



Binek Araç Sahiplerinin Özel Tüketim Vergisi Algısı Üzerine Bir Değerlendirme*

An Evaluation On Passenger Car Owners' Perception Of Special Consumption Tax

Oğuz AKPINAR¹

¹ İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, İstanbul/Türkiye, oguz.akpinar@nisantasi.edu.tr

ÖZET

Harcamalar (tüketim) üzerinden alınan vergiler nitelikleri itibarıyla tahsil edilebilirliğinin kolay olması, fiyat içine gizlenebilmesi, vergi maliyetinin düşük olması, mali anestezi etkisi oluşturabilmesi ve bir takım sosyal amaçların gerçekleştirilebilmesi amacıyla kullanılabilmesi gibi nedenlerle Türkiye'de ve dünyada devletler açısından cazip bir kamusal finansman kaynağı ve sosyal politika aracı olarak görülmektedir. Harcamalar üzerinden tahsil edilen vergiler arasında yer alan Özel Tüketim Vergisi (ÖTV), negatif dışsallıkların içselleştirilmesi, toplum sağlığını olumsuz etkileyen ürünlerin tüketiminin kontrol altında tutulabilmesi, vergi adaletinin sağlanması gibi nedenlerle yaygın kullanıma sahip bir vergi türüdür. ÖTV, kapsamına dahil edilen ürünler ve bu ürünler üzerindeki vergilendirme oranları bakımından zaman zaman kamuoyunda tartışmalara neden olabilmektedir. Özellikle, belirli ürün gruplarındaki yüksek vergilendirme oranları hem tüketici davranışları hem de ekonomik dinamikler üzerindeki etkileri açısından yoğun bir şekilde eleştirilmektedir. Bu bağlamda, ÖTV'nin binek araçlar üzerinden tahsil edilen oran ve tutarlarının tüketiciler üzerindeki algısı ve bu algının tüketim kararlarına nasıl yansıdığı önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bu çalışma, bir harcama vergisi olarak ÖTV'ye yönelik mükellef algısını anlamayı, bu konuda yapılmış bilimsel araştırmaları değerlendirmeyi ve ÖTV'nin tüketim davranışları üzerindeki etkilerini çok boyutlu bir perspektifle ele almayı amaçlamaktadır. Araştırmada, ÖTV'nin ekonomik sonuçları, tüketicilerin tercih ve davranışlarındaki yönlendirici etkisi, aynı zamanda toplumsal kabul düzeyi incelenmiştir. Çalışmanın temel hedefi, ÖTV'nin yalnızca bir mali gelir kaynağı olarak değil, aynı zamanda ekonomik faaliyetleri ve toplumsal dinamikleri şekillendiren bir araç olarak oynadığı kritik rolü anlamaya yönelik katkı sağlamasıdır.

Anahtar Kelimeler: Özel Tüketim Vergisi, Mali Anestezi, Tüketici Davranışları, Vergi Algısı

ABSTRACT

Taxes collected on expenditures are seen as an attractive source of public finance and social policy tool for states in Türkiye and the World due to their characteristics such as being easy to collect being hidden in the price, having a low tax cost, being able to create a financial anesthesia effect and being able to be used to achieve certain social goals. Special Consumption Tax, which is among the taxes collected on expenditures (consumption), is a type of tax that is widely used for reasons such as internalization of negative externalities, control of consumption of products that negatively affect public health, and ensuring tax justice. Special Consumption Tax can sometimes cause public debate in terms of the products included in its scope and the taxation rates on these products. In particular, high taxation rates in certain product groups have been heavily criticized in terms of both consumer behavior and economic dynamics. In this context, the perception of the rates and amounts of SCT collected on passenger vehicles by consumers and how this perception is reflected in consumption decisions has become an important research topic. This study aims to understand the taxpayer perception of SCT as an expenditure (consumption) tax, to evaluate scientific research conducted on this subject, and to address the effects of SCT on consumption behavior from a multidimensional perspective. The study examines the economic consequences of SCT, its guiding effect on consumers' preferences and behaviors, and also its level of social acceptance. The main objective of the study is to contribute to understanding the critical role of SCT not only as a source of fiscal revenue but also as a tool that shapes economic activities and social dynamics.

Keywords: Special Consumption Tax, Fiscal Anesthesia, Consumer Behaviour, Tax Perception

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi

Başvuru Tarihi: 24 Aralık 2024

Kabul Tarihi: 21 Ocak 2025

Makale Türü

Araştırma Makalesi

Sorumlu Yazar

Oğuz AKPINAR

ARTICLE INFOS

Article History

Received: December 24, 2024

Accepted: January 21, 2025

Article Type

Research Article

Corresponding Author

Oğuz AKPINAR

* Bu çalışma Oğuz Akpınar tarafından hazırlanan "Tüketicilerin Binek Araç Satın Alma Tercihlerinde Özel Tüketim Vergisine Yönelik Algılarının Ölçülmesi" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

1. Giriş

Vergilendirme, kamu gelirlerinin sürdürülebilirliği açısından her devletin temel iktisadi hedeflerinden biri olmakla birlikte vergi sistemlerinin yapılandırılmasında ekonomik, sosyal ve çevresel hedefleri gerçekleştirmek doğrultusunda çeşitli vergi türleri kullanılmaktadır. ÖTV de bu vergi türleri arasında yer almakta ve çoğunlukla lüks tüketim malları, alkollü ve kolalı içecekler, bütün ürünleri ve motorlu taşıtlar gibi belirli ürün gruplarına yönelik olarak uygulanmaktadır. Türkiye'de kamu gelirleri içinde önemli bir paya sahip olan ÖTV, sadece mali amaçlı bir gelir kaynağı olmanın ötesinde, tüketim alışkanlıklarına yön verme ve sosyal-politik hedeflere ulaşma gibi ekstra fiskal amaçlarla da kullanılmaktadır.

Binek araçlar, modern yaşamın önemli bir parçası olarak insanların gündelik ihtiyaçlarını karşılamada büyük bir rol oynamaktadır ve insanlar tarafından ulaşımında temel bir gereklilik olarak görülmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'de binek araçlar üzerinden alınan yüksek oranlı ÖTV, tüketicilerin satın alma kararlarını, araç sahibi olmaya yönelik tutumlarını ve dolayısıyla bireylerin ekonomik tercihlerini etkilemektedir. Verginin bireylerin gelir düzeyine ve satın alma gücüne olan etkisi, onun tüketici davranışlarında da belirleyici rol oynayabilmektedir. Özellikle, vergi yükünün bireyler üzerindeki adil dağılımına dair tartışmalar, ÖTV'nin sosyal adalet ve vergi adaleti açısından değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışma, binek araç sahiplerinin ÖTV uygulamasına yönelik algılarını, verginin ekonomik yükü hakkındaki görüşlerini ve vergi adaleti konusundaki düşüncelerini, literatür taraması yoluyla belirlemeyi amaçlamaktadır. Özellikle, ÖTV'nin binek araç piyasasında nasıl bir rol oynadığı, tüketicilerin satın alma davranışlarını nasıl şekillendirdiği ve servet üzerinde yarattığı etkilerin değerlendirilmesi, araştırmanın odak noktalarını oluşturmaktadır. Literatür çalışması yoluyla gerçekleştirilmiş olan bu çalışmanın nihai hedefi, politika yapıcıların vergi sistemini gözden geçirmelerine katkı sağlayacak veriler sunmak, toplumun beklentilerini karşılayan, daha adil, etkin ve sürdürülebilir bir vergi politikasının oluşturulmasına yönelik öneriler geliştirmektir. Bu doğrultuda, ÖTV'nin toplumsal algısı ve bu verginin adaletli olup olmadığına dair tüketici değerlendirmeleri, araştırmanın önemini ve katkısını pekiştirmektedir.

