

The background features a decorative graphic consisting of three blue circles of varying sizes, each with a lighter blue inner ring. These circles are arranged vertically and are connected by thin, light blue lines that extend from the top-left and bottom-right corners of the page towards the center, creating a sense of movement and depth.

# **A népegészségügyi termékadó hatásvizsgálata**

**Országos Egészségfejlesztési Intézet**

**Budapest, 2013. április**



**A kutatási projekt vezetője:** *Solymosi József Bonifác, Országos Egészségfejlesztési Intézet*

**A kutatási projekt koordinátora:** *Joó Tamás, Országos Egészségfejlesztési Intézet*

**A kutatás projekt további részvevői:**

*Bakacs Márta, Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet*

*Balku Eszter, Országos Egészségfejlesztési Intézet*

*Gódor-Kacsándi 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*

A kutatást az Egészségügyi Világszervezet támogatásával, az Országos Egészségfejlesztési Intézet az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézettel együttműködve valósította meg. 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 kötött kétéves együttműködési megállapodás keretében került sor.

# 1 Tartalomjegyzék

1	Tartalomjegyzék .....	3
2	Vezetői összefoglaló .....	4
3	Bevezetés .....	5
4	Lakossági felmérés .....	7
4.1	Módszerek .....	7
4.2	A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztása .....	8
4.3	A NETA hatálya alá eső termékek vásárlásának szempontjai .....	9
4.4	A fogyasztás változása .....	9
4.5	Fogyasztás csökkentésének indoka .....	10
4.6	A NETA hatálya alá eső termékek ismertsége .....	10
5	Gyártói felmérés.....	14
5.1	Módszerek .....	14
5.2	Gyártói profil .....	14
5.3	A NETA bevezetését követő változások .....	15
5.4	Termékösszetétel változtatása.....	15
5.5	Árak és a forgalom alakulása.....	15
5.6	Marketing és üzletpolitika .....	17
5.7	NETA-val kapcsolatos gyártói vélemények.....	18
5.8	Javaslatok a NETA változtatására .....	19
6	A NETA döntő hányadát fizető vállalatok gazdasági elemzése .....	20
6.1	Módszertan .....	20
6.2	Gazdasági eredmények .....	20
7	Függelék .....	22

## 2 Vezetői összefoglaló

A 2011 szeptemberétől bevezetett, egyes egészségkockázatot jelentő összetevőt tartalmazó élelmiszerekre kivetett népegészségügyi termékadónak (NETA) a fogyasztókra és a gazdasági szereplőkre kifejtett hatását elemezte az Országos Egészségfejlesztési Intézet az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézettel együttműködésben az Egészségügyi Világszervezet (WHO) támogatásával.

**A hatásvizsgálat alapján megállapítható, hogy a NETA elérte népegészségügyi céljait, mivel**

**1. a bizonyítottan egészségkárosító összetevő(ke)t tartalmazó termékek kínálata és forgalma lecsökkent;**

A gyártói felmérés alapján a gyártók 40%-a változtatott a receptúrán, 30%-uk teljesen eltávolította a káros összetevőt, 70%-uk csökkentette a káros összetevő mennyiségét. A NETA köteles termékek forgalma 27%-kal csökkent, és átlagáruk 29%-kal emelkedett.

**2. a lakosság csökkentette a bizonyítottan egészségkárosító összetevő(ke)t tartalmazó termékek fogyasztását;**

A NETA köteles termékeket fogyasztók 25-35%-a kevesebbet fogyasztott ezekből az élelmiszerekből, mint egy évvel korábban. A magát nem jó egészségi állapotúnak vélők kétszer nagyobb eséllyel csökkentették az előre csomagolt édesség és sós ráágcsálnivaló fogyasztását, mint a magukat jó egészségűeknek tartók, azaz az „egészségtelen” élelmiszerek fogyasztásának csökkenését nemcsak az áremelkedés, hanem a lakosság egészségtudatosságának javulása eredményezte.

**3. a NETA gazdasági szinten is sikeresnek bizonyult;**

A NETA „nagy befizetőinek” főbb mérlegadatai 2010-ről 2011-re javultak, ugyanakkor a tervezett adóbevétel szinte teljes egészében megvalósult.

**4. hatékonyabb lakossági kommunikáció javítaná a NETA eredményességét.**

A lakosság közel harmada nem hallott a NETA bevezetéséről, jelentős hányaduk nem vagy tévesen ismerte a NETA hatálya alá tartozó termékek körét, és harmaduk-negyedük a NETA bevezetésének céljaival nem volt tisztában.

### 3 Bevezetés

Tudományos bizonyítékok sora igazolja, hogy a krónikus, nemfertőző betegségek kialakulásában az elfogyasztott élelmiszerek jelentős szerepet játszanak. Jól ismert, hogy a magas cukor, só vagy a többszörösen telített zsírokat és transzszírsavakat tartalmazó ételek, italok fogyasztása egészségkockázatot jelent, ezzel szemben a zöldségek és gyümölcsök gyakori fogyasztása igazolhatóan védőhatást fejt ki az egészségre. A legnagyobb egészségvesztést okozó szív- és érrendszeri valamint a daganatos betegségek kialakulásában a táplálkozás szerepe – más életmód tényezők, mint a fizikai aktivitás mellett – meghatározó,<sup>1</sup> emiatt a lakosság étkezési szokásainak kedvező irányú befolyásolása komoly egészségnyereséggel jár együtt. Így érthető, hogy a fejlett országok kormányai egyre gyakrabban tesznek kísérletet az étkezési szokások megváltoztatására a rendelkezésükre álló eszközökkel. Ilyen eszközök lehetnek pl. az egészségkockázatot jelentő élelmiszerek reklámozásának korlátozása, az egészséges étrendet ajánló kommunikációs kampányok indítása, a tápanyag-információk feltüntetésének előírása, a közétkeztetés megfelelő szabályozása, az egészségnevelés súlyának növelése vagy az élelmiszerárak befolyásolása.<sup>2</sup> Az utóbbi években, Európában, de jó néhány Európán kívüli országban is vetettek ki adókat a bizonyítottan egészségkockázatot hordozó tápanyag-összetevőt tartalmazó élelmiszerekre – leggyakrabban a magas cukortartalmú élelmiszerekre, üdítőitalokra. Az adó alá vont élelmiszerek körének és az adó mértékének összehangolt meghatározásával jelentősen visszaszorítható az egészségkárosító összetevőket tartalmazó élelmiszerek fogyasztása.<sup>3</sup> Az erre vonatkozó nemzetközi tapasztalatok alapján feltételezhető, hogy az egészségtelennek élelmiszerekre kivetett adó nem csupán a kínálat szűkítésén és az áremelésen keresztül szorítja vissza e termékek fogyasztását, hanem az „egészség=érték” állam által történő kinyilvánítása révén, más szóval az egészségkultúra fejlesztésével.

Közismert, hogy a szív- és érrendszeri valamint a rosszindulatú daganatos betegségek miatti halálozás mind európai, mind világviszonylatban kiemelkedően magas Magyarországon. Az egészségügyi kormányzat, felismerve a táplálkozási szokások befolyásolásának jelentőségét e betegségek visszaszorításában, célszerűnek látta az egészségre kockázatot jelentő összetevőket tartalmazó élelmiszerekre termékadó bevezetését Magyarországon.

