

Szóllósi Szabolcs – Szűcs Róbert Sándor

A Népegészségügyi termékadj 2011-ben és 2012-ben

Szóllósi, Szabolcs – Szűcs, Róbert Sándor: The Fat Tax in 2011 and in 2012

Approximately 119 million of the US population, that is 64.5 percent of the adult US population are either overweight or obese. 17.5 million young, obese people live in the European Union. The proportion of overweight or obese people is higher than 60% in Hungary. It causes a dramatic increase in health expenditure. Possible solutions include the introduction of a fat tax. Hungary introduced the fat tax in 2011. The rate of fat tax has increased in 2012.

Keywords: fat tax, obesity, marketing, foods with a high level of fat, sugar and/or salt

Az Egyesült Államok felnőtt lakosságának 64,5%-a, hozzávetőlegesen 119 millió fő számát túlsúlyosnak vagy elhízottnak. 17,5 millió elhízott fiatalok él az Európai Unióban. A túlsúlyos vagy elhízottnak az aránya Magyarországon is meghaladja a 60%-ot. Mindez az egészségügyi kiadások drasztikus emelkedését eredményezi. A probléma megoldásának egy lehetséges módja a „hamburgeradó” bevezetése, melyet Magyarország 2011-ben meg is tett. 2012-ben a tapasztalatokat figyelembe véve az adó mértéke emelkedett.

Kulcsszavak: hamburgeradó, elhízás, marketing, magas zsír-, só-, cukortartalmú élelmiszer

BEVEZETÉS - HAMBURGERADÓ, ZSÍRADÓ

Napjainkban egyre gyakrabban halljuk ezeket a kifejezéseket a különböző médiákban, vagy olvassuk sajtótermékek hasábjain. Írásunkban bemutatjuk, hogy pontosan mit takarnak ezek a kifejezések. Kutatásunk, amely 504 főre alapozott on-line kérdőív volt, rávilágított a magyar lakosság sajátos véleményére a téma ismeretét tekintve. A téma pontos megértéséhez egészen a 2008-ban tomboló gazdasági világválságig kell visszatekintnünk. Az amerikai ingatlan és jelzáloghitel-válság, mely érintette az amerikai pénzpiacokat is, az egész világra kiterjedő globális gazdasági válsággá

fokozódott. Számos ország gazdasága csőd közeli állapotba került, példaként említhetjük Görögország és Izland gazdasági helyzetét. A recesszió azonban rávilágított a kormányok túlköltsékes gazdaságpolitikájára is. A fejlett országokban hatalmas pénzeket emészt fel az egészségügyi rendszer üzemeltetése. Egyértelműnek tűnik tehát, hogy az egészségügyi reformja elengedhetetlen, a költségvetésben nagyfokú megtakarítást érhetünk el vele. Az elmúlt években számos gazdasági reformot hajtott végre hazánkban is. Súlyponti kórházakat alakítottak ki, kórházakat vontak össze és újítottak fel, átgondolták a kórházi férőhelyek számát. Be kell látnunk, hogy ezek a döntések gazdaságilag indokolhatók, még akkor is, ha nem túl népszerű és kellemes döntések. Tény, hogy csupán az egészséges ember kapcsán nem merülnek fel társadalombiztosítási költségek. Napjaink rohanó, stresszes, mozgásszegény világa, a helytelen és egészségtelen táplálkozás számos esetben elhízáshoz vezethet. Az elhízást a későbbiekben magas vérnyomás, szív- és érrendszeri betegségek, cukorbetegség, ízületi problémák kísérik. Ezek a problémák nem csupán a magyar lakosság sajátosságai. Számos fejlett országban már lépéseket is tettek visszaszorításuk érdekében, többek között bevezették a népegészségügyi termékadjat (hamburgeradót, chipsadót) melyet számos országban „fat-tax” néven ismernek. Az egész-



