

**OTOMOBİL ALIMINDA ÖZEL TÜKETİM VERGİSİNİN ETKİSİ ve ÖTV BİLİNCİ****Hakan YAVUZ***Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Maliye Bölümü, hyavuz@sakarya.edu.tr**Received:29.12.2016**Accepted: 27.03.2017***Öz**

2016 yılının sonu itibariyle vergi gelirlerinin %26,7'sini oluşturan ÖTV, belirli ürünlerden yüksek miktarda alınması nedeniyle sık sık gündem konusu olmaktadır. Özellikle petrol ve doğalgaz ürünleri, tütün mamulleri, alkollü içkiler ve sıfır motorlu taşıt satışından yüksek miktarda ÖTV alınmaktadır. Bu nedenle söz konusu ürünlerin fiyat oluşumunda ÖTV'nin önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sıfır binek otomobil alımında ÖTV'nin etkisini tespit etmek ve otomobil sahiplerinin ÖTV bilincini belirlemektir. Belirlenen amaca ulaşmak için 2014-2017 yıllarında sıfır otomobil alan 756 kişiye anket uygulanmıştır. Ankete katılanlar büyük oranda ÖTV'nin yüksek olduğunu, bu verginin adaletli olmadığını ve harcamaları ve kararları üzerinde doğrudan etkisinin olduğunu ifade etmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Otomobil talebi, özel tüketim vergisi, Türkiye.

**THE EFFECT OF EXCISE DUTY ON NEW CAR AND EXCISE DUTY CONSCIOUSNESS****ABSTRACT**

As of the end of 2016, the excise duty which constitutes 26.7%, it is often the subject of come up because of the high volume of certain goods. Especially the excise duty on petroleum and natural gas products, tobacco products, alcoholic beverages and new car is high. For this reason, there is a significant effect of excise duty on the price formation of the mentioned goods. The aim of this study is to determine the effect of excise duty on the purchase of new cars and determine the its consciousness of the car owners. A questionnaire of 756 respondents who had zero cars in 2014-2017 was implemented to achieve the stated goal. Participants in the questionnaire stated that the excise duty was high in large numbers, that this was not justified and had a direct effect on expenditures and decisions.

**Keywords:** Automobile demand, excise duty, Turkey.

## GİRİŞ

Türkiye’de Özel Tüketim Vergisi (ÖTV), 4760 no’lu Kanun ile 06/06/2002 tarihinde kabul edilerek, 24783 sayılı Resmi Gazete’nin, 12/06/2002 tarihinde yayımlanmasıyla yürürlüğe girmiştir. Yürürlüğe girdiği tarihten itibaren ÖTV’nin kapsam ve içeriğinde belirli dönemlerde önemli değişiklikler yapılmıştır.

ÖTV, herhangi bir ürüne yönelik talep veya tüketim düzeyini doğrudan etkileyebildiğinden dolayı ekonomik, mali ve sosyal amaçlar için önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Ekonomik büyüme oranlarında meydana gelen gelişmeler, ekonominin daralma eğilimine girmesi, cari açık ve bütçe açığı, fiyatlar genel düzeyi, tüketim alışkanlıklarında meydana gelen gelişmeler, dış ticaret gerçekleştirmeleri ve daha birçok nedene bağlı olarak ÖTV miktarında ve oranında değişikliğe gidilebilmektedir.

ÖTV uygulamasından en fazla etkilenen sektörlerden biri otomotiv sektörüdür. Otomotiv sektöründe, tüketici talebini belirleyen çok sayıda değişken bulunmaktadır. Bu değişkenlerin önemi, tüketicilere göre farklılık gösterebilir. Ancak Türkiye’de sıfır otomobil satışından yüksek miktarda vergi alınması, sektör açısından özellikle ÖTV uygulamasının önemini arttırmaktadır.

Hükümetin otomotiv sektörüne yönelik ÖTV kararları, hem tüketiciler hem de otomobil satıcıları tarafından yakından takip edilmektedir. Sektörde görülen daralmalar karşısında, otomobil satıcıları tarafından vergi indirimine yönelik bir beklenti oluşmaktadır. Gerek istihdam, gerekse ülke ekonomisine katkı açısından ülkenin lokomotif olarak gösterilen otomobil sektöründeki gelişmeler, hükümet tarafından da yakından takip edilmektedir.

Kısa süre önce motorlu taşıtlara uygulanan ÖTV oranlarına ilişkin yeni oranlar Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Resmi Gazetede yayınlanan yeni oranlar aşağıdaki tabloda (tablo 1) ele alınmaktadır.

Tablo 1. 24.11.2016 Tarihi İtibariyle Yürürlüğe Giren Yeni ÖTV Oranları

Mal İsmi	Vergi Oranı (%)
-Diğerleri	
Motor silindir hacmi 1600 cm <sup>3</sup> 'ü geçmeyenler	60
Motor silindir hacmi 1600 cm <sup>3</sup> 'ü geçen fakat 2000 cm <sup>3</sup> 'ü geçmeyenler	
Elektrik motoru da olanlardan elektrik motor gücü 50 KW'ı geçip motor silindir hacmi 1800 cm <sup>3</sup> 'ü geçmeyenler	60
Diğerleri	110
Motor silindir hacmi 2000 cm <sup>3</sup> 'ü geçenler	
Elektrik motoru da olanlardan elektrik motor gücü 100 KW'ı geçip motor silindir hacmi 2500 cm <sup>3</sup> 'ü geçmeyenler	110
Diğerleri	160

**MADDE 4-** Bu Kararın 3 üncü maddesinde belirlenen vergi oranları;

a) Motor silindir hacmi 1600 cm<sup>3</sup>'ü geçmeyip;  
- ÖTV matrahı 40.000 TL'yi aşmayanlar için %45,  
- ÖTV matrahı 40.000 TL'yi aşip, 70.000 TL'yi aşmayanlar için %50,

b) Motor silindir hacmi 1600 cm<sup>3</sup>'ü geçen fakat 2000 cm<sup>3</sup>'ü geçmeyenlerden;  
- ÖTV matrahı 100.000 TL'yi aşmayanlar için %100,  
- Elektrik motoru da olanlardan elektrik motor gücü 50 KW'ı geçip motor silindir hacmi 1800 cm<sup>3</sup>'ü geçmeyenlerden;  
-- ÖTV matrahı 50.000 TL'yi aşmayanlar için %45,  
-- ÖTV matrahı 50.000 TL'yi aşip, 80.000 TL'yi aşmayanlar için %50,

c) Elektrik motoru da olanlardan elektrik motor gücü 100 KW'ı geçip motor silindir hacmi 2000 cm<sup>3</sup> ila 2500 cm<sup>3</sup> arasında olanlardan ÖTV matrahı 100.000 TL'yi aşmayanlar için %100,

olarak uygulanır.

Kaynak: www.resmigazete.gov.tr

Tablo 1'den de görüldüğü gibi, motor silindir hacmi 1600cc'yi geçmeyip, ÖTV matrahı 40 bin lirayı aşmayanlar için ÖTV oranı %45, ÖTV matrahı 40 bin ve 70 bin lira arasındakilerde oran %50 olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan, motor silindir hacmi 1600cc'yi geçmeyip, ÖTV matrahı 70 bin lirayı aşanlarda ÖTV oranı %60 olarak uygulanacaktır. Motor silindir hacmi 1600-2000cc olup, ÖTV matrahı 100 bin lirayı aşmayan araçların, ÖTV oranı ise %100 olarak belirlenmiştir. Bu grupta olup ÖTV matrahı 100 bin lirayı aşan araçlarda, ÖTV oranının %110 olarak uygulanmasına karar verilmiştir. Son olarak; motor hacmi 2000cc'nin üzerinde olan araçlara uygulanan ÖTV oranı, aracın vergi öncesi matrahına bakılmaksızın %160 olarak belirlenmiştir.

