



TÜRKİYE’DE SİGARANIN VERGİLENDİRİLME YAPISININ ANALİZİ: HARMANCIK ÖRNEĞİ

R. Kutlu KORLU*

Öz

Toplum için yarattığı zararlı etkiler nedeni ile tütün ürünleri kullanımının devlet tarafından kısıtlanması amaçlanmaktadır. Bu nedenle uygulamaya konan tütün kontrolü politikalarının en önemlilerinden biri tütün ürünleri üzerindeki vergilerdir. Tütün ürünlerinden biri olan sigaranın vergilendirilmesi dolaylı vergileme yöntemi ile nihai satış fiyatı üzerinden (içinden) alınan tutarlar şeklinde yapılmaktadır. Dolayısıyla sigaradan alınan vergilerin oran ve/veya miktarının yükseltilmesinin kullanıcıların talep seviyesi ve hükümet gelirleri üzerinde önemli ölçüde etkisi bulunmaktadır. Bu anlamda kullanımı önleyici misyonu ve kamu geliri getirici olması nedeni ile sigaranın nihai fiyatı ve buna etki eden vergilendirme yapısı bu konudaki temel faktördür. Bahsedilenler ışığında bu çalışmada ilk olarak vergilendirmenin amaçlarına değinilecek ve bu kapsamda sigaranın vergilendirilmesinin öneminden bahsedilecektir. Daha sonra Türkiye’de ve Avrupa’da sigaranın vergilendirilme yapısı, vergi oranı, miktarı ve nihai fiyata etkisi ele alınacak ve bu konuda değerlendirilmelerde bulunulacaktır. Çalışmanın sonuç kısmında ise sigaranın vergilendirilmesi ile ilgili Bursa’nın Harmancık İlçesinde vatandaşlara uygulanan anketin sonuçları tartışılacak ve vergilendirme yapısı hakkında çeşitli önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Vergi Yapısı, Optimal Vergileme, Tütün Vergileri, Sosyal Vergileme, Kamu Gelirleri.

ANALYSIS OF CIGARETTE TAXATION STRUCTURE IN TURKEY: A CASE STUDY IN HARMANCIK

Abstract

Due to their harmful effects upon society, the use of tobacco products has been intended to be restricted by the government. Therefore, one of the most important tobacco control policies put into effect are taxes on tobacco products. Being one of the tobacco products, cigarette taxation is done through indirect method of taxation in amounts gathered final sale price. Thus, increasing tax percentages and/or amounts acquired from cigarettes has a significant impact upon users’ level of demand and governmental revenues. In this sense, final sale price and taxation structure affecting this price are the basic factors in this regard due to their smoking use preventive mission and their being a public revenue. With these information in mind, the objectives of taxation will be explained first and the significance of tobacco taxation will be mentioned in this scope. Next, the tobacco taxation structure, tobacco tax percentage, tobacco tax amount and its impact upon the final price will be dealt and evaluated. In the conclusion part, the result of the questionnaire conducted on citizens at Harmancık district in Bursa will be discussed and several evaluations will be made about tobacco taxation structure.

Keywords: Tax Structure, Optimal Taxation, Tobacco Taxes, Social Taxation, Public Revenues.

Giriş

Dünya’da her yıl yaklaşık olarak 6 milyon kişi, Türkiye’de ise 100.000 kişi tütün kullanımına bağlı sağlık sorunları nedeni ile hayatını kaybetmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2014). Bu sayının gittikçe arttığı düşünüldüğünde 2030 yılında Türkiye’de bu nedenle hayatını kaybedenlerin sayısının yılda 240.000’e yükseleceği tahmin edilmektedir. Türkiye’de 20 milyon sigara kullanıcısı vardır ve bu kişilerin sigara harcamaları yılda 20 milyar ABD Doları

* Öğr. Gör. Dr. Uludağ Üniversitesi Harmancık Meslek Yüksekokulu, rkorlu@uludag.edu.tr.



civarındadır (Bilir ve diğerleri, 2010: v). Bu rakam Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülke için oldukça önemli ve yüksektir. Sigara kullanımı bir toplumun insan sermayesini zayıflatmakta ve yok etmektedir. Bunun yanı sıra sigara kullanımının, üretim kaybı, yüksek sağlık harcamaları gibi çeşitli toplumsal maliyetleri bulunmaktadır (Karlıkaya ve diğerleri, 2006: 51). Sigara kullanan bireyler rasyonel bir tüketim tercihinde bulduklarını düşünerek başkalarına verdikleri zararı genellikle düşünmezler fakat sigara tüketimi; sigara içmeyenler, çocuklar ve zararı konusunda bilgi sahibi olmayan tiryakilerden oluşan toplum kesimlerine negatif dışsallıklar yaymaktadır. Devlet bu noktada düzenleyici rolünü yerine getirerek bir çeşit erdemsiz (demerit) mal olan sigaranın meydana getirdiği negatif dışsallığı en aza indirmeye çalışmaktadır (Uğur ve Kömürcüler, 2015: 328). Sigara kullanımını önleme ya da azaltmanın en önemli yollarından biri vergilendirilmesi ve bu yolla nihai fiyatının arttırılmasıdır. Bu nedenle çalışmada Türkiye’de önemli bir konu olan sigaranın vergilendirmesi üzerinde durulmuştur. Sigara üzerine konan vergilerin yapısı, oran ve miktarlarının nihai fiyatı oluşturması, fiyatın kullanımı caydırmaya etkisi, alternatif tüketim şekilleri ve kaçak sigara kullanımı değerlendirilmesi gereken bazı önemli konulardır. Bu kapsamda Bursa’nın Harmancık ilçesinde sigara kullanan 373 kişi üzerinde tütün ürünlerinden biri olan sigaranın vergilendirilmesi hakkında anket çalışması yapılmıştır. Bu anketle kırsaldaki nihai tüketici gözü ile tütün ürünlerinin kullanımı, sigaranın nihai fiyatlar yoluyla vergilendirilmesi hakkındaki görüşleri öğrenmek ve sigaranın vergilendirilmesi ile ilgili önerilerde bulunmak amaçlanmıştır.

1.Vergilendirmenin Amaçları ve Sigaranın Vergilendirilmesinin Önemi

Bir ülkede temel olarak kamu hizmetlerinin finansman aracı durumundaki vergiler sadece mali amaçları gerçekleştirmek için alınmamaktadır. Vergiler konusuna göre uygulanmak istenen çeşitli kamu politikalarının hayata geçirilmesinde ve vatandaşları yönlendirici olarak da alınmaktadır. Bu anlamda vergiler aynı zamanda ekonomik, sosyal, dini, ahlaki amaçlarla toplumu şekillendirmek için ve bir demaliye politikası aracı olarak alınmaktadır (Edizdoğan ve diğerleri, 2015: 146). Önemli bir miktarda mali katkısı olsa da aynı zamanda sosyal amaçlı alınan dolaylı vergi türü günümüzde Türkiye’de Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) olarak yer almaktadır. Toplumun ödediği sosyal maliyet ve kişinin ödediği özel maliyet arasındaki olumsuz farkın önlenmesi için çeşitli ürünlerden ÖTV alınmaktadır (Taylar, 2010: 448). Diğer bir deyişle kişinin yaydığı negatif dışsallık kişiye bu yolla ödetilmeye çalışılmaktadır.

Toplumun önemli bir kısmının alışkanlık edinmesi, kullanımından kolayca vazgeçmemesi ve olumsuz etkilerinin uzun vadede görülmesi gibi sebepler nedeni ile sigara kullanımının yasalarca tamamen yasaklanması günümüzde mümkün görünmemektedir. Bu durumda sigara tüketiminin doğru vergilendirme yapısı ile azaltılmaya çalışılması rasyoneldir. Bu nedenle sigaranın fiyatına eklenen ÖTV ile sigara kullanıcıları topluma verdikleri zarara parasal olarak katlanmaktadır (Çelikkaya, 2011: 50). Devlet bu noktada aldığı vergiler yanında aynı zamanda tütün endüstrisini korumak gibi çelişik bir amacı da gerçekleştirmektedir (Yürekli ve diğerleri, 2010: 29). Türkiye’de talep esnekliği düşük mallar üzerinden alınan ÖTV’nin sigaranın kullanımını önleme veya azaltma işlevini yeterli şekilde gerçekleştirebildiği konusunda olumsuz görüşler bulunmaktadır (Hayrulloğlu, 2015: 90). Diğer yandan imzalanan uluslararası anlaşmalar ile Dünya Sağlık Örgütü tarafından desteklenen “5727 sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanunda Değişiklik



Yapılması Hakkında Kanun” 3 Ocak 2008 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun, kapalı alanlarda sigara içme yasağı olarak adlandırılan ve özel hukuk kişilerine ait olan lokantalar ile kahvehane, kafeterya, birahane gibi eğlence hizmeti verilen işletmelerde tütün ürünlerinin tüketilmemesi ile ilgili hükmü ise 19 Temmuz 2009 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile Türkiye’de tütün kontrolü kapsamında bir dizi önlem alınmaya başlanmıştır. Bu konu kapsamında birçok araştırma yapılmıştır. 2009 yılında yapılan bir araştırmaya göre; müşterilerin %73’ü bu kanunu benimsediğini, işletme sahiplerinin %33,2’si, müşterilerin %25’i kanun sonrasında sigara içme sıklığını azalttığını belirtmişlerdir. Diğer yandan aynı çalışmada işletme sahiplerinin %10,4’ü, müşterilerin %9’u mümkün olmasına rağmen kanundan sonra evde sigara içme sıklığını azalttığını ve işletme sahiplerinin %2,3’ü, müşterilerin %3,5’i kanun sonrasında sigarayı bıraktığını ifade etmişlerdir (<http://havanikoru.org.tr/surec.html>, Erişim Tarihi: 06.10.2017). Tütün kullanımını azaltmaya yönelik yapılan bu kısıtlamaların kampanyada yer alan ifade ile “Dumansız Hava Sahası” oluşturduğu görülmekle birlikte bunun sigara kullanımını baskılayan ve negatif dışsallığını azaltmaya yönelik çalışma olduğunu belirtmek gerekir. Diğer yandan sigaranın satışının yasalarca tamamen yasaklanmadığı durumda kullanımı kısıtlayıcı vergi politikaları ile elde edilecek gelirlerin bütçeye katkısı gözardı edilemeyecek bir konudur. Bu nedenle denebilir ki negatif dışsal maliyetleri olan sigaranın doğru vergilendirme yapısı ile mümkün olduğunca yüksek oran ve miktarlarda vergilendirilmesi, kamunun yeterince vergi geliri elde etmesini ve bu gelirin çeşitli kamu giderleri yanında sigaraya bağlı hastalıkların tedavi ve ilaç masraflarının finanse edilmesi gibi amaçlarla kullanılmasını mümkün kılacaktır.