2. Özel Tüketim Vergisi Hakkında Genel Bilgiler

Tüketim vergileri, tarih boyunca devletlerin mali ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla başvurdukları en eski vergi türlerinden biri olarak bilinmektedir. Özellikle kurumsal yapıların günümüzdeki kadar gelişmediği ve vergi idarelerinin etkin bir şekilde faaliyet gösteremediği çağlarda, ekonomik yapıların elverişli olmaması sebebiyle tüketim vergileri, kamu gelirlerinin temel kaynağı olmuştur. Bu dönemlerde tüketim vergileri, genellikle dolaylı vergiler şeklinde uygulanmış ve ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesiyle birlikte bu vergiler de farklı isimler altında tahsil edilmeye başlanmıştır. ÖTV, bu bağlamda, yalnızca belirli mal ve hizmetlerin vergilendirilmesine odaklanması nedeniyle tarihsel süreçte önemli bir yere sahiptir. Özellikle sanayi devrimi ve küreselleşme süreci ile vergi sistemlerinde köklü değişiklikler ortaya çıkmıştır. Günümüzde tüketim vergileri, yalnızca kamu gelirlerini artırma amacına hizmet etmekle kalmayıp, aynı zamanda sosyal ve çevresel hedefleri gerçekleştirmek amacıyla da kullanılmaktadır. Bu kapsamda, negatif dışsalılıkların azaltılması, gelir dağılımında adaletin sağlanması ve tüketim alışkanlıklarının şekillendirilmesi gibi ekstra fiskal hedefler, özel tüketim vergilerinin uygulama alanını genişletmiştir (Akkaya ve Aktuğ, 2021: 1).

Türkiye'de ise ÖTV uygulamaları, 1985 yılında Katma Değer Vergisi'nin (KDV) yürürlüğe girmesine kadar geçen süreçte yaygın bir şekilde uygulanmaya başlanmıştır. Bu dönemde tüketim vergileri, genellikle farklı isimler altında ve belirli ürün gruplarını hedef alarak

uygulanmıştır. Örneğin, 1957 yılında uygulanmaya başlanan istihsal vergisi, üretim ya da ithalat aşamasında bir defaya mahsus tahsil edilen ve kapsamına belirli ürünleri alan bir vergi olarak, günümüz ÖTV'sinin temelini oluşturmuştur. İstihsal vergisi, ürün gruplarını listeler halinde belirleyerek, günümüzde ÖTV'nin yapısına benzer bir yapı sunmuştur.

ÖTV'nin Türkiye'de daha kapsamlı bir şekilde uygulanması, Avrupa Birliği ile kurulan ilişkiler çerçevesinde şekillenmiştir. Türkiye, 12 Eylül 1963 tarihli Ankara Anlaşması ile başlayan süreçte, 1 Ocak 1973 tarihli Karma Protokol ile Gümrük Birliği'ne geçiş sürecini başlamasını sağlamıştır. 6 Mart 1995 tarihinde alınan 1/95 sayılı kararla birlikte, 1 Ocak 1996 tarihinde Gümrük Birliği'ne geçiş sağlanmıştır. Bu süreçte, dış ticaretten elde edilen kamu gelirlerinin azalması, devletin dolaylı vergilere daha fazla yönelmesine yol açmıştır. Bu çerçevede ÖTV, bütçe açıklarını gidermek ve gelir kayıplarını telafi etmek adına önemli bir araç olarak görülmüştür. Avrupa Birliği direktifleri çerçevesinde uyumlaştırılan bu uygulama, özellikle petrol ve bütün ürünleri ile alkol içeren içeceklerden alınan vergilerin artırılmasını hedeflemiştir. Ek olarak, motorlu taşıtlar, beyaz eşya ve elektronik ürünler gibi genellikle ithal edilen ürünlerin de bu kapsama alınması, bütçe gelirlerini artırmak ve ithalatı kontrol altına almak amacıyla önemli bir strateji olarak belirlenmiştir (Oktar, 2020: 16-17).

Türkiye'de ÖTV, 06 Haziran 2002 tarihinde 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nun kabul edilmesiyle yasal bir çerçeveye oturtulmuştur. Bu kanunun yürürlüğe girmesinden önce, ÖTV uygulaması iki defa Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin gündemine gelmiş ancak gerekli yasal düzenlemeler hayata geçirilememiştir. 4760 sayılı Kanun ile, daha önce uygulanmakta olan bazı vergiler yürürlükten kaldırılmış ve belirli vergi, harç ve resimlerin etkisiz hale gelmesi sağlanmıştır. Böylece ÖTV, Türk vergi sistemine yeni bir anlayış getirerek, yalnızca kamu gelirlerini artırmakla kalmamış, aynı zamanda Türkiye'nin Avrupa Birliği standartlarına uyum sürecine de katkı sağlamıştır.

2.1. Özel Tüketim Vergisinin Tanımı ve Kapsamı

Vergi, devletin en temel kamu finansman kaynağı olarak, toplumsal yaşamın devamlılığı ve kamu hizmetlerinin gereğince yerine getirebilmesi bakımından büyük önem taşımaktadır. Türk hukuk sisteminde doğrudan bir yasal tanımlamaya yer verilmemiş olsa da alan yazında çeşitli kaynaklarda vergiyi açıklamaya yönelik görüşler ortaya konulmuştur. Bu çerçevede vergi, devletin ya da devletin yetki devrettiği kamu tüzel kişiliklerinin, kamu hizmetlerinin finansmanı ve kamu faaliyetlerinin gerektirdiği harcamaları yapmak maksadıyla, kanuni dayanağa bağlı olarak, hukuki cebir altında, herhangi bir doğrudan karşılık vaadi olmaksızın ve iade edilmemek üzere, gerçek ve tüzel kişilerden alınan mali yükümlülükler olarak tanımlanmaktadır (Karakoç, 2004: 34; Kaneti, 1989: 4; Edizdoğan, 2007: 1; Erdem vd., 2006: 65). Bu tanım, verginin hukuki ve mali niteliğini ortaya koymakta; aynı zamanda verginin kamusal niteliği ve zorunluluğuna vurgu yapmaktadır. Ayrıca verginin karşılıksız bir ödeme olması onu diğer kamu gelirlerinden ayıran özelliği olarak görülmektedir.

