

Türkiye’de Obezite Vergisinin Uygulanabilirliği Üzerine Nitel Bir Analiz¹

A Qualitative Analysis of Obesity Tax Applicability in Turkey

Cihan KAYACIK², Mehmet CURAL³

Strategic Public Management Journal
Volume 5, Issue 10, pp. 78-99
December 2019
DOI: 10.25069/spmj.645439
© The Author(s) 2019
For reprints and permissions:
<http://dergipark.gov.tr/spmj>

Öz

Obezite vücutta sağlığı bozacak kadar aşırı yağ birikmesi anlamına gelmektedir. Bulaşıcı bir hastalık olmamasına karşın obezite oranı hızla artmaktadır. Obezite, sadece fazla kilo sorunu olmayıp ciddi ekonomik ve sosyal sonuçları olan toplumsal bir problemdir. Obeziteyle mücadelede birçok gelişmiş ülkede hükümetler çeşitli politikalar uygulamaktadır. Bunları; bilinçlendirme kampanyaları, mobil uygulamalar, gıda etiketlerinde düzenleme, kısıtlamalar ve yasaklar, obezite vergisi şeklinde sıralamak mümkündür. Çalışmanın amacı Türkiye’de obeziteyle mücadelede kullanılması planlanan obezite vergisine karşı bireylerin düşüncelerini araştırmaktır. Nitel araştırma desenlerinden Gömülü Teori yaklaşımının izlendiği çalışmada, Zonguldak’ta farklı meslek gruplarından insanlarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar obezite vergisine karşı tam anlamıyla olumsuz bir tavır sergilememekte ve uygulanacak olan vergi politikasının obeziteyi azaltacağını düşünmektedir. Ayrıca uygulamaya konulacak olan obezite vergisinin obeziteyle mücadelede tek başına etkili ol(a)mayacağı ve diğer politikalarla desteklenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Obezite, obezite vergisi, gömülü teori

Abstract

Obesity means the accumulation of excess fat in the body that is harmful to health. Although it is not an infectious disease, the rate of obesity increases rapidly. Obesity is not only a problem of excess weight but a social problem with serious economic and social consequences. In many developed countries, governments implement various policies to combat obesity. These; awareness campaigns, mobile applications, regulation of food labels, restrictions and prohibitions, obesity tax. The purpose of use in combating obesity study was to investigate the ideas of individuals in Turkey against obesity tax planned. In the study, which follows the Embedded Theory approach, one of the qualitative research designs, interviews were conducted with people from different occupational groups in Zonguldak. The participants do not show a negative attitude towards obesity tax and think that the tax policy to be applied will decrease obesity. In addition, it has been concluded that the obesity tax that will be put into practice will not be effective (a) alone in the fight against obesity and should be supported by other policies.

Key Words: Obesity, obesity tax, grounded theory

¹ Bu çalışma 9-10 Ekim 2019 tarihinde gerçekleştirilen “V. Stratejik Kamu Yönetimi Sempozyumu”nda sunulan aynı başlıklı tam metin bildirinin genişletilmiş halidir.

² Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, SBE, Maliye Bölümü Doktora Öğrencisi, chnkyck@gmail.com

³ Doç. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, mcural@beun.edu.tr

GİRİŞ

Obezite, bulaşıcı bir hastalık olmamasına karşın çok hızlı yayılmakta ve önemli sorunları beraberinde getirmektedir. Günümüzde obeziteyle mücadelede uygulanan politikalar obeziteyi azaltmakta etkili ol(a)mamaktadır. Obezite, sağlıkla ilgili bir problem olmasına karşın vergi politikalarıyla da obeziteyle mücadele edilebilmektedir. Çünkü verginin sadece gelir sağlama amacının yanısıra içinde bulunulan sosyo-ekonomik sorunlara çözüm üretmek gibi bir amacı da bulunmaktadır. Obezite vergisi, obeziteyle mücadelede kullanılacak vergi politikalarından birisidir. Obezite vergisiyle amaçlanan, bireylerin obeziteye neden olan ürünleri tüketmelerini azaltmaktır. Obezite vergisi, genellikle obeziteye neden olan sağlıksız ürünlerin vergilendirilmesi şeklinde Norveç, Fransa, ABD gibi birçok ülkede uygulanmaktadır. Türkiye’de obezite vergisi uygulaması, bulunmamakla birlikte obeziteyle mücadele yöntemi olarak tartışılmaktadır. Obezite vergisinin, obeziteye neden olan ürünlerin fiyatlarının artırılması ve dolayısıyla bu ürünlerin tüketimlerinin azaltılması beklenmektedir. Obezite vergisi sonrasında tüketim davranışının değişmemesi halinde ise obezite vergisi başarılı olmayacaktır.

Çalışmanın konusunu, Türkiye’de obeziteye neden olan zararlı ürünler üzerine bir obezite vergisi uygulanması halinde, bu tür bir verginin obeziteyle mücadeledeki rolü, bireylerin obeziteye neden olan zararlı ürünlerin tüketimini azaltıp azaltmayacakları, tahsil edilecek gelirin nasıl değerlendirilmesi gerektiği, bu verginin devletin bireylere müdahalesi ve adil olarak değerlendirilip değerlendirilmediği oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı ise, Zonguldak özelinden yola çıkarak, Türkiye’de obeziteyle mücadelede obezite vergisinin başarılı olabilmesi için gerekli özelliklerin neler olduğunu tespit etmektir.

Araştırma yöntemi olarak, literatür incelemesinde Türkiye’de obezite vergisine ilişkin nitel tekniklerle bir araştırmanın yapılmadığı belirlendiğinden, nitel analiz yöntemlerinden biri olan gömülü teori yönteminin izlenmesi uygun görülmüştür. Araştırma soruları yarı biçimlendirilmiş mülakat yöntemi ile katılımcılara sorulmuş, toplanan veriler Word dosyasında düzenlendikten sonra kodlama analiziyle değerlendirilmiştir. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kavramsal ve kuramsal çerçeve kapsamında obezite, Türkiye ve dünyada obezite oranları, obezite vergisi, obezite vergisi ülke uygulamaları ve etkilerine değinilecektir. İkinci bölümde ise araştırma örnekleme ve yöntemine değinilecek ve araştırma bulguları açıklanacaktır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde obezite kavramının tanımı yapıp Türkiye ve dünyada obezite oranlarına değinilecektir. Obezite ile mücadelede ülkeler farklı uygulamalar yapmakta, bunlardan birisi de obezite vergisi olmaktadır. Bu doğrultuda obezite vergisi uygulayan ülke uygulamalarına ve obezite vergisinin etkilerine değinilecektir.

1.1. Obezite

Obezite, Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organisation-DSÖ) tarafından vücutta sağlığı bozacak derecede anormal veya aşırı yağ birikmesi olarak tanımlanmaktadır. Obezitenin temelini, yüksek enerjiye sahip yağlı yiyeceklerin tüketilmesi ve bununla beraber fiziksel aktivitenin düşük olması oluşturmaktadır (DSÖ, 2017:126). Obezite, gün geçtikçe küresel bir hastalık haline gelmektedir. Aşırı kilo ve obezite, diyabet, kardiyovasküler hastalıklar ve kanser dâhil olmak üzere birçok kronik hastalık için önemli risk oluşturmaktadır. DSÖ’nün tahminlerine göre; obezitenin Dünya çapında yaygınlığı 1980 – 2014 döneminde neredeyse iki katına çıkmıştır (DSÖ, 2015: 1). Birçok ülke, obezite üzerinde durmakta, önlenmesi konusunda sürdürülebilir stratejiler geliştirmektedir. Obezite, önlenbilir olmasına karşın 1980’den günümüze hiçbir ülkede obezite oranında anlamlı oranda bir düşüş gözlemlenmemiştir (Ng-Fleming vd. 2014:13).

Obezite'nin saptanması konusunda DSÖ’nün sınıflandırması küresel anlamda kabul edilmekte ve öncelikle BKİ hesaplanmaktadır. Kişinin kilosunun boyunun karesine bölümü ile elde edilen BKİ, Tablo 1’de yer alan cetvele göre değerlendirilmekte ve hastalığın düzeyi hesaplanmaktadır (T.C.Sağlık Bakanlığı, 2013:15). Bireyler kilo düzeyine göre dört gruba ayrılmaktadır. Bunları zayıf, normal, hafif şişman ve şişman (obez) olarak sıralamak mümkündür. BKİ’si 18,50’nin altında olanlar zayıf olarak değerlendirilmektedir. 18,50-

24,99 arasında olanlar normal kiloluyken BKİ’si 25 ve 29,99 arasında olanlar hafif şişman olarak nitelendirilmektedir. BKİ 30 ve üzerinde olanlar obez olarak değerlendirilmekte ve obez grubu da 3 dereceye ayrılmaktadır. BKİ, 30-34,99 arasında olanlar birinci derece obez olarak değerlendirilirken; BKİ, 35-39,99 arası olanlar ikinci derece obez olarak değerlendirilmektedir. BKİ, 40 ve üzeri olanlar da morbid obez olarak değerlendirilmektedir.

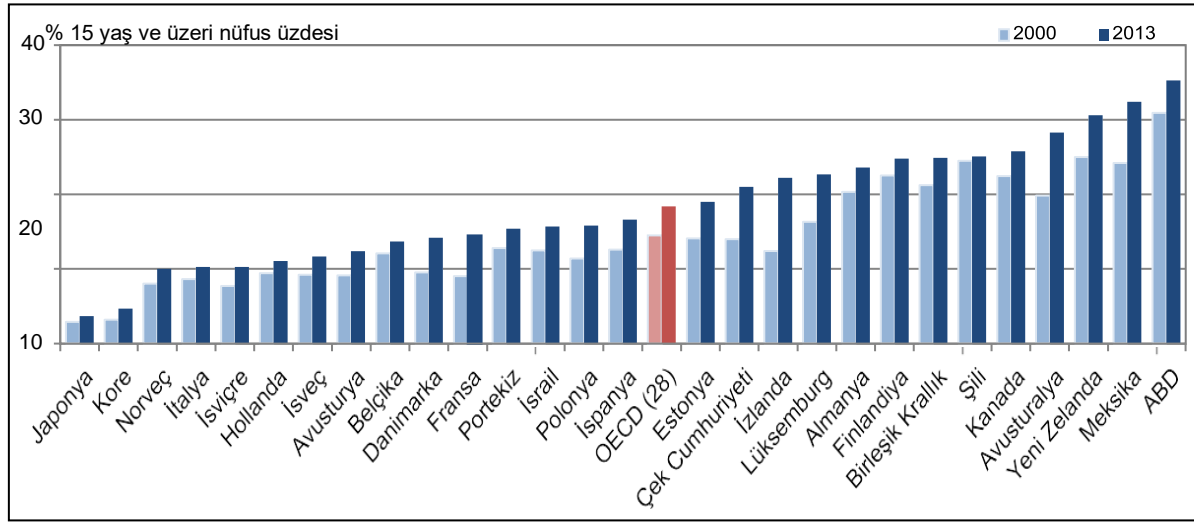
Tablo 1: Beden Kitle Endeksi Kullanılarak Obezite Derecesinin Saptanması

Düzy	Beden Kitle Endeksi	
	Temel Kesişim Noktaları	Geliştirilmiş Kesişim Noktaları
Zayıf (Düşük Ağırlık)	<18.50	<18.50
Aşırı Düzeyde Zayıflık	<16.00	<16.00
Orta Düzeyde Zayıflık	16.00 - 16.99	16.00 - 16.99
Hafif Düzeyde Zayıflık	17.00 - 18.49	17.00 - 18.49
Normal	18.50 - 24.99	18.50 - 22.99
		23.00 - 24.99
Toplu, Hafif Şişman, Fazla Kilolu	≥ 25.00	≥ 25.00
Şişmanlık Öncesi (Pre-Obez)	25.00 - 29.99	25.00 - 27.49
		27.50 - 29.99
Şişman (Obez)	> 30.00	> 30.00
I. Derece Şişman	30.00 - 34.99	30.00 - 32.49
		32.50 - 34.99
II. Derece Şişman	35.00 - 39.99	35.00 - 37.49
		37.50 - 39.99
III. Derece Şişman	> 40.00	> 40.00

Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı, 2013:15.