ségtelennek vélt ételekre az Egyesült Államok csaknem összes állama vetett már ki adót, de Európában is több ország vezetett már be ilyen típusú adónemet, például Új-Zéland, Dánia 2010 januárjában zsíradót, Németország “szenvedélyadót” vezetett be, de említhetjük Románia 2010. márciusi döntését. Emellett több országban napirenden van a téma, például Nagy-Britanniában, Franciaországban (European Commission Taxation and Customs Union, 2011, Kelly et al, 2009, Gurber, 2007, Flickr 2009, Hamburger Abendblatt 2010). A magas zsír-, só-, cukortartalmú termékeket terhelő adók bevezetése sehol sem jelent egyszerű és népszerű feladatot. A magyar hamburgeradó is az elhízás elleni adók csoportjába tartozik. Az adónak külföldön számos neve ismeretes, úgymint fat tax, junk food tax, soda tax¹. Az Egyesült Államokból származó hírek arról szólnak, hogy a kongresszus betiltaná a gyerekeknek szóló egészségtelen élelmiszerek reklámját, ezáltal is csökkentve a következő generációban az elhízottak számát (Adamy, 2009). Magyarországon is hatalmas ellenállás fogadta első körben a hamburgeradó ötletét. A Trend Budapest Piackutató 2011. márciusi reprezentatív felmérésére alapján az új adónem bevezetését a magyarok 70%-a utasítja el². A hamburgeradó a Semmelweis Tervbe is bekerült. Mottója: aki tudatosan rombolja az egészségét, az járuljon hozzá jobban a majdani gyógyításának költségeihez, a termékek megemelt ára révén. Az elhízást is könnyebb megelőzni, mint utólagosan kezelni. Egészségesebben élve életünket, többet tudunk tenni társadalmunkért, jobban érezzük magunkat a bőrünkben.

ANYAG ÉS MÓDSZERTAN

Kutatásunk alapja egy on-line kérdőív volt, mely 2011-ben került kitöltetésre. Célunk a magyar

¹ http://hvg.hu/egeszseg/20110218_hamburgerado_kulfoldi_peldak; Letöltve: 2011. június 15.

² http://www.fn.hu/belfold/20110407/nem_kell_nekunk_hamburgerado/; Letöltve: 2011. június 15.

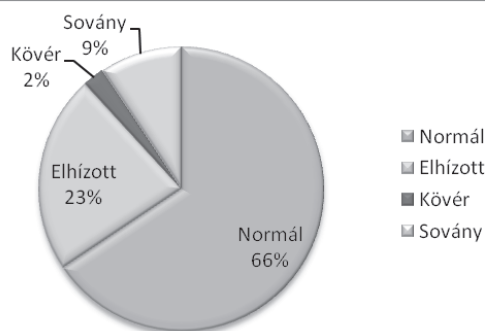
lakosság véleményének felmérése a hamburgeradót illetően, fogyasztási szokásaik vizsgálata a kérdőívben feltett kérdések alapján. A kérdőívet 504 fő töltötte ki, így ők adják a kutatásunk alapját. A nemek arányát tekintve a nők vannak többségben, 60% az arányuk. Ennek okát abban látjuk, hogy a nők sokkal segítőkészebbek ilyen felhívások esetén). Az on-line felmérésnek sajátossága, hogy a reprezentativitás nem, vagy csak nagyon nehezen biztosítható. A kérdőív országos volt, ám Jász-Nagykun-Szolnok megye dominanciája megmutatkozik. A kitöltő személyek 42%-a ebből a megyéből kerül ki, de fontos hangsúlyozni, hogy minden megyéből volt válaszadó személy. A kitöltő személyek iskolai képzettsége magasabb a magyar átlagnál, ugyanis a döntő többségben középiskolai illetve főiskolai hallgatók vettek részt a kutatásban. Így sok esetben a magyar átlagtól kedvezőbb eredményeket kapunk, hiszen ez a szegmens jobban tájékozott.

