkinliği Üzerine Ampirik Çalışmalar

Biener vd. (1998), sigara üzerinde alınan vergilerin etkileriyle ilgili Amerika Birleşik Devletleri'nin Massachusetts eyaletinde Ekim 1993 ve Mart 1994 tarihleri arasında yetişkin ve 12-17 yaş grubundan oluşan 1.657 kişi ile telefon anketi yapmıştır. Anket sonuçlarına göre, sigaradaki vergi artışı sebebiyle yetişkinlerin %17'sinin sigarayı azalttığı, %28,4'ünün daha ucuz bir markayı tercih ettiği ve %34,6'sının da sigarayı bırakmayı düşündüğü ortaya konmuştur.⁵¹⁰

Tsai vd. (2003) çalışmasında sigaranın vergilendirilmesinin, akademisyenler ve politika yapımcılar tarafından sigara kullanımını azaltmanın en etkili yollarından biri olarak görüldüğünü ifade etmiştir. 1 Ocak 2002'de, Tayvan hükümeti tütün kontrolü amacıyla tahsis edilen paket başına 5 dolarlık vergi koymuştur. Bu çalışmada, sigaranın vergilendirilmesine yönelik halkın tutumunu, sigaranın vergilendirilmesinin sigara kullanımını azaltmadaki etkinliğine ilişkin kamuoyunun inançlarını ve bu vergi gelirinin tahsisine ilişkin kamuoyunun görüşlerini değerlendirmek için anket yapılmıştır. Toplam 3.279 yetişkin ile yüzyüze görüşülmüştür. Katılımcılar 18-64 yaşları arasındadır; %49,9'u erkek, %50,1'i kadın olup, sigara vergisine yönelik tutumlar çoklu regresyon ve lojistik regresyon modelleri kullanılarak analiz edilmiştir. Sigara içenlerin paket başına sigaraya uygulanan beş dolarlık vergiye yanıt olarak sigara içme davranışındaki potansiyel değişiklikleri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sigara içenler, sigara içmeyenlere göre vergi artışını daha az desteklemiştir. Vergiye karşı olumlu bir tutum sergileyenler özellikle kadınlar ve aylık geliri yüksek olanlardır. Analiz sonucunda sigara içme durumunun ve ekonomik faktörlerin, insanların sigara vergisine karşı tutumlarını ve olası tepkilerini belirlediği tespit edilmiştir.⁵¹¹

Hu vd. (2010), tütün vergisinin artırılmasıyla ilgili temel ekonomik sorunları belirlemek ve Çin'de tütün vergisi reformu için olası seçenekler önermek amacıyla bir

⁵⁰⁹ Max Holdsworth, *Association Between Alcohol Taxes and Health Harms a UK Framework*, (Master Thesis), Newark: University of Delaware, 2018, p. 1.

⁵¹⁰ Lois Biener, et al., "Reactions of Adult and Teenaged Smokers to the Massachusetts Tobacco Tax", *American Journal of Public Health*, V.88, N.9, (1998), pp. 1389-1391.

⁵¹¹ Yi-Wen Tsai, et al., "Public Opinion Regarding Earmarked Cigarette Tax in Taiwan", *BMC Public Health*, V.3, N.42, (2003), pp. 1-8.

simülasyon çalışması yapmıştır. Bu simülasyon yönteminde sigara talebinin tahmini fiyat esneklikleri, tütün vergisi artışının sigara endüstrisi ve tütün üretimine etkileri, sigara tüketimine etkileri, devlet vergi gelirleri, kurtarılan hayatlar, sigaranın istihdam ve gelir kaybı üzerindeki etkisi gibi değişkenler kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; sigara paketi başına 1 RMB⁵¹²'lik (veya 0,13 ABD doları) bir vergi artışı, Çin hükümetinin vergi gelirini 129 milyar RMB (17,2 milyar ABD doları) artırmakta, tüketimi 3,0 milyar paket sigara azaltmakta, sigara içenlerin sayısını 3,42 milyon azaltmakta ve 1,14 milyon hayat kurtarmaktadır. Ampirik analiz ve vergi simülasyon sonuçları açıkça göstermektedir ki, Çin'de tütün vergisinin artırılması tütün kontrolü için en uygun maliyetli ve en etkili araçtır.⁵¹³

Uğur vd. (2010) Türkiye'de tütün kullanımı ve kişi başına sağlık harcamaları arasındaki bağlantının araştırılmasında zaman serileri kullanmıştır. Tütün tüketimi zaman serisi, Sağlık Bakanlığı tarafından Şubat 2008'de yayınlanan Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi'nden; kişi başına sağlık harcamaları zaman serisi ise, OECD'nin resmi internet sitesindeki sağlık verilerinden alınmıştır. Tahminler 1990-2007 yıllarını içeren yıllık verilerle yapılmıştır. Araştırmalar Türkiye'de kişi başına sağlık harcamaları ile tütün tüketim miktarları arasında aynı yönlü bir ilişki bulunduğunu belirtmiştir. Araştırmacılar sigara üzerindeki dolaylı vergi oranları ile sigara tüketimi arasındaki ters yönlü ilişkiden dolayı, sigara üzerindeki vergi oranlarının artışının sigara tüketimini azaltacağını ve bu sayede kişi başına sağlık harcamasının düşeceği beklentisinde olduklarını belirtmiştir.⁵¹⁴

Chaloupka vd. (2010) sigara kullanımına ilişkin araştırmalarında, 21 Avrupa Birliği ülkesinin sigara tüketim vergisi yapısına ilişkin bilgileri, 1998-2007 yılları arasındaki Avrupa Komisyonu tarafından oluşturulan ÖTV tablolarından elde edilen veriler ile incelemiştir. Yapılan ampirik analizler sonucunda, sigaraya uygulanan spesifik esaslı ÖTV'nin, advalorem vergilere kıyasla, kamu sağlığını korumanın yanında maliye politikası hedeflerine ulaşmak için de daha etkili bir politika aracı olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, spesifik vergilerin enflasyondan

⁵¹² RMB: Renminbi, Çin'in resmi parasıdır.

⁵¹³ Teh-wei Hu, et al., "The Role of Taxation in Tobacco Control and Its Potential Economic Impact in China", *Tobacco Control*, V.19, N.1, (2010), p. 58.

⁵¹⁴ Atilla Uğur, Erdem Akdemir, Eda Gürsel, "Sigara ve Alkol Üzerindeki Dolaylı Vergilerin Sağlık Harcamaları Üzerindeki Etkisi", *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, C.2, S.1, (2010), ss. 1-14.

etkilenmesinin daha olası olduğu, bu nedenle düzenli veya otomatik ayarlama gerekli olabileceği vurgulanmıştır. Üreticilerin pazar gücü ve sigara tüketicilerinin vergiye karşı davranışsal tepkileri sigaraya yönelik düzenlemelerin etkinliğinde ciddi bir paya sahip olduğundan dolayı bütün tütün ürünleri üzerinde dengeli bir vergi yapısı oluşturulması ve fiyat manipülasyonunu azaltmaya yönelik tamamlayıcı politikalar uygulanması gerektiği belirtilmiştir.⁵¹⁵

An vd. (2015) yaptıkları araştırmalarında, 2005 Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi'nin 2009 yılında güncellemesinin ardından Vietnam'da işyerlerinde ve halka açık yerlerde sigara içilmesini yasaklamak için yeni yayınlanan politikanın etkilerini incelemişlerdir. Çalışmada demografik bilgiler (cinsiyet, bölgeler, eğitim, yaş grubu, gelir dilimleri ve bölgeler), sigara içme durumu için tanımlayıcı istatistikler kullanılmış ve çok değişkenli lojistik regresyon modellemesi ile analiz yapılmıştır. Bu kesitsel araştırma, halkın bu yeni düzenlemeye yönelik tutumlarını araştırmaktadır. Tabakalı küme örnekleme kullanılarak, seçilen 11.142 haneden 15 yaşından büyük 10.383 Vietnamlı seçilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, Vietnamlı yetişkinlerin %88,7'si "işyerlerinde sigara içmeme" politikalarını desteklerken, "halka açık yerlerde sigara içmeme" ve "tütün vergisini artırma" politikaları katılımcılar tarafından daha az destek görmüştür.⁵¹⁶

Işık (2019) Türkiye'de sigaradan alınan ÖTV'nin sigara satın alma davranışına etkisini incelemeye yönelik 1.189 kişiye anket uygulamış, elde edilen cevaplar ki-kare testi ve çapraz tablolar yardımıyla açıklanmıştır. Analiz sonuçlarına göre sigaradan alınan yüksek vergilerin sigara tüketimi üzerinde etkisi bulunmadığı belirtilmiştir.⁵¹⁷

-Şekerli İçeceklerin Vergilendirmesinin Etkinliği Üzerine Ampirik Çalışmalar

Fletcher vd. (2010) Amerika Birleşik Devletleri'nde alkolsüz içecek vergilerinin, artan çocuk ve ergen obezitesi düzeyleri ile tüketimdeki azalma yoluyla mücadele etme

⁵¹⁵ Frank J. Chaloupka, et al., "Cigarette Excise Taxation: the Impact of Tax Structure on Prices, Revenues, and Cigarette Smoking", *NBER Working Paper*, No.16287, (2010), pp. 1-42.

⁵¹⁶ Dao T. M. An, et al., "Attitudes Toward Nonsmoking Policies and Tobacco Tax Increases: A Cross-sectional Study Among Vietnamese Adults", *Asia-Pacific Journal of Public Health*, V.27, N.2, (2015), pp. 947-957.

⁵¹⁷ Mevhibe Işık, *Türkiye'de Sigara Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergisinin Sigara Tüketim Tercihleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir: T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019, s. 97.

potansiyelini araştırmaktadır. 1989 ve 2006 yılları arasındaki eyalet meşrubat satışları ve tüketime vergisi bilgileri ile Ulusal Sağlık İstatistikleri Merkezi (National Center for Health Statistics) tarafından yapılan anketler veri olarak kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, řu anda Amerika Birleřik Devletleri'nde uygulandığı şekliyle alkolsüz içecek vergilendirmesinin çocukların ve ergenlerin meşrubat tüketiminde ılımlı bir azalmaya neden olduğu görülmektedir. Vergiye davranışsal tepkiler hesaba katılmazsa, alkolsüz içecek vergilendirmesi eyaletler için beklenenden daha dūřuk gelir sağlamaktadır.⁵¹⁸

Escobar ve arkadaşları (2013) şekerle tatlandırılmış içecekler (alkolsüz içecekler, şekerli içecekler, soda, tatlı içecekler, meşrubatlar, meyveli içecekler, spor içecekleri, soğuk içecekler ve gazlı-şekerli içecekler) üzerinden alınan vergileri ve fiyat artışları ile ilgili literatürü ve bunların tüketim seviyeleri, obezite, fazla kilo ve vücut kitle indeksi üzerindeki potansiyel etkilerini meta analizi ile değerlendirmektedir. Çalışmada Ocak 2000 ile Ocak 2013 arasında yayınlanan ve şekerle tatlandırılmış içeceklerdeki bir vergi veya fiyat değişikliği nedeniyle vücut kitle indeksi değişiklikleri, aşırı kilo ve/veya obeziteyi bildiren makaleler incelenmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda dokuz makale (Altı tanesi Amerika Birleřik Devletleri'den, diğerleri ise Meksika, Brezilya ve Fransa'dan) meta-analiz kriterlerini karşılamıştır. Bu makalelerde negatif öz fiyat esnekliği tespit edilmiştir. Bu durum daha yüksek fiyatların şekerle tatlandırılmış ieeklere daha dūřuk taleple ilişkili olduğu anlamına gelmektedir. Üçü Amerika Birleřik Devletleri ve biri de Meksika'dan olmak üzere dört makale çapraz fiyat esneklikleri bildirmiştir. şekerle tatlandırılmış içecekler için daha yüksek fiyatlar, meyve suyu ve süt gibi alternatif ieeklere olan talebin artması ve diyet ieeklere olan talebin azalmasıyla ilişkilendirilmiştir. Amerika Birleřik Devletleri'den altı makale ise, daha yüksek bir fiyatın vücut kitle indeksinde bir azalmaya yol açabileceğini ve aşırı kilo ve obeziteyi azaltabileceğini göstermiştir.⁵¹⁹

Colantuoni (2014) soda vergilerinin obezite salgınını frenlemedeki etkinliğini değerlendirmek için bir dizi ampirik çalışma yapmaktadır. İlk etapta, 2003 yılında New

⁵¹⁸ Jason M. Fletcher, David E. Frisvold, Nathan Tefft, "The Effects of Soft Drink Taxes on Child and Adolescent Consumption and Weight Outcomes", *Journal of Public Economics*, V.94, N.11-12, (2010), pp. 967-974.

⁵¹⁹ Maria A. Cabrera Escobar, et al., "Evidence that a Tax on Sugar Sweetened Beverages Reduces the Obesity Rate: a Meta-Analysis", *BMC Public Health*, V.13, N.1, (2013), p. 1.

York, Connecticut, Ohio, Illinois, Michigan ve Pennsylvania, Maine, Massachusetts eyaletlerinde verginin soda tüketimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Regresyon analizi sonucu satış vergilerinin, genel alkolsüz içecek tüketimi üzerinde istatistiksel olarak önemsiz bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. İkinci etapta, 2003 yılında Ohio’da alkolsüz içeceklere uygulanan %5’lik satış vergisinin, nüfusun farklı sosyoekonomik bölümleri üzerinde farklı bir etkiye sahip olup olmadığına bakan deneysel bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışma, bir verginin etkisinin farklı demografik gruplar arasında homojen ve istatistiksel açıdan önemsiz bir etkisi bulunduğunu belirtmektedir. Son olarak, soda talebinin obezite oranına göre değişip değişmediği araştırılmıştır. Tahminler, vergiye bağlı bir fiyat artışının talep edilen toplam miktarda büyük indirimler sağlayamayacağını göstermektedir. Tersine, geçici fiyat indirimlerini sınırlayan bir politika müdahalesinin, soda tüketimini azaltmada üçte bir oranında (mevcut vergi düzeyinden) daha başarılı olacağını öne sürmektedir. Ancak verginin uygulanmasından kaynaklanan tüketimdeki azalma, bu tür bir politikanın amaçlandığı tüketiciler (vücut kitle endeksi yüksek) için daha düşük olmaktadır çünkü bu tüketiciler fiyatlara karşı daha az duyarlıdır.⁵²⁰

Trujillo (2015) şekerle tatlandırılmış içeceklere uygulanan ons başına yüzde bir verginin Kaliforniya’daki aşırı kilo ve obezite yaygınlığını nasıl etkileyeceğini nicel olarak analiz etmiş olup iki aşamalı bir lojistik regresyon analizi kullanmıştır. Her bir değişkenin, bir yetişkinin fazla kilolu veya obez olma olasılığını nasıl etkilediğini belirlemek için 20 bağımsız değişken incelenmiştir. Seçilen bağımsız değişkenler, literatürde fazla kilo ve obezite prevalansı ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenen demografik, sosyoekonomik ve sağlık özelliklerine dayanmaktadır. Soda tüketimi anahtar açıklayıcı değişkendir. Bu çalışma, 2011-2012 California Sağlık Görüşmesi Anketi (California Health Interview Survey-CHIS) yetişkin veri setini kullanmıştır. CHIS, 2011 ve 2012 yılları arasında Kaliforniya’da yaşayan 18 ile 85 yaşları arasındaki 42.935 yetişkinden toplanan bireysel düzey anket verilerinden oluşmaktadır. Araştırma sonucunda, Kaliforniya’da soda üzerinden alınan tüketim vergisinin, Kaliforniya’nın yetişkin nüfusunun küçük bir kısmı için fazla kilolu veya

⁵²⁰ Francesca Colantuoni, *Empirical Studies on The Effectiveness of Soda Taxes to Curb Obesity*, (Doctoral Dissertations), Massachusetts: University of Massachusetts Amherst, 2014, pp. 1-96.

obez olma olasılığını azaltabileceği tespit edilmiş olup, bu verginin sınırlı bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir.⁵²¹

Veerman vd. (2016) çalışmalarında şekerle tatlandırılmış içeceklerle uygulanan % 20'lik ek bir verginin sağlık ve sağlık harcamaları üzerindeki sonuçlarını tahmin etmeyi amaçlayan bir simülasyon çalışması yapmıştır. Katılımcılar, 2010 yılında yaşayan 20 yaş üstü yetişkin Avustralyalılar olup çalışmada kalan yaşam süreleri için bir model oluşturulmuştur. Uygulanacak olan % 20'lik verginin şekerle tatlandırılmış içecekler (gazlı alkolsüz içecekler ve aromalı maden suları dâhil olmak üzere ilâve şeker içeren meşrubatlar) üzerindeki potansiyel etkisini, obezite ile ilgili hastalıkları ve sağlık harcamalarını incelemek için yaşama dayalı epidemiyolojik modelleme ve duyarlılık analizi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda verginin yeni tip 2 diyabet vakalarının sayısını yılda yaklaşık 800 azaltacağı tahmin edilmektedir. Verginin getirilmesinden yirmi beş yıl sonra kalp hastalığı vakalarının 4.400 kişide, inme vakalarının 1.100 kişide azalacağı belirtilmiştir. Verginin, her yıl tahmini olarak 400 milyon Avustralya doları gelir getireceği ifade edilmiştir. Hükümetlerin, şekerli içeceklerle uygulanan vergiyi artırması gerektiği vurgulanmış olup bu verginin nüfus sağlığını iyileştireceği, sağlık hizmeti maliyetlerini azaltacağı ve doğrudan gelir yaratacağı vurgulanmıştır.⁵²²

Schwendicke ve Stolpe (2017) Almanya bağlamında şekerle tatlandırılmış içeceklerle (limonata ve meyve suları gibi kalorili şeker içeren içecekler) yönelik %20'lik ek satış vergisinin fazla kilo ve obezite üzerindeki etkisini değerlendiren bir çalışma yapmıştır. Analizde 2012 federal istatistiklerinden alınan 15-79 yaş arası popülasyon modellenmiştir. Vergilendirmenin, ağırlığı ve vücut kitle endeksini değiştiren talep esneklikleri yoluyla enerji tüketimini etkilediği varsayılmıştır. Farklı yaş, cinsiyet ve gelir gruplarında vücut kitle endeksi üzerindeki vergi etkisini tahmin etmek için model bazlı analiz yapılmıştır. Verginin vücut ağırlığı, vücut kitle endeksi üzerindeki etkisini tahmin etmek için elektronik tablo tabanlı Monte Carlo simülasyonları kullanılmıştır. Sonuçlar %20'lik şekerle tatlandırılmış içeceklerle yönelik verginin uygulanmasının, daha genç yaş gruplarında, erkeklerde ve düşük gelirli kişilerde enerji tüketimini azaltacağını göstermektedir. Vergilendirmeye beraber aşırı

⁵²¹ Austin Trujillo, *An Excise Tax on Sugar-Sweetened Drinks as Health Policy: Can Taxation Influence Weight?*, (Master Thesis), Sacramento: California State University, 2015, pp. 1-101.

⁵²² J.Lennert Veerman, et al., "The Impact of a Tax on Sugar-Sweetened Beverages on Health and Health Care Costs: A Modelling Study", *Plos One*, V.11, N.4, (2016), pp. 1-10.

kilo en çok 20-29 yaş arası erkeklerde azalmış (408.000 daha az vaka / -% 22) olup aynı durum obezite için de geçerlidir (204.000 daha az vaka / -% 22). Çalışmada şekerle tatlandırılmış içeceklere uygulanacak olan verginin aşırı kilo ve obezite üzerinde önemli bir etkisi olabileceği vurgulanmıştır.⁵²³

Heinonen (2018) şekerle tatlandırılmış içecekler üzerindeki tüketim vergisinin ürünlerin fiyatına, talebin fiyat esnekliğine ve tüketicilerin bu ürünleri satın alma durumlarına etkilerini incelemiştir. Bu araştırma için kullanılacak olan veriler 2013-2014 dönemi için Finlandiya’da bulunan HOK-Elanto mağaza perakende zincirinin 4 ayrı mağazasından toplanmıştır. Veriler özellikle “alkolsüz içecekler ve sular” ürün kategorisinde yer alan ürünlerin günlük satış ve fiyat kayıtlarından oluşmaktadır. Veri sayısı toplam 622.857’dir. Finlandiya, Ocak 2014’te şekerli içecekler için tüketim vergisi oranını 0,11 avrodan litre başına 0,22 avroya ikiye katlanmıştır. %14 değer esaslı vergi dikkate alındığında, bu 0,125 avroluk bir fiyat artışı anlamına gelmektedir. Yapılan regresyon analizi sonucunda şekerli içecekler için fiyat esnekliğinin -0,78 (ve gazlı içecekler için -0,82) olduğu tahmin edilmektedir. Bu da fiyatlarda %10’luk bir artışın talep edilen miktarı yaklaşık %7,8 azalttığı anlamına gelmektedir. Elde edilen geçişkenlik ve fiyat esnekliği tahminleri, tüm şekerle tatlandırılmış içeceklerin tüketiminin yaklaşık %6.5-7.3 düştüğünü göstermektedir. Ayrıca verginin yıllık tüketimi 4,0-4,6 litre azalttığı hesaplanmıştır. Finlerin düşük miktarlarda alkolsüz içecek içmelerinin nedenlerinden biri, nispeten yüksek fiyatlarıdır. Fiyatların yüksekliği ise yüksek tüketim vergisi oranından kaynaklanmaktadır. Bu ürünler için verginin kaldırılmasının, fiyatları düşürebileceği ve onları daha cazip hale getirebileceği ifade edilmektedir. Verginin kaldırılmasının halk sağlığı üzerinde önemli olumsuz etkileri olabileceği de vurgulanmıştır. Şekerli tatlandırılmış içeceklerin vergilendirilmesi, insanları daha sağlıklı, şekersiz içecekleri tüketmeye motive etmektedir. Bu tür düzeltici vergiler faydalıdır, çünkü potansiyel olarak sosyal refahı artırabilmektedirler.⁵²⁴

O’Connor (2018) şekerle tatlandırılmış alkolsüz içeceklere uygulanan şeker vergisinin İrlandalı tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Nicel veriler, çevrimiçi yazılım aracılığıyla geliştirilmiş bir anket aracılığıyla toplanmış

⁵²³ Falk Schwendicke, Michael Stolpe, “Taxing Sugar-Sweetened Beverages: Impact on Overweight and Obesity in Germany”, *BMC Public Health*, V.17, N.1, (2017), pp. 1-8.

⁵²⁴ Heinonen, a.g.t., pp. 1-81.

olup 18 ile 65 yaşları arasındaki toplam 117 İrlandalı ile görüşülmüştür. Analiz yöntemi olarak SPSS aracılığıyla kurulan bir lojistik regresyon modeli kullanılmıştır. Sonuçlar, İrlandalı tüketicilerin şekerle tatlandırılmış alkolsüz içeceklere şeker vergisinin getirilmesinden bu yana satın alma davranışlarını değiştirmediklerini göstermektedir. Aynı zamanda alkolsüz içecek satın alırken fiyatın İrlandalı tüketiciler üzerinde önemli bir rolü olmadığı ifade edilmiştir.⁵²⁵

Segovia vd. (2020) Ekvador'da şekerle tatlandırılmış içeceklerin vergilendirilmesinin etkilerini analiz etmek için, 2011-2012 Kentsel ve Kırsal Haneler için Ulusal Gelir ve Harcama Anketi verilerini (32.191 hanelik bir örneklem) kullanarak Kareli İdeal Talep Sistemi modeli (Quadratic Almost Ideal Demand System) ile analiz yapmaktadır. Ekvador'da litre başına uygulanan 18 sent vergi ve fiyat üzerinden % 20'lik değer esaslı vergi dikkate alınarak simülasyon yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, şekerle tatlandırılmış içeceklerin fiyatındaki %20'lik bir artışın, alkolsüz içecek ve diğer şekerli içecek tüketimini sırasıyla %27 ve %22 oranında azaltacağını göstermektedir.⁵²⁶

⁵²⁵ Simon O'Connor, *An Investigation into the Introduction of a Tax on Sugar Sweetened Soft Drinks in Ireland and Its Impact on Consumers' Buying Behaviour*, (Masters Thesis), Dublin: National College of Ireland, 2018, pp. 1-99.

⁵²⁶ Joselin Segovia, et al., "The Effects of Taxing Sugarsweetened Beverages in Ecuador: An Analysis Across Different Income and Consumption Groups", *Plos One*, V.15, N.10, (2020), p. 1.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN BOYUTU

1. TÜRKİYE’DE ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ, KAPSAMI VE HUKUKİ YAPISI

Bu başlık altında Türkiye’de ÖTV’nin tarihsel gelişim süreci, kapsamı ve hukuki yapısı incelenmektedir.

1.1. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

ÖTV’nin tarihi geçmişi Osmanlı Devletine dayanmaktadır. Osmanlı döneminde ÖTV niteliği taşıyan vergilerin başlangıcı gayrimüslim azınlıktan alınan “*Sıra Resmî*” olarak bilinen vergidir. 16. yüzyıl sonrasında bu vergi “*Zecriye*”, “*Reftiye*” ve “*İdhaliye*” şeklinde de isimlendirilmektedir. Bu vergiler 1859’da çıkarılan kararname ile birleştirilmiş olup “*Rüsum-u Müçtemia*” adını almıştır. Sonraki yıllarda ise “*Müskirat Resmî*” ismiyle toplanmaya devam etmiştir. Osmanlı döneminde alkollü içki satıcılarının ödemekle zorunlu olduğu “*Resm-i Beyiye*” de bir diğer ÖTV’dir. Buna ilave olarak 1863’te tütün ürünlerinin satışlarından alınan “*Tönbeki Beyiyesi*” de ÖTV niteliği taşımaktadır.⁵²⁷

Cumhuriyet kurulduktan sonra Osmanlı döneminde uygulanan vergiler bir süre daha alınmaya devam etmiştir. Cumhuriyetin ilk döneminde yapılan en köklü değişikliklerden biri aşar vergisi ve iltizam usulünün kaldırılmasıdır. 1925 yılında yapılan bu iki önemli reform değişikliği dolaysız vergilerin toplam vergi gelirleri içindeki payının azalmasına sebep olmuştur. Özellikle aşar vergisi genel bütçe vergi gelirlerinin ¼’ünü ve toplam vergi gelirlerinin yarısını oluşturduğu için devlet gelirlerinde ciddi bir düşüş görülmüştür. Aşar aynı zamanda tarım ve arazi üzerinden

⁵²⁷ Öner 2001’den aktaran, Ömer Faruk Batirel, “Özel Tüketim Vergilemesi ve 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Yasası Üzerine Bazı Düşünceler”, *Vergi Dünyası*, S. 253, (Eylül, 2002), s. 6.

alınan bir vergi olduğundan vergi yükü çoğunlukla kırsal kesim üzerindeydi.⁵²⁸ Ancak aşar kaldırıldıktan sonra da kırsal kesimin yükü hafiflememiştir. Bunun farklı sebepleri bulunmaktadır. İlk olarak, aşarın kaldırılmasının ardından 1926'da yasa haline getirilen Medeni Kanun ile köylüler işledikleri toprakları kendi adına tapuya kayıt yaptırabiliyordu. Böylelikle toprak mülkiyetinin devlet ile paylaşılması son bulmuştur. Ancak bu yasa ile de tarımda üretim artışı sağlanamamış dolayısıyla kırsal kesimde yoksulluk sorunu giderilememiştir. Aşarın kaldırılmasından sonra tarım ürünlerine getirilen vergi ile arazi vergisinin artışı sonucu çiftçilerin ürünlerini piyasada nakde dönüştürmesi gerekmektedir. Ancak 1927-1932 yılları döneminde buğday fiyatlarındaki azalmayla beraber arazi vergisinin çiftçiler üzerindeki yükü 2,5 kat artmıştır. Aşarın kaldırılmasından sonra gelir açığını gidermek için diğer vergilerde yapılan artışlar kırsal kesimin üzerindeki vergi yükünün artmasına sebep olmuştur.⁵²⁹ Aşarın kaldırılması, tütün ve sigara üretim faaliyetlerinin devlet tekeline bırakılmasıyla azalan vergi gelirlerinin yerine yeni potansiyel vergi kaynakları aranmaya başlanmıştır. Bu sebeple 1929 yılında gümrük tarifelerinde ve dolaylı vergilerde artışlar yapılmıştır.⁵³⁰ Özellikle istihlâk (tüketim) ve muamele vergileri kapsamında 735 sayılı Umumi İstihlâk Vergisi Kanunu, 737 sayılı Eğlence ve Hususi İstihlâk Vergisi Kanunu, 1039, 2430 ve 3843 sayılı Muamele Vergisi Kanunları, 1324 sayılı Damga Resmi Kanunu ve 1499 sayılı Gümrük Tarifesi Kanunu gibi dolaylı vergiler ile ilgili çok sayıda yeni düzenleme getirilmiştir.⁵³¹ 1916 yılında Lozan Antlaşması ile gümrük tarifesi yürürlüğe girmiş ve 5 yıl süre ile uygulanmıştır. Bu süre içerisinde söz konusu tarifede hiçbir değişiklik gerçekleşmemiştir.⁵³² 1929'da 1499 sayılı ilk Gümrük Tarifesi Kanunu uygulamaya getirildi. Bu dönemde gümrük tarifesine ek olarak kahve, çay, benzin gibi mallardan da tüketim vergileri alınmaya başlanmıştır.⁵³³

Cumhuriyetin ilk yıllarında tüketim vergilerine daha çok gelir elde etme amacıyla başvurulmuştur. Bu dönemde bütçeye ek gelir sağlamak için mali tekeller oluşturulmuştur. Kibrit, sigara kağıdı, şeker, benzin, alkol ve alkollü içecekler, oyun

⁵²⁸ Erdoğan Öner, Mali Olaylar ve Düzenlemeler Işığında Osmanlı İmparatorluğu ve Cumhuriyet Döneminde Mali İdare, Maliye Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Yayın No: 2001/359, Ankara: 2001, ss. 424-425.

⁵²⁹ Giray, a.g.e., s. 247.

⁵³⁰ Öner, a.g.e., ss. 424-425.

⁵³¹ a.g.e., s. 426.

⁵³² Giray, a.g.e., s. 252.

⁵³³ Öner, a.g.e., s. 427.

kağıtları, gazyağı, barut ve patlayıcı madde ithalatında oluşturulan tekellerin yönetimi hükümet kontrolü altında olmakla beraber özel sektöre verilmiştir. Tekel kapsamında bulunan bir diğer hizmet ise posta, telefon ve telgraf hizmetleridir. Bu hizmetlerden elde edilen gelirler genel bütçe içine aktarılmaktadır.⁵³⁴

Cumhuriyet döneminden önce Birinci Dünya Savaşına kadar ülkemizde alkollü içecekler, kibrit, sigara kağıdı ve benzer ürünler üzerinden “*Hususî İstihlâk Vergileri*” alınmaktaydı. 1925 yılında aşar vergisinin kaldırılmasıyla beraber ortaya çıkan gelir kaybını telafi etmek için 1926 yılında Fransa ve Almanya’da uygulanmış genel satış vergisi niteliğinde “*Umumî İstihlâk Vergisi*” uygulamaya getirilmiştir. Umumi İstihlâk Vergisi içinde istisnaları bulundurmamakla beraber genellikle malların satış işlemlerinden, taşıma, banka ve sigorta hizmetlerinden ve ithalat ve ihracat işlemlerinden %2,5 oranında ve pul yapıştırılarak alınan bir tüketim vergisidir. Elektrik ve havagazı üretimi üzerinden alınan istihsal resmi ilk ÖTV niteliği taşımaktadır. Umumi İstihlâk Vergisini tamamlama amacıyla aynı yıl vergi sistemine “*Eğlence ve Hususî İstihlâk Vergisi*” dâhil edilmiştir. Bu vergi lokanta, bar, büfe, sinema, tiyatro gibi eğlence yerlerinde mal ve hizmetlerin tüketimini vergilendirmek amacıyla bilet, fatura ve makbuzlarda yazılı tutarlar üzerinden %10 ile %30 arasında pul yapıştırmak suretiyle alınmaktaydı. Ancak taraflar satışları gizleyerek bu vergiyi kendi aralarında paylaşmak suretiyle hareket ettiğinden vergi kendisinden beklenen işlevleri yerine getirememiş ve kaldırılmıştır. Umumi istihlâk vergisi de uygulamada istenen başarıyı sağlayamamasından dolayı kaldırılmış ve yerine 1927 yılında 1039 sayılı ilk “*Muamele Vergisi Kanunu*” hayata geçirilmiştir. Bu vergi toplu muamele vergisi niteliği taşımaktadır. Muamele Vergisi Kanunu 1957 gider vergileri reformu öncesine kadar olan dönemde birçok kez uygulamadan kaldırılmış, ardından yeniden düzenlenerek pek çok defa yürürlüğe getirilmiştir. Ancak umumi istihlâk vergisine benzer bir şekilde Muamele Vergisi Kanunu da her ne kadar dönemin şartlarına göre revize edilmiş ve yeniden uygulamaya konulmuş olsa da zamanla mali işlevlerini yitirmiş ve uygulamadan kaldırılmıştır.⁵³⁵

Osmanlı imparatorluğu dönemindeki ÖTV niteliği taşıyan vergiler Cumhuriyet döneminde “Tekel Safi Hasılatı” şeklinde bir mali tekele dönüşmüştür. Bu vergilerden elde edilen hasılat 1940’a kadar toplam vergi gelirlerinin yaklaşık %20’sini

⁵³⁴ a.g.e., s. 429.

⁵³⁵ Edizdoğan, a.g.e., ss. 95-96.

oluşturmaktadır. Vergi sisteminde ÖTV niteliği taşıyan bir başka vergi ise “*Nakliyat Vergisi*” olarak bilinmektedir. 1941’den sonra tekel safi hasılatı ve nakliyat vergisine PTT’den alınan müdafaa vergisi, 1944’ten sonra alınmaya başlanan banka ve sigorta muameleleri vergisi, şeker ek istihlâk vergisi, tekel ürünlerinden ve 1947’de kaldırılan ve kibritten alınan müdafaa vergilerinin eklendiği görülmektedir. 1948’de tüm bu ÖTV’lerin toplam vergi gelirleri içindeki payı hala %20 seviyelerinde bulunmaktadır.⁵³⁶

1949 yılına gelindiğinde ise “*Yol Vergisi*” alınmaya başlanmıştır. Benzin üzerinden alınan Yol Vergisi 1952’de akaryakıt üzerinden alınan yol vergisine dönüşmüştür. 1956 sonrasında bu vergi de kaldırılmıştır. PTT’den alınan müdafaa vergisi 1957 sonrası PTT hizmetleri vergisi şeklinde revize edilmiştir. 1960 yılında tüm bu vergilerin toplam vergi gelirleri içindeki payı %24 civarında seyretmektedir.⁵³⁷

Türk vergi sistemi için büyük bir önem taşıyan 1957 gider vergileri reformundan önceki dönemde ülkemizde ÖTV iki grup altında incelenmekteydi. İlk grup altında; şeker, glikoz, kahve, kibrit, alkollü içki gibi mallar ile elektrik ve havagazı üzerinden alınan vergi; ikinci grupta ise taşıma hizmetleri üzerinden alınan vergiler bulunmaktaydı. Ancak bu vergiler ile ilgili kanunlar oldukça karmaşık ve birbiriyle ilgisiz kanunlar olduğundan dolayı tüketim vergileriyle ilgili yeni bir vergi reformu ihtiyacı doğmuştur. Bu sebeple 13.7.1956 yılında 6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu kabul edilmiştir. Bu kanun ile 47 adet kanun uygulamadan kaldırılmış olup pek çok muamele ve istihlâk vergisi bu reform altında toplanmıştır.⁵³⁸

6802 sayılı Kanun ile gider vergileri iki temel ürün grubunu vergilendirmektedir. Bunlardan ilki, “*İstihsal Vergileri*”, ikincisi ise “*Hizmet Vergileri*”dir. İstihsal vergileri, kanuna ekli dört adet tabloda tek tek belirtilmiştir. I nolu Tabloda; çimento, madenler, bakır ve sair madenler sanayii grubu, akaryakıtlar, kauçuk, plastik maddeler, kürkler, kıymetli taşlar, kağıt, cam, tekstil ürünleri, elektrik ve havagazı; II nolu Tabloda; kibrit, barut ve patlayıcı maddeleri, saatler, ses cihazları, fotoğraf ve sinema makineleri, seramik ürünleri ve taşıtlar; III nolu Tabloda; kahve, kakao, glikoz ve bira, şarap, viski gibi alkollü içkiler; IV nolu Tabloda ise ithal maddeler bulunmaktadır. İkinci grup olan hizmet vergileri kategorisinde ise bankacılık işlemleri, nakliyat vergisi, PTT hizmetleri

⁵³⁶ Batirel, a.g.m., ss. 6-7.

⁵³⁷ a.g.m., s. 7.

⁵³⁸ Edizdoğan, a.g.e., ss. 96-97.

üzerinden alınan vergiler bulunmaktadır.⁵³⁹ 6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu genel tüketim vergisi yerine bir ÖTV sistemi gibi görülmektedir. Bunun nedeni ilgili kanunda vergilendirilecek olan mal ve hizmetlerin tek tek belirtilmesidir.⁵⁴⁰

1960 ve 1980 yılları arasındaki dönem incelendiğinde, 1963'te “*Dış Seyahat Harcamaları Vergisi*” vergi sistemine eklenmiştir. Bu dönemde ÖTV ile ilgili bir diğer önemli gelişme de 1970 yılında çıkarılan Finansman Kanunu'dur. Finansman Kanunu ile birlikte taşıt alım vergisi, işletme vergisi, gayrimenkul kıymet artışı vergisi ve spor-toto vergisi yürürlüğe girmiştir. Kanun kapsamında yer alan işletme vergisi tam bir ÖTV niteliği taşımaktadır. İşletme vergisi; lokanta, bar, gazino, diskotek vb. yerlerde yapılan tüketim harcamaları ile kürk, mücevher, parfümeri eşyası, televizyon vb. gibi lüks tüketim malları üzerinden alınmaktadır. Finansman Kanunu ile yürürlüğe giren spor-toto vergisi de şans oyunları üzerinden alındığından ÖTV'ler kapsamına girmektedir. Yeni eklenen bu vergiler dışında şeker istihlâk, banka ve sigorta muameleleri, nakliyat ve PTT hizmetleri vergileri de vergi sistemi içinde ÖTV'ler grubuna dâhildir. Fakat 1970'ten itibaren tekel safı hasılatının tekel ürünlerinden alınan istihsal vergisine dönüştürülmesiyle bu vergiler gider vergileri grubuna eklenmiştir. Bunun sonucunda 1980'de ÖTV gelirlerinin toplam vergi gelirleri içindeki payı %6.3'e kadar gerilemiştir.⁵⁴¹

1980 ve 2002 yılları arasında dış seyahat harcamaları vergisi, işletme vergisi, şeker istihlâk, nakliyat PTT hizmetleri ve spor toto vergileri yürürlükten kaldırılmıştır. Bu vergilerin kaldırılmasında KDV'nin uygulamaya girişi etkili olmuştur.⁵⁴² Gider vergileri reformunun 1957'de yürürlüğe girmesinden sonra tüketim vergilerindeki en önemli düzenleme 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanununun 25.10.1984 tarihinde kabul edilmesi ve 1985 yılında yürürlüğe girmesidir. KDV'nin kabul edilmesi ülkemizde genel bir tüketim vergisinin uygulanmaya elverişli hale gelmesinin bir göstergesidir. Çünkü 3065 sayılı Kanuna kadar tüketim vergisi başlığı altında alınan vergiler, ÖTV niteliği taşımaktaydı. Özellikle gelişmiş ülkelerde sosyal devlet anlayışının ön plana çıkmasıyla beraber tuz, şeker, et vb. temel gıda maddeleri

⁵³⁹ 13/7/1956 tarihli 6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu.

⁵⁴⁰ Şahin Akkaya, Muhammet Aktuğ, “Teorik Temelleri ve Gelişimi Bakımından Özel Tüketim Vergilerinin Analizi”, *Maliye Çalışmaları Dergisi*, S. 65, (2021), s. 15.

⁵⁴¹ Batirel, a.g.m., s. 7; Akkaya, Aktuğ, a.g.m., s. 16; Edizdoğan, a.g.e., s. 115.

⁵⁴² a.g.m., s. 7.

üzerinden alınan ÖTV'ler uygulama dışı bırakılmış ve bu ürünler üzerinden alınan vergiler genel tüketim vergisi haline dönüştürülmüştür. Aynı zamanda vergi oranları düşürülerek düşük gelirli bireylerin temel gıda harcamalarından daha az vergi alınması amaçlanmıştır. Türkiye'de de KDV'nin kabul edilmesiyle birlikte zorunlu mallar üzerinden alınan istihsal vergileri ve şeker vergisi kaldırılmıştır. Aynı zamanda dağınık ve bağlantısız olan dolaylı vergiler bir çatı altında birleştirilmiştir.⁵⁴³

1980-2002 döneminde vergi sistemine akaryakıt tüketim vergisi, ek vergi ve çeşitli fonlar, 3418 sayılı Kanun ile alınan “Eğitim, Gençlik, Spor ve Sağlık Hizmetleri Vergisi” ile 1999 yılında deprem sonrası uygulamaya giren “Özel İletişim ve Özel İşlem Vergisi” eklenmiştir. Fonlar hariç tüm bu ÖTV'lerin toplam vergi gelirleri içindeki payı 2002 yılında %26.5'e kadar artmıştır. Bu artışta akaryakıt tüketim vergisinin payı çok yüksektir.⁵⁴⁴

Ancak petrol ürünleri, motorlu taşıtlar, alkollü içecekler ve tütün ürünlerine getirilen ek vergiler, çeşitli fon, harç ve paylar farklı KDV oranlarına ve dolaylı vergilerde karmaşıklığa sebep olmuştur. Dolayısıyla KDV'den sonra da ülkemizde harcamalar üzerinden alınan vergilerde yeni bir vergi reformuna ihtiyaç doğmuştur. Bu reform ise 2002 yılında kabul edilen Özel Tüketim Vergisi Kanunu (ÖTVK) ile ortaya çıkmıştır.⁵⁴⁵

ÖTVK Tasarısı ve Plan Bütçe Komisyonu Raporunda ÖTV'nin genel gerekçesi şu şekilde belirtilmektedir:⁵⁴⁶

-Dünyada gider vergileri ile ilgili trendlere bakıldığında, genel tüketim vergilerinin yanında ÖTV'nin de önem kazandığı görülmektedir. ÖTV hem gelir elde etme potansiyelini artırmakta hem de tüketicilerin tüketim kararlarını etkilemede başarılı olduğu kabul edilmektedir. Aynı zamanda sağlık, çevre ve toplum açısından ortaya çıkan olumsuz dışsallıkların azaltılmasında etkili bir vergi olduğu görülmektedir.

