



**TC
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI**

**ALKOL VE TÜTÜN ÜRÜNLERİ ÜZERİNDE UYGULANAN
ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN ETKİNLİĞİ: TÜRKİYE VE
AZERBAYCAN ÖRNEĞİ**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Rovshan TAGHIYEV

BURSA – 2020



**TC
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI**

**ALKOL VE TÜTÜN ÜRÜNLERİ ÜZERİNDE UYGULANAN
ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN ETKİNLİĞİ: TÜRKİYE VE
AZERBAJCAN ÖRNEĞİ**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

**Rovshan TAGHIYEV
ORCID 0000-0002-3682-8788**

Danışman:

Dr. Öğretim Üyesi Zuhal AKBELEN

BURSA – 2020

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı : Rovshan TAGHIYEV
Üniversite : Bura Uludağ Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı : Maliye
Bilim Dalı : Maliye Teorisi
Tezin Niteliği : Yüksek Lisnas Tezi
Sayfa Sayısı : XVII + 209
Mezuniyet Tarihi : ../.../ 2020
Tez Danışmanı : Dr. Öğretim Üyesi Zuhul AKBELN

ALKOL VE TÛTÛN ÜRÛNLERİ ÜZERİNDE UYGULANAN ÖZEL TÛKETİM VERGİSİNİN ETKİNLİĞİ: TÜRKİYE VE AZERBAJCAN ÖRNEĞİ

Özel tüketim vergisi günümüzde gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkeler tarafından en çok uygulanan vergilerden birisidir. Diğer vergilerde olduğu gibi özel tüketim vergisi sadece mali amaç doğrultusunda değil, ekonomik ve sosyal amaçlar doğrultusunda da uygulanmaktadır. Nitekim sigara ve alkolün üzerine konulan yüksek oranlı ÖTV ile devlete gelir sağlanmasının yanı sıra, sigara ve alkol tüketiminin azaltılması ya da tamamen tüketiminin durdurulması ve bu maddelerin yarattıkları negatif dışsallıkların tazmin edilmesi amaçlanmaktadır. Devletler, sigara ve alkol tüketimini kıstak için verginin yanı sıra başka yöntemlere de başvururlardır. Bu yöntemler arasında, sigara ve alkol gibi tüketim maddelerinin reklamlarının yasaklanması, toplumun sigara ve alkol tüketiminin zararları konusunda basın ve yayın organları aracılığıyla bilinçlendirilmesi yer almaktadır. Bu çalışma, Türkiye ve Azerbaycan'da sigara ve alkol üzerinde uygulanan ÖTV zam ve indirimlerinin öncelikle toplumu oluşturan bireyler tarafından nasıl algılandığı ve daha sonra alkol ve sigara kullanımlarını nasıl etkilediği belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla yapılan anket çalışması sonucunda; Türkiye ve Azerbaycan'da sigara ve alkol kullanıcılarının bu ürünler üzerinde ÖTV'nin yüksek olduğunu düşündükleri halde sigara ve alkol kullanımını bırakmalarının çok zor olduğu yüksek oranda uygulana ÖTV'nin, bu ürünlerin tüketimini azaltmak yerine kaçak sigara ve alkol kullanımını arttırdığı belirlenmiştir. Her iki ülkede de sigara ve alkol üzerinde yüksek oranla ÖTV uygulaması, bu ürünlerin kullanımını azaltılmasında yeteri kadar etkili olamamıştır. Buna karşın sigara ve alkol üzerinde ÖTV uygulamasının Azerbaycan'da Türkiye'ye nazaran daha başarılı olduğu söylenebilir.

Anahtar Sözcükler: Alkol, Sigara, Özel Tüketim Vergisi, Türkiye, Azerbaycan, Ekonomik Etkinlik, Korelasyon ve Regresyon Analizi

ABSTRACT

Name and Surname : Rovshan TAGHIYEV
University : Bursa Uludag University
Institution : Social Science Institution
Field : Public Finance
Branch : Public Finance
Degree Awarded : Master
Page Number :XVII + 209
Degree Date :/.../2020
Supervisor : Dr. Öğretim Üyesi Zuhale AKELLEN

THE EFFICIENCY OF EXCISE DUTIES ON ALCOHOL AND TOBACCO PRODUCTS: THE CASE OF TURKEY AND AZERBAIJAN

Special consumption tax is one of the most applied taxes by both developed and developing countries. As with other taxes, the special consumption tax is applied not only for financial purposes but also for economic and social purposes. Thus, with the high rate of SCT over cigarettes and alcohol, it is aimed to provide income to the state, as well as to decrease or cease the consumption of cigarettes and alcohol and to compensate for the negative externalities caused by these substances. In addition to taxes, the governments also implement the other methods to reduce the consumption of smoking and alcohol. The prohibition of advertisements for consumption of substances like cigarettes and alcohol, and raising awareness of the society about the harms of smoking and alcohol consumption through the press and media are also included in these methods. The purpose of this study is to determine the way of how the increase and decrease in SCT over cigarettes and alcohol is primarily perceived by individuals and then how they influence the use of alcohol and cigarettes. As a result of the survey conducted for this purpose; although the cigarettes and alcohol users in Turkey and Azerbaijan know the high rate of SCT over these products it has been determined that the high rate of SCT, which is very difficult for them to quit causes an increase in use of illegal cigarettes and alcohol instead of reduction in use of these products. It has been evident that raising the rate of SCT over the cigarettes and alcohol in both countries is not effective enough to reduce the use of these products. But, all that it can be said the SCT over the cigarettes and alcohol has become more successful in Azerbaijan rather than in Turkey.

Keywords: Special Consumption Tax, Cigarette, Alcohol, Azerbaijan, Turkey, Correlation and Regression Analysis.

ÖNSÖZ

“Alkol ve Tütün Ürünleri Üzerinde Uygulanan Özel Tüketim Vergisinin Etkinliği: Türkiye ve Azerbaycan Örneği” isimli tez çalışmam sürecinde başından sonuna kadar maddi manevi her türlü yardım ve desteğini esirgemeyen, görüş ve önerileriyle tez çalışmama zenginlik katan değerli danışman hocam Dr. Öğretim Üyesi Zuhal AKBELEN’e, eğitim ve öğretim hayatım boyunca her zaman bana destek olan, bugünlere gelmemde en büyük paya sahip olan ve bu başarımda emeği büyük olan çok değerli aileme, araştırmamda yer alan anket uygulamasında yardımını esirgemeyen arkadaşım Turan KERİMLİ’ ye ve yüksek lisans sürecinde bilgi birikimleri ile çalışmama kattıkları değerler için maliye bölümü hocalarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ROVSHAN TAGHIYEV

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER	xvi
KISITLAMALAR	xvii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SİGARA VE ALKOL ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ: TEORİK ÇERÇEVE

1. SİGARA, ALKOL KULLANIMI VE POTANSİYEL PİYASA BAŞARISIZLIĞI	3
1.1. Sigara ve Alkole İlişkin Eksik Bilgi	3
1.2. Sigara ve Alkole İlişkin Rasyonel Olmayan Davranışlar: Bağımlılık.....	5
1.3. Sigara ve Alkole İlişkin Maliyetler	7
1.3.1. Sigaranın Maliyetleri.....	7
1.3.2. Alkolün Maliyetleri.....	9
2. SİGARA VE ALKOLLE MÜCADELEDE UYGULANAN ARAÇLAR	11
2.1. Eğitim ve Bilgilendirme Politikaları.....	11
2.2. Sigara ve Alkole İlişkin Düzenleyici Önlemler.....	12
2.2.1. Sigaraya Yönelik Düzenleyici Önlemler	12
2.2.2. Alkole Yönelik Düzenleyici Önlemler	18
2.3. Düzenleyici Vergiler: Sigara ve Alkol Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergisi	21
3. SİGARA VE ALKOL ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN EKONOMİK ETKİLERİ	24
3.1. Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi	24

3.2.Vergi Adaleti Üzerindeki Etkisi	26
3.3.İstihdam Üzerindeki Etkisi	27
3.4.Tüketim Üzerindeki Etkisi.....	28
3.4.1. Özel Tüketim Vergisinin Alkol ve Sigara Tüketimi Üzerindeki Etkisine İlişkin Literatür İncelemesi.....	30

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE VE AZERBAJCAN'DA ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ UYGULAMASI, SİGARA VE ALKOLÜN VERGİLENDİRİLMESİ

1. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	35
1.1.Dünya'da Özel Tüketim Vergisinin Tarihsel Gelişimi.....	35
1.2.Türkiye'de Özel Tüketim Vergisinin Tarihsel Gelişimi.....	38
1.2.1. Osmanlı Döneminde Özel Tüketim Vergisinin Tarihsel Gelişimi.....	38
1.2.2. Cumhuriyet Döneminde Özel Tüketim Vergisinin Tarihsel Gelişimi	39
1.2.3. 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu.....	42
1.3.Azerbaycan'da Aksiz Vergisinin (Özel Tüketim Vergisinin) Tarihsel Gelişimi .	50
1.3.1. Azerbaycan'da Aksiz Vergisi (Özel Tüketim Vergisi) Uygulaması	53
2. TÜRKİYE'DE SİGARA ve ALKOL ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ	58
3. AZERBAJCAN'DA TÜRKİYE'DE SİGARA ve ALKOL ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ	68

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE VE AZERBAJCAN'DA ÖTV'NİN SİGARA VE ALKOL TÜKETİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN BELİRLENMESİ

1. ARAŞTIRMANIN AMACI	71
2. ALKOL VE SİGARA ÜZERİNDE ÖTV'NİN ETKİNLİĞİ: ANKET ÇALIŞMASI.....	72
2.1. Araştırmanın Modeli, Hipotezleri ve Değişkenleri	72
2.1.1. Araştırmanın Modeli	72
2.1.2. Araştırmanın Hipotezleri.....	72

2.1.3. Araştırmanın Değişkenleri	73
2.1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	77
2.2. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi	79
2.3. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem	80
2.4. Araştırma Bulguları ve Değerlendirme	81
2.4.1. .Hedef Kitlenin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	81
2.4.2. Sigara ve Alkol Tüketim Eğilimine İlişkin Bulgular	89
2.4.3. Sigara ve Alkol Kullananların ÖTV Tutum Ölçeklerine İlişkin Bulgular... 107	
2.4.3.1. <i>Sigara Kullananların ÖTV Tutum Ölçeğine İlişkin Bulgular.</i>	107
2.4.3.2. <i>Alkol Kullananların ÖTV Tutum Ölçeğine İlişkin Bulgular.</i>	126
2.4.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeğe İlişkin Güvenirlilik Analizi	144
2.4.5. Demografik Değişkenlere İlişkin Grup Farklılık Testleri	150
2.4.5.1. <i>Araştırmada Kullanılan Ölçeğe İlişkin T Testi analizi</i>	152
2.4.5.2. <i>Araştırmada Kullanılan Ölçeğe İlişkin ANOVA (Varyans) Analizi</i>	157
2.4.6. Faktörler Arasındaki İlişki ve Etkilerin Analizi.....	178
2.4.6.1. <i>Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular</i>	178
2.4.6.2. <i>Regresyon Analizine İlişkin Bulgular</i>	181
KAYNAKÇA	193
EKLER	205

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Türkiye’de Tütün ve Alkol Üzerinden Alınan ÖTV Gelirleri (2010-2020).....	25
Tablo 2: Özel Tüketim Vergisi Mal Listeleri ve Vergilendirme Zamanları	43
Tablo 3: Türkiye Tütün Ürünleri (B) Cetveli 2020 Yılı Vergi Oranları	59
Tablo 4: Türkiye’de Tütün İçeren Sigaraların 2019 Yılı İçin Vergi Oranları.....	60
Tablo 5: Türkiye Alkollü İçecekler (A) Cetveli 2020 Yılı Vergi Oranları.	63
Tablo 6: Azerbaycan’da Tütün Ürünlerinde ÖTV (2020)	68
Tablo 7: Azerbaycan’da Alkol Ürünlerinde ÖTV (2020).....	70
Tablo 8: Araştırma Hipotezleri	73
Tablo 9: Sosyo - Ekonomik Demorafik Değişkenler	74
Tablo 10: Alkol ve Sigara Kullananların Kullanım Alışkanlıkları	75
Tablo 11: Araştırmanın Değişkenleri.....	76
Tablo 12: Araştırmaya Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımları	81
Tablo 13: Araştırmaya Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımları	82
Tablo 14: Araştırmaya Katılanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımları	83
Tablo 15: Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları.....	84
Tablo 16: Araştırmaya Katılanların Faaliyet Alanına Göre Dağılımları	86
Tablo 17: Araştırmaya Katılanların Aylık Gelirlerine Göre Dağılımları.....	88
Tablo 18: Araştırmaya Katılanların Sigara Kullanıp / Kullanmama Durumuna Göre Dağılımı	90
Tablo 19: Araştırmaya Katılanların Alkol Kullanıp / Kullanmama Durumuna Göre Dağılımı	90
Tablo 20: Araştırmaya Katılanların “Sigaraya Başlama Yaşlarına”Göre Dağılımları	91

Tablo 21: Araştırmaya Katılanların “Sigara Kullanım Sıklıklarına” Göre Dağılımları	93
Tablo 22: "Kaç Yıldır Sigara Kullanıyoruz"? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları	95
Tablo 23: “Günün İlk Sigarasını Hangi Saatlerde Kullanıyorsunuz”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları.....	96
Tablo 24: “Sigaraya Harcadığınız Aylık Tutar”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları	97
Tablo 25: “Alkol Kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız Kaç Yaşından Beri Kullanıyorsunuz”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları.....	99
Tablo 26: “Alkol Kullanma Sıklığınız Nedir”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları	101
Tablo 27: “Kaç Yıldır Alkol Kullanıyorsunuz”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları	103
Tablo 28: “Alkole Harcadığınız Aylık Tutar”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları	104
Tablo 29: "Sigara ve Alkol Kullanımının Azaltmasında En Etkili Yöntem Nedir"? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları.....	106
Tablo 30: Sigara Üzerinden Alınan ÖTV ÇokYüksektir	108
Tablo 31: Özel Tüketim Vergisi İndirimleri- Sigara Kullanımını Artırır	109
Tablo 32: Sigaraya UygulananÖTV Zammı Adildir	110
Tablo 33: Sigaraya Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Sigara ve Açık Tütün Ürünlerinin Kullanımını Artırır	112
Tablo 34: ÖTV Zamları Daha Pahalı Sigara Kullanımını Engeller	113
Tablo 35: Sigaraya Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur.....	114
Tablo 36: Ülkemizde Sigaraya Uygulanan ÖTV Gelişmiş Ülkelere Göre Daha Yükseksektir.....	116

Tablo 37: Sigaraya Uygulanan ÖTV'den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır.....	117
Tablo 38: Sigara Kullanımının Azaltılmasında En Etkili Yöntem Özel Tüketim Vergisinin Arttırılmasıdır.....	119
Tablo 39: Sigara Üzerindeki ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Kadar Çok Yüksek Olursa, Sigarayı Bırakırım.....	120
Tablo 40: Sigaraya En Son Uygulanan ÖTV Zammından Sonra Sigara Kullanımını Azalttım.....	122
Tablo 41: Sigara Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatı Düşerse, Sigara Kullanımı Artar.....	123
Tablo 42: Aşırı Sigara Kullanımı Topluma Önemli Maliyetler Yükllediği İçin Sigaranın Yüksek Oranda Vergilendirilmesi Doğrudur.....	125
Tablo 43: Alkol Üzerinden Alınan ÖTV Çok Yüksek... ..	127
Tablo 44: ÖTV İndirimleri Alkol Kullanımını Arttırır.....	128
Tablo 45: Alkole Uygulanan ÖTV Zammı Adildir.....	129
Tablo 46: Alkole Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Alkol Kullanımını Arttırır.....	130
Tablo 47: Alkole Yapılan En Son ÖTV Zammından Sonra Alkol Kullanımını Azalttım.....	132
Tablo 48: Alkol Kullanımının Azaltılmasında En Etkili Yöntem ÖTV'nin Arttırılmasıdır.....	133
Tablo 49: Ülkemizde Alkolden Alınan ÖTV Gelişmiş Ülkelere Göre Daha Yüksektir....	135
Tablo 50: Alkole Uygulanan ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Kadar Yüksek Olursa, Alkol Kullanımını Bırakırım.....	136
Tablo 51: Alkol Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatları Düşerse, Alkol Kullanımı Artar.....	137
Tablo 52: Alkole Uygulanan ÖTV'den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır.....	139

Tablo 53: Aşırı Alkol Kullanımı Topluma Önemli Maliyetler Yüklediği İçin Alkolün Yüksek Oranda Vergilendirilmesi Doğrudur	140
Tablo 54: ÖTV Zamları Daha Pahalı Alkollü İçecek Ürünlerinin Kullanımını Engeller..	142
Tablo 55: Alkole Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur.....	143
Tablo 56: Türkiye ve Azerbaycan'da Sigara ve Alkol Kullanan Katılımcıların ÖTV'ye İlişkin Tutum Puanlarının Güvenirlilik Analizi İstatistikleri	145
Tablo 57: Türkiye'de Sigara ve Alkol Kullanıcılarının ÖTV'ye ilişkin Tutum Puanlarının Güvenirlilik Madde Toplam İstatistikleri (İlgili Madde Ölçekten Çıkartılırsa)	146
Tablo 58: Azerbaycan'da Sigara ve Alkol Kullanıcılarının ÖTV'ye ilişkin Tutum Puanlarının Güvenirlilik Madde Toplam İstatistikleri (İlgili Madde Ölçekten Çıkartılırsa).....	148
Tablo 59: Türkiye ve Azerbaycan'da Sigara ve Alkol Kullanan Katılımcıların ÖTV'ye İlişkin Ortalama Tutum Puanlarının Betimsel İstatistikleri	151
Tablo 60: Cinsiyete Göre Sigara Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Grup Farklılık Testi (t- Testi).Sonuçları	152
Tablo 61: Cinsiyete Göre Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Grup Farklılık Testi (t- Testi). Sonuçları	154
Tablo 62: Medeni Duruma Göre Sigara Kullanan katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Grup Farklılık Testi (t- Testi) Sonuçları.....	155
Tablo 63: Medeni Duruma Göre Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Grup Farklılık Testi (t- Testi). Sonuçları.....	156
Tablo 64: T- Testi Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları	157
Tablo 65: Türkiye'de Yaş Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları	158
Tablo 66: Azerbaycan'da Yaş Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları.....	159

Tablo 67: Türkiye'de Yaş Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları	160
Tablo 68: Azerbaycan'da Yaş Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları	161
Tablo 69: Türkiye'de Aylık Gelir Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları.....	162
Tablo 70: Azerbaycan'da Aylık Gelir Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları.....	163
Tablo 71: Türkiye'de Aylık Gelir Gruplarına Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları.....	165
Tablo 72: Azerbaycan'da Aylık Gelir Gruplarına Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları	166
Tablo 73: Türkiye'de Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları	167
Tablo 74: Türkiye'de Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Çoklu Karşılaştırma (Post Hoc) Tamhane Test Değerleri	169
Tablo 75: Azerbaycan'da Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları	170
Tablo 76: Türkiye'de Alkol Kullanım Sıklığına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları	171
Tablo 77: Azerbaycan'da Alkol Kullanım Sıklığına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları	172
Tablo 78: Türkiye'de Faaliyet Alanına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları	173

Tablo 79: Azerbaycan'da Faaliyet Alanına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları	174
Tablo 80: Türkiye'de Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları	175
Tablo 81: Azerbaycan'da Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları	176
Tablo 82: ANOVA Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları	177
Tablo 83: Türkiye ve Azerbaycan İçin Korelasyon Analizi Sonuçları	179
Tablo 84: Korelasyon Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları	180
Tablo 85: Sigara Kullananların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları, Alkol Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Üzerinde Etkilidir. Hipotezine İlişkin Model Özeti	181
Tablo 86: “Sigara Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları, Alkol Kullananların ÖTV Tutum Puanları Üzerinde Etkilidir” Hipotezine İlişkin Analiz Tablosu. (F testi).....	182
Tablo 87: Regresyon Analizinden Elde Edilen Katsayılar	183
Tablo 88: Regresyon Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları	184

ŞEKİLLER

Şekil 1: Azerbaycan'da Uygulanan Aksiz Vergisinin Ana Hatları.....	53
--	----

KISITLAMALAR

a.g.e.	Adı geçen eser
a.g.m.	Adı geçen makale
a.g.t.	Adı geçen tez
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
AVK	Azerbaycan Vergi Kanunu
BKK	Bakanlar Kurulu Kararı
BOH	Bulaşıcı Olmayan Hastalıklar
IMF	Uluslar Arası Para Fonu
KDV	Katma Değer Vergisi
OECD	Uluslararası Ekonomik İşbirliği Teşkilatı
ÖTV	Özel Tüketim Vergisi
ÖTVK	Özel Tüketim Vergisi Kanunu
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TC	Türkiye Cumhuriyeti
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
WHO	Dünya Sağlık Örgütü
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences

GİRİŞ

Ekonomik gelişmişliğin en önemli göstergelerinden biri olan halk sağlığı, son yıllarda devletlerin en çok önem verdiği temel konular içerisinde yer almaktadır. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de tütün ve alkol kullanımı halk sağlığı için önemli bir tehdittir. Bu ürünler tüm dünyada yaygın olarak kullanılan ve bağımlılık yapıcı özelliği olan yasal psikoaktif bir maddedir. Bağımlılık, sadece kişiyi ekonomik ve sosyal açıdan olumsuz yönde etkileyen bir olgu değildir. Toplumsal açıdan olumsuz etkileri olan sosyal bir sorundur. WHO (2018) verilerine göre tütün ve benzeri ürünler, dünyada 1,1 milyardan fazla insan tarafından kullanılmakta ve bunların % 80'i tütün kaynaklı hastalık geçirmekte ve ölümlerle sonuçlanmaktadır. Tütün salgını, yılda 7 milyondan fazla insanın ölümüyle sonuçlanan, dünyanın şimdiye kadar karşılaştığı en büyük sağlık tehditlerinden biridir¹.

Alkol ve tütün ürünleri içerisinde en yaygın olarak kullanılan sigara kaynaklı trafik kazaları, iş kazaları, yangınlar, intiharlar, cinayetler, verem; madde kullanımı ve AIDS'e bağlı ölümlerin toplamından daha fazla sayıda ölümlerle yol açmaktadır. Bu nedenle alkol ve sigarayı bırakma, kullanıcıların yaşamı boyunca bir sağlık önceliği olarak görülmelidir. Küresel açıdan alkol ve sigara kullanımının yayılmasında birçok sosyal, ekonomik ve politik faktörler etkili olmaktadır. Hızla değişen sosyal çevre, sosyal yaptırımlar ve buna benzer diğer faktörler de alkol ve sigara kullanımının yaygınlaşmasında etkili olmakta ve bu durum da bireyler, aileler, toplumlar ve uluslar için önemli bir tehlike oluşturmaktadır. Sigara ve alkol kullanımını azaltmak ve bu ürünlerin kullanımını bıraktırma için yapılan uygulamalar gün geçtikçe artmaktadır.

Alkol ve sigara kullanımı, insan sağlığı üzerinde olumsuz etkilere neden olmakla birlikte doğrudan ve dolaylı yollarla devletin sağlık, adalet ve güvenlik gibi kamusal harcamalarında artış yaşanmasına neden olmakta ve böylelikle tüm toplumu etkilemektedir. Hem toplum sağlığını korumayı hem de kamu harcamalarında tasarrufu hedefleyen devlet,

¹ World Health Statistics, *Monitoring Health for The SDGs, Sustainable Development Goals*, 2018, <https://ap.ps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272596/9789241565585-eng.pdf?ua=1>, s. 7. (03.05.2020).

bu ürünlere özel tüketim vergisi uygulayarak, tüketim oranını kontrol altına almayı ve tüketimini azaltmayı hedeflemektedir.

Çalışmada, Türkiye ve Azerbaycan'da ÖTV zamları ve indirimlerinin sigara ve alkol kullanımını üzerindeki etkilerinin belirlenmesi ve her iki ülke açısından sonuçların karşılaştırılması amaçlanmıştır.

Bu kapsamda;

Birinci bölümde genel olarak sigara, alkol kullanımı ve potansiyel piyasa başarısızlığı, sigara ve alkolle mücadelede uygulanan araçlar ile sigara ve alkol üzerinden alınan ÖTV'nin ekonomik etkileri ele alınmıştır.

İkinci bölümde, ilk olarak özel tüketim vergisinin dünyada ve Türkiye'deki tarihsel gelişim süreci, 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu, Türkiye'de sigara ve alkollü içeceklerin vergilendirilmesi ele alınmıştır. Devamında ise Azerbaycan'da özel tüketim vergisinin tarihsel gelişim süreci, uygulanması ve Azerbaycan'da sigara ve alkollü içeceklerin vergilendirilmesi ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde ise, Türkiye ve Azerbaycan'da ÖTV'nin sigara ve alkol tüketimi üzerindeki etkilerinin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen saha araştırmasına ve araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SİGARA VE ALKOL ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ: TEORİK ÇERÇEVE

1. SİGARA, ALKOL KULLANIMI VE POTANSİYEL PİYASA BAŞARISIZLIĞI

Günümüz ana akım iktisat öğretilerinde iktisatçıların en azından bir kısmı hala Adam Smith'in meşhur mottosu "bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler" öğretilerine uygun olarak piyasanın ekonomide kaynak dağılımında etkinliği görünmez bir el vasıtasıyla sağlayacağı görüşünü benimsemektedir. Bu bağlamda eğer kişi bağımlı olmaksızın alkol ve sigara kullanıyorsa ve bu malların insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri konusunda tam bilgi sahibi sigara ve alkol kullanımının basit bir "tüketici tercihi sorunu" olduğu söylenebilir². Fakat piyasa bu malların üretiminde bireylerin kendileri için yarattığı maliyetleri eksik algıladıkları, negatif dışsallık yaydıkları ve bağımlılık yaratıcı özelliğe sahip oldukları için başarısız olmaktadır³.

1.1. Sigara ve Alkole İlişkin Eksik Bilgi

Tam rekabet piyasasının en önemli unsurlarından birisi alıcı ve satıcıların tam bilgi sahibi olmasıdır. Buradaki tam bilgi alıcı ya da satıcının kara verme sürecini etkileyebilecek her şeyi bilmesi ve anlamasıdır. Sigara ve alkol kullanımının sağlık üzerindeki olumsuz etkileri konusunda epidemiyolojik olarak çok fazla araştırma ve bulgular olmasına rağmen pek çok kişi alkol ve sigara kullanmaya devam etmektedir.

Cotter vd. (2013) tarafından aşırı alkol kullanımının uzan vadede sağlık üzerindeki etkisi konusunda Avustralya'da 1215 kişi üzerinde yapılan araştırmada katılımcıların %

² Gerard Russo, *Moral Hazard An Optimal Cigarette Taxes*, (Doctorate Thesis), Illinois: Northwestern University, 1989, s. 10.

³ Trish Cotter vd., "Knowledge and Beliefs About Alcohol Consumption, Longer-Term Health Risks, and The Link With Cancer in a Sample of Australian Adults" *Withcancer in a Sample of Australian Adults, N. S. W. Public Health Bull*, Vol. 24. No. 2, 2013, s. 81.

48'dan daha azı alkol- kanser ilişkisi konusunda farkındalığa sahip olduğu görülmüştür⁴. Benzer şekilde Yan Yang vd. (2010) tarafından tütün içimi ve pasif içiciliğin tehlikeleri konusunda Çin'in 28 eyaletinin 100'den fazla ilçesinde 13354 kişi üzerinde yapılan araştırmada Çin'de genel farkındalığın 12 yıl içinde artmasına rağmen hala nispeten zayıf olduğu bulunmuştur⁵

Tüketicilerin bilgi eksikliğinin yanı sıra sigara ve alkol endüstrisinin yanıltıcı reklamları da tüketicilerin eksik bilgi sahibi olmasına yol açmaktadır. Reklamlar alkol ve sigara kullanan kişileri daha sağlıklı, daha mutlu ve çekici gösterdiği için sağlık riskleri konusunda kullanıcılarda gayri iradi olarak yanlış algıya yol açmaktadır. Peng ve Ross (2009) tarafından Ukrayna'da 1997–2006 yılları arasında aylık zaman serileri kullanılarak yapılan araştırmada sigara satışları ile sigara reklamları arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur⁶. Buna karşın Mogale, Oni ve Matiza (2014) tarafından Güney Afrika'da yapılan araştırmada alkol tüketimi üzerinde reklamların çok az bir etkisi olduğu belirlenmiştir⁷.

Özellikle belli yaş, etnik ve sosyo-ekonomik gruplar eksik bilgiye sahiptir. Alkol ve sigara içmenin olumsuz etkileri konusunda eksik bilgi, bilgi kamusal bir mal olduğu için piyasa başarısızlığına yol açar. Özellikle gençler alkol ve sigara kullanımının yol açtığı zararları olduğundan daha büyük görme eğilimindedirler. Bu eğer doğruysa, alkol ve sigaranın zararlarının doğru bir şekilde algılanması için yapılan bilgilendirme kampanyaları, risklerin farkındalığını arttırmaktan ziyade sakinleştirmeye yönelik olmalıdır⁸.

⁴ Cotter, a.g.m., s. 82.

⁵ Yan Yang vd. "Awareness of Tobacco-Related Health Hazards among Adults in China", *Biomedical and Environmental Sciences*, Vol. 23, No. 6, 2010, s. 437.

⁶ Limin Peng, Hana Ross, "The Impact of Cigarette Taxes and Advertising on the Demand for Cigarettes in Ukraine", *Central European Journal of Public Health*, Vol. 17, No. 2, 2009, ss. 93-98.

⁷ Malesela W. Mogale, Olabanji. A. Oni, Tafadzwa Matiza, "The Impending Alcohol Advertising Ban: Perceptions of Small Alcohol Retailers in Polokwane, South Africa –Lessons from the Advertising Ban on Tobacco Products", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 5, No. 15, 2014, ss. 21-27.

⁸ Harry Clarke, "The Economist's "Way of Thinking About Alcohol Policy", *A Journal Policy Analysis and Reform*, Vol. 15, No. 2, 2008, s. 32.

1.2. Sigara ve Alkole İlişkin Rasyonel Olmayan Davranışlar: Bağımlılık

Bağımlılık yapan davranış, tüketicilerin rasyonel seçimler yapmasını engelleyebilir. Tüketiciler alkol ve sigara içmeye karar verirken irrasyonel davranırsa (yani, uzun vadede çıkarları doğrultusunda hareket etmiyorlarsa), piyasa başarısızlığı ortaya çıkar. Bağımlılık geçmişteki tüketimin şu anki tüketim arttırımıdır. Zira geçmişdeki tüketim şu anki tüketimin marjinal faydasını yükseltir. Bu gibi durumlarda, malın geçmiş tüketimindeki artış, cari tüketimde artışa yol açar. Sigara içen bir bağımlı için, sigaranın bir faydası nikotin yoksunluğunu önlemektir. Bu nedenle, geçmiş tüketim mevcut kullanımı teşvik eder.

Yakın zamana değin İktisatçılar bağımlılığı standart ekonomik analize uygun olmayan irrasyonel olmayan bir davranış olarak gördüğü için diğer tüketim davranışlarından farklı özellikler taşıdığını göz ardı etmiştir. Bağımlı tüketiciler miyop olarak görülmüştür Mevcut tüketimin gelecekteki tüketimi arttırdığı, ancak bağımlıların mevcut tüketimin gelecekteki refah üzerindeki etkilerini görmezden geldiği varsayılmıştır. Bağımlılık yapan malların tüketiminin fiyattaki değişmelere karşı tamamen tepkisiz olduğu görülmüştür. Bu nedenle, bağımlılık yapıcı davranış irrasyonel olarak görülmüş ve standart ekonomi modeline uymamıştır Bu görüş, Becker ve Murphy'nin çalışmalarıyla değişmiş ve bağımlılık rasyonel davranış olarak modellenmeye başlanmıştır⁹.

Becker ve Murphy'nin (1988) rasyonel bağımlılık modellerinde bugünkü tüketimdeki artış, gelecekte bağımlılık olasılığını arttırmaktadır. Zira bağımlılık yaratan aşırı tüketim sigara içmek zararlı olduğu için gelecekte sigara içenlerin ortalama faydasını düşürürken marjinal faydasını arttıracaktır. Herhangi bir bağımlılık modelinin temel sorunu, bağımlıların bu zamanlar arası problemle nasıl başa çıktığıdır. Becker ve Murphy'nin rasyonel bağımlılık modelinde bağımlıların ileriye dönük ve zaman açısından tutarlı davrandıkları varsayılmıştır. Rasyonel tüketiciler geleceğe dönük olarak sigaradan elde ettikleri fayda ile sigaranın zararlarını dengelerler. Sigara tüketicileri zaman içerisinde

⁹ Nils Guhl, Dawid W Hughes, "Cigarette Smoking and Market Failure: A Determination of the Economically Efficient Tax Rate", 2006, ss. 4-5. <https://www.westga.edu/~bquest/2006/cigarette06.pdf>, (28.08.2020).

tutarlı tercihlere sahiptirler. Bağımlılık yapan malların tüketimi, diğer mallarla aynı rasyonel karar verme süreciyle yönetilir. Bu nedenle, sigara içenler sigara içme kararlarını verirken bağımlı olma potansiyelinin tamamen farkındadır. Rasyonel bağımlılık modeline göre, bağımlılık kendi başına piyasa başarısızlığı anlamına gelmez. Sigara içenlerin katlandıkları maliyetler, sigaranın zararları hakkındaki yanlış algılara dayanmadıkça vergilendirmeye karşı duyarsızdırlar¹⁰.

Daha yakın zamanlarda, bağımlılığı “zaman tutarsız davranış” olarak modellemeye yönelik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Zira zaman tutarlılığı psikolojik açıdan çok doğru bir varsayım olarak görülmemektedir. Kişiler zaman tercihlerinin marjinal oranları yükseldikçe, bugünkü faydalarını gelecekteki faydaları değiş tokuş yapma ihtimalleri artacaktır. İnsanlar uzun dönemde faydalarını maksimize etmeyecek şekilde anında ödülleri elde etme ve anlık maliyetlerden kaçınma eğilimindedir. Sigaranın zararları gelecekte ortaya çıkarken sigara içmekten elde edilen fayda anlıktır¹¹.

Yapılan araştırmalar sigara kullananların büyük bir çoğunluğunun aslında sigarayı bırakmak istediğini ancak bırakamadıklarını göstermiştir¹². Amerika Birleşik Devletlerinde Ulusal Sağlık Mülakat Araştırmasının verilerine göre 2015 yılında sigara kullanan yetişkinlerin % 68’i sigarayı bırakmak istemiş bunların içinden % 55,4’ü sigarayı bırakmaya çalışmış sadece % 7,7’si sigarayı bırakabilmiştir¹³. Özellikle ergenlik döneminde alkol ve sigaraya başlayanlar için bağımlılık riski çok daha yüksektir. Zira ergenlik döneminde sigara ve alkol kullanan kişilerin, yetişkinlikte alkol ve sigara kullanmaya başlayan kişiye göre bağımlı olma olasılığı daha yüksektir. Amerika’da Sağlık Dairesi Başkanlığının 2012 yılındaki raporuna göre gençlerin yaklaşık dörtte üçü yetişkin olduklarında da sigara içmeye devam etmektedir. Özellikle ergenlik döneminde alkol ve

¹⁰ Gary Becker, Kevin M. Murphy, “ A Theory of Rational Addiction” Journal of Political Economy, Vol. 96, 1988, ss. 675-700.

¹¹ Işıl Ayas, *Obezite ile Mücadelede Obezite Vergilerinin Algılanan Etkinliği*, (Doktora Tezi), Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016, s.47.

¹² Russo, a.g.t. s.13.

¹³ Stephen Babb vd. “QuittingSmokingAmong Adults United States, 2000–2015”, *Morbidity and Mortality Weekly Report*, Vol. 65, No. 52, 2017, s.1457.

sigara kullanımını diğer uyuşturucu maddelere geçiş kapısı olarak görülmektedir.¹⁴ Gençler rasyonel seçimler yapabilecek olgunlukta olmadıkları için alkol ve sigara kullanımında devlet müdahalesi çok daha büyük önem taşımaktadır. Paternalist devlet anlayışı gereği devlet onlar adına bazı seçimler yapmak zorundadır. Zira alkol ve sigara da gençlerin optimal olarak yapamayacakları seçimdir.

1.3. Sigara ve Alkole İlişkin Maliyetler

Sigara ve alkolün yarattığı sonuçlar itibariyle sadece bireysel değil toplumsal bir sorun olarak da görülmektedir. Birçok hastalığa neden olan sigara ve alkolün hem toplumsal hem de bireysel açıdan olumsuz etkileri söz konusudur.

1.3.1. Sigaranın Maliyetleri

Tütün bütün dünyada uzun vadede kullanıcılarının yarısını öldüren tek ticari maldır. Sigara bütün dünyada önlenebilir hastalık ve ölümlerin temel nedenidir. Her yıl beş milyon yetişkin sigaraya bağlı nedenlerle vefat etmektedir. 2030 yılı itibariyle bu oranın yılda 8 milyona yükseleceği ve özellikle düşük gelirli ülkelerde ölüm nedenlerinin % 80'den fazlasını sigaraya bağlı hastalıklar oluşturacağı tahmin edilmektedir¹⁵. Amerika Halk Sağlığı Dairesinin 2010 yılı raporunda da belirtildiği gibi sağlık açısından güvenli hiçbir tütün ürünü olmadığı gibi güvenli tüketim miktarı da yoktur. Tütün insan vücudu üzerinde çoğu toksik etki yaratan en azından % 69'u kanserojen olan 7000'nin üzerinde kimyasal içermektedir. Sigara başta akciğer kanseri olmak üzere kalp krizi, bronşit ve egzamaya değin birçok hastalığa neden olur¹⁶.

¹⁴ U.S. Department of Health and Human Services, "Preventing Tobacco Use Among Youth and Young Adults", *A Report of the Surgeon General*, 2012. <https://www.hhs.gov/sites/default/files/preventing-youth-tobacco-use-exec-summary.pdf>, (28.08.2020).

¹⁵ World Health Organization, "Assessment of Economic Costs of Smoking", 2011, https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44596/9789241501576_eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y, s. 8. (28.08.2020).

¹⁶ Emily Sawell, *An International Study of Tobacco and Alcohol Marketing Policy: Industry Influence and Compliance*, (Doctrate Thesis), University of Bath, 2015, s.24.

- *Dolaysız Maliyetler*

Dolaysız maliyetleri sigarayla ilgili hastalıkları tedavi etmek için tıbbi bakımın maliyetleri (hastane ve huzurevinde bakım, sağlık görevlilerinin hizmetleri, ilaçlar, vb.), büyük ölçüde de sigara içenlerin tütün tüketimiyle kendi kendilerine maruz kaldıkları hastalıklardan kaynaklanmaktadır. Bu maliyetlere sigara dumanına maruz kalan pasif içicilerin bakım masrafları da dâhildir. Hastaların aileleri ya da diğer bireyler tarafından üstlenilen ek doğrudan maliyetler ise şu şekilde sıralanabilir¹⁷:

- Hastaların sağlık merkezlerine ulaştırma veya bulunduğu yerden başka bir yaşam alanına taşıma masrafları,
- Ailenin hasta bireye bakma ve ona ilişkin bakım masrafları,
- Temizlik, yemek pişirme, bebek bakıcılığı çamaşır yıkama için yapılan ekstra harcamalar,
- Sosyal ve aile danışmanlık hizmetleri,
- Özel giysiler, engelli asansörü, özel diyetler ve eksersiz için yapılan harcamalar
- Mesleki eğitim ve yeniden eğitim için yapılan masrafları içerir

- *Dolaylı Maliyetler*

Sigara içmenin dolaylı maliyetleri, kaybedilen üretkenliğin, çıktının veya kaybedilmiş insan gücü kaynaklarının parasal değeridir. Hastalık, kişilerin isteyken üretkenliğini azaltarak işte zaman kaybına neden olmasının yanı sıra üretkenliği de olumsuz etkileyebilir. Devamsızlık, üretim maliyetlerini de artırabilir ve sonuç olarak girdi birimi başına çıktı değeri düşer. Ek dolaylı maliyetler, bir hastanın yakınları veya aile üyelerinin doktorları, diğer sağlık profesyonellerini ve hastanede yatan kişileri ziyaret etmek için harcadığı zamanı ve aileden biri hastalandığında aile üyeleri tarafından işten kaybedilen zamanı içerir¹⁸.

¹⁷ Doroty P. Rice vd."The Economic Costs of Health Effects of Smoking",*The Milbank Quarterly*, Vol. 64, No. 4, 1986, s.496.

¹⁸ Ricevd, a.g.e, s.497.

- *Soyut Maliyetler*

Somut olmayan soyut maliyetler sosyal, duygusal ve insani maliyetlerdir; parayla ilgili değildirler ve ölçülemezler. Hasta olmakla veya sevilen birini hasta görmeye ilgili acı, keder ve strese ilişkindir. Ayrıca dumanın görsel ve koku alma duyuları ve solunum sistemi üzerindeki tahriş edici etkileri ve bunların neden olduğu rahatsızlık ve ayrıca sigara içenlerin ve ailelerinin maruz kaldığı hastalık ve hastalıkların ekonomik olmayan etkileri gibi, çevredeki diğerlerine uygulanan somut olmayan maliyetleri içerir. Bu konuyla ilgili Kanada 'da yapılan bir araştırmada 2002 yılında sigaradan kaynaklanan hastalıkların yılda 17 milyar Dolarlık ekonomik kayba neden olduğu bulunmuştur. Bu kayıpların 12 milyar Doları iş görmemezlikten kaynaklanan verimlilik kaybı ve prematüre doğumlardan,4,4 milyar doları sigara kaynaklı sağlık maliyetlerinden ve diğer kısmı da sigara kaynaklı yangınlar gibi diğer maliyetlerden oluşmaktadır¹⁹.

1.3.2. Alkolün Maliyetleri

Alkol, bağımlılık yaratan özelliklere sahip toksik ve psiko-aktif bir maddedir. Günümüz toplumlarının çoğunda, alkollü içecekler, nüfusun birçoğu için sosyal ortamın rutin bir parçasıdır. Bu bağlamda, içmenin neden olduğu veya katkıda bulunduğu sağlık ve sosyal zararları gözden kaçırmak veya azaltmak kolaydır. Oysa alkol tüketimi, her yıl dünya çapında 3 milyon ölüme ve milyonlarca insanın engelliliklerine ve kötü sağlığına katkıda bulunmaktadır. Genel olarak, zararlı alkol kullanımı küresel hastalık yükünün % 5,1'i kadar sorumludur. Zararlı alkol kullanımı, küresel hastalık yükünün sırasıyla % 7,1 ve % 2,2'si kadar sorumludur. Alkol, 15 ile 49 yaşları arasında erken ölüm ve sakatlık için önde gelen risk faktörüdür ve bu yaş grubundaki tüm ölümlerin % 10'unu oluşturmaktadır. Dezavantajlı ve özellikle savunmasız nüfusun alkole bağlı nedenlerle hastaneye yatma oranları daha yüksektir²⁰.

¹⁹ Doren Wing Hau, *The Deterrent Effects of Cigarette Taxation Policy on Smoking*, (DoctorateThesis), University of Tornta, 2008, s. 19.

²⁰ WHO, *Key Facts*, 2018. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>, (30.08.2020).

Alkol kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan birçok fayda ve maliyetler söz konusudur. Sigaradan farklı olarak alkol kullanmanın özel faydaları söz konusudur. Uzun yıllardan bu yana insan sağlığı üzerinde az ya da ılımlı düzeyde alkol kullanımının olumlu etkileri olduğuna inanılmaktadır. Bununla birlikte ılımlı ya da az düzeyin ne olduğu konusunda bir görüş birliği söz konusu değildir. DSÖ alkolün hiçbir risk olmadan kullanılabilereği bir eşik düzeyin olmadığını ifade etmektedir. Ne kadar az içilirse o kadar iyi olduğu kabul edilmektedir²¹.

Yüksek düzeylerde alkol kullanmanın etkileri konusunda ise en ufak bir tartışma söz konusu değildir. Bunlardan bir kısmı sigaradakilere benzerdir. Nitekim alkol kullanımının dolaysız maliyetleri büyük lde kişilerin alkol kullanmakla kendilerini maruz bıraktıkları hastalıklardan kaynaklanmaktadır. Alkolle ilgili hastalıkları tedavi etmek için tıbbi bakımın maliyetleri (hastane ve huzurevinde bakım, sağlık görevlilerinin hizmetleri, ilaçlar vb.) dolaysız maliyetlerin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Hastaların aileleri ya da diğer bireyler tarafından üstlenilen bakım masrafları, mesleki eğitim için yapılan harcamalar gibi doğrudan ek maliyetler de söz konusudur. Sigaradan farklı olarak alkolde, sosyal maliyeti yüksek alkole bağlı aile içi şiddet, cinayet, trafik kazaları gibi durumlar da söz konusudur. Örneğin trafik kazasında ambulans, güvenlik glerinin giderleri ve sağlık harcamaları vergilerle karşılanacaktır. Bu durum bir bütün olarak toplumu olumsuz yönde etkileyecektir²².

Dolaylı maliyetler ise sigarada olduğu gibi ölüm ve hastalıktan dolayı verimlilik kayıplarını ifade etmektedir. Ek dolaylı maliyetler ise bir hastanın yakınları veya aile üyelerinin doktorları, diğer sağlık profesyonellerini ve hastanede yatan kişileri ziyaret etmek için harcadığı zamanı ve aileden biri hastalandığında aile yeleri tarafından işten kaybedilen zamanı içerir. Verhaeghe vd. (2017) tarafından Belçika için yapılan araştırmada

²¹ Sawell, a.g.t., s.34.

²²A. Sangamithra, G. Shamuga Priyaa, "Socio and Economic Cost of Alcohol Abuse", *Shanlax International Journal of Economics*, Vol. 4, No. 2, 2016, s. 80.

2012 de alkole atfedilebilir toplam dolaysız maliyetlerin, 906,1 milyon dolar olduğu tahmin edilmiştir. Bunların çoğu (% 82) hastaneye yatış nedeniyle ortaya çıkan maliyetlerdir²³.

2. SİGARA VE ALKOLLE MÜCADELEDE UYGULANAN ARAÇLAR

Alkol ve sigara negatif dışsallıkları (ek sosyal maliyeti) olan mallardır. Bu tür malların üretim veya tüketimi tamamen piyasaya bırakıldığında dışsal maliyetleri yüksek olduğu için toplum önemli maliyetler yüklenmekte ve bir bütün olarak toplumun refahında azalışa neden olmaktadır. Devlet bu tür malların üretim ve tüketimine yönelik kısıtlamalar yapmaktadır. Devletlerin alkol ve sigara ile mücadelede kullandıkları politikalar başlıca üç başlık altında toplanabilir. Bunlar; eğitim ve bilgilendirme politikaları, sigara ve alkole ilişkin düzenleyici önlemler, düzenleyici vergilerdir.

2.1. Eğitim ve Bilgilendirme Politikaları

Piyasa başarısızlığının nedeni olan eksik bilgi devlet müdahalesi için temel gerekçelerden birisidir. Eksik bilgi sorunun önlenmesi için bilgilendirme ve eğitim politikalarından yararlanılmaktadır. Sigara ve alkolün zararlarına ilişkin bilgilendirme kampanyaları Fishbein ve Ajzen'in Nedensel Davranış Teorisine dayanmaktadır. Bu teori, hastalanmaktan kaçınmak isteyen ve bunu yapmak isteyen bir kişinin koruyucu sağlık bakımı yapacağını varsayar. Bir kişinin niyeti, koruyucu sağlık bakımı ile ilgili davranışlara karşı tutumundan ve başkalarının bu davranışları nasıl gördüğünden etkilenir. Bu teoriye dayanarak, birisinin tutumlarını ve sosyal normlarını hedefleyerek ikna etmek, davranışlarını değiştirebilir²⁴.

Bu eğitimlerin amacı alkol ve sigara kullanımının önüne geçilmesidir. Alkol ve sigara kullanımının zararları hakkında verilen eğitimlerde hedef, hem alkol ve sigara kullanmaya başlamamış bireylerin başlamasının önüne geçmek hem de alkol ve sigara

²³ Nick Werhaeghe vd, "The Health Related Alcohol Social Costs of Alcohol in Belgium", *BMC Public Health*, Vol. 17, No. 958, 2017, s. 1.

²⁴ Richard Cook vd., "How Well Does the Theory of Planned Behaviour Predict Alcohol Consumption. A Systematic Review and Meta Analysis", *Health Psychology Review*, Vol. 10, No. 2, 2016, s. 151.

kullanan kişilerin kullanımlarını azaltmaya ve bırakmaya yönelik amaçlarını gerçekleştirmede yardımcı olmaktır. Sigara ve alkolde en etkin eğitim ve bilgilendirme araçlarından olan medya sigara ve alkolün sağlığa olumsuz etkileri konusunda toplumu bilinçlendirerek ileride ortaya çıkacak maliyetlerin engellenmesinde önemli rol oynayabilir. Bilginin etkin sunulabilmesi için mesajı iletilmek istendiği grubun özelliklerine göre belirlenmesi de oldukça önemlidir. Xianglong Xu vd. (2015) yılında Çin’de 18-45 yaş arası 1342 kişi üzerinde sigara karşıtı reklam kampanyasının etkileri konusunda yapılan çalışmada, sigara içmeyen grupta reklamı izlemiş ve izlememiş kişiler arasında bilgi ve tutum konusunda önemli farklılıklar olmadığı belirlenmiştir²⁵.

2.2. Sigara ve Alkole İlişkin Düzenleyici Önlemler

Piyasa başarısızlıkları sigara ve alkole yönelik kamu müdahalesinin gerekçesini oluşturmaktadır. Dünyada sigara ve alkol kullanımını azaltmak için alınabilecek en etkili yöntem vergileri artırmaktır. Vergiler yoluyla devlete gelir sağlamanın yanı sıra hem potansiyel olarak sigaraya başlayacakların sigara kullanımını engellenmiş, hem de sigara kullanımını azaltılmış olur. Sigara ve alkol kullanımını azaltmak için, devletler vergi dışında günümüzde başta Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Fransa, İzlanda, Finlandiya, Norveç, Portekiz, Doğu Avrupa ülkeleri, İsveç, Singapur, İtalya, Yeni Zelanda, Avustralya, Japonya ve Güney Afrika olmak üzere pek çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede tütün ve alkol piyasasını kontrol etmeye yönelik politikalar da uygulanmaktadır²⁶. Aşağıda bu politikalar sigara ve alkol açısından ayrı ayrı ele alınmıştır.

2.2.1. Sigaraya Yönelik Düzenleyici Önlemler

Sigara kullanımının giderek artması, dünyada tüm ülkelerin başlıca sorunları arasındadır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), tütün ürünlerinin zararlarının önlenmesi ve

²⁵ Xianglong Xu vd., “Evaluation of Anti-Smoking Television Advertising on Tobacco Control Among Urban Community Population in Chongqing, China”, *Tabacco Induced Diseases*, 2015, ss. 13-31.

²⁶ Gökhan Dökmen, Mehmet Pekkaya, Nurseda Saymaz, “Sigara Bağımlılığı ve Devletin Sigara Tüketimi ile Mücadele Yöntemleri Arasındaki İlişki”, *Maliye Dergisi*, Sayı. 176, 2019, s. 603.

kısıtlanması konusunda son yıllarda çalışmalarını arttırmıştır. Uluslararası düzeyde bu alanda ilk çalışma 1967 yılında New York'ta düzenlenen "Dünya Tütün ve Sağlık Konferansı"dır. DSÖ 1970 yılındaki Genel Kurul toplantısı sırasında aldığı bir kararla tütün kullanımının zararlarının önlenmesi gereğine işaret eden bildiri yayınlamıştır. DSÖ 1980 yılındaki Dünya Sağlık Günü'nde "Sigara ya da Sağlık; Sağlığı Seçin" şeklindeki slogan ile sigara mücadelesinin önemine tekrar işaret etmiştir. 1980 yılında DSÖ, Sigara ve Sağlık adlı projeyi geliştirmiştir. 1988 yılında ise 31 Mayıs "Dünya Tütünsüz Günü" ilan edilmiştir. 2003 yılında DSÖ Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi imzalanmış ve bu doğrultuda 2008 yılında Tütün Salgını Kontrol Etmeye Yönelik Politika Paketi (MPOWER) ilkeleri hazırlanmıştır²⁷. Tütün Salgını Kontrol Etmeye Yönelik Politika Paketinde yer alan altı öncelikli alan şunlardır:²⁸

- Tütün kullanımı ve koruma politikalarını izlemek
- İnsanları ikinci el sigara dumanının zararlarından korumak
- Tütün kullanımından vazgeçmeleri için yardım önermek
- Tütün kullanımı zararları hakkında uyarmak
- Tütün reklam, promosyon ve sponsorluklarını yasaklamak
- Tütün ürünleri üzerinden alınan vergilerini artırmak

MPOWER stratejilerinin etkin şekilde uygulanması, bunun için ise ulusal altyapının oluşturulması gerekmektedir.

- *Tütün Kullanımı ve Koruma Politikalarını İzlemek*

Tütün kullanımı ve tütün kontrol programlarının izlenmesi, tütün salgınıyla etkin bir şekilde mücadele etmek ve her bir DSÖ Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi ve MPOWER önlemleri ülkesindeki etkileri değerlendirmek için kritik öneme sahiptir. İzleme sistemleri, sigara, diğer kullanılan tütün türleri ve dumansız tütün ürünleri gibi tütün kullanım

²⁷ Nazmi Bilir, Dilek Aslan, "Dünyada, Türkiye'de ve Hacettepe'de Tütün Kontrolü Çalışmaları", *Hacettepe Tıp Dergisi*, Cilt. 26, Sayı. 2, 2005, s. 76.

