

**ALKOLLÜ İÇECEKLER TÜKETİMİNE YÖNELİK BİR SAHA
ARAŞTIRMASI: TRAKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ***

*A FIELD RESEARCH ON CONSUMPTION OF ALCOHOL PRODUCTS: THE
EXAMPLE OF THRACE REGION*

Murat ÇETİN Ersan ÖZKAN*****

*Geliş Tarihi: 16.01.2018
(Received)*

*Kabul Tarihi: 17.07.2018
(Accepted)*

ÖZ: Alkollü içecek tüketiminin neden olduğu toplumsal zararlar, devletleri bu ürünlerin tüketimine yönelik bir dizi tedbirler almaya yöneltmektedir. Bu kapsamda devletlerce alkollü içecek tüketiminin azaltılmasına yönelik arttırılan vergi oranları ürünlerin fiyatını arttırmasına rağmen bir takım olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir. Bu etkiler arasında kaçak alkolü içecek tüketimi ilk sırada yer almaktadır. Bu çalışmada Trakya bölgesindeki bireylerin alkollü içecek tüketimi, tüketim tercihi ve verginin tüketim ilişkisi üzerindeki etkilerinin ortaya çıkarılmasına yönelik gerçekleştirilen saha araştırması sonuçlarına yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: ÖTV, Alkollü İçecekler Tüketimi, Trakya Bölgesi, Saha Araştırması

ABSTRACT: The social harms of alcohol consumption lead the governments to take several measures related to alcohol consumption. Increasing of tax rates causes positive or negative effects on the prices and consumption of products. In this context, alcohol products are very important. This study's main aim is to conduct a field research on consumption of alcohol products in the thrace region. In this study, the region persons' consumption and consumption choices related to alcohol products and taxes-consumption relationship are investigated through a field research. The findings derived a field research can provide several implications about tax policy in Turkey.

Key Words: Excise Tax, Alcohol Products Consumption, Thrace Region, Field Research

1.GİRİŞ

İnsanların topluluklar halinde yaşamaya başlaması eğitim, sağlık, güvenlik, adalet gibi bir takım kamusal ihtiyaçları beraberinde getirmiştir. Zira devletlerin ortaya çıkmasının temelinde de kamusal ihtiyaçların karşılanması gerekliliği yatmaktadır. Devlet kavramının ortaya çıkması ile kamu ekonomisi faaliyetleri de görülmeye başlanmıştır (Yılmaz, 2015: 11). Ekonomik faaliyetler kapsamında toplumsal ihtiyaçların karşılanması devletlerin görevleri arasında yer almıştır. Bu

*Bu çalışma "Alkol ve Tütün Ürünlerinde Uygulanan Özel Tüketim Vergileri ve Tüketim İlişkisi Çerçevesinde Türkiye Örneği" adlı yüksek lisans tezinden uyarlanmış olup, 17-18 Kasım 2017 tarihinde düzenlenen ICOMEP'17 AUTUMN kongresinde sunulmuştur.

** Prof. Dr, Namık Kemal Üniversitesi, mctin@nku.edu.tr

*** Maliye Bilim Uzmanı, Namık Kemal Üniversitesi, ersan.ozk@mynet.com

ihtiyaçların karşılanmasında devletin mali gücü kadar, mali gücün sağlanmasında etkin olan vergilerin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Vergiler, devletlerin sosyal, siyasal ve kültürel değişimlerine bağlı olarak gelişmiş ve şekillenmiştir (Kayhan, 2000: 85).

Vergiler toplumsal ihtiyaçların karşılanmasında yetersiz kalan kamu gelirlerinin finansman ihtiyacının karşılanması amacıyla ortaya çıkmıştır. Ancak tarihte yaşanan ekonomik dalgalanmalar, çalkantılı dönemler ve ekonomik krizler vergilere gelir sağlama amacı dışında ekonomik ve sosyal amaçların da yüklenmesini beraberinde getirmiştir. Tüketim safhasında yer alan bazı malların tüketicilere ve topluma karşı bir takım zararlı etkileri olabilmektedir. Bu etkiler yalnızca o malı tüketen tüketicilerle sınırlı kalmayıp tüm toplumu olumsuz etkileyen sosyal maliyetlere neden olabilmektedir (Kargı ve Yüksel, 2010: 187).

Bu sosyal maliyetler arasında trafik kazaları, ölümler, yaralanmalar, aile içi şiddet ve şiddete dayalı aile birliğinin bozulması, cinayet, hırsızlık, cinsel istismar gibi suçlar toplumda en çok karşılaşılanlardır. Zira şiddet içeren suçlar ile alkol tüketimi arasında güçlü bir ilişki olduğu çok açıktır. Cinayetlerin %86'sı, şiddet suçlarının %37'si, cinsel istismarın %60'ı, çocuğa şiddetin %13'ü ve hırsızlık suçunun %27'sinden alkol tüketimi sorumlu tutulmaktadır (Saygılı, 2011).

Alkollü içecek tüketimi, geniş bir yelpazede henüz kabul edilmeyen bir risk faktörüdür. Dünyadaki tüm ölümlerin yaklaşık %4'ü ve küresel hastalık yükünün %5'ine neden olmaktadır (Beaglehole and Bonita, 2009: 2173).