Türk vergi sistemi incelendiğinde, vergiler genellikle konuları itibarıyla üç ana kategori altında; gelir üzerinden alınan vergiler, harcama (tüketim) üzerinden alınan vergiler ve servet üzerinden alınan vergiler şeklinde sınıflandırma yapılmaktadır. Harcama üzerinden alınan vergiler, bireylerin veya tüzel kişilerin tüketim faaliyetleri sırasında ödemekle yükümlü oldukları vergi türlerini kapsamaktadır. Bu bağlamda, ÖTV, harcama vergileri sınıfında yer almakta ve tüketim faaliyetleri içerisinde yalnızca belirli mal grupları üzerinden tahsil edilmektedir. ÖTV'yi, KDV'den ayrılan temel özelliği, tüketime konu olan tüm mal ve hizmetleri değil, yalnızca kanunla belirlenen spesifik mal gruplarını kapsamasıdır.

4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'nda I, II, III ve IV sayılı listelerde, vergiye tabi mal grupları detaylı olarak belirtilmiştir. Bu mallar üretim, ithalat veya ilk iktisap aşamasında tek seferlik olmak üzere vergilendirilmektedir. Bu yapı, ÖTV'nin doğrudan üretici, ithalatçı veya ilk alıcı üzerinde mali yük oluşturmasını sağlarken, vergi yükünün nihai tüketiciye yansımaları da kaçınılmaz kalmaktadır. ÖTV'nin kapsamına giren mal grupları genellikle lüks tüketim ürünleri, akaryakıt, alkollü içkiler, tütün mamulleri ve motorlu taşıtlar gibi belirli ürünlerden oluşmaktadır. Özellikle motorlu taşıtlar üzerindeki ÖTV uygulaması, tüketicilerin satın alma davranışlarını doğrudan etkileyen ve piyasa dinamikleri üzerinde belirleyici olan önemli bir etkidir. Bu çerçevede, ÖTV'nin ekonomik etkilerinin yanı sıra, vergi adaleti, mali yük dağılımı ve toplumsal algı üzerindeki rolü de önem arz taşımamaktadır.

2.2. Özel Tüketim Vergisinin Alınma Amaçları

Vergilemenin temel amacı kamu finansmanını sağlamaktır. Bununla birlikte, özellikle harcama vergileri, sahip oldukları yapısal ve işlevsel özellikler nedeniyle, yalnızca kamusal finansman sağlamakla kalmayıp aynı zamanda birtakım sosyal ve ekonomik hedeflere ulaşmada da devletler açısından etkili bir araç olarak değerlendirilmektedir. Özel tüketim vergileri hem ekonomik hem de sosyal hedeflere hizmet edebilme kapasitesiyle, modern vergi sistemlerinde önemli bir yere sahiptir.

Ekonomik ve Mali Amaçlar: Az gelişmiş ülkelerde ÖTV'nin en önemli işlevlerinden biri kamu finansmanına sağladığı katkıdır. Bu durum, genellikle bu ülkelerin ekonomilerindeki yapısal sorunlar ve istikrarsızlıklarla ilişkilendirilmektedir. Ayrıca, bu ülkelerde vergi idarelerinin yeterli örgütlenmeyi sağlayamamış olması, vergi tahsilatının kolay gerçekleştirilebilir olması nedeniyle özel tüketim vergilerini daha cazip bir gelir kaynağı haline getirmektedir. Örneğin, çay, şeker, tuz gibi talep esnekliği düşük olan temel tüketim mallarına uygulanan özel tüketim vergileri, bu ülkelerde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bununla birlikte, gelişmiş ülkelerde ise ÖTV, yalnızca kamusal finansmanı destek olmakla kalmayıp aynı zamanda dışsal ekonomilerle mücadelede etkin bir araç olarak kullanılmaktadır (Edizdoğan vd., 2018: 332). Özel tüketim vergilerinin ekonomik faydalarından biri, genel harcama vergilerinden farklı olarak, gelir eşitsizliğinin tersine artan oranlılığını azaltmaya yardımcı olabilmesidir. Bunun yanı sıra, ithal ürünler üzerinde uygulanması, yerel sanayiye korumaya yönelik etkiler de yaratmaktadır. Özellikle motorlu taşıtlar, beyaz eşya ve elektronik gibi yüksek ithalat oranına sahip mal gruplarında uygulanan ÖTV, ülkenin dış ticaret dengesine katkı sağlayabilir ve yerel üreticiler için korumacı bir görev üstlenebilir (Türen, 2021: 35).

Sosyal Amaçlar: Vergi politikalarının sosyal hedeflere hizmet eden boyutlarından biri, "erdemli" ya da "erdemsiz" mal kategorileri üzerinden toplum sağlığı ve refahını artırma hedefidir. Erdemsiz mallar olarak adlandırılan tütün ürünleri, alkol içeren içecekler gibi devlet politikası üretilmediği takdirde toplum içinde tercih çarpıklığına neden olabilecek ürünler, devlet müdahalesi olmaksızın kontrolsüz tüketim artışına yol açabilir. Bu ürünlere uygulanan ÖTV, hem tüketim düzeylerini kontrol altında tutmak hem de bu tür ürünlerin neden olabileceği sağlık maliyetlerini düşürmek amacıyla hizmet edebilmektedir. Tütün ürünleri ve alkol gibi maddelerin uzun dönemde sebep olduğu sağlık problemlerinin ekonomik yükü, genellikle ürünün piyasa fiyatına yansıtılmadığı için dışsal bir maliyet oluşturur (Kavaklı Demir ve Çelikay, 2020: 56). Bu bağlamda, devletin uyguladığı ÖTV, yalnızca kamu finansmanı sağlama amacıyla değil, aynı zamanda toplum sağlığını koruma, gelir dağılımını iyileştirme ve çevresel sürdürülebilirliği teşvik etme gibi daha geniş sosyal ve

ekonomik hedeflere ulaşma hedeflerini de desteklemektedir. Gerek az gelişmiş gerekse gelişmiş ülkelerde özel tüketim vergilerinin etkin ve doğru bir şekilde uygulanması, bu tür vergilerin toplum üzerinde oluşturduğu mali ve sosyal etkilerin dengelenmesi açısından kritik öneme sahiptir.

2.3. Özel Tüketim Vergisi'nin Konusu, Mükellefi ve Beyanı

Türkiye'de ÖTV'nin kapsamına dahil olan ürünler, ilgili Kanun'a eklenen dört ayrı liste çerçevesinde düzenlenmiştir. Bu listeler, ürünlerin sahip olduğu özellikler doğrultusunda ayrılmış ve belirli kategoriler dahilinde sınıflandırmaya tabi tutulmuştur (Resmî Gazete Tebliğ, 2015: 29286).