HIPOTÉZISEK ÉS EREDMÉNYEK

Hipotézis 1: A magyar lakosság általános problémának tekinti az elhízást, ezáltal nem érzékeli az ezzel járó egészségügyi kockázatokat sem.

Rögtön az első felvetésünk igazolásakor nagy szórású eredményt kaptunk arra a kérdésre, hogy Ön szerint a lakosság hány %-a elhízott Magyarországon. A két legnépszerűbb válasz, a 30-40 és 50-60% közötti érték. Ugyanakkor tény, hogy a magyar lakosság több, mint 60%-a elhízott vagy túlsúlyos. Bedros Róbert (2012) a Magyar Obezitológiai és Mozgásterápiás Társaság elnöke a legfrissebb adatok alapján újra igazolta, hogy a magyar lakosság kétharmada tartozik ebbe a kategóriába. Érdekes eredménynek tekinthetjük, hogy a magyarok saját testalkatukat elhízottabbnak tekintik, mint más európai állampolgároké. A válaszadók 38%-a szerint ugyanolyan testalkattal rendelkezünk mint más európai országok lakosai. A válaszadók fele szerint probléma van a saját testsúlyával. A részletes adatokat az alábbi 1. ábra tartalmazza.

1. ábra. A megkérdezettek testalkata saját bevallásuk alapján (n=504 fő)



Forrás: saját kutatás, 2011

Annak tekintetében, hogy kiket veszélyeztet a túlsúlyosság a válaszok megoszlának. Annak ellenére, hogy a gyermekkorúak kaptak 33%-ot, a felnőttek 32%-ot, a felnőtt népesség 23%-ot, a kitöltők jól látják, hogy az elhízás egy általános probléma, a társadalom minden szegmensében gondot okoz. Kérdésünkre, mely szerint Ön egészségesen táplálkozik-e, a válaszadók 60%-a vélte úgy, hogy egészségesen táplálkozik, vagy legalább próbálkozik. A válaszadók 33%-a nem táplálkozik egészségesen, de legalább próbál információt gyűjteni, míg 7% elismeri, hogy teljes mértékben egészségtelenül táplálkozik. Valóságban azonban ennél jóval több lehet azok száma, akik nem figyelnek a megfelelő étrendre. A válaszadók háromnegyede úgy gondolja, hogy ha hatékonyabban népszerűsítik az egészséges életmódot, az őt is befolyásolná. Az emberek 65%-a szerint normális a testalkata, ugyanakkor intő jel, hogy a kitöltő személyek 24%-a már most is elhízottnak látja saját magát. A megkérdezettek 93%-a jól látja, hogy az a túlsúlyosságnak nagyon komoly egészségügyi kockázata lehetnek, sőt kérésünkre, a válaszadók konkrétan meg is tudtak nevezni számos ilyen problémát. Ilyen értelemben elgondolkodtató az, hogy ha látjuk a problémát, miért

nem teszünk ellene. Az első felvetésünket, máris cáfolta a kutatás eredményei.

A válaszadók őszinteséggel ismerték be, hogy az elhízás komoly társadalmi probléma és azt is, hogy közöttük is akad jó pár elhízott ember. Látják, sőt pontosan megnevezik az elhízással társuló betegségeket.

Hipotézis2: A magyarok nem ismerik a hamburgeradót, csekély információjuk van róla, illetve elutasítók az új adónemet illetően. Emellett vizsgáltuk, hogy a hamburgeradó bevezetése milyen mértékű változást lenne képes elérni a megkérdezettek szerint.

A megkérdezettek 16,5%-a nem tudott 2011-ben a „hamburgeradó” bevezetésének teréről. Az információval rendelkezők 61,2%-a utasította el a „hamburgeradó” bevezetését.