Ez a tanulmány „a népegészségügyileg nem hasznos élelmiszerek fogyasztásának visszaszorítása és az egészséges táplálkozás előmozdítása” valamint „az egészséges élelmiszerek választékának elérhetővé tétele és az egészségügyi szolgáltatások, különösen a népegészségügyi célú programok finanszírozásának javítása” céljából 2011. szeptemberi hatállyal bevezetett népegészségügyi termékadónak (a 2011. évi CIII. törvény a népegészségügyi termékadóról, a továbbiakban NETA) a lakosság fogyasztásában, attitűdjében valamint a kapcsolódó

<sup>1</sup> Global health risks: mortality and burden of disease attributable to selected major risks. World Health Organization 2009

<sup>2</sup> Capacci S. et al: Policies to promote healthy eating in Europe: a structured review of policies and their effectiveness. *Nutr Reviews* 70(3): 188-200.

<sup>3</sup> Mytton O, Clarke D, Rayner M. Taxing unhealthy food and drinks to improve health. *BMJ* 2012;344:e2931 doi: 10.1136/bmj.e2931 (Published 15 May 2012)

adóbevételekben bekövetkező változások illetve a gyártóknál és forgalmazóknál jelentkező gazdasági hatások kimutatását célzó vizsgálatok eredményeit mutatja be.

A hatásvizsgálatot az Országos Egészségfejlesztési Intézet az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézettel (OÉTI) együttműködésben végezte 2012 májusa és 2013 márciusa között az Egészségügyi Világszervezet (WHO) támogatásával. A támogatásra 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 kötött kétéves együttműködési megállapodás keretében került sor.

Meg kell jegyezni, hogy a NETA bevezetését követően a törvény többször módosításra került annak érdekében, hogy a megadóztatni szándékolt, népegészségügyi szempontból magas kockázatot jelentő élelmiszerek egyértelműen azonosíthatóak legyenek. Érdeemes továbbá felhívni a figyelmet arra, hogy az Európai Bizottság 2012 januárjában megkeresést intézett a magyar hatóságokhoz a NETA egyes rendelkezéseivel kapcsolatban. A megkeresésben a Bizottság részletes tájékoztatást kért az adó hatálya alá tartozó termékekről és az adott termékcsoportok szerinti piacokról annak érdekében, hogy meg tudja vizsgálni a fenti törvénynek az uniós joggal és különösen az EUMSZ 110. cikkével való összeegyeztethetőségét. Az Európai Bizottság elfogadta a kormány válaszát, és 2012. október 29-én megszüntette az eljárást.

A tanulmány első részében a lakossági, a második részben a gyártói felmérés eredményei kerülnek ismertetésre, végül a NETA döntő részét fizető vállalkozások főbb 2010-es és 2011-es mérlegadatainak bemutatására kerül sor.

## 4 Lakossági felmérés

### 4.1 Módszerek

A lakossági felmérés, egy 2012. szeptember végén - október elején, az Ipsos Média-, Reklám-, Piac és Véleménykutató Zrt. által végzett omnibusz-vizsgálat részeként, személyes kérdezéssel történt. A felmérés az ország felnőtt népességét reprezentáló 1000 fős mintán készült.

A kutatásban, a kiválasztott települések mindegyikén csak egy választókerületben zajlott a kérdezés, kivéve néhány nagyobb lélekszámú budapesti kerületet és a megyeszékhelyeket. Egy körzet kb. 800-1000 fő állandó lakossággal rendelkező területet fed le, ahol meghatározott számú kérdőívet kellett felvenni a megadott kiválasztási szempontok (nem és korcsoport) megtartásával. A mintavételi eljárás következtében a válaszoló 1000 fő társadalmi-demográfiai tényezők szerinti összetétele megegyezik az ország felnőtt népességének ezen megoszlásával. A felmérést az Ipsos véleménykutatói igazgatója és kutatásvezető szociológusa együttesen irányította.

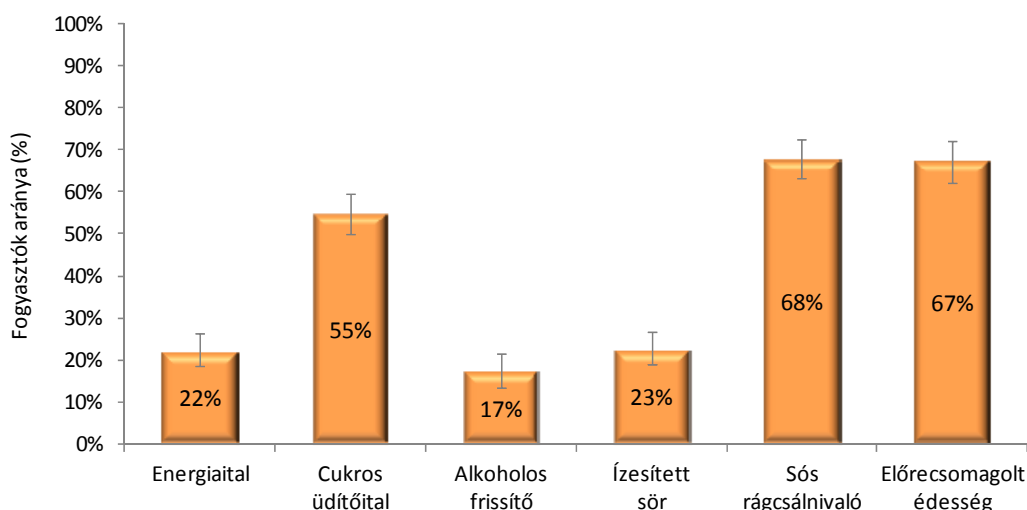
Az adatfelvételi munkát az Ipsos operatív részlegén belül működő, tapasztalt instruktorok vezették. A felmérésben 138 kérdező vett részt, akik átlagosan 7 interjút készítettek. A kérdőívfelvétel számítógépes módszerrel (*CAPI; Computer Assisted Personal Interview*) történt, amelynek legnagyobb előnye a papír kérdőívekkel szemben a kérdezés közbeni ellenőrzés, illetve az azonnali adatbevitel lehetősége.

A megvalósult minta főbb társadalmi-demográfiai változók mentén megfigyelhető torzulásait a KSH 2000-ben végzett népszámlálásból rendelkezésre álló, a 2005-ös mikrocenzus adatai alapján korrigált, 18 év feletti népességre vonatkozó adatokhoz igazítva korrigálták. A súlyozási eljárásba bevont szocio-demográfiai mutatók a nem, az életkor, az iskolai végzettség és a településtípus voltak. A tanulmányban, figyelembe véve a mintavételi eljárást és a súlyszámokat, a teljes felnőtt lakosságra vonatkozó becslések eredményei kerülnek bemutatásra, a becslések 95%-os megbízhatósági tartományának (továbbiakban: 95% MT) feltüntetésével.