I Sayılı Listenin A cetvelinde; motorin, benzin, fueloil ve doğal gaz gibi petrol türevlerini kapsamına alan enerji kaynakları yer almaktadır. Listenin B cetvelinde ise solvent ve türev ürünler yer almaktadır (Resmî Gazete Tebliğ, 2015/29286).

II Sayılı Listede; motorlu taşıtları kapsamına almakta olup binek otomobiller, minibüsler, otobüsler, yük taşıma araçları, motosikletler ile deniz ve hava taşıtlarını içermektedir (Resmî Gazete Tebliğ, 2015/29330).

III Sayılı Listede; tütün mamulleri ile alkollü ve alkolsüz (örneğin kolalı) içecekler yer almaktadır (Resmî Gazete Tebliğ, 2015/29439).

IV Sayılı Liste; elektronik ürünler (beyaz eşya, cep telefonu gibi), lüks tüketim ürünleri (örneğin havyar, güzellik ve makyaj ürünleri), kürklerle altın veya gümüş kaplama mutfak eşyaları bu liste kapsamında değerlendirilmektedir (Resmî Gazete Tebliğ, 2015/29451).

ÖTV açısından vergiyi doğuran olay, yukarıda belirtilen ürünlerin ilk iktisap işlemi, teslimi veya ithalatı esnasında meydana gelmektedir. İthal edilen ürünler için Gümrük Kanunu'na göre gümrük yükümlülüğünün doğduğu an ya da gümrük beyannamesinin tescil edildiği zamanda, vergiyi doğuran olayın ortaya çıktığı kabul edilmektedir (ÖTV Kanunu, madde 3).

ÖTV mükellefleri, her bir liste kapsamında şu şekilde belirlenmiştir (ÖTV Kanunu, madde 4):

I Sayılı Listedeki petrol ürünlerinin ithalatını gerçekleştirenler ve rafineri şirketleri bu liste kapsamında mükellef olarak tanımlanmıştır.

II Sayılı Listedeki motorlu taşıtlar açısından kayıt ve tescile tabi olmayanların imalatçıları ve ithalatçıları; kayıt ve tescile tabi olanlar açısından ise motorlu araç ticaretiyle uğraşanlar ve bu araçları kullanma amacıyla ithal edenler mükellef olarak kabul edilmektedir.

III Sayılı Listedeki tütün ürünleri ve içecekleri üretenler ve ithal edenler bu liste kapsamında mükellef olarak değerlendirilmektedir.

IV Sayılı Listedeki elektronik ürünler ile lüks tüketim eşyalarının imalatçıları ve ithalatçıları mükellef statüsündedir.

ÖTV'de vergilendirme dönemleri ve beyan süreleri, ürün gruplarına göre farklılık göstermektedir (ÖTV Kanunu, Madde 14):

I Sayılı Listedeki ürünler için iki farklı vergilendirme dönemi bulunmaktadır. Vergilendirme her ayın 15 günlük periyotlarında yapılmakta ve dönemin sonunu izleyen 10. gününe kadar beyan edilmesi gerekmektedir.

II Sayılı Listede kayıt ve tescile tabi olan motorlu araçlar için ÖTV beyannamesi, ilk iktisap işlemleri tamamlanmadan önce verilmek durumundadır; kayıt ve tescile tabi olmayan motorlu araçlar için vergilendirme dönemleri aylık olarak belirlenmiştir.

III ve IV Sayılı Listelerde yer alan ürünler için vergilendirme dönemi birer aylık periyotlar şeklinde düzenlenmiştir. Vergi, ilgili vergilendirme dönemini takip eden ayın 15. günü akşamına kadar beyan edilir.

3. Binek Araç Pazarında ÖTV'nin Rolü

Binek araçlar, 06.06.2002 tarihinde yürürlüğe giren 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu'na ekli II Sayılı Cetvel kapsamında yer

almaktadır (Resmî Gazete Tebliği, 2015: 29330). Bu araçların vergilendirilmesi kanunda belirtilen özel düzenlemelere tabi tutulmaktadır. Söz konusu düzenlemelere göre motorlu taşıtlara uygulanan ÖTV oranları, araçların vergisiz satış fiyatı ve motor silindir hacmi temel alınarak belirlenmektedir. Bu bağlamda, vergi oranlarının saptanmasında kullanılan ölçütler hem ekonomik hem de çevresel faktörleri dikkate alan bir görünüme sahiptir.

Motor silindir hacmi, aracın çevre üzerindeki etkisini dolaylı olarak yansıtan bir etken olarak değerlendirilmektedir. Araçların vergisiz satış fiyatı ise gelir düzeyine bağlı olarak ödeme gücünü yansıtan bir kriter olarak kullanılmaktadır. Örneğin, daha düşük motor hacmine sahip araçların genellikle daha düşük emisyon salınımına neden olduğu düşünülmekte ve çevresel sürdürülebilirliği teşvik eden bir politika çerçevesinde bu araçlara uygulanan ÖTV oranları daha düşük uygulanmaktadır. Bu durum, vergi politikalarının mali amaçlarının yanı sıra çevresel hedeflerle de uyumlu hale getirilmesine olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, lüks sınıf olarak değerlendirilebilecek yüksek vergisiz satış fiyatına sahip araçlar için uygulanan ÖTV oranlarının daha yüksek olması, gelir dağılımındaki adaleti sağlama amacıyla uyumlu bir politika olarak ortaya çıkmaktadır (Türen, 2021: 37).

ÖTV oranlarının belirlenmesindeki bu iki temel unsur, devletin yalnızca kamu finansmanını artırma hedefine hizmet etmekle kalmayıp, aynı zamanda bireylerin tüketim alışkanlıklarına yön verme ve çevresel sürdürülebilirlik açısından daha sorumlu davranışlar sergilemelerini teşvik etme amaçlarını da taşımaktadır. Bu çok boyutlu yapı, ÖTV'nin modern vergi sistemleri içerisindeki önemini artırmakta ve ekonomik, çevresel, sosyal hedeflere ulaşmada çok işlevli bir araç olarak kullanılmasına olanak tanımaktadır.