2.Sigaranın Vergilendirilme Yapısı ve Vergi Gelirleri İçerisindeki Yeri

Sigara üzerine konan vergilerin bu ürünün kullanımını azaltma ya da önleme amaçlı olmasının yanında kamu için gelir getirici özelliği zamanla yadsınamaz bir gerçek halini almıştır. Bu nedenle vergilendirmenin etkin ve dinamik bir şekilde yapılması önemlidir. Sigara üzerindeki vergilerin oran ve miktarları (maktu ve nispi) ve bunların kombinasyonu, vergilerin nihai fiyat ve talep üzerindeki etkileri, toplanan vergilerin genel bütçe vergi gelirleri ve ÖTV gelirleri içerisindeki oranı, kaçakçılık durumu, sigara fiyatlarının enflasyon oranları ve kişi başı milli gelir düzeyi ile ilişkisi gibi konular ele alınmalıdır. Bu çalışmada bahsedilenler arasından konu kapsamında öne çıkanlar ele alınacaktır. Aşağıda ilk olarak Türkiye ve Avrupa ülkelerinde sigaranın vergilendirme yapısı ele alınacak ardından genel bütçe vergi gelirleri içerisindeki yeri değerlendirilecektir.

2.1.Türkiye’de Sigaranın Vergilendirme Yapısı ve AB Ülkeleri İle Kıyaslanması

Sigaranın vergilendirilmesinde kullanımından dolayı ortaya çıkan negatif dışsallıkların kullanıcılara devamlı suretle ve yeterli derecede yansıtılmasının öneminden bahsedildi. Sigara kullanıcılarına ödenen vergiler ve nihai (satış) fiyat, günün koşullarına (enflasyon, gelir seviyesi vb.) göre revize edilmeli ve kullanımını caydırmalıdır^ö. Genellikle sigaranın

^ö (III) sayılı listedeki mallar için belirtilen asgari maktu vergi tutarları veya Bakanlar Kurulunca bunlara ilişkin belirlenen en son asgari maktu vergi ve maktu vergi tutarları, ocak ve temmuz aylarında, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından ilan edilen üretici fiyat endeksinde son altı ayda meydana gelen değişim oranında, bu değişimin ilanı gününden geçerli olmak üzere yeniden belirlenmiş sayılır. Bakanlar Kurulu, uygulama dönemlerini gün veya ay olarak belirlemeye veya belirleyeceği



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 64 Kasım – Aralık 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



vergilemesinde maktu ve/veya nispi iki model bulunmaktadır. Türkiye’de nispi vergileme eskiden beri uygulanmakta olup maktu vergileme 2012 yılında sisteme eklenmiştir (Uğur ve Kömürçüler, 2015: 338). Maktu vergi sigara adeti başına vergi koyulması ile nispi vergi ise ürün perakende fiyatının belirli bir yüzdesi şeklinde alınmaktadır. Maktu vergilemede; aynı fiyat kategorisinde yer alan ürünler vergiden eşit şekilde etkilenmektedir. Vergi miktarı, toplam gelirlerin düşmemesi veya enflasyon karşısında erimemesi için belirli aralıklarla arttırılmalıdır. Bu modelde sigara üreticilerinin fiyatı düşürerek ürün üzerindeki vergi yükünü düşürmek ve talebi (arttırma) etkileme şansı azdır. Ayrıca maktu vergileme kaliteli sigara üreticilerinin - ürünlerin fiyatlarının yaklaşması sonucunda - rekabet şansını arttırmaktadır çünkü fiyatlar yaklaştıkça kişiler daha kaliteli ürünü tercih edebilmektedirler. Diğer yandan maktu vergilemede kontrolü ve yönetimi nispi vergilemeye göre daha kolaydır. Maktu vergileme üreticilerin karlarını arttırmak için fiyatları arttırmaya teşvik eder ve bu durum yeni kullanıcıların sigaraya başlamasını zorlaştırır ve tiryakilerin azaltmasını sağlar. Nispi vergilemede ise vergi miktarı fiyatlarla birlikte yükselmektedir. Bu modelde kalite düşürülerek vergi artışından kaçınılabılır ve ürün fiyatları arasında farklar açılabilir. Nispi vergileme üreticilerin fiyatları düşürerek rekabet etme eğilimlerinin önünü açar (Callan, 2012: 13). Bu durum kişilerin sigaraya başlamasını kolaylaştırabilir.

Bahsedilen maktu ve nispi vergileme modelleri bazı ülkelerde beraber bazı ülkelerde ise ayrı ayrı uygulanmaktadır. Türkiye’de maktu ve nispi vergileme beraber uygulanmaktadır. Türkiye’de sigaranın vergilendirilme şeklinde nispi olarak sabit bir KDV (Katma Değer Vergisi) hesabı yanında nispi ve maktu vergilerin hesaplamalarıyla bulunan ÖTV yer almaktadır (Atuk ve diğerleri, 2011: 3). Türkiye’de sigaranın vergilendirme yapısı ve kombinasyonu aşağıda anlatılmaktadır.

İlk olarak KDV değerlendirildiğinde nihai satış fiyatı içerisindeki oranın %15,25 olduğu görülmektedir. ÖTV hesaplanmasında ise 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu 12. Maddesi’nin 1 numaralı fıkrasında, bahsedilen kanunun ekindeki listelerde yer alan mallardan, karşılıklarında belirtilen tutar ve/veya oranlarda ÖTV alınacağı belirtilmiştir. Kanunda yer alan (III) sayılı listenin (B) cetveli kapsamında sigaraların vergilendirilmesinde; ürünün satış fiyatına bu mallar için geçerli olan ÖTV oranı uygulanarak nispi ÖTV tutarı hesaplanmaktadır (Şenyüz ve diğerleri, 2011: 290). Fakat nihai satış fiyatının düşük tutulmaması için kanun bir paket içerisindeki her sigara için asgari maktu vergi tutarı belirlemiştir. Sonraki aşamada nispi ÖTV tutarı ile asgari maktu vergi tutarına göre hesaplanan ÖTV tutarları karşılatılarak, yüksek olan tutara, 20 adet sigaradan oluşan her bir paket sigara için (III) sayılı listenin (B) cetvelinde belirlenen maktu vergi tutarı eklenerek bir paket sigara için toplam ÖTV tutarı hesaplanmaktadır. Birim ambalajın farklı adetten oluşması halinde maktu vergi tutarı, 20 adet sigaraya oranlanarak hesaplanır (<http://www.vmv.org.tr>, Erişim Tarihi: 20.05.2017). Aşağıda kanun ekinde yer alan (III) sayılı listenin (B) cetveli yer almaktadır.

mallar ve aylar itibarıyla yeniden belirlenmiş sayılan tutarların uygulanmamasına karar vermeye yetkilidir (4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu). (2017 Yılında gerçekleşen referandum ile bahsedilen yetki Cumhurbaşkanına verilmiştir).



Tablo 1: III Sayılı Liste (B) Cetveli Tütün İçeren Sigaralara İlişkin ÖTV*

G.T.İ.P. NO	Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)	Maktu Vergi Tutarı (TL)
2402.20	Tütün İçeren Sigaralar	65,25	0,2429	0,3246

*4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun(12/3) maddesi gereğince güncellenen liste)

Yukarıda yer alan veriler ışığında sigara üzerindeki vergi yükü ve yapısı aşağıdaki gibidir:

vy: sigara üzerindeki vergi yükü

vo: vergi oranı

amv: asgari maktu vergi tutarı

mv: maktu vergi

f: sigaranın perakende satış fiyatı

kdv: katma değer vergisi

olsun. Buna göre vergi yükü formülü aşağıdaki gibi olacaktır:

$$vy = ((f \cdot vo) + mv + kdv) / f \cdot 100$$

f.vo ≥ *amv* olması gerekmektedir. 20 adet sigaradan oluşan bir pakette tabloda yer alan her bir sigara için asgari maktu vergi tutarı göz önüne alındığında:

amv: 0,2429.20 adet=4,8580' dir. Nispi vergi bunun altında ise bu rakam esas alınır.

vy = ((*amv* + *mv* + *kdv*) / *f*) . 100 şeklinde olacaktır.

Perakende satış fiyatı 10 lira olan bir sigara için hesaplandığında *f.vo* ≥ *amv* şartı sağlanmaktadır. Bu nedenle ilk formül uygulanmaktadır.

$$vy = ((10 \cdot 0,6525) + 0,3246 + (10 \cdot 0,1525)) / 10 \cdot 100 = \%83,746 \text{ olacaktır.}$$

Diğer yandan satış fiyatı 7 TL olan bir sigara paketinin nispi vergi tutarı, 7. 0,6525 ≥ 4,8580 olduğundan (bu fiyat için asgari maktu vergi tutarı rakamının altında kaldığından) bu rakam esas alınmış ve bu fiyattaki sigarada nispi vergi yükü artmıştır. Buradan hareketle sigara paket (nihai) fiyatı yükseldiğinde bir paket sigara üzerindeki vergi yükünün düştüğü görülmektedir. (Aykın, <https://vergidosyasi.com/2017/04/08/sigarada-vergi-orani-bir-paket-sigaraya-odenen-vergi-sigara-vergisinin-hesaplanmasi/>, Erişim Tarihi: 18.05.2017). 2017 yılı sigara fiyatları incelendiğinde çoğunun satış fiyatının 8 TL ve üzerinde olduğu ve *amv*'nin birçok ürün fiyatı içerisinde yer almadığı görülmektedir (<http://www.guncelfiyatlari.com/sigara-fiyatlari/>, Erişim Tarihi: 10.05.2017).



Tablo 2: AB ve Türkiye’de Sigaranın Vergilendirme Yapısı (%) (2016 Temmuz)

	Maktu (%) Toplam Satış F. İçindeki P.	Maktu (%) Toplam Vergi İçindeki Payı	Nispi V. (%)	KDV (%)	Nispi V. + KDV (%)	Toplam Vergi Yükü
Avusturya	22,30	28,67	39,00	16,67	55,67	77,79
Belçika	14,33	18,49	45,84	17,36	63,20	77,53
Bulgaristan	29,53	35,07	38,00	16,67	54,67	84,20
Güney Kıbrıs	26,12	34,33	34,00	15,97	49,97	76,09
Çek Cum.	34,69	43,88	27,00	17,36	44,36	79,05
Almanya	36,78	49,40	21,69	15,97	37,66	74,44
Danimarka	57,89	73,39	1,00	20,00	21,00	78,90
Estonya	37,79	44,74	30,00	16,67	46,67	84,45
Yunanistan	53,97	45,38	20,00	18,7	38,70	84,08
İspanya	10,86	13,95	51,00	16,96	67,96	78,82
Finlandiya	14,63	17,01	52,00	19,35	71,35	85,98
Fransa	14,45	17,88	49,70	16,667	66,37	80,82
Hırvatistan	20,09	25,73	38,00	20,00	58,00	78,09
Macaristan	29,67	39,08	25,00	21,26	46,26	75,93
İrlanda	56,19	66,82	9,20	18,70	27,90	84,09
İtalya	7,6734	10,00	51,03	18,03	69,06	76,73
Litvanya	36,59	46,35	25,00	17,36	42,36	78,95
Lüksemburg	8,18	12,11	46,65	17,00	61,18	69,61
Letonya	38,90	47,88	25,00	17,36	42,36	81,26
Malta	40,67	50,25	25,00	15,25	40,25	80,92
Hollanda	59,20	76,50	0,83	17,36	18,19	78,51
Polonya	31,10	38,44	31,41	18,70	50,11	81,21
Portekiz	42,35	54,26	17,00	18,70	35,70	78,05
Romanya	45,46	59,72	14,00	16,67	30,67	76,13
İsveç	57,22	73,15	1,00	20,00	21,00	78,22
Slovenya	39,22	50,00	21,18	18,03	39,22	78,43
Slovakya	39,64	49,98	23,00	16,67	39,67	79,30
Birleşik Kr.	50,82	60,51	16,50	16,67	33,17	83,99
Türkiye	3,24	3,87	65,25	15,25	80,50	83,74

Kaynak: European Commission Directorate, 2016: 6.

