

Gábrriel Péter–Reiff Ádám: Az áfakulcsok változásának hatása a fogyasztóiár-indexre

A Magyar Nemzeti Bank 2006 őszén indított el egy várhatóan másfél évig tartó kutatássorozatot a nem szabályozott árú termékek és szolgáltatások árazásáról. A kutatás alapjául a KSH fogyasztóiárindex-számításhoz használt boltszintű ár-felírásai szolgálnak. A kutatássorozat első lépéseként azt vizsgáltuk, hogy az áfakulcsok korábbi változásai (a 2004. januári áfaemelés és a 2006. januári áfacsökkentés) hogyan hatottak a termékek és szolgáltatások áraira. Az elemzésünket különösen aktuálissá teszi, hogy 2006 szeptemberében egyes termékek áfakulcsa újra emelkedett. Eredményeink azt mutatják, hogy míg áfaemeléskor az emelés nagy része néhány hónap alatt megjelent a fogyasztói árakban, addig az áfakulcs csökkentése csak jóval kisebb mértékben csökkentette a fogyasztói árakat, így – legalábbis rövid távon – az üzletek profitját gyarapította.

BEVEZETÉS

A Jegybanktörvény szerint a „Magyar Nemzeti Bank elsődleges célja az árstabilitás elérése és fenntartása”. Ezt a gyakorlatban az MNB az inflációs célkövetés rendszerével próbálja elérni, ami azt jelenti, hogy a bank arra törekszik, hogy a jövőbeli infláció az előre meghatározott inflációs cél (jelenleg 3%) szerint alakuljon.

Az inflációs célkitűzés rendszerének gyakorlati megvalósítása során egyrészt alapvető fontosságú, hogy a bank megfelelően jelezze előre a várható infláció nagyságát, hiszen a szükséges lépéseket a várható infláció és a kitűzött inflációs cél viszonya határozza meg. Ha ugyanis a várható infláció meghaladja az inflációs célt, akkor a bank szigoríthat a monetáris politikáján (pl. kamatot emelhet), ha pedig a várható infláció alatta marad az inflációs célnak, akkor szóba jöhet a monetáris lazítás (pl. kamatcsökkentés).

Az inflációs célkövetés gyakorlati megvalósításakor ugyanilyen fontos az is, hogy az MNB megfelelően értékelje a már ismertté vált inflációs adatokat. Az inflációs ráta nem várt mértékű megemelkedésekor például fontos lehet az emelkedés mögött álló főbb tényezők beazonosítása. Nyilvánvaló, hogy ha az infláció növekedésének hátterében jórészt egyszeri, nem ismétlődő, és idővel megszűnő hatású események állnak, akkor a banknak nem kell olyan szigorúan reagálnia, mintha az infláció emelkedését kizárólag piaci események okozták volna.

Ebben az írásban az áfakulcsok változásának inflációs hatását vizsgáljuk. Ez a témakör azért érdemel megkülönböz-

tett figyelmet, mert egyrészt nyilvánvaló, hogy bármilyen áfaváltozás érdemben befolyásolja a KSH által közzétett fogyasztóiár-indexet, másrészt viszont előre tudható, hogy az áfaváltozások csak egyszeri árszínvonal-emelkedést okoznak, és hatásuk később megszűnik.¹ Az inflációs folyamatok helyes megítélése érdekében tehát alapvető fontosságú, hogy elkülönítsük az áfaemelés hatását a piaci folyamatok miatt egyébként is bekövetkező áremelkedéstől.²

Magyarországon – az Európai Unió többi tagországához viszonyítva – a közelmúltban gyakoriak voltak az áfaváltozások (1. táblázat). Elemzésünkben a középső és alsó kulcsok 2004. januári emelését, valamint a felső kulcs 2006. januári csökkentését vizsgáljuk meg részletesebben. Eredményeink szerint az áfaemelés és az áfacsökkentés hatása egyáltalán nem szimmetrikus: míg a 2004. januári 3 százalékpontos áfaemelés átlagosan kb. 2,5 százalékkal növelte, addig 2006 januárjában az 5 százalékpontos áfacsökkentés csupán átlagosan kb. 1 százalékkal csökkentette az érintett termékek árszínvonalát.

Az elemzésben egyebek mellett arra is kitérünk, hogy az áfakulcsok megváltoztatása milyen időbeli lefutással épül be az árakba.

Eredményeink szerint az áfaemelés 1-2 hónapon belül jelentkező hatása meghaladja a hosszabb távú árszínvonal-emelkedést, mivel az üzletek egyes későbbre tervezett ár-emeléseket már az áfaemelés okozta áremeléssel egy időben végrehajtanak. Ugyancsak figyelemre méltó, hogy az áfaemelés az emelés által közvetlenül nem érintett termékek árát is növeli.