2014 yılında 18 yaş ve üzeri 1,9 milyar yetişkinden daha fazlası, aşırı kiloludur. Bunların, 600 milyonu ise obezdir. Genel olarak, 2014 yılında dünyanın yetişkin nüfusunun ortalama yüzde 13’ü (erkeklerin yüzde 11’i ve kadınların yüzde 15’i) yaklaşık olarak obez, 18 yaş ve üzeri yetişkinlerin ortalama yüzde 39’u (erkeklerin yüzde 38’i ve kadınların yüzde 40’i) fazla kiloludur (DSÖ, 2015: 1). Obezite’nin en düşük olduğu ülkeler, Güney-Doğu Asya ülkeleridir. Bu ülkelerin ardından Batı Pasifik ülkeleri gelmektedir. Obezitenin en yüksek olduğu bölge ise Amerika bölgesidir. 2014 yılında obezite, kadınlarda daha fazla görülmektedir. Kadın ve erkek arasındaki obezite, özellikle Avrupa Bölgesinde birbirine daha yakındır. Ayrıca, üst ve orta gelirli hanehalkında da obezite daha yüksektir (OECD, 2014: 3).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development-OECD)’nde ise yetişkin nüfusun yüzde 18’i obezdir. OECD bölgesinde iki yetişkinden biri ve altı çocuktan biri aşırı kilolu veya obezdir. Obezitenin artış hızı, son beş yılda öncekinden daha yavaş olmasına rağmen, yayılmaya devam etmektedir. (OECD, 2017:7). Obezite ve aşırı kilo, özellikle İngiltere, İtalya, İspanya ve ABD’de istikrarlı olmuş ya da ılımlı bir şekilde artmıştır (OECD, 2014: 3). Grafik 1’de görüldüğü üzere 2000-2013 yılları arasında genel olarak tüm ülkelerde obezite oranları artmıştır. 2013 yılı için obezite vergisi uygulayan ülkelerdeki obezite oranları Amerika %35, Meksika %32, Finlandiya %25 ve Birleşik Krallık %25 olmak üzere OECD ortalamasının üstündedir. Bu ülkelerdeki 13 yıllık periyotta obezite oranlarındaki artış ise sırasıyla %14, %33, %10, %17’dir. Genel olarak bu süre içerisinde obezite oranlarındaki artışa bakıldığında en yüksek artış (yaklaşık %79) İzlanda’da gerçekleşmiştir, artışın yüksek olduğu diğer ülkeler ise Fransa (%61), Danimarka (%49) ve Kore (%46)’dir.

Grafik 1: OECD Ülkelerindeki Obezite Oranları, 2000-2013

Kaynak: OECD Health Statistics, 2015

Japonya'da obeziteyle mücadelede, tüketimden ziyade kişiye odaklanan bir yöntem kullanılmakta ve bu yöntem obezite oranının düşük olmasında etkili olmaktadır. Sağlık Bakanlığı tarafından 2008 yılından bu yana yürütülen ve 40-74 yaş aralığındaki bireyleri konu alan bu uygulamada, obezitenin belirlenmesinde bel çevresi uzunluğu esas alınmaktadır. Uygulama kapsamında ilgili yaş aralığındaki bütün bireylerin her yıl bel ölçüleri alınmakta ve ölçüm sonuçlarının kadınlarda 80 cm, erkeklerde 90 cm'yi aşması halinde yaptırım uygulanmaktadır. Bu kişilerden kiloya bağlı hastalıkları olanlara üç ay içinde zayıflamazlarsa diyet rehberliği sağlanmakta, gerekli görülürse altı ay sonra bu kişilere beslenmeyle ilgili tekrar eğitim verilmektedir (Turunc, 2014: 6).

OECD tahminleri, en az 2030 yılına kadar obezite oranlarında istikrarlı bir artış olacağını göstermektedir. ABD, Meksika ve İngiltere'de obezite seviyelerinin özellikle yüksek olması beklenirken, nüfusun ABD'de yüzde 47, Meksika'da yüzde 39 ve İngiltere'de yüzde 35'inin 2030'da obez olacağı tahmin edilmektedir. 2030'da obezite oranlarının İtalya'da yüzde 13 ve Kore'de yüzde 9 olacağı tahmin edilmektedir. 2030'da Fransa'da obezitenin yüzde 21 ile İspanya ile neredeyse eşitleneceği tahmin edilmektedir. Obezite oranlarının, tarihsel olarak düşük olduğu Kore ve İsviçre'de daha hızlı bir şekilde artacağı öngörülmektedir (OECD, 2017).

Türkiye'de obezite, giderek artış göstermekte ve bir sorun haline gelmektedir. Tablo 2, Türkiye'de 2008-2016 yılları arasında bireylerin kilolarına göre dağılımını göstermektedir. 2008 yılında toplam nüfusun yüzde 47,6' sını fazla kilolu ya da obez öncesi olarak değerlendirilirken; bu oran 6 yılda yüzde 47,6'dan yüzde 53,9 seviyesine yükselmiştir. 2008 yılında nüfusun yüzde 15,2'si obez iken 2016 yılında yüzde 31,1 oranında artış göstererek yüzde 19,6'a yükselmiştir. 2016'da obez öncesi hasta oranı artarken; obez hasta oranının yüzde 0,3 oranında düşüş tespit edilmiştir. 2008 yılında kadınların % 18,5'i obezken erkeklerin obez oranı yüzde 12,3 olarak gerçekleşmiştir. Kadınlarda 2008 yılında yüzde 18,5 olan obezite oranı, 2016 yılında yüzde 23,9 seviyesine yükselmiştir. Erkeklerde 2008'de 12,3 olan obezite oranı 2016 yılında yüzde 15,2 seviyesine yükselmiştir.

Tablo 2. Vücut- Kitle Endeksinin Cinsiyetlere Göre Dağılımı, 2008-2016, %

Yıl	Cinsiyet	Düşük Kilolu	Normal Kilolu	Obez Öncesi	Obez
2008	Toplam	4.2	48.2	32.4	15.2
	Erkek	2.7	48.1	36.9	12.3
	Kadın	5.9	48.2	27.4	18.5
	Toplam	4.7	45.5	33.0	16.9

2010	Erkek	3.5	46.1	37.3	13.2
	Kadın	5.9	44.7	28.4	21.0
2012	Toplam	3.9	44.2	34.8	17.2
	Erkek	2.7	44.7	39.0	13.7
	Kadın	5.1	43.6	30.4	20.9
2014	Toplam	4.2	42.2	33.7	19.9
	Erkek	2.8	43.7	38.2	15.3
	Kadın	5.5	40.7	29.3	24.5
2016	Toplam	4.0	42.1	34.3	19.6
	Erkek	2.5	43.8	38.6	15.2
	Kadın	5.6	40.4	30.1	23.9

Kaynak: TÜİK, Türkiye Sağlık Araştırması: 2017

Sağlık Bakanlığı’nın (2012: 42) Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması verilerine göre, 19 yaş ve üzeri yetişkin nüfusun yüzde 34,6’sı aşırı kilolu, yüzde 30,3’ü obezdir. Obezitenin; cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde kadınlarda (yüzde 20,9), erkeklerden (yüzde 13,7) daha yüksek oranda olduğu görülmektedir. Obezitenin, kırsal-kent dağılımında, az da olsa kırsal alanda daha yüksek olduğu görülmektedir (TÜİK, 2013: 55).

Sağlık Bakanlığı (2011: 25)’na göre, günümüzde obezite, çocukluk çağına en sık rastlanan kronik hastalıklarından biri olarak görülmekte, bu durumun yetişkin obezitesine yol açtığı ve obezite ile mücadelenin çocukluk çağına başlatılması gerektiği ifade edilmektedir. Sağlık Bakanlığı 2014 yılında obezitenin önüne geçebilmek için "*Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı (2014-2017)*"nı hayata geçirmiştir. Program kapsamında, obezite, yeterli ve dengeli beslenme, fiziksel aktivite konularında bilinçlendirme yer almaktadır. Ayrıca program kapsamında obezitenin teşhis ve tedavisine yönelik önlemlerin alınması, izleme ve değerlendirme çalışmaları da bulunmaktadır.

1.2. Obeziteyle Mücadelede Obezite Vergisi

Obezite, yalnızca fazla kilo sorunu olmayıp, aynı zamanda ciddi ekonomik ve sosyal sonuçlara neden olan toplumsal bir problemdir. Obezitenin bireysel, sosyal, gizli ve ekonomik maliyetleri olduğu söylenebilir. Bireysel maliyetlere örnek olarak, obezitenin yol açtığı birçok hastalık ve bunlar için yapılan yüksek miktarlardaki sağlık harcamaları verilebilir. Obezitenin ekonomik maliyetlerinde sağlık harcamalarına getirdiği yük doğrudan maliyetler olarak sayılırken; obezite dolayısıyla işe gidememe, verimliliğin azalması, erken emeklilik gibi maliyetler dolaylı maliyetler arasında sayılmaktadır (Cavaliere ve Banterle, 2008).

Ekonomik maliyetler, toplumun tamamını ilgilendiren negatif dışsallıklar yaratmakla birlikte, bireylerin artan sağlık harcamaları sosyal devleti de etkilemekte ve devletin de sağlık harcamalarını paralel olarak artırmaktadır. OECD (2014)’ye göre obezite birçok ülkedeki toplam sağlık harcamalarını yüzde 1 ile yüzde 3 oranında artırırken; bu oran, Amerika için yüzde 5 ile yüzde 10 arasındadır. Obezite, işgücüne katılma oranlarını da olumsuz etkilemekte; işgücünün niteliğinin ve niceliğinin azalması dolayısıyla üretimin azalmasına, buralardan elde edilen vergilerin azalmasına, refah sübvansiyonları gibi dolaylı sonuçlara da yol açmaktadır (PwC, 2015:18). Tüm bu nedenlerle obeziteyle etkin mücadele oldukça önemlidir.

Son yıllarda birçok ülke obezitenin daha fazla yayılmasını önlemek ve tersine çevirmek için bilinçlendirme kampanyaları, mobil uygulamalar, gıda etiketlerinde düzenleme, sosyal medya aracılığıyla mücadele ve gıda ürünlerinin pazarlamasını düzenleme, kısıtlamalar veya yasaklar, çocuklara yönelik gıda ürünleri reklamcılığı geliştirmiştir. Bisiklet ve düzenli fiziksel aktiviteyi teşvik eden politikalar ve programlar da giderek popüler hale gelmiştir (OECD, 2017). Ancak bunlar obezite sorununu çözmekte yeterli olamamıştır (OECD, 2018:126). Obeziteyle etkili bir şekilde mücadelede düzenleyici ve mali politikalar da dâhil olmak üzere kapsamlı politika paketlerine ihtiyaç duyulmaktadır (OECD,2017:7).

Obezite vergisini, Ayas ve Saruç (2017:2), vitamin ve mineraller bakımından zayıf, yüksek kalorili ve yüksek oranda yağ, şeker içeren ürünlerin tüketiminin azaltılması amacıyla vergilendirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Ayas ve Saruç, 2017:2). Alemanno ve Carreno (2013) ise obezite vergisini, obezite ve

diğer sağlık riskleri ile ilgili gıdaların tüketimini azaltmak amacıyla şişmanlatan gıdalar veya içecekler üzerinden alınan bir vergi veya ek ücret olarak tanımlanmaktadır. Bu vergilendirmenin temeli “iyi” gıdaları nispeten daha ucuz, “kötü” gıdaları ise nispeten daha pahalı yaparak, bireylerin tercihlerinin en azından bir kısmını daha sağlıklı gıdalara kaydırabilmektir. Bu vergi şekli, aslında sigara, alkol, kumar ve çevre emisyonları üzerinden alınan Pigouvian vergilerin⁴ farklı bir türünü oluşturmaktadır.

Obezite vergisiyle ilgili ilk yazın, 1852 yılında Londra’da yayınlanmakta olan “Punch” (1852: 249) isimli bir mizah dergisinde ve akabinde 1925 yılında Peters’in (1925: 7) Evening Independent ve Kain (1942:17)’in Herald-American gazetelerindeki makalelerinde yer alması ile mizahi bir şekilde başlamış, günümüze kadar devam etmiştir (Popik, 2009). Şişmanlatıcı nitelik taşıyan ürünlerin tüketimini vergilendirme fikri, ilk olarak 1970’lerin sonunda Milton Merryweather ve P. Franklin Alexander tarafından önerilmiştir. Yale Üniversitesi profesörlerinden Kelly D. Brownell, 1980’lerin başında konuyu tekrar gündeme getirmesiyle birlikte literatürde dikkat çekmeye başlamış ve tartışılmıştır. Brownell, şişmanlatan yiyeceklerin vergilendirilmesinden elde edilecek gelirlerin, daha sağlıklı yiyeceklerin sübvansede edilmesi ve sağlıklı beslenme kampanyalarının finanse edilmesinde kullanılmasını önermiştir (Novick, 2008). Diğer taraftan Wikler (1978: 11), sağlıkla ilgili devlet müdahalelerinin etik yönüyle ilgili çalışmasında, obezite vergisi uygulamasının istem dışı şişmanlık problemi yaşayanlar açısından bir dayatma olabileceğine işaret etmiştir.