²⁸ Dünya Sağlık Örgütü, *MPOWER Tütün Salgını Kontrol Etmeye Yönelik Politika Paketi*, 2008, http://saglikenstitusu.org.tr/Images/Filemanager/mpower_dso.pdf, s. 4. (13.09.2020).

göstergelerini izlemelidir. İzleme aynı zamanda tütün kontrol politikası müdahalelerinin ve tütün endüstrisi faaliyetlerinin etkisini de kapsamalıdır. Dünyada 74 ülkede 2,8 milyar veya dünya nüfusunun % 38'i hem yetişkinler hem de gençler için periyodik anketleri içeren güçlü izleme sistemi tarafından korunmaktadır. Bu ülkelerin çoğu (44) kaynakları yeterli yüksek gelirli ülkeler olmasına rağmen sadece % 25'i kendi ülkelerinde tütün kullanımını 5 yıllık izlemeyi tamamlamaktadır²⁹

- *İnsanları İkinci El Sigara Dumanının Zararlarından Korumak*

İkinci el sigara dumanına maruz kalmak kalp hastalığı, akciğer kanseri ve diğer solunum hastalıkları olmak üzere pek çok hastalığa yol açar. İkinci el sigara dumanına maruz kalmanın hiçbir güvenli derecesi yoktur. İnsanları ikinci el sigara dumanının etkilerinden korumanın kanıtlanmış tek yolu, tamamen dumansız ortamlar yaratmaktır. DSÖ Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi göre, tarafların “kapalı işyerlerinde, tüm toplu taşıma araçlarında, kapalı halka açık yerlerde ve uygun şekilde diğer halka açık yerlerde” tütün dumanına maruz kalmaya karşı koruma sağlayan yasal, yürütme ve idari önlemleri uygulamalarını gerektirir. İkinci el sigara dumanına maruz kalmanın azaltılması, tütün kullanımını önemli ölçüde azaltarak ve gençlerin yerleşik sigaraya geçme olasılığını azaltarak sağlığa birçok yönden fayda sağlar.³⁰ Bu konuda yapılması gereken müdahaleler; sağlık ve eğitim kurumları ile işyerleri, restoranlar ve barlar dâhil bütün kapalı kamusal alanlarda tamamıyla dumansız bir çevre için yasaların koyulması ve uygulanmasıdır. Bu bağlamda Cruz vd. (2015) tarafından Ulusal Sağlık Araştırması verileri kullanılarak 1993-2012 yılları arasında tütün fiyatlarının ve dumansız hava sahası uygulamalarının İspanya’da eğitim düzeyine göre sigara bırakma üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla araştırma yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre tütün fiyatları ile sigarayı bırakma oranı arasında düşük eğitim düzeyine sahip kadınlar dışında hiç bir ilişki gözlenmemiştir. Dumansız Hava Sahası Kanunu hem kısa vade de sigarayı bırakma oranını ve önceden var olan eğilimleri

²⁹ WHO, *Report on the Global Tobacco Epidemic*, 2019, s. 71, <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/326043/9789241516204-eng.pdf?ua=1>, (13.09.2020).

³⁰ DSÖ, *MPOWER Tütün Salgını Kontrol Etmeye Yönelik Politika Paketi*, s. 13.

değiştirmiştir. Yasağın hem ardından sigara bırakma oranı artmış sigarayı bırakma oranında en fazla artış düşük eğitim düzeyine sahip kadınlarda görülmüştür³¹.

- *Tütün Kullanımından Vazgeçmeleri İçin Yardım Önermek*

Bu kapsam çerçevesinde temel sağlık hizmetleri ve sağlık kontrollerinde tütün kullanıcılarının belirlenmeli ve kısa tavsiyeler verilmeli ve kullanıcılara düzenli olarak tütünü bırakmaları önerilmelidir. Kısa ve özlü danışmanlıklar alışkanlığı bırakmada oldukça etkili ve düşük maliyetlidir. Doktorlar tarafından genel sağlık kontrolünün bir parçası olarak kişiye özel tavsiyeler bu alanda en etkili ve en ucuz yöntemdir.

Tütün alışkanlığını bırakma tavsiye ve danışmanlık hizmeti sağlık merkezlerinin dışında uygun zamanlarda hizmet verecek şekilde bırakma hatları oluşturularak ücretsiz telefon hatlarından, bant kayıtları yerine canlı operatörler aracılığıyla halkın hizmetine sunulabilir. Bu sistem sabit ve mobil telefon hizmetlerinin yaygın olduğu ve halkın hizmet için telefon görüşmeleri yapmaya alışık olduğu ülkelerde oldukça etkili olarak uygulanmaktadır. Fakat bu hatlar için ekstra finansal desteğe ve gelen telefonları uygun şekilde cevaplandırarak yönlendirme yapacak eğitilmiş personele ihtiyaç duymaktadır. Bu konuda yapılması gereken müdahaleler; sağlık sistemini, tütün kullanımını bırakmayı sağlıklı yaşamın birincil şartlarından biri olarak kabul edip tavsiye edecek şekilde güçlendirilmesi, bırakma hattı gibi toplumsal girişimlerin desteklenmesi ve düşük maliyetli ilaç tedavilerin kolay ulaşılabilir hale getirilmesidir³².

- *Tütün Kullanımı Zararları Hakkında Uyarmak*

İkinci el sigara dumanından ekilenimin tehlikeleri hakkında, kitle iletişim araçları yoluyla yapılan, halk eğitimleri bireylerin tütün kullanımına başlama veya devam etme kararlarını etkilemektedir. Bu alanda eğitime yönelik önemli müdahaleler; toplumun

³¹ Enrique Regidor vd., “Impact of Tobacco Prices and Smoke-Free Policy on Smoking Cessation, By Gender And Educational Group: Spain, 1993–2012”, *International Journal of Drug Policy*, Vol. 26, No. 12, 2015, ss. 1215-1221.

³² DSÖ, *MPOWER Tütün Salgınına Kontrol Etmeye Yönelik Politika Paketi*, s.19.

genelini, özellikle tütün kullanım oranı yüksek veya tütünün zararları hakkında bilgisi az olan belirli grupları tütünün zararları hakkında bilgilendirmeyi ve tütün paketleri üzerine uyarı koyma zorunluluğunu kapsar. Paketler üzerindeki uyarı etiketleri, tütün kullanan veya paketi gören ama kullanıcı olmayan herkese sağlık mesajı vermenin maliyet etkin bir yöntemidir. Paket uyarı etiketlerinin içerik ve şekillerinin görülebilir ve anlaşılır hale getirilmesi yasal olarak zorunlu olmalı ve paket uyarı etiketleri paketin dış yüzeyinin en az yarısını kaplamalıdır. Etiketler aynı zamanda halka tütünün sebep olduğu hastalıklar hakkında bilgi vermeli ve bu bilgiler toplumun dikkatini çekebilmek adına sürekli değiştirilerek konmalıdır. Tütün endüstrisi de tütün karşıtı reklamlar yapmaktadır; bu reklamlar genellikle devletin bu endüstrinin iş hacmini azaltmak için yaptığı müdahalelere bir reaksiyondur. Fakat bu çabalar tütün kullanımını azaltmakta etkisiz olup hatta özellikle gençlerde tütün kullanımını artırabilmektedir³³. Bu konuda yapılması gereken müdahale; etkili paket uyarı etiketlerinin oluşturulması, tütün karşıtı reklamların uygulanması, bağımsız medyayı tütün karşıtı aktivitelerde kullanılmasıdır. Bu bağlamda Kowitt vd. (2017) tarafından Tütün İletişimi Düzenleyici Araştırma Merkezi tarafından uygulanan ulusal düzeyde telefon anketinden elde edilen verilere göre sigara paketleri üzerindeki büyük sağlık uyarılarının tüketim üzerinde etkili olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre yetişkinlerin yaklaşık dörtte üçü sigara paketlerindeki büyük uyarı etiketlerini desteklemiştir. Araştırmada ayrıca, genç yetişkinler, kadınlar, ırksal/etnik azınlıklar ve sigara içmeyenlerin daha büyük uyarı boyutlarına karşı olumlu tutum sergilediği görülmüştür. Araştırmanın sonuç kısmında ise, sigara içenler de dâhil olmak üzere ABD’li yetişkinler arasında sigara paketlerine yönelik daha büyük uyarı etiketleri için yaygın desteğin mevcut olduğu ve sigara tüketiminin bu uygulamalardan etkilendiği vurgulanmıştır³⁴.

³³ Melanie Wakefield vd. “Effect of Televised, Tobacco Company-Funded Smoking Prevention Advertising on Youth Smoking-Related Beliefs Intentions, and Behavior” *American Journal Of Public Health*, Vol. 96, No. 12, 2006, s. 96.

³⁴ Sarah D. Kowitt vd., “Public Attitudes Toward Larger Cigarette Pack Warnings: Results from A Nationally Representative U.S. Sample” *Plos One*, Vol. 12, No. 3, 2017, ss. 1-14.

- *Tütün Reklam, Promosyon ve Sponsorluklarını Yasaklamak*

Pazarlama çalışmaları, sigarayı normal ve yetişkinler için sosyal kabul edilebilir olarak benimsetmekte başarılı olmuştur. Bu da sigara içenlerin sigarayı bırakma konusunda kendisini daha az zorunlu hissetmesine neden olmuştur. Ayrıca, özellikle mağazalardaki sigara reklamlarının varlığı sigarayı bırakmaya çalışanları, bunda başarılı olmasını zorlaştırmıştır. Tütün reklamlarının ve tanıtımının mevcut, potansiyel ve eski sigara içenler üzerindeki zararlı etkisi göz önüne alındığında, tütün reklam, promosyon ve sponsorluklarını yasaklaması küresel tütün pandemisi ile mücadelede önemli konudur³⁵. Bu konuda yapılması gereken müdahaleler; gerekli düzenlemeleri yaparak, tütün konusunda direk reklam, promosyon ve sponsorluğu yapılmasının engellenmesi, gerekli yasal düzenlemeleri yaparak, tütün konusunda her türlü reklam, promosyon ve sponsorluk yapılmasının engellenmesidir. Bu bağlamda, Blecher (2008) tarafından ülkeler arası talep modelleri çerçevesinde sınırlı ve kapsamlı reklam yasaklarının değişen fiyatlar ve gelirler için tüketim üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla yapılan araştırmada, statik modellerde kapsamlı yasakların tüketim üzerinde % 6,7'lik bir düşüşle önemli bir olumsuz etkiye sahip olduğu bulunmuştur³⁶.

- *Vergi Artışları*

Yukarda da anlatıldığı gibi, sigara fiyatındaki yükselişler, kullanımı üzerinde azaltıcı bir etkide bulunmaktadır. Vergilerdeki yükselişler ise halk arasında sigara karşıtı duyarlılığı yükseltmekte, böylece sigara kullanım oranının düşürülmesine de doğrudan etkilemektedir. Daha yüksek tütün fiyatlarından kaynaklanan tütün tüketimindeki azalma, gelir seviyelerine bağlı olarak popülasyonları farklı şekilde etkilemektedir. Yüksek gelirli ülkelerde, kanıtlar tütün fiyatındaki %10'luk bir artışın tütün tüketiminde ortalama %4'lük bir azalmaya yol açtığını göstermektedir. Düşük ve orta gelirli ülkelerde, talepteki azalma

³⁵ Karin A. Kasza vd., "The Effectiveness of Tobacco Marketing Regulations on Reducing Smokers' Exposure to Advertising and Promotion: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey" *Int. J. Environ. Res. Public Health*, Vol. 8, No. 2, 2011, ss. 321-340.

³⁶ Evan Blecher, "The Impact of Tobacco Advertising Bans on Consumption in Developing Countries", *Journal of Health Economics*, Vol. 27, No. 4, 2008, ss. 930-942.

önemli ölçüde daha yüksektir³⁷. Bu konuda yapılması gereken müdahaleler; tütün üzerindeki vergileri artırmanın yanı sıra vergilerin, periyodik olarak enflasyona uyum sağlamasını ve tüketici alım gücünden daha hızlı artmasının sağlatılması, tütün ürünlerindeki yasadışı ticareti azaltmak için vergi düzenlemesini kuvvetlendirilmesidir.

2.2.2. Alkole Yönelik Düzenleyici Önlemler

Halk sağlığı perspektifinden bakıldığında, alkol küresel ölçekte engellilik, hastalık ve ölüm nedenlerinde önemli bir rol oynar. Alkol üretiminin, ticaretinin ve pazarlamasının artan küreselleşmesiyle birlikte, alkol kontrol politikasının yalnızca ulusal bir bakış açısıyla değil, aynı zamanda uluslararası bir bakış açısıyla da anlaşılması gerekmektedir. Günümüzde özellikle ulusal ve yerel düzeydeki alkol kontrol politikaları alkollü içecekleri ekmek süt benzer bir malmış gibi muamele etme eyleminde olan uluslararası ticaret politikalarıyla çeliştiği için gittikçe artan bir şekilde baskı altına girmektedir. Benzer şekilde uluslararası alkol pazarının büyük bir kaç şirketin egemenliğine girmiş olması bu şirketlerin kendi çıkarlarını desteklemek için önemli kaynakların doğrudan ve dolaylı olarak tahsis etmeleri ulusal ve küresel ölçekte sağlık stratejileri üzerinde olumsuz etki yaratmıştır³⁸. Alkole ilişkin olarak ulusal çapta alınması gereken önlemler aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- Erişilebilirliğine İlişkin Düzenlemeler: Fiyatlama ve Vergileme

Devletle uzun süredir alkol ithalatına uygulanan gümrük vergilerini ve yerli üretime uygulanan tüketim vergilerini vergi geliri elde etmek ve alkolden kaynaklanan zarar oranlarını azaltmak için kullanmışlardır. Görünür etkinliğine rağmen, alkolden kaynaklanan zararı azaltmanın bir yöntemi olarak vergilendirme yeterince kullanılmamış gibi görünmektedir. Özellikle son yıllarda, alkollü içeceklerin reel fiyatı, alkole yönelik kontrol

³⁷ Cengiz Haspolat, *Türkiye’de Fiyat ve Kurumsal Düzenlemelerin Tütün Mamulleri Kullanımı Üzerindeki Etkisi*, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014, s. 57.

³⁸ Tomas Babor, “Alcohol: No Ordinary Commodity—A Summary of the Second Edition”, *The Author. Journal Compilatio*, 15 February 2010, <https://www.ndphs.org/documents/2253/Baboralc%20no%20ordina ry%20comm%20second%20edition.pdf>, s. 1 (09.09.2020).

önlemlerinin serbestleştirildiği veya tamamen terk edildiği bir dönemde, birçok ülkede düşmüştür. Fiyatlar, kısmen, hükümetlerin enflasyon ve artan gelirlere göre vergi seviyelerini yükseltmemesi nedeniyle düşmüştür. Bazı durumlarda da alkol vergileri, sınır ötesi ithalat ve kaçakçılıkla rekabet etmek veya ticari anlaşmazlık kararlarına uymak için azaltılmıştır³⁹. Bu bağlamda DSÖ'ye devlet tarafından alınması gerekli önlemler: uygun şekilde içeceğin alkol içeriğini hesaba katabilecek etkili bir yaptırım sisteminin eşlik ettiği, alkolle ilgili belirli bir yerel vergilendirme sistemi oluşturması; enflasyon ve gelir düzeyine göre fiyatları düzenli olarak gözden geçirilmesi; doğrudan ve dolaylı fiyat promosyonlarının, indirimli satışların, maliyetin altındaki satışların ve sınırsız içki veya diğer türlerde sabit oranların kullanımını yasaklanması veya kısıtlanması, .satış hacmi uygun olduğu durumlarda alkol için asgari fiyatlar belirlenmesi; alkolsüz içecekler için fiyat teşvikleri sağlaması ve alkol alanında verilen sübvansiyonların azaltılması veya durdurulması şeklinde sıralanmıştır.

- *Bulunabilirliğine İlişkin Düzenlemeler*

Alkol bulunabilirliğine ilişkin düzenlemeler, binlerce yıldır dünyanın her yerindeki topluluklarda alkol sorunlarını hafifletmek için kullanılmaktadır. Alkol bulunabilirliğine ilişkin kısıtlamalar, tüketicilerin alkol alabilecekleri yerlerin, zamanların düzenlenmesine ilişkindir. Bunun yanı sıra alkol satışına hem kısmi hem de tam yasakları içerir. Ülkeler arasında alkole erişimin düzenlenmesinde büyük farklılıklar söz konusudur. Örneğin, İslam ülkelerinde alkol satışı yasaktır, bazı ülkelerde ise genellikle perakende aşamasında tekel uygulaması mevcuttur. Araştırmalar, alkol ticari veya sosyal kaynaklar yoluyla daha erişilebilir hale geldikçe, tüketim ve alkolle ilgili sorunların arttığını bulunabilirlik kısıtlandığında ise alkol kullanımı ve buna bağlı sorunların azaldığını göstermektedir.⁴⁰. Bu bağlamda DSÖ'ye devlet tarafından alınması gerekli önlemler; perakende satışlar veya halk sağlığına yönelik hükümet tekelleri için bir lisanslama sistemi oluşturulması; şirket içi ve şirket dışı alkol satış noktalarının sayısı ve yerinin düzenlenmesi, perakende satış gün ve

³⁹ Paul J. Gruenewald, "Regulating Availability: How Access to Alcohol Affects Drinking and Problems in Youth and Adults", *Alcohol Research and Health*, Vol. 34, No. 2, 2011, s. 248.

⁴⁰ Gruenewald, a.g.m., s. 248.

saatlerini düzenlemesi, belirli yerlerde veya özel etkinlikler sırasında perakende satışların düzenlenmesi; alkollü içeceklerin satın alınması veya tüketilmesi için uygun bir asgari yaş ve diğer politikaların belirlenmesi; sarhoş kişilere ve yasal yaşın altındaki kişilere satışı önlemek için ulusal mevzuata uygun olarak satıcılara ve sunuculara sorumluluk yüklemeye yönelik düzenlemelerin yapılması halka açık yerlerde veya resmi kamu kurumlarının faaliyet ve işlevlerinde içki içmeye ilişkin politikalar belirlemesidir⁴¹.

- *Alkollü Taşıt Kullanılmasının Önlenmesi*

Alkol, trafikte meydana gelen ölümler ve yaralanmalar için önemli bir risk faktörüdür ve motorlu araç sahiplerinin sayısının hızla artmasıyla birlikte ciddi endişe uyandıran bir konudur. Geleneksel olarak, yasalar insanları para cezası uygulayarak içtikten sonra araba kullanmaktan caydıracak şekilde tasarlanmıştır. Ancak bu yasaların olumlu etkisin destekleyen sınırlı kanıt vardır. Bu bağlamda DSÖ'ye göre devlet tarafından alınması gerekli önlemler; profesyonel sürücüler ve acemi sürücüler için azaltılmış bir sınırla birlikte, kandaki alkol konsantrasyonu için bir üst sınır getirilmesi ve uygulanması; ayıklık kontrol noktaları ve rastgele nefes testi uygulamaları, sürücü belgelerinin idari olarak askıya alınması; zorunlu sürücü eğitimi, danışmanlık ve uygunsuz tedavi programları; alkollü mekânların kapanma saatinden sonrasına kadar toplu taşıma dâhil alternatif ulaşım sağlanması politikayı desteklemek ve genel caydırıcı etkiyi artırmak için halkı bilinçlendirme ve bilgilendirme kampanyaları yürütülmesidir. DSÖ tarafından yapılan "Alkol ve Sağlık Küresel Anketi" ne katılan 141 ülkeden % 22'si bu stratejilerden hiçbirini kullanmadıkları belirtmiştir.

- *Alkollü İçeceklerin Pazarlanması*

Alkol pazarlaması, küresel bir endüstridir. Sürekli gelişmekte ve gençlere yönelik radyo, televizyon, spor etkinlikleri ve popüler müzik konserleri, web siteleri, sosyal medya, cep telefonları ve filmlerde ve TV şovlarında ürün yerleştirmeleri dâhil olmak üzere birden

⁴¹ WHO, "Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol", 2010, [https:// www. who.int/ publica tions /i/item/9789241599931](https://www.who.int/publications/i/item/9789241599931), s. 14. (10.09.2020).

çok kanalı kullanmaktadır. Pazarlamacılar günümüzde düzenleme çabalarının, kitle etkileşimi ve marka yeniliklerin çok gerisinde kaldığı dijital ve sosyal medyaya giderek daha fazla geçmektedirler. Araştırmalar, gençlerin alkol pazarlamasına maruz kalmasının içmeye başlamayı hızlandırdığını ve hâlihazırda içenlerin tükettiği miktarı artırdığını göstermektedir. Alkol reklamını kısıtlayan mevzuat, alkol endüstrisinin muhalefetine rağmen dünya çapında hükümetler tarafından kullanılan köklü bir önlemdir. Alkolün içenlere ve diğerlerine olumsuz sağlık sonuçlarında zararlı kullanımının nedensel rolü (içme durumlarına bakılmaksızın) göz önüne alındığında, pazarlama yoluyla alkol tüketiminin teşvik edilmesi, halklarının sağlığını koruma görevlerinin bir parçası olarak hükümetler tarafından kontrol edilmelidir.

2010 yılında, Dünya Sağlık Asamblesi, “Alkolün Zararlı Kullanımını Azaltma Küresel Stratejisi”ni kabul etti. Küresel Stratejinin yol gösterici ilkeleri arasında, üçü özellikle alkol pazarlama kontrolü ile ilgilidir. Bunlardan ilki, alkolün zararlı kullanımının önlenmesi ve azaltılmasının bir halk sağlığı önceliği olması, ikincisi alkole atfedilebilir zarar riski yüksek olan nüfusu korumanın önemi ve üçüncüsü, alkollü içecek içmemeyi seçen çocukların, ergenlerin ve yetişkinlerin, içki içmeme davranışlarında desteklenme ve içki içmeye yönelik baskılardan korunma hakkına sahip olmalarıdır⁴². Bu bağlamda DSÖ’ye göre devlet tarafından alınması gerekli önlemler gençleri hedefleyen faaliyetlerle bağlantılı olarak promosyonları kısıtlamak veya yasaklamak sosyal medya gibi yeni alkol pazarlama tekniklerini düzenlemek, alkollü ürünlerin pazarlanmasına yönelik etkili denetim sistemlerinin kamu kurumları veya bağımsız organları tarafından geliştirilmesi ve pazarlama kısıtlamalarına ilişkin ihlaller için etkili idari ve caydırıcı sistemler kurmaktır.

2.3. Düzenleyici Vergiler: Sigara ve Alkol Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergisi

Alkol ve sigaranın vergilendirilmesinde temel argüman, alkol ve sigara kullananların bu ürünleri kullanmayanlar üzerinde yarattıkları negatif dışsallıklar

⁴² Maristela G Monteria, “Alcohol Marketing Regulation: From Research to Public Policy”, *Society for Study of Addiction*, Vol. 112, No. 51, 2017, s. 3.

konusunda piyasanın etkin pazarlık çözümlerine ulaşmadaki başarısızlığını düzeltmektir. Piyasa mekanizması dışsallık sorununa bağlı olarak meydana gelen aksaklığı gidermede yetersiz kaldığında devlet bu aksaklığı gidermek için ekonomiye belli araçlarla müdahale eder. Alkol ve sigaranın neden olduğu negatif dışsallıkların içselleştirilmesinde kullanılan en etkin çözüm yöntemlerinden birisi vergilerdir. Pigocu vergiler olarak bilinen vergilerin bu amacı bir mal veya hizmetin dışsal maliyetini marjinal özel maliyetine dahil etmektir. Bu marjinal vergi oranının dışsallığın marjinal maliyetine eşit olması ile sağlanır. Ancak burada dışsal maliyetin nasıl belirleneceği ve verginin dışsal maliyete eşit bir oranda uygulanıp uygulanmayacağı tartışma konusudur.

Sigara ve alkole ilişkin sosyal maliyetlerin belirlenmesi konusunda ampirik ve kavramsal sorunlar vardır. Sosyal maliyetlerin belirlenmesinde bazı analistler negatif dışsallıkları hem de özel maliyetleri dâhil ederken, ekonomistler düzeltici vergilerin oluşturulmasında özel maliyetlerin dikkate alınmaması gerektiği konusunda hem fikirdirler. Alkol ve sigaraya ilişkin net sosyal maliyetlerin belirlenmesi oldukça zordur. Neyin dâhil olup olmayacağı konusunda görüş birliği içinde olanlar için bile sosyal maliyetlerin büyüklüğüne ilişkin tahminler büyük farklılıklar göstermektedir⁴³. Ampirik literatürde, hastalık maliyeti çalışmalarında yaygınlık temelli ve insidansa dayalı yaklaşımlar olmak üzere temel iki yaklaşım kullanılmaktadır. Yaygınlığa dayalı çalışmalar, belirli bir zaman diliminde, tipik olarak bir yıl içinde, hastalığın veya durumun geçmiş ve mevcut sonuçlarıyla ilişkili maliyetleri tahmin etmektedir. İnsidansa dayalı yaklaşım, mevcut ve gelecek yıllarda yeni hastalık veya durum vakaları ile ilişkili maliyetleri ve sonuçları tahmin eder. Dâhil edilmeyen maliyet öğeleri, hesaplama yöntemleri ve metodolojik farklılıklar nedeniyle sosyal maliyet çalışmalarının bulgularının karşılaştırılması oldukça zordur ve dikkatli bir şekilde yorumlanmaları gerekir⁴⁴.

İdeal olarak marjinal vergi oranı sigara içme yoğunluğuna, hastalığa yatkınlığa, başkalarının yanında sigara içme eğilimine sağlık sigortası kapsamının seviyesine, tıbbi

⁴³ Nuria Badenes-Plá, Andrew M. Jones, “Addictive Goods and Taxes: A Survey from An Economic Perspective”, *Hacienda Pública Española/Revista de Economía Pública*, Vol. 167, No. 4, 2003, s.19.

⁴⁴ Nick Verhaeghe, vd., “Methodological Considerations in Social Cost Studies of Addictive Substances. A Systematic Literature Review”, *Frontiers in Public Health*, , 18 January 2017, <https://doi.org/10.3389/fpubh.2016.00295>, s. 2, (13.09.2020).

bakım için altta yatan sebebe göre kişiye özgü olması gerekir. Ek olarak düzeltici verginin, katran ve nikotin içeriğine göre markalar arasında farklılık göstermesi gerekir Fakat farklı vergilendirmenin uygulanması çok daha maliyetli olduğundan, kısıtlı etkisi olabilecek tek oranlı vergi uygulanmaktadır⁴⁵.

Diamond (1973)' e göre bireyin kendi tüketiminin marjinal faydası başkalarının tüketiminden nasıl farklıysa, bireylerin kendi tüketimi ile dışsallıkları arasında, ilave bir ayrılabilirlik olduğu varsayılabilir. Eğer talebi değil de faydayı etkileyen dışsallık söz konusu ise dışsallıkların ağırlıklı ortalamasına eşit tek tip vergi oranı pareto optimumdur. Bu ağırlıklar dışsallık yaratan mal talebinin duyarlılığıdır. Bununla birlikte dışsallık faydanın yanı sıra talebi de etkiliyorsa optimum vergi politikası bu kuraldan sapacaktır⁴⁶

Ekonomik açıdan bakıldığında, tek oranlı vergi ile ilgili temel sorun, verginin aşırı yükünden kaynaklanan refah kaybıdır. Bu refah kaybı, talebin fiyat esnekliği ile artar. Ramsey'e göre verginin etkili olabilmesi için sigara gibi talebin in elastik olduğu malların üzerine daha yüksek vergi konulması gerekir. Ancak böyle yapılırsa kaynak dağılımında etkinlik sağlanabilir. Ramseyin ortaya koyduğu sigara kullanımı gelire negatif korelasyon gösteriyorsa, sigara vergilerinin gerileyici etkisi muhtemelen bir problemdir. Bu tek tip vergilerin ikinci en iyi niteliğini iyileştirmek için, katran ve nikotin vergisi önerilmiştir. Öneri sigara piyasasındaki bozulmaların sigaranın kendisinden çok sigaranın katran ve nikotin içeriği ile daha yakından ilişkili olmasıdır. Bu nedenle verginin yeniden yapılandırılması onu daha etkili hale getirecektir. İdari maliyet küçükse, katran ve nikotine özgü bir vergi Pareto iyileştirmesi olabilir⁴⁷.

⁴⁵ Gerard, a.g.t., s. 31.

⁴⁶ Peter A. Diamond, "Consumption Externalities and Imperfect Corrective Pricing", *The Bell Journal of Economics and Management Science*, Vol. 4, No. 2, 1973, ss. 533-535.

⁴⁷ Russo, a.g.t., s. 34.

3. SİGARA VE ALKOL ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN EKONOMİK ETKİLERİ

ÖTV, kamu ekonomisinde bazı spesifik amaçları gerçekleştirmek için uygulanır. Özel tüketim vergisi ile nispi vergileme yapılacağından bu vergi kapsamına giren sektörlerle ilgili politikalar, piyasaya müdahaleyi ve ekonomiyi yönlendirmeyi sosyal refah için zorunlu kılmaktadır. ÖTV ekonomide kaynak dağılımında ve istihdam üzerinde etkili olduğu gibi vergi gelirlerini de arttırıcı etki yaratmaktadır⁴⁸.

3.1. Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi

Sigara ve alkol üzerinden alınan özel tüketim vergisi perakende satış fiyatı üzerinden nispi olarak alındığı ve bu malların talebi inelastik olduğu için vergi gelirlerini arttırıcı etki yaratmaktadır. Örneğin, sigara üzerinden alınan ÖTV'nin perakende satış fiyatının yarsını oluşturduğu bir ülkede, verginin iki katına çıkması ve bunun tamamının tüketicilere yansıtılması malın fiyatında % 50 artışa neden olmaktadır. Talebin fiyat esnekliğinin ortalama -0,5 civarında olduğu düşük geliri ülkelerde sigara tüketimi % 25 oranında azalacaktır. Ancak kalan % 75'lik kısmı bir öncekine göre iki kat daha yüksek oranda vergilendirileceği için vergi gelirleri % 50 oranında artmaktadır.⁴⁹ Bu konuda Sossi ve Belloni (2014) tarafından yapılan çalışmada tütün ve alkol üzerinden alınan özel tüketim vergisinin Danimarka ve Belçika'da % 1,2 İngiltere ve Macaristan'da ise % 0,6 civarında toplam vergi gelirlerine katkıda bulunduğu belirlenmiştir.⁵⁰

Yukarıdaki örneklerden hareketle sigaraya uygulanan özel tüketim vergisi ile vergi gelirleri arasında pozitif bir ilişki olduğu söylenebilir. Ancak alkollü içecekler üzerinden alınan ÖTV'nin vergi gelirlerini arttırıcı etkisi daha fazladır. Çünkü sigaranın aksine ÖTV'nin alkolün perakende satış fiyatı içerisindeki payı daha düşüktür. Örneğin,

⁴⁸ Frank Chaloupka, “Lisa Powell, Kenneth E Warner, “The Use of Excise Taxes to Reduce Tobacco, Alcohol, and Sugary Beverage Consumption”, *Annu. Rev. Public Health*, Vol. 40, 2019, s. 192.

⁴⁹ Chaloupka, a.g.m., s. 193.

⁵⁰ Franco Sassi, Annalisa Belloni, “Fiscal Incentives, Behavior Change and Health Promotion: What Place in The Health-Inall-Policies Toolkit?”, *Health Promotion International*, Vol. 29, No. 1, 2014, ss. 103-112.

gelişmekte olan ülkelerde alkol üzerinden alınan özel tüketim vergisinin toplam kamu gelirleri içerisindeki payı Güney Afrika’da % 2,3, Sri Lanka’da % 4 ve Kenya’da % 10’dur⁵¹.

Tablo 1’de Türkiye’de 2010-2020 yılları arasında gerçekleşen tütün ve alkol ürünleri üzerinden alınan ÖTV gelirlerinin yer almaktadır.

Tablo 1: Türkiye’de Tütün ve Alkol Üzerinden Alınan ÖTV Gelirleri (2010-2020)

Yıllar	Tütün Üzerinden Alınan ÖTV Gelirleri (Milyon TL)	Alkol Üzerinden Alınan ÖTV Gelirleri (Milyon TL)	Toplam Vergi Gelirleri (Milyon TL)
2010	16.417	2.166	212.555
2011	16.217	2.339	231.755
2012	19.218	4.501	300.995
2013	22.281	5.464	330.773
2014	22.296	5.657	360.322
2015	23.505	5.939	427.048
2016	24.534	6.202	469.377
2017	25.804	6.521	514.328
2018	37.786	10.550	667.320
2019	40.285	11.578	740.138
2020	42.681	12.653	815.652

Kaynak: <http://www.sbb.gov.tr>, (23.02.2020).

Tablo 1’den görüldüğü gibi tütün ve alkol üzerinden alınan ÖTV gelirlerinin her geçen yıl daha da artmaktadır. Özellikle sigara ve alkol üzerinden alınan ÖTV yükünün yükseltilmesi nedeni ile kaçakçılık artmasına ve söz konusu ürünlerin kullanımının azalmasına rağmen, vergi gelirlerinde artış izlenmektedir. Dünya Sağlık Örgütü, 2014 yılında tütün üzerinden alınan vergilerin artırılmasına yönelik başlattığı kampanyada, sigara üzerinden alınan vergilerin artırılmasının kullanımı azaltacağı gerekçesiyle vergi gelirlerinin azaltmayacağına zira Mısır ve Filipinler’de kanıtlandığı gibi kullanımın azalmanın fiyatlardaki artışla kıyaslandığında daha az olduğunu ifade etmiştir⁵². Türkiye açısından ÖTV’de mali amaca ulaşmakta, buna karşın toplum sağlığının korunması ve alkol

⁵¹ Barbor, a.g.m., s. 14.

⁵² Betül Hayrullahoğlu, “Türkiye’de Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerde Özel Tüketim Vergisinin Başarısı”, *Journal of Life Economics*, 2015, s. 94.

ve sigara kullanımının azaltılması amacıyla yeterli başarıya ulaşılmamaktadır. Bu nedenle, Dünya Sağlık Örgütü'nün tütün ve alkolüzerinden alınan vergileri artırma çağrısı, yol açacağı sonuçlar göz önünde bulundurularak üzerinde dikkatle düşünülmesi gereken önemli bir konudur.

3.2. Vergi Adalet Üzerine Etkisi

ÖTV vergi yükü dağılımında adaleti sağlamak amacıyla uygulanırken, vergiye tabi tutulacak malların dikkatle seçilmesi gerekir⁵³. ÖTV talebin gelir esnekliği yüksek olan mallar üzerine konulmalıdır. Aksi takdirde mevcut gelir dağılımı daha adaletsiz olacaktır. Mali amaç ile zorunlu tüketim malları üzerinden alınacak özel tüketim vergisi ile düşük gelir grupları üzerindeki vergi yükü artırılacak yani tersine artan oranlı yapı desteklenmiş olacaktır⁵⁴.

Ülkeler zorunlu mallarda düşük, talebin gelir esnekliği yüksek olan lüks mallarda ise yüksek oran uygulamak suretiyle biçimsel bir artan oranlılık yaratıp, gelir dağılımında adaleti sağlamaya çalışmaktadır. Ancak, alkollü içkiler ve tütün mamulleri gibi alışkanlık ve keyif verici maddeler üzerine uygulanan yüksek oranlı ÖTV, gelir dağılımında adaleti bozmaktadır. Zira günümüzde bu malların çoğu, kullanılabilir gelirin yüzdesi itibariyle diğer gelir gruplarıyla kıyaslandığında düşük gelirlilerce daha fazla tüketilmektedir⁵⁵.

Ekonomistlerin geleneksel görüşü, sigara üzerinden alınan ÖTV'nin oldukça gerici etkiye sahip olduğudur. Sigara vergilerinin gerileyici etkiye sahip olması çok önemli görülmemiştir. Çünkü önemli olan vergi sisteminin genel olarak ilerici etkiye sahip olması ve sigara ve alkolüzerinden alınan vergilerin toplam vergi ödemelerinin küçük bir bölümünü oluşturmasıdır. Hatta düşük gelirlilerin daha yüksek fiyat duyarlılığı ile birleştiğinde, özel tüketim vergisindeki artışların ilerici bir etkiye sahip olacağı ileri sürülmüştür⁵⁶. Bu vergilerden elde edilen gelirleryoksullara daha fazla fayda sağlayan

⁵³ Devrim Emre Mutlu, *Vergilendirmenin Gelir Dağılımına Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s. 121.

⁵⁴ Tülay Çakıroğlu, *Özel Tüketim Vergisi ve Ekonomik Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005, s. 61.

⁵⁵ Hayrulloğlu, a.g.m., ss. 101-102.

⁵⁶ Dahlia K. Remler, "Poor Smokers, Poor Quitters, and Cigarette Tax Regressivity" *American Journal of Public Health*, 2004, Vol. 94, No. 2, s. 225.

ulusal sağlık programı gibi programların finansmanında kullanıldığı ölçüde etkileri daha da ilerici olacaktır. Örneğin, Şili ve Moldova’da sigara ve alkol tüketiminin tıbbi bakım harcamaları ve çalışma yılları üzerinde uzun vadeli etkisini göz önünde bulunduran, çalışmada tütün vergisi artışlarının mali olarak ilerici olduğu görülmüştür⁵⁷.

Sonuç olarak gelir dağılımında adaletsizliğe yol açmasına rağmen alkollü içkiler ve tütün mamulleri gibi alışkanlık ve keyif verici maddelerden özel tüketim vergisi alınmasının nedeni, vergilerin sosyal fonksiyonlarından bir diğeri olan halk sağlığını ilgilendiren olumsuzluklarla mücadele etme çabasıdır. Diğeri bir ifadeyle, alışkanlık verici maddeler üzerinden alınan yüksek oranlı vergiler büyük ölçüde gerileyici ve dolayısıyla gelir dağılımını bozucu etki yaratmakla beraber, düzenleyici amaç açısından tercih edilmektedir⁵⁸.

3.3. İstihdam Üzerindeki Etkisi

ÖTV uygulanması veya alkol ve sigara örneğinde olduğu gibi vergilerin yükseltilmesi, etkilenen sektörlerde satışların azalmasına ve bunun bir sonucu olarak önemli iş kayıplarına neden olacaktır. Örneğin Hu vd. (2002) tarafından Çin için yapılan çalışmada satışlarda % 5,4’lük düşüş, sigara sektöründeki istihdamda aynı oranda azalmaya neden olduğu bulunmuştur⁵⁹.

Ancak vergi nedeni ile sigara ve alkol tüketimi azaldığında kaynakların büyük bir çoğunluğu diğeri bir endüstrilere transfer edilecektir. Tüketiciler alkol ve sigara için daha az harcadıkça başka mal ve hizmetler için daha fazla harcayacaklar veya tasarruflarını artıracaktır. Diğeri mal ve hizmetler için yapılan harcamalardaki artış ekonomide yeni istihdam alanları yaratacaktır. Aynı şekilde devlet tarafından elde edilen ek vergi

⁵⁷ Chaloupka, a.g.m., s. 194.

⁵⁸ Hayrulloğlu, a.g.m., ss. 101-102.

⁵⁹ T. W. Hu, Z. Mao, “Effects of Cigarette Tax on Cigarette Consumption and the Chinese Economy”, *Tobacco Control*, Vol. 11, 2002, s. 107.

gelirleri, başka alanlara yönlendirilecek ve istihdam yaratacaktır⁶⁰. Örneğin, Barber vd. (2008) Endonezya için yapılan çalışmada, sigara tüketiminden tasarruf edilen paraların harcanmak yerine bir kısmının tasarruf edildiği bulunmuştur. Tüketimdeki bu azalma faiz oranlarında düşme ve yatırımlardaki artış nedeni ile gelecekte daha fazla büyüme ve istihdamda artış demektir⁶¹.

Benzer şekilde alkol üzerinden alınan ÖTV' nin istihdam üzerindeki etkisine ilişkin Roy Wada vd. (2017) tarafından Amerika'da yapılan araştırmada alkol endüstrisi ve alkol servisi yapan kuruluşlarda bazı iş kayıplarının meydana geleceği doğru olsa da, tüketiciler ve üreticiler alkollü içeceklerden alkolle ilgili olmayan mallara alışverişlerini kaydırdıkça, ekonominin geri kalanında yaratılan daha fazla istihdam ile bu kayıpların telafi edileceği bulunmuştur⁶².

3.4. Tüketim Üzerindeki Etkileri

Alkol ve sigaranın fiyatlarını yükseltmek ve kullanımını azaltmak için özel tüketim vergisinin kullanılması iktisatın en temel prensiplerinden biri olan talep kanununa dayandırılır. Bu kanuna göre diğer tüm faktörler aynı kalmak kaydıyla, fiyat ne kadar yüksek olursa tüketicilerin o malı satın alma istekleri de o kadar azalacaktır. Ancak alkol ve sigara bağımlılık yapan ürünler olduğu için fiyatların yükselmesi tüketim üzerinde çok az bir etki gösterecektir⁶³.

Günümüzde bazı iktisatçılar ise sigara kullanmanın rasyonel bir davranış olduğunu ileri sürerek alkol ve sigara fiyatlarındaki gelecekteki bir artışın şuanki kullanımlarında düşüşe yol açabileceğini belirtmişlerdir. Becker ve Murphy'in rasyonel bağımlılık modelinde kişiler şu anki davranışlarının gelecekteki sonuçlarını dikkate alarak faydalarını

⁶⁰ WHO, "Effectiveness of Tax and Price Policies for Tobacco Control", 2011. <https://publications.iarc.fr/BookAnd-Report-Series/Iarc-Handbooks-Of-Cancer-Prevention/Effectiveness-Of-Tax-And-Price-Policies-For-Tobacco-Control-2011>, s. 339, (28.08.2020).

⁶¹ Sarah Barber vd., "Tobacco Economics in Indonesia" *International Union Against Tuberculosis and Lung Disease*, 2008, ss. 1-96.

⁶² Roy Wada vd., "Employment Impacts of Alcohol Taxes", *Preventive Medicine* Vol. 105, 2017, ss. 50-55.

⁶³ Doreen Wing Han Au, *The Deterrent Effects of Cigarette Taxation Policy on Smoking*, (Doctorate Thesis), Toronto: University of Toronto, 2008, s. 21.

maksimize edecekler ve zaman tutarlı tercih yapacaklardır. Çünkü kullanıcılar alkol ve sigaranın bağımlılık yapacak özelliğinin farkındadırlar. Bu modele göre kullanıcılar alkol ve sigaranın gelecekteki maliyet ve sonuçlarını dikkate aldıkları takdirde ÖTV'deki yükseliş şu anki kullanımlarını azaltacaktır⁶⁴.

Daha sonra İktisatçılar Backer ve Murphy'in rasyonel bağımlılık modelinin doğru olduğunu anca kişilerin zaman tutarsız tercihler yapabileceklerini belirtmişlerdir. Kullanıcılar zaman tutarsız tercihler yapabilecekleri için kullanımını azaltma ya da bırakma planlarını geleceğe erteleyebilirler. Bu konuda hem zaman tutarı hem de zaman tutarsız araştırmalar ÖTV'nin alkol ve sigara kullanımı üzerinde etken olabileceğini göstermektedir. Ancak burada toptancı bir anlayış yerine alkol ve sigara kullanıcılarının yaş, cinsiyetve etnik gruba göre ayrı ayrı değerlendirilmesi gerekir. Özellikle sigara fiyatlarının arttırılması gençlerve düşük sosyo-ekonomik statüye sahip kişiler arasında tüketimi azaltmak için çok etkili bir politikadır⁶⁵. Chio ve Muehlegger 2014 yılında sadece sigara fiyatı ve tüketim ilişkisine yönelik bir çalışmaya yapmaktadır. Bu çalışmada esasen kısa ve uzun vadede vergilemenin amacına zarar verebilecek değişiklikler göz önünde alınmaktadır. Bireylerin vergi artışlarından önce sigara stoklamasını, vergi sonrası kısa ve uzun vadede yüksek ve düşük kaliteli ürünler arasında tercih değişikliklerine nasıl cevap vereceklerini araştırmaktadır. Analiz için bağımlılığı esas alan stoklama ve ayarlama harcamalarını içeren dinamik bir tüketici davranışı modeli inşa etmektedir. Model sonuçlarına göre vergi artışı öncesi kişiler indirimli sigara stoklamaktadır. Vergi artışlarından sonra ise düşük kaliteli sigara satışında artış gözlenmektedir. Sigara satışı yapan yerlerde premium sigaralarda indirimle girmektedir. Uzun vade de ise düşük kaliteli sigaralardan yüksek kaliteli sigaralarayönelik bir artış söz konusu olmaktadır. ÖTV artışları düşük kaliteli sigara satışlarını, yüksek kaliteli sigara satışlarından daha fazla azaltmaktadır⁶⁶.

⁶⁴ Russo, a.g.t., s. 38.

⁶⁵ Pearl Bader, David Boisclairve, Roberta Ferrence, "Effects of TobaccoTaxationand Pricing on Smoking Behavior in High Risk Populations: A Knowledge Synthesis", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 8, No. 11, 2011, s. 4131.

⁶⁶ L. Chiou, E. Muehlegger, "Consumer Response to Cigarette Excise Tax Changes", *National Tax Journal*, Vol. 67, No. 3, 2014, ss. 621-650.

3.4.1. Özel Tüketim Vergisinin Alkol ve Sigara Tüketimi Üzerindeki Etkisine İlişkin Literatür İncelemesi

Alkol ve sigara bağımlılık yaratıcı bir alışkanlık olduğundan, psikolojik açıdan tüketicilerin tutum ve davranışları üzerinde önemli etkileri vardır. Bu etkiler söz konusu ürünlerin tüketimini doğrudan etkilemektedir. Alkol ve sigara üzerinde uygulanan vergilerin etkileri konusunda yapılan araştırmaların bir kısmında vergilerin tüketimi olumsuz yönde etkilediği, bazılarında ise etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmaların büyük bir çoğunluğu gelişmekte olan ülkelere ilişkindir. Göreceli olarak gelişmekte olan ülkelere ilişkin araştırmaların sayısı azdır.

Bader, Boisclair ve Ferrence (2011) tarafından yapılan araştırmada, tütünün vergilendirilmesi ve fiyatlandırılmasının yüksek risk gruplarında sigara içme yaygınlığı üzerine etkilerine ilişkin çeşitli araştırma makaleleri incelenmiştir. Araştırmada tütün üzerinden alınan verginin gençler, yetişkinler ve düşük sosyo-ekonomik statüdeki bireyler arasında sigara içmeyi caydırmada oldukça etkili olduğu bulunurken, uzun süreli sigara içenler ve Aborjinler üzerinde caydırıcı etkinin çok fazla olmadığı görülmüştür. Sigara fiyatlarında % 10 artış olmasına rağmen, Aborjinlerde sigara içme oranlarında % 0,73'lük düşüş yaşandığı saptanmıştır⁶⁷.

Scollo vd. (2003) tarafından yapılan çalışmada Avustralya Ulusal Tütün Kampanyasının (NTC) tütün tüketim oranı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Genel olarak, programın sigara fiyatlarını % 25 oranında yükseltme ve tütün kullanımında azalma etkisi olduğu görülmüştür. Mavi yakalılarda tütün tüketiminde % 10,2, beyaz yakalılarda % 11,48 ve çok fazla sigara içenlerde % 26 -% 18 arasında bir azalma bulunmuştur. Günlük tüketilen ortalama sigara sayısı, Mayıs 1997'den Kasım 2000'e kadar % 15,4 sigaradan % 14,1 sigaraya düşmüştür. Ayrıca çalışmada batı ülkelerinde reel sigara fiyatındaki % 10'luk bir artışın tüketimde % 4'lük bir azalmayla sonuçlandığı belirtilmiştir⁶⁸.

⁶⁷ Bader, a.g.m., ss. 4118-4139.

⁶⁸ M. Scollo vd., "Impact of Tobacco Tax Reforms on Tobacco Prices and Tobacco Use in Australia", *Tobacco Control*, Vol. 12, No. 2, 2003, ss. 59-66.

Sissoko (2002) tarafından 1995-1998 yılları arasında Amerika'da 50 eyalet ve Kolombiya bölgesinde eyaletler ve federal devlet tarafından sigara vergisindeki artışların tüketim üzerindeki etkisini belirlemek için en küçük karaler tekniği kullanılarak yapılan araştırmada sigara talebinin nispi olarak inelastik olduğu, fakat verginin yüksek olduğu eyaletlere nazaran talep esnekliğinin daha fazla olduğu bulunmuştur. Bir bütün olarak bakıldığında ise, sigara tüketiminde doğrudan düşüş yerine vergi gelirlerinde artış olduğu belirlenmiştir⁶⁹.

Parks vd. (2017) tarafından Minosoto Yetişkin Tütün Araştırması sonuçlarına göre gizli sınıf analizi yöntemine göre yapılan araştırmada, bireylerin sigara üzerinden alınan vergilere tepki olarak sosyo-ekonomik durumlarına farklı davranışlarda buldukları belirlenmiştir. Buna göre sigara içenlerin, özellikle düşük sosyo-ekonomik gruba mensup olanların çoğu, sigara vergilerine tepki olarak tütünü bırakma veya sürekli bırakmaya yönelik tutum sergiledikleri görülmüştür⁷⁰.

Quimbo vd (2012) tarafından Filipinlerde tüm markaların mevcut maksimum vergi oranı olan paket başına 28,3 Peso (0,65 ABD Doları) üzerinden vergilendirilmesinin etkisini simule eden araştırma yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre; sigara vergisindeki artış, tüketim vergisinin perakende satış fiyatındaki payını % 53, 8'e çıkartmış, vergiler dâhil ortalama perakende fiyat, taban çizgisine göre ortalama fiyatta % 83'ün üzerinde bir artışla 52,6 pesoya (1,20 ABD Doları) yükseltmiş, vergi gelirlerini yaklaşık 54 milyar Peso (1,2 Milyar ABD Doları) arttırmış ve sigara tüketimini neredeyse % 43 oranında azaltmıştır⁷¹.

Chiou ve Muehlegger (2010) tarafından yapılan araştırmada ise vergi artışı beklentisi ve sonrasında tüketici davranışının, tüketim yoğunluğuna (yoğun ve hafif sigara içenler), sınıra yakınlık ve demografik özelliklere (yaş ve ırk gibi) göre değiştiği

⁶⁹ Maski Sissoko, "Cigarette Consumption in Different U.S. States, 1955–1998: An Empirical Analysis of the Potential Use of Excise Taxation to Reduce Smoking", *Journal of Consumer Policy*, Vol. 25, 2002, ss. 89–106.

⁷⁰ Michael J.Parks vd., "Behavioral Change in Response to A Statewide Tobacco Tax Increase and Differences Across Socioeconomic Status", *Addict Behavior*, Vol. 73, 2017, ss. 209-215.

⁷¹ Stella Luz A. Quimbo vd., "The Economics of Tobacco and Tobacco Taxation in the Philippines". *International Union Against Tuberculosis and Lung Disease*, 2012, ss. 34-35.

belirlenmiştir. Ayrıca sigaradaki kısa vadeli değişikliklerin, davranıştaki uzun vadeli değişiklikleri yanlış temsil edebileceği zira kısa vadede, stoklama ve düşük maliyetli sigaraların ikame edilmesi, tüketicilerin vergi artışının etkilerini kısmen azaltmalarına olanak sağlayacağı ifade edilmiştir⁷².

Sylvain (2008), 1986-2006 döneminde Columbia bölgesi ve 49 eyalet üzerinde, maksimum 1050 gözlemi içeren bir panel veri serisi kullanmış; sigara üzerindeki özel tüketim vergilerinin artışının yetişkinlerin sigara tüketimi üzerinde hiçbir etkide bulunmadığını, ancak 18 yaş altı gençlerde vergi artışının tüketimi azalttığını bulmuştur. Aynı zamanda özel tüketim vergilerinin artışı ile bir günde içilen ortalama sigara sayısının da azaldığını belirtmiştir⁷³.

Özkan (2017) tarafından yapılan araştırmada Türkiye’de vergi artışlarının alkollü içecekler ve tütün ürünlerin tüketimini azaltmadığı belirlenmiştir. Bir başka deyişle artan vergilerin alkol ve tütün ürünleri tüketimi üzerinde azaltıcı bir etkisi gözlemlenmemiştir. Aksine vergi artışlarının az da olsa ürünlerin tüketimi üzerinde pozitif bir etki yaratmakta olduğu saptanmıştır⁷⁴.

Hayrulloğlu (2015) tarafından yapılan araştırmada Türkiye’de sigara üzerinden alınana yüksek oranlı ÖTV iç talebi kısmış ancak kaçak sigara kullanımını arttırmıştır. ÖTV artışı kaçak sigara kullanımındaki artış nedeniyle talebin kısılmasında çok etkili olamamıştır⁷⁵.

⁷² LesleyChiou, Erich J Muehlegger. “Consumer Response to Cigarette Excise Tax Changes”,*HKS Faculty Research Working Paper Series*, 2010, https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/4448875/Muehlegger_Consumer_Response.pdf?sequence=1&isAllowed=y, ss. 1-31. (01.09.2020).

⁷³ Seginio Sylvain, “The Effects of Excise Tax on Cigarette Consumption: A Divergence in the Behavior of Youth and Adults”, *Michigan Journal of Business*, Vol. 1, No. 2, 2008, ss. 87-109.