Görüldüğü gibi, 24.11.2016 tarihinde uygulanmaya başlanan yeni ÖTV oranlarıyla birlikte, fiyatı 40 bin TL'yi aşmayan araçlarda uygulanan % 45'lik ÖTV oranında herhangi bir değişiklik yapılmadığı için, bu araçların nihai satış fiyatında ve toplam vergi yükünde bir değişiklik meydana gelmemiştir. Ancak vergi öncesi fiyatı 40 bin TL'yi aşip 70 bin TL'yi geçmeyen araçlara uygulanan ÖTV oranının %45'ten %50'ye yükseltilmesi, ilgili fiyat aralığındaki araçların nihai fiyatlarında yaklaşık %3,4'lük artışa ve KDV'nin de eklenmesiyle oluşan toplam vergi yükünün %71'den %77'ye yükselmesine yol açmıştır. Yeni oranların uygulanmaya başlamasından en fazla etkilenen otomobil grubu ise vergi öncesi fiyatı 70 bin TL'yi aşan araçlardır. İlgili fiyat aralığında uygulanan ÖTV oranının %45'ten %60'a çıkartılması bu gruba giren araçların toplam vergi yükünün 18 puanlık artışla %89'a çıkmasına ve nihai araç fiyatlarının da %10,3 yükselmesine neden olmuştur. Benzer artışlar, diğer gruplara giren araçlar için de söz konusudur (Pişkin, 2017: 10).

Bu çalışma da otomobil talebinde ÖTV'nin tüketici tercihleri üzerindeki etkisi anket yoluyla belirlenmiştir. Çalışma da öncelikle, ÖTV'nin yürürlüğe girdiği 2002 yılından günümüze kadar gösterdiği rakamsal gelişmeler ele alınmıştır. Daha sonra aynı dönemde otomobil sayısındaki gelişmeler ve otomobil talebini etkileyen faktörler incelenmiştir. Söz konusu faktörleri tespit etmek amacıyla literatür incelemesine yer verilmiştir. Çalışmanın son kısmında, anket yoluyla elde edilen veriler değerlendirilerek, otomobil talebinde ÖTV'nin etkileri tespit edilmiştir.

### **Türkiye’de Özel Tüketim Vergisi Gelirlerinin Gelişimi**

Özel tüketim vergisi; petrol ve doğalgaz ürünleri, motorlu taşıtlar, alkollü içkiler, tütün mamulleri, kolalı gazozlar ve dayanıklı tüketim ve diğer mallardan oluşmaktadır. 2016 itibarıyla en fazla ÖTV geliri sırasıyla; petrol ve doğalgaz ürünleri (46.7), tütün mamulleri (26.7) ve motorlu taşıtlardan (%15.6) elde edilmiştir. 2016 yılında bu üç üründen elde edilen ÖTV geliri, toplam vergi gelirlerinin %23.4’ünü oluşturmaktadır (www.muhasabat.gov.tr). Dolayısıyla söz konusu ürünlerden elde edilen vergi gelirlerinin kamu harcamalarının finansmanında önemli bir payı bulunmaktadır.

ÖTV, katma değer vergisinin aksine, az sayıdaki mal ve hizmet üzerine konulan ve harcamanın yapıldığı aşamada alınan özel harcama vergisi olarak ifade edilebilir. Bununla birlikte, lüks tüketime konu olan, insan sağlığına ve çevreye zarar verdiği düşünülen ve bu doğrultuda spesifik olarak belirlenen, mal ve hizmetler üzerinden maktu ve/veya nispi olarak alınan vergiler olarak da ifade edilmektedir (Şen ve Sağbaşı, 2016: 220).

ÖTV'nin alındığı ürünlerin imalatı büyük oranda Türkiye’de gerçekleşmemekte ve ithal edilmektedir. Bu yüzden ÖTV'nin, ithal malı talebini etkilemede önemli bir araç olduğu söylenebilir (Uğur ve diğ., 2012: 4574). Ancak ÖTV, ürünlerin talebini etkilemekle birlikte, bu ürünlere yönelik tüketim, ÖTV yürürlüğe girdiğinden beri önemli düzeyde artmıştır. Petrol ve doğalgaz ürünleri, tütün mamulleri ve motorlu taşıtlardan elde edilen ÖTV gelirlerinin artmasında, bu ürünlerin tüketimlerinin artması, ekonomik büyüme, nüfus artışı, motorlu taşıt sayısındaki artış ve sosyal gelişmeler de etkilidir.

Bir ülkede, ÖTV'ye başvurulmasının birçok nedeni olabilir. Bu nedenler arasında; artan kamu harcamalarının finansmanını için devlete gelir sağlamak, ithalatı kısmak veya kontrol altına almak ve bu yolla kronik hale gelen cari açık sorununa yönelik alternatif bir mali araç geliştirmek, kaynak dağılımında etkinliği sağlamak, sağlık sorunlarına ve toplumsal huzursuzluklara yol açan malların talebini dizginlemek veya kontrol altına almak, gelir dağılımını düzeltmek, belli mal ve hizmete yönelik aşırı talebi kontrol altında tutmak veya talebin yönünü değiştirmek, vb. sayılabilir (Şen ve Sağbaşı, 2016: 220). Aşağıdaki tabloda (tablo 2) 2002-2016 döneminde ÖTV ve toplam vergi gelirlerinin gelişimine ilişkin göstergelere ele alınmaktadır.

Tablo 2. ÖTV'ye İlişkin Göstergeler

	ÖTV Geliri (1)	Motorlu Taşıtlardan Elde Edilen ÖTV (2)	Motorlu Taşıtlardan Elde Edilen Gelirleri Artış Oranı (%)	Toplam Vergi Geliri (3)	(1/3)	(1/2)	(2/3)
2002	6.008.000	305.100	-	59.631.900	10.1	5.1	0.5
2003	22.299.243	1.445.060	373.6	84.316.169	26.4	6.4	1.7
2004	26.648.100	2.750.634	90.3	100.373.325	26.5	10.3	2.7
2005	33.344.806	4.274.479	55.3	119.627.201	27.8	12.8	3.5
2006	36.926.175	4.138.481	-3.1	137.480.292	26.8	11.2	3.1
2007	39.110.505	4.293.326	3.7	152.835.111	25.5	10.9	2.8
2008	41.831.723	3.804.892	-11.3	168.108.960	24.8	9.1	2.2
2009	43.619.794	3.352.689	-11.8	172.440.423	25.2	7.6	1.9
2010	57.285.121	6.192.786	84.7	210.560.388	27.2	10.8	2.9
2011	64.188.786	8.567.837	38.5	253.809.179	25.2	13.3	3.3
2012	71.705.544	8.408.972	-1.8	278.780.848	25.7	11.7	3.1
2013	85.461.561	10.564.665	25.6	326.169.164	26.2	12.3	3.2
2014	91.095.043	12.850.802	21.6	352.514.457	25.8	14.1	3.6
2015	105.922.766	17.026.579	32.4	407.818.455	25.9	16.1	4.1
2016	120.367.689	18.872.549	10.8	458.657.754	26.2	15.6	4.1