Yukarıda Tablo 2’de Avrupa Birliği ve Türkiye’de sigara üzerinden alınan vergilerin yapısı gösterilmektedir. Maktu tutarlar 1000 adet sigara üzerinden hesaplanarak ilk sütunda ağırlıklı ortalama satış fiyatı içerisindeki oranı ile belirtilmiştir. Bakıldığında AB ülkelerinde maktu tutarların toplam vergi ve nihai fiyat içerisinde Türkiye’ye oranla oldukça yüksek seyrettiği görülmektedir. AB ülkeleri zamanla maktu vergileri arttırmış, nispi vergileri ise düşürmüştür (<http://apps.who.int/gho/data/node.main-eu.1309?lang=en>, Erişim Tarihi: 25.05.2017). Türkiye’de ise nispi oran AB ülkelerinin hepsinden daha yüksektir. Bu durum 2014 Yılı AB İlerleme Raporu’nda da yer almıştır. Raporun 16. Fasal kısmında; “Tütün ürünleri üzerindeki Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) ile ilgili olarak, son dönemde sigaralara getirilen maktu ÖTV’ye rağmen, Türk mevzuatı ile AB müktesebatı arasında asgari maktu vergi tutarı ve asgari toplam ÖTV yükü bakımından farklılıklar sürmektedir.” ifadesi yer almaktadır (Avrupa Komisyonu Türkiye İlerleme Raporu, 2014: 38). Bu durum sigaranın vergilendirme yapısının AB ülkeleri ile temel farkını ortaya koymaktadır (Uğur ve Kömürcüler, 2015: 338).

2.2. Türkiye’de Tütün Mamullerinden Alınan ÖTV’nin Vergi Gelirleri İçerisindeki Yeri

Tütün mamullerinden alınan ÖTV miktarının genel bütçe vergi gelirleri ve diğer ÖTV alınan ürünler içerisindeki yerinin değerlendirilmesi konu açısından önemlidir. Aşağıda Tablo



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 64 Kasım – Aralık 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi
ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,
Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü
Calal-Abad – KIRGIZİSTAN
<http://www.akademikbakis.org>



3’de 2013-2016 Yılları Genel Bütçe Vergi Gelirleri içerisinde öne çıkan kalemlere aitsayı ve oranlarbulunmaktadır. Tablo incelendiğinde vergi gelirleri arasında ÖTV’nin gösterilen yıllarda en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. 2016 yılında bu oran %26,2 olarak gerçekleşmiştir. Ondan sonra gelen vergi türü ise %21 ile Gelir Vergisi olarak yer almaktadır.

Tablo 3: Genel Bütçe Vergi Gelirleri (2013-2016)

Vergi Kalemi	2013	2014	2015	2016
Gelir Vergisi	63.760.750 (%19,5)	73.901.525 (%20,9)	85.753.179 (%21)	96.601.685 (%21)
Kurumlar Vergisi	28.987.758 (%8,8)	32.305.111 (%9,1)	33.388.007 (%8)	42.969.447 (%9,3)
Dâhilde Alınan Katma Değer Vergisi	37.995.279 (%11,6)	38.121.444 (%10,8)	46.423.969 (%11,3)	53.985.980 (%11,7)
Özel Tüketim Vergisi	85.461.561 (%26,2)	91.095.043 (%25,8)	105.902.496 (%25,9)	120.367.689 (%26,2)
Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi	6.160.170 (%1,8)	7.486.521 (%2,1)	9.171.600 (%2)	11.067.447 (%2,4)
İthalde Alınan Katma Değer Vergisi	62.727.358 (%19,2)	64.411.113 (%18,2)	74.377.573 (%18,2)	76.576.578 (%16,6)
Damga Vergisi	9.415.830 (%2,8)	10.324.610 (%2,9)	12.043.299 (%2,9)	13.418.030 (%2,9)
Harçlar	12.947.970 (%3,9)	14.510.664 (%4,1)	16.965.786 (%4)	17.802.843 (%3,8)
Diğer	18.712.488 (%5,7)	20.358.426 (%5,7)	23.448.745 (%5)	25.868.055 (%5,6)
GENEL BÜTÇE VERGİ GELİRLERİ TOPLAMI	326.169.164(%100)	352.514.457(%100)	407.474.654 (%100)	458.657.754 (%100)

Kaynak: www.bumko.gov.tr ve <https://www.muhasabat.gov.tr/content/duyuru/genel-butce-gelirleri-tahsilat-tahakkuk-oranlari-ekod4/179282>, (Erişim Tarihi: 20.05.2017).

Konuyla ilgili diğer tablo ise Tütün Mamüllerinden elde edilen ÖTV gelirlerinin toplam ÖTV elde edilen ürünlerin içerisindeki yeri ve diğer ÖTV gelir kalemlerini göstermektedir. Aşağıda Tablo 4’e bakıldığında ÖTV gelir kalemleri arasında en yüksek gelir Petrol ve Doğalgaz kalemine aittir. Bu kaleme ait 2016 yılında elde edilen gelir, toplam ÖTV gelirleri arasında %46,7 civarındadır. Tütün Mamüllerinden elde edilen gelir ise 2016 yılı için %26,7 ile ikinci sırada yer almaktadır. Tütün Mamüllerinden elde edilen ÖTV gelirinin Genel Bütçe Vergi Gelirleri içindeki oranı ise iki tabloda yer alan verilere bakılarak hesaplandığında 2013’te %6,5, 2014’te %6,5, 2015’te %6,6 ve 2016’da %7 civarında yer almaktadır. Bununla birlikte Tütün Mamüllerinden elde edilen ÖTV gelirlerinin milli gelir içerisindeki payı da gün geçtikçe artmaktadır^o (Ross, 2015: 36). Bahsedilen oranlar tütün mamüllerinden elde edilen gelir miktarının vergi gelirleri arasında önemli bir yer teşkil ettiğini ve artış eğiliminde olduğunu göstermektedir. Denebilir ki tütün mamüllerinin vergilendirilmesi kullanımı caydırma yanında önemli bir gelir toplama aracı haline gelmiştir.

Tablo 4: Tütün Ürünlerinin ÖTV Kalemleri İçindeki Payı (2013-2016)

ÖTV Kalemleri	2013	2014	2015	2016
Petrol ve Doğalgaz Ürünleri	45.158.151 (52,8)	45.628.139 (%50)	50.829.549 (%47,9)	56.296.381 (%46,7)
Motorlu Taşıtlar	10.564.665 (%12,3)	12.850.802 (%14,1)	17.025.603 (%16)	18.872.549 (%16,6)
Alkollü İçkiler	5.196.165 (%6)	5.888.632 (%6,4)	6.794.979 (%6,4)	7.903.644 (%6,5)
Tütün Mamülleri	21.326.764 (24,9)	23.024.332 (%25,2)	26.967.031 (%25,4)	32.235.133 (%26,7)
Kolalı Gazozlar	299.479 (%0,3)	310.659 (%0,3)	344.770 (%0,3)	361.516 (%0,3)
Dayanıklı Tük. ve Diğer M.	2.916.325 (%3,4)	3.392.471 (%3,7)	3.940.483 (%3,7)	4.692.309 (%3,8)
TOPLAM	85.461.561 (%100)	91.095.043 (%100)	105.902.496 (%100)	120.367.689 (%100)

Kaynak: www.bumko.gov.tr ve <https://www.muhasabat.gov.tr/content/duyuru/genel-butce-gelirleri-tahsilat-tahakkuk-oranlari-ekod4/179282>, (Erişim Tarihi: 20.05.2017).

^o Tütün mamüllerinden elde edilen ÖTV gelirinin Milli Gelir içerisindeki payı 2003-2012 yıllarında %1’den %4’e kadar yükselmiştir. Bu artışta vergilendirmedeki bandrol sisteminin etkisi olduğu belirtilmektedir.



3. Tütün Ürünleri Talebi Fiyat Esnekliği ile Vergi Gelirleri İlişkisi

Yapılan birçok çalışmada nihai fiyatların tütün ürünlerinin talebi üzerine etkisi araştırılmıştır. Yukarıda belirtildiği gibi vergilerin ürün fiyatları içerisinde olması nihai fiyata etki etmektedir. Bu durum kamunun vergi oran ve miktarını arttırarak ürün talebine ve vergi geliri miktarına etki etmesini sağlar. Bu noktada yapılan çalışmalarla tütün talebinin fiyat esnekliğinin tahmini; tütün ürünleri üzerine konacak verginin oran ve miktarı, sigaraya bağlı hastalık ve ölüm oranları, ilaç giderleri ve elde edilecek vergi gelirleri hakkında bilgi verecektir. Fiyattaki artış oranının tüketimde meydana getirdiği azalış talebin fiyat esnekliğini ortaya koymaktadır. Bu oran gelişmiş ülkelerde benzerlik göstermekle beraber birçok ülkede farklılık gösterebilmektedir. Birçok ülkede fiyatların artışı ürün talebinde düşüş sağlayabilmiştir. İtalya’da 1970-2005, Birleşik Krallık’ta 1971-1997 ve Letonya’da 2003-2010 yılları arasında fiyatların artışı tütün talebi üzerinde belirgin bir şekilde azalışa yol açmıştır (Callan, 2012: 20-21).

2002-2008 yılları arasında Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, Polonya, Fransa ve Macaristan ülkelerinde yapılan vergi artışları ile gerçekleşen ürün fiyat artışlarının vergi gelirleri üzerinde etkisi gözlenmiştir. Bu ülkelerdeki tütün ürünleri fiyatları artışı vergi gelirlerini arttırırken tütün kullanım oranlarını da azaltmıştır (Callan, 2012: 20-24).