⁷⁴ Ersan Özkan, *Alkol ve Tütün Ürünlerinde Uygulanan Özel Tüketim Vergileri ve Tüketim İlişkisi Çerçevesinde Türkiye Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Tekirdağ: Namik Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.

⁷⁵ Hayrulloğlu, a.g.m., ss. 89-111.

Haspolat (2014) tarafından yapılan araştırmada Türkiye’de tütün mamullerinin fiyat seviyesinin yükseltilmesinin beklendiği gibi tütün mamullerinin tüketimini azalttığı ve fiyatın tüketim üzerindeki uzun vadedeki etkisinin kısa dönemdeki etkisinden daha yüksek olduğu bulunmuřtur⁷⁶.

Uğur, Akdemir ve Gürsel (2010) tarafından Türkiye’de yapılan araştırmada, sigara tüketimi ile sigara üzerinde uygulanan dolaylı vergi oranları arasında ters yönlü bir ilişki olmasından dolayı Türkiye’de, sigara üzerinden alınan yüksek oranlı vergilerin sigara kullanımını azalttığı bulunmuştur. Ancak kişi başına düşen sağlık harcamalarında artış olduğu saptanmıştır.⁷⁷.

Gergerlioğlu (2014) tarafından Türkiye’de yapılan araştırmada tütünlü mamul tüketiminin yüksek vergilerle azalacağına ilişkin önerinin tüm mezun grupları içerisinde en az üniversite mezunları en fazla ilkokul ve ortaokul mezunları tarafından desteklendiği bulunmuştur. Bunun tutum ile eğitim düzeyi arasında istatistiksel açıdan ters oranlı bir ilişkinin varlığını da gösterdiği ifade edilmiřtir⁷⁸.

Buyrukoğlu, Bozdoğan ve Bektaş (2016) tarafından Türkiye’de yapılan araştırmada alkollü içecek ve sigara kullanımının kısıtlanmasına ilişkin olarak yükseltilen nispi ve maktu vergi oranlarının alkollü içecek ürünlerinin kullanımında artışlar meydana getirdiği ve yüksek oranda vergilemenin tüketimi kısıtlamada amacına ulaşmadığı belirlenmiştir. Sigara kullanımında ise, 2004-2014 yılına kadar geçen süreçte önemli derecede bir azalmanın olduğu, bu azalmada “% 100 Dumansız Hava Sahası” düzenlemesinin etkili olduğu sonucuna varılmıřtır⁷⁹.

⁷⁶ Cengiz Haspolat, *Türkiye’de Fiyat ve Kurumsal Düzenlemelerin Tütün Mamulleri Kullanımı Üzerindeki Etkisi*, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014.

⁷⁷ Atilla Uğur, Erdem Akdemir, Eda Gürsel, “Sigara ve Alkol Üzerindeki Dolaylı Vergilerin Sağlık Harcamaları Üzerindeki Etkisi”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, Cilt. 2, Sayı. 1, 2010, ss. 1-14.

⁷⁸ Ufuk Gergerlioğlu, “Tütünlü Ürün ve Alkollü içecek Vergilerinin Tutumlar Üzerindeki Etkilerinin Eğitim Faktörü Perspektifinde Ampirik Analizi (İstanbul İli Örneği)” *İstanbul, İ.Ü.İ.F.E.İ.D.*, Sayı. 21 2014, ss. 47-68.

⁷⁹ Selcuk Buyrukoğlu, Doğan Bozdoğan, Altuğ Murat Köktaş, “Paternalist Devlet Anlayışının Bir Gereği Olarak Günah Vergileri: Türkiye Örneği”, *Niğde, N.Ü.İ.İ.B.F.D.*, Cilt. 9, Sayı. 3, 2016, ss.15-31.

Dermici ve Avcı, (2017) tarafından Türkiye’de yapılan araştırmada Ramsey’in Ters Esneklik Kuralına göre düşük esnekliğe sahip malların yüksek oranda vergilendirilmesine ilişkin uygulamayı haklı buldukları belirtilmiştir. ancak alkol ve tütün ürünlerinin ek vergiler ile fiyatı arttığında bile tüketimin azalmadığı ifade edilmiştir. Türkiye’de vergilendirmenin 2007-2016 yıllarını kapsayan on yıllık süreçte alkollü içecekler açısından başarsız olduğu ve bunun kısmen sigara açısından başarılı olduğu sonucuna varılmıştır.⁸⁰.

⁸⁰ Orçun Avcı, Zeynep Demirci, “Türkiye’de Günah Vergisi Olarak TV III Sayılı Listenin İncelenmesi”, *Maliye Araştırmaları 1*, ed. Adnan Gerçek, zhan etinkaya, Ekin Yayınları, Bursa: 2017, s.47-60.

İKİCİ BÖLÜM

TÜRKİYE VE AZERBAYCAN'DA ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ UYGULAMASI, SİGARA VE ALKOLÜN VERGİLENDİRİLMESİ

Türkiye ve Azerbaycan'da ÖTV'nin bugünkü vergi sistemi içerisindeki yapısının ve uygulamasının daha iyi bir şekilde incelenmesi açısından tarihi süreç içerisindeki gelişimi ele alınmıştır.

1. ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnsanların topluluklar halinde yaşamaya başlaması adalet, güvenlik, eğitim, gibi bir takım kamusal ihtiyaçları beraberinde getirmiştir. Zira devletlerin ortaya çıkmasının temelinde de kamusal ihtiyaçların karşılanması gerekliliği yatmaktadır⁸¹. İlk verginin ne zaman uygulandığına ilişkin kesin bir bilgi olmamakla birlikte günümüze kadar ulaşan bilgi ve belgelere göre ilk vergilere Sümerlerde rastlanmaktadır. Vergiler, başlangıçta gönüllü bir ödeme şekli olmasına rağmen, kapsam olarak geniş değildi. Başlangıçta vergiler, kabile şeflerine, derebeyine ve ya krallara verilen hediye veya yardım niteliğindedir. Zamanla merkez yönetimin ortaya çıkmasıyla birlikte, vergiler zora dayalı bir ödeme şekline dönüşmüştür⁸².

1.1. Dünya'da Özel Tüketim Vergisinin Tarihsel Gelişimi

İlkçağda Mısır ve Babil gibi uygarlıklarda kamu harcamaları firavun ya da krala aid mülk gelirleri ile karşılanıyordu. Bu çağda nüfusun az olması, devletin düzenli ordusu ve kamu kurumları olmadığı için giderleri fazla değildi. Ancak nüfus artışı, savaşlar, tapınakların yapılması gibi nedenlerle kamusal harcamaların artması, devlet hazinesinin

⁸¹ Özkan, a.g.t., s. 3.

⁸² Çakıroğlu, a.g.t., s. 17.

toplumsal ihtiyaçların karşılanmasıda yetersiz kalmasına neden olmuştur. Nitekim eski Mısır’da vergi idaresi dönemin en önemli kamu kurumu haline gelmiştir⁸³.

Bu çağda bir yandan yapısal nedenler, öte yandan ekonominin sanayileşmemesi, muhasebenin gelişmemesi, vergi idaresinin örgütlenmiş olmaması, gerek uygulamada gerekse tahsilâta sağladığı kolaylıklar nedeni ile özel tüketim vergisine önem verilmesine neden olmuştur⁸⁴. İlkçağda özel tüketim vergisi zorunlu ihtiyaç malları üzerinden alınmıştır. Tuz, un, gaz, bez gibi malların elde edilmesi ve değişimi verginin konusunu oluşturmuştur. Örneğin, ilk kez milattan önce 2200 yılında Çin İmparatoru tarafından tuz üzerine vergikonulmuştur⁸⁵. Talep esnekliği düşük tuz, bez gibi o tüketim mallarının üzerine vergi konulmuş olması vergilemede gelir elde etme amacının ön planda tutulduğunu ve vergilemede adalet ilkesine fazla önem verilmediğini göstermektedir. Tuz, çay, alkol gibi halkın yaygın kullandığı mallardan ÖTV alınması büyük tepkilere yol açmış ve ayaklanmalaraneden olmuştur⁸⁶.

Ortaçağda ÖTV ilkçağda olduğu gibi sadece gelir getirme amacıyla değil toplumsal düzenin sağlanması amacıyla da uygulanmıştır. Zira bu çağda tuz gibi zorunlu tüketim mallarının yanı sıra alkol ve diğer zararlı maddeler üzerinden yoğun vergiler alınmıştır⁸⁷.Skolastik düşüncenin hâkim olduğu bu çağda kralların ve özellikle kilisenin isteğiyle kâğıt, kitap ve gazeteye de damga vergisi şeklinde özel tüketim vergisi uygulanmıştır. Bu verginin temel amacı gelir elde etmek değil bilgi üretimine engel olarak, eleştirileri engellemek ve kilisenin toplum üzerindeki gücünü koruyabilmektir⁸⁸.

⁸³ Ahmet Kayan,“Verginin Tarihsel Gelişimi ve Sebeb Olduğu Bazı Önemli Olaylar”, *Maliye Dergisi*, Sayı. 135, 2000, s. 82.

⁸⁴ Müge Seda Ateş, *Türkiye’de Özel Tüketim Vergisi Uygulaması*, (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017, s. 22.

⁸⁵ Nihat Edizdoğan, Ali Çetinkaya, “Vergilerin Ekonomik Analizi”, 2. b., Bursa: Dora Yayınları, 2012, s. 238.

⁸⁶ Mevhibe Işık, *Türkiye’de Sigara Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergisinin Sigara Tüketim Tercihleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi.*, (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019, s. 4.

⁸⁷ Ateş, a.g.t., s. 22.

⁸⁸ Hasan Oral, *Avrupa Birliği’nde Özel Tüketim Vergilerinin Uyumlaştırılması ve Türkiye*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, s. 20.

Alcavala, ortaçağ Avrupası'na özgü en önemli özel tüketim vergisi örneğidir Bu vergi 1342-1845 yılları arasında İspanya'da tuz, içki ve diğer tüketim maddeleri üzerinden alınmıştır. Ancak bu verginin tahsil masraflarının sağladığı gelirin % 30'una ulaşması İspanya 'da ekonomik çöküntüyü etkileyen faktörlerden birisi olmuştur. Bu vergi halk arasında olumsuzluklar yarattığı için Fransa'da ihtilal öncesinde kaldırılmaya çalışılmışsa da, ülkeye getirdiği ekonomik avantajlar nedeniyle kaldırılamamıştır. Bu verginin yanı sıra Hollanda'nın 1566 yılında koyduğu ve her şeyin üzerinden % 10 oranında alınan “Tenth Penny” vergisi de bu çağda uygulanan bir diğer özel tüketim vergisidir⁸⁹.

ÖTV Avrupa'da o kadar yaygın kullanılmıştır ki halkın tepkisine neden olmuştur. Avrupa'da ÖTV'ye gösterilen en büyük tepkilerden biri Britanya'da gerçekleşmiştir. Oranlar değişmediği halde şarap ve tütün üzerinden alınan gümrük vergisi yerine yeni adı ile özel tüketim vergisini getirilmesi halkın büyük tepkisine neden olmuştur⁹⁰.

Yeniçağda 1756–1763 yılları arasında gerçekleşen “Yedi Yıl Savaşları” sonrasında İngiltere'nin bütçe açığı oldukça artmıştır. Bütçe açığını kapatmak isteyen İngiltere, Amerika'da bulunan 13 kolonisine ağır vergiler uygulamıştır. İngiltere'nin 1770 yılında çay üzerine uyguladığı özel tüketim vergisi, 13 İngiliz kolonisinin birleşmesine ve kolonilerin İngiltere'ye karşı ayaklanmalarına neden olmuştur. Bunun akabinde gelişen süreç ABD'nin kurulmasına yol açmıştır. Yeniçağın Amerika'sında ilk kez 1791 yılında sigara ve 1794 yılında viski üzerinden alınan tüketim vergileri “Sin Tax” olarak isimlendirilmiştir⁹¹.

ÖTV geçmiş çağlardan beri farklı isim ve mallar üzerinden alınmış olsa da ilk defa 1970'li yıllarda Avrupa Topluluğu'na üye ülkeler tarafından belirli kurallara bağlanmıştır⁹².

⁸⁹ Oral, a.g.t., s. 21.

⁹⁰ Taylar, a.g.m, s. 454.

⁹¹ Oral, a.g.t., s 22.

⁹² Ntılık İliaz, *Avrupa Birliği'nde Özel Tüketim Vergisi Uyumlaştırması ve Türkiye*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, s. 24.

1.2. Türkiye’de Özel Tüketim Vergisinin Tarihsel Gelişimi

Osmanlı imparatorluğunda Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk yıllarında olduğu gibi ÖTV’nin varlığı söz konusudur. Bu nedenle ÖTV Osmanlı dönemi ve Cumhuriyet dönemi olmak üzere iki başlık altında ele alınmıştır.

1.2.1. Osmanlı Döneminde Özel Tüketim Vergisinin Tarihsel Gelişimi

Osmanlı İmparatorluğu, devlet sisteminde şer’i hükümlerin uygulandığı bir imparatorluktur. Bundan dolayı da kuruluş tarihi olan 1299’dan Tanzimat Fermanı’nın ilan edildiği 1839’a kadar Osmanlı vergi sistemi büyük ölçüde İslami kurallar doğrultusunda şekillenmiştir⁹³.

Osmanlı İmparatorluğu döneminde uygulanmakta olan vergiler Tekâlif-i Şeriyye ve Tekâlif-i Örfiye olarak ikiye ayrılmıştır⁹⁴. Şer’i ve örfi vergiler sistematik ve periyodik olarak kurumsallaşmış vergilerdir. Örfi vergilerden amaç, şer’i olmayan vergiler demek değildir. Çünkü İslâm hukuku devlet başkanına gerek duyulduğunda vergi koyma yetkisi verdiğinden dolayı, şer’i ölçülere aykırı olmayan vergiler de İslâm hukukunun kapsamına girmektedir⁹⁵.

Vergiler daha çok tarım ürünleri ve hayvancılık üzerinden alınmıştır. Osmanlı Devletinin vergi sisteminde bütünlükten söz etmek mümkün değildir. Ayrıca vergilemenin adaletsiz olduğu da söylenebilir⁹⁶.

Osmanlı Devleti’nin kuruluş ve yayılma yıllarındaki gelirleri, para ile ödenen düzenli vergilere dayanmamaktadır. Ancak Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinde İslami kurallar ÖTV’ye ilişkin düzenlemeler az da olsa mevcuttur. Osmanlı Devletinde ÖTV

⁹³ Muhammet Şahin, “Türkiye’de Vergi Uygulamalarında Ekinlik Sorunu”, *The Journal of International Scientific*, Cilt. 1, Sayı. 3, 2016, s. 27.

⁹⁴ Onur Eroğlu, “Osmanlı Devleti’nin Son Dönemlerinden Cumhuriyet’in İlk Yıllarına Kamu Maliyesi”, *İmzir, D.E.Ü.H.F.D.*, Cilt. 12, Özel S., 2012, s. 58.

⁹⁵ Abdullah Sami Tekin, “Klasik Dönem Osmanlı Devleti İktisadi ve İçtimai Düzeninde Vergi Sistemi”, *Akademik Tarih ve Araştırmalar Dergisi*, Cilt. 1, Sayı. 1, 2019, s. 59.

⁹⁶ Faruk Güçlü, *Vergi ve Sosyal Devlet*, 1. b., Ankara: Sabev Yayınları, 2007, s. 38.

gayrimüslim azınlıklardan alınan “Şıra Resmi” ile başlamıştır⁹⁷. Şıra resmi tütün kullanımından alınan ilk vergidir. 16. asır sonrası “Zecriye” olarak alınmaya başlayan bu vergi türü reftiye, idhaliye şeklinde isimlerle alınmıştır. 1859 tarihli kararname ile birleştirilen bu vergiler, “Rüsum-u Müçtemiz” daha sonra da “Müskirat Resmi” adını almıştır. Alkollü içki satanların ödemek zorunda oldukları bir çeşit ruhsat harcı olan Resm-i Beyiye’yetütün mamulleri satışından alınan Tömbeki Beyiyesi de eklenebilir. 1862 yılında tütün, Osmanlı İmparatorluğu’nda devlet tekeli altına alınmıştır⁹⁸. Tütün tekeli hariç Osmanlı Devletinde ÖTV’nin mali amaçtan ziyade sosyal amaçlarla salındığı söylenebilir.

1.2.2. Cumhuriyet Döneminde Özel Tüketim Vergisinin Tarihsel Gelişimi

Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşuyla Osmanlı vergi sistemi yürürlükten kaldırılmıştır. Avrupa vergi sistemi esas alınarak yeni bir vergi sistemi oluşturulmuştur. 1925 yılında aşarın ve iltizam usulünün kaldırılması ile tarımdan elde edilen dolaysız vergi gelirlerinin bütçe içerisindeki payının azalmasına yol açmıştır. Aşarın kaldırılmasının yarattığı bu olumsuz etki 1926 yılında konulan Umumi istihlak vergisinin konulmasıyla giderilmeye çalışılmıştır. Bu vergi istisnaları olmakla birlikte malların üretiminden tüketimine kadar geçen her aşamadan alınan yayılı muamele vergisi niteliğindedir. Umumi istihlak vergisinin konulduğu yıl bu vergi kapsamı dışında kalan, eğlence yerlerini vergilemek için “Eğlence ve Hususi İstihlak Vergisi” yürürlüğe konmuştur⁹⁹. Ancak bu dönemde genel satış vergilerinden beklenen başarının sağlanamaması, kamu harcamalarının finansmanı için ÖTV’yi gündeme getirerek uygulanmasına yol açmıştır.

1941 yılından sonra bu vergilere PTT’den alınan “Müdafaa Vergisi”, 1944 sonrası “Banka ve Sigorta Muameleleri”, “Şeker Ek İstihlak Vergisi”, tekeli ürünlerinden alınan vergilerde eklenmiştir. Ayrıca 1944 yılında benzinden alınmaya başlayan yol vergisinde ÖTV niteliğindedir. Bu vergi, 1956’dan sonra kaldırılmış, yerine PTT’den alınan müdafaa vergisinin yerine “PTT Hizmetleri Vergisi” getirilmiştir. 1956 yılında Türkiye’de dolaylı

⁹⁷ Ateş, a.g.e., s. 29.

⁹⁸ Turan, a.g.m., s. 4.

⁹⁹ Aylin Gülüm, *Özel Tüketim Vergisi ve Ekonomik Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009, s. 97.

vergiler alanında önemli değişiklikler olmuştur. O güne kadar uygulanmakta olan maamele ve tüketim vergileri, vergi kaçakçılığına yol açtığı ve ulusal sanayinin gelişmesi engellediğı için kaldırılarak yerine gider vergisi kanunu getirilmiştir. Gider vergisi kanunuyla dört yeni vergi yürürlüğe konulmuştur. Bu vergiler istihsal vergisi, banka ve sigorta muameleleri vergisi, nakliyat vergisi ve PTT hizmetleri vergisidir¹⁰⁰.

1960-1980 yılları arasında bu vergilere 1963'te dış seyahat harcamaları vergisi 1971 de taşıt alım, işletme vergisi ve 1972'de "Spor Toto" vergisi eklenmiştir. 1980-2002 döneminde, katma değer vergisinin yürürlüğe girmesiyle dış seyahat harcamaları vergisi, işletme vergisi, şeker istihlâk, nakliyat, PTT hizmetleri ve Spor Toto vergileri yürürlükten kaldırılırken, Taşıt Alım ve Banka ve Sigorta Muameleleri vergisi kaldırılmamıştır. Ayrıca bu dönemde "Akaryakıt Tüketim Vergisi", "Ek Vergi" ve çeşitli fonlar da uygulanmaya başlanmıştır¹⁰¹.

01.08.2002 tarihinde yürürlüğe giren 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu ile akaryakıt tüketim vergisi, akaryakıt fiyat istikrar fonu, taşıt alım vergisi, ek taşıt alım vergisi, çevre fonu gibi fon ve ek vergiler yürürlükten kaldırılmış ve ÖTV'ye tabi mallar Kanun'a ekli dört adet listede toplanmıştır¹⁰².

ÖTV'nin yürürlüğe konmasında aşağıda belirtilen nedenler önemli rol oynamıştır¹⁰³.

Dolaylı Vergilerde Sadeleştirme: ÖTV'nin yürürlüğe konulmasının birinci nedeni dolaylı vergiler sisteminin sadeleştirilmesidir. 1985 yılında yürürlüğe giren KDV ile 8 adet dolaylı vergi yürürlükten kaldırılmıştır. Böylece dağınık bir mevzuat kapsamında alınan vergiler ve haraçlar KDV çatısı altında birleştirilmiştir. Ancak 1985 yılından sonra, gerek bütçe gelirlerinde artış sağlanması (ek taşıt alım vergisi), gerek bazı kamu hizmetlerinin finansmanı (eğitim, gençlik, spor ve sağlık hizmetleri vergisi, gerekse bazı kişi ve kuruluşlara kaynak temin edilmesi amacıyla zaman içinde birçok vergi, resim, fon ve ihdas edilmiştir. Aynı mallar için birden fazla vergi, fon ve payların uygulanması, bunlardan

¹⁰⁰ Oral, a.g.t., s.27.

¹⁰¹ Taylar. a.g.m., s. 460.

¹⁰² Mehmet Tosuner, Zeynep Arıkan, *Türk Vergi Sistemi*, 22. b., İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 2017, s. 404.

¹⁰³ Murat Özdemir, "Türkiye'de Özel Tüketim Vergisinin, Avrupa Birliği Muktesabına Uyumu Açısından Değerlendirilmesi", *Vergi Raporu Dergisi*, Sayı. 148, 2012, s. 65.

bazılarının nispi (Advalorem), bazılarının maktu (Spesifik) vergi niteliğinde olması, birbirlerinin matrahına girmeleri veya girmemeleri nedeniyle çok karmaşık vergi yapısı oluşmuştur. Örneğin sigaralardan, bir kısmı üretim, bir kısmı tüketim safhasında uygulanan hem maktu, hem de nispi yedi farklı vergi, fon ve pay alınmaktaydı¹⁰⁴. Bu karmaşık yapının ortadan kaldırılması, yani dolaylı vergilerde sadeleştirme yapılması ÖTV'nin temel nedeni olmuştur. 4760 Sayılı ÖTV Kanunu'nun 01.08.2002 tarihinde yürürlüğe girmesiyle mevzuatta yer alan ve sistemi karmaşık hale getiren 16 adet vergi, fon ve harç gibi malî yükümlülükler kaldırılmış ve tek çatı altında toplanmıştır. Bu karmaşık yapının ortadan kaldırılması, yani dolaylı vergilerde sadeleştirme yapılması ÖTV'nin temel nedeni olmuştur¹⁰⁵.

AB Mevzuatına Uyum: Türkiye-AB Ortaklık Konseyini arasında ortaklık tesisini öngelen Ankara Anlaşması ve 1970. tarihli Katma Protokol kapsamında 1995 yılında Türkiye ve AB arasında Gümrük Birliği tesis edilmiştir. Gümrük Birliği çerçevesinde Türkiye ile AB arasında gümrük vergileri, eş etkili vergiler kaldırılmış ve üçüncü ülkelere karşı ortak gümrük politikası uygulanmaya başlamıştır¹⁰⁶. 1999 yılında gerçekleşen Helsinki zirvesinde Türkiye'nin AB'ye aday adaylığının kabulü ile topluluk ile ilişkiler yeni bir boyut kazanmıştır. Bu gelişime kapsamında 24 Mart 2001 tarih ve 24352 sayılı Resmi Gazete ekindeki, 2001/2129 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Avrupa Birliği Müktesebatının Üstelenmesine İlişkin Türkiye Uluslararası Programı yayımlanmıştır. Bu program çerçevesinde AB mevzuatına uyum sağlama taahhüdü kısa ve orta vadeli takvime bağlanmıştır. ÖTV, ilk olarak Avrupa Birliği ile uyum çerçevesinde yapılan kanun değişiklikleriyle gündeme gelmiş ve aynı amaçla 2002 yılında kabul edilen 4760 sayılı ÖTV Kanunu ile vergi sistemine dâhil olmuştur¹⁰⁷.

¹⁰⁴ Kemal, Oktar, *Özel Tüketim Vergisi*, 1. b., Ankara: Savaş Yayınevi, 2008, s. 7.

¹⁰⁵ Taylar, a.g.m., s. 432.

¹⁰⁶ Oktar, a.g.e., s. 8.

¹⁰⁷ Özdemir, a.g.e., s. 65.

1.2.3. 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu

4760 sayılı ÖTV Kanunu'na ilişkin aşağıda verginin konusu ve vergiyi doğuran olay, verginin mükellefi ve sorumlusu, verginin beyan ve ödenmesi, verginin istisnaları ele alınmıştır.

- Verginin Konusu ve Vergiyi Doğuran Olay

Türkiye'de ÖTV'nin konusunu, ÖTV Kanunu'nun 1. maddesinde belirtilen ve Kanuna ekli listelerde yer alan malların ithalatı, imalatı veya ilk iktisabı ile satış işlemlerinin gerçekleştirilmesi oluşturmaktadır. ÖTV kapsamına giren mallar, 4760 sayılı ÖTV Kanuna ekli dört ayrı listeden oluşmaktadır. Bu listelerin altında yer alan (A) ve (B) cetvelleri ile vergiye tabi mal gruplarının sınıflandırılması belirlenmiştir. ÖTV Kanunu'na ekli listede yer alan tüm mallar yerli ve yabancı mal ayırımına tabi tutulmaksızın ÖTV'nin konusuna alınmıştır. Hizmetler ve kanuna ekli listelerde yer almayan mallar ÖTV konusuna girmemektedir. Bir malin vergi konusuna girmesi için o malin hem listede yer alması hem de kanunun öngördüğü iktisadi süreç içinde bulunması gerekir¹⁰⁸. Özel tüketim vergisinin akaryakıt ürünlerinden motorlu taşıtlara, alkollü içeceklerden tütün ürünlerine ve lüks tüketim ürünleri kapsamına alınan birçok mal gurubuna kadar uzanan bir içeriğe sahip olduğu görülmektedir¹⁰⁹. Listedeki mallar Türk Gümrük Tarife cetvelindeki tarife pozisyonu ve tarife alt açılımlarına göre belirlenmiştir.

Gruplar itibariyle özel tüketim vergisine tabi malların yer aldığı listeler ve listeler itibariyle vergileme zamanları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

¹⁰⁸ Şenyüz, a.g.e., ss. 283-284.

¹⁰⁹ Özkan, a.g.e., s. 24.

Tablo 2: Özel Tüketim Vergisi Mal Listeleri ve Vergilendirme Zamanları

List	Listede Yer Alan Mallar	Vergilendirme Zamanları
(I) Sayılı Liste (A) Cetvel	Akaryakıt, LGP ve bunları ikame eden, petrol türevleri ile doğalgaz, baz yağlar, madeni yağlar, petrokok ve benzerleri.	İthal edenler ile rafineriler dâhil imal edenler tarafından teslimi sırasında ¹¹⁰ veya ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışı söz konusu ise bu sırada,
(I) Sayılı Liste (B) Cetveli	Akaryakıtlara katılabilen solvent türü ürünler.	İthal edenler ile rafineriler dahili mal edenler tarafından teslimi sırasında veya ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışı söz konusu ise bu sırada,
	Tescile tabi olan motorlu kara (traktör hariç), hava ve deniz taşıtları.	Alıcıları tarafından iktisabı sırasında,
	Tescile tabi olmayan motorlu kara, hava ve deniz taşıtları.	İthalat aşamasında ithal edenler, imal ya da inşa edenler tarafından teslimi sırasında veya ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışı söz konusu ise bu sırada.
	Tescile tabi olan ya da olmayan motorlu kara, hava ve deniz taşıtlarının aksam ve parçaları.	ÖTV 'ye tabi değildir.
(III) Sayılı Liste (A) Cetveli	Kolalı ve alkollü içecekler	
(III) Sayılı Liste (B) Cetveli	Tütün ve mamulleri	
(IV) Sayılı Liste	Havyar ve havyar yerine kullanılan ürünler, etriyat ve parfümeri ürünleri, kürkten giyim eşyaları kristal sofraya ve mutfak eşyaları, beyaz eşyalar, telsiz-telefon cihazları, işlenmiş fildişi, kemik, boynuz, çatalı boynuz, mercan, sedef ve yontulmaya elverişli diğer hayvansal maddeler.	İthalatı aşamasında ithal edenler, imal ya da inşa edenler tarafından teslimi sırasında veya ÖTV uygulanmadan önce müzayede yoluyla satışı söz konusu ise bu sırada.

Kaynak: Uğur Büyükbalkan, "Özel Tüketim Vergisi", Mali Çözüm Dergisi, Sayı: 60, 2002, s. 19.

¹¹⁰*Bu listenin (A) ve (B) cetvellerinde yer alan mallar diğer listelerdekini aksine ithalatı değil, ithalatçılarınca teslimi sırasında ÖTV'ye tabi tutulacaktır.

(I) Sayılı Liste: Petrol ürünleri, doğal gaz ve bunların türevleri ile bio dizelden oluşan (I) sayılı liste, (A) ve (B) cetvellerinden oluşmaktadır¹¹¹.

(A) Cetveli: Genel olarak benzin, motorin, jet yakıtı, fuel oil gibi akaryakıt ürünleri; sıvılaştırılmış petrol gazı (L.P.G.), doğal gaz ile söz konusu mallara ikame edilmesi mümkün bulunan petrol türevleri, petrokok ve benzeri diğer mallar yer almaktadır.

(B) Cetveli: Bu cetvelde, solvent ve benzeri ürünler ile bunların türevleri, gaz yağı, baz yağları, madeni yağlar ile yağlama müstahzarları gibi akaryakıt harici petrol ürünleri yer almaktadır.

Bu verginin kapsamına alınan (I) sayılı listenin A ve B cetvelinde bulunan malların ithalatçıları ile imalatçıları tarafından teslimi ÖTV'nin konusunu oluşturmaktadır. Bu nedenle söz konusu listenin A ve B cetvelinde yer alan malların ithalatçıları tarafından ithali ÖTV'nin konusuna girmemektedir¹¹².

(II) Sayılı Liste: ÖTV Kanununa ekli (II) liste motorlu nakil vasıtalarından oluşmaktadır. (II) sayılı listede, yarı römorklar için çekiçler, binek otomobilleri ve esas itibarıyla insan taşımak için imal edilmiş taşıtlar, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, özel amaçlı motorlu taşıtlar, motosikletler, helikopterler, uçak, gemi, yat, eğlence ve spor tekneleri gibi taşıtlar yer almaktadır.

ÖTV sadece (II) sayılı listede yer alan araçlara uygulanacağından bu araçların imalinde ve onarımında kullanılacak yedek parçalar veya eklentileri ÖTV'ye tabi değildir.

III) Sayılı Liste: I sayılı listede olduğu gibi (A) ve (B) cetveli olarak iki mal grubuna ayrılmıştır.

(A) Cetvelinde: Kolalı gazozlar ve Türk gümrük tarife cetvelinin 2203.00, 22.04, 22.05, 22.06, 22.07 ve 22.08 tarife pozisyonunda yer alan alkollü içkiler ÖTV kapsamındadır. Ancak, Avrupa Birliği direktifleri denatüre edilmemiş etil alkolün ÖTV kapsamına alınmasını ön gördüğü halde, 2207.20 ve 22.08 tarife numarasında yer alan etil alkol, parantez içi hükümlerle ÖTV kapsamı dışında tutulmuştur. Tarife cetvelindeki

¹¹¹ Maliye Bakanlığında, Özel Tüketim Vergisi (I) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği. Resmi Gazete, Sayı. 31057, 2020, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200303-4.htm>, (05.04.2020).

¹¹² Mustafa Çapar, "Özel Tüketim Vergisi Ve Türkiye Uygulaması", *Sayısay Dergisi*, Sayı. 52, 2004, s. 126.

tanımlarına bağılı olarak içindeki alkol oranı % 0,5 aşmayan içecekler alkollü içkiler kapsamında yer almadığından, alkol derecesi % ,0,5'in altında olan içecekler ÖTV kapsamına girmemektedir. Örneğin alkolsüz (sıfır alkollü) bira ÖTV'ye tabi değildir¹¹³.

(B) *Cetvelinde*: Söz konusu cetvelde, sigaralar, purolar, sigarillolar, pipo tütünü, nargile tütünü ve sarmalık tütünler enfiye ve çiğnemeli tütünler, tütün yerine geçen maddelerden mamul, sigaralar ve diğer ürünler yer almaktadır.

ÖTV kapsamına tütün mamulleri alınmış olup, 24.01 tarife pozisyonundaki yaprak tütün ve tütün döküntüleri ÖTV kapsamına dâhil edilmemiştir. Ayrıca 2403.91.00.00.00 G.T.İ.P. numaralı "Homojenize" veya yeniden tertip edilmiş tütün ile 2403.99.90.00.00 G.T.İ.P. numaralı tütün hülasa ve salçaları da ÖTV kapsamına girmemektedir¹¹⁴.

(IV) Sayılı Liste: ÖTV Kanuna ekli (IV) sayılı listede yer alan klima, kasetçalar, radyo, televizyon, kürkler, tabancalar ve ateşli silahlar, kıymetli taşlar, süs eşyaları ve benzeri tüketime yönelik birçok ürün yer almaktadır. Listede yer alan malların ithalatı, imal ya da inşa edenler tarafından teslimi veya müzayede yolu ile satışı verginin konusunu oluşturmaktadır.

ÖTV Kanununun 3. maddesiyle vergiyi doğuran olayın ne zaman gerçekleşeceği konusundaki hükümler düzenlenmiştir. Vergiyi doğuran olay, genel olarak malin teslimi ile meydana gelmektedir. Tablo 1'den de anlaşıldığı gibi vergiyi doğuran olay, (I) sayılı listedeki malların imalatçıları ve ithalatçıları tarafından teslimi; (III) ve (IV) sayılı listedeki mallar ile (II) sayılı listedeki kayıt ve tescile tabi olmayanların ithali ve bunların ve bunları imal edenler tarafından teslimidir¹¹⁵. Ayrıca (I), (III) ve (IV) sayılı listedeki mallar ile (II) sayılı listedeki mallardan kayıt ve tescile tabi olmayanların ÖTV uygulamasından önce müzayede yoluyla satışında da vergiyi doğuran olan malin teslimidir. (II) sayılı listedeki mallardan kayıt ve tescile tabi olanlar için vergiyi doğuran olaylar, bu malların ilk iktisabıdır. (III) sayılı malların ithalinde vergiyi doğuran olay, 4458 sayılı Gümrük Kanununa göre gümrük yükümlülüğünün doğduğu tarihte gerçekleşmektedir. İthalat

¹¹³ Oktar, a.g.e., s. 33.

¹¹⁴ a.g.e., s. 51.

¹¹⁵ Vergi Rehberi, 2009, <https://www.vergidegundem.com/files/VergiRehberi2009.pdf>, s.93, (16.03.2020).

vergilerine tabi olmayan mallar için, gümrük beyannamesinin tescili tarihinden vergi doğmaktadır¹¹⁶.

- *Verginin Mükellefi ve Sorumlusu*

ÖTV Kanunu'nun 4. maddesinde ÖTV'nin mükellefi, I, III, IV listelerindeki malları imal eden, inşa eden veya ithal eden ve II listelerindeki mallardan tescil ve tescile tabi olmayanlar ve açık artırma yoluyla malların satışını yapanlardır. II. listedeki malların tescili ve tesciline tabi olanlar için; motorlu taşıtlarla ticaret yapan, kullanılmak üzere ithal eden veya açık artırma yoluyla satanlardır.

Dolayısıyla üretimin herhangi bir aşamasında, ÖTV sorumluluk aşamasına bağlı olarak değişir. Üretim ve imalat aşamasında alınıyorsa, vergi mükellefi üretici veya imalatçıdır. ÖTV kapsamındaki mal veya hizmetler ithal edilirse, vergi mükellefi ithalatçıdır¹¹⁷.

ÖTV'de vergi sorumlusu, verginin kanuni yükümlüsünün nam ve hesabına vergi idaresine ödenmesinden sorumlu tutulan ve bu yükümlülüğü yerine getirmediği takdirde cezayı ödemek zorunda kalan kişidir.

- *Verginin Beyanı ve Ödenmesi*

ÖTV'de beyan esası geçerlidir. Vergileme dönemi ilke olarak bir ay olmasına rağmen, I sayılı listede yer alan petrol ürünleri olarak nitelendirilecek mallar için her ayın ilk ve ikinci yarıları vergileme dönemi olarak kabul edilmiştir. Bunun gerekçesi petrol ürünleri üzerinden elde edilen vergi gelirlerinin kısa süre içerisinde devler hazinesine

¹¹⁶ Oktar, a.g.e., s.64.

¹¹⁷ Cihan Türker, *Türkiye'de Özel Tüketim Vergisi İle Gelir Dağılımı Arasındaki İlişki*, (Yüsek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019, s. 20.

intikal ettirilmek istenmesidir¹¹⁸. Mal gruplarına göre verginin beyanı ve ödenmesi şu şekildedir:

- I sayılı listedeki mallarda 15'er günlük sürelerle, toplanan verginin bu dönemleri takip eden 10.güne kadar beyan edilmesi gerekir.
- II sayılı listedeki mallardan kayıt ve tescile tabi olmayanlarla, III, IV sayılı listelerdeki malların tesliminde vergilendirme dönemi, faaliyette bulunulan takvim yılının birer aylık dönemlerinde toplanan verginin, vergilendirme dönemini izleyen 15. gün akşamına kadar beyan edilmesi gerekir.
- II sayılı listedeki mallarda kayıt ve tescile tabi olanlara ilişkin ÖTV beyannamesinin ise ilk iktisap ile ilgili işlemlerin tamamlanmasından önce verilmesi gerekir.
- Malların ithali durumunda ise, beyan ve ödeme gümrük mevzuatındaki hükümler çerçevesinde gerçekleştirilmektedir.
- *Vergide Yer Alan İstisnalar*

ÖTV Kanunu'nun 5, 6 ve 7. maddelerinde istisna hükümleri düzenlenmiştir. Uygulanacak vergi istisnaları ve muafiyetlere ilişkin yapılacak olan değişiklikler uluslararası anlaşmaların hükümleri saklı kalmak koşuluyla usulüne uygun olarak kanuna hüküm eklenmesi veya kanunda değişikliğe gidilmesi ile yapılmaktadır. Özel Tüketim Vergisi Kanununda istisnalar, ihracat istisnası diplomatik istisna olmak üzere üç başlık altında yer almaktadır¹¹⁹.

Gerek ÖTVKanunu'ndan gerekse uluslararası anlaşmalardan kaynaklanan ÖTV istisnaları; İhracat istisnası, diplomatik istisna ve diğer istisnalar olarak üç başlık altında tanımlanmıştır.

¹¹⁸ Esra Hanbay, *Özel Tüketim Vergisinin Türk Mali Sistemi İçerisindeki Yeri*, (Yüksek Lisans Tezi), Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s. 143.

¹¹⁹ Özkan, a.g.t., s. 27.

- *İhracat İstisnası*

Uluslararası mal hareketlerinde, KDV’de olduğu gibi ÖTV’de de “varış ülkesinde vergilendirme (destinasyon)” ilkesi uygulanmaktadır. Bu ilkedен hareketle özel tüketim vergisinde ihraç edilen mallardan vergi alınmamaktadır. Yurt dışından ithal edilen mallar ise ÖTV’ye tabi tutulmaktadır¹²⁰. Bununla birlikte, ihracat muafiyetinden faydalanmak için iki önemli kriter vardır. Bunlardan ilki, yurtdışında ikamet eden alıcılara, işyeri, hukuk ve iş merkezleri ile yurtdışında faaliyet gösteren bir firmanın şubelerine malların teslim edilmesidir. İkinci olarak, teslimata tabi malların Türkiye Cumhuriyeti gümrük bölgesini terk etmiş olması gerekir. Bu durumda, söz konusu mallar, yurt içerisinde alıcı adına hareket edenlere veya alıcının kendisine işlenmek ve herhangi bir şekilde değerlendirilmek gibi nedenlerle teslimi ihracat olarak değerlendirilmemektedir¹²¹.

Malın alış faturası gösterimlerini ve benzeri belge taahhütlerini göstererek beyanname verilmesi halinde ÖTV ihracatını gerçekleştiren işletmeye iade imkânı mevcuttur. ÖTV uygulanan malların ihraç edilmesi halinde bu verginin iadesi, sadece ÖTV mükelleflerinden satın alınan mallar için geçerlidir. ÖTV uygulanan safhadan sonraki satıcılardan alınan malların ihraç edilmesi halinde, alış belgelerinde görülmeyen ve malın maliyetine dâhil edilmiş olan ÖTV hiç bir şekilde iade edilmez¹²². Örneğin, imalatçı (A)’nın ürettiği sigaraları distribütörü (B)’ye teslim ettiğini, (B)’nin bu sigaraları ihraç ettiğini varsayalım. (A)’nın satış faturasında gösterilen ve yine (A) tarafından beyan edilerek vergi dairesine ödenen ÖTV, bu vergiyi (A)’ya ödemiş olan (B)’ye iade edilebilecektir. Ancak distribütör (B)’nin, imalatçı (A)’dan satın aldığı sigaraları (C)’ye satması ve (C)’nin bu sigaraları ihraç etmesi halinde, (A) tarafından beyan edilen ve (C)’nin satın aldığı malın maliyetine girmiş olan ÖTV’nin (C)’ye iadesi mümkün değildir.

¹²⁰ Oktar, a.g.e., s. 71.

¹²¹ Turkey, a.g.t., s. 27

¹²² Oktar, a.g.e., s. 74.

- *Diplomatik İstisnalar*

ÖTV Kanunu'nun 6. maddesi ve Kanuna ekli (I), (II) ve (III) sayılı listelerde yer alan malların, karşılıklı olarak yabancı devletlerin Türkiye'deki diplomatik temsilciliklerine, konsolosluklarına, uluslararası anlaşmalara vergi muafiyeti tanınan uluslararası kuruluşlara ve bu kuruluşların diplomatik haklara sahip mensuplarına kendi ihtiyaçları için teslimi ve bunlar tarafından ithali ve iktisabı ÖTV'den istisna edilmiştir. Bu hüküm, hem yabancı devletlerin diplomatik misyonuna, hem de Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve NATO gibi uluslararası kuruluşlara ve bunların diplomatik haklara sahip mensuplarına yapılan teslimleri vergiden istisna etmektedir.

- *Diğer İstisnalar*

ÖTV Kanunu'nda ihracat istisnası ve diplomatik istisnada dışında diğer istisnalar adı altında bir takım istisnalar söz konusudur. ÖTV Kanunu'nun 7. maddesinde "Diğer İstisnalar" başlığı altında düzenlenen istisnalar ise daha çok askeri, sosyal ve ekonomik amaçlı istisnalar olup kanun'da sıralı yedi fıkrada düzenlenmiştir. Bunlardan bazıları, askeri amaçlı istisnalar, petrol arama ve istihsal faaliyetleri istisnası ve kamu kurumlarına bedelsiz teslim istisnasıdır¹²³.

Objektif karakterli vergi olması sebebiyle ÖTV'de muafiyetlere yer verilmemiştir. Ayrıca Kanun'un 10. maddesine göre ÖTV'de istisnalar ancak kanunda değişiklik yapılmak suretiyle gerçekleştirilebilir¹²⁴.

¹²³ Ateş, a.g.t., s. 62.

¹²⁴ Seçkin Altıok, *Avrupa Birliği İle İlişkiler Çerçevesinde Özel Tüketim Vergisi Uygulaması ve Türkiye Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), İsparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s. 78.

1.3. Azərbaycan'da Aksiz Vergisinin (Özel Tüketim Vergisinin) TarihseL Gelişimi

28 Mayıs 1918 yılında Azərbaycan'da M. E. Resulzadenin önderliğinde Türk-Müslüman aleminde ve Ortadoğu da ilk kez demokratik bir cumhuriyet kurulmuştur. Azərbaycan'da Halk Demokratik Cumhuriyeti'nin kuruluşu, ekonominin tümüyle yeniden yapılandırılmasını gerektirmiştir. Azərbaycan Halk Deomkratik Cumhuriyeti'nin uygulamaya çalıştığı ekonomik politikalardan en önemlisi ülkenin maliye sistemini yeniden oluşturarak devletin hazinesine kaynak sağlamak olmuştur. Bunun nedeni ise devletin mali durumunun çok zor durumda olmasıdır¹²⁵.

Azerbaycan Halk Demokratik Cumhuriyeti döneminde bütçeye tahsil edilen vergiler aşağıdaki şekilde sıralanabilir¹²⁶.

- Dolaysız Vergiler: Toprak vergisi, emlak vergisi, devlet gelir vergisi, sanayi vergisi, sermaye yatırımından elde edilen gelir vergisi, askeri mükellefiyet vergisi ve noter vergisi;
- Dolaylı Vergiler: Tütün, sigara kâğıtları, şeker, çay, beyaz petrol, benzin, gaz yağı, yağlama yağlarından ve diğer petrol ürünlerinden vergi ve gümrük rüsumu gelirleri ile - mühür hakkı, mahkeme, büro, belge yazışmalarından elde edilen gelirler;
- Hükümet Monopollerine Ait Vergiler: Maden, posta, telgraf, ormanlar, balıkçılık ve pamukçuluktan elde edilen gelirler ile devlet demir yolundan ve yük taşınmasından elde edilen gelirler.

XIX ve XX yüzyılın başlarında Azərbaycan'da dolaysız vergilerin yanı sıra aksiz vergisi de yaygın olarak kullanılmıştır. Maliye Bakanlığı tarafından bu alanda büyük bir çalışma yapılarak aksiz vergisine dâhil olan ürünlerin tam listesi ve farklı ürünler üzerindeki aksiz vergisi oranlarını gözden geçirilmiştir. Aynı zamanda, aksiz vergilerinin doğru toplanması ve aksizli mallarının doğru satışını denetleyen organlar

¹²⁵ Veysəl Eyyubov, *Bütçə və Vergi Sistemi*, Bakı: Elm Nəşriyyatı, 2004, s. 55.

¹²⁶Xosrov Kərimov, "Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Dövründə İqtisadi Siyasət və Vergi İşii", *Azərbaycan Vergi Xəbərləri Dərgisi*, 2011, s. 60.

oluşturulmuştur.¹²⁷ Bu dönemden itibaren Azerbaycan'da aksiz vergilerinin tam anlamıyla uygulanmaya başlandığı görülmektedir.

28 Nisan 1920'de Sovyet Rusya'sı tarafından Azerbaycan Halk Demokratik Cumhuriyeti devrilerek, Azerbaycan'da Sovyet Hükümeti kurulmuştur.¹²⁸ 1920-1991 yıllarında Azerbaycan, Sovyetler Birliğine bağlı olduğundan kendine özgü bağımsız bir vergi sistemi olmamış; Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) vergi kanunları uygulanmıştır¹²⁹. Bu dönemde piyasa ekonomisine geçiş sürecinde Azerbaycan Halk Demokratik Cumhuriyeti dönemindeki vergi sisteminden çok farklı vergilere yer verilmiştir. Bu dönemde dolaysız vergiler maliye politikasının temel aracı ve devlet bütçesi için önemli bir gelir kaynağı olmuştur¹³⁰. Dolaysız vergiler ile birlikte devlet mallar üzerinden dolayı vergi niteliğinde tüketim vergisi de alınmaya başlanmıştır. Ancak bu vergiler doğrudan vergilere nazaran oldukça basit bir yapıya sahiptir. İlk aksiz vergisi 1921 yılı Kasım ayında şaraba, daha sonra ise kibrite, tütün ürünlerine uygulanmıştır. 1924 yılı boyunca ise bira, kvas, alkol, tuz, çay şekeri, çay, petrol ürünleri, kahve, votka vb. aksizli mallar listeye alınmıştır. Bu vergilerin çoğu zamanla yürürlükten kaldırılırken, bir kısmı ise Sovyetler döneminin sonuna kadar varlığını sürdürmüştür¹³¹.

1991 yılında Azerbaycan Cumhuriyeti bağımsızlığını kazandıktan sonra, kendi bağımsız bütçe, vergi ve harcama politikalarını hayata geçirmeye başlamıştır. Bu bağlamda piyasa ekonomisine de geçiş dönemi olan 1991-1992 yılından itibaren Azerbaycan'da çağdaş vergi sistemine geçiş çalışmaları başlamıştır. Bu geçiş süreci dört dönemde incelenebilir¹³².

¹²⁷ Ə. Məmmədov, E. Hüseynov, *Vergiye Giriş*, Şamaxı: Kitab Bestpack Nəşriyyatı, 2014, s. 18.

¹²⁸ Murtəza Həsənov, "Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Dövründə Dövlət İdarəçiliyi", *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, Cilt. 1, Sayı. 1, 2018, s. 20.

¹²⁹ Vüsal Hasanov, *Azerbaycan Vergi Sistemi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009, s. 16.

¹³⁰ Mobil Məcidov, *Vergi Sistemi*, Bakı: Biznes Universiteti Nəşriyyatı, 2013, s. 42.

¹³¹ Nurane Eliyeva, *Vergi Muafiyet ve İstisnaları ve İşletme Kararları Üzerine Etkileri: Azerbaycan Örneği*, (Lisans Bitirme Tezi), Bakı: Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi Türk Dünyası İşletme Fakültesi, 2017, s. 7.

¹³² A.F. Musayev, A. A. Qəhrəmanov, *Vergi Vədəniyyəti*, Bakı: Çəşioğlu Mətbəəsi Nəşriyyatı, 2004, s. 30.

1991-1992'yi kapsayan ilk dönem, çoğunlukla gelir ve gider vergileri ile ilgili bir dizi yasa yürürlüğe girmiştir. 1991 yılının Aralık ayında “Katma Değer Vergisi” ve “Aksiz Vergisi”, 1992 yılının Haziran ayında “Kurumlar Vergisi” ve “Gelir Vergisi”, 1992 yılının Temmuz ayında ise “Devlet Vergi Hizmeti” hakkındaki kanunlar kabul edilmiş ve 1992 yılından itibaren vergi idaresinin de oluşturulması süreci başlamıştır¹³³.

1993-1996 yıllarını kapsayan ikinci dönem, piyasa ekonomisi ihtiyaçlarına cevap verecek bir şekilde birçok yeni vergi kanunu kabul edildi ve düzenleyici yasal çerçeveleri oluşturulmuştur. Diğer bir ifadeyle, 1993 yılının Şubat ayında “Toprak Vergisi”, 1995 yılının Mart ayında “Emlak Vergisi” ve “Maden Vergisi” 1996 yılının Şubat ayında ise “Devlet Yol Fonu Vergisi” bu vergilere ilişkin kanunlar kabul edilmiş ve vergi kanunlarının uygulamasına bağlı tebliğ ve kararname çıkarılmıştır¹³⁴.

1996-2000'li yılları kapsayan üçüncü dönemde ise ülkedeki ekonomik, sosyal ve siyasal koşullara uyum sağlamak ve aynı zamanda özel sektörün de gelişmesini teşvik etmek amacıyla vergi mevzuatında çok sayıda yeni düzenlemeler yapılmıştır. Ayrıca bütün vergi kanunlarını tek çatı altında birleştirecek bir kanun (mecelle) çalışmalarına başlamıştır. Bu kanun 2000 yılı Temmuz ayında mecliste onaylanarak 01.01.2001 tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir.¹³⁵

2001 yılında günümüze kadar olan dördüncü dönemde ise, ekonomik istikrarı koruma amacının yanı sıra, ülke ekonomisindeki gelişmelere paralel olarak vergi mevzuatında ek düzenlemeler yapılmıştır. Bununla birlikte Azerbaycan günümüz vergi mevzuatı ve vergi isteminin esasını yukarıda bahsedilen Azerbaycan Vergi Kanunu (Mecellesi) oluşturmaktadır¹³⁶.

¹³³ Tanırverdi Paşayev, *Azərbaycan'da Vergilər*, Bakı: Yeni Nəsil Yayınları, 2001, s. 6.

¹³⁴ NurpaşaNovruzov, Hanoğlan Hüseynov, *Maliye*, Bakı: Kooperasiya Nəşriyyatı, 2007, s. 251.