⁵⁴³ Akkaya, Aktuğ, a.g.m., s. 17.

⁵⁴⁴ Batirel, a.g.m., s. 7.

⁵⁴⁵ Akkaya, Aktuğ, a.g.m., s. 17.

⁵⁴⁶ T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, Türkiye Büyük Millet Meclisi, Özel Tüketim Vergisi Kanunu Tasarısı ve Plan ve Bütçe Komisyonu Raporu, (Rapor No: 1/988), 17.5.2002.

Dolayısıyla ÖTV, verginin fiskal amacı yanında ekstra-fiskal amaçlarına da hizmet etmektedir.

-Türkiye’de 1985 yılında KDV’nin uygulanmaya başlamasıyla beraber genel tüketim vergileri alanında önemli bir reforma imza atılmıştır. Katma Değer Vergisi Kanunu ile beraber 8 adet dolaylı vergi yürürlükten kaldırılmış ve vergi sisteminde basitleştirme sağlanmıştır. Benzer bir şekilde ÖTVK ile beraber belirli ve az sayıda mal grubunu kapsayan, dağınık ve karmaşık bir yapıda bulunan 16 adet verginin kaldırılması hedeflenmektedir. Böylelikle bu tüketim vergilerinde hem sadeleştirme yapılmakta hem de mükelleflerin vergilere daha kolay uyum sağlaması beklenmektedir.

-ÖTVK’nın bir diğer gerekçesi dolaylı vergiler alanında Avrupa Birliği (AB) mevzuatına uyum sağlanmasıdır. Türkiye-Avrupa Birliği Ortaklık Konseyinin, Türkiye ile AB arasında ortaklık kurulmasını öngören Ankara Anlaşması ve Katma Protokole göre verilmiş karar doğrultusunda 6 Mart 1995 tarihli ve 1\95 sayılı karara göre 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren AB ile gümrük birliği gerçekleştirilmiştir. Gümrük birliği kapsamında dolaylı vergiler alanında sadece ayrımcılık yapmama ilkesine uymak yeterlidir. Ancak 1999 Helsinki Zirvesinde Türkiye’nin AB’ye aday adaylığının kabul edilmesiyle birlikte vergi alanındaki mevzuatın da topluluk düzeyinde uygulanan mevzuat ile uyumlaştırılması zorunluluğu ortaya çıkmıştır.

-ÖTV ile beraber, KDV’nin yanı sıra ithalat, imalat veya ilk iktisap aşamasında tek bir vergi uygulanacaktır.

4760 Sayılı ÖTVK 12.06.2002’de Resmi Gazete’nin 24783 sayısında yayımlanmış, 1 Ağustos 2002 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere yürürlüğe girmiştir. ÖTV’nin yürürlüğe girmesiyle beraber 16 adet vergi ve benzeri mali yükümlülük yürürlükten kaldırılmıştır. Bu yükümlülükler şu şekilde sıralanmaktadır:⁵⁴⁷

“1-Akaryakıt tüketim vergisi

2-Akaryakıt istikrar fonu

3-Taşıtların alım vergisi

⁵⁴⁷ Nihat Edizdoğan, Niyazi Özker, *Türk Vergi Sistemi*, Bursa: Ekin Kitabevi, 2003, ss. 333-334.

- 4-Motorlu taşıtların kayıt, tescil ve devirlerinde alınan trafik tescil harcı
- 5- Motorlu taşıtların kayıt, tescil ve devirlerinde alınan eğitime katkı payı
- 6- Motorlu taşıtların kayıt, tescil ve devirlerinde alınan özel işlem vergisi
- 7-Taşıtların alım vergisinin ¼'ü oranında alınan çevre kirliliğini önleme fonu
- 8-Ek taşıtların alım vergisi
- 9-Ek vergi
- 10-Eğitim, gençlik, spor ve sağlık hizmetleri vergisi
- 11-Şehit, malul, dul ve yetimleri payı
- 12-Tütün mamulleri ve alkollü içkilerden alınan savunma sanayini destekleme fonu
- 13- Tütün mamulleri ve alkollü içkilerden alınan toplu konut fonu
- 14- Tütün mamulleri ve alkollü içkilerden alınan mera payı
- 15- Tütün mamulleri ve alkollü içkilerden alınan federasyonlar payı
- 16- Tütün mamulleri ve alkollü içkilerden alınan Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Düzenleme Kurumu payıdır.”

Görüldüğü gibi Türkiye’de ÖTVK’den önce uygulamada olan ve ÖTV niteliği taşıyan birçok vergi kaldırılarak dağılık yapıda olan vergilerin sadeleştirilmesi amaçlanmıştır. Aynı zamanda ÖTV alanında AB mevzuatına uyum sağlanmaya çalışılmıştır.⁵⁴⁸

⁵⁴⁸ Mehmet Cahit Güran, “Avrupa Birliği’nde Özel Tüketim Vergilerinin Uyumlaştırılması ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi”, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.23, S.1, (2005), ss. 277-278.

1.2. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN KAPSAMI VE HUKUKİ YAPISI

Ülkemizde 4760 Sayılı ÖTVK 6/6/2002 tarihinde kabul edilmiş, 12/6/2002 tarihli Resmi Gazetede yayımlanmış ve 1/8/2002 yılından itibaren yürürlüğe girmiştir.

Bu başlık altında ÖTV'nin kapsamı, verginin konusu, mükellefi ve vergi sorumlusu ile vergiyi doğuran olay ele alınmaktadır.

ÖTV tek aşamalı (üretim, ithalat, ilk iktisap, teslim) bir vergidir ve gayrisafi tutar üzerinden hesaplanmaktadır. Bazı mallarda imalat (üretim, istihsal) veya ithalat, bazı mallarda ise ilk iktisap aşaması verginin konusunu oluşturmaktadır. Listelerde belirtilen mallar kanunda düzenlenen iktisadi aşamada yalnızca bir defa vergilendirilmektedir. Listelerde bulunmayan mallar ile listelerde bulunsa bile kanunda düzenlenen iktisadi aşamadan farklı bir aşamada olan mallar vergi konusu dışında bırakılmaktadır.⁵⁴⁹

ÖTV kapsamına dahil mallar, 4760 sayılı ÖTVK'ya ekli 4 liste bulunmaktadır. Bu listeler kapsamında bulunan ürünler şu şekilde sıralanmaktadır:⁵⁵⁰

-(I) sayılı listede petrol ve ürünleri sıralanmaktadır. (I) sayılı liste (A) ve (B) cetvellerinden meydana gelmektedir. Bu kapsamda (A) cetvelinde “*benzin, motorin, jet yakıtı, fuel oil gibi akaryakıt ürünleri ile doğal gaz ve sıvılaştırılmış petrol gazı (LPG) gibi petrol türevleri*” yer almaktadır. (B) cetvelinde ise “*solvent⁵⁵¹ ve benzeri ürünler ile bunların türevleri ve gaz yağı, madeni yağlar ile yağlama müstahzarları gibi akaryakıt harici petrol ürünleri*” bulunmaktadır.

-(II) sayılı liste kapsamında motorlu taşıtlar bulunmaktadır. (II) sayılı listede “*motorlu kara, deniz ve hava taşıtları*” yer almaktadır. Bu kapsamda “*yarı römorkler için çekiciler, binek otomobiller, otobüs, midibüs, minibüs gibi 10 veya daha fazla insan taşıyabilecek araçlar, eşya taşımak için kullanılan motorlu taşıtlar, motosikletler, helikopterler, uçaklar, yolcu ve gezinti gemileri ile yatlar ve eğlence ve spor tekneleri*” bulunmaktadır. (II) sayılı listede belirtilen taşıtların aksam ve parçaları ÖTV kapsamı dışında bırakılmıştır.

⁵⁴⁹ Doğan Şenyüz, Mehmet Yüce, Adnan Gerçek, *Türk Vergi Sistemi*, 18.b., Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2021, s. 331.

⁵⁵⁰ 12/6/2002 tarihli ve 24783 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu.

⁵⁵¹ Solvent: Bir maddeyi çözebilme özelliğine sahip sıvı bkz. <https://kelimeler.gen.tr/>

-(III) sayılı liste (A) ve (B) cetvellerinden oluşmaktadır. (A) cetvelinde “meyve suları, sade gazoz, kolalı gazoz, meyvalı gazozlar ile malttan üretilen biralalar, köpüklü şaraplar, vermut, cin, geneva, rakı, votka, likör gibi alkollü içecekler” yer alırken, (B) cetvelinde ise “tütün içeren purolar, uçları açık purolar, sigarillolar, tütün içeren sigaralar, nargile tütünleri, enfiye ve çiğnemeye mahsus tütün” gibi ürünler bulunmaktadır.

-(IV) sayılı liste kapsamında ise “lüks mallar, beyaz eşya ve elektronik ürünler yer almaktadır. Bu kapsamda bulunan mallar, havyar, saç spreyi, güneş kremleri, traş kremleri, parfüm, kürk, inci ve benzeri kıymetli taşlar, altın ve gümüş kaplamalı kaşık, çatal ve kaşık-çatal takımları, buzdolabı, klima cihazları, çamaşır yıkama makinaları, çamaşır kurutma makinaları, bulaşık yıkama makinaları, telsiz-telefon cihazları, mikrofon, hoparlör, kulaklık, kamera, ses, ve görüntü cihazları, kristal avizeler” gibi mallar bulunmaktadır.

ÖTV'nin konusunu 4760 sayılı Kanuna eklenmiş (I), (II), (III) ve (IV) numaralı listelerdeki mallar oluşturmaktadır. Aynı zamanda kanunda belirtilmiş olan malların Türkiye’de belirli bir iktisadi aşamada bulunması gerekmektedir. ÖTV’nin konusunu kanunda düzenlenmiş iktisadi süreçte olan ve listelerde belirlenmiş olan mallar oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu iki şartın birlikte gerçekleşmesi gerekmektedir. Hizmetler KDV’nin tersine bu verginin konusu kapsamında yer almamaktadır.

ÖTV (I) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği’ne göre, (I) sayılı listede (petrol ve ürünlerinin) bulunan mallardan “ithalatçıları veya rafineriler dâhil imal edenler tarafından teslimi ile ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışı” verginin konusunu oluşturmaktadır.

ÖTV (II) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği’ne göre, (II) sayılı listede (motorlu taşıtlar) yer alan mallardan “kayıt ve tescile tâbi olanların ilk iktisabı; kayıt ve tescile tâbi olmayan malların ithalatı veya imal ya da inşa edenler tarafından teslimi ile ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışı” verginin konusuna girmektedir. Bu maddeden anlaşılmaktadır ki kayıt ve tescile tabi olan motorlu taşıtlarda ithalat, verginin konusu dışında kalmaktadır.

ÖTV (III) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği'ne göre, (III) sayılı listede (alkollü içecekler, meyve suları ve gazozlar ile tütün ürünleri) bulunan malların “ithali veya imal edenler tarafından teslimi ile ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışı” bir defaya mahsus olmak üzere ÖTV'ye tabidir.

ÖTV (IV) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği'ne göre, (IV) sayılı listede (lüks mallar, beyaz eşya ve elektronik ürünler) yer alan malların “ithali veya imal edenler tarafından teslimi ile ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışı” verginin konusunu oluşturmaktadır. Bu listedeki malların aksam ve parçaları kapsama dâhil değildir.

ÖTVK madde 3'e göre **vergiyi doğuran olay**, listelere göre değişiklik göstermekle beraber ilk iktisap, teslim, ithalat ve müzayede yoluyla satış halinde ise bu satış işlemine bağlıdır.

4760 Sayılı ÖTVK,

“Madde 2 – 1. Bu Kanunun uygulanmasında;

a) *İthalat: Verginin konusuna giren malların Türkiye Cumhuriyeti Gümrük Bölgesine girişini,*

b) *İlk iktisap: (II) sayılı listedeki mallardan Türkiye'de kayıt ve tescil edilmemiş olanların kullanılmak üzere ithalini, müzayede yoluyla veya kayıt ve tescil edilmiş olsa dahi 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun hükümlerine göre iade edilenler de dahil motorlu araç ticareti yapanlardan iktisabını, motorlu araç ticareti yapanlar tarafından kullanılmaya başlanmasını, aktive alınmasını veya adlarına kayıt ve tescil ettirilmesini,*

c) *Kayıt ve tescil: Motorlu taşıtların ilgili mevzuat gereğince trafik, belediye, liman ile Ulaştırma Bakanlığı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğünce tutulan sivil hava vasıtaları siciline yapılan kayıt ve tescilini,*

d) *Motorlu araç ticareti yapanlar: (II) sayılı listedeki mallardan kayıt ve tescile tâbi olanları imal, inşa veya ithal edenler ile fabrika, ana bayi, bölge bayii, bayi, yetkili satıcı ve acenteler ile Maliye Bakanlığınca bu nitelikte oldukları tespit edilenleri,*

e) *Teslim: Bir mal üzerindeki tasarruf hakkının malik veya adına hareket edenlerce, alıcıya veya adına hareket edenlere devredilmesini,*

İfade eder.

2. *Bir malın alıcı veya onun adına hareket edenlerin gösterdiği yere veya kişilere tevdi teslim hükmündedir. Malın alıcıya veya onun adına hareket edenlere gönderilmesi halinde, malın nakliyesinin başlatılması veya nakliyeciyen ya da sürücüye tevdi edilmesi de mal teslimidir. Trampa iki ayrı teslim hükmündedir. Kap veya ambalajların geri verilmesinin mutat olduğu hallerde teslim, bunların içinde bulunan mallar itibarıyla yapılmış sayılır.*

3. *Aşağıdaki haller de teslim sayılır:*

a) *Vergiye tâbi malların, vergiye tâbi olan malların imali dışında her ne suretle olursa olsun kullanılması, sarfi, işletmeden çekilmesi veya işletme personeline ücret, prim, ikramiye, hediye, teberru gibi namlarla verilmesi,*

b) *Mülkiyeti muhafaza kaydıyla yapılan satışlarda zilyetliğin devri.”*

Tablo 4: Listelere Göre Vergiyi Doğuran Olay

	Türkiye Dışı İmal		Türkiye İçi İmal	
I Sayılı Liste	İthalatçılarca Teslimi		Teslim	
II Sayılı Liste	Tescile Tabi	Türkiye’de Kullanmak	İthalat	İlk İktisap
		Türkiye’de Satmak		
	Tescile Tabi Değil	İthalat	Teslim	
III Sayılı Liste	İthalat		Teslim	
IV Sayılı Liste	İthalat		Teslim	

Kaynak: Şenyüz, Yüce, Gerçek, a.g.e., s. 333.

(I) sayılı listede vergiyi doğuran olay, malların Türkiye içinde imal edilmesi durumunda imalatçıları tarafından teslimi; malların Türkiye dışında imal edilmesi durumunda ise ithalatçıları tarafından teslimi ile ortaya çıkmaktadır. (II) sayılı listede vergiyi doğuran olay, kayıt ve tescile tabi olan taşıtlar Türkiye içinde imal edildiyse ilk iktisaba, Türkiye dışında imal edildiyse ithalata bağlanmıştır. Kayıt ve tescile tabi olmayan taşıtlarda ise taşıt Türkiye içinde imal edilmişse imal edenler tarafından teslimi; taşıt Türkiye dışında imal edilmişse ithali verginin doğumuna sebep olmaktadır. (III) sayılı listede vergiyi doğuran olay, Türkiye içinde imal edildiğinde teslim; Türkiye

dışında imal edildiğinde ise ithalat ile gerçekleşmektedir. (IV) sayılı listede de vergiyi doğuran olay teslim ve ithalata bağlanmıştır.

ÖTV’de verginin mükellefleri listelerde yer alan mallara göre kanunda belirtilmiştir.

(I) sayılı listede yer alan petrol ürünleri ve türevlerinde verginin mükellefi; *“bu malları imal veya ithal edenler ya da ÖTV uygulanmadan önce bu malların müzayede yoluyla satışını gerçekleştirenlerdir.”*

(II) sayılı listede yer alan motorlu taşıtlardan kayıt ve tescile tabi olmakla birlikte henüz kayıt ve tescil edilmemiş taşıtlarda mükellefler; *“motorlu araç ticareti yapanlar, kullanılmak üzere ithal edenler ve müzayede yoluyla satışı gerçekleştirenler”* şeklinde belirtilmiştir.

(II) sayılı listede yer almakla beraber kayıt ve tescile tabi olmayan taşıtlarda ise mükellefler; *“imal, inşa, ithal edenler veya ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışını gerçekleştirenlerdir.”*

(III) sayılı listedeki tütün ürünleri, alkollü içecekler, kolalı gazozlar için vergi mükellefleri; *“bu malların imal edilmesi durumunda imalatçılar, ithal edildiğinde ithalatçılar ile müzayede yoluyla satılması halinde satışını gerçekleştirenlerdir.”*

(IV) sayılı listedeki lüks mallarda vergi mükellefleri; *“bu malların imalatçıları, ithalatçıları ile müzayede yoluyla satışını gerçekleştirenlerdir.”*

Genel olarak bakıldığında ÖTV mükellefleri, ilgili ürünlerin imalatçısı, ithalatçısı ve satışını gerçekleştirenlerdir.

ÖTV’de vergi sorumluluğu, mükellef olan satıcı konumundaki kişiye ulaşılamama ihtimalinin olması durumunda alıcıyı diğer bir ifadeyle müşteriyi muhatap kabul etmektedir. Böylece vergi idaresi açısından vergi güvenliği sağlanmaya çalışılmıştır.

ÖTV’de vergi sorumluları vergiye tabi işlemlere taraf olanlardır. Vergi sorumluluğu belirli durumların varlığı halinde ortaya çıkmaktadır. Bu durumlar;⁵⁵²

⁵⁵² Şenyüz, Yüce, Gerçek, a.g.e., s. 336.

-Mükellefin (malı teslim eden) Türkiye içinde ikametgâhının, işyerinin, kanuni veya iş merkezinin bulunmaması,

-Belgesiz mal bulundurulması,

-Maliye Bakanlığı'nca gerekli görülen hallerdir.

-Alkollü Ürünlerin Vergilendirilme Uygulamaları

Alkollü içecekler üzerinden alınacak olan vergi oranları ve asgari maktu vergi tutarları 4760 sayılı ÖTVK'ya ekli (III) sayılı listenin (A) cetvelinde belirtilmektedir.

Tablo 5: (III) Sayılı Liste (A) Cetveli*

G.T.İ.P.NO	Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)
2202.91.00.00.00	Alkolsüz biralar	10	-
2203.00	Malttan üretilen biralar	63	6,1915
22.04	Taze üzüm şarabı (kuvvetlendirilmiş şaraplar dahil); üzüm şırası (20.09 pozisyonunda yer alanlar hariç) (2204.10 köpüklü şaraplar ve 2204.30 diğer üzüm şıraları hariç)	0	30,4445
22.0410	Köpüklü şaraplar	0	205,6980
22.05	Vermut ve diğer taze üzüm şarapları (bitkiler veya kokulu maddelerle aromalandırılmış) (2205.10.10.00.00, 2205.10.90.00.12 hariç)	0	310,4386
2205.10.10.00.00	Alkol derecesi hacim itibariyle % 18 veya daha az olanlar	0	246,5234
2205.10.90.00.12	Alkol derecesi hacim itibariyle % 22 ve fazla olanlar	0	845,9684
2206.00	Fermente edilmiş diğer içecekler (elma şarabı, armut şarabı, bal şarabı, sake gibi), tarifinin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan fermente edilmiş içeceklerin karışımları ve fermente edilmiş içeceklerle alkolsüz içeceklerin karışımları	0	67,1636
2207.20	Alkol derecesi ne olursa olsun tağyir (denatüre) edilmiş etil alkol ve damıtım yoluyla elde edilen diğer alkollü içkiler [Alkol derecesi ne olursa olsun tağyir (denatüre) edilmiş etil alkol hariç]	0	845,9684
22.08	Alkol derecesi hacim itibariyle % 80'den az olan tağyir (denatüre) edilmemiş etil alkol; damıtım yoluyla elde edilen alkollü içkiler, likörler ve diğer alkollü içecekler [(2208.90.91; 2208.90.99) Alkol derecesi hacim itibariyle % 80'den az olan tağyir (denatüre) edilmemiş etil alkol hariç, (2208.20; 2208.50; 2208.60; 2208.70 ve 2208.90 hariç)]	0	845,9684
2208.20	Üzüm şarabı veya üzüm cibresinin damıtılması yolu ile elde edilen alkollü içkiler	0	845,9684
2208.50	Cin ve Geneva	0	845,9684
2208.60	Votka (2208.60.91.00.00, 2208.60.99.00.00 hariç)	0	845,9684
2208.60.91.00.00	Muhtevası 2 litreyi geçmeyen kaplarda olanlar (Alkol derecesi hacim itibariyle % 45.4'den fazla olanlar)	0	845,9684

2208.60.99.00.00	Muhtevası 2 litreyi geçen kaplarda olanlar (Alkol derecesi hacim itibariyle % 45.4'den fazla olanlar)	0	845,9684
2208.70	Likörler	0	845,9684
2208.90	Diğerleri (2208.90.48.00.11, 2208.90.71.00.11 hariç)	0	845,9684
2208.90.48.00.11	Rakı (Muhtevası 2 litreyi geçmeyen kaplarda olanlar)	0	845,9684
2208.90.71.00.11	Rakı (Muhtevası 2 litreyi geçen kaplarda olanlar)	0	845,9684

* 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununun (12/3) maddesi uyarınca güncellenen liste (Yürürlük 5/7/2023)

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli (III) sayılı liste, <https://www.gib.gov.tr>, (10.07.2023).

Tablo 5'te 4760 sayılı ÖTVK'nın (III) sayılı listesine ekli (A) cetvelinde bulunan alkollü içeceklerdeki vergi oranları ve asgari maktu vergi tutarları gösterilmektedir. Bu liste 05.07.2023 tarihinde güncellenmiş ve yürürlüğe girmiştir. (A) cetvelinde belirtildiği gibi malttan üretilen biralarda vergi oranı %63 olup, asgari maktu vergi tutarı 6,1915 TL'dir. Diğer alkollü içeceklerde vergi oranı 0 olmakla beraber asgari maktu vergi tutarları değişiklik göstermektedir. Asgari maktu vergi tutarları taze üzüm şarabında 30,4445 TL; köpüklü şaraplarda 205,6908 TL; cin, geneva, votka, likör ve rakıda 845,9684 TL'dir.

-Tütün Ürünlerinin Vergilendirilme Uygulamaları

Tütün ürünleri üzerinden alınacak olan vergi oranları, asgari maktu vergi tutarları ve maktu vergi tutarları 4760 sayılı ÖTVK'ya ekli (III) sayılı listenin (B) cetvelinde belirtilmektedir.

Tablo 6: (III) Sayılı Liste (B) Cetveli*

G.T.İ.P. NO	Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)	Maktu Vergi Tutarı (TL)
2402.10.00.00.11	Tütün içeren purolar	45	0,9982	1,3346
2402.10.00.00.12	Uçları açık purolar	45	0,9982	1,3346
2402.10.00.00.19	Sigarillolar	45	0,9982	1,3346
2402.20	Tütün içeren sigaralar	63	1,1114	1,1043
2402.90.00.00.00	Diğerleri (Tütün yerine geçen maddelerden yapılmış purolar, uçları açık purolar, sigarillolar ve sigaralar)			
	-Tütün yerine geçen maddelerden yapılmış purolar, uçları açık purolar ve sigarillolar	45	0,9982	1,3346
	-Tütün yerine geçen maddelerden yapılmış sigaralar	63	1,1114	1,1043
24.03	Diğer mamul tütün ve mamul tütün yerine geçen maddeler; "homojenize" veya yeniden tertip edilmiş tütün; tütün hülusa ve esansları (2403.11.00.00.00, 2403.19.10.00.19, 2403.19.90.00.19, 2403.91.00.00.00, 2403.99.10.00.00, 2403.99.90.00.00 hariç)	63	1,1114	1,1043
2403.11.00.00.00	Bu faslın 1 nolu alt pozisyon notunda belirtilen nargile tütünleri	63	0,2238	1,2927
2403.19.10.00.19	Diğerleri (Net muhtevası 500 gr.1 geçmeyen ambalajlarda olanlar)	55	0,1421	1,2927
2403.19.90.00.19	Diğerleri (Net muhtevası 500 gr.1 geçen ambalajlarda olanlar)	55	0,1421	1,2927
2403.99.10.00.00	Enfiye ve çiğnemeye mahsus tütün	63	1,1114	1,1043
4813.10.00.80.00	Diğerleri (Makaron)	0	0,1533	-

* 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununun (12/3) maddesi uyarınca güncellenen liste (Yürürlük 5/7/2023)

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli (III) sayılı liste, <https://www.gib.gov.tr>, (10.07.2023).

Tablo 6'da 4760 sayılı ÖTVK'nın (III) sayılı listesine ekli (B) cetvelinde bulunan tütün ürünlerindeki vergi oranları, asgari maktu vergi tutarları ve maktu vergi tutarları gösterilmektedir. Bu liste 05.07.2023 tarihinde güncellenmiş ve yürürlüğe girmiştir. (B) cetvelinde belirtildiği üzere tütün içeren purolar, uçları açık purolar ve sigarillolarda vergi oranı %45, asgari maktu vergi tutarı 0,9982 TL, maktu vergi tutarı 1,3346 TL olarak belirlenmiştir. Tütün içeren sigaralarda ve enfiye ve çiğnemeye mahsus tütünlerde vergi oranı %63 olup asgari maktu vergi tutarı 1,1114 TL, maktu vergi tutarı ise 1,1043 TL'dir.

-Gazlı ve Şekerli İçeceklerin Vergilendirilme Uygulamaları

Gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınacak olan vergi oranları ve asgari maktu vergi tutarları 4760 sayılı ÖTVK'ya ekli (III) sayılı listenin (A) cetvelinde belirtilmektedir.

Tablo 7: (III) Sayılı Liste(A) Cetveli*

G.T.İ.P NO	Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)
20.09	Meyva suları (üzüm şırası dahil) ve sebze suları (fermente edilmemiş ve alkol katılmamış), ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler katılmış olsun olmasın (Yalnız ambalajlanmış olanlar ve/veya toptan teslim konu edilenler) (Sebze suları ve Türk Gıda Kodeksine göre % 100 meyve suyu sayılanlar hariç)	10	-
22.02	Sular (mineral sular ve gazlı sular dahil) (ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler katılmış veya aromalandırılmış) ve alkolsüz diğer içecekler (20.09 pozisyonundaki meyve ve sebze suları hariç) (Yalnız ambalajlanmış olanlar ve/veya toptan teslim konu edilenler) (Doğal mineralli doğal maden suyu ile üretilmiş, tatlandırılmış, aromalandırılmış meyveli gazlı içecekler ile 2202.10.00.00.11, 2202.10.00.00.12, 2202.10.00.00.13, 2202.91.00.00.00 hariç)	10	-
2202.10.00.00.11	Sade gazozlar	10	-
2202.10.00.00.12	Meyvalı gazozlar	10	-
2202.10.00.00.13	Kolalı gazozlar	35	-

*4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununun (12/3) maddesi uyarınca güncellenen liste (Yürürlük 5/7/2023)

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli (III) sayılı liste, <https://www.gib.gov.tr>, (10.07.2023).

Tablo 7'de 4760 sayılı ÖTVK'nın (III) sayılı listesine ekli (A) cetvelinde bulunan meyve suları, kolalı gazozlar gibi alkolsüz içeceklerde vergi oranları ve asgari maktu vergi tutarları gösterilmektedir. Bu oranlar 05.07.2023 tarihinde güncellenmiş ve yürürlüğe girmiştir. (A) cetvelinde belirtildiği üzere meyve suları, mineral sular, gazlı sular, sade gazozlar ve meyveli gazozlar dâhil alkolsüz içeceklerden alınan vergi oranı %10'dur. Kolalı gazozlardan alınan vergi oranı ise %35'tir.

Ülkemizde bu üç ürün grubuna ilişkin ÖTV uygulamasının etkinliğini değerlendirmek üzere AB uygulamaları şu şekilde özetlenebilir:

AB’de ÖTV’nin uygulama esasları, *ÖTV için genel düzenlemeleri belirleyen 19 Aralık 2019 tarihli ve (AB) 2020/262 sayılı Konsey Direktifi (yenilenmiş)* kapsamında genel hükümler bölümünün 1.maddesinde belirtilmektedir.⁵⁵³ Buna göre, ÖTV’ye tabi olan mallar üç ana kategoride belirtilmektedir. Bunlar:

- (a) 2003/96/EC Direktifi kapsamındaki enerji ürünleri ve elektrik
- (b) 92/83/EEC ve 92/84/EEC Direktifi kapsamındaki alkol ve alkollü içecekler
- (c) 2011/64/EU Direktifi kapsamındaki tütün mamulleridir.

2020/262 sayılı Direktifin 6. maddesinde alkol ve alkollü içeceklerin, tütün ürünlerinin ve enerji ürünlerinin hangi durumlarda ÖTV’ye tabi olacakları belirtilmektedir. Bu iki durum şu şekildedir:

- AB toprakları içinde ihraç edilenler dahil olmak üzere üretimler,
- AB topraklarına düzensiz ürün girişleri veya ithalatı.

Alkol ve alkollü içecekler, AB müktesebatında 92/83/EEC⁵⁵⁴ ve 92/84/EEC⁵⁵⁵ sayılı Direktifler ile düzenlenmiştir. 19 Ekim 1992 tarihli 92/83/EEC direktifi alkol ve alkollü içecekler üzerindeki ÖTV’nin uyumlaştırılmasına ilişkindir. Bu kapsamda;

- Bira (bölüm 1, madde1-6)
- Şarap (bölüm 2, madde 7-10)
- Bira ve şarap dışındaki fermente içecekler (bölüm 3, madde 11-15)
- Ara ürünler (bölüm 4, madde 16-18)
- Etil alkol (bölüm 5, madde 19-26) bulunmaktadır.

19 Ekim 1992 tarihli 92/84/EEC sayılı Direktif alkol ve alkollü içecekler üzerindeki ÖTV oranlarının yakınlaştırılması hakkındadır. İlgili direktifte alkol ve alkollü içeceklere uygulanan asgari tüketim vergisi oranları belirtilmiş olup üye devletler bu direktifte belirtilen kurallara uygun davranmakla yükümlüdür. Bu

⁵⁵³ Council Directive (EU) 2020/262 of 19 December 2019 Laying Down the General Arrangements for Excise Duty (Recast)

⁵⁵⁴ Council Directive 92/83/EEC of 19 October 1992 on the Harmonisation of the Structures of Excise Duties on Alcohol and Alcoholic Beverages.

⁵⁵⁵ Council Directive 92/84/EEC of 19 October 1992 on the Approximation of the Rates of Excise Duty on Alcohol and Alcoholic Beverages

kapsamdaki ürünler; alkol ve alkollü içecekler, ara ürünler, şarap ve bira olarak belirtilmektedir.

21 Haziran 2011 tarihli 2011/64/EU⁵⁵⁶ sayılı Direktif AB üyesi ülkelerde tütün mamullerine uygulanacak ÖTV yapısı ve oranlarına ilişkindir. Direktifin 2. maddesinde yer alan tütün ürünleri;

-Sigara (bölüm 3, madde 7-12)

-Puro ve sigarillo (bölüm 4, madde 13-14)

-Sigara sarmak için ince kıyılmış tütün ve diğer içilebilir tütünler olmak üzere içilebilir tütünler (bölüm 4, madde 13-14) bulunmaktadır.

27 Ekim 2003 tarihli 2003/96/EC⁵⁵⁷ sayılı Direktif enerji ürünleri ve elektrik hakkında uygulanacak ÖTV'ye ilişkindir. İlgili Direktifin 2.maddesinde vergiye tabi olan ürünler belirtilmektedir. Bunlar;

-Motor yakıtları (kurşunlu benzin, kurşunsuz benzin, gaz yağı, kerosen (dizel), LPG, doğalgaz)

-Sınai ve ticari amaçlı kullanılan yakıtlar (gaz yağı, LPG, doğalgaz, kerosen)

-Isınma yakıtları ve elektrik (gaz yağı, ağır yakıt, kerosen, LPG, doğalgaz, elektrik, kömür ve kok) bulunmaktadır.

AB ve Türkiye açısından ÖTV kapsamına giren ürünler karşılaştırıldığında Türkiye'de ÖTV konusuna dahil olan ürünlerin daha geniş kapsamlı olduğu görülmektedir. AB'de ÖTV kapsamına giren ürünler alkol ve alkollü içecekler, tütün ürünleri ile enerji ürünleri ve elektriktir. Türkiye'de ise bu ürünlere ilave olarak kolalı gazozlar, motorlu taşıtlar ve bazı lüks tüketim malları da ÖTV kapsamındadır. Görüldüğü gibi Türkiye'de ÖTV'ye tabi ürünlerin kapsamı oldukça geniştir.

⁵⁵⁶ Council Directive 2011/64/EU of 21 June 2011 on the Structure and Rates of Excise Duty Applied to Manufactured Tobacco (Codification).

⁵⁵⁷ Council Directive 2003/96/EC of 27 October 2003 Restructuring the Community Framework for the Taxation of Energy Products and Electricity (Text with EEA Relevance).

2. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLERİN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ

Bu çalışma konusunu oluşturan iki temel ürün olarak alkollü ve tütün ürünlerinin⁵⁵⁸ ekonomi içindeki önemini ve hacmi; üretim, ithalat, ihracat tutarları gibi ekonomik göstergelere ait istatistiki veriler yardımıyla incelenecektir.

2.1. ALKOLLÜ ÜRÜNLERİN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ

Alkollü ürünlerin ekonomi içindeki yeri; üretimden iç piyasaya arz, ihracattan iç piyasaya arz ve ithalat verileri gibi ekonomik faktörler yardımıyla açıklanabilir.

Tablo 8: Üretimden İç Piyasaya Arz (litre)

Yıl	Bira	Bira Hariç Fermente Alkollü İçkiler		Distile Alkollü İçkiler			Üretimden İç Piyasaya Arz Edilen Toplam Alkollü İçki Miktarı (litre)
		Şarap	Vermut	Viski	Votka	Rakı	
2004	812.012.552	27.961.642	22.708	46.558	4.211.734	44.167.330	888.422.524
2005	818.842.437	26.004.883	14.734	39.898	4.488.533	44.683.223	894.073.708
2006	801.980.923	22.265.371	24.090	50.161	5.127.131	46.517.680	875.965.356
2007	843.920.898	21.921.703	7.640	0	4.986.523	42.716.023	913.552.787
2008	924.438.410	36.981.293	5.507	0	7.658.359	44.602.479	1.013.686.048
2009	923.115.658	45.162.887	4.411	0	8.909.995	44.698.058	1.021.891.009
2010	920.120.326	57.952.540	8.741	2.656	9.675.512	46.380.793	1.034.140.568
2011	921.238.889	57.128.955	0	0	12.592.575	48.810.329	1.039.770.748
2012	995.639.592	54.597.133	0	0	12.109.840	44.611.011	1.106.957.576
2013	876.050.971	60.410.206	0	0	11.403.751	42.336.790	990.201.718
2014	938.431.147	60.416.965	0	0	12.485.200	40.267.282	1.051.600.594
2015	901.994.431	61.681.318	0	0	10.950.188	39.201.309	1.013.827.246
2016	893.943.872	49.582.818	0	0	8.457.242	35.447.822	987.431.754
2017	906.707.644	64.368.310	4.512	0	10.161.578	37.316.029	1.018.558.073
2018	955.209.263	75.388.304	3.250	0	11.513.571	35.934.117	1.078.048.505
2019	875.024.689	72.544.277	3.358	0	9.758.198	27.763.381	985.093.903
2020	866.213.764	65.539.320	5.997	0	8.756.065	30.379.327	970.894.473
2021	932.464.220	80.102.753	6.518	0	11.168.768	37.472.399	1.061.214.658

-Alkollü içki dağıtım yetki belgesini haiz üretici/ithalatçı firmaların, başkanlığımıza ilettiği aylık satış raporlarında yer alan verilerin işlenmesi sonucunda hazırlanan 2004-2021 yıllarına ait alkollü içki yıllık piyasaya arz verileridir.

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Alkol ve Alkollü İçkiler Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).

⁵⁵⁸ Bu iki ürün grubu temel olumsuz dışsallıklar yaratan ürünlerdir. Gazlı ve şekerli içecekler bu iki ürün grubuna göre nispi payının daha düşük olması ve yeterli veri olmaması nedeniyle alınmamıştır.

Tablo 8’de 2004-2021 yılları arasında üretimden iç piyasaya arz edilen alkollü ürünler litre birimi değeri ile gösterilmektedir. 2004 yılında üretimden iç piyasaya arz edilen bira 812.012.552 litredir. 2012 yılına gelindiğinde bu değer 183.627.040 litrelik artış ile 995.639.592 litreye ulaşmıştır. 2021 yılında ise 932.464.220 litreye gerilemiştir. Görüldüğü gibi üretimden iç piyasaya arz edilen birada litre değeri bakımından dalgalı bir seyir izlenmektedir. Bira hariç fermente alkollü içkilerden şarap ve vermut incelendiğinde 2004 yılında üretimden iç piyasaya arz edilen şarap miktarı 27.961.642 litredir. 2021 yılına gelindiğinde üretimden iç piyasaya arz edilen şarap miktarı 80.102.753 litre ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Üretildikten sonra iç piyasaya arz edilen vermut da dalgalı bir seyir izlenmektedir. 2006 yılında 24.090 litre ile en yüksek seviyeye ulaşan vermut arzı 2011 ve 2016 yılları arasında iç piyasaya sürülmemiştir. Distile alkollü içkiler grubundaki viski incelendiğinde 2006 yılında 50.161 litre ile en yüksek düzeydedir. 2007-2020 yılları arasında 2010 yılı hariç üretimden iç piyasaya arzı gerçekleşmemiştir. Vermut ve viskinin üretimden iç piyasaya arzının bazı yıllar hiç gerçekleşmemiş olmasının sebebi bu içkilerin ithalatının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. İthal edilen bu içkiler iç piyasaya sunulmaktadır.

İthalattan iç piyasaya arz eden litre değeri Tablo 9’da gösterilmektedir. Votkanın üretimden iç piyasaya arzı dalgalı bir seyir izlemektedir. 2004 yılında 4.211.734 litre, 2011’de 12.592.575 litreye yükselmiş, 2020’de ise 8.756.065 litreye gerilemiştir. 2021’de ise 2.412.703 litre artarak 11.168.768 litreye ulaşmıştır. Alkollü içkiler grubunda rakının üretimden iç piyasaya arzı incelendiğinde 2011 yılında 48.810.329 litre ile en yüksek düzeye ulaşılmıştır. 2019 yılında 27.763.381 litre arz ile en düşük seviyeye gerilemiş 2021’de ise 37.472.399 litreye yükselmiştir. 2004-2021 yılları arasında üretimden iç piyasaya arz edilen toplam alkollü içki miktarı dalgalı bir seyir görülmektedir. 2004 yılında üretimden iç piyasaya arz edilen toplam alkollü içki miktarı 888.422.524 litre olup 2011 yılında 151.348.224 litre artarak 1.039.770.748 litreye ulaşmıştır. 2016’da 987.431.754 litreye gerilemiştir. 2021’de ise toplam 1.061.214.658 litre üretimden iç piyasaya arz edilmiştir.

Tablo 9: İthalattan İç Piyasaya Arz (litre)

Yıl	Bira	Bira Hariç Fermente Alkollü İçkiler		Distile Alkollü İçkiler			İthalattan İç Piyasaya Arz Edilen Toplam Alkollü İçki Miktarı (litre)
		Şarap	Vermut	Viski	Votka	Rakı	
2004	1.160.013	423.457	37.586	1.864.673	1.788.308	0	5.274.037
2005	3.007.901	825.485	35.024	736.674	1.723.505	0	6.328.589
2006	1.859.805	1.145.886	136.473	1.550.487	1.269.409	0	5.962.060
2007	842.757	919.092	145.760	1.433.995	992.345	0	4.333.949
2008	582.059	926.226	225.297	1.671.075	1.150.075	0	4.554.732
2009	392.472	980.151	274.088	2.544.165	1.455.560	0	5.646.436
2010	1.379.966	1.503.069	297.870	2.465.679	2.105.776	0	7.752.360
2011	4.325.275	1.513.780	332.408	4.453.765	2.703.468	0	13.328.696
2012	3.183.660	1.813.781	285.736	4.504.537	3.004.979	0	12.792.693
2013	2.861.897	1.829.832	283.024	4.902.898	3.504.968	0	13.382.619
2014	4.768.064	2.441.235	191.214	6.097.096	3.515.453	0	17.013.062
2015	6.203.416	1.945.323	136.236	7.015.857	3.180.537	0	18.481.369
2016	6.397.689	1.710.183	103.537	6.863.938	2.785.899	0	17.861.246
2017	8.396.772	2.059.432	113.921	8.214.105	3.115.374	0	21.899.604
2018	10.192.602	1.809.395	123.600	9.048.994	3.039.974	0	24.214.565
2019	9.886.185	2.293.793	162.603	10.176.125	3.051.178	0	25.569.884
2020	7.997.148	2.528.928	115.203	13.622.361	2.968.046	0	27.231.686
2021	11.111.426	3.290.981	34.245	19.910.796	4.177.321	0	38.524.769

-Alkollü içki dağıtım yetki belgesini haiz üretici/ithalatçı firmaların, başkanlığımıza ilettiği aylık satış raporlarında yer alan verilerin işlenmesi sonucunda hazırlanan 2004-2021 yıllarına ait alkollü içki yıllık piyasaya arz verileridir.

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Alkol ve Alkollü İçkiler Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).