Sosyal maliyetlerin ekonomiler üzerinde birtakım olumsuz etkileri de mevcuttur. Alkol Araştırma Enstitüsü'nün 2006 yılı raporuna göre; Avrupa Birliği ülkelerinde 2003 yılındaki alkollü içecek kullanımının somut maliyeti 125 milyar € dur. Bu oran brüt yurt içi hâsılanın %1,3'üne eşittir. 2003 yılındaki alkollü içecek kullanımının soyut giderlerin ise 270 milyar € olduğu tahmin edilmektedir (Varol,2011: 21). Fransa'da dışsal maliyetler alkollü içeceklerin tüketiminde sosyal maliyetin çoğunluğunu temsil etmektedir. Fransa'da alkollü içeceklerin dışsal maliyetleri tütün ürünlerinin dışsal maliyetlerinden % 8 daha fazladır ve ülke genelinde alkol tüketiminin neden olduğu sosyal maliyetler 120 milyar € civarındadır (Koop, 2015: 8). Türkiye de ise alkol tüketiminin yıllık bedeli 15,3 milyar TL olup, birçok bakanlığın bütçesinden fazladır. Maddi hasar, tedavi masrafları, iş gücü kaybı gibi görünen giderlerin dışında görünmeyen giderlerin maliyetinin 31 milyar TL olduğu tahmin edilmektedir (Varol,2011: 22).

Bu nedenle devletler, ortaya çıkan bu olumsuz etkileri en aza indirme çabası içindedirler. Alkollü içeceklerin tüketimi ile kamu harcamalarının artışı arasında bir ilişkinin varlığından söz etmek doğru bir yaklaşım olacaktır. Alkollü içecek tüketiminin neden olduğu kamusal harcamalar arasında sağlık harcamaları, çevre-temizlik harcamaları, adalet harcamaları, güvenlik harcamaları ilk sırada yer

almaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün [WHO], Türkiye dâhil otuz ülkede yapmış olduğu araştırmada alkol tüketiminin; cinayetlere, cinsel saldırılara, şiddet olaylarına, İntihara teşebbüse, trafik kazalarına, aile içi şiddete ve akıl hastalıklarına neden olduğunu tespit etmiştir (Şahin, 1997: 4). Ülkemizde özel tüketim vergisi kapsamına alınan alkollü içecekler üzerinde “*Pigouvian*” tipi vergileme söz konusudur. Negatif dışsallıklara neden olan bu ürün guruplarının vergilendirilmesindeki sosyal amaç, toplumsal maliyetlere neden olan ürünlerin tüketiminin azaltılması veya vergiye rağmen bu tür ürünleri kullanan tüketicilerin cezalandırılmasıdır (Edizdoğan ve Çetinkaya 2012: 241). Zira bu durumda sorgulanması gereken en önemli husus alkollü içeceklerin tüketimini kısımda vergilerin etkili olup olmadığıdır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Alkollü içeceklerin tutum ve davranışlar üzerinde belirgin etkiler meydana getirdikleri bilinmektedir (Gergerlioğlu, 2015: 19). Bu ürünler üzerinde uygulanan vergilemenin başarısı konusunda yapılan çalışmalarda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Alkollü içecekler ve tütün ürünlerine yönelik yapılan çalışmalar arasında: Süngü, öğrencilere yönelik gerçekleştirmiş olduğu araştırmasında bireysel değişkenlerinin alkollü içecek kullanımı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Buna göre erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla daha fazla alkol tükettikleri, ailevi bütünlüğün, gelir durumunun ve anne-babanın eğitim seviyesinin öğrencilerin alkollü içecek tüketiminde belirleyici rol oynadığı sonuçlarını elde etmiştir (Süngü, 2014: 190-191).

Gülay ve Emeç, yaptıkları çalışmalarında sosyo-ekonomik değişkenlerin alkol tüketimi üzerindeki etkisini araştırmışlar ve alkol harcamalarını bağımlı değişken olarak tanımlamışlardır. Araştırma bulgularına göre: hane halkı reisinin eğitim düzeyi yükseldikçe, yaşı ilerledikçe ve gelirleri arttıkça alkollü içecek tüketiminin arttığı ayrıca apartman dairesinde yaşayanların, müstakil evde yaşayanlara göre daha fazla alkollü içecek harcaması yaptığı sonuçlarına ulaşmıştır (Gülay, Emeç, 2007: 12). Gergerlioğlu ve Sümer, gerçekleştirdikleri çalışmalarında alkollü içeceklerde uygulanan özel tüketim vergisinin sosyal maliyetleri azaltıcı etkilerini medeni hal, gelir ve eğitim değişkeni üzerinden değerlendirmişlerdir. Araştırmadan elde edilen bulgular arasında: evlilerin, dul ve bekârlara oranla vergilerin sosyal maliyetleri azaltıcı etkilerini daha çok destekledikleri ve en zayıf tutumsa eğilimi bekârların gösterdiği sonuçlarını elde etmişlerdir. (Gergerlioğlu ve Sümer 2015: 109). Avcı ve Demirci, ise yaptıkları araştırmalarında Türkiye’de 2007-2016 yıllarını kapsayan on yıllık süreçte vergilemenin alkollü içkiler açısından başarısız olduğu görüşünü savunmaktadır (Avcı ve Demirci, 2017: 59).