Bir mala getirilen dolaylı vergiler, arz ve talep esnekliklerine bağlı olarak piyasa dengesi üzerinde etkili olup, denge fiyatının yükselmesine ve denge miktarının azalmasına yol açmaktadır (Ülgen, 2007: 55-71). Benzer şekilde, dolaylı bir vergi türü olan ÖTV de ilgili malın piyasa fiyatı ve miktarında benzer etkiler yaratacaktır. Otomobil talebini etkileyen temel faktörlerden biri şüphesiz araç fiyatıdır. Fiyat seviyesini belirleyen unsurlar arasında vergi politikalarının önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Türkiye'de ÖTV oranlarının görece yüksek olması, araç fiyatlarının küresel ortalamaların üzerine çıkmasına neden olarak otomobil talebini doğrudan etkilemektedir. Bu durum, özellikle bireylerin araç satın alma kararlarını ve otomotiv sektörünün genel performansını şekillendiren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Chen vd. (2010) tarafından yapılan çalışmada ise dolaylı olarak harcama vergilerindeki değişikliklerin otomobil satış miktarı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma, harcama vergilerinde yapılan indirimlerin, araç fiyatlarının düşmesine ve buna bağlı olarak satış miktarlarının artmasına neden olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, vergilendirme politikalarının, yalnızca kamu finansmanı sağlama amacı taşımadığı, aynı zamanda ekonomik faaliyetlerin yönlendirilmesi ve piyasa dinamiklerinin düzenlenmesi açısından da önemli bir araç olduğu görülmektedir.

Kırcova vd. (2012) otomotiv sektörü üzerine yaptıkları çalışmada, 2012-2016 dönemi analiz edilmiş ve bu dönemde ÖTV oranlarında yapılan artış ya da azalışların otomobil satışları üzerinde belirgin bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, ÖTV artışlarının satış hacmini önemli ölçüde daralttığı, buna karşılık vergi indirimlerinin sektörü kısa vadeli canlandırma etkisi yarattığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, vergi politikalarının otomotiv sektörü üzerindeki etkisi oldukça kritik bir konumda yer almaktadır. Bununla birlikte;

KPMG (2015) Türkiye'nin otomotiv yöneticileri araştırması, satış aşamasında tahsil edilen ÖTV ve KDV gibi yüksek oranlı vergilerin otomotiv sektörü için önemli yapısal sorunlar arasında yer aldığını

ortaya koymaktadır. Bu vergilerin, sektörde büyüme hedeflerinin oluşturulmasını ve uzun vadeli stratejik planlamaların yapılmasını zorlaştırdığı belirlenmiştir. Özellikle yüksek vergilendirme oranlarının, yerli ve yabancı yatırımcılar için caydırıcı bir etken olduğu ve sektörel büyümeyi sınırladığı ifade edilmektedir.

Önder ve Şahin (2018) tarafından, motor hacmine göre Türkiye'deki hane halklarının binek otomobil talebi üzerindeki etkilerini incelenen çalışmada, dönemine ait aylık veriler kullanılarak panel eşbütünleşme yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre otomobil talebi ile fiyatlar, kredi kartı faiz oranları, benzin fiyatları ve ÖTV oranlarındaki değişiklikler arasında uzun dönemli bir ilişki saptanmıştır. 2016 Kasım ayında yapılan ÖTV artışlarının tüm motor gücü gruplarında talebi azalttığı ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. ÖTV'nin azaltıcı etkisi 1.600 cc altı araçlarda %37, 1.600 – 2.000 cc arasında %22 ve 2.000 cc üstünde %27 olarak hesaplanmıştır. Araştırmada, Türkiye'de otomobil talebinin, satış fiyatına eklenen dolaylı vergilerden olumsuz etkilendiği ve ÖTV'nin otomobil fiyatlarını dünya standartların göre yüksek oranda artırdığı belirlenmiştir. Bu durum, Türk vergi sisteminin harcama vergilerine ağırlık vermesiyle ilişkilendirilmiş ve vergi sisteminde reform yapılarak harcama vergilerinin yükünün azaltılması ve hanehalkı gelir durumunun iyileştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Ülgen (2024) tarafından gerçekleştirilen ÖTV indirimlerinin mali etkisinin eşik model aracılığıyla incelendiği çalışmada, motorlu taşıtlarda yapılan ÖTV indirimlerinin tüketiciler üzerinde etkileri, araç sahiplik ve talep davranışlarında belirgin şekilde hissedildiği tespit edilmiştir. Türkiye'de binek araçların yatırım aracı olarak görülmesi ve vergi indirimi sonrasında fiyatların artacağına dair beklenti, mevcut araç sahiplerini araçlarını yenilemeye, araç sahibi olmayanları ise yeni araç talebinde bulunmaya yönlendirmektedir. Özellikle 2018 Ekim – 2019 Haziran döneminde uygulanan ÖTV indirimlerinin, dayanıklı tüketim mallarıyla karşılaştırıldığında, motorlu taşıtlar üzerindeki gelir getirici etkisinin daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum, vergi indirimlerinin motorlu taşıt sektöründeki talebi artırıcı etkisini vurgulamaktadır.

Yılmaz (2024) tarafından, ÖTV'nin matrah ve oran değişikliklerin otomotiv alım – satım davranışları üzerinde ekonomik, sosyal ve mali açıdan önemli etkiler yarattığı tespit edilmiştir. Araştırmada, ÖTV indiriminin talep üzerinde değişiklik yaratmayacağı görüşüne katılmayan katılımcıların oranı toplamda %48,6 (kesinlikle katılmıyorum: %33,1; katılmıyorum: %15,5) olarak belirlenirken, aynı ifadeye katılanların oranı %39,5'tir. ÖTV zammı için ise talebin değişmeyeceği görüşüne katılmayanların %51,6 (kesinlikle katılmıyorum: %39,6; katılmıyorum: %12) olarak tespit edilmiştir.

4. Binek Araç Sahiplerinin ÖTV Algısı

Vergi algısı, bireyin zihninde vergiye karşı geliştirdiği yargılar, düşünceler veya fikirler olarak tanımlanabilir. Bu algının oluşumunda ve düzeyinde, bireylerin sosyal ve demografik özellikleri, uygulanan vergi oranları, vergi denetim mekanizmalarının etkinliği ve vergi cezalarının caydırıcı etkisi gibi çeşitli faktörlerin belirleyici olduğu ifade edilmektedir (Çelikkaya, 2002). Ayrıca, vergi sisteminin karmaşıklığı ve bireylerin vergiye karşı duyarlılığı da bu algının şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu noktada, bireylerin mal ve hizmet satın alma süreçlerinde, ödedikleri fiyatın içerisine dâhil edilen verginin farkında olmamaları, yani verginin doğrudan hissedilmemesi durumu da dikkate alınmalıdır. Bu olgu, literatürde "mali anestezi" olarak tanımlanmakta ve vergi algısının önemli unsurları arasında değerlendirilmektedir. Özellikle harcama vergileri, mali anestezi kavramıyla ilişkili olarak ele alınmaktadır. ÖTV ve KDV gibi harcama vergilerinin, tüketiciler tarafından genellikle dolaylı olarak algılanması, bu vergilerin mali anestezi etkisini artırdığına

işaret etmektedir (Göde, 2022: 15). Bu durum, bireylerin vergi yükünü doğrudan hissetmemelerine neden olmakta ve vergi algısını şekillendiren bir başka önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonuç olarak, vergi algısı, bireylerin vergiye yönelik tutumlarını ve davranışlarını etkileyen çok yönlü bir kavram olup, ekonomik, sosyal ve psikolojik etkenlerin bir araya gelerek oluşturduğu dinamik bir yapı olarak değerlendirilebilir.