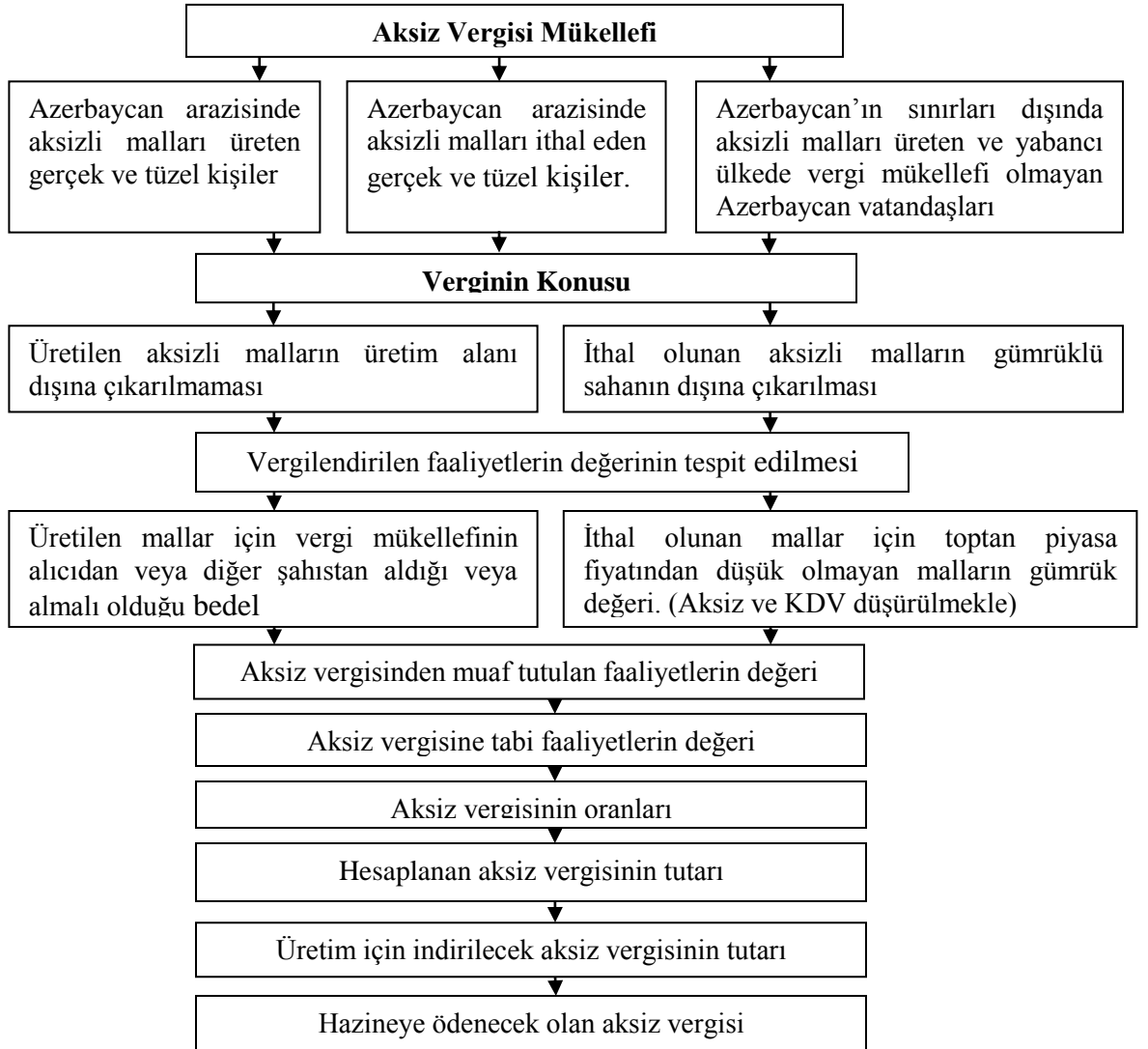
¹³⁵ Vidaydi Zeynalov, *Maliyyənin Əsasları*, Bakı: Çəşioğlu Mətbəəsi Nəşriyyatı, 2008, s. 116.

¹³⁶ E. Məmmədova, *Maliyə*, Bakı: Kooperasiya Nəşriyyatı, 2018, s. 265.

1.4.Azerbaycan’da Aksiz Vergisi (Özel Tüketim Vergisi) Uygulaması

Azerbaycan’da aksiz vergisi 01.01.1992 tarihinde uygulamaya başlamıştır. KDV ile aynı zamanda uygulanan aksiz vergisi diğer vergilere göre daha başarılıydı. Günümüzde aksiz vergisi bütçe gelirleri içerisinde önemli bir paya sahiptir¹³⁷. Azerbaycan’da aksiz vergisi şematik olarak aşağıda gösterilmiştir.

Şekil 1: Azerbaycan’da Uygulanan Aksiz Vergisinin Ana Hatları



Kaynak: Yaşar Kelbiyev ve diğerleri, 2001, s.193; aktaran: Selçuk Gülten, 2012, s.6.

¹³⁷ Memmedov, *Vergiler ve Vergitutuma*, s. 265.

- *Verginin Konusu ve Vergini Doğuran Olay*

Azərbaycan'da uygulanan aksiz vergisinin konusunu, ülke arazisinde üretilen veya ithal edilen alkollü içeceklerin tüm çeşitleri, tütün mamulleri ve petrol ürünleri oluşturmaktadır¹³⁸.

Aksiz vergisine tabi olan mallar aşağıda gösterilmiştir¹³⁹;

- İçilebilir alkol, bira ve alkollü içeceklerin tüm çeşitleri,
- Tütün ürünleri,
- Petrol ürünleri,
- Binek otomobilleri (hususî işaretler ve ekipmanlar ile donatılmış özel amaçlı araçlar hariç),
- Eğlence ve spor için yatlar ve bu amaçlar için tasarlanmış diğer yüzme tesisleri,
- İthal edilen platin, altın ve bunlardan hazırlanmış mücevherler, imal edilmiş çeşitlenmiş, kalıplaştırılmış ve sıkılaştırılmış elmas,
- İthal kürk ürünleri,
- Enerji (alkolsüz) içecekleri,
- Otobüsler (sıvılaştırılmış gaz otobüsleri hariç),
- Elektronik sigara için sıvı.

Azərbaycan'da uygulandığı dönem içerisinde aksiz vergisine tabi malların listesi defalarca değişmiştir. Genelde bu değişiklikler alkollü içkiler ve tütün mamulleri üzerinde uygulanmıştır. Azərbaycan'da aksizli malların "marka"sız ithal etmek, depolamak veya satmak kesinlikle yasaktır. Aksiz vergisine tabi malların marka karşılığında satışının denetimi vergi idareleri tarafından gerçekleştirilir¹⁴⁰.

Aksiz vergisinde vergiyi doğuran olay ise ülke içerisinde üretilen özel tüketim vergisine tabi olan malların üretim binasının sınırları dışına çıkarılması (üretim binalarına üretimin olduğu arazide bulunan depolar, yardımcı depo alanları ve diğer benzer binalar

¹³⁸ Nazim Əhmədov, *Vergilər*, Bakı: ADPU- Nəşriyyatı, 2017, s. 112.

¹³⁹ İ. Bağirov, T. Tağıyev, *Vergi Məcəlləsinin Xüsusi Hissəsinin Praktiki İzah*, Bakı: Zərdabi Nəşriyyatı, 2019, s. 362.

¹⁴⁰ Elnurə Məmmədova, *Maliyə*, Bakı: Kooperasiya Nəşriyyatı, 2018, s. 265.

aittir) ve ithal edilen, özel tüketim vergisine tabi tutulan malların gümrük hizmetinin kontrolünden çıkmasıdır.

- *Verginin Mükellefi*

Aksiz vergisinin mükelleflerine AVK'nun 183. maddesinde yer verilmiştir. Bu maddeye göre aşağıdaki faaliyetlerde bulunan kişiler aksiz vergisinin mükellefidir.

- Bu bölümde başka durumlar öngörülmediği takdirde, Azerbaycan Cumhuriyeti arazisinde belirli malların üretimi veya ithalatı ile uğraşan tüm işletmeler ve gerçek kişiler, ayrıca Azerbaycan Cumhuriyeti sınırları dışında bizzat kendisi veya yüklenici aracılığıyla aksizli mallar üreten ve ürettiği yerde vergi mükellefi olmayan ve Azerbaycan Cumhuriyetinde tam mükellef olarak vergi ödeyicisi olan kişiler aksiz vergisinin ödeyicileridirler.
- Müşterinin gönderdiği hammaddeden Azerbaycan Cumhuriyeti arazisinde mallar üretildiği durumda, malların üreticisi aksiz vergisinin mükellefidir. Bu durumda üretici aksiz vergisi müşteriden tahsil etmelidir. Örneğin Azerbaycan Cumhuriyetin'de yerleşik alkollü içecek üretimi yapan bir firmanın votka üretimi yapmak için, Türkiye'deki yerleşik şarap üretim yapan bir firmadan ham madde siparişi vermesi durumunda, Azerbaycan'da alkollü içecek üretimi yapan firma aksiz vergisini Türkiye'deki yerleşik firmadan tahsil etmesi gerekir.
- Vergiye tabi malların üreticisi ve siparişçisinin her ikisinin tam mükellef olduğu durumda, malin sahibi (müşteri) aksiz vergisi mükellefidir.

- *Aksiz Vergisinde Yer Alan İstisnalar*

AVK'nun 188.1.1., 188.1.2., 188.1.3. ve 188.1.5. maddelerinde bazen aksiz vergisi konusuna giren malların, bazen de teslim biçimine ilişkin özellikleri esas alınarak istisnalar getirilmiştir. Bu kanunun 188.1. maddesinde belirtilen istisnalar, ancak gümrük vergilerinden muafiyet şartları yerine getirildiğinde uygulanacaktır.

AVK'nun 188. maddesine göre aşağıdaki durumlar aksiz vergisinden istisnadır.

- Gerçek kişinin kişisel tüketimi için 1,5 litre alkollü içeceğin, 200 adet sigara, 20 gram altının, ondan hazırlanmış takıların ve diğer ev ürünleri, işlenmiş, çeşitlenmiş, çerçeveye alınmış ve sertleştirilmiş 0,5 karat elmasın ithalatı, ayrıca Azerbaycan Cumhuriyeti'ne arabalarla gelen kişiler için bu otomobilin teknik pasaportu ile öngörülen deposundaki yakıt,
- Azerbaycan Cumhuriyeti Gümrük kanununun 192. ve 194. maddelerinde öngörülen durumlarda malların Azerbaycan Cumhuriyeti arazisine süreli zaman için ithalatı,
- Azerbaycan Cumhuriyeti Merkez Bankası varlıklarına eklenmek için ithal edilen platin, altın ve işlenmiş, çeşitlenmiş, çerçeveye alınmış ve sertleştirilmiş elmas, Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Petrol Fonu varlıklarına eklenmek için ithal edilen altın,
- Azerbaycan Cumhuriyeti arazisinden transit taşınan mallar,
- Bu kanunun 188. maddesinde gösterilen aksiz istisnalarının uygulanabilmesi için gümrük rüsumlarından muafiyet sağlanması gerekir.

Azerbaycan'da aksiz vergisi muafiyeti, yalnızca gümrük vergisi muafiyeti koşullarına uyulması durumunda geçerlidir¹⁴¹.

- *Verginin Beyanı ve Ödenmesi*

AVK'nun 191.1 maddesinde belirtilen durumlarda, vergi mükellefi, yetkili yürütme organı tarafından belirlenen şekilde, vergi ödemek için öngörülen süre içinde, raporlama döneminde vergiye tabi işlemleri belirten bir beyanname vermelidir¹⁴². Üreticiler raporlama dönemi olan her raporlama ayı için mevcut olmuş vergiye tabi tutulan işlemler hakkında beyannameyi bir sonraki ayın 20'den geç olmamak şartıyla, vergi kurumuna doğrudan, posta veya elektronik formatta İnternet aracılığıyla gönderilmez.

¹⁴¹ M. Huseynov, *Vergilər və Vergi Tutma*, Bakı:Maliyə və İqtisadi Elimlər Kafedrası Nəşriyyatı, 2010, s. 299.

¹⁴² Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi, 2020, <https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi> s. 255.

Vergi mükellefi olan bir tüzel kişinin faaliyetinin sonlandırılması durumdaveya kurumsallaşmaksızın faaliyetinin yürüten bir bireyin faaliyetini sonlandırması durumunda tüketim vergisi beyannamesi, bu yasa tarafından öngörülen süreden daha geç olmamak kaydıyla, 30 gün içinde vergi dairesine verilmelidir. Bununla birlikte, vergi dönemi, raporlanabilir olarak kabul edilen dönemin başlangıcından, vergi mükellefinin faaliyetinin sona erdiği güne kadar olan süreyi kapsamaktadır¹⁴³.

İthalatçılar ithal edilen malları gümrük mevzuatına uygun olarak gümrük kurumlarında beyan etmelidirler. Aksi takdirde, yani ödeme yapılmadıkça mükellefin malları üretim binasının sınırları dışına çıkarması yasaktır. Mallar ithal edildiğinde aksiz vergisi gümrük kurumları tarafından alınan gümrük vergisi ile aynı şekilde vergiye tabi tutulur¹⁴⁴. Üreticiler her raporlama ayında vergiye tabi tutulan işlemler için vergi tutarını bir sonraki ayın 20'den geç olmamak şartıyla, vergi idaresi ödemek zorundadırlar¹⁴⁵.

Aksiz vergisinin ödenmesi ise, vergiye tabi tutulan malların ithalatında, aksiz vergisi gümrük makamları tarafından gümrük vergilerinin taplandığı usulla toplanıp vergi idaresine ödenir. Üreticiler her raporlama ayı için vergiye tabi tutulan işlemler için vergi tutarını bir sonraki ayın 20'den geç olmamak şartıyla, vergi idaresine ödemek zorundadırlar. Vergi mükellefinin vergi borcu ortaya çıktığında, borç ortaya çıktığı zaman ile ödeninceye kadar gerçekleştirilen vergiye tabi tutulan işlemler için aksiz vergisi bu işlemlerin gerçekleştirildiği zaman ödenir¹⁴⁶.

¹⁴³ Bağirov, a.g.e., s. 375.

¹⁴⁴ Azerbyacan Vergi Mecellesi, a.g.e., s. 256.

¹⁴⁵ Cihan Bulut, Elçin Süleymanov, *Dövlət Maliyyəsi*, Bakı: Qafqaz Ünversteti Nəşriyyatı, 2013, s. 259.

¹⁴⁶ Akif Musayev, *Aksizlər (Xüsusi İstehiək Vergisi)*, Bakı: Azərbaycan Üniwersiteti Nəşriyyatı, 2016, s. 45.

2. TÜRKİYE'DE SİGARA ve ALKOL ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ

Yukarıda da belirtildiği gibi 4760 sayılı ÖTV Kanunu'nun (III) listesinde alkol ve tütün ürünleri yer almaktadır. Buna göre, (III) sayılı listedeki alkollü içecekler ve tütün mamulleri için uygulanmakta olan maktu ve asgari maktu vergi tutarları aşağıda belirtilmiştir.

- *Türkiye'de Sigarada Özel Tüketim Vergisi Hesabı*

Türkiye'de sigaraya ilişkin ÖTV Hesaplaması, 24.12.2012 tarihinde yayınlanan 2012/4116 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile değiştirilmiştir. Sadece 2002'den 2004'e kadar nispi oranda vergilendirilen sigaralar, 2004'ten itibaren hem nispi hem de maktu ÖTV'ye tabi tutulmuştur. 25.07.2005 tarihi itibariyle, nispi oranlarda vergilendirilmesine karar verilen sigaralar için bu şekilde hesaplanan verginin, belirlenen maktu vergi tutarları ile hesaplanan vergiden daha az olamayacağı kararlaştırılmıştır. 2007 yılından bu yana alınan kararlarda, gelir vergisi tutarı yerine asgari gelir vergisi tutarları tespit edilmiş ve nispi oranlara göre hesaplanan verginin bu tutarlardan daha az olamayacağı belirtilmiştir. En son 24.12.2012'de çıkartılan kararla sigara için uygulanan nispi ya da maktu ÖTV'den yüksek olanının yanı sıra, ayrıca belirlenen maktu ÖTV tutarlarının da ilave edilmesi uygulaması başlatılmıştır¹⁴⁷. 3 Temmuz 2020 yılından itibaren ise (III) sayılı listenin B cetvelinde yer alan tütün ürünlerinin vergilendirilmesinde aşağıdaki tabloda verilen vergi oranları uygulanmaktadır.

¹⁴⁷ Hayrulloğlu, a.g.m., s. 99.

Tablo 3: Türkiye Tütün Ürünleri (B) Cetveli 2020 Yılı Vergi Oranları

(III) SAYILI LİSTE 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununun (12/3) Maddesi Uyarınca Güncellenen Liste (Yürürlük: 3/7/2020) (B) CETVELİ				
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	80	0,3747	0,5008
2402.10.00.00.12	Uçları açık purolar	80	0,3747	0,5008
2402.10.00.00.19	Sigarillolar	80	0,3506	0,5008
2402.20	Tütün içeren sigaralar	67	0,4883	0,4851
2402.90.00.00.00	Diğerleri (tütün yerine geçen maddelerden yapılmış purolar, uçları açık purolar, sigarillolar ve sigaralar)	80	0,3747	0,5008
	- Tütün yerine geçen maddelerden yapılmış purolar, uçları açık purolar ve sigarillolar - Tütün yerine geçen maddelerden yapılmış sigaralar	67	0,4883	0,4851
24.03	Diğer mamul tütün ve mamul tütün yerine geçen maddeler; "homojenize" veya yeniden tertip edilmiş tütün; tütün hülasa 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)	67	0,4883	0,4851
2403.11.00.00.00	Bu faslın 1 nolu alt pozisyon notunda belirtilen nargile tütünleri	63	0,0841	0,4851
2403.19.10.00.19	Diğerleri (net muhtevası 500 gr.1 geçmeyen ambalajlarda olanlar)	40	0,0534	0,4851
2403.19.90.00.19	Diğerleri (net muhtevası 500 gr.1 geçen ambalajlarda olanlar)	40	0,0534	0,4851
2403.99.10.00.00	Enfiye ve çiğnemeye mahsus tütün	67	0,4883	0,4851
4813.10.00.80.00	Diğerleri (makaron)	0	0577	-

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, <http://www.gib.gov.tr/>, (07.05.2020)

Türkiye'de sigaranın vergilendirilmesinde nispi ve maktu vergilendirme yöntemleri kullanılmaktadır. Bir paket sigara üzerindeki ÖTV tutarı; nispi vergi tutarı veya asgari maktu vergi tutarının karşılaştırılması sonucunda yüksek olan tutara, 20 adet sigaradan

oluşan her bir paket sigara için belirlenen maktu vergi tutarı eklenmesi sureti ile hesaplanmaktadır¹⁴⁸.

$$\begin{aligned} \text{Nispi Vergi Tutarı} &= \text{Perakende Satış Fiyatı} \times \text{Nispi Vergi Oranı} \\ \text{Asgari Maktu Vergi Tutarı} &= 1 \text{ PK Sigara (20 adet)} \times \text{Asgari Maktu Vergi Oranı} \\ \text{Maktu Vergi Tutarı} &= \text{Sigara Paket Adedi} \times \text{Maktu Vergi Oranı} \end{aligned}$$

Örneğin; 2019 yılında perakende satış fiyatı 10.00 TL ve 2020 yılında perakende satış fiyatı 15,50 TL olan sigara üzerindeki ÖTV hesaplanması aşağıda yer almaktadır.

Tablo 4: Türkiye’de Tütün İçeren Sigaraların 2019 Yılı İçin Vergi Oranları

G.T.İ.P. NO	Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)	Maktu Vergi Tutarı (TL)
2402.20	Tütün içeren sigaralar	67	0,3899	0,4539

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, <http://www.gib.gov.tr/>, (01.09.2020)

2019 yılı perakende satış fiyatı 10 TL olan sigarada;

- Nispi vergi hesaplaması: $10 \text{ TL} \times 0,67 = 6,7 \text{ TL}$
- Asgari maktu vergi hesaplaması: $20 \times 0,3899 = 7,79 \text{ TL}$
- Maktu vergi hesaplaması: $1 \times 0,4539 = 0,45 \text{ TL}$;

Nispi vergi tutarı (6,7 TL) < Asgari maktu vergi tutarı (7,79 TL)

Hesaplanan asgari maktu vergi tutarının (7,79 TL) nispi vergi tutarından (6,7 TL) fazla olması nedeni ile ÖTV hesaplanmasına asgari maktu vergi tutarı ve maktu vergi tutarı dâhil edilmektedir.

$$\text{ÖTV} = \text{Asgari maktu vergi tutarı} + \text{Maktu vergi tutarı}$$

$$\text{ÖTV} \rightarrow 6,7 \text{ TL} + 0,45 \text{ TL} = 7,15 \text{ TL}$$

¹⁴⁸ Özkan, a.g.t., s. 39.

Bu durumda 2019 yılında Türkiye’de perakende satış fiyatı 10 TL olan bir paket sigara üzerinden alınan ÖTV tutarı 7,15 TL’dir.

2020 yılı perakende satış fiyatı 15,50 TL olan sigarada;

- Nispi vergi hesaplaması: $15,50 \text{ TL} \times 0,67 = 10,38 \text{ TL}$
- Asgari maktu vergi hesaplaması: $20 \times 0,4883 = 9,76 \text{ TL}$
- Maktu vergi hesaplaması: $1 \times 0,4851 = 0,48 \text{ TL}$

Nispi vergi tutarı (10,38 TL) > Asgari maktu vergi tutarı (9,76 TL)

Hesaplanan nispi vergi tutarının (10,38 TL) asgari maktu vergi tutarından (9,76 TL) fazla olması sebebiyle ÖTV hesaplamasına nispi vergi tutarı ve maktu vergi tutarı (0,48 TL) dâhil edilmiştir.

ÖTV Tutarı = Nispi vergi tutarı + Maktu vergi tutarı

$$\text{ÖTV} \rightarrow 10,38 \text{ TL} + 0,48 \text{ TL} = 10,86 \text{ TL}$$

Bu durumda 2020 yılda Türkiye’de perakende satış fiyatı 15,25 TL olan bir paket sigara üzerinden alınan ÖTV tutarı 6,02 TL’dir.

- *Türkiye’de Diğer Tütün Mamullerinde ÖTV Hesabı*

(III) sayılı listenin (B) cetvelinde yer alan, sigaralar hariç diğer tütün ürünlerinin vergilendirilmesi perakende satış fiyatını ile nispi vergi oranının çarpımı ile hesaplanmaktadır. İşlem sonucu elde edilen tutar, birim paket/ambalaj içindeki her bir gram tütün mamulü için hesaplanan asgari maktu vergi tutarından az olmamalıdır. Vergilendirmeye ilişkin hesaplamalar aşağıdaki örnekte daha detaylı anlatılmaktadır.

Diğer tütün mamullerinde vergi tutarı hesaplanmasında aşağıdaki formüller kullanılmaktadır¹⁴⁹.

$\text{Nispi Vergi Tutarı} = \text{Perakende Satış Fiyatı} \times \text{Nispi Vergi Oranı}$ $\text{Asgari Maktu Vergi Tutarı} = \text{Tütün Ürünü Gramajı} \times \text{Asgari Maktu Vergi Oranı}$ $\text{Maktu Vergi Tutarı} = \text{Tütün Ürünü Gramajı} \times \text{Maktu Vergi Oranı}$

Örneğin: 03.07 2020. tarihi itibariyle perakende satış fiyatı 60. TL, birim ambalajı 100 gram olan 1 kutu puronun ÖTV'si aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır;

- Nispi vergi hesaplaması: $60 \text{ TL} \times 0,80 = 48 \text{ TL}$
- Asgari maktu vergi hesaplaması: $100 \times 0,3747 = 37,47 \text{ TL}$
- Maktu vergi hesaplaması $(50\text{gr}/100 \text{ gr}) \times 0,5008 = 0,25 \text{ TL}$

Nispi vergi tutarı (48 TL) > Asgari maktu vergi tutarı (37,47 TL)

$\text{ÖTV Tutarı} = \text{Asgari maktu vergi tutarı} + \text{Maktu vergi tutarı}$

$\text{ÖTV Tutarı} = 48 \text{ TL} + 0,25 \text{ TL} = 48,25 \text{ TL}$

Bu durumda 03.07 2020. tarihi itibariyle perakende satış fiyatı 60. TL, birim ambalajı 100 gram olan 1 kutu purodan alınan ÖTV tutarı 48,25 TL'dir.

Uygulanan vergi oranlarında; ÖTV Kanunu'nun 12'inci maddesine göre Bakanlar Kurulu Kararı ile toplu veya tek tek değişikliğe gidilebilmektedir. Bakanlar Kurulu tütün ürünlerinin vergi oranını sıfır olarak belirleyebileceği gibi, yarısına kadar arttırmaya yetkilidir. Sigaranın satış fiyatı içerisinde; üretim maliyeti, İşletme karı, ÖTV ve KDV yer almaktadır.

¹⁴⁹ Altıok, a.g.e., s. 4.

- *Türkiye’de Alkollü İçeceklerin Vergilendirilmesi*

(III) sayılı listede yer alan alkolsüz ürünlerin (sade gazozlar, meyvalı gazozlar, kolalı gazozlar, alkolsüz biralar) vergilendirilmesinde sadece nispi vergileme ile ÖTV hesaplanmaktadır. Malttan biralar hariç diğer alkollü içkiler üzerinde ÖTV'nin belirlenmesi asgari maktu vergileme yolu ile belirlenir. Malttan biralar üzerinde ise ÖTV'nin belirlenmesi hem nispi hem de asgari maktu vergileme yolu ile belirlenir. Dolayısıyla nispi verginin, asgari maktu vergi tutarına göre hesaplanacak maktu vergiden küçük olması halinde, vergi dairesine asgari vergi tutarı ödenecektir. Alkollü içeceklerin vergilendirilmesinde içecek olarak kullanılmayıp sadece yemek pişirmede kullanılan konyak ve şaraplar vergileme kapsamı dışında bırakılmıştır.

Tablo 5: Türkiye Alkollü İçecekler (A) Cetveli 2020 Yılı Vergi Oranları

(III) SAYILI LİSTE [
4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununun (12/3) Maddesi Uyarınca Güncellenen Liste]			
(Yürürlük: 3/7/2020)			
(A) CETVELİ			
G.T.İ.P. NO	Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)
2203.00	Malttan üretilen biralar	63	2,0442
22.04	Taze üzüm şarabı (kuvvetlendirilmiş şaraplar dâhil); üzüm şırası (20.09 pozisyonunda yer alanlar hariç) (2204.10 köpüklü şaraplar ve 2204.30 diğer üzüm şıraları hariç).	0	10,0511
2204.10	Köpüklü Şaraplar.	0	67,9074
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	102,4890
2205.10.10.00.00	Alkol Derecesi Hacim İtibariyle % 18 veya Daha Az Olanlar.	0	81,3880
2205.10.90.00.12	Alkol Derecesi Hacim İtibariyle % 22 ve Fazla Olanlar.	0	279,2902
2206.00	Fermente Edilmiş Diğer İçecekler (Elma Şarabı, Armut Şarabı, Bal Şarabı, Sake Gibi), Tarifinin Başka Yerinde Belirtilmeyen veya Yer Almayan Fermente Edilmiş İçeceklerin Karışımları ve Fermente Edilmiş İçeceklerle Alkolsüz içeceklerin karışımları	0	10,0511

Tablo 5: (devam).Türkiye Alkollü İçecekler (A) Cetveli 2020 Yılı Vergi Oranları

(III) SAYILI LİSTE [4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanununun (12/3) maddesi uyarınca güncellenen liste] (Yürürlük: 3/7/2020) (A) CETVELİ			
Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)
2207.20	Alkol derecesi ne olursa olsun tağyir (denatüre) edilmiş etil alkol ve damıtım yoluyla elde edilen diğler alkollü içkiler [Alkol derecesi ne olursa olsun tağyir (denatüre) edilmiş etil alkol hariç]	0	279,2902
22.08	Alkol derecesi hacim itibariyle % 80'den az olan tağyir (denatüre) edilmemiş etil alkol; damıtım yoluyla elde edilen alkollü içkiler, likörler ve diğler alkollü içecekler [(2208.90.91; 2208.90.99)	0	279,2902
2208.20	Üzüm şarabı veya üzüm cibresinin damıtılması yolu ile elde edilen alkollü içkiler	0	279,2902
2208.50	Cin ve Geneva	0	279,2902
2208.60	Votka (2208.60.91.00.00, 2208.60.99.00.00 hariç)	0	279,2902
2208.60.91.00.00	Muhtevası 2 litreyi geçmeyen kaplarda olanlar (Alkol derecesi hacim itibariyle % 45.4'den fazla olanlar)	0	279,2902
2208.60.99.00.00	Muhtevası 2 litreyi geçen kaplarda olanlar (Alkol derecesi hacim itibariyle % 45.4'den fazla olanlar)	0	279,2902
2208.70	Likörler	0	279,2902
2208.90	Diğlerleri (2208.90.48.00.11, 2208.90.71.00.11 hariç)	0	279,2902
2208.90.48.00.11	Rakı (Muhtevası 2 litreyi geçmeyen kaplarda olanlar)	0	279,2902
2208.90.71.00.11	Rakı (Muhtevası 2 litreyi geçen kaplarda olanlar)	0	279,2902

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, <http://www.gib.gov.tr/>, (07.05.2020)

- *Malttan Üretilen Biralarda ÖTV Hesabı*

(III) sayılı listenin (A) cetvelinde yer alan 2203.00 tarife alt pozisyonundaki malttan üretilen biralara için % 63 nispi vergileme oranı ve 2,0442 TL asgari maktu vergi tutarı belirlenmiştir. Nispi vergi tutarının ve asgari maktu vergi tutarının hesaplanmasında aşağıdaki yöntemler kullanılmaktadır.

$$\begin{aligned} \text{Nispi Vergi Tutarı} &= (\text{Satış Bedeli} / \text{İthalat Bedeli}) \times \text{Nispi Vergi Oranı} \\ \text{Asgari Maktu Vergi Tutarı} &= (\text{Asgari Maktu Vergi Tutarı} \times \text{Alkol Derecesi}) \times \text{Alkol Litresi} \end{aligned}$$

Örneğin: 03.07.2020 yılında vergisiz ithalat veya satış bedeli 5 TL olan % 5 alkol dereceli 50 cl'lik bir kutu biradaki ÖTV aşağıdaki örnekteki gibi hesaplanmaktadır.

$$\text{Nispi Vergi Tutarı} = (\text{Satış veya İthalat Bedeli}) \times (\text{Nispi Vergi Oranı})$$

- Satış bedeli: 5 TL
- Nispi vergi oranı: % 63

$$\text{Nispi vergi tutarının hesaplanması: } 5 \text{ TL} \times 0,63 = 3,15 \text{ TL}$$

$$\text{Asgari maktu vergi tutarı} = (\text{Asgari maktu vergi oranı} \times \text{Alkol derecesi}) \times (\text{Alkol Litresi})$$

- Alkol derecesi: % 5
- Asgari maktu vergi oranı: 2,0442 TL
- Alkol litresi: 0,5 lt

$$\text{Asgari maktu vergi tutarı hesaplaması: } (2,0442 \text{ TL} \times 5) \times 0,5 \text{ lt} = 5,11 \text{ TL}$$

$$\text{Nispi vergi tutarı (3,15TL)} < \text{Asgari maktu vergi tutarı (5,11 TL)}$$

Hesaplanan nispi vergi tutarın (3,15 TL) asgari maktu vergi tutarından (5,11 TL) hesaplanan küçük çıkması nedeni ile asgari maktu vergi tutarı ÖTV hesabında dikkate alınacaktır.

- *Şaraplarda ÖTV Hesabı*

(III) sayılı listenin (A) cetvelinde yer alan 22.04 tarife pozisyonundaki taze üzüm şarapları, 22.05 tarife pozisyonundaki vermut ve diğer taze üzüm şarapları (alkol derecesi % 22'den fazla olanlar hariç) ile 2206.00 tarife alt pozisyonundaki fermente edilmiş diğer içkiler (elma, armut, bal şarabı gibi) için asgari maktu vergi oranı uyarınca malların her bir litresi itibarıyla uygulanmaktadır. Hesaplama alkollü içki litresi ile asgari vergi oranı çarpımı, asgari maktu vergi tutarını vermektedir.

$$\text{Asgari Maktu Vergi Tutarı} = (\text{Asgari Maktu Vergi Oranı} \times \text{Alkol Litresi})$$

Örneğin: 03.07.2020 yılında vergisiz ithalat veya satış bedeli 30 TL olan, 75 cl'lik bir şişe köpüklü şarabın ÖTV'si aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır;

- Alkol litresi: 0,75litre
- Asgari maktu vergi oranı: 67,9074 TL
- Asgari maktu vergi tutarı hesaplaması: 67,9074 TL x 0,75lt = 50,93 TL

Hesaplama sonucunda görüldüğü üzere ithalat veya satış bedeli 30 TL olan, 75 cl'lik bir şişe köpüklü şarabın ÖTV'si 50,93 TL'dir.

- *Alkol Derecesi % 22'den Fazla Olan Fermente İçkilerde ÖTV Hesabı*

(III) sayılı listenin (A) cetvelinde yer alan 22.08 tarife pozisyonundaki damıtım yolu ile elde edilen alkollü içkiler 2205.10.90.00.12 G.T.İ.P. numarasındaki alkol derecesi hacim itibarıyla 23⁰ ve daha fazla olan vermut ve diğer taze üzüm şarapları ile 2207.20 tarife alt pozisyonundaki denatüre (tağyir) edilmiş alkollü içkiler için listede TL cinsinden belirlenen asgari maktu vergi tutarları, Konunun 11/2-a maddesine göre bunların içerdiği alkolün her bir litresi itibarıyla uygulanacaktır.

Alkollü içkilerin etiketlerinde yer alması zorunlu olan alkol derecesi, içkinin kapsadığı saf alkol miktarını göstermektedir. Örneğin etiketinde 40⁰ olduğu belirtilen votkanın 1 litresinde 40cl. saf alkol bulunuyor demektir. Hesaplama da alkol derecesinin asgari maktu vergi oranı ve alkol litresi ile çarpımı, asgari maktu vergi tutarını vermektedir.

$$\text{Asgari Maktu Vergi Tutarı} = \text{Asgari Maktu Vergi Oranı} \times \text{Alkol Derecesi} \times \text{Alkol Litresi}$$

Örneğin: 03.07.2020 yılında vergisiz ithalat veya satış bedeli 70 TL olan 70 cl'lik ve alkol derecesi 45⁰ olan bir şişe rakının ÖTV'sinin hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmaktadır.

$$\text{Asgari maktu veri tutarı} = \text{Asgari maktu vergi oranı} \times \text{Alkol derecesi} \times \text{Alkol litresi.}$$

- Alkol derecesi: 45⁰
- Alkol litresi: 0,70 litre
- Asgari maktu vergi oranı: 279,2902

$$\text{Asgari maktu vergi tutarı hesaplaması: } (279,2902 \text{ TL} \times 0,45) \times 0,70 \text{ lt} = 87,97 \text{ TL}$$

Hesaplama sonucunda ithal ve satış bedeli 70 TL olan 70 cl'lik % 45 alkol içeren sahip bir şişe rakının asgari maktu vergi tutarı üzerinden ÖTV'si 87,97 TL olarak dikkate alınmaktadır.

3. AZERBAJYCAN'DA TÜRKiYE'DE SİGARA ve ALKOL ÜZERİNDEN ALINAN ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ

Azerbaycan Vergi Kanunu'nun 190.2. maddesine göre aksiz vergisinin oranları ilgili vergi yürütme kurumu olan Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu tarafından belirlenir. Aksiz vergisi, malların satış fiyatına dâhil edilen bir vergidir. Azerbaycan'da üretilen söz konusu malların aksiz vergisi, bunların perakende satış fiyatı üzerinden hesaplanmaktadır. Azerbaycan Cumhuriyeti arazisinde üretilen içilebilir alkol, bira ve alkollü içecekler, tütün ürünleri ve motorlu araçlar için spesifik vergileme, petrol ürünleri için ise advalor vergileme yöntemi uygulanır. Advalorem vergileme yöntemi aksiz vergisine tabi tutulan malların fiyatları üzerine belirlenen vergi oranının uygulanması ile hesaplanır. Diğer bir ifadeyle, aksizli malların matrah değerleri üzerinden hesaplanan vergiler advalorem vergilerdir. Spesifik vergileme yöntemi ise, aksizli malların (her bin adedinden, tonundan, litresinden) belirli bir tutarın vergiye tabi tutulması ile hesaplanmaktadır¹⁵⁰.

- *Sigarada Aksiz Vergisi Hesabı*

Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulunun 0.1.01. 2020 yılından itibaren ise tütün ürünlerinin vergi oranları aşağıdaki gibi belirlenmiştir¹⁵¹:

Tablo 6: Azerbaycan'da Tütün Ürünlerinde ÖTV (2020)

G.T.İ.P. NO	Malin İsmi	Spesifik Vergi Miktarı (Manat)
2402 90 000 3	Sigarilla (<i>ince purolar</i>)	1000 adet için 31 manat
2402 20	Tütünden hazırlanan sigaralar ve ikameleri	1000 adet için 31 manat
2402 10 000 2	Prolar, kesilmiş uçlu prolarda dâhil	Her bir adet için 1 manat
2403 99 900 1	Elektronik sigaralar için sıvı	Her litre için 20 manat

Kaynak: Azerbaycan Vergi Mecellesi, <https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi> (05.06.2020)

¹⁵⁰ Musayev, *Aksizlər*, s. 37.

¹⁵¹ Azerbaycan Vergi Mecellesi, a.g.e., s. 260.

Yukarıdaki tablodanda görüldüğü gibi, Azerbaycan'da sigara için nispi vergileme miktarı 1000 âdeti için 31 manat aksiz vergisi alınır. 1 adet sigara için 0,31 manattır. (31 manat / 1000 adet = 0,31 manat).

1 paketsigra için spesifik vergi tutarının hesaplanması aşağıdaki gibidir.

$$\text{Aksiz Vergisi Tutarı} = \text{Aksizli Malın Miktarı} \times \text{Spesifik Vergi Tutarı}$$

Örneğin, Azerbaycan'da 0.1.01.2020 yılından itibaren satılan 1 paket sigar için alınan aksiz vergisi tutarı;

$$\text{Aksiz Vergisi Tutarı} = 20 \text{ adet} \times 0,31 \text{ manat} = 0,62 \text{ manat}$$

Azerbaycan'da 0.1.01.2020 yılından itibaren satılan 1 paket sigar için alınan aksiz vergisi tutarı 0,62 manattır.

- *Azerbaycan'da Alkolün Vergilendirilmesi*

Azerbaycan'da alkollü içecekler; Hafif alkol, sert içkiler (Votka) bira, şarap, konyak ve diğer fermente içecekler olmak üzere sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Azerbaycan'da alkollü içeceklerin vergilendirilmesinde spesifik vergilendirme yöntemleri kullanılmaktadır. Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulunun 1 Ocak 2020 yılından itibaren alkol içeceklerin vergi oranları aşağıdaki gibi belirlenmiştir¹⁵².

¹⁵² Azerbaycan Vergi Mecellesi, a.g.e., s. 260.

Tablo 7: Azerbaycan'da Alkol Ürünlerinde ÖTV (2020)

G.T.İ.P. NO	Malin İsmi	Spesifik Vergi Miktarı Manat
2208 90 910 0	Hafif alkol (<i>aynı zamanda % 80'den az alkol içermeyen denatüre edilmemiş etil alkol; % 80'den az alkol içeren denatüre edilmemiş etil alkolü</i>).	Her litre için 3,2 manat
2208 60	Votka, sert alkollü içecekler ve sert alkollü içecek mamulleri, likör ve likör mamulleri.	Her litre için 3,2 manat
2208 30	Konyak ve konyak mamulleri.	Her litre için 3,2 manat
2204 10 110 0	Şampanya şarabı	Her litre için 2,6 manat
2204 10 1100	Şaraplar ve şarap mamulleri	Her litre için 0,2 manat
2203 00	Bira (<i>alkolsüz bira hariç</i>) ve bira içeren diğer içecekler.	Her litre için 0,4 manat

Kaynak: Azerbaycan Vergi Mecellesi, <https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi> (05.06.2020)

Alkollü içecekler için spesifik vergi tutarının hesaplanması aşağıdaki gibidir.

$$\text{Aksiz Vergisi Tutarı} = \text{Aksizli Malın Miktarı} \times \text{Spesifik Vergi Tutarı}$$

Örneğin, 03.07.2020 yılı itibariyle şampanya şarabı üreten firma 2000 litre şampanya şarabını üretim binasından dışarı çıkarmıştır. Firmanın ödeyeceği aksiz vergi tutarı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır;

$$\text{Aksiz Vergisi Tutarı} = 2000 \text{ lt} \times 2,6 \text{ Manat} = 2600 \text{ Manat}$$

03.07.2020 yılı itibariyle şampanya şarabı üreten firma 2000 litre şampanya şarabını üretim binasından dışarı çıkardığı halde ödeyeceği aksiz vergisi tutarı 2600 manattır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE VE AZERBAYCAN'DA ÖTV'NİN SİGARA VE ALKOL KULLANIMI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN BELİRLENMESİ

Tütün ve alkol ürünleri insan sağlığını olumsuz etkileyen ve negatif dışsallığa sahip bağımlılık yaratan mallardır. Tütün ürünleri içerisinde erişimi kolay ve kullanımı en yaygın olan ürün kuşkusuz sigaradır. Sigaranın yaygın kullanımının oluşturduğu negatif dışsallıklar soysal maliyet oluşturarak bireysel ve toplumsal yük getirmektedir. Sigara kullanımına bağlı olarak her yıl, 600 bini pasif içicilik dolayısıyla, toplam da 7 milyon kişinin, öldüğü belirlenmiştir¹⁵³. Ortaya çıkan bu etkiler doğrudan ve dolaylı yollarla devletin sağlık ve güvenlik gibi kamu harcamalarında artışa neden olmakta ve toplumun tümünü etkilemektedir. Hem toplum sağlığını korumak hem de kamu harcamalarında tasarruf etmek amacıyla devlet alkollü içecek ve tütün ürünlerine özel tüketim vergisi uygulayarak, tüketimi kontrol altına almayı ve kullanımını kısıtlamayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye ve Azerbaycan'da sigara ve alkol üzerinden alınan ÖTV zam ve indirimlerinin etkisinin belirlenmesine yönelik bir uygulamaya yer verilmiştir. Bu uygulama doğrultusunda anket yönteminden yararlanarak veriler toplanmıştır. Aşağıda araştırmanın amacı ve metodolojisine ilişkin bilgiler ile istatistiksel analizler sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır.

1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırma dil, kültür, ırk ve coğrafi açıdan yakın iki ülke konumunda bulunan Türkiye ve Azerbaycan'da sigara ve alkol üzerinde uygulanan ÖTV zam ve indirimlerinin öncelikle toplumu oluşturan bireyler tarafından nasıl algılandığı ve daha sonra alkol ve sigara kullanımlarını nasıl etkilediğinin belirlenmesine yöneliktir. Ayrıca araştırmadan elde edilen bulgularla politika yapıcılara önerilerde bulunması hedeflenmiştir.

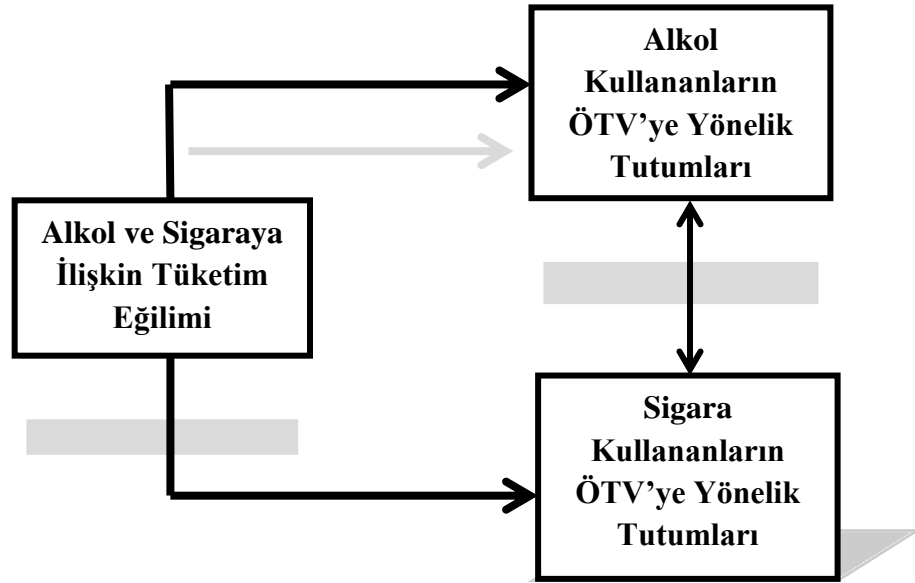
¹⁵³ <https://tobaccoatlas.org/topic/deaths/> internet adresinde 2016 yılı için bu bilgi, 7.1 milyondan fazla ölüm ve bu ölümlerin 6.3 milyonu aktif içici, 884.000 bini pasif içici.

2. ALKOL VE SİGARA ÜZERİNDE ÖTV’NİN ETKİNLİĞİ: ANKET ÇALIŞMASI

2.1. Araştırmanın Modeli, Hipotezleri ve Değişkenleri

Çalışmanın bu kısmında modele ilişkin oluşturulan hipotezlerden bahsedilmiştir. Daha sonra ise araştırmanın evreni, örneklemi ve veri toplama aracının (anket formunun) oluşturulması ve geliştirilmesi üzerinde durulmuştur. Devamında ise araştırma kapsamında kullanılan yönteme değinilmiştir.

2.1.1. Araştırmanın Modeli



2.1.2. Araştırmanın Hipotezleri

Sigara ve alkol üzerinde uygulanan ÖTV zam ve indirimlerinin öncelikle toplumu oluşturan bireyler tarafından nasıl algılandığı ve daha sonra alkol ve sigara kullanımlarını nasıl etkilediğinin belirlenmesine yönelik olarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

Tablo 8: Araştırma Hipotezleri

H₁	Cinsiyete göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₂	Cinsiyete göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₃	Medeni duruma göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.
H₄	Medeni duruma göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₅	Yaş gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₆	Yaş gruplarına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₇	Aylık gelir gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₈	Aylık gelir gruplarına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₉	Günlük sigara kullanım sıklığına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₁₀	Alkol kullanım sıklığına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₁₁	Faaliyet alanına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₁₂	Faaliyet alanına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.
H₁₃	Sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları ile alkol kullanan katılımcıların ortalama ötv tutum puanları arasında ilişki vardır.
H₁₄	Sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları alkol kullanan katılımcıların ortalama ötv tutum puanları üzerinde etkilidir.

2.1.3. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmanın ilk kısmını oluşturan sorular sosyo-ekonomik özelliklerini belirlemeye yöneliktir. Bu özellikleri belirlemeye yönelik sorular cinsiyet, yaş, medeni durum eğitim durumu, faaliyet alanı ve aylık gelir ile ilgili özellikleri içermektedir. Araştırmada bu özellikler Tablo 9'daki gibidir.

Tablo 9: Sosyo - Ekonomik Demorafik Değişkenler

Cinsiyetiniz:	Faaliyet Alanınız:
<input type="checkbox"/> Kadın	<input type="checkbox"/> Devlet Memuru
<input type="checkbox"/> Erkek	<input type="checkbox"/> Özel Sektör Çalışanı
Yaşınız:	<input type="checkbox"/> Ev Hanımı
<input type="checkbox"/> 18-24 Yaş	<input type="checkbox"/> Esnaf
<input type="checkbox"/> 25-34 Yaş	<input type="checkbox"/> İşsiz
<input type="checkbox"/> 35-44 Yaş	<input type="checkbox"/> Öğrenci
<input type="checkbox"/> 45-54 Yaş	<input type="checkbox"/> Emekli
<input type="checkbox"/> 55-64 Yaş	Aylık Geliriniz:
<input type="checkbox"/> 65 Yaş ve Üzeri	<input type="checkbox"/> 0-2000 TL
Medeni Durumunuz:	<input type="checkbox"/> 2001-3000 TL
<input type="checkbox"/> Evli	<input type="checkbox"/> 3001-4000 TL
<input type="checkbox"/> Bekâr	<input type="checkbox"/> 4001-5000 TL
Eğitim Durumunuz:	<input type="checkbox"/> 5001-6000 TL
<input type="checkbox"/> Okuryazar	<input type="checkbox"/> 6001-7500 TL
<input type="checkbox"/> İlköğretim	<input type="checkbox"/> 7500 TL'den Fazla
<input type="checkbox"/> Ortaöğretim	
<input type="checkbox"/> Ön Lisans	
<input type="checkbox"/> Yüksek Lisans	
<input type="checkbox"/> Doktora	

Araştırmanın ikinci kısmını oluşturan değişkenler alkol ve sigara kullananların kullanım alışkanlıkları belirlemeye yönelik sorunlardan oluşturmaktadır.

Tablo 10: Alkol ve Sigara Kullananların Kullanım Alışkanlıkları

<p>1. Sigara Kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız Kaç Yaşında Başladınız?</p> <p><input type="checkbox"/> Kullanmıyorum <input type="checkbox"/> 8-12 Yaşları Arası <input type="checkbox"/> 13-15 Yaşları Arası <input type="checkbox"/> 16-20 Yaşları Arası</p> <p><input type="checkbox"/> 20 Yaşından Sonra</p>
<p>2. Sigara Kullanım Sıklığınız Nedir?</p> <p><input type="checkbox"/> Kullanmıyorum</p> <p><input type="checkbox"/> 10 Adetten Az (Yarım Paketten Az)</p> <p><input type="checkbox"/> 11-20 (Yarım Paket Bir Paket Arası)</p> <p><input type="checkbox"/> 21-30 Arası (Bir Paket İle Bir Buçuk Paket Arası)</p> <p><input type="checkbox"/> 31-40 (Bir Buçuk Paket İle İki Paket Arası)</p> <p><input type="checkbox"/> 40 Adetten Fazla (İki Paketten Fazla)</p>
<p>3. Kaç Yıldır Sigara Kullanıyorsunuz?</p> <p><input type="checkbox"/> 1yıldan Az <input type="checkbox"/> 1-3 Yıl Arası <input type="checkbox"/> 4-7 Yıl Arası <input type="checkbox"/> 8-11 Yıl Arası <input type="checkbox"/> 12-15 <input type="checkbox"/> 15 Yıldan Fazla</p>
<p>Günün İlk Sigarasını Hangi Saatte Kullanıyorsunuz?</p> <p><input type="checkbox"/> Sabah Uyanır Uyanmaz <input type="checkbox"/> Sabah –Öğle Arası <input type="checkbox"/> Öğle –İkinci Arası <input type="checkbox"/> İkinci-Akşam Arası <input type="checkbox"/> Yatmadan Önce</p>
<p>4. Sigaraya Harcadığınız Aylık Tutar?</p> <p><input type="checkbox"/> 0-150 TL Arası <input type="checkbox"/> 151-300 TL Arası <input type="checkbox"/> 301-450 TL Arası <input type="checkbox"/> 451-600 TL Arası</p> <p><input type="checkbox"/> 601-750 TL Arası <input type="checkbox"/> 750 TL'den Fazla</p>
<p>5. Alkol Kullanıyor Musunuz? Kullanıyorsanız Kaç Yaşında Alkol Kullanmaya Başladınız?</p> <p><input type="checkbox"/> Kullanmıyorum <input type="checkbox"/> 8-12 Yaşları Arası <input type="checkbox"/> 13-15 Yaşları Arası <input type="checkbox"/> 16-20 Yaşları Arası <input type="checkbox"/> 20 Yaşından Sonra</p>
<p>6. Alkol Kullanım Sıklığınız Nedir?</p> <p><input type="checkbox"/> Kullanmıyorum <input type="checkbox"/> Her Gün <input type="checkbox"/> Haftada Birkaç Gün <input type="checkbox"/> Ayda Birkaç Gün</p>
<p>7. Kaç Yıldır Alkol Kullanıyorsunuz?</p> <p><input type="checkbox"/> 1 Yıldan Az <input type="checkbox"/> 1-4 Yıl Arası <input type="checkbox"/> 4-7 Yıl Arası <input type="checkbox"/> 8-11 Yıl Arası <input type="checkbox"/> 12-15 <input type="checkbox"/> 15 Yıldan Fazla</p>
<p>Alkole Harcadığınız Aylık Tutar?</p> <p><input type="checkbox"/> 0-150 TL Arası <input type="checkbox"/> 151-300 TL Arası <input type="checkbox"/> 301-450 TL Arası <input type="checkbox"/> 451-600 TL Arası <input type="checkbox"/> 601-750 TL Arası <input type="checkbox"/> 750 TL'den Fazla</p>

Araştırmanın ikinci kısmını oluşturan sorular araştırma modelindeki faktörleri belirlemeye yöneliktir. Bu faktörler sigara ve alkol kullananların ÖTV'ye yönelik tutumlarına ilişkindir.

Tablo 11: Araştırmanın Değişkenleri

Faktör Adı	Değişken Kodu ve Soru Maddesi
	SKÖTVTÖ₁ Sigara üzerinden alınan ÖTV çok yüksektir
	SKÖTVTÖ₂ ÖTV indirimleri sigara kullanımını artırır.
	SKÖTVTÖ₃ Sigaraya uygulanan ÖTV zammı adildir.
	SKÖTVTÖ₄ Sigaraya uygulanan ÖTV zamları kaçak sigara ve açık tütün ürünlerinin kullanımını artırır.
	SKÖTVTÖ₅ ÖTV zamları daha pahalı sigara kullanımını engeller.
	SKÖTVTÖ₆ Sigaraya uygulanan ÖTV her bakımdan doğrudur.
	SKÖTVTÖ₇ Ülkemizde sigaraya uygulanan ÖTV gelişmiş ülkelere göre daha yüksektir.
	SKÖTVTÖ₈ Sigaraya uygulanan ÖTV'den elde edilen gelir devlet için önemli bir gelir kaynağıdır.
	SKÖTVTÖ₉ Sigara kullanımının azaltılmasında en etkili yöntem ÖTV'nin arttırılmasıdır.
	SKÖTVTÖ₁₀ Sigara üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceğim kadar çok yüksek olursa, sigarayı bırakırım.
	SKÖTVTÖ₁₁ Sigaraya en son uygulanan ÖTV zammından sonra sigara kullanımını azalttım.
	SKÖTVTÖ₁₂ Sigara üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatı düşerse, sigara kullanımı artar.
	SKÖTVTÖ₁₃ Aşırı sigara kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için, sigaranın yüksek oranda vergilendirilmesi doğrudur.