**Kaynak:** www.muhasibat.gov.tr adresinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 2'den de görüldüğü gibi, ÖTV gelirleri uygulamaya konulduğu 2002 yılından beri sürekli artmıştır. ÖTV gelirlerinin toplam vergi gelirleri içindeki payı 2002 yılında % 10.1'den, 2010 yılında %27.2'ye yükselmiştir. 2016 yılında ise %26.2 olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde motorlu taşıtlardan elde edilen ÖTV gelirleri, 2006, 2008, 2009 ve 2012 yılları hariç sürekli artmıştır. Motorlu taşıtlardan elde edilen ÖTV gelirlerinin, toplam ÖTV gelirleri içindeki payı da artma eğilimindedir. 2016 itibarıyla ÖTV gelirlerinin %15.6'sı, toplam vergi gelirlerinin de %4.1'i motorlu taşıtlardan elde edilen ÖTV gelirlerinden oluşmuştur.

### Otomobil Sayısındaki Gelişmeler

Türkiye'de ekonomik, sosyal ve mali gelişmelere paralel olarak otomobil üretimi, satışı, toplam sayısı, talebi, kişi başına düşen motorlu taşıt ve otomobil sayısı da değişmektedir. Motorlu taşıt sayısındaki gelişmeler, sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesi açısından -özellikle refah göstergesi- bir ipucu olabilir. Yıllar itibarıyla kişi başına düşen motorlu taşıt sayısındaki artış, refah göstergesi açısından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Ancak bu gösterge tek başına sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesini temsil etmesi bakımından anlamlı değildir. Aşağıdaki tabloda (tablo 3), ÖTV'nin yürürlüğe konduğu 2002 yılından 2017 yılına kadar geçen süreçte motorlu taşıt sayısı, otomobil sayısı, kişi başına düşen motorlu taşıt ve otomobil sayıları ele alınmaktadır.

Tablo 3. Otomobil Sayısına İlişkin Göstergeler

	Toplam Motorlu Taşıt Sayısı (1)	Otomobil Sayısı (2)	1/2	Toplam Nüfus	Kişi Başına Düşen Motorlu Taşıt Sayısı		Kişi Başına Düşen Otomobil Sayısı	
2002	8 655 170	4 600 140	53.1	-	-	-	-	-
2003	8 903 843	4 700 343	52.7	-	-	-	-	-
2004	10 236 357	5 400 440	52.7	-	-	-	-	-
2005	11 145 826	5 772 745	51.7	-	-	-	-	-
2006	12 227 393	6 140 992	50.2	-	-	-	-	-
2007	13 022 945	6 472 156	49.6	70 586 256	0.18	5.4	0.09	10.9
2008	13 765 395	6 796 629	49.3	71 517 100	0.19	5.1	0.09	10.5
2009	14 316 700	7 093 964	49.5	72 561 312	0.19	5.0	0.09	10.2
2010	15 095 603	7 544 871	49.9	73 722 988	0.20	4.8	0.10	9.7
2011	16 089 528	8 113 111	50.4	74 724 269	0.21	4.6	0.10	9.2
2012	17 033 413	8 648 875	50.7	75 627 384	0.22	4.4	0.11	8.7
2013	17 939 447	9 283 923	51.7	76 667 864	0.22	4.2	0.12	8.2
2014	18 828 721	9 857 915	52.3	77 695 904	0.24	4.1	0.12	7.8
2015	19 994 472	10 589 337	52.9	78 741 053	0.25	3.9	0.13	7.4
2016*	21 003 368	11 254 357	53.5	79 814 871	0.26	3.8	0.14	7.0

**Kaynak:** www.tuik.gov.tr adresinden yararlanılarak oluşturulmuştur. (\*) 2016-Kasım ayı sonuna aittir.

Tablo 3'ten de görüldüğü gibi, 2002 yılından 2017 yılına kadar toplam motorlu taşıt sayısı istikrarlı bir şekilde artmıştır. 2002 yılında yaklaşık 8.6 milyon olan motorlu taşıt sayısı, 2016 Kasım ayı itibarıyla yaklaşık %142'lik bir artışla, 21 milyona ulaşmıştır. Benzer artış otomobil sayısında da gözlemlenmiştir. 2002 yılında 4.6 milyon olan otomobil sayısı, 2016 Kasım ayı sonu itibarıyla yaklaşık %144'lük bir artışla 11.2 milyona ulaşmıştır. 2002 yılında toplam motorlu taşıtlar içinde otomobil sayısının oranı %53.1 iken, 2016 (Kasım) yılında da %53.5 seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu durum Türkiye'de, her iki motorlu taşıttan birinin otomobil olduğunu göstermektedir.

Tablo 3'teki verilere göre, kişi başına düşen motorlu taşıt ve otomobil sayısında da önemli gelişmeler yaşanmaktadır. 2007 yılında her 5.4 kişiye bir motorlu taşıt, her 10.9 kişiye de bir otomobil düşerken, 2016 Kasım itibarıyla her 3.8 kişiye bir motorlu taşıt, her 7 kişiye de bir otomobil düşmektedir. Ya da 2016 itibarıyla her 100 kişiye 26 motorlu taşıt veya 14 otomobil düştüğü söylenebilir. Motorlu taşıtlardan veya otomobil satışından yüksek miktardan ÖTV ve ÖTV'li fiyat üzerinden KDV alınmasına rağmen kişi başına düşen motorlu taşıt veya otomobil sayısındaki artış önemli bir gelişmedir. Motorlu taşıt satışından alınan ÖTV ve/veya KDV'nin düşürülmesi veya indirilmesi, kişi başına düşen motorlu taşıt ve/veya otomobil sayısını olumlu yönde etkileyebilir. Motorlu taşıt sayısındaki artış, sosyo-ekonomik gelişmişliğin bir parçası olarak değerlendirilmesine rağmen, yeni sorunlara veya mevcut sorunlarının artmasına da neden olabilir.

#### Otomobil Talebine Etki Eden Faktörler

Bir bireyin otomobil talebini etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bu faktörler arasında genel olarak; otomobilin fiyatı, bireyin geliri, akaryakıt fiyatı, teknolojik gelişmeler, taşıt kredilerine uygulanan faiz oranı, geleceğe yönelik beklentiler, tüketici tercihleri (zevk, beğeni) vb. sayılabilir.

Otomobil talebini ifade edilen faktörlerle sınırlandırmak mümkün değildir. Bu faktörlere ilave olarak; marka, kalite, servis ağı, referans grupları, aile, sosyal sınıf, yakıt, bakım ve tamir gibi değişken masraflar ve sigorta, vergi, kasko gibi sabit masraflar (Arslan, 2003: 87, 101), bilgi ve iletişim kanallarının (Köksal ve Türedi, 2014: 105) da etkili olduğu söylenebilir.