Mükelleflerin vergiye yönelik algı düzeyleri hem vergi politikalarının etkinliğinin değerlendirilmesi hem de bu politikaların toplumsal kabul görmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Vergi algısı, bireylerin vergi sistemine, uygulanan vergi oranlarına ve genel vergi politikalarına karşı geliştirdikleri tutumlar ile bu unsurlara verdikleri tepkilerin belirlenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, mükelleflerin vergi algılarının incelenmesi, vergi politikalarının başarısının ve sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesi açısından da son derece değerlidir.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2024 yılı Nisan ayı verilerine göre, Türkiye'de trafiğe kayıtlı toplam 29 milyon 561 bin 690 adet motorlu kara taşıtı bulunmaktadır. Bu taşıtların 15 milyon 562 bin 640 adedinin otomobil kategorisinde yer aldığı görülmektedir. Motorlu taşıtlar üzerinden alınan ÖTV, yalnızca otomobillerle sınırlı kalmayıp kapsama aldığı diğer ürün gruplarıyla da oldukça geniş bir mükellef tabanına yayılan bir vergi türüdür. Bu durum, ÖTV'nin kamu maliyesi açısından önemini artırırken, mükelleflerin ÖTV'ye yönelik algılarının incelenmesini de gerekli hale getirmektedir.

ÖTV algısı, bireylerin bu vergiye yönelik farkındalıklarını, tutumlarını ve tepkilerini içerirken, aynı zamanda genel vergi algısının da bir parçası olarak değerlendirilebilir. ÖTV'nin geniş bir mükellef kitlesini etkilemesi, bu vergiye dair algı düzeylerinin toplumsal boyutlarıyla ele alınmasını ve özellikle otomotiv sektöründeki etkilerinin analiz edilmesini önemli kılmaktadır. Bu nedenle, ÖTV'nin kamu maliyesindeki rolü ve bireyler üzerindeki etkileri dikkate alınarak, genel vergi algısının daha geniş perspektifte incelenmesi, vergi politikalarının daha etkili ve kabul edilebilir bir şekilde tasarlanmasına katkı sağlayacaktır.

Oberholzer ve Stack'in (2014) çalışmasında, vergi algılarının vergi uyumuna yönelik tutumlar üzerindeki etkisi incelenmiş ve mükelleflerin algılarının vergi uyumu davranışlarını şekillendirdiği tespit edilmiştir. Araştırmada, vergi uyumunu artırmak amacıyla mükelleflerin vergi algılarının olumlu yönde değiştirilmesine odaklanmanın önemli olduğu vurgulanmıştır.

Cansız (2015), vergilerin kamu harcamalarını finanse etme işlevini sürdürebilmesi için, vergi mükelleflerinin bu vergileri adil olarak algılamalarının temel bir koşul olduğunu belirtmiştir. Çalışmada, mükelleflerin kabul etmediği vergilerden beklenen gelirin elde edilmesinin mümkün olmayacağı vurgulanmıştır.

Jimenez ve Iyer (2016) tarafından yapılan çalışmada, sosyal normlar, hükümete güven ve algılanan adaletin vergi uyumu üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışma, bireylerin vergi yasalarına uyma eğilimlerinin, devlete duydukları güven ve vergi adaleti algıları ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Hükümete duyulan güvenin artmasının, vergi uyumunu olumlu yönde etkileyebileceği belirlenmiştir.

Çiçek ve Sabbağ (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırma, binek araç tercihlerinde mükelleflerin harcama vergilerine yönelik algılarını ve bu vergilerin satın alma kararlarına olan etkilerini inceleyen önemli veriler sunmaktadır. Araştırma bulgularına göre, mükelleflerin büyük bir kısmı, özellikle harcama vergilerinin satın alma kararları üzerinde olumsuz etkiler yarattığını ifade etmektedir. Katılımcıların %71,1'i, binek araç satın alma süreçlerinde uygulanan harcama vergilerinin (örneğin, ÖTV ve KDV gibi) olumsuz bir etkide bulunduğunu belirtmiştir. Bu bulgular, vergi politikalarının tüketici davranışları üzerindeki belirleyici rolünü açıkça ortaya koymaktadır. Harcama

vergilerinin oranlarının yüksekliği, tüketicilerin karar alma süreçlerinde maliyet faktörünü ön plana çıkararak daha ekonomik seçeneklere yönelmesine neden olabilmektedir. Araştırma, vergi yükünün sadece bireysel tercihler üzerinde değil, aynı zamanda otomotiv sektörü gibi ekonominin önemli bir sektöründe de talep daralmasına yol açabilecek bir etki yarattığını işaret etmektedir. Ayrıca, çalışmada ifade edilen bu görüşler, harcama vergilerinin tüketiciler üzerinde yaratabileceği olumsuz algının önemini de ortaya koymaktadır. Vergi politikalarının toplumun geniş bir kesiminde olumsuz bir algı yaratması, sadece vergi gelirlerini değil, aynı zamanda tüketici güvenini ve ekonomik aktiviteyi de etkileyebilir. Dolayısıyla, Çiçek ve Sabbağ'ın (2016) çalışması, vergi politikalarının etkilerinin daha bütüncül bir perspektifle ele alınması gerektiğini ve bu politikaların toplumsal kabulünü artırmaya yönelik stratejilere odaklanılmasının önemini vurgulamaktadır.

Oladipupo ve Obazee (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, vergi bilincinin vergi uyumu üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmacılar, hükümetin vergi konularında kamuoyunu bilinçlendirmek amacıyla kapsamlı bilgilendirme faaliyetlerinde bulunmasının gerekliliğini vurgulamış ve vergi eğitiminin sürekliliğini sağlamak adına okul müfredatına dahil edilmesinin önemini ortaya koymuşlardır.