## 4.2 A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztása

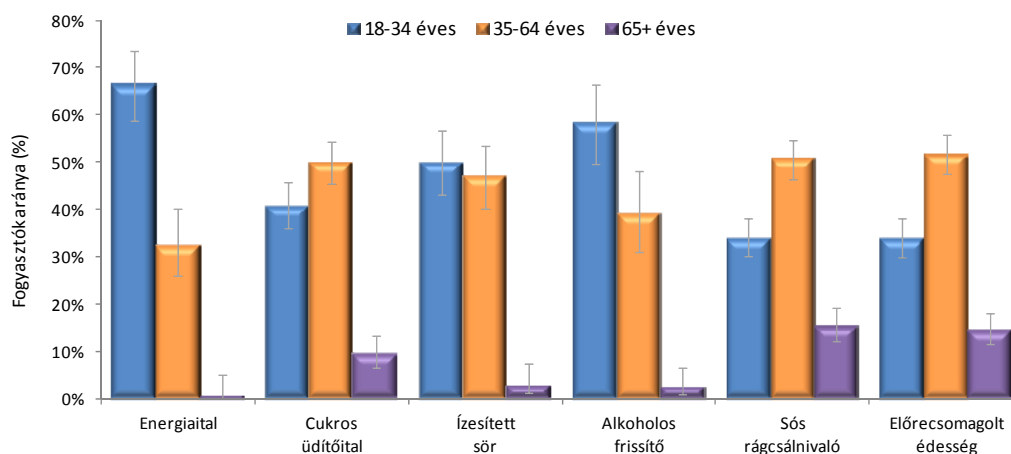
2012-ben NETA hatálya alá tartozó termékek közül legtöbben, a felnőttek kétharmada, sós rágcsálnivalót és előrecsomagolt édességet fogyasztott [1. ábra]. Cukros üdítőitalt a lakosság több mint fele, ízesített sört és energiatalt a felnőttek csak ötöde fogyasztott. Ennél is kisebb arányban voltak azok, akik alkoholos frissítőt fogyasztottak [Függelék: 14. táblázat].

1. ábra: A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztása a felnőtt lakosság körében, 2012



A fogyasztók életkor szerinti összetételét vizsgálva látható, hogy az energiatalt-fogyasztók több mint kétharmada fiatal, egyharmada középkorú volt, a 65 év felettek nem fogyasztottak energiatalt [2. ábra]. Hasonló a korösszetétele az alkoholos frissítőt fogyasztóknak is: több mint fele 18-34 éves és közel 40%-uk volt 35-64 éves. Az ízesített sört és cukros üdítőitalt, valamint a sós rágcsálnivalót és előrecsomagolt édességet fogyasztók többségét (55%-50%) azonban már a középkorúak adták, a fiatalabb korosztály kisebb arányban képviseltette magát. A vizsgált termékek közül a 65 év felettek jelentősebb gyakorisággal cukros üdítőitalt (9%), sós rágcsálnivalót illetve előrecsomagolt édességet (15%-15%) fogyasztottak.

2. ábra: A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztása a felnőtt lakosság körében korcsoportok szerint, 2012

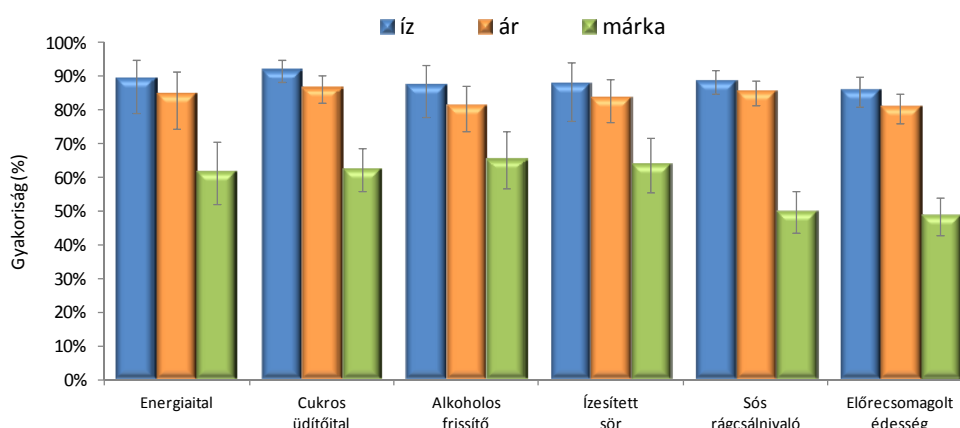




### 4.3 A NETA hatálya alá eső termékek vásárlásának szempontjai

A fogyasztók, valamennyi termék esetében, a vásárlás fontos/nagyon fontos szempontjaként leggyakrabban az ízt, az árat és a márkát említették: a fogyasztók közel 90%-a (a cukros üdítőitaloknál 92%) a termék ízét, több mint 80%-uk – második helyen – a termék árát tartotta a vásárlás legfőbb szempontjának [3. ábra]. A termék kalória, és tápanyag-összetételére vonatkozó tulajdonságok, mint a cukor-, vagy a sótartalom a fogyasztók 35-50%-ának volt fontos/nagyon fontos. Az alkoholos frissítők és az ízesített sör esetében az alkoholtartalom is, az energiatálnál a koffeintartalom is a fogyasztók többségének választásánál fontos/nagyon fontos szempontként jelentkezett [Függelék: 15. táblázat].

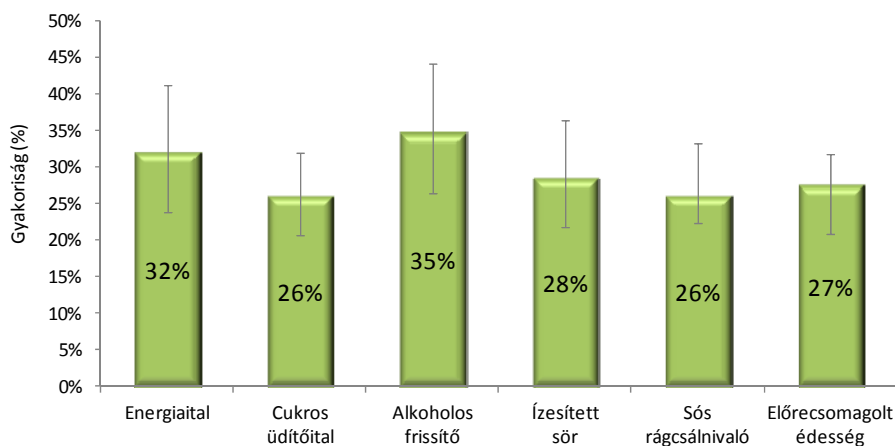
3. ábra: A NETA hatálya alá eső termékek fontos/nagyon fontos vásárlási szempontjainak gyakorisága a fogyasztók körében, 2012



### 4.4 A fogyasztás változása

A NETA hatálya alá eső termékeket fogyasztók 26-35%-a jelenleg kevesebbet fogyaszt a NETA köteles termékekből, mint egy éve [4. ábra]. Az alkoholos frissítőt illetve az energiatalt fogyasztók között voltak a fogyasztásukat legnagyobb arányban csökkentők (35% és 32%). A többi termék esetében fogyasztók 26%-28%-a kedvező irányba változtatott fogyasztási szokásain [Függelék: 16. táblázat]

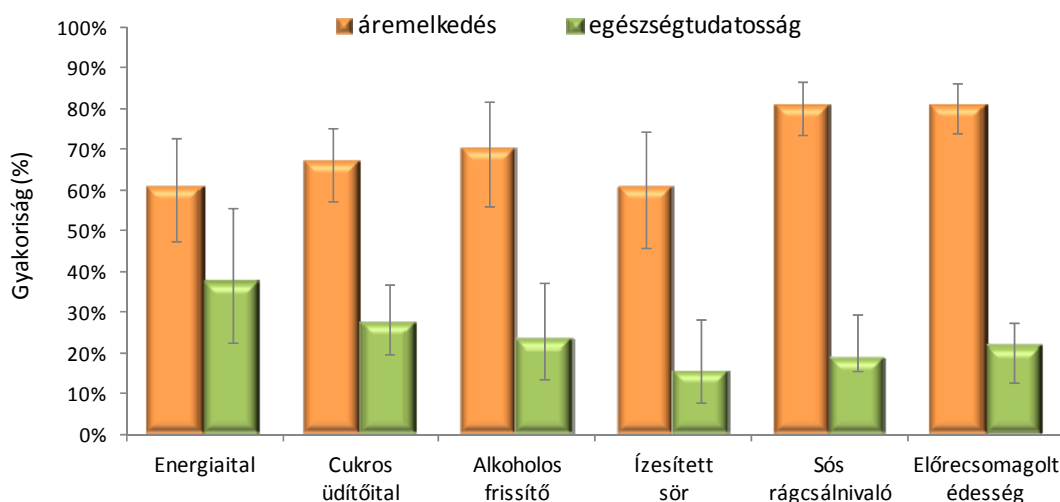
4. ábra: A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztásának változása az elmúlt egy évben, a fogyasztók körében, 2012