Tablo 11: (devam) Araştırmanın Değişkenleri

ALKOL KULANANLARIN ÖTV'YE YÖNELİK TUTUMLARI (AKÖVTÖ)	AKÖVTÖ₁ Alkol üzerinden alınan ÖTV çok yüksektir.
	AKÖVTÖ₂ ÖTV indirimleri alkol kullanımını artırır.
	AKÖVTÖ₃ Alkole uygulanan ÖTV zammı adildir.
	AKÖVTÖ₄ Alkole uygulanan ÖTV zamları kaçak alkol kullanımını artırır.
	AKÖVTÖ₅ ÖTV zamları daha pahalı alkol kullanımını engeller.
	AKÖVTÖ₆ Alkole uygulanan ÖTV her bakımdan doğrudur.
	AKÖVTÖ₇ Ülkemizde alkole uygulanan ÖTV gelişmiş ülkelere göre daha yüksektir.
	AKÖVTÖ₈ Alkole uygulanan ÖTV'den elde edilen gelir devlet için önemli bir gelir kaynağıdır.
	AKÖVTÖ₉ Alkol kullanımının azaltılmasında en etkili yöntem ÖTV'nin arttırılmasıdır.
	AKÖVTÖ₁₀ Alkol üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceğim kadar fazla olursa, alkolü bırakırım.
	AKÖVTÖ₁₁ Alkole en son uygulanan ÖTV zammından sonra alkol kullanımını azalttım.
	AKÖVTÖ₁₂ Alkol üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatı düşerse, alkol kullanımı artar.
	AKÖVTÖ₁₃ Aşırı alkol kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için alkolün yüksek oranda vergilendirilmesi doğrudur.

2.1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Evrenbir araştırmada soruları cevaplamak için ihtiyaç duyulan verilerin elde edildiği canlı varlıklar veya bir araştırmada toplanacak verilerin analizi ile elde edilecek sonuçların geçerli olacağı ve yorumlanacağı gruptur¹⁵⁴. Ayrıca, tüm olası katılımcıların herhangi bir kısıtlama olmaksızın dâhil edildiği en genel evren "ideal evren", coğrafi bölge, konu ve

¹⁵⁴ Sait Gürbüz, Faruk Şahin, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 5. b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2018, s.12.

başkaksıtlamalar getirerek yapılan araştırmaları kolaylaştırmak için kısıtlanan evren ise “araştırma evreni “olarak kabul edilir¹⁵⁵. Evren “N” simgesi ile gösterilmektedir.

Araştırma çerçevesinde evreni, Türkiye ve Azerbaycan’da 18 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. Türkiye’de 2020 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) verilerine göre Türkiye’de 18 yaş üstü kişi sayısı 60.287.372’dir. Azerbaycan’da ise Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Kurumu verilerine göre 18 yaş üstü kişi sayısı 7.199.108 tespit edilmiřtir¹⁵⁶.

Örneklem, evreni temsil etmek üzere çeşitli tekniklerle evren elemanlarından seçilen ve üzerinde inceleme yapılan gruptur. Araştırmanın örneklemini, örneklem büyüklüğü hesaplama formülü yardımıyla, araştırma evreni kişi sayısı kullanılarak hesaplanmaktadır¹⁵⁷. Araştırmanın örneklemini, örneklem büyüklüğü hesaplama formülü yardımıyla aşağıdaki şekilde hesaplanabilir¹⁵⁸;

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n_0 = \frac{t^2 x p q}{d^2}$$

N= Evrenin büyüklüğü

n= Örneklem büyüklüğü

p= Evrendeki X’in gözlenme oranı (0.5 olarak alınmıştır)

q= X’in gözlenmeme oranı (1-p)

d= Sapma miktarı (0.10, 0.05 ya da 0.01)

t= Güven düzeyine karşılık gelen z Tablo değeri (0.10 için 1.65, 0.05 için 1.96 ya da 0.01 için 2.58)

$$n_0 = \frac{(1,96)^2 x (0,5*0,5)}{(0,05)^2} = 384,16$$

¹⁵⁵ İşık, a.g.t., s. 62.

¹⁵⁶ Azerbaycan Respublikası Dövət Statistika Komitesi, 2020. <https://www.stat.gov.az/> (04.05.2020).

¹⁵⁷ Yener Özen, Abdulkadir Gül, “Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu”, *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı. 15, 2007, s. 395.

¹⁵⁸ İşık, a.g.t., s. 63.

Türkiye örneği için örneklem büyüklüğü;

$$n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{60.287.372}} = 384,15$$

Azerbaycan örneği için örneklem büyüklüğü;

$$n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{7.199.108}} = 384,10$$

Hem Türkiye hem de Azerbaycan için % 95 güven aralığında, 0,05 sapma miktarı ve 0,5 gözlenme oranı ile elde edilen verilere dayanarak, örneklem büyüklüğü formülü hesaplamasına göre araştırmada en az 384 kişi olmalıdır. Bu araştırma kapsamında Türkiye ve Azerbaycan için 510'ar kişi anketin örneklemini oluşturmaktadır. Ulaşılan 510'ar örneklem sayısı, araştırmanın nicel geçerliliği noktasında oldukça yeterlidir. Örneklem katılımcıları araştırma evreni içinden rassal (tesadüfi) olarak seçilmiştir.

2.2. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Araştırmaya ilişkin verilerin toplanması anket yöntemi ile yapılmıştır. Ankette kullanılan soruların hazırlanmasında ulusal ve uluslararası literatürde sıklıkla kullanılan sorulardan yararlanılmıştır. Araştırmada açık uçlu sorulara yer verilmemiştir. Örneklem kitleye uygulanan anket formu üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde katılımcıların sigara ve alkole ilişkin kullanım alışkanlıkları çoktan seçmeli maddeler ile ölçülmeye çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise sigara ve alkol kullanıcılarının ÖTV zammı ve indirimi konusunda tutumlarını belirlemeye yönelik 5'li likert ölçekten oluşan 13'er maddeli iki alt ölçek kullanılmıştır. Bunlardan ilki "Sigara Kullanıcılarının ÖTV Tutum Ölçeği" (SKÖTVTÖ) diğeri ise, Alkol Kullanıcılarının ÖTV Tutum Ölçeği

(AKÖTVTÖ)'dir. Ölçekte alınan yüksek puanlar tutumunun yüksek; alınan düşük puanlar ise tutumlarının düşük olduğu anlamına gelir.

Araştırma aynı anket formu ile hem Türkiye'de hem de Azerbaycan'da yapılmıştır. Anketler, sigara ve alkol kullanan ya da her ikisini kullanan bireylere uygulanarak, hedeflenen örneklem sayısına ulaşılmaya çalışılmıştır. Bireylere gönderilen ve cevaplanan anket formları içerisinde eksik bilgilerin ve tutarsız cevapların yer aldığı formlar değerlendirmeye alınmamıştır.

Türkiye'de araştırma önce yüz yüze anket yöntemi ile yapılmaya çalışılmış ve 135 adet (% 26) görüşme bu şekilde gerçekleştirilmiştir. Daha sonra Covid-19 Pandemisi nedeniyle, WEB tabanlı online anket şablonu Türkiye'de 18 yaşından büyük sosyal medya kullanıcılarından oluşan 375 kişiye, Azerbaycan'da ise, 510 kişiye uygulanmıştır.

2.3. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

Anket yöntemi ile toplanan veriler Statistical Package for The Social Sciences (SPSS 22.0) paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Microsoft Office Programlarından Excel ve Word yardımıyla raporlama işlemleri yapılmıştır.

Araştırmanın ilk kısmında katılımcılara ait demografik özelliklere yer verilmiştir. Sonrasında ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için güvenilirlik analizlerinde yaygın olarak kullanılan Cronbach Alfa Katsayısından yararlanılmıştır. Bu analizin sonrasında verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için normallik analizi yapılmıştır. Araştırma hipotezleri, Fark testleri (ikili gruplarda bağımsız örneklem testi, üç veya daha fazla gruplu özelliklerde ise tek yönlü Anova testi), Korelasyon ve Basit Doğrusal Regresyon Analizleri ile test edilmiştir.

2.4. Araştırma Bulguları ve Değerlendirme

Çalışmanın bu kısmında SPSS 22.0 paket programı aracılığıyla yapılan analizler ve bu analizlerden elde edilen bulgulara ve değerlendirmelere ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir.

2.4.1. Hedef Kitlenin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanlar sigara ve alkol kullanıp kullanmama durumlarına göre değerlendirmeye alınmışlardır. Alkol veya sigara kullanmayan katılımcılar, bazı soruları online cevaplamış olsalar dahi, değerlendirmeye alınmamıştır Burada ya her iki ürünü birlikte kullanan yada sadece birini kullanan katılımcılar uygun görüşmeci olarak kabul edilmiştir. Araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş, medeni durum, faaliyet alanı, aylık gelir gibi demografik özelliklerine yönelik değişkenlerin frekans ve yüzde dağılımları aşağıdaki tablolarda ayrıntılı olarak verilmiştir.

Tablo 12: Araştırmaya Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımları

CİNSİYET					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde(%)	Geçerli Yüzde (%)	Toplam (%)
	Kadın	222	43,5	43,5	43,5
	Erkek	288	56,5	56,5	100,0
	Toplam:	510	100,0	100,0	
	Kadın	55	10,8	10,8	10,8
	Erkek	455	89,2	89,2	100,0
	Toplam:	510	100,0	100,0	

Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılanların cinsiyete göre dağılımları Tablo 12'de yer almaktadır. Cinsiyet değişkeni ele alınarak yapılan analizde, Türkiye'deki katılımcıların % 43,5'nin kadınlardan % 56,5'nin erkeklerden oluştuğunu görülmektedir, Azerbaycan'da ise araştırmaya katılanların % 10,8'ini kadınlar, % 89,2'sini erkekler oluşturmaktadır. Araştırmada kadın ve erkek itibariyle eşit katılımcı sağlanması

amaçlanmıştır. Fakat özellikle sosyo-kültürel farklılıklardan dolayı Azerbaycan'da sigaravealkol kullanan kadın sayısının az olması nedeniyle eşit frekans aralığının sağlanması mümkün olmamıştır. Nitekim Azerbaycan nüfusunun (10 milyon) % 50,1'ini kadınlar, % 49,9'unu erkekler oluşturmaktadır¹⁵⁹.

Tablo 13: Araştırmaya Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımları

YAŞ GRUBU.					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)	Toplam (%)
	18-24 Yaş	130	25,5	25,5	25,5
	25-34 Yaş	156	30,6	30,6	56,1
	35-44 Yaş	75	14,7	14,7	70,8
	45-54 Yaş	70	13,7	13,7	84,5
	55 Yaş ve Üzeri	79	15,5	15,5	100,0
	Toplam:	510	100,0	100,0	100,0
	18-24 Yaş	167	32,7	32,7	32,7
	25-34 Yaş	184	36,1	36,1	68,8
	35-44 Yaş	76	14,9	14,9	83,7
	45-54 Yaş	50	9,8	9,8	93,5
	55 Yaş ve Üzeri	33	6,5	6,5	100,0
	Toplam:	510	100,0	100,0	100,0

Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılanların yaş gruplarına göre dağılımları Tablo 13'deyerek almaktadır. Araştırmada ileri yaş grubunda sosyal medya kullanımının düşük olması nedeniyle özellikle 65 yaş ve üzeri katılım çok az olmuştur. Bu nedenle bu yaş grubu bir alt yaş grubuyla birleştirilerek frekanslar elde edilmiştir. Türkiye'de araştırmaya katılanların % 25,5'inin (18-24 yaş), % 30,6'sının (25-34 yaş), % 14,7'sinin (35-44 yaş), % 13,7'sinin (45-54 yaş) aralığındaki kişiler, % 15,5'inin ise 55 yaş ve üzeri yaş aralığındaki kişilerden oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın örneklem kitlesi Tablo 13'den de görüldüğü gibi ağırlıklı olarak genç yaş grubundaki katılımcılardan oluşmaktadır.

¹⁵⁹ Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet İstatistik Komitesi, <https://www.stat.gov.az/>, (04,06,2020)

Azerbaycan’da araştırmaya katılanların ise % 32,7’sinin (18-24 yaş),% 36,1’inin (25-34 yaş), % 14,9’unun (35-44 yaş), % 9,8’inin (45-54 yaş) aralığındaki kişilerden, % 6,5’inin ise 55 yaş ve üzeri yaş aralığındaki kişilerden oluştuğu görülmektedir. Bu bağlanmada çalışmanın örneklem kitlesi Türkiye’de olduğu gibi ağırlıklı olarak genç yaş grubundaki katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo 14: Araştırmaya Katılanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

MEDENİ DURUM					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)	Toplam (%)
	Evli	206	40,4	40,4	40,4
	Bekâr	304	59,6	59,6	100,0
	Toplam:	510	100,0	100,0	
	Evli	179	35,1	35,1	35,1
	Bekâr	331	64,9	64,9	100,0
	Toplam:	510	100,0	100,0	

Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılanların medeni durumlarına göre dağılımlarıTablo 14’de yer almaktadır.Araştırmada dul, ayrı yaşayanlar vb. bekâr olarak değerlendirmeye alınmıştır. Türkiye’de araştırmaya katılanların % 59,6’sı bekârlardan, % 40,4’ ise evlilerden oluşmuştur. Bu durumda araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunu (% 59,6) bekâr bireyler oluşturmaktadır. Türkiye’de araştırmaya katılanların medeni durum değişkeni ile cinsiyet değişkeni ilişkilendirildiğinde; araştırmaya katılan evlilerin % 72,8’ini erkekler, % 27,2’sini ise kadınlar oluşturmaktadır. Bekâr katılımcıların % 45,4’ erkeklerden oluşurken, % 54,6’si ise kadınlardan oluşmaktadır. Buna göre; araştırmaya katılan evli erkek katılımcıların, evli kadın katılımcılardan bekâr kadın katılımcıların ise, bekâr erkek katılımcılardan fazla olduğu görülmektedir.

Azerbaycan’da araştırmaya katılanların ise % 64,9’unu bekârlar, % 35,1’ini ise evliler oluşturmaktadır. Azerbaycan’da araştırmaya katılanların medeni durum değişkeni cinsiyet değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; araştırmaya katılan evlilerin % 94,4’n

erkekler, % 5,6'sını ise kadınlar oluşturmaktadır. Bekâr katılımcıların % 86,4'ünü erkekler, % 13,6'sını ise kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan evli erkeklerin evli kadınlardan, bekâr erkeklerin ise bekâr kadınlardan daha fazla fazla olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak her iki ülkede de çalışmanın örneklem kitlesi bekârlardan oluşmaktadır. Azerbaycan'da araştırmaya katılan bekârlar (% 64,9), Türkiye'de araştırmaya katılan bekârlardan (% 59,6) daha fazladır.

Tablo 15: Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları

EĞİTİM DURUMU					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)	Toplam (%)
	Okuryazar	7	1,4	1,4	1,4
	İlköğretim	25	4,9	4,9	6,3
	Ortaöğretim	132	25,9	25,9	32,2
	Ön Lisans	82	16,1	16,1	48,3
	Lisans	184	36,1	36,1	84,4
	Yüksek Lisans	65	12,7	12,7	97,1
	Doktora	15	2,9	2,9	100,0
	Toplam:	510	100,0	100,0	
	Okuryazar	10	2,0	2,0	2,0
	İlköğretim	26	5,1	5,1	7,1
	Ortaöğretim	134	26,3	26,3	33,3
	Lisans	226	44,3	44,3	77,6
	Yüksek Lisans	90	17,6	17,6	95,3
	Doktora	24	4,7	4,7	100,0
	Toplam:	510	100,0	100,0	

Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılanların eğitim durumu itibariyle dağılımları Tablo 15'de yer almaktadır. Araştırmada Türkiye'de eğitim seviyesi okuryazar, ilköğretim, ortaöğretim, ön lisans, lisans, yüksek lisans, doktora şeklinde sekiz kategoriye

ayrılırken, Azerbaycan'da ise, önlisans eğitim seviyesi olmadığı için 7 kategori üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Türkiye'de araştırmaya katılanların % 1,4'ünü okuryazar, % 4,9'unu ilköğretim, % 25,9'unu ortaöğretim, % 16,1'ini ön lisans, % 36,1'ini lisans, % 12,7'sini yüksek lisans ve % 2,9'unu ise doktora eğitim seviyesinde olan kişiler oluşturmaktadır. Buna göre araştırmanın örneklem kitlesi çoğunlukla lisans mezunu kişilerden oluşmaktadır.

Azerbaycan'da araştırmaya katılanların ise % 2'sini okuryazar, % 5,1'ini ilköğretim, % 26,3'ünü ortaöğretim, % 44,3'ünü lisans, % 17,6'sını yüksek lisans, % 4,7'sini ise doktora eğitim seviyesinde olan kişiler oluşturmaktadır. Buna göre araştırmanın örneklem kitlesi çoğunlukla lisans mezunu kişilerden oluşmaktadır.

Sonuç olarak her iki ülke açısından örneklem kitle çoğunlukla lisans mezunu kişilerden oluşmaktadır. Okuryazar ve doktora eğitim düzeyinde olan kişiler ise düşük paya sahiptir. Yukarıda belirtildiği gibi eğitim durumu değişkeni Türkiye'de 8 kategori, Azerbaycan'da ise 7 kategori şeklinde gösterildiği için Azerbaycan'daki katılımcılarının eğitim seviyeleri sayı itibarıyla tüm kategorilerde Türkiye'deki katılımcıların eğitim seviyelerinden daha yüksektir.

Tablo 16: Araştırmaya Katılanların Faaliyet Alanına Göre Dağılımları

FAALİYET ALANI					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)	Toplam (%)
	Devlet Memuru	123	24,1	24,1	24,1
	Özel Sektör Çalışanı	121	23,7	23,7	47,8
	Esnaf	36	7,1	7,1	54,9
	Emekli	88	17,3	17,3	72,2
	İşsiz	38	7,5	7,5	79,7
	Öğrenci	89	17,5	17,5	97,2
	Ev Hanımı	15	2,9	2,9	100,0
	Toplam:		510	100,0	100,0
	Devlet Memuru	161	31,6	31,6	31,6
	Özel Sektör Çalışanı	140	27,5	27,5	59,1
	Esnaf	43	8,4	8,4	67,5
	Emekli	33	6,5	6,5	74,0
	İşsiz	36	7,1	7,1	81,1
	Öğrenci	95	18,6	18,6	99,7
	Ev Hanımı	2	0,3	0,3	100
	Toplam:		510	100,0	100,0

Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılanların faaliyet alanı itibariyle dağılımları Tablo 16'da yer almaktadır. Türkiye'de araştırmaya katılanların % 24,1'ini devlet memurları, % 23,7'sini özel sektör çalışanları, % 7,1'ini esnaf, % 17,3'ünü emekliler, % 17,5'ini öğrenciler, % 2,9'unu ev hanımları ve son olarak % 7,5'ini ise işsizler oluşturmaktadır. Buna göre araştırmanın örneklem kitlesi aktif çalışanlardan oluşmaktadır. Türkiye'de araştırmaya katılanların faaliyet alanı cinsiyet değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; devlet memuru ve özel sektörde çalışanların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Erkeklerin % 38,6'sı devlet memuru, % 7,8'i ise özel sektör çalışanıdır. Buna karşın kadınların ise % 33,4'ü devlet memuru, % 30,1'i ise özel sektör çalışanıdır. Araştırmaya katılan erkek emekli sayısı kadın emekli sayısından fazladır. Araştırmaya katılan kadın öğrenciler ise

erkek öğrenci sayısından fazladır. İşsizlik oranı açısından bakıldığında ise, işsiz kadın katılımcı sayısı işsiz erkek katılımcı sayısından daha fazladır.

Azerbaycan'da araştırmaya katılanların ise, % 31,6'sını devlet memurları, % 27,5'ini özel sektör çalışanları, % 8,4'ünü esnaflar, % 7,1'ini işsizler, % 18,6'sını öğrenciler, % 0,4'ünü ise ev kadınları oluşturmaktadır. Buna göre çalışmanın örneklem kitlesini büyük çoğunlukla devlet memuru ve özel sektör çalışanları oluşturmaktadır. Azerbaycan'da araştırmaya katılanların faaliyet alanı, cinsiyet değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; kadın katılımcılar toplam katılımcılar içerisinde % 10,8 oranında olduğu için, erkek devlet memuru, özel sektör çalışanı, esnaf, işsiz ve öğrenci sayısı çok fazladır.

Sonuç olarak her iki ülkedearştırmanın örneklem kitlesini büyük çoğunlukla devlet memuru ve özel sektör çalışanları oluşturmaktadır. Azerbaycan'da araştırmaya katılanlar arasında devlet memurları ve özel sektör çalışanların sayısı Türkiye'dekilerden fazladır. Esnaf, işsiz ve öğrenci katılımcıların sayısı ise, Azerbaycan ve Türkiye'de bir birine çok yakındır. Buna karşın Türkiye'de araştırmaya katılan kadın devlet memuru, özel sektör çalışanı, esnaf, işsiz, öğrenci ve ev hanımlarının sayısı daha fazladır. Çünkü Azerbaycan'da çalışmanın örneklem kitlesi içerisinde kadınların payı oldukça düşüktür.

Tablo 17: Araştırmaya Katılanların Aylık Gelirlerine Göre Dağılımları

AYLIK GELİR DURUMU					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)	Toplam (%)
	0-2000 TL	109	21,4	21,4	21,4
	2001-3000 TL	133	26,1	26,1	47,5
	3001-4000 TL	99	19,4	19,4	66,9
	4001-5000 TL	51	10,0	10,0	76,9
	5001-6000 TL	47	9,2	9,2	86,1
	6001-7500 TL	34	6,7	6,7	92,8
	7500 TL'den Fazla	37	7,2	7,2	100,0
	Toplam:		510	100,0	100,0
	0-250 AZN	103	20,2	20,2	20,2
	251-450 AZN	94	18,4	18,4	38,6
	451-650 AZN	79	15,5	15,5	54,1
	651-850 AZN	66	12,9	12,9	67,1
	851-1050 AZN	55	10,8	10,8	77,8
	1051-1250 AZN	40	7,8	7,8	85,7
	1251-1450 AZN	37	7,3	7,3	92,9
	1450 AZN'dan Fazla	36	7,1	7,1	100,0
	Toplam:		510	100,0	100,0

Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılanların aylık gelir durumu itibariyle dağılımları Tablo 17'de yer almaktadır. Türkiye'de araştırmaya katılanların % 21,4'ünü 0-2000 TL, % 26,1'ini 2001-3000TL, % 19,4'ünü 3001-4000 TL, % 10'unu 4001-5000 TL, % 9,2'sini 5001-6000TL, % 6,7'sini 6000-7500 TL arasında ve son olarak % 7,2'sinin ise 7500 TL'den fazla gelire sahip olduğu görülmektedir. Buna göre çalışmanın örneklem kitlesini büyük ölçüde ilk üç gelir grubu arasında yer alan kişiler oluşturmaktadır. Türkiye'de araştırmaya katılanların gelir durumları, faaliyet alanı değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; ev hanımı ve öğrenci katılımcıların çoğunun 0-2000 TL arası düşük gelir, devlet memurlarının ve özel sektör çalışanlarının ise yüksek gelir gurubuna sahip oldukları görülmektedir.

Azerbaycan'da ise araştırmaya katılanların % 20,2'sinin 0-250 AZN, % 18,4'ünün 251-450AZN, % 15,5'inin 451-650 AZN, % 12,9'unun 651-850 AZN, % 10,8'inin 851-1050 AZN, % 7,8'inin 1051-1250AZN, % 7,3'ünün 1251-1450AZN arasında ve son olarak % 7,1'inin ise 1450 AZN'den fazla gelire sahip olduğu görülmektedir. Buna göre çalışmanın örneklem kitlesini 0-250 AZN arası gelire sahip kişiler oluşturmaktadır. Azerbaycan'da araştırmaya katılanların gelir durumu faaliyet alanı değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; 0-250 AZN arası gelire sahip olan katılımcıların ğrenci, esnaf ve ev hanımı olduğu görülmektedir. 251-450 AZN ve 451-650 AZN arası gelir düzeyinde ise, özel sektör çalışanlarının sayısı daha fazladır. 451-650 AZN arası gelire sahip katılımcılar arasında ise, devlet memuru ve özel sektör çalışanları oransal olarak birbirine çok yakındır.

Sonuç olarak her iki ülke açısından çalışmanın örneklem kitlesini büyük çoğunlukla dşkgelirgrubuna sahip katılımcılar oluşturmaktadır. Türkiye'de asgari ücret ve bir üstü gelire sahip katılımcıların sayısının Azerbaycan'da araştırmaya katılanların sayısından daha fazla olduğu görülmektedir. Tablo 17'de de görüldüğü üzere her iki ülkede de yüksek gelir gurubuna sahip olan katılımcıların sayısı birbirine oldukça yakındır.

2.4.2. Sigara ve Alkol Tüketim Eğlimine İlişkin Bulgular

Bu bölümde, sigara, alkol veya her ikisini birlikte kullanan katılımcıların, kullanmaya başlama yaşları, günlük, haftalık veya aylık kullanım sıklıkları ve bu kullanıma yönelik aylık harcama tutarları ile kaç yıldır bu kullanımlarını sürdürdüklerini gösteren bulgular yer almaktadır. Araştırmaya katılanlar sadece sigara kullanalar, sadece alkol kullananlar ve her iki ürünü de birlikte kullananlardan oluşmaktadır. Aşağıda bu veriler dikkate alınarak analiz yapılmıştır.

Tablo 18: Araştırmaya Katılanların Sigara Kullanıp / Kullanmama Durumuna Göre Dağılımı

SİGARA KULLANIP / KULLANMAMA DURUMU			
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)
	Toplam Sigara Kullanan	433	84,9
	Sadece Sigara Kullanan	58	11,4
	Sigara Kullanmayan	77	15,1
	Toplam Sigara Kullanan	475	93,1
	Sadece Sigara Kullanan	106	21,6
	Sigara Kullanmayan	35	6,9

Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılanların sigara kullanıp kullanmama durumuna göre dağılımları Tablo 18'de yer almaktadır. Türkiye'de araştırmaya katılanlar arasında sadece sigara kullananların sayısı 58'dir. Hem sigara hem de alkol kullananlar birlikte değerlendirildiğinde ise sigara kullanan kişi sayısı 433'dür. Buna karşın katılımcılar arasında 77 kişinin ise sigara kullanmadığı görülmektedir.

Azerbaycan'da araştırmaya katılanlar arasında sadece sigara kullananların sayısı 106'dir. Hem sigara hem de alkol kullananları birlikte değerlendirildiğinde ise sigara kullanan kişi sayısı 475'dir. Buna karşın katılımcılar arasında 35 kişinin sigara kullanmadığı görülmektedir.

Tablo 19: Araştırmaya Katılanların Alkol Kullanıp / Kullanmama Durumuna Göre Dağılımı

ALKOL KULLANIP / KULLANMAMA DURUMU			
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)
	Toplam Alkol Kullanan	452	88,6
	Sadece Alkol Kullanan	77	15,1
	Alkol Kullanmayan	58	11,4
	Toplam Alkol Kullanan	404	79,2
	Sadece Alkol Kullanan	35	6,9
	Alkol Kullanmayan	106	20,8

Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılanların alkol kullanıp kullanamama durumuna göre dağılımları Tablo 19’da yer almaktadır. Türkiye’de araştırmaya katılanlar arasında sadece alkol kullananların sayısı 77’dir. Hem alkol de sigara kullananlar birlikte değerlendirildiğinde ise alkol kullanan kişi sayısı 452’dir. Buna karşın katılımcılar arasında 58 kişinin alkol kullanmadığı görülmektedir.

Azerbaycan’da ise araştırmaya katılanlar arasında sadece alkol kullananların sayısı 35’dir. Hem alkol hem de sigara kullananlar birlikte değerlendirildiğinde ise alkol kullanan kişi sayısı 475’dir. Buna karşın katılımcılar arasında 106 kişinin ise alkol kullanmadığı görülmektedir.

Tablo 20: Araştırmaya Katılanların “Sigaraya Başlama Yaşlarına”Göre Dağılımları

SİGARAYA BAŞLAMA YAŞI					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	8-12 Yaşları Arası	29	5,7	6,7	6,7
	13-15 Yaşları Arası	60	11,8	13,9	20,6
	16-20 Yaşları Arası	182	35,7	42,0	62,6
	20 Yaşından Sonra	162	31,8	37,4	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	8-12 Yaşları Arası	22	4,3	4,6	4,6
	13-15 Yaşları Arası	55	10,8	11,6	16,2
	16-20 Yaşları Arası	233	45,6	49,2	65,4
	20 Yaşından Sonra	165	32,4	34,6	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

Türkiye ve Azerbaycan'da sigara kullanan katılımcıların sigaraya başlama yaşları itibariyle dağılımları Tablo 20'de yer almaktadır. Türkiye'de sigara kullananların % 6,7'sinin 8-12 yaşlarında, % 13,9'unun 13-15 yaşlarında, % 42'sinin 16-20 yaşlarında, % 37,4'inin ise 20 yaşından sonra sigara kullanmaya başladıkları görülmektedir. Araştırmaya katılanların % 15,1'i ise sigara kullanmamaktadır. Çalışmanın örneklem kitlesinde çoğunluğu (% 42) 16-20 yaşları arası sigara kullanmaya başlayanlar oluşturmaktadır. Türkiye'de sigara kullananların sigaraya başlama yaşları, cinsiyet değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; kadınların 16-20 yaşları arası ve 20 yaşından sonra sigaraya başladıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan kadınlar arasında 8-12 ve 13-15 yaşları arasında sigaraya başlayan bulunmamaktadır. Sigara kullanan erkeklerin büyük bölümünün ise 16-20 yaşları arası sigara kullanmaya başladıkları görülmektedir.

Azerbaycan'da sigara kullanan katılımcıların % 4,6'sının 8-12 yaşlarında, % 11,6'sının 13-15 yaşlarında, % 49,2'sinin 16-20 yaşlarında, % 34,6'sının ise 20 yaşlarından sonra sigara kullanmaya başladıkları görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesinde büyük çoğunluğu (% 45,6) 16-20 yaşları arası sigara kullanmaya başlayanlar oluşturmaktadır. Katılımcıların % 6,9'u ise sigara kullanmadıklarını belirtmiştir. Araştırmaya katılan ve sigara kullandığını beyan edenlerin, % 16,2'sinin çocuk yaşta sigaraya başladığı (8-15 yaş) görülmektedir. Azerbaycan'daki katılımcıların sigaraya başlama yaşları, cinsiyet değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; kadın katılımcıların hepsinin 20 yaşlarından sonra sigara başladıkları görülmektedir. Erkek katılımcılar % 49,2'sinin ise 16-20 yaş arası sigara kullanmaya başladıklarını görülmektedir.

Sonuç olarak her iki ülke açısından bakıldığında, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun 16-20 yaşları arası sigara kullanmaya başladıkları ve 20 yaşından sonra sigara kullanmaya başlayan katılımcıların sayısının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Azerbaycan'da 16-20 yaş arası sigara kullanmaya başlayan erkek katılımcıların sayısı daha fazla iken, aynı yaş aralığında sigara kullanmaya başlayan kadın sayısı Türkiye'de daha fazladır. Her iki ülkede de 8-12 ve 13-15 yaşları, arasında sigara kullanmaya başlayan kadın katılımcı sayısı bulunmamaktadır.

Tablo 21: Araştırmaya Katılanların “Sigara Kullanım Sıklıklarına” Göre Dağılımları

SİGARA KULLANIM DURUMU					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Y/ Paketten Az	147	28,8	33,9	33,9
	Y/ Paket-1 Paket arası	192	37,6	44,4	78,2
	1 Paket-1,5 Paket Arası	75	14,7	17,3	95,5
	1,5 Paket-2 Paket Arası	12	2,4	2,8	98,3
	2 Paketten Fazla	7	1,4	1,6	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Y/ Paketten Az	166	32,5	34,9	34,9
	Y/ Paket-1 Paket arası	233	45,7	49,1	84,0
	1 Paket-1,5 Paket Arası	58	11,4	12,2	96,2
	1,5 Paket-2 Paket Arası	8	1,6	1,7	97,9
	2 Paketten Fazla	10	2,0	2,1	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

Türkiye ve Azerbaycan’da sigara kullanan katılımcıların günlük sigara kullanım sıklığı itibariyle dağılımları Tablo 21’de yer almaktadır. Türkiye’de araştırmaya katılanların % 33,9’unun yarım paketten az, % 44,4’ünün yarım paket–1 paket arası, % 17,3’ünün 1 paket 1,5 paket arası, % 2,8’inin 1,5 paket–2 paket arası, % 1,6’sının ise 2 paketten fazla sigara kullandıkları görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesinde büyük çoğunluğu (% 44,4) gün içinde yarım paket-1 paket arası sigara kullananlar oluşturmaktadır. Türkiye’deki katılımcıların günlük sigara kullanımı, gelir durumu değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; gün içinde yarım paketten az sigara kullanan katılımcıların büyük bölümünün 0-2000 TL arası

gelire sahip oldukları görülmektedir. Yarım paket -1 paket arası sigara kullanan katılımcıların büyük bölümünün 3001-4000 TL arası, bir kısmının ise 0-2000 TL ile ve 2001-3000 TL arası gelire sahip oldukları görülmektedir. Türkiye’de gelirle günlük sigara kullanımı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu söylenebilir.

Azerbaycan’da ise sigara kullanan katılımcıların % 34,9’unun yarım paketten az, % 49,1’inin yarım paket–1 paket arası, % 12,2’sinin 1 paket -1,5 paket arası, % 1,7’sinin 1,5 paketle–2 paket arası, % 2,1’inin ise 2 paketten fazla sigara kullandıkları görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesinde büyük çoğunluğu (% 49,1) yarım paket–1 paket arası sigara kullanan katılımcılar oluşturmaktadır.

Azerbaycan’daki katılımcıların günlük sigara kullanımı, gelir durumu değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; yarım paketten az sigara kullanan katılımcılar arasında 0-250 AZN ve 251-450 AZN arası gelire sahip katılımcıların daha fazla olduğu görülmektedir. Yarım paket ve 1 paket arası sigara kullanan katılımcıların 0-250 AZN, 251- 450 AZN ve 451-650 AZN arası gelire sahip oldukları görülmektedir. Azerbaycan’da da gelirle günlük sigara kullanımı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkede de çalışmanın örneklem kitlesinde en büyük çoğunluğu yarım paketle-1 paket arası sigara kullanan katılımcılar oluşturmaktadır. Hem Azerbaycan’da hem de Türkiye’de elde edilen verilere dayanarak gelirle günlük sigara kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 22: "Kaç Yıldır Sigara Kullanıyoruz"? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

"KAÇ YILDIR SİGARA KULLANIYORSUNUZ"?					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	1 Yıdan Az	41	8,0	9,5	9,5
	1-3 Yıl Arası	48	9,4	11,1	20,6
	4-7 Yıl arası	104	20,5	24,0	44,6
	8-11 Yıl Arası	64	12,5	14,7	59,3
	12-15 Yıl Arası	41	8,0	9,5	68,8
	15 Yıdan Fazla	135	26,5	31,2	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	1 Yıdan Az	91	17,8	19,2	19,2
	1-3 Yıl Arası	87	17,1	18,3	37,5
	4-7 Yıl arası	115	22,5	24,2	61,7
	8-11 Yıl Arası	62	12,2	13,1	74,7
	12-15 Yıl Arası	22	4,3	4,6	79,4
	15 Yıdan Fazla	98	19,2	20,6	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

Türkiye ve Azerbaycan'da sigara kullanan katılımcıların "Kaç Yıldır Sigara Kullanıyorsunuz"? sorusuna verdikleri cevapların dağılımları Tablo 22'de yer almaktadır. Türkiye'de sigara kullanan katılımcıların % 9,5'inin 1 yıldan az, % 11,1'inin 1-3 yıl arası, % 24'ünün 4-7 yıl arası, % 14,7'sinin 8-11 yıl arası, % 9,5'inin 12-15 yıl arası, % 31,2'sinin ise 15 yıldan fazla sigara kullandıkları görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesinde çoğunluğu 15 yıldan fazla sigara kullanan katılımcılar, en düşük çoğunluğu ise 1 yıldan az ve 12-15 yıl arası sigara kullanan katılımcılar oluşturmaktadır.

Azerbaycan’da ise sigara kullanan katılımcıların % 19,2’sinin 1 yıldan az, % 18,3’ünün 1-3 yıla arası, % 24,2’sinin 4-7 yıl arası, % 13,1’inin 8-11 yıl arası, % 4,6’sının 12-15 yıl arası, % 20,6’sının ise 15 yıldan fazla sigara kullananların oluşturduğu görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesinde çoğunluğu (% 24,2) 4-7 yıl arası sigara kullananlar oluştururken, en düşük çoğunluğu (% 4,6) ise 12-15 yıl arası sigara kullananlar oluşturmaktadır.

Sonuç olarak Türkiye’de sigara kullananların çoğunluğunu 15 yıldan fazla sigara kullananlar oluştururken, Azerbaycan’da ise 4-7 yıl arası sigara kullananlar oluşturmaktadır.

Tablo 23: “Günün İlk Sigarasını Hangi Saatlerde Kullanıyorsunuz”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

GÜNÜN İLK SİGARASINI KULLANMA SAATİ					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Sabah Uyanır Uyanmaz	187	36,7	43,2	43,2
	Sabah-Öğlen Arası	188	36,9	43,4	86,6
	Öğlen-İkinci Arası	32	6,3	7,4	94,0
	İkinci-Akşam Üstü Arası	18	3,5	4,2	98,2
	Yatmadan Önce	8	1,6	1,8	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Sabah Uyanır Uyanmaz	225	44,1	47,4	47,4
	Sabah-Öğlen Arası	196	38,4	41,3	88,6
	Öğlen-İkinci Arası	33	6,5	6,9	95,6
	İkinci-Akşam Üstü Arası	16	3,1	3,4	98,9
	Yatmadan Önce	5	1,0	1,1	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

Türkiye ve Azerbaycan’da sigara kullanan katılımcıların "**Günün İlk Sigarasını Hangi Saatlerde Kullanıyorsunuz**"? sorusuna verdikleri yanıtların dağılımı Tablo 30’da yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 43,2’sinin sabah uyanır uyanmaz, % 43,4’ünün sabah-öğlen arası, % 7,4’ünün öğlen-ikindi arası, % 4,2’sinin ikindi-akşamüstü arası, % 1,6’sının ise yatmadan önce sigara kullandıkları görülmektedir. Tiryakilerin büyük çoğunluğu (% 86,6) günün ilk sigarasını mutlaka sabah uyanır uyanmaz ya da sabahla-öğlen arası kullandıklarını beyan etmişlerdir. Yatmadan önce ilk sigarasını kullananların oranı % 1,8’dir.

Azerbaycan’da ise sigara kullanan katılımcıların % 47,4’ünün sabah uyanır uyanmaz, % 41,3’ünün sabah-öğlen arası, % 6,9’unun öğlen-ikindi arası, % 3,4’ünün ikindi-akşamüstü arası, % 1,1’inin ise gece yatmadan önce sigara kullandıkları görülmektedir. Azerbaycan’da da tiryakilerin büyük çoğunluğu (% 88,7) günün ilk sigarasını mutlaka sabah uyanır uyanmaz yada sabahla öğlen arası kullandıklarını beyan etmişlerdir. Yatmadan önce ilk sigarasını kullananların oranı ise % 1,1’dir.

Sonuç olarak her iki ülkede de günün ilk sigarasını sabah uyanır uyanmaz ve sabah öğlen arası kullananlar büyük çoğunluktadır. En düşük oran ise yatmadan önce ilk sigarasını kullanan katılımcılarda görülmektedir.

Tablo 24: “Sigaraya Harcadığınız Aylık Tutar”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

SİGARAYA HARCANAN AYLIK TUTAR					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	150 TL'den Az	103	20,2	23,8	23,8
	150-300 TL Arası	101	19,8	23,3	47,1
	301-450 TL Arası	112	22,0	25,9	73,0
	451-600 TL Arası	74	14,5	17,1	90,1
	601-750 TL Arası	30	5,9	6,9	97,0
	750 TL'den Fazla	13	2,5	3,0	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		

Tablo24: (devam)“Sigaraya Harcadığınız Aylık Tutar”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

ÜLKE	Değişken	Frekan s	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	30 AZN'dan Az	156	30,6	32,8	32,8
	30-60 AZN Arası	146	28,6	30,7	63,5
	61-90 AZN Arası	99	19,4	20,8	84,3
	91-120 AZN Arası	44	8,6	9,3	93,6
	121-150 AZN Arası	25	4,9	5,3	98,9
	150 AZN'den fazla	5	0,9	1,1	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		

Türkiye ve Azerbaycan'da sigara kullanan katılımcıların aylık sigaraya harcadıkları tutar itibarıyla dağılımı Tablo 24'de yer almaktadır. Aylık olarak Türkiye'de sigara kullanan katılımcıların % 23,8'inin 150 TL'den az, % 23,3'ünün 150-300 TL, % 25,9'ünün 301-450 TL, % 17,1'inin 45-600 TL, % 6,9'ünün 601-750 TL arası, % 3'ünün ise 750 TL'den fazla harcadıkları görülmektedir. Tiryakilerin büyük bölümü sigara kullanımı için 0-450 TL arası harcamaktadırlar. Çalışmanın örneklem kitlesinde en düşük çoğunluğu (% 3) 750 TL'den fazla para harcayan katılımcılar oluşturmaktadır. Türkiye'de sigara kullanan katılımcıların sigaraya harcadıkları aylık tutarla, aylık gelir değişkeni ilişkilendirildiğinde; sigara kullanımına 150 TL'den az harcama yapan katılımcıların çoğunluğunun aylık geliri 0-2000 TL, 150-300 TL arası harcama yapan kullanıcıların aylık geliri 0-2000 TL ve 2000-3000 TL arası ve 301-450 TL harcama yapan katılımcıların 3001-4000 TL ve 4001-5000 TL arası gelire sahip oldukları görülmektedir. Buna göre gelirle sigaraya harcanan aylık tutar arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu söylenebilir.

Azerbaycan'da ise sigara kullanan katılımcıların% 32,8'inin 30 AZN'den az, % 30,7'sinin 30-60 AZN arası, % 20,8'inin 61-90 AZN, % 9,3'ünün 91-120 AZN, % 9,3'ünün 121-150 AZN arası, % 1,1'inin ise 150 AZN'den fazla harcadıkları görülmektedir. Tiryakilerin büyük bölümü 0-90 AZN arası harcama yapmaktadır. Çalışmanın örneklem kitlesini (% 1,1) 150 AZN'den fazla harcama yapan katılımcılar oluşturmaktadır. Azerbaycan'da sigara kullanan katılımcıların sigaraya harcadıkları aylık

tutarla, aylık gelir değişkeni ilişkilendirildiğinde; sigara kullanımına 30 AZN'den az harcama yapan katılımcıların çoğunluğunun aylık geliri 0-250 AZN 30-60 AZN arası harcama yapan katılımcıların aylık geliri 251-450 AZN 30-60 AZN arası harcama yapan katılımcıların aylık geliri 251-450 AZN, 61-90 AZN arası harcama yapan katılımcıların ise 651-850 AZN arası gelire sahip oldukları görülmektedir. Buna göre gelirle sigaraya harcanan aylık tutar arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkede de gelir ile sigaraya yapılan harcama arasında pozitif bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Tablo 25: “Alkol Kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız Kaç Yaşından Beri Kullanıyorsunuz”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

ALKOL KULLANIMINA BAŞLAMA YAŞI					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	08-12 Yaş Arası	19	3,7	4,2	4,2
	13-15 Yaş Arası	34	6,7	7,5	11,7
	16-20 Yaş Arası	152	29,8	33,6	45,3
	20 Yaşından Sonra	247	48,4	54,7	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	08-12 Yaş Arası	22	4,3	5,5	5,5
	13-15 Yaş Arası	39	7,6	9,7	15,2
	16-20 Yaş Arası	182	35,7	45,3	60,5
	20 Yaşından Sonra	159	31,2	39,5	100,0
	Toplam:	402	78,8	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	108	21,2		
	Toplam:	510	100,0		

Türkiye ve Azerbaycan'da alkol kullanan katılımcıların alkol kullanımına başlama yaşları itibariyle dağılımları Tablo 25'de yer almaktadır. Türkiye'de alkol kullanan katılımcıların % 4,2'sinin 8-12 yaş , % 7,5'inin 13-15 yaş, % 33,6'sının 16-20 yaş arası, % 54,7'sinin ise 20 yaşından sonra alkol kullanmaya başladıkları görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesini büyük çoğunlukla (% 54.7) 20 yaşından sonra alkol kullanmaya başlayanlar oluşturmaktadır. En düşük çoğunluğa (% 4,2) sahip grup ise 8-12 yaş arası alkol kullanmaya başlayan katılımcılardır. Türkiye'de alkol kullanan katılımcıların alkol kullanımına başlama yaşları, cinsiyet değişken ile ilişkilendirildiğinde; 8-12 yaşları arası alkol kullanmaya başlayan katılımcıların sadece erkeklerden oluştuğu görülmektedir. 13-15 yaş arası alkole başlayanlar arasında erkek katılımcıların sayısı kadın katılımcılara göre çok yüksek olmakla birlikte, 16-20 yaş arası alkole başlayan kadın ve erkek katılımcılar arasında sayısal olarak erkeklerin lehine çok az fark vardır. Buna karşın 20 yaşından sonra alkol kullanımına başlayan kadın ve erkek katılımcılar arasında ise kadınlar lehine sayısal olarak büyük bir farklılık söz konusudur. Elde edilen verilere göre alkol kullanımına başlama yaşı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır. Erkek katılımcılara göre kadın katılımcıların daha ileri yaşlarda alkol kullanmaya başladıkları görülmektedir.

Azerbaycan'da alkol kullanan katılımcıların % 5,5'inin 8-12 yaş, % 9,7'sinin 13-15 yaş, % 45,3'ünün 16-20 yaş arası, % 39,5'inin ise 20 yaşından sonra alkol kullanmaya başladıkları görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesini çoğunlukla (%45,3) 20 yaşından sonra alkol kullanmaya başlayan katılımcılar oluşturmaktadır. En düşük çoğunluğa (% 5,5) sahip grup ise 8-12 yaş aralığında alkol kullanmaya başlayan katılımcılardır. Azerbaycan'da alkol kullanan katılımcıların alkol kullanmaya başlama yaşları ile cinsiyet değişkeni ilişkilendirildiğinde; 8-12 yaşları arası alkol kullanmaya başlayan katılımcılar sadece erkeklerden oluşmaktadır. Kadın katılımcılarda sadece 1 katılımcının 13-15 yaş aralığında alkol kullanmaya başladığı görülmektedir. Kadın katılımcıların büyük çoğunluğunun alkol kullanmaya, sigara kullanımında olduğu gibi 20 yaşından sonra başladıkları görülmektedir. Buna göre alkol kullanmaya başlama yaşı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında ise, örneklem kitleler içerisinde Türkiye’de 16-20 yaş arası alkol kullanmaya başlayan katılımcı sayısı yüksekken, Azerbaycan’da 20 yaşından sonra alkol kullanmaya başlayanların sayısı daha fazladır. Her iki ülkede de kadın katılımcılarının çok büyük bölümünün 20 yaşından sonra alkol kullanmaya başladıkları görülmektedir. Azerbaycan’da 20 yaşından sonra alkol kullanmaya başlayan katılımcılar arasında erkeklerin sayısı fazla iken, Türkiye’de ise 20 yaşından sonra alkol kullanmaya başlayan katılımcılar arasında kadınların sayısı daha fazladır. Ayrıca her iki ülkede de alkole başlama yaşı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 26: “Alkol Kullanma Sıklığınız Nedir”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

ALKOL KULLANMA SIKLIĞI DURUMU					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Hergün	19	3,7	4,2	4,2
	Haftada Birkaç Gün	67	13,1	14,8	19,0
	Ayda Birkaç Gün	366	71,8	81,0	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Hergün	17	3,3	4,2	4,2
	Haftada Birkaç Gün	161	31,6	40,0	44,2
	Ayda Birkaç Gün	224	43,9	55,8	100,0
	Toplam:	402	78,8	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	108	21,2		
	Toplam:	510	100,0		

Türkiye ve Azerbaycan'da alkol kullanan katılımcıların alkol kullanma sıklığı itibariyle dağılımları Tablo 26'da yer almaktadır. Türkiye'deki alkol kullanan katılımcıların % 4,2'sinin her gün, % 14,8'inin haftada birkaç gün, % 81'inin ise ayda birkaç gün alkol kullandıkları görülmektedir. Örneklem kitle içerisinde büyük çoğunluğu (% 81) ayda birkaç gün alkol kullanan katılımcılar oluşturmaktadır. Türkiye'de alkol kullanan katılımcıların alkol kullanım sıklığı ile aylık gelir değişkeni ilişkilendirildiğinde; hergün alkol kullananlar içerisinde 4001-5000 TL arası gelire sahip olanlar çoğunluğu oluşturmaktadır. Haftada birkaç gün alkol kullanan katılımcılar içerisinde ise 2001-3000 TL arası gelire sahip olanlar sayıca daha fazladır. Ayda birkaç gün alkol kullanan katılımcılar içerisinde ise, 0-2000TL, 2001-3000 TL arası gelire sahip olanlar çoğunluktadır.

Azerbaycan'da ise alkol kullanan katılımcıların % 4,2'sinin hergün, % 40'ının haftada birkaç gün, % 55,8'inin ise ayda birkaç gün alkol kullandıkları görülmektedir. Örneklem kitle içerisinde büyük çoğunluktadır (% 55,8). Ayda birkaç gün alkol kullanan katılımcılar oluşturmaktadır. Azerbaycan'da araştırmaya katılan, alkol kullanan katılımcıların alkol kullanma sıklığı ile aylık gelir değişkeni ilişkilendirildiğinde ise; hergün alkol kullanan katılımcılar içerisinde 0-250 AZN arası ve 451-650 AZN arası gelire sahip olan katılımcıların diğerlerine nazaran az bir farkla sayıca üstünlük sağladığı görülmektedir. Haftada birkaç gün alkol kullanan katılımcılar içerisinde ise 251-450 AZN arası, 651-850 AZN arası ve 1250-1450 AZN arası gelire sahip katılımcılar, aralarında küçük sayı farklılıklarıyla çoğunluğu oluşturmaktadır. Benzer şekilde ayda birkaç gün alkol kullanan katılımcılar içerisinde 0-250 AZN, 251-450 AZN ve 451-650 AZN arası gelire sahip olan katılımcılar, küçük sayı farklarıyla çoğunluktadır.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında;örneklem kitleler içerisinde; Türkiye'de ayda birkaç gün alkol kullananlar çoğunlukta (% 81) iken, Azerbaycan'da ise ayda birkaç gün alkol kullananlar (% 55,8) ile haftada birkaç gün alkol kullananların (% 40,0) az bir farkla çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Tablo 27: “Kaç Yıldır Alkol Kullanıyorsunuz”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

KAÇ YILDIR ALKOL KULLANIYORSUNUZ?					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	1 Yıldan Az	127	24,9	28,1	28,1
	1-3 Yıl Arası	71	13,9	15,7	43,8
	4-7 Yıl Arası	56	11,0	12,4	56,2
	8-11 Yıl Arası	49	9,6	10,8	67,0
	12-15 Yıl Arası	33	6,5	7,3	74,3
	15 Yıldan Fazla	116	22,7	25,7	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	1 Yıldan Az	56	11,0	13,9	13,9
	1-3 Yıl Arası	75	14,7	18,7	32,6
	4-7 Yıl arası	78	15,3	19,4	52,0
	8-11 Yıl Arası	65	12,7	16,2	68,2
	12-15 Yıl Arası	40	7,8	10,0	78,1
	15 Yıldan Fazla	88	17,3	21,9	100,0
	Toplam:	402	78,8	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	108	21,2		
	Toplam:	510	100,0		

Türkiye ve Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların “**Kaç Yıldır Alkol Kullanıyorsunuz?**” sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 27’de yer almaktadır. Türkiye’deki katılımcıların % 28,1’inin 1 yıldan az, % 15,7’sinin 1-3 yıl arası, % 12,4’ünün 4-7 yıl arası,% 10,8’inin 8-11 yıl arası. % 7,3’ünün 12-15 yıl arası, % 25,7’sinin ise 15 yıldan fazla alkol kullandıkları görülmektedir. Örneklem kitle içerisinde çoğunluğu (% 28,1) 1 yıldan az alkol kullananlar oluşturmaktadır. 15 yıldan fazla alkol kullananlar (% 25,7) ikinci, 12-15 yıl arası alkol kullananlar (% 7,3) ise üçüncü en büyük grubu oluşturmaktadır.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 13,9’unun 1 yıldan az, % 18,7’sinin 1-3 yıl arası, % 19,4’ünün 4-7 yıl arası, % 16,2’sinin 8-11 yıl arası, % 10’unun 12-15 yıl arası, % 21,9’unun ise 15 yıldan fazla alkol kullandıkları görülmektedir.Örneklem kitle içerisinde alkol kullanım sıklığı açısından en büyük çoğunluğu (% 21,9) 15 yıldan fazla alkol kullananlar oluştururken, en düşük çoğunluğu (% 10) 12-15 yıl arası alkol kullanan katılımcılar oluşturmaktadır.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında örneklem kitle içerisinde en büyük çoğunluğu Türkiye’de 1 yıldan az, Azerbaycan’da ise 15 yıldan fazla alkol kullananlar, en düşük çoğunluğu ise her iki ülkede de 12-15 yıl arası alkol kullananlar oluşturmaktadır.