Feltételezhetjük, hogy azok a fogyasztók, akik gyakrabban fogyasztanak magas zsír-, só-, cukortartalmú élelmiszert, magasabb valószínűséggel mondanak nemet a hamburgeradóra. Feltételezésünket azonban a tények nem igazolják. A számított Cramer – féle asszociációs együttható 0,219 értéket vesz fel kóla esetében, 0,149 gyorséttermi termékek esetében és 0,115 chips esetében. Ebből adódóan az elutasítási arány nem mutat összefüggést a magas zsír-, só-, cukortartalmú élelmiszerek fogyasztási intenzitásával. További vizsgálataink kimutatták, hogy a megkérdezett BMI szerinti testalkata sem befolyásolja az elutasítási arányt (Cramer's V = 0,085). Az elutasítási arány 14,2% lenne abban az esetben, ha az új adó bevezetésével az egészségesnek ítélt élelmiszerek adótartalma párhuzamosan csökkenne. Ebben az esetben a támogatottsági arány 85,8%-ra nőne. Fontos kérdés, hogy a megkérdezettek hogyan

vélekednek a „hamburgeradó” hatékonyságát illetően. A részletes adatokat az alábbi, 1. táblázat tartalmazza.

A „hamburgeradó” mértéke fontos kérdés, ugyanis a magas zsír-, só-, cukortartalmú élelmiszerek kereslete rugalmatlan. Ez azt jelenti,

1. táblázat. A hamburgeradó megítélése néhány szempont szerint

Megnevezés/ Válaszlehetőség	Hallott a hamburgeradó tervezett bevezetéséről? (%)	Elutasítja Ön a hamburgeradó tervezett bevezetését? (%)	Elutasítja Ön az adót, ha egyúttal csökken az egészséges élelmiszerek ára? (%)
Igen	86	61	15
Nem	14	39	85
Összesen	100	100	100

Forrás: saját kutatás, 2011

Arra a kérdésre, hogy az adó bevezetéséből származó többletterhet ki fogja viselni, megoszlottak a vélemények. A megkérdezettek 42%-a gondolta úgy, hogy az egészségtelenül táplálkozók, 38% szerint az alacsony jövedelműek. A kitöltők szerint az alábbi 5 termékre kell kivetni feltétlen a hamburgeradót: gyorséttermi ételek, szénsavas cukrozott italok, chipsek, energjaitalok, cukorkák. A válaszadók szerint a kávéra, cukorra, olajra, vajra nem

hogy ha az adó mértéke túl alacsony, abban az esetben a fogyasztás intenzitása nem fog csökkenni. Kutatásomban vizsgáltam a fogyasztók árelfogadási magatartását; hol van az a pont (ár), ahol a fogyasztók csökkenének a magas zsír-, só-, cukortartalmú fogyasztását. Mindenképpen szükséges annak mérése, hogy milyen mértékű „hamburgeradó” szükséges a fogyasztás csökkentéséhez. A részletes adatokat az alábbi 2. táblázat tartalmazza.

2. táblázat. A fogyasztás csökkenése érdekében szükségesnek tartott „hamburgeradó” a fogyasztók saját bevallása szerint

	A fogyasztás csökkenése érdekében szükségesnek tartott „hamburgeradó” különböző termékek esetében			
	Kóla	Chips	Csokoládé	Gyorséttermi termék
Átlag	17,3%	16,3%	29,5%	32,3%
Módusz	25,8%	22,7%	37,5%	50,0%
Medián	21,2%	18,2%	29,8%	32,4%

Forrás: saját kutatás, 2011

szükséges. Az adó kivetése a gyorséttermi ételekre nem valósult meg. Számunkra az egyik legmegdöbbentőbb eredményt az új adó mértékére vonatkozó kérdés hozta. A válaszadók 21%-a szerint minimum 40-45%-ék között kell lenni az új adónak, hogy elérje célját. (Ez radikális lenne és a kereslet csökkenését okozná rögtön). 15%-ék szerint 20-25%-ék közötti érték lehetne elfogadott.

