

## PIYASA BAŞARISIZLIĞI ÖRNEĞİ OLARAK OBEZİTE VE KAMUSAL ÇÖZÜMLER

İsmail GÜNEŞ<sup>1</sup>  
Melek AKDOĞAN GEDİK<sup>2</sup>

### ÖZ

Gelişmişlik düzeyi farklılıklarına bakmaksızın obezite oranları hızla artarak ülkelerin en önemli sağlık sorunlarından bir tanesi haline gelmiştir. Obezite yüksek düzeyde kişisel, sosyal ve iktisadi maliyetlere sahiptir. Obeziteye bağlı sağlık sorunları ve gelişen hastalıklardan dolayı dünyada milyonlarca insan yaşamını yitirmektedir. İnsanların tüketim ve satın alma davranışını etkileyen piyasadaki pazarlama etkinlikleri bireylerin sağlıkları açısından en uygun seçimleri yapmalarını zorlaştırmaktadır. Devletler sosyal politikaların yanında maliye politikalarıyla da obeziteye neden olan gıda ürünlerine ek vergiler koyarak obezitenin önüne geçmeyi amaçlamaktadır. Tıbbi araştırmalar, obezitenin birincil nedeninin kalori alımı olduğunu ve bu tür gıdaların piyasalarda alınıp satıldığını, bu nedenle de obezitenin bir piyasa başarısızlığı vakasını temsil ettiğini iddia etmektedir. Çalışmamızda obezite bağlamında piyasa başarısızlıklarını düzeltmek için piyasa koşullarının nasıl düzenlenebileceğine ilişkin mevcut uygulamalar ve önerilere yer verilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Obezite, Maliye Politikası, Obezite Vergisi

## OBESITY AS AN EXAMPLE OF MARKET FAILURE AND PUBLIC SOLUTIONS

### ABSTRACT

Obesity, which is one of the most important health problems in developed and developing countries, tends to incline day by day. Obesity has high level personal, social and economic costs. Millions of people in the World lose their lives due to health problems depending on obesity and other developing diseases. Marketing activities which affect the consumption and purchasing behaviours of people so as to achieve higher company profits make it difficult for individuals to make the most appropriate choices for their health. States develop some social policies in addition to imposing additional taxes on food products in their fiscal policies to prevent obesity. Medical research claims that the main cause of obesity is caloric intake and these kinds of foods are bought and sold in the markets, so obesity represents a case of market failure. In our study, current practices and some recommendations on how market conditions can be organized in order to correct market failures about obesity will be mentioned.

**Keywords:** Obesity , Fiscal Policy, Obesity Tax

### Giriş

Obezite günümüzde gelişmişlik farkına bakmaksızın pek çok ülkenin en büyük sağlık sorunu haline gelmiş bulunup, obezite ve obeziteye bağlı olarak dünyada milyonlarca insan hayatını kaybetmektedir. 1990 yılında küresel ölümlerin % 4.5'i obeziteye bağlı ölümlerken bu oran 2017'de % 8'e yükselmiştir. Yüksek gelirli ülkelerin çoğunda, yetişkinlerin yaklaşık üçte ikisi aşırı kilolu veya obez statüsünde yer almaktadır ( Hannah

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi Çukurova Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü ismailgunes@gmail.com, ORCID:/0000-0001-9048-9433

<sup>2</sup> Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü makdogan@cu.edu.tr ,ORCID:0000-0001-6470- 5796  
Received/Geliş: 03/07/2019 Accepted/Kabul: 30/09/2020, Research Article/Araştırma Makalesi  
Cite as/Alıntı: Güneş, İ., Akdoğan gedik, M. (2020). "Piyasa Başarısızlığı Örneği Olarak Obezite Ve Kamusal Çözümler", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 29, sayı 3, s. 492-506

R., 2017). Dünyadaki yetişkin nüfusun neredeyse yarısının 2030 yılına kadar aşırı kilolu veya obez olacağı öngörülmektedir (Dobbs vd 2014,s.17).

Vergiler geçmişten günümüze kadar kamusal ihtiyaçların finansmanında kullanılmıştır. Vergiler küreselleşen dünyamızda devletler tarafından artık gelir sağlama fonksiyonunun yanı sıra caydırıcılık ve özendirmek amacıyla kullanılarak bir maliye politikası aracı olma özelliği daha belirgin bir hal almaktadır. Kamu maliyesi yazınında piyasa başarısızlığı olarak bilinen durumlarda da kamusal düzenleyici politikalar ve bu kapsamda vergiler ve benzeri kamusal araçlar kullanılmaktadır. Obezite de bu anlamda bir tür piyasa başarısızlığı olması nedeniyle vergi ve vergi dışı kamusal politikalara konu olmaktadır. Bu çerçevede hükümetler obeziteye neden olan gıdalar üzerinden alınan vergi miktarını arttırmaktadır. Bu miktarın artmasının sebebi, diğer insanlara yaydığı negatif dışsallıkların içselleştirilmesidir. Obezite vergileri devletin kullandığı maliye politikasının içinde yer alan kamusal müdahale araçlarından biridir. Bu verginin amacı fiyatlar yoluyla obeziteye neden olan yarı mamul ve mamullerin fiyatını artırarak halkın sağlıklı beslenmeye yönlendirilmesini amaçlarken, diğer taraftan da piyasada bu tür ürünler üreten üreticileri daha yüksek miktarda vergilendirerek bu tür ürünlerin üretilmesinin sınırlandırılmasını sağlayarak caydırıcılık yönü de ortaya çıkmaktadır.

## **1. Obezite Kavramı ve Obeziteye Sebepiyet Veren Unsurlar**

### **1.1. Obezite Kavramı**

Kilo alımı sonucunda aşırı kilolu olmaya veya obeziteye yol açar. Obezite aynı zamanda bir enerji dengesi ile de belirlenir. Yaşamı sürdürmek ve günlük aktiviteleri gerçekleştirmek için harcadığımız enerjiden daha fazla enerji tükettiğimizde (aldığımızda) tipik olarak kilo kalori cinsinden ölçülür ve kilo alırız. Buna enerji fazlası denir. Harcadığımızdan daha az enerji tükettiğimizde, kilo veririz bu ise bir enerji açığıdır (Hill, vd. 2012,s.127). Obezite, sağlığa zarar verici miktarda normal sınırların üzerinde aşırı yağ birikimi olarak tanımlanmaktadır. Obezite, Dünya Sağlık Örgütü tarafından sağlığa zarar verecek miktarda bedende fazlaca yağ toplanması olarak ifade edilmektedir.

### **1.2. Obeziteye Sebepiyet Veren Unsurlar**

Obezite ile birçok değişken arasında etkileşim olsa da obezitenin altında yatan nedenler genel hatlarıyla üç gruba ayrılmaktadır. Bunlar; kalori ve besin alımını etkileyen faktörler, egzersiz seviyeleri veya yoğunluğu ve genetik faktörlerdir. Son dönemlerde çevresel etkilerin genetik faktörlerden daha belirleyici olduğu yönünde sonuçlar söz konusudur. Bilimsel çalışmalar obezitenin baskın nedeni olarak egzersiz eksikliğinden ziyade “aşırı beslenmeye” işaret etmektedir. (Blair ve Brodney 1999;s.647, Donnelly vd.,2003,s.27, Ledikwe vd., 2005, s.907) Ancak obezitenin temel itici faktörü zayıf beslenmedir (Luke ve Cooper 2013,s.2; Malhotra vd. 2015,s.967).