Tablo 9’da 2004 ve 2021 yılları arasında ithal edildikten sonra iç piyasaya arz edilen içkiler litre değeri ile gösterilmektedir. Birada 2004 yılında 1.160.013 litre ithal edilip iç piyasaya sürülmüş, 2009 yılında bu tutar 392.472 litreye düşmüştür. 2010 yılında ise tekrar artarak 1.379.966 litreye yükselmiştir. 2021 yılına gelindiğinde en yüksek değere ulaşan biranın ithalattan arzı 11.111.426 litreye ulaşmıştır. Fermente alkollü içkiler kategorisinde bulunan şarap 2004’te 423.457 litre ithal edilip piyasaya sürülmüştür. 2011’de bu değer 1.513.780 litreye çıkmış olup 2018 yılına kadar dalgalı bir seyir izlemiştir. 2018 yılından sonra ise artış trendi göstermektedir. 2021 yılında ise 3.290.981 litreye yükselmiştir. Vermut içeceği de şarap gibi dalgalı bir seyir izlemektedir. 2004 yılında 37.586 litre ithal edilip iç piyasaya arz edilen vermut 2011’de 332.408 litre ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır. 2020 yılına gelindiğinde ise 115.203 litre piyasaya sunulmuştur. 2021 yılında ise ciddi bir düşüşle 80.958 litre azalarak 34.245 litreye gerilemiştir. Distile alkollü içkiler kategorisinde yer alan viski,

votka ve rakı incelendiğinde en dikkat çeken nokta rakının ithal edilip iç piyasaya arz edilmemesidir. Bunun sebebi Tablo 8’da görülmektedir. Rakı ülke içinde üretilip iç piyasaya sunulduğundan ithal edilmesine gerek kalmamaktadır. Viski içeceği incelendiğinde 2005’te 736.674 litre ile en düşük seviyede gerçekleşen ithalattan iç piyasaya arz değeri 2016’dan itibaren sürekli bir artış seyrine girmiştir ve 2021’de 19.910.796 litreye ulaşmıştır. İthal edildikten sonra iç piyasaya sürülen vorkada 2004-2021 yılları arasında dalgalı bir seyir izlemektedir. 2007 yılında 992.345 litre ile arzı en düşük seviyede gerçekleşmiştir. 2021’de ise 4.177.321 litre ithal edilip iç piyasaya sunulmuş ve 2004-2021 yılları arasında en yüksek seviyede gerçekleşmiştir. 2004-2021 yılları arasında ithalattan iç piyasaya arz edilen toplam alkollü içki miktarı genellikle dalgalı bir seyir izlemekle birlikte 2016 yılından itibaren artış trendine girilmiştir. İthalattan iç piyasaya arz edilen toplam alkollü içki miktarı 2007’de 4.333.949 litre ile en düşük seviyede gerçekleşmiştir. 2016’da toplam 17.861.246 litre, 2021’de ise toplam 38.524.769 litre ithalattan iç piyasaya alkollü içki arz edilmiştir.

Tablo 10’da 2004-2021 yılları arasında ihracata konu olan alkollü içkiler litre birimi ile gösterilmektedir.

Tablo 10: İhracat (litre)

Yıl	Bira	Bira Hariç Fermente Alkollü İçkiler		Distile Alkollü İçkiler			Alkollü içkilerde toplam ihracat (litre)
		Şarap	Vermut	Viski	Votka	Rakı	
2004	51.986.846	2.983.572	0	513	525	2.146.162	57.117.618
2005	67.504.724	2.696.959	0	420	33.457	2.741.622	72.977.182
2006	72.967.223	2.698.119	90	16.867	29.160	2.337.516	78.048.975
2007	62.141.527	2.512.268	171	949.616	78.668	2.731.018	68.413.268
2008	73.611.503	2.342.914	0	0	152.009	2.711.534	78.817.960
2009	98.813.349	2.415.059	5	0	116.978	2.456.330	103.801.721
2010	107.733.311	2.190.795	14	0	29.340	2.382.388	112.335.848
2011	95.127.619	2.468.222	0	0	55.943	2.564.857	100.216.641
2012	105.679.253	2.593.281	0	0	16.470	2.925.609	111.214.613
2013	104.832.598	2.774.409	0	0	12.643	3.254.795	110.874.445
2014	86.826.206	2.629.956	0	0	22.602	3.107.686	92.586.450
2015	79.948.603	2.811.045	0	0	27.241	3.873.522	86.660.411
2016	62.816.266	2.922.481	0	0	28.677	3.382.471	69.149.895
2017	53.042.292	2.934.197	0	0	82.959	3.463.098	59.522.546
2018	59.735.818	2.736.241	0	0	329.395	4.061.907	66.863.361
2019	68.666.838	3.179.805	383	0	104.360	3.491.695	75.443.081
2020	62.101.475	1.759.590	630	0	31.062	3.287.295	67.180.052
2021	68.201.856	1.896.744	975	0	486.832	3.683.370	74.269.777

-Alkollü İçki Dağıtım Yetki Belgesini haiz Üretici/İthalatçı firmaların, Başkanlığımıza ilettiği aylık satış raporlarında yer alan verilerin işlenmesi sonucunda hazırlanan 2004-2021 yıllarına ait alkollü içki yıllık piyasaya arz verileridir.

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Alkol ve Alkollü İçkiler Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).

Bira ihracatı 2004'te 51.986.846 litre olup 2010'da 107.733.311 litre ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır. 2021'e kadar dalgalı bir seyir izleyen bira ihracatı 2021'de 68.201.856 litre olarak gerçekleşmiştir. Fermente alkollü içkiler kategorisinde yer alan şarap ihracat verileri incelendiğinde 2004-2018 yılları arasında 2 milyon litre civarında gerçekleşen ihracat değeri 2019'da en yüksek seviyeye ulaşarak 3.179.805 litredir. 2020'de ise son 16 yılın en düşük düzeyine gerileyerek 1.759.590 litre ihraç edilmiştir. 2021 yılında ise 137.154 litre artarak 1.896.744 litreye ulaşmıştır (Tablo 10). Vermut ve viski içkileri genellikle yurtdışından ithal edilmektedir. Fakat bu üretim ithalat ile karşılaştırıldığında çok düşük seviyelerde kalmaktadır. Üretildikten sonra iç piyasaya arzının bile düşük düzeylerde kaldığı vermut ve viskinin (Tablo 8) ihracatının da düşük gerçekleşmesi doğal kabul edilmektedir. Vermut içkisinin en yüksek ihracat değeri 2021 yılında 975 litredir. Viski de ise 2004-2007 yılları arasında ihracat gerçekleşmiştir. 2007 yılında 949.616 litre yurtdışına gönderilen viski bu yıldan sonra bir daha hiç ihraç edilmemiş olup sürekli ithalata konu olmuştur. Distile alkollü içkiler kategorisinde yer alan votka ve rakı ise yurtdışına gönderilmiştir. Yurtdışına ihraç edilen votka 2004'te 525 litre iken 2008'de 152.009 litreye ulaşmıştır. 2013'te bu değer 12.643 litreye gerilemiştir. 2018'de ise 329.395 litreye yükselen votka 2020'de 31.062 litreye düşmüştür. Bu azalmanın nedeni olarak votkanın ithalatının yüksek olması ve ülke içinde üretilse bile iç piyasaya arz edilmesi gösterilebilir. Üretimden iç piyasaya sunulan votka miktarının yüksek olması ihracatı azaltmıştır. Ancak 2021'de 486.832 litre ihraç edilen votka bir önceki yıla göre 455.770 litre artmıştır. Rakıda ihracat verilerine bakıldığında 2004 yılında yurtdışına ihraç edilen rakı miktarı 2.146.162 litredir. 2018'de bu miktar en yüksek seviyeye ulaşarak 4.061.907 litre olmuştur. 2021'de ise 3.683.370 litredir. 2004-2021 yılları arasında alkollü içkilerde toplam ihracat (litre) incelendiğinde en düşük miktar toplam 57.117.618 litre ile 2004 yılında gerçekleşmiştir. Genel olarak alkollü içkilerde toplam ihracatın en yüksek olduğu yıl 2010 yılı olup toplam 112.335.848 litre ihraç edilmiştir. 2021 yılında ise toplam alkollü içki ihracatı 74.269.777 litre seviyesine gerilemiştir.

2.2. TÜTÜN ÜRÜNLERİNİN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ

Tütün ürünlerinin ekonomi içindeki yeri; çeşitli ihracat ve ithalata ilişkin veriler dayalı olarak açıklanacaktır.

Öncelikle tütün ve tütün ürünleri ihracatına ilişkin bazı verilere dayalı olarak bu ürünlerin ihracattaki yeri belirlenebilir. Tablo 11’de tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddelerde ihracatı gelişimi verilmektedir.

Tablo 11: Genel Ticaret Sisteminde Tütün ve Tütün Yerine Geçen İşlenmiş Maddelerde İhracat (2013-2022) (Bin ABD Dolar)

Yıl	Değer
2013	1.064.952
2014	1.365.170
2015	969.273
2016	1.015.773
2017	952.389
2018	1.013.112
2019	909.793
2020	909.214
2021	781.679
2022	762.412

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, <https://www.tuik.gov.tr/>, (24.04.2023).

Tablo 11’de tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddelerde 2013-2022 yılları arasında genel ticaret kapsamında ihracat tutarları incelendiğinde 2018 yılına kadar ihracatın dalgalı bir seyir izlemekle birlikte 2018’den sonra sürekli düşmüştür. 2019 yılında gerçekleşen ihracat 909.793 ABD dolarıdır. 2022 yılına gelindiğinde ise 147.381 ABD doları azalarak 762.412 ABD dolarına gerilemiştir. 2014 yılında aynı zamanda en yüksek ihracat düzeyine ulaşılmıştır.

Tütün ürünleri içinde en önemli paya sahip olan sigara üretimi, satışı ve ihracatı Tablo 12’de gösterilmektedir. Sigara üretimi ihracat dâhil miktar (adet) olarak gösterilmektedir.

Tablo 12: Sigara Üretimi, İç Satışı ve İhracatı

Yıllar	Üretim (İhracat Dahil)	İç Satış*		İhracat	
	Miktar (adet)	Miktar (adet)	Perakende Satış Hasılatı (TL)	Miktar (adet)	Bedel (\$)
2003	120.943.286.260	108.157.063.150	10.570.000.000,00	12.961.347.000	-
2004	117.837.981.610	108.870.390.620	11.201.875.031,00	9.142.850.000	-
2005	114.572.421.100	106.716.505.496	12.284.702.594,00	11.701.282.000	-
2006	125.807.062.000	107.908.692.050	15.272.192.402,28	16.927.678.280	147.290.888,91
2007	126.119.539.320	107.454.965.620	16.687.091.932,56	18.383.867.800	189.340.182,92
2008	135.041.446.800	107.858.908.399	18.342.201.352,04	25.658.999.200	228.951.950,11
2009	132.912.630.061	107.554.976.198	20.402.965.760,09	20.366.024.800	204.175.613,05
2010	115.238.165.761	93.354.256.336	24.041.960.283,39	24.037.012.800	246.852.616,18
2011	112.083.047.080	91.217.479.040	24.598.105.743,60	24.326.238.400	249.727.418,25
2012	134.454.421.720	99.257.052.660	30.588.330.135,85	32.393.076.000	337.160.145,59
2013	130.597.511.840	91.659.534.370	32.646.104.242,73	36.794.600.000	380.636.743,26
2014	142.894.873.580	94.681.206.450	34.624.817.146,63	44.761.164.800	475.003.599,21
2015	156.195.471.340	103.210.236.100	39.648.844.291,13	47.818.361.000	464.304.320,14
2016	159.907.424.720	105.488.652.808	47.950.493.321,01	50.539.562.500	506.099.855,16
2017	156.907.085.760	106.223.754.440	55.966.662.595,85	49.339.750.500	484.523.369,32
2018	172.038.884.780	118.541.720.970	62.676.353.709,38	49.485.583.400	476.801.544,43
2019	163.533.235.820	119.747.102.254	77.192.545.548,22	49.144.203.400	478.960.255,98
2020	163.121.065.599	117.911.206.640	89.170.619.567,25	46.636.465.999	436.050.482,22
2021	159.344.202.981	125.110.241.010	100.817.744.982,97	35.608.381.400	349.249.004,23

* İç satış verileri üretici firmaların dağıtıcısı olan pazarlama şirketlerinin yaptığı net satış bilgilerini (varsa iadeler düşüldükten sonra) içermektedir.

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Tütün ve Tütün Mamulleri Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/22/Tutun-Ve-Tutun-Mamulleri-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).

2003 yılında 120.943.286.260 adet üretim yapılmıştır. 2008 yılında bu miktar 135.041.446.800 adede yükselmiştir. 2014 yılında 142.894.873.580 adet üretim gerçekleşirken en yüksek üretim miktarına 2018 yılında ulaşılmıştır. 2018’de 172.038.884.780 miktar sigara üretimi yapılırken 2020 yılına gelindiğinde bu miktar 8.917.819.181 adet azalarak 163.121.065.599 adede gerilemiştir.

Tablo 12’de sigaranın iç satış değerleri hem miktar hem perakende satış hasılatı olarak gösterilmektedir. 2003 yılında 108.157.063.150 adet satış gerçekleşmiş olup 10.570.000.000,00 TL hasılat elde edilmiştir. 2010’da 93.354.256.336 adet sigara satışı yapılmış, 24.041.960.283,39 TL hasılat sağlanmıştır. 2003 yılına göre miktar itibariyle daha az satış yapılmasına rağmen daha fazla hasılat elde edilmesi sigaraya yapılan fiyat artışları ve zamlar ile açıklanabilir. 2003 ve 2021 yılları arasında en yüksek iç satış adedine 2021 yılında ulaşılmıştır. 2021’de sigarada iç satış miktarı 125.110.241.010 adet, perakende satış hasılatı 100.817.744.982,97 TL’dir. İç satışta miktar itibariyle

dalgalı bir seyir izlenmesine rağmen hasılatın yükselmiş olması son yıllarda sigaraya yapılan fiyat artışlarının göstergesi olarak görülebilir.

Tablo 12’de sigara ihracatı da miktar ve değer itibariyle belirtilmektedir. 2003-2021 yılları arasında sigarada en düşük ihracat miktarı 2004 yılında meydana gelmiş olup 9.142.850.000 adet sigara ihracatı yapılmıştır.

Tablo 13’te 2005-2021 yılları arasında 4 yıllık periyotlar ile yaprak tütün ihracatının sektörlere göre genel dağılımı gösterilmektedir. Toplam tütün ihracatında özel sektörün payı daha yüksektir. 2005-2021 döneminde kamu sektöründe yaprak tütün ihracatı sürekli bir azalma seyri izlemiştir. Özel sektörde ise yaprak tütün ihracatı incelendiğinde 2013’ten itibaren düşüş görülmektedir.

Tablo 13: Yaprak Tütün İhracatının Kamu ve Özel Sektör Olarak Genel Dağılım Değerleri (\$)

Sektör	2005	2009	2013	2017	2021
Kamu	82.778.188	40.872.023	10.649.706	265.737	261.848
Özel	393.599.039	439.359.966	412.645.990	352.391.253	257.817.570
Toplam	476.377.227	480.231.989	423.295.696	352.656.990	258.079.418

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Tütün ve Tütün Mamulleri Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/22/Tutun-Ve-Tutun-Mamulleri-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).

Tütün ve tütün ürünlerine ilişkin bir diğer ekonomik gösterge bu ürünlere yönelik ithalat verileridir. Tablo 14’te 2013-2022 dönemine ait tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddelerde ithalat miktarı verilmektedir.

Tablo 14: Genel Ticaret Sisteminde Tütün ve Tütün Yerine Geçen İşlenmiş Maddelerde İthalat (2013-2022) (Bin ABD dolar)

Yıl	Değer
2013	1.122.459
2014	1.158.503
2015	790.378
2016	763.052
2017	687.776
2018	738.504
2019	749.937
2020	665.260
2021	643.848
2022	704.274

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, <https://www.tuik.gov.tr/>, (24.04.2023).

Tablo 14’te 2013-2022 yılları arasında tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddelerde genel ticaret sistemi kapsamında ithalat tutarları incelendiğinde ihracatın tersine dönem boyunca dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. En yüksek ithalat değeri 2013 yılında görülmektedir. 2013’te ithalat 1.122.459 ABD dolardan 2022 yılına 704.274 ABD dolarına düşmüştür.

Tablo 15’te 2011-2021 yılları arasında 2 yıllık periyotlar ile yaprak tütün genel ithalatının rejime göre dağılımı dolar değeriyle gösterilmektedir. İthalatın en yüksek oranda olduğu rejim serbest dolaşıma giriş rejimidir. Serbest dolaşıma giriş rejiminde 2011-2021 yılları arasında yaprak tütün ithalatı 2017 yılı hariç genellikle artış göstermektedir.

Tablo 15: Yaprak Tütün Genel İthalatının Rejime Göre Dağılım Değerleri (\$)

REJİM ADI	2011	2013	2015	2017	2019	2021
SERBEST DOLAŞIMA GİRİŞ	280.473.200	306.752.355	352.876.463	336.688.977	356.242.278	366.417.444
DAHİLDE İŞLEME	105.846.322	162.019.105	174.551.978	186.014.931	187.680.630	139.222.173
HARİÇTE İŞLEME	2.313.827	2.417.814	975.608	-	-	1.443.680
GÜMRÜK KONTROLÜ ALTINDA İŞLEME	414.720	1.254.591	-	-	435.456	2.806.228
GENEL TOPLAM	389.048.069	472.443.865	528.404.049	522.703.908	544.358.364	509.889.525

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Tütün ve Tütün Mamulleri Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/22/Tutun-Ve-Tutun-Mamulleri-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).

Yaprak tütün ithalatında dahilde işleme rejimi incelendiğinde 2011 yılından 2019 yılına kadar düzenli bir artış seyri görülmektedir. Ancak 2019 yılında dahilde işleme rejiminde 187.680.630 dolara ulaşan genel ithalat 2021 yılında 48.458.457 dolar azalarak 139.222.173 dolara gerilemiştir.

Yaprak tütün genel ithalatı hariçte işleme rejimine göre incelendiğinde ithalat yapılan tutarların istikrarsız bir seyir izlediği görülmektedir. Gümrük kontrolü altında işleme rejimi incelendiğinde en yüksek ithalat tutarı 2.806.228 dolar ile 2021 yılında gerçekleşmiştir. 2015 ve 2017 yıllarında ise gümrük kontrolü altında rejiminde yaprak

tütün ithalatı yapılmamıştır. Yaprak tütün genel ithalatının rejimlere göre genel toplamına bakıldığında 2011 yılına göre 2021 yılında artış görülmektedir.

Ülkemizde tütün ithalatının ülkelere göre dağılımı Tablo 16’da yer almaktadır. Değer bazında incelendiğinde, en yüksek yaprak tütün ithalatı yapılan ilk sıradaki ülke 248.762.481 dolar ile Belçika’dır. İkinci sırada 89.956.944 dolar Almanya, üçüncü sırada ise 46.480.574 dolar ile Brezilya gelmektedir. İthalat yapılan ülkeler ithalat miktarına göre incelendiğinde ilk sırada 51.559.874 kg ithalat ile yine Belçika yer almaktadır. İkinci sırada 13.338.315 kg ile Brezilya, üçüncü sırada ise 13.073.328 kg ithalat ile Almanya dikkat çekmektedir. 2021 yılında en düşük yaprak tütün ithalatı yapılan ülke 1 kg’lık ithalat miktarı ile Zambiya’dır. İkinci sırada ise 3 kg’lık yaprak tütün ithalatı ile Pakistan yer almaktadır.

Tablo 16: Yaprak Tütün İthalat Verileri / İthalat Yapılan Ülkeye Göre Tütün İthalatı (2021)

Ülke Adı	Miktar (kg)	Değer (\$)
ABD	470.209	1.843.224
Almanya	13.073.328	89.956.944
Arjantin	118.800	898.704
Arnavutluk	68.916	513.537
Azerbaycan	40.002	116.812
Bangladeş	1.714.719	4.837.455
Belçika	51.559.874	248.762.481
Birleşik Arap Emirlikleri	33	37
Brezilya	13.338.315	46.480.574
Bulgaristan	54	32
Çek Cumhuriyeti	17.850	42.402
Çin	2.541.567	7.051.847
Dominik Cumhuriyeti	61.067	273.087
Dubai	13	12
Endonezya	39.679	192.662
Fransa	728.760	8.715.772
Güney Afrika Cumhuriyeti	1.216.840	6.108.646
Hırvatistan	142.800	951.159
Hindistan	3.247.009	12.248.090
Hollanda	3.501.196	25.605.859
Honduras	4.845	92.241
Hong Kong	63.623	141.158
İran	347.546	1.741.292
İspanya	191	1.700
İsviçre	11	308
İtalya	463.255	2.692.933
Kenya	301.400	1.742.902
Kore	411.596	2.455.600
Küba	1.085	10.861
Litvanya	16.800	51.450
Macaristan	262.790	1.658.538
Makedonya	285	219
Malavi	51.631	195.358
Malezya	300.390	860.855
Mozambik	595.420	2.638.199
Pakistan	3	3
Polonya	1.273.315	8.652.567
Portekiz	27.150	76.530
Romanya	288.120	2.993.371
Rusya	5.050.015	22.028.514
Sırbistan	72.040	386.521
Tanzanya	118.804	190.082
Tayland	17.820	50.252
Uganda	376.200	1.902.186
Ukrayna	102.245	168.704
Ürdün	1.400	8.440
Yunanistan	25.622	49.133
Zambiya	1	1
Zimbabve	822.857	4.500.271

GENEL TOPLAM	102.877.491	509.889.525
---------------------	--------------------	--------------------

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Tütün ve Tütün Mamulleri Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/22/Tutun-Ve-Tutun-Mamulleri-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).

Tablo 17’de Türkiye’de sigara üretim firmalarının 2018-2022 yılları arasında tütün kullanım miktarları gösterilmektedir.

Tablo 17: Türkiye’de Sigara Üretim Firmalarının Yıllar İtibarıyla Tütün Kullanım Miktarları (2018-2022) - (kg)

Tütün Tipi/menşei	2018	2019	2020	2021	2022
I-YERLİ TÜTÜN					
Ege Bölgesi	6.420.816,04	7.484.387,89	7.204.864,10	6.557.605,12	6.791.444,12
Marmara Bölgesi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Karadeniz Bölgesi	4.134.861,60	3.218.425,10	3.330.738,10	3.340.782,69	3.109.816,23
Güney - Güneydoğu Anadolu Bölgesi	1.886.855,07	405.199,00	284.576,80	42.256,00	331.501,04
Doğu Anadolu Bölgesi	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Virginia Tipi Tütün	619.500,00	774.700,00	651.112,80	743.025,00	1.381.990,96
Burley Tipi Tütün	0,00	8.775,00	0,00	0,00	0,00
Homojenize Tütün	205.272,80	72.708,00	129.954,75	57.071,00	151.250,00
Ham Tütün Damarı	164.610,00	358.680,00	61.000,00	181.160,00	296.000,40
Şişirilmiş Damar	0,00	0,00	78.630,00	0,00	12.858,21
Şişirilmiş Tütün	0,00	0,00	0,00	0,00	1.165.649,44
Kırık	27.580,00	56.990,00	48.380,00	6.440,00	3.920,00
Diğer *	1.131.475,00	1.117.205,00	1.657.460,00	1.404.220,00	875.564,68
Yerli Tütün Toplamı	14.595.970,51	13.497.069,99	13.446.716,55	12.332.559,81	14.119.995,08
II-İTHAL TÜTÜN					
Virginia Tipi Tütün	38.091.451,68	35.600.764,87	38.063.820,40	31.774.337,29	32.779.544,50
Burley Tipi Tütün	26.567.771,34	24.744.884,81	26.162.731,80	22.424.380,48	22.404.756,70
Şark Tipi Tütün	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Homojenize Tütün	8.851.790,75	7.716.882,80	7.811.328,20	7.980.526,80	9.572.597,93
Ham Tütün Damarı	12.308.145,83	14.186.715,00	15.852.369,75	12.617.826,20	9.473.850,05
Şişirilmiş Damar	3.240.659,25	432.067,52	871.689,56	384.267,78	3.840.472,03
Şişirilmiş Tütün	16.426.350,67	15.885.025,70	15.372.741,30	15.359.243,66	15.427.077,94
Kırık	228.478,00	198.716,00	314.083,00	206.139,50	128.430,00
Diğer *	645.490,44	648.270,00	569.380,00	217.492,36	253.992,69
İthal Tütün Toplamı	106.360.137,96	99.413.326,70	105.018.144,01	90.964.214,07	93.880.721,84
GENEL TOPLAM	120.956.108,46	112.910.396,69	118.464.860,56	103.296.773,88	108.000.716,92

**** Fibeks - Dark Cured - Prilep - Talgar v.b.**

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Tütün ve Tütün Mamulleri Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/22/Tutun-Ve-Tutun-Mamulleri-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).

Kullanılan tütün tipleri yerli ürün ve ithal tütün olmak üzere iki grupta toplanmaktadır. Yerli tütün kullanım miktarı 2018 yılından itibaren 2022 yılına kadar sürekli düşmüştür. 2018 yılında 14.595.970,51 kilogram olan bu miktar 2021’de 12.332.559,81 kilograma düşmüştür. 2022’de ise 14.119.995,08 kilograma yükselmiştir. İthal tütün miktarı ise bu dönemde yıllar arasında istikrarsızlık göstermekle birlikte 2018 yılına (106.360.137,96) göre 2022 yılında (93.880.721,84) azalmıştır (Tablo 17).

Toplam tütün kullanımında ithal ürün daha yüksektir. 2018’de kullanılan toplam yerli tütün oranı %12,07, toplam ithal tütün oranı ise %87,93’tür. 2022 yılında bu oranlar incelendiğinde toplam yerli tütün kullanım oranı %13,07, toplam ithal tütün kullanım oranı ise %86,93’tür (Tablo 17).

3. OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR YARATAN ÜRÜNLER ÜZERİNDEKİ ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN EKONOMİ VE MALİ SİSTEM İÇİNDEKİ ETKİNLİĞİ

Alkollü ürünler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan ÖTV’nin, olumsuz dışsallıkları azaltmada etkinliğini ölçmek üzere bazı ekonomi ve mali parametreler içindeki payı üç ürün türü için açıklanacaktır.

3.1. EKONOMİ İÇİNDEKİ ETKİNLİK

Bu ürünlerden alınan ÖTV’nin ekonomi içindeki payı ve bu payın yıllar itibariyle gelişimi, bu vergi ile gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYH) arasındaki ilişkiyi gösteren çeşitli göstergelerle gösterilebilir. Bu göstergelerden biri bu ürünlerden alınan *ÖTV’nin GSYH içindeki payıdır.*

Tablo 18’de alkollü içkilerden alınan ÖTV’nin GSYH içindeki payını göstermektedir.

Tablo 18: Alkollü İçkilere İlişkin ÖTV’nin GSYH İçindeki Payı (%)

Yıllar	ÖTV’nin GSYH’deki Payı
2007	0,21
2008	0,21
2009	0,21
2010	0,29
2011	0,27
2012	0,29
2013	0,28
2014	0,29
2015	0,29
2016	0,30
2017	0,32
2018	0,33
2019	0,34
2020	0,33
2021	0,32

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

Tablo 18’de 2007 ve 2009 yılları arasında alkollü içkilerin GSYH içindeki payı %0,21’dir. 2010’da bu payın %0,29’a ulaştığı görülmektedir. 2010 ve 2015 yılları arasında alkollü içeceklerden elde edilen ÖTV’nin GSYH içindeki payı %0,29 ile %0,27 arasında değişmektedir. 2016’dan itibaren bu oran % 0,30’lar düzeyine yükselmiş olup 2021’de ise %0,32 olarak gerçekleşmiştir. Genel olarak bakıldığında alkollü içkilerin GSYH içindeki payının bazı yıllar istisna olmakla birlikte arttığı görülmektedir.

Türkiye’de alkollü içkiler üzerinden alınan ÖTV ile diğer OECD ülkelerdeki ÖTV uygulamaları Tablo 19’da yer almaktadır.

**Tablo 19: Alkollü İçeceklerin* Vergilendirilmesi (Hektolitresine Başına Vergi)
(1 Ocak 2022)**

Ülkeler	Doymamış etil alkol**		Diğer fermente içecekler***	
	Mutlak alkolün hektolitresine başına vergi		Mutlak alkolün hektolitresine başına vergi	
	Tüketim ÖTV (USD)	Küçük Üretici Oranları	Tüketim ÖTV (USD)	Küçük Üretici Oranları
Avustralya	6684,96	Hayır	-	-
Avusturya	1141,76	Evet	-	-
Belçika	3520,93	Hayır	-	-
Kanada	1018,88	Hayır	-	-
Şili	-	Hayır	-	-
Kolombiya	-	Hayır	-	-
Kosta Rika	-	Hayır	-	-
Çek Cumhuriyeti	1087,55	Hayır	-	-
Danimarka	2384,74	Evet	-	Hayır
Estonya	2212,94	Hayır	173.91	Hayır
Finlandiya	5923,53	Hayır	-	-
Fransa	2125,04	Hayır	-	-
Almanya	1532,94	Evet	-	-
Yunanistan	2882,32	Evet	23.53	Hayır
Macaristan	1099,77	Evet	-	-
İzlanda	12812,03	Hayır	-	-
İrlanda	5008,24	Hayır	-	-
İsrail	2694,74	Hayır	-	-
İtalya	1218,26	Hayır	0	-
Japonya	-	Evet	-	Evet
Kore	-	Hayır	-	-
Letonya	2028,24	Evet	130.59	-
Litvanya	2544,71	Hayır	212.91/91.76	-
Lüksemburg	1224,88	Hayır	-	-
Meksika	-	Hayır	-	-
Hollanda	1983,53	Hayır	-	-
Yeni Zelanda	-	Hayır	-	-
Norveç	9569,27	Hayır	-	Evet
Polonya	1788,34	Hayır	-	Evet
Portekiz	1631,68	Evet	12.28	Hayır
Slovakya	1270,59	Hayır	-	Evet
Slovenya	1552,94	Evet	-	-
İspanya	1128,16	Evet	-	-
İsveç	6017,39	Hayır	-	-
İsviçre	3186,81	Evet	-	-
Türkiye	5446,19	Hayır	-	-
Birleşik Krallık	3936,99	Hayır	-	-
ABD	905,00	Hayır	-	-

*Bira ve şarap dışındaki alkollü içecekler.

**WCO gümrük kodu 2207 ve 2208 kapsamında tanımlandığı şekliyle taşıyıcı edilmemiş etil alkol.

***WCO gümrük kodu 2206 kapsamında tanımlanan diğer fermente içecekler.

-Ulusal para biriminin ABD dolarına çevrilmesi: dönüştürme oranları, OECD Aylık Para İstatistiklerinde (stats.oecd.org) yayınlanan ortalama piyasa oranlarıdır (2021).

Kaynak: OECD, Consumption Tax Trends 2022: VAT/GST and Excise, Core Design Features and Trends, <https://www.oecd.org/tax/consumption-tax-trends-19990979.htm>, (26.04.2023).

OECD ülkeleri arasında alkollü içecekler üzerinden hektolitreye başına alınan en yüksek ÖTV 12.812,03 dolar ile İzlanda'da görülmektedir. İzlanda'yı 2. sırada 9.569,27 dolar ile Norveç, 3. sırada ise 6.684,96 dolar ile Avustralya izlemektedir. En düşük vergi tutarı ise 905,00 dolar ile Amerika Birleşik Devletleri'nde görülmektedir. 2. sırada ise 1.018,88 dolar ile Kanada bulunmaktadır. En yüksek ÖTV açısından Türkiye 38 ülke içinde 6. sırada yer almaktadır. Dolayısıyla Türkiye birçok OECD ülkelerinden daha yüksek ÖTV uygulayan ülkedir (Tablo 19).

Tablo 20'de 2007-2021 yılları arasında tütün mamüllerine ilişkin ÖTV'nin GSYH'deki payları gösterilmektedir.

Tablo 20: Tütün Mamüllerine İlişkin ÖTV, GSYH'deki Payı (%)

Yıllar	ÖTV'nin GSYH içindeki Payı
2007	1,09
2008	1,09
2009	1,15
2010	1,28
2011	1,13
2012	1,26
2013	1,17
2014	1,12
2015	1,15
2016	1,23
2017	1,19
2018	1,14
2019	1,17
2020	1,24
2021	0,94

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

2007'de tütün ürünlerindeki ÖTV'nin GSYH içindeki payı 2021 yılına kadar % 1'ler civarında olmuştur. Ancak 2021'de ise %0,94'e gerilemiştir. Bu oranın en yüksek olduğu yıl %1,28 oranı ile 2010 yılı olmuştur (Tablo 20).

OECD ülkelerinde tütün ürünlerinin vergilendirilmesine yönelik uygulanan oranlar Tablo 21'de gösterilmektedir.

Tablo 21: Tütün Ürünlerinin Vergilendirilmesi (1 Ocak 2022)

Ülkeler	Sigara		Puro/Yaprak Sigara		Sigara İçin Sarma Tütün	
	ÖTV (1000 birim)	Tüketim Değeri	ÖTV (1000 birim)	Tüketim Değeri	ÖTV (1000 gram)	Tüketim Değeri
	USD	% of RSP*	USD	% of RSP	USD	% of RSP
Avustralya	841,39	0,00	-	0,00	1201,98	0,00
Avusturya	80,00	34,50	0,00	13,00	0,00	56,00
Belçika	95,85	40,04	0,00	10,00	74,48	31,50
Kanada	116,36	0,00	-	Ülke notu	145,45	0,00
Şili	73,55	30,00	-	52,60	-	59,70
Kolombiya	37,40	10,00	37,40	10,00	59,67	10,00
Kosta Rika	38,76	22,00	-	-	-	-
Çek Cumhuriyeti	86,72	30,00	101,01	-	131,92	-
Danimarka	307,69	1,00	188,41	10,00	246,57	0,00
Estonya	107,41	30,00	177,65	10,00	119,88	0,00
Finlandiya	97,88	52,00	76,71	34,00	70,00	52,00
Fransa	74,82	55,00	57,29	36,30	98,24	49,10
Almanya	128,00	19,84	16,47	1,47	58,41	16,00
Yunanistan	97,06	26,00	0,00	35,00	200,00	0,00
Macaristan	85,77	23,00	14,51	14,00	77,85	0,00
İzlanda	213,42	0,00	-	0,00	237,42	Ülke notu
İrlanda	451,08	8,83	-	0,00	491,78	0,00
İsrail	126,35	Ülke notu	0,00	Ülke notu	180,51	0,00
İtalya	25,99	59,80	0,00	23,50	0,00	59,00
Japonya	138,90	0,00	138,90	0,00	138,90	0,00
Kore	127,38	64,76	-	0,00	91,20	0,00
Letonya	115,29	15,00	135,53	-	101,06	-
Litvanya	87,41	25,00	-	-	114,12	-
Lüksemburg	22,22	46,65	0,00	10,00	19,41	33,15
Meksika	27,05	41,01	-	Ülke notu	-	Ülke notu
Hollanda	263,32	5,00	0,00	9,00	189,31	0,00
Yeni Zelanda	-	0,00	-	0,00	-	0,00
Norveç	343,42	0,00	343,42	0,00	343,42	0,00
Polonya	59,09	32,05	112,18	-	40,36	32,05
Portekiz	118,82	14,00	0,00	25,00	95,29	15,00
Slovakya	86,76	23,00	90,24	-	105,106	0,00
Slovenya	92,88	22,77	0,00	6,30	46,62	37,00
İspanya	29,06	51,00	0,00	15,80	27,65	41,50
İsveç	186,70	1,00	164,53	0,00	228,35	0,00
İsviçre	130,02	25,00	6,15	1,00	41,76	25,00
Türkiye	80,79	63,00	97,65	45,00	94,58	55,00
Birleşik Krallık	360,14	16,50	449,21	0,00	414,16	0,00
ABD	132,00	Ülke notu	-	-	-	-

Ulusal para biriminin ABD dolarına çevrilmesi: dönüştürme oranları, OECD Aylık Para İstatistiklerinde (stats.oecd.org) yayımlanan ortalama piyasa oranlarıdır (2021).
Ülke notları için Bkz. OECD, Consumption Tax Trends 2022: VAT/GST and Excise, Core Design Features and Trends.
*Perakende Satış Fiyatı

Kaynak: OECD, Consumption Tax Trends 2022: VAT/GST and Excise, Core Design Features and Trends, <https://www.oecd.org/tax/consumption-tax-trends-19990979.htm>, (26.04.2023).

Tablo 21’de OECD ülkelerinde tütün ürünleri üzerinden alınan vergiler gösterilmektedir. Sigara üzerinden alınan ÖTV 1000 birim başına eşdeğer gelen dolar değeri ile gösterilmektedir. Bu oranın en yüksek olduğu ülkeler; 841,39 USD ile Avustralya, 451,08 dolar ile İrlanda ve 360,14 dolar ile Birleşik Krallık’ta görülmektedir. En düşük ÖTV tutarları ise 22,22 dolar ile Lüksemburg ile 25,99 dolar ile İtalya’da görülmektedir. Türkiye’de ise bu tutar 80,79 dolar olarak belirtilmektedir. Türkiye sigaradan alınan ÖTV’de 38 ülke içinde 27. sırada yer almaktadır. Puro ve yaprak sigaralarda ÖTV perakende satış fiyatının yüzdesi olarak incelenirse en yüksek değer %52,60 ile Şili’de görülmektedir. Şili’yi 2. sırada Türkiye takip etmektedir. Türkiye’de puro ve yaprak sigaralarda perakende satış fiyatının %45’i oranında vergi alınmaktadır. Puro ve yaprak sigarada 1000 birim başına alınan verginin en yüksek olduğu yer ise 449,21 dolar ile Birleşik Krallık’tır. Birleşik Krallık’tan sonra en yüksek vergi Norveç’te dikkat çekmektedir.

Sigara için sarma tütün incelendiğinde OECD ülkeleri arasında 1000 birim başına alınan en yüksek vergi 1201,98 dolar ile Avustralya’da görülmektedir. Türkiye’de sarma tütün üzerinden alınan vergi 94,58 dolar olarak ifade edilmektedir. Sarma tütün için Türkiye’de perakende satış fiyatının %55’i üzerinden vergi alınmaktadır. Türkiye, sigara için sarma tütünün perakende satış fiyatı üzerinden alınan ÖTV’de 38 ülke içinde 4. sırada yer almaktadır.

Tablo 22’de 2007-2021 yılları arasında üçüncü ürün grubu olan kolalı gazozlara ilişkin ÖTV’nin, GSYH içindeki payları gösterilmektedir.

Tablo 22: Kolalı Gazozlara İlişkin ÖTV, GSYH'deki Payı (%)

Yıllar	ÖTV'nin GSYH İçindeki Payı
2007	0,02
2008	0,02
2009	0,02
2010	0,02
2011	0,02
2012	0,02
2013	0,02
2014	0,02
2015	0,01
2016	0,01
2017	0,01
2018	0,02
2019	0,02
2020	0,03
2021	0,03

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

2007 ve 2014 yılları arasında kolalı gazozlardan elde edilen ÖTV'nin GSYH'deki payı %0,02'dir. 2015 yılında bu oran %0,01 şeklinde gerçekleşmiş olup 2017 yılına kadar bu pay aynı kalmıştır. 2018 yılına gelindiğinde tekrar %0,02 olan GSYH payı 2021'de %0,03 olarak hesaplanmıştır (Tablo 22).

Yukarıdaki tablolarda da görüldüğü üzere ürün grubu içinde GSYH içinde payı en az olan kolalı gazoz, en yüksek pay tütün ürünlerine aittir.

3.2. MALİ SİSTEM İÇİNDEKİ ETKİNLİK

Türkiye'de olumsuz dışsallık yaratan ürünler olarak alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan ÖTV'nin mali sistem içindeki yeri; vergi gelirleri ve vergi esnekliği parametrelerine dayalı olarak açıklanacaktır.

3.2.1. Alkollü Ürünler Açısından Etkinlik

Ülkemizde alkollü ürünlerden alınan vergileri, diğer tüketim ürünlerinin tersine daha öncede belirtildiği üzere KDV'ye ek olarak ÖTV alınmaktadır. Bu verginin yıllar itibariyle izlediği seyir Tablo 23'te gösterilmektedir.

Tablo 23: Alkollü İçkilere İlişkin ÖTV ve Toplam ÖTV İçindeki Payı (Bin TL, %)

Yıllar	ÖTV	Alkollü İçeceklerden Alınan ÖTV'nin Toplam ÖTV İçindeki Payı
2006	1.897.599	5,11
2007	1.889.376	4,80
2008	2.059.463	4,90
2009	2.146.665	4,91
2010	3.382.510	5,82
2011	3.859.568	6,00
2012	4.643.532	6,46
2013	5.196.417	6,05
2014	5.964.149	6,50
2015	6.806.175	6,38
2016	7.908.393	6,52
2017	10.013.132	7,18
2018	12.419.383	9,19
2019	14.766.631	9,96
2020	16.670.461	7,97
2021	22.901.106	11,06

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

Tablo 23'te 2006 yılında alkollü içkilere ilişkin ÖTV geliri 1.897.599 TL'dir. 1 yıl sonra bu gelir 8.223 TL azalarak 1.889.376 TL'ye gerilemiş olsa da sonraki yıllarda sürekli bir artış trendi göstermektedir. 2009 yılında %4,2 ile en düşük tahsilat artışı yaşanmıştır. Bunun sebebi olarak 2008 krizinin genel olarak vergi gelirlerindeki olumsuz etkisi gösterilebilir. 2010 yılında bir önceki yıla göre tahsilat artış oranı hesaplandığında en yüksek artış oranı olan %57,6 belirlenmiştir. 2011 yılında 3.859.568 TL'ye, 2016 yılında 7.908.393 TL'ye kadar yükselmiştir.

2006-2021 yılları arasında alkollü içeceklerden alınan ÖTV'nin toplam ÖTV içindeki payı incelendiğinde 2006'da %5,11 olan pay 2007'den itibaren 2012'ye kadar artış seyri izlemiştir. 2013-2016 arasında genellikle aynı seyirde kalmasına rağmen 2017 yılından itibaren 2020 yılı hariç artmıştır (Tablo 23). Bu yükselişin sebebi olarak alkollü içkilere alınan vergi oranlarında son yıllarda yapılan vergi artışları gösterilebilir.

Alkollü ürünlerin mali sistemde yerini ölçmede kullanılan bir diğer faktör vergi esnekliğidir. Vergi esnekliği, vergilerin ekonomik gelişmelere duyarlılığı ölçmede kullanılan araçlardan biridir. Bu esneklik katsayısının teorik olarak 1'e (birim'e) eşit olması beklenir. Tablo 24'te 2007 ve 2021 yılları arasında alkollü içkilere ilişkin ÖTV'nin GSYH'ye göre esneklikleri gösterilmektedir.