## 4.5 Fogyasztás csökkentésének indoka

A fogyasztás csökkenésének okait vizsgálva megállapítható, hogy minden NETA alá tartozó termék esetén a csökkentést legmagasabb arányban az áremelkedéssel indokolták a fogyasztók. A kevesebb előrecsomagolt édességet és sós rágcsálnivalót fogyasztók több mint 80%-a a csökkentés okaként az áremelkedést jelölte meg, 20%-uk pedig azt, hogy tudomására jutott, a termék fogyasztása egészségtelen [5. ábra]. A NETA hatálya alá tartozó italok esetében valamivel alacsonyabb (60-70%) arányban, de itt is többségben voltak azok, akik a kisebb fogyasztást a megemelkedett árakkal magyarázták, itt is a második leggyakrabban megjelölt indok a termék egészségre kifejtett káros hatása volt. Ez az indok a legnagyobb arányban az energiaiital-fogyasztóknál jelent meg. Kb. minden tizedik fogyasztását csökkentő barát, ismerős, családtag tanácsára változtatott szokásán. Hasonló arányban voltak azok, akik az alkoholos frissítő fogyasztásukat csökkentették betegség miatt illetve orvos tanácsára. A többi termék esetében kevesebb, mint 10%-uk indokolta orvosi tanáccsal fogyasztásának csökkentését [Függelék: 17. táblázat].

5. ábra: A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztás-csökkentésének okai a kevesebbet fogyasztók körében, 2012

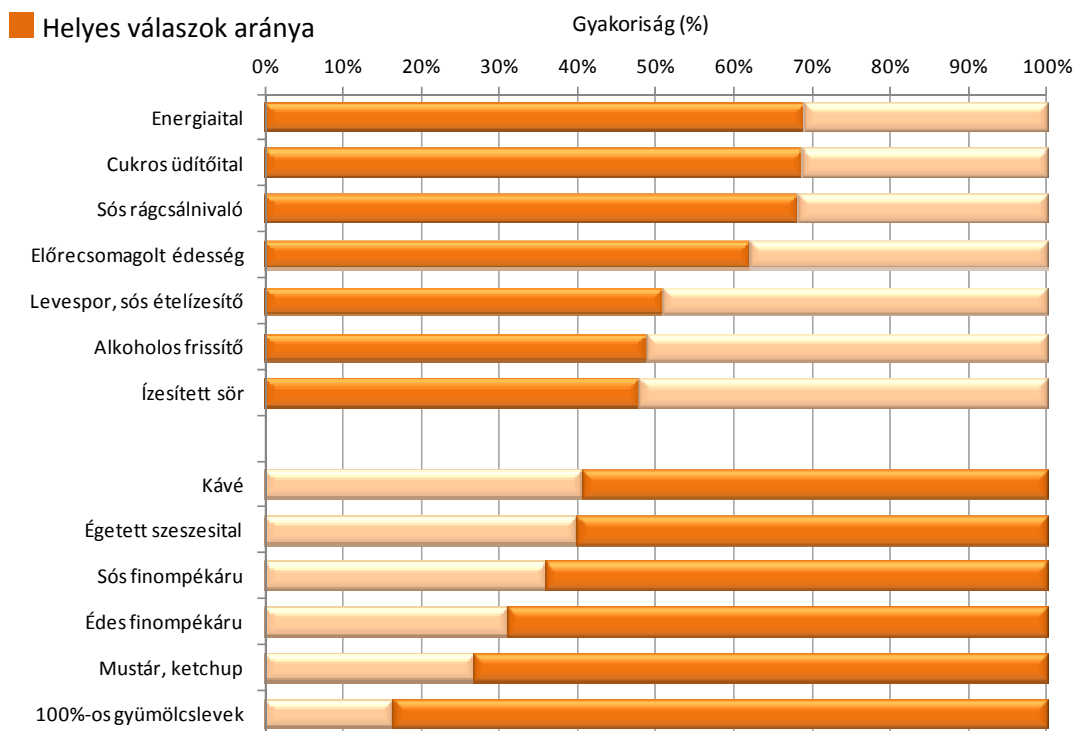


## 4.6 A NETA hatálya alá eső termékek ismertsége

A 18 év feletti magyar lakosság kétharmada (70%) hallott, olvasott már arról, hogy 2011 szeptemberében bevezették a Népegészségügyi termékadót. A felnőttek kétharmada jól tudta, hogy a cukros üdítőitalok, az energiaiitalok, az előrecsomagolt édességek és sós rágcsálnivalók a NETA hatálya alá esnek [6. ábra]. Már csak a lakosság közel fele tudta helyesen, hogy az ízesített sörök, az alkoholos frissítők, a levesporok és a sós ételízesítők is adóköteles termékek. A lakosság 40%-a tévesen gondolta, hogy a kávé, az égetett szeszes ital is termékadó köteles, míg egyharmaduk, illetve ennél kevesebben a kimért fagylaltot illetve az édes és sós pékárut, egy

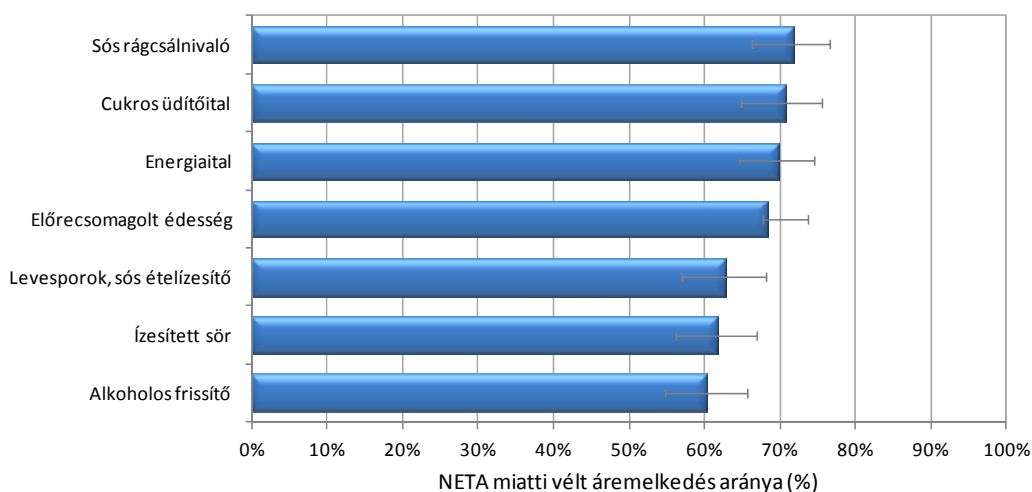
hatoduk pedig még a 100%-os gyümölcsleveket is termékadó kötelesnek hitte [Függelék: 18. táblázat].

**6. ábra: A NETA hatálya alá tartozó termékek ismerete, 2012**



A felnőtt lakosság kétharmada gondolta úgy, hogy a NETA által érintett termékek ára emelkedett a termékadó bevezetését követően [7. ábra]. Ezt a legtöbben a sós rágcsálnivalónál (72%) és a cukros üdítőitalnál (71%) vélelmezték. A legkisebb arányban az ízesített sör (62%) és az alkoholos frissítő esetén tulajdonították az árak emelkedését a NETA hatásának.