Yiyecek ve içecekler tüm dünyada serbest piyasa koşullarında alınıp satılmaktadır. Enerji yoğun gıdaların fiyatı düşerken daha az besleyici gıdaların fiyatları artmıştır. Kadınların işgücüne katılımındaki artışlar; televizyon izleme oranlarındaki artışlar; fiziksel güç harcama ihtiyacını azaltan teknolojik değişiklikler ve obezite tedavisini iyileştiren tıbbi teknoloji ile ilgili sağlık sorunları yaygınlaştırmıştır. (Finkelstein ve Strombotne, 2010,s.1523).Piyasa güçleri, uzun vadeli tercihler yerine kısa vadeli tercihleri, aşırı tüketim ve az aktiflik içeren davranışları büyük ölçüde desteklemektedir.

Bu özellikle çocuklar için geçerlidir. Bu nedenle, piyasalar çocukluk obezitesinde olduğu gibi, insanların seçimlerini belirlemenin ana mekanizması olarak, daha da kötüleştiren sonuçlara neden olabilmektedir. Bu ciddi bir piyasa başarısızlığıdır (Moodie, vd.. 2006, s.137).

Obeziteye neden olan diğer unsurlar arasında; genetik özellikler, yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi ve yaşam şekli gibi faktörler yer almaktadır (Gökpınar vd 2015, s.581) Bunun yanı sıra, kentleşme oranındaki hızlı artış, iktisadi büyüme ve beslenme davranışlarındaki dönüşüm, gıda tüketim tarzındaki değişim, çalışma hayatında gözlenen farklılıklar, bilgisayar başında harcanan sürenin artması, iletişim, eğlence ve tatil davranışlarının değişimi, çevrimiçi ve çevrimdışı oyunlar ve akıllı telefon ve tabletler ile kişinin fazla zaman geçirmesi, fiziksel hareketlerde yaşanan azalma, artan araç kullanımı, yürüyen merdivenler/bantlar ve asansörler, gıda tüketim davranışlarının farklılaşmasında hane dışı gıda tüketiminin artması, genetiği ile oynanmış gıdalar ve ürün farklılıkları, tatlandırıcı ve katkı maddeli içeceklerin ve yüksek miktarda yağ içeren ürünlerin tüketiminin çoğalması, ayaküstü olarak ifade edilen zincir lokantalarca sunulan hazır ve çabuk tüketilen yağlı, kalorisi yüksek gıdalar, kalorili ürünlerin sağlıklı ürünlere göre daha ucuza satın alınabilmesi ve bu tip ürünlere erişim kolaylıkları obezitenin nedenleri arasında sıralanabilir (Özden, 2016,s 191,Çukur ve Erdem, 2017,s.126).

## **2. Obezite ve Piyasa Başarısızlığı**

Neo klasik iktisadi yaklaşımın temelinde, kaynak dağılımının piyasalarda fiyat mekanizması yoluyla gerçekleşmesi yatmaktadır. Bunun tamamının ya da bir kısmının olmadığı durumlarda piyasalarda aksamalar meydana gelebilir. Musgrave ve Musgrave (1989, s.6-13) kamu sektörünün modern fonksiyonlarını kaynak dağılımı, gelir dağılımı ve ekonomide istikrarı sağlamak şeklinde üç grupta ele almıştır. Piyasa sürecinde ortaya çıkabilecek olası aksaklıklar ve başarısızlıklar bu üç temel fonksiyon üzerinde olumsuz etkiler yaratır. Bu durum kamunun ekonomiye müdahalesinin önemli gerekçelerinden bir tanesini oluşturur. Piyasanın başarısız olduğu durumlara baktığımızda ise bu konuda Musgrave ve Stiglitz'in yaklaşımları esas alınarak incelenebilir. Buna göre piyasalar, kamusal mallar, dışsallıklar ve doğal tekeller durumunda aksaklığa uğrayabilir. Stiglitz ise bunlara “eksik piyasalar” ve mükemmel olmayan bilgi ya da diğer deyişle “asimetrik enformasyon” kavramını eklemiştir.

Refah iktisatçılarının yaklaşımı ile piyasa başarısızlığı durumu, piyasaların Pareto etkin olmadığı, kamu malları, dışsallıklar, tekeller ya da oligopol piyasalar nedeniyle rekabetin olmaması, asimetrik bilgi, eksik piyasalar, ekonomik istikrarsızlık ve makro ekonomik göstergelerin olumsuz olduğu durumda kamunun ekonomiye müdahalesinin gerekçelerini oluşturmaktadır (Stiglitz, 2000, s.77-85, Kirmanoğlu, 2011,s.104, Musgrave ve Musgrave, 1989,s.6-13).

İktisatçıların rasyonel birey ve tam bilgi sahibi olma varsayımları çoğu kez gerçekleşmemekte ve piyasa başarısızlığına yol açmaktadır. Nobel ödüllü iktisatçı Daniel Kahneman, günlük kararlarımızın çoğunun, anında, çok düşünmeden alındığını savunmaktadır. Kahneman'a göre içinde yaşadığımız ortamın ne yediğimiz ve ne kadar hareket ettiğimiz üzerinde büyük etkisi vardır. Kişisel seçimlerimiz sınırlı seçimlerdir ve tamamen rasyonel değildir (Veerman, 2018 ). 1978 Yılında Nobel iktisat ödülü alan Herbert Simona göre insanların fayda maksimizasyonu ile hareket ettiklerini varsayan

“homo economicus” klasik iktisat teorisinin aksine insanların, sınırlı rasyonelliğine sahip olduğunu vurgulamaktadır. Belirsizlik altında insanlar kendine kestirme yol yaratarak karar vermeye çalışmaktadırlar. Daniel Kahneman ve Amos Tversky insanların belirsizlik altında kullandığı kestirme yolların zihnimizin farkında olmadan düştüğü yanılgılar ve önyargılar olduğunu deneysel çalışmalarla ortaya koyarak 2002 yılı Nobel İktisat Ödülü’nü kazanmışlardır. 2017 Nobel İktisat ödülünün sahibi olan Richard Thaler ise yanılgılarımızı yönlendirme ve yönetme konusunu ele alarak yanılgı noktalarını bilen kişilerin daha rasyonel kararlar verebileceğini öne sürmüşlerdir (Özen, 2018,s.38).