Otomobil talebini etki eden faktörlerin tespitine yönelik çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Çalışmalardan elde edilen bulgulara göre otomobil talebi; bölgelere, illere, ülkelere, dönemlere, çalışmada kullanılan metotlara ve daha birçok faktöre göre farklılık gösterebilir. Güven ve Davudov (2012), Türkiye ve Azerbaycan'da tüketicilerin otomobil talebini etki eden faktörleri, karşılaştırmalı bir şekilde değerlendirebilmek amacıyla 589 kişiyle anket gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada, otomobilin üretim yılı, üretildiği ülke, servis ve yedek parça olanakları, motor gücü, yakıt tasarrufu, fiyatı, vergisinin az olması, çevreye verdiği zarar, görünümü, sonradan kolay satılabilme imkânı, üstün güvenliğe sahip olması, markası, modeli, dayanıklılığı, imajı ve rengi gibi faktörlerin iki ülke otomobil kullanıcılarını anlamlı ve farklı şekillerde etkilediği tespit edilmiştir.

Köksal ve Türedi (2014), Antalya, Isparta ve Burdur şehirlerinde 477 kişi üzerinden elde ettikleri verilere dayalı olarak gerçekleştirdikleri yapısal eşitlik modellemesi (YEM) ile iletişim kanalları kullanımının, marka tercihindeki rollerini test etmişlerdir. Çalışmada, kişisel deneyim ve otomobil bayileri, galeriler ve satışı yapan tüketicilerin otomobil marka tercihinde doğrudan, geleneksel medya, ağızdan ağıza iletişim ve internetin ise dolaylı bir etkiye sahip oldukları tespit edilmiştir.

Yayar ve diğ. (2015), Tokat ilinde 438 otomobil sahibiyle gerçekleştirdikleri anket çalışmasında, otomobil sahipliğinde sosyo-ekonomik ve demografik faktörlerin önemine dikkat çekmişlerdir. Bu çalışmada, otomobil üretim ve satışı ile ilgili faaliyet gösteren firmaların, ailelerin sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerini dikkate almaları gerektiği önerilmektedir.

Görener ve Görener (2008), otomotiv sektörünün devlet için kesin bir vergi kaynağı olduğunu ancak karmaşık yapısı ile otomotiv sektöründe uygulanan yüksek satış vergisi sisteminin, otomotiv sanayiinin gelişmesini ve ülke ekonomisine daha çok katkıda bulunmasını engelleyen faktörlerden biri olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca, sektörde uygulanan vergilerin, gelişmiş otomotiv sanayiine sahip ülkelere bile yüksek oluşu, sektördeki otomotiv talebini doğrudan etkilemektedir.

Chen ve diğ. (2010), otomobil üzerinden alınan satış vergilerindeki indirimin, otomobil satışını dolayısıyla da şirketlerin karını etkilediğini, ancak bu etkinin dolaylı olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışmada, ürünlerin dayanıklılığının, vergi indirim politikasından daha etkili olduğu ön plana çıkarılmaktadır.

Türkiye'de otomobil piyasasında talep fiyat esnekliğini ölçmek amacıyla Alper ve Mumcu tarafından 2000 yılında yapılan bir çalışmada, otomobil talebinin fiyata göre esnek olduğu durumlarda, vergi oranlarındaki indirim sayesinde ortaya çıkan %1'lik fiyat azalmasının, otomobil talebini %1'den daha fazla arttıracaktır. Bu yüzden, vergi oranı düşürülse de vergi geliri artacaktır. Ters durumda ise, yani talebin esnek olmadığı

durumlarda, vergi oranının düşürülmesi vergi gelirini de azaltacaktır. Bu durum, otomobil satışındaki vergi indiriminin uzun vadede hem talebi hem de vergi gelirlerini arttıracığı tahmin edilmektedir.

Kircova ve diğ. (2012), otomotiv ticaretinde 2012-2016 dönemine ilişkin, talep tahmini yapmışlardır. Çalışmada özellikle ÖTV'nin azaltılması veya arttırılmasının, otomotiv satışında doğrudan etkili olduğu vurgulanmaktadır. Vergi indirimi nedeniyle, otomotiv fiyatının önemli düzeyde ucuzladığı ve bu durumdan otomotiv satışının doğrudan etkilendiği ifade edilmektedir.

KPMG Türkiye 2015 otomotiv yöneticileri araştırması yapılmıştır. Raporun hemen hemen her bölümünde Türkiye'de otomotiv sektörünün en önemli sorunlardan birinin satış aşamasında alınan yüksek vergiler (ÖTV, KDV) olduğu belirtilmiştir. Bu nedenle, sektörün büyüebilmesi için yüksek satış vergilerinin düşürülmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bununla birlikte, yüksek vergiler sektörün eskisi gibi büyüme hedefi belirleyebilmesini engellemektedir.

Görüldüğü gibi, otomotiv sektöründeki talebi etkileyen faktörlerin tahminine veya tespitine yönelik çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların bazılarında özellikle vergilerin (ÖTV, KDV) bireylerin talebi veya otomotiv sektörü üzerinde doğrudan ve dolaylı olarak etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma da sıfır araç alımında ÖTV'nin etkilerini tespit etmeye yönelik anket uygulamasına gidilmiştir. Anketin gerçekleştirildiği kişiler, son üç yılda (2014-2017 (şubat) ) sıfır otomobil alanlardır. Çalışmanın bundan sonraki kısmında, gerçekleştirilen anketten elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

#### **Araştırmanın Yöntemi**

#### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de otomobil satışı üzerinden alınan ÖTV'nin, otomobil talebi üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını belirlemek ve otomobil alanların ÖTV bilincini tespit etmektir. Araştırma ile ÖTV'nin otomobil talebini ne şekilde etkilediği ve tüketici kararlarını nasıl değiştirdiği veya değiştirebileceği belirlenmiştir. Bununla birlikte, otomobil alanların ÖTV'yi nasıl algıladıkları, ÖTV hakkındaki bilinç, algı düzeyleri ve ÖTV'ye bakışı da ele alınmıştır.

#### **Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Çalışmanın evrenini sıfır otomobil alanlar oluşturmaktadır. Örneklem kütle ise 2014-2017 yılları arasında sıfır otomobil alanlardır. Örneklem yöntemi olarak basit rastgele örneklem tercih edilmiştir. Bu yöntemde, her bir elemanın örneklem kütle içinde yer alma ihtimali aynıdır.

#### **Araştırmanın Veri Toplama Aracı**

Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketler 2014-2017 yılında sıfır otomobil alan kişilerle yüz yüze ve telefon görüşmesine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze ve telefon görüşmeleri 2017 yılının Şubat ayında gerçekleşmiştir. Dolayısıyla örneklem kütle içinde 2017 yılında otomobil alan kişi sayısı



sınırlı sayıdadır. Örneklem kütle içinde, motorlu taşıtlardan sadece otomobil alanlar bulunmaktadır. Diğer motorlu taşı sahipleri kapsam dışındadır.

### **Araştırmanın Metodolojisi**

Sıfır otomobil alımında ÖTV'nin etkilerini ve ÖTV bilincini tespit etmeye yönelik yüzyüze ve telefon yoluyla gerçekleştirilen ankette; eğitim durumu, yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, aracınızın model yılı, katılımcıların kaç yıldır araç kullandığı, aracın ortalama piyasa değeri ve silindir hacmi ve ÖTV gelirine ilişkin bir takım tahmin soruları sorulmuştur. Ankette yer alan ifadeler, 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Bu kapsamda 20 adet ifade bulunmaktadır. Likert ölçeği kapsamındaki ifadeler; "tamamen katılıyorum", "kısmen katılıyorum", "kararsızım", "kısmen katılmıyorum" ve "kesinlikle katılmıyorum" şeklindedir. Bununla birlikte, "evet", "hayır" ve "fikrim yok" ifadelerine dayalı üç önermeli 16 adet ifade de ankette yer almaktadır. Ankette demografik ifadeler, 5'li likert, üç önermeli sorular ve ÖTV'ye ilişkin tahmin soruları olmak üzere toplam 47 ifade/soru bulunmaktadır. Anketin güvenilirliğini gösteren Cronbach Alpha değeri ,710'dur.