Wagenaar vd. alkollü içecekleri kapsayan araştırmalarında vergi, ürün fiyatları, alkollü içecek sınırlamaları ile perakende satış noktalarının yoğunluğunun

özellikle üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu kapsamda tüketim alışkanlıklarının azaltılması yönelik promosyon ürünlerin dağıtımının kaldırılması, ürünler üzerindeki vergilerin arttırılması, alkollü içecek satıcılarının azaltılması ve spor, müzik, konser gibi aktivite alanlarında alkollü içecek satışının engellenmesi görüşlerine yer vermektedirler (Wagenaar vd. 2004-2005: 234). Tarı ve diğerleri ise yapmış oldukları çalışmalarında gelirden yaşanan artışın erkek öğrenciler için alkollü içecek ve tütün ürünleri harcamaları olduğu üzerinde durmaktadır (Tarı vd., 2006: 171).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ VE KAPSAMI

Gerçekleştirilen bu çalışma alkollü içeceklerin tüketimi ve vergilerin tüketim üzerindeki etkilerinin araştırılması amacıyla taşımaktadır. Araştırmanın alkollü içecekleri tüketenleri kapsamaması araştırma için bir sınırlılık oluşturmaktadır. Araştırmada Trakya bölgesinden Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illeri dikkate alınmıştır. Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Veri toplama aşamasında hazırlanan anket sorularından ilk altısı katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik iken, sonraki sorular alkollü içecek tüketimi ve vergi ilişkisine yöneliktir. Araştırmada Gfk araştırma şirketinin “*Türklerin %82’si hiç içki içmiyor*” (Cengiz Bilgin, 2008), ve Türkiye Yeşilay Cemiyetinin “*Alkol Raporunda*” belirtilen “*Türkiye’de 4 milyon alkolik, 13 milyonda alkole meyilli kişi bulunmaktadır*” (Varol, 2011: 79) sonuçlarından hareketle, Türkiye’nin toplam nüfusu içerisinde tahmini 10 milyon ila 17 milyon arasında alkollü içecek kullanıcısının olduğu tahmin edilmiştir. Trakya bölgesinde yer alan illerinin nüfusu Türkiye’nin toplam nüfusuna oranlanmış ve istatistik çalışmalarında yararlanılan örneklem hacimleri tablosundaki ana kitle büyüklüğü %95 güven aralığına denk gelen minimum örneklem sayısı dikkate alınarak yapılan hesaplama sonrasında, ulaşılabilecek kişi sayısı belirlenmiştir.

$$\frac{\text{İl Nüfusu}}{\text{Türkiye Nüfusu}} = \text{İlin Türkiye Nüfusuna Oranı}$$

$$\frac{(\%95 \text{ Min. Örneklem Sayısı}) \times (\text{İlin Türkiye Nüfusuna Oranı})}{100} = K$$

K= Anket Uygulanacak Kişi Sayısı

Tablo 1: İller bazında örneklem seçimi

İller	İl Nüfusu	İlin Türkiye Nüfusundaki Oranı	%95 Minimum Örneklem Hacmi	Örneklem Kişi Sayısı
Kırklareli	351,684	0,005	9513	47
Edirne	401,701	0,005	9513	47
Tekirdağ	972875	0,012	9513	114

Örneklem seçiminde uygun örnekleme modelinden yararlanılmıştır. *Uygun Örnekleme*; para, zaman ve işgücü bakımından var olan mevcut sınırlılıklar sebebi

ile örneklemin kolay erişilebilir ve uygulanabilir birimler içerisinde seçilmesidir (Büyüköztürk, 2012: 13). Araştırma kapsamında anket formları üç ilde uygulanmıştır ve 208 kişilik örneklem sayısına ulaşılmaya çalışılmıştır. Uygulama sonrası geri dönen anket formları içerisinde eksik ve tutarsız cevapların yer aldığı formlar değerlendirmeye alınmamıştır. Gerçekleştirilen araştırmada, katılımcıların soruları doğru şekilde algıladığı ve doğru yanıtladıkları varsayılmıştır. Trakya bölgesinde 208 alkollü içecek kullanıcılarına ulaşılmış ve elde edilen veriler SPSS 22.0 istatistik programına aktarılarak gerekli frekans analizlerine ve korelasyon testine tabi tutulmuştur.

4. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

Gerçekleştirilen saha araştırmasında Trakya bölgesinde yer alan Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinde bulunan katılımcıların demografik özelliklerine yönelik değişkenlerin incelenmesi sonucunda elde edilen bulgular şunlardır;

Araştırmaya katılan bireylerin %39,9'unun kadın, %60,1'inin ise erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Medeni durum değişkenine ilişkin elde edilen verilerde katılımcıların %44,2'sinin evli, %45,7'sinin bekâr, %10,1'inin diğer (boşanmış, ayrı veya dul) medeni duruma sahip kişiler olduğu görülmektedir. Katılımcıların %31,7'si (18-24 yaş), %26,4'ü (25-34 yaş), %26,9'u (35-44 yaş), %9,1'i (45-54 yaş), %4,3'ü (55-64 yaş), %1,4'ü (65 yaş ve üzeri) kişilerden oluştuğu görülmektedir. Eğitim durumuna ilişkin elde edilen verilerde %2,9'u okur-yazar, %7,3'ü ilkökul, %9,3'ü ortaokul, %31,2'si lise, %18,4'ü yüksekokul, %27,0'si lisans, %3,3'ü yüksek lisans, %0,6'sı doktora ve üzeri eğitim almış kişiler olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin, %13,9'u devlet memuru, %37'si özel sektör çalışanı, %9,6'sı esnaf, %4,8'i çiftçi, %5,8'i ev hanımı, %3,4'ü işsiz, %20,7'si öğrenci, %4,8'i ise diğer (serbest meslek, öğretim üyesi, emekli, avukat ve benzeri) meslek gurupları içerisinde yer almaktadır. Aylık gelirine ilişkin yapılan frekans analizinde ise %24'ünün (0-1000 TL), %19,2'sinin (1001-1500 TL), %20,2'sinin (1501-2000 TL), %22,1'nün (2001-3000 TL), %5,3'ünün (3001-4000 TL), %4,3'ünün (4001-5000 TL) aralığında, %4,8'inin de (5001 TL ve üzeri) aylık gelire sahip kişilerden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 2: Demografik özellikler frekans analizi