Çok yakın zamana kadar, obezite iktisadi bir sorun olarak değerlendirilmeyordu. Daha çok estetik ve tıbbi sonuçlar taşıyan özel gıda seçimlerinden kaynaklanan bireysel bir sorun olarak kabul edilmekteydi. Bununla birlikte, obezite günümüzde dünya ölçeğinde önemli sorunlardan biri haline gelerek, tüm toplumlara ve özel bireylere büyük tıbbi maliyetler yüklemektedir. Amerika Birleşik Devletleri’nde, aşırı kilolu ve obez bireylere sunulan sağlık hizmetleri, normal kilolu insanlara sunulan sağlık hizmetlerinden ortalama % 37 daha fazladır ve her bir Amerikalının yıllık tıbbi faturalarına ortalama 732 dolar eklenmektedir Finkelstein, Fiebelkorn ve Wang’ın 2004 yılında yaptığı araştırmaya göre, obezitenin sosyal sonuçları da ciddidir. Birçok çalışma, obezitenin özellikle kadınlar için kişisel ve çalışma ilişkilerini, aynı zamanda ücretlerini olumsuz etkilediğini göstermiştir. Bu tür maliyetlerin varlığı ve gıda piyasası bilgilerinin bireysel davranışları değiştirmek için kullanılabilme olasılığı göz önüne alındığında, iktisatçıların obeziteyi azaltmak için politika seçenekleri sunmaları önem arz etmektedir (Loureiro ve Nayga,2004, s.33).

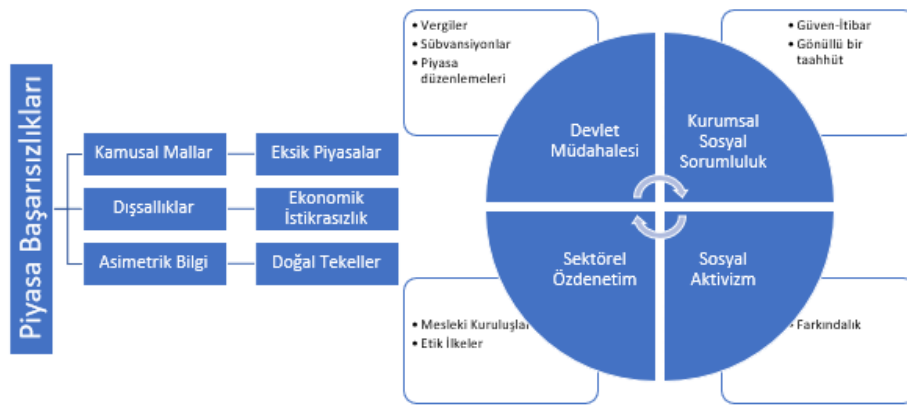
Bugün obezite salgınının, küresel ekonomiye maliyetinin GSYİH’nın yaklaşık %3’ü düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Bireyler açısından ne yiyeceklerine karar vermek ayrıcalıklı bir alan gibi görünürken, iktisatçıları açısından piyasa başarısızlığını ifade etmektedir. Obezite, dengesiz beslenme sonucunda yoksul hane halklarını görece olarak daha varlıklı komşularına göre daha fazla etkilemektedir.

Tüketime dayalı büyümeyi teşvik eden iktisadi öncelikler ve politikalar ile pazar ve ticaretin serbestleştirilmesini teşvik eden düzenleyici politikalar birçok fayda sağlamıştır, ancak bu durumun günümüzde genel olarak aşırı tüketim krizlerine katkıda bulunduğu görülmektedir. Obezite bu krizlerden sadece bir tanesidir. Özel sektör temelde bireyin biyolojik güdülerini, arzularını ve zayıflıklarını yönlendirmede her zamankinden daha etkili hale gelmektedir. Obezite ile ilgili sağlık ve gelişmeyi iyileştirmeye yönelik çözümler mevcut piyasaların ana hedefi değildir. Refah için geniş tanımlanmış sürdürülebilir iktisadi politikalara dayanan yeni bir çerçeveye ihtiyaç vardır (Swinburn vd., 2011, s.807).

Golan ve Kucher , piyasa başarısızlığının kanıtı olmadan, aşırı kilo ve obeziteyi azaltmaya yönelik gıda politikası da dahil olmak üzere herhangi bir hükümet politikasının yarardan çok zarar verme tehlikesi olduğuna dikkat çekmektedir. Üç soruya yanıt arayarak piyasa başarısızlığı olup olmadığını incelemektedirler. Piyasalar tüketicilerin istediği gıda talebine karşılık veriyor mu? İkinci olarak tüketiciler gıda seçimleri yapmak için yeterli bilgiye sahip mi? Son olarak, bireysel gıda tüketim tercihleri toplumsal olarak optimal düzeyde midir? sorularının yanıtları aranmıştır. Kuchler ve Golan genel itibariyle piyasa başarısızlıklarının varlığını kabul etmekle beraber maliye politikalarının etkin olduğu konusunda çekinceler ortaya koymuşlardır (Kuchler vd,s.5).

### 3. Obezite ile Mücadelede Kamu Politikaları

Obezite salgınının başta ABD olmak üzere diğer ülkelerde yaygınlaşması ve maliyetlerinin artması ile beraber obezite ile en iyi şekilde nasıl mücadele edilir sorusu tartışılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda piyasaların ve hükümetin doğru rolü ne olmalıdır? Piyasalar ve hükümetler bu rollerini yeterli düzeyde yerine getirmekte midir? tartışmaları yapılmaktadır. Michigan Üniversitesi İşletme Fakültesi Profesörü Aneel Karnani başkanlığında yürütülen araştırma sonuçlarında obezite bir piyasa başarısızlığı olarak tanımlanmaktadır (Karnani, 2015).



Şekil-1: Piyasa Başarısızlıkları ve Obezite ile Mücadelede Kamusal Çözümler

Devlet, obezite sorununun çözülmesi konusunda farklı kamu politikası araçlarını uygulamaya koyabilir. Obezite oranlarını azaltmak için, piyasa başarısızlığına özgü politikalar Şekil-1 de de görüleceği üzere dört ana grupta toplanabilir. Bu politikaların en başında piyasa düzenleyici politikalar yer almaktadır. Bu politikalar kısıtlamadan başlayarak yasaklamaya kadar geniş bir yelpazede uygulanabilir. Düzenlemeler; obeziteye neden olan ürünlerin satıldığı, tüketildiği ve ilan edildiği yerlere sınırlamalar koymak ve ürünlerin üzerine açık bir sağlık uyarısı taşıması sağlanarak bilgi asimetrisini ortadan kaldırmak için kullanılabilir. Çocuk ve gençlerin sağlıklı beslenme alışkanlıkları kazanmaları için yapılacak düzenlemeler, kantinlere verilen talimatlar, doğrudan yasak ve sınırlandırmalar getirilmesi buna örnek olarak verilebilir.