Az átlag, módusz, medián értékeiből megállapíthatjuk, hogy a megkérdezettek véleménye szerint a „hamburgeradó” mértéke túl alacsony Magyarországon. A kijelentéssel szembeni egyetértési hajlandóság a Kendall-féle egyetértési együtthatóval mérhető. Az együttható értéke 0,92, vagyis 92,0%. A 92%-os egyetértési arány a megkérdezettek között szinte teljes egyetértést fejez ki, vagyis a megkérdezettek

92%-a teljesen egyetért a kijelentéssel, miszerint a tervezett adó mértéke alacsonynak tekinthető 2011-ben.

Válaszadóink drasztikus adóemelési javaslata nem véletlen. Rákérdeztünk a kedvenc üdítőjük, chipsük, csokoládéjuk árváltozására; vagyis hol van az a pénzösszeg, aminél már csökkentenék a termékből a fogyasztásukat. Az árérzékeny fogyasztók a legkisebb áremelést sem tolerálnák, míg a válaszadók döntő többsége, 30%-os áremelés esetén is korlátlanul fogyasztaná tovább ezeket a termékeket. Ilyen megközelítésből nagyon nehéz volt megállapítani az új adó mértékét 2012-ben és az elkövetkező években.

VÁLTOZÁSOK A NÉPEGÉSZSÉGÜGYI TERMÉKDÍJBAN, 2012-BEN

A megfogalmazott változásokat összeállításánál azt a gyakorlatot választottuk, hogy a szekunder adatok alapján a lehető legpontosabb képet fogalmazzuk meg. A megfogalmazott változások

összeállítás során a legtöbb esetben a más forrásból történő szó szerinti átvétel módszerét alkalmaztuk, a pontos hivatkozás feltüntetésével. A módszert indokolja és magyarázza az a tény, hogy az adó kapcsán a legfrissebb adatok korlátozott forrásból beszerezhetők és elérhetők az adatok rendkívül friss mivolta okán.

A bevezetést követően 2012. január 01-től szélesedett a népegészségügyi termékdíj hatálya alá tartozó élelmiszerek köre. A törvény alapján termékadó-köteles terméknek minősül az előrecsomagolt termékként forgalomba hozott, meghatározott vámtarifaszámok alá besorolható, adott kritériumoknak megfelelő üdítőital, energiaital, előrecsomagolt cukrozott készítmény, sós snack, ételízesítő, valamint új elemként az ízesített sör, az alkoholos frissítő és a gyümölcsíz. Nem csak a termékek köre, hanem az élelmiszerek után fizetendő adó nagysága is növekedett. (Csikász, 2012). A részletes adatokat az alábbi, 3. táblázat tartalmazza.

3. táblázat. Népegészségügyi termékdíj alá eső termékek és adóterhek 2011, 2012-ben

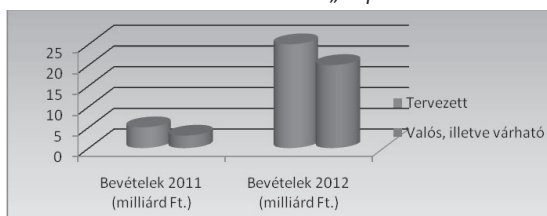
2011		2012	
Termék megnevezése	Adótartalom (Ft/l, Ft/kg)	Termék megnevezése	Adótartalom (Ft/l, Ft/kg)
Üdítőitalok	5	Üdítőital sűrítvény, koncentrátum és szörp formában Más üdítőitalok	200 7
Energiaitalok	250	Energiaitalok	250
Előrecsomagolt cukrozott készítmények	100	Cukrozott kakaóporok Előrecsomagolt cukrozott készítmények	70 130
Sós snack	200	Sós snack	250
Ételízesítők	200	Ételízesítők	250
2011-ben az ízesített sörök, alkoholos frissítők, gyümölcsízek nem tartoztak a törvény hatálya alá		Ízesített sörök	20
		Alkoholos frissítők	20
		Gyümölcsízek	500