Değişken	Cinsiyet		Değişken %	Toplam %
	Frekans	%		
Kadın	83	39,9	39,9	39,9
Erkek	125	60,1	60,1	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Yaş				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
18-24	66	31,7	31,7	31,7
25-34	55	26,4	26,4	58,2
35-44	56	26,9	26,9	85,1
45-54	19	9,1	9,1	94,2
55-64	9	4,3	4,3	98,6
65 ve Üzeri	3	1,4	1,4	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Eğitim				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Okur-Yazar	4	1,9	1,9	1,9
İlköğretim	11	5,3	5,3	7,2
Ortaöğretim	26	12,5	12,5	19,7
Lise	76	36,5	36,5	56,3
Yüksekokul	52	25,0	25,0	81,3
Lisans	31	14,9	14,9	96,2
Yüksek Lisans	4	1,9	1,9	98,1
Doktora ve Üzeri	4	1,9	1,9	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Medeni Hal				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Evli	92	44,2	44,2	44,2
Bekâr	95	45,7	45,7	89,9
Diğer	21	10,1	10,1	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Meslek				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Devlet Memuru	29	13,9	13,9	13,9
Özel Sektör Çalışanı	77	37,0	37,0	51,0
Esnaf	20	9,6	9,6	60,6
Çiftçi	10	4,8	4,8	65,4
Ev Hanımı	12	5,8	5,8	71,2
İşsiz	7	3,4	3,4	74,5
Öğrenci	43	20,7	20,7	95,2
Diğer	10	4,8	4,8	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Aylık Gelir				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
0-1000 ₺	50	24,0	24,0	24,0
1001-1500 ₺	40	19,2	19,2	43,3
1501-2000 ₺	42	20,2	20,2	63,5
2001-3000 ₺	46	22,1	22,1	85,6
3001-4000 ₺	11	5,3	5,3	90,9
4001-5000 ₺	9	4,3	4,3	95,2
5001 ₺ ve Üzeri	10	4,8	4,8	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

5. ALKOLLÜ İÇECEKLERİN TÜKETİMİNE İLİŞKİN BULGULAR

Araştırmada alkollü içeceklerin tüketimine yönelik hazırlanan sorular; ürünlerin tüketim miktarının belirlenmesi, ürünlerin tüketiminin azaltılması veya bırakılmasında etkili olabilecek hususların belirlenmesi, ürünlerin tüketiminin mali etkilerinin belirlenmesi ve bunun yanı sıra kaçak ürün tüketimi ve kaçak ürün tüketiminin nedenlerini belirlemeye yöneliktir. Bu kapsamda katılımcıların alkollü içecekleri kullanım sıklığının belirlenebilmesi için “*Alkollü içecekleri tüketim sıklığınız nedir?*” sorusu ile alkollü içeceklerin neden olduğu mali etkileri belirlemeye yönelik “*Alkollü içeceklere aylık ne kadar ödüyorsunuz?*” ve “*Alkollü içecek tüketimin diğer tüketim harcamalarınızı etkilediğini düşünüyor musunuz?*” soruları katılımcılara yöneltilmiştir.

Tablo 3: Alkollü içecek kullanım sıklığı frekans analizi

Alkollü içecek ürünlerini kullanım sıklığınız nedir?				
Değişken (Ay)	Frekans	%	Değişken %	Toplam %
1 Gün	53	25,5	25,5	25,5
2 Gün	15	7,2	7,2	32,7
3 Gün	9	4,3	4,3	37,0
4 Gün	46	22,1	22,1	59,1
5 Gün	7	3,4	3,4	62,5
6 Gün	2	1,0	1,0	63,5
7 Gün	2	1,0	1,0	64,4
8 Gün	22	10,6	10,6	75,0
12 Gün	23	11,1	11,1	86,1
15 Gün	1	0,5	0,5	86,5
16 Gün	10	4,8	4,8	91,3
20 Gün	5	2,4	2,4	93,8
28 Gün	4	1,9	1,9	95,7
30 Gün	9	4,3	4,3	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Katılımcıların ağırlıklı olarak %25,5’i ayda bir gün, %22,1’i ayda dört gün, alkollü içecek tüketmekte oldukları görülmektedir.