ABD’nin, I. Dünya Savaşı sırasında, 1917’de, savaş giderlerini finansman ihtiyacı nedeniyle şeker-şekerleme ve meşrubatlardan vergi almaya başlamasıyla obezite vergilerinin temelleri atılmıştır. Bu yıllarda “küçük lüksler” olarak görülen bu ürünlerin imalatçılarından, “Savaş Vergisi” alınmaya başlanmıştır (Sheu, 2006: 5). Bu verginin, esas amacı obeziteyle mücadele olmasa da, obezite vergilerinin biraz daha “ilkel” hali olarak görülebilir. Obezite vergisi, 1993 yılında ABD Başkanı Bill Clinton tarafından gündeme getirilmesiyle ilk kez siyasal ortamlarda da tartışılmaya başlanmıştır. Son yıllarda sırasıyla; Macaristan, Finlandiya, Danimarka (2011), Fransa (2012), Meksika (2013) ve İngiltere’nin sağlığı koruma amaçlı gıda vergilerini yürürlüğe koymaları hem literatür hem de siyasal hayatta konuyu daha çok tartışılır hale getirmiştir (Timmins, 2011: 155). Nitekim 2003 yılında Dünya Sağlık Örgütü raporunda birçok ulus devletinin obeziteyle mücadele kapsamında sağlıksız yiyecekler üzerine ek bir vergi koyduğu veya koymayı düşündüğü bildirilmiştir.

Tablo 3: Obezite Vergisi Uygulamaları

Ülke	Uygulama Yılı	Vergilendirilen Gıda ve İçecekler	Vergi Oranı
ABD	Çeşitli	38 Eyalette şekerli içecekler	Yüzde 1-8
Norveç	1981	Şeker, çikolata, şekerli içecekler	Değişken
Samoa	1984	Meşrubat	Litre başı 0,18 dolar
Avustralya	2000	Meşrubat, şekerleme, bisküvi, pastane ürünleri	Yüzde 10
Nauru	2007	Şeker, gazlı içecekler, şekerlemeler	Yüzde 30 İthalat vergisi
Fransız Polinezyası	2002	Şekerli içecekler, şekerleme, dondurma	Litre başı 0,66 dolar ithalat vergisi
Finlandiya	2011	Meşrubat	Meşrubat litre başı, 0,75 Euro
Macaristan	2011	Şeker oranı yüksek gıdalar, yağ, tuz ve şekerli içecekler	Her ürün başı 0,05 dolar
Danimarka	2011*	Doymuş yağ oranı yüzde	Doymuş yağa kilo başına 2,15 Euro

⁴ Arthur C. Pigou, üretim üzerine marjinal sosyal maliyet ile marjinal özel maliyet arasındaki fark kadar spesifik bir vergi konulması halinde piyasada etkin üretim düzeyinin yakalanabileceğini savunmuştur. Uygulanacak olan verginin marjinal sosyal maliyet ile marjinal özel maliyet arasındaki farkı kapatacak büyüklükte olması gerekmektedir. Özel maliyetlerde oluşan dışsallıkların içselleştirilmesine imkân sağlamaktadır.

	(Kaldırıldı)	2,3’den yüksek olan et süt ürünleri, hayvani yağlar ve sıvı yağlar	
Fransa	2012	Şekerli ve tatlandırıcı içecekler	Litre başına 0,72 Euro
Meksika	2014	Şekerli içecekler ve Şekerlemeler	Litre başına bir peso (şekerli içecek fiyatının yüzde10’u, şekerlemeler için yüzde 8.
Belçika	2016	Şekerli içecekler	Litre başına 3 sent, kutu içecek başına 1 sent; 100 mililitre içecek için 5 gramdan fazla
İngiltere	2018	Şekerli içecekler	Şeker kullanılırsa 18 peni, 8 gramdan fazla şeker kullanılırsa 24 peni
Şili	2014	Meşrubatlar	100 ml yükek oranda şeker bulunsanda yüzde18; Daha düşük oranda şeker içerenlerde yüzde10
Dominik	2015	Meşrubat ve şekerleme	Yüksek oranda şeker içeren yiyecekler için yüzde10 tüketim vergisi
Hindistan (karela)	2016	Abur cubur ürünler	Abur cubur ürünler üzerine yüzde14.5 oranında yağ vergisi
İrlanda	2018	Meşrubatlar	100 ml başına 5 gr ve daha fazla ilave şeker içeren alkolsüz, su bazlı ve meyve bazlı içecekler için geçerli
Barbados	2015	Şekerli ve tatlandırıcı meşrubatlar, enerji içecekleri	Şekerli tatlandırıcı içeceklere yüzde 10 advolorem vergi
Mauritius Cum.	2013	Şekerli Meşrubatlar	Meyve suları, süt bazlı içecekler ve alkolsüz içecekler dahil olmak üzere, şeker içeren alkolsüz içeceklerde 100 gr şeker içeriği başına 0,08 dolar

Kaynak: Myton vd. 2012; Ayas ve Saruç, 2017; Sandalcı ve Tuncer, 2019’dan derlenerek tarafımızdan oluşturulmuştur.

2000’li yılların başında, artık obeziteye yönelik toplumsal bilincin daha da artmasıyla birçok ülke mali önlemler kapsamında obezite vergisini caydırıcı ve teşvik edici mekanizma olarak kullanmaktadır. Obezite vergisini savunan birçok uzman ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK) obeziteyle mücadelede vergilerin kullanılmasını, sigara ve alkolden alınan vergilerin bu ürünlerin tüketimini azaltmada başarılı sonuçlar verdiği tezine dayandırmaktadır. Buna göre enerji yoğunluğu yüksek olan gıdalar üzerine konulacak buna benzer bir verginin obeziteyle mücadelede başarılı sonuçlar vereceği ileri sürülmektedir (Saruç, 2015: 104).

Sigara ve alkol gibi zararlı alışkanlıklarda olduğu gibi obeziteyle mücadelede mali olmayan önlemlerle birlikte obezite vergisi uygulamasının fiyatları artırmak yoluyla bu ürünlerin tüketimini azaltacağı öngörülmektedir. Bundan dolayı günümüzde birçok hükümet obeziteyle mücadelede vergileri kullanmaya başlamıştır. Bu vergi uygulamalarının ülkeler için uygulanış şekli Tablo 3’te sunulmuştur. Tablo incelendiğinde, uygulanan vergilerde konu ve tür bakımından tam anlamıyla bir uyuma rastlanmamaktadır. Ancak vergilerin çoğunlukla şekerli içecekler ve şekerlemeler (şeker, çikolata vs.) üzerinden alındığı görülmektedir. Obezite ile mücadelede uygulanan vergiler incelendiğinde değer üzerinden, içeceklerde kutu başına ya da gramajdan alındığı görülmektedir. Ayrıca şekerleme, şekerli içecekler gibi ürünlerin ithalatı üzerine de vergi konularak fiyatlara müdahale edilebilmektedir. Tarihsel süreç içerisinde obezite vergileri, ülke ekonomisinin ve toplumun özellikleri ile verdikleri tepkilere göre evrilmiştir. Kimi ülkelerde çeşitli sebeplerden dolayı vergi yapısı şekillenmiş yahut vergi ortadan kaldırılmıştır.

1.3. Obezite Vergisi Uygulamaları ve Etkileri

DSÖ (2016: 4), yayınladığı çağrıyla meşrubatlar üzerine vergi koyulmasını desteklemiştir. Bu destekle birlikte obezite vergilerine ilişkin eğilimin arttığı gözlenmiştir (Cox, 2016: 1). Örneğin İngiltere’de, Nisan 2018’den itibaren şeker ilaveli alkolsüz meşrubatlardan obezite vergisi alınmaya başlanmıştır (Barber, 2017: 3). Bu vergiden elde edilen gelirler, fiziksel aktivitenin artırılmasına yönelik programlarla çocuk obezitesinin engellenmesinde kullanılacaktır (Briggs vd., 2017: 15). İrlanda ise Nisan 2018’de meşrubatlardan vergi almaya başlamıştır (Fitzgerald, 2016). Avrupa’da en az dokuz ülkede (Belçika, Estonya, Finlandiya, Fransa, Macaristan, İrlanda, Norveç, Portekiz ve Birleşik Krallık) obeziteye yönelik vergiler uygulanmaktadır.

1.3.1. Macaristan

Macaristan’da, 2011 yılında *Halk Sağlığı Ürün Vergisi (The Public Health Product Tax)* adı altında uygulamaya konulan vergi, yüksek miktarda tuz ve şeker içeren tuzlu çerez, çikolata, bisküvi, dondurma gibi bazı işlenmiş gıda ürünleri ile gazlı ve şekerli içecekler üzerine konulmuştur (Mytton vd., 2012). Bu vergi, temel gıda maddeleri dışında, sağlıklı ikamesi olan sağlıksız ürünlere uygulanmaktadır (Turunc, 2014: 4). Bu vergi, özellikle aşırı oranda tuz, tatlı ve kafein içeren ürünler üzerinden alındığı için cips veya kızarmış patates vergileri olarak da nitelendirilmiştir (Cavagnora, 2015: 1356). Ayrıca bu vergi, temel besin maddelerine yönelik olarak uygulamaya konulmamıştır (OECD, 2012: 4).

Obezite vergisi kapsamına giren ürünlerin fiyatlarındaki yüzde 29’luk artış, bu ürünlerin satışlarını yüzde 27 azaltmıştır. Bu ürünleri imal eden gıda üreticilerinin yüzde 40’ı, ürünlerinin içeriğini tekrar ayarlayarak vergiye neden olan maddeleri azaltma eğilimi göstermiştir (OECD, 2014b: 6). Brio (2015: 17) tarafından yapılan işlenmiş ve işlenmemiş gıdaların vergi öncesi ve sonrası tüketim değişikliklerinin ölçüldüğü çalışmada, vergi sonrası işlenmiş gıdalarda yüzde 3,4 azalma olduğu, işlenmemiş sağlıklı gıdaların tüketiminde ise yüzde 1,1 artış olduğu tespit edilmiştir. Obezite vergisinden en çok etkilenen gelir grubunun ise düşük gelirli olduğu tespit edilmiştir. Bu verginin, insanların doğru beslenmesine olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan, tahmin edilenden daha fazla vergi geliri elde edilmiş ve bu gelir, kamu sağlığı fonlarına ve sağlık çalışanlarının maaş fonlarına aktarılmıştır (OECD, 2014: 6).

1.3.2. Finlandiya

Finlandiya, bisküvi ve çörek dışında kalan şekerleme ve şekerli hamur işi gıdaların kilogramı üzerinden 0,75 Euro; alkolsüz içecekler üzerinden litre başına 0,10-0,75 Euro aralığında vergi almaktadır. 2011 yılında *Tüketim Vergisi (excise tax)* kapsamında maktu olarak uygulanmaya başlanan bu vergiyle, alkolsüz içecekler üzerindeki ÖTV oranı 2/3 oranında artmıştır. Şekerli içecek fiyatları, vergiden 2 yıl sonra yüzde 7,3 artmıştır (Cornelsen ve Carreido, 2015). Obezite vergisi sonucu, şekerli içecek tüketimi, 2011 yılında yüzde 0,7, 2012 yılında yüzde 3,1, 2013 yılında ise yüzde 0,9 oranında azalmıştır. Hükümet şekerli içecek vergisinin, 109 milyon Euro gelir getireceğini tahmin etmiştir (Gray, 2015:1). 2012 yılında uygulanan verginin ilk sene getirdiği gelir, beklenenden fazla olmuştur (Repo, 2012:1).