Forrás: Csikász, 2012

Meg kell jegyezni, hogy komoly ellentmondások mutatkoznak 2012-ben az adót illetően. 2011-re előirányzott adóbevételt körülbelül 5 milliárd forintra kóstálták a szakemberek. Sajnos a becslés nem volt helytálló. Az viszont már tudható, hogy 2011-ben a betervezett ötmilliárdnak csak a töredéke folyt be az Államkasszába. A Nemzeti Adó- és Vámhivatal (NAV) közlése szerint az érintett cégek mindössze 566,6 millió forintot vallottak szeptemberre, illetve a harmadik negyedévre. 2011 év végig befolyt összeg is 3 milliárd forint alatt mozgott. Egy tény viszont alátámasztható: a cégek a bevezetés előtti időszakban komoly készleteket halmoztak fel, így a termékdíj alá tartozó termékek piacra kerülési ideje kitolódott. Ezért ez az eredmény nem nevezhető mérvadónak. (BATKA ZOLTÁN, 2011., Trademagazin 2011a)

2012-re a szakemberek 25 és 30 milliárd forint közötti összegre becsülik a termékdíjból származó bevételek nagyságát. A 2011-es adatok nyilvánosságra hozása után vannak fenntartásaink az összeg nagyságát illetően. Egyes vélemények szerint kedvezőbb lenne egy józanabb 20 milliárd forint körüli összeget prognosztizálni. Korábban említettünk, hogy az adótartalom növelésével, rohamosan csökken a vásárlási hajlandóság. A kibővült termékkörrel és megnövelt adótartalommal a fogyasztás nagyobb mértékű visszaesése várható, így a bevételek elmaradhatnak a tervezettől (Trademagazin, 2011a). Az adatokat az alábbi 2. ábra szemlélteti.

2. ábra. Az államkincstári bevételek alakulása 2011-ben és 2012-ben a „chipsadó”ból



Forrás: Trademagazin (2011a) alapján saját szerkesztés

A hamburgeradó hatásai egy kétélű fegyverként foghatók fel gazdasági szempontból. A lakossággal nem sikerült nagy mértékben elhíttetni 2012-re sem, hogy ez az adó a társadalom érdekeit képviseli. Sokan csak a költségvetés deficitjének mérséklő eszközét látják benne. A hamburgeradó egyaránt magával hoz negatív és pozitív externáliákat is.

1. Negatív externáliaként említhető az, hogy:

- A fogyasztás csökkentése, a termelés visszaesésével jár. Az így felszabaduló termelőkapacitások pedig növelik a munkanélküliek számát.

Egy Népszabadságban megjelent cikket idézve állításunkat alátámaszthatjuk: „Megkezdődtek az elbocsátások a népegészségügyi termékdíj által leginkább sújtott édesiparban. Mint arra korábban, a törvény elfogadásakor az édes- és élelmiszer-ipari érdekvédelmi szervezetek igyekeztek felhívni a döntéshozók figyelmét: a chipsadó nyomán akár 800-1000 munkahely is megszűnhet, jellemzően a kis- és középvállalati szektorban. A Bonbonetti Kft.-nél Sánta Sándor vezérigazgató elmondása szerint: az adó nyomán a társaságnak 62 dolgozójától kell rövidesen megválnia. A cégvezető hangsúlyozta: a leépítésre a már megszavazott chipsadó miatt kényszerült a társaság. Más élelmiszer-ipari cégeknél is napirenden vannak a leépítések az adó nyomán.” (BATKA 2011, Trademagazin 2011b).

- A komolyabb adóterhek negatívan hatnak a hazai és nemzetközi befektetésekre ezekben az iparágakban.