Günümüzde dünyadaki ülkeler kapsamında obezite ile mücadelede obeziteye sebebiyet veren tüketimin düşürülmesi çerçevesinde uygulanan birincil devlet politikaları, obeziteye sebebiyet veren ürünlerin tüketimin engellenmesi, yüksek enerji içeren ürünler üstündeki vergilerin artırılması, reklam ve promosyon yasakları, eğitim ve bilgilendirmelerdir. Politikalar içinde en güçlü iki ana uygulama ise obezite vergileri ile reklam ve promosyon yasaklarıdır (Novak ve Brownell, 2012,s.2347,Saruç, 2015, s.96-104). Obeziteye neden olan fazla şekerli, tuzlu, yağlı besinlerin tüketimini önlemek amacıyla bu besinlerin ambalajları üzerine sebep oldukları rahatsızlıkların yazılması,

bilinçlendirmenin yaygınlaştırılması, bu tür ürünlerin özellikle ergenlik çağındaki gençler tarafından tüketiminin azalmasında önemli bir etki yaratabilir (Beyaz ve Koç, 2009,s.27).

İnsanları obezitenin ölümcül etkileri, bireye ve topluma verdikleri zarar konusunda eğitmek, obezite vakalarının önlenmesine ve daha sağlıklı bir yaşam tarzının teşvik edilmesine neden olacaktır. Reklam veya halk sağlığı kampanyaları, insanları sağlıklı yiyecekleri daha az tüketmeye ve daha fazla egzersiz yapmaya ikna etmeye çalışacak ve bu nedenle caydırıcı olacaktır. Bilgi eksikliğinden kaynaklanan piyasa başarısızlığı, daha sağlıklı gıdaların tanımlanmasına yardımcı olmak için gıdalar ve menülerdeki beslenme etiketleri ile de çözülebilir. Bununla birlikte, araştırmalar çoğu tüketicinin beslenme etiketlerine çok az dikkat ettiğini göstermektedir. Çocukların yetişkinlerden daha yaygın olarak rasyonel olmayan tercihlerde buldukları bilinmektedir.

Yiyecek ve içecek endüstrileri, gençlere yönelik abur cuburların pazarlanmasında büyük miktarlar harcamaktadırlar. Avrupa'daki gıda ve içecek endüstrisi yılda yaklaşık 7 milyar € gıda reklamcılığına harcamaktadır. Benzer şekilde, ABD'de bu rakam yılda 10 milyar \$ 'dır. Bu harcamaların büyük bir kısmı doğrudan çocuklara ve ergenlere yönelik reklamlarla ilgilidir. Televizyonun yanı sıra internet, mobil cihazlar ve sosyal medyadaki viral reklamlar, çocuklara yiyecek ve içecek ürünlerini tanıtmak için başlıca stratejiler haline gelmektedir. Bu pazarlama teknikleri gençlerde sağlıklı beslenmeleri teşvik etme riski taşımaktadır (Serse 2016,s.6, WHO,2013). Sağlıksız gıda ürünlerinin reklamlarının çocuklarda ve gençlerde obezite oranlarının artmasına neden olabileceğine dair kanıtlar, televizyonda gıda reklamcılığının sınırlandırılmasının çocukların beslenmesi üzerinde faydalı bir etkisi olabileceğini ortaya koymaktadır (Serse, 2016,s.7).

Kurumsal sosyal sorumluluk konusuna karşı artan ilgiye, girişimcilerden gelecek vaat eden bazı sonuçlara rağmen, kurumsal sosyal sorumluluğun tüm sektörlerin katılım göstermediği sürece önemli bir rol oynaması zor görülmektedir. Endüstriyel özdenetim de ise temel beklenti obezitenin halk sağlığı üzerindeki artan etkisinin kamu yararı gözetilerek sektördeki kuruluşlar ve meslek örgütlerince düzenlenmesidir. Değişimi gerçekleştirmede sosyal aktivizm güçlü bir araç olarak kullanılabilir. Ancak obezitede ana sorun olarak kişisel sorumluluğun ön plana çıkarılması sosyal aktivizmin etkisini düşürmüştür.

Karnani, McFerran ve Mukhopadhyay (2015) araştırmalarında bu bileşenlerden kurumsal sosyal sorumluluk, özdenetim ve sosyal aktivizm konusunun büyük ölçüde başarısız olduğu tespitini yapmaktadırlar. Bazı kamusal müdahalelerin umut vaat ettiği ancak bunların popüler olmadığı ve birçoğunun siyasi irade ve karar almayı gerektirdiği ifade edilmiştir. Yiyecek ve içecek endüstrisinin tüm ülkelerde güçlü bir yapısının olduğunu söyleyebiliriz. Endüstrinin kendi özdenetiminin çocuklara yönelik pazarlama, reklam etkinliklerinde etkisiz kaldığını ve sağlıksız gıda satışlarının devam ettiği görülmektedir (Karnani, vd. 2015,s.467). Bunlar kamu müdahalesinin gerekliliğini bir kez daha ortaya koymaktadır. İsveç, Norveç, Quebec ve İngiltere'de yapılan çocuklara yönelik gıda reklamcılığını yasaklamak veya ciddi şekilde kısıtlama getirmek yönündeki kamusal müdahaleler sonrasında ayaküstü tüketiminin azaldığı görülmüştür. Özellikle reklam üzerine konulan kısıtlamaların tüketici talebi üzerinde belirgin etkileri bulunmaktadır. Obeziteye mücadelede kullanılan kamu politikası araçları arasında iktisadi olarak en önemlisi vergilendirme, Vergilendirme, tüketici fiyatında dikkate

alınmayan negatif dışsallıklar sorununu ele almak için kullanılabilir. Obeziteye neden olan ürünlere yönelik ek vergi, şekerli gıda örneğinde olduğu gibi bu ürünlerin maliyetini artırır. Bu, tüketicinin ödediği fiyatın obezitenin bireysel ve toplumsal maliyetlerini yansıtmasını sağlar.

### 3.1. Obezite İle Mücadelede Vergilendirme

Obezite vergisi; bir bütün olarak toplum için olumsuz sonuçlar doğuran yasal piyasa faaliyetlerine uygulanan bir Pigovian vergi türü olarak ifade edilmektedir (Eroğlu, 2018,s.112). Literatürde yapılmış diğerlerinden farklı bir ifade de ise; öncelikle, vergi yükünü artırarak, obezite ve sağlık sorunlarına neden olan ürünlerin alım maliyetlerini artıran düzenlemelerin tamamı obezite vergileri kapsamında değerlendirilmektedir (Özden, 2016,s.199).

Obezite oranlarının yüksek olduğu ülkelerde, obezite ile mücadele araçları içinde vergiler giderek daha fazla önem kazanmıştır (Ayas ve Saruç, 2017,s.70). Obeziteyi engellemek amacıyla obeziteye neden olan yağ ve şeker gibi ürün üzerinden ek bir vergi alınmakta veya obez olan kişiler üzerine ek bir vergi konulmaktadır (Alemanno ve Carreno, 2013,s .103).