### **Araştırmanın Bulguları**

#### **Araştırmanın Demografik Bulguları**

Otomobil seçiminde cinsiyet, eğitim durumu, yaş, gelir düzeyi, otomobilin silindir hacmi, otomobilin piyasa değeri, vb. birçok faktörün etkili olduğu söylenebilir. Aşağıdaki tabloda (tablo 4) ankete katılanların ifade edilen özellikleri ele alınmaktadır.

Tablo 4: Demografik Özellikler ve Tercih Edilen Otomobillerin Özellikleri

		n	%
CİNSİYET	Kadın	67	8,9
	Erkek	689	91,1
EĞİTİM DURUMU	İlköğretim	101	13,4
	Lise	207	27,4
	Önlisans	92	12,2
	Lisans	319	42,2
	Lisansüstü	37	4,9
YAŞ	18-24	142	18,5
	25-35	291	38,5
	36-45	154	20,4
	46-55	135	17,9
	56-65	27	3,6
	66 ve üzeri	7	0,9
KAÇ YILDIR ARAÇ KULLANILDIĞI	0-1 yıl	32	4,2
	2-4 yıl	128	16,9
	5-8 yıl	181	23,9
	9-15 yıl	180	23,8
	16-25 yıl	136	18,0
	26-30 yıl	39	5,2
	30 yıl ve üzeri	59	7,8
OTOMOBİLİN MODEL YILI	2014	280	37,0
	2015	234	31,0
	2016	214	28,3
	2017	28	3,7
OTOMOBİLİN SİLİNDİR HACMİ	1300 cc ve altı	94	12,4
	1301-1600cc	457	60,4
	1601-1800cc	125	16,5
	1801-2000cc	44	5,8
	2001-2500cc	26	3,4
	2501-3000cc	8	1,1
	3001cc+...	2	0,3
OTOMOBİLİN PİYASA DEĞERİ	0-50.000 TL	218	28,8
	50.001-100.000 TL	431	57,0
	100.001-150.000 TL	84	11,1
	150.001-225.000 TL	17	2,2
	225.001-350.000 TL	3	0,4
	350.001 TL ve üzeri	3	0,4
AYLIK GELİR DÜZEYİ	0-1500 TL	67	8,9
	1501-3500 TL	399	52,8
	3501-6000 TL	210	27,8
	6001-10.000 TL	56	7,4
	10.001 ve üzeri	24	3,2

Tablo 4'ten de görüldüğü gibi, otomobil sahiplerinin %91,1'i erkektir. Ankete katılanların %42,2'si lisans, %27,4'ü lise, %13,4'ü ise ilköğretim mezunudur. Otomobil sahiplerinin %57'si 18-35 yaş arasında, %38,3'ü ise 36-55 yaş arasındadır. "Kaç yıldır otomobil kullanıyorsunuz?" sorusuna katılımcıların %23,9'u 5-8 yıl, %23,8'i 9-

15 yıl ve %18'i ise 16-25 yıl seçeneğini tercih etmişlerdir. 2017 yılının ikinci ayı olması nedeniyle katılımcıların otomobillerinin sadece %3,7'si 2017 modeldir. %37'si 2014, %31'i 2015 ve %28,3'ü ise 2016 modeldir. Otomobillerin %60,4'ü ise 1301cc-1600cc, %16,1'i 1601-1800cc ve %12,4'ü ise 1300cc ve altındadır. Bu otomobillerin %85,8'inin piyasa değeri 0-100.000 TL, %11,1'inin ise 100.001-150.000 TL arasındadır. Son olarak katılımcıların %80,6'sı 1501-6000 arası gelire sahiptir. Diğer taraftan, otomobil sahiplerinin ÖTV'ye ilişkin tahminleri tablo 5'de ele alınmaktadır.

**Tablo 5.** Katılımcıların ÖTV'ye ilişkin Tahminleri

	n	%	
<i>Size göre, ÖTV gelirleri vergi gelirlerinin yaklaşık yüzde kaçını oluşturur?</i>	%5	35	4,6
	%10	84	11,6
	%15	98	13,0
	%20	142	18,8
	%30	157	20,8
	%40	120	15,9
	%50	54	7,1
	%50'den fazlası	66	8,7
<i>Size göre, sıfır aldığınız aracın fiyatının yaklaşık yüzde (%) kaçını ÖTV'dir?</i>	%10	30	4,0
	%15	51	6,7
	%20	80	10,6
	%25	71	9,4
	%30	130	17,2
	%40	202	26,7
	%50	110	14,6
	%60'dan fazlası	42	5,6
<i>Size göre, sıfır araç satışından elde edilen ÖTV geliri, toplam ÖTV gelirlerinin yüzde kaçını (%) oluşturur?</i>	%5	21	2,8
	%10	43	5,7
	%15	54	7,1
	%20	87	11,5
	%25	71	9,4
	%30	106	14,0
	%40	56	7,4
	%50	94	12,4
%60	94	12,4	
%60'dan fazlası	130	17,2	

2016 itibarıyla ÖTV gelirlerinin toplam vergi gelirleri içindeki payı %26,2'dir. Tablo 5'te bu gerçekleşmeye ilişkin ankete katılanların tahminleri gösterilmektedir. Tablo 5'den de görüldüğü gibi, ankete katılanların en çok tahmin ettiği oran %30'dur. Ankete katılanların %20,8'i bu oranın %30 olduğunu, %18,8'i ise %20 olduğunu tahmin etmişlerdir. Dolayısıyla katılımcıların %39,6'sı gerçeğe yakın bir tahminde bulunmuştur. Otomobil sahiplerinin; %26,7'si satın aldıkları araçlarının fiyatının %40'ının, %17,2'si ise %30'unun ÖTV olduğunu düşünmektedir. Öte yandan, katılımcıların sadece %5,6'sı satın aldıkları araçtaki ÖTV oranının %60'dan fazla olduğunu, %4'ü de %10 olduğunu tahmin etmiştir. Bilindiği gibi, otomobil satışındaki ÖTV oranı, otomobilin silindirik hacmi ve vergisiz fiyatına veya ÖTV matrahına göre değişmektedir.

Son olarak, katılımcıların tahminlerinde belirli bir oranda yoğunlaşmadığı soru “Size göre, sıfır araç satışından elde edilen ÖTV geliri, toplam ÖTV gelirlerinin yüzde kaçını (%) oluşturur?” ifadesidir. 2016 itibariyle söz konusu oran %15,8 olarak gerçekleşmiştir. Bu gerçekleştirmelere ilişkin göstergelerin gelişimi tablo 2’de ele alınmıştır. Katılımcıların %49,4’ü söz konusu oranın %40 ve üzerinde olduğunu, %34,9’unun ise %20-%30 arasında olduğunu tahmin etmişlerdir. Tahminler otomobil sahiplerinin bu yöndeki algısının, yüksek olduğunu göstermektedir. 2016 genel bütçe gelirleri içinde ÖTV gelirlerinin %46,7’si petrol ve doğalgaz ürünlerinden, %26,7’si ise tütün mamullerinden elde edilmiştir.