Fenti Népszabadság írás igazolja állításunkat: A Chio német tulajdonosa a népegészségügyi termékdíjról értesülve döntött úgy, hogy nem telepíti Magyarországra a tervezett popcorngyártó sort és a mogyorós termékek gyártócsarnokát sem. Ez egy több milliárdos

beruházás elvesztését jelentette, amely több száz munkahelyet teremtett volna Magyarországon. Így a Chio Franciaországba telepítette a gyártósort. A Hell magyarországi üzembővítése és létszámnövelése is megfiúsult (Batka 2011, Trademagazin 2011b).

2. A negatív externáliák mellett pozitív externáliákkal is számolhatunk. Ezen pozitív externáliák közül egyet kiemelve:

A népegészségügyi termékdíjból befolyt összeget elsősorban a kórházi dolgozók fizetésének javítására, kórházi osztályok fejlesztésére, kis mértékben egy egészséges táplálkozásra buzdító reklámkampány kidolgozására szánja a kormány. Mintegy 5%-a a bevételnek pedig, maradna az állam kezében. Végezetül említést érdemel, hogy 2012. évtől a termékadóból származó bevétel nem a központi költségvetés, hanem az Egészségbiztosítási Alap bevételét képezi.

Látható, hogy igazi kétélű fegyver a hamburgeradó, ezt a fenti tények igazolják. Nagyon fontos döntéseket kell meghozni, mikor a gazdaságot ilyen módon kívánjuk befolyásolni, még ha ezt, a társadalom érdekében tesszük is. Számos negatív hatás mellett mégis azt kell mondani, hogy a bevételek létfontosságúak a gyengélkedő magyar egészségügyben. Orvosi bérkompenzációra csak az alkalmazottként dolgozó orvosok számíthatnak valamekkora béremelésre 2012-ben. Idén esély sincs rá, hogy teljesítsék a rezidensszövetség korábbi követelését, hogy a kezdő orvosok átlagbére elérje a nettó 200 ezer, a szakorvosoké pedig a nettó 300 ezer forintot. Ez leghamarabb 2014-re, a kormányzati ciklus végére teljesülhet. Most differenciáltan emelhetik a béreket, a havi bruttó 360 ezer forintnál kevesebbet keresők kaphatnak bruttó hetvenezer - nettó negyvenezer - forintos emelést, az ennél többet keresők sávosan kisebb összeget kaphatnak. A bruttó 500 ezer forintnál többet

keresők például bruttó 10-15 ezer forintemelésre számíthatnak. (Index, 2012). A kórházi dolgozók fizetésének növelésével a hálapénz visszaszorítását próbálják elérni. A kórházi fejlesztések már nagyon égetőek. Az egészséges táplálkozásra buzdító reklámkampány önmagában nem sok sikerrel kecsegtet. A jövőben iskolai szinten ismertetni kell a gyerekekkel a problémát, emellett sportolási lehetőségeket kell teremteni. A sportot ismét vonzóvá kell tenni. Az egészséges élelmiszerek árának csökkentésével a társadalom magáénak érezheti a magas zsír-, só-, és cukortartalmú élelmiszerek elleni harcot.

ÖSSZEFOGLALÁS

A hamburgeradó bevezetésével Magyarország az első körben belépne az elhízás ellenes adókat bevezető országok táborába. A magyar társadalom jelenlegi állapotát nézve ez nem kis előrelépést jelentene. A kérdőívünk elemzéséből láthatjuk, hogy az új adó jelenlegi támogatottsága kicsi. Az új adót mindenképpen felvilágosító kampány mellett célszerű bevezetni, hogy az emberek tájékozottabbak legyenek a témával kapcsolatban. Az új adó láthatjuk abban az esetben válhat sikeressé, ha rögtön elindul egy vele ellentétes folyamat, vagyis az egészségesnek ítélt élelmiszerek árának csökkentése. Ezzel érheti el a kormány, hogy ne, mint adóra, hanem mint szükséges befolyásoló eszközként tekintsenek rá. Az adó mértéke sarkalatos pont, főleg Magyarországon. Mi meglepődve tapasztaltuk, hogy megkérdeztjeink a drasztikus adóemelést tartják célravezetőnek. Emellett azonban maga az adó nem hoz majd sikert. Átfogó reklámkampány szükséges. Az óvodákban, általános iskolákban el kell kezdeni az egészséges táplálkozás népszerűsítését, egyúttal megreformálni az étkeztetést. Meg kell teremteni a megfelelő sportolási lehetőségeket, például uszodák, tornacsarnokok,

