



# A népegészségügyi termékadó hatásvizsgálata – II. rész

A kutatási projekt vezetője:

Solymosy József Bonifác, Országos Egészségfejlesztési Intézet

A kutatási projekt koordinátora:

Joó Tamás, Országos Egészségfejlesztési Intézet

A kutatási projekt további résztvevői:

Bakacs Márta, Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet

Balku Eszter, Országos Egészségfejlesztési Intézet

Gódor-Kacsáncsi Anna, Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet

Martos Éva, Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet

Vitrai József, Országos Egészségfejlesztési Intézet

Vokó Zoltán, Országos Egészségfejlesztési Intézet

A tanulmányt szerkesztette:

Bakacs Márta, Vitrai József

## 3. Gyártói felmérés

### 3.1. Módszerek

A gyártói felmérésben azon gyártócégek vettek részt, melyek az elérhető céges információk alapján a 2011. szeptember–2012. augusztus közötti időszakban vélhetően fizettek *NETA*-t. Az értesítő levelet megközelítőleg 500 e-mailcímre küldtük ki.

A felmérésben összesen 69 gyártó vett részt. Ez nem azt jelenti, hogy minden kérdésre 69 válasz érkezett, mivel voltak nem kötelező jelleggel kitölthető részek is. A felmérést egy online kérdőív-rendszer segítségével végeztük. A gyártók az e-mailben elküldött linkre kattintva tudták elérni, majd kitölteni a kérdőívet, mely teljesen anonim

módon történt, a válaszokat pedig azonosításra alkalmatlan módon gyűjtöttük és kezeltük. A vállalkozásokhoz tartozó e-mailcímeket a *Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium Céginformációs és Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat*a, illetve az interneten elérhető nyilvános kapcsolatfelvételi adatok segítségével gyűjtöttük össze.

Az online kérdőív elérhetőségét biztosító linket 2012. november 19-én küldtük ki a gyártóknak. A kérdőív december 10-ig, vagyis 3 hétig volt elérhető. Az on-line adatfelvétel lehetőséget nyújtott a címlista alapján a kitöltöttség követésére, így a kutatás ideje alatt 2 alkalommal küldtünk értesítő levelet azon vállalkozásoknak, melyek még nem töltötték ki a kérdőívet.

*A tanulmány szerkesztése 2013 áprilisában zárult le.*

A hatásvizsgálatot 2012 májusa és 2013 márciusa között az *Országos Egészségfejlesztési Intézet* az *Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézettel* együttműködésben, az *Egészségügyi Világszervezet (WHO)* támogatásával végezte. A kutatási projektre a „Támogatás az egyes élelmiszerekre kivetett termékadónak az egészségre és a gazdaságra kifejtett hatásának értékelésére, valamint a termékadó népegészségügyi hasznosításának kidolgozására” című, 2012/2013-ra megkötött, két éves együttműködési megállapodás keretében került sor.

A tanulmány első részét 2013/5–6. lapszámunkban olvashatták.



## 1. táblázat

**A NETA hatálya alá tartozó termékek gyártóinak megoszlása,  
2012**

Kérem, jelölje meg, hogy az Önök cégénél a 2011. szeptember 1. és 2012. augusztus 31. közötti időszakban előállították-e a következő, NETA-köteles termékeket (N=52)	Válaszok száma
Előrecsomagolt édesség	27
Sós rágcslaló	13
Ételízesítő	11
Cukrozott üdítőital	8
Cukrozott kakaópor	7
Szörp	6
Energiaital	3
Alkoholos frissítő és ízesített sör	0
Gyümölcsíz	0

### 3.2 A gyártói profil

52 gyártó válaszolt arra a kérdésre, hogy a megadott időszakban mely termék kategóriában állítottak elő NETA-köteles terméket. (1. táblázat) Legtöbbben az előrecsomagolt cukrozott édességeket (27), a sós snackeket (13) és az ételízesítőket (11) jelölték meg. Az alkoholos frissítő és ízesített sörök, valamint a gyümölcsízek termék kategóriákban egyetlen válasz sem érkezett, ezért ezek kimaradtak az elemzésből.