Tablo 28: “Alkole Harcadığınız Aylık Tutar”? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

ALKOLE HARCANAN AYLIK TUTAR					
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdeleri (%)	Toplam Kullanım Yüzdeleri (%)
	150 TL'den Az	103	20,2	22,8	22,8
	151-300 TL Arası	44	8,6	9,7	32,5
	301-450 TL Arası	37	7,3	8,2	40,7
	451-600 TL Arası	84	16,5	18,5	59,2
	601-750 TL Arası	164	32,1	36,4	100,0
	750 TL'den Fazla	20	3,9	4,4	
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	30 AZN'dan AZ	142	27,8	35,3	35,3
	31-60 AZN Arası	107	21,1	26,6	61,9
	61-90 AZN Arası	52	10,1	12,9	74,8
	91-120 AZN Arası	49	9,6	12,2	87,0
	121-150 AZN Arası	30	5,9	7,5	94,5
	150 AZN'dan Fazla	22	4,3	5,5	100,0
	Toplam:	402	78,8	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	108	21,3		
	Toplam:	510	100,0		

Türkiye ve Azerbaycan'da alkol kullanan katılımcıların alkole harcadıkları aylık tutar itibariyle dağılımları Tablo 28'de yer almaktadır. Türkiye'de alkol kullanan katılımcıların % 22,8'inin 150 TL'den az, % 9,7'sinin 150-300 TL arası, % 8,2'sinin 301-450 TL arası, % 18,5'inin 451-600 TL arası, % 36,4'ünün 601-750 TL arası ve % 4,4'ünün ise 750 TL'den fazla aylık olarak harcama yaptıkları görülmektedir. Buna göre alkole harcadıkları aylık tutarlar için, çalışmanın örneklem kitlesi içerisinde en büyük çoğunluğu (% 36,4) 601-750 TL arası, en düşük çoğunluğu (% 4,4) ise, 750 TL'den fazla harcama yapanlar oluşturmaktadır. Türkiye'de alkol kullanan katılımcıların alkole harcadıkları aylık tutarlar ile aylık gelir değişkeni ilişkilendirildiğinde; alkol kullanımı için 0-2000 TL arası gelire sahip olanların 150 TL'den az, 2001-3000 TL arası gelire sahip olanların ise 150-300 TL arası harcama yaptıkları görülmektedir. Alkol kullanımı için 601-750 TL arası harcama yapan katılımcıların büyük çoğunluğunun ise 3001-4000 TL ve 5001-6000 TL arası gelire sahip olduğu görülmektedir. Buna göre gelirle alkol kullanımı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu söylenebilir.

Azerbaycan'da ise alkol kullanan katılımcıların % 35,3'ünün 30 AZN'den az, % 26,6'sının 31-60 AZN arası, % 12,9'unun 61-90 AZN arası, % 12,2'sinin 91-120 AZN arası, % 7,5'inin 121-150 AZN arası, % 5,5'inin ise 150 AZN'den fazla harcama yaptıkları görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesi içinde en büyük çoğunluğu (% 35,3) alkol kullanımı için 30 AZN'den az, en düşük çoğunluğu (% 5,5) ise, 150 AZN'den fazla harcama yapanlar oluşturmaktadır. Azerbaycan'da alkol kullanan katılımcıların alkole harcadıkları aylık tutarlar ile aylık gelir değişkeni ile ilişkilendirildiğinde; 0-250 AZN arası ve 251-450 AZN arasında gelir elde edenler, alkol kullanımına 30 AZN'den az harcama yapan grup içerisinde çoğunluğu oluşturmaktadır. 451-650 AZN gelire sahip olan katılımcılar ise, 31-60 AZN arası harcama yapan grup içerisinde çoğunluğu oluşturmaktadır. Buna göre gelirle alkole harcadıkları aylık tutarlar arasında pozitif bir ilişki olduğunu söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında çalışmanın örneklem kitleleri içerisinde alkole harcadıkları aylık tutarlar açısından Türkiye'de en büyük çoğunluğu (% 36,4) 601-750 TL arası harcama yapanlar oluştururken, Azerbaycan'da ise en büyük çoğunluğu (% 35,3) 30 AZN'den az harcama yapanlar oluşturmaktadır. Elde edilen verilere

göre Türkiye’deki katılımcıların, alkol kullanımı için Azerbaycan’daki katılımcılardan daha fazla harcama yaptıkları görülmektedir. Her iki ülkede de gelirle alkole harcanan aylık tutarlar arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu söylenebilir.

Tablo 29: "Sigara ve Alkol Kullanımının Azaltmasında En Etkili Yöntem Nedir"? Sorusuna Katılımcıların Cevaplarına Göre Dağılımları

SİGARA VE ALKOL KULLANIMININ AZALTMASINDA EN ETKİLİ YÖNTEM				
ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Toplam Yüzde (%)
	Sigara ve Alkol Ürünleri Üzerinde ÖTV'nin Artırılması	100	19,6	19,6
	Sigara Paketleri ve Alkol Şişeleri Üzerindeki Görsel ve Yazılı Mesajların Etkinliğinin Arttırılması	38	7,4	27,0
	Radyo Televizyon Gibi İletişim Araçlarında Sigara ve Alkole Yönelik Bilinçlendirme Kampanyalarının Arttırılması	237	46,5	73,5
	Fikrim Yok	135	26,5	100,0
	Toplam:	510	100,0	
	Sigara ve Alkol Ürünleri Üzerinde ÖTV'nin Artırılması	232	45,5	45,5
	Sigara Paketleri ve Alkol Şişeleri Üzerindeki Görsel ve Yazılı Mesajların Etkinliğinin Arttırılması	78	15,3	60,8
	Radyo Televizyon Gibi İletişim Araçlarında Sigara ve Alkole Yönelik Bilinçlendirme Kampanyalarının Arttırılması	168	32,9	93,7
	Fikrim Yok	32	6,3	100,0
	Toplam:	510	100,0	

Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılanların **Sigara ve Alkol Kullanımının Azaltmasında En Etkili Yöntem Nedir”?** sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 29’da yer almaktadır. Türkiye’deki katılımcıların % 19,6’sının sigara ve alkol ürünleri üzerinde ÖTV’nin artırılması, % 7,4’ünün sigara paketleri ve alkol şişeleri üzerindeki

görsel ve yazılı mesajların etkinliğinin artırılması, % 46,5'inin radyo televizyon gibi iletişim araçlarında sigara ve alkole yönelik bilinçlendirme kampanyalarının artırılması, % 25,6'sının fikrim yok görüşünü beyan ettikleri görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesi içerisinde çoğunluğu (% 46,5) sigara ve alkol kullanımının azaltılmasında en etkili yönetimin radyo televizyon gibi iletişim araçlarında sigara ve alkole yönelik bilinçlendirme kampanyalarının artırılması gerektiğini düşünenler oluşturmaktadır.

Azerbaycan'da ise araştırmaya katılanların % 45,5'inin sigara ve alkol ürünleri üzerinde ÖTV'nin artırılması, % 15,3'ünün sigara paketleri ve alkol şişeleri üzerindeki görsel ve yazılı mesajların etkinliğinin artırılması, % 32,9'unun radyo televizyon gibi iletişim araçlarında sigara ve alkole yönelik bilinçlendirme kampanyalarının artırılması, % 6,3'ünün fikrim yok seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Çalışmanın örneklem kitlesi içerisinde çoğunluğu (% 45,5) sigara ve alkol kullanımının azaltılmasında en etkili yönetimsigara ve alkol ürünleri üzerinde ÖTV'nin artırılması olduğunu düşünenler oluşturmaktadır.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında ise, Türkiye'de araştırmaya katılanların çoğunluğu, sigara ve alkol kullanımının azaltılmasında en etkili yöntemin radyo televizyon gibi iletişim araçlarında sigara ve alkole yönelik bilinçlendirme kampanyalarının artırılması olduğunu düşünürken, Azerbaycan'daki katılımcıların çoğunluğu ise, sigara ve alkol ürünleri üzerinde ÖTV'nin artırılması gerektiğini düşünmektedir.

2.4.3. Sigara ve Alkol Kullananların ÖTV Tutum Ölçeklerine İlişkin Bulgular

Türkiye ve Azerbaycan'da sigara ve alkol üzerinde uygulanan ÖTV zam ve indirimlerinin katılımcılar tarafından nasıl algılandığı ve söz konusu ürünlerin kullanımını ne yönde etkilendiğine ilişkin bulgular aşağıda tablolar halinde yer almaktadır.

2.4.3.1. Sigara Kullananların ÖTV Tutum Ölçeğine İlişkin Bulgular

Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılan sigara kullanan katılımcıların sigara üzerinde uygulanan ÖTV zam ve indirimlerine ilişkin tutumları ve sigara kullanımlarını ne ölçüde etkilendiğine ilişkin bulgular aşağıda tablolar halinde yer almaktadır.

Tablo 30: Sigara Üzerinden Alınan ÖTV ÇokYüksektir

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	27	5,3	6,2	6,2
	Katılmıyorum	35	6,9	8,1	14,3
	Kararsızım	27	5,3	6,2	20,5
	Katılıyorum	114	22,3	26,4	46,9
	Tamamen Katılıyorum	230	45,1	53,1	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	19	3,7	4,0	4,0
	Katılmıyorum	29	5,7	6,2	10,1
	Kararsızım	42	8,2	8,6	18,7
	Katılıyorum	143	28,0	30,3	49,1
	Tamamen Katılıyorum	242	47,5	50,9	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigara Üzerinden Alınan ÖTV Çok Yüksek” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 30’da yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 6,2’si tamamen katılmıyorum, % 8,1’i katılmıyorum, % 6,2’si kararsızım, % 26,4’ü katılıyorum, % 53,1’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğunun (% 79,5) sigara üzerinden alınan ÖTV’yi çok yüksek buldukları söylenebilir.

Azerbaycan’da isesigara kullanan katılımcıların % 4’ü tamamen katılmıyorum, % 6,2’si katılmıyorum, % 8.6’sı kararsızım, % 30,3’ü katılıyorum, % 50.9’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve

katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğunun (% 81.2) sigara üzerinden alınan ÖTV'yi çok yüksek buldukları söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkede de sigara kullanan katılımcıların büyük çoğunluğu sigara üzerinden alınan ÖTV'nin çok yüksek olduğunu düşünmektedir.

Tablo 31: Özel Tüketim Vergisi İndirimleri Sigara Kullanımını Artırır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	95	18,6	21,9	21,9
	Katılmıyorum	51	10	11,8	33,7
	Kararsızım	50	9,8	11,6	45,3
	Katılıyorum	108	21,2	24,9	70,2
	Tamamen Katılıyorum	129	25,3	29,8	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	56	11,0	11,8	11,8
	Katılmıyorum	57	11,2	12,0	23,8
	Kararsızım	87	17,1	18,3	42,1
	Katılıyorum	168	32,9	35,4	77,5
	Tamamen Katılıyorum	107	21,0	22,5	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Özel Tüketim Vergisi İndirimleri Sigara Kullanımını Artırır” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 31’de yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 21,9’u tamamen katılmıyorum, % 11,8’i katılmıyorum, % 11,6’sı kararsızım, % 24,9’u katılıyorum, % 29,8’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların

tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; çoğunluğun (% 54,7) ÖTV indiriminin sigara kullanımını artıracığını düşündüğü söylenebilir.

Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların % 11,8’i tamamen katılmıyorum, % 12,0’i katılmıyorum, % 18,3’ü kararsızım, % 35,4’ü katılıyorum, % 22,5’ü tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; çoğunluğun (% 53,9) ÖTV indiriminin sigara kullanımını artıracığını düşündüğü söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkede de katılımcıların çoğunluğu, ÖTV indiriminin sigara kullanımını artıracığını düşünmektedir.

Tablo 32: Sigaraya Uygulanan ÖTV Zammı Adildir

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	237	46,5	54,7	54,7
	Katılmıyorum	50	9,8	11,5	66,2
	Kararsızım	38	7,5	8,8	75,0
	Katılıyorum	53	10,4	12,3	87,3
	Tamamen Katılıyorum	55	10,7	12,7	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		

Tablo 32: (devam) Sigaraya Uygulanan ÖTV Zammı Adildir

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	19	3,7	4,0	4,0
	Katılmıyorum	29	5,7	6,1	10,1
	Kararsızım	42	8,2	8,8	18,9
	Katılıyorum	143	28,0	30,1	49,1
	Tamamen Katılıyorum	242	47,5	50,9	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigaraya Uygulanan ÖTV Zammı Adildir” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 32’de yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 54,7’si tamamen katılmıyorum, % 11,5’i katılmıyorum, % 8,8’i kararsızım, % 12,3’ü katılıyorum, % 12,7’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğun (% 66,2) sigaraya uygulanan ÖTV zammının adil olmadığını düşündükleri görülmektedir.

Azerbaycan’da, sigara kullanan katılımcıların % 4’ü tamamen katılmıyorum, % 6,1’i katılmıyorum, % 8,8’i kararsızım, % 30,1’i katılıyorum, % 50,9’u ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğun (% 81) sigara yapılan ÖTV zammının adil olduğunu düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında; sigaraya uygulanan ÖTV zammının, Türkiye’deki katılımcıların büyük çoğunluğunun adaletsiz, buna karşın Azerbaycan’daki katılımcıların büyük çoğunluğunun ise adil olarak nitelendirdikleri görülmektedir.

Tablo 33: Sigaraya Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Sigara ve Açık Tütün Ürünlerinin Kullanımını Artırır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	27	5,3	6,2	6,2
	Katılmıyorum	13	2,5	3,0	9,2
	Kararsızım	19	3,8	4,4	13,6
	Katılıyorum	65	12,7	15,0	28,6
	Tamamen Katılıyorum	309	60,6	71,4	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	45	8,8	9,5	9,5
	Katılmıyorum	24	4,7	5,1	14,5
	Kararsızım	51	10,0	10,7	25,3
	Katılıyorum	102	20,0	21,5	46,7
	Tamamen Katılıyorum	253	49,6	53,3	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigaraya Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Sigara ve Açık Tütün Ürünlerinin Kullanımını Arttırır” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 33’de yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 6,2’si tamamen katılmıyorum, % 3’ü katılmıyorum, % 4,4’ü kararsızım, % 15’i katılıyorum, % 71,4’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde ise; büyük çoğunluğun (% 86,4) sigaraya uygulanan ÖTV zamlarının kaçak sigara ve açık tütün ürünlerinin kullanımını artıracaklarını düşündükleri görülmektedir.

Azerbaycan’da sigara kullanan katılımcıların % 9,5’i tamamen katılmıyorum % 5,1 katılmıyorum, % 10,7’si kararsızım, % 21,5’i katılıyorum, % 53,3’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğun (% 74,8) sigaraya uygulanan ÖTV zamlarının kaçak sigara ve açık tütün ürünlerinin kullanımını artıracaklarını düşündüklerini göstermektedir.

Sonuç olarak her iki ülkede de sigara kullanan katılımcıların büyük çoğunluğu sigaraya uygulanan ÖTV zamlarının kaçak sigarave açık tütün ürünlerinin kullanımını artıracaklarını düşünmektedir.

Tablo 34: ÖTV Zamları Daha Pahalı Sigara Kullanımını Engeller

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	60	11,8	13,9	13,9
	Katılmıyorum	49	9,6	11,3	25,2
	Kararsızım	64	12,5	14,8	40,0
	Katılıyorum	130	25,5	30,0	70,0
	Tamamen Katılıyorum	130	25,5	30,0	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	53	10,4	11,1	11,1
	Katılmıyorum	34	6,7	7,1	18,3
	Kararsızım	75	14,7	15,8	34,0
	Katılıyorum	155	30,3	32,8	66,8
	Tamamen Katılıyorum	128	31,0	33,2	100,0
	Toplam:	475	93,1	100	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“ÖTV Zamları Daha Pahalı Sigara Kullanımını Engeller” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 34’de yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların, % 13,9’u tamamen katılmıyorum, % 11,3’ü katılmıyorum, % 14,8’i kararsızım, % 30’u katılıyorum, % 30’u tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğun (% 60) Türkiye’de ÖTV zamlarının daha pahalı sigara ve tütün ürünlerinin kullanımını engellediğini düşündüklerini göstermektedir.

Azerbaycan’da sigara kullanan katılımcıların, % 11,1’i tamamen katılmıyorum, % 7,1’i katılmıyorum, % 15,8’i kararsızım, % 32,8’i katılıyorum, % 33,2’si tamamen katılmıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğunun (% 66) Azerbaycan’da sigaraya uygulanan ÖTVzamlarının daha pahalı sigara ve tütün ürünlerinin kullanımını engellediğini düşündüklerini göstermektedir.

Sonuç olarak her iki ülkede de sigara kullanan katılımcılar ÖTV zamlarının daha pahalı sigara ve tütün ürünlerinin kullanımını engellediğini düşünmektedir.

Tablo 35: Sigaraya Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	192	37,6	44,3	44,3
	Katılmıyorum	84	16,5	19,4	63,7
	Kararsızım	60	11,8	13,9	77,6
	Katılıyorum	54	10,6	12,5	90,1
	Tamamen Katılıyorum	43	8,4	9,9	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		

Tablo 35: (devam)Sigaraya Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	140	27,5	29,5	29,5
	Katılmıyorum	61	12,0	12,8	42,3
	Kararsızım	71	13,9	14,9	57,3
	Katılıyorum	103	20,2	21,7	78,9
	Tamamen Katılıyorum	100	19,6	21,1	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigaraya Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da, araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 35’de yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 44,3’ü tamamen katılmıyorum, % 19,4’ü katılmıyorum, % 13,9’u kararsızım, % 12,5’i katılıyorum, % 9,9’u ise tamamen katılmıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğun (% 63,7) Türkiye’de sigaraya uygulanan ÖTV’yi her bakımdan doğru bulmadıkları görülmüktedir.

Azerbaycan’da sigara kullanan katılımcıların % 29,5’i tamamen katılmıyorum, % 12,8’i katılıyorum, % 14,9’u kararsızım, % 21,7’si katılıyorum, % 21,1’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Azerbaycan’da verilen yanıtların sonuçlarına bakıldığında, tamamen katılmıyorum seçeneği ile katılmıyorum seçeneği birlikte değerlendirildiğinde; sigaraya uygulanan ÖTV’nin her bakımdan doğru olmadığı düşünenlerin oranı % 42,3’tür. Buna karşın tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde ise, sigaraya uygulanan ÖTV’nin her bakımdan doğru olduğunu düşünenlerin oranı % 42,8’dir. Çok az bir farkla da olsa sigaraya uygulan ÖTV her bakımdan doğrudur yanıtı üstünlük sağlamaktadır. Diğer bir ifade ile Azerbaycan’daki katılımcıların sigaraya uygulanan ÖTV’yi her bakımdan doğru buldukları söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında ise; Türkiye’deki katılımcıların sigaraya uygulanan ÖTV’nin her bakımdan doğru olmadığını, Azerbaycan’daki katılımcıların ise; çok az bir farkla sigaraya uygulanan ÖTV’nin her bakımdan doğru olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Tablo 36: Ülkemizde Sigaraya Uygulanan ÖTV Gelişmiş Ükelere Göre Daha Yüksektir

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	20	3,9	4,6	4,5
	Katılmıyorum	30	5,9	6,9	11,5
	Kararsızım	85	16,7	19,7	31,2
	Katılıyorum	81	15,9	18,7	49,9
	Tamamen Katılıyorum	217	42,5	50,1	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	29	5,7	6,1	6,1
	Katılmıyorum	110	21,6	23,2	29,3
	Kararsızım	86	16,9	18,1	47,4
	Katılıyorum	88	17,3	18,5	65,9
	Tamamen Katılıyorum	162	31,8	34,1	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Ülkemizde Sigaraya Uygulanan ÖTV Gelişmiş Ükelere Göre Daha Yüksektir” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 36’da yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan

katılımcıların % 4,6'sı tamamen katılmıyorum, % 6,9'u katılmıyorum, % 19,7'si kararsızım, % 18,7'si katılıyorum, % 50,1'i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğun (% 68,8) Türkiye'de sigaraya uygulanan ÖTV'nin gelişmiş ülkelere göre çok yüksek olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Azerbaycan'da ise sigara kullanan katılımcıların % 6,1'i tamamen katılmıyorum, % 23,2'si katılmıyorum, % 18,1'i kararsızım. % 18,5'i katılıyorum, % 34,1'i tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; çoğunluğun (% 52,6) Azerbaycan'da sigaraya uygulanan ÖTV'nin gelişmiş ülkelere göre çok yüksek olduğunu düşündüğü söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkede de sigara kullanan katılımcılar sigaraya uygulanan ÖTV'nin gelişmiş ülkelere göre çok yüksek olduğunu düşünmektedir.

Tablo 37: Sigaraya Uygulanan ÖTV'den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	33	6,5	7,6	7,5
	Katılmıyorum	15	2,9	3,5	11,1
	Kararsızım	39	7,6	9,0	20,1
	Katılıyorum	84	16,5	19,4	39,5
	Tamamen Katılıyorum	262	51,4	60,5	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		

Tablo 37: (devam)Sigaraya Uygulanan ÖTV'den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	44	8,6	9,3	9,3
	Katılmıyorum	40	7,8	8,4	17,7
	Kararsızım	101	19,8	21,3	38,9
	Katılıyorum	97	19,0	20,4	59,4
	Tamamen Katılıyorum	193	37,8	40,6	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigaraya Uygulanan ÖTV'den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır” önermesine Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 37'de yer almaktadır. Türkiye'de sigara kullanan katılımcıların % 7,6'sı tamamen katılmıyorum, % 3,5'i katılmıyorum, % 9'u kararsızım, % 19,4'ü katılıyorum, % 60,5'i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğun (% 79,9) sigaraya uygulanan ÖTV'den elde edilen gelirin devlet için önemli bir gelir kaynağı olduğunu düşündüğü görülmektedir.

Azerbaycan'da sigara kullanan katılımcıların % 9,3'ü tamamen katılmıyorum, % 8,4'ü katılmıyorum, % 21,3'ü kararsızım, % 20,4'ü katılıyorum, % 40,6'sı ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; büyük çoğunluğun (% 61) Azerbaycan'da sigaraya uygulanan ÖTV'den elde edilen gelirin devlet için önemli bir gelir kaynak olduğunu düşündüğü görülmektedir.

Sonuç olarak her iki ülkede de sigara kullanan katılımcılar sigaraya uygulanan ÖTV'den elde edilen gelirin devlet için önemli bir gelir kaynağı olduğunu düşünmektedir.

Tablo 38: Sigara Kullanımının Azaltılmasında En Etkili Yöntem Özel Tüketim Vergisinin Arttırılmasıdır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	188	36,9	43,4	43,4
	Katılmıyorum	61	12,0	14,1	57,5
	Kararsızım	47	9,2	10,9	68,4
	Katılıyorum	71	13,9	16,4	84,8
	Tamamen Katılıyorum	66	12,9	15,2	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	92	18,0	19,4	19,4
	Katılmıyorum	68	13,3	14,3	33,7
	Kararsızım	58	11,4	12,2	45,9
	Katılıyorum	146	28,6	30,7	76,6
	Tamamen Katılıyorum	111	21,8	23,4	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigara Kullanımının Azaltılmasında En Etkili Yöntem Özel Tüketim Vergisinin Arttırılmasıdır” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 38’de yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 43,4’ü tamamen katılmıyorum, % 14,1’i katılmıyorum, % 10,9’u kararsızım, % 16,4’ü katılıyorum, % 15,2’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; çoğunluğun (% 57,5) Türkiye’de sigara kullanımının azaltılmasında en etkili yöntem ÖTV’nin artırılması olmadığını düşündükleri görülmektedir.

Azerbaycan’da sigara kullanan katılımcıların % 19,4’ü tamamen katılmıyorum, % 14,3’ü katılmıyorum, % 12,2’si kararsızım, % 30,7’si katılıyorum ve % 23,4’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; katılımcıların çoğunluğunun (% 54,1) Azerbaycan’da sigara kullanımının azaltılmasında en etkili yöntemin ÖTV’nin artırılması olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında; Türkiye’deki sigara kullanan katılımcıların sigara kullanımının azaltılmasında ÖTV’nin artırılmasının en etkili yöntem olmadığını, buna karşın, Azerbaycan’daki sigara kullanan katılımcıların ise olduğunu düşündükleri söylenebilir.

Tablo 39: Sigara Üzerindeki ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Kadar Çok Yüksek Olursa, Sigarayı Bırakırım

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	142	27,8	32,8	32,8
	Katılmıyorum	60	11,8	13,9	46,7
	Kararsızım	98	19,2	22,6	69,3
	Katılıyorum	74	14,5	17,1	86,4
	Tamamen Katılıyorum	59	11,6	13,6	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		

Tablo 39: (devam) Sigara Üzerindeki ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Kadar Çok Yüksek Olursa, Sigarayı Bırakırım.

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	120	23,5	25,3	25,3
	Katılmıyorum	64	12,5	13,5	38,7
	Kararsızım	96	18,8	20,2	58,9
	Katılıyorum	98	19,2	20,6	79,6
	Tamamen Katılıyorum	97	19,0	20,4	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigara Üzerindeki ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Kadar Çok Yüksek Olursa, Sigarayı Bırakırım” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 39’da yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 32,8’i tamamen katılmıyorum, % 13,9’u katılmıyorum, % 22,6’sı kararsızım, % 17,1’i katılıyorum, % 13,6’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılmıyorum ve katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; sigara kullanan katılımcıların % 46,7’lik kısmının sigara üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceği kadar fazla olursa, sigara kullanmayı bırakmayı düşünmediği görülmektedir.

Azerbaycan’da ise sigara kullanan katılımcıların % 25,3’ü tamamen katılmıyorum, % 13,5’i katılmıyorum, % 20,2’si kararsızım, % 20,6’sı katılıyorum, % 20,4’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; sigara kullanan katılımcıların % 41,8’lik kısmının sigara üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceği kadar fazla olursa, sigara kullanmayı bırakmayı düşünmediği görülmektedir.

Sonuç olarak Türkiye’de sigara kullanan katılımcılar sigara üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceği kadar çok yüksek olursa, sigara kullanmayı bırakmayı düşünmezken, Azerbaycan’daki katılımcılar sigara üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceği kadar fazla olursa, sigarayı bırakmayı düşünmektedir.

Tablo 40: Sigaraya En Son Uygulanan ÖTV Zammından Sonra Sigara Kullanımını Azalttım

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	200	39,2	46,2	46,2
	Katılmıyorum	46	9,0	10,6	56,8
	Kararsızım	39	7,6	9,1	65,9
	Katılıyorum	95	18,6	21,9	87,8
	Tamamen Katılıyorum	53	10,4	12,2	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	157	30,8	33,1	33,1
	Katılmıyorum	65	12,7	13,7	46,7
	Kararsızım	64	12,5	13,5	60,2
	Katılıyorum	119	23,3	25,1	85,3
	Tamamen Katılıyorum	70	13,7	14,7	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigara Üzerinde En Son Uygulanan ÖTV Zammından Sonra Sigara Kullanımını Azalttım” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 40’da yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 46,2’si tamamen katılmıyorum, % 10,6’sı katılmıyorum, % 9,1’i kararsızım, % 21,9’u katılıyorum, % 12,2’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir.

Buna göre katılımcıların tamamen katılmıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; sigara kullanan katılımcıların çoğunluğunun (% 56,8) sigara üzerinde en son uygulanan ÖTV zamlarından sonra sigara kullanımını azaltmadıkları söylenebilir.

Azerbaycan’da sigara kullanan katılımcıların % 33,1’i tamamen katılmıyorum, % 46,7’si katılmıyorum, % 13,5’i kararsızım, % 25,1’i katılıyorum, % 14,7’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; sigara kullanan katılımcıların % 46,8’lik kısmının sigara üzerinde en son uygulanan ÖTV zamlarından sonra sigara kullanımını azaltmadıkları söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkedeki sigara kullanan katılımcıların, sigara üzerinde en son uygulanan ÖTV zammından sonra sigara kullanımını azaltmadıkları görülmüştür.

Tablo 41: Sigara Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatı Düşerse, Sigara Kullanımı Artar

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	108	21,2	24,9	24,9
	Katılmıyorum	56	11,0	12,9	34,8
	Kararsızım	68	13,3	15,8	53,6
	Katılıyorum	116	22,7	26,8	80,4
	Tamamen Katılıyorum	85	16,7	19,6	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		

Tablo 41: (devam) Sigara Üzerindeki ÖTV’ Azaltılıp Satış Fiyatı Düşerse, Sigara Kullanımı Artar

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	121	23,7	25,5	25,5
	Katılmıyorum	62	12,2	13,1	38,5
	Kararsızım	69	13,5	14,4	53,1
	Katılıyorum	142	27,8	29,9	82,9
	Tamamen Katılıyorum	81	15,9	17,1	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“Sigara Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatı Düşerse Sigara Kullanımı Artar”

önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 41’de yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 24,9’u tamamen katılmıyorum, % 12,9’u katılmıyorum, % 15,8’i kararsızım, % 26,8’i katılıyorum, % 19,6’sı ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; sigara kullanan katılımcıların % 46,5’lik kısmının sigara üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatında düşüş olsa bile, sigara kullanımının artacağını düşündükleri görülmektedir.

Azerbaycan’da ise sigara kullanan katılımcıların % 25,5’i tamamen katılmıyorum, % 13,1’i katılmıyorum, % 14,4’ü kararsızım, % 29,9’u katılıyorum, % 17,1’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; sigara kullanan katılımcıların % 47’lik kısmının sigara üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatında düşüş olsa bile, sigara kullanımının artacağını düşündükleri görülmektedir.

Sonuç olarak her iki ülkede sigara kullanan katılımcıların sigara üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatında düşüş olsa bile, sigara kullanımının artacağını düşündükleri söylenebilir.

Tablo 42: Aşırı Sigara Kullanımı Topluma Önemli Maliyetler Yüklediği İçin Sigaranın Yüksek Oranda Vergilendirilmesi Doğrudur

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	175	34,3	40,4	40,4
	Katılmıyorum	69	13,5	15,9	56,3
	Kararsızım	58	11,4	13,4	69,7
	Katılıyorum	84	16,5	19,4	89,1
	Tamamen Katılıyorum	47	9,2	10,9	100,0
	Toplam:	433	84,9	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	77	15,1		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	123	24,1	25,9	25,9
	Katılmıyorum	68	13,3	14,3	40,2
	Kararsızım	79	15,5	16,6	56,8
	Katılıyorum	101	19,8	21,3	78,1
	Tamamen Katılıyorum	104	20,4	21,9	100,0
	Toplam:	475	93,1	100,0	
	Sigara Kullanmıyorum	35	6,9		
	Toplam:	510	100,0		

“ Aşırı Sigara Kullanımı Topluma Önemli Maliyetler Yüklediği İçin Sigaranın Yüksek Oranda Vergilendirilmesi Doğrudur” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, sigara kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 42’de yer almaktadır. Türkiye’de sigara kullanan katılımcıların % 40,4’ü tamamen katılmıyorum, % 15,9’u katılmıyorum, % 13,4’ü kararsızım, % 19,4’ü katılıyorum, % 10,9’u ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılmıyorum ve katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; sigara kullanan katılımcıların

çoğunluğunun (% 56,3) aşırı sigara kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için, sigaranın yüksek oranda vergilendirilmesi doğrudur önermesine katılmadığı görülmektedir.

Azerbaycan'da ise sigara kullanan katılımcıların % 25,9'u tamamen katılmıyorum, % 14,3'ü katılmıyorum, % 16,6'sı kararsızım, % 21,3'ü katılıyorum, % 21,9'i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum seçeneği ile katılıyorum seçeneği birlikte değerlendirildiğinde; aşırı sigara kullanan katılımcıların % 43,2'lik kısmının sigara kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için, sigaranın yüksek oranda vergilendirilmesi doğrudur önermesine katıldığı görülmektedir.

Sonuç olarak Türkiye'de sigara kullanan katılımcılar, aşırı sigara kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için sigaranın yüksek oranda vergilendirilmesinin doğru olmadığını düşünürken, Azerbaycan'da ise; sigara kullanan katılımcılar aşırı sigara kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için sigaranın yüksek oranda vergilendirilmesi doğru olduğunu düşünmektedir.

2.4.3.2. Alkol Kullananların ÖTV Tutum Ölçeğine İlişkin Bulgular.

Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılan alkol kullanan katılımcıların alkol üzerinde uygulanan ÖTV zam ve indirimlerine ilişkin tutumları ve sigara kullanımlarını ne ölçüde etkilendiğine ilişkin bulgular aşağıda tablolar halinde yer almaktadır.

Tablo 43: Alkol Üzerinden Alınan ÖTV Çok Yüksektir

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	103	20,2	22,8	22,8
	Katılmıyorum	44	8,6	9,7	32,5
	Kararsızım	37	7,3	8,2	40,7
	Katılıyorum	84	16,5	18,6	59,3
	Tamamen Katılıyorum	184	36,1	40,7	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	79	15,5	19,6	19,6
	Katılmıyorum	116	22,7	28,7	48,3
	Kararsızım	31	6,1	7,7	55,9
	Katılıyorum	74	14,5	18,3	74,3
	Tamamen Katılıyorum	104	20,4	25,7	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkol Üzerinden Alınan ÖTV Çok Yüksektir” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 43’te yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 22,8’i tamamen katılmıyorum, % 9,7’si katılmıyorum, % 8,2’si kararsızım, % 18,6’sı katılıyorum, % 40,7’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermişler. Buna göre katılımcıların tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların çoğunun (% 59,3) alkol üzerinden alınan ÖTV’nin çok yüksek olduğunu düşündüğü söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 19,6’sı tamamen katılmıyorum, % 28,7’si katılmıyorum, % 7,7’si kararsızım, % 18,3’ü katılıyorum, % 25,7’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre katılımcıların tamamen katılmıyorum ve

katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların % 48,3'lük kısmının alkol üzerinden alınan ÖTV'nin çok yüksek olmadığını düşündüğü söylenebilir.

Sonuç olarak Türkiye’de alkol kullanan katılımcılar alkol üzerinden alınan ÖTV’nin çok yüksek olduğu önerisine katılırken, Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcılar ise alkol üzerinden alınan ÖTV’nin çok yüksek olduğu önerisine katılmadığı görülmektedir.

Tablo 44: ÖTV İndirimleri Alkol Kullanımını Artırır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	99	19,4	21,9	21,9
	Katılmıyorum	43	8,4	9,5	31,4
	Kararsızım	56	11,0	12,4	43,8
	Katılıyorum	95	18,6	21,0	64,8
	Tamamen Katılıyorum	159	31,2	35,2	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	58	11,4	14,4	14,4
	Katılmıyorum	45	8,8	11,1	25,5
	Kararsızım	47	9,2	11,6	37,1
	Katılıyorum	116	22,7	28,7	65,8
	Tamamen Katılıyorum	138	27,1	34,2	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“ÖTV İndirimleri Alkol Kullanımını Artırır” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 49’da yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 21,9’u tamamen katılmıyorum, % 9,5’i katılmıyorum, % 12,4’ü kararsızım, % 21’i katılıyorum, % 35,2’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte

değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların çoğunun (% 56,2) ÖTV indirimleri alkol kullanımını artıtacağını düşünmektedir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 14,4’ü tamamen katılmıyorum, % 11,1’i katılmıyorum, % 11,6’si kararsızım, % 28,7’si katılıyorum, % 34,2’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların çoğunun (% 62,9) ÖTV indirimleri alkol kullanımını artıtacağını düşünmektedir.

Sonuç olarak her iki ülkede de alkol kullanan katılımcılar,ÖTV indirimleri alkol kullanımını artıtacağını düşünmektedir.

Tablo 45: Alkole Uygulanan ÖTV Zammı Adildir

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	201	39,4	44,5	44,5
	Katılmıyorum	60	11,8	13,3	57,8
	Kararsızım	53	10,4	11,7	69,5
	Katılıyorum	37	7,3	8,2	77,7
	Tamamen Katılıyorum	101	19,8	22,3	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	104	20,4	25,7	25,7
	Katılmıyorum	63	12,4	15,6	41,3
	Kararsızım	50	9,8	12,4	53,7
	Katılıyorum	109	21,4	27,0	80,7
	Tamamen Katılıyorum	78	15,3	19,3	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkole Uygulanan ÖTV Zammı Adildir” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 45’de yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 44,5’i tamamen katılmıyorum, % 13,3’ü katılmıyorum, % 11,7’si kararsızım, % 8,2’si katılıyorum, % 22,3’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların çoğunun (% 57,8) alkole uygulanan ÖTV zammının adil olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 25,7’si tamamen katılmıyorum, % 15,6’sı katılmıyorum, % 12,4’ü kararsızım, % 27’si katılıyorum, % 19,3’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların % 46,3’lük kısmının alkole uygulanan ÖTV zammının adil olduğunu düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında ise alkole uygulanan ÖTV zammının, Türkiye’deki alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun adaletsiz, buna karşın Azerbaycan’daki alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun adil olarak nitelendirdikleri görülmektedir.

Tablo 46: Alkole Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Alkol Kullanımını Artırır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	23	4,5	5,1	5,1
	Katılmıyorum	18	3,5	4,0	9,1
	Kararsızım	46	9,0	10,2	19,3
	Katılıyorum	96	18,8	21,2	40,5
	Tamamen Katılıyorum	269	52,7	59,5	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Toplam:	510	100,0		

Tablo 46: (devam) Alkole Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Alkol Kullanımını Artırır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	20	3,9	5,0	5,0
	Katılmıyorum	25	4,9	6,2	11,1
	Kararsızım	49	9,6	12,1	23,3
	Katılıyorum	117	22,9	29,0	52,2
	Tamamen Katılıyorum	193	37,8	47,8	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkole Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Alkol Kullanımını Artırır” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 46’da yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 5,1’i tamamen katılmıyorum, % 4’ü katılmıyorum, % 10,2’si kararsızım, % 10,2’si katılıyorum, % 59,5’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 80,7) alkole uygulanan ÖTV zamlarının kaçak alkol kullanımını artıracığını düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 5’i tamamen katılmıyorum, % 6,2’si katılmıyorum, % 12,1’i kararsızım, % 29’u katılıyorum, % 47,8’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 66,8) alkole uygulanan ÖTV zamlarının kaçak alkol kullanımını artıracığını düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkedeki katılımcıların büyük çoğunluğunun alkole uygulanan ÖTV zamlarının kaçak alkol kullanımını artıracığını düşündükleri görülmektedir.

Tablo 47: Alkole Yapılan En Son ÖTV Zammından Sonra Alkol Kullanımını Azalttım

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	162	31,8	35,8	35,8
	Katılmıyorum	68	13,3	15,1	50,9
	Kararsızım	55	10,8	12,1	63,0
	Katılıyorum	79	15,5	17,5	80,5
	Tamamen Katılıyorum	88	17,3	19,5	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	103	20,2	25,5	25,5
	Katılmıyorum	69	13,5	17,1	42,6
	Kararsızım	46	9,0	11,4	54,0
	Katılıyorum	130	25,5	32,2	86,1
	Tamamen Katılıyorum	56	11,0	13,9	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkole Yapılan En Son ÖTV Zammından Sonra Alkol Kullanımını Azalttım” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 47’de yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 35,8’i tamamen katılmıyorum, % 15,1’i katılmıyorum, % 12,1’i kararsızım, % 17,5’i katılıyorum, % 19,5’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılmıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; katılımcıların çoğunun (% 50,9) alkole yapılan en son ÖTV zammından sonra alkol kullanımını azaltmadıkları söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 25,5’i tamamen katılmıyorum, % 17,1’i katılmıyorum, % 11,4’ü kararsızım, % 32,2’si katılıyorum, % 13,2’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların % 46,1’lik kısmının alkole yapılan en son ÖTV zammından sonra alkol kullanımını azalttıklarını söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında; alkole yapılan en son ÖTV zammından sonra Türkiye’deki katılımcıların alkol kullanımını azaltmadıkları, Azerbaycan’daki katılımcıların ise azalttıkları görülmektedir.

Tablo 48: Alkol Kullanımının Azaltılmasında En Etkili Yöntem ÖTV’nin Artırılmasıdır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	178	34,9	39,5	39,5
	Katılmıyorum	54	10,6	11,9	51,4
	Kararsızım	57	11,2	12,6	64,0
	Katılıyorum	67	13,1	14,8	78,8
	Tamamen Katılıyorum	96	18,8	21,2	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	67	13,1	16,6	16,6
	Katılmıyorum	55	10,8	13,6	30,2
	Kararsızım	34	6,7	8,4	38,6
	Katılıyorum	118	23,1	29,2	67,8
	Tamamen Katılıyorum	130	25,5	32,2	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkol Kullanımının Azaltılmasında En Etkili Yöntem ÖTV’nin Artırılmasıdır” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 48’de yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 39,5’i tamamen katılmıyorum, % 11,9’u katılmıyorum, % 12,6’sı kararsızım, % 14,8’i katılıyorum, % 21,2’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılmıyorum ve katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; katılımcıların çoğunluğunun (% 51,4) alkol kullanımının azaltılmasında ÖTV’nin artırılmasının en etkili yöntem olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 16,6’sı tamamen katılmıyorum, % 13,6’sı katılmıyorum, % 8,4’ü kararsızım, % 29,2’si katılıyorum, % 32,2’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 61,4) alkol kullanımının azaltılmasında en etkili yöntemin ÖTV’nin artırılması olduğunu düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında; alkol kullanımının azaltılmasında en etkili yöntemin Türkiye’deki alkol kullanan katılımcılar ÖTV’nin artırılması olmadığını, buna karşın Azerbaycan’daki alkol kullanan katılımcıların alkol kullanımının ise ÖTV’nin artırılması olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Tablo 49: Ülkemizde Alkolden Alınan ÖTV Gelişmiş Ülkelere Göre Daha Yüksektir

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	23	4,5	5,1	5,1
	Katılmıyorum	20	3,9	4,5	4,6
	Kararsızım	87	17,1	19,3	28,8
	Katılıyorum	53	10,4	11,7	40,5
	Tamamen Katılıyorum	269	52,7	59,5	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	63	12,4	15,6	15,6
	Katılmıyorum	119	23,3	29,5	45,0
	Kararsızım	80	15,7	19,8	64,9
	Katılıyorum	65	12,7	16,1	80,9
	Tamamen Katılıyorum	77	15,1	19,1	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Ülkemizde Alkolden Alınan ÖTV Gelişmiş Ülkelere Göre Daha Yüksektir” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 49’da yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 5,1’i tamamen katılmıyorum, % 4,5’i katılmıyorum, % 19,3’ü kararsızım, % 11,7’si katılıyorum, % 59,5’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 71,4) ülkemizde alkolden alınan ÖTV gelişmiş ülkelere göre daha yüksek olduğunu düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 15,6’sı tamamen katılmıyorum, % 29,5’i katılmıyorum, % 19,8’i kararsızım, % 16,1’i katılıyorum, % 19,1’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılmıyorum ve katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların % 45,1’lik kısmının

ülkemizde alkolden alınan ÖTV gelişmiş ülkelere göre daha yüksek olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında; Türkiye'deki alkol kullanan katılımcılar alkolden alınan ÖTV'nin gelişmiş ülkelere göre daha yüksek olduğunu, Azerbaycan'daki alkol kullanan katılımcılar ise, alkolden alınan ÖTV'nin gelişmiş ülkelere göre daha yüksek olmadığını düşündükleri görülmektedir.

Tablo 50: Alkole Uygulanan ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Kadar Yüksek Olursa, Alkol Kullanımını Bırakırım

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	136	26,7	30,1	30,1
	Katılmıyorum	48	9,4	10,6	40,7
	Kararsızım	79	15,5	17,5	58,2
	Katılıyorum	93	18,2	20,6	78,8
	Tamamen Katılıyorum	96	18,8	21,2	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	91	17,8	22,5	22,5
	Katılmıyorum	54	10,6	13,4	35,9
	Kararsızım	83	16,3	20,5	56,4
	Katılıyorum	111	21,8	27,5	83,9
	Tamamen Katılıyorum	65	12,7	16,1	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkole Uygulanan ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Kadar Yüksek Olursa, Alkol Kullanımını Bırakırım” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 50’de yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 30,1’i tamamen katılmıyorum, % 10,6’sı katılmıyorum, % 17,5’i kararsızım, % 20,6’si katılıyorum, % 21,2’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların% 41,8’lik kısmının alkole uygulanan ÖTV zammı ödeyemeyeceğim kadar fazla olursa alkol kullanımını bırakacaklarını düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 22,5’i tamamen katılmıyorum, % 13,4’ü katılmıyorum, % 20,5’i kararsızım, % 27,5’i katılıyorum, % 16,1’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların% 43,6’lik kısmının alkole uygulanan ÖTV zammı ödeyemeyeceğim kadar fazla olursa alkol kullanımını bırakacaklarını düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkede de alkol kullanan katılımcıların alkole uygulanan ÖTV zammı ödeyemeyecekleri kadar yüksek olursa, alkol kullanımını bırakmayı düşündükleri görülmektedir.

Tablo 51: Alkol Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatları Düşerse, Alkol Kullanımı Artar

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	81	15,9	17,9	17,9
	Katılmıyorum	47	9,2	10,4	28,3
	Kararsızım	61	12,0	13,5	41,8
	Katılıyorum	117	22,9	25,9	67,7
	Tamamen Katılıyorum	146	28,6	32,3	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		

Tablo 51:(devam) Alkol Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatları Düşerse, Alkol Kullanımı Artar

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	62	12,2	15,3	15,3
	Katılmıyorum	46	9,0	11,4	26,7
	Kararsızım	51	10,0	12,6	39,4
	Katılıyorum	126	24,7	31,2	70,5
	Tamamen Katılıyorum	119	23,3	29,5	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkol Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatı Düşerse, Alkol Kullanımı Artar” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 51’de yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 17,9’u tamamen katılmıyorum, % 10,4’ü katılmıyorum, % 13,5’i kararsızım, % 25,9’u katılıyorum, % 32,3’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; katılımcıların çoğunun (% 58,2) alkol üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatının düşmesi durumunda, alkol kullanımının artacağını düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 15,3’ü tamamen katılmıyorum, % 11,4’ü katılmıyorum, % 12,6’sı kararsızım, % 31,2’si katılıyorum, % 29,5’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 60,7) alkol üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatının düşmesi durumunda, alkol kullanımının artacağını düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkedeki alkol kullanan katılımcıların alkol üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatının düşmesi durumunda, alkol kullanımının artacağını düşündükleri görülmektedir.

Tablo 52: Alkole Uygulanan ÖTV’den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	52	10,2	11,5	11,5
	Katılmıyorum	28	5,5	6,2	17,7
	Kararsızım	72	14,1	15,9	33,6
	Katılıyorum	132	25,9	29,2	62,8
	Tamamen Katılıyorum	168	32,9	37,2	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	21	4,1	5,2	5,2
	Katılmıyorum	27	5,3	6,7	11,9
	Kararsızım	43	8,4	10,6	22,5
	Katılıyorum	107	21,0	26,5	49,0
	Tamamen Katılıyorum	206	40,4	51,0	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkole Uygulanan ÖTV’den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 52’de yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 11,5’i tamamen katılmıyorum, % 6,2’si katılmıyorum, % 15,9’u kararsızım, % 29,2’si katılıyorum, % 37,2’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 76,4) alkole uygulanan ÖTV’den elde edilen gelirin devlet için önemli bir gelir kaynağı olduğunu düşündükleri söylenebilir

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 5,2’si tamamen katılmıyorum, % 6,7’si katılmıyorum, % 10,6’sı kararsızım, % 26,5’i katılıyorum, % 51’i ise tamamen

katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (%77,5) alkole uygulanan ÖTV'den elde edilen gelirin devlet için önemli bir gelir kaynağı olduğunu düşündükleri söylenebilir

Sonuç olarak her iki ülkedeki alkol kullanan katılımcıların alkole uygulanan ÖTV'den elde edilen gelirin devlet için önemli bir gelir kaynağı olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Tablo 53: Aşırı Alkol Kullanımı Topluma Önemli Maliyetler Yüklediği İçin Alkolün Yüksek Oranda Vergilendirilmesi Doğrudur

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	157	30,8	34,7	34,7
	Katılmıyorum	72	14,1	15,9	50,6
	Kararsızım	67	13,1	14,8	65,4
	Katılıyorum	70	13,7	15,5	80,9
	Tamamen Katılıyorum	86	16,9	19,1	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	66	12,9	16,3	16,3
	Katılmıyorum	57	11,2	14,1	30,4
	Kararsızım	49	9,6	12,1	42,6
	Katılıyorum	135	26,5	33,4	76,0
	Tamamen Katılıyorum	97	19,0	24,0	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Aşırı Alkol Kullanımı Topluma Önemli Maliyetler Yüklediği İçin Alkolün Yüksek Oranda Vergilendirilmesi Doğrudur” önermesine, Türkiye ve Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 53’te yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 34,7’si tamamen katılmıyorum, % 15,9’ü katılmıyorum, % 14,8’i kararsızım, % 15,5’i katılıyorum, % 19,1’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Bu göre tamamen katılmıyorum ve katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların çoğunun (% 50,6) aşırı alkol kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için, alkolün yüksek oranda vergilendirilmesinin doğru olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 16,3’ü tamamen katılmıyorum, % 14,1’i katılmıyorum, % 12,1’i kararsızım, % 33,4’ü katılıyorum, % 24’ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların çoğunun (% 57,4) aşırı alkol kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için, alkolün yüksek oranda vergilendirilmesinin doğru olduğunu düşündükleri söyleyebilir.

Sonuç olarak her iki ülke karşılaştırıldığında; aşırı alkol kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için, alkolün yüksek oranda vergilendirilmesini Türkiye’deki alkol kullanan katılımcılar doğru olmadığını, Azerbaycan’daki alkol kullanan katılımcılar ise doğru olduğunu düşünmektedir.

Tablo 54: ÖTV Zamları Daha Pahalı Alkollü İçecek Ürünlerinin Kullanımını Engeller

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	23	4,5	5,1	5,1
	Katılmıyorum	21	4,1	4,6	9,7
	Kararsızım	62	12,2	13,8	23,5
	Katılıyorum	98	19,2	21,7	45,2
	Tamamen Katılıyorum	248	48,6	54,8	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	21	4,1	5,2	5,2
	Katılmıyorum	26	5,1	6,4	11,6
	Kararsızım	43	8,4	10,6	22,2
	Katılıyorum	108	21,2	26,8	49,0
	Tamamen Katılıyorum	206	40,4	51,0	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“ÖTV Zamları Daha Pahalı Alkollü İçecek Ürünlerinin Kullanımını Engeller” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 54’de yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 5,1’i tamamen katılmıyorum, % 4,6’sı katılmıyorum, % 13,8’i kararsızım, % 21,7’si katılıyorum, % 54,8’i ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 76,5) ÖTV zamlarının daha pahalı alkollü içecek ürünlerinin kullanımını engellediğini düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan’da alkol kullanan katılımcıların % 5,2’si tamamen katılmıyorum, % 6,4’ü katılmıyorum, % 10,6’sı kararsızım, % 26,8’i katılıyorum, % 51,0’si ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri

birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 77,8) ÖTV zamlarının daha pahalı alkollü içecek ürünlerinin kullanımı engellediğini düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkedeki alkol kullanan katılımcılar, ÖTV zamlarının daha pahalı alkollü içecek ürünlerinin kullanımını engellediğini düşünmektedir.

Tablo 55: Alkole Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur

ÜLKE	Değişken	Frekans	Yüzde (%)	Kullanım Yüzdesi (%)	Toplam Kullanım Yüzdesi (%)
	Tamamen Katılmıyorum	184	36,1	40,7	40,7
	Katılmıyorum	98	19,2	21,7	62,4
	Kararsızım	92	18,0	20,4	82,8
	Katılıyorum	39	7,6	8,6	91,4
	Tamamen Katılıyorum	39	7,6	8,6	100,0
	Toplam:	452	88,6	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	58	11,4		
	Toplam:	510	100,0		
	Tamamen Katılmıyorum	132	25,9	32,6	32,6
	Katılmıyorum	92	18,0	22,8	55,4
	Kararsızım	109	21,4	27,0	82,4
	Katılıyorum	33	6,5	8,2	90,6
	Tamamen Katılıyorum	38	7,5	9,4	100,0
	Toplam:	404	79,2	100,0	
	Alkol Kullanmıyorum	106	20,8		
	Toplam:	510	100,0		

“Alkole Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur” önermesine Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılan, alkol kullanan katılımcıların verdikleri yanıtlar Tablo 55’de yer almaktadır. Türkiye’de alkol kullanan katılımcıların % 40,7’si tamamen katılmıyorum, % 21,7’si katılmıyorum, % 20,4’ü kararsızım, % 8,6’sı katılıyorum, % 8,6’sı ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılmıyorum ve

katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 62,4) alkole uygulanan ÖTV'nin her bakımdan doğru olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Azerbaycan'da alkol kullanan katılımcıların % 32,7'si tamamen katılmıyorum, % 22,8'i katılmıyorum, % 27,0'ı kararsızım, % 8,2'si katılıyorum, % 9,4'ü ise tamamen katılıyorum yanıtını vermiştir. Buna göre tamamen katılmıyorum ve katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde; alkol kullanan katılımcıların çoğunun (% 55,5) alkole uygulanan ÖTV'nin her bakımdan doğru olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Sonuç olarak her iki ülkedeki alkol kullanan katılımcılar, alkole uygulanan ÖTV'nin her bakımdan doğru olmadığını düşünmektedir.

Örneklem kitlenin demografik yapısı tüketim eğilimleri ve ÖTV'ye ilişkin görüşleri ortaya konulduktan sonra aşağıda ölçeğin güvenilirlik analizine ilişkin testler yer almaktadır.