Tablo 24: Alkollü İçkilere İlişkin GSYH'ye Göre ÖTV Esnekliği

Yıllar	Vergi Esnekliği
2007	-0,04
2008	0,69
2009	11,74
2010	3,59
2011	0,69
2012	1,62
2013	0,78
2014	1,16
2015	0,98
2016	1,38
2017	1,38
2018	1,20
2019	1,27
2020	0,76
2021	0,87

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

2007-2021 yılları arasında vergi esnekliğinde 1'i yakalayamayan yıllar sırasıyla 2007, 2008, 2011, 2013, 2015, 2020 ve 2021'dir. Bu yıllarda vergi esnekliği 1'den küçük olduğu için vergi gelirlerindeki artışın GSYH'deki artıştan daha düşük seviyede gerçekleştiği söylenebilir. 2006 yılından 2007'ye geçişte alkollü içkilerden tahsil edilen ÖTV'de 8.223 TL'lik bir düşüş gerçekleştiğinden bu durum esnekliğe de yansımaktadır. 2007 yılında alkollü içkilerden toplanan ÖTV'nin GSYH'ye göre esnekliği eksi bir değer almış olup -0,04 olarak gerçekleşmiştir. Vergi esnekliği GSYH'deki değişimlere duyarlı olduğundan ekonomide yaşanan konjonktürel dalgalanmalar vergilerin esnekliğini de etkilemektedir. ÖTV'nin en esnek olduğu yıl 2009 yılı olup vergi esnekliği 11,74 olarak tespit edilmiştir (Tablo 24). Ancak vergi esnekliği açısından genel olarak değerlendirildiğinde bazı yıllarda katsayının 1'in altında olması tam etkinliğin sağlanamadığını göstermektedir.

3.2.2. Tütün Ürünleri Açısından Etkinlik

Türkiye’de tütün ürünleri üzerinden alınan ÖTV gelirlerinin toplam vergi gelirleri içindeki payı, bu verginin mali etkinliğini gösterecektir.

2006 – 2021 dönemi itibariyle tütün mamullerinden alınan ÖTV ve toplam vergi gelirleri içindeki payı Tablo 25’te gösterilmektedir.

Tablo 25: Tütün Mamüllerine İlişkin ÖTV ve Toplam ÖTV İçindeki Payı (BİN TL, %)

Yıllar	ÖTV	Tütün Mamullerinden Alınan ÖTV'nin Toplam ÖTV İçindeki Payı
2006	8.918.386	24,03
2007	9.690.423	24,62
2008	10.918.162	26,01
2009	11.546.412	26,41
2010	14.975.856	25,80
2011	15.850.558	24,66
2012	19.976.172	27,82
2013	21.326.877	24,86
2014	23.024.356	25,12
2015	26.968.729	25,28
2016	32.235.232	26,59
2017	37.446.221	26,86
2018	42.924.230	31,76
2019	50.360.554	33,98
2020	62.431.864	29,85
2021	67.692.702	32,70

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

Tütün ürünlerinden tahsil edilen ÖTV’de her yıl düzenli bir artış trendi görülmektedir. 2006 yılında 8.918.386 TL toplanan ÖTV, 2010’da 14.975.856 TL’ye ulaşmış olup en yüksek tahsilat artış oranı %29,7 ile bu yılda gerçekleşmiştir. Bu yıllar arasında en yüksek ikinci tahsilat artış oranı 2012 yılında %26 olarak belirlenmiştir. En düşük tahsilat artış oranları ise 2009 ve 2011 yıllarında %5,8’dir.

2006-2021 yılları arasında tütün mamullerinden alınan ÖTV’nin toplam ÖTV içindeki payına bakıldığında düzensiz bir seyir izlediği görülmektedir. 2006-2021 yılları arasında tütün ürünlerinden tahsil edilen ÖTV’nin toplam ÖTV içindeki payının en düşük olduğu yıl 2006 olup bu pay %24,03’tür. En yüksek oranda gerçekleştiği yıl ise

2019 olup %33,98'dir. Tütün ürünlerinden elde edilen ÖTV gelirinde sürekli bir artış görülmesine rağmen tütün ürünlerinden sağlanan ÖTV'nin toplam ÖTV içindeki payı sürekli bir artış seyri izlememektedir (Tablo 25).

Tütün ürünlerinden alınan ÖTV'nin vergi esnekliği açısından etkinliği değerlendirildiğinde, bazı yıllarda vergi esneklik katsayısının 1'in üzerinde olduğu ancak bazı yıllarda altında kaldığı görülmektedir (Tablo 26).

Tablo 26: Tütün Mamüllerine İlişkin GSYH'ye Göre ÖTV Esnekliği

Yıllar	Vergi Esnekliği
2007	0,75
2008	0,98
2009	15,96
2010	1,85
2011	0,29
2012	2,07
2013	0,44
2014	0,63
2015	1,19
2016	1,67
2017	0,84
2018	0,73
2019	1,16
2020	1,42
2021	0,20

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

Örneğin 2008 yılında vergi esnekliği 1'in altında 0,98 oranında hesaplanırken 2009 yılında bu oranda ciddi bir artış gerçekleşmiş ve esneklik 15,96'ya yükselmiştir. 2010'da bu oran 1,85'e kadar gerilemiş olsa da esneklik 1'in üzerinde gerçekleştiğinde bu yıllarda tütün ürünlerinden elde edilen ÖTV GSYH'ye göre esnekliğinin sağlandığı söylenebilir. Ancak tütün ürünlerinde de alkollü içkilerde olduğu gibi vergi esnekliği açısından istikrarın sağlanamadığı görülmektedir.

3.2.3. Gazlı ve Şekerli İçecekler Açısından Etkinlik

Türkiye’de gazlı ve şekerli içeceklerin vergilendirmesinin etkinliğini incelemek amacıyla; olumsuz dışsallık yaratan bir diğer ürün grubu içinde yer alan gazlı ve şekerli içeceklerden elde edilen vergi gelirleri ve GSYH’ye göre esneklikleri incelenmektedir.

Gazlı ve şekerli içecekler grubunda yer alan önemli bir paya sahip olan kolalı gazoz içeceklerinden alınan ÖTV gelirleri Tablo 27’de gösterilmektedir.

Tablo 27: Kolalı Gazozlara İlişkin ÖTV ve Toplam ÖTV İçindeki Payı (BİN TL, %)

Yıllar	ÖTV	Kolalı Gazozlardan Alınan ÖTV'nin Toplam ÖTV İçindeki Payı
2006	447.057	1,20
2007	184.582	0,46
2008	205.102	0,48
2009	212.361	0,48
2010	222.092	0,38
2011	292.487	0,45
2012	286.689	0,39
2013	299.493	0,34
2014	310.812	0,33
2015	344.887	0,32
2016	362.329	0,29
2017	402.731	0,28
2018	859.521	0,63
2019	1.023.959	0,69
2020	1.342.455	0,64
2021	1.974.648	0,95

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

Kolalı gazozlardan elde edilen ÖTV gelirlerinde 2007 ve 2012 yılları dışında sürekli bir artış trendi görülmektedir. 2018 yılından sonra artış hızı yükselmiştir. Kolalı gazozlardan alınan ÖTV'nin toplam ÖTV içindeki payına bakıldığında yalnızca 2006 yılında %1'in üzerinde gerçekleşmiş olup bu oran %1,20'dir. 2007'den 2021'e kadar bu payın sürekli %1'in altında gerçekleştiği dikkat çekmektedir. Kolalı gazozlardan alınan ÖTV'nin toplam ÖTV içindeki payının en düşük olduğu yıl 2017 yılı olup %0,28'dir.

Alkollü içkiler ve tütün ürünleriyle karşılaştırıldığında kolalı gazoz şeklindeki ürün üzerinden alınan ÖTV'nin hem miktarı hem de toplam ÖTV içindeki payı nispi olarak daha düşüktür.

Tablo 28’de 2007-2021 yılları arasında kolalı gazozlardan alınan ÖTV’nin esnekliği gösterilmektedir.

Tablo 28: Kolalı Gazozlara İlişkin GSYH’ye Göre ÖTV Esnekliği

Yıllar	Vergi Esnekliği
2007	-5,08
2008	0,86
2009	9,81
2010	0,29
2011	1,56
2012	-0,16
2013	0,29
2014	0,30
2015	0,76
2016	0,43
2017	0,58
2018	5,69
2019	1,29
2020	1,84
2021	1,10

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).

Kolalı gazoz içeceklerindeki ÖTV’de vergi esnekliği 2018 yılına kadar bazı istisna yılları (2009 ve 2011) haricinde gerçekleşmemiştir. Hatta bazı yıllarda (2007 ve 2012) esneklik eksi değerdedir. Bunun sebebi bu yıllarda bir önceki yıla göre tahsil edilen vergi gelirlerinde azalma olmasından kaynaklanmaktadır. 2019 yılından sonra vergi esnekliğinin sağlandığı görülmektedir. 2018 yılında 5,69’a yükselen esneklik değeri 2021’de ise 1,10’a gerilemiş olmasına rağmen esnekliğin 1’in üzerinde olması nedeniyle olumlu olduğu söylenebilir (Tablo 28).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ

Uygulama kısmını içeren bu bölümde Türkiye’de alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan ÖTV’nin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisi anket çalışmasına dayalı olarak değerlendirilecektir. Kullanılan metodoloji, analiz yöntemleri hakkında bilgi verildikten sonra analiz ve sonuçları açıklanacaktır.

1. METODOLOJİ

Bu bölümde metodolojik olarak; araştırmanın amacı, kapsamı, yapılan anket çalışmasının kapsamı açıklanmaktadır.

1.1.ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE ÖRNEKLEMİ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerindeki ÖTV’nin etkilerini, davranışsal iktisat doktrinleri çerçevesinde, olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisinin ölçümü ve ampirik analizler yardımıyla incelemektir. Bireylerin tavır ve davranışlarını ölçmeye yönelik hazırlanan anket soruları ilk olarak faktör analizi vasıtasıyla açıklanacak, ardından yapısal eşitlik modeli yardımıyla ölçülecektir.

Araştırmada bireylerin sigara, alkollü içecekler ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV’nin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisinin analizine ilişkin bir anket uygulanmıştır.

Bireylerin vergiye karşı davranış ve tutumlarını ölçmede kullanılan yöntem ankettir. Çünkü bu malların tüketimini vergilerin nasıl etkilediğini incelemek bireylerin davranışlarına bağlıdır. Bu alandaki literatür incelendiğinde bireylerin vergiye karşı davranışlarını anlamak ve açıklayabilmek için en önemli yöntemin anket olduğu görülmektedir. Bireylerin vergiye karşı davranışlarını ölçebilmede anket uygulaması ve bunun analizine dayalı ampirik çalışma örnekleri hem diğer ülkeler (Biener vd.

(1998)⁵⁵⁹; Tsai vd. (2003)⁵⁶⁰; Nordblom, (2011)⁵⁶¹; An vd. (2015)⁵⁶²; O'Connor, (2018)⁵⁶³ hem de Türkiye'de (Gergerlioğlu (2014)⁵⁶⁴; Çetin, Özkan, (2018)⁵⁶⁵; Işık, (2019)⁵⁶⁶) yapılmış olan benzer çalışmalarda görülmektedir. Bu nedenle yapılacak bu çalışmada davranışsal iktisat teorisi çerçevesinde oluşturulan anket uygulaması onun analizine dayalı ampirik çalışma olacaktır. Türkiye'de olumsuz dışsallık yayan ve üzerinden ÖTV alınan ürün grupları kapsamında alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler incelenmektedir. Türkiye için yapılmış olan çalışmalarda genel olarak ÖTV ve kapsamı üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu çalışmada ilk defa dışsallık ile ÖTV ilişkisi kurularak, olumsuz dışsallık yayan ürünler (alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler) üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklara etkisini ölçmek ve incelemek amaçlanmaktadır. Elde edilecek sonuçların istatistiksel değerlendirmesinin yapılmasıyla ülkemizde uygulanan ÖTV'nin olumsuz dışsallıkları önleme kapasitesi görülebilecek böylece literatüre ve uygulamaya katkı sağlanacaktır.

Araştırmanın evreni Türkiye'de yaşayan 18 yaş ve üzeri kişiler şeklinde belirlenmiştir. Örneklem büyüklüğü %5 hata payı ve %95 güven aralığında 2062 kişi olarak hesaplanmıştır. Araştırmanın ve analizin daha sağlıklı sonuçlar vermesi bakımından katılımcı sayısının fazla olması amaçlanmıştır ve 2062 kişiye anket yapılmıştır. Örneklemdeki kişiler araştırma evreni içinden tesadüfi olarak seçilmiş ve basit tesadüfi (rastgele) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yönteminde anakitledeki her elemanın örneklem içinde seçilme şansı eşittir ve hiçbir elemana farklı bir ağırlık verilmemektedir.⁵⁶⁷

Araştırmadaki örneklem Türkiye'de "İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) Düzey 1 Bölgeleri" dikkate alınarak seçilmiştir. İBBS Düzey 1 Bölgeleri'nde 12

⁵⁵⁹ Biener, vd., a.g.m., pp. 1389-1391.

⁵⁶⁰ Tsai, vd., a.g.m., pp. 1-8.

⁵⁶¹ Nordblom, a.g.m., pp. 3355-3364.

⁵⁶² An, vd., a.g.m., pp. 947-957.

⁵⁶³ O'Connor, a.g.t., 1-99.

⁵⁶⁴ Ufuk Gergerlioğlu, *Davranışları Etkilemeye Yönelik Özel Tüketim Vergilerinin Tutum Ve Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Ampirik Analizi (İstanbul İli Örneği)*, (Doktora Tezi), İstanbul: T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014.

⁵⁶⁵ Murat Çetin, Ersan Özkan, "Türkiye'de Vergi-Tüketim İlişkisi: Alkol ve Tütün Ürünlerine Yönelik Bir Saha Araştırması", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.21, S.40, (Aralık, 2018), ss. 271-287.

⁵⁶⁶ Işık, a.g.t.

⁵⁶⁷ Zeki Arslantürk, E.Hamit Arslantürk, *Uygulamalı Sosyal Araştırma, Kavramlar-Metotlar-Teknikler-Bilgisayar Uygulamaları*, Gözden Geçirilmiş 4.b., İstanbul: Çamlıca Yayınları No:36, 2016, s. 110.

adet bölge vardır. Araştırmada 12 bölgenin her birinden bir il seçilmiş ve seçilen illerde anket yapılmıştır (Tablo 29).

Tablo 29: Örnekleme Yönelik Bilgiler

İBBS Düzey 1 Bölgeleri	İller	Örneklem Sayısı
TR1-İstanbul	İstanbul	866
TR2-Batı Marmara	Tekirdağ	61
TR3-Ege	İzmir	242
TR4-Doğu Marmara	Bursa	172
TR5-Batı Anadolu	Ankara	314
TR6-Akdeniz	Antalya	143
TR7-Orta Anadolu	Kırıkkale	15
TR8-Batı Karadeniz	Samsun	75
TR9-Doğu Karadeniz	Trabzon	45
TRA-Kuzeydoğu Anadolu	Erzurum	41
TRB-Ortadoğu Anadolu	Malatya	44
TRC-Güneydoğu Anadolu	Gaziantep	44

1.2. VERİLER VE BETİMSSEL DEĞERLENDİRMESİ

Araştırma modelinde yer alan hipotezleri test etmek amacı ile toplam 67 sorudan oluşan bir anket hazırlanmıştır.

Bu çalışmada yapısal eşitlik modelinin test edilmesini kolaylaştıran likert ölçeği kullanılmıştır. Bireylerin olumsuz dışsallıklar yaratan mallar üzerinden alınan ÖTV hakkındaki tavır ve davranışlarını değerlendirmeye yönelik maddeler ve sorular; Fagerstrom nikotin bağımlılık testi (sigara kullanımı değerlendirme ölçeği), alkol kullanım bozuklukları tanıma testi, Gergerlioğlu (2014)⁵⁶⁸, Torun ve Ekinci (2014)⁵⁶⁹, Sandalcı (2018)⁵⁷⁰ ile Ayas'ın (2016)⁵⁷¹ çalışmalarından faydalanılarak ve bu çalışmalardan uyarlanarak hazırlanmıştır. Fagerstrom nikotin bağımlılık testinin Türkçe versiyonunun güvenilirliği ve faktör analizi Uysal ve diğerleri (2004)⁵⁷² tarafından yapılmış ve güvenilir bulunmuştur. Alkol kullanım bozuklukları tanıma testinin

⁵⁶⁸ Gergerlioğlu, a.g.t.

⁵⁶⁹ Tolga Torun, Filiz Ekinci, "Sigara ve Benzer Nitelikli Alışkanlık Yaratan Ürünlerin Tüketiminin Azaltılmasına Yönelik Sosyal Pazarlama Uygulamalarında Vergilerin Etkinliği", *Sakarya İktisat Dergisi*, C.3, S.2, (2014), ss.19-39.

⁵⁷⁰ Ulvi Sandalcı, *Türkiye'de Obezite Vergisinin Kabul Edilebilirliğine İlişkin Bir Alan Araştırması*, (Doktora Tezi), Kütahya: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

⁵⁷¹ Ayas, a.g.t.

⁵⁷² M. Atilla Uysal, vd., "Fagerstrom Test for Nicotine Dependence: Reliability in a Turkish Sample and Factor Analysis", *Tüberküloz ve Toraks Dergisi*, C.52, S.2, (2004), ss.115-121.

geçerliliği ve güvenilirliği ise Saatçioğlu, Evren ve akmak (2002)⁵⁷³ tarafından yapılmış ve güvenilir biçimde kullanılabileceği belirtilmiştir. Ana araştırma aşamasına geçilmeden önce 200 kişiye yönelik pilot bir çalışma yapılmış ve sorulara son şekli verilmiştir.

Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların demografik bilgilerini öğrenmeye yönelik 6 adet soru yer almaktadır. İkinci bölümünde sigara, alkol, gazlı ve şekerli içecek tüketime yönelik 12 adet soru bulunmaktadır. nc bölümünde sigara üzerinden alınan ÖTV'ye yönelik bireylerin tavır ve tutumlarını ölçmeye yönelik 14 adet ifade, dördüncü bölümünde alkollü içecekler üzerinden alınan ÖTV'ye yönelik bireylerin tavır ve tutumlarını ölçmeye yönelik 14 adet ifade, beşinci bölümünde gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV'ye yönelik bireylerin tavır ve tutumlarını ölçmeye yönelik 11 adet ifade bulunmaktadır. Son bölümünde ise olumsuz dışallıklara yönelik 10 adet ifade bulunmaktadır. Aynı zamanda anket soruları içinde verilerin daha sağlıklı değerlendirilmesini sağlayacak sorular da bulunmaktadır.

Saha araştırmasından elde edilen verilerin değerlendirilmesine yönelik öncelikle ankete katılan bireylerin demografik özelliklerine yer verilmiştir. Ardından ankette tüketime yönelik sorulara verilen cevaplara ait istatistikler incelenmiştir.

1.2.1. Ankete Ait Demografik Bilgiler

Türkiye'de 18 yaş üstü kişilere uygulanan ankette bireylerin yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, gelir düzeyi ve çalışma durumlarını gösteren bilgiler ve bunların betimsel istatistik sonuçları Tablo 30'da gösterilmektedir.

⁵⁷³ mer Saatçioğlu, Cüneyt Evren, Duran akmak, "Alkol Kullanım Bozuklukları Tanıma Testinin Geçerliliği ve Güvenirliği", *Türkiye'de Psikiyatri*, C.4, Sayı.2-3, (2002), ss. 107-113.

Tablo 30: Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

Kategori	Alt Kategori	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	1039	50,4
	Erkek	1023	49,6
Yaş	18-29	388	18,8
	30-39	426	20,7
	40-49	429	20,8
	50-59	409	19,8
	60 ve üzeri	410	19,9
Eğitim Durumu	İlkokul	416	20,2
	Ortaokul	322	15,6
	Lise	284	13,8
	Önlisans	318	15,4
	Fakülte	291	14,1
	Yüksek Lisans	302	14,6
	Doktora	129	6,3
Medeni Durum	Evli	1066	51,7
	Bekar	996	48,3
Gelir Düzeyi	2.500 TL altı	43	2,1
	2.501-5.000 TL arası	633	30,7
	5.001-7.500 TL arası	702	34
	7.501-10.000 TL arası	307	14,9
	10.001-12.500 TL arası	209	10,1
	12.501-15.000 TL arası	111	5,4
	15.001-17.500 TL arası	57	2,8
Çalışma Durumu	Çalışmıyorum	43	2,1
	Bir işverene bağlı çalışıyorum.	1023	49,6
	Kendi işimde çalışıyorum.	731	35,5
	Kamu sektöründe çalışıyorum.	265	12,9
	Toplam	2062	100

Tablo 30’da ankete katılan bireylerin demografik özelliklerine yer verilmiştir. Bu bilgilere göre, %50,4’ü kadın, %49,6’sı erkektir. Yaş grupları incelendiğinde dengeli bir dağılım görülmektedir. Elde edilen verilere göre, ankete katılanların %20,7’si 30-39 yaş aralığında, %20,8’i 40-49 yaş aralığında, %19,8’i ise 50-59 yaş grubu arasındadır.

Katılımcıların eğitim seviyelerine bakıldığında en yüksek pay %20,2 ile ilkokul mezunlarına, en düşük pay ise %6,3 ile doktora mezunlarına aittir. Katılımcılar arasında %14,1 oranında fakülte, %14,6 oranında yüksek lisans mezunu bulunmaktadır. Ankete katılanların %51,7’si evli, %48,3’ü ise bekadır.

Araştırmaya katılanların çalışma durumlarına bakıldığında en yüksek pay (%49,6) bir işverene bağlı çalışanlara aittir. İkinci sırada ise (%35,5) kendi işinde çalışanlar bulunmaktadır. En düşük pay (%2,1) hiç çalışmayanlara aittir.

1.2.2. Ankette Tüketime Yönelik Sorulara Verilen Cevaplara Ait İstatistikler

Ankette bireylerin *sigara, alkollü içecek ile gazlı ve şekerli içecek tüketimlerine* yönelik sorulara verdikleri cevapların değerlendirilmesi aşağıda yer almaktadır. Üç ürün için tüketimi ölçmek üzere anket soruları; tüketim sıklıkları, yapılan aylık ödemeler, kullanımın kaynağı ve kullanmama gerekçelerine yönelik sorularını içermektedir.

-Sigara Tüketimine Yönelik Anket Sonuçları

Tablo 31 verilerine göre en yüksek pay (%47,2) şu an sigara kullanan kişilere aittir. İkinci sırada (%35,4) ile önceden sigara kullanmış ancak şu an kullanmayan kişiler bulunmaktadır. En düşük pay (%17,4) ise sigara kullanmayanlara aittir.

Tablo 31: Hayatınız Boyunca Sigara Kullanımınızı Aşağıdakilerden Hangisi En İyi İfade Eder?

	Frekans	Yüzde
Şu an sigarayı kullanıyorum.	974	47,2
Sigara kullanıyordum bıraktım.	730	35,4
Sigara kullanmıyorum.	358	17,4
Toplam	2062	100

Tablo 32’te ankete katılanların cinsiyete göre sigara kullanım durumları gösterilmektedir. Ankete katılan toplam 1039 kadının %48,6’sı sigara kullanmakta, %34,2’si daha önceden sigara kullanıp şu an bırakmış durumda, %17,2’si ise sigara kullanmamaktadır. Görüldüğü gibi kadınların neredeyse yarısı sigara kullanmaktadır. En düşük oran ise sigara kullanmayanlara aittir. Erkeklerde sigara kullanma durumu incelendiğinde kadınların sigara tüketimine benzer bir durumla karşılaşılmaktadır. 1023 erkek içinden en yüksek oran (%45,8) sigara kullanan erkeklere aittir. En düşük orana (%17,5) ise sigara kullanmayan erkeklerde rastlanmaktadır.

Tablo 32: Cinsiyete Göre Sigara Tüketim Durumu

Sigara tüketim durumu		Cinsiyet		
		Kadın	Erkek	Toplam
Şu an sigara kullananlar	Sayı	505	469	974
	Cinsiyetin yüzdesi	48,6	45,8	47,2
	Toplamın yüzdesi	24,5	22,7	47,2
Sigara kullanıp bırakanlar	Sayı	355	375	730
	Cinsiyetin yüzdesi	34,2	36,7	35,4
	Toplamın yüzdesi	17,2	18,2	35,4
Sigara kullanmayanlar	Sayı	179	179	358
	Cinsiyetin yüzdesi	17,2	17,5	17,4
	Toplamın yüzdesi	8,7	8,7	17,4
Toplam	Sayı	1039	1023	2062
	Cinsiyetin yüzdesi	100	100	100
	Toplamın yüzdesi	50,4	49,6	100

Tablo 33'te ankete katılanlar arasında yaşa göre sigara tüketim durumları gösterilmektedir. Şu an sigara kullananlar içinde en yüksek orana sahip olan yaş grubu 60 ve üzerindeki bireylere aittir. 410 kişi içinden 212'si (%51,7) sigara kullanmakta, 135'i (%32,9) daha önceden sigara kullanıp bırakmış, 63'ü (%15,4) ise sigara kullanmamaktadır. Halen sigara kullananlar içinde en düşük orana sahip olan yaş grubu 50-59 yaş aralığındaki bireylerden oluşmaktadır. 50-59 yaş aralığında bulunan toplam 409 kişi arasından 185'i (%45,2) sigara kullanmakta, 151'i (%36,9) sigara kullanıp bırakmış, 73'ü (%17,8) ise sigara kullanmamaktadır. Tüm yaş gruplarında benzer bir tablo ortaya çıkmaktadır. Diğer bir deyişle her yaş grubunda en yüksek pay şu an sigara kullananlara ait olup, en düşük pay ise sigara kullanmayanlara aittir.

Tablo 33: Yaşa Göre Sigara Tüketim Durumu

Sigara tüketim durumu		Yaş					
		18-29	30-39	40-49	50-59	60 ve üzeri	Toplam
Şu an sigara kullananlar	Sayı	186	189	202	185	212	974
	Yaşın yüzdesi	47,9	44,4	47,1	45,2	51,7	47,2
	Toplamın yüzdesi	9	9,2	9,8	9	10,3	47,2
Sigara kullanıp bırakanlar	Sayı	140	155	149	151	135	730
	Yaşın yüzdesi	36,1	36,4	34,7	36,9	32,9	35,4
	Toplamın yüzdesi	6,8	7,5	7,2	7,3	6,5	35,4
Sigara kullanmayanlar	Sayı	62	82	78	73	63	358
	Yaşın yüzdesi	16	19,2	18,2	17,8	15,4	17,4
	Toplamın yüzdesi	3	4	3,8	3,5	3,1	17,4
Toplam	Sayı	388	426	429	409	410	2062
	Yaşın yüzdesi	100	100	100	100	100	100
	Toplamın yüzdesi	18,8	20,7	20,8	19,8	19,9	100

Tablo 34’te aktif sigara tüketenlere yönelik günlük ortalama sigara kullanımına ait bilgiler gösterilmektedir. 974 kişiden 436’sı günlük ortalama 31 ve üstünde, 215’i 10 veya altında sigara içtiğini belirtmiştir. Katılımcıların 194’ü 11 ile 20 arası, 129’u ise 21 ile 30 arası sigara tükettiğini ifade etmiştir.

Tablo 34: Her Gün Ortalama Kaç Adet Sigara İçiyorsunuz?

	Frekans	Yüzde
Kullanmıyorum	1088	52,8
10 veya daha az	215	10,4
11 ile 20 arası	194	9,4
21 ile 30 arası	129	6,3
31 ve üstü	436	21,1
Toplam (kullanan)	974	47,2

Tablo 35’te sigara kullanan 974 kişinin sigaraya yapılan aylık ödemeleri gösterilmektedir. Sigara içenlerin büyük bir çoğunluğu (%27,4) aylık 601 TL ve üzeri

ödeme yaptıklarını belirtmiştir. Katılımcıların %5,5'i 151-300 TL arası, %5,2'si ise sigara için 301-450 TL arası aylık ödeme yapmaktadır.

Tablo 35: Bir Ayda Sigara İçin Ne Kadar Ödeme Yapıyorsunuz?

	Frekans	Yüzde
0-150 TL	102	4,9
151-300 TL	113	5,5
301-450 TL	107	5,2
451-600 TL	87	4,2
601 TL ve üzeri	565	27,4
Toplam	974	47,2

Tablo 36'da sigara kullanmayan 1088 kişinin sigarayı neden tüketmediğine yönelik cevapların dağılımları gösterilmektedir. Sigara kullanmama nedenleri arasında sigara üzerinden alınan vergilerin yüksekliği en yüksek paya (%27,9) sahiptir. İkinci sırada %10,2 ile sağlık problemleri bulunmaktadır. Katılımcıların %7,6'sı kişisel tercih sebebiyle, %7,1'i çevre baskısı nedeniyle sigara içmediğini ifade etmiştir.

Tablo 36: Sigara Kullanmıyorsanız Sebebi Nedir?

	Frekans	Yüzde
Sağlık sorunları	210	10,2
Kişisel tercihim	156	7,6
Çevre baskısı	146	7,1
Sigara üzerinden alınan vergilerin yüksekliği	576	27,9
Toplam	1088	52,8

Sigara içen katılımcılara sigarayı tüketme nedenleri de sorulmuştur. Elde edilen verilere göre, sosyal çevresinde sigara içenlerden etkilenenlere ait pay (%26,5) en yüksektir. İkinci sırada (%26,2) ailesinde sigara içenlerden etkilenenler bulunmaktadır (Tablo 37).

Tablo 37: Sigara Kullanımınızın Kaynağı Nedir?

	Frekans	Yüzde
Ailemde sigara içenlerden etkilendim.	540	26,2
Sosyal çevremde sigara içenlerden etkilendim.	547	26,5
Kişisel tercihimdir.	309	15
Görsel ve yazılı medyadan etkilendim.	308	14,9
Toplam	1704	82,6

Tablo 38’de sigara kullanım kaynağının cinsiyete göre dağılımı gösterilmektedir. Kadınlar arasında en yüksek oran %31,7 sosyal ortamlarda sigara içenlerden oluşmaktadır. Bu oranı %31,3 ile ailede sigara içenlerden etkilenenler takip etmektedir. En düşük pay %17,6 ile görsel ve yazılı medyadan etkilenen kadınlardan oluşmaktadır. Erkekler içinde de en yüksek oran %32,5 ile sosyal çevresinden etkilenenlerden oluşmaktadır. En düşük oran ise kadınlardan farklı olarak %16,8 ile kişisel tercihi ile sigara kullanmaya başlayanlardan meydana gelmektedir.

Tablo 38: Sigara Kullanımının Kaynağının Cinsiyete Göre Dağılımı

Sigara Kullanım Kaynağı		Cinsiyet		
		Kadın	Erkek	Toplam
Ailede sigara içenlerden etkilendim.	Sayı	269	271	540
	Cinsiyetin yüzdesi	31,3	32,1	31,7
	Toplamın yüzdesi	15,8	15,9	31,7
Sosyal çevremde sigara içenlerden etkilendim	Sayı	273	274	547
	Cinsiyetin yüzdesi	31,7	32,5	32,1
	Toplamın yüzdesi	16	16,1	32,1
Kişisel tercihimdir.	Sayı	167	142	309
	Cinsiyetin yüzdesi	19,4	16,8	18,1
	Toplamın yüzdesi	9,8	8,3	18,1
Görsel ve yazılı medyadan etkilendim.	Sayı	151	157	308
	Cinsiyetin yüzdesi	17,6	18,6	18,1
	Toplamın yüzdesi	8,9	9,2	18,1
Toplam	Sayı	860	844	1704
	Cinsiyetin yüzdesi	100	100	100
	Toplamın yüzdesi	50,5	49,5	100

-Alkollü İçeceklerin Tüketimine Yönelik Anket Sonuçları

Tablo 39’da yer alan verilere göre 2062 kişiden 272’si hiç alkol kullanmamaktadır. En fazla tüketimi temsil eden, haftada 5 kez veya daha fazla alkol tüketenlerin oranı %12,6’dır. En az tüketimi yansıtan grup olarak ayda 1 veya daha az kullananların oranı %19,7’dir.

Tablo 39: Alkollü İçecekleri Ne Sıklıkta Kullanırsınız?

	Frekans	Yüzde
Hiçbir zaman	272	13,2
Ayda 1 veya daha az	407	19,7
Haftada 1 veya daha az	431	20,9
Haftada 2-4 kez	693	33,6
Haftada 5 kez veya daha fazla	259	12,6
Toplam	2062	100

Tablo 40’ta cinsiyete göre alkol tüketim durumları gösterilmektedir. Kadınlarda hiçbir zaman alkol almayanların oranı erkeklere görece daha fazladır. Alkol kullanım derecesini cinsiyete göre belirleyen sonuçlara bakıldığında; kadınlarda en fazla alkol tüketenlerin (haftada 5 kez veya daha fazla alkol kullananlar) oranı (% 12,7), en az tüketenlerin (ayda 1 veya daha az alkol kullananlar) oranından (%18,7) daha azdır. Erkeklerde alkol tüketimi incelendiğinde kadınlara benzer bir şekildedir. Erkeklerde alkol tüketiminin en yüksek olduğu grup %33,5 ile haftada 2-4 kez alkol kullananlara aittir.

Tablo 40: Cinsiyete Göre Alkol Tüketim Durumu

Alkollü İçecekleri Kullanma Sıklığı		Cinsiyet		
		Kadın	Erkek	Toplam
Hiçbir zaman	Sayı	148	124	272
	Cinsiyetin yüzdesi	14,2	12,1	13,2
	Toplamın yüzdesi	7,2	6	13,2
Ayda 1 veya daha az	Sayı	194	213	407
	Cinsiyetin yüzdesi	18,7	20,8	19,7
	Toplamın yüzdesi	9,4	10,3	19,7
Haftada 1 veya daha az	Sayı	215	216	431
	Cinsiyetin yüzdesi	20,7	21,1	20,9
	Toplamın yüzdesi	10,4	10,5	20,9
Haftada 2-4 kez	Sayı	350	343	693
	Cinsiyetin yüzdesi	33,7	33,5	33,6
	Toplamın yüzdesi	17	16,6	33,6
Haftada 5 kez veya daha fazla	Sayı	132	127	259
	Cinsiyetin yüzdesi	12,7	12,4	12,6
	Toplamın yüzdesi	6,4	6,2	12,6
Toplam	Sayı	1039	1023	2062
	Cinsiyetin yüzdesi	100	100	100
	Toplamın yüzdesi	50,4	49,6	100

Tablo 41’de yaşa göre alkol tüketimi gösterilmektedir. 18-29 yaş aralığında en yüksek oran (%35,1) haftada 2-4 kez içenlerden oluşmaktadır. En düşük pay (%12,1)

ise haftada 5 kez veya daha fazla alkol tüketenlere aittir. 40-49 yaş aralığında hiçbir zaman alkol tüketmeyenlerin oranı %10,5; ayda 1 veya daha az kullananların oranı %21,2; haftada 5 kez veya daha fazla kullananların payı ise %14,7'dir. 60 ve üzeri yaş gurubunda ise haftada 2-4 kez alkol kullananların oranı %33,4; ayda 1 veya daha az kullananların oranı ise %20,5'tir.

Tablo 41: Yaşa Göre Alkol Tüketim Durumu

Alkollü İçecekleri Kullanma Sıklığı		Yaş					Toplam
		18-29	30-39	40-49	50-59	60 ve üzeri	
Hiçbir zaman	Sayı	57	46	45	64	60	272
	Yaşın yüzdesi	14,7	10,8	10,5	15,6	14,6	13,2
	Toplamın yüzdesi	2,8	2,2	2,2	3,1	2,9	13,2
Ayda 1 veya daha az	Sayı	79	85	91	68	84	407
	Yaşın yüzdesi	20,4	20	21,2	16,6	20,5	19,7
	Toplamın yüzdesi	3,8	4,1	4,4	3,3	4,1	19,7
Haftada 1 veya daha az	Sayı	69	105	85	93	79	431
	Yaşın yüzdesi	17,8	24,6	19,8	22,7	19,3	20,9
	Toplamın yüzdesi	3,3	5,1	4,1	4,5	3,8	20,9
Haftada 2-4 kez	Sayı	136	141	145	134	137	693
	Yaşın yüzdesi	35,1	33,1	33,8	32,8	33,4	33,6
	Toplamın yüzdesi	6,6	6,8	7	6,5	6,6	33,6
Haftada 5 kez veya daha fazla	Sayı	47	49	63	50	50	259
	Yaşın yüzdesi	12,1	11,5	14,7	12,2	12,2	12,6
	Toplamın yüzdesi	2,3	2,4	3,1	2,4	2,4	12,6
Toplam	Sayı	388	426	429	409	410	2062
	Yaşın yüzdesi	100	100	100	100	100	100
	Toplamın yüzdesi	18,8	20,7	20,8	19,8	19,9	100

Tablo 42’de ankete katılanlar içinde alkol tüketenlere yönelik aylık alkol ödemeleri gösterilmektedir. En yüksek pay (%39,8) 801 TL ve üzeri ödeme yapan kişilere aittir. Bunun sebebi olarak alkol fiyatlarının her geçen gün artması gösterilebilir. İkinci sırada (%15) 0-200 TL arası ödeme yapanlar bulunmaktadır.

Tablo 42: Alkollü İçeceklere Aylık Ne Kadar Ödüyorsunuz?

	Frekans	Yüzde
0-200 TL	310	15
201-400 TL	240	11,6
401-600 TL	288	14
601-800 TL	132	6,4
801 TL ve üzeri	820	39,8
Toplam	1790	86,8

Tablo 43 verilerine göre bireylerin alkol tüketmeme başlıca nedeni vergilerin yüksekliğidir. Diğer nedenlerin oranları genellikle aynıdır. Bu sonuçta ülkemizde alkollü içkiler üzerinden alınan vergilerin yüksekliğinin payı bulunmaktadır.

Tablo 43: Alkollü İçecek Kullanmıyorsanız Sebebi Nedir?

	Frekans	Yüzde
Dini nedenler	33	1,6
Ahlâki nedenler	34	1,6
Sağlık sorunları	32	1,6
Kişisel tercihim	28	1,4
Alkollü içkiler üzerinden alınan vergilerin yüksekliği nedeniyle	145	7
Toplam	272	13,2

Tablo 44’te araştırmaya katılan ve alkollü içki tüketen 1790 kişinin alkole başlama sebeplerine ait cevapların dağılımları gösterilmektedir. 1790 kişi içinde 531 kişi en yüksek pay ile ailesinden etkilendiğini beyan etmiştir. İkinci sırada sosyal çevre etkili olmaktadır.

Tablo 44: Alkollü İçecek Kullanımınızın Kaynağı Nedir?

	Frekans	Yüzde
Ailemde alkollü içecek tüketenlerden etkilendim.	531	25,8
Sosyal çevremde alkollü içecek tüketenlerden etkilendim.	498	24,2
Kişisel tercihimdir.	384	18,6
Görsel ve yazılı medyadan etkilendim.	377	18,3
Toplam	1790	86,8

Tablo 45’te cinsiyete göre alkol tüketiminin kaynağı gösterilmektedir. Kadınlarda alkol tüketimi kaynaklarına bakıldığında en yüksek pay %30 ile ailesinde alkol tüketenlerden etkilenmektedir. İkinci sırada (%25,4) sosyal çevresinde tüketimden etkilenenler bulunmaktadır. Bu sonuç genel durumun yer aldığı Tablo 44 sonuçları ile aynıdır. Erkeklerde tüketim kaynaklarına bakıldığında durum kadınlardan farklıdır. Erkeklerde tüketim kaynaklarında en yüksek pay %30,3’lük bir oranla sosyal çevrede tüketimden etkilenenlerden oluşmaktadır. İkinci sırada ise ailede tüketimden etkilenenler (%29,4) bulunmaktadır. En düşük oran ise %18,7’lik pay ile görsel ve yazılı medyadan etkilenen erkeklere aittir.

Tablo 45: Alkollü İçecek Tüketimi Kaynağının Cinsiyete Göre Dağılımı

Alkol Kullanım Kaynağı		Cinsiyet		
		Kadın	Erkek	Toplam
Ailemde alkol tüketiminden etkilendim	Sayı	267	264	531
	Cinsiyetin yüzdesi	30	29,4	29,7
	Toplamın yüzdesi	14,9	14,7	29,7
Sosyal çevremde alkol tüketenlerden etkilendim	Sayı	226	272	498
	Cinsiyetin yüzdesi	25,4	30,3	27,8
	Toplamın yüzdesi	12,6	15,2	27,8
Kişisel tercihimdir	Sayı	189	195	384
	Cinsiyetin yüzdesi	21,2	21,7	21,5
	Toplamın yüzdesi	10,6	10,9	21,5
Görsel ve yazılı medyadan etkilendim	Sayı	209	168	377
	Cinsiyetin yüzdesi	23,5	18,7	21,1
	Toplamın yüzdesi	11,7	9,4	21,1
Toplam	Sayı	891	899	1790
	Cinsiyetin yüzdesi	100	100	100
	Toplamın yüzdesi	49,8	50,2	100

-Gazlı ve Şekerli İçeceklerin Tüketimine Yönelik Anket Sonuçları

Tablo 46’da 2062 kişinin haftada gazlı ve şekerli içecek tüketim sıklıkları gösterilmektedir. Bu ürünlerin nispi olarak daha az tüketimini ifade eden haftada 1-2 bardak gazlı ve şekerli içecek tüketenlerin (505) sayısı en yüksektir. Bunu 459 kişiyle 4 litreden fazla tüketenler izlemektedir.

Tablo 46: Haftada Gazlı ve Şekerli İçecek Tüketim Sıklığınız Nedir?

	Frekans	Yüzde
1-2 bardak	505	24,5
3-4 bardak	363	17,6
1-2 litre arası	360	17,5
2-4 litre arası	375	18,2
4 litreden fazla	459	22,3
Toplam	2062	100

Bireylerin gazlı ve şekerli içeceklere yaptıkları aylık ödemelerin düzeyini ölçmek üzere verilen cevapların dağılımının verildiği Tablo 47 verilerine göre; 0-100 TL arası ödeme yapan kişiler (%40) en fazla paya sahiptir. İkinci sırada 201-300 TL ödeme yapan kişiler (%29,1) bulunmaktadır. En düşük pay ise (%12,6) 101-200 TL arası ödeme yapanlardan oluşmaktadır.