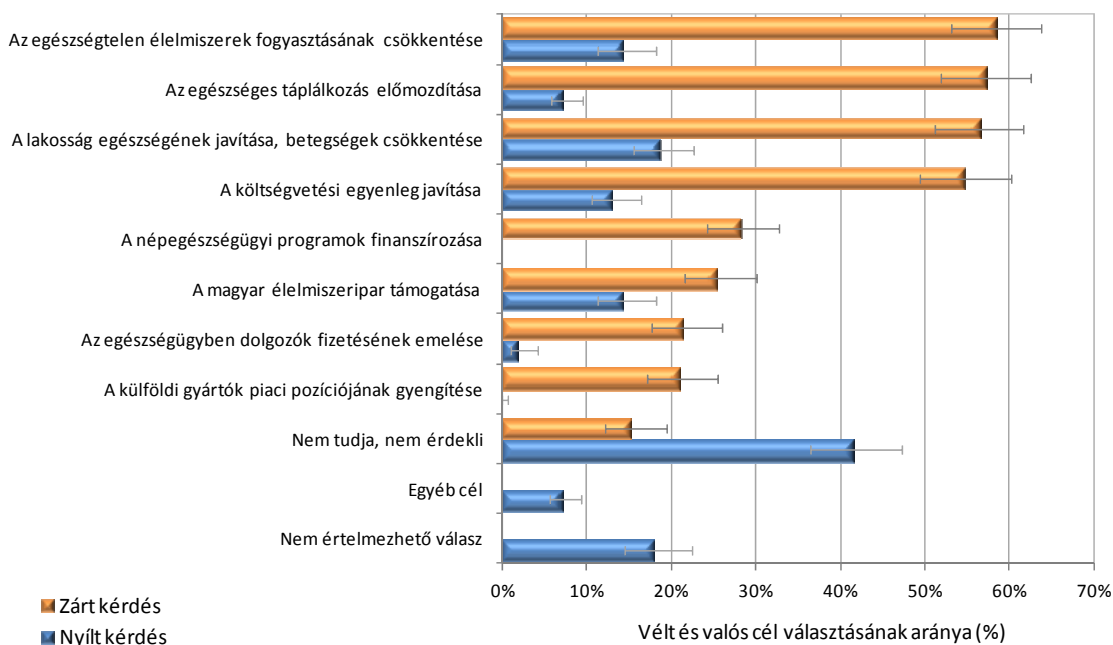
**7. ábra: A NETA hatálya alá tartozó termékek áremelkedésének megítélése, 2012**



Itt érdemes emlékeztetni arra, hogy az Országgyűlés a népegészségügyi termékadó bevezetésének céljaként a „népegészségügyileg nem hasznos élelmiszerek fogyasztásának visszaszorításában, az egészséges táplálkozás előmozdításában, valamint az egészségügyi szolgáltatások, különösen a népegészségügyi célú programok finanszírozásának javításában” határozta meg.

Azt, hogy a felnőtt lakosság körében mennyire ismertek a NETA törvény e céljai, a megkérdezettek először egy erre vonatkozó un. nyílt kérdésre adtak saját megfogalmazásukban választ. Ennek alapján az látszik, hogy a magyar lakosság kevesebb, mint ötöde említette azt, hogy az egészség javítása, a betegségek csökkentése lenne a NETA célja. [8. ábra] Az egészségtelen élelmiszerek fogyasztásának csökkentését mindössze 15%-uk nevezte meg a törvény céljaként. Másodsor egy un. zárt kérdésekhez megadott válaszlistáról választották ki a NETA általuk vélelmezett célját [8. ábra]. Ennek során az egészségtelen élelmiszerek fogyasztásának csökkentését, az egészséges táplálkozás előmozdítását, a lakosság egészségének javítását a felnőttek csaknem 60%-a vélelmezte a NETA céljaként. Hasonló arányban gondolták, hogy az elérni kívánt cél a költségvetési egyenleg javítása volt. A népegészségügyi programok finanszírozását csak minden negyedik felnőtt azonosította a NETA célkitűzéseként. A zárt kérdésekre adott válaszok alapján a lakosság egyötöde szerint az egészségügyben dolgozók fizetésének emelése illetve a külföldi gyártók pozíciójának gyengítése céljából került sor az új adó bevezetésére.

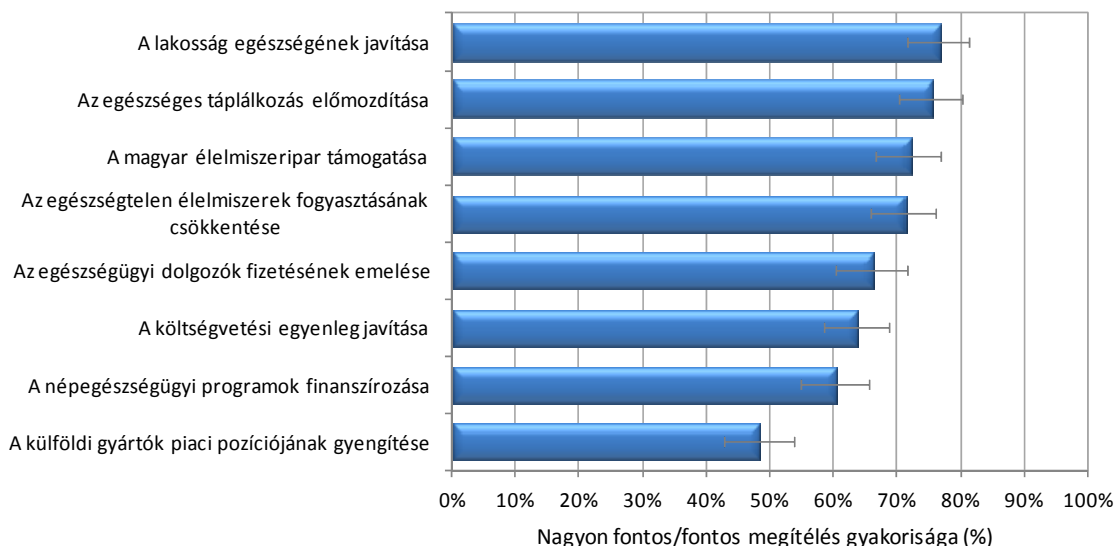
8. ábra: A NETA vélt és valós céljainak ismerete, 2012



Általában elmondható, hogy a lakosság jóval nagyobb arányban tartja nagyon fontosnak, vagy fontosnak a törvényben meghatározott, a NETA bevezetése által elérni kívánt célokat, mint a vélt célokat [9. ábra]. A felnőttek több mint háromnegyede fontosnak tartja a NETA céljai közül, a lakosság egészségének javítását és az egészséges táplálkozás előmozdítását, több mint