Tablo 4: Aylık ödeme ve harcama etkisi frekans analizi

Alkollü içeceklere aylık ne kadar ödüyorsunuz?				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
0-200 ₺	122	58,7	58,7	58,7
201-300 ₺	31	14,9	14,9	73,6
301-400 ₺	30	14,4	14,4	88,0
401-500 ₺	13	6,3	6,3	94,2
501-600 ₺	8	3,8	3,8	98,1
601-700 ₺	2	1,0	1,0	99,0
700 ₺ ve Üzeri	2	1,0	1,0	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Alkollü içecek tüketiminin diğer tüketim harcamalarınızı etkilediğini düşünüyor musunuz?				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Evet, Etkiliyor	123	59,1	59,1	59,1
Hayır, Etkilemiyor	85	40,9	40,9	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Katılımcıların %58,7'sinin aylık (0-200 TL) aralığında alkollü içecek ödemesi yaptıkları ve Trakya bölgesinde aylık alkollü içecek ödemesinin ağırlıklı olarak (0-400 TL) aralığında gerçekleştiği görülmektedir. Katılımcıların %59,1'i alkollü içeceklere yaptıkları tüketim harcamalarının diğer tüketim harcamalarını etkilediğini, 40,9'u ise etkilemediğini belirtmektedir. Tütün ürünlerinin tüketiminde olduğu gibi alkollü içeceklerde de kaçak ürünlerin tüketiminden söz etmek mümkündür. Alkollü içeceklerdeki kaçak ürün tüketiminin ve sebeplerinin belirlenmesine ilişkin hazırlanan "Kaçak alkollü içecekleri tercih ediyor musunuz?" ve "Kaçak alkollü içecekleri tercih etme sebebiniz nedir?" soruları katılımcılara yöneltilmiştir.

Tablo 5: Kaçak ürün tercih ve sebebi frekans analizi

Kaçak alkollü içecekleri tercih ediyor musunuz?				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Evet, sürekli kullanıyorum	6	1,9	1,9	1,9
Evet, ara sıra kullanıyorum	35	16,8	16,8	18,8
Hayır, kullanmıyorum	167	80,3	81,3	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Alkollü içecek kullanan katılımcıların %81,3'nün kaçak alkollü içecek kullanmadığı, %1,9'unun sürekli kullandığı, %16,8'inin de ara sıra kullandıkları görülmektedir.

Tablo 6: Kaçak ürün tercih ve sebebi frekans analizi

Kaçak alkollü içecekleri tercih etme sebebiniz nedir?				
Değişken	Frekans	%	Değişken %	Toplam %
Alkollü içecek vergi zamları	30	14,4	73,2	73,2
Tadının güzel olması	5	2,4	12,2	85,4
Başka ülkede üretilmesi	3	1,4	7,3	92,7
Fikrim yok/Diğer	3	1,4	7,3	100,0
TOPLAM	41	19,7	100,0	
Alkollü içecek kullanmayanlar	167	80,3		
TOPLAM	208	100,0		

Kaçak alkollü içecek kullananların %14,4'ü alkollü içeceklere yapılan vergi zamlarının etkisi, %2,4'ü tadının güzel olması, %1,4'ü başka ülkede üretilmesi gibi nedenlerle kaçak ürünleri tercih ettiklerini belirtmekte iken %1,4'ü ise herhangi bir neden olmaksızın kaçak alkollü içecekleri tercih ettiklerini belirtmektedirler. Alkollü içeceklerin tüketiminin azaltılması veya bırakılmasında etkili olan nedenlerin belirlenmesinde yönelik "Sizce alkollü içeceklerin tüketiminin azaltılmasında en etkili yöntem nedir?" ve "Alkollü içecek tüketimini bırakmanızda en büyük etken ne olabilir?" soruları yöneltmiştir.

Tablo 7: Ürün tüketiminin azaltılması frekans analizi

Sizce alkollü içeceklerin tüketiminin azaltılmasında en etkili yöntem nedir?				
Değişken	Frekans	%	Değişken %	Toplam %
Alkollü içecek yasaklarının artırılması	63	30,3	30,3	30,3
Alkollü içecekler üzerindeki vergilerin artırılması	36	17,3	17,3	47,6
Alkollü içeceklerin zararlarına yönelik okullarda verilen eğitim faaliyetlerinin artırılması	82	39,4	39,4	87,0
Sigara veya tütün ürünleri üzerindeki görsel veya yazılı uyarıların etkinliğinin artırılması	24	11,5	11,5	98,6
Fikrim yok / Diğer	3	1,4	1,4	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Alkollü içeceklerin tüketiminin azaltılmasına yönelik katılımcıların %39,4'ü alkollü içecek kullanımının zararlarına yönelik okullarda verilen eğitimlerin artırılması, %30,3'ü ise alkollü içecek yasaklarının artırılmasını desteklemektedir.

Tablo 8: Ürün tüketiminin bırakılması frekans analizi

Alkollü içecek tüketimini bırakmanızda en büyük etken ne olabilir?					
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>	
Alkollü içeceklerdeki fiyat artışları	20	9,6	9,6	9,6	
Sağlık sorunları	136	65,4	65,4	75,0	
İrade	19	9,1	9,1	84,1	
Eş ve çocuklar	27	13,0	13,0	97,1	
Fikrim yok / Diğer	6	2,9	2,9	100,0	
TOPLAM	208	100,0	100,0		

Katılımcıların alkollü içeceklerin tüketimini bırakmalarındaki en büyük etkenin sağlık sorunları, bunun ardından eş ve çocukların isteklerinin etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Vergi oranı ve vergi yükü frekans analizi

Alkollü içeceklerde uygulanan vergi oranlarını doğru buluyor musunuz?					
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>	
Evet, doğru buluyorum	24	11,5	11,5	11,5	
Hayır, doğru bulmuyorum	141	67,8	67,8	79,3	
Herhangi bir fikrim yok	43	20,7	20,7	100,0	
TOPLAM	208	100,0	100,0		