Tablo 47: Gazlı ve Şekerli İçeceklere Aylık Yaklaşık Ne Kadar Ödüyorsunuz?

	Frekans	Yüzde
0-100 TL	824	40
101-200 TL	259	12,6
201-300 TL	600	29,1
301-400 TL	379	18,4
Toplam	2062	100

Tablo 48’de ankete katılanların sigara, alkol ile gazlı ve şekerli içecek tüketimlerinin birlikte değerlendirilmesine yönelik soruya verilen cevapların dağılımları gösterilmektedir. Her üç ürünü de tükettiğini beyan edenler %47,2 oranı ile en yüksek paya sahiptirler. İkinci sırada %39,6 oranı ile alkollü içecek ile gazlı ve şekerli içecek kullanan ama sigara tüketmeyenler yer almaktadır.

Tablo 48: Hem Alkollü İçecek Hem Sigara Hem de Gazlı ve Şekerli İçecek Tüketiyor Musunuz?

	Frekans	Yüzde
Evet, her üçünü de tüketiyorum.	974	47,2
Alkollü içecek ile gazlı ve şekerli içecek tüketiyorum ama sigara tüketmiyorum.	816	39,6
Gazlı ve şekerli içecek tüketiyorum ama sigara ve alkollü içecek tüketmiyorum.	272	13,2
Toplam	2062	100

2. FAKTÖR ANALİZİ

Bu bölümde ilk olarak faktör analizine ilişkin genel bilgiler verilecek, sonrasında veri setinin faktör analizine uygunluğu ve faktörlerin güvenilirlik analizi değerlendirilecektir. Ardından faktör analizi yapılarak sonuçlar yorumlanacaktır.

2.1. FAKTÖR ANALİZİNE YÖNELİK GENEL BİLGİLER

Faktör analizi birbiriyle bağlantılı değişkenleri biraraya getirerek daha az sayıda ve kavramsal açıdan anlamlı yeni boyutlar bulmayı amaçlamaktadır. Faktör analizi iki yönetime ayrılmaktadır. Bunlarda ilki açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi, ikincisi ise doğrulayıcı faktör analizidir. Açıklayıcı faktör analizi değişkenler arası bağlantılardan faydalanarak faktör bulma, yeni bir teori ortaya çıkarma yöneliktir. Doğrulayıcı faktör analizinde ise değişkenler arasında daha önce bulunan bir hipotez test edilmektedir. Faktör analizi, *“aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya toplayarak ölçmeyi az sayıda faktör ile açıklamayı amaçlayan istatistiksel bir tekniktir. Faktör analizi, bir faktörleşme ya da ortak faktör adı verilen yeni kavramları (değişkenleri) ortaya çıkarma ya da maddelerin faktör yük değerlerini kullanarak kavramların işlevsel tanımlarını elde etme süreci”* şeklinde tanımlanmaktadır.⁵⁷⁴

Faktör analizinde aralarında yüksek düzeyde korelasyon olan değişkenler bir araya gelerek faktör adı verilen genel değişkenleri ortaya çıkarmaktadır. Faktör analizinde iki temel amaç bulunmaktadır. Bunlardan ilki, değişken sayısının azaltılması, ikincisi ise değişkenlerin sınıflandırılması suretiyle bu değişkenler arasındaki ilişkilerin yapısını ortaya koymaktır.⁵⁷⁵

Faktör analizinde optimal faktör sayısının elde edilmesine yönelik farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlar;⁵⁷⁶

⁵⁷⁴ Şener Büyüköztürk, *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*, 2.b., Ankara: Pegem Yayın, 2002, s. 117.

⁵⁷⁵ Abdullah Eroğlu, “Faktör Analizi”, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, ed. Şeref Kalaycı, 4.b., Ankara: Asil Yayın, 2009, s. 321.

⁵⁷⁶ Nuran Bayram, *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*, 6.b., Bursa: Ezgi Kitabevi, 2017, ss. 200-201.

-Analize dâhil değişkenlerle ilgili toplam varyansın 2/3'ünün açıklanması gerekmektedir. Sosyal bilimlerde özellikle davranış bilimlerinde açıklanan varyansın 0,30 ve üzeri olması yeterli kabul edilmektedir.

-Faktör analizinde özdeğeri 1'den büyük olan faktörlerin alınması gerekmektedir.

-Her bir faktör için ortak faktör varyanslarına bakılması gerekmektedir. Bu değerler 0,50 üzeri ise elde edilen faktör sayısı yeterlidir şeklinde yorumlanmaktadır.

Faktör analizinde zaman zaman belirli maddelerin çıkarılması söz konusu olabilmektedir. Bu durumda üç temel ölçüt kullanılmaktadır. Bunlar;⁵⁷⁷

-Bir faktör altında yer alan maddelerin faktör yük değerlerinin yüksek olması ilgili maddelerin birleştirilmesi bir faktörü ölçebildiği anlamı taşımaktadır. Faktör yük değerlerinin 0,45 ve üzeri olması beklenmektedir. Uygulamalarda bu değer 0,30'a kadar inebilmektedir. Ancak 0,30'un altında faktör yükü olan maddelerin çıkarılması gerekmektedir.

-Faktör analizinde maddelerin tek bir faktörde yüksek bir yük değerine, diğer faktörlerde ise düşük yük değerine sahip olması beklenmektedir. İki faktör yükü arasındaki farkın en az .10 olması gerekmektedir. Bir madde birden çok faktör altında yüksek yük değerine sahipse bu madde binişik bir madde olarak kabul edilmekte olup ölçekten çıkartılmalıdır.

-Faktörlerin herhangi bir maddede beraber açıkladıkları ortak faktör varyansının yüksek olması beklenmektedir. Ortak faktör varyansının 1.00'e yakın veya 0,66 üzerinde olması gerekmektedir.

Bu çalışmada önce açıklayıcı faktör analizi, sonrasında ise yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz yapılmıştır.

⁵⁷⁷ Büyüköztürk, a.g.e., ss. 118-119.

2.2. VERİ SETİNİN FAKTÖR ANALİZİ İÇİN UYGUNLUĞUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yapılan anket sonucunda elde edilen veri setinin faktör analizine uygunluğunu ölçmek için Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testlerinden faydalanılmaktadır. Barlett küresellik testi değişkenler arasında yeterli derecede ilişki olup olmadığını göstermektedir. Barlett testinin p değeri 0,05 anlamlılık değerinden düşük ise değişkenler arasında ilişki bulunmaktadır şeklinde yorumlanmakta ve faktör analizine uygunluk sağlanmaktadır. Barlett testine benzer şekilde KMO testi de değişkenler arasındaki korelasyonların faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmektedir. KMO değeri 0 ile 1 arasında değerler almakta olup KMO örnekleme yeterliliğinin en alt sınırı 0,50 kabul edilmektedir. KMO değerleri 1'e yaklaştıkça değişkenler arası ilişkilerin mükemmel bir biçimde tahmin edilebileceği bilinmektedir.⁵⁷⁸ (Tablo 49).

Tablo 49: KMO Değerleri ve Yorumları

KMO Değeri	Yorum
0,80 ve yukarısı	Mükemmel
0,70 ve 0,80 arası	İyi
0,60 ve 0,70 arası	Orta
0,50 ve 0,60 arası	Kötü
0,50'den aşağı	Kabul Edilemez

Kaynak: Durmuş, Yurtkoru, Çinko, a.g.e., ss. 80.

Araştırmadaki veri setinin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmış ve anketin KMO değeri 0,991 olarak bulunmuştur. Ayrıca verilere uygulanan Bartlett'in küresellik testi [$\chi^2 = 104809.538$, $df = 630$ ($p = 0.000$)] anlamlı çıkmıştır. Elde edilen bu sonuçlar, verilerin faktör analizi yapılması açısından çok iyi olduğunu, faktör analizinin yapılabileceğini ve değişkenler arasında anlamlı bir korelasyonun var olduğunu göstermektedir (Tablo 50).

⁵⁷⁸ Beril Durmuş Serra Yurtkoru, Murat Çinko, *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, 7.b., İstanbul: Beta Yayınları, 2018, ss. 79-80.

Tablo 50: KMO Değeri ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.991	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	104809.538
	Df	630
	Sig.	.000

2.3. FAKTÖRLERİN GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Anket sorularının güvenilirliğini ölçmek amacıyla en yaygın kullanılan güvenilirlik değeri Cronbach Alpha'dır. Bu analizde de güvenilirliği ölçmek için Cronbach Alpha alınacaktır. Güvenirlik analizi, ankette yer alan maddelerin iç tutarlılığını ölçmek amacıyla yapılmaktadır.⁵⁷⁹

Tablo 51'de Cronbach Alpha değerleri yer almaktadır.

Tablo 51: Cronbach's Alpha Değerleri

Cronbach's Alpha Katsayısı Aralıkları	Değerlendirme
$0,80 < \alpha < 1,00$	Ölçek yüksek derecede güvenilirdir
$0,60 < \alpha < 0,80$	Ölçek oldukça güvenilirdir
$0,40 < \alpha < 0,60$	Ölçek düşük güvenirlindedir
$0,00 < \alpha < 0,40$	Ölçek güvenilir değildir

Kaynak: Arslantürk, Arslantürk, a.g.e., s. 170.

Ankette sigara ve alkollü içeceklerden alınan ÖTV'ye yönelik her iki bölümdeki 14 no'lu maddeler ankete sonradan ilave edilmiş olup katılımcıların sağlıklı ve doğru cevaplar verip vermediğini test etmek amacıyla oluşturulmuş ve sonradan ölçeğe ilave edilmiş soru niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla bu iki madde analize dahil edilmemiştir. 49 maddelik ölçekten bu iki madde çıkarıldıktan sonra geriye 47 madde kalmıştır. 47 maddelik veri setinin Cronbach α değeri 0,767 olarak bulunmuştur. Güvenilirlik analizi sonucunda sigara ve alkollü içeceklerden alınan ÖTV'ye yönelik her iki bölümdeki 1 ve 6 no'lu maddelerin iç tutarlılığı düşürdüğü tespit edilmiş ve ölçekten çıkarılmıştır. Ayrıca yine sigara ve alkollü içecekler üzerinden alınan ÖTV'ye ilişkin her iki bölümdeki 5 no'lu maddelerin negatif (-) işaretli çıktığından dolayı tutarlılığı düşürdüğü gerekçesiyle ters kodlama yapılarak tekrar analiz yapılmıştır. Böylelikle 43 maddelik

⁵⁷⁹ Arslantürk, Arslantürk, a.g.e., s. 169.

veri setinin Cronbach α değeri 0,922 olarak tespit edilmiştir (Tablo 52). Söz konusu veri değerinin 0,80'in üzerinde hesaplanmış olması uygulanan anketin yüksek derecede güvenilir ve tutarlı olduğunu ve anlamlı sonuçların elde edileceğini göstermektedir.

Tablo 52: Faktörlerin Güvenirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,922	43

Ölçekte sigara ve alkollü içeceklerden alınan ÖTV'ye yönelik tavır ve tutumların değerlendirilmesine ilişkin her iki bölümdeki 12 no'lu maddeler yapılan faktör analizi sonucu farklı bir faktörde toplandığından ve iki maddenin faktör oluşturmada sayıca yetersiz kaldığından dolayı bu iki madde de ölçekten çıkarılmıştır. Ayrıca faktör analizi sonucunda faktör yükü düşük bulunan sigara üzerinden alınan ÖTV'ye yönelik bölümden 3 no'lu madde, alkollü içecekler üzerinden alınan ÖTV'ye ilişkin bölümden 4 no'lu madde, gazlı ve şekerli içeceklerden alınan ÖTV'ye yönelik bölümden 4 ve 8 no'lu maddeler ile olumsuz dışsallıklar bölümünden 10 no'lu madde ölçekten çıkarılmıştır. Böylelikle ölçeğin 36 madde ve 4 faktörden oluştuğu tespit edilmiştir.

2.4. FAKTÖR ANALİZ SONUÇLARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

SPSS 28.0 programı ile yapılan faktör analizi sonucunda olumsuz dışsallıkları etkileyen değişkenlerin faktör analizi görünümü Tablo 53'te gösterilmektedir.

Tablo 53: Olumsuz Dışsallıkları Etkileyen Değişkenlerin Faktör Analizi Görünümü

		Faktörler			
		1	2	3	4
Alkollü İçeceklerden Alınan Vergiler	A13: Alkollü bir içecek içtikten sonra kendimi suçlu veya pişman hissediyorum.	,797			
	A7: Alkollü içeceklere yüksek oranda zam yapılması alkol kullanımını azaltır.	,795			
	A2: Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı artarsa alkol kullanmayı tamamen bırakırım.	,794			
	A11: Alkollü içeceklerdeki vergi oranlarının artması daha ucuz alkollü içecek tercih etmeme yol açar.	,793			
	A9: Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı düşer ve satış fiyatı düşerse alkol kullanım oranı artar.	,792			
	A8: Alkollü içeceklerdeki özel tüketim vergisi	,791			

	oranının artması kaçak alkol kullanmama sebep olur.				
	A10: Alkollü içeceklerin kullanımında kanuni yasakların (cezaların) arttırılması alkol tüketiminin azaltılmasını sağlar.	,786			
	A5_T*: Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi adaletlidir.	,724			
	A3: Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranını yüksek bulduğum için alkol kullanmıyorum.	,712			
Gazlı ve Şekerli İçeceklerden Alınan Vergiler	G1: Gazlı ve şekerli içeceklerden özel tüketim vergisi alınması doğrudur.		,786		
	G3: Şeker içeriği yüksek içeceklerden daha fazla vergi alınması obezite oranlarını azaltmak için devletin uyguladığı etkili bir yöntemdir.		,747		
	G10: Sağlıksız içeceklere ek vergi uygulanarak alınacak olan obezite vergisi adil bir vergidir.		,739		
	G7: Devlet gazlı ve şekerli içecekler üzerinden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alırsa tüketimi bırakırım.		,735		
	G2: Yüksek kalorili içeceklerden ek vergi alınması toplum sağlığını olumlu etkiler.		,732		
	G11: Türkiye’de gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı ideal bir orandır.		,730		
	G6: Gazlı ve şekerli içeceklerin kullanımının azaltılması için bu ürünlerden yüksek oranlı özel tüketim vergisi alınması tüketim alışkanlıklarını değiştirmeyecektir.		,728		
	G9: Obezite vergisinin aşırı kalorili içeceklerin kullanımını azaltmadaki etkisi sınırlı olur.		,727		
	G5: Gazlı ve şekerli içecek gibi ürünlerden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alınması insanları sağlıklı ürünler kullanmaya yönlendirebilir.		,721		
	Olumsuz Dışsallıklar	OD1: Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisinin artırılması ruh halimi olumsuz etkiler.			-789
OD8: Sağlığa zararlı ürünlerin tüketimi hastalıklara (kanser, diyabet, hipertansiyon) yakalanma riskini arttırır.				-742	
OD4: İçki kullanımının etkisi ve tesiri altında olan insanlar aile üyelerine zarar verebilir.				-740	
OD9: Sağlığa zararlı ürünlerin kullanımı devletin sağlık harcamalarının artmasına yol açar.				-736	
OD3: Alkollü içeceklere yüksek oranlı vergiler uygulanması şiddet ve intihar olaylarını azaltacaktır.				-733	
OD6: Şekerli içeceklerden fazladan vergi alınması düşük gelirlili insanları olumsuz etkiler.				-727	
OD7: Obezite vergisi gelir dağılımını bozucu etki ortaya çıkartır.				-726	
OD5: Obezite vergisi alındığı ürünlerdeki yiyecek-içecek üreticilerini olumsuz etkiler.				-715	
OD2: Alkollü içeceklerden alınan özel tüketim vergisinin artırılması, iş motivasyonumu azaltabilir.				-714	
Sigaradan Alınan Vergiler	S8: Sigaradaki özel tüketim vergisi oranının artması kaçak sigara kullanmama sebep olur.				,666
	S9: Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı düşer ve satış fiyatı düşerse sigara kullanım oranı artar.				,660
	S13: Sigara içmenin yasak olduğu yerlerde sigara				

	içmemekte zorlanıyorum. (Örneğin okul, hastane, sinema, otobüs, kapalı alan vb.)				
	S10: Sigara kullanımında kanuni yasakların (cezaların) arttırılması sigara tüketiminin azaltılmasını sağlar.				,649
	S11: Sigaradaki vergi oranlarının artması daha ucuz sigarayı tercih etmeme yol açar.				,647
	S2: Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı artarsa sigara kullanmayı tamamen bırakırım.				,647
	S7: Sigaraya yüksek oranda zam yapılması sigara kullanımını azaltır.				,646
	S5_T*: Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi adaletlidir.				,559
	S4: Sigara tüketiminin azaltılmasına yönelik devletin uyguladığı en etkin yöntem sigara üzerindeki özel tüketim vergisi oranının arttırılmasıdır.				,553

Tablo 53'te faktör analizi sonucunda araştırma ölçeğinin 36 maddeden ve 4 boyuttan oluştuğu ortaya çıkmıştır. *Alkole* ilişkin maddelerin birinci faktörde, *gazlı ve şekerli içeceklere* ilişkin maddelerin ikinci faktörde, *olumsuz dışsallıklara* ilişkin maddelerin üçüncü faktörde ve *sigaraya* ilişkin maddelerin dördüncü faktörde toplandığı görülmektedir. Alkole ilişkin faktörde 9 madde bulunmakta olup faktör yükleri 0,797 ile 0,712 arasında değişmektedir. Gazlı ve şekerli içeceklere yönelik faktörde 9 madde yer almakta ve faktör yükleri 0,786 ile 0,721 arasındadır. Olumsuz dışsallıklara ilişkin faktör altında 9 madde sıralanmakta ve faktör yükleri -0,789 ile -0,714 arasında bulunmaktadır. Son olarak sigaraya yönelik faktör altında da 9 madde yer almakta ve faktör yükleri 0,666 ile 0,553 arasında değişmektedir.

Olumsuz dışsallıkları etkileyen değişkenlerin faktör analizi sonuçları Tablo 54'te gösterilmektedir.

Tablo 54: Olumsuz Dışsallıkları Etkileyen Değişkenlerin Faktör Analizi Sonuçları

Factor Total Variance (%)	Load	Communal
Alkollü İçecekler Üzerinden Alınan Vergiler (%23,558)		
A13: Alkollü bir içecek içtikten sonra kendimi suçlu veya pişman hissediyorum.	0,797	0,885
A7: Alkollü içeceklere yüksek oranda zam yapılması alkol kullanımını azaltır.	0,795	0,879
A2: Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı artarsa alkol kullanmayı tamamen bırakırım.	0,794	0,892
A11: Alkollü içeceklerdeki vergi oranlarının artması daha ucuz alkollü içecek tercih etmeme yol açar.	0,793	0,880
A9: Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı düşer ve satış fiyatı düşerse alkol kullanım oranı artar.	0,792	0,880
A8: Alkollü içeceklerdeki özel tüketim vergisi oranının artması kaçak alkol kullanmama sebep olur.	0,791	0,882

A10: Alkollü içeceklerin kullanımında kanuni yasakların (cezaların) arttırılması alkol tüketiminin azaltılmasını sağlar.	0,786	0,879
A5_T: Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi adaletlidir.	0,724	0,814
A3: Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranını yüksek bulduğum için alkol kullanmıyorum.	0,712	0,806
Gazlı ve Şekerli İçecek Üzerinden Alınan Vergiler (%22,161)		
G1: Gazlı ve şekerli içeceklerden özel tüketim vergisi alınması doğrudur.	0,786	0,957
G3: Şeker içeriği yüksek içeceklerden daha fazla vergi alınması obezite oranlarını azaltmak için devletin uyguladığı etkili bir yöntemdir.	0,747	0,783
G10: Sağlıksız içeceklere ek vergi uygulanarak alınacak olan obezite vergisi adil bir vergidir.	0,739	0,780
G7: Devlet gazlı ve şekerli içecekler üzerinden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alırsa tüketimi bırakırım.	0,735	0,780
G2: Yüksek kalorili içeceklerden ek vergi alınması toplum sağlığını olumlu etkiler.	0,732	0,780
G11: Türkiye’de gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı ideal bir orandır.	0,730	0,786
G6: Gazlı ve şekerli içeceklerin kullanımının azaltılması için bu ürünlerden yüksek oranlı özel tüketim vergisi alınması tüketim alışkanlıklarını değiştirmeyecektir.	0,728	0,774
G9: Obezite vergisinin aşırı kalorili içeceklerin kullanımını azaltmadaki etkisi sınırlı olur.	0,727	0,781
G5: Gazlı ve şekerli içecek gibi ürünlerden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alınması insanları sağlıklı ürünler kullanmaya yönlendirebilir.	0,721	0,765
Olumsuz Dışsallıklar (%22,027)		
OD1: Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisinin artırılması ruh halimi olumsuz etkiler.	-0,789	0,952
OD8: Sağlığa zararlı ürünlerin tüketimi hastalıklara (kanser, diyabet, hipertansiyon) yakalanma riskini artırır.	-0,742	0,775
OD4: İçki kullanımının etkisi ve tesiri altında olan insanlar aile üyelerine zarar verebilir.	-0,740	0,769
OD9: Sağlığa zararlı ürünlerin kullanımı devletin sağlık harcamalarının artmasına yol açar.	-0,736	0,763
OD3: Alkollü içeceklere yüksek oranlı vergiler uygulanması şiddet ve intihar olaylarını azaltacaktır.	-0,733	0,761
OD6: Şekerli içeceklerden fazladan vergi alınması düşük gelirli insanları olumsuz etkiler.	-0,727	0,747
OD7: Obezite vergisi gelir dağılımını bozucu etki ortaya çıkartır.	-0,726	0,756
OD5: Obezite vergisi alındığı ürünlerdeki yiyecek-içecek üreticilerini olumsuz etkiler.	-0,715	0,758
OD2: Alkollü içeceklerden alınan özel tüketim vergisinin artırılması, iş motivasyonumu azaltabilir.	-0,714	0,745
Sigara Üzerinden Alınan Vergiler (%15,062)		
S8: Sigaradaki özel tüketim vergisi oranının artması kaçak sigara kullanmama sebep olur.	0,666	0,874
S9: Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı düşer ve satış fiyatı düşerse sigara kullanım oranı artar.	0,660	0,875
S13: Sigara içmenin yasak olduğu yerlerde sigara içmemekte zorlanıyorum. (Örneğin okul, hastane, sinema, otobüs, kapalı alan vb.)	0,659	0,873
S10: Sigara kullanımında kanuni yasakların (cezaların) arttırılması sigara tüketiminin azaltılmasını sağlar.	0,649	0,873
S11: Sigaradaki vergi oranlarının artması daha ucuz sigarayı tercih etmeme yol açar.	0,647	0,873
S2: Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı artarsa sigara	0,647	0,897

kullanmayı tamamen bırakırım.		
S7: Sigaraya yüksek oranda zam yapılması sigara kullanımını azaltır.	0,646	0,872
S5_T: Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi adaletlidir.	0,559	0,832
S4: Sigara tüketiminin azaltılmasına yönelik devletin uyguladığı en etkin yöntem sigara üzerindeki özel tüketim vergisi oranının artırılmasıdır.	0,553	0,833
KMO: 0.991 Total variance explained: 82,808%		
Bartlett's test of Sphericity: Chi-Square: 104809.538 df: 630 Sig 0,000		
Load = Factorloading, communal = Communalıty		

Araştırma kapsamında çalışma ölçeğine ilişkin yapılan açıklayıcı faktör analizinde varimax rotasyon yöntemi kullanılmış olup özdeğeri 1'den büyük olan 4 faktör dikkate alınmakta ve toplam varyansa yönelik açıklanmaktadır. Bu doğrultuda ilk faktör toplam varyansın %23,558'ini, ikinci faktör %22,161'ini, üçüncü faktör %22,027'sini ve dördüncü faktör %15,062'sini açıklamaktadır. Toplam varyansı açıklama oranı en yüksek olan ilk faktör alkollü içecekler üzerinden alınan vergiler (%23,558), ikinci faktör ise gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler (%22,161) olmuştur. Elde edilen bu 4 faktörün açıkladıkları kümülatif varyans miktarı ise toplam varyansın %82,80'idir. Literatürde açıklanan toplam varyans değerinin %40-%60 arasında olması yeterli kabul edilmektedir. Bu çalışmada açıklanan birikimli varyansın %82,80 olması faktörlerin veri setindeki varyansı yüksek derecede açıkladığını göstermektedir. Dört faktöre ait faktör yükleri de 0,50 üzerinde çıkmıştır. Faktörleri açıklayan her bir sorunun faktör yükünün 0,553 ve 0,797 arasında değiştiği görülmektedir. Ölçeğin en düşük "Communalıty" değeri 0,745 ve en yüksek değeri ise 0,957 olarak bulunmuştur (Tablo 54).

3. YAPISAL EŞİTLİK MODELİ İLE ANALİZ

Bu başlık altında alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içeceklerden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisi yapısal eşitlik modeli ile analiz edilecektir. Yapısal eşitlik modeline ilişkin genel bilgiler, çalışmada önerilen araştırma modeli ve hipotezler ile modelin analizi sonucunda elde edilen sonuçlar değerlendirilmektedir.

3.1. YAPISAL EŞİTLİK MODELİ VE ANALİZİNE YÖNELİK GENEL BİLGİLER

Yapısal eşitlik modelleri (YEM), “*faktör analizi, kanonik korelasyon ve çoklu regresyon gibi farklı istatistiksel yöntemlerin bir birleşimi*” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma açıklamak gerekirse, “*YEM, gözlenen ve gizil değişkenler içermesi ve gizil değişkenlerin gözlenen değişkenler ile açıklanması yönüyle faktör analizini, birçok bağımlı ve bağımsız değişken içermesi yönüyle kanonik korelasyonu ve değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri tanımlaması yönüyle regresyon analizini içermektedir.*”⁵⁸⁰

YEM, gözlenen (observed) ve gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin test edilmesinde kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. YEM doğrusal yapı eşitlik setindeki bilinmeyen parametrelerin tahmin ve test edilmesinde kullanılmaktadır. Eşitliklerdeki değişkenler; genellikle doğrudan gözlenen değişkenler ile ilişkili gizil değişkenlerdir. YEM gizil değişkenler seti arasında bir nedensellik yapısının bulunduğunu ve gizil değişkenlerin gözlenen değişkenler aracılığıyla ölçülebildiğini varsaymaktadır. Gizil değişkenler YEM’in en önemli kavramlarından biri olup doğrudan ölçülemeyen tavır, tutum, davranış veya zeka gibi soyut ya da psikolojik yapılar olarak ifade edilebilir. Gizil değişkenin tanımlanabilmesi ve ölçülebilmesi için gözlenen değişkenler ile ilişkilendirilmesi gerekmektedir. İşte YEM’in ana amacı da bir veya daha çok gözlenen değişkenler ile gözlenmeyen gizil yapı setleri arasında eş-zamanlı olarak birbiriyle olan bağımlılık ilişkisi örüntüsünü açıklamak ve ölçümlemektir.⁵⁸¹

YEM ilk olarak sosyal bilimlerde kullanılmakla beraber zaman içinde eğitim, tıp ve biyoloji gibi farklı disiplinlerde faydalı bir yöntem olarak öne çıkmaya başlamıştır. YEM’in son zamanlarda bilimsel araştırmalarda sıklıkla kullanılmasının en önemli sebebi, bir modeldeki gözlenen değişkenlere yönelik ölçüm hatalarını dikkate alan bir metod olmasıdır. Aynı zamanda araştırmalarda çok değişkenli kompleks modellerin oluşturulmasını, tahmin ve test edilmesini kolaylaştırmakta ve verilen modeldeki

⁵⁸⁰ Mustafa İlhan, Bayram Çetin, “LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması”, *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, Cilt 5, Sayı 2, (Kış, 2014), s. 28.

⁵⁸¹ Veysel Yılmaz, “Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modelleri: Tüketici Şikayetlerine Uygulanması”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.4, S.1, (2004), ss. 79-80.

değişkenlerin doğrudan ve dolaylı etkilerinin ölçümünü sağlamaktadır. Doğrudan ve dolaylı etkilerin birleşimi ise açıklayıcı değişkenin bağımlı değişken üzerindeki toplam etkisini açıklamaktadır. Geleneksel regresyon analizi ile karşılaştırıldığında YEM'in daha gerçekçi sonuçlar verdiği söylenebilir. Bunun nedeni olarak geleneksel regresyon analizinde açıklayıcı değişkenlerdeki olası ölçüm hatalarının göz ardı edilmesinden kaynaklanmaktadır.⁵⁸²

YEM'in çeşitli tipleri bulunmaktadır. Sosyal bilimlerde en sık kullanılan modellemelerden biri de "yol (path) analizi"dir. Yol analizi ile gözlenebilen (ölçülebilen) değişkenler arasındaki bağlantılar analiz edilmektedir. Yol analizine gizil değişkenler de eklenebilir. Kurulan modelde hem gözlenen hem gizil değişkenler birlikte kullanılabilir.⁵⁸³ Bu çalışmada da YEM ile yol analizi yapılmıştır.

Model uyumunun değerlendirilmesinde kullanılan farklı uyum indeksleri bulunmaktadır. Bu uyum indekslerini sınıflandırmak için farklı yollar kullanılmaktadır. Bunların en önemlileri 3 kategoride toplanmaktadır. Bunlar şu şekilde açıklanabilir:⁵⁸⁴

-Kalıntılara Dayanan Uyum İndeksleri:

Kalıntılara dayanan uyum indeksleri arasında *Standardize Edilmiş Kalıntıların Ortalama Kare Kökü (Standardized Root Mean Square Residual) (SRMR)*, *Uyum İyiliği İndeksi (Goodness of Fit Index) (GFI)* ve *Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (Adjusted Goodness of Fit Index) (AGFI)* bulunmaktadır.

-Standardize Edilmiş Kalıntıların Ortalama Kare Kökü: Gözlenen kovaryans ve tahmin edilen kovaryans arasındaki standardize edilmiş farkı ifade etmektedir. Bu değer sıfıra yakın olması mükemmel uyumu, 0,05'in altında olması ise iyi uyumu göstermektedir.

-Uyum İyiliği İndeksi: GFI model tarafından açıklanan varyans ile kovaryansın miktarının bir indeksidir.

-Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi: AGFI serbestlik derecesine göre hesaplanmakta olup, bu değer 1'e yakın olduğunda iyi uyumu göstermektedir.

⁵⁸² Nuran Bayram, *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Amos Uygulamaları*, Genişletilmiş 3.B., Bursa: Ezgi Kitabevi, 2016, s. 1.

⁵⁸³ Bayram, (2016), ss. 41-42.

⁵⁸⁴ a.g.e., ss. 71-76.

-Bağımsız Modele Dayanan Uyum İndeksleri:

Bu indeksler içinde yer alan en önemli indeksler; *Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index) (CFI)*, *Normlandırılmış Uyum İndeksi (Normed Fit Index) (NFI)* ve *Tucker & Lewis İndeksi (TLI)*'dir.

-*Karşılaştırmalı Uyum İndeksi*: CFI, 0 ile 1 arasında değerler almakta olup 0,95 ve 0,97 arasındaki değerler kabul edilebilir uyum olarak ifade edilmektedir.

-*Normlandırılmış Uyum İndeksi*: NFI, doymuş model ve bağımsız model arasındaki mevcut modelin göreceli konumuyla verilmektedir. 0,90 ile 0,95 arasındaki değerler kabul edilir bir uyum olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

-*Tucker & Lewis İndeksi*: Normlandırılmamış uyum indeksi (non-normed fit index) (NNFI) olarak da ifade edilmektedir. Örneklem hacmi büyük değilse, model doğru bile olsa NFI değeri 1'e yaklaşmamaktadır.

-Yaklaşık Hataların Ortalama Kare Kökü (RMSEA):

RMSEA (root mean square error of approximation) değeri 0,05'in altında ise iyi uyum; 0,05-0,08 arasında kabul edilebilir uyum; 0,10 ve üstünde kötü uyum şeklinde yorumlanmaktadır.

YEM'de ki-kare (χ^2) istatistiği modelin uyumunu en iyi tespit eden ölçüm olarak kabul edilmektedir. Ancak χ^2 değerinin çok büyük ve istatistiksel olarak anlamlı bulunduğu durumlarda χ^2 değerinin serbestlik derecesine oranı (χ^2/sd) değerine bakılmaktadır. Bu değer de modelin uyumu açısından önemli ölçütlerden bir diğeridir.⁵⁸⁵

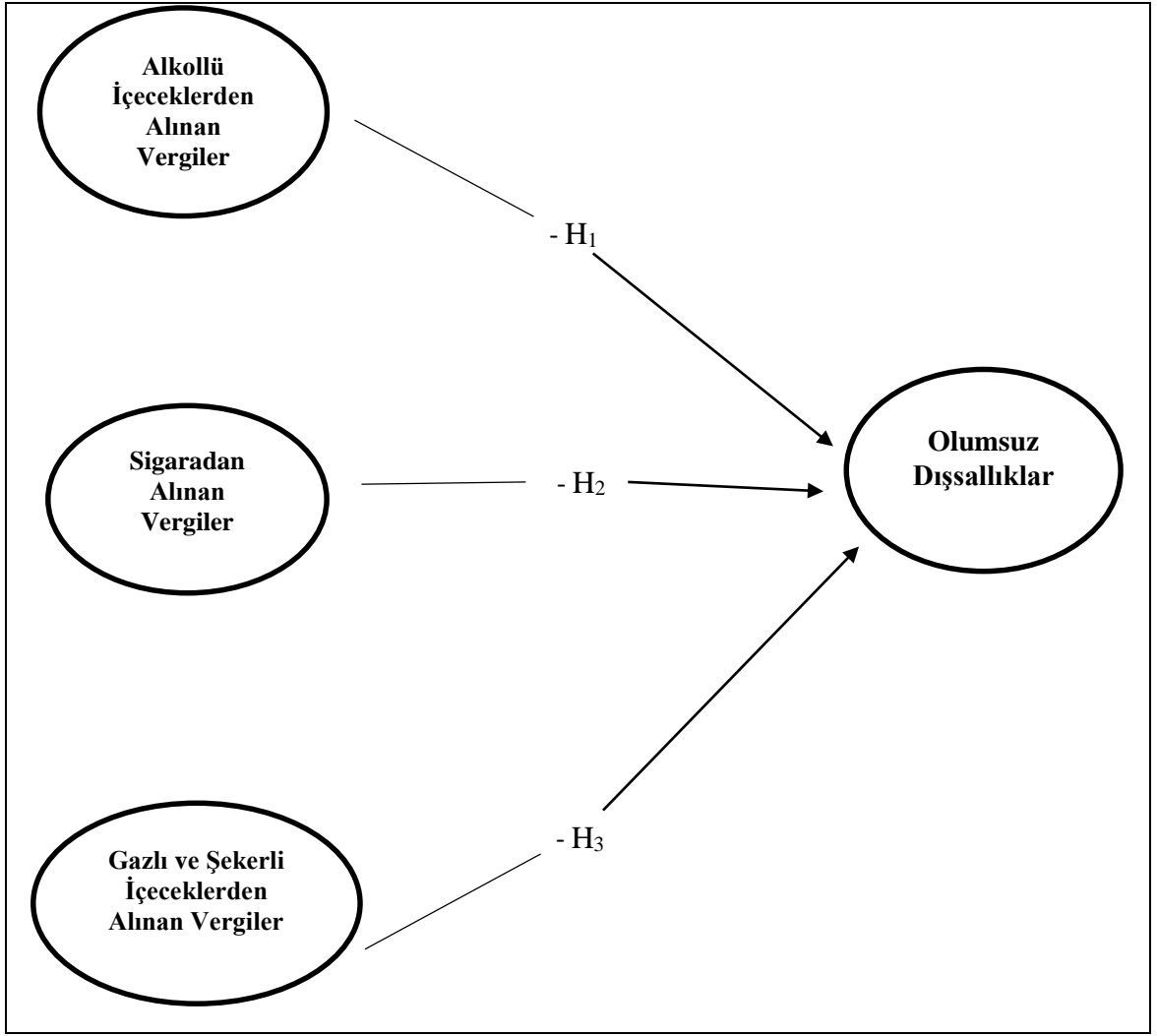
3.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLER

Alkol, sigara ve gazlı içeceklerden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisini YEM yardımıyla analiz etmek için bir model geliştirilmiştir.

Tezde önerilen araştırma modeli aşağıdaki Şekil 11'da yer almaktadır.

⁵⁸⁵ Bayram, (2016), s. 71.

Şekil 11: Önerilen Araştırma Modeli



Yukarıdaki modelde gösterilen ve test edilerek ölçülecek olan araştırma hipotezleri şu şekilde ifade edilebilir:

H₁: “Alkollü içecekler üzerinden alınan vergiler’ değişkeninin ‘Olumsuz Dışsallıklar’ değişkeni üzerinde negatif etkisi vardır”.

H₂: “Sigara üzerinden alınan vergiler’ değişkeninin ‘Olumsuz Dışsallıklar’ değişkeni üzerinde negatif etkisi vardır”.

H₃: “Gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler’ değişkeninin ‘Olumsuz Dışsallıklar’ değişkeni üzerinde negatif etkisi vardır”.

3.3. YAPISAL EŞİTLİK MODELİNİN ANALİZİ VE SONUÇLARI

Araştırma modeli kurulduktan sonra YEM’de yer alan hipotezler test edilmiş ve yol analizleri yapılmıştır. Bu analizlerin yapılmasında AMOS 28.0 programı kullanılmıştır.

3.3.1. Yapısal Eşitlik Modelinin Analizi

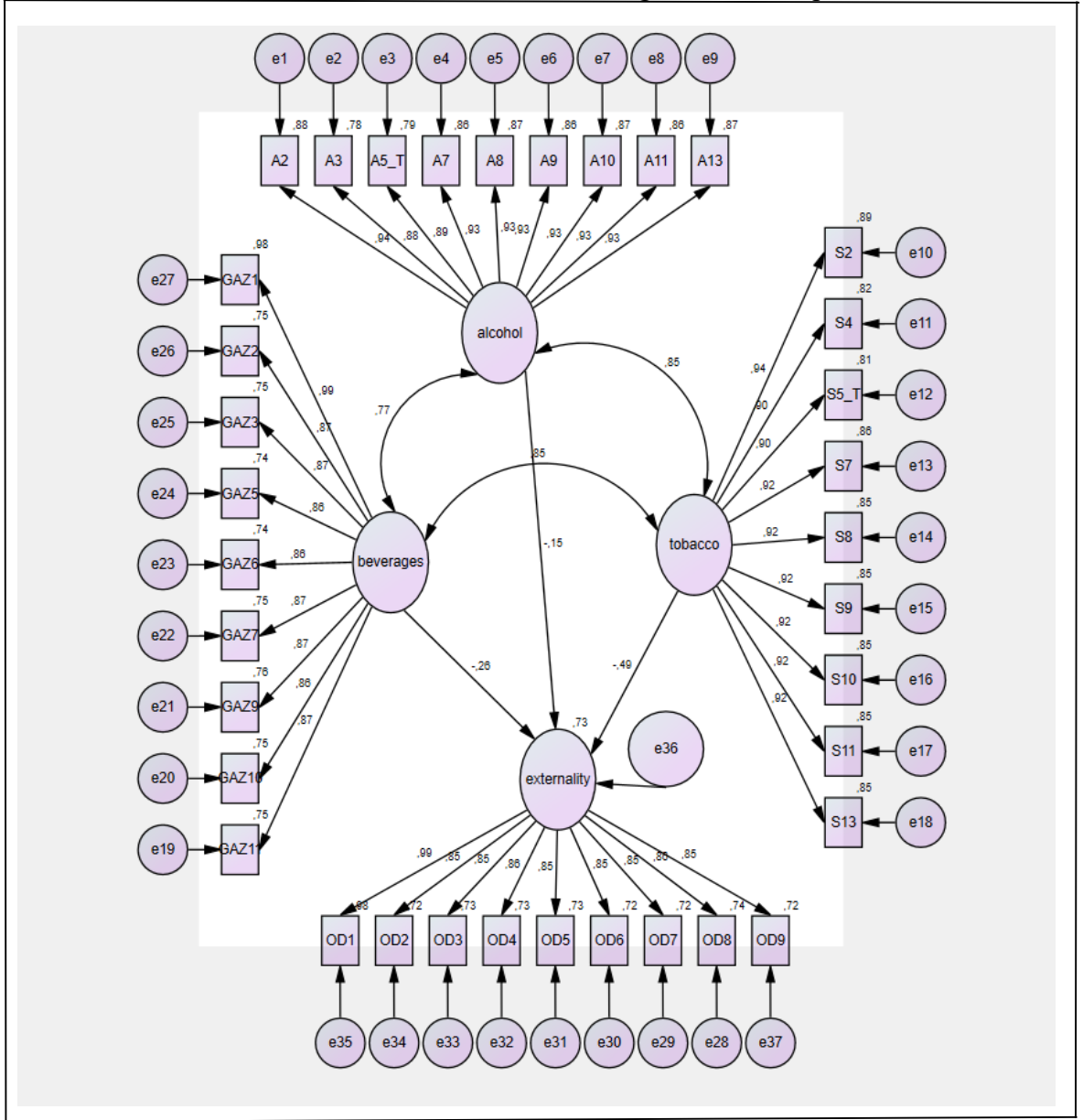
Çalışmada önerilen araştırma modelinde yer alan soru grupları tanımlamaları Tablo 55’te gösterilmiştir.

Tablo 55: Faktörlere Göre Soru Gruplarının Tanımlamaları

Faktör Adı	Faktörü Ölçen Sorular
Alkollü içecekler üzerinden alınan vergiler	A2,A3,A5_T,A7,A8,A9,A10,A11,A13
Sigara üzerinden alınan vergiler	S2,S4,S5_T,S7,S8,S9,S10,S11,S13
Gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler	G1,G2,G3,G5,G6,G7,G9,G10,G11
Olumsuz dışsallıklar	OD1,OD2,OD3,OD4,OD5,OD6,OD7,OD8,OD9

Modelin AMOS programındaki görüntüsü Şekil 12’de yer almaktadır.

Şekil 12: Modelin AMOS 28.0 Programındaki Yapısı



AMOS 28.0 programında yapılan yol analizi sonucunda modeldeki hipotezlerin yön ve standartlaştırılmış değerleri Tablo 56'da gösterilmektedir.