Şekerli içeceklerin vergilendirilmesi sadece sağlığı değil aynı zamanda verimliliği de etkilemesi beklenmektedir. Obeziteyle mücadele kapsamında yapılan müdahalelerin uzun vadeli başarısı üzerine yapılan çalışmalar bunu doğrulamaktadır. Sadece diyet ve egzersiz müdahalelerinin bitiminden bir yıl sonra, kilo kaybının yaklaşık yarısı geri kazanılmıştır (Curioni ve Lourenco, 2005,s.1169). Tüm ağırlığın yaklaşık 5.5 yıl içinde geri dönmesi muhtemel görünmektedir. .Bu tür çalışmalara katılanların iyi motive ve mükemmel bir şekilde bilgilendirilmiş olmaları, fikirlerini kalıcı olarak değiştirmelerinin sürekli ve kalıcı şekilde sorunu çözecek gerekli davranışların sürdürülemediği görülmektedir ( Dansinger, vd.2007, s.47).

Obezite konusunu sadece bireysel sorumluluk alanı ve sonuçlarını da bireysel bir bedel olarak ele almamak gerekir. Yüksek obezite oranları, insanların obeziteyi sağlıklı yiyecek seçenekleri ve tercih ettikleri düşük fiziksel aktivite seviyeleri için kabul edilebilir bir fiyat olarak kabul etmeyi seçtiği bilinçli bir değiş tokuşun sonucu değildir. Kısmi olarak bireysel sorumluluklar olmakla beraber obezite bu davranışlara yol açan ortamların bir sonucudur. Bir çözüm olarak “kişisel seçim” konusunda ısrar etmek, daha sağlıklı yemeyi ve daha aktif olmayı kolaylaştıran destekleyici ortamı yaratmadıkça sınırlı bir başarı elde edecektir. Sağlıksız yiyecek tüketimini uyarıcı, teşvik eden ve fiziksel aktiviteyi caydırıcı bir ortamda, birçok insan sağlıklı kilo almak ve korumak için gerekli davranışları uzun süre devam ettiremez. Bu ise kamu sektörünün müdahil olması ve sağlıksız gıdaların vergilendirilmesi, sağlıklı ürünlerin sübvansede edilmesi gibi uygulamalar ve diğer düzenlemelerle sağlıklı ortamların teşvik edilmesi ile genel refah üzerinde olumlu etkiler yaratacaktır (Veerman,2018 ).

### 3.2. Farklı Ülkelerdeki Obezite Vergisi Uygulamaları

Son yıllarda obezite ile mücadelede vergi araçlarından yaralanan devlet sayısı hızla artmaktadır. Ülkeler, kamuoyunda farkındalık yaratarak daha sağlıklı bir toplum idealine ulaşmaya çalışmaktadır. Vergi araçlarının uygulanma biçimi hükümetler arası farklılık ve çeşitlilik göstermektedir. Bazı ülkeler, hesaplama açısından uygulanabilirliği kolay olan advalorem (değer esaslı) vergiler uygulamayı tercih etmektedirler. Bu tür vergilemede

gıdalara belirli bir oranda Katma Değer Vergisi veya İşlem Vergisi uygulanabilir. Spesifik vergilerde ise verginin konusuna esas teşkil eden besinlere vergi uygulanmaktadır. Ancak vergiye konu olması düşünülen ürün /ürünlerin daha etkin bir biçimde vergilendirilmesi mümkünken, hesaplanması ve uygulanması zaman alacağından maliyetlidir (Doğan ve Kabayel, 2017,s.68).

Norveç 1981, Samoa 1984, Avustralya 2000, Fransız Polenazyası 2002, Finlandiya ve Macaristan 2011, Fransa 2012, Bangladeş 2014, Dominik 2015, Belçika ve Fiji Adaları 2016, Portekiz ve G.Afrika 2017, İrlanda ve Birleşik Krallık 2018 yılından bu yana meşrubatlar, unlu mamuller, bisküvi, şekerleme, enerji içecekleri, tatlandırıcılar, meşrubatlar gibi ürünlere spesifik veya advolorem vergiler uygulanmaktadır. .

Çalışmamızın bu bölümünde ise Amerika, Fransa, İngiltere, Macaristan, Belçika, Finlandiya örnekleri incelenecektir. 1960'ların son yılları ile 2000'li yılların başında, şekerli içeceklerin tüketimi artmıştır. Bunun üzerine Amerika'da yerel anlamda eyaletler vergi uygulamalarına başlamışlardır. Amerika'da uygulanmakta olan obezite vergileri gözlemlendiğinde her eyalette birbirinden farklı uygulamalar olmakla beraber yapılan referandumlar sonrası genellikle şekerli içeceklerden vergi alınmasına karar verilmiştir (Prentice ve Baertelein, 2016).

California/Berkeley kentinde 2015 yılından bu yana şekerli ve tatlandırıcı içeceklerde ons başına 0.01\$ vergi uygulanmaktadır. Vergi uygulaması sonrası şekerli ve tatlandırıcı içeceklerin tüketimi yıllık % 21 oranında düşmüştür. Gazoz ve spor içecekleri tüketimi mukayese edilen kentlere göre daha yavaş azalırken, su tüketimi Berkeley'de %63 artış göstermiştir. Berkeley'deki market satışları esas alındığında ise şekerli ve tatlandırıcı içeceklerin satışlarındaki düşüş ilk yılda % 10 olmuştur (Paarlberg, vd., 2017, s. 2). Arkansas, Washington ve Batı Virginia alkolsüz içecekler için özel vergiler uygulanmaktadır. Minnesota; satış vergisini şeker, sakız ve dondurma üstünden almakta ve Teksas şeker vergisi uygulamaktadır (Peker&Kılıçer, 2017, s.100). Maryland'da ise lokantaların şekerli içecekler satmak amacıyla alkolsüz içecekler satmasını yasaklamış uymayanlara 500 dolarlık bir para cezası uygulamıştır. Kaliforniya'da galon başına sodaya 0.21 dolarlık bir vergi koymuş ve katkılı sodaya galon başına 2 dolarlık bir vergi uygulamıştır (Eroğlu, 201,s.120).

Fransa'da ise 2011 yılında şekerli içecekler, 2012'de ise suni tatlandırıcılara vergi uygulamaya başlamıştır. İhraç ürünleri, bebek mamaları, devam sütleri, hastalar için yapılmış ürünler vergiden muaf tutulmuştur. Verginin mükellefi, bu bazda içecekleri üreten veya ithal eden üreticiler olmuştur (Gergerlioğlu, 2016,s.155). Verginin uygulanması, özellikle şekerli içecek üreten firmalar tarafından tepkiyle karşılanmıştır. (Alemanno veCarreno, 2013,s.105).

İngiltere'de ise artan obezite oranları obezite vergilerini gündeme getirmiştir. İngiltere 2018'den itibaren şeker vergisinin uygulanması kararını almıştır. Yüz mililitrede beş gramdan çok şeker kullanan firmalar vergilenmektedir. Sekiz gramdan çok şeker kullanılması halinde daha yüksek oranda vergi alınmaktadır (Parkinson, 2016,s.1).