2.4.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeğe İlişkin Güvenirlilik Analizi

Güvenirlilik analizde kullanılan araçların güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş bir yöntemdir. Hakkında araştırma yapılan konuya ait örneklemkitledeki bir bireyin araştırılan bir olaya karşı bilgi, tutum ve davranışlarını ölçekte yer alan k sayıda soruya verdiği yanıtların değerleri (skor, puan) toplanarak bulunuyorsa, bu ölçekte yer alan soruların birbirleri ile yakınlıklarının derecesini ortaya koymak için güvenirlilikanalizi yapılır¹⁶⁰. Güvenirlilik analizinde en yaygın kullanılan yöntem, Cronbach Alfa katsayısıdır. İstatistikte Cronbach alfa (α) katsayısı psikometrik bir testin güvenilirliğinin kestiriminde kullanılır. Her bir madde için saptanan tek bir α değeri olabileceği gibi, ölçekteki tüm maddelere ait ortalama bir α değeri de hesaplanabilir¹⁶¹.

¹⁶⁰ Aliye Kayış, "Güvenirlilik Analizi", *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5.b., ed. Şeref Kalaycı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 2010, s. 402.

¹⁶¹ Kayış, a.g.e., s. 405.

Cronbach Alfa katsayısı (α), 0 ile 1 arasında bir değer alır. Cronbach Alfa katsayısına dayalı olarak bir ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanabilir¹⁶².

Elde edilen katsayı;

0,00 ile 0,40 arasında ise ölçek güvenilir değil,

0,41 ile 0,60 arasında ise ölçeğin güvenilirliği düşük,

0,61 ile 0,80 arasında ise ölçek oldukça güvenilir,

0,81 ile 1,00 arasında ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Araştırmada Türkiye ve Azerbaycan'da sigara ve alkol kullanan katılımcıların ÖTV'ye yönelik tutumları 26 değişkenden oluşan çok değişkenli ölçekler ile değerlendirilirmiştir. Her iki ülkede de sigara ve alkol kullanan katılımcıların ÖTV'ye ilişkin güvenilirlik analizi istatistikleri Tablo 62' de yer almaktadır.

Tablo 56: Türkiye ve Azerbaycan'da Sigara ve Alkol Kullanan Katılımcıların ÖTV'ye İlişkin Tutum Puanlarının Güvenirlik Analizi İstatistikleri

ÜLKE	GÜVENİRLİLİK İSTATİSTİKLERİ				
	Değişken	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha (Maddeler Standartlaştırılmış)	Madde Sayısı	N
	Sigara	0,776	0,754	13	433
	Alkol	0,796	0,787	13	452
	Genel	0,866	0,853	26	510
	Sigara	0,725	0,712	13	475
	Alkol	0,665	,627	13	404
	Genel	0,800	0,791	26	510

Türkiye'de yapılan araştırmada kullanılan bütün (26 madde) maddelerin Cronbach Alfa değeri 0,866 olarak bulunmuştur. Bu değer araştırma ölçeğinin yüksek güvenilirlikte ($0,81 < \alpha < 1,00$) olduğunu göstermektedir. Alt ölçekler analiz edildiğinde, hem

¹⁶² Remzi Altunışık, Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 7.b., Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2012, s. 125.

AKÖTVTÖ (0,796) hem de **SKÖTVTÖ** (0,776) için alfa katsayısının 0,70'in üzerinde olması bu faktörlerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Azerbaycan'da yapılan araştırmada kullanılan bütün (26 madde) maddelerin Cronbach Alfa değeri 0,800 olarak bulunmuştur. Bu değer araştırma ölçeğinin oldukça güvenilir (0,61<alfa<0,80) olduğunu göstermektedir. Alt ölçekler analiz edildiğinde, hem **AKÖTVTÖ** (0,665) hem de **SKÖTVTÖ** (0,725) için alfa katsayısının 0,60'ın üzerinde olması bu faktörlerin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Güvenirlilik analizinde ölçeklerin alfa katsayısının yüksek olması ölçeklerin güvenilirliği konusunda tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda ölçekteki her bir ifadenin bu ölçeğin alfa katsayısına yaptığı katkının incelenmesi gerekmektedir. Eğer bir maddenin silinmesi halinde ölçeğin güvenirlilik kat sayısı artarsa o ifadenin ölçekten çıkarılması gerekir¹⁶³.

Tablo 57: Türkiye'de Sigara ve Alkol Kullanıcılarının ÖTV'ye ilişkin Tutum Puanlarının Güvenirlilik Madde Toplam İstatistikleri (İlgili Madde Ölçekten Çıkartılırsa)

Sigara ve Alkol İçin Güvenirlilik Madde/Toplam İstatistikleri	
Sigara İçin Güvenirlilik Madde/Toplam İstatistikleri	Cronbach's Alpha (Madde Çıkartılırsa)
Sigara üzerinden alınan ÖTV çok yüksektir	0,784
ÖTV indirimleri-sigara kullanımını artırır.	0,756
Sigaraya uygulanan ÖTV zammı adildir.	0,751
Sigaraya Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Sigara ve Açık Tütün Ürünlerinin Kullanımını Artırır.	0,792
ÖTV zamları daha pahalı sigara kullanımını engeller.	0,768
Sigaraya uygulanan ÖTV her bakımdan doğrudur.	0,744
Ülkemizde sigaraya uygulanan ÖTV gelişmiş ülkelere göre daha yüksektir.	0,798
Sigaraya uygulanan ÖTV'den elde edilen gelir devlet için önemli bir gelir kaynağıdır.	0,780

¹⁶³Altunışık, a.g.m., s. 126.

Tablo 57: (devam) Türkiye'de Sigara ve Alkol Kullanıcılarının ÖTV'ye İlişkin Tutum Puanlarının Güvenirlilik Madde Toplam İstatistikleri (İlgili Madde Ölçekten Çıkartılırsa)

Sigara ve Alkol için Güvenirlilik Madde/Toplam İstatistikleri	
Sigara İçin Güvenirlilik Madde/Toplam İstatistikleri	Cronbach's Alpha (Madde Çıkartılırsa)
Sigara kullanımının azaltılmasında en etkili yöntem ÖTV artırılmasıdır	0,739
Sigara üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceğim kadar fazla olursa, sigarayı bırakırım.	0,738
Sigaraya en son uygulanan ÖTV zammından sonra sigara kullanımını azalttım.	0,740
Sigara üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatı düşerse, sigara kullanımını artar.	0,737
Aşırı sigara kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için sigaranın yüksek oranda vergilendirilmesi doğrudur.	0,748
Alkol için güvenirlilik madde/toplam istatistikleri	
Alkol ürünleri üzerinden alınan ÖTV çok yüksektir.	0,772
ÖTV indirimleri alkol kullanımını artırır.	0,757
Alkole uygulanan ÖTV zammı adildir.	0,759
Alkole uygulanan ÖTV zamları kaçak alkol kullanımını artırır..	0,787
ÖTV zamları daha pahalı alkollü içecek ürünlerinin kullanımını engeller.	0,788
Alkole uygulanan ÖTV her bakımdan doğrudur.	0,791
Ülkemizde alkolden alınan ÖTV gelişmiş ülkelere göre daha yüksektir	0,797
Alkole uygulanan ÖTV'den elde edilen gelir devlet için önemli bir gelir kaynağıdır.	0,799
Alkol kullanımının azaltılmasında en etkili yöntem ÖTV'nin artırılmasıdır.	0,746
Alkole uygulanan ÖTV zammı ödeyemeyeceğim kadar fazla olursa, alkol kullanımını bırakırım.	0,755
Alkole uygulanan en son ÖTV zammından sonra alkol kullanımını azalttım.	0,758
Alkol üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatı düşerse, alkol kullanımını artar.	0,755
Aşırı alkol kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için alkollün yüksek oranda vergilendirilmesi doğrudur.	0,752

Tablo 57'de sigara için Cronbach alfa değeri 0,776 bulunmuştur. Bu ölçek için değişken silindiğinde alfa değerlerine bakıldığında 0,737 ile 0,799 arasında değişiklik görülmüştür. Ölçeğin güvenilirlik puanı çok etkilemediği için hiçbir madde ölçekten çıkartılmamıştır. Alkol için Cronbach alfa değeri 0,796 bulunmuştur Bu ölçek için değişkenler silindiğinde alfa değerlerine bakıldığında 0,773 ile 0,799 arasında değişiklik görülmüştür. Ölçeğin güvenilirlik puanı çok etkilemediği için hiçbir madde ölçekten çıkartılmamıştır.

Tablo 58: Azerbaycan'da Sigara ve Alkol Kullanıcılarının ÖTV'ye ilişkin Tutum Puanlarının Güvenirlik Madde Toplam İstatistikleri (İlgili Madde Ölçekten Çıkartılırsa)

Sigara ve Alkol İçin Güvenirlik Madde/Toplam İstatistikleri	
Sigara İçin Güvenirlik Madde/Toplam İstatistikleri	Cronbach's Alpha (Madde Çıkartılırsa)
Sigara üzerinden alınan ÖTV çok yüksektir	0,722
ÖTV indirimleri-sigara kullanımını artırır.	0,713
Sigaraya uygulanan ÖTV zammı adildir.	0,710
Sigaraya uygulanan ÖTV zamları kaçak sigara ve açık tütün ürünlerinin kullanımını artırır.	0,737
ÖTV zamları daha pahalı sigara kullanımını engeller.	0,714
Sigaraya uygulanan ÖTV her bakımdan doğrudur.	0,695
Ülkemizde sigaraya uygulanan ÖTV gelişmiş ülkelere göre daha yüksektir.	0,735
Sigaraya uygulanan ÖTV'den elde edilen gelir devlet için önemli bir gelir kaynağıdır.	0,740
Sigara kullanımının azaltılmasında en etkili yöntem ÖTV'nin artırılmasıdır.	0,700
Sigara üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceğim kadar çok yüksek olursa, sigarayı bırakırım.	0,676
Sigaraya en son uygulanan ÖTV zammından sonra sigara kullanımını azalttım.	0,681

Tablo 58: (devam) Azerbaycan'da Sigara ve Alkol Kullanıcılarının ÖTV'ye ilişkin Tutum Puanlarının Güvenirlilik Madde Toplam İstatistikleri (İlgili Madde Ölçekten Çıkartılırsa)

Sigara ve Alkol İçin Güvenirlilik Madde/Toplam İstatistikleri	
Sigara İçin Güvenirlilik Madde/Toplam İstatistikleri	Cronbach's Alpha (Madde Çıkartılırsa)
Sigara üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatı düşerse, sigara kullanımı artar.	0,691
Aşırı sigara kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için sigaranın yüksek oranda vergilendirilmesi doğrudur.	0,674
Alkol İçin Güvenirlilik Madde/Toplam İstatistikleri	
Alkol ürünleri üzerinden alınan ÖTV çok yüksektir.	0,613
ÖTV indirimleri alkol kullanımını artırır.	0,571
Alkole uygulanan ÖTV zammı adildir.	0,671
Alkole uygulanan ÖTV zamları kaçak alkol kullanımını artırır.	0,630
ÖTV zamları daha pahalı alkollü içecek ürünlerinin kullanımını engeller	0,571
Alkole uygulanan ÖTV her bakımdan doğrudur.	0,577
Ülkemizde alkolden alınan ÖTV gelişmiş ülkelere göre daha yüksektir.	0,656
Alkole uygulanan ÖTV'den elde edilen gelir devlet için önemli bir gelir kaynağıdır.	0,562
Alkol kullanımının azaltılmasında en etkili yöntem ÖTV'nin artırılmasıdır.	0,554
Alkole uygulanan ÖTV zammı ödeyemeyeceğim kadar yüksek olursa, alkol kullanımını bırakırım.	0,663
Alkole uygulanan en son ÖTV zammından sonra alkollü kullanımını azalttım.	0,591
Alkol üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatı düşerse, alkol kullanımı artar.	0,605
Aşırı alkol kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için alkolün yüksek oranda vergilendirilmesi doğrudur.	0,615

Tablo 58'de sigara için Cronbach alfa değeri 0,725, alkol için ise 0,665 bulunmuştur. Bu ölçek için değişken silindiğinde alfa değerlerine bakıldığında 0,674 ile 0,740 arasında değişiklik görülmüştür. Ölçeğin güvenilirlik puanı çok etkilenmediği için hiçbiri madde ölçekten çıkartılmamıştır. Alkol için Cronbach alfa değeri 0,634 bulunmuştur. Bu ölçek için değişkenler silindiğinde alfa değerlerine bakıldığında 0,554 ile 0,671 arasında değişiklik görülmüştür. Ölçeğin güvenilirlik puanı çok etkilemediği için hiçbiri madde ölçekten çıkartılmamıştır.

Her iki ülkede de sigara ve alkol kullanan katılımcıların ÖTV'ye ilişkin tutumlarına yönelik herhangi bir madde çıkarıldığında, ölçeğin güvenilirlik puan çok etkilenmediği için ölçek maddelerinden herhangi birinin ölçekten çıkarılmasına gerek duyulmamıştır.

2.4.5. Demografik Değişkenlere İlişkin Grup Farklılık Testleri

Araştırmanın bu kısmında Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılan alkol ve sigara kullanan katılımcıların demografik özellikleri ile ÖTV zammı ve indirimi konusunda tutumlarını ölçmeye yönelik ifadelerden oluşan faktörlerin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı test edilmeye çalışılmıştır. Farklılık testlerinde araştırmada Sigara Kullananların ÖTV Tutum Ölçeği (**SKÖTVTÖ**) ve Alkol Kullananların ÖTV Tutum Ölçeğine (**AKÖTVTÖ**) ilişkin değişkenlerin ortalamaları esas alınmıştır. Parametrik testlerin uygulanıp uygulanamayacağına karar vermek için, verilerin normal dağılım gösterip göstermediği analiz edilmiştir.

Tablo 59: Türkiye ve Azerbaycan'da Sigara ve Alkol Kullanan Katılımcıların ÖTV'ye İlişkin Ortalama Tutum Puanlarının Betimsel İstatistikleri

Tanımlayıcı İstatistikler	TÜRKİYE		AZERBAJYCAN	
	SKÖTVTÖ	AKÖTVTÖ	SKÖTVTÖ	AKÖTVTÖ
N	433	452	475	404
Ortalama	3,1549	3,3725	3,31168	32896
Standart Sapma	0,72291	0,76433	0,65948	0,61425
En Küçük Değer	1,46	1,15	1,17	1.75
En Büyük Değer	5,00	5,00	5,00	4.58
Medyan	3,1538	3,3077	3,3333	3.2500
Çarpıklık Katsayısı	0,299	0,249	-0,125	-0,028
Çarpıklık Standart Hatası	0,117	0,115	0,112	.0,121
Basıklık Katsayısı	-0,347	-0,347	-0,197	-0,415
Basıklık Standart Hatası	0,234	0,229	0,224	0,242

Türkiye ve Azerbaycan'da sigara ve alkol kullanan katılımcıların ÖTV'ye ilişkin ortalama tutum puanlarının betimsel istatistikleri Tablo 59'da yer almaktadır. SKÖTVTÖ'ye ilişkin yukarıdaki tabloya bakıldığında Türkiye için çarpıklık katsayısı = 0,299, basıklık katsayısı = -0,347, Azerbaycan için ise çarpıklık katsayısı = -0,125, basıklık katsayısı = -0,197 olduğu görülmektedir. Bu katsayılar (-1) ve (+1) değerler arasında yer aldığından dağılımın normal dağıldığı ve. Tip I ve Tip II hataya düşülmemesi için analizlerin parametrik analizlerle yapılmasının uygun olduğu görülmektedir.

AKÖTVTÖ'ye ilişkin yukarıdaki tabloya bakıldığında ise; Türkiye için çarpıklık katsayısı = 0,249, basıklık katsayısı = -0,347, Azerbaycan için çarpıklık katsayısı = -0,028, basıklık katsayısı = -0,415 olduğu görülmektedir. Bu katsayılar (-1) ve (+1) değerler arasında yer aldığından dağılımın normal dağıldığı ve. Tip I ve Tip II hataya düşülmemesi için analizlerin parametrik analizlerle yapılmasının uygun olduğu görülmektedir.

2.4.5.1. Araştırmada Kullanılan Ölçeğe İlişkin T Testi analizi

T-testi, iki ortalama arasındaki farkları test etmek için kullanılan paramatik bir tekniktir. Deneysel olmayan araştırmalarda t-testi kullanılır. T-testi, t dağılımına dayanır ve iki ortalama arasındaki farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını veya tesadüfen meydana gelip gelmediğini tahmin etmek için hipotezleri test eder¹⁶⁴. T-testinde p değerinin 0,05'den küçük çıkması, iki grubun ortalamaları arasında fark olduğunu ifade etmektedir

Cinsiyete göre, Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılan sigara kullanan katılımcıların sigara kullanımına ilişkin ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Bağımsız Grup t-Testi sonucu Tablo 60'da verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Cinsiyete Göre Sigara Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Cinsiyete Göre Sigara Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 60: Cinsiyete Göre Sigara Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Grup Farklılık Testi (t- Testi).Sonuçları

ÜLKE	Değişken	N	\bar{x}	Ss	t değeri	Serbestlik Derecesi	P
	Kadın	185	3,2536	0,75268			
	Erkek	248	3,0813	0,69228			
	Varyansların Homojenliği için Levene Testi F=704, p=0,402						
	Kadın	48	3,4514	0,62475			
	Erkek	427	3,3017	0,66226			
	Varyansların Homojenliği için Levene Testi F=0,195, p=0,659						

¹⁶⁴ Özkan, a.g.t. s. 77.

Türkiye için yapılan araştırmanın t-testi sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,014 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05'den küçük olduğu ($0,014 < 0,05$) için, *cinsiyete göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu görülmektedir*. Buna göre H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Azerbaycan için yapılan araştırmanın t-testi sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,136 olduğu görülmektedir. Söz konusu değerinin 0,05'den büyük olduğu ($0,136 > 0,05$) için, *cinsiyete göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır*. Buna göre H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Her iki ülke karşılaştırıldığında ise; cinsiyete göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak Türkiye için anlamlı fark olduğu görülürken, Azerbaycan için anlamlı fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Cinsiyete göre, Türkiye ve Azerbaycan'da araştırmaya katılan alkol kullanan katılımcıların alkol kullanımına ilişkin ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak üzere yapılan Bağımsız Grup t Testi sonucu Tablo 61'de verilmiştir. H_0 yokluk hipotezi ve H_1 alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Cinsiyete Göre Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Cinsiyete Göre Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 61: Cinsiyete Göre Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Grup Farklılık Testi (t- Testi). Sonuçları

ÜLKE	Değişken	N	\bar{x}	Ss	t değeri	Serbestlik derecesi	P
	Kadın	192	3,4067	0,75139			
	Erkek	260	3,3122	0,83019			
	Varyansların Homojenliği için Levene Testi F=0,557 , p=0,456						
	Kadın	41	3,4390	0,62362			
	Erkek	363	3,2727	0,54155			
	Varyansların Homojenliği için Levene Testi F=1,284 p=0,258						

Türkiye için yapılan araştırmanın t-testi sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,415 olduğu görülmektedir. Söz konusu değerinin 0,05'den büyük olduğu ($0,415 > 0,05$) için, *cinsiyete göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır*. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Azerbaycan için yapılan araştırmanın t-testi sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,067 olduğu görülmektedir. Söz konusu değerinin 0,05'den büyük olduğu ($0,067 > \alpha = 0,05$) için; *cinsiyete göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır*. H_1 hipotezi reddedilerek H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç olarak her iki ülkede de cinsiyete göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Medeni Duruma göre, Türkiye ve Azerbaycan'da sigara kullanan katılımcıların sigara kullanımına ilişkin ortalama ÖTV Tutum puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak üzere yapılan Bağımsız Grup T-testi sonucu Tablo 62'de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H₀: Medeni Duruma Göre Sigara Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H₁: Medeni Duruma Göre Sigara Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 62: Medeni Duruma Göre Sigara Kullanan katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Grup Farklılık Testi (t- Testi) Sonuçları

ÜLKE	Değişken	N	\bar{x}	Ss	t değeri	Serbestlik derecesi	P
	Evli	174	3,1300	0,70081			
	Bekâr	259	3,1717	0,73826			
	Varyansların Homojenliği için Levene Testi F=0,302, p=0,583						
	Evli	170	3,3127	0,68087			
	Bekâr	305	3,3191	0,64834			
	Varyansların Homojenliği için Levene Testi F=0,02, p=0,965						

Türkiye için yapılan araştırmanın t-testi sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,557 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05'den büyük olduğu ($0,557 > 0,05$) için, *medeni duruma göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır*. H₁ hipotezi reddedilerek, H₀ hipotezi kabul edilmiştir.

Azerbaycan için yapılan araştırmanın t-testi sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,920 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05'den büyük olduğu ($0,920 > 0,05$) için; *medeni duruma göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır*. H₁ hipotezi reddedilerek H₀ hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç olarak her iki ülkede de medeni duruma göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı sonucuna varılmıştır.

Medeni Duruma göre, Türkiye ve Azerbaycan'da alkol kullanan katılımcıların alkol kullanımına ilişkin ortalama ÖTV tutum puanı arasında anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak üzere yapılan Bağımsız Grup T-testi sonucu Tablo 63'de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 :Medeni Duruma Göre Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Medeni Duruma Göre Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 63: Medeni Duruma Göre Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Grup Farklılık Testi (t- Testi). Sonuçları

ÜLKE	Değişken	N	\bar{x}	Ss	t değeri	Serbestlik derecesi	P
	Evli	168	3,3608	0,79967			
	Bekâr	284	3,3427	0,80140			
	Varyansların Homojenliği için Levene Testi F=1,776, p=0,183						
	Evli	125	3,3233	0,57789			
	Bekâr	279	3,2745	0,54020			
	Varyansların Homojenliği için Levene Testi F=0,888, p=0,347						

Türkiye için yapılan araştırmanın t-testi sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,802 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05'den büyük olduğu(0,802>0,05) için, *medeni duruma göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır*. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Azerbaycan için yapılan araştırmanın t-testi sonuçlarına bakıldığında ise; p anlamlılık değerinin 0,412 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05'den büyük olduğu (0,412>0,05) için *medeni duruma göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır*. H_1 hipotezi reddedilerek H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Sonuç olarak her iki ülkede de medeni duruma göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamıştır.

Tablo 64: T- Testi Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları

Hipotez No:	İfade	Türkiye	Azerbaycan
H1	Cinsiyete göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Kabul	Red
H2	Cinsiyete göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Red
H3	Medeni duruma göre sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Red
H4	Medeni duruma göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Red

2.4.5.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeğe İlişin ANOVA (Varyans) Analizi

T-testi yaparak çok sayıda grup kıyaslandığında birinci tür hata oranı artar. Bu nedenle de ANOVA analizine ihtiyaç duyulur. Anova analizi birinci tip hata oranını 0,05’de tutarak, ikiden çok grubu kıyaslamayı mümkün kılar.

Anova analizi ile üç veya daha fazla ortalamanın, en az birinin diğerlerinden anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığı test edilmektedir. Anova analizi yapabilmesi için, verilerin normal dağılıma uyum sağlaması ve bütün grupların varyanslarının eşit olması gibi ön şartların sağlanması gerekmektedir¹⁶⁵. Bunun için Anova analizinde varyansların homojenliği testi yapılmaktadır. T-testinde olduğu gibi Anova testinde de p değerinin

¹⁶⁵ Hamdi İslamoğlu, Ümit Alıncaçık, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 4.b., İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, 2014, s. 332.

0,05'den küçük çıkması, gruplar arasında anlamlı fark olduğunu ifade eder. Anova testinin sonuçları aşağıda tablolar halinde gösterilmiştir.

Yaş Gruplarına Göre:

Türkiye ve Azerbaycan'da "Yaş Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Farkın Olup, Olmadığı" hipotezini test etmek ve bulguları yorumlamak için Tek Yönlü ANOVA Analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 65 ve 66'da verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Yaş Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Yaş Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 65: Türkiye'de Yaş Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Yaş Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
18-24	108	3,1574	0,73047	0,07029	3,0181	3,2967
25-34	141	3,1113	0,74989	0,06315	2,9864	3,2361
35-44	69	3,0925	0,61448	0,07397	2,9449	3,2401
45-54	55	3,1790	0,76395	0,10301	2,9725	3,3855
55 Yaş ve Üzeri	60	3,3026	0,72339	0,09339	3,1157	3,4894
Toplam:	433	3,1549	0,72291	0,03474	3,0866	3,2232
Varyans Homojenliği:			Levene İstatistiği (0,790); S.d (4; 428 $p=0,532>0,05$)'ne Göre Varyanslar Homojendir..			
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	1,877	4	0,469	0,897	0,465	
Grup İçi	223,885	428	0,523			
Toplam:	225,763	432				

Tablo 65’de Türkiye için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,465 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'den çok büyük olduğu (0,465 >0,05) için, yaş gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunmamıştır. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 66: Azerbaycan'da Yaş Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Yaş Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
18-24	149	3,4100	0,60540	0,04960	3,3119	3,5080
25-34	175	3,2448	0,70002	0,05292	3,1403	3,3492
35-44	73	3,2443	0,61478	0,07195	3,1009	3,3877
45-54	47	3,2961	0,64942	0,09473	3,1054	3,4868
55 Yaş ve Üzeri	31	3,4785	0,74410	0,13364	3,2056	3,7514
Toplam:	475	3,3168	0,65948	0,03026	3,2574	3,3763
Varyans Homojenliği:			Levene İstatistiği (0,990); S.d (4; 470) $p=0,413>0,05$'ne göre <u>Varyanslar Homojendir.</u>			
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	3,416	4	0,854	1,980	0,096	
Grup İçi	202,733	470	0,431			
Toplam:	206,149	474				

Tablo 66’da Azerbaycan için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,096 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'den büyük olduğu (0,096 >0,05) için, yaş gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunmamıştır. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan’da yapılan araştırmanın ANOVA analiz sonuçları karşılaştırıldığında; her iki ülkede de yaş gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye ve Azerbaycan'da “Yaş Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Farkın Olup, Olmadığı” hipotezini test etmek ve bulguları yorumlamak için Tek Yönlü ANOVA Analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 67 ve 68'de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Yaş Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV TutumPuanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 :Yaş Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV TutumPuanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 67: Türkiye'de Yaş Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

Yaş Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
18-24	119	3,4389	0,76172	0,06983	3,3006	3,5772
25-34	146	3,2703	0,73172	0,06056	3,1506	3,3900
35-44	67	3,3949	0,81638	0,09974	3,1958	3,5941
45-54	56	3,4148	0,81509	0,10892	3,1966	3,6331
55 Yaş ve Üzeri	64	3,4220	0,74004	0,09250	3,2371	3,6069
Toplam:	452	3,3725	0,76433	0,03595	3,3019	3,4432
Varyans Homojenliği:			Levene İstatistiği (0,883);S.d (4; 447 p=0,474 >0,05)'ne Göre Varyanslar Homojen.			
Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	2,341	4	0,585	1,002	0,406	
Grup İçi	261,132	447	0,584			
Toplam:	263,473	451				

Tablo 67'de Türkiye içinyapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,406 olduğu görülmektedir.. Bu değer 0,05'den çok büyük olduğu ($0,406 > 0,05$) için yaş gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunamamıştır. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 68: Azerbaycan'da Yaş Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Yaş Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
18-24	135	3,2975	0,52236	0,04496	3,2086	3,3864
25-34	156	3,1928	0,56264	0,04505	3,1039	3,2818
35-44	54	3,4136	0,53149	0,07233	3,2685	3,5586
45-54	36	3,3704	0,53728	0,08955	3,1886	3,5522
55 Yaş ve Üzeri	23	3,4819	0,62712	0,13076	3,2107	3,7531
Toplam:	404	3,2896	0,55188	0,02746	3,2356	3,3436
<i>Varyans Homojenliği:</i>			<i>Levene İstatistiği (0,522); S.d (4; 399) $p=0,720 > 0,05$'ne Göre Varyanslar Homojendir.</i>			
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	3,384	4	0,846	2,828	0,025	
Grup İçi	119,357	399	0,299			
Toplam:	122,741	403				

Tablo 68'de Azerbaycan için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,025 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'den küçük olduğu ($0,025 < 0,05$) için, yaş gruplarına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunmuştur. Buna göre H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan'da yapılan araştırmanın ANOVA analiz sonuçları karşılaştırıldığında; yaş gruplarına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında Türkiye için anlamlı fark yokken, Azerbaycan için anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Aylık Gelir Gruplarına Göre:

Türkiye ve Azerbaycan'da “Aylık Gelir Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları Arasında Anlamlı Fark Olup Olmadığı” hipotezinin test etmek ve bulguları yorumlamak için Tek Yönlü AVOVA Analizi (Varyans) yapılmış ve elde edilen bulgular. Tablo 69 ve 70’de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Aylık Gelir Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Aylık Gelir Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 69: Türkiye’de Aylık Gelir Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Gelir Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
0-2000 TL	90	3,2197	0,68769	0,07249	3,0756	3,3637
2001-3000 TL	118	3,1923	0,71419	0,06575	3,0621	3,3225
3001-4000 TL	80	3,0423	0,79752	0,08917	2,8648	3,2198
4001-5000 TL	46	3,2375	0,67564	0,09962	3,0368	3,4381
5001-6000 TL	40	3,1000	0,61789	0,09770	2,9024	3,2976
6001-7500 TL	30	3,1359	0,77628	0,14173	2,8460	3,4258
7500 TL'den fazla	29	3,0769	0,81641	0,15160	2,7664	3,3875
Toplam.	433	3,1549	0,72291	0,03474	3,0866	3,2232

Tablo 69: (devam) Türkiye'de Gelir Grubuna Göre Sigara Kullanan Katılımcıların ÖTV Ortalama Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları.

<i>Varyans Homojenliği:</i>		<i>Levene İstatistiği (0,894);S.d (6;426) p=0,439>0,05)'ne Göre <u>Varyanslar Homojen.</u></i>			
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	2,178	6	0,363	0,692	0,657
Grup İçi	223,585	426	0,525		
Toplam:	225,763	432			

Tablo 69'da Türkiye için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,657 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05 değerinden çok büyük olduğu ($0,657 > 0,05$) için aylık gelir gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında anlamlı fark bulunamamıştır. Buna göre H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 70: Azerbaycan'da Aylık Gelir Gruplarına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Gelir Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
0-250 AZN	98	3,3414	0,60338	0,06095	3,2205	3,4624
251-450 AZN	88	3,2212	0,72196	0,07696	3,0682	3,3741
451-650 AZN	70	3,5868	0,66870	0,07993	3,4274	3,7463
651-850 AZN	60	3,1449	0,60255	0,07779	2,9892	3,3005
851-1050 ZN	52	3,2456	0,73798	0,10234	3,0401	3,4510
1051-1250 AZN	40	3,2231	0,60036	0,09493	3,0311	3,4151

Tablo 70: (devam) Azerbaycan’da Aylık Gelir Gruplarına Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları.

Gelir Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
1251-1450 AZN	35	3,2220	0,73446	0,12415	2,9697	3,4743
1450 AZN'dan Fazla	32	3,2115	0,58681	0,10373	3,0000	3,4231
Toplam:	475	3,2925	0,66961	0,03072	3,2321	3,3528
Varyans Homojenliği:			Levene İstatistiği (1,195); S,d (7;467) p=0,304>0,05)'ne Göre Varyanslar Homojendir.			
Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	8,680	7	1,240	2,933	0,005	
Grup İçi	197,468	467	0,423			
Toplam:	206,149	474				

Tablo 70'de Azerbaycan için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,005 olduğunu görülmektedir. Bu değer 0,05'den küçük olduğu ($0,005 < 0,05$) için aylık gelir gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında anlamlı fark bulunmuştur. Buna göre H_0 hipotezi redd edilerek H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan’da yapılan araştırmanın ANOVA analiz sonuçları karşılaştırıldığında; her iki ülkede de aylık gelir gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında Türkiye için anlamlı fark yokken, Azerbaycan için ise anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye ve Azerbaycan’da “Aylık Gelir Gruplarına Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları Arasında Farkın olup, olmadığı” hipotezini test etmek ve bulguları yorumlamak için Tek Yönlü ANOVA Analizi yapılmış ve elde edilen bulgular

hem Tablo 71 ve 72'de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Aylık Gelir Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları Arasında Anlamı Fark Yoktur.

H_1 : Aylık Gelir Gruplarına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardı

Tablo 71: Türkiye’de Aylık Gelir Gruplarına Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

Gelir Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
0-2000 TL	104	3,4068	0,72547	0,07114	3,2657	3,5479
2001-3000 TL	114	3,3394	0,84611	0,07925	3,1824	3,4964
3001-4000 TL	87	3,4351	0,78361	0,08401	3,2681	3,6021
4001-5000 TL	44	3,3497	0,70079	0,10565	3,1366	3,5627
5001-6000 TL	40	3,4538	0,69128	0,10930	3,2328	3,6749
6001-7500 TL	31	3,2630	0,87182	0,15658	2,9432	3,5828
7500 TL'den Fazla	32	3,2452	0,60204	0,10643	3,0281	3,4623
Toplam:	452	3,3725	0,76433	0,03595	3,3019	3,4432
<i>Varyans Homojenliği:</i>			<i>Levene İstatistiği (1,581); S,d (6;445) p=(0,151>0,05)'ne Göre Varyanslar Homojendir.</i>			
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	1,766	6	0,294	0,500	0,808	
Grup İçi	261,707	445	0,588			
Toplam:	263,473	451				

Tablo 71'de Türkiye için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p değeri 0,808'dir. Bu değer 0,05 değerinden çok büyük olduğu ($0,808 > 0,05$) için aylık gelir gruplarına alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 72: Azerbaycan'da Aylık Gelir Gruplarına Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutumları Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

Gelir Grubu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama için 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
0-250 AZN	80	3,3096	0,52828	0,05906	3,1921	3,4272
251-450 AZN	78	3,2337	0,61893	0,07008	3,0942	3,3733
451-650 AZN	56	3,3420	0,57544	0,07690	3,1879	3,4961
651-850 AZN	57	3,3212	0,57456	0,07610	3,1687	3,4736
851-1050 AZN	39	3,2308	0,42096	0,06741	3,0943	3,3672
1051-1250 AZN	32	3,3245	0,57555	0,10174	3,1170	3,5320
1251-1450 AZN	33	3,2844	0,66381	0,11555	3,0490	3,5198
1450 AZN'dan Fazla	29	3,3289	0,47101	0,08746	3,1498	3,5081
Toplam:	404	3,2940	0,55972	0,02785	3,2392	3,3487
Varyans Homojenliği:			Levene İstatistiği (1,714); S,d (7;396) $p=0,104 > 0,05$'ne Göre <u>Varyanslar Homojendir</u>			
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	0,971	7	0,139	0,451	0,869	
Grup İçi	121,770	396	0,308			
Toplam:	122,741	403				

Tablo 72'de Azerbaycan için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p değeri 0,869'dur. Bu değer 0,05'den büyük olduğu ($0,869 > 0,05$) için aylık gelir gruplarına alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir

Türkiye ve Azerbaycan'da yapılan araştırmanın ANOVA analiz sonuçları karşılaştırıldığında; her iki ülkede deaylık gelir gruplarına alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında anlamlı farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre:

Türkiye ve Azerbaycan'da “Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Olup, Olmadığı” hipotezini test etmek ve bulguları yorumlamak için Tek Yönlü ANOVA Analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 73 ve 75’de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 73: Türkiye’de Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Günlük Sigara Kullanım Sıklığı	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Yarım Paketten Az	147	3,3182	0,78362	0,06463	3,1904	3,4459
Yarım Paket-1 Paket arası	192	3,0633	0,62015	0,04476	2,9750	3,1516
1 Paket-1,5 Paket Arası	75	3,0010	0,70711	0,08165	2,8383	3,1637
1,5 Paket-2 Paket Arası	12	3,5769	1,09648	0,31653	2,8803	4,2736
2 Paketten Fazla	7	3,1648	0,70561	0,26670	2,5123	3,8174
Toplam:	433	3,1549	0,72291	0,03474	3,0866	3,2232
<i>Varyans Homojenliği:</i>		<i>Levene İstatistiği (5,606);S.d (4;428) p=0,000 <0,05)'ne Göre Varyanslar Homojen Değildir. (Heterojendir).</i>				

Tablo 74: (devam) Türkiye'de Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	9,443	4	2,361	4,671	0,001
Grup İçi	216,320	428	0,505		
Toplam:	225,763	432			

Türkiye'de günlük sigara kullanım sıklığına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları için Anova analizi sonuçları Tablo 73'te yer almaktadır. Yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,001 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'den küçük olduğu ($0,001 < 0,05$) için *günlük sigara kullanım sıklığına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır*. H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 73'te görüldüğü gibi grupların varyansları Levene testi ile değerlendirildiğinde; p değeri 0,000'dır. Bu değer 0,05'den küçük olduğu ($0,000 < 0,05$) için, varyanslar heterojendir. Varyanslar heterojen olduğunda Çoklu Karşılaştırma testlerinden Tamhane testi uygulanmalıdır. Aşağıda Türkiye'de günlük sigara kullanım sıklığına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları için Çoklu Karşılaştırma (Post Hoc) Tamhane testi yapılmıştır.

Tablo 75: Türkiye'de Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin Çoklu Karşılaştırma (Post Hoc) Tamhane Test Değerleri

(I) S2- Sigara Kullanım Sıklığımız Nedir?	(J) S2- Sigara Kullanım Sıklığımız Nedir?	Ortalama Farklılık (I-J)	Standart Hata	P
	Yarım Paket-1 Paket arası	0,25486*	0,07861	0,013
	1 Paket-1,5 Paket Arası	0,31713*	0,10413	0,027
	1,5 Paket-2 Paket Arası	-0,25877	0,32306	0,997
	2 Paketten Fazla	0,15332	0,27442	1,000
	Yarım Paketten Az	-0,25486*	0,07861	0,013
	1 Paket-1,5 Paket Arası	0,06228	0,09311	0,999
	1,5 Paket-2 Paket Arası	-0,51362	0,31967	0,766
	2 Paketten Fazla	-0,10153	0,27043	1,000
	Yarım Paketten Az	-0,31713*	0,10413	0,027
	Yarım Paket-1 Paket arası	-0,06228	0,09311	0,999
	1,5 Paket-2 Paket Arası	-0,57590	0,32689	0,661
	2 Paketten Fazla	-0,16381	0,27891	1,000
	Yarım Paketten Az	0,25877	0,32306	0,997
	Yarım Paket-1 Paket arası	0,51362	0,31967	0,766
	1 Paket-1,5 Paket Arası	0,57590	0,32689	0,661
	2 Paketten Fazla	0,41209	0,41390	0,983
	Yarım Paketten Az	-0,15332	0,27442	1,000
	Yarım Paket-1 Paket arası	0,10153	0,27043	1,000
	1 Paket-1,5 Paket Arası	0,16381	0,27891	1,000
	1,5 Paket-2 Paket Arası	-0,41209	0,41390	0,983

***0, ortalama fark 0,05 seviyesinde anlamlıdır**

Türkiye'de günlük sigara kullanım sıklığına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları için, Çoklu Karşılaştırma (Post Hoc) Tamhane Test değerleri Tablo 74'de yer almaktadır. Tablonun son sütununda yer alan, anlamlılık değerleri 0,05' den küçük olan ikili karşılaştırmalara bakıldığında, farklılık yaratan grupların günlük "Yarım

Paketten Az ", "Yarım Paket-1 Paket" ve "1 Paket-1,5 Paket Arası" sigara kullanan gruplar olduğu söylenebilir.

Tablo 76: Azerbaycan'da Günlük Sigara Kullanım Sıklığına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Günlük Sigara Kullanım Sıklığı	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95%Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Yarım Paketten Az	166	3,3916	0,68770	0,05338	3,2862	3,4970
Yarım Paket-1 Paket Arası	233	3,3165	0,61955	0,04059	3,2366	3,3965
1 Paket-1,5 Paket Arası	58	3,1537	0,67930	0,08920	2,9751	3,3323
1,5 Paket-2 Paket Arası	8	2,7917	0,74001	0,26163	2,1730	3,4103
2 Paketten Fazla	10	3,4500	0,67266	0,21271	2,9688	3,9312
Toplam:	475	3,3168	0,65948	0,03026	3,2574	3,3763
Varyans Homojenliği:		<i>Levene İstatistiği (0,500);S,d (4;470)</i> <i>p=0,736>0,05)'ne göre <u>Varyanslar Homojendir</u></i>				
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	4,854	4	1,213	2,833	0,024	
Grup İçi	201,295	470	0,428			
Toplam:	206,149	474				

Tablo 75'de Azerbaycan için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,024 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'den küçük olduğu ($0,024 < 0,05$) için *günlük sigara kullanım sıklığına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunmuştur*. Buna göre. H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan'da yapılan araştırmanın ANOVA analiz sonuçları karşılaştırıldığında; her iki ülkede günlük sigara kullanım sıklığına göre sigara kullanan

katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alkol Kullanım Sıklığına Göre

Türkiye ve Azerbaycan'da “Alkol Kullanım Sıklığına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Farkın Olup, Olmadığı” hipotezini test etmek ve bulguları yorumlamak için Tek Yönlü ANOVA Analizi yapılmış ve elde edilen bulgular hem Tablo 76 ve 77’de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Alkol Kullanım Sıklığına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Alkol Kullanım Sıklığına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 77: Türkiye’de Alkol Kullanım Sıklığına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analiz Sonuçları

Alkol Kullanım Sıklığı	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Hergün	19	3,3765	0,78022	0,17899	3,0005	3,7526
Haftada birkaç gün	67	3,0907	0,62377	0,07621	2,9386	3,2428
Ayda Birkaç gün	366	3,4239	0,77733	0,04063	3,3440	3,5038
Toplam	452	3,3725	0,76433	0,03595	3,3019	3,4432
Varyans Homojenliği:		<i>Levene İstatistiği (2,242); S.d (2; 449) p=0,107>0,05'ne Göre Varyanslar Homojendir</i>				
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	6,289	2	3,145	5,490	0,004	
Grup İçi	257,183	449	0,654			
Toplam:	263,473	451				

Tablo 76'da Türkiye için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,004 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'den küçük olduğu ($0,004 < 0,05$) için *alkol kullanım sıklığına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunmuştur*. H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 77: Azerbaycan'da Alkol Kullanım Sıklığına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

Alkol Kullanım Sıklığı	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Hergün	17	3,1863	0,59258	0,14372	2,8816	3,4910
Haftada Birkaç Gün	161	3,3478	0,54267	0,04277	3,2634	3,4323
Ayda Birkaç Gün	226	3,2559	0,55385	0,03684	3,1833	3,3285
Toplam:	404	3,2896	0,55188	0,02746	3,2356	3,3436
Varyans Homojenliği		Levene İstatistiği (0,106); S.d (2; 401), $p=0,900 > 0,05$'ne Göre Varyanslar Homojendir.				
Varyansın kaynağı		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası		0,984	2	0,492	1,620	0,199
Grup İçi		121,757	401	0,304		
Toplam:		122,741	403			

Tablo 77'de Azerbaycan için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,99 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05'den büyük olduğu ($0,199 > 0,05$) için *alkol kullanım sıklığına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunamamıştır*. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan'da yapılan araştırmanın ANOVA analiz sonuçları karşılaştırıldığında; alkol kullanım sıklığına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında Türkiye için anlamlı fark varken, Azerbaycan'da ise anlamlı fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Faaliyet Alanına Göre

Türkiyeve Azerbaycan'da “Faaliyet Alanına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Farkın Olup, Olmadığı" hipotezini test etmek ve bulguları yorumlamak için Tek Yönlü ANOVA Analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 79 ve 80'de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Faaliyet Alanına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Faaliyet Alanına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 78: Türkiye'de Faaliyet Alanına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

Faaliyet Alanı	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin % 95 Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Devlet Memuru	106	3,1698	0,70243	0,06823	3,0345	3,3051
Özel Sektör Çalışanı	105	3,1304	0,76902	0,07505	2,9816	3,2792
Esnaf	33	3,2657	0,78378	0,13644	2,9878	3,5437
Emekli	65	3,1349	0,68560	0,08504	2,9650	3,3048
İşsiz	35	3,0945	0,76993	0,13014	2,8300	3,3590
Öğrenci	74	3,0852	0,65872	0,07657	2,9326	3,2379
Ev Hanımı	15	3,5487	0,73430	0,18960	3,1421	3,9554
Toplam	433	3,1549	0,72291	0,03474	3,0866	3,2232
Varyans Homojenliği:			Levene İstatistiği (0,355); S.d (6;426) $p=0,907>0,05$'ne Göre <u>Varyanslar Homojendir.</u>			
Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	3,331	6	0,555	1,063	0,384	
Grup İçi	222,432	426	0,522			
Toplam	225,763	432				

Tablo 78'de Türkiye için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında; p anlamlılık değerinin 0,384 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05 değerinden büyük olduğu ($0,384 > 0,05$) için, *faaliyet alanına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunamamıştır*. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 79: Azerbaycan'da Faaliyet Alanına Göre Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

Faaliyet Alanı	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin %95 Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Devlet Memuru	150	3,2723	0,67424	0,05505	3,1635	3,3811
Özel Sektör Çalışanı	127	3,3180	0,69308	0,06150	3,1963	3,4397
Esnaf	40	3,3212	0,69872	0,11048	3,0977	3,5446
Emekli	31	3,3548	0,80376	0,14436	3,0600	3,6497
İşsiz	34	3,1765	0,57425	0,09848	2,9761	3,3768
Öğrenci	92	3,2960	0,61220	0,06383	3,1692	3,4228
Ev Hanımı	1	3,6154				
Toplam:	475	3,2925	,66961	,03072	3,2321	3,3528
Varyans Homojenliği:		<i>Levene İstatistiği (1,256); S,d (5; 468) $p=0,282 > 0,05$'ne Göre Varyanslar Homojendir.</i>				
Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P	
Gruplar Arası	0,860	6	0,143	0,317	0,928	
Grup İçi	211,669	468	0,452			
Toplam:	212,529	474				

Tablo 79'da Azerbaycan için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,928 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05 değerinden çok büyük olduğu ($0,928 > 0,05$) için *faaliyet alanına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunamamıştır*. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan'da yapılan araştırmanın ANOVA analiz sonuçları karşılaştırıldığında; her iki ülkede de faaliyet alanına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye ve Azerbaycan'da "Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Olup, Olmadığı" hipotezini test etmek ve bulguları yorumlamak için Tek Yönlü ANOVA Analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 81 ve 82'de verilmiştir. H_0 Yokluk hipotezi ve H_1 Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H_0 : Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Yoktur.

H_1 : Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında Anlamlı Fark Vardır.

Tablo 80: Türkiye'de Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

Faaliyet Alanı	N	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin %95 Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Devlet Memuru	107	3,3976	0,72187	0,06979	3,2592	3,5359
Özel Sektör Çalışanı	114	3,3583	0,91085	0,08531	3,1893	3,5273
Esnaf	33	3,4079	0,79813	0,13894	3,1249	3,6909
Emekli	66	3,3334	0,74652	0,09189	3,1499	3,5170
İşsiz	34	3,3937	0,64129	0,10998	3,1699	3,6174
Öğrenci	83	3,2975	0,63453	0,06965	3,1589	3,4361
Ev Hanımı	15	3,7641	0,76894	0,19854	3,3383	4,1899
Toplam:	452	3,3725	0,76433	0,03595	3,3019	3,4432

Tablo 80: (devam) Türkiye'de Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

<i>Varyans Homojenliği:</i>		<i>Levene İstatistiği (2,599);S.d (6; 445) p=0,017>0,05)'ne Göre Varyanslar Heterojendir.</i>			
Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	3,015	6	0,502	0,858	0,525
Grup İçi	260,458	445	0,585		
Toplam:	263,473	451			

Tablo 80'de Türkiye için yapılan analizin sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,525 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05 değerinden çok büyük olduğu (0,525 >0,05) için faaliyet alanına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında fark bulunamamıştır. H₁ hipotezi reddedilerek, H₀ hipotezi kabul edilmiştir

Tablo 81: Azerbaycan'da Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

Çalışma Durumu	N	Ortalama (x̄)	Standart Sapma (s)	Ortalama Standart Hata (sh)	Ortalama İçin 95% Güven Sınırları	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Devlet Memuru	113	3,3749	0,57779	0,05435	3,2672	3,4826
Özel Sektör Çalışanı	123	3,2587	0,67671	0,06102	3,1379	3,3795
Esnaf	34	3,2941	0,71549	0,12271	3,0445	3,5438
Emekli	24	3,5795	0,73846	0,15074	3,2677	3,8914
İşsiz	29	3,1348	0,64859	0,12044	2,8881	3,3815
Öğrenci	79	3,2819	0,60942	0,06856	3,1454	3,4184
Ev Hanımı	2	3,9091	0,25713	0,18182	1,5989	6,2193
Toplam:	404	3,3121	0,64514	0,03210	3,2490	3,3752

Tablo 81: (devam) Azerbaycan'da Faaliyet Alanına Göre Alkol Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İçin ANOVA Analizi Sonuçları

<i>Varyans Homojenliği:</i>		<i>Levene İstatistiği (1,233);S,d (6; 397) p=0,288 >0,05)'ne göre Varyanslar Homojendir</i>			
Varyansın kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik derecesi (df)	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	4,221	6	0,703	1,708	0,118
Grup İçi	163,508	397	0,412		
Toplam:	167,729	403			

Tablo 81'de Azerbaycan için yeryapılan analizin sonuçlarına bakıldığında, p anlamlılık değerinin 0,118 olduğu görülmektedir. Bu değer 0,05 değerinden büyük olduğu ($0,118 > 0,05$) için *faaliyet alanına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında fark bulunamamıştır*. H_1 hipotezi reddedilerek, H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan'da yapılan araştırmanın ANOVA analizi sonuçları karşılaştırıldığında; her iki ülkede de, faaliyet alanına göre alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 82: ANOVA Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları

Hipotez No:	İfade	Türkiye	Azerbaycan
H5	Yaş gruplarına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Red
H6	Yaş gruplarına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Kabul
H7	Aylık gelir gruplarına sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Kabul
H8	Aylık gelir gruplarına alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutumları puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Red

Tablo 82: (devam) ANOVA Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları

H9	Günlük sigara kullanım sıklığına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Kabul	Kabul
H10	Alkol kullanım sıklığına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında fark vardır.	Kabul	Red
H11	Faaliyet alanına göre sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Red
H12	Faaliyet alanına göre alkol kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark vardır.	Red	Red

2.4.6. Faktörler Arasındaki İlişki ve Etkilerin Analizi

Araştırmada faktörler arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için korelasyon analizi, etkilerin belirlenebilmesi için ise regresyon analizi yapılmıştır. Korelasyon ve regresyon analizine ilişkin bulgular aşağıda yer almaktadır.

2.4.6.1. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Korelasyon analizi, iki ve daha fazla değişken arasında bir ilişkinin olup olmadığını gösteren ve eğer ilişki varsa bu ilişkinin derecesini ortaya koyan bir yöntemdir¹⁶⁶. Korelasyon analiz sonucunda hesaplanan korelasyon katsayısı (r) -1 ile +1 arasında bir değer alır. Korelasyon katsayısının +1 olması, iki değişken arasında mükemmel bir doğrusal ilişkinin olduğunu (x değeri bir birim artarken y değeri de bir birim artmaktadır) ifade eder. Diğer taraftan korelasyon katsayısı -1 değerinde ise, yine değişkenler arasında mükemmel bir ilişkinin olduğu kabul edilmekte, ancak bu durum ilişkinin yönünün negatif olduğu (x değeri artarken, y değeri azalmaktadır) anlamına gelir. Katsayı 0 (sıfır)

¹⁶⁶ Onur Sungur, "Korelasyon Analizi", *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5.b., ed. Şeref Kalaycı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 2010, s. 114.

olduğunda ise, değişkenler arasında herhangi bir ilişki olmadığını gösterir¹⁶⁷. H₀ Yokluk hipotezi ve H₁ Alternatif hipotezi aşağıdaki şekilde yazılabilir.

H₀: Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İle Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında İlişki Yoktur.

H₁: Sigara Kullanan Katılımcıların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları İle Alkol Kullanan Katılımcıların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Arasında İlişki Vardır.

Tablo 83: Türkiye ve Azerbaycan İçin Korelasyon Analizi Sonuçları

ÜLKE	Pearson Korelasyonu	SKÖTVTÖ	AKÖTVTÖ
	Pearson Correlation	1	0,627**
	P (Anlamlılık)		0,000
	Kovaryans	0,523	0,356
	N	433	375
	Pearson Correlation	0,627**	1
	P (Anlamlılık)	0,000	
	Kovaryans	0,356	0,584
	N	375	452
** . Korelasyon 0,01 seviyesinde anlamlıdır.			
	Pearson Correlation	1	0,570**
	P (Anlamlılık)		0,000
	Kovaryans	0,435	0,209
	N	475	369
	Pearson Correlation	0,570**	1
	P (Anlamlılık)	0,000	
	Kovaryans	0,209	0,305
	N	369	404

¹⁶⁷ Gürbüz, a.g.e., s. 256.