Tablo 56: Yol Analizi Sonuçları

Hipotezler		Yol	Standardize Değerler	p-Value	Sonuç
H ₁	Alkollü içecek v. → Olumsuz Dışsallık	-	-0.15	.00*	Destekledi
H ₂	Sigara v. → Olumsuz Dışsallık	-	-0.49	.00*	Destekledi
H ₃	Gazlı ve Şekerli İçecek v. → Olumsuz Dışsallık	-	-0.26	.00*	Destekledi

*p<0.01

Tablo 56’da belirtilen ve olumsuz dışsallıkları etkileyen faktörlerin analizi sonucunda tüm hipotezlerde %99 güven aralığında ($p<0,01$) anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Modeldeki hipotezlerin standardize edilmiş regresyon katsayıları (*Beta*) şu şekildedir:

-“Sigara üzerinden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif bir etkisi bulunmaktadır.” Modelde yol katsayısına ait standardize edilmiş regresyon katsayısı -0,49 ($\beta=-0,49$; $p<0,01$) olarak ölçülmüştür.

-“Alkollü içecekler üzerinden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif bir etkisi bulunmaktadır.” Modelde yol katsayısına ait standardize edilmiş regresyon katsayısı -0,15 ($\beta=-0,15$; $p<0,01$) olarak ölçülmüştür.

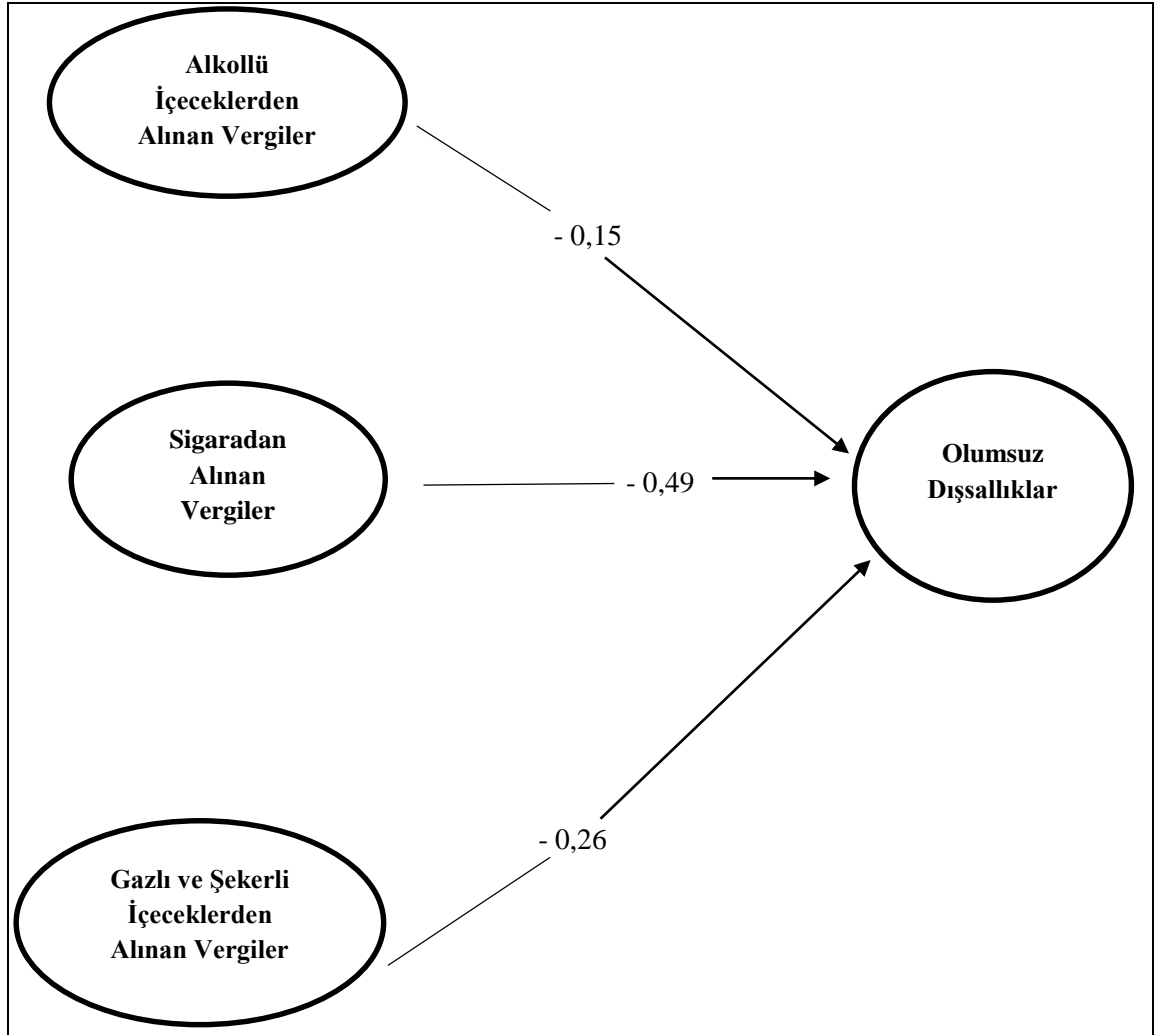
-“Gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif bir etkisi bulunmaktadır.” Modelde yol katsayısına ait standardize edilmiş regresyon katsayısı -0,26 ($\beta=-0,26$; $p<0,01$) olarak ölçülmüştür.

Modelde olumsuz dışsallıklar değişkeni için açıklanan varyansın %73’ü (R^2) alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler değişkenleri tarafından açıklanmaktadır (Şekil 12). Söz konusu bu üç değişkenin 0,01 anlamlılık düzeyinde olumsuz dışsallıkların %73’ünü açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.3.2. Yapısal Eşitlik Modeli Analiz Sonuçlarının Değerlendirilmesi

YEM analizi sonucunda, modelde desteklenen hipotezlerin her biri için değişkenler arasındaki ilişkilerin standartlaştırılmış regresyon değerleri aşağıdaki Şekil 13’te gösterilmektedir.

Şekil 13: Modele Ait Yol Diyagramı ve Standardize Regresyon Katsayıları



Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre, sigara üzerinden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklara etkisinin standardize regresyon katsayısı -0,49'dur. Analiz sonucunda olumsuz dışsallıkları etkileyen üç faktör arasında en yüksek etki oranına sahip olan faktörün sigara üzerinden alınan vergiler olduğu tespit edilmiştir. Bu değer sigaradan alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif ve güçlü etkileri olduğu anlamına gelmektedir. Gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif etkileri görülmektedir. Standardize regresyon katsayısı -0,26'dır. Alkollü içecekler üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif etkileri bulunmaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısı -0,15'tir. Bu değer alkollü içeceklerden alınan verginin olumsuz dışsallıklar üzerinde küçük de olsa

negatif bir etkisi olduğunu ifade etmektedir. Görüldüğü gibi alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif etkileri bulunmaktadır.

Araştırma modelinde faktörler arası ilişkiler de incelenmiştir. Alkollü içecekler üzerinden alınan vergiler ile sigara üzerinden alınan vergiler arasında karşılıklı bir ilişki vardır. Alkol üzerinden alınan vergiler ile sigara üzerinden alınan vergiler arasındaki korelasyonun +0.85 olduğu görülmektedir. Bu değer hem alkollü içecek hem sigara üzerinden alınan vergiler arasındaki karşılıklı ilişkinin güçlü bir düzeyde olduğu şeklinde yorumlanabilir. Alkollü içecekler üzerinden alınan vergiler ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler arasında karşılıklı ve güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Alkol üzerinden alınan vergiler ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler arasındaki korelasyon +0.77 olarak ölçülmüştür. Sigara üzerinden alınan vergiler ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler arasında karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır. Sigara üzerinden alınan vergiler ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler arasındaki korelasyon +0.85 olarak ölçülmüştür. Bu değer de iki değişken arasında karşılıklı ve güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Tablo 57: Araştırma Modeli İçin Uyum İndeksleri

Uyum Ölçütleri	Modeldeki Sonuçlar	İyi Uyum*	Kabul Edilebilir Uyum*	Sonuç
χ^2 / sd	2.002	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 < \chi^2/sd \leq 3$	İyi Uyum
CFI	0.994	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI < 0,97$	İyi Uyum
GFI	0.967	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	İyi Uyum
AGFI	0.963	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	İyi Uyum
NFI	0.989	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	İyi Uyum
NNFI (TLI)	0.994	$0,97 \leq NNFI \leq 1,00$	$0,95 \leq NNFI < 0,97$	İyi Uyum
RMSEA	0.022	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,08$	İyi Uyum
SRMR	0.014	$0 \leq SRMR \leq 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	İyi Uyum

Not: İyi Uyum ve Kabul Edilebilir Uyum Değerleri için bkz. Bayram, 2016, s. 78.

Tablo 57'de modele ait uyum indeks değerleri gösterilmektedir. Ankete katılan 2062 kişi için ki-kare değeri 1177.150 (serbestlik derecesi 588) olarak hesaplanmıştır. Çalışmadaki model sonuçları incelendiğinde örneklem büyüklüğünün anlamlılığını tespit etmek açısından daha sağlıklı bir ölçüm olan CMIN/DF değerine bakılmış ve bu değer 2,002 (1177.150/588) olarak bulunmuştur. Bu değer 2'ye yakın olması, modelin oldukça iyi ve anlamlı bir model olduğunu göstermektedir. Araştırma modelinin genel

anlamlılığını test etmek için bir diğler ölçüt olarak RMSEA değeriine bakılmıştır. RMSEA değeri 0,022 olarak hesaplanmıştır. Bu değerin sıfıra yakın olması oldukça iyi bir uyum olduğunu ifade etmektedir. Modelde uyum iyiliğı değerlerine bakıldığında $GFI = 0,967$; $CFI = 0,994$; $AGFI = 0,963$ olarak ölçülmüştür. Tüm bu sonuçlar modelin anlamlılığının yüksek olduğunu ve modelin mükemmel bir uyum ile açıklandığını göstermektedir.

Yapısal eşitlik modeli ile yapılan analiz sonucunda elde edilen değerler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergilerin bu üç ürün grubunun yarattığı olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif etkileri olduğu yapılan analiz ile doğrulanmıştır. Modelin analiz sonucuna göre alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler arttıkça olumsuz dışsallıkların azalacağı yorumu yapılabilir.

SONUÇ

Dünyada ve ülkemizde olumsuz dışsallıkların giderek ekonomik, sosyal ve çevresel sorunları artırması üzerine bu konunun iktisadi ve mali literatürdeki önemi de artırmıştır. Dışsallıkların varlığı durumunda bir ekonomik faaliyete katılmayan üçüncü tarafların maliyet ve fayda fonksiyonları etkilenmektedir. Olumsuz dışsallıklar ekonomik büyüme, kaynak dağılımı ve refah üzerinde negatif etkilere yol açmaktadır. Alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerli ürünler olumsuz dışsallıklar yaratan ürünlerin başında gelmektedirler. Piyasa mekanizması içinde dışsallıkları içeren sosyal maliyet ve sosyal faydaları içermeyen fiyatlandırma etkin kaynak tahsisinin yapılamamasına sebep olmaktadır. Piyasadaki aktörlerin faaliyetleri sonucu ortaya çıkan maliyetlerin fiyata dahil edilmesi gerekmektedir. Ancak, piyasa ekonomisinde maliyetler gözardı edilmekte ve dışsallıkları içselleştirmede piyasa temelli mekanizmalar etkisiz kalmaktadır. Dolayısıyla piyasa mekanizmasının dışsallıkları içselleştirmede başarısız olması nedeniyle devlet müdahalesi kaçınılmaz hale gelmektedir. Dışsallıklara müdahale edilmediğinde bir ülkenin ekonomik, mali ve sosyal alanlarında pekçok olumsuz gelişme ortaya çıkmaktadır.

Olumsuz dışsallıkları ortadan kaldırmak veya azaltmak üzere devletin müdahalede kullandığı en önemli araçlardan biri vergilerdir. Tezin konusunu da oluşturan alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerli ürünlerden alınan temel vergi ÖTV'dir. ÖTV seçici ürünlere uygulanan bir tüketim vergisidir. Bu ürünler ülkeden ülkeye farklılık göstermekle beraber genellikle tüketimi sağlığa, çevreye ve topluma zararlı olan malların kullanımının sınırlandırılması amacıyla kullanıldığından belirli ürün gruplarını vergilendirmektedir. ÖTV vergi geliri elde etme potansiyeli açısından önemli bir mali kaynak olarak görülmektedir. Bunun nedenleri arasında yönetiminin basit ve kolay, tahsilatının ise hızlı olduğu gösterilmektedir. ÖTV'nin mali ve ekonomik işlevleri dışında sosyal işlevleri de bulunmaktadır. Bu işlevler arasında en önemlisi olumsuz dışsallıklar yaratan faaliyetlerin kısıtlanmasını sağlamaktır. Bu vergiyle olumsuz dışsal ekonomilere sebep olan tüketim ve üretim faaliyetlerinin sınırlandırılması amaçlanmaktadır. Özellikle alkollü içecekler, tütün ürünleri ve şekerli ürünlerin tüketiminin sağlığa ve topluma zararlı olduğu bilinmektedir. ÖTV ile tüketiminin

topluma zararlı olduğu düşünölen ürün fiyatının artırılması ve fiyat artışı sonucu bireylerin bu tür ürönlere olan talebinin azaltılması amaçlanmaktadır. Aynı zamanda ÖTV birey davranışlarını yönlendirme amacı taşıyan düzeltici bir vergi olarak da kabul edilmektedir. ÖTV ile bireyler ve toplum için faydalı olmayan davranışların vergilendirilmesi sağlanmaktadır. Böylelikle birey davranışları devlet tarafından yönlendirilmekte ve bu yönlendirme ile olumsuz dışsallıkların azaltılması sağlanmaktadır. Olumsuz dışsallıklar azaldıkça toplum refahı da olumlu yönde etkilenmektedir.

Davranışsal iktisat son yıllarda vergi ile ilgili konulara yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Ekonomik analizlere bireylerin davranışlarını etkileyen sosyal ve psikolojik faktörlerin dâhil edilmesiyle çok daha kapsamlı çalışmalar yapılmaktadır. Ana akım iktisat literatüründeki bireyin her zaman rasyonel kararlar aldığı görüşü davranışsal iktisat yazınında sorgulanmaya başlanmış, bireylerin her zaman kâr ve fayda maksimizasyonu ile hareket etmediğı birçok sezgisel ve bilişsel duygu durumlarının ekonomik hayattaki tercihlerini etkilediğı ve “Sınırlı Rasyonel” olduğı kabul edilmiştir. İktisadi aktörlerin ekonomik hayatta yaptıkları tercihler tüm ekonomik düzeni etkilemektedir. Bu sebeple bireylerin hangi içsel motivasyonlar ile ekonomik seçimlerini gerçekleştirdiğini anlamak ve açıklamak önemlidir.

Bireyler ekonomik hayatta rasyonaliteden uzaklaşarak duygularının etkisiyle kararlar almaktadır. Bireylerin vergiye karşı tavır ve davranışlarını belirleyen faktörlerin de sadece ekonomik ve mali olmadığı birçok sosyal ve psikolojik faktöre bağı olduğı bilinmektedir. Bu faktörler arasında vergi ahlakı, vergi bilinci, sosyal normlar ve içsel motivasyonlar (suçluluk, utanç, vicdan vb.) sayılabilir. Özellikle vergiye uyumun sağlanması konusunda davranışsal iktisat farklı bir yaklaşım ortaya koymaktadır. Bu bağlamda bireylerin vergiye karşı tavır ve tutumlarını belirleyen faktörlerin de sadece ekonomik faktörler olduğunu ileri süren Allingham ve Sandmo tarafından ortaya çıkarılmış “Klasik Yaklaşım”ın günümüzde yeterli ve gerçekçi sonuçlar vermediğinden vergi uyumu ile ilgili yaklaşımlara sosyo-psikolojik faktörlerin de dâhil edilmesi gerekliliğı ortaya çıkmıştır. Bu aşamada bireylerin sosyal ve psikolojik özelliklerini ve vergi ödeme konusundaki içsel motivasyonlarını da dikkate alan “Davranışsal Yaklaşım” ön plana çıkmıştır. Davranışsal Yaklaşım olarak da bilinen Sosyal Psikolojik Yaklaşım davranışsal iktisat disiplini için de değerlendirilebilecek bir yaklaşımdır.

Çünkü vergiye karşı tavır ve tutum sadece kişinin gelir düzeyi, vergi oranı, denetim ve cezalar gibi ekonomik ve mali faktörlerin yanında birçok sosyo-psikolojik faktöre de bağlıdır. Bu çalışmanın konusunu oluşturan alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisine ilişkin bireylerin tavır ve tutumları da davranışsal yaklaşım açısından incelenmektedir.

Günümüzde olumsuz dışsallıklar yaratan ürünlerde vergiye yönelik yaklaşımlar arasında yer alan “Davranışsal İktisat Yaklaşımı” ön plana çıkmaktadır. Davranışsal iktisat yaklaşımında tüketimi bireye, sağlığa ve topluma zararlı olduğu bilinen alkollü içecekler, tütün ürünleri ile şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV’nin amacı bireyleri doğru ve rasyonel tüketim davranışları sergilemeye yönlendirmektir. Bireylerin öngörü eksiklikleri, psikolojik eğilimleri veya bağımlılık davranışları sebebiyle sağlığa zararlı ürünleri tüketmesini engellemek amacıyla ÖTV yönlendirici bir vergi olarak kullanılmaktadır. Bireyler zamanla tutarsız tercihler yaklaşımında olduğu gibi davranışlarının sonuçlarının şimdiki ve gelecekteki fayda ve maliyetlerini hesaplamakta zorluk çekiyorsa devlet tarafından bireyleri rasyonel davranmaya yönlendirmek gerekmektedir. Bireyler kusurlu öngörülerinden kaynaklı sağlığa zararlı olan ürünleri tüketmesi sonucu hem bireye hem de üçüncü kişilere belirli maliyetler yüklenmektedir. Alkollü içecek, tütün ürünü ya da gazlı ve şekerli içecekleri aşırı derecede tüketen bireylerin bu tüketimler sonucu yaydığı olumsuz dışsallıkların içselleştirilmesi gerekmektedir. Olumsuz dışsallıkları önlemede devletin kullandığı en etkili araç ise ÖTV’dir.

Bireylerin sınırlı rasyonalite altında aldıkları tüketim kararlarının belirli maliyetleri bulunmaktadır. Ancak bireyler bazen öngörü eksiklikleri bazen fayda ve maliyet hesaplamaları yapamamaları bazen de bağımlılık davranışları sebebiyle tek başına bu maliyetlerin farkına varamamaktadır. İşte bu noktada devlet müdahalesine ihtiyaç duyulmaktadır. Thaler ve Sunstein’in “*Dürtme (Nudge) Sağlık, Zenginlik ve Mutlulukla İlgili Kararları Uygulamak*” isimli kitabında bireylerin davranışlarını yönlendirecek müdahaleler “dürttme” olarak ifade edilmektedir. Devlet, bireylerin sağlığını olumsuz etkileyen her türlü zararlı ürünün tüketimini kısıtlamak ve ortaya çıkan olumsuz dışsallıkları içselleştirmek zorundadır. Bu kapsamda tüketici davranışlarını daha rasyonel hale getirmek amacıyla zorlayıcı olmayan politika araçları

kullanılmaktadır. Bu politika araçları içinde bireyleri doğru ve rasyonel tüketim davranışlarına yönlendirecek en etkili araç ise ÖTV'dir.

ÖTV hem dünyada hem de ülkemizde tercih edilen ve kamu yöneticileri tarafından sıklıkla başvurulan vergiler arasında yer almaktadır. Ülkemizde ÖTV kapsamında yer alan mallar 4760 sayılı ÖTVK'ya ekli 4 farklı liste ile düzenlenmiştir. (I) sayılı listede petrol ve türevleri, (II) sayılı liste kapsamında motorlu taşıtlar, (III) sayılı listenin (A) cetvelinde meyve suları ve kolalı gazozlar ile alkollü içkiler, B cetvelinde tütün ürünleri, (IV) sayılı liste kapsamında ise lüks mallar, beyaz eşya ve elektronik ürünler yer almaktadır.

Bu çalışmanın konusu; Türkiye'de olumsuz dışsallık yayan ve tüketimi topluma, bireye ve sağlığa zararlı olduğu bilinen alkollü içecekler, tütün ürünleri, gazlı ve şekerli içeceklerin kullanımını kısıtlamaya yönelik kullanılan ÖTV'nin etkisini davranışsal iktisat perspektifinden incelemek ve bu ürünler üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkisinin ölçümünü analiz etmektir. Çalışmada Türkiye'de ÖTV kapsamında yer alan (III) sayılı liste içindeki ürünler incelenmiştir.

Bireylerin vergiye karşı tutum ve davranışlarını ölçmede en yaygın ve genel kabul görmüş olması nedeniyle bu çalışmada anket yöntemi tercih edilmiştir. Özellikle davranışsal iktisat ile ilişkilendirilmesi bakımından ankette yer alan olumsuz dışsallıklarla ilgili maddelerde sadece ekonomik ve mali faktörler değil sosyo-psikolojik faktörler de dikkate alınmıştır. Bireylerin sağlığa ve topluma zararlı ürünleri tüketmeleri sonucu ortaya çıkan olumsuz dışsallıklar ile bu ürünler üzerinden alınan ÖTV'nin etkinliğinin değerlendirilmesi kapsamında hazırlanan anket formunda birey davranışlarını etkileyen içsel faktörlere de yer verilmiştir.

Çalışmada yapılan anket kapsamında araştırmanın örneklemini Türkiye'de yaşayan 18 yaş ve üstü bireyler oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü 2062 kişi olarak belirlenmiş olup katılımcılar basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Anket çalışması kapsamındaki katılımcılar Türkiye'de "İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması Düzey 1 Bölgeleri" esas alınarak belirlenmiştir. Düzey 1 Bölgeleri kapsamında İstanbul, Tekirdağ, İzmir, Bursa, Ankara, Antalya, Kırıkkale, Samsun, Trabzon, Erzurum, Malatya ve Gaziantep olmak üzere 12 ilden toplam 2062 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışmanın analiz bölümünde faktör analizi ve YEM'den

faydalanılmıştır. Bireylerin alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıkları etkilemesinin tespitinde en doğru ve sağlıklı sonuçlar verecek analizlerin yapısal eşitlik modeli ile analiz olduğu tespit edilmiştir. Likert ölçeği altında toplanan maddelere önce açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ardından yapısal eşitlik modeli kurularak yol analizi gerçekleştirilmiştir.

Anket araştırmasından elde edilen verilerin faktör analizi için uygunluğunu ve örneklem yeterliliğini test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) İstatistiğine bakılmıştır. Test sonucunda KMO değeri 0,991 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,80 üzerinde olduğundan mükemmel değer olarak yorumlanmaktadır. KMO değeri neticesinde çalışmada faktör analizi yapmanın uygun olduğuna karar verilmiştir. Bir diğer önemli analiz güvenilirlik analizidir. Bu kapsamda çalışmada Cronbach Alpha değerine bakılmıştır. Çalışmada hesaplanan Cronbach Alpha değeri 0,922 bulunmuştur. Bu değer de veri setinin güvenilirliğini göstermektedir.

Çalışmada yapılan açıklayıcı faktör analizi kapsamında özdeğeri 1'den büyük 4 faktör tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ilk faktör toplam varyansın %23,558'ini, ikinci faktör %22,161'ini, üçüncü faktör %22,027'sini ve dördüncü faktör %15,062'sini açıklamaktadır. Elde edilen bu 4 faktörün açıkladıkları kümülatif varyans miktarı ise toplam varyansın %82,80'idir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda açıklanan birikimli varyansın %82,80 olarak hesaplanması kabul edilebilir bir değerdedir.

Çalışmada İBBS Düzey 1 Bölgelerindeki 12 ilde yer alan 2062 kişiye uygulanan anket vasıtasıyla olumsuz dışsallıklar yaratan alkollü ürünler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV'nin etkileri YEM ile analiz edilmiştir. Modelde alkollü içecekler üzerinden alınan vergiler, sigara üzerinden alınan vergiler, gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklar üzerindeki etkilerine yönelik kurulan hipotezler test edilmiştir. Alkollü içecekler üzerinden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif etkileri bulunmaktadır. Standardize edilmiş regresyon değeri -0,15 olduğundan, hesaplanan bu değer küçük derecede de olsa anlamlı bir etkiye sahiptir. Sigara üzerinden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklara etkisinin standardize regresyon değeri -0,49'dur. Bu değer sigaradan alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif ve güçlü etkileri olduğu anlamına gelmektedir. Gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıklar üzerinde negatif etkileri

görülmektedir. Standardize regresyon değeri -0,26'dır. Ölçülen bu etki oranının olumsuz dışsallıkları etkileme açısından orta derece bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Alkollü içecekler üzerinden alınan vergiler ile sigara üzerinden alınan vergiler arasındaki korelasyon +0,85; sigara üzerinden alınan vergiler ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler arasındaki korelasyon +0,85; alkol üzerinden alınan vergiler ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergiler arasındaki korelasyon +0,77 olacak şekilde bulunmuştur. Bu üç değer de alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan vergilerin birbiriyle karşılıklı ve önemli ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Modelin uyum indeks sonuçlarına bakıldığında da modelin yüksek derecede anlamlı bulunduğu ve mükemmel bir uyum ile açıklandığı görülmektedir.

Analiz sonucunda alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıkları negatif yönde etkilediği bir diğer deyişle bu üç ürün grubu üzerinden alınan ÖTV'nin olumsuz dışsallıkları azalttığı sonucu elde edilmiştir. Bu sonuç literatürde yer alan ampirik çalışmaların sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Bu sonucu destekleyen çalışmalara birçok örnek verilebilir. Örneğin, Cook ve Tauchen'in (1982) Amerika Birleşik Devletleri'ndeki çalışmasında likör tüketim vergisindeki galon başına 1 dolar artışının karaciğer sirozuna bağlı ölüm oranlarını kısa vadede %5,4 uzun vadede ise bunun iki katına kadar azaltacağı tespit edilmiştir. Young ve Bielinska-Kwapisz (2006) alkol fiyatlarındaki %10'luk bir artışın alkole bağlı ölümleri %5,8 oranında azaltacağını belirtmiştir. Durrance (2011) Amerika Birleşik Devletleri'nde kadın cinayetlerinin alkollü ürünlerin vergilendirilmesiyle ilişkisini incelediği çalışmada alkollü ürünlerde vergi artışı yapılmasının kadına karşı şiddeti zayıflatacağı ifade edilmiştir. Uğur vd. (2010) Türkiye'de tütün kullanımı ve kişi başına sağlık harcamalarını incelediği çalışmasında sigaradan alınan vergiler arttıkça kişi başına sağlık harcamalarının azalacağı beklentisi içinde olduklarını belirtmiştir. Veerman (2016) şekerle tatlandırılmış içeceklere uygulanan ek bir verginin yeni tip 2 diyabet kalp hastalığı ve inme vakalarını azaltacağını tespit etmiştir. Schwendicke ve Stolpe (2017) Almanya'da şekerle tatlandırılmış içeceklerde %20'lik ek bir verginin aşırı kilo ve obezite üzerinde önemli bir etkisi olabileceğini vurgulamıştır.

YEM Analizi sonucunda standardize edilmiş regresyon katsayılarının negatif yönlü olması alkollü içecekler, sigara ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan

vergiler arttıkça olumsuz dışsallıkların azaldığı şeklinde yorumlanabilir. Bireylerin sağlığa zararlı olduğu bilinen ürünlere yönelik vergi artışları neticesinde tüketimlerinin azalması sonucu buna bağlı olarak ortaya çıkan olumsuz dışsallıkların da azalması beklenmektedir. Ancak ÖTV bireylerin sağlığa ve topluma zarar veren ve rasyonel olmayan davranışlarını düzeltmek, zararlı tüketim davranışlarını değiştirmek, bu davranış ve tavırlar sonucu ortaya çıkan dışsal maliyetleri içselleştirmek ve olumsuz dışsallıkları azaltmada gerekli ama tek başına yeterli bir araç değildir. Özellikle alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içeceklerin zararlı tüketimleri sonucu ortaya çıkan olumsuz dışsallıkları içselleştirilmesine yönelik olarak şu öneriler yapılabilir:

-Alkollü içecekler, tütün ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınacak ÖTV’de ana amaç bireylerin zararlı tüketimlerini azaltmaya ve sınırlandırmaya yardımcı olacak bir vergi düzenlemesi yapılması olmalıdır. Türkiye’de bu üç ürün grubu üzerinden alınan ÖTV gelirlerinin genellikle artan bir seyir izlediği görülmektedir. Bunun sebebi olarak son yıllarda özellikle alkollü içkiler ve sigaraya yapılan vergi artışları gösterilebilir. Vergi gelirlerindeki bu artış mali etkinlik açısından değerlendirildiğinde ÖTV’nin gelir getirici potansiyelinin yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bireylerin tüketimlerini azaltmada verginin yalnızca oran olarak artırılması yeterli görülmemektedir. Özellikle alkollü içecekler ve tütün ürünlerinde verginin kapsamının derecelendirilmesi gerekmektedir. Örneğin, alkollü içkilerde alkol miktarı arttıkça ve içeriğinin bulunduğu kabın büyüklüğü arttıkça vergi oranı da artırılmalıdır. Benzer şekilde sigaranın paketi içinde bulunan sigara sayısı arttıkça vergi oranı da artırılmalıdır. Şekerli içeceklerde de şeker oranı arttıkça vergi bu orana göre kademeli olarak yükseltilmelidir.

-Alkollü içecek ve tütün ürünlerine yönelik vergilerin sadece oran olarak aşırı derecede artırılması bireylerin kaçak ürünlere yönelmesine sebep olabileceğinden bu ürünlerdeki vergilerin kaçak tüketime sebep olmayacak şekilde belirlenmesi gerekmektedir.

-Çalışmada yapılan analiz sonucunda olumsuz dışsallıkları en güçlü ölçüde etkileyen faktörün sigara üzerinden alınan vergiler faktörü olduğu tespit edilmiştir. Sigara üzerinden alınan vergilerin olumsuz dışsallıklara etki oranı -0,49’dur. Analiz sonucunda elde edilen bu güçlü etkiden dolayı sigara tüketiminin azaltılmasına yönelik

alınacak önlemlerin olumsuz dışsallıkları azaltmada daha başarılı olacağı yorumu yapılmaktadır. Bu sebeple devletin sigara ve tütün ürünlerinin kullanımını kısıtlamaya yönelik vergi düzenlemelerine ağırlık vermesi gerekmektedir. Davranışsal iktisat yaklaşımı açısından bireyler sigara tüketmenin kendilerine verdiği zarar ve maliyet hakkında tam bilgi sahibi değilse ve rasyonel tüketim kararları alamıyorsa devlet ÖTV ile tüketimi sınırlandırmalıdır. Bu açıdan ÖTV birey davranışlarını yönlendirme görevi görmektedir.

-Özellikle alkol ve sigara gibi sağlığa zararlı ürünlerin üretimi, satışı ve pazarlanmasına yönelik kurallar ve düzenlemeler getirilmeli ve sıkı bir şekilde kontrol edilmelidir. Aynı zamanda bu ürünlere yönelik kaçak üretimlere izin verilmemeli ve gerekli denetimler yapılmalıdır.

-Halka açık yerlerde sigara içmeye yönelik kural ve düzenlemelere uyulması sağlanmalı ve gerekli denetimler artırılmalıdır. Kurallara uymayanlara caydırıcı cezalar uygulanmalıdır.

-Alkollü içki tüketimi sonucu araç kullanan kişilerin tespit edilmesi halinde caydırıcı cezalar getirilmelidir.

-Bireylerin aşırı derecede alkol, sigara ve şekerli ürün tüketmelerinin kendilerine vereceği zararlar ve yüklenecekleri maliyetler hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir. Bu amaçla devlet, bu ürünlerin aşırı tüketiminin zararları hakkında toplumu bilgilendirmelidir. Örneğin, televizyonlarda konuyla ilgili kamu spotları yayınlanmalı, konferanslar düzenlenmeli ve toplum bilinçlendirilmelidir.

-Alkol, sigara ve şekerli ürünlerden alınacak ÖTV için optimal bir oran titizlikle belirlenmelidir.

-Sağlığa zararlı ürünlerin tüketimlerinin azaltılabilmesi için yalnızca vergi ve fiyat artış politikaları yeterli değildir. Bireylerin zararlı derecedeki tüketimlerinin azaltılabilmesi için davranış ve tutumlarının incelenmesi ve davranışların değiştirilmesine yönelik politikalar izlenmelidir. Devlet bireylerin sağlığa zararlı ürünleri tüketim davranışlarını hem ÖTV hem de vergi dışı düzenlemelerle yönlendirmeye ve düzeltmeye çalışmalıdır.

TEŞEKKÜR

Yüksek Öğretim Kurulu'na (YÖK) doktora eğitimim aşamasında 100/2000 YÖK Doktora Bursu kapsamında beni bursiyer olarak desteklediğinden dolayı teşekkür ederim.

Bu çalışma Bursa Uludağ Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) Birimi (SDK-2021-316 proje kodlu BAP Doktora Tez Projesi) tarafından desteklenmiştir. Bursa Uludağ Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyon üyelerine çalışmaya ilişkin katkılarından dolayı teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

- AKDERE Çınla, Mürüvvet BÜYÜKBOYACI, “Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben içinde, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, ss. 107-139.
- AKERLOF George, “The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and the Market Mechanism,” *The Quarterly Journal of Economics*, V.84, N.3, 1970, pp. 488-500.
- AKERLOF George A., “Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior”, *The American Economic Review*, V.92, N.3, 2002, pp. 411-433.
- AKIN Zafer, Barış URHAN, “İktisat Deneysel Bir Bilim Olmaya mı Başlıyor?”, *TOBB University of Economics and Technology Department of Economics*, Working Paper No: 09-04, 2009, ss. 1-24.
- AKIN Zafer, Ü. Barış URHAN, “Davranışsal Oyun Teorisi”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben içinde, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2015, ss. 270-340.
- AKKAYA Şahin, AKTUĞ Muhammet, “Teorik Temelleri ve Gelişimi Bakımından Özel Tüketim Vergilerinin Analizi”, *Maliye Çalışmaları Dergisi*, S. 65, 2021, ss. 1-23.
- AKSOY Tolga, Işıl ŞAHİN, “Belirsizlik Altında Karar Alma: Geleneksel ve Modern Yaklaşımlar”, *Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metinleri*, 2009/7, 2009, ss. 1-22. <http://www.tek.org.tr> (17.10.2020).
- AKTAN Coşkun C., Dilek DİLEYİCİ, Özgür SARAÇ, “Vergilere Karşı Tepkiler ve Vergilerin Ahlaki ve Sosyo-Psikolojik Sınırları”, *Yeni Maliye Değişim Çağında Kamu Maliyesi: Yeni Trendler, Yeni Paradigmalar, Yeni Öğretiler, Yeni Perspektifler*, Ed. C. C. Aktan, A. Kesik, D. Dileyici, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Yayın No: 420, 2012, ss. 183-198.
- AKTAN Coşkun C., “Vergi Psikolojisinin Temelleri ve Vergi Ahlakı”, *Yeni Maliye: Değişim Çağında Kamu Maliyesi: Yeni Trendler, Yeni Paradigmalar, Yeni Öğretiler, Yeni Perspektifler*, Ed. C. C. Aktan, A. Kesik, D. Dileyici, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Yayın No: 420, 2012, ss. 167-182.
- AKTAN Coşkun Can, Serdar YAY, “Regülasyonların Politik İktisadı: Regülasyonların Etkileri, Fayda ve Maliyetleri”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, C.8, N.2, 2016, ss. 82-102.
- AKYAZI Pınar Artör, “Çevre ve Deneysel İktisat”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, ss. 361-404.
- ALLCOTT Hunt, Benjamin B. LOCKWOOD, Dmitry TAUBINSKY, “Regressive Sin Taxes, with an Application to the Optimal Soda Tax”, *The Quarterly Journal of Economics*, V. 134, N.3, 2019a, pp. 1557-1626.

- ALLCOTT Hunt, Benjamin B. LOCKWOOD, Dmitry TAUBINSKY, “Should We Tax Sugar-Sweetened Beverages? An Overview of Theory and Evidence”, *Journal of Economic Perspectives*, V.33, N.3, (Summer, 2019b), pp. 202-227.
- ALLINGHAM Michael G., Agnar SANDMO, “Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis” *Journal of Public Economics*, V.1, N.3-4, 1972, pp. 323-338.
- ALM James, Michael MCKEE, William BECK, “Amazing Grace: Tax Amnesties and Compliance”, *National Tax Journal*, V.43, N.1, 1990, pp. 23-37.
- ALM James, Garry H. MCCLELLAND, William D. SCHULZE, “Why Do People Pay Taxes?” *Journal of Public Economics*, V.48, N.1, 1992, pp. 21-38.
- ALM James, Betty R. JACKSON, Michael MCKEE, “Estimating the Determinants of Taxpayer Compliance with Experimental Data”, *National Tax Journal*, V.45, N.1, (March, 1992), pp. 107-114.
- ALM James, Michael MCKEE, “Audit Certainty, Audit Productivity, and Taxpayer Compliance”, *National Tax Journal*, V.59, N.4, (December, 2006), pp. 801-816.
- ALM James, “Testing Behavioral Public Economics Theories in the Laboratory”, *Tulane Economics Working Paper Series*, 1102, 2011, pp. 1-31.
- ALP Salih, Adem KARAKAŞ, “Asimetrik Bilgi Teorisi Karşısında Hayek’in Ekonomik Yaklaşımları: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *Liberal Düşünce Dergisi*, S.51-52, 2008, ss. 215-230.
- ALTUNÖZ Utku, Hasip ALTUNÖZ, *Davranışsal Ekonomi (Nörofinans)*, 4.b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2019.
- AN Dao Thi Minh , Hoang Van MINH, Le Thi HUONG, Kim Bao GIANG, Le Thi Thanh XUAN, Pham Thi Quynh NGA, and Jason HSIA,, “Attitudes Toward Nonsmoking Policies and Tobacco Tax Increases: A Cross-sectional Study Among Vietnamese Adults”, *Asia-Pacific Journal of Public Health*, V.27, N.2, 2015, pp. 947-957.
- ANGNER Erik, George LOEWENSTEIN, “Behavioral Economics”, *Handbook of the Philosophy of Science*, V.5, 2006, pp. 1-76.
- ANGULO Ana M., Jose M. GİL, Azucena GRACIA, “The Demand for Alcoholic Beverages in Spain”, *Agricultural Economics*, V.26, N.1, 2001, pp. 71-83.
- ARKES Hal R., Catherine BLUMER, “The Psychology of Sunk Cost”, *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, V.35, N.1, 1985, pp. 124-140.
- ARSLANTÜRK Zeki, E.Hamit ARSLANTÜRK, *Uygulamalı Sosyal Araştırma, Kavramlar-Metotlar-Teknikler-Bilgisayar Uygulamaları*, Gözden Geçirilmiş 4.b., İstanbul: Çamlıca Yayınları No:36, 2016.
- ASHRAF Nava, Colin F. CAMERER, George LOEWENSTEIN, “Adam Smith, Behavioral Economist”, *The Journal of Economic Perspectives*, V.19, N.3, (Summer 2005), pp. 131-145.

- AYAS Işıl, *Obezite İle Mücadelede Obezite Vergilerinin Algılanan Etkinliği*, (Doktora Tezi), Sakarya: T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.
- BAÇ Mehmet, “İktisadi Analizin Disiplinlerarası Uygulamalarında Durum ve Öngörüler”, 2007. <http://research.sabanciuniv.edu/848/1/BacTUBAmakale.pdf> (07.10.2020).
- BADENES-PLÁ Nuria, Andrew M. JONES, “Addictive Goods and Taxes: A Survey from an Economic Perspective”, *Hacienda Publica Espanola*, V.167, N.4, 2003, pp. 123-153.
- BAKER H. Kent, John R. NOFSINGER, *Behavioral Finance: Investors, Corporations, and Markets*, 1.ed., New Jersey: Wiley, 2010.
- BAKIRTAŞ İbrahim, “Dışsallıklar Sorununun İçselleştirilmesinde Düzenleyici Vergiler ve Sübvansiyonların Etkinliği: Analitik Bir Yaklaşım”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.7, 2002, ss. 1-19.
- BASK Mikael, Maria MELKERSSON, “Rationally Addicted to Drinking and Smoking”, *Applied Economics*, V.36, N.4, 2004, pp. 373-381.
- BATIREL Ömer Faruk, “Özel Tüketim Vergilemesi ve 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Yasası Üzerine Bazı Düşünceler”, *Vergi Dünyası*, S. 253, Eylül, 2002, ss. 4-8.
- BAYRAM Nuran, *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Amos Uygulamaları*, Genişletilmiş 3.B., Bursa: Ezgi Kitabevi, 2016.
- BAYRAM Nuran, *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*, 6.B., Bursa: Ezgi Kitabevi, 2017.
- BECKER Gary S., “Crime and Punishment: An Economic Approach”, *The Journal of Political Economy*, V.76, N.2, (Mar. - Apr., 1968), pp. 169-217.
- BECKER Gary S., Kevin M. MURPHY, “A Theory of Rational Addiction”, *Journal of Political Economy*, V.96, N.4, (August, 1988), pp. 675-700.
- BEGGS Jodi, “What Are the Different Types of Taxes?”, (15 April 2018), <https://www.thoughtco.com/overview-of-the-different-types-of-taxes-1147950>, (24.03.2021).
- BENTHAM Jeremy, *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, Ontario: Batoche Books Kitchener, 2000.
- BERG Matthijs van den, Pieter HM. van BAAL, Luqman TARIQ, Albertine J. SCHUIT, G. Ardine de WIT and Rudolf T. HOOGENVEEN, “The Cost-Effectiveness of Increasing Alcohol Taxes: A Modelling Study”, *BioMed Central Medicine*, V.6, N.36, 2008, pp. 1-11.
- BHATTACHARYA Aveek, “Which Cost of Alcohol? What Should We Compare it Against?”, *Society for the Study of Addiction*, V.112, N.4, 2016, pp. 559-565.
- BIENER Lois, Robert H. ASELTINE, Bruce COHEN, Marlene ANDERKA, “Reactions of Adult and Teenaged Smokers to the Massachusetts Tobacco Tax”, *American Journal of Public Health*, V.88, N.9, 1998, pp. 1389-1391.