Alkollü içeceklere ödediğiniz vergi yükü için ne söylersiniz?					
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>	
Çok ağır	118	56,7	56,7	56,7	
Ağır	64	30,8	30,8	87,5	
Normal	17	8,2	8,2	95,7	
Hafif	6	2,9	2,9	98,6	
Çok hafif	3	1,4	1,4	100,0	
TOPLAM	208	100,0	100,0		

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu alkollü içeceklerde uygulanan vergi oranlarını doğru bulmadıkları gibi alkollü içeceklerde uygulanan vergi yükünün de fazla olduğu görüşündedirler. Katılımcıların alkollü içeceklerde meydana gelen vergi artışları karşısında ürünlerin tüketimine yönelik tutum ve davranışlarının değişip değişmeyeceğinin ortaya çıkarılması için hazırlanan “Tütün ürünleri ve alkollü içeceklerin vergi oranlarında bir artış yaşandığında tüketim eğiliminiz nasıl gelişir?” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir.

Tablo 10: Tüketim eğilimi frekans analizi

Alkollü içeceklerin vergi oranlarında bir artış yaşandığında tüketim eğiliminiz nasıl gelişir?				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Vergi yükü arttığında kullandığım ürünlerin tüketim miktarını azaltmaya yönelirim.	63	30,3	30,3	30,3
Vergi yükü arttığında kullandığım ürünlerin tüketimini tamamen bırakırım.	18	8,7	8,7	38,9
Vergi yükü arttığında kullandığım ürünler yerine kaçak ürünlerin tüketimine yönelirim.	42	20,2	20,2	59,1
Vergi yükü arttığında kullandığım ürünlerin yerine daha düşük fiyatlı ürünlerin tüketimine yönelirim.	42	20,2	20,2	79,3
Vergi yükü ne kadar artarsa artsın tüketim tercihim ve tüketim oranım değişmez.	43	20,7	20,7	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun olası vergi artışları karşısında ürünlerin tüketimini bırakmayı düşünmedikleri, bazı katılımcıların tüketim tercihlerinin ve oranının değişmediği, tüketimini değiştiren katılımcıların ise kullandıkları ürün miktarını azaltma, düşük fiyatlı veya kaçak ürünlere yönelme gibi eğilimlerinin olduğu görülmektedir. Çok az sayıdaki katılımcının ise ürünlerin tüketimini bırakmayı düşündüğü görülmektedir.

Alkollü içeceklerin vergi oranlarında yaşanacak bir düşüşün tüketicilerin tüketim eğilimleri üzerinde yaratacağı etkilerin belirlenmesine yönelik hazırlanan “Alkollü içecekler üzerinde uygulanan vergi oranları azaltılarak ürünlerin satış fiyatında düşüş yaşansa tüketim tercihiniz değişir mi?” ve vergi oranlarının tüketim üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik “Alkollü içeceklerin kullanımının azaltılmasına yönelik arttırılan vergi oranları ürünlerin tüketimi üzerinde etkili midir?” soruları katılımcılara yöneltilerek tutumları ve davranışlarındaki olası değişiklikler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Tablo 11: Tüketim tercihi ve ürün tüketimi frekans analizi

Alkollü içecekler üzerinde uygulanan vergi oranları azaltılarak ürünlerin satış fiyatında düşüş yaşansa tüketim tercihiniz değişir mi?				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Evet, daha fazla tüketirim.	45	21,6	21,6	21,6
Hayır, aynı oranda tüketmeye devam ederim.	120	57,7	57,7	79,3
Herhangi bir fikrim yok	43	20,7	20,7	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Alkollü içeceklerin tüketiminin azaltılmasına yönelik arttırılan vergi oranları ürünlerin tüketimi üzerinde etkili midir?				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Evet, çok etkilidir.	63	30,3	30,3	30,3
Evet, azda olsa etkilidir.	92	44,2	44,2	74,5
Hayır, etkisi yoktur.	53	25,5	25,5	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Katılımcıların %57,7'si alkollü içeceklerde vergi oranının azaltılması durumunda tüketim tercihinin ve oranının değişmeyeceğini, %21,6'sı daha fazla tüketeceğini, %20,7'si ise herhangi bir fikrinin olmadığını belirtmiştir. Ancak katılımcıların büyük bir çoğunluğu alkollü içecekler üzerindeki yüksek vergilemenin ürünlerin tüketimi üzerinde etkili olduğunu düşünmektedir.

Alkollü içeceklerin vergilendirilmesine yönelik yürürlüğe konulacak bir vergi indiriminin devlet gelirleri açısından yaratacağı etkilerin ne olabileceğine ilişkin katılımcıların düşüncelerinin ortaya çıkarılması adına “*Sizce alkollü içeceklerde uygulanan özel tüketim vergilerinin azaltılması devlet gelirleri açısından ne gibi sonuçlar doğurur?*” şeklinde soru yöneltilmiştir.

Tablo 12: Devlet gelirleri frekans analizi

Sizce alkollü içeceklerde uygulanan özel tüketim vergilerinin azaltılması devlet gelirleri açısından ne gibi sonuçlar doğurur?				
<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Devletin vergi gelirleri azalır	47	22,6	22,6	22,6
Devletin vergi gelirleri değişmez	33	15,9	15,9	38,5
Devletin vergi gelirleri artar	36	17,3	17,3	55,8
Devletin vergi kayıp ve kaçağı azalır.	83	39,9	39,9	95,7
Herhangi bir fikrim yok	9	4,3	4,3	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Size göre vergi sistemimiz adaletli midir?