### 3.3. A NETA bevezetését követő változások

A válaszadók többsége mindössze 1 termék kategóriában fizetett termékadót a megjelölt időszakban, azonban volt 1–1 olyan gyártó, mely 3, illetve 4 termék kategóriában is érdekelt volt. (2. táblázat)

### 3.4. A termék összetétel változtatása

Az 53 válaszadó gyártó közül 21 jelezte, hogy változtatott valamely NETA hatálya alá tartozó termék összetételén, azaz a válaszadó gyártók mintegy 40%-a változtatott a receptúrán. Közülük 17 gyártó (81%) meg is jelölte a változtatás módját, mely leggyakrabban (41%) a NETA hatálya alá tartozó összetevő csökkentését, mással nem helyettesítését jelentette. (3. táblázat)

13 gyártó közül 8 (62%) nyilatkozott úgy, hogy a receptúraváltás miatt megemelték az érintett termékek árát.

### 3.5. Az árak és a forgalom alakulása

A válaszadó gyártók több, mint 90%-a érvényesítette a termékek árában a termékadót, 86%-uk a NETA-t teljes mértékben beépítette az árakba. (4. táblázat)

A NETA bevezetése miatt átlagosan 29%-al emelkedett termékeik ára, 2011 augusztusához, a NETA bevezetését megelőző hónaphoz viszonyítva.

28 gyártó válaszolt arra a kérdésre, hogy átlagosan hány százalékkal változott átlagos havi eladási forgalmuk a NETA bevezetését megelőző hónaphoz képest. Közülük mindössze egy számolt be 10%-os forgalomnövekedésről az előre csomagolt cukrozott készítmények kategóriában, 27 gyártó (96%) pedig átlagosan 27,4%-os forgalomcsökkenést jelzett.

A válaszadók több mint háromnegyede (78%) szerint a NETA bevezetése miatt csökkent az átlagos havi eladási forgalmuk a NETA bevezetését megelőző hónaphoz képest. (5. táblázat)

A kérdőívet kitöltő cégek véleménye szerint termékeik árának emelkedésében, illetve a forgalom csökkenésében – a NETA bevezetésén túl – legnagyobb jelentőséggel (3,8 pont) az alapanyagok árának emelkedése és az ÁFA emelkedése (3,5 pont) játszottak szerepet. Kisebb mértékűnek, közepes, átlagos jelentőségűnek ítélték ebben a kérdésben a minimálbér emelkedését és az élelmiszerlánc-felügyeleti díjfizetési kötelezettséget (3,1 pont). Az árakra és a forgalom csökkenésére ható tényezők közül a legkisebb jelentőséget a hazai beszállítói kör szűkülésében látták (2,5 pont). (6. táblázat)



2. táblázat

**A NETA hatálya alá tartozó termékek száma gyártónként**

Hány termék kategóriát jelölt meg egy adott gyártó? (N=52)	Gyártók száma
Egy	32
Kettő	18
Három	1
Négy	1

3. táblázat

**A termékösszetétel változtatásának módja,  
2012**

A receptúraváltás módja	Gyártók száma
A NETA hatálya alá tartozó összetevő mennyiségét csökkentették és a csökkentett mennyiséget mással nem helyettesítették	7
A NETA hatálya alá tartozó összetevő mennyiségét csökkentették és a csökkentett mennyiséget mással helyettesítették	5
A NETA hatálya alá tartozó összetevőt teljesen kivették és mással helyettesítették	3
A NETA hatálya alá tartozó összetevőt teljesen kivették és mással nem helyettesítették	2
A NETA hatálya alá tartozó összetevő mennyiségét megnövelték	0