#### BULGULAR

Demografik bulgular ve tahmin sorularına verilen cevapların değerlendirmesinden sonra, çalışmanın bu kısmında öncelikle “evet”, “hayır” ve “fikrim yok” yanıtlarının verildiği ifadeler, sonrasında da 5’li likert ölçeğine ilişkin ifadeler verilen cevaplar değerlendirilecektir.

**Tablo 6:** Katılımcıların ÖTV Algısı ve Bilinci

	Evet		Hayır		Fikrim yok	
	n	%	n	%	n	%
<i>ÖTV, bütün sıfır motorlu taşıtlardan aynı miktarda alınmaktadır.</i>	89	11,8	614	81,2	53	7,0
<i>ÖTV, ülkemizdeki en eski vergilerden biridir.</i>	227	30,0	333	44,0	196	25,9
<i>ÖTV, sadece sıfır araç satışından elde edilen bir gelirdir.</i>	322	42,6	380	50,3	54	7,1
<i>ÖTV, aracın motor hacmine göre değişmektedir.</i>	640	84,7	66	8,7	50	6,6
<i>Sıfır araç alımında ne kadar ÖTV ödediğimin farkındayım.</i>	541	71,6	138	18,3	77	10,2
<i>ÖTV ilk olarak satıcı/bayii/servis tarafından ödenir ve sonrasında tüketicilere yansıtılır.</i>	390	51,6	155	20,5	211	27,9
<i>Sıfır araç alımındaki ÖTV değişikliklerini yakından takip ederim.</i>	293	38,8	398	52,6	65	8,6
<i>Sıfır araçlardan alınan ÖTV’ye ilişkin bilgi düzeyim yüksektir.</i>	256	33,9	390	51,6	110	14,6
<i>Araç alımında otomobil kredisi kullandım.</i>	392	51,9	353	46,7	11	1,5
<i>Sıfır araç alımındaki ÖTV arttırılmalıdır.</i>	46	6,1	689	91,1	21	2,8
<i>Sıfır binek otomobillerden alınan ÖTV araç kullanımımı etkiler.</i>	449	59,4	244	32,3	63	8,3
<i>Araç satışındaki ÖTV, yakıt tasarrufumu etkiler.</i>	166	22,0	478	63,2	112	14,8
<i>Sürücülerin trafik ceza puanları, araç alımındaki ÖTV miktarını etkilemelidir.</i>	236	31,2	431	57,0	89	11,8
<i>Vergi borcu olmayanlara, sıfır araç alımında daha düşük ÖTV uygulanmalıdır.</i>	557	73,7	147	19,4	52	6,9
<i>Sıfır motorlu taşıt alımlarında ÖTV miktarı aynı olmalıdır.</i>	201	26,6	495	65,5	60	7,9
<i>Meslek gereği motorlu taşıt kullananların, sıfır araç alımında ÖTV miktarı indirilmelidir.</i>	529	70,0	163	21,6	64	8,5

Tablo 6’dan da görüldüğü gibi, otomobil sahiplerinin en çok “evet” önermesini seçtiği ilk üç ifade sırasıyla; “ÖTV, aracın motor hacmine göre değişmektedir”, “Vergi borcu olmayanlara, sıfır araç alımında daha düşük ÖTV uygulanmalıdır” ve “Sıfır araç alımında ne kadar ÖTV ödediğimin farkındayım” ifadeleridir. En çok “hayır” önermesinin seçildiği ilk üç ifade ise sırasıyla; “Sıfır araç alımındaki ÖTV arttırılmalıdır”, “ÖTV, bütün sıfır motorlu taşıtlardan aynı miktarda alınmaktadır” ve “Sıfır motorlu taşıt alımlarında ÖTV miktarı aynı olmalıdır” ifadeleridir. Özellikle “ÖTV, aracın motor hacmine göre değişmektedir” ve “ÖTV, bütün sıfır motorlu taşıtlardan aynı miktarda alınmaktadır” ifadelerine verilen cevaplar otomobil sahiplerinin bu alanda büyük oranda bilinçli olduğunu göstermektedir. Öte yandan; otomobil satışından alınan ÖTV’nin indirilmesine ilişkin “Meslek gereği motorlu taşıt kullananların, sıfır araç alımında ÖTV miktarı indirilmelidir” ve “Vergi borcu olmayanlara, sıfır araç alımında daha düşük ÖTV uygulanmalıdır” önerilerine, katılımcılar yüksek oranda olumlu cevap vermiştir.

Aksine “Sürücülerin trafik ceza puanları, araç alımındaki ÖTV miktarını etkilemelidir” önermesine ise katılımcıların yarıdan fazlası (%57) olumsuz cevap verirken, %11,8’i ise “fikrim yok” cevabını vermiştir.

**Tablo 7:** Katılımcıların 5’li Likert Ölçeğine İlişkin Verdikleri Cevapların Dağılımı

	Tamamen Katılıyorum		Kısmen Katılıyorum		Kararsızım		Kısmen Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<i>ÖTV, ağır bir vergi yüküne yol açar.</i>	519	68,7	165	21,8	36	4,8	14	1,9	22	2,9
<i>ÖTV uygulaması her bakımdan doğrudur.</i>	45	6,0	176	23,3	140	18,5	138	18,3	257	34,0
<i>Sıfır motorlu taşıt alımlarında ÖTV oranı aynı olmalıdır.</i>	122	16,1	100	13,2	96	12,7	113	14,9	325	43,0
<i>Ülkemizde sıfır motorlu taşıtlardan yüksek miktarda ÖTV alınmaktadır.</i>	551	72,9	107	14,2	47	6,2	21	2,8	30	4,0
<i>ÖTV, adaletli bir vergidir.</i>	75	9,9	115	15,2	146	19,3	120	15,9	300	39,7
<i>ÖTV, sıfır motorlu araç tercihi etkilemiştir.</i>	404	53,4	162	21,4	81	10,7	55	7,3	54	7,1
<i>Sıfır araç alımında, ÖTV miktarı düşürülürse aracımı değiştiririm.</i>	419	55,4	143	18,9	106	14,0	45	6,0	43	5,7
<i>Ülkemizde sıfır araç satışından gelişmiş ülkelere göre daha fazla ÖTV alınmaktadır.</i>	510	67,5	88	11,6	120	15,9	13	1,7	25	3,3
<i>Sıfır araç satışından elde edilen ÖTV gelirleri, devlet bütçesinden yapılan harcamalar için önemli bir gelir kaynağıdır.</i>	431	57,0	182	24,1	97	12,8	19	2,5	27	3,6
<i>Sıfır aracın fiyatı yükseldikçe, fiyata uygulanan ÖTV oranı da artar.</i>	502	66,4	125	16,5	83	11,0	19	2,5	27	3,6
<i>Sıfır araç alımında ÖTV düşürülürse, diğer aile üyelerine yeni bir araç satın alırım.</i>	232	30,7	151	20,0	155	20,5	90	11,9	128	16,9
<i>Sıfır araç alımındaki ÖTV miktarındaki değişiklik ikinci el araba fiyatlarını etkiler.</i>	421	55,7	173	22,9	96	12,7	35	4,6	31	4,1
<i>ÖTV, aracın vergi öncesi fiyatına göre değişmektedir.</i>	321	42,5	150	19,8	215	28,4	25	3,3	45	6,0
<i>Araç alımında ÖTV’nin düşürülmesi halinde, otomobil kredisi kullanmam.</i>	295	39,0	193	25,5	140	18,5	66	8,7	62	8,2
<i>Sıfır araç alımındaki ÖTV’nin düşürülmesi diğer harcamalarımı etkiler.</i>	362	47,9	215	28,4	87	11,5	45	6,0	47	6,2
<i>Araç satışındaki ÖTV’nin düşürülmesi halinde, trafikteki araç sayısı artar.</i>	414	54,8	201	26,6	65	8,6	42	5,6	34	4,5
<i>Araç satışındaki ÖTV, trafik sıkışıklığını önlemede etkilidir.</i>	134	17,7	183	24,2	161	21,3	105	13,9	173	22,9
<i>Araç satışındaki ÖTV, aracın kasko ve sigorta bedellerini arttırmaktadır.</i>	298	39,4	169	22,4	173	22,9	42	5,6	74	9,8
<i>Araç satışındaki ÖTV, araç için ödenmesi gereken MTV miktarını arttırmaktadır.</i>	210	27,8	120	15,9	215	28,4	55	7,3	156	20,6