<i>Değişken</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Değişken %</i>	<i>Toplam %</i>
Hayır	175	84,1	84,1	84,1
Evet	15	7,2	7,2	91,3
Herhangi bir fikrim yok	18	8,7	8,7	100,0
TOPLAM	208	100,0	100,0	

Katılımcılar arasında yüksek vergilerin neden olduğu vergi kayıp ve kaçağının azalacağını düşünenler olduğu kadar devletin gelirlerinin azalacağını düşünenlerde mevcuttur. Ayrıca katılımcıların büyük bir çoğunluğu vergi sisteminin adaletsiz olduğunu düşünmektedir.

6. KORELASYON HİPOTEZLERİ VE ANALİZİ

H1: Alkollü içecek kullanımının diğer tüketim harcamaları üzerindeki etkisi ile bireylerin aylık geliri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Tablo 13: Aylık gelir ve alkollü içecek kullanımının tüketim harcamalarına etkisi korelasyon analizi

Korelasyonlar		Aylık Gelir
Hipotez 1 kabul edilmiştir.		
Alkollü İçecek Kullanımının Diğer	Pearson Correlation	,213**
Tüketim Harcamaları Üzerindeki	Sig. (2-tailed)	<u>.002</u>
Etkisi	N	208

Bireylerin aylık gelirinin yüksek olduğu durumlarda, alkollü içeceklere yönelik yapmış oldukları tüketim harcamaları gerçekleştirecekleri diğer tüketim harcamaları üzerinde olumsuz etki yaratmamaktadır. Bireylerin aylık gelirinin düşük olduğu durumlarda ise alkollü içeceklere yönelik yapmış oldukları tüketim harcamaları gerçekleştirecekleri diğer tüketim harcamalarını üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır. Bir başka deyişle bireylerin diğer tüketim harcamalarını kısımlarına neden olmaktadır. Bu pozitif ve anlamlı ilişki neticesinde hipotez 1 kabul edilmiştir ($\sigma < 0,05$).

H2: Kaçak alkol tüketimi ve alkollü içecek ödemesi arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.

Tablo 14: Kaçak alkollü içecek kullanımı ve aylık alkollü içecek ödemesi korelasyon analizi

Korelasyonlar		Kaçak Alkollü İçecek Kullanımı
Hipotez 2 kabul edilmiştir.		
Aylık Alkollü İçecek	Pearson Correlation	<u>-.278**</u>
Ödemesi	Sig. (2-tailed)	<u>.000</u>
	N	208

Bireylerin kaçak alkollü içecek kullanımı arttığında alkollü içecek ödemesi düşmekte olduğu, kaçak alkollü içecek kullanımı azaldığında ise aylık alkollü içecek ödemesinin artış gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu anlamlı ve negatif ilişki karşısında hipotez 2 kabul edilmiştir ($\sigma < 0,05$).

H3: Alkollü içeceklerdeki vergi yükü ile vergi sisteminin adaletli olup olmadığına dair düşünceler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 15: Vergi yükü ve vergi adaleti korelasyon analizi

Korelasyonlar		Alkollü İçeceklerdeki Vergi Yükü
Hipotez 3 kabul edilmiştir.		
	Pearson Correlation	,257**
Vergi Adaleti	Sig. (2-tailed)	,000
	N	208

Vergi sisteminin adaletli olduğunu düşünen bireyler alkollü içeceklerdeki vergi yükünü doğru bulmakta iken, vergi sisteminin adaletli olmadığını düşünen bireyler ise alkollü içeceklerdeki vergi yükünü doğru bulmamaktadırlar. Bu anlamlı ve negatif ilişki karşısında hipotez 3 kabul edilmiştir ($\sigma < 0,05$).

7. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Trakya bölgesinde vergilerin alkollü içecek tüketimi üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmaya yönelik gerçekleştirilen saha araştırması sonuçlarından elde edilen bulgular şunlardır:

Bireyler arasında ayda bir gün, dört gün, sekiz gün ve on iki gün alkollü içecek tüketenlerin sayıca fazla oldukları görülmektedir. Buna karşın bölgedeki alkollü içeceklere yönelik gerçekleştirilen tüketim harcamalarının ağırlıklı olarak 200-400 TL aralığında gerçekleştiği ortaya çıkarılmıştır. Bireylerin yarısından fazlası alkollü içecek tüketiminin diğer tüketim harcamalarını etkilediğini düşünmektedir ve bireylerin aylık gelirinin yüksek olduğu durumlarda alkollü içeceklere yönelik yapmış oldukları tüketim harcamaları diğer tüketim harcamalarını olumsuz etkilememektedir. Bireylerin aylık gelirinin düşük olduğu durumlarda ise alkollü içeceklere yönelik yapmış oldukları tüketim harcamaları diğer tüketim harcamalarını olumsuz etkilemektedir. Bir başka deyişle diğer tüketim harcamalarını kısmalarına neden olmaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin %80,3'ünün kaçak alkollü içecek tüketmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Alkollü içecek tüketen bireylerin %70 yakın bir çoğunluğunun alkollü içeceklerde uygulanan vergi oranlarını doğru bulmadıkları, %90'ına yakın bir çoğunluğun ise ödedikleri vergi yükünü ağır ve çok ağır olarak nitelendirdikleri görülmektedir. Kaçak alkollü içecek tüketimindeki en önemli etkenin ürünler üzerindeki yüksek vergiler olduğu ortaya çıkarılmıştır. Zira bireylerin kaçak alkollü içecek kullanımı arttığında alkollü içecek ödemesinin düşmekte olduğu, kaçak alkollü içecek kullanımı azaldığında ise aylık alkollü içecek ödemesinin artış gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Alkollü içeceklerin tüketiminin azaltılmasında eğitim faaliyetleri ve alkol yasakları en etkili yöntem olarak görülmektedir; ancak bireylerin çoğu üzerinde alkol tüketimini bırakmalarındaki en büyük iki etken sağlık sorunları ile ailedir. Buna karşın alkollü içeceklerde yaşanan vergi artışları karşısında tüketim alışkanlıklarının bırakma eğiliminde olan bireylerin yaklaşık %9 gibi az bir oranda olduğu görülmektedir. Bireylerin vergi artışları karşısında tüketim miktarını