- BIRD Richard M., “Tobacco and Alcohol Excise Taxes for Improving Public Health and Revenue Outcomes: Marrying Sin and Virtue?”, *Policy Research Working Paper*, No. 7500. Washington, DC.: World Bank, 2015, pp. 1-33.
- BLACK Julia, “Critical Reflections on Regulation”, *Australian Journal of Legal Philosophy*, 27, 2002, pp. 1-27.
- BLANCO Fernando, “Cognitive Bias”, *Encyclopedia of Animal Cognition and Behavior*, ed. Jennifer Vonk, Todd K. Shackelford, New York City: Springer, 2017.
- BOOTH Brenda M., Weiwei FENG, “The Impact of Drinking and Drinking Consequences on Short-Term Employment Outcomes in At-Risk Drinkers in Six Southern States”, *Journal of Behavioral Health Services and Research*, V.29, N.2, 2002, pp. 157-166.
- BURKE Thomas R., “The Economic Impact of Alcohol Abuse and Alcoholism”, *Public Health Reports*, V.103, N.6, (November-December, 1988), pp. 564-568.
- BULUTOĞLU Kenan, *Kamu Ekonomisine Giriş: Devletin Ekonomik Bir Kuramı*, 4.b., İstanbul: Filiz Kitabevi, 1988.
- BUYRUKOĞLU Selçuk, Doğan BOZDOĞAN, Altuğ M. KÖKTAŞ, “Paternalist Devlet Anlayışının Bir Gereği Olarak Günah Vergileri: Türkiye Örneği”, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, V. 9, N.3, (Temmuz, 2016), ss. 15-31.
- BÜYÜKÖZTÜRK Şener, *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*, 2.B., Ankara: Pegem Yayın, 2002.
- BYRNE Sean, “Costs to Society of Problem Alcohol Use in Ireland”, Dublin: Health Service Executive, 2010, pp. 1-42.
- CAMERER Colin, “Behavioral Economics: Reunifying Psychology and Economics”, *Proceedings of the National Academy of Science*, V.96, N.19, 1999, pp. 10575-10577.
- CAMERER Colin F., George LOEWENSTEIN, “Behavioral Economics: Past, Present, Future”, *Advances in Behavioral Economics*, ed. Colin F. Camerer, George Loewenstein, Matthew Rabin, New York: Princeton University Press, 2004.
- CAWLEY John, Anne Marie THOW, Katherine WEN, and David FRISVOLD, “The Economics of Taxes on Sugar-Sweetened Beverages: A Review of the Effects on Prices, Sales, Cross-Border Shopping, and Consumption”, *Annual Review of Nutrition*, V. 39, N.1, 2019, pp. 317-338.
- CHACON Violeta, Guillermo PARAJE, Joaquin BARNOYA, Frank J. CHALOUPKA, “Own-Price, Cross-Price, and Expenditure Elasticities on Sugar-Sweetened Beverages in Guatemala”, *PLoS ONE*, V.13, N.10, 2018, pp. 1-12.
- CHALOUPKA Frank J., Henry SAFFER, Michael GROSSMAN, “Alcohol Control Policies and Motor Vehicle Fatalities”, *NBER Working Papers Series*, Working Paper No. 3831, (September 1991), pp. 1-32.

- CHALOUPKA Frank J., Michael GROSSMAN, Henry SAFFER, “The Effects of Price on Alcohol Consumption and Alcohol-Related Problems”, *Alcohol Research and Health*, V.26, N.1, 2002, pp. 22-34.
- CHALOUPKA Frank J., Richard PECK, John A. TAURAS, Xin XU, Ayda YUREKLI, “Cigarette Excise Taxation: the Impact of Tax Structure on Prices, Revenues, and Cigarette Smoking”, *NBER Working Paper*, No. 16287, 2010, pp.1-42.
- CHALOUPKA Frank J., Lisa M. POWELL, Kenneth E. WARNER, “The Use of Excise Taxes to Reduce Tobacco, Alcohol, and Sugary Beverage Consumption”, *Annual Review of Public Health*, V.40, 2019, pp. 187-201.
- CHERUKUPALLI Rajeev, “A Behavioral Economics Perspective on Tobacco Taxation”, *American Journal of Public Health*, V.100, N.4, 2010, pp. 609-615.
- CHETTY Raj, Adam LOONEY, Kory KROFT, “Salience and Taxation: Theory And Evidence”, *National Bureau of Economic Research*, Working Paper No. 13330, 2007, p. 1-80.
- CHOI Jin-Wook, Kyusun LEE, “The Social Costs and Benefits of Smoking: Modeling and Policy Implications for South Korea”, *Asia Pacific Journal of Public Administration*, V.28, N.1, 2006, pp. 77-94.
- CHRISTIANSEN Vidar, “Two Comments on Tax Evasion”, *Journal of Public Economics*, V.13, N.13, 1980, pp. 389-393.
- CHRISTIANSEN Vidar, Stephen SMITH, “Externality-Correcting Taxes and Regulation”, *IFS Working Papers*, No.09,16, 2009, pp. 1-33.
- CLARKE Harry, “The Economist’s Way of Thinking About Alcohol Policy”, *Agenda - A Journal of Policy Analysis and Reform*, V.15, N.2, 2008, pp. 27-44.
- CNOSSEN Sijbren, *Excise Systems: A Global Study of the Selective Taxation of Goods and Services*, Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press, 1977.
- CNOSSEN Sijbren, “Do Drinkers Pay Their Way in the European Union?”, *FinanzArchiv/Public Finance Analysis*, V.64, N.4, 2008, pp. 508-539.
- CNOSSEN Sijbren, “The Economics of Excise Taxation”, International Studies Program, Working Paper Series 10-18, Andrew Young School of Policy Studies, Georgia State University, (May, 2010), pp. 1-26.
- COLANTUONI Francesca, *Empirical Studies on The Effectiveness of Soda Taxes to Curb Obesity*, (Doctoral Dissertations), Massachusetts: University of Massachusetts Amherst, 2014, pp. 1-96.
- COLEMAN Jules L., “Efficiency, Utility, and Wealth Maximization”, *Hofstra Law Review*, V.8, N.3, 1980, pp. 509-552.
- CONTREARY Kara A., Sajal K. CHATTOPADHYAY, David P. HOPKINS, Frank J. CHALOUPKA, Jean L. FORSTER, Victoria GRIMSHAW, Carissa B. HOLMES, Ron Z. GOETZEL, Jonathan E. FIELDING, and the Community Preventive Services Task

- Force, “Economic Impact of Tobacco Price Increases Through Taxation: A Community Guide Systematic Review”, *American Journal of Preventive Medicine*, V.49, N.5, 2015, pp. 800-808.
- COOK Philip J., George TAUCHEN, “The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking”, *The Bell Journal of Economics*, V.13, N.2, (Autumn, 1982), pp. 379-390.
- COOK Philip J., Jan OSTERMANN, Frank A.SLOAN, “Are Alcohol Excise Taxes Good for Us? Short and Long-Term Effects on Mortality Rates”, *National Bureau of Economic Research*, Working Paper No.11138, (February 2005), pp. 1-22.
- CORDES Joseph J., Eric M. NICHOLSON, Frank J. SAMMARTINO, “Raising Revenue by Taxing Activities with Social Costs”, *National Tax Journal*, V.43, N.3, (September, 1990), pp. 343-356.
- CORNES Richard, Todd SANDLER, “Externalities, Expectations, and Pigouvian Taxes”, *Journal of Environmental Economics and Management*, V.12, N.1, 1985, pp. 1-13.
- Council Directive 92/83/EEC of 19 October 1992 on the harmonisation of the structures of excise duties on alcohol and alcoholic beverages.
- Council Directive 92/84/EEC of 19 October 1992 on the approximation of the rates of excise duty on alcohol and alcoholic beverages
- Council Directive 2003/96/EC of 27 October 2003 restructuring the Community framework for the taxation of energy products and electricity (Text with EEA relevance).
- Council Directive 2011/64/EU of 21 June 2011 on the structure and rates of excise duty applied to manufactured tobacco (codification).
- Council Directive (EU) 2020/262 of 19 December 2019 laying down the general arrangements for excise duty (recast).
- CRANE Steven E., Farrokh NOURZAD, “Inflation and Tax Evasion: An Empirical Analysis”, *The Review of Economics and Statistics*, V.68, N.2, (May, 1986), pp. 217-223.
- CRANE Steven H., Farrokh NOURZAD, “Tax Rates and Tax Evasion: Evidence from California Amnesty Data”, *National Tax Journal*, V.43, N.2, 1990, pp. 189-199.
- CRAWFORD Ian, Michael KEEN, Stephen SMITH, “Value Added Tax and Excises”, in J.Mirrlees, S. Adam, T. Besley, R. Blundell, S. Bond, R. Chote, M. Gammie, P. Johnson, G. Myles and J. Poterba (Ed.), *Dimensions of Tax Design: the Mirrlees Review*, Oxford: Oxford University Press, 2010, pp. 275-362.
- CULLIS John, Philip JONES, Amal SOLIMAN, “Spite Effects’ in Tax Evasion Experiments”, *The Journal of Socio-Economics*, 41, 2012, pp. 418-423.
- CUMMINGS Ronald G., Jorge MARTINEZ-VAZQUEZ, Michael MCKEE, Benno TORGLER, “Tax Morale Affects Tax Compliance: Evidence from Surveys and an Artefactual Field Experiment”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 70, 2009, ss. 447-457.

- CUMMINGS Jonathan, “Obesity and Unhealthy Consumption: The Public-Policy Case for Placing a Federal Sin Tax on Sugary Beverages”, *Seattle University Law Review*, V.34, N.1, 2010, pp. 273-298.
- CURTIN Richard, “George Katona: A Founder of Behavioral Economics”, *Routledge Handbook of Behavioral Economics*, ed. Roger Frantz, Shu-Heng Chen, Kurt Dopfer, Floris Heukelom, Shabnam Mousavi, 1.ed., London: Routledge, 2016.
- ÇAKAR Tuna, Levent NEYSE, “İktisadi Kararların Biyolojik Temelleri: Nöroiktisat”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, ss. 405-426.
- ÇETİN Murat, ÖZKAN Ersan, “Türkiye’de Vergi-Tüketim İlişkisi: Alkol ve Tütün Ürünlerine Yönelik Bir Saha Araştırması”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.21, S.40, (Aralık, 2018), ss. 271-287.
- DECICCA Philip, Donald KENKEL, Feng LIU, “Excise Tax Avoidance: the Case of State Cigarette Taxes”, *Journal of Health Economics*, V.32, N.6, 2013, pp. 1130-1141.
- DECKER Sandra L., Amy Ellen SCHWARTZ, “Cigarettes and Alcohol: Substitutes or Complements?”, *NBER Working Paper*, 7535, 2000, pp. 1-30.
- DELMOTTE Charles J., Malte F. DOLD, “Dynamic Preferences and the Behavioral Case Against Sin Taxes”, *Constitutional Political Economy*, 2020, pp. 1-27.
- DEMİREL Selim K., Seyfettin ARTAN, “Nöroiktisat ve İktisat Biliminin Geleceğine İlişkin Tartışmalar”, *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, C.2, S.1, 2016, ss. 1-28.
- DHARMASENA Senarath, Oral CAPPS, “Intended and Unintended Consequences of A Proposed National Tax on Sugar-Sweetened Beverages to Combat the U.S. Obesity Problem”, *Health Economics*, V.21, N.6, 2012, pp. 669-694.
- DIAMOND Peter, Hannu VARTIAINEN, *Behavioral Economics and Its Applications*, 1.ed., Princeton: Princeton University Press, 2007.
- DİNLER Zeynel, *Mikro Ekonomi*, Gözden Geçirilmiş 29.b., Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2019.
- DOUGLAS Stratford, “The Duration of the Smoking Habit”, *Economic Inquiry*, V.36, N.1, (January, 1998), pp. 49-64.
- DURRANCE Christine Piette, Shelley GOLDEN, Krista PERREIRA, Philip COOK, “Taxing Sin and Saving Lives: Can Alcohol Taxation Reduce Female Homicides?”, *Social Science and Medicine*, V.73, N.1, 2011, pp.169-176.
- DUTKOWSKY Donald H., Ryan S. SULLIVAN, “Excise Taxes, Consumer Demand, Over-Shifting, and Tax Revenue”, *Public Budgeting and Finance*, V. 34, N.3, 2014, pp. 111-125.
- EDİZDOĞAN Nihat, *Teoride ve Uygulamada Özel Tüketim Vergileri*, Bursa: Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, Yayın No: 6, 1981.

- EDİZDOĞAN Nihat, ÖZKER Niyazi, *Türk Vergi Sistemi*, Bursa: Ekin Kitabevi, 2003.
- EDİZDOĞAN Nihat, Özhan ÇETİNKAYA, Erhan GÜMÜŞ, *Kamu Maliyesi*, 10.b., Bursa: Ekin Yayın, 2019.
- EDLUND Jonas, Rune ABERG, “Social Norms and Tax Compliance”, *Swedish Economic Policy Review*, V.9, 2002, pp. 201-228.
- EINAV Liran, Dan KNOEPFLE, Jonathan LEVIN, and Neel SUNDARESAN, “Sales Taxes and Internet Commerce”, *American Economic Review*, V.104, N.1, 2014, pp. 1-26.
- ELLERMAN A. Denny, “A Note on Tradeable Permits”, *Environmental and Resource Economics*, V.3, N.2, 2005, pp. 123-131.
- EPSTEIN Leonard H., Kelly K. DEARING, Lora G. ROBA, Eric FINKELSTEIN, “The Influence of Taxes and Subsidies on Energy Purchased in an Experimental Purchasing Study”, *Psychological Science*, V.21, N.3, 2010, pp. 406-414.
- ERDEM Metin, Doğan ŞENYÜZ, İsmail TATLIOĞLU, *Kamu Maliyesi*, 14.b., Bursa: Ekin Yayın, 2017.
- ERDOĞAN Meltem, Veysel KARAGÖL, “Davranışsal İktisat, Dürtme ve Günlük Hayatta Kamusal Müdahaleler: Türkiye Örnekleri ve Tavsiyeler”, *Econworld*, July, 2019, ss. 1-15.
- EROĞLU Abdullah, “Faktör Analizi”, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ed. Şeref Kalaycı, 4.b., Ankara: Asil Yayın, 2009.
- ESCOBAR Maria A.Cabrera, J. Lennert VEERMAN, Stephen M. TOLLMAN, Melanie Y. BERTRAM and Karen J. HOFMAN, “Evidence that a Tax on Sugar Sweetened Beverages Reduces the Obesity Rate: a Meta-Analysis”, *BMC Public Health*, V.13, N.1, 2013, pp. 1-10.
- ESER Rüya, Davletkan TOIGONBAEVA, “Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.6, S.1, 2011, ss. 287-321.
- FALBE Jennifer, “The Ethics of Excise Taxes on Sugar-Sweetened Beverages”, *Physiology and Behavior*, V.225, (October, 2020), pp. 1-7.
- FEHR Ernst, Jean-Robert TYRAN, “Does Money Illusion Matter?”, *The American Economic Review*, V. 91, N.5, 2001, pp. 1239-1262.
- FELDSTEIN Martin S., “Effects of Taxes on Economic Behavior”, *National Bureau of Economic Research*, Working Paper No.13745, (January 2008), pp. 1-20.
- FLEISCHER Victor, “Curb Your Enthusiasm for Pigovian Taxes”, *Vanderbilt Law Review*, V.68, N.6, 2015, pp. 1673-1713.
- FLETCHER Jason M., David E. FRISVOLD, Nathan TEFFT, “The Effects of Soft Drink Taxes on Child and Adolescent Consumption and Weight Outcomes”, *Journal of Public Economics*, V.94, 2010, pp. 967-974.

- FLETCHER Jason M., David FRISVOLD, Nathan TEFFT, “Can Soft Drink Taxes Reduce Population Weight?”, *Contemporary Economic Policy*, V. 28, N. 1, (January, 2010), pp. 23-35.
- FOGARTY James J., “A Review of Alcohol Consumption and Alcohol Control Policies”, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, V.1, N.2, 2009, pp. 110-132.
- FORSTER Martin, Andrew M. JONES, “The Role of Tobacco Taxes in Starting and Quitting Smoking: Duration Analysis of British Data”, *Journal of the Royal Statistics Society Series A (Statistics in Society)*, V.164, N.3, 2001, pp. 517-547.
- FREY Bruno S., Alois STUTZER, “Economics and Psychology: From Imperialistic to Inspired Economics”, *Philosophie Economique*, 2001/2, 2001, pp. 5-22.
- FUCHS Alan, Fernanda González ICAZA, Daniela PAZ, “Distributional Effects of Tobacco Taxation: A Comparative Analysis”, Policy Research Working Paper, No.8805, World Bank Group, Washington, DC., (April, 2019), pp. 1-30.
- GALEOTTI Fabio, Alex KARAKOSTAS, “The Promise of Behavioral Economics”, *Norwich Economic Papers*, V.1, (June, 2010), pp. 16-27.
- Gelir İdaresi Başkanlığı, Özel Tüketim Vergisi Kanununa ekli (III) sayılı liste, <https://www.gib.gov.tr>, (10.07.2023).
- Gelir İdaresi Başkanlığı, Bütçe Gelirleri, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm, (22.04.2023).
- GERÇEK Adnan, Güneş Çetin GERGER, Çağatay TAŞKIN, Feride BAKAR, Simla GÜZEL, *Mükellef Hakları Türkiye Perspektifi ve Geliştirilmesi*, 1.b., Ankara: Seçkin Yayın, 2015.
- GERGER Güneş Çetin, *Mükellef Hakları ve Vergiye Gönüllü Uyum*, 1.b., İstanbul: Legal Kitabevi, 2011.
- GERGERLİOĞLU Ufuk, *Davranışları Etkilemeye Yönelik Özel Tüketim Vergilerinin Tutum Ve Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Ampirik Analizi (İstanbul İli Örneği)*, (Doktora Tezi), İstanbul: T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014.
- GIERTZ J.Fred, “Excise Taxes,” *The Encyclopedia of Taxation and Tax Policy*, Ed. Joseph J. Cordes, Robert D. Ebel, Jane Gravelle, The Urban Institute Press, 1999, pp. 133-134.
- GINTIS Herbert, “Beyond Homo Economicus: Evidence from Experimental Economics”, *Ecological Economics*, V.35, N.3, 2000, pp. 311-322.
- GİRAY Filiz, *Maliye Tarihi*, 9.b., Bursa: Dora Yayın, 2021.
- GOEL Rajeev K., Mathew J.MOREY, “The Interdependence of Cigarette and Liquor Demand”, *Southern Economic Journal*, V.62, N.2, 1995, pp. 451-459.
- GOLDIN Jacob, “Sales Tax Not Included: Designing Commodity Taxes for Inattentive Consumers”, *Yale Law Journal*, V.122, N.1, 2012, pp. 258-301.

- GOOLSBEE Austan, “In a World Without Borders: The Impact of Taxes on Internet Commerce”, *The Quarterly Journal of Economics*, V.115, N.2, 2000, pp. 561-576.
- GORDON James P.F., “Individual Morality and Reputation Deterrents to Tax Evasion”, *European Economic Review*, V.33, N.4, (April, 1989), pp. 797-805.
- GREEN Jerry, Eytan SHESHINSKI, “Direct versus Indirect Remedies for Externalities”, *Journal of Political Economy*, V.84, N.4, Part 1, (Aug., 1976), pp. 797-808.
- GRIFFITH Rachel, Martin O’CONNELL, “Public Policy towards Food Consumption”, *Fiscal Studies*, V.31, N.4, 2010, pp. 481-507.
- GRIFFITH Rachel, Martin O’CONNELLA, Kate SMITH, “Tax Design in the Alcohol Market”, *Journal of Public Economics*, V.172, 2019, pp. 20-35.
- GRUBER Jonathan, Botond KOSZEGI, “Is Addiction “Rational”? Theory and Evidence”, *The Quarterly Journal of Economics*, V.116, N.4, 2001, pp. 1261-1303.
- GRUBER Jonathan, Sendhil MULLAINATHAN, “Do Cigarette Taxes Make Smokers Happier?”, *The B.E. Journal of Economic Analysis and Policy*, V.5, N.1, 2005, pp. 1-45.
- GUHL Nils, David W. HUGHES, “Cigarette Smoking and Market Failure: A Determination of the Economically Efficient Cigarette Tax Rate”, University of West Georgia Report, 2006, pp. 1-20. <https://untobaccocontrol.org/taxation/e-library/wp-content/uploads/2020/06/Cigarette-smoking-and-market-failure-a-determination-of-the-economically-efficient-cigarette-tax-rate.pdf> (14.08.2021).
- GÜRAN Mehmet Cahit, “Avrupa Birliği’nde Özel Tüketim Vergilerinin Uyumlaştırılması ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi”, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.23, S.1, 2005, ss. 261-286.
- HAAVIO Markus, Kaisa KOTAKORPI, “The Political Economy of Sin Taxes”, *European Economic Review*, V.55, N.4, 2011, pp. 575-594.
- HARRINGTON Susan, “The Role of Sugar-Sweetened Beverage Consumption in Adolescent Obesity: A Review of the Literature”, *The Journal of School Nursing*, V.24, N.1, (February 2008), pp. 1-12.
- HEINONEN Miika, *The Finnish Excise Tax on Sugar-Sweetened Beverages and Its Effect on Their Prices and Demand*, (Master’s Thesis), Jyväskylä: Jyväskylä University School of Business and Economics, 2018, pp. 1-81.
- HENRICH Joseph, Robert BOYD, Samuel BOWLES, Colin CAMERER, Ernst FEHR, Herbert GINTIS, Richard MCELREATH, Michael ALVARD, Abigail BARR, Jean ENSMINGER, Natalie Smith HENRICH, Kim HILL, Francisco GIL-WHITE, Michael GURVEN, Frank W. MARLOWE, John Q. PATTON and David TRACER, “Economic Man in Cross-cultural Perspective Behavioral Experiments in 15 Small-scale Societies”, *Behavioral and Brain Sciences*, V.28, N.6, 2005, pp. 795-815.
- HERTTUA Kimmo, P. MÄKELÄ, P. MARTIKAINEN, R. SİRÉN, “The Impact of a Large Reduction in the Price of Alcohol on Area Differences in Interpersonal Violence: a

- Natural Experiment Based on Aggregate Data”, *Journal of Epidemiology and Community Health*, V.62, N.11, 2008, pp. 995-1001.
- HINES JR James R., “Excise Taxes”, *The Office of Tax Policy Research*, Working Paper No: 2007-2, 2007a, pp. 1-7.
- HINES JR James R., “Taxing Consumption and Other Sins”, *Journal of Economic Perspectives*, V.21, N.1, 2007b, pp. 49-68.
- HOFFER Adam J., William F. SHUGHART II, Michael D. THOMAS, “Sin Taxes and Sindustry: Revenue, Paternalism, and Political Interest”, *The Independent Review*, V.19, N.1, (Summer, 2014), pp. 47-64.
- HOFFER Adam, Rejeana GVILLO, William F. SHUGHART II, and Michael D. THOMAS, “Regressive Effects: Causes and Consequences of Selective Consumption Taxation”, *Mercatus Working Paper*, Mercatus Center at George Mason University, Arlington, VA, (March, 2015), pp. 1-67.
- HOFFER Adam J., William F. SHUGHART II, “The Theory and Practice of Selective Consumption Taxation”, *For Your Own Good: Taxes, Paternalism, and Fiscal Discrimination in the Twenty-First Century*, Ed. Adam J. Hoffer, Todd Nesbit, Arlington: Mercatus Center at George Mason University, 2018, pp. 59-76.
- HOLCOMBE Randall G., “Selective Excise Taxation from an Interest-Group Perspective”, *Taxing Choice: The Predatory Politics of Fiscal Discrimination*, Ed. William F. Shughart II, Oakland, CA: The Independent Institute, 1997, pp. 81-103.
- HOLDSWORTH Max, *Association Between Alcohol Taxes and Health Harms a UK Framework*, (Master Thesis), Newark: University of Delaware, 2018.
- HU Teh-wei, Zhengzhong MAO, Jian SHI, Wendong CHEN, “The Role of Taxation in Tobacco Control and Its Potential Economic Impact in China”, *Tobacco Control*, V.19, N.1, 2010, pp. 58-64.
- HUMMEL Daniel, “The Potential Effects of the Social Costs from Alcohol Consumption on State Financial Condition”, *Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management*, V.30, N.1, 2018, pp. 72-87.
- HYMAN David N., *Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy*, 8.ed., Mason, Ohio: Thomson South-Western, 2005.
- IŞIK Mevhibe, *Türkiye’de Sigara Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergisinin Sigara Tüketim Tercihleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir: T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.
- İLHAN Mustafa, ÇETİN Bayram, “LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması”, *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, Cilt 5, Sayı 2, (K1ş, 2014), ss. 26-42.
- İPEK Selçuk, İlknur KAYNAR, “Demografik Faktörlerin Vergi Uyumuna Etkisi: Bir Anket Çalışmasının Sonuçları”, *Maliye Dergisi*, S.157, 2009, ss. 116-130.

- JAMES Simon, Clinton ALLEY, “Tax Compliance, Self-Assessment and Tax Administration”, *Journal of Finance and Management in Public Services*, V.2, N.2, 2002, pp. 27-42.
- JAMES Simon, Alison EDWARDS, “Optimum Tax Compliance Costs, Tax Simplification and Developing a Strategy for Tax Reform”, *Tax Research Network, 16. Annual Conference University of Sheffield*, (6-7 September, 2007), pp. 1-31.
- JEVONS W. Stanley, *The Theory of Political Economy*, 5.ed., New York City: Reprints of Economic Classics, 1965.
- JHA Prabhat, Joy de BEYER, and Peter S. HELLER, “Death and Taxes, Economics of Tobacco Control”, *Finance & Development*, V.36, N.4, (December 1999), pp. 46-50.
- JOSHUA John, “The Market and the Social and Private Costs of Alcohol Abuse”, *The Economics of Addictive Behaviours*, Volume II, 2017, pp. 59-71.
- KAHNEMAN Daniel, Amos TVERSKY, “Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk”, *Econometrica*, V.47, N.2, 1979, pp. 263-291.
- KAHNEMAN Daniel, Amos TVERSKY, “Choices, Values, and Frames”, *American Psychologist*, V.39, N. 4, 1984, pp. 341-350.
- KAHNEMAN Daniel, Jack L. KNETSCH, Richard H. THALER, “Anomalies The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias”, *Journal of Economic Perspectives*, V.5, N.1, 1991, pp. 193-206.
- KAHNEMAN Daniel, “A Psychological Perspective on Economics”, *The American Economic Review*, V.93, N.2, 2003a, pp. 162-168.
- KAHNEMAN Daniel, “Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics” *The American Economic Review*, V.93, N.5, 2003b, pp. 1449-1475.
- KAHNEMAN Daniel, *Hızlı ve Yavaş Düşünme*, çev: Osman Ç. Deniztekin, Filiz N. Deniztekin, 11.b., İstanbul: Varlık Yayınları, 2019.
- KAMİLÇELEBİ Hatime, *Davranışsal İktisat*, 1.b., İstanbul: IJOPEC Publication, 2019.
- KARAGÜL Mehmet, “Rasyonel Ekonomi Ve Davranış İktisadından Değerler İktisadına”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.5, S.2, 2018, ss. 425-440.
- KAYMAKÇI Özgün Burak, “Politik İktisadın 'Rasyonel' Temelleri”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2015, ss. 53-73.
- KEELER Theodore E., Teh-wei HU, Paul G. BARNETT, Willard G. MANNING, Hai-Yen SUNG, “Do Cigarette Producers Price-Discriminate by State? An Empirical Analysis of Local Cigarette Pricing and Taxation”, *Journal of Health Economics*, V.15, N.4, 1996, pp. 499-512.
- KENKEL Donald S., “Drinking, Driving, and Deterrence: the Effectiveness and Social Costs of Alternative Policies”, *Journal of Law and Economics*, V.36, N.2, 1993, pp. 877-913.

- KESKİN Umut, “Belirsizlik ve İnsan Davranışları”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2015, ss.141-164.
- KIRCHLER Erich, *The Economic Psychology of Tax Behaviour*, Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
- KIRCHLER Erich, Erik HOELZL, Ingrid WAHL, “Enforced Versus Voluntary Tax Compliance: The ‘Slippery Slope’ Framework”, *Journal of Economic Psychology*, V.29, N.2, 2008, pp. 210-225.
- KIRCHLER Erich, Stephan MUEHLBACHER, Katharina GANGL, Eva HOFMANN, Christoph KOGLER, Maria POLLAI, James ALM, “Combining Psychology and Economics in the Analysis of Compliance: From Enforcement to Cooperation”, *Tulane Economics Working Paper Series*, Working Paper N.1212, 2012, pp. 1-35.
- KIRCHLER Erich, Christoph KOGLER, Stephan MUEHLBACHER, “Cooperative Tax Compliance: From Deterrence to Deference”, *Current Directions in Psychological Science*, V.23, N.87, 2014, pp. 87-92.
- KİRMANOĞLU Hülya, *Kamu Ekonomisi Analizi*, 4.b., İstanbul: Beta Yayın, 2013.
- KİTAPÇI İsmail, *Vergi Etiği Vergi Psikolojisi, Verginin Sosyo-Psikolojik Teorisi*, 3.b., Ankara: Seçkin Yayın, 2015.
- KİTAPÇI İsmail, “Rasyonaliteden İrrasyonaliteye: Davranışsal İktisat Yaklaşımı ve Bilişsel Önyargılar”, *Maliye Araştırmaları Dergisi*, C.3, S.1, 2017, ss. 85-102.
- KONNOPKA Alexander, Hans-Helmut KONIG, “The Health and Economic Consequences of Moderate Alcohol Consumption in Germany 2002”, *Value in Health*, V.12, N.2, 2009, pp. 253-261.
- KOROBKIN Russell B., Thomas S. ULEN, “Law and Behavioral Science: Removing the Rationality Assumption from Law and Economics”, *California Law Review*, V.88, N.4, 2000, pp. 1051-1144.
- KOTAKORPI Kaisa, “The Incidence of Sin Taxes”, *Economics Letters*, V.98, N.1, 2008, pp. 95-99.
- KOVEY Geoff, “Sunk Cost”, *Appita Journal*, V.63, N.2, 2010, pp. 98-101.
- KURT Sümeyra Duman, Mustafa TANYERİ, “Davranışsal Ekonomi Yaklaşımlarının Ürün İlgilenim Seviyesine Göre İncelenmesi”, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, C.6, S.12, (Temmuz, 2013), ss. 21-46.
- LAFFER Arthur, “The Laffer Curve: Past, Present, and Future”, Executive Summary Backgrounder, *The Heritage Foundation*, No:1765, June 2004, pp. 1-16.
- LEACH John, *A Course in Public Economics*, Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- LEIBENSTEIN Harvey, “Allocative Efficiency Versus X-Efficiency”, *American Economic Review*, V. 56, N.3, 1966, pp. 392-415.

- LEICESTER Andrew, "Alcohol Pricing and Taxation Policies", *Institute for Fiscal Studies*, IFS Briefing Note BN124, 2011, pp. 1-40.
- LEISTIKOW Bruce N., "The Human and Financial Costs of Smoking", *Clinics in Chest Medicine*, V.21, N.1, 2000, pp. 189-197.
- LESTARI Tutik, Monot WICAKSONO, "Effect of Awareness, Knowledge and Attitude of Taxpayers Tax Compliance for Taxpayers in Tax Service Office Boyolali", *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, V.1, N.1, 2017, pp. 12-25.
- LIN Biing-Hwan, Travis A. SMITH, Jonq-Ying LEE, Kevin D. HALL, "Measuring Weight Outcomes for Obesity Intervention Strategies: The Case of A Sugar-Sweetened Beverage Tax", *Economics and Human Biology*, V.9, N.4, 2011, pp. 329-341.
- LLOYD Peter, Donald MACLAREN, "Should We Tax Sugar and If So How?", *Australian Economic Review*, V.52, N.1, 2019, pp. 19-40.
- LOEWENSTEIN George, Richard H. THALER, "Anomalies Intertemporal Choice", *Journal of Economic Perspectives*, V.3, N.4, (Fall, 1989), pp. 181-193.
- LORENZI Peter, "Sin Taxes", *Society*, V.41, N.3, 2004, pp. 59-65.
- LUDBROOK Anne, "Minimum Pricing of Alcohol", *Health Economics*, V.18, N.12, 2009, pp. 1357-1360.
- MAKİ Uskali, "Models Are Experiments, Experiments Are Models", *Journal of Economic Methodology*, V.12, N.2, 2005, pp. 303-315.
- MANNING Willard, Linda BLUMBERG, Lawrence H. MOULTON, "The Demand for Alcohol: the Differential Response to Price", *Journal of Health Economics*, V.14, N.2, 1995, pp. 123-148.
- MCCAFFERY Edvard J., Jonathan BARON, "Thinking About Tax, Psychology", *Psychology, Public Policy, and Law*, V.12, N.1, 2006, pp. 106-135.
- MCCORMICK Barry , I. STONE, Corporate Analytical Team, "Economic Costs of Obesity and the Case for Government Intervention", *Obesity Reviews*, 8, 2007, pp. 161-164.
- MCGILL Gary A., *The Cpa's Role in Income Tax Compliance: An Empirical Study of Variability in Recommending Aggressive Tax Positions*, (Unpublished Doctoral Dissertation), Lubbock: Texas Tech University, 1988.
- MODUGU Kennedy P., John O. ANYADUBA, "Impact of Tax Audit on Tax Compliance in Nigeria", *International Journal of Business and Social Science*, V.5, N.9, (August, 2014), pp. 207-215.
- MULLAHY John, Jody L. SINDELAR, "Alcoholism and Income: The Role of Indirect Effects", *The Milbank Quarterly*, V.72, N.2, 1994, pp. 359-375.
- MULLAINATHAN Sendhill, Richard H. THALER, "Behavioral Economics", *NBER Working Paper*, No: 7948, 2000, pp. 1-13.

- MURPHY Kristina, “The Role of Trust in Nurturing Compliance: A Study of Accused Tax Avoiders”, *Law and Human Behavior*, V.28, 2004, pp. 187-209.
- NADAROĞLU Halil, *Kamu Maliyesi Teorisi*, Gözden Geçirilmiş ve Düzeltilmiş 8.b., İstanbul: Beta Yayıncılık, 1992.
- NESBIT Todd M., “Essays on Excise Taxation: Cross-Border Effects, Quality Substitution, and Tax Earmarking”, Graduate Theses, Dissertations, and Problem Reports, 2317, 2005. <https://researchrepository.wvu.edu/etd/2317>, (21.03.2021).
- NICOLAS Angel Lopez, “How Important are Tobacco Prices in the Propensity to Start and Quit Smoking? An Analysis of Smoking Histories from the Spanish National Health Survey”, *Health Economics*, V.11, 2002, pp. 521-535.
- NORDBLOM Katarina, “The Complex Attitudes to Alcohol Taxation”, *Applied Economics*, V.43, N.24, 2011, pp. 3355-3364.
- NORTON David Fate, Mary J. NORTON, *David Hume: A Treatise of Human Nature*, Oxford: Oxford University Press, 2000.
- NURKHIN Ahmad, Ine NOVANTY, Muhsin MUHSİN, Sumiadji SUMIADJİ, “The Influence of Tax Understanding, Tax Awareness and Tax Amnesty toward Taxpayer Compliance”, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, V.22, N.2, 2018, pp. 240-255.
- O’CONNOR Simon, *An Investigation into the Introduction of a Tax on Sugar Sweetened Soft Drinks in Ireland and Its Impact on Consumers’ Buying Behaviour*, (Masters Thesis), Dublin: National College of Ireland, 2018.
- O’DONOGHUE Ted, Matthew RABIN, “Studying Optimal Paternalism, Illustrated by a Model of Sin Taxes”, *American Economic Review*, V.93, N.2, 2003, pp. 186-191.
- OECD, *Consumption Tax Trends 2020: VAT/GST and Excise Rates, Trends and Policy Issues*, Paris: OECD Publishing, 2020. https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/consumption-tax-trends-2020_152def2d-en, (19.03.2021).
- OECD, *Consumption Tax Trends 2022: VAT/GST and Excise, Core Design Features and Trends*, <https://www.oecd.org/tax/consumption-tax-trends-19990979.htm>, (26.04.2023).
- OGUS Anthony, *Regulation: Legal Form and Economic Theory*, Oxford and Portland, Oregon: Hart Publishing, 2004.
- ORKUNOĞLU-ŞAHİN Işıl F., Ahmet B. YERELİ, “Mükelleflerin Vergiye Direnme Yöntemleri ve Türkiye’de Günah Vergilerindeki Artışların Değerlendirilmesi”, *Sosyoekonomi*, V. 26, N. 35, 2018, ss. 169-193.
- ORVISKA Marta, John HUDSON, “Tax Evasion, Civic Duty and the Law Abiding Citizen”, *European Journal of Political Economy*, V.19, N.1, 2002, pp. 83-102.
- ÖNER Erdoğan, *Mali Olaylar ve Düzenlemeler Işığında Osmanlı İmparatorluğu ve Cumhuriyet Döneminde Mali İdare*, Maliye Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Yayın No: 2001/359, Ankara, 2001.

ÖZ Ersan, Hüseyin KUTBAY, “Ekolojik Vergileme: Seçilmiş Bazı Dünya Ülkeleri ile Türkiye Verilerinin Karşılaştırılması”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, V.11, N.1, (Nisan 2016), ss. 247-271.

Özel Tüketim Vergisi (I) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği

Özel Tüketim Vergisi (II) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği

Özel Tüketim Vergisi (III) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği

Özel Tüketim Vergisi (IV) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği

PAN Zhongdang, Gerald M. KOSICKI, ”Framing Analysis: An Approach to News Discourse”, *Political Communication*, V.10, N.1, 1993, pp. 55-75.

PARRY Ian W. H., Sarah E. WESTY, Ramanan LAXMINARAYAN, “Fiscal and Externality Rationales for Alcohol Policies”, *The B.E. Journal of Economic Analysis and Policy*, V.9, N.1, 2009, p. 1-46.

PIERANI Pierpaolo, Silvia TIEZZI, “Addiction and Interaction Between Alcohol and Tobacco Consumption”, *Empirical Economics*, V.37, N.1, 2009, pp. 1-23.

PIGOU Arthur C., *The Economics of Welfare*, 4.ed., London: Macmillan and Co., 1932.

PLOTT Charles R., “Externalities and Corrective Taxes”, *Economica*, New Series, V.33, N.129, 1966, pp. 84-87.

POGUE Thomas F., Larry G. SGONTZ, “Taxing to Control Social Costs: The Case of Alcohol”, *American Economic Review*, V.79, N.1, 1989, pp. 235-243.

POLINSKY A. Mithcell, Shavell STEVEN, “The Economic Theory of Public Enforcement of Law”, *Journal of Economic Literature*, V.38, N.1, March, 2000, pp. 45-76.

POSNER Eric A., “Law and Social Norms: The Case of Tax Compliance”, *Virginia Law Review*, V.86, N.8, (November, 2000), pp. 1781-1819.

POWELL Lisa M., Jamie F. CHRIQUI, Tamkeen KHAN, Roy WADA, and Frank J. CHALOUKKA, “Assessing the Potential Effectiveness of Food and Beverage Taxes and Subsidies for Improving Public Health: A Systematic Review of Prices, Demand and Body Weight Outcomes”, *Obesity Reviews*, V.14, N.2, 2013, pp. 110-128.

POWRIE Ian, Brian O'NEILL, John MERRICK, Sophie POWRIE, “Dealing with a Social Externality - Alcohol and Health”, *Journal of Wine Research*, V.25, N.2, 2014, pp. 105-126.

RABIN Mathew, “A Perspective on Psychology and Economics”, University of Berkeley Other Recent Work, Working Paper No: E02-313, 2002, p. 1-43. <https://escholarship.org/uc/item/4z78n1r9> (19.11.2020).

RICE Dorothy P., Sander KELMAN, Leonard S. MILLER, “Estimates of Economic Costs of Alcohol and Drug Abuse and Mental Illness, 1985 and 1988”, *Public Health Reports*, V.106, N.3, (May-June 1991), pp. 280-292.

- RICHARDSON Grant, “Determinants of Tax Evasion: A Cross-Country Investigation”, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, V.15, N.2, 2006, pp. 150-169.
- ROSEN Harvey S., *Public Finance*, 7.ed., Singapore: The McGraw-Hill, 2005.
- ROSENAU Pauline V., “Is Economic Theory Wrong about Human Nature?”, *Journal of Economic and Social Policy*, V.10, S.2, 2006, pp. 1-17.
- ROSS Hana, Jean TESCHE, Nicole VELLIOS, “Undermining Government Tax Policies: Common Legal Strategies Employed by the Tobacco Industry in Response to Tobacco Tax Increases”, *Preventive Medicine*, 105:S19-S22, 2017, pp. 1-11.
- ROTH Jeffrey A., John T. SCHOLZ, Ann D. WITTE, *Taxpayer Compliance*, V.1, An Agenda for Research, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.
- RUBEN Ester, Devrim DUMLUDAĞ, “Davranışsal İktisadın Gelişimi”, *İktisat ve Toplum*, C.5, S.58, 2015, ss. 1-9.
- RUBEN Ester, Devrim DUMLUDAĞ, “İktisat ve Psikoloji”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2015, ss. 33-52.
- SAATÇIOĞLU Ömer, EVREN Cüneyt ve ÇAKMAK Duran, “Alkol Kullanım Bozuklukları Tanıma Testinin Geçerliliği ve Güvenirliği”, *Türkiye’de Psikiyatri*, 4(2-3), 2002, ss. 107-113.
- SAMUELSON William, Richard ZECKHAUSER, “Status Quo Bias in Decision Making”, *Journal of Risk and Uncertainty*, V.1, N.1, 1988, pp. 7-59.
- SANDALCI Ulvi, “Türkiye’de Obezite Vergisinin Kabul Edilebilirliğine İlişkin Bir Alan Araştırması”, (Doktora Tezi), Kütahya: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.
- SANDMO Angnar, *The Public Economics of the Environment*, New York: Oxford University Press, 2000.
- SARAL Ali Seyhun, “Laboratuvar Deneyleri: Metodolojik Bir Giriş”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, ss. 341-360.
- SARUÇ Naci Tolga, *Vergi Uyumu: Teori ve Uygulama*, 1.b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015.
- SARUÇ Naci Tolga, Etem KARAKAYA, “Emisyon Ticareti ve Karbon Piyasası”, ed. Etem Karakaya, *Küresel Isınma ve Kyoto Protokolü: İklim Değişikliğinin Bilimsel Ekonomik ve Politik Analizi*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2008, ss. 197-224.
- SAVAŞAN Fatih, *Piyasa Başarısızlığından Devletin Başarısızlığına Kamu Ekonomisi*, 7.b., Bursa: Dora Yayın, 2017.
- SCHMOLDERS Günter, *Genel Vergi Teorisi*, çev. Salih Turhan, İstanbul: İ.Ü.İ.F.M.E. Yayın No:55, 1976.