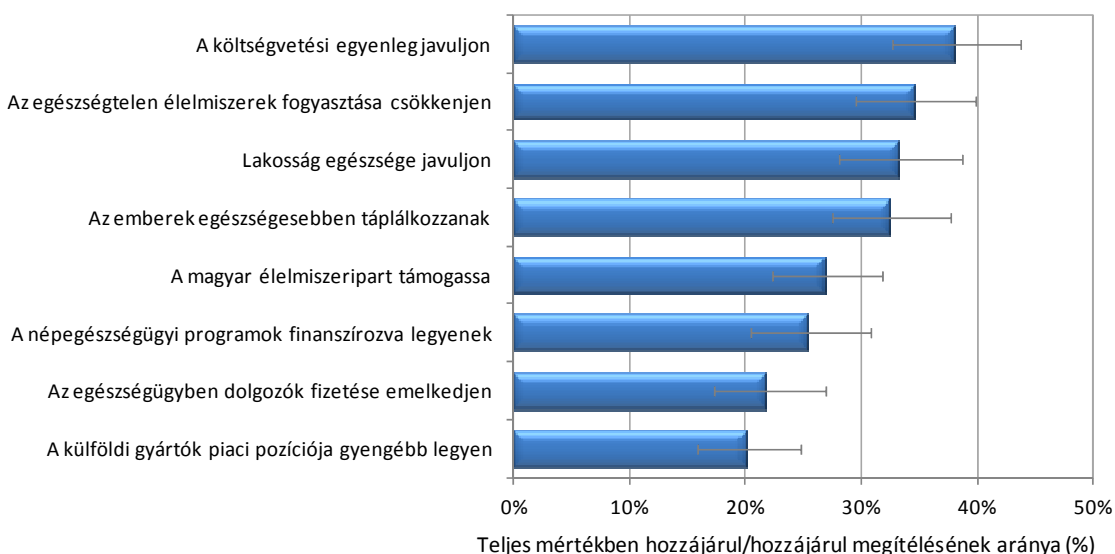
kétharmaduk az egészségtelen élelmiszerek fogyasztásának csökkentését és az egészségügyi dolgozók fizetésének emelését is. Valamivel kevesebben (64%) tartják fontosnak a költségvetési egyenleg javítását, és tízből hatan a népegészségügyi programok finanszírozását [Függelék: 19. táblázat].

**9. ábra: A NETA vélt és valós céljai fontosságának megítélése, 2012**



A lakosság egyharmada – egyes célok esetében ötöde, negyede – gondolja úgy, hogy a NETA teljes mértékben hozzájárul, illetve hozzájárul a törvényben kitűzött célok illetve a vélt célok megvalósításához [10. ábra]. A felnőtt lakosok 38%-a szerint a NETA hozzájárul a költségvetési egyenleg javításához. Az egészségtelen élelmiszerek fogyasztásának csökkenése, az egészség javulása és az egészségesebb táplálkozás minden harmadik felnőtt szerint megvalósítható a NETA-val. A felnőttek negyede, ötöde gondolta, hogy a NETA az olyan nem valós célok eléréséhez is, mint a magyar élelmiszeripar támogatásához vagy a külföldi gyártók piaci pozíciójának gyengítéséhez is hozzájárulhat.

**10. ábra: A NETA hozzájárulása a törvény vélt és valós céljaihoz, 2012**



## 5 Gyártói felmérés

### 5.1 Módszerek

A gyártói felmérésben azon gyártó cégek vettek részt, melyek az elérhető céges információk alapján vélhetően fizettek NETA-t 2011. szeptember – 2012. augusztus közötti időszakban. Az értesítő levelet, megközelítőleg 500 e-mail címre küldtük ki. A felmérésben összesen 69 gyártó vett részt. Ez nem azt jelenti, hogy minden kérdésre 69 válaszadás 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, melynek kitöltése teljesen anonim módon történt, a válaszokat pedig azonosításra alkalmatlan módon gyűjtöttük és kezeltük.

A vállalkozásokhoz tartozó email címeket a Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálatán keresztül, illetve az interneten elérhető nyilvános kapcsolatfelvételi adatok segítségével gyűjtöttük össze.

Az online kérdőív elérhetőségét biztosító linket 2012.11.19-én küldtük ki a gyártóknak. A kérdőív 2012.12.10-ig, vagyis 3 hétig volt elérhető. Az online 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.

### 5.2 Gyártói profil

52 gyártó válaszolt arra a kérdésre, hogy a megadott időszakban mely termékkategóriába állítottak elő NETA köteles terméket [1. táblázat]. Legtöbben az előrecsomagolt cukrozott édességeket (27), a sós snackeket (13) és az ételízesítőket (11) jelölték meg. Az alkoholos frissítők és ízesített sörök, valamint a gyümölcsízek termékkategóriákba egyetlen válasz sem érkezett, ezért e kategóriák kimaradtak az elemzésből.

1. táblázat: A NETA hatálya alá tartozó termékek gyártóinak megoszlása, 2012

Kérem, jelölje meg, hogy az Önök cégénél 2011.09.01. és 2012.08.31. közötti időszakban előállították-e a következő NETA köteles termékeket. (N=52)	Válaszok száma
Előrecsomagolt édesség	27
Sós rágcsálnivaló	13
Ételízesítő	11
Cukrozott üdítőital	8
Cukrozott kakaópor	7
Szörp	6
Energiaital	3
Alkoholos frissítő és ízesített sör	0
Gyümölcsíz	0

### 5.3 A NETA bevezetését követő változások

A válaszadó gyártók többsége mindössze 1 termék kategóriába fizetett be termékadót a megjelölt időszakban, azonban volt 1-1 olyan gyártó, aki 3, illetve 4 termék kategóriába is érdekelt volt [2. 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

### 5.4 Termékösszetétel 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, ami leggyakrabban (41%) a NETA hatálya alá tartozó összetevő csökkentését, mással nem helyettesítését jelentette [3. táblázat].

3. táblázat: A termékösszetétel változtatásának módja, 2012

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

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

### 5.5 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].

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

A NETA bevezetése miatt átlagosan 29 százalékkal emelkedett a válaszadó gyártók termékeinek ára, 2011 augusztusához, a NETA bevezetését megelőző hónaphoz viszonyítva.

28 gyártó válaszolt arra a kérdésre, hogy átlagosan hány százalékkal változott az átlagos havi eladási forgalma a NETA bevezetését megelőző hónaphoz (2011. augusztushoz) képest. Közülük is mindössze 1 gyártó számolt be 10%-os forgalomnövekedésről az előre csomagolt cukrozott készítmények kategóriában. 27 gyártó (96%) pedig átlagosan 27,4 százalékos forgalom csökkenést jelzett.

A válaszadók több mint háromnegyede (78%) szerint a NETA bevezetése miatt csökkent az átlagos havi eladási forgalmuk a NETA bevezetését megelőző hónaphoz (2011. augusztus) képest [5. táblázat].

**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

A kérdőívet kitöltő cégek véleménye szerint termékeik árának emelkedésében, illetve a forgalom csökkenésében – a NETA bevezetésén túl – a 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 csökkenésre ható tényezők közül a legkisebb jelentőséget a hazai beszállítói kör szűkülésében látták (2,5 pont) [6. táblázat].

**6. táblázat: Az árak és a forgalom NETA bevezetésé követő változásainak oka, 2012**

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



## 5.6 Marketing és üzletpolitika

A válaszok alapján megállapítható, hogy gyártók kétharmada (65%) nem változtatott a felsorolt marketing tevékenységén a NETA hatályba lépését követően [7. táblázat].

**7. táblázat: A NETA hatálya alá tartozó termékeket gyártók marketing tevékenységének változtatása, 2012**

A NETA miatt milyen változtatásokat hajtottak végre a marketing tevékenységükben? (N=28)	Gyártók száma
Nem változott a marketing tevékenység	18
Kommunikációs stratégia változása	3
NETA-ra vonatkozó állítások feltüntetése a csomagoláson	2
Egészségre vonatkozó állítások feltüntetése a címkén	2
Egészségesebb termékek előtérbe helyezése	2
Kiszérelés változtatása	1

A gyártók válaszaiból kiderül, hogy a NETA miatt legtöbben (23%) a tervezett beruházások elmaradását, a termelés visszafogását (19%) és az elbocsátásokat (17%) jelölték meg, mint az üzletpolitikában végrehajtott fontosabb változtatások [8. táblázat].