azaltma, düşük fiyatlı veya kaçak ürünlere yönelme gibi eğilimler içerisine girebildikleri ya da tüketim tercihlerini değiştirmedikleri de ortaya çıkarılmıştır. Vergi sisteminin adaletli olduğunu düşünen bireyler alkollü içeceklerdeki vergi yükünü doğru ve yerinde bulmakta iken vergi sisteminin adaletsiz olduğunu düşünen bireylerin alkollü içeceklerde uygulanan vergi oranlarını doğru bulmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Avcı, O. ve Demirci, Z. (2017). “Türkiye’de Günah Vergisi Olarak ÖTV III Sayılı Listenin İncelenmesi”, Maliye Araştırmaları – 1, Ekin Yayınları, Bursa 2017, S.47-60
- Beaglehole, R. and Bonita, R. (2009), Volume 373, No. 9682, p2173–2174, 27 June 2009
[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(09\)61168-5/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(09)61168-5/fulltext) (Erişim:06.06.2018).
- Büyüköztürk, Ş. (2012), “Örnekleme Yöntemleri”,
<http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf> (15.10.2017).
- Cengiz Bilgin, D. (2008), “GfK araştırdı, Türklerin yüzde 83’ü ‘hiç alkol kullanmaz’ çıktı”, <http://www.hurriyet.com.tr/gfk-arastirdi-turklerin-yuzde-83-u-hic-alkol-kullanmaz-cikti-10518988>, (Erişim:14.01.2018).
- Edizdoğan, N. ve Çetinkaya, A. (2012), “Vergilerin Ekonomik Analizi”, Dora Yayınları, 2.Baskı, Bursa
- Emeç, H. ve Gülay E. (2007), “Alkol Tüketimi ve Alkol Tüketiminde Sosyo-Demografik Değişkenlerin Etkisi Üzerine Ekonometrik Model Uygulaması” Türkiye 8. Ekonometri ve İstatistik Kongresi 24-25 Mayıs2007 İnönü Üniversitesi Malatya
- Gergerlioğlu, U. (2015), “Bireysel Psikolojik Unsurlar Bağlamında Özel Tüketim Vergilerinin Değerlendirilmesi”, Yeditepe Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi, International Anatolia Academic Online Journal Social Science Journal, Vol 3 No.1 Yıl: 2015 S.19-28
- Gergerlioğlu U. ve Sümer, K.K. (2015),”Alkollü İçecek Vergilerinin Sosyal Maliyetleri Azaltıcı Etkilerinin Bireysel Tutumlar Yönünden Analizi (İstanbul İli Örneği)” Sosyoekonomi, Vol. 23(24), 98-117.
- Kargı, V. ve Yüksel, C. (2010), “Çevresel Dışsallıklarda Kamu Ekonomisi Çözümleri”, Maliye Dergisi, Sayı:159 S:(183-202).

- Kayhan, A. (2000), "Verginin, Tarihsel, Gelişimi ve Sebep Olduğu Bazı Önemli Olaylar", Maliye Dergisi, Sayı:135 S: (80-87).
- Kopp, P. (2015), "Le coût social des drogues en France", Note 2015-04 Saint-Denis, le 10 septembre 2015 S.1-10 <https://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/eisxpkv9.pdf> (Erişim:06.06.2018).
- Nüfus, "İllerin Nüfusu", <https://www.nufusu.com/> (Erişim:10.09.2017).
- Saygılı, S. (2011), <http://www.gidahareketi.org/Cagimizin-Sosyal-Afeti---Alkol-472-yazisi.aspx>, (Erişim: 06.06.2018).
- Süngü, H. (2014), "Üniversite Öğrencilerinin Zararlı Madde Kullanımına İlişkin Tutumları" Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl/Year: 2014 Cilt/Volume: 11 Sayı/Issue: 26, s. 167-194 1 .
- Şahin, M.M. (1997), "Alkol Raporu", Tüketiciler Birliği Genel Başkan Vekili, www.tuketiciler.org, (Erişim:15.06.2016).
- Tarı, R., Çalışkan, Ş., ve Bayraktar, Y. (2006), "Gelir ve Tüketim İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (11) 2006 / 1 :168-179.
- Varol, M. (2011), "Alkol Raporu", Türkiye Yeşilay Cemiyeti.
- Wagenar, A., Traci, T., ve Kathleen, M. L. (2004/2005). "Environmental Influences on Young Adult Drinking". Alcohol Research & Health, vol 28, no. 4, s:230-235.
- Yılmaz, B. E. (2015), "Maliye", Der Yayınları, İstanbul.