1.3.3. Fransa

Fransa, 2011 yılında şekerli alkolsüz içeceklerden “*sugar tax*” (*şeker vergisi*) alınacağını gündeme getirmiştir. Ancak “0” kalori içeren içeceklerin vergilemeden istisna edileceği belirtilmiştir (Watson, 2011). 1 Ocak 2012 tarihinde şeker ilave edilmiş içecekler, her yüz litre için 7.16 Euro vergi uygulaması yürürlüğe girmiştir (Snowdon, 2013: 16) Bu vergi, şeker ilave edilmiş içeceklerinin yanısıra suni tatlandırıcılara sahip içecekleri de kapsamıştır. Bu verginin muhatabı olarak, bu nitelikteki içecekleri üreten veya ithal eden firmalar belirlenmiştir. Bu yükümlülüğün 33 cl’lik bir içeceğe yüklediği vergi ise 0,024 Euro olarak tahmin edilmiştir (OECD, 2012a: 4). Diğer yandan, özellikle şekerli içecek üreten çok büyük ölçekteki firmalar tepkilerini dile getirerek, böyle bir verginin perakende fiyatlarında belirgin bir artışa neden olabileceğini ifade etmişlerdir (Gray, 2012).

1.3.4. Danimarka

Danimarka’da 2010 yılından itibaren şekerli içecekler, çikolata, dondurma şekerlemeler üzerindeki ÖTV oranları yüzde 25 oranında artırılmıştır (OECD, 2014b: 6). Bu uygulamanın yanında 2011 yılında *obezite vergisi (fat tax)* kabul edilmiştir. Bu vergi, doymuş yağ oranı yüzde 2,3’ten fazla olan et, peynir, tereyağı, margarin, yemeklik sıvı yağ ve çerez gibi gıdalar üzerine konulmuştur. Ancak obezite vergisinin; olumsuz ekonomik etkileri, vatandaşların alışveriş alışkanlıklarını değiştirmemesi ve bürokratik zorluklar nedeniyle Kasım 2012’de kaldırılmasına karar verilmiştir (Snowdon, 2013: 6).

Jensen ve Smed (2013), Danimarka’da yürürlüğe giren gıda ürünleri üzerinde alınan doymuş yağ vergisinin etkilerini araştırmıştır. Çalışma özellikle yeni vergi nedeniyle önemli ölçüde etkilenen tereyağı, tereyağı karışımları ve margarin gibi yağların ürün kategorilerini ele almıştır. Bu çalışmaya göre, gıda ürünlerine getirilen doymuş yağ vergisinin piyasada yüzde 10-15 oranında yağ tüketiminin düşürdüğü tespit edilmiştir. Ayrıca, çalışma gıda perakendeciliği sektöründe yaşanan yapısal sorunları da ortaya koymaktadır. Buna göre, kısa vadede talebin yüksek fiyatlı süpermarketlerden daha indirimli satış mağazalarına kayması, saf vergi artışından daha fazla margarin ve yağ fiyatlarını yükseltmek için kademeli iskonto ile kullanıldığını göstermektedir. Diğer bir deyişle böyle bir vergi, daha az doymuş yağ içeren ürünlere doğru ikame etkilere yol açmıştır. Bu tür ikame etkiler, verginin doğrudan teşvik etkilerini arttırmakta veya azaltmaktadır.

1.3.5. Meksika

Obezitenin yüksek olduğu ülkelerden biri olan Meksika, 2014 yılı başından itibaren obeziteyi önlemeye yönelik bir *obezite vergisi (sugar tax)* uygulamaya başlatmıştır. Bu vergi kapsamında, yüz gramında 275 Kcal’den fazla enerji içeren gıdalara yüzde 8 oranında, şeker içeren içecekler ise litre başına bir Pezo vergi uygulanmaktadır (OECD, 2014: 6). Bu vergi, üreticiler tarafından tepki görmüş olmasına rağmen halk tarafından benimsenmiştir. Bu vergilerden elde edilen hasılat, spesifik anlamda resmi olarak sağlık harcama programlarına aktarılmak üzere tahsis edilmemiştir. Meksika halkının uygulamaya konulan bu vergilere karşı tepkili olduğu ancak bu tepkinin sanayi işletmelerine nazaran daha düşük olduğu görülmüştür. Bununla birlikte medya kampanyasının da bu vergiye ilişkin olumlu tutumların gelişmesinde etkin rol oynadığı gözlemlenmiştir. Meksika’da bu girişimlerin temelinde, özellikle 2011-2012 yıllarında Danimarka, Finlandiya, Fransa ve Macaristan’da uygulanan alkolsüz içecekler ve gıdalara yönelik vergi uygulamaları olduğunu söylemek mümkündür (OECD, 2014b:6).

Meksika’da şeker ile tatlandırılmış içecekler için uygulamaya konulan vergilerin, bu ürünlere yönelik tüketimde yüzde 12’lik bir azalma meydana getirdiği görülmüştür (Taxpayers’Union, 2015:9). Özellikle bu vergiler nedeniyle şeker ile tatlandırılmış soda tüketiminin, yaklaşık yüzde 10’luk bir azalma gösterdiği, 2014 yılının ilk çeyreğindeki verilerden anlaşılmaktadır (WCRF, 2015: 11).

1.3.6. ABD

Amerika’da obezite ile mücadelede uygulanan “sugar tax” (şeker vergisi) her eyalette farklı şekilde uygulanmaktadır. Ancak genellikle şekerli içeceklerden vergi alındığı görülmektedir. Şekerli içecek tüketimi Amerika’da obezite oranlarının yüksek olmasında önemli bir faktördür. Amerikan Hastalık Kontrol ve Koruma Merkezinin verilerine göre 2011-2014 yılları için her 10 gençten 6’sı (yüzde 63), her 10 yetişkinden 5’i (yüzde 49)’u en az günde bir tane şekerli içecek tüketmektedir. Şekerli içecek vergisi, 2014 yılında Berkeley’de yüzde 61, 2016 yılında San Fransisco’da yüzde 61, Oakland’da yüzde 60, Albany’de yüzde 70, Boulder’da yüzde 54 oranında evet oyu ile kabul edilmiştir (Prentice ve Baertlein, 2016).

Uygulanan vergi miktarlarına bakıldığında Berkeley, San Fransisco, Oakland ve Albany’da ons başına 1 sent, Boulder’da ons başına 2 sent, Philadelphia’da 1,5 senttir. Somji vd. (2015) tarafından yapılan çalışmada verginin başarılı olmasına sosyal medyada vergi yanlısı yayınlanan mesajların önemli etkisi olduğuna değinilmiştir. Berkeley’de yapılan sosyal medya taramasında özellikle tanınmış kişilerin içecek endüstrisinin pazarlama harcamalarına aşırı miktarda harcama yaptığını dile getiren sosyal medya paylaşımları dikkat çekmiştir.

ABD'nin bir eyaleti olan Berkeley'de Falbe vd. (2016: 1865) tarafından yapılan çalışmada, şekerli içeceklerin fiyatlarında yüzde 4'lük bir artış olarak uygulanan obezite vergisinin, satışlarda yüzde 20'lik bir düşüş gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Taylor vd. (2016:1) tarafından yapılan çalışmada ise tüketimdeki düşüşün, verginin kabul edilmesinden aylar önce başladığı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda şekerli içecek vergisine yönelik seçim kampanyalarının bile tüketim düşürücü etkisi olduğu görülmektedir.

1.3.7. Belçika

Belçika'da, 2016 yılı Ocak ayı itibarıyla *Şekerli İçecek Vergisi (Sugar-Sweetened Beverage Taxes)*, obeziteyle mücadele etmek amacıyla yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda, şekerli içeceklerden litre başına 3 sent vergi alınmaktadır. Vergi, şeker içermeyen diyet içeceklerini de kapsamaktadır. Verginin şeker içermeyen diyet içecekleri kapsamı, halkın tepkisine yol açmış, hükümetin vergiyi, obeziteyi azaltmak amacıyla değil de gelir elde etme amacıyla aldığının ileri sürülmesine neden olmuştur (The Economist, 2015:2; Boyle, 2015: 1).

Monceray ve Abele (2014:1)' ye göre obezite vergisinin, alışveriş ve tüketim kalıplarında değişiklik yapacağı düşünülmektedir. Verginin uygulandığı türe göre, etkileri değişmektedir. Üreticiler çoğunlukla verginin, mali amaçlı bütçe açığını kapatmak amacıyla konulduğunu, iş kaybı yaratacağını ve bazı ürünlerin damgalanacağını düşünmektedir. Tüketici örgütleri ise obezite vergisinin, olası sosyal sonuçlarından endişe duymaktadır. Bazı tüketiciler vergilerden elde edilen gelirlerin, toplumun obeziteyle mücadele bilincini arttırmaya yönelik kampanyaların finansmanında kullanılması halinde vergiyi destekleyeceklerini bildirmişlerdir (www.fooddrinktaxes.eu, 2014: 1). Verginin, kişi başına yılda 3,24 Euro, ilk yıl için toplamda ise 50 milyon Euro, 2050 yılında 250 milyon Euro gelir getireceği tahmin edilmiştir (Boyle, 2015:1).

Tablo 4: Obezite Vergisi Tüketim Üzerine Etkisi

0	Fiyat	Tüketim	Vergi konulan Ürün
ABD (Berkeley)	Yüzde 4'lük artış	Yüzde 20 azalış	Şekerli içecekler
Meksika	Yüzde 12'lik artış (ilk bir yıl sonunda)	Yüzde 10 azalış (ilk 3 ay), yüzde 6'lık azalış (12 aylık ortalama)	Şekerli içecekler
Danimarka	3 kat artış	Yüzde 10-15 arası azalış, yüzde 0,9 toplam azalış	Yüzde 2,3'ten fazla doymuş yağ içeren ürünler
Fransa	Yüzde 3,5 artış	2012 yüzde 2 azalış, 2013 yüzde 0,5 artış, 2014 yüzde 1 artış	Yapay tatlandırıcılar da dahil olmak üzere tüm şekerli içecekler
Macaristan	Yüzde 4	Yüzde 27 azalış	Şekerli içecekler, enerji içecekleri, paket içinde satılan şekerli ürünler, tuzlu Atıştırmalıklar ve yemek sosları
Finlandiya	Yüzde 7,3 artış	2011 yüzde 0,7, 2012 yüzde 3,1, 2013 yüzde 0,9 azalış	Şekerli içecekler

Kaynak: Ayas ve Saruç, 2017: 76

Tablo 4 incelendiğinde fiyatlardaki artış sonucu tüketimin azaldığı gözlenmektedir. ABD'nin Berkeley eyaletinde obezite vergisi uygulaması sonucu ürün fiyatlarındaki yüzde 4'lük bir artış tüketim davranışı üzerinde yüzde 20 oranında etkili olmuştur. Macaristan'da obezite vergisi kapsamına giren ürün grubunun fiyatlarındaki yüzde 4'lük artış bu ürünlerin tüketimini yüzde 27 oranında azaltmıştır. Obezite vergisi uygulaması sonucu en çok azalış Macaristan'da gerçekleşmiştir.

1.5. Türkiye’de Obezite Vergisi

Obezite vergisi, obeziteyle mücadelede önemli bir araç olmasına karşın Türkiye’de obeziteyle mücadele konusunda aktif bir vergi politikası bulunmamaktadır. Ancak, ÖTV Kanunu’na ekli III sayılı listenin (A) cetvelinde “kolalı gazozlar”dan nispi olarak yüzde 25 oranında vergi alınmaktadır. Bu vergiyi, obezite vergisi olarak adlandırmak mümkün olmasa da şeker ilaveli ve gazlı içecekler üzerinden alınması ve bunların fiyatını artırıcı fonksiyona sahip olması bakımından önem taşımaktadır. Türkiye Halk Sağlığı Kurumu’nun 2013’te yayınladığı *Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı*’na göre, 2013-2017 planı içerisinde “*az miktarda tüketilmesi gereken gıdaların vergilerinde artış sağlanması*” hedefi yer almaktadır. Bu hedefe ulaşmak için belirlenen faaliyet ise “*tuz, şeker ve yağ içeriği yüksek gıdalara yönelik vergilerin artırılması*”dır (Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, 2013: 61, 62). Henüz yasal düzeyde bu konuda bir çalışma yürütülmesi de konu, güncelliğini korumaktadır.

1.6. Literatür Araştırması

Obezite vergisi obeziteyle mücadele kapsamında bazı ülkelerde uygulamaya konulmuş, bazı ülkelerde ise uygulamasını tartışılmaktadır. Bu ülkeler, verginin hastalıkla mücadeledeki rolünü inceleyerek kamu politikası geliştirmektedir. Obezite vergisi, kamu politikası, halk sağlığı ve ekonomik boyutunun olmasından dolayı önem arz etmektedir. Türkiye’de obezite vergisiyle ilgili az sayıda ampirik çalışma bulunmaktadır.