4. táblázat

**A NETA érvényesítése az árakban,  
2012**

Érvényesítették-e a termék árában a termékadót? (N=39)	Gyártók száma
Igen, részben	5
Igen, teljes mértékben	31
Nem	3

5. táblázat

**A NETA hatálya alá eső termékek forgalmának változása,  
2012**

A NETA bevezetése miatt változott-e az átlagos havi eladási forgalom, a NETA bevezetését megelőző hónaphoz (2011. augusztushoz) képest? (N=40)	Gyártók száma
Igen, csökkent	31
Igen, növekedett	2
Nem	7



## 6. táblázat

**Az árak és a forgalom  
NETA bevezetését követő változásainak oka, 2012**

A NETA bevezetésén túl az alábbi tényezők milyen mértékben játszottak közre az áremelkedésben, illetve az eladási forgalom csökkenésében?	Átlag	N
Az alapanyagárak emelkedése	3,8	26
Az ÁFA emelkedése	3,5	25
A minimálbér emelkedése	3,1	24
Az élelmiszerlánc-felügyeleti díj bevezetése	3,1	25
A környezetvédelmi termékdíj 2011-es bevezetése /2012 és módosítása	3,0	25
A hazai beszállítók tönkremenetele	2,5	21

### 3.6. Marketing és üzletpolitika

A válaszok alapján megállapítható, hogy gyártók kétharmada (65%) nem változtatott felsorolt marketingtevékenységén a *NETA* hatályba lépését követően. (7. táblázat)

#### 3.6.1. A KISZERELÉS VÁLTOZTATÁSA

A gyártók válaszaiból kiderül, hogy a *NETA* miatt legtöbbször (23%) a tervezett beruházások elmaradását, a termelés visszafogását (19%), valamint az elbocsátásokat (17%) jelölték meg, mint az üzletpolitikában végrehajtott fontosabb változtatásokat. (8. táblázat)

A marketingtevékenységben és az üzletpolitikában végrehajtott változtatások okaiként – az áremelkedés és a forgalomcsökkenés indoklásától eltérően – első helyen az alapanyagárak (2,9) és a minimálbér emelkedését jelölték meg, 1–5 skálán osztályozva. Ennél is kisebb vélt hatása volt a környezetvédelmi termékdíjnak (2,5) és az élelmiszerlánc-felügyeleti díjnak (2,4). A legkevésbé jelentős tényezőnek a hazai beszállítói kör szűkülését tartották (2,0). (9. táblázat)

A lehetséges válaszként felsorolt tényezőkön kívül a cégek olyan egyéb tényezőket is megneveztek, melyek – véleményük szerint – nagymértékben hozzájárultak az árak emelkedéséhez, a forgalom csökkenéséhez, illetve a marketingtevékenységben és az üzletpolitikában végrehajtott változtatásokhoz. Ilyen volt például a gazdasági válság, a munkanélküliség, a lakossági kereslet csökkenése, a piac szűkülése, a korrupció térnyerése, vagy az egészségtelen élelmiszerekkel kapcsolatos negatív kormányzati kommunikáció.

### 3.7. A NETA-val kapcsolatos gyártói vélemények

A válaszadó cégek gazdálkodási tevékenységük megjelölt változtatásain túl a *NETA* bevezetésével kapcsolatban kritikát is megfogalmaztak. (10. táblázat) Így – többek között – kifogásolták, hogy kiszámíthatatlan a jogi háttér, irreálisan gyors a törvényhozás, és rengeteg adminisztrációval jár a *NETA* bevezetése. A *NETA* más hiányosságára is felhívták a figyelmet: például az italaautomatákban forgalmazott importtermékek *NETA* fizetése nélkül kerülhettek forgalomba. A válaszadók – 1–5 skálán osztályozva – a leginkább abban értettek egyet, hogy a *NETA* diszkriminatív (4,6), az egyes termék kategóriák között aránytalanul nagyok a különbségek az adó mértékében (4,2), és hogy a *NETA*-t fokozatosan kellett volna bevezetni (3,9). A válaszok alapján a cégek semleges viszonyultak ahhoz, hogy technológiailag nem tudták megoldani a *NETA* hatálya alá tartozó összetevő helyettesítését (3,3). Azonban azzal, hogy a *NETA* nem csökkentette a cég eredményét, hogy megvalósítja népegészségügyi céljait, hogy a reformuláció miatti egészségesebb élelmiszerek előnyhöz juttatták a cégeket, illetve hogy a *NETA* miatt új termékeket tudtak bevezetni a piacra, a cégek szinte egyáltalán nem értettek egyet.