Danimarka, 2011 yılında bir ilke imza atarak doymuş yağlar üzerinden obezite vergisi almaya başlamıştır. Vergi diğer ülkelerden farklı olarak doymuş yağ içeren margarin, et, tereyağı, gibi ürünlere uygulanmıştır. Kamuoyundan gelen tepkiler sonucunda vergi sadece on beş ay yürürlükte kalabilmiştir (Petkantchin, 2013, s.1). Vergi sonrası Danimarkalılar alışveriş amacıyla başta İsveç olmak üzere komşu ülkelere gitmeye



başlamışlardır. Danimarka içindeki satışların düşmesi perakendecilerin tepkilerini daha da arttırmış ve Danimarka Gıda ve Tarım Konseyine göre 1300 kişi bu nedenle işini kaybetmiştir. Bunun sonucunda 2012 yılında vergi yürürlükten kaldırılmıştır (Eroğlu, 2018,s.118).

Macaristan'da 2011 yılında "Macaristan Toplum Sağlığı" adıyla bir vergisel yükümlülük uygulamaya konulmuştur. Verginin gerekçesi olarak üreticilerin sağlıklı besinler üretmesi, tüketicilerin ise sağlıklı ürünler tüketmesinin sağlanması ve teşvik edilmesidir. Özellikle aşırı miktarda tuz, şeker ve kafein içeren gıdalar vergilendirilirken ana besin maddeleri kapsama dahil edilmemiştir (Cavagnora, 2015, s.1356). Vergi uygulaması neticesinde işlenmiş ürün tüketimi % 3,4 azalırken işlenmemiş sağlıklı ürün tüketimi % 1,1 artmıştır. Vergiden düşük gelirli gruplar daha çok etkilenmiştir. Vergi uygulamasından beklenenin üstünde gelir elde edilmesi sonucu oluşan fonlar ise kamu sağlığı ve sağlık çalışanları fonlarına aktarılmıştır (OECD, 2014,s.6).

2012-2015 yılları arasında Belçika'da obezite oranının yüzde %13,8'den %18'e yükselmesi sonrası dikkatler obezite konusuna yoğunlaşmış ve obeziteyle mücadele için 2016 yılında şekerli içecek vergisi litre başına üç sent olarak yürürlüğe girmiştir (Eroğlu, 2018:100). Ancak diyet ve şekerli içeceklerin de vergi kapsamına alınması hükümetin vergiyi obeziteyle mücadele için değil gelir elde etmek için koyduğu eleştirilerin yapılmasına neden olmuştur (Boyle, 2015,s.1).

Finlandiya 1940'lı yıllardan bu yana şekerli içeceklere 4.5 cent vergi koyması nedeniyle diğer ülkelerden farklılık göstermektedir. 2011 yılında bu miktarı 7.5 cente çıkaran Finlandiya hükümeti kakao, dondurma, çikolata ve şekerlemeleri de kapsama dahil etmiştir.

Şeker tüketimini azaltmayı hedefleyen verginin kilo/litre bazında 0,75 Euro olarak alınmasına karar verilmiştir. Fiyatlarda 2 yılda % 7,3 oranında artış kaydedilmiştir. Tüketimde ise ilk yıl % 0,7, ikinci yıl % 3,1 ve 2013 yılında ise %0,9 oranında azalma olmuştur (Cornelsen ve Carreido, 2015). Avrupa Birliğinin şekerlemeler ve dondurma üzerinden alınan verginin adaleti bozucu biçimde üreticileri daha avantajlı duruma getirdiğini bildirmesi üzerine Finlandiya hükümeti bu vergileri 2017 yılının başından itibaren kaldırmıştır (Gray, 201,s.1).

Türkiye'de Avrupa'dakine benzer bir obezite vergisi bulunmamaktadır. Türkiye'de Sağlık Bakanlığına bağlı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu'nca obezite ile mücadelede kamu politikaları geliştirmeyi amaçlayan bir program yapılmıştır. Program içeriğinde erdemsiz mal niteliğine sahip ürünlerin tüketimini azaltmak amacıyla vergilerden yararlanılması yer almaktadır (Doğan ve Kabayel, 2017,s.69).

Türkiye obezite ile mücadelede, "Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı Eylem Planı (2014-2018) yıllarında uygulamıştır. Ancak obezite ile mücadelede herhangi bir vergileme politikası oluşturulamamıştır (Akar, 2015:42). Türk Vergi Sisteminde mevcutta uygulanan vergilerin birkaçı asıl olarak obezite ile mücadele çerçevesinde düzenlenmemiş olsalar dahi, bu amaca hizmet ettikleri değerlendirilmektedir. Özel Tüketim Vergisi Yasasının 12/3'üncü maddesi ikaz edince hazırlanan (III) sayılı listenin (A) cetveline göre, 03.01.2018 tarihi itibarıyla "kolalı gazozlar" %25, "malttan üretilen biralar" % 63 nispetinde vergilendirilmekte, alkol ürünleri de içerdikleri alkol oranının türüne göre değişik oranlarda maktu vergilere tabi

olmaktadır.<sup>3</sup> Türk Vergi Sistemi'nde obeziteyle mücadeleye konu olabilecek en önemli düzenlemenin 7061 Sayılı Kanun'un 75'inci maddesiyle Özel Tüketim Vergisi Yasasında yapılmış değişiklik olduğunu söyleyebiliriz. Yasanın madde gerekçesinde halk sağlığı noktası olmamasına karşın söz konusu düzenlemenin bu ürünlerin tüketimi dolayısıyla obezite ve obeziteyle ilgili hastalıkların azaltılması konusunda bir etkisinin olacağı düşünülmektedir (Sandalcı ve Tuncer, 2018,s.751).

### **Sonuç**

Obezite gelişmişlik farkına bakmaksızın tüm ülkelerde en önemli sorunlarından biri haline gelmiştir. Başlangıçta sadece bir sağlık sorunu ve bireysel sorumluluk olarak ele alınan konuya yaklaşım tarzı zaman içerisinde değişimlere uğramıştır. Obezitenin altında yatan nedenlerin öncelikle genetik olduğu algısı yapılan bilimsel çalışmalar sonrasında değişime uğramıştır. Kısa vadede kalori ve besin alımını etkileyen faktörler ve egzersiz seviyeleri, genetik faktörlerin önüne geçmiştir.

Kamu maliyesi yazınında piyasa başarısızlığı olarak bilinen ve piyasaların optimum durumdan uzaklaşmasını ifade eden durum obezite içinde geçerlidir. Piyasa başarısızlığı olarak obezite ile mücadelede yakın zamanlara kadar iktisadi bir sorun olarak görülmemektedir. Obezitenin dünya ölçeğinde önemli sorun haline gelmesi, tüm toplumlara ve bireylere tıbbi maliyetler yüklemiştir. Böylece obezitenin, sağlık sonuçlarının yanına iktisadi ve sosyal sonuçlar da eklenmiştir. Obezite ile mücadelede vergi politikasının kullanılmasının temel nedeni obezitenin neden olduğu negatif dışsallıkların içselleştirilmesidir. Obezitenin küresel bir sorun haline alması sonrasında günümüzde pek çok ülke obeziteye dair vergi veya sosyal planlamalar yapmak durumunda kalmıştır.