Ayyıldız ve Demirli (2015)’nin halkın obezite vergisine dair düşüncelerini belirlemek için 20 ilde 1.126 bireye anket uyguladıkları çalışmalarında, halkın obeziteyle mücadelenin gerekliliğine inandığı sonucuna ulaşmışlardır. Ancak bireyler obezite vergisinin gelir sağlama amacıyla alınacağı endişesi taşıdığı için obeziteyle vergi dışı araçlarla mücadele edilmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Saruç (2015), çalışmasında obezite vergisi ve bazı kamu politikalarının sağlık profesyonelleri tarafından kabul edilebilirlik düzeyini araştırmak amacıyla 262 sağlık profesyoneline anket uygulamıştır. Yapılan çalışmaya katılanların yüzde 60,4’ü obezite vergisi uygulamasını destekleyeceğini beyan etmiştir. Ayrıca katılımcıların yüzde 50,3’ü de obezite vergisi uygulamasının obeziteyi azaltacağını düşünümektedir.

Akkaya ve Gergerlioğlu (2017), İstanbul’da 1.018 bireye yapılan anket çalışmasıyla halkın obezite vergisine dair görüşlerini araştırmıştır. Ankete katılanların %43,9’u, obeziteyi tetikleyebilecek her türlü ürünün yüksek oranda vergilendirilmesi gerektiğini düşünümektedir. Ayrıca katılımcıların yüzde 43,9’u, obeziteye neden olan ürün grupları ve ürün içeriklerine yüklenen vergilerin obezite oranını düşüreceğine inanmaktadır.

Kılıç vd, (2017), çalışmasında devletin obeziteyle mücadelede uygulayabileceği politikalardan olan obezite vergisi ile ürünlerin reklam ve promosyon yasaklarıyla pazarlanmasının değerlendirmesini yapmıştır. 20 gönüllü katılımcı üzerinde gerçekleştirilen çalışmada EEG⁵ (Elektroensefalografi) nörogörüntüleme tekniği kullanılmıştır. Obeziteyle mücadelede erkek ve kadın katılımcılar farklı algı düzeylerine sahip olduğu için politikaların öncelikle cinsiyet bazlı ele alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Obeziteyle mücadele politikalarının hedef kitlesi olan kilolu bireylerin algı düzeylerini, renkli görsellerin etkilediği gözlenmiştir.

Gezgin (2017), çalışmasında 274 kişiyle anket çalışması gerçekleştirmiştir. Katılımcıların yüzde 47,1’i obeziteyle mücadelede obezite vergisinin alınmasını istememektedir. Katılımcılar obeziteyle mücadelede kendilerinden ek vergi alınmasını kabul etmezken, şekerli içecek ve/veya yiyecek üreten şirketlerin vergilendirilmesini desteklemektedir. Ayrıca obezite vergisi uygulamaya konulduğu zaman tahsil edilen verginin obeziteyle mücadelede kullanılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tuncer ve Sandalcı (2018), çalışmalarında obezite vergisine ilişkin TR33 Bölgesinde yaşayan bireylerin algılarını ve bu algıları belirleyen faktörleri anket yardımıyla ölçmüştür. Anket çalışması TR33 Bölgesinde yer alan (Manisa, Kütahya, Afyonkarahisar ve Uşak) illerinde kolayda örnekleme yoluyla seçilen 537 bireye uygulamıştır. Çalışmada, obezite vergisi algısını belirleyen faktörler 5 başlık altında analiz edilmiştir. Bunları

⁵ EEG, beynin faaliyetleri sırasında kendiliğinden oluşan, sürekli ritmik elektriksel potansiyeller ile aktivasyon yöntemleriyle uyarılmış durumda iken biraz daha farklı oluşan elektriksel potansiyellerin değişiminin kaydedilmesi yöntemine denir.

ekonomik, sağlık, ahlaki- psikolojik, siyasi ve sosyal faktörler olarak sıralamak mümkündür. Çalışmanın sonucuna göre, TR33 bölgesinde yaşayan bireylerin obezite vergisi algı düzeyi 2,65 çıkmıştır. Ankette 5'li likert ölçeği kullanılmış ve 3 değeri orta nokta olarak kabul edilmiştir. Algı düzeyinin ortalamasının altında olmasından dolayı obezite vergisi algı düzeyi düşük olarak değerlendirilmiştir.

Sandalcı ve Tuncer (2019), çalışmalarında ekonomik, sosyo-psikolojik, sağlık ve siyasi faktörlerin obezite vergisinin kabul edilebilirliği üzerinde etkili olduğu; ayrıca kabul edilebilirlik düzeyini etkileyen bu faktörlerin birbirleriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Obezite vergisinin kabul edilebilirlik düzeyi üzerinde en fazla etkili faktör sağlık, ikincisi ekonomi, üçüncüsü sosyo-psikolojik faktör iken sonuncu sırada siyasi faktör yer almaktadır. Ekonomik faktör ile siyasi faktör kabul edilebilirliği negatif etkilerken sağlık ve sosyo-psikolojik faktörler pozitif yönde etkilenmektedir.

2. ARAŞTIRMA ÖRNEKLEMİ VE YÖNTEMİ

Çalışmada nitel araştırma tekniklerinden gömülü teori kullanılmıştır. Yapılan literatür çalışması sonucu obezite vergisine ilişkin nitel tekniklerle bir değerlendirmenin yapılmadığı tespit edilerek bu konudaki eksiklik giderilmeye çalışılmıştır.

2.1. Araştırma Örnekleme

Araştırmanın amacı doğrultusunda Zonguldak'ta çeşitli meslek gruplarından, farklı gelir seviyesinde, kır-kent ayrımını da dikkate alacak şekilde 23 bireyle yüz yüze görüşme yapılmıştır. Farklı meslek grubundan insanların seçilmelerinin nedeni, bakış açısındaki farklılıklardan faydalanmak ve ortaya yeni bir bakış açısı çıkarmak olmuştur (Tablo 5).

Tablo 5: Katılımcıların Cinsiyet ve Gelir Seviyesine Göre Dağılımı

Meslek	Katılımcı Sayısı		Gelir Seviyesi	Eğitim Seviyesi
	E	K		
Sosyal Çalışmacı	1	1	4000+	Üniversite
Memur	2		2500	Üniversite
Sosyolog		2	3000+4000	Üniversite
Psikolog		1	4000+	Üniversite
Diyetisyen		2	4000+	Üniversite
Bankacı	1		5000+	Üniversite
Öğretmen	1		2000+	Üniversite
Polis	1		5000+	Üniversite
Öğrenci		1	2000+	Üniversite
İşveren	1		3000+	Lise
İşletme müdürü	1		3000+	Lise
Çalışan	2	1	3500-2800	Ortaöğretim
Gıda mühendisi	1	1	3000+	Üniversite
Hemşire		1	3000+	Üniversite
Araştırma Görevlisi		1	5000+	Üniversite
Emekli	1		10 000+	İlköğretim

Ayrıca 12 erkek 11 kadının katıldığı çalışmada kadın erkek dağılımının, eşit olmasına da dikkat edilmiştir. Bunlara ek olarak, çalışmaya katılanların obez (BKİ>30) ve obez olmayan (BKİ<30) ayrımı yapılmıştır. Görüşme kapsamında 11 bireyin beden kitle endeksi 30’un üzerindedir.

2.2. Araştırma Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak, yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme yönteminde, araştırmacı görüşme yapacağı kişiden randevu alır ve görüşmeler yarım saatten başlayarak birkaç saate kadar sürebilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme yönteminde araştırmacı, konulara ilişkin soruların kurgusunu önceden hazırlamakta ve ona göre katılımcıya sormaktadır. Ancak görüşmenin gidişatına göre sorularda değişiklik yapılabilmekte ve sorular açık uçlu olacak şekilde sorulmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde, genellikle bir ya da birkaç araştırma sorusu ve bu soruların detaylı açıklanması için ortalama 10-15 soru hazırlanmaktadır (DiCicco- Bloom ve Crabtree, 2006). Yarı yapılandırılmış görüşme, bir kişiyle yapılabileceği gibi birkaç kişiyle de yapılabilmekte ve konuya ilişkin katılımcıların araştırma konusu hakkındaki görüşlerini derinlemesine öğrenme fırsatı elde edilmektedir (Güler vd., 2015:116).

Bu yöntem gereği görüşme metnine ilişkin soruların kurgusu önceden yapılmış ve sorular açık uçlu olacak şekilde hazırlanmıştır. Araştırma soruları göz önünde bulundurularak 17 adet açık uçlu soru hazırlanmıştır. Zonguldak’ta farklı mesleklerle uğraşan bireylere görüşme talepleri gönderilmiş ve olumlu cevap alınan katılımcılarla uygun ortamda görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara, görüşmeye başlamadan önce araştırmanın amacı ve kullanılan yöntem hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca veri kaybının olmaması için katılımcıların izni dâhilinde ses kayıt cihazıyla kayıt yapılmıştır. Görüşmeler sırasında bireylerden alınan cevaplara göre sorulara ilişkin değişiklikler yapılmıştır. Örneğin bir katılımcının “*obezite vergisi yerine sağlıklı yaşam vergisi olsa daha sempatik olurdu*” demesinin ardından daha sonraki katılımcılara “*obeziteyle mücadelede uygulanacak olan verginin adı ne olsun?*” sorusu yöneltilmiştir. Görüşme süreci tamamlandıktan sonra, ses kayıtları Word programında düzenlenmiş ve analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırma yöntemi olarak gömülü teori uygulanmıştır. Gömülü teori, nitel araştırma yaklaşımı olarak ilk defa 1967 yılında Anselm Strauss ve Barney G. Glaser isimli iki sosyolog tarafından geliştirilmiştir. 1967 yılında “*Dis-covery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Reserch*” kitabıyla literatüre kazandırılan yöntem, Strauss ve Glaser tarafından “*Sosyal araştırmalarda sistematik olarak elde edilen veriden teori keşfedilmesi*’ olarak tanımlanmıştır (Strauss, 2003; Glaser ve Strauss, 2012). Daha sonra Glaser ve Straus arasında görüş ayrılığı oluşarak, gömülü teoride iki farklı görüş ortaya çıkmıştır (Charmaz, 2006). Glaser’e göre toplanan verilerden teori kendiliğinden ortaya çıkması gerekirken, Straus ise verinin belli kategorilere göre kodlama yapıp teori ortaya çıkarılması için sistematik olarak analiz edilmesi gerektiğini savunmuştur.

Gömülü teori yaklaşımını kullanan bir araştırmacının, araştırmaya başlamadan önce aklında herhangi bir teori ön kabulü olmamalıdır. Bunun yerine araştırmacı bir konu belirleyip çalışmaya başlamakta ve konuyla ilgili araştırma sürecinde ortaya çıkan analiz ve verilere dayanarak teorinin gelişmesine izin vermektedir (Holloway ve Wheeler, 2010). Bu yöntemde sosyal olayın gerçekleştiği yerdeki araştırmadan elde edilen verilere dayanılarak teorinin gelişim süreci ifade edilmektedir. Bu sebeple gömülü teori kullanılarak yapılan araştırmalar sonunda ortaya çıkan teori, çalışılan konuyla ilgili içerik bilgisi, konuyla ilgili bakış açısını geliştiren ve nasıl hareket edilmesi gerektiğine yardımcı olan değerler sunmaktadır (Straus ve Corbin, 1998).

Patton (1990), her nitel araştırmada olması gereken özelliklerin gömülü teori araştırmaları için önemini vurgulamış ve bunları şöyle sıralamıştır:

- Konu ile ilgili birden çok ihtimalin olabileceğine açık olunmalı
- Muhtemel seçeneklerle ilgili bir liste oluşturulmalı
- Herhangi bir olasılık seçilmeden önce tüm olasılıklar açıklanmalı
- Düşünceyi uyarmak için müzik, sanat ve metaforlar gibi farklı yollara başvurulmalı
- Tekdüze düşünceye sahip olmak yerine analizde ileri geri gidilmeli veya herhangi bir konunun etrafında dolaşarak taze bakış açısı getirilmeli
- Yeni bakış açısı getirmek için farklı yöntemler denenmeli

- Gömülü teori sürecine güvenilmeli ve yarım bırakılmamalı
- Kısa yollara başvurulmamalı
- Analizden zevk alınmalı.