Mint az a 11. táblázatból is látható, a *NETA* megítélése egységesnek tűnik: a válaszadó cégek négyötöde teljes mértékben egyetértett azzal, hogy a *NETA* diszkriminatív, 63%, illetve 60% azzal, hogy a termék kategóriák között aránytalanul nagy a különbség az adó mértékében, és hogy fokozatosan kellett volna bevezetni. Ennél változatosabb a megítélése a technológiai változtatásoknak, mely mögött az is meghúzódhat, hogy ez jelentős befektetést igényelne a gyártóktól.



7. táblázat

**A NETA hatálya alá tartozó termékeket gyártók marketingtevékenységének változtatása, 2012**

A NETA miatt milyen változtatásokat hajtottak végre marketingtevékenységükben? (N=28)	Gyártók száma
Nem változott a marketingtevékenység	18
A kommunikációs stratégia változása	3
A NETA-ra vonatkozó állítások feltüntetése a csomagoláson	2
Az egészségre vonatkozó állítások feltüntetése a címkén	2
Az egészségesebb termékek előtérbe helyezése	2
A kiszerelés változtatása	1

8. táblázat

**A NETA hatálya alá tartozó termékeket gyártók üzletpolitikájának változtatása, 2012**

A NETA miatt milyen változtatásokat hajtottak végre üzletpolitikájukban? (N=53)	Gyártók száma
Tervezett beruházás elmaradása	12
Termelés visszafogása	10
Elbocsátások	9
Átszervezés	8
Termékkivonás	6
Felszámolás/bezárás	1

9. táblázat

**A marketingtevékenységben és az üzletpolitikában végrehajtott változtatások okai, 2012**

A NETA bevezetésén túl az alábbi tényezők milyen mértékben játszottak közre a marketingtevékenységben és az üzletpolitikában végrehajtott változtatásokban?	Átlag	N
Az alapanyagárak emelkedése	2,9	22
A minimálbér emelkedése	2,9	22
Az ÁFA emelkedése	2,5	22
A környezetvédelmi termékdíj 2011-es bevezetése /2012 és módosítása	2,5	23
Az élelmiszerlánc-felügyeleti díj bevezetése	2,4	22
A hazai beszállítók tönkremenetele	2,0	19



10. táblázat

A NETA átlagos megítélése a gyártók szerint, 2012

Mennyire ért egyet az alábbi, NETA-val kapcsolatos állításokkal? (1–5 skála)	Átlag	N
Diszkriminatív, mivel nem minden egészségtelen élelmiszer tartozik a NETA hatálya alá	4,6	26
Az egyes termékkategóriák között aránytalanul nagy az adó-mértékek közötti különbség	4,2	24
Fokozatosan kellett volna bevezetni	3,9	25
Technológiailag nem tudta a cég megoldani, hogy a NETA hatálya alá tartozó összetevőt mással helyettesítse	3,3	26
A NETA bevezetése nem csökkentette a cég eredményét	1,5	25
A NETA valóban megvalósítja a népegészségügyi célokat	1,4	25
A reformuláció miatti egészségesebb élelmiszer(ek)nek köszönhetően a cég előnyt tudott kiharcolni a versenytársakkal szemben	1,3	25
A NETA-nak köszönhetően új terméke(ke)t tudtak bevezetni a piacra	1,2	26

### 3.8. Javaslatok a NETA változtatására

Többen tettek javaslatot a NETA mérséklésére. Voltak, akik a termékkör változatlanul hagyása mellett az adó mértékét csökkentenék, de volt olyan javaslat is, hogy a termékkört kellene szűkíteni, és csak „bizonyos termékek”-re, pl. gyorséttermi ételekre, energialelőzökre, chipsekre, cukrozott üdítőkre kellene kivetni a NETA-t.