Tablo 7’den de görüldüğü gibi, “tamamen katılıyorum” ve “kısmen katılıyorum” ölçekleri birlikte değerlendirildiğinde, katılım oranının en yüksek olduğu ifade “ÖTV, ağır bir vergi yüküne yol açar” ifadesidir. Bu ifadeyi sırasıyla; “Ülkemizde sıfır motorlu taşıtlardan yüksek miktarda ÖTV alınmaktadır”, “Sıfır aracın fiyatı yükseldikçe, fiyata uygulanan ÖTV oranı da artar” ve “Araç satışındaki ÖTV’nin düşürülmesi halinde, trafikteki araç sayısı artar” ifadeleri takip etmektedir. Diğer taraftan, “kısmen katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” ölçekleri birlikte değerlendirildiğinde katılmıyorum ölçeğinin en çok tercih edildiği ilk üç seçenek sırasıyla; “Sıfır motorlu taşıt alımlarında ÖTV oranı aynı olmalıdır”, “ÖTV, adaletli bir vergidir” ve “ÖTV uygulaması her

bakımdan doğrudur” ifadeleridir. Sonuçlar toplu olarak değerlendirildiğinde; otomobil sahiplerinin sıfır araç alımında ÖTV miktarını oldukça yüksek algıladığını ve ÖTV uygulamasının doğru olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla ÖTV miktarındaki değişikliklerin, otomobil talebi üzerinde doğrudan etkisinin olduğu söylenebilir.

“Sıfır araç alımındaki ÖTV’nin düşürülmesi diğer harcamalarını etkiler”, “ÖTV, sıfır motorlu araç tercihimizi etkilemiştir” ve “Sıfır araç alımında, ÖTV miktarı düşürülürse aracımı değiştiririm” ifadelerine katılım oranı %70’in üzerindedir. Bu sonuçlar, ÖTV’de ki değişikliğin, tüketim kararlarında veya tüketici davranışlarında değişikliklere yol açacağını göstermektedir. Bu yüzden, ÖTV yoluyla tüketici davranışlarını yönlendirmenin veya değiştirmenin mümkün olduğu söylenebilir.

**Tablo 8:** Otomobilin Piyasa Değeri İle Ödenmiş Olan ÖTV’nin Farkındalığı

	Sıfır Araç Alımında Ne Kadar ÖTV Ödediğimin Farkındayım			TOPLAM	Evet Diyenler %	
	EVET	HAYIR	FİKRİM YOK			
PIYASA DEĞERİ	0-50.000 TL	134	57	27	218	<b>61,4</b>
	500.001-100.001 TL	320	72	39	431	<b>74,2</b>
	100.001-150.000 TL	68	7	9	84	<b>80,9</b>
	150.001-225.000 TL	14	1	2	17	<b>82,3</b>
	225.001-350.000 TL	3	0	0	3	<b>100</b>
	<b>TOPLAM</b>	541	138	77	756	

Tablo 8’den de görüldüğü, otomobilin fiyatı/değeri arttıkça, otomobil sahiplerinin ne kadar ÖTV ödediklerinin farkında olduklarına ilişkin oran artmakta veya fiyat düştükçe farkında olma oranı da düşmektedir. Öte yandan geliri 0-3500 TL arasında olanların %65,7’si ÖTV’nin adaletli bir vergi olmadığını, %82,6’sı ise ÖTV’nin diğer harcamalarını etkilediğini ifade etmişlerdir.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Sıfır binek otomobil tercihini veya talebini etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörlerin etkisi, bireylere göre farklılık gösterebilir. Literatürde yer alan çalışmalara göre; bireyin geliri, otomobilin fiyatı, tüketici tercihleri, aile, sosyal sınıf, marka, vergi (ler), akaryakıt fiyatı, teknolojik gelişmeler, kredi faiz oranı, sigorta ve kasko gibi sabit masraflar, kalite, servis ağı, geleceğe yönelik beklentiler, bakım ve tamir gibi değişken masraflar, vb. otomobil talebinde etkili olabilmektedir.

Bu çalışmada da ÖTV’nin sıfır otomobil talebi üzerindeki etkisi ve ÖTV’nin değiştirilmesi halinde otomobil sahiplerinin tüketim kararlarında meydana gelebilecek muhtemel davranış değişiklikleri incelenmiştir. Bu amaçla 756 kişiyle yüz yüze ve telefon yoluyla anket gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen anketin sonuçları, otomobil sahiplerinin ÖTV bilincinin yüksek olduğunu ve ÖTV’nin otomobil kararlarını doğrudan etkilediğini göstermektedir. Bununla birlikte, katılımcılar büyük oranda ÖTV’nin adaletli bir vergi olmadığını ve vergi borcu olmayanlara sıfır araç alımında ÖTV’nin daha düşük tutulmasını ifade etmişlerdir. Çalışmada yapılan analizler ve

anket sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde; vergi gelirlerinin yaklaşık dörtte birinin ÖTV gelirlerinden oluşması nedeniyle kamu harcamalarının finansmanında ÖTV'nin önemli bir kamusal kaynak olduğu, tüketici davranışlarını kontrol altına almada, yönlendirmede ve yönetmede ÖTV uygulamasının önemli bir mali araç olduğu ve sıfır binek otomobillerden yüksek miktarda ÖTV alındığı tespit edilmiştir.

## ÖNERİLER

1. 24.11.2016 tarihi itibarıyla Resmi Gazetede yayınlanıp yürürlüğe giren yeni ÖTV oranlarının ankete katılan farklı gelir düzeyine sahip otomobil sahiplerince oldukça yüksek algılanması nedeniyle, bu oranların düşürülmesi gerekir.
2. Mevcut oranların devam etmesi halinde, sıfır otomobil satışındaki azalmadan dolayı, sektörde orta ve uzun vadede daralma görülebilir. Bu yüzden ÖTV oranları kalıcı olarak indirilmelidir.
3. ÖTV oranlarında değişiklik yapılması halinde, bu değişikliğin ne zaman, ne şekilde ve hangi oranlarda/miktarlarda yapılacağı ve bu değişikliğin ne zaman yürürlüğe gireceği ilan edilmelidir.