Straus ve Corbin (1998) tarafından geliştirilen üç aşama, teorinin oluşturulmasını kolaylaştırmaktadır. Bunları; açıklama, kavramsal sıralama ve teorileştirme olarak sıralamak mümkündür. İlk olarak araştırmacının araştırmada karşılaştığı olgu ve olayları, tecrübe, duygu ve düşüncelerini en uygun şekilde açıklayıcı bir dille anlatması gerekmektedir. İyi ve detaylı bir açıklama aşamasından sonra, ortaya çıkan kategorilerin sınıflandırılmasına yönelik olarak kavramsal sıralama aşaması teori oluşturmada ikinci adımı oluşturmaktadır. Bu durum verilerin uygun özellik ve boyutlara göre sınıflandırılması olarak da ifade edilebilmektedir. Farklı özellik ve boyutlarına göre verileri kategoriler ve alt kategorilere göre sınıflandırılması konunun her yönüyle incelenmesini sağlayacak ve kapsayıcı bir kategori geliştirilmesine yardımcı olacaktır. Üçüncü aşama ise bizzat teorinin ortaya atıldığı aşamadır. Kavramların iyi bir şekilde çalışılarak ortaya konmuş olması ve birbirleriyle olan ilişkilerinin her yönüyle açıklanması kapsayıcı bir teori için önem taşımaktadır. Teori geliştirme, sadece bir konunun açıklanması olmayıp aynı zamanda çalışılan konu ile ilgili ileriye dönük tahminlerde bulunarak davranışlarımızı yönlendirebilecek soyut çikarsamalardır (Straus ve Corbin, 1998).

Gömülü teori araştırmasında süreçleri anlamak için aşağıdaki gibi bir döngü oluşturulmuştur. Gömülü teori araştırması, düz bir süreç olmayıp araştırma aşamaları arasında geçişlerin yapılabileceği esnek bir süreçtir. Gömülü teori araştırma süreci, üç ana başlık altında; araştırma sorusunun belirlenmesi, araştırma verisinin analizi ve teorik örneklem oluşturmak olarak belirlenmiştir. Araştırma sürecinde teknikler arasında geçişlerin olması doğaldır.

Şekil 4: Gömülü Teori Araştırma Döngüsü



2.3. Araştırma Bulguları

Katılımcılara, aşağıdaki başlıklara ilişkin sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların konuyu daha iyi kavramaları için görüşmeye başlamadan önce obezitenin neden olduğu hastalıklar, obezitenin maliyetleri, obeziteyle mücadele yöntemlerine ilişkin bilgiler verilmiştir. Obezite vergisine ilişkin bilgi verilmeden önce, katılımcıların obezite ve obezite vergisine ilişkin bilgileri ölçülmeye çalışılmıştır. Katılımcıların hiçbirinin obezite vergisi hakkında bir bilgilerinin olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların düşüncelerini etkilemeyecek şekilde obezite verginin Türkiye’de henüz uygulanmayan bir vergi olduğu, hangi ülkelerde uygulandığı v.b. bilgiler verilmiştir. Daha sonra katılımcılara çalışmanın asıl amacını oluşturan obezite vergisine ilişkin sorular sorulmuştur.

2.3.1. Obezite Vergisinin Obeziteyle Mücadeledeki Rolü

Katılımcılara “Obeziyle mücadelede uygulanacak yöntem söyleyebilir misiniz? Öncelikli yöntem ne olmalıdır?” sorusu sorulmuştur. Eğitim ve sağlık konularında bilinçlendirme, gıdaların üzerine kalori etiketi yapıştırma, sağlıksız gıdaların reklamlarına ilişkin kısıtlamaların olması, okul ve iş yerlerinde sağlıksız gıdalara ilişkin kısıtlamaların olması, spor alanlarının artırılması verilen cevaplardandır. Katılımcıların hiçbirisi obezite vergisini, cevap olarak vermemiştir. Ayrıca katılımcıların hiçbirisi obezite vergisi adını daha önce duymadığını ifade etmiştir. Obezite vergisi hakkında bilgi verildikten sonra bireylerin bu vergi hakkındaki görüşlerini öğrenmek için sorular sorulmuştur.

Katılımcılardan alınan yanıtlar bağlamında obezite vergisi uygulamaya konulmadan önce kamuoyunda olumlu bir algının oluşturulması, verginin kabul edilebilirliğini artırabilir ve obezite vergisinden beklenen amacın gerçekleşmesine katkı sağlayabilir. Obezite vergisi, bireylerin zararlı ürün tüketimini tam olarak engellememesine karşın biraz olsun azaltmasına neden olabilir. Bunun sonucunda, obezite oranı azalabilir ve obeziteyle mücadelede başarı elde edilebilir. Araştırmaya katılan bireyler, obezite vergisine ilişkin düşüncelerini şu ifadelerle açıklamıştır:

“...Vergi getirildikten sonra benim tüketim davranışım değişmeyecek.. Fiyatı artmış ama alım gücüm var ve bu durum benim o ürünü tüketmeme engel değil...” (katılımcı 10)

“...Zorlama politikası uygulanmalı. Ceza olmazsa olmaz. ...Bireyleri dürtten bir etki olmalı...” (katılımcı 6)

“...Sağlıksız ürünleri tüketmeyip sağlıklı ürünlere geçiş sağlanacaktır...” (katılımcı 21)

“...Obezite vergisi obezite ile mücadelede etkili olur. Konuluş amacını açıkladıktan sonra ben ikna oldum ve diğer bireyler üzerinde de etkili olacağını düşünüyorum. ...” (katılımcı 1)

Katılımcılar, obezite vergisini obeziteyle mücadelede başarılı bir araç olarak görmektedirler. Ayrıca gelir seviyesi yüksek olan bireylerin obezite vergisinden çok fazla etkilenmeyeceği ve tüketimini aynı şekilde devam ettireceği düşünülmektedir.

2.3.2. Obezite Vergisinin Obezite Oranlarını Azaltmadaki Etkisi

Katılımcılara “obezite vergisi uygulamaya konulduğunda obeziteyi azaltacağını düşünüyor musunuz?” sorusu sorulduğunda bireyler bunu birtakım şarta bağlamıştır. Obezite vergisinin başarıya ulaşması için ilk önce olumlu bir algının oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca buna uygun altyapının oluşturulması da obezite vergisinin başarısını olumlu yönde etkileyebilir. Obezite vergisinin başarısı, sigara ve alkole konulan vergilerle karşılaştırılmış ve ona göre bir yorum yapılmıştır. Genel anlamda bireylerin obezite vergisine karşı algıları olumsuz olmasına karşın; daha sağlıklı olmak için uygulanacak olan obezite vergisinin bireylerin tüketim davranışını değiştirmede başarılı olacağına ilişkin olumlu bir algı gözlenmiştir. Çünkü para, bireyler için önemli bir kaynak olmakta ve caydırıcı etkisi yüksek olan bir role sahip olmaktadır. Katılımcılar bu konuya ilişkin düşüncelerini şöyle ifade etmiştir:

“... Bir pazarlamacı olarak medya söylemleri, pazarlama stratejileri yerinde kullanılarak başarı elde edilebileceğini düşünüyorum. ...Bilinçlendirmenin erkenden yapılması gerekir. ...” (katılımcı 7)

“...Aşama aşama vergi getirilmeli. ...Bu konu, yurt dışında araştırıldı konuşuldu bu işin uzmanları tarafından buna karar verildi algısı oluşturulmalı. ...Hükümetin bu işte kararlı olması ve kanaat önderlerinin de etkisi olumlu olacaktır...” (katılımcı 4)

“... Alkol ve sigarada uygulanan vergi çok fazla tepkiye neden oldu... Bence demokratik bir şekilde insanların bunun neden yapıldığını bilerek kendi tercihleri olacak şekilde değerlendirmesi daha sağlıklı ve kalıcı bir sonuç olur. O yüzden ben bilinçli bir tüketiciyim ve verginin getirilmesini sorgularım. Uygulamanın demokratik bir şekilde olması insanlara sorularak yapılması gerekmektedir...” (katılımcı 16)

“...Obezite vergisinin kesin çok fazla başarı sağlayacağını düşünmüyorum. Çeşitli ülkelere gittim ve insanların tüketim davranışı dikkatimi çekti. İnsanlar vergi var diye tüketimleri böyle değişti. Bilinçli oldukları için sağlıklı ürünleri tüketiyorlar...” (katılımcı 8)

Obezite vergisinin başarılı olabilmesi için disiplinler arası bir çalışma yapılması ve altyapının ona göre düzenlenmesi gerekmektedir. Obezite vergisine ilişkin bilinçlendirmenin küçük yaşlarda yapılması obezite vergisinin başarısını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir.

2.3.3. Obezite Mücadelede Başarılı Bir Vergi Politikası

Katılımcılara “*Obezite ile mücadelede yeni bir vergi mi getirilmeli? Ürünler üzerindeki vergiler (KDV, ÖTV vb.) mi artırılmalı?*” sorusu sorulmuştur. Obeziteyle mücadelede vergi politikasının daha başarılı olabilmesi için yeni bir vergi getirilmesi ve adının “*obezite vergisi*” ya da “*sağlıklı yaşam vergisi*” olması daha uygun görülmektedir. Böyle bir verginin adına ilişkin, kesin bir kanı bulunmamaktadır. Ancak böyle bir verginin adının ‘obezite vergisi’ olması, obez bireylerin kendilerini kötü hissetmelerine neden olabileceği için adının ‘sağlıklı yaşam vergisi’ olarak konulmasının daha etkili olacağı düşünülmektedir. Katılımcılar bu konudaki düşüncelerini şu sözlerle ifade etmiştir:

“...Bu vergi obezite vergisi adıyla getirilmeli ve insanlarda o bilinç oluşturulmalı. KDV oranları artırıldığı zaman insanlar ... sadece gelişigüzel zam yapıldığını düşüneceklerdir. Vergiye karşı bir tepki oluşacaktır...” (katılımcı 9)

“...Var olan vergi oranları artırıldığı zaman devlet zararda, gelir kaynağı arıyor diye düşünebilirim. Ama devlet bunu obezite vergisi veya sağlıklı yaşam vergisi adı altında getirirse etkili olur...” (katılımcı 15)

Obeziteye ilişkin yeni bir verginin getirilmesi bireylerin bu konuda farkındalık kazanmalarına neden olacak ve bu durum vergiye karşı tepkiyi azaltabilecektir. Çünkü bireyler, fiyat artışlarının yeni konulan obezite vergisinden kaynaklandığını bileceklerinden ve bunun sağlıkları için yapıldığının farkında olacakları beklendiğinden, bu yeni vergiye çok fazla tepki göstermemeleri beklenmektedir. Katılımcılar bu konuyla ilgili çıkarımlarını, alkol ve sigara üzerine konulan vergilerden, poşet vergisinden yola çıkarak yapmışlardır.

2.3.4. Obezite Vergisinin Tüketim Üzerindeki Etkisi

“Bu ürünlere yeni bir vergi konulduğunda veya mevcut vergilerin oranı artırıldığında bu malların tüketimini azaltır mısınız? Hangi ürünlerin tüketiminden tamamen veya kısmen vazgeçersiniz? sorusu sorulmuştur. Bu soru sorulmadan önce bireylerin genel tüketim davranışını öğrenmek için soru sorulmuştur. Katılımcıların genel olarak sabah kahvaltısından akşam yemeğine kadar tüketim kalıpları öğrenilmeye çalışılmış ve vergi sonrası tüketim kalıplarında değişiklik olup olmayacağı öğrenilmeye çalışılmıştır. Katılımcılar genelde obeziteyi çok önemli bir sağlık problemi olarak görmemektedir. Ayrıca katılımcılar, vergi sonrası tüketim davranışlarını değiştireceklerini ve obezite vergisinin başarılı olabileceğini ifade etmişlerdir.