Yavuz (2017) tarafından gerçekleştirilen araştırma, binek araç sahiplerinin ÖTV algısını incelemeye yönelik önemli bulgular ortaya koymuştur. Araştırma sonuçlarına göre, binek araç sahipleri, sıfır kilometre araç satın alımlarında uygulanan ÖTV oranlarını genel olarak yüksek bulmaktadır. Bu durum, tüketicilerin vergi politikalarına yönelik eleştirel bir tutum sergilediklerini ve ÖTV uygulamasını çoğunlukla doğru bulmadıklarını göstermektedir. Ayrıca, çalışmada ortaya çıkan bir diğer önemli bulgu, ÖTV oranlarındaki artış ya da azalışların, bireylerin tüketim kararlarını ve tüketici davranışlarını belirgin bir şekilde etkilediği yönündedir. Araştırmada, özellikle ÖTV oranlarının yüksekliği nedeniyle, tüketicilerin daha ekonomik araçlara yönelme eğiliminde olduğu vurgulanmaktadır. Bu durum, bireylerin sadece fiyat odaklı kararlar almalarının ötesinde, vergi politikalarının tüketici davranışlarını yönlendirme gücünü de gözler önüne sermektedir. ÖTV'nin bu denli etkili bir rol oynaması, vergi politikalarının toplum üzerindeki ekonomik ve psikolojik etkilerinin daha derinlemesine incelenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Nitekim Yavuz'un (2017) çalışması, yalnızca bireysel tüketici davranışlarını değil, aynı zamanda bu davranışların sektör üzerindeki potansiyel etkilerini de değerlendirmeye olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, binek araç sahiplerinin ÖTV algısına yönelik tutumlarının, tüketim kararları üzerindeki etkisi dikkate alınarak vergi politikalarının yeniden değerlendirilmesi gerektiği açıktır. Araştırma, ÖTV oranlarının sadece kamu gelirlerini artırmak amacıyla değil, aynı zamanda tüketim davranışlarını şekillendirmek için bir araç olarak kullanıldığına dair önemli ipuçları sunmaktadır. Dolayısıyla, binek araç sahiplerinin ÖTV'ye yönelik algılarının daha kapsamlı bir çerçevede ele alınması, vergi politikalarının toplumsal kabulünü artıracak stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Şanver vd. (2017) tarafından gerçekleştirilen ve 345 kişinin katılım sağladığı bir çalışmada, ÖTV oranlarındaki artışın tüketici tercihleri üzerindeki etkilerine ilişkin önemli bulgular elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların %64,4'ü, ÖTV oranlarındaki artışın sıfır kilometre araç satın almayı ekonomik açıdan zorlaştırdığı için ikinci el otomobillere yöneldiğini belirtmiştir. Aynı şekilde, katılımcıların %65'i, yüksek ÖTV oranlarının sıfır araç satın alımında ciddi bir engel teşkil ettiğini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra, araştırmaya katılan bireylerin %55,4'ü ise artan ÖTV oranları nedeniyle daha düşük motor silindir hacmine sahip ekonomik araçlara yönelediklerini dile getirmiştir. Bu bulgular, ÖTV zamlarının tüketici

davranışlarında önemli değişikliklere yol açtığını ve özellikle sıfır kilometre araç alımında olumsuz etkiler yarattığını açıkça ortaya koymaktadır. Ayrıca, tüketicilerin bu gibi vergi artışları karşısında daha uygun maliyetli alternatiflere yönelme eğilimi, otomotiv piyasasında talep yapısının yeniden şekillenmesine neden olmaktadır.

Bekleriş (2019) tarafından yapılan anket çalışmasında, katılımcılara ürünlerin mağazalarda vergiler dahil edilmeden önceki fiyatlarıyla sergilenmesinin tüketim tercihlerini etkileyip etkilemediği sorulmuştur. Elde edilen sonuçlar hem erkek hem de kadın katılımcıların büyük bir bölümünün, ürünlerin vergisiz sergilenmesinin tüketim kararlarını etkileyebileceğini düşündüğünü göstermektedir. Bu bulgu, ürün fiyatlarının sunum biçiminin tüketici davranışları üzerinde önemli bir rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Türkiye’de binek araçların vergilendirilmesinde kullanılan ÖTV, yalnızca kamu finansmanı sağlama amacının ötesinde, ekonomik faaliyetleri yönlendirme, gelir adaletini sağlama gibi önemli hedeflere hizmet eden bir politika aracıdır. ÖTV oranlarının belirlenmesinde motor hacmi ve vergisiz satış fiyatı gibi kriterlerin dikkate alınması, ekonomik adaletin sağlanmasına ve gelir dağılımındaki dengeyi iyileştirmeye yönelik bir etki yaratmaktadır. Düşük motor hacmine sahip araçlara uygulanan düşük ÖTV oranları, daha ekonomik seçeneklerin tercih edilmesini teşvik ederken, yüksek satış fiyatına sahip araçlara uygulanan ÖTV oranları gelir adaletini artırmayı hedeflemektedir. Ancak, bu politikalara bağlı olarak fiyatların yükselmesi, piyasa dinamiklerini etkilemekte ve tüketici tercihlerinde önemli değişikliklere yol açmaktadır.

Araştırmalar, özellikle yüksek ÖTV oranlarının, Türkiye’de binek araç fiyatlarını küresel standartların üzerinde bir seviyeye taşıdığını ve bu durumun otomotiv sektöründe büyüme hedeflerini olumsuz etkilediğini göstermektedir. ÖTV oranlarındaki değişikliklerin, otomobil talebi üzerinde doğrudan etkili olduğu ve bu değişikliklerin sektörde talep daralmasına veya artışına yol açtığı gözlenmemiştir. Yüksek ÖTV oranları, özellikle sıfır kilometre araç alımlarını ekonomik açıdan zorlaştırarak tüketicilerin daha ekonomik seçeneklere yönelmesine neden olmaktadır. Bu durum, sadece bireysel tercihler üzerinde değil, otomotiv sektörü gibi önemli bir ekonomik sektörde de talep yapısının yeniden şekillenmesine neden olmaktadır.

Binek araç sahiplerinin ÖTV algısı, vergi politikalarının etkinliğini ve toplumun bu politikalara olan kabulünü büyük ölçüde etkilemektedir. Yüksek vergi oranları nedeniyle harcama vergilerinin tüketici kararları üzerinde olumsuz etkiler yarattığı, araştırmalarda vurgulanan önemli bir bulgudur. Bu durum, vergi politikalarının toplumsal kabulünü artırmak adına dikkate alınması gereken bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, vergi mükelleflerinin vergi algılarının iyileştirilmesi, vergi uyumunu artırarak sektörel büyümeyi destekleyecek bir etkidir.

ÖTV’nin sadece bir mali araç olmasının ötesinde, ekonomik ve sosyal hedeflere hizmet eden çok boyutlu bir politika aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu durum, vergi politikalarının yalnızca kamu maliyesini etkilemekle sınırlı kalmayıp, sektörel ve ekonomik büyümeye yön verdiğini göstermektedir. ÖTV oranlarında yapılan artışların, satış hacmini daraltıcı etkiler yaratması, buna karşılık indirimlerin sektörü kısa vadede canlandırması gibi bulgular, vergi politikasının sektördeki etkinliğini doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, vergi politikalarının tasarımında bireylerin ÖTV’ye yönelik algılarının dikkate alınması büyük önem taşımaktadır.