A gyártó cégek megfogalmazták azon elvárásukat is, hogy ne legyenek kivételek: „a terheket ki kellene terjeszteni minden egészségtelen termékre...”, vagy pl. minden „cukros termék”-re (pl. „Danette puding, rizs+cso-kiszósz...”; „... minden magas cukortartalmú termék, a nem csomagolt élelmiszerek is.”).

Megfogalmaztak olyan véleményeket, melyek az adószámítás módját változtatnák meg. Ilyen javaslat volt, hogy a NETA után ne kelljen áfát fizetni, vagy hogy egyenletesebben oszlana meg az adó, ha minden egészségtelen termék után kellene NETA-t fizetni. Javasolták, hogy az adót az eladási ár százalékában állapítsák meg, illetve hogy az egyes termékkörök adóját arányosítsák. Hasonló felvetés volt „hogyan egyes termékek ne hígított, más termékek hígítatlan állapotban legyenek adóztatva. (üdítők kontra levesporok...”, vagy, hogy a „prémium kontra tömegtermékek között legyen differenciálás...”.

Az adózással kapcsolatban felvetették, hogy jelentős adminisztrációs terhet jelent a NETA, így szükséges lenne az adózással kapcsolatos bevallások egyszerűsítése, az adóbefizetések határidejének újragondolása, mivel az az ÁFA befizetésével esik egybe.

Egyes véleményekben megjelenik a NETA-val kapcsolatos kommunikáció problémaköre is. Eszerint a lakossági kommunikációban a kormányzat és a vállalatok együttes népegészségügyi kampányait tartják sikeresnek.

## 4. A NETA döntő hányadát fizető vállalatok gazdasági elemzése

A népegészségügyi termékadóval kapcsolatban rengeteg sajtóhír jelent meg az elmúlt években. Az alábbiakban azt mutatjuk be, hogy a sajtóban megjelenő – a vállalkozások eredményét, vagy a foglalkoztatást érintő – hírek az esetek döntő részében egyáltalán nem fedik a valóságot.

### 4.1. Módszertan

A rendelkezésünkre álló információk alapján próbáltuk meghatározni azon vállalkozások körét, melyek a NETA döntő részét fizetik. Mivel tudjuk, hogy mely termékek esnek a NETA hatálya alá, ezért könnyen azonosítható volt a termékeket gyártó/forgalmazó cég is. A terméklista segítségével olyan cégeket választottunk ki, melyek valószínűleg a NETA döntő részét fizethetik be. A kiválasztott cégek befizetett termékadójáról a nyilvános beszámolókból, a személyes interjúkból, valamint az általunk elvégzett becslésekből kaptunk információt. Ezek alapján készült el az a végső lista, mely alapján megállapítható, hogy kb. 35 cég fizeti a NETA 80–90%-át. Ezen cégekre végeztük el a cégbeszámolókból kinyerhető ada-