“...Fiyat çok göz önünde ve çok daha can alıcı bir nokta olduğu için kesinlikle bireylerin tüketiminde etkili olacaktır...” (katılımcı 5)

“...Zararlı ürünleri tüketmeye devam ederim ama daha az tüketmeye özen gösteririm...” (katılımcı 21)

“...Gazlı içecekleri su niyetine içiyorum. ...En çok vazgeçeceğim ürün grubu fast food olur. En son vazgeçeceğim grup ise gazlı içecekler olur...” (katılımcı 12)

“...Zararlı ürünü tüketmeye devam ederim. Tüketmekten zevk aldığım bir şey ise almaya devam ederim ama alelade aldığım bir şeyse almamaya başlarım. Genel olarak bakınca düşük ücretli olanlardan daha çok vazgeçerim (katılımcı 17)

Vergi uygulamaya konulduktan sonra zararlı ürünlerin tüketimi, tam anlamıyla bırakılmamasına karşın azaltılabilir. Zira bireyler zararlı ürünleri tüketmekle birlikte vergi politikaları sonucu en son vazgeçecekleri ürün grupları en çok sevdikleri grup olmaktadır. Bireylerin çok fazla sevmedikleri ürün gruplarından ise daha çabuk vazgeçmeleri beklenmektedir. Çünkü bireylerin o ürün gruplarına karşı, bir adanmışlıkları olmamakta

ve birey için çok fazla şey ifade etmemektedir. Ancak bir ürün grubuna adanmışlığı olan bireyin, obezite vergisi uygulansa bile diğer harcamalarından vazgeçerek tüketim davranışını değiştirmesi beklenmemektedir. Ayrıca vergi nedeniyle düşük gelirli bireylerin bu ürünlere erişimi daha kısıtlı olurken, gelir seviyesi yüksek bireylerin tüketimini fiyata bağlı olarak etkilemezken, farkındalığa bağlı olarak etkilemesi beklenmektedir.

2.3.5. Obezite Vergisi Oranı

Katılımcılara “Obezite vergisi oranı yüzde kaç olursa tüketiminizi azaltırsınız?” sorusu sorulmuştur. Obezite vergilerinin obeziteyle mücadele amacına ulaşabilmesi için caydırıcı derecede yüksek oranlarda alınması gerekmektedir (Lin vd, 2011: 338; Hall vd, 2011: 834). Örneğin Mytton vd. (2012), verginin tüketimi etkileyebilmesi için en az yüzde 20 oranında uygulanması gerektiğini vurgulamıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde, besinler için harcanan miktarın, tüm gelir içinde daha az bir orana tekabül etmesi nedeniyle, verginin tüketim davranışlarını değiştirebilmesi için yüksek oranlarda uygulanması gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (Cornelsen vd. 2014:19). Ancak literatürde yüksek vergi oranlarının, büyük satış kaybı yaratıp ekonomi üzerinde olumsuz etki doğuracağını savunan yazarlar da mevcuttur. Buna göre düşük oranlar uygulanıp elde edilen gelirler obeziteyle mücadeleyle ayrılabilir (Donahue, 2005: 9).

Obezite vergisi oranı, çok düşük olduğunda, bireylerin tüketim davranışlarında çok fazla değişiklik beklenmemektedir. Ekonomik nedenlerden dolayı fiyat artışına alışkın olan bireyler, uygulanacak olan obezite vergisi oranının düşük olması durumunda tüketim davranışlarında çok fazla değişikliğe gitmeyebilir. Genel anlamda vergi oranı yüzde 50 oranında ya da daha fazla uygulandığı zaman bireylerin tüketim davranışında değişikliğin daha çok olması beklenmektedir. Buna ek olarak tüm katılımcılar %100 vergi oranını desteklememiş ve bu oranda uygulanacak olan bir vergiye tepki göstermiştir. Ayrıca bireyin tüketimin davranışını değiştirmek için o ürünün o fiyatı etmeyeceğini düşünmesi de etkili bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

“...Oran yüzde 10-20 nedir ki. Bu oran benim tüketim davranışımı değiştirmez. Fiyatlar en az ikiye katlanırsa tüketim davranışım değişir...” (katılımcı 20)

“...Yüzde 100 vergi oranı olmaz. Neticede bu zehir değil. Bana deseyiz ki kökten bırak ben bırakmam ama tüketimi azaltmak olabilir. ... Yüzde 20- 30 vergi oranı daha ideal olur...” (katılımcı 12)

“...Tüketim davranışımı değiştirmek için fiyatın iki katına çıkmasına gerek yok benim için. Daha cüzi miktarda bir artış olsa bile o ürünü ... Almaktan vazgeçebilirim. Çünkü adanmışlığım yok o ürüne karşı. Ama adanmışlığı olan insanlar ... başka şeylerden feragat edip o ürünü tüketmeye devam edecektir ...” (katılımcı 7)

“...Kategori şeklinde bir vergi oranı uygulanabilir. 0-50 tl ürünler arasında yüzde 40 50-150 tl arasındaki ürünler arasında yüzde 35 gibi değerlendirilebilir...” (katılımcı 5)

“...Tüketim davranışım bu ürün bu fiyatı etmez dediğimde değişir. Mesela küçücük bir hamburger 50 tl olduğu zaman bu bunu etmez deyip tüketmem. Bunun için standart bir oran vermek mümkün değil ve ürüne göre farklılık gösteren bir oran uygulanabilir...” (katılımcı 2)

Çalışmaya katılanların çoğu, vergi oranının yüzde 50’den fazla uygulanması durumunda tüketim davranışlarını değiştireceklerini ifade ederken bazı bireyler bu oranları çok yüksek olacağını değerlendirmiş, yüzde 20-30 gibi bir oran uygulanmasının daha uygun olacağını önermişlerdir. Orana ilişkin farklı değerlendirmelerin yapılmasının sebebi, bireylerin gelir seviyelerindeki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Öyleki gelir seviyesi yüksek olan katılımcılar yüzde %50’den fazla bir oran uygulanmasını önerirken, gelir seviyesinin daha düşük olduğu katılımcılar yüzde 50’den daha düşük bir oranı önermektedir. Ayrıca ürünlerin fiyat kategorilerine göre vergilendirilmesi de önerilmiştir. Bu yöntemle göre ürünler fiyatlarına göre farklı oranlarda vergilendirilecek ve ödeme gücü dikkate alınacaktır.

2.3.6. Obezite Vergisinin Kullanılacağı Alanlar

Katılımcılara “Obezite vergisi ile toplanan vergi nasıl değerlendirilmeli?” sorusu sorulmuştur. Obezite vergisi, obeziteyle mücadele etmek amacıyla getirildiği için bu amaç doğrultusunda harcanmalıdır. Bu doğrultuda kullanıldığı zaman bireylerin vergiye bakış açıları olumlu yönde etkilenmektedir. Katılımcılar bu konuya ilişkin görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“... Elde edilen gelir sağlıklı ürünlerin teşviğinde kullanılabilir”(katılımcı 10)

“...Sadece obezite için kullanılmalı. Hem o insanların tedavisinde hem de koruyucu faaliyetlere ilişkin düzenlemelerde kullanılmalı. Her mahalleye spor salonları yapılabilir. Ayrıca gerekli kontroller için de bu vergi kullanılabilir...” (katılımcı 21)

Obezite vergisinden elde edilen gelirin, obezite hastalığının tedavisinde, her mahalleye spor salonunun yapılmasında, sağlıklı ürünlerin fiyatlarının düşürülmesinde, yürüyüş yollarının yapılmasında kullanılması faydalı olacaktır. Bireylerin ödedikleri obezite vergi gelirin obeziteyle mücadelede kullanıldığını görmeleri, onların vergiye karşı tepki göstermelerini engelleyecek, gönüllü uyumu sağlayacaktır. Ayrıca tahsil edilen vergi, obezitenin önlenmesi için yapılacak eğitim ve kamu spotları için ek bir kaynak oluşturacaktır.

2.3.7. Obezite Vergisinin Kabul Edilebilirliği

Katılımcılara “Obezite vergisini devletin topluma veya özgürlüklere müdahalesi olarak görür müsünüz? sorusu sorulmuştur. Obezite vergisi, devletin bireylerin özgürlüklerine müdahalesi olarak değerlendirilmemektedir. Devletin, halk sağlığını korumak amacıyla böyle bir müdahalede bulunması olumlu şekilde değerlendirilmektedir. Bu duruma ilişkin katılımcılar görüşlerini şu cümlelerle ifade etmişlerdir:

“...Devletin özgürlüklere müdahalesi olarak nitelendirmem. Sonuç olarak o ürünü gidip alabilecekler sadece fazla para verecekler”(katılımcı 22)

“...Zamda amaçlananlardan biri de toplum sağlığını iyileştirmek. Hatta bunu yararlı bir müdahale olarak değerlendiririm...” (katılımcı 3)

2.3.8. Vergide Adalet Açısından Obezite Vergisi

Katılımcılara “Obeziteye neden olan ürünler üzerine konulan verginin adil olacağını düşünüyor musunuz? sorusu sorulmuştur. Sağsızsız ürünleri aşırı tükettiklerinde obez olabileceklerini düşünen obez olmayan bireyler, obezite vergisinin tüketimleri üzerinde caydırıcı bir etkisi olabileceğini düşünmektedir. Bununla birlikte obez olmayan katılımcılar, ara sıra tükettikleri obeziteye neden olan ürünler için fazladan vergi ödemeyi adaletsiz olarak görmektedir. Bireyler bu konudaki düşüncelerini şu cümlelerle ifade etmişlerdir:

“...Bu vergiyle amaçlanan sadece obezlerin oranlarını azaltmak olmayıp ayrıca obez olmayanların sağlıklarını korumak. Ben bunun herkesten alınmasını adil olarak değerlendiririm. Çünkü sadece obezler yemesin diye yapılan bir uygulama olmayıp obez olmayan bireyler de yemesin diye uygulanmaktadır...”(katılımcı 24)

“...Adil olarak değerlendiririm çünkü devlet bireyleri onlardan daha çok düşünüyor. Kişi kendi seçimine sağsızsız ürünü seçmeye meğilli ama bu dokunuşla sağlıklıya çekmeye çalışılmaktadır...” (katılımcı 13)

SONUÇ

Obezite, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hızla artmakta ve ciddi sorunları da beraberinde getirmektedir. Kalorisi yüksek, besin değeri düşük zararlı ürünlerden alınan obezite vergisi, farklı ülke ve eyaletlerde farklı şekillerde uygulanmaktadır. Bazı ülkeler, obezite vergisi uygulamasında başarılı olurken bazı ülkeler de başarısız olmuş ve vergi uygulamadan kaldırılmıştır. Obeziteyle mücadele, alkollü içecekler ve sigarayla yapılan mücadeleye birçok açıdan benzemektedir. Bunları, kısıtlama ve yasaklar, eğitim ve bilgilendirme, vergi politikaları olarak sıralamak mümkündür. Ayrıca obezite vergisi, çevre kirliliğini önlemek için uygulamaya konulan poşet vergisine de benzetilmektedir.