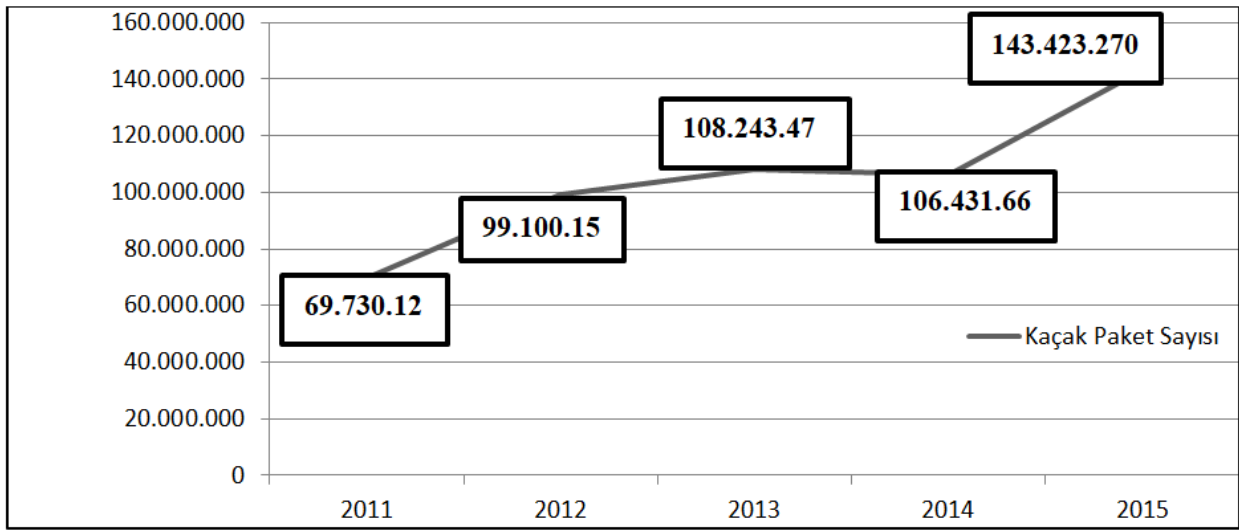
4. Alternatif Tüketim Arayışı ve Sigara Kaçakçılığı

Sigara fiyatlarının artması tüketicilerin farklı tüketim davranışları sergilemesine neden olmaktadır. Toplum sağlığı açısından fiyatların artışı ile birlikte öncelikli beklenti sigaranın bırakılması, kullanımının azaltılması veya sigaraya hiç başlanılmamasıdır. İdare için sonuçları ise sigaraya bağlı hastalık ve tedavi masraflarının azalması ve sigaradan elde edilen vergi gelirlerinin (ötv, kdv, kurumlar ve gelir vergileri vb.) düşme veya çıkma olasılığıdır. Vergi gelirlerinin düşme olasılığının gerçekleşmesi (birçok ülkede vergi gelirleri arttığı gözardı edilmemelidir) bütçe açısından bazı sorunlar yaratabilir fakat ilaç ve tedavi masraflarının azalması ve kişi gelirlerinin daha olumlu yerlere harcanması başka vergilerin doğmasına sebep olacak, tasarrufların artmasını ve sektörlerin gelişmesini sağlayabilecektir. Türkiye’de sigara pazarı fiyat açısından üç segmente ayrıldığında 2005-2013 yılları arasında ekonomi ve orta segmentte yer alan markaların 2009 yılına kadar pazarın yaklaşık %80’ini eşit şekilde paylaştığı, üst segment ürünlerin ise satışlarının %20 civarında seyrettiği görülmektedir. 2009 yılından sonra ise ekonomi segmentinde yer alan markaların satışlarının orta ve üst segmente göre artış kaydederek pazarın %60’larına kadar yaklaştığı, orta segment ürün satışlarının ise azalış kaydettiği ve orta ve üst segment ürünlerin ise %40’lık pazar dilimini eşit şekilde paylaştığı görülmektedir (Atuk ve Özmen, 2015: 10). Sigara fiyatlarının artması kişileri daha ucuz bir markaya veya “sarma sigara” olarak tabir edilen açık tütüne yönlendirebilmektedir. Böylece kullanım azalmamakta ve kişiler gelir durumlarına göre kullandıkları ürünleri ikame etmektedirler. Diğer sonuç ise kullanıcıların kaçak sigara kullanım eğilimlerinin artmasıdır. Her ne kadar kaçak sigara ile mücadele çalışmaları yapılsa da kişiler aynı ürünü daha ucuza bulduklarında suç olmasına rağmen tüketebilmektedirler. Türkiye’ye çevre ülkelerden Türkiye’nin ihraç ettiği ve yine Türkiye’de üretilerek pazara dağıtılan veya diğer ülkelerde üretilen sigaralar kaçak olarak sokulabilmektedir (Yürekli ve diğerleri, 2010: 45). Bu durum ciddi vergi kayıplarına sebep olmakta ve halk sağlığını tehdit etmektedir. Aşağıda Grafik 1’de Türkiye’de 2011-2015 Yılları’nda Emniyet Genel Müdürlüğü Kaçakçılık ve Organize



Suçlarla Mücadele birimi tarafından yakalanan kaçak sigara miktarları yer almaktadır. 2011 yılında 69 milyon civarında olan kaçak sigara paketi yakalanma sayısı sonraki yıllarda ciddi bir artışla 2015 yılında 143 milyon paketi geçmiştir. Bu durumu sigara fiyatlarının düşürülerek kaçakçılığın ciddi şekilde azaltılabileceği bir korelasyon şeklinde yorumlamamak gerekir. Çünkü fiyatların görece düşük olması durumunda bile kişiler daha ucuz ve vergisiz olanı tercih edebilmektedirler. Vergili satış fiyatları ne olursa olsun kaçak sigara satışı ciddi bir suçtur ve bu yasa dışı faaliyetin önlenmesi ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır. Aşağıda yer alan Grafik 1, aynı zamanda bu konuda çalışmaların yoğun bir şekilde yapıldığına işaret eder.

Grafik-1: Kaçak Sigara Yakalama Miktarları (Paket 2011-2015)



Kaynak: Emniyet Genel Müdürlüğü KOM Daire Başkanlığı Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele 2015 Raporu., s.29.

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Bursa'nın Harmancık İlçesi'nde ikamet eden ve sigara kullanan vatandaşların demografik ve kişisel özelliklerine göre sigara'nın vergilendirmesi ile ilgili görüşlerini ve algılarını bir alan araştırması ile ortaya çıkarmak ve sigaranın vergilendirme sürecinde vatandaşların olası fikir ve davranışları hakkında bilgi edinerek sigaranın vergilendirmesi yapısı ve fiyatı ile ilgili önerilerde bulunmaktır.

5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Sigaranın vergilendirmesine ait görüşlerin alınması için uygun örneklemin belirlenmesinde kırsaldaki durumu temsilen özellikle Harmancık'ta sigara kullanan kişilerin konu ile ilgili bakış açılarının tespit edilmesi kararı alınmıştır. Bu nedenle araştırmanın evreni, Harmancık



ilçe sınırları içinde yaşayan vatandaşlardan oluşmaktadır. 2015 yılı sonu itibariyle Harmancık İlçesinin nüfusu yaklaşık 6551 kişi (<http://www.tuik.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 03.05.2017) olduğundan, örneklem büyüklüğü %5 hata payı ve %95 güven aralığında 363 kişi olarak hesaplanmıştır. Harmancık'ın bir ilçe olması ve kırsal kesime ait tüm öğeleri barındırması sebebi ile araştırma sonuçlarının bölge'de ve Türkiye'de benzer tüm kesimler için değerlendirilebileceği düşünülmüştür.

5.3. Anketin Geliştirilmesi ve Uygulanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Uygulanan anketin geliştirilmesinde Yürekli ve diğerleri (2010), Atuk ve diğerleri (2011), Callan (2012), WHO Building Blocks for Tobacco Control A Handbook (2004), T.C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu Küresel Yetişkin Tütün Araştırması Türkiye 2012, çalışmalarından faydalanılmıştır. Anket toplam 28 soru ve ifade içermekte ve bunların 5 tanesi demografik verilerin tespiti amaçlı sorulmuş, diğer 12 tanesi ise sigara kullanımı, bağımlılık seviyesi, edinme şekli ve fiyatı hakkındaki düşüncelerin alınması amaçlı diğer 11 ifade ise sigaranın vergilendirmesine ait algıları ölçme amaçlı sorulmuştur. Araştırmada frekans bilgileri yanında Ki-Kare Analizi yapılacağı için, araştırmanın amacına uygunluğu nedeniyle örneklemin belirlenmesinde Harmancık merkez ve köylerinde “tesadüfi örnekleme” yönteminin kullanılması tercih edilmiştir. Analiz açısından veri kalitesi önem arz ettiğinden ve uygulanan anket sayısının hesaplanan örneklem hacminden daha fazla olması hedeflendiğinden, ankete katılan kişi sayısı 373 olarak belirlenmiştir. Araştırma verilerinin toplanması için geliştirilen anket, Ocak 2017'de Bursa'nın Harmancık ilçesinde bulunan sigara içen kişilere uygulanmıştır.

5.4. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Vatandaşlara uygulanan anket sorularının güvenilirliği ölçmek için en çok kullanılan güvenilirlik katsayısı olan Cronbach α katsayısı kullanılmıştır. Tüm soru grupları için Cronbach α değeri 0,718 olarak hesaplanmıştır. Cronbach α katsayısının iyileştirilmesi için “If Item Deleted” hesaplaması yapılmış ve bu aşamada bir adet soru silinmiştir. Bunun sonucunda Cronbach α değeri 0,735 olarak ölçülmüştür. Bu değer 0,70'in üzerinde olması, kullanılan ölçeğin “güvenilir” olduğunu göstermektedir (Özdamar, 1999: 522).

6. Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi

6.1. Betimsel İstatistikler ve Değerlendirilmesi

Vatandaşlara uygulanan anket sonucunda; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleği, yıllık geliri gibi konuları belirlemeye ilişkin bilgiler toplanmıştır. Bunlara ait betimsel istatistik sonuçları aşağıdaki gibidir.