## KAYNAKÇA

- Alper, C. E. ve Serdar, A. M. (2000). *Türkiye'de Otomobil Talebinin Tahmini*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü, ve Ekonomi ve Ekonometri Merkezi.
- Arslan, K. (2003). Otomobil Alımında Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 2 (3), 83-103.
- Chen, J., Esteban, S. ve Shum, M. (2010), Do Sales Tax Credits Stimulate the Automobile Market?, *International Journal of Industrial Organization*, vol. 28, no: 4, January, 397-402.
- Görener, A. ve Görener, Ö. (2008). Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları Ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler. *Journal of Yasar University*, 3(10), 1213-1232.
- Kırcova, İ. Altınay, G., Onat, B. ve Şahin, Ü. A. (2012). *Otomotiv Ticaretinde Yol Haritası Talep Tahmini, 2012-2016*. İstanbul: Otomotiv Distribütörleri Derneği.
- Köksal, Y. ve Türedi, M. K. (2015). Tüketici Otomobil Tercihinde Etkili Olan Bilgi ve İletişim Kanalları Üzerine Bir İnceleme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt: 17, sayı: 32, Aralık, 105-125.
- KPMG (2015). Türkiye Otomotiv Sektöründe Yeni Stratejik Yatırım Hedefleri 2015. *Türkiye 2015 Otomotiv Yöneticileri Araştırması*,  
[http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/2015\\_KPMG\\_Turkiye\\_Otomotiv\\_Sektor\\_Raporu-108.pdf](http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/2015_KPMG_Turkiye_Otomotiv_Sektor_Raporu-108.pdf), 6 Şubat 2017 tarihinde alınmıştır.
- Pişkin, S. (2017). Belirsizlik ve Bilinmezlik: Yeni ÖTV Düzenlemesinin Otomotiv Sektörüne Etkileri. *Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.*,  
[http://osd.org.tr/Sites/1/upload/files/Otomotiv\\_Sektoru\\_Bilgi\\_Notu\\_Yeni\\_OTV\\_Duzenlemesinin\\_Otomotiv\\_Sektorune\\_Etkileri\\_TSKB-2207.pdf](http://osd.org.tr/Sites/1/upload/files/Otomotiv_Sektoru_Bilgi_Notu_Yeni_OTV_Duzenlemesinin_Otomotiv_Sektorune_Etkileri_TSKB-2207.pdf), 7 Şubat 2017 tarihinde alınmıştır.

Şen, H. ve Sağbaşı, İ. (2016). Vergi Teorisi ve Politikası. Ankara: Kalkan Matbaacılık.

Uğur, A., Akbaş, Y. E. ve Şentürk, M. (2012). Özel Tüketim Vergisi Oranlarındaki Artış Cari Açığa Çözüm Olabilir Mi?. *Journal of Yasar University*, 26 (7), 4572-4588.

Yayar, R., Çoban, M. N. ve Tekin, B. (2015). Otomobil Sahipliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Tokat İli Kentsel Alanda Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, cilt: 22, sayı: 2, 603-617.

<https://www.muhasibat.gov.tr/content/genel-yonetim-mali-istatistikleri>, 04.02.2017.

[http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1051](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1051), 05.02.2017.

<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/11/20161125.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/11/20161125.htm>, 07.02.2017.

## EXTENDED SUMMARY

### Introduction

Excise duty entered into force in 2002 in Turkey. Significant changes have been made in certain periods in the scope and content of the excise duty from the date of entry into force. Excise duty; Petroleum and natural gas products, motor vehicles, alcoholic beverages, tobacco products, cola soda, durable consumer goods and other goods. Excise duty is taken at a very high rate from some of the goods mentioned. Unlike the value-added tax, excise duty can be expressed as a special expenditure tax on a small number of goods and services and taken in the course of the expenditure. However, it is also referred to as luxury and / or relative taxes on goods and services, which are subject to luxury consumption, which are thought to harm human health and the environment and which are specifically determined in this direction.

The production of the excise duty is not realized in Turkey and it is imported. Therefore, it can be said that the excise duty is an important tool for influencing the import demand. However, while the excise duty affects the demand for products, the consumption for these products has increased considerably since the excise duty has entered into force. The increase in excise duty revenues from petroleum and natural gas products, tobacco products and motor vehicles, the increase in consumption of these products, economic growth, population growth, increase in the number of motor vehicles and social developments are also influential.

The government's excise duty decisions for the automotive sector are closely followed by consumers and car sellers. In the face of the contraction seen in the sector, there is an expectation for tax reductions by car dealers. The developments in the automobile sector, which are shown as locomotives of the country in terms of employment, and contribution to the country's economy, are closely monitored by the government.

Excise duty is used as an important tool for economic, financial and social purposes as it can directly affect the demand or consumption level for any product. Developments in economic growth rates can be changed by the amount and rate of excise duty as the economy tends to shrink, the current account deficit and budget deficit, the general level of prices, foreign trade occurrences and many other factors. As of the end of 2016, the excise



duty, which accounts for 26.2% of Turkey's tax revenues, also provides an important source for public sector financing of public expenditures. One of the types of goods and / or services that come to the forefront due to the application of excise duty is motor vehicles.

As is known, there are many factors that affect the choice or demand of passenger cars. The effect of these factors may vary according to the individual. According to the studies in the literature; automobile price, consumer preferences, family, social class, brand, taxes, fuel price, technological developments, loan rate, insurance and auto insurance, quality, service network, future expectations, maintenance and repair variable costs, etc. It can be effective in demanding automobiles.

### Method

The aim of this study is to examine the effect of the excise duty on the demand for new cars and the consciousness of the excise duty of automobile owners. Although many factors influence automobile demand, excise duty is more influential than most of the factors expressed because it increases the price of automobiles significantly. A questionnaire of 756 respondents who had new cars in 2014-2017 was implemented to achieve the stated goal. Questionnaires were conducted through face-to-face and telephone interviews. In the questionnaire; A number of forecasting questions were asked regarding the educational status, age, gender, income level, model year of your vehicle, how many years the participants used the vehicle, average market value of the vehicle, cylinder volume and excise tax. Expressions in the questionnaire were prepared according to likert scale of 5. There are 20 expressions in this scope. Expressions within the scope of the likert scale; I totally agree, partly agree, undecided, partly disagree, and strongly disagree. However, there are 16 expressions with three propositions based on "yes", "no" and "no idea" expressions.

There are many studies in the literature to determine the factors affecting automobile demand. According to the findings obtained from the studies; To individuals, regions, states, countries, periods, and many other factors. However, in some of the studies in the literature, it has been found out that the excise duty, in particular, directly or indirectly influences individuals on new car passenger demand.

### Findings (Results)

The results of the questionnaire show that automobile owners' awareness of private consumption tax is high and that the excise duty directly affects automobile decisions. However, participants stated that the excise duty was not a fair tax at all, and that the excise duty would be kept at a lower level for new car purchases. When the analyzes and questionnaire results of the study are evaluated as a whole, That excise duty is an important public resource in the financing of public expenditures because about one quarter of the tax revenues are composed of excise duty revenues and that excise duty application is an important financial means in controlling, directing and directing consumer behaviors and that there is a high amount of excise duty from new cars has been detected.