Binek araç sahiplerinin ÖTV algısı, vergi politikalarının etkinliğini şekillendiren, toplumsal kabulünü artıran ve sektörel dinamikleri değiştiren önemli bir faktördür. Vergi politikalarının toplumun geniş bir kesimi tarafından kabul edilebilir hale getirilmesi, sektörel

büyümeyi destekleyecek ve ekonomik hareketliliğini teşvik edecektir. Bu nedenle, vergi sisteminde kapsamlı reformlar yapılması ve ÖTV’nin etkili bir şekilde uygulanması, Türkiye’nin otomotiv sektörü ve kamu maliyesi açısından stratejik öneme sahiptir.

Kaynakça

- Akkaya, Ş. ve Aktuğ, M. (2021). Teorik Temelleri ve Gelişimi Bakımından Özel Tüketim Vergilerinin Analizi, *Maliye Çalışmaları Dergisi*, (65): 1-23
- Bekleriş, İ. (2019). *Dolaylı Vergilerin Tüketici Tercihleri Üzerindeki Rolü*, Yüksek Lisans Tezi, Niğde: Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cansız, H. (2015). Defterdarlık Çalışanlarının Vergi Algıları: Akhisar Örneği, *Yönetim ve Ekonomi*, 22(2): 434-450.
- Chen, Y., Liu, H. and Xu, J. (2010). The Effect of Consumption Tax Changes on Car Sales: Evidence from China’s Automotive Industry. *Journal of Economic Studies*. 37(4): 432-447.
- Çelikkaya, A. (2002). Mükelleflerin Vergiye Gönüllü Uyumunu Etkileyen Faktörler, *e-akademi Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Aylık İnternet Dergisi*, (5). Erişim Adresi <http://www.e-akademi.org/makaleler/accelikkaya-1.htm>, Erişim Tarihi (09.11.2024).
- Çiçek, S. ve Sabbag, J. (2016). Mükelleflerin Vergiden Kaçınma Algısı ve Demografik Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma: Isparta Örneği, *Sosyoekonomi*, 24(28): 43-64.
- Edizdoğan, N. (2007). *Kamu Maliyesi*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Edizdoğan, N., Çetinkaya, Ö. ve Gümüş, E. (2018), *Kamu Maliyesi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Erdem, M., Şenyüz, D., Tatlıoğlu, İ. (2006). *Kamu Maliyesi*, Bursa: Ekin Basımevi.
- Göde, B. (2022). Mali Anestesi ve Mali Aldanma Bağlamında Kamu Harcamalarının Finansmanının Vergi Bileşenleri Açısından Analizi, *Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1): 12-27.
- Jimenez, P. and Iyer, G. (2016). Tax Compliance in Social Settings: The Influence of Social Norms, Trust in Government and Perceived Fairness on Taxpayer Compliance. *Advances in Accounting*, 34: 25.
- Karakoç, Y. (2004). *Genel Vergi Hukuku*, Ankara: Yetkin Yayınları.
- Kaneti, S. (1989). *Vergi Hukuku*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Kavaklı Demir, E. Ve Çelikkaya, F. (2020). Paternalist Anlayış Perspektifinden Erdemsiz Mallar ve Kamu Müdahalesi: Ampirik Bir Değerlendirme, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 20(39): 53-69.
- Kırcova, İ., Altınay, G., Onat, B. ve Şahin, Ü. A. (2012). Otomotiv Ticaretinde Yol Haritası Talep Tahmini 2012-2016. İstanbul: ODD Yayınları.
- KPMG, (2015). Türkiye Otomotiv Sektöründe Yeni Stratejik Yatırım Hedefleri, KPMG Türkiye 2015 Otomotiv Yöneticileri Araştırması.
- Oberholzer, R. and Stack, E. M. (2014). Perceptions of Taxation: A Comparative Study of Different Population Groups in South Africa, *Republic Relation Review*, 40(2): 226-239.
- Oladipupo, A. O. and Obazee, U. (2016). Tax Knowledge, Penalties and Tax Compliance in Small and Medium Scale Enterprise in Nigeria, *İBusiness*, 8(1): 7-8.
- Oktar, K. (2020). *Özel Tüketim Vergisi*, Ankara: Yeni Ekonomik Danışmanlık.
- Önder, K. ve Şahin, M. (2018). Özel Tüketim Vergisi Artışlarının Hanehalkının Binek Otomobil Talebi Üzerine Etkisi: Panel Eşbütünlüme Analizi, *Maliye Dergisi*, 174: 337-359.
- Özel Tüketim Vergisi Kanunu. (2002). Erişim Adresi <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.4760.pdf>, Erişim Tarihi (10.10.2024)
- Resmî Gazete, (2015). Özel Tüketim Vergisi (II) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği. Erişim Adresi <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/04/20150418-8.htm>, Erişim Tarihi (08.07.2024).
- Resmî Gazete, (2015). Özel Tüketim Vergisi (I) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği. Erişim Adresi <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/03/20150305-16.pdf>, Erişim Tarihi (05.07.2024).
- Resmî Gazete, (2015). Özel Tüketim Vergisi (III) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliği. Erişim Adresi <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/08/20150808-15.htm>, Erişim Tarihi (08.07.2024).
- Resmî Gazete, (2015). Özel Tüketim Vergisi (IV) Sayılı liste Uygulama Genel Tebliği. Erişim Adresi

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/08/20150820-6.htm>,

Erişim Tarihi (08.07.2024).

- Şanver, C., Ayas, I. Ve Topalfakıoğlu, N. M. (2017), Mükelleflerin Özel Tüketim Vergisinde Yapılan Değişikliklere Tepkileri, *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(4): 214-231.
- Türen, R. (2021). *Lüks Mal ve Hizmetler Çerçevesinde Türkiye'deki Özel Tüketim Vergisinin Değerlendirilmesi*. Yüksek lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2024). Trafiğe Kayıtlı Motorlu Kara Taşıtları, Nisan 2024. Erişim Adresi <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Motorlu-Kara-Tasitlari-Nisan-2024-53456#:~:text=Nisan%20ay%C4%B1%20sonu%20itibar%C4%B1yla%20trafi%C4%9Fe%20kay%C4%B1tl%C4%B1%2015%20milyon%20562%20bin,%2050%2C2'dir>, Erişim Tarihi (05.07.2024).
- Ülgen, G. (2007). *İktisat Bilimine Giriş*, İstanbul: Der Yayınları
- Ülgen, S. (2024). *Türkiye'de Otomotiv Sektöründe Özel Tüketim Vergisi İndirimlerinin Vergi Gelirleri üzerine Etkisi: Ampirik Bir Değerlendirme*, Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yavuz, H. (2017). Otomobil Alımında Özel Tüketim Vergisinin Etkisi ve ÖTV Bilinci, *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, 8(26): 373-389.
- Yılmaz, M. (2024). *Türkiye'de Mükelleflerin Özel Tüketim Vergisi Oran ve Matrah Değişimlerine Tepkileri: Alanya ilçesi Motorlu Taşıtlar ve Beyaz Eşya Tüketicileri Üzerindeki Etkilerinin Ölçülmesi*, Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.