**8. táblázat: A NETA hatálya alá tartozó termékeket gyártók üzletpolitikájának változtatása, 2012**

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

A marketing tevékenységben és üzletpolitikában végrehajtott változtatások okaiként – eltérően az áremelkedés és a forgalomcsökkenés indoklásával – első helyen az alapanyagárak emelkedését (2,9) és a minimálbér emelkedését jelölték meg a válaszadó vállalkozások az 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].

**9. táblázat: A marketing tevékenységében és üzletpolitikában végrehajtott változtatások okai, 2012**

A NETA bevezetésén túl az alábbi tényezők milyen mértékben játszottak közre a marketing-tevékenységben és az üzletpolitikában végrehajtott változtatásokban?	Átlag	N
Alapanyagárak emelkedése	2,9	22
Minimálbér emelkedése	2,9	22
ÁFA emelkedése	2,5	22
Környezetvédelmi termékdíj 2011-es bevezetése/2012 és módosítása	2,5	23
Élelmiszerlánc felügyeleti díj bevezetése	2,4	22
Hazai beszállítók tönkremenetele	2,0	19

A lehetséges válaszként felsorolt tényezőkön kívül a cégek olyan egyéb tényezőket is megneveztek, amelyek véleményük szerint nagymértékben hozzájárultak az árak emelkedéséhez, a forgalom csökkenéséhez illetve a marketing tevékenységben és üzletpolitikában végrehajtott változtatásokhoz. Ilyen volt pl. a gazdasági válság, a munkanélküliség, az emberek pénznélkülisége, a piac szűkülése, a korrupció térnyerése vagy a negatív kormányzati kommunikáció az egészségtelen élelmiszerekkel kapcsolatban.

## 5.7 NETA-val kapcsolatos gyártói vélemények

A válaszoló cégek a gazdálkodási tevékenységük megjelölt változtatásain túl kritikát is megfogalmaztak a NETA bevezetésével kapcsolatban [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, miszerint az import termékek az ital automatákban NETA-mentesen kerülhettek forgalomba. A válaszoló cégek 1-5 skálán osztályozva, a leginkább egyetértettek abban, hogy a NETA diszkriminatív (4,6), hogy az egyes termékkategóriák 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 semlegesen viszonyultak ahhoz, hogy technológiailag nem tudták megoldani a NETA hatálya alá tartozó összetevő helyettesítését (3,3). Ezekkel szemben, 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 tudott bevezetni a piacra, szinte egyáltalán nem értettek egyet a cégek.

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
Egyes termékkategóriák között aránytalanul nagy az adómértékek közti 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 kihozni a versenytársakkal szemben	1,3	25
A NETA-nak köszönhetően új terméke(ke)t tudtak bevezetni a piacra	1,2	26

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

11. táblázat: A NETA megítélése a gyártók szerint, 2012

Mennyire ért egyet az alábbi, NETA-val kapcsolatos állításokkal?	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%
Egyes termékkategóriák között aránytalanul nagy az adómértékek közti 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 népegészségügyi 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%

## 5.8 Javaslatok a NETA változtatására

Többen tettnek javaslatot a NETA mérséklésére. Vannak, 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, energiaitalokra, chipsekre, cukrozott üdítőkre kellene kivetni a NETA-t.

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

Megfogalmaztak olyan véleményeket, melyek az adószámítás módját változtatnák. Ilyen javaslat volt, hogy a NETA után ne kelljen ÁFA-t 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, vagy, hogy az egyes termékkörök adóját „arányosítsák. Hasonló felvetés volt „hogyan egyes termékek ne hígított más termékek hígíthatlan állapotban legyenek adózthatva. (üdítők kontra levesporok)...” vagy, hogy a „prémium kontra tömegtermékek között legyen differenciálás...”.

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

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

## 6 A NETA döntő hányadát fizető vállalatok gazdasági elemzése

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

### 6.1 Módszertan

A rendelkezésünkre álló információk alapján próbáltuk meghatározni azon vállalkozások körét, akik a NETA döntő részét fizetik. Mivel tudjuk, hogy mely termékek esnek a NETA hatálya alá, ezért könnyen azonosítható volt a terméket 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, személyes interjúkból, valamint általunk elvégzett becslésekből kaptunk információt. Ezek alapján készült el az a végső lista, amely alapján megállapítható, hogy kb. 35 cég fizeti a NETA 80-90 százalékát. Ezen cégekre végeztük el a cégbeszámolókból kinyerhető adatok 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 az elektronikus cégeljárásban közreműködő szolgálatán keresztül.

Eredménykimutatás adatai:

- értékesítés nettó árbevétele;
- személyi jellegű ráfordítások;
- adózott eredmény.

Kiegészítő melléklet adatai:

- átlagos statisztikai létszám.

### 6.2 Gazdasági eredmények

A vállalkozások aggregált árbevétele és az adózott eredménye is majd 5 százalékkal növekedett 2011-re [12. táblázat]. Az átlagos statisztikai létszám – mérsékelten ugyan – de szintén növekedett.

**12. táblázat: 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%

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

**13. táblázat: 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%

## 7 Függelék

14. táblázat: A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztása a felnőtt lakosság körében, 2012

Termékek	Fogyasztók aránya (%)	[95% MT]
Energiaital	22,2	[18,69-26,18]
Cukros üdítőital	54,8	[50,03-59,43]
Alkoholos frissítő	17,2	[13,53-21,50]
Ízesített sör	22,6	[18,96-26,62]
Előre csomagolt édesség	67,4	[62,61-71,84]
Sós rágcsálnivaló	68,0	[62,97-72,67]

15. táblázat: A NETA hatálya alá eső termékek fontos/nagyon fontos vásárlási szempontjainak gyakorisága a fogyasztók körében, 2012

Termékek	Fontos/nagyon fontos vásárlási szempontok (%)								
	íz	ár	márka	kalória-tartalom	mások is ezt fogyasztják	cukor-tartalom	koffein-tartalom	alkohol-tartalom	só-tartalom
Energiaital	89,6 [79,33-95,13]	84,9 [74,7-91,38]	61,8 [52,21-70,49]	43,9 [35,93-52,16]	21 [14,48-29,39]	44,4 [36,46-52,75]	58,9 [49,72-67,46]	-	-
Cukros üdítőital	92,4 [88,37-95,13]	86,9 [82,08-90,51]	62,7 [56,09-68,86]	41,5 [35,64-47,52]	20,6 [15,43-26,93]	45,9 [39,95-52,00]	35,8 [29,81-42,41]	-	-
Alkoholos frissítő	87,5 [77,86-93,29]	81,3 [73,72-87,09]	65,8 [56,83-73,78]	39,8 [30,00-50,54]	29,5 [21,09-39,54]	36,4 [28,17-45,54]	-	58,0 [48,94-66,38]	-
Ízesített sör	88,1 [76,67-94,33]	83,8 [76,41-89,28]	64,2 [55,79-71,86]	41,7 [34,09-49,6]	25,3 [17,43-35,1]	36,1 [27,90-45,13]	-	59,5 [50,58-67,77]	-
Előre csomagolt édesség	86,1 [81,25-89,8]	81,1 [76,20-85,12]	48,5 [42,85-54,10]	39,6 [34,48-44,97]	18,3 [14,17-23,18]	42,3 [36,92-48,00]	27,6 [22,52-33,30]	-	-
Sós rágcsálnivaló	88,7 [84,81-91,71]	85,6 [81,6-88,71]	49,8 [43,73-55,98]	39,0 [34,22-44,08]	22,5 [17,61-28,20]	-	-	-	49,2 [43,83-54,66]