İnsanların Türkiye’de uygulanabilecek bir obezite vergisi hakkındaki düşüncelerini tespit etmek amacıyla Zonguldak’ta yaşayan 23 bireye yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanmıştır. 23 katılımcıdan sadece iki tanesi uygulanması tartışılan vergiyi tam anlamıyla reddetmiştir. Örneklem dikkade alındığında elde edilen bulgular tüm ülke için genellenememekle birlikte uygulanması tartışılan verginin adı, verginin sabit oranda değil de fiyat kategorisine göre alınması gerekliliği, maliye, sağlık, psikoloji ve pazarlama gibi disiplinler arası bir çalışmanın gerekliliği hakkında literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca diğer şehirlerde yapılacak araştırmalar, obezite vergisine karşı düşüncelerin daha iyi anlaşılmasına katkı sunacak, başka faktörlerin ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

Çalışma bulgularına göre, katılımcılar obeziteyle mücadele amacıyla uygulanacak olan bir obezite vergisine karşı olumlu tavır sergilemiştir. Katılımcılar özelinde kır ve kentte yaşayan insanlar açısından obezite vergisine karşı aynı tutumun sergilendiği gözlenmiştir. Özellikle obezite vergisi getirilmeden önce bireylerin bu konuda bilgilendirilmesi ve tahsil edilen verginin obeziteyle mücadelede kullanılması durumunda obezite vergisinin daha başarılı olacağı düşünülmektedir. Katılımcılar, sağlıksız gıdalardan vergi alınmasını desteklemelerine karşın bu ürünlerin tüketimlerini tam anlamıyla sonlandırmayacaklarını ifade etmişlerdir. Bireyler tüketimlerini, sadece belirli bir oranda azaltacaktır. Bireylerin tüketim davranışında belirgin bir değişiklik için uygulanacak oranın yüzde 50’den fazla olması gerekmektedir. Düşük oranda uygulanacak olan bir verginin, bireylerin tüketimlerini aynı şekilde devam ettirmelerine neden olması beklenmektedir. Obezite vergisi, devletin topluma ve özgürlüklere müdahalesi olarak değerlendirilmemekte ve amaç toplum sağlığını korumak olduğu için adil olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, sadece tek bir ürünü vergilendirmek yerine obeziteye neden olan ürün grubunun iyi tespit edilip, ona göre bir vergi politikasının uygulanması gerekmektedir. Çalışmaya katılan iki birey, obezite verginin uygulanmasına ilk başta olumsuz yaklaşırken, obezite vergisinin amaçları anlatıldıktan sonra olumlu tavır sergilemeye başlamıştır. Dolayısıyla obezite vergisi getirilmeden önce kamuoyunda konusunun, matrahının, oranının, mükellefinin ve amaçlarının iyi şekilde anlatılması gerekmektedir. Ayrıca obezite vergisi, obeziteyle mücadelede tek başına etkili olamamakta ve diğer politikalarla desteklenmesi gerekmektedir. Obezite vergisinin disiplinler arası, maliye, tıp, pazarlama, psikoloji bölümlerinin ortak çalışması sonucu oluşturulması daha başarılı olmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akkaya, Ş., Gengerlioğlu, U., (2017), “Obezite Vergilerine İlişkin Tutumların Analizi: İstanbul İli Örneği”, *Marmara İktisat Dergisi*, Cilt, 1, Sayı, 2 ss: 119-154.
- Alemanno A., ; Carreno, I. (2013), “Fat Taxes in Europe – A Legal and Policy Analysis Under EU and WTO Law”, *European Food and Feed Law Review*, 2/2013, pp. 97-112.
- Ayas, I., Saruç, N. T., (2017), “Obezite Vergisi Ülke Uygulamaları” *Journal of Economics & Administrative Sciences/Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt, 19 Sayı, 2, ss, 69-82.
- Ayyıldız, Y., Demirli, Y., (2015), “Obezite Vergisine İlişkin Halkın Düşünceleri: Türkiye’de Bir Alan Araştırması”, *Business and Economics Research Journal*, Sayı16 6, Numara,2 ss, 59-78.
- Barber, S., (2017), “*The Soft Drinks Industry Levy*”, House of Commons Library, Briefing Paper No. 7876.
- Briggs, A., D. M., Mytton O. T., Scarborough P., (2017), “Health Impact Assessment of the UK Soft Drinks Industry Levy, A Comparative Risk Assessment Modelling Study”, *The Lancet Public Health*, 2(1), e15-e22.
- Brio, A., (2015), “Did the junk food tax make the Hungarians eat healthier?” *Food Policy*, Volume 54, July, ss, 107-115.
- Brownell, K. D., (1994), “*Get Slim with Higher Taxes*” (Editorial), NY Times. December 15, A29.

- Cavagnaro, S., (2015), "Taxation, Fat Tax. In K. Albala (Eds.), *The Sage Encyclopedia of Food Issues*" pp.1353-1356.
- Cavaliere, A., Alessandro, B., (2008), "*Economic Factors Affecting Obesity: An Application in Italy*", In International Congress, August (pp.26-29).
- Cawley, J., (2011), "*The Economics of Obesity*, Cawley, J. (Ed.), The Oxford Handbook of the Socila Science of Obesity, Oxford University Press., no 25, ss,101-157.
- Chisholm, R., Mccarty, M., (1978), "*Principles Of Economics*, Scott, Foresman and Company Glenview, IL, 25- 187.
- Cornelsen, L., Rosemary G., Alan D., Richard S., (2014), "Why Fat Taxes Won't Make Us Thin", *Journal of Public Health*, 37(1), ss. 18-23.
- Cox, S., (2016), "*Sugary Drinks Taxation*", University of Connecticut, School of Law, Law Library Blog, <https://blog.law.uconn.edu/blog/sugary-drinkstaxation> (31.06.2019).
- Da Câmara, F S., Diogo, P., (2017), "2017 Budget, The Backdrop, The Road Ahead, and Beyond", *Tax Notes International*, 85(1), ss, 63-65.
- Donahue, T., (2005), "*Obesity: Your Problem Or Mine?: Using A Fatty Food Tax to Fight the Obesity Epidemic*, Doctoral dissertation, University of Oregon.
- DSÖ (2016), "*Obesity and Overweight - Fact Sheet*", <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/> (10.04.2019).
- Engber, D., (2009), "*Let them drink water! What a fat tax really means for America*" <www.slate.com/articles/health_and_science/science/2009/09/let_them_drink_water.html>, (27.05.2019).
- Fitzgerald, C., (2016), "*It's Official: Ireland is Getting A Sugar Tax (But Not For A Few Years)*", *The Journal*, <http://www.thejournal.ie/sugar-tax-2-3020822-Oct2016/> (31.03.2017).
- Gezgin, T., (2017), Obezite Vergisinin Toplumsal Kabul Edilebilirliği, yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı.
- Gordon-Larsen, P.,Guilkey, David K.; Popkin, B., M. (2011), "An Economic Analysis of Community-level Fast Food Prices and Individual-level Fast Food Intake: A Longitudinal Study", *Health & Place*, Cilt, 17 Sayı, 6, ss.1235–1241.
- Gravelle, H.; Ray, R. (2004), *Microeconomics*, Third Edition. Prentice Hall:Financial Times, England.
- Gray, N. (2012), "*French Authorities Approve Soda Tax Legislation*" <http://www.foodnavigator.com/Policy/French-authorities-approve-soda-tax-legislation> (24.07.2019)
- Gray, N. (2015), "*Finland Set to Scrap Tax on Sweets and Ice Cream*", <http://www.foodnavigator.com/Policy/Finland-set-to-scrap-tax-on-sweets-andicecream> (28.04.2019).
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B., Taşğın, S., (2015), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Hall, K. D., Sacks, G. S., Boyd A., (2011), "Quantification of The Effect of Energy Imbalance on Bodyweight", *The Lancet*, 378(9793), ss.826-837.
- Kayacık, C., Cural, M., (2019), "*Türkiye'de Obezite Vergisinin Uygulanabilirliği Üzerine Nitel Bir Analiz*", V. Stratejik Kamu Yönetimi Sempozyumu, 10-11 Ekim 2019 İstanbul.
- Kılıç, S. Deniz, A., Çakaröz, K. M., (2017), "Devletin Obeziteyle Mücadele Politikalarının Etki Düzeylerinin Nörogörüntüleme Yöntemiyle Değerlendirilmesine Yönelik Deneysel Bir Çalışma", *Finans politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, Cilt: 54, Sayı 629 ss. 51-62.

- Lin, B. H., Travis, A. S., Jonq, Y. L., Kevin, D. H., (2011), “Measuring Weight Outcomes for Obesity Intervention Strategies: The Case of A Sugar- Sweetened Beverage Tax”, *Economics & Human Biology*, cilt. 9 sayı.4, ss. 329-341.
- Long, M. W., Steven L. G., Wang, Y. C., (2015), “Cost Effectiveness of A Sugar-Sweetened Beverage Excise Tax in the US”, *American Journal of Preventive Medicine*, 49(1), ss. 112-123.
- Maliye Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Özel Gündem Raporu,<<http://www.abmaliye.gov.tr/ABDIDyüzde20Raporlar/yüzdeC3yüzde96zelyüzde20GyüzdeC3yüzdeBCndem/Obezite yüzde20Vergisi.pdf>>, (10.06.2019).
- Mytton, O., Clarke, D., Rayner, M., (2012), *Taxing unhealthy food and drinks to improve*.
- Ng, M., Fleming, T., R., M., et al. (2014), Global, regional, and national prevalence of overweight and obesity in children and adults during 1980-2013: a systematic analysis for the global burden of disease study 2013.*The Lancet*, 384(9945), 766-781.
- Novick, J., (2008), *A solution to obesity?. National Health Association*. <http://www.healthsciences.org/index.php?option=com_content&article&id=382:-a-solutionto-obesity-&catid=102:jeff-nevicks-blog&Itemid=267>,(30.05.2014).
- OECD (2012), *Obesity Update* <http://www.oecd.org/health/49716427.pdf> (22.08.2016)
- OECD (2014), *Obesity Update*, OECD Publishing, Paris June <http://www.oecd.org/health/Obesity-Update-2014.pdf> (02.03.2019)
- OECD (2014b); *Obesity update*. <<http://www.oecd.org/els/health-systems/Obesity-Update-2014.pdf>>, (05.06.2019).
- OECD update (2017), <http://www.oecd.org/els/health-systems/Obesity-Update-2017.pdf>
- Peters, L. H., (1925), “*Shall we tax the fat?, Diet and health. Massillion (OH) Evening Independent*”, pg. 7, col. 4,
- Petkantchin, V., (2013), “*Nutrition Takes: The Costs of Denmark’s Fat Tax Institut Economique Molinari*” http://www.institutmolinari.org/IMG/pdf/note0513_en.pdf (22.07.2019)
- Popik, B., (2009), “ *Fat tax*” <http://www.barrypopik.com/index.php/new_york_city/entry/fat_tax>, (05.06.2019).
- Punch. (1852), *Punch, or the London Charivari*. (Ed.) Mark Lemon, vol. 22,
- PwC (2015), “*Weighing the Cost Obesity: A Case For Action*” <http://www.pwc.com.au/pdf/weighing-the-cost-of-obesity-final.pdf> (14.03.2019).
- Repo, P., (2012), *Revenues from Tax on Sweets Exceeded all Expectations*, http://article.wn.com/view/2012/08/10/Revenues_from_tax_on_sweets_exceeded_all_expectations/ (28.04.2019).
- Sağlık Bakanlığı (2011), *Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı (2010-2014) (2. Baskı)*. Ankara: TC Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Yayın No: 773.
- Sağlık Bakanlığı., (2012), *Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2011*. Ankara: TC Sağlık Bakanlığı Yayın No: 885.
- Sağlık Bakanlığı., (2013), *Türkiye Sağlıklı Beslenme Ve Hareketli Hayat Programı (2013-2017) (3. Basım)*. Ankara: TC Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Yayın No: 773.
- Sandalcı, U., Tuncer, G., (2019), “*Obezite Vergisinin Kabul Edilebilirliğine İlişkin Yapısal Eşitlik Modeli Analizi*”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı. 113, ss. 71-102.

- Saruç, N. T., (2015), *Obezite Ekonomisi ve Obezite ile Mücadelede Kamu Politikaları*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Schaufele, B., David, S., Pamela, L., (2009), *Primer on Fat Taxes and Thin Subsidies: A Graphical Analysis*. Ivey Business School, Western University, Canada
- Sheu, W., (2006), “*The Evolution of the Modern Snack Tax Bill: From World War I to the War Against Obesity*”, 21, (Third Year Paper) (on file with the Harvard Law School Library, <http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:8846753> (31.03.2019).
- Snowdon, C. (2013), “The Proof of The Pudding”, *IEA Current Controversies Paper*. No.42. Erişim Tarihi: (22.06.2019)
- Taxpayers’union (2015), “*Fizzed Out: Why a Sugar Tax Won’t Curb Obesity*”, <http://anprac.org.mx/CIDFiles/4/Riddiford2015.pdf>. (11.06.2019)
- Timmins, K., (2011), “On With The Pennies, Off With The Pounds? The Use Of Taxation Policies in Obesity Prevention”, *Perspectives in Public Health*, Royal Society for Public Health, Vol. 131, No. 4 1 pp. 155–157.
- Tuncer, G., Sandalcı, U., (2018), “Obezite Vergisi Algısını Belirleyen Faktörlerin Analizine Yönelik Bir Uygulama”, *Uluslararası Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi*, Sayı. 2, ss. 159-169
- Turunc, S., (2014), Obezite vergisi sıkı maliye politikalarının bir aracı olabilir mi?. Ankara
- Watson, L., (29 December 2011). *France Approves Fat Tax on Sugary Drinks Such As Coca-Cola and Fanta*. <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2079796/Franceapproves-fat-tax-sugary-drinks-Coca-Cola-Fanta.html> MailOnline (24.07.2019)
- World Cancer Research Fund International (2016), “Use Economic Tools To Address Food Affordability and Purchase Incentives”, *Nourishing Framework*, <http://www.wcrf.org/int/policy/nourishing-framework> (14.04.2019).