Türkiye ve Azerbaycan'da sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları ile alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları için Korelasyon analizi sonuçları. Tablo 83'de yer almaktadır. Türkiye'de araştırmaya katılan sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları ile alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları sürekli değişkenler olup, normal dağılıma uyduklarından parametrik korelasyon olan **Pearson Korelasyon** analizi ile test edilmiştir. Burada sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları ile alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasındaki pearson korelasyon katsayısı $r=0.627$ olarak bulunmuştur. Bu değer $0,50 < r < 0,69$ arasında olduğundan, *iki değişken arasında pozitif yönde ve orta düzeyde ilişki vardır*. H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Azerbaycan'da araştırmaya katılan sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları ile alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları sürekli değişkenler olup, Normal dağılıma uyduklarından parametrik korelasyon olan **Pearson Korelasyon** analizi ile test edilmiştir. Burada sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları ile alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasındaki pearson korelasyon katsayısı $r=0.570$ olarak bulunmuştur. Bu değer $0,50 < r < 0,69$ arasında olduğundan, *iki değişken arasında pozitif yönde ve orta düzeyde ilişki vardır*. H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan'da yapılan araştırmanın Korelasyon analiz sonuçları karşılaştırıldığında; sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları ile alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları arasında pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 84: Korelasyon Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları

Hipotez	İfade	Türkiye	Azerbaycan
H13	Sigara kullanan katılımcıların, ortalama ÖTV tutum puanları ile alkol kullanan katılımcıların ortalama ötv tutum puanları arasında ilişki vardır.	Kabul	Kabul

2.4.6.2. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Regresyon analizi, bir bağımlı değişken ile bir veya birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılan bir analiz yöntemidir¹⁶⁸. Bu araştırmada kategorik Likert Puanlaması (1,...,5) kullanılmıştır. Likert Puanlaması literatürde sürekli değişken olarak değerlendirilerek ortalamalar üzerinden tanımlanan normallik varsayımını sağlayan 2 tutum puan değişkeni için Basit Doğrusal Regresyon Analizi yapılabilir.

Yapılan analizde Türkiye ve Azerbaycan'da alkol kullananların ÖTV'ye ilişkin ortalama tutumlarını açıklamak için, Türkiye ve Azerbaycan'da sigara kullananların ÖTV'ye ilişkin tutum değişkeni ile regresyon modeli kurulmuştur. Y bağımlı ve X bağımsız değişkenleri olmak üzere doğrusal regresyon denkleminin parametrelerini tahmin etmek üzere:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \varepsilon$$
 şeklinde model kurulmuştur.

β_0 =Sabit Terim, y =Alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları, x_1 =Sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları değişkenlerini ifade etmektedir.

H₀: Sigara Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları, Alkol Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Üzerinde Etkili Değildir.

H₁: Sigara Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları, Alkol Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Üzerinde Etkilidir.

Tablo 8578: Sigara Kullananların, Ortalama ÖTV Tutum Puanları, Alkol Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Üzerinde Etkilidir. Hipotezine İlişkin Model Özeti

ÜLKE	Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Standart Hatası
TÜRKİYE	1	0,627 ^a	0,393	0,392	0,60413
AZERBAYCAN	1	0,570 ^a	0,324	0,323	0,45886

¹⁶⁸ Türker Baş, *Anket*, 7.b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2013, s. 155.

Tablo 85'de model özeti yer almaktadır. R^2 bağımsız değişkeni Türkiye ve Azerbaycan'da alkol kullananların ortalama ÖTV'ye tutum puanında, toplam varyansın yüzde kaçının Türkiye ve Azerbaycan'da sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanı değişkeni tarafından açıklandığını gösteren determinasyon katsayısıdır. Tablo 85'de görüldüğü gibi Türkiye için analizde çoklu belirlilik katsayısı $R^2= 0,393$ olarak bulunmuştur. Bu değer Türkiye'de alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarının % 40'ının Türkiye'de sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir.

Yine Tablo 85'de görüldüğü gibi Azerbaycan için analizde çoklu belirlilik katsayısı $R^2= 0,324$ olarak bulunmuştur. Bu değer Azerbaycan'da alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarının % 32'sinin Azerbaycan'da sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları değişkeni tarafından açıklandığını göstermektedir.

Regresyon denkleminin genel anlamda yararlı olup olmadığını belirlemek için varyans analizi (F testi) yapılmıştır.

Tablo 86: “Sigara Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları, Alkol Kullananların ÖTV Tutum Puanları Üzerinde Etkilidir” Hipotezine İlişkin Analiz Tablosu. (F testi)

<i>Türkiye'de Yapılan Araştırmanın Regresyon Analizi ANOVA Değerleri</i>					
Model	Kareler Toplamı	Sd.	Ortalama Kare	F	P
Regresyon	88,243	1	88,243	241,780	0,000
Artık	136,134	373	0,365		
Toplam:	224,377	374			
<i>Azerbaycan'da Yapılan Araştırmanın Regresyon Analizi ANOVA Değerleri</i>					
Regresyon	37,114	1	37,114	176,266	0,000
Artık	77,274	367	0,211		
Toplam:	114,388	368			

“Sigara Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları, Alkol Kullananların Ortalama ÖTV Tutum Puanları Üzerinde Etkilidir” hipotezine ilişkin analiz değerleri Tablo 86’da yer almaktadır. Tabloda da görüldüğü gibi Türkiye için, $F= 241,780$ $p=0,000$ bulunmuştur. p değeri istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,05$) bulunmuştur. Böylece Türkiye’de alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanları ve sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları arasında doğrusal bir ilişki söz konusudur.

Tablo 86’da görüldüğü gibi Azerbaycan için, $F= 176,266$, $p=0,000$ bulunmuştur. p değeri istatistiksel olarak anlamlı ($p< 0,05$) bulunmuştur. Böylece Azerbaycan’da alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanları ve sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları arasında doğrusal bir ilişki söz konusudur.

Türkiye ve Azerbaycan’da yapılan araştırmanın Regresyon Analizi ANOVA Değerleri karşılaştırıldığında; alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanları ile sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları arasında doğrusal bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Bağımsız değişkenlerin etkisini görebilmek için katsayılar tablosuna bakılmıştır. Tablo 98’de model tahmini sonucunda elde edilen parametre değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri gösterilmektedir:

Tablo 87: Regresyon Analizinden Elde Edilen Katsayılar

<i>Türkiye’de Yapılan Araştırmanın Regresyon Analizinden Elde Edilen Katsayılar</i>					
	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayı		
	B	Std. Error	Beta		
(Sabit)	1,305	0,137		9,499	0,000
SKÖTVTÖ	0,662	0,043	0,627	15,549	0,000
<i>Azerbycan’da Yapılan Araştırmanın Regresyon Analizinden Elde Edilen Katsayılar</i>					
(Sabit)	1,689	0,122		13,837	0,000
SKÖTVTÖ	0,483	0,036	0,570	13,277	0,000

Tablo 87’de görüldüğü gibi Türkiye için alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını açıkalmada sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları ($p= 0,000<0,05$) bireysel anlamlılığa sahiptir. Ayrıca modelde yer alan sabit terim de istatistiksel olarak anlamlıdır.

Modelde sabit terim 1,305 olarak bulunmuştur. Sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarındaki parametresine ait değer 0,662’dir. Sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarındaki bir birimlik değişiklik alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını 0,662 birim arttırmaktadır. Buna göre *sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları, alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını pozitif yönde etkilemektedir.* H_0 hipotezi reddedilerek H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Yine Tablo 87’de görüldüğü gibi Azerbaycan için alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını açıkalmada sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları ($p= 0,000 <0,05$) bireysel anlamlılığa sahiptir. Ayrıca modelde yer alan sabit terim de istatistiksel olarak anlamlıdır.

Modelde sabit terim 1,689 olarak bulunmuştur. Sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarındaki parametresine ait değer 0,483’dür. Sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarındaki bir birimlik değişiklik alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını 0,483 birim arttırmaktadır. Buna göre *sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları, alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını pozitif yönde etkilemektedir.* H_0 hipotezi reddedilerek H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 88: Regresyon Analizine İlişkin Hipotez Testlerinin Sonuçları

Hipotez No:	İfade	Türkiye	Azerbaycan
H14	Sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanları üzerinde etkilidir.	Kabul	Kabul

SONUÇ

Sigara ve alkol üzerinden alınan vergiler 16. yy ortalarından itibaren ilk olarak Avrupa’da uygulanmaya başlanmıştır. Günümüzde de birçok ülke tarafından uygulanmaya devam edilmektedir. Gelir sağlama amacı geçmişte olduğu gibi günümüzde de birçok ülkeyi bu vergileri uygulamaya teşvik etmektedir. Zira bu ürünler az sayıda üretici tarafından üretilmekte, kolay bir şekilde sınıflandırılmakta ve yaygın olarak kullanılmaktadır. Sigaranın ve alkolün küresel olarak bulaşıcı olmayan salgın hastalıkları başlıca nedeni olduğu sosyal ve ekonomik açıdan topluma önemli yük yüklediği görülmektedir. Sigara ve alkolün zararları ortaya çıktıkça devletler alkol ve sigara ile vergi ve vergi dışı kamusal politikalar aracılığıyla daha yoğun bir şekilde mücadele etmeye başlamışlardır. Özellikle uygulanan ağır vergiler vasıtasıyla alkol ve sigara kullanımının azaltılması veya tamamen durdurulması amaçlanmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye ve Azerbaycan Cumhuriyeti’nde ÖTV zam ve indirimlerin sigara ve alkol kullananlar üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmış ve bu kapsamda Türkiye ve Azerbaycan’da anket araştırması yapılmıştır. Türkiye ve Azerbaycan’da araştırmaya katılanlar sadece sigara kullanan, sadece alkol kullanan ve hem sigara hem de alkol kullananlar olarak üç kategoriye ayrılmıştır. Ankette ÖTV zam ve indirimlerinin sigara ve alkol kullanımı üzerinde nasıl bir etki yarattığını açıklamaya yönelik sorular sorulmuştur. İlk olarak katılımcıların sigara ve alkol kullanımı etkileyen ÖTV zam ve indirimlerine yönelik ölçeklerin frekans analizi yapılmıştır. İkinci olarak ölçeklerin betimsel özellikleri ve normal dağılımları ortaya koyulduktan sonra, istatistik tutum ölçeklerine ait iç tutarlılık anlamında Chonbach Alfa (α) güvenilirliğine bakılmıştır. Üçüncü olarak Türkiye ve Azerbaycan’da “sigara kullananların ÖTV’ye yönelik tutumları” ve “alkol kullananların ÖTV’ye yönelik tutumlarını” ölçmeye ilişkin oluşturulan faktörler ile katılımcıların demografik özellikleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığına ilişkin farklılık testleri yapılmıştır. Cinsiyet ve medeni durum gibi ikil grup arasındaki farklılıkların tespiti için t-testinden, yaş, eğitim durumu, faaliyet alanı, aylık gelir gibi üç ve daha fazla grup arasındaki farklılıkların tespiti için Anova (Varyans), corelasyon ve basit

doğrusal regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Türkiye’de araştırmaya katılanların % 11,4’ü sadece sigara, % 15,1’i sadece alkol, % 73,5’i ise hem sigara hem de alkol kullanmaktadır. Azerbaycan’da ise araştırmaya katılanların % 21,6’sı sadece sigara, % 6,9’u sadece alkol, 71,5’i ise hem sigara hem de alkol kullanmaktadır. Elde edilen verilere göre her iki ülke karşılaştırıldığında, Azerbaycan’da sadece sigara kullananların oranının Türkiye’den fazla olduğu, Türkiye’de ise sadece alkol kullanım oranının Azerbaycan’dan fazla olduğu görülmektedir. Ancak hem sigara hem de alkol kullanım oranının Türkiye’de fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sigara ve alkol kullanım oranının bu denli yaygın olması ekonomik ve sosyal açıdan negatif dışsallıklar yaratan sigara ve alkol ile mücadele edilmesinin önemini göstermektedir.

Çalışmada alkol ve sigara kullanımı demografik özellikler açısından değerlendirildiğinde ise;

- Türkiye ve Azerbaycan’da erkeklerin kadınlara göre daha fazla sigara ve alkol kullandığı,
- Her iki ülkede de gençler arasında sigara kullanım oranının arttığı,
- Her iki ülkede de yaş arttıkça kişilerin alkol kullanımının arttığı,
- Hem Türkiye hem de Azerbaycan’da araştırmasonuçlarında eğitim seviyesi arttıkça kişilerin sigara kullanım eğilimlerinin, oranlarının arttığı,
- Türkiye’de orta gelir grubunda sigara kullanımı orta gelir grubunda bir alt gelir grubuna göre yüksek iken, Azerbaycan’da ise az düşük gelir grubunda sigara kullanımı daha yüksek olduğu,
- Hem Türkiye hem de Azerbaycan’da gelir arttıkça alkole harcanan tutarın arttığı görülmektedir.

Çalışmada Türkiye ve Azerbaycan'da katılımcıların ÖTV tutum ölçeğine ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde ise;

- Türkiye'de sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcıların büyük çoğunluğu *sigara ve alkol üzerinden alınan ÖTV'nin çok yüksek olduğunu*, buna karşın Azerbaycan'daki sigara kullanan katılımcıların sigara üzerinden alınan ÖTV'nin çok yüksek olduğunu, alkol üzerinden alınan ÖTV'nin ise yüksek olmadığını görmektedir.
- Her iki ülkede de katılımcıların çoğunluğu, *ÖTV indiriminin alkol ve sigara kullanımını artıracaklarını ifade etmişlerdir.*
- Sigaraya ve alkole uygulanan *ÖTV zammını*, Türkiye'deki katılımcıların büyük çoğunluğunun *adaletsiz*, buna karşın Azerbaycan'daki katılımcıların büyük çoğunluğunun ise *adil* olarak nitelendirdikleri görülmektedir.
- Her iki ülkede de katılımcıların büyük çoğunluğunun *sigaraya ve alkole uygulanan ÖTV zamlarının kaçak sigara, açık tütün ürünleri ve alkolkullanımını artıracaklarını ifade etmişlerdir.*
- Her iki ülkede de sigara ve alkol kullanan katılımcılar *ÖTV zamlarının daha pahalı alkol, sigara ve tütün ürünlerinin kullanımını engellediğini ifade etmişlerdir.*
- Türkiye'de sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcıların sigaraya ve alkole uygulanan *ÖTV'nin her bakımdan doğru olmadığını*, Azerbaycan'da ise sigara kullanan katılımcıların *sigaraya uygulanan ÖTV'nin her bakımdan doğru olduğunu*, buna karşın *alkole uygulanan ÖTV'nin her bakımdan doğru olmadığını ifade etmişlerdir.*
- Türkiye'de sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcılar sigaraya ve alkole uygulanan *ÖTV'nin gelişmiş ülkelere göre çok yüksek olduğunu buna karşın Azerbaycan'daki sigara kullanan katılımcıların ise, sigaradan alınan ÖTV'nin gelişmiş ülkelere göre daha yüksek alkolden alınanın ise daha yüksek olmadığını ifade etmişlerdir.*

- Her iki ülkede de sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcıların *sigara ve alkole uygulanan ÖTV'den elde edilen gelirin devlet için önemli bir gelir kaynağı olduğunu ifade etmişlerdir.*
- Türkiye'deki sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcıların *sigara ve alkol kullanımının azaltılmasında ÖTV'nin artırılmasının en etkili yöntem olmadığını, buna karşın, Azerbaycan'daki sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcılar ise en etkili yöntem olduğunu ifade etmişlerdir.*
- Türkiye'de sigara ve alkol kullanan katılımcılar *sigara ve alkol üzerindeki ÖTV zammı ödeyemeyeceği kadar çok yüksek olursa, sigara için kullanmayı bırakmayı düşünmezken alkol için düşündükleri buna karşın Azerbaycan'daki katılımcıların ise alkol ve sigarayı bırakmayı düşündükleri görülmektedir.*
- Türkiye'deki sigara ile alkol kullanan katılımcıların, *sigara üzerinde en son uygulanan ÖTV zammından sonra sigara kullanımını azaltmazken alkol kullanımını azalttıkları Azerbaycan'daki katılımcıların hem alkol hem sigara kullanımını azalttıkları görülmektedir.*
- Her iki ülkede sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcıların *sigara ve alkol üzerindeki ÖTV azaltılıp satış fiyatında düşüş olsa sigara kullanımının artacağını ifade etmişlerdir.*
- Türkiye'de sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcılar, *aşırı sigara ve alkol kullanımı topluma önemli maliyetler yüklediği için sigaranın ve alkolün yüksek oranda vergilendirilmesinin doğru olmadığını Azerbaycan'da ise; sigara kullanan katılımcılar ile alkol kullanan katılımcılar ise doğru olduğunu düşündükleri görülmektedir.*

Türkiye ve Azerbaycan'da katılımcıların demografik özellikleri ile sigaraya yönelik ÖTV tutum puanlarına ilişkin yapılan farklılık testi sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

Türkiye'de cinsiyete göre sigara kullanan katılımcıların sigaraya yönelik ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunmuştur. Kadınlar erkeklere göre ÖTV zam ve indirimlerinin sigara kullanımı üzerinde daha fazla etkili olduğunu ve ÖTV'nin bir yük olduğunu düşünmektedir. Bu farklılık kadınların, erkeklere nazaran çalışma hayatında daha az aktif olmalarına bağlanabilir. Türkiye'de sigara kullanan katılımcıların medeni durumuna göre ÖTV tutum puanları arasında bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Azerbyacan'da ise sigara kullanan katılımcıların cinsiyet ve medeni durumuna göre ÖTV tutum puanları arasında bir fark olmadığı sonucu elde edilmiştir.

Türkiye'de aylık gelir grubuna göre sigara kullana katılımcıların ÖTV tutum puanları arasında bir fark tespit edilmemiştir. Ancak Azerbaycan'da bu iki grup arasında anlamlı farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu farklılık Azerbaycan'da düşük gelir grubunun diğer gelir gruplarına (orta ve yüksek gelir grubu) nazaran sayı itibariyle üstünlük sağlaması ve sigara fiyatlarının yüksek olması nedeniyle ÖTV'nin daha fazla hissedilmesine bağlanabilir. Her iki ülkede de faaliyet alanına göre sigara kullanan katılımcıların, ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark olmadığı tespit edilmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan'da katılımcıların demografik özellikleri ile alkole yönelik ÖTV tutum puanlarına ilişkin yapılan farklılık testi sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Türkiye ve Azerbaycan'da cinsiyete ve medeni duruma göre alkol kullanan katılımcıların alkole yönelik ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark tespit edilmemiştir.

Her iki ülkede de aylık gelir gruplarına göre alkol kullanan katılımcıların, alkole yönelik ÖTV tutumları puanları arasında anlamlı fark bulunamamıştır. Azerbaycan'da sigaradan farklı olarak, alkollü içecek çeşitlerinin çok fazla olması bu ürünlerde fiyat

farklılığı yaratmaktadır. Kalite farklıya istenilen fiyatta alkol ürünleri bulanması nedeniyle Azerbaycan'da alkol kullanımını çok yaygındır.

Türkiye'de alkol kullanım sıklığına göre alkol kullanan katılımcıların ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark tespit edilmiştir. Türkiye'de "Alkol Kullanım Sıklığınız Nedir"? sorusuna büyük çoğunluğunun (% 81) ayda bir kaç gün kullandıkları yanıtını verdiği görülmektedir. Bu farklılık alkol üzerinden alınan vergilerin yüksek olmasına bağlanabilir. Azerbaycan'da ise alkol kullanım sıklığına göre alkol kullanan katılımcıların ÖTV tutum puanları arasında anlamlı fark bulunamamıştır. Azerbaycan'da "Alkol Kullanım Sıklığınız Nedir"? sorusuna büyük çoğunluğunun haftada bir kaç gün (% 40) ve ayda bir kaç gün (% 55,8) kullandıkları yanıtını verdiği görülmektedir. Bunun nedenin yukarıda belirtildiği gibi alkol fiyatlarının düşmesi olduğu söylenebilir.

Çalışmada yer alan "sigara yönelik ÖTV tutum puanları", "alkole yönelik ÖTV tutum puanları", faktörlerinden hareketle oluşturulan araştırma modeline ilişkin hipotezler ise korelasyon ve regresyon analiziyle test edilmiştir. Her iki ülkede de korelasyon analizi sonuçlarına göre sigara yönelik ÖTV tutum puanları ile alkole yönelik ÖTV tutum puanları arasında pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye ve Azerbaycan'daki araştırmada Faktörler arasındaki ilişkilerin tespitinden sonra araştırma modeli kapsamında oluşturulan, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için $y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \varepsilon$ şeklinde regresyon modeli kurulmuştur. β_0 =Sabit Terim, y = Alkol kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları, x_1 =Sigara kullanan katılımcıların ortalama ÖTV tutum puanları değişkelerini ifade etmektedir. Her iki ülkede de alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanları ile sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları arasında doğrusal bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Türkiye için sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarındaki parametresine ait değer 0,662'dir. Sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarındaki bir birimlik değişiklik alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını 0,662 birim arttırmaktadır. Buna göre *sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları, alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını pozitif yönde etkilemektedir*. Azerbaycan için ise sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarındaki parametresine ait değer 0,483'dür. Sigara kullananların ortalama ÖTV tutum

puanlarındaki bir birimlik değişiklik alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını 0,483 birim arttırmaktadır. Buna göre *sigara kullananların ortalama ÖTV tutum puanları, alkol kullananların ortalama ÖTV tutum puanlarını pozitif yönde etkilemektedir.*

Bu sonuçlardan hareketle sigara ve alkol üzerinde uygulanan ÖTV göz önüne alındığında, sigara ve alkol kullanıcılarının görüşleri ile ÖTV uygulamalarının örtüşmediği görülmektedir. Mevcut vergi politikalarının genellikle etkinlik temeli bir vergilemeye cevap verecek şekilde uygulandığı görülmektedir. Ancak söz konusu ürünlerin kullanıcılarının tercihlerine uygun olmayan bu vergileme sosyal fayda amacının da gerçekleşmesini engellemektedir. Sigara ve alkol kullanıcılarının bu ürünler üzerinde ÖTV'nin yüksek olduğunu düşündükleri halde sigara ve alkol kullanımını bırakmalarının çok zor olduğunu görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre yüksek oranda uygulana ÖTV, bu ürünlerin tüketimini azaltmak yerine kaçak sigara ve alkol kullanımını arttırdığı gözlemlenmektedir. “Sigara ve alkol kullanımının kısıtlanmasına en etkili yöntem nedir”? sorusuna Türkiye’deki katılımcıların çoğunluğu (% 46,5) radyo televizyon gibi iletişim araçlarında sigara ve alkole yönelik bilinçlendirme kampanyalarının artırılması cevabını vermiştir. Çok az kişi (% 19,6’) sigara ve alkol ürünleri üzerinde ÖTV’nin artırılması gerektiğini belirtmiştir. Azerbaycan’da ise katılımcıların çoğunluğu (% 45,5) sigara ve alkol ürünleri üzerinde ÖTV’nin artırılması, % 32,9’unun radyo televizyon gibi iletişim araçlarında sigara ve alkole yönelik bilinçlendirme kampanyalarının artırılması gerektiğini cevabını vermiştir. Sigara ve alkol üzerinde uygulana ÖTV’nin Türkiye’ye göre Azerbaycan’da daha başarılı olduğunu söylenebilir.

Devletler sigara ve alkol üzerinde yüksek oranla ÖTV uygulamakla bu ürünlerin kullanımını azaltılmasında yeteri kadar etkili olmadığı görülmektedir. Devletler alkol ve sigara üzerinden tahsil ettikleri vergileri sigara ve alkol kullanımını azaltmaya yönelik eğitim programlarının finansmanı için kullanılmalıdır. Sigara ve alkol bağımlılığından kurtulma hattı ve ücretsiz ve kolay ulaşılabilir olmalıdır. Tiryakilerin sigara ve alkol bağımlılığını yenebilmeleri için, tedavi ve ilaçta devlet desteği artırılmalıdır. Bunlara ek olarak ilkokul çağlarından itibaren çocuklara insan sağlığının ne kadar değerli olduğu ve sigara ve alkol kullanımının yol açtığı zararlar üzerine eğitim verilmelidir. Sigara ve alkol bağımlılığı ile

mücadelede sosyal medya kampanyaları alkol ve sigara paketleri üzerindeki alkol ve sigaranın zararlarına yönelik yazılı ve resimli görseller daha etkili olduğu için bu konudaki çalışmalar yoğun bir şekilde devam ettirilmelidir. Sigara ve alkol kullanmayanların çalıştıkları kurumlarda ayrıcalıklı olarak görev ve yetki verilirken dikkate alındığı uygulamalarda son zamanlarda göze çarpan düzenlemelerdir.

KAYNAKÇA

- ALTUNIŞIK Remzi, Recai COŞKUN, Serkan Bayraktaroğlu, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 7.b., Sakarya: Sakarya Yayıncılık, 2012.
- ALTIOK Seçkin, *Avrupa Birliği İle İlişkiler Çerçevesinde Özel Tüketim Vergisi Uygulaması ve Türkiye Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), İsparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.
- ATEŞ Müge Seda, *Türkiye’de Özel Tüketim Vergisi Uygulaması*, (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.
- AVCI Orçun, Zeynep DEMİRCİ, “Türkiye’de Günah Vergisi Olarak ÖTV III Sayılı Listenin İncelenmesi”, *Maliye Araştırmaları 1*, ed. Adnan Gerçek, Özhan Çetinkaya, Ekin Yayınları, Bursa: 2017, ss. 47-60.
- AYAS Işıl, *Obezite ile Mücadelede Obezite Vergilerinin Algılanan Etkinliği*, (Doktora Tezi), Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016.
- Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi 2020. <https://www.stat.gov.az/>, (04.05.2020).
- Azərbaycan Respublikası Səhiyyə Nazirliyi, *Tütünlə Mübarizə və Vətəndaş Cəmiyyəti*, 3 Noyabr 2017, <http://sehiyye.gov.az/main/1856-ttnl-mbariz-v-vtnda-cmiyyti-mvzusunda-dyi-rmi-masa-olunub.html>, (10.09.2020).
- Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi, 2020, <https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi> (03.04.2020).
- Azərbaycan Respublikasının Qanunu “Tütünə Qarşı Mübarizə Haqqında” ÜST’nin (Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı) Çərçivə Konvensiyasına Qoşulmaq Barəsində, 20 Sentyabr 2005, <http://www.e-qanun.az/framework/10757>, (10.09.2020).

Azərbaycanda Multisektoral Tütünlə Mübarizə Mexanizmlərinin Təkmilləşdirilməsi” Layihəsi, 1 Ekim 2018, <https://isim.az/ru/project-view/8>, (10.09.2020).

BABB Stephen, Ann MALARCHER, Gillian SCHAUER vd., “Quitting Smoking Among Adults United States, 2000–2015”, *Morbidity and Mortality Weekly Report*, Vol. 65, No. 52, 2017, ss.1457-1464.

BABOR Tomas, “Alcohol: No Ordinary Commodity—A Summary of the Second Edition”, *The Author. Journal Compilatio*, 15 February 2010, <https://www.ndphs.org/documents/2253/Baboralc%20no%20ordinary%20comm%20second%20editio> np d, (09.09.2020).

BADENES-PLÁ Nuria, Andrew M. JONES, “Addictive Goods and Taxes: A Survey from An Economic Perspective”, *Hacienda Pública Española/Revista de Economía Pública*, Vol. 167, No. 4, 2003, ss. 123-153.

BADER Pearl, David BOISCLAIRVE, Roberta FERRENCE, “Effects of Tobacco Taxation and Pricing on Smoking Behavior in High Risk Populations: A Knowledge Synthesis”, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2011, Vol. 8, No. 11, ss. 4118-4139.

BAĞIROV İ., T. TAĞIYEV, *Vergi Məcəlləsinin Xüsusi Hissəsinin Praktiki İzah*, Bakı: Zərdabi Nəşriyyatı, 2019.

BARBER Sarah, Sri M. ADIOTOMO, Ahsan ABDİLLAH, “Tobacco Economics in Indonesia”, *International Union Against Tuberculosis and Lung Disease*, 2008, ss. 1-96.

BAŞ Türker, *Anket*, 7.b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2013.

BECKER Gary, Kevin M. MURPHY, “A Theory of Rational Addiction” *Journal of Political Economy*, Vol. 96, 1988, ss. 675-700.

- BEŞER Hizarici Berna, Aşkan HATICE, “Türkiye’de Sigara Bağımlılığını Azaltmada Sigara Vergilerinin Etkisi”, *Strategic Public Management Journal*, Sayı. 9, 2019, ss. 65-78.
- BİLİR Nazmi, Dilek ASLAN, “Dünyada, Türkiye’de ve Hacettepe’de Tütün Kontrolü Çalışmaları”, *Hacettepe Tıp Dergisi*, Cilt. 26, Sayı. 2, 2005, ss. 75-79.
- BLECHER Evan, “The Impact of Tobacco Advertising Bans on Consumption in Developing Countries”, *Journal of Health Economics*, Vol. 27, No. 4, 2008, ss. 930-942.
- BULUT Cihan, Elçin SÜLEYMANOV, *Dövlət Maliyesi*, Bakı: Qafqaz Ünversteti Nəşriyyatı, 2013.
- BUYRUKOĞLU Selcuk, Doğan BOZDOĞAN, Altuğ M. KÖKTAŞ, “Paternalist Devlet Anlayışının Bir Gereği Olarak Günah Vergileri: Türkiye Örneği”, *Niğde, N.Ü.İ.İ B.F.D.*, Cilt:9, Sayı:3, 2016, ss. 15-31.
- BUZRUL Sencer, “Türkiye’de Alkollü İçki Tüketimi”, *Journal of Food and Health Science*, Cilt. 2, Sayı. 1 2016, s. 112-122.
- BÜYÜKBALKAN Uğur, “Özel Tüketim Vergisi”, *Mali Çözüm Dergisi*, Sayı:60, 2002, ss. 17-26.
- CHALOUPKA Frank, “Lisa POWELL, Kenneth E WARNER, “The Use of Excise Taxes to Reduce Tobacco, Alcohol, and Sugary Beverage Consumption”, *Annual. Review of. Public Health*, Vol. 40, 2019, ss.187-201.
- CHIOU Lesley, Erich J MUEHLEGGER. “Consumer Response to Cigarette Excise Tax Changes”, *National Tax Journal*, Vol. 67, No. 3, 2014, ss. 621-650.
- CLARKE Harry, “The Economist’s Way of Thinking About Alcohol Policy”, *A Journal Policy Analysis and Reform*, Vol. 15, No. 2, 2008, ss. 27-42.

- COOK Richard vd., “How Well Does the Theory of Planned Behaviour Predict Alcohol Consumption. A Systematic Review and Meta Analysis”, *Health Psychology Review*, Vol. 10, No. 2, 2016, ss. 148-167.
- COTTER Trish vd., “Knowledge and Beliefs About Alcohol Consumption, Longer-Term Health Risks, and The Link With Cancer in A Sample of Australian Adults”, *N. S. W. Public Health Bulletin*, Vol. 24, No. 2, ss. 81-86.
- ÇAPAR Mustafa, “Özel Tüketim Vergisi ve Türkiye Uygulaması”, *Sayışay Dergisi*, Sayı. 52, 2004, ss. 121-134.
- DENİZ Turan, Ali YURDAKUL, “Zararlı Alışkanlığı Önlemeye Yönelik Bir Araç Olarak Günah Vergileri ve Etkinliği”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, Sayı. 2, 2009, ss. 1-13.
- DİAMOND Peter A., “Consumption Externalities and Imperfect Corrective Pricing”, *The Bell Journal of Economics and Management Science*, Vol. 4, No. 2, 1973, ss. 526-538.
- DÖKMEN Gökhan, Mehmet PEKKAYA, Nurseda SAYMAZ, “Sigara Bağımlılığı ve Devletin Sigara Tüketimi ile Mücadele Yöntemleri Arasındaki İlişki”, *Maliye Dergisi*, Sayı. 176, 2019, ss. 599-623.
- DSÖ, *MPOWER Tütün Salgınına Kontrol Etmeye Yönelik Politika Paketi*, 2008, http://saglikenstitusu.org.tr/Images/Filemanager/mpower_dso.pdf, (13.09. 2020).
- EDİZDOĞAN Nihat, Ali ÇETİNKAYA, “Vergilerin Ekonomik Analizi”, 2. b., Bursa: Dora Yayınları, 2012.
- ƏLİYEVƏ Nuranə, *Vergi Muafiyet ve İstisnaları ve İşletme Kararları Üzerine Etkileri: Azərbaycan Örneği*, (Lisans Bitirme Tezi), Bakü: Azərbaycan Devlet İktisat Üniversitesi Türk Dünyası İşletme Fakültesi, 2017.

EROĞLU Onur, “Osmanli Devleti’nin Son Dönemlerinden Cumhuriyet’in İlk Yillarına Kamu Maliyesi”, *İmzir, D.E.Ü.H.F.D.*, Cilt. 12, Özel S., 2012, ss. 57-89.

EYYUBOV Veysəl, *Bütçə və Vergi Sistemi*, Bakı: Elm Nəşriyyatı, 2004.

Gelir İdaresi Başkanlığı, 2019, <http://www.gib.gov.tr/>, (07.05.2020)

GERGERLİOĞLU Ufuk, “Tütünlü Ürün ve Alkollü İçecek Vergilerinin Tutumlar Üzerindeki Etkilerinin Eğitim Faktörü Perspektifinde Ampirik Analizi (İstanbul İli Örneği)” *İstanbul, İ.Ü.İ.F.E.İ.D.*, Sayı. 21 2014, ss. 47-68.

GRUENEWALD Paul J., “Regulating Availability: How Access to Alcohol Affects Drinking and Problems in Youth and Adults”, *Alcohol Research and Health*, Vol. 34, No. 2, 2011, ss.248-256.

GUHL Nils, Dawid W HUGHES, “Cigarette Smoking and Market Failure: A Determination of The Economically Efficient Tax Rate”. 2006, <https://www.westga.edu/~bquest/2006/cigarette06.pdf>, (27.08.2020).

GÜÇLÜ Faruk, *Vergi ve Sosyal Devlet*, 1. b., Ankara: Sabev Yayınları, 2007.

GÜLÜM Aylin, *Özel Tüketim Vergisi ve Ekonomik Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.

GÜRBÜZ Sait, Faruk ŞAHİN, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 5. b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2018.

AU Doreen WingHan, *The Deterrent Effects of Cigarette Taxation Policy on Smoking*, (Doctorate Thesis), Toronto: University of Toronto, 2008.

HANBAY Esra, *Özel Tüketim Vergisinin Türk Mali Sistemi İçerisindeki Yeri*, (Yüksek Lisans Tezi), Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.

- HASANOVVüsal, *Azərbaycan Vergi Sistemi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 2009.
- HASPOLAT Cengiz, *Türkiye’de Fiyat ve Kurumsal Düzenlemelerin Tütün Mamulleri Kullanımı Üzerindeki Etkisi*, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014.
- HƏSANOV Murtəza, “Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Dövründə Dövlət İdarəçiliyi” *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, Cilt:1, Sayı:1, 2018, ss. 16-22.
- HU Teh-wei, Zhengzhong MAO, “Effects of Cigarette Tax on Cigarette Consumption and The Chinese Economy”, *Tobacco Control*, Vol. 11, 2002, ss. 105–108.
- HÜSEYNOV M., *Vergilər ve Vergi Tutma*, Bakı: Maliyə və İqtisadi Elmlər Kafedrası Nəşriyyatı, 2010.
- ILIAZ Ntilek, *Avrupa Birliğı’nde Özel Tüketim Vergisi Uyumlaştırmasi ve Türkiye*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
- İSLAMOĞLU Hamdi, Ümit ALNIAÇIK, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 4.b., İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, 2014.
- İŞİK Mevhibe, *Türkiye’de Sigara Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergisinin Sigara Tüketim Tercihleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi.*, (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.
- KASZA Karin A. vd, “The Effectiveness of Tobacco Marketing Regulations on Reducing Smokers’ Exposure to Advertising and Promotion: Findings from the International Tobacco Control (ITC) Four Country Survey” *International Journal. Environmental. Research. Public Health*, Vol. 8, No. 2, 2011, ss. 321-340.

- KAYAN Ahmet, “Verginin Tarihsel Gelişimi ve Sebebi Olduğu Bazı Önemli Olaylar”, *Maliye Dergisi*, Sayı. 135, 2000, ss. 80-87.
- KAYIŞ Aliye, “Güvenirlilik Analizi”, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5.b., ed. Şeref Kalaycı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 2010.
- KƏRİMOV Xosrov, “Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Dövründə İqtisadi Siyasət və Vergi İşi”, *Azərbaycan Vergi Xəbərləri Dərgisi*. 2011, ss. 49-68.
- KOSTOVA Delianavd., “Cigarette Prices and Smoking Prevalence After A Tobacco Tax Increase – Turkey, 2008 And 2012”, *Morbidity and Mortality Weekly Report*. Vol.63, No.21, 2014; ss. 457-461.
- KOWITT, Sarah D., Seth M. NOAR, Leah M. RANNEY “Public Attitudes Toward Larger Cigarette Pack Warnings: Results From A Nationally Representative U.S. Sample” *Plos One*, Vol. 12, No. 3, 2017, ss.1-14.
- Maliye Bakanlığından, “Özel Tüketim Vergisi (I) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği”. *Resmi Gazete*, Sayı: 31057, 2020, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/03/20200303-4.htm>, (16.03.2020).
- MƏCİDOV Mobil, *Vergi Sistemi*, Bakı: Biznes Üniversteti Nəşriyyatı, 2013.
- MƏMMƏDOV Ə., E. HÜSEYİNOV, *Vergiyə Giriş*, Şamaxı: Kitab Bestpack Nəşriyyatı, 2014.
- MƏMMƏDOVA Elnurə, *Maliyə*, Bakı: Kooperasiya Nəşriyyatı, 2018.
- MOGALE Malesela vd., “The Impending Alcohol Advertising Ban: Perceptions of Small Alcohol Retailers in Polokwane, South Africa-Lessons from The Advertising Ban on Tobacco Products”, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol:5, No:15, 2014, ss. 21-27.

- MONTERIA Maristela G. vd., “Alcohol Marketing Regulation: From Research to Public Policy”, *Society for Study of Addiction*, Vol:112, No:51, 2017, ss. 3-6.
- MUSAYEV Akif F., *Vergi Vədənıyyəti*, Bakı: Çayıoğlu Mətbəəsi Nəşriyyatı, 2004.
- MUTLU Devrim Emre, *Vergiləndirmənin Gelir Dağılımına Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.
- NOVRUZOV Nurpaşa, Hanoğlan HÜSEYİNOV, *Maliyə*, Bakı: Kooperasiya Nəşriyyatı, 2007.
- OKTAR Kemal, *Özel Tüketim Vergisi*, 1. b., Ankara: Savaş Yayınevi, 2008.
- ORAL Hasan, *Avrupa Birliği'nde Özel Tüketim Vergilerinin Uyumlaştırılması ve Türkiye*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
- ÖZDEMİR Murat, “Türkiye'de Özel Tüketim Vergisinin, Avrupa Birliği Muktesabına Uyumu Açısından Değerlendirilmesi”, *Vergi Raporu Dergisi*, Say. 148, 2012, ss. 65-72.
- ÖZEN Yener, Abdulkadir GÜL, “Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu”, *Erzurum, A.Ü.K.K.E.F.D.*, Sayı. 15, 2007, ss. 395-422.
- ÖZKAN Ersan, *Alkol ve Tütün Ürünlerinde Uygulanan Özel Tüketim Vergileri ve Tüketim İlişkisi Çerçevesinde Türkiye Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Tekirdağ: Namik Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.
- PARKS Michael J vd., “Behavioral Change in Response to A Statewide Tobacco Tax Increase and Differences Across Socioeconomic Status”, *Addict Behavior*, Vol. 73, 2017, s. 209-215.
- PAŞAYEV Tanırverdi, *Azərbaycan'da Vergilər*, Bakı: Yeni Nəsil Yayınları, 2001.

- PENG Limin, Hana ROSS, “The Impact of Cigarette Taxes and Advertising on the Demand for Cigarettes in Ukraine”, *Central European Journal of Public Health*, Vol. 17, No. 2, 2009, ss. 93-98.
- QUIMBO Stella Luz A. vd., “The Economics of Tobacco and Tobacco Taxation in the Philippines”. *International Union Against Tuberculosis and Lung Disease*, 2012, ss. 1-45.
- REGIDOR Enrique, Cruz PASCUL, Carlolina Giraldez GARICA, “Impact of Tobacco Prices and Smoke-Free Policy on Smoking Cessation, By Gender And Educational Group: Spain, 1993–2012”, *International Journal of Drug Policy*, Vol. 26, No. 12, 2015, ss. 1215-1221.
- REMLER Dahlia K., “Poor Smokers, Poor Quitters, and Cigarette Tax Regressivity” *American Journal of Public Health*, 2004, Vol:94, No: 2, ss. 225-229.
- RICE Doroty P., ”The Economic Costs of Health Effects of Smoking”, *The Milbank Quarterly*, Vol. 64, No. 4, 1986, ss. 489-547.
- RUSSO Gerard *Moral Hazard An Optimal Cigarette Taxes*, (Unpublished Doctorate Thesis), Illinois: Northwestern University, 1989.
- SANGAMITHRA A., G. Shanmuga PRIYAA, “Socio and Economic Cost of Alcohol Abuse”, *Shanlax International Journal of Economics*, Vol. 4, No. 2, 2016, ss. 78-84.
- SASSI Franco, Annalisa BELLONI, “Fiscal Incentives, Behavior Change and Health Promotion: What Place in the Health-Inall-Policies Toolkit?” *Health Promotion International*, Vol. 29, No. 1, 2014, ss. 103-112.
- SAWELL Emily, *An International Study of Tobacco and Alcohol Marketing Policy: Industry Influence and Compliance*, (Doctrate Thesis), University of Bath, 2015.

- SCOLLO M., vd., “Impact of Tobacco Tax Reforms on Tobacco Prices and Tobacco Use in Australia”, *Tobacco Control*, Vol. 12, No. 2, ss. 59-66.
- Serginio SYLVAİN, “The Effects of Excise Tax on Cigarette Consumption: A Divergence in the Behavior of Youth and Adults”, *Michigan Journal of Business*, Vol. 1, No. 2, 2008, ss. 87-109.
- SİSSOKO Maski, “Cigarette Consumption in Different U.S. States, 1955–1998: An Empirical Analysis of the Potential Use of Excise Taxation to Reduce Smoking”, *Journal of Consumer Policy*, Vol. 25, 2002, ss. 89–106.
- SUNGUR Onur, “Korelasyon Analizi”, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5.b., ed. Şeref Kalaycı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 2010.
- ŞAHİN Muhammet, “Türkiye’de Vergi Uygulamalarında Ekinlik Sorunu”, *The Journal of International Scientific*, Cilt. 1, Sayı. 2,2016, ss. 27-42.
- TEKİN Abdullah Sami, “Klasik Dönem Osmanlı Devleti İktisadi ve İçtimai Düzeninde Vergi Sistemi”, *Akademik Tarih ve Araştırmalar Dergisi*, Cilt. 1, Sayı. 1, 2019, ss. 52-71.
- TOSUNER Mehmet, Zeynep ARIKAN, *Türk Vergi Sistemi*, 22. b., İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 2017.
- TÜRKER Cihan, *Türkiye’de Özel Tüketim Vergisi İle Gelir Dağılımı Arasındaki İlişki*, (Yüksek Lisans Tezi), Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.
- U.S. Department of Health and Human Services, “Preventing Tobacco Use Among Youth and Young Adults”, *A Report of the Surgeon General*, 2012, <https://www.hhs.gov/sites/default/files/preventing-youth-tobacco-use-exec-summary.pdf>, (28.08.2020).

- UĞUR Atilla, Erdem AKDEMİR, Eda GÜRSEL, “Sigara ve Alkol Üzerindeki Dolaylı Vergilerin Sağlık Harcamaları Üzerindeki Etkisi”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, Cilt. 2, Sayı. 1, 2010, ss. 1-14.
- VADA Roy, Frank J. CHALOUKKA, Lisa M. POWEL, “Employment Impacts of Alcohol Taxes”, *Preventive Medicine*, Vol. 105, 2017, ss. 50-55.
- Vergi Rehberi, 2009, <https://www.vergidegundem.com//files/VergiRehberi2009.pdf>, s.93, (16.03.2020).
- VERHAEGHE Nick , Delfine LIEVENS, Lieven ANNEMANS, “The Health Related Alcohol Social Costs of Alcohol in Belgium”, *BMC Public Health*, Vol. 17, No. 958, 2017, ss. 1-11.
- VERHAEGHE Nick, Delfine LIEVENS, Lieven ANNEMANS, “Methodological Considerations in Social Cost Studies of Addictive Substances. A Systematic Literature Review”, *Frontiers in Public Health*, 18 January 2017, <https://doi.org/10.3389/fpubh.2016.00295>, (13.09.2020).
- WAKEFIELD Melanie, Yvonne Terry MCEL RATH, “Effect of Televised, Tobacco Company-Funded Smoking Prevention Advertising on Youth Smoking-Related Beliefs Intentions, and Behavior”, *American Journal Of Public Health*, Vol. 96, No. 12, 2006, ss. 2154-2160.
- WHO Report On The Global Tobacco Epidemic, 2013, <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/85380/9789241505871eng.pdf?sequence=1>, (10.09.2020).
- WHO, “Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol”, 2010, <https://www.who.int/publications/i/item/9789241599931>, (10.09.2020).
- WHO, *Key Facts*, 2018. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>, (30.08.2020).

World Health Organization, “Assessment of Economic Costs of Smoking”, 2011, https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44596/9789241501576_eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y, (28.08.2020).

World Health Statistics, *Monitoring Health for The SDGs, Sustainable Development Goals*, 2018, https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272596/9789241565585_eng.pdf?ua=1, (03.05.2020).

XU Xianglong, Tao GONG, Yong ZHANG vd., “Evaluation of Anti-Smoking Television Advertising on Tobacco Control Among Urban Community Population in Chongqing, China”, *Tabacco Induced Diseases*, 2015, s 13-31.

YANG Yan, J.Jiang WANG, Cong-Xiao WANG vd., “Awareness of Tobacco-Related Health Hazards among Adults in China”, *Biomedical and Environmental Sciences*, Vol. 23, No. 6, 2010, ss. 437-444.

ZEYNALOV Vidaydi, *Maliyənin Əsasları*, Bakı: Çəşniqlu Mətbəəsi Nəşriyyatı, 2008.

EKLER

Ek:1 Yapılan Anket Çalışması Örneği



Uludağ üniverstesi Alkol Ve Tütün Ürünleri Üzerinde Uygulanan Özel Tüketim Vergisinin Etkinliği: Türkiye Ve Azerbaycan Örneği

ANKET FORMU.

Değerli katılımcı;

Bu yüksek lisans tez çalışma anketi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü -Maliye Yüksek Lisans öğrencisi Rovshan Taghiyev tarafından yapılmaktadır. Adınız Soyadınız gibi kişisel bilgiler kesinlikle istenmemektedir. Araştırma sürecinde elde edilen veriler yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılmaktadır. Vereceğiniz cevapların doğruluğu ve cevaplardaki samimiyet araştırmanın kalitesini belirleyecektir. Katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.

Rovshan TAGHIYEV

rovshen_tagiyev@mail.ru

BÖLÜM:1 Türkiye’de ve Azerbaycan’daki Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.

1-Cinsiyetiniz:

Kadın Erkek

2- Yaşınız:

18-24 Yaşları Arası 25-34 Yaşları Arası 35-44 Yaşları Arası 45-54 Yaşları Arası 55-64 65 ve Üzeri

3- Medeni Durumunuz:

Evli Bekar

4- Eğitim Durumunuz: Okuryazar İlk Öğretim Orta Öğretim Ön Lisans Lisans

Yüksek Lisans Doktora

5- Faaliyet Alanınız:

Devlet Memuru Özel Sektör Çalışanı Ev Hanımı İşsiz Esnaf Öğrenci

Emekli

6- Aylık Geliriniz:

0-2000 TL Arası 2001- 3000 TL Arası 3001-4000 TL Arası 4001-5000TL Arası

5001-6000 TL Arası 6001-7500 TL Arası 7500 TL'den fazla

BÖLÜM:2 SİGARA VE ALKOL TÜKETİMİNE İLİŞKİN BULGULAR

1- Sigara İçiyor musunuz? İçiyorsanız Kaç Yaşında Başladınız?

Kullanmıyorum 8-12 Yaşları Arası 13-15 Yaşları Arası 16-20 Yaşları Arası

20 Yaşından Sonra

2- Sigara Kullanım Sıklığınız Nedir?

- Kullanmıyorum
- 10 Adetten Az (Yarım Paketten Az)
- 11-20 (Yarım Paket Bir Paket Arası)
- 21-30 Arası (Bir Paket İle Bir Buçuk Paket Arası)
- 31-40 (Bir Buçuk Paket İle İki Paket Arası)
- 40 Adetten Fazla (İki Paketten Fazla)

3- Kaç Yıldır Sigara Kullanıyorsunuz?

- 1Yıldan Az
- 1-4 Yıl Arası
- 4-7 Yıl Arası
- 8-11 Yıl Arası
- 12-15
- 15 Yıldan Fazla

4-Günün İlk Sigarasını Hangi Saatlerde Kullanıyorsunuz??

- Sabah Uyanır Uyanmaz
- Sabah-Öğle Arası
- Öğle-İkinci Arası
- İkinci-Akşam Arası
- Yatmadan Önce

5- Sigaraya Harcadığınız Aylık Tutar?

- 0-150 TL Arası
- 151-300 TL Arası
- 301-450 TL Arası
- 451-600 TL Arası
- 601-750 TL Arası
- 750 TL'den Fazla

1- Alkol Kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız Kaç Yaşında Alkol Kullanmaya Başladınız?

- Kullanmıyorum
- 8-12 Yaşları Arası
- 13-15 Yaşları Arası
- 16-20 Yaşları Arası
- 20 Yaşından Sonra

2- Alkol Kullanım Sıklığınız Nedir?

- Kullanmıyorum
- Her Gün
- Haftada Birkaç Gün
- Ayda Birkaç Gün

3- Kaç Yıldır Alkol Kullanıyorsunuz?

- 1yıldan Az
- 1-4 Yıl Arası
- 4-7 Yıl Arası
- 8-11 Yıl Arası
- 12-15Yıl Arası
- 15Yıldan Fazla

4 Alkole Harcadığınız Aylık Tutar?

00-150 TL Arası 0151-300 TL Arası 0301-450 TL Arası 0451-600 TL Arası

0601-750 TL Arası 0750 TL'den Fazla

BÖLÜM 3. SİGARA ve ALKOL KULANANLARIN ÖTV'YE YÖNELİK TUTUMLARI

	AŞAĞIDAKİ SORULARA NE DERECEDE KATILIP, KATILMADIĞINIZI BELİRTİNİZ	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Sigara Üzerinden Alınan ÖTV Çok Yüksektir.					
2	ÖTV İndirimleri Sigara Kullanımını Artırır.					
3	Sigaraya Uygulanan ÖTV Zammı Adildir.					
4	Sigaraya Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Sigara Ve Açık Tütün Ürünlerinin Kullanımını Artırır.					
5	ÖTV Zamları Daha Pahalı Sigara Kullanımını Engeller.					
6	Sigaraya Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur.					
7	Ülkemizde Sigaraya Uygulanan ÖTV Gelişmiş Üklere Göre Daha Yüksektir.					
8	Sigaraya Uygulanan ÖTV'den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır.					
9	Sigara Kullanımının Azaltılmasında En Etkili Yöntem ÖTV'nin Arttırılmasıdır.					
10	Sigara Üzerindeki ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Kadar Çok Yüksek Olursa, Sigarayı Bırakırım					
11	Sigaraya En Son Uygulanan ÖTV Zammından Sonra Sigara Kullanımını Azalttım.					
12	Sigara Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatı Düşerse, Sigara Kullanımı Artar.					
13	Aşırı Sigara Kullanımı Topluma Önemli Maliyetler Yüklediği İçin Sigaranın Yüksek Oranda Vergilendirilmesi Doğrudur.					

	AŞAĞIDAKİ SORULARA NE DERECEDE KATILIP, KATILMADIĞINIZI BELİRTİNİZ	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Alkol Üzerinden Alınan ÖTV Çok Yüksekler.					
2	ÖTV İndirimleri Alkol Kullanımını Artırır.					
3	Alkole Uygulanan ÖTV Zammı Adıldır.					
4	Alkole Uygulanan ÖTV Zamları Kaçak Alkol Kullanımını Artırır.					
5	ÖTV Zamları Daha Pahalı Alkol Kullanımını Engeller.					
6	Alkole Uygulanan ÖTV Her Bakımdan Doğrudur.					
7	Ülkemizde Alkole Uygulanan ÖTV Gelişmiş Ülkelere Göre Daha Yüksekler.					
8	Alkole Uygulanan ÖTV'den Elde Edilen Gelir Devlet İçin Önemli Bir Gelir Kaynağıdır					
9	Alkol Kullanımının Azaltılmasında En Etkili Yöntem ÖTV'nin Arttırılmasıdır.					
10	Alkol Üzerindeki ÖTV Zammı Ödeyemeyeceğim Çok Yüksek Olursa, Alkolü Bırakırım.					
11	Alkole En Son Uygulanan ÖTV Zammından Sonra Alkol Kullanımını Azalttım.					
12	Alkol Üzerindeki ÖTV Azaltılıp Satış Fiyatı Düşerse, Alkol Kullanımı Artar.					
13	Aşırı Alkol Kullanımı Toplumda Önemli Maliyetler Yükledeği İçin Alkolün Yüksek Oranda Vergilendirilmesi Doğrudur					

Sigara ve Alkol Kullanımının Azaltmasında En Etkili Yöntem Nedir?

Sigara Ve Alkol Ürünleri Üzerindeki Vergilerin Arttırılması

Sigara Paketleri ve Alkol Şişeleri Üzerindeki Görsel ve Yazılı Mesajların Etkinliğinin Arttırılması

Radyo ve Televizyon Gibi İletişim Araçlarında Sigaraya Yönelik Bilinçlendirme Kampanyalarının Arttırılması

Fikrim Yok/Diğer