Devlet, obezite sorununun çözümlenmesi hususunda farklı kamu politikası araçlarını uygulamaya koymuşlardır. Piyasa düzenlemeleri, kısıtlamalar ve yasaklamaların yanı sıra obeziteye neden olan gıdalar üzerinden vergi alma yoluna gidilmiştir. Bu politikalardan düzenleyici politikalar obeziteye neden olan ürünlerin satıldığı, tüketildiği ve ilan edildiği yerlere sınırlamalar koymak bilgi asimetrisini ortadan kaldırmak için kullanılmaktadır.

Obeziteye neden olan tüketimin düşürülmesi çerçevesinde ürünlerin tüketimin engellenmesi, vergilerin artırılması, reklam ve özendirme yasakları, eğitim ve bilgilendirme yapılmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk konusuna karşı artan ilgiye, girişimlerden gelecek vaat eden bazı sonuçlara rağmen, kurumsal sosyal sorumluluğun tüm sektör katılım göstermediği sürece önemli bir rol oynaması zor görülmektedir. Endüstri Özdenetiminden de beklenen sonuçlar henüz alınmamıştır. Bu nedenle obeziteyle mücadelede kullanılan kamu politikası araçları arasında iktisadi olarak en önemlisi vergilendirmedir. Obezite vergisi; bir bütün olarak toplum için olumsuz sonuçlar doğuran yasal piyasa faaliyetlerine uygulanan bir Pigovian vergi türüdür. Bu verginin amacı fiyatlar yoluyla obeziteye neden olan yarı mamul ve mamullerin fiyatını artırarak halkın sağlıklı beslenmeye yönlendirilmesini amaçlarken, diğer taraftan da piyasada bu tür ürünler üreten üreticilerin daha yüksek miktarda vergilendirerek bu tür ürünlerin üretilmesinin sınırlandırılması sağlayarak caydırıcılık yönü de ortaya çıkmaktadır.

<sup>3</sup> 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu

Son yıllarda obezite ile mücadelede vergi araçlarından yaralanan devlet sayısı hızla artmaktadır. Bugün obezitenin küresel ekonomiye maliyetinin GSYİH'nın yaklaşık %3'ü düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Ülkeler, kamuoyunda farkındalık yaratarak daha sağlıklı bir toplum idealine ulaşmaya çalışmaktadır. Şekerli içeceklerin vergilendirilmesi sadece sağlığı değil verimliliği de artırması beklenmektedir. Obeziteyle mücadele kapsamında yapılan müdahalelerin uzun vadeli başarısı üzerine yapılan çalışmalar bunu doğrulamaktadır. Ülkemizde henüz Obezite vergisi mevcut olmamakla beraber önümüzdeki yıllarda büyük olasılıkla ülkemiz bu yeni vergi ile tanışacaktır.

### **Kaynaklar**

- 3065 Sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu
- 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu
- Akar, S. (2015). Obezite ile mücadelede vergilendirme: Türkiye'de mümkün mü? *Journal of Life Economics Dergisi*, 2 (4), 29-46.
- Akkaya, Ş. ve Gergerlioğlu, U. (2017). Obezite vergilerine ilişkin tutumların analizi: İstanbul Örneği. *Marmara İktisat Dergisi*, 1 (2), 119-154.
- Alemanno, A. ve Carreno I. (2011). Fat taxes in the European union between fiscal austerity and the fight against obesity. *European Journal of Risk Regulation*, Issue 4, <http://ssrn.com/abstract=1945804> Erişim Tarihi: 21/04/2020
- Alpert, P. T. (2009). Obesity: A worldwide epidemic. *Home Health Care Management & Practice* Volume 21(6), 442-444.
- Ayas , I, S, Tolga. (2017). Obezite vergisi uygulamaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 69-82.
- Ayyıldız, Y. ve Demirli, Y. (2015). Obezite vergisine ilişkin halkın düşünceleri: türkiye'de bir alan araştırması. *Business and Economics Research Journal Dergisi*, 6 (2), 59-78.
- Beyaz, B. ve Koç, A. (2009). Obezite ekonomisi: güncel durum ve ekonomik analizler. *EconAnadolu. Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi*. Eskişehir. 17-19 Haziran.
- Blair. S. N. and Brodney S. (1999). Effects of physical inactivity and obesity on morbidity and mortality: current evidence and research. *Issues. Med. Sci. Sports Exerc.*, Vol. 31, No. 11, Suppl., pp. S646-S662.
- Boyle, R. (2015). Belgium's new sugar tax is half-baked, Admits Health Minister. <http://www.xpats.com/Belgiums-New-Sugar-Tax-Talf-Baked-Admits-Healthminister> Erişim Tarihi: 05/04/2020

- Cavagnaro, S. (2015). *Taxation, Fat Tax*. In K. Albala (Eds.), *The Sage Encyclopedia of Food Issues* (pp.1353- 1356). US, SAGE.
- Cornelsen, L. ve Carreido, A. (2015). Health-related taxes on foods and beverages, <http://foodresearch.org.uk/wp-content/uploads/2015/05/Food-and-beverages-taxes-final-20-May-2015.pdf> Erişim Tarihi: 02/04/2020
- Çukur, A. ve Erdem, A. İ. (2017). Obezite vergilerinin obezite ile mücadelede yeri: türkiye için bir değerlendirme. *Sayıştay Dergisi*, 106, 121-146.
- Curioni, C. C. ve Lourenco, P. M. (2005). Long-term weight loss after diet and exercise: a systematic review. *International Journal of Obesity*, 29 (10), 1168-1174.
- Dansinger, M. L., Tatsioni, A., Wong, J. B., Chung, M., & Balk, E. M. (2007). Meta-analysis: the effect of dietary counseling for weight loss. *Annals of Internal Medicine*, 147(1), 41-50.
- Dobbs, R, Sawers, C., Thompson, F., Manyika, J., Woetzel, J., Child, P., McKenna, S., & Spatharou A. (2014). *Overcoming obesity: an initial economic analysis. discussion paper, McKinsey Global Institute*, November.
- Doğan, A. ve Kabayel M. (2017). Dünya uygulamaları perspektifinde obezite vergilerinin uygulanabilirliği, *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (5), 64-71.
- Donnelly, J.E., Jakicic, J.M, Pronk, N, Kirk E.P, Jocabson D. (2003). Is resistance training effective for weight management? *Evidence Based Preventive Medicine* 1 (1), 21-29.
- Engber, D. (2009). Let them drink water! What a fat tax really means for America. *Slate Journal*, Retrieved 2009-09-22, 11- 48.
- Eroğlu, O. ve Koyuncu, C. (2018). Obezite vergisi ve Türk vergi sisteminde obeziteye yönelik uygulamalar. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 178-194.
- Finkelstein, E. A ve K. L. Strombotne (2010). The economics of obesity. *American Journal of Clinical Nutrition*, 91 (5),1520-1524.
- Gergerlioğlu, U. (2014). Bireysel ve toplumsal maliyetler perspektifinden obezite vergilemesinin iktisadi etkilerinin değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 132, 135-141.
- Gergerlioğlu, U. (2016). Bazı Oecd ülkeleri bağlamında obezite vergilerinin

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 29, Sayı 3, 2020, Sayfa 492-506

değerlendirilmesi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(2), 149-167.