sportpályák, kerékpárutak építése. Támogatni kell az országos sportrendezvényeket, számukat növelni kell. A médiában is reklámkampányokkal kell szorgalmazni az egészséges termékek fogyasztását. Fontos lenne felülvizsgálni a gyermekeket érintő reklámok etikusságát. Talán a legfontosabb, hogy belássuk azt a tényt, hogy a változtatásokat mindenki a saját maga érdekében csinálja. Saját életünk hossza múlik rajta.

Irodalom

- ADAMY J. (2009): Soda Tax Weighed to Pay for Health Care, <http://online.wsj.com/article/SB124208505896608647.html>
- BATKA ZOLTÁN (2011): Fogyókúrán a chipsadó sújtotta édesipar, http://nol.hu/gazdasag/20111031-fogyokuran_az_edesipar
- BEDROS RÓBERT (2012): A magyarok kétharmada kövér, <http://www.hir24.hu/elet-stilus/2012/03/26/a-magyarok-ketharmada-kover/>
- CSIKÁSZ ÉVA (2012): A népegészségügyi termékadót érintő 2012. évi változások, http://www.termekdijinfo.hu/szakertovalasz/Lapok/Neta_mod_2011.aspx
- EUROPEAN COMMISSION TAXATION AND CUSTOMS UNION (2011): VAT Rates Applied in the Member States of the European Union, http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf, p. 27
- FLICKER S. (2009): Les boissons gazeuses ne seront pas taxées, <http://www.20minutes.fr/article/359523/France-Les-boissons-gazeuses-ne-seront-pas-taxees.php>
- GURBER J (2007): Value-Added Tax and Excises, Prepared for the Report of a Commission on Reforming the Tax System for the 21st Century, Chaired by Sir James Mirrlees, http://www.ifs.org.uk/mirrleesreview/commentaries/gruber_commentary.pdf, p. 24
- HAMBURGER ABENDBLATT (2010): Steuer auf Fast Food - Bundesregierung lehnt dies ab, <http://www.abendblatt.de/vermishtes/article1338023/Steuer-auf-Fast-Food-Bundesregierung-lehnt-dies-ab.html>
- Index hírportál (2012): Nem less általános béremelés az egészségügyben; http://index.hu/belfold/2012/03/20/nem_lesz_altalanos_beremeles_az_egeszsegugyben/, 2012-03-27.
- KELLY D. BROWNELL, PH.D.- THOMAS FARLEY- M.D.- M.P.H.- WALTER C. WILLETT- M.D.- DR.P.H.- BARRY M. POPKIN PH.D.- FRANK J. CHALOUK PH.D.- JOSEPH W. THOMPSON, M.D.- M.P.H.- DAVID S. LUDWIG M.D. PH.D. (2009): The Public Health and Economic Benefits of Taxing Sugar-Sweetened Beverages, <http://content.nejm.org/cgi/content/full/NEJMhpr0905723>, N Engl J Med 2009; 361., p. 1599-1605
- TRADEMAGAZIN (2011a): Eddig 566,6 millió forint chipsadót vallottak be; <http://www.trademagazin.hu/piaci-hirek/eddig-5666-millio-forint-chipsadot-vallottak-be.html>, letöltés ideje: 2012-03-27.
- TRADEMAGAZIN (2011b): Elbocsátásokhoz vezet a chipsadó; <http://www.trademagazin.hu/piaci-hirek/elbocsatasokhoz-vezetett-a-chipsado.html>, letöltés ideje: 2012-03-27.