Tablo 5: Vatandaşlara Uygulanan Ankete Ait Betimsel Bilgiler

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde	
Yaş	17 ve (-)	47	12,6	12,6	
	18-26	104	27,9	40,5	
	27-35	73	19,6	60,1	
	36-44	54	14,5	74,5	
	45-53	54	14,5	89,0	
	54 yaş ve (+)	41	11,0	100,0	
	Toplam	373	100,0	100,0	
Cinsiyet	Erkek	225	60,3	60,3	
	Kadın	148	39,7	100,0	
	Toplam	373	100,0	100,0	
Eğitim	Okur Ya. Değ.	26	7,0	7,0	
	İlköğretim	100	26,8	33,8	
	Lise	148	39,7	73,5	
	Önlisans	84	22,5	96,0	
	Lisans ve(+)	15	4,0	100,0	
	Toplam	373	100,0	100,0	
	Meslek/Durum	Ücretli	67	18,0	18,0
Ticaret Erb.		42	11,3	29,2	
Serbest Me.		27	7,2	36,5	
Çiftçi		27	7,2	43,7	
Emekli		20	5,4	49,1	
Ev Hanımı		55	14,7	63,8	
Öğrenci		135	36,2	100,0	
Toplam		373	100,0	100,0	
Gelir (TL)		1-500	94	25,2	25,2
		501-1400	89	23,9	49,1
	1401-2000	96	25,7	74,8	
	2001-3000	76	20,4	95,2	
	3001-4000	17	4,6	99,7	
	4001 ve (+)	1	,3	100,0	
	Toplam	373	100,0	100,0	

Tablo 5 incelendiğinde ankete katılanların %40,5'inin 26 yaş ve altındaki bireylerden oluştuğu görülmektedir. Örneklem oluştururken, erkeklerin daha fazla sigara kullandığının gözlemlenmesi nedeni ile %60,3'ünün (225 kişi) erkek, %39,7'sinin (148 kişi) ise kadın olarak katılımı sağlanmıştır. Ankete katılanlardan %7'sinin (26 kişi) okuryazar olmadığı, %26,8'inin (100 kişi) ilköğretim mezunu, %39,7'sinin (148 kişi) lise mezunu ve %26,5'inin (99 kişi) ise önlisans ve üzeri eğitim seviyesinde olduğu görülmektedir. Diğer taraftan ankete katılanların meslek/durumları değerlendirildiğinde; ücretliler %18 (67 kişi), ticaret erbapları %11,4 (42 kişi), serbest meslek erbapları %7,2 (27 kişi), çiftçiler %7,2 (27 kişi), emekliler %5,4 (20 kişi), ev hanımları %14,7 (55 kişi) ve öğrencilerin oranı ise % 36,2 (135 kişi) olacak şekilde uygulanmıştır. Ayrıca ankete katılan vatandaşların yıllık gelir durumlarına bakıldığında, % 74,8'i (279 kişi) gibi büyük bir bölümünün (2.000 TL ve altı) düşük ve orta gelir grubu içinde yer aldığı tespit edilmiştir.

6.2. Sigara Kullanımına Dair Veriler

Demografik verilerin değerlendirmesinden sonra anket katılımcılarının sigara kullanımına dair süre, edinme şekli, türü ve kişi için kullanım maliyeti (fiyatı) gibi konuların değerlendirilmesi amacı ile sorular sorulmuştur. Bunlardan konu açısından öne çıkanlar belirtilecektir. İlk olarak katılımcıların %13,9'unun 2 yıl ve daha kısa, %26,8'inin ise 2-7 yıldır sigara kullandıkları fakat sigaraya başlama yaşlarına bakıldığında %29,5'inin 15 yaş ve



altında %44,8'inin 16-20 yaşlarında sigaraya başladıkları görülmektedir. Sigara kullanım sıklığına bakıldığında katılımcıların %29,8'inin 15-20 tane aralığında olduğu, sigara satın alınan yer sorulduğunda ise %90,1'inin dükkan/bakkal veya market gibi yerlerden alarak Türkiye'de vergisini ödediği %7,5'inin ise işporta/ sokak satıcısından "kaçak" olarak tabir edilen şekilde edindiği görülmektedir. Kaçak sigara kullanım sıklığına bakıldığında ise %41,6'sının hiç kullanmadığı %4,6'sının ise sadece kaçak sigara kullandığı tespit edilmiştir.

Tablo 6: Sigara Kullanımına İlişkin Veriler

	Seçenekler	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Kaç yıldır sigara kullanıyorsunuz?	2 ve (-)	52	13,9	13,9	13,9
	2-7 yıl	100	26,8	26,8	40,8
	8-13 yıl	75	20,1	20,1	60,9
	14-19 yıl	54	14,5	14,5	75,3
	20 ve üzeri	92	24,7	24,7	100,0
	Total	373	100,0	100,0	
Sigaraya kaç yaşında başladınız?	15 yaş ve (-)	110	29,5	29,5	29,5
	16-20 yaşları	167	44,8	44,8	74,3
	21-25 yaşları	69	18,5	18,5	92,8
	26-30 yaşları	13	3,5	3,5	96,2
	31-35 yaşları	7	1,9	1,9	98,1
	36-40 yaşları	7	1,9	1,9	100,0
Total	373	100,0	100,0		
Sigara kullanım sıklığınız nedir? (tane)	ara sıra	36	9,7	9,7	9,7
	6 ve (-)	45	12,1	12,1	21,7
	7-14	78	20,9	20,9	42,6
	15-20	111	29,8	29,8	72,4
	21-30	67	18,0	18,0	90,3
	31 ve üzeri	36	9,7	9,7	100,0
Total	373	100,0	100,0		
En son sigarayı nerden satın aldınız?	dükkan (bakkal, market)	336	90,1	90,1	90,1
	işporta (sokak satıcısı)	28	7,5	7,5	97,6
	hava alanı (freeshop)	7	1,9	1,9	99,5
	ülke dışı (diğer ülkeler)	2	,5	,5	100,0
	Total	373	100,0	100,0	
Kaçak (İşporta- sokaktan alınan) sigara kullanım sıklığınız nedir?	hiç kullanmadım	155	41,6	41,6	41,6
	bir kaç kez kullandım	108	29,0	29,0	70,5
	arada sırada kullanıyorum	83	22,3	22,3	92,8
	sıklıkla kullanıyorum	10	2,7	2,7	95,4
	sadece kaçak sigara kullan.	17	4,6	4,6	100,0
Total	373	100,0	100,0		
Hangi tütün ürününü daha sıklıkla (genellikle) kullanıyorsunuz?	mamül sigara	332	89,0	89,0	89,0
	sarma sigara	39	10,5	10,5	99,5
	puro	2	,5	,5	100,0
	Total	373	100,0	100,0	
Kullandığımız sigara markasını seçmenizdeki neden nedir?	bütçeye uygunluk	99	26,5	26,5	26,5
	tat / lezzet	179	48,0	48,0	74,5
	marka (imajı)	43	11,5	11,5	86,1
	ithal olması	1	,3	,3	86,3
	tesadüf	51	13,7	13,7	100,0
Total	373	100,0	100,0		
Bir ay içerisinde yaptığımız sigara (tütün) harcaması nedir?	0-90 TL	42	11,3	11,3	11,3
	91-180 TL	51	13,7	13,7	24,9
	181-270 TL	78	20,9	20,9	45,8
	271-360 TL	135	36,2	36,2	82,0
	361 TL ve üzeri	67	18,0	18,0	100,0
Total	373	100,0	100,0		



Katılımcıların hangi tütün ürününü daha sıklıkla (genellikle) kullandığı sorulduğunda ise %89'unun mamül sigara kullandığı görülmektedir. Katılımcıların sigara markasını seçmesindeki nedenler arasından öne çıkan seçenekler ise %26,5 oranında bütçeye uygunluk ve %48 oranında tat/lezzet olarak yer almıştır. Katılımcılara bir ay içerisinde yaptıkları sigara harcaması sorulduğunda 271-360 TL aralığının %36,2 oranında seçildiği görülmektedir. Katılımcıların gelir seviyesine bakıldığında sigara harcamasının oldukça fazla ve bu veriden sigara ile ilgili bağımlılığın yüksek seviyede olduğu söylenebilir.

6.3. Vatandaşların Sigara Harcamaları

Bu kısımda vatandaşların sigara fiyatları ve harcamalarına dair düşüncelerini belirten veriler yer almaktadır. Bu noktada sigaranın vergilendirmesi ile ilgili en önemli değişken olduğu için bu sorular katılımcılar arasından sadece mamül sigara kullanıcılarına yöneltilmiştir. Katılımcılara kullandıkları sigaranın fiyatı sorulduğunda %22 oranında 8-9 TL %46,4 oranında 10-11 TL aralığındaki sigaraların tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 7: Katılımcıların Sigara Fiyatı ve Harcamalarına Dair Veriler

	Seçenekler	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Kullandığımız sigaranın fiyatı nedir? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)	6-7 TL	14	3,8	4,2	4,2
	8-9 TL	82	22,0	24,7	28,9
	10-11 TL	173	46,4	52,1	81,0
	12-13 TL	38	10,2	11,4	92,5
	13,5-14,5 TL	25	6,7	7,5	100,0
	Total	332	89,0	100,0	
	MissingSystem	41	11,0		
Bugünkü kullanım sıklığı ile 1 paket sigaraya en fazla kaç TL verirsiniz? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)	Total	373	100,0		
	12-15 TL	107	28,7	32,2	32,2
	16-19 TL	89	23,9	26,8	59,0
	20- 23 TL	69	18,5	20,8	79,8
	24 -27 TL	25	6,7	7,5	87,3
	28 TL ve üzeri	42	11,3	12,7	100,0
	Total	332	89,0	100,0	
MissingSystem	41	11,0			
Kullandığımız sigaranın fiyatının sizin için ödeyemeyeceğiniz kadar yüksek olması durumunda ne yaparsınız? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)	Total	373	100,0		
	Kullanmayı bırakırım	67	18,0	20,2	20,2
	azaltırım	116	31,1	34,9	55,1
	sarma kullanırım	56	15,0	16,9	72,0
	kaçak kullanırım	31	8,3	9,3	81,3
	daha ucuzunu kullanırım	62	16,6	18,7	100,0
	Total	332	89,0	100,0	
MissingSystem	41	11,0			
Total	373	100,0			

Katılımcılara: Bugünkü kullanım sıklığı ile bir paket sigaraya en fazla kaç TL verirsiniz? sorusu yöneltildiğinde %28,7'sinin 12-15 TL, %23,9'unun ise 16-19 TL aralığını tercih ettiği görülmektedir. Bu kısımdaki son soruda ise katılımcılara: Kullandığımız sigaranın fiyatının sizin için ödeyemeyeceğiniz kadar yüksek olması durumunda ne yaparsınız? sorusu yöneltilmiştir. Kullanmayı bırakırım %18, azaltırım %31,1, sarma sigara kullanırım %15, kaçak sigara kullanırım %8,3 ve daha ucuzunu kullanırım diyenler %16,6'dır.