## 11. táblázat

## A NETA megítélése a gyártók szerint, 2012

Mennyire ért egyet az alábbi, NETA-val kapcsolatos állításokkal? (1–5 skála)	1 egyáltalán nem értek egyet	2	3	4	5 teljes mértékben egyetértek
Diszkriminatív, mivel nem minden egészségtelen élelmiszer tartozik a NETA hatálya alá	4%	4%	4%	8%	80%
Az egyes termékkategóriák között aránytalanul nagy az adómértékek közötti különbség	0%	8%	25%	4%	63%
Fokozatosan kellett volna bevezetni	16%	4%	16%	4%	60%
Technológiailag nem tudta a cég megoldani, hogy a NETA hatálya alá tartozó összetevőt mással helyettesítse	23%	8%	23%	4%	42%
A NETA bevezetése nem csökkentette a cég eredményét	72%	12%	12%	0%	4%
A NETA valóban megvalósítja a nép-egészségügyi célokat	72%	20%	4%	4%	0%
A reformuláció miatti egészségesebb élelmiszer(ek)nek köszönhetően a cég előnyt tudott kiharcolni a versenytársakkal szemben	80%	12%	8%	0%	0%
A NETA-nak köszönhetően új terméke(ke)t tudtak bevezetni a piacra	88%	0%	12%	0%	0%

tok elemzését a 2010-es és a 2011-es évre. Az említett 35 cégre az alábbi információkat gyűjtöttük ki a *Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium Céginformációs és Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat*a segítségével:

- Az eredménykimutatás adatai:
  - az értékesítés nettó árbevétele;
  - a személyi jellegű ráfordítások;
  - az adózott eredmény.
- A kiegészítő melléklet adatai:
  - az átlagos statisztikai létszám.

#### 4.2. Gazdasági eredmények

A vállalkozások aggregált árbevétele és adózott eredménye majd 5 százalékkal növekedett 2011-re. (12. táblázat) Az átlagos statisztikai létszám – mérsékeltten ugyan – de szintén növekedett.

A tendencia teljesen hasonló volt abban az esetben is, amikor a 35 vállalkozásból leválogattuk a kereskedelmi láncokat, vagyis csak a gyártók maradtak a listán. Érdeklenség, hogy ebben az esetben a cégek aggregált adózott eredménye, több mint 25 százalékkal emelkedett 2011-re. (13. táblázat)

#### IRODALOM

1. *Global health risks: mortality and burden of disease attributable to selected major risks.* World Health Organization, 2009.
2. Capacci, S. et al.: „Policies to promote healthy eating in Europe: a structured review of policies and their effectiveness.” In: *Nutr Reviews*, 70(3): 188–200.
3. Mytton, O.–Clarke, D.–Rayner, M.: „Taxing unhealthy food and drinks to improve health.” In: *BMJ*, 2012;344:e2931 doi: 10.1136/bmj.e2931 (Published 15 May 2012)

12. táblázat

**A vizsgált vállalkozások (gyártók+kereskedők) aggregált éves adatainak  
és a növekedés mértékének bemutatása**

Megnevezés	Év		Növekedés	
	2010	2011	Abszolút értékben	Százalékosan
Értékesítés nettó árbevétele	1 776 610 407 000 Ft	1 878 413 813 000 Ft	101 803 406 000 Ft	5,7%
Személyi jellegű ráfordítások	163 733 026 995 Ft	170 708 570 989 Ft	6 975 543 994 Ft	4,3%
Adózott eredmény	-31 056 337 000 Ft	-29 674 117 000 Ft	1 382 220 000 Ft	4,7%
Átlagos statisztikai létszám	51 423 fő	51 601 fő	178 fő	0,3%

13. táblázat

**A vizsgált vállalkozások (csak gyártók) aggregált éves adatainak  
és a növekedés mértékének bemutatása**

Megnevezés	Év		Növekedés	
	2010	2011	Abszolút értékben	Százalékosan
Értékesítés nettó árbevétele	458 493 765 000 Ft	490 038 864 000 Ft	31 545 099 000 Ft	6,9%
Személyi jellegű ráfordítások	46 678 372 308 Ft	47 566 897 436 Ft	888 525 128 Ft	1,9%
Adózott eredmény	7 119 955 000 Ft	8 956 262 000 Ft	1 836 307 000 Ft	25,8%
Átlagos statisztikai létszám	7 785 fő	7 941 fő	156 fő	2,0%