Gökpınar , R., D, A, Utkuseven, A. (2015), Obezite ile mücadelede bir kamu politikası aracı olarak vergilerin değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 22(2), 581-602.

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-and-ice-cream> Erişim Tarihi: 28/04/2020

Hannah R. (2017) Obezite. Our World InData.org'da çevrimiçi olarak yayınlanmıştır. Alındı: "<https://ourworldindata.org/obesity>" [Çevrimiçi Kaynak]

Hill, J. O., Wyatt, H. R., ve Peters, J. C. (2012). Energy balance and obesity. *Circulation*, 126(1), 126-132. <https://www.ahajournals.org/doi/full/10.1161/circulationaha.111.087213>

Karnani, A. (2015). Combating obesity as a market failure. Erişim: <https://michiganross.umich.edu/rtia-articles/combating-obesity-market-failure> Erişim Tarihi:07.05.2020

Karnani, A., McFerran, B., & Mukhopadhyay, A. (2015). Correcting market failures to address the obesity crisis. *Academy of Management Proceedings*.

Karnani, A., McFerran, B., & Mukhopadhyay, A. (2016). The obesity crisis as market failure: an analysis of systemic causes and corrective mechanisms. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(3), 445-470.

Kılıçer, E. ve Peker, İ. (2018). Şekerli ve tatlandırıcı içecek vergisini uygulayan ülke örnekleri ve türkiye değerlendirmesi. *Mali Çözüm Dergisi*, Ocak-Şubat Sayısı, 91-105.

Kirmanoğlu, H. (2011). *Kamu ekonomisi analizi*. 3. Baskı, İstanbul: Beta.

Kuchler, F. and Golan, E. (2004). Is there a role for government in reducing the prevalence of overweight and obesity? *Choices The magazine of food, farm and resource issues*, Fall: 2014 <https://www.choicesmagazine.org/2004-3/obesity/2004-3-03.pdf>

Ledikwe, J. Julia A. Ello-Martin, Barbara J. Rolls (2005). Portion sizes and obesity epidemic. *The Journal of Nutrition*, 135(4), 905–909.

Loureiro, M. L. ve Nayga Jr, R. M. (2004). Economics, Policy, and Obesity. *Choices: The Magazine of Food, Farm, and Resource Issues*, 19(3), 1-2 <https://www.choicesmagazine.org/2004-3/obesity/2004-3-01.pdf>

- Luke A, Cooper RS. (2013) Physical Activity Does Not Influence Obesity Risk: Time to Clarify the Public Health Message. *Int J Epidemiol* ;42, 1831–1836.
- Malhotra A, N.T, Phinney S.(2015) “It is Time to Bust the Myth of Physical Inactivity and Obesity: you Cannot Outrun a Bad Diet”. *Br J Sports Med.*;49: pp.967–968.
- Moodie, R.B.Swinburn,J.Richardson,.B.Somainsi (2006) Childhood Obesity—a sign of Commercial Success, But a Market Failure *Int J Pediatr Obes*,1(2006), pp.133-138.
- Musgrave, R. A. ve Musgrave P.B, 1989, *Public Finance in Theory and Practice*, New York, McGraw-Hill.
- Novak, N. L., & Brownell, K. D. (2012). Role of Policy and Government in the Obesity Epidemic, *Circulation*, 126(19), 2345-2352.
- Novick, J., (2008). A Solution to Obesity?, National Health Association. [http://www.jeffnovick.com/RD/Blog/Entries/2008/4/1\\_Test\\_2.html](http://www.jeffnovick.com/RD/Blog/Entries/2008/4/1_Test_2.html), Erişim Tarihi:19/04/2020
- OECD, (2014). Obesity Update, OECD Publishing, Paris June<http://www.oecd.org/health/Obesity-Update2014.pdf> Erişim Tarihi: 23/04/2020
- Özden, E..(2016) Türk Vergi Sisteminin Obeziteyle Mücadeleye Katkı Sağlamaya Yönelik İşlevselleştirilmesi *Bartın İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:7 Sayı:14, Sayfa:189-220.
- Özen A. (2018) *Davranışsal Ekonomi*, The Deloitte Times, Haziran 2018 Sh. 36-44.
- Paarlberg, Robert, Mozaffarian, Dariush ve Micha, Renata (2017). Viewpoint: Can U.S. local soda taxes continue to spread? *Food Policy*, 71 : pp.1–7.
- Parkinson, J. (2016) Sugar Tax: What is the UK's Most Sugary Drink? <http://www.bbc.com/news/magazine35831125> Erişim Tarihi: 30/04/2020
- Petkantchin, V. (2013). Institut Economique Molinary, IEM's Economic Note, May. [http://www.institutmolinari.org/IMG/pdf/note0513\\_en.pdf](http://www.institutmolinari.org/IMG/pdf/note0513_en.pdf) Erişim Tarihi:05/04/2020
- Prentice, C. ve Baertelein L. (2016.) Soda Taxes Spread after Votes in Four U.S. Cities, <http://www.reuters.com/article/us-usa-election-soda-tax-idUSKBN1341FL> Erişim Tarihi: 13/05/2020

- Sandalcı, U., Tuncer G. (2018) Obezite Vergisi Teorisine İlişkin Bir İnceleme *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:3 Sayı:4(2018), Sayfa:742-764.
- Serve, V. (2016) Tackling Child And Adolescent Obesity: An Economical Challenge. The ECOG's eBook on Child and Adolescent Obesity, In M.L. Frelut (Ed.) <https://ebook.ecog-obesity.eu/wp-content/uploads/2016/10/ECOG-Obesity-eBook-Tackling-Child-And-Adolescent-Obesity-An-Economical-Challenge.pdf> Erişim Tarihi:07.05.2020
- Swinburn, B. A., Sacks, G., Hall, K. D., McPherson, K., Finegood, D. T., Moodie, M. L., & Gortmaker, S. L. (2011). The Global Obesity pandemic: Shaped by Global Drivers and Local Environments. *The Lancet*, 378(9793), pp.804-814.
- Stiglitz, J E.,( 2000), *Economics of the Public Sector*, New York, W.W. Norton & Company.
- Veerman, L.(2018) Obesity is a Market Failure and Personal Responsibility Will Not Solve it Alone, The Conversation <https://theconversation.com/obesity-is-a-market-failure-and-personal-responsibility-will-not-solve-it-alone-10103> Erişim Tarihi 27.04.2020
- World Health Organization. (2013). Marketing of Foods High in Fat, Salt and Sugar to Children: update 2012-2013. *Copenhagen, Denmark: WHO Regional Office for Europe*.
- World Health Organization, <https://www.who.int/>
- Yolal Eroğlu, M.(2018) Pigovian Vergilemenin Bir Örneği Olarak Obezite Vergisi ve Çeşitli Ülke Uygulamaları Açısından Değerlendirilmesi, *Vergi Sorunları Dergisi*, Sayı:360, Sf.110-123.