- SCHOLZ John T., Neil PINNEY, “Duty, Fear, and Tax Compliance: The Heuristic Basis of Citizenship Behavior”, *American Journal of Political Science*, V.39, N.2, May 1995, pp. 490-512.
- SCHWENDICKE Falk, Michael STOLPE, “Taxing Sugar-Sweetened Beverages: Impact on Overweight and Obesity in Germany”, *BMC Public Health*, V.17, N.1, 2017, pp. 1-8.
- SEÇİLMİŞ Erdem, İrem DİDİNMEZ, “Vergi Reformlarının Davranışsal İktisat Perspektifinden Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği”, *Bilig*, S.77, Bahar 2016, ss. 203-232.
- SEFİL Sinem, Hakkı Kutay ÇİLİNGİROĞLU, “Davranışsal Finansın Temelleri: Karar Vermenin Bilişsel ve Duygusal Eğilimleri”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl.10, S.19, 2011, ss. 247-268.
- SEGOVIA Joselin, Mercy ORELLANA, Juan Pablo SARMIENTO, Darwin CARCHI, “The Effects of Taxing Sugarsweetened Beverages in Ecuador: An Analysis Across Different Income and Consumption Groups”, *Plos One*, V.15, N.10, 2020, pp. 1-18.
- SENT Esther-Mirjam, “Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back Into Economics”, *History of Political Economy*, V.36, N.4, 2004, pp. 735-760.
- SERİM Havva, Fahriye ÖZTÜRK, “Davranışsal İktisat ve Zamanlararası Tercih: Tasarruf Davranışı Üzerine Bir İnceleme”, *Politik Ekonomik Kuram Sosyal Bilimler Dergisi*, C.2, S.2, 2018, ss. 146-172.
- SHILLER Robert J., “Human Behavior and the Efficiency of the Financial System”, *NBER Working Paper*, No.6375, 1998, pp. 1-59.
- SIMON Herbert A., “Theories of Bounded Rationality”, *Decision and Organization*, ed. C. B. McGuire, Roy Radner, Amsterdam: North-Holland Publishing Company, 1972.
- SIMON Herbert A., “A Behavioral Model of Rational Choice”, *The Quarterly Journal of Economics*, V.69, N.1, 1955, pp. 99-118.
- SINDELAR Jody, “Social Costs of Alcohol”, *Journal of Drug Issues*, V.28, N.3, 1998, pp. 763-780.
- SLEMROD Joel, “An Empirical Test for Tax Evasion”, *Review of Economics and Statistics*, V.67, N.2, 1985, pp. 232-238.
- SMITH Kent W., Karyl A. KINSEY, “Understanding Taxpaying Behavior: A Conceptual Framework with Implications of Research”, *Law and Society Review*, V.21, N.4, 1987, pp. 639-663.
- SNOWDON Christopher, “The Wages of Sin Taxes”, *Adam Smith Institute*, 2012, pp. 1-73.
- SON Chong H., Kudret TOPYAN, “The Effect of Alcoholic Beverage Excise Tax on Alcohol-Attributable Injury Mortalities”, *The European Journal of Health Economics*, V.12, N.2, 2011, pp. 103-113.

- SONG Young-dahl, Tinsley E. YARBROUGH, “Tax Ethics and Taxpayer Attitudes: A Survey”, *Public Administration Review*, V.38, N.5, 1978, pp. 442-452.
- SOYDAL Haldun, Zekeriya MIZRAK, Fatma Nur YORGANCILAR, “Nöro Ekonomi Kavramı'nın İktisat Bilimi İçindeki Yeri, Önemi ve Bilimselliği”, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, C.10, S.19, 2010, ss. 215-240.
- SOYER Emre, “Davranışsal İktisat ve Politika Geliştirme”, *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse ve E. Ruben, 2.b., Ankara: İmge Kitabevi, 2005, ss. 75-105.
- STIGLITZ Joseph E., *Kamu Kesimi Ekonomisi*, Çev.Ömer Faruk Batırel, İstanbul: Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, Yayın No: 396, 1994.
- STRINGHAM Edward, “Kaldor-Hicks Efficiency and the Problem of Central Planning”, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, V.4, N.2, (Summer, 2001), pp. 41-50.
- SUSAM Nazan, *Kamu Maliyesi: Temel Kavram ve Esaslar*, 4.B., İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, 2020.
- ŞEN Hüseyin, İsa SAĞBAŞ, *Vergi Teorisi ve Politikası*, 3.b., Ankara: Barış Arıkan Yayınları, 2017.
- ŞENER Orhan, *Teori ve Uygulamada Kamu Ekonomisi*, 11.b., İstanbul: Beta Yayın, 2010.
- ŞENYÜZ Doğan, *Vergilendirmede Yükümlü Psikolojisi*, Bursa: 1995.
- ŞENYÜZ Doğan, YÜCE Mehmet, GERÇEK Adnan, *Türk Vergi Sistemi*, 18.b., Bursa: Ekin Basım Yayım Dağıtım, 2021.
- ŞİMŞEK Hamza, *Davranışsal İktisadın Politika Yapımına Etkisi*, 1.b., İstanbul: IJOPEC Publication, 2018.
- TAYLAR Yıldırım, “Vergi Teorisi Açısından Özel Tüketim Vergileri ve Türk Özel Tüketim Vergisi Uygulaması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C: 12, Özel Sayı, 2010, ss. 435-467.
- T.C.Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü, Türkiye Büyük Millet Meclisi, Özel Tüketim Vergisi Kanunu Tasarısı ve Plan ve Bütçe Komisyonu Raporu, (Rapor No: 1/988), 17.5.2002.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Alkol ve Alkollü İçkiler Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tütün ve Alkol Dairesi Başkanlığı, Tütün ve Tütün Mamulleri Daire Başkanlığı, <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/22/Tutun-Ve-Tutun-Mamulleri-Daire-Baskanligi>, (25.04.2023).
- TEKİN Bilgehan, “Beklenen Fayda ve Beklenti Teorileri Bağlamında Geleneksel Finans – Davranışsal Finans Ayrımı”, *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, V.2, S.4, 2016, ss. 75-107.

- THALER Richard H., "Toward a Positive Theory of Consumer Choice", *Journal of Economic Behavior and Organization*, V.1, N.1, March, 1980, pp. 39-60.
- THALER Richard, "Some Empirical Evidence on Dynamic Inconsistency", *Economics Letters*, V.8, N.3, 1981, pp. 201-207.
- THALER Richard H., "Mental Accounting and Consumer Choice", *Marketing Science*, V.4, N.3, Summer, 1985, pp. 199-214.
- THALER Richard H., "Mental Accounting Matters", *Journal of Behavioral Decision Making*, V.12, N.3, 1999, pp. 183-206.
- THALER Richard H., Cass R. SUNSTEİN, *Dürtme (Nudge), Sağlık, Zenginlik ve Mutlulukla İlgili Kararları Uygulamak*, çev: Enver Günsel, 4.b., İstanbul: Pegasus Yayınları, 2017.
- TOMAK Serpil, "Girişimci ve Hevristikleri: Kavramsal Çözümleme", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.10, S.2, 2009, ss. 145-166.
- TOMER John F., "What is Behavioral Economics?", *The Journal of Socio-Economics*, V.36, N.3, 2007, pp. 463-479.
- TOR Avishalom, "The Methodology of the Behavioral Analysis of Law", *Haifa Law Review*, V.4, 2008, pp. 237-327.
- TORGLER Benno, *Tax Morale: Theory and Empirical Analysis of Tax Compliance*, (PhD Dissertation), Basel: Universität Basel, 2003a.
- TORGLER Benno, "Tax Morale and Institutions", *CREMA Working Paper*, N.2003-09, 2003b, pp. 1-36.
- TORGLER Benno, Friedrich SCHNEIDER, "Does Culture Influence Tax Morale? Evidence from Different European Countries" *CREMA Working Paper*, N.17, 2004, pp. 1-37.
- TORGLER Benno, Christoph A. SCHALTEGGER, "Tax Morale and Fiscal Policy", *Center for Research Economics, Managements and the Arts*, Working Paper No: 30, 2005, ss. 1-34.
- TORGLER Benno, "The Importance of Faith: Tax Morale and Religiosity", *Journal of Economic Behavior and Organization*, V.61, N.1, 2006, pp. 81-109.
- TORGLER Benno, *Tax Compliance and Tax Morale: A Theoretical and Empirical Analysis*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2007.
- TORUN Tolga, EKİNCİ Filiz, "Sigara ve Benzer Nitelikli Alışkanlık Yaratan Ürünlerin Tüketiminin Azaltılmasına Yönelik Sosyal Pazarlama Uygulamalarında Vergilerin Etkinliği", *Sakarya İktisat Dergisi*, C.3, S.2, 2014, ss. 19-39.
- TREPEL Christopher, Craig R. FOX, Russell A. POLDRACK, "Prospect theory on the brain? Toward a Cognitive Neuroscience of Decision Under Risk", *Cognitive Brain Research*, V.23, N.1, 2005, pp. 34-50.
- TRUJILLO Austin, *An Excise Tax on Sugar-Sweetened Drinks as Health Policy: Can Taxation Influence Weight?*, (Master Thesis), Sacramento: California State University, 2015.

- TSAI Yi-Wen, Lee-Lan YEN, Chung-Lin YANG, Pei-Fen CHEN, “Public Opinion Regarding Earmarked Cigarette Tax in Taiwan”, *BMC Public Health*, V.3, N.42, 2003, pp.1-8.
- TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, <https://www.tuik.gov.tr/>, (24.04.2023).
- TVERSKY Amos, Daniel KAHNEMAN, “Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases”, *Science*, V.185, N.4157, 1974, pp. 1124-1131.
- TVERSKY Amos, Daniel KAHNEMAN, “The Framing of Decisions and the Psychology of Choice”, *Science*, V.211, N.4481, 1981, pp. 453-458.
- TVERSKY Amos, Daniel KAHNEMAN, “Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model”, *The Quarterly Journal of Economics*, V.106, N.4, 1991, pp. 1039-1061.
- TVERSKY Amos, Daniel KAHNEMAN, “Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty”, *Journal of Risk and Uncertainty*, V.5, N.4, 1992, pp. 297-323.
- TUNÇER Mehmet, “Vergi Ahlâkı-Vergi Uyumu İlişkisi ve Türkiye”, *Vergi Sorunları Dergisi*, S.181, 2003, ss. 92-114.
- TURHAN Salih, *Vergi Teorisi ve Politikası*, Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 7.b., İstanbul: Filiz Kitabevi, 2020.
- UĞUR Atilla, Erdem AKDEMİR, Eda GÜRSEL, “Sigara ve Alkol Üzerindeki Dolaylı Vergilerin Sağlık Harcamaları Üzerindeki Etkisi”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, C.2, S.1, 2010, ss. 1-14.
- UYANIK Atilla, “Vergi Bilinci ve Vergiye Gönüllü Uyumun Vergi Gelirlerine Etkilerinin Değerlendirilmesi”, *Maliye Dergisi*, S.177, Temmuz-Aralık 2019, ss. 354-386.
- UYSAL M. Atilla, KADAKAL Figen, KARŞIDAĞ Çağatay, BAYRAM Nazan Gülhan, UYSAL Ömer, YILMAZ Veysel, “Fagerstrom Test for Nicotine Dependence: Reliability in a Turkish Sample and Factor Analysis”, *Tüberküloz ve Toraks Dergisi*, C.52, S.2, 2004, ss.115-121.
- ÜZELTÜRK Hakan, “Özel Tüketim Vergileri: Bitmeyen Tepki”, *17. Türkiye Maliye Sempozyumu*, Avrupa Birliğine Geçiş Süreci ve Türk Kamu Maliyesinin Uyum, TÜRMÖB Yayınları 185, (Mayıs, 2002), ss. 382-440.
- VEERMAN J.Lennert, Gary SACKS, Nicole ANTONOPOULOS, Jane MARTİN, “The Impact of a Tax on Sugar-Sweetened Beverages on Health and Health Care Costs: A Modelling Study”, *Plos One*, V.11, N.4, 2016, pp. 1-10.
- WINSTANLEY Chris L., “A Healthy Food Tax Credit: Moving Away from the Fat Tax and Its Fault-Based Paradigm”, *Oregon Law Review*, V.86, N.4, 2008, pp. 1151-1200.
- XU Xin, Ellen E. BISHOP, Sara M. KENNEDY, Sean A. SIMPSON, Terry F. PECHACEK, “Annual Healthcare Spending Attributable to Cigarette Smoking: An Update”, *American Journal of Preventive Medicine*, V.48, N.3, 2015, pp. 326-333.

- YAVUZASLAN Kıymet, “İktisat Bilimi Laboratuvara mı Taşınıyor? Deneysel İktisat ve Oyun Teorisi”, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, C.11, S.21, 2019, ss. 428-444.
- YAVUZASLAN Kıymet, “Ekonomideki Tercihlerde, Demografik Farklılıkların Önemi: Davranışsal Ve Deneysel İktisat Çalışmaları”, *Social Sciences Studies Journal*, C.4, S.19, 2018, ss. 2152-2158.
- YELVINGTON Brenda, “Excise Taxes in Historical Perspective”, *Taxing Choice: The Predatory Politics of Fiscal Discrimination*, Ed. William F. Shughart II, Oakland, CA: The Independent Institute, 1997, pp. 31-56.
- YILDIRIM İbrahim, “Asimetrik Bilgi: Finansal Piyasalardan Sonra Siyaset ve Bürokraside Durumu, Sakıncaları ve Tedbirler”, *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, V.14, S.55, 2019, ss. 217-230.
- YILMAZ Veysel, “Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modelleri: Tüketici Şikayetlerine Uygulanması”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.4, S.1, 2004, ss. 77-90.
- YITZHAKI Shlomo, “Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis”, *Journal of Public Economics*, V.3, N.2, 1974, pp. 201-202.
- YOUNG Douglas J., Agnieszka BIELINSKA-KWAPISZ, “Alcohol Taxes and Beverage Prices”, *National Tax Journal*, V.55, N.1, 2002, pp. 57-73.
- YOUNG Douglas J., Agnieszka BIELINSKA-KWAPISZ, “Alcohol Prices, Consumption, and Traffic Fatalities”, *Southern Economic Journal*, V.72, N.3 (January, 2006), pp. 690-703.
- YURTKORU Beril Durmuş Serra, ÇİNKO Murat, *Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi*, 7.b., İstanbul: Beta Yayınları, 2018.

13/7/1956 tarihli 6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu.

12/6/2002 tarihli ve 24783 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu.

25.02.1992 tarihli Council Directive 92/12/EEC.

19.10.1992 tarihli Council Directive 92/79/EEC, 92/80/EEC, 92/83/EEC, 92/84/EEC.

EKLER

EK 1: Likert ölçekli anket sorularına verilen cevaplara ait istatistikler

Ek Tablo 1: Sigara Üzerinden Alınan ÖTV

Değerlendirme Soruları	(1)*	(2)*	(3)*	(4)*	(5)*
S1. Sigara üzerinden özel tüketim vergisi alınması doğrudur.	437	417	408	412	388
	%21,2	%20,2	%19,8	%20	%18,8
S2. Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı artarsa sigara kullanmayı tamamen bırakırım.	396	537	130	579	420
	%19,2	%26	%6,3	%28,1	%20,4
S3. Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranını yüksek bulduğum için sigara kullanmıyorum.	421	517	122	548	454
	%20,4	%25,1	%5,9	%26,6	%22
S4. Sigara tüketiminin azaltılmasına yönelik devletin uyguladığı en etkin yöntem sigara üzerindeki özel tüketim vergisi oranının artırılmasıdır.	403	529	136	548	446
	%19,5	%25,7	%6,6	%26,6	%21,6
S5. Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi adaletlidir.	405	591	136	526	404
	%19,6	%28,7	%6,6	%25,5	%19,6
S6. Sigaraya uygulanan özel tüketim vergisi oranlarındaki değişim tüketimimi değiştirmez.	445	540	148	527	402
	%21,6	%26,2	%7,2	%25,6	%19,5
S7. Sigaraya yüksek oranda zam yapılması sigara kullanımını azaltır.	300	480	325	512	445
	%14,5	%23,3	%15,8	%24,8	%21,6
S8. Sigaradaki özel tüketim vergisi oranının artması kaçak sigara kullanmama sebep olur.	307	479	329	516	431
	%14,9	%23,2	%16	%25	%20,9
S9. Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı düşer ve satış fiyatı düşerse sigara kullanım oranı artar.	282	496	321	513	450
	%13,7	%24,1	%15,6	%24,9	%21,8
S10. Sigara kullanımında kanuni yasakların (cezaların) artırılması sigara tüketiminin azaltılmasını sağlar.	295	500	333	475	459
	%14,3	%24,2	%16,1	%23	%22,3
S11. Sigaradaki vergi oranlarının artması daha ucuz sigarayı tercih etmeme yol açar.	281	527	317	507	430
	%13,6	%25,6	%15,4	%24,6	%20,9
S12. Sigara üzerinden alınan vergilerin sağlık veya toplumsal nedenlere dayandırılarak artırılması sigara tüketim miktarımı azaltacaktır.	417	393	422	400	430
	%20,2	%19,1	%20,5	%19,4	%20,9
S13. Sigara içmenin yasak olduğu yerlerde sigara içmemekte zorlanıyorum. (Örneğin okul, hastane, sinema, otobüs, kapalı alan vb.)	319	476	332	517	418
	%15,5	%23,1	%16,1	%25,1	%20,3
S14. Türkiye’de sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı ideal bir orandır.	412	401	399	421	429
	%20	%19,4	%19,4	%20,4	%20,8
* (1) -Kesinlikle Katılmıyorum; (2) -Katılmıyorum; (3) -Kararsızım; (4) -Katılıyorum; (5) -Kesinlikle Katılıyorum					

Ek Tablo 2: Alkol Üzerinden Alınan ÖTV

Değerlendirme Soruları	(1)*	(2)*	(3)*	(4)*	(5)*
A1. Alkollü içecekler üzerinden özel tüketim vergisi alınması doğrudur.	440	400	518	385	319
	%21,3	%19,4	%25,1	%18,7	%15,5
A2. Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı artarsa alkol kullanmayı tamamen bırakırım.	354	523	163	604	418
	%17,2	%25,4	%7,9	%29,3	%20,3
A3. Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranını yüksek bulduğum için alkol kullanmıyorum.	357	524	168	574	439
	%17,3	%25,4	%8,1	%27,8	%21,3
A4. Alkol tüketiminin azaltılmasına yönelik devletin uyguladığı en etkin yöntem alkol üzerindeki özel tüketim vergisi oranının artırılmasıdır.	360	515	172	598	417
	%17,5	%25	%8,3	%29	%20,2
A5. Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi	446	561	177	524	354

adaletlidir.	%21,6	%27,2	%8,6	%25,4	%17,2
A6. Alkollü içeceklerle uygulanan özel tüketim vergisi oranlarındaki değişim tüketimimi değiştirmez.	438	575	173	521	355
	%21,2	%27,9	%8,4	%25,3	%17,2
A7. Alkollü içeceklerle yüksek oranda zam yapılması alkol kullanımını azaltır.	335	372	410	532	413
	%16,2	%18	%19,9	%25,8	%20
A8. Alkollü içeceklerdeki özel tüketim vergisi oranının artması kaçak alkol kullanmama sebep olur.	360	365	391	518	428
	%17,5	%17,7	%19	%25,1	%20,8
A9. Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı düşer ve satış fiyatı düşerse alkol kullanım oranı artar.	354	371	383	541	413
	%17,2	%18	%18,6	%26,2	%20
A10. Alkollü içeceklerin kullanımında kanuni yasakların (cezaların) arttırılması alkol tüketiminin azaltılmasını sağlar.	344	392	384	528	414
	%16,7	%19	%18,6	%25,6	%20,1
A11. Alkollü içeceklerdeki vergi oranlarının artması daha ucuz alkollü içecek tercih etmeme yol açar.	354	375	367	555	411
	%17,2	%18,2	%17,8	%26,9	%19,9
A12. Alkollü içecekler üzerinden alınan vergilerin sağlık veya toplumsal nedenlere dayandırılarak artırılması alkol tüketim miktarını azaltacaktır.	405	435	381	415	426
	%19,6	%21,1	%18,5	%20,1	%20,7
A13. Alkollü bir içecek içtikten sonra kendimi suçlu veya pişman hissediyorum.	348	395	367	511	441
	%16,9	%19,2	%17,8	%24,8	%21,4
A14. Türkiye’de alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı ideal bir orandır.	412	385	415	417	433
	%20	%18,7	%20,1	%20,2	%21
* (1) -Kesinlikle Katılmıyorum; (2) -Katılmıyorum; (3) -Kararsızım; (4) -Katılıyorum; (5) -Kesinlikle Katılıyorum					

Ek Tablo 3: Gazlı ve Şekerli İçecekler Üzerinden Alınan ÖTV

Değerlendirme Soruları	(1)*	(2)*	(3)*	(4)*	(5)*
G1. Gazlı ve şekerli içeceklerden özel tüketim vergisi alınması doğrudur.	319	427	480	408	428
	%15,5	%20,7	%23,3	%19,8	%20,8
G2. Yüksek kalorili içeceklerden ek vergi alınması toplum sağlığını olumlu etkiler.	288	396	503	574	301
	%14	%19,2	%24,4	%27,8	%14,6
G3. Şeker içeriği yüksek içeceklerden daha fazla vergi alınması obezite oranlarını azaltmak için devletin uyguladığı etkili bir yöntemdir.	255	426	546	535	300
	%12,4	%20,7	%26,5	%25,9	%14,5
G4. Gazlı ve şekerli içeceklerin tüketimini yüksek vergiler yoluyla azaltmak mümkündür.	275	393	542	541	311
	%13,3	%19,1	%26,3	%26,2	%15,1
G5. Gazlı ve şekerli içecek gibi ürünlerden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alınması insanları sağlıklı ürünler kullanmaya yönlendirebilir.	281	404	520	554	303
	%13,6	%19,6	%25,2	%26,9	%14,7
G6. Gazlı ve şekerli içeceklerin kullanımının azaltılması için bu ürünlerden yüksek oranlı özel tüketim vergisi alınması tüketim alışkanlıklarını değiştirmeyecektir.	279	394	539	564	286
	%13,5	%19,1	%26,1	%27,4	%13,9
G7. Devlet gazlı ve şekerli içecekler üzerinden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alırsa tüketimi bırakırım.	298	394	511	554	305
	%14,5	%19,1	%24,8	%26,9	%14,8
G8. Devlet gazlı ve şekerli içecekler üzerinden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alırsa tüketimim değişmez.	258	397	567	540	300
	%12,5	%19,3	%27,5	%26,2	%14,5
G9. Obezite vergisinin aşırı kalorili içeceklerin kullanımını azaltmadaki etkisi sınırlı olur.	285	407	528	557	285
	%13,8	%19,7	%25,6	%27	%13,8
G10. Sağlıksız içeceklerle ek vergi uygulanarak alınacak olan obezite vergisi adil bir vergidir.	297	403	486	574	302
	%14,4	%19,5	%23,6	%27,8	%14,6
G11. Türkiye’de gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı ideal bir orandır.	284	405	515	547	311
	%13,8	%19,6	%25	%26,5	%15,1
* (1) -Kesinlikle Katılmıyorum; (2) -Katılmıyorum; (3) -Kararsızım; (4) -Katılıyorum; (5) -Kesinlikle Katılıyorum					

Ek Tablo 4: Olumsuz Dışsallıklar

Değerlendirme Soruları	(1)*	(2)*	(3)*	(4)*	(5)*
O1. Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisinin artırılması ruh halimi olumsuz etkiler.	426	413	531	421	271
	%20,7	%20	%25,8	%20,4	%13,1
O2. Alkollü içeceklerden alınan özel tüketim vergisinin artırılması, iş motivasyonumu azaltabilir.	244	604	562	392	260
	%11,8	%29,3	%27,3	%19	%12,6
O3. Alkollü içeceklerle yüksek oranlı vergiler uygulanması şiddet ve intihar olaylarını azaltacaktır.	221	653	514	413	261
	%10,7	%31,7	%24,9	%20	%12,7
O4. İçki kullanımının etkisi ve tesiri altında olan insanlar aile üyelerine zarar verebilir.	267	615	512	415	253
	%12,9	%29,8	%24,8	%20,1	%12,3
O5. Obezite vergisi alındığı üründeki yiyecek-içecek üreticilerini olumsuz etkiler.	267	583	564	405	243
	%12,9	%28,3	%27,4	%19,6	%11,8
O6. Şekerli içeceklerden fazladan vergi alınması düşük gelirli insanları olumsuz etkiler.	254	609	553	401	245
	%12,3	%29,5	%26,8	%19,4	%11,9
O7. Obezite vergisi gelir dağılımını bozucu etki ortaya çıkartır.	256	625	536	387	258
	%12,4	%30,3	%26	%18,8	%12,5
O8. Sağlığa zararlı ürünlerin tüketimi hastalıklara (kanser, diyabet, hipertansiyon) yakalanma riskini arttırır.	240	610	549	399	264
	%11,6	%29,6	%26,6	%19,4	%12,8
O9. Sağlığa zararlı ürünlerin kullanımı devletin sağlık harcamalarının artmasına yol açar.	272	582	542	415	251
	%13,2	%28,2	%26,3	%20,1	%12,2
O10. Olumsuz dışsallık yayan mallar ekonomik ve ekonomik olmayan maliyetler ortaya çıkarmaktadır.	265	582	529	448	238
	%12,9	%28,2	%25,7	%21,7	%11,5
* (1) -Kesinlikle Katılmıyorum; (2) -Katılmıyorum; (3) -Kararsızım; (4) -Katılıyorum; (5) -Kesinlikle Katılıyorum					

EK 2: ANKET FORMU

Değerli katılımcı,

Bu anket, davranışları etkilemeye yönelik Özel Tüketim Vergilerinin sigara, alkol ile gazlı ve şekerli içecek tüketiminin, tüketicilerin tüketim davranışları üzerindeki etkilerini ölçmek için hazırlanmıştır. Çalışmadan elde edilecek veri ve bilgiler SADECE BİLİMSEL ÇALIŞMALAR açısından kullanılacaktır. Ankette katılımcıların isim, soy isim ve kişilik haklarına yönelik sorular sorulmamaktadır. 18 yaşından küçükler hariç, HERKES ankete katılabilir. Katıldığınız için teşekkür ederim.

BİRİNCİ BÖLÜM: DEMOGRAFİK SORULAR

Soru 1) Cinsiyetiniz?

(1) Kadın (2) Erkek

Soru 2) Yaşınız?

(1) 18-29 (2) 30-39 (3) 40-49 (4) 50-59 (5) 60 ve üzeri

Soru 3) Eğitim durumunuz?

(1) İlkokul (2) Ortaokul (3) Lise (4) Önlisans (5) Fakülte (Lisans) (6) Yüksek Lisans (7) Doktora

Soru 4) Medeni haliniz? (Boşanmış, eşini kaybetmiş vb. kişilerde bekar kabul edilir)

(1) Evli (2) Bekar

Soru 5) Aylık geliriniz?

(1) 2.500 TL altı (2) 2.501-5.000 TL arası (3) 5.001-7.500 TL arası (4) 7.501 - 10.000 TL arası (5) 10.001-12.500 TL arası (6) 12.501-15.000 TL arası (7) 15.001-17.500 TL arası (8) 17.501-20.000 TL arası (9) 20.001 TL üstü

Soru 6) Çalışma durumunuz nedir?

(1) Çalışmıyorum (2) Bir işverene bağlı çalışıyorum
(3) Kendi işimde çalışıyorum. (4) Kamu sektöründe çalışıyorum.

İKİNCİ BÖLÜM: SİGARA, ALKOL, GAZLI VE ŞEKERLİ İÇECEK TÜKETİM DURUMU

Soru 1) Hayatınız boyunca sigara kullanımınızı aşağıdakilerden hangisi en iyi ifade eder?

(1) Şu an sigarayı kullanıyorum.
(2) Sigara kullanıyordum bıraktım.
(3) Sigara kullanmıyorum.

Soru 2) Her gün ortalama kaç adet sigara içiyorsunuz?

(1) Kullanmıyorum (2) 10 veya daha az (3) 11 ile 20 arası (4) 21 ile 30 arası (5) 31 ve üstü

Soru 3) Bir ayda sigara için ne kadar ödeme yapıyorsunuz?

(1) 0-150 TL (2) 151-300 TL (3) 301-450 TL (4) 451-600 TL (5) 601 TL ve üzeri

Soru 4) Sigara kullanmıyorsanız sebebi nedir?

(1) Sağlık sorunları (2) Kişisel tercihim (3) Çevre baskısı

(4) Sigara üzerinden alınan vergilerin yüksekliği

Soru 5) Sigara kullanımınızın kaynağı nedir?

(1) Ailemde sigara içenlerden etkilendim.

(2) Sosyal çevremde sigara içenlerden etkilendim. (3) Kişisel tercihimdir.

(4) Görsel ve yazılı medyadan etkilendim.

Soru 6) Alkollü içecekleri ne sıklıkta kullanırsınız?

(1) Hiçbir zaman (2) Ayda 1 veya daha az (3) Haftada 1 veya daha az

(4) Haftada 2-4 kez (5) Haftada 5 kez veya daha fazla

Soru 7) Alkollü içecekler aylık ne kadar ödüyorsunuz?

(1) 0-200 TL (2) 201-400 TL (3) 401-600 TL (4) 601-800 TL (5) 801 TL ve üzeri

Soru 8) Alkollü içecek kullanmıyorsanız sebebi nedir?

(1) Dini nedenler (2) Ahlâki nedenler (3) Sağlık sorunları (4) Kişisel tercihim

(5) Alkollü içkiler üzerinden alınan vergilerin yüksekliği nedeniyle

Soru 9) Alkollü içecek kullanımınızın kaynağı nedir?

(1) Ailemde alkollü içecek tüketenlerden etkilendim.

(2) Sosyal çevremde alkollü içecek tüketenlerden etkilendim. (3) Kişisel tercihimdir.

(4) Görsel ve yazılı medyadan etkilendim.

Soru 10) Haftada gazlı ve şekerli içecek tüketim sıklığınız nedir?

(1) Hiç (2) 1-2 bardak (3) 3-4 bardak (4) 1-2 litre arası

(5) 2-4 litre arası (6) 4 litreden fazla

Soru 11) Gazlı ve şekerli içecekler aylık yaklaşık ne kadar ödüyorsunuz?

- (1) 0-100 TL (2) 101-200 TL (3) 201-300 TL (4) 301-400 TL
 (5) 401-500 TL (6) 501 TL'den fazla

Soru 12) Hem alkollü içecek hem sigara hem de gazlı ve şekerli içecek tüketiyou musunuz?

- (1) Evet, her üçünü de tüketiyoum.
 (2) Alkollü içecek tüketiyoum ama sigara ile gazlı ve şekerli içecek tüketmiyoum.
 (3) Alkollü içecek ve sigara tüketiyoum ama gazlı ve şekerli içecek tüketmiyoum.
 (4) Alkollü içecek ile gazlı ve şekerli içecek tüketiyoum ama sigara tüketmiyoum.
 (5) Sigara tüketiyoum ama alkollü içecek ile gazlı ve şekerli içecek tüketmiyoum.
 (6) Sigara ile gazlı ve şekerli içecek tüketiyoum ama alkollü içecek tüketmiyoum.
 (7) Gazlı ve şekerli içecek tüketiyoum ama sigara ve alkollü içecek tüketmiyoum.

Aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi en uygun gördüğünüz seçeneği işaretleyerek lütfen belirtiniz. Rakamlar aşağıdaki ilgili ifadeye ne kadar katıldığınızı göstermektedir.

1	2	3	4	5
Kesinlikle Katılmıyoum	Katılmıyoum	Kararsızım	Katılıyoum	Kesinlikle Katılıyoum

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SİGARA KULLANANLARIN ÖTV'YE YÖNELİK TUTUMLARI

	AŞAĞIDAKİ SORULARA NE DERECEDE KATILIP KATILMADIĞINIZI BELİRTİNİZ.	Kesinlikle Katılmıyoum	Katılmıyoum	Kararsızım	Katılıyoum	Kesinlikle Katılıyoum
1	Sigara üzerinden özel tüketim vergisi alınması doğrudur.	1	2	3	4	5
2	Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı artarsa sigara kullanmayı tamamen bırakırım.	1	2	3	4	5
3	Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranımı yüksek bulduğum için sigara kullanmıyoum.	1	2	3	4	5
4	Sigara tüketiminin azaltılmasına yönelik devletin uyguladığı en etkin yöntem sigara üzerindeki özel tüketim vergisi oranının artırılmasıdır.	1	2	3	4	5
5	Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi adaletlidir.	1	2	3	4	5

6	Sigaraya uygulanan özel tüketim vergisi oranlarındaki değişim tüketimimi değiştirmez.	1	2	3	4	5
7	Sigaraya yüksek oranda zam yapılması sigara kullanımını azaltır.	1	2	3	4	5
8	Sigaradaki özel tüketim vergisi oranının artması kaçak sigara kullanmama sebep olur.	1	2	3	4	5
9	Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı düşer ve satış fiyatı düşerse sigara kullanım oranı artar.	1	2	3	4	5
10	Sigara kullanımında kanuni yasakların (cezaların) artırılması sigara tüketiminin azaltılmasını sağlar.	1	2	3	4	5
11	Sigaradaki vergi oranlarının artması daha ucuz sigarayı tercih etmeme yol açar.	1	2	3	4	5
12	Sigara üzerinden alınan vergilerin sağlık veya toplumsal nedenlere dayandırılarak artırılması sigara tüketim miktarını azaltacaktır.	1	2	3	4	5
13	Sigara içmenin yasak olduğu yerlerde sigara içmemekte zorlanıyorum. (Örneğin okul, hastane, sinema, otobüs, kapalı alan vb.)	1	2	3	4	5
14	Türkiye’de sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı ideal bir orandır.	1	2	3	4	5

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: ALKOL KULLANANLARIN ÖTV’YE YÖNELİK TUTUMLARI

	AŞAĞIDAKİ SORULARA NE DERECEDE KATILIP KATILMADIĞINIZI BELİRTİNİZ.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Alkollü içecekler üzerinden özel tüketim vergisi alınması doğrudur.	1	2	3	4	5
2	Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı artarsa alkol kullanmayı tamamen bırakırım.	1	2	3	4	5
3	Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranını yüksek bulduğum için alkol kullanmıyorum.	1	2	3	4	5
4	Alkol tüketiminin azaltılmasına yönelik devletin uyguladığı en etkin yöntem alkol üzerindeki özel tüketim vergisi oranının arttırılmasıdır.	1	2	3	4	5
5	Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi adaletlidir.	1	2	3	4	5

6	Alkollü içeceklerle uygulanan özel tüketim vergisi oranlarındaki değişim tüketimimi değiştirmez.	1	2	3	4	5
7	Alkollü içeceklerle yüksek oranda zam yapılması alkol kullanımını azaltır.	1	2	3	4	5
8	Alkollü içeceklerdeki özel tüketim vergisi oranının artması kaçak alkol kullanmama sebep olur.	1	2	3	4	5
9	Alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı düşer ve satış fiyatı düşerse alkol kullanım oranı artar.	1	2	3	4	5
10	Alkollü içeceklerin kullanımında kanuni yasakların (cezaların) artırılması alkol tüketiminin azaltılmasını sağlar.	1	2	3	4	5
11	Alkollü içeceklerdeki vergi oranlarının artması daha ucuz alkollü içecek tercih etmeme yol açar.	1	2	3	4	5
12	Alkollü içecekler üzerinden alınan vergilerin sağlık veya toplumsal nedenlere dayandırılarak artırılması alkol tüketim miktarını azaltacaktır.	1	2	3	4	5
13	Alkollü bir içecek içtikten sonra kendimi suçlu veya pişman hissediyorum.	1	2	3	4	5
14	Türkiye’de alkollü içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı ideal bir orandır.	1	2	3	4	5

BEŞİNCİ BÖLÜM: GAZLI VE ŞEKERLİ İÇECEK KULLANANLARIN ÖTV'YE YÖNELİK TUTUMLARI

(Bu bölümde gazlı ve şekerli içecekler başlığı altında kola ve gazoz gibi asitli içecekler ile içeriğinde şeker veya tatlandırıcı madde bulunan meyva suları kastedilmektedir.)

	AŞAĞIDAKİ SORULARA NE DERECEDE KATILIP KATILMADIĞINIZI BELİRTİNİZ.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Gazlı ve şekerli içeceklerden özel tüketim vergisi alınması doğrudur.	1	2	3	4	5
2	Yüksek kalorili içeceklerden ek vergi alınması toplum sağlığını olumlu etkiler.	1	2	3	4	5
3	Şeker içeriği yüksek içeceklerden daha fazla vergi alınması obezite oranlarını azaltmak için devletin uyguladığı etkili bir yöntemdir.	1	2	3	4	5

4	Gazlı ve şekerli içeceklerin tüketimini yüksek vergiler yoluyla azaltmak mümkündür.	1	2	3	4	5
5	Gazlı ve şekerli içecek gibi ürünlerden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alınması insanları sağlıklı ürünler kullanmaya yönlendirebilir.	1	2	3	4	5
6	Gazlı ve şekerli içeceklerin kullanımının azaltılması için bu ürünlerden yüksek oranlı özel tüketim vergisi alınması tüketim alışkanlıklarını değiştirmeyecektir.	1	2	3	4	5
7	Devlet gazlı ve şekerli içecekler üzerinden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alırsa tüketimi bırakırım.	1	2	3	4	5
8	Devlet gazlı ve şekerli içecekler üzerinden yüksek oranlı bir özel tüketim vergisi alırsa tüketimim değişmez.	1	2	3	4	5
9	Obezite vergisinin aşırı kalorili içeceklerin kullanımını azaltmadaki etkisi sınırlı olur.	1	2	3	4	5
10	Sağlıksız içeceklere ek vergi uygulanarak alınacak olan obezite vergisi adil bir vergidir.	1	2	3	4	5
11	Türkiye’de gazlı ve şekerli içecekler üzerinden alınan özel tüketim vergisi oranı ideal bir orandır.	1	2	3	4	5

ALTINCI BÖLÜM: OLUMSUZ DIŞSALLIKLAR

	AŞAĞIDAKİ SORULARA NE DERECEDE KATILIP KATILMADIĞINIZI BELİRTİNİZ.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Sigara üzerinden alınan özel tüketim vergisinin artırılması ruh halimi olumsuz etkiler.	1	2	3	4	5
2	Alkollü içeceklerden alınan özel tüketim vergisinin artırılması, iş motivasyonumu azaltabilir.	1	2	3	4	5
3	Alkollü içeceklere yüksek oranlı vergiler uygulanması şiddet ve intihar olaylarını azaltacaktır.	1	2	3	4	5
4	İçki kullanımının etkisi ve tesiri altında olan insanlar aile üyelerine zarar verebilir.	1	2	3	4	5
5	Obezite vergisi alındığı üründeki yiyecek-içecek üreticilerini olumsuz etkiler.	1	2	3	4	5

6	Şekerli içeceklerden fazladan vergi alınması düşük gelirli insanları olumsuz etkiler.	1	2	3	4	5
7	Obezite vergisi gelir dağılımını bozucu etki ortaya çıkartır.	1	2	3	4	5
8	Sağlığa zararlı ürünlerin tüketimi hastalıklara (kanser, diyabet, hipertansiyon) yakalanma riskini arttırır.	1	2	3	4	5
9	Sağlığa zararlı ürünlerin kullanımı devletin sağlık harcamalarının artmasına yol açar.	1	2	3	4	5
10	Olumsuz dışsalılık yayan mallar ekonomik ve ekonomik olmayan maliyetler ortaya çıkarmaktadır.	1	2	3	4	5

Ankete katıldığınız için teşekkür ederim.

Gizem ZEREN

ÖZGEÇMİŞ		
Adı-Soyadı	Gizem Zeren	
Doğum Yeri ve Yılı		
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce	
Eğitim Durumu	Başlama - Bitirme Yılı	
	Kurum Adı	
Lise	2004	2008
	Bursa Erkek Lisesi	
Lisans	2010	2014
	Bursa Uludağ Üniversitesi	
Yüksek Lisans	2014	2018
	Bursa Uludağ Üniversitesi	
Doktora	2018	-
	Bursa Uludağ Üniversitesi	
Yayımlar:	<p><u>Makaleler:</u></p> <p>- ZEREN, Gizem, Filiz GİRAY, (2023). “Sosyo-Demografik Faktörler Perspektifinden Alkollü İçecek Tüketimi ve Vergileme İlişkisi: Türkiye için Saha Araştırması”, <i>Legal Mali Hukuk Dergisi</i>, C.19, S.218, ss. 167-204.</p> <p>- GİRAY, Filiz, Gizem ZEREN, (2020). “Özel Tüketim Vergilerinde Vergi Gelir Esnekliği: Türkiye ve OECD Karşılaştırması”, <i>Journal of Life Economics</i>, C.7, S.3, ss. 239-256.</p> <p>- ZEREN, Gizem, (2019). “Türkiye’de ve Bazı Ülkelerde Vergi Karmaşıklığının Karşılaştırmalı İncelenmesi”, <i>International Journal of Public Finance</i>, C.4, S.2, ss. 145-165.</p> <p><u>Bildiriler:</u></p> <p>- GİRAY, Filiz, Gizem ZEREN, (2022), “Evaluation of The Financial Effectiveness of Excise Tax on Alcoholic Beverages in Turkey”, <i>The Ires International Conference, The International Conference on Economics and Social Science</i>, Brussels, Belgium, 13 -14 November, 2022, pp. 29-35.</p> <p>- ZEREN, Gizem, Filiz GİRAY, (2019), “Türkiye’de ve OECD Ülkelerinde Kamu Kesimi Eğitim Harcamalarının Karşılaştırmalı Analizi”, <i>XI. International Congress On Social Sciences China To Adriatic</i>, Bursa, November 8-10 2019, ss.163-179.</p>	
Diğer	Lisans eğitiminden fakülte birincisi olarak mezun olunmuştur.	
İletişim (e-posta):		
	Tarih	31/07/2023
	İmza	Gizem ZEREN
	Adı-Soyadı	