6.4. Vatandaşların Sigaranın Vergilendirmesine Dair Alguları

Sigara kullanan kişiler aynı zamanda bu konudaki vergi yüklenicileridir. Kullanıcıların sigaranın vergilendirmesi ile ilgili algılarını ölçmek amaçlı yöneltilen 10 adet 5’li likert ifadeler, ortalamaları ve standart sapmaları ile birlikte aşağıda yer alan Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8: Vatandaşların Sigaranın Vergilendirmesine Dair Alguları

		L1 - Sigaraya ait vergi ve oranlar yüksektir.	L2 - Sigaraya ait vergi ve oranlar kullanımı caydırmaktadır.	L3 - Sigaraya ait vergi ve oranların artması kaçak sigara kullanımını teşvik etmektedir.	L4 - Sigaraya fiyatlarının artması daha ucuz bir markayı kullanmaya teşvik etmektedir.	L5 - Sigara fiyatları gelirime oranla yüksektir.
N	Valid	373	373	373	373	373
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,94	3,29	3,73	3,66	3,72
Std. Deviation		1,378	1,363	1,239	1,246	1,254

		L6 - Yüksek sigara fiyatları sigaraya başlamayı önleyicidir	L7 - Sigaranın fiyatı kalite göstergesidir.	L8 - Sigaraya fiyatlarının artması sarma sigara kullanımını artırır.	L9 - Sigaraya fiyatlarının düşmesi kullanan kişinin daha fazla kullanmasını sağlar.	L10 - Sigaraya bağlı hastalıkların ilaç ve tedavi masraflarının devlet tarafından karşılanmalıdır.
N	Valid	373	373	373	373	373
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,25	3,36	3,57	3,43	3,48
Std. Deviation		1,297	1,272	1,276	1,309	1,361

Tablo 8 incelendiğinde öne çıkan ifadeler değerlendirildiğinde ilk olarak; sigara kullanıcılarının sigaraya ait vergi ve oranları 3,94 ortalama ile yüksek buldukları, sigaraya ait vergi ve oranların kullanımı caydırdığına dair ifadeye 3,29 ortalama ile kararsıza yakın bir şekilde cevap verdikleri, sigara fiyatlarının 3,72 ortalama ile gelirlerine oranla yüksek olduğunu ve yüksek sigara fiyatlarının sigaraya başlamayı önleyici olduğuna dair yöneltilen ifadede 3,25 gibi bir düşük ortalama ile yine kararsıza yakın bir cevap verdikleri görülmektedir.

6.5. Çeşitli Bulguların Çaprazlama İle Analizi ve Değerlendirmesi

Bu bölümde bazı ana değişkenlerle diğer ara değişkenlerin (Crossing) çaprazlanması ve Pearson ki-kare Testi (Chi-Square Tests) ile çeşitli değerlendirmelere yer verilmiştir. Bu yöntemle katılımcıların bazı sorulardaki değerlendirmelerinin diğer sorulardaki değerlendirmeler ile kıyaslanması sağlanmış ve değişkenler arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Çaprazlamalar ilgili istatistik paket programının çıktıları halinde verilmiştir.

6.5.1. Gelir Seviyesi ile Çeşitli Sorular Arasındaki İlişkinin Analizi

Sigara kullanımında gelir faktörünün etkisi oldukça fazladır. Kişilerin kullanım sıklığı, fiyat, marka ve kullanımı bırakma gibi çeşitli seçimlerinde gelir seviyesi oldukça etkilidir. Bu nedenle ilk olarak aşağıda aylık ortalama gelir ile yapılan sigara harcaması arasındaki ilişki Hipotez yazılarak analiz edilmiştir.



Tablo 9: Gelir Seviyesi İle Yapılan Sigara Harcaması

		S8 - Bir ay içerisinde yaptığımız sigara harcaması nedir? (sigaraya harcanan para toplamı)					
		0-90 TL	91-180 TL	181-270 TL	271-360 TL	361 TL ve (+)	Total
S5 - Aylık ortalama geliriniz?(TL)	1-500	27	21	14	21	11	94
	501-1300	28,7%	22,3%	14,9%	22,3%	11,7%	100,0%
	1301-2000	6	17	29	26	11	89
	2001-3000	6,7%	19,1%	32,6%	29,2%	12,4%	100,0%
	3001-4000	4	9	24	46	13	96
	4001 ve üzeri	4,2%	9,4%	25,0%	47,9%	13,5%	100,0%
	Total	2	3	9	38	24	76
	2,6%	3,9%	11,8%	50,0%	31,6%	100,0%	
	3	1	2	4	7	17	
	17,6%	5,9%	11,8%	23,5%	41,2%	100,0%	
	0	0	0	0	1	1	
	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
	42	51	78	135	67	373	
	11,3%	13,7%	20,9%	36,2%	18,0%	100,0%	

Tablo 10: Ki-Kare Testi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	100,006	20	,000*
Likelihood Ratio	94,311	20	,000
Linear-by-Linear Association	52,827	1	,000
N of Valid Cases	373		

Hipotez 1: Gelir seviyesi ile bir ay içerisinde yapılan sigara harcaması arasında ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Gelir seviyesi ile bir ay içerisinde yapılan sigara harcaması arasında ilişki yoktur.

H_a: Gelir seviyesi ile bir ay içerisinde yapılan sigara harcaması arasında ilişki vardır.

Ki-kare testinde değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı test edilirken Tablo 10'da ilk sırada yer alan sonuç değerine (Asymptotic Significance) bakılmaktadır. Bu değer 0,05'ten az olması değişkenler arasında ilişkinin var olduğunu, fazla olması ise değişkenler arasında ilişkinin var olmadığını göstermektedir. Yapılan bu analizde Asymp. Sig.* (Sonuç Değeri) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde H₀ reddedilir ve H_a kabul edilir. Bu durumda, gelir ile bir ay içerisinde yapılan sigara harcaması arasındaki ilişki kabul edilir. Veriler incelendiğinde 1-500 TL arasında ortalama gelire sahip olan kişilerin bir ay içerisinde yaptığı sigara harcaması en fazla 0-90 TL aralığında yer almaktadır. Tablo 9 incelendiğinde gelir seviyesi arttıkça bir ay içerisindeki sigara harcamasının da arttığı görülmektedir. 2001-3000 TL arasında gelir elde eden kişilerin %81,6'sının bir ay içerisinde yaptığı sigara harcaması 271 TL'nin üzerindedir. Bundan sonraki sorularda Asymptotic Significance değeri sadelik yaratma açısından ilgili tablonun altında verilecektir.



Tablo 11: Gelir Seviyesi ile Kullanılan Sigaranın Fiyatı Arasındaki İlişki

		S14 - Kullandığınız sigaranın fiyatı nedir? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)					Total
		6-7 TL	8-9 TL	10-11 TL	12-13 TL	13,5-14,5 TL	
S5 - Aylık ortalama geliriniz? (TL)	1-500	4	23	43	4	6	80
		5,0%	28,8%	53,8%	5,0%	7,5%	100,0%
	501-1300	7	16	45	6	5	79
		8,9%	20,3%	57,0%	7,6%	6,3%	100,0%
	1301-2000	2	21	49	9	4	85
		2,4%	24,7%	57,6%	10,6%	4,7%	100,0%
	2001-3000	1	20	26	17	7	71
	1,4%	28,2%	36,6%	23,9%	9,9%	100,0%	
	3001-4000	0	2	9	2	3	16
		,0%	12,5%	56,3%	12,5%	18,8%	100,0%
	4001 ve üzeri	0	0	1	0	0	1
		,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	100,0%
Total		14	82	173	38	25	332
		4,2%	24,7%	52,1%	11,4%	7,5%	100,0%

Asymp. Sig.:0,039

Hipotez 2: Gelir seviyesi ile kullanılan sigaranın fiyatı arasında ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Gelir seviyesi ile kullanılan sigaranın fiyatı arasında ilişki yoktur.

H_a: Gelir seviyesi ile kullanılan sigaranın fiyatı arasında ilişki vardır.

Yapılan bu analizde Asymp. Sig. (Sonuç Değer) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde H₀ reddedilir ve H_a kabul edilir. Bu durumda gelir seviyesi ile kullanılan sigaranın fiyatı arasındaki ilişki kabul edilir. Veriler incelendiğinde ankete katılanların en fazla 10-11 TL aralığındaki sigarayı kullandıkları görülmektedir. Fakat bu fiyat aralığından sonraki fiyatlarda kullanımın düştüğü göze çarpmaktadır. Özellikle 2000 TL'ye kadar olan gelir aralıklarında yüksek fiyatlı ürünlerin kullanım oranlarının düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 12: Gelir Seviyesi ile Bir Paket Sigaraya Verilen Maksimum Fiyat Arasındaki İlişki

		S16 - Bugünkü kullanım sıklığı ile bir paket sigaraya en fazla kaç TL veririrsiniz? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)					Total
		12-15 TL	16-19 TL	20- 23 TL	24 -27 TL	28 TL ve üzeri	
S5 - Aylık ortalama geliriniz? (TL)	1-500	41	22	8	3	6	80
		51,3%	27,5%	10,0%	3,8%	7,5%	100,0%
	501-1300	32	18	16	6	7	79
		40,5%	22,8%	20,3%	7,6%	8,9%	100,0%
	1301-2000	21	20	26	5	13	85
		24,7%	23,5%	30,6%	5,9%	15,3%	100,0%
	2001-3000	8	24	16	9	14	71
	11,3%	33,8%	22,5%	12,7%	19,7%	100,0%	
	3001-4000	4	5	3	2	2	16
		25,0%	31,3%	18,8%	12,5%	12,5%	100,0%
	4001 ve üzeri	1	0	0	0	0	1
		100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total		107	89	69	25	42	332
		32,2%	26,8%	20,8%	7,5%	12,7%	100,0%

Asymp. Sig.:0,001



Hipotez 3: Gelir seviyesi ile bu kullanım sıklığında bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasında ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Gelir seviyesi ile bu kullanım sıklığında bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasında ilişki yoktur.

H_a: Gelir seviyesi ile bu kullanım sıklığında bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasında ilişki vardır.

Yapılan bu analizde Asymp.Sig. (Sonuç Değer) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde H₀ reddedilir ve H_a kabul edilir. Bu durumda gelir seviyesi ile bu kullanım sıklığında bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasında ilişki kabul edilir. Veriler incelendiğinde 1-500 TL aralığındaki katılımcıların bir paket sigaraya en fazla 12-15 TL vermeyi kabul ettikleri ve fiyatlar yükseldikçe ödemeyi kabul ettikleri fiyatların düştüğü görülmektedir. Tiryakilerin varlığı görülmekle birlikte katılımcıların fiyatlar arttıkça bir paket sigaraya vermeyi kabul edecekleri maksimum fiyat gelir arttıkça artış göstermektedir.

6.5.2. Yaş ile Çeşitli Sorular Arasındaki İlişkinin Analizi

Bu kısımda yaş ile çeşitli sorular arasındaki ilişki araştırılmaktadır. Sigaraya başlanma yaşı Türkiye’de oldukça düşmüştür. Bu durumda bireylerin sigaraya başlama yaşı ile sigara kullanımını arasındaki ilişki analiz edilmesi gereken bir konudur.