**16. táblázat: A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztásának változása az elmúlt egy évben, a fogyasztók körében, 2012**

Termékek	Fogyasztók aránya (%) [95% MT]		
	kevesebbet	ugyanannyit	többet
Energiaital	31,87 [23,87-41,11]	59,05 [49,57-67,90]	9,08 [5,92-13,68]
Cukros üdítőital	25,96 [20,71-32,00]	70,27 [63,97-75,87]	3,77 [2,00-7,01]
Alkoholos frissítő	34,67 [26,32-44,08]	57,03 [46,97-66,54]	8,30 [4,29-15,47]
Ízesített sör	28,44 [21,7-36,30]	58,62 [50,02-66,72]	12,94 [8,70-18,83]
Előre csomagolt édesség	27,41 [22,29-33,20]	70,81 [64,78-76,19]	1,78 [0,84-3,72]
Sós rágcsálnivaló	25,98 [20,87-31,84]	71,90 [65,79-77,30]	2,12 [1,05-4,23]

**17. táblázat: A NETA hatálya alá eső termékek fogyasztás-csökkenésének okai a kevesebbet fogyasztók körében, 2012**

Termékek	Fogyasztáscsökkenés oka (%) [95% MT]					
	emelkedett az ára	megtudta, hogy egészségtelen a fogyasztása	mások, mint pl. barát, ismerős családtag tanácsára	betegség miatt	orvos tanácsára	egyéb
Energiaital	60,7 [47,40-72,62]	37,7 [22,64-55,50]	10,9 [4,30-24,89]	3,6 [0,81-14,66]	0 -	10,8 [5,28-20,77]
Cukros üdítőital	66,8 [57,19-75,13]	27,3 [19,54-36,83]	11,4 [6,05-20,35]	5,7 [2,53-12,25]	4,2 [1,54-11,13]	6,5 [2,75-14,67]
Alkoholos frissítő	70,4 [55,94-81,61]	23,5 [13,59-37,38]	11,7 [5,58-22,98]	12,6 [4,52-30,54]	10,8 [3,92-26,34]	8,5 [2,37-26,02]
Ízesített sör	60,9 [45,72-74,29]	15,4 [7,82-28,09]	11,2 [4,48-25,36]	5,3 [2,07-12,95]	2,5 [0,54-10,91]	13,2 [6,03-26,6]
Előre csomagolt édesség	81,0 [73,59-86,73]	21,8 [15,53-29,70]	5,4 [2,66-10,76]	6,9 [3,69-12,61]	7,7 [3,14-17,48]	6,0 [3,03-11,63]
Sós rágcsálnivaló	81,0 [74,03-86,40]	19,0 [12,62-27,47]	7,1 [3,42-14,01]	7,2 [3,06-15,97]	3,6 [1,34-9,23]	5,3 [2,63-10,40]

18. táblázat: A NETA hatálya alá eső termékek ismertsége a felnőtt lakosság körében, 2012

Termékek	Ismeretei szerint, a következő élelmiszerek közül melyek után kell chips-adót fizetni? (%) [95% MT]		
	Igen	Nem	Nem tudja
Kávé	40,6 [35,21-46,24]	36,3 [31,28-41,58]	23,1 [19,03-27,80]
Cukros üdítő	68,8 [63,27-73,87]	13,3 [9,93-17,47]	17,9 [14,02-22,65]
Égetett szeszesital	39,9 [34,69-45,27]	35,9 [31,06-41,00]	24,3 [19,93-29,19]
Ízesített sör	47,9 [42,66-53,12]	28,5 [24,37-32,96]	23,7 [19,45-28,47]
Alkoholos frissítő	48,7 [43,52-53,91]	28,7 [24,40-33,43]	22,6 [18,34-27,51]
Energiaital	68,9 [63,39-73,92]	12,8 [3,38-17,16]	18,3 [14,46-22,95]
Kimért, gombóc fagylalt	26,8 [22,47-31,51]	48,1 [42,68-53,46]	25,2 [20,82-30,16]
Előrecsomagolt édesség	61,9 [56,23-67,32]	17,0 [13,17-21,64]	21,1 [16,93-25,95]
Édes finompékáru	31,2 [26,07-36,93]	45,6 [40,08-51,24]	23,2 [18,92-28,01]
Sós rágcsálnivaló	68,1 [62,60-73,08]	14,8 [11,31-19,07]	17,2 [13,49-21,57]
Sós finompékáru	36,0 [30,62-41,68]	42,0 [36,59-47,57]	22,1 [17,93-26,83]
Levesporok, sós ételízesítők	50,8 [45,43-56,14]	26,6 [22,31-31,39]	22,6 [18,38-27,46]
100%-os gyümölcslevek	16,4 [12,43-21,40]	61,9 [56,52-67,02]	21,7 [17,57-26,40]
Mustár, ketchup	26,7 [22,37-31,58]	48,5 [43,38-53,57]	24,8 [20,56-29,63]



**19. táblázat: A NETA törvényben meghatározott és a válaszolók által vélt célok fontosságának megítélése, a felnőtt lakosság körében, 2012**

NETA valós és vélt céljai	Önnek mennyire fontos ... ? (%) [95% MT]					
	Nagyon fontos	Fontos	Is-is	Nem igazán fontos	Egyáltalán nem fontos	Nem tudja
Lakosság egészségének javítása	45,2 [39,53-50,89]	31,7 [27,13-36,67]	13,9 [10,83-17,64]	3,4 [2,02-5,58]	0,7 [0,27-2,03]	5,1 [3,48-7,53]
Egészségtelen élelmiszerek fogyasztásának csökkentése	38,7 [33,38-44,30]	32,6 [28,21-37,26]	17,0 [13,66-20,96]	4,9 [3,31-7,22]	1,5 [0,82-2,79]	5,3 [3,61-7,71]
Egészséges táplálkozás előmozdítása	41,8 [36,36-47,49]	33,7 [29,33-38,37]	14,0 [11,07-17,64]	4,2 [2,60-6,85]	1,2 [0,54-2,45]	5,0 [3,43-7,37]
A népegészségügyi programok finanszírozása	30,4 [25,65-35,53]	29,9 [25,69-34,45]	22,3 [18,78-26,25]	8,6 [5,97-12,14]	2,9 [1,71-4,90]	6,0 [4,24-8,40]
Az egészségügyi dolgozók fizetésének emelése	33,2 [27,76-39,14]	33,0 [28,24-38,10]	18,1 [14,62-22,13]	6,3 [4,31-9,06]	3,6 [2,07-6,26]	5,8 [4,14-8,20]
A magyar élelmiszeripar támogatása	40,3 [34,67-46,25]	31,8 [27,07-36,83]	16,2 [12,97-19,97]	4,8 [2,91-7,70]	1,7 [0,92-3,31]	5,3 [3,57-7,66]
A költségvetési egyenleg javítása	29,3 [24,87-34,45]	34,4 [30,03-39,11]	21,7 [18,19-25,78]	5,8 [4,04-8,35]	2,8 [1,79-4,42]	5,9 [4,15-8,26]
A külföldi gyártók piaci pozíciójának gyengítése	24,1 [19,48-29,38]	24,1 [20,52-28,14]	22,4 [18,86-26,43]	14,8 [11,84-18,35]	7,3 [5,04-10,36]	7,3 [5,31-9,97]