Tablo 13: Yaş İle Kullanılan Sigaranın Fiyatı Arasındaki İlişki

		S14 - Kullandığımız sigaranın fiyatı nedir? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)					
		6-7 TL	8-9 TL	10-11 TL	12-13 TL	13,5-14,5 TL	Total
S1 - Yaşınız	17 yaş ve altı	1	6	27	2	6	42
		2,4%	14,3%	64,3%	4,8%	14,3%	100,0%
	18-26	5	22	56	7	6	96
		5,2%	22,9%	58,3%	7,3%	6,3%	100,0%
	27-35	2	11	41	6	3	63
		3,2%	17,5%	65,1%	9,5%	4,8%	100,0%
	36-44	1	22	14	6	5	48
	2,1%	45,8%	29,2%	12,5%	10,4%	100,0%	
45-53		3	14	26	5	0	48
		6,3%	29,2%	54,2%	10,4%	,0%	100,0%
54 ve yukarısı		2	7	9	12	5	35
		5,7%	20,0%	25,7%	34,3%	14,3%	100,0%
Total		14	82	173	38	25	332
		4,2%	24,7%	52,1%	11,4%	7,5%	100,0%

Asymp. Sig.:0,000

Hipotez 4 : Yaş ile kullanılan sigaranın fiyatı arasında ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Yaş ile kullanılan sigaranın fiyatı arasında ilişki yoktur.

H_a: Yaş ile kullanılan sigaranın fiyatı arasında ilişki vardır.

Yapılan bu analizde Asymp.Sig. (Sonuç Değer) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde H₀ reddedilir ve H_a kabul edilir. Bu durumda yaş ile kullanılan sigaranın fiyatı arasındaki ilişki kabul edilir. Veriler incelendiğinde katılımcıların yaşlarının küçük olmasına rağmen bir paket sigaraya oldukça yüksek fiyatlar ayırdıkları görülmektedir. En fazla 10-11



TL arasında yer alan markalar kullanılmakla birlikte 12-14,5 TL arasında yer alan sigara markalarının %48,6 ile en fazla 54 yaş ve yukarisında kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 14: Yaş İle Bir Paket Sigaraya Verilebilecek Maksimum Fiyat Arasındaki İlişki

		S16 - Bugünkü kullanım sıklığı ile bir paket sigaraya en fazla kaç TL verirsiniz? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)					Total
		12-15 TL	16-19 TL	20- 23 TL	24 -27 TL	28 TL ve üzeri	
S1 - Yaşınız	17 yaş ve altı	21	8	8	1	4	42
		50,0%	19,0%	19,0%	2,4%	9,5%	100,0%
	18-26	42	22	14	6	12	96
		43,8%	22,9%	14,6%	6,3%	12,5%	100,0%
	27-35	15	19	16	9	4	63
		23,8%	30,2%	25,4%	14,3%	6,3%	100,0%
	36-44	10	19	11	1	7	48
		20,8%	39,6%	22,9%	2,1%	14,6%	100,0%
	45-53	15	15	11	1	6	48
	-	31,3%	31,3%	22,9%	2,1%	12,5%	100,0%
	54 ve yukarısı	4	6	9	7	9	35
		11,4%	17,1%	25,7%	20,0%	25,7%	100,0%
Total		107	89	69	25	42	332
		32,2%	26,8%	20,8%	7,5%	12,7%	100,0%

Asymp. Sig.:0,000

Hipotez 5: Yaş ile bugünkü kullanım sıklığı ile bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasındaki ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Yaş ile bugünkü kullanım sıklığı ile bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasındaki ilişki yoktur.

H_a: Yaş ile bugünkü kullanım sıklığı ile bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasındaki ilişki vardır.

Yapılan bu analizde Asymp.Sig. (Sonuç Değer) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde reddedilir ve H_a kabul edilir. Bu durumda Yaş ile bugünkü kullanım sıklığı ile bir paket sigaraya en fazla kaç TL verirsiniz arasında ilişki kabul edilir. Veriler incelendiğinde yaş arttıkça bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat artmaktadır. Katılımcının yaşı düşük ise bir paket sigaraya verilebilecek fiyatlar da düşük çıkmaktadır. Bu durum sigara fiyatlarının arttırılması ile erken yaşta sigaraya başlama oranının düşürülmesinin sağlanabileceğini ortaya koymaktadır.



Tablo 15: Yaş İle Sigaranın Fiyatının Ödenemeyecek Kadar Yüksek Olması Durumundaki Davranış Arasındaki İlişki

		S17 - Kullandığımız sigaranın fiyatının sizin için ödemeyeceğiniz kadar yüksek olması durumunda ne yaparsınız? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)					
		kullanmayı bırakırım	azaltırım	sarma kullanırım	kaçak kullanırım	daha ucuzunu kullanırım	Total
S1 - Yaşınız	17 yaş ve altı	14 33,3%	10 23,8%	7 16,7%	2 4,8%	9 21,4%	42 100,0%
	18-26	18 18,8%	38 39,6%	11 11,5%	15 15,6%	14 14,6%	96 100,0%
	27-35	11 17,5%	21 33,3%	14 22,2%	8 12,7%	9 14,3%	63 100,0%
	36-44	15 31,3%	15 31,3%	6 12,5%	1 2,1%	11 22,9%	48 100,0%
	45-53	6 12,5%	11 22,9%	14 29,2%	5 10,4%	12 25,0%	48 100,0%
	54 ve yukarı	3 8,6%	21 60,0%	4 11,4%	0 0%	7 20,0%	35 100,0%
Total		67 20,2%	116 34,9%	56 16,9%	31 9,3%	62 18,7%	332 100,0%

Asymp. Sig.:0,001

Hipotez 6: Yaş ile sigaranın fiyatının ödenemeyecek kadar yüksek olması durumundaki davranış arasında ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Yaş ile sigaranın fiyatının ödenemeyecek kadar yüksek olması durumundaki davranış arasında ilişki yoktur.

H_a: Yaş ile sigaranın fiyatının ödenemeyecek kadar yüksek olması durumundaki davranış arasında ilişki vardır.

Yapılan bu analizde Asymp.Sig. (Sonuç Değer) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde H₀ reddedilir ve H_a kabul edilir. Bu durumda yaş ile sigaranın fiyatının ödenemeyecek kadar yüksek olması durumundaki davranış arasında ilişki kabul edilir. Veriler incelendiğinde, katılımcıların sigaranın fiyatının ödenemeyecek kadar yüksek olması durumunda toplamda %55,1'inin kullanmayı bırakacağı veya kullanımını azaltacağını söylediği görülmektedir. Yaş ile ilişkisine bakıldığında ise 17 yaş ve altındaki katılımcıların %33,3 oranında kullanmayı bırakacağını 18-26 yaş aralığındaki katılımcıların ise %39,6 oranında azaltmayı tercih edeceklerini belirttikleri görülmektedir. Bu durumda kaçak sigara kullanmayı tercih edeceğini belirten en yüksek oran ise yine %15,6 ile 18-26 yaş aralığına aittir.

6.5.3. Cinsiyet İle Çeşitli Sorular Arasındaki İlişkinin Analizi

Bu kısımda cinsiyet ile çeşitli sorular arasındaki ilişkinin analizi yapılmaktadır. Erkeklerin sigara kullanım oranlarının yüksek olduğu bilinmekle birlikte kadınlarda bu oranın giderek arttığı görülmektedir. Bu durumda kadın ve erkeklerdeki kullanım, fiyat vb. ayrımların yapılması konu açısından önem taşımaktadır.



Tablo 16: Cinsiyet İle Kaçak Sigara Kullanımı Sıklığı Arasındaki İlişki

		S12 - Kaçak (İşporta- sokaktan alınan) sigara kullanım sıklığınız nedir?					
		hiç kullanmadım	bir kaç kez kullandım	arada sırada kullanıyorum	sıklıkla kullanıyorum	sadece kaçak sigara kullanıyorum	Total
erkek		78	72	63	7	5	225
		34,7%	32,0%	28,0%	3,1%	2,2%	100,0%
S2 - Cinsiyetiniz kadın		77	36	20	3	12	148
		52,0%	24,3%	13,5%	2,0%	8,1%	100,0%
Total		155	108	83	10	17	373
		41,6%	29,0%	22,3%	2,7%	4,6%	100,0%

Asymp. Sig.:0,000

Hipotez 7: Cinsiyet ile kaçak sigara kullanım sıklığı arasında ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Cinsiyet ile kaçak sigara kullanım sıklığı arasında ilişki yoktur.

H_a: Cinsiyet ile kaçak sigara kullanım sıklığı arasında ilişki vardır.

Yapılan bu analizde Asymp.Sig. (Sonuçur Değer) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde H₀ reddedilir ve H_a kabul edilir. Bu durumda cinsiyet ile kaçak sigara kullanım sıklığı arasında ilişki kabul edilir. Veriler incelendiğinde bugüne kadar hiç kaçak sigara kullanmayanların %52 oranında kadın %34,7 oranında erkek olduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların kaçak sigara kullanma eğilim ve oranlarının kadınlara göre yüksek olduğu görülmektedir. Sadece kaçak sigara kullandığını belirten kadın katılımcı oranı ise %8,1 ile sadece kaçak sigara kullandığını belirten %2,2 oranındaki erkek katılımcıya göre daha fazladır.

Tablo 17: Cinsiyet İle Bir Paket Sigaraya Verilebilecek Maksimum Fiyat Arasındaki İlişki

		S16 - Bugünkü kullanım sıklığı ile bir paket sigaraya en fazla kaç TL verirsiniz? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)					
		12-15 TL	16-19 TL	20- 23 TL	24 -27 TL	28 TL ve üzeri	Total
S2 - Cinsiyetiniz	erkek	40	63	53	21	25	202
		19,8%	31,2%	26,2%	10,4%	12,4%	100,0%
	kadın	67	26	16	4	17	130
		51,5%	20,0%	12,3%	3,1%	13,1%	100,0%
Total		107	89	69	25	42	332
		32,2%	26,8%	20,8%	7,5%	12,7%	100,0%

Asymp. Sig.:0,000

Hipotez 8: Cinsiyet İle bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasında ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Cinsiyet İle bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasında ilişki yoktur.

H_a: Cinsiyet İle bir paket sigaraya verilebilecek maksimum fiyat arasındaki ilişki vardır.

Yapılan bu analizde Asymp.Sig. (Sonuçur Değer) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde H₀ reddedilir ve H_a kabul edilir. Veriler incelendiğinde erkek katılımcıların kadın



katılımcılara göre bir paket sigaraya daha fazla fiyat vermeyi kabul ettikleri genel olarak görülmektedir. Kadın katılımcıların bir paket sigaraya %51,5 oranı en fazla 12-15 TL vermeyi kabul ettikleri görülmektedir. Erkek katılımcılarda ise bu fiyat aralığındaki oran %19,8'dir.

Tablo 18: Cinsiyet İle Kullanılan Sigaranın Ödenemeyecek Kadar Yüksek Fiyatlı Olması Arasındaki İlişki

S17 - Kullandığınız sigaranın fiyatının sizin için ödeyemeyeceğiniz kadar yüksek olması durumunda ne yaparsınız? (sadece mamül paket sigara kullananlara sorulacak)

	kullanmayı bırakırım	azaltırım	sarma kullanırım	kaçak kullanırım	daha ucuzunu kullanırım	Total
S2 - Cinsiyetiniz						
erkek	35	75	42	19	31	202
	17,3%	37,1%	20,8%	9,4%	15,3%	100,0%
kadın	32	41	14	12	31	130
	24,6%	31,5%	10,8%	9,2%	23,8%	100,0%
Total	67	116	56	31	62	332
	20,2%	34,9%	16,9%	9,3%	18,7%	100,0%

Asymp. Sig.:0,032

Hipotez 9: Cinsiyet ile kullanılan sigaranın fiyatının ödenemeyecek kadar yüksek olması durumundaki davranış arasında ilişki vardır. Bu hipotezin sınanması ve elde edilen sonuçlar aşağıda yer almaktadır.

H₀: Cinsiyet ile kullanılan sigaranın fiyatının ödenemeyecek kadar yüksek olması durumundaki davranış arasında ilişki yoktur.

H_a: Cinsiyet ile kullanılan sigaranın fiyatının ödenemeyecek kadar yüksek olması durumundaki davranış arasında ilişki vardır.

Yapılan bu analizde Asymp.Sig. (Sonuç Değer) < 0,05 olduğundan, %5 anlamlılık seviyesinde H₀ reddedilir ve H_a kabul edilir. Veriler incelendiğinde erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre kullandıkları sigaranın fiyatının ödeyemeyecekleri kadar yüksek olması durumunda sigara kullanmayı bırakma oranlarının %17,3 daha düşük olduğu görülmektedir. Kadınlarda bu oran %24,6'dır. Bu durumda sigarayı azaltma oranı ise erkeklerde %37,1 bayanlarda %31,5'dir. Bu durumda sarma sigara kullanma oranının ise erkeklerde %20,8 kadınlarda %10,8 olduğu görülmektedir.

7. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada sigaranın vergilendirme yapısının analizi, sigaranın nihai tüketicileri, diğer bir deyişle vergi yüklenicileri üzerinden analiz edilmeye çalışılmıştır. Çeşitli demografik özelliklere göre sigaranın tüketim biçiminin anlaşılması ideal vergi yapısı ve dolayısıyla ideal fiyatın oluşmasını sağlayacaktır. İdeal vergi yapısı ile gelen fiyat ise sigaranın kullanımına bütçe gelirleri üzerinde etkilidir. Bu amaçla ilk olarak vergilemenin amaçlarına değinilmiştir. Sigaranın vergilendirmesinde mali ve sosyal amaçların beraber yürütüldüğü görülmektedir. Sigara kullanımının yarattığı negatif dışsallıkları önlemek amacı ile alınan bu vergilerin bahsedilen iki amacı etkin bir şekilde gerçekleştirmesi gereklidir. Diğer bir deyişle yapılan vergileme ile sigara kullanımı, sigaraya başlama oranları düşmeli ve sigaraya bağlı hastalıklardan dolayı ortaya çıkan tedavi ve ilaç masraflarında azalma görülmelidir. Mali



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 64 Kasım – Aralık 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



açından bakıldığında ise bu vergileme ile yüksek bütçe geliri elde edilmelidir. Sigaranın talep esnekliğinin düşük olması nedeni ile bazı AB ülkelerinde zamanla değiştirilen vergi yapısı sayesinde sigaranın satış fiyatı devamlı olarak artış göstermiş, sigara kullanımının azalması ve bütçe gelirlerinin artması sağlamıştır. Konu kapsamındaki diğer değişken ise vatandaşların vergi ödememekve/veya uygun fiyattan alabilmek için alternatif tüketim biçimlerini tercih etmesidir. Bunlardan ilki siganın kaçak olarak kullanılmasıdır. Veriler, kaçak sigara yakalanma sayısının giderek arttığını göstermektedir. Kanımızca sigara fiyatlarının yüksek oluşu kaçak sigara satışının asıl nedeni değildir. Çünkü kaçak sigara yasal olmayan bir ürünün satışidir ve her zaman piyasa fiyatlarının altında gerçekleşecektir. Bunun yanında çoğu kişinin kaçak sigara kullanmadığı görüldüğünde kamunun yüksek bir vergi indirimi yapması hem başlamayı teşvik edicidir hem de ciddi bir gelir kaybı yaratacaktır. Alternatif diğer tüketim biçimi ise sarma sigara (açık tütün) kullanımınıdır. Sarma sigara kullanımı ile vatandaşlar vergi ödemekten kaçınmaya çalışmaktadırlar. Sonuncu ve diğer alternatif tüketim biçimi ise daha ucuz bir marka ya da ürünün tercih edilmesidir. Bu ürün vergisi ödenen fakat vatandaşın bütçesine daha uygun bir markadır.

Sonuç olarak yukarıdaki veriler değerlendirildiğinde sigara kullanımının, sigaraya başlamanın ve sigaraya bağlı hastalıklardan dolayı ortaya çıkan tedavi ve ilaç masraflarının azaltılması ve sigaraya bağlı ÖTV gelirlerinin artması için; vergilendirme yapısının değiştirilmesi, daha anlaşılır hale getirilmesi, nihai fiyat içerisinde yönetimi nispi vergilemeye göre daha kolay olan maktu vergi oranının (miktarının) artırılması, asgari maktu vergi miktarının artırılması ile bu verginin işler hale getirilmesi, bu yöntem ile daha ucuz bir ürüne geçişi zorlaştırmak için markaların fiyatlarının birbirine daha da yaklaştırılması ve maktu verginin her sene yükseltilerek sigara fiyatlarının enflasyon karşısında düşük kalmasının engellenmesi ve hatta enflasyonun önünde gitmesi gereklidir. Başta sigaraya erken yaşta başlamak isteyen gençler için ve uzun süredir kullanan tiryakiler için satış fiyatları gözle görülür bir şekilde artmalı ve caydırıcı hale gelmelidir. Sarma sigara kullanan veya kullanmak isteyenler için tütün satışı ve sigara kağıtları kullanımının kontrol altına alınarak takip edilmesi, kaçak sigara satışı ile ilgili kolluk kuvvetlerinin yaptıkları çalışmaların desteklenmesi ve son olarak sigaranın satış şekillerinin kullanıcı açısından özendirici olmaktan çıkarılması sigaranın vergilendirmesinde hedeflenen amaçların gerçekleştirilmesinde yardımcı olacaktır.

Kaynakça

Atuk O., Cebi C. ve Özmen M. U., (2011) “Tütün Ürünlerinde Özel Tüketim Vergisi Uygulaması” *Ekonomi Notları– TCMB*, Sayı: 2011-16.

Atuk O. ve Özmen M. U., (2015), Firm Strategy, Consumer Behavior and Taxation in Turkish Tobacco Market, TCMB Working Paper No: 15/18.

Avrupa Komisyonu, (2014), Türkiye 2014 Yılı İlerleme Raporu, Başlıca Zorluklar 2014-2015, Brüksel.

Aykın H., “Bir Paket Sigaranın Yüzde Kaçı Vergi? Sigaradaki Vergi Yükü Nasıl Hesaplanır?”, <https://vergidosyasi.com/2017/04/08/sigarada-vergi-orani-bir->



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 64 Kasım – Aralık 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



paket-sigaraya-odenen-vergi-sigara-vergisinin-hesaplanmasi/,
18.05.2017).

(Erişim Tarihi:

Bilir N., Çakır B., Dağlı E., Ergüder T. ve Önder Z., (2010), “Türkiye’de Tütün Kontrolü Politikaları”, *DSÖ*.

Callan S., (2012), “Tobacco Taxation and Illicit Trade - Toolkit 2012 TK”, *The Smoke Free Partnership*.

Cigarette taxes - Most Sold Brand Data By Country, <http://apps.who.int/gho/data/node.main-eu.1309?lang=en>, (Erişim Tarihi: 25.05.2017).

Çelikkaya Ali, (2011) “Bazı Ürünlerden (Alkollü İçecekler-Madeni Yağlar Ve Tütün Mamulleri) Alınan Özel Tüketim Vergisinin Ülke Bazında Karşılaştırmalı Analizi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ss. 49-64.

Edizdoğan N., Çetinkaya Ö. ve Gümüş Erhan, (2015), Kamu Maliyesi, 6. Baskı, *Ekin Yayınevi*.

Emniyet Genel Müdürlüğü KOM Daire Başkanlığı, (2015), Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele 2015 Raporu.

European Commission Directorate, (2016), Excise Duty Tables, *Part III - Manufactured Tobacco*.

Hayrulloğlu B, (2015), “Türkiye’de Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerde Özel Tüketim Vergisinin Başarısı”, *Journal of Life Economics*, Sayı: 4, ss.89-112.

<http://www.bumko.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 20.05.2017).

<http://www.guncelfiyatlari.com/sigara-fiyatlari/>, (Erişim Tarihi: 10.05.2017).

<http://havanikoru.org.tr/surec.html>, (Erişim Tarihi: 06.10.2017)

<https://www.muhasibat.gov.tr/content/duyuru/genel-butce-gelirleri-tahsilat-tahakkuk-oranlari-ekod4/179282>, (Erişim Tarihi: 20.05.2017).

<http://www.tuik.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 03.05.2017).

<http://www.vmv.org.tr>, (Erişim Tarihi: 20.05.2017).

Karlıkaya C., Öztuna F., Solak Z. A., Özkan M. ve Örsel O., (2006), “Tütün Kontrolü”, *Toraks Dergisi*, ss: 51-64.

Özdamar, K. (1999), Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi, *Kaan Kitabevi*.

Ross H, (2015), “Controlling Illicit Tobacco Trade: International Experience”, Economics of Tobacco Control Project, *University of Cape Town*.

Şenyüz D., Yüce M. ve Gerçek A., (2011), Türk Vergi Sistemi Dersleri, 5. Baskı, *Ekin Yayınevi*.

T.C. Sağlık Bakanlığı –Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, (2014) Küresel Yeti kin Tütün Araştırması Türkiye 2012, Ankara.



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 64 Kasım – Aralık 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



Taylar, Y., (2010), “Vergi Teorisi Açısından Özel Tüketim Vergileri ve Türk Özel Tüketim Vergisi Uygulaması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12 (Özel Sayı), ss.435-467.

Uğur A.ve Kömürçüler E., (2015), “Türkiye’de Sigara’nin Vergilendirilmesinin Etkinliği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, , C.20, S.4, ss.327-346.

WHO, (2004), Building Blocks for Tobacco Control, A Handbook.

Yürekli A., Önder Z., Erk S. F., Çabuk A., Erk N.ve Chaloupka F. J., (2010), “Türkiye’de Tütün Ekonomisi ve Tütün Ürünlerinin Vergilendirilmesi”, *Bloomberg Philanthropies ve Bill and Melinda Gates Foundation*.