¹ A 2006. szeptemberi áfaemelés például csak a 2006. szeptember–2007. augusztus között publikált inflációs számokat befolyásolja (2006 szeptemberében például úgy, hogy a számított inflációs adat az érintett termékeknél a 2006. szeptemberi, 20%-os áfakulcs melletti fogyasztói árakat a 2005. szeptemberi, 15%-os áfakulcs melletti fogyasztói árakkal veti össze), 2007 szeptemberétől viszont nincs közvetlen hatása az árindekre.

² Az áfakulcsok megváltozása esetén – amint ezt majd az eredményeink is igazolják – egyáltalán nem automatikus a termékek és szolgáltatások átárzódása. Az erős piaci versenynek kitett vállalatok például áfaemelés esetén jellemzően kisebb mértékben emelik az árakat, mint a nem versenyző vállalatok.

I. táblázat

Az áfakulcsok változása Magyarországon 2004-2006 között

	felső	középső	alsó
2003. december 31-ig	25%	12%	0%
2004. január 1-jétől	25%	15%	5%
2006. január 1-jétől	20%	15%	5%
2006. szeptember 1-jétől	20%		5%

Bizonyos termékkörökben (pl. tartós fogyasztási cikkek) egyes termékeknél megfigyelhető, hogy már az áfa-csökkentés hatálybalépése előtt csökkennek a fogyasztói árak, de ez nem általános jelenség. Áfaemelés esetén pedig egyáltalán nem mutatható ki, hogy a boltok az áfaemelésre készülve már az emelés hatálybalépése előtt megemelnék az árakat.

ADATBÁZIS ÉS MÓDSZERTAN

Vizsgálatainkat a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) fogyasztóiárindex-számításhoz használt bolti szintű árfelírásai alapján végeztük el.

A KSH minden hónapban közzéteszi az infláció adott hónapra számított mértékét, amelyet egy ún. fogyasztói kosár fogyasztói árának (1 hónap, ill. 1 év alatt bekövetkezett) megváltozása alapján határoz meg. A fogyasztói kosárban azok a termékek és szolgáltatások szerepelnek, amelyeket a lakosság a leggyakrabban vásárol, a rájuk költött jövedelemnek megfelelő súlyozással. A fogyasztói kosárban szereplő termékek és szolgáltatások listája, valamint azok súlyozása a fogyasztói szokások változásával párhuzamosan évről évre változik.

Az említett fogyasztói kosár részletességét jól jellemzi, hogy 2006-ban a KSH 896 darab szűken definiált terméket és szolgáltatást (ún. „reprezentáns”) szerepeltetett benne. Ezek közül 770 reprezentáns áralakulását elemezzük, amelyek együttes fogyasztói kosárbeli súlya 2006-ban 76,99%. A kihagyott termékek vagy szabályozott árúak (pl. óvodai és iskolai étkezés, villamos energia, vezetékes gáz, autópálya-matrica), vagy a KSH adatgyűjtési módszere nem teszi lehetővé esetükben árazási kérdések vizsgálatát (pl. új és használt autók).

Az adatbázisunk tehát 770 reprezentánsnak a különböző eladási helyeken felírt árait tartalmazza 2002. január és 2006. május között, havi gyakorisággal. Például a „csontos

rövidkaraj szűzpecsenyével” reprezentáns esetében az említett időszakban összesen 6887 darab, 158 különböző árusítóhelyről származó megfigyelésünk van.³ Ennél a reprezentánsnál tehát az adatbázis boltonként átlagosan (6887/158=) 43,6 árfelírást tartalmaz, de a 158 bolt közül 102-ben az időszak minden hónapjából, a teljes 53 hónapos megfigyelési időszakból van adatunk. Az adatbázisban szereplő összes reprezentánsra igaz, hogy a megfigyelt boltok listája jórészt változatlan, ezért a meglévő árfelírásokból jól nyomon követhető a különböző reprezentánsok bolti szintű áralakulása, valamint a különböző boltok árazási magatartása.

Az adatbázisban reprezentánsokként átlagosan kb. 4791 megfigyelés szerepel, vagyis az összes megfigyelésszám megközelíti a 3,7 milliót (770 x 4791).

Az áfakulcsok változásának inflációra gyakorolt hatását egy egyszerű statisztikai modell alapján számszerűsítettük. Ennek a modellnek az a kiindulópontja, hogy a reprezentánsok megfigyelt átlagárának az előző havi átlagárhoz viszonyított megváltozása az egyedi boltok ár-növeléseiből és árcsökkentéseiből tevődik össze, és hogy az átlagos ár-változásban különválasztható az árcsökkentések és az ár-növelések hatása:

$$\begin{aligned} \text{Átlagos árváltozás} &= (\text{Árnövelő boltok aránya}) \times \\ &\quad \times (\text{Árnövelés átlagos mértéke}) - \\ &\quad - (\text{Árcsökkentő boltok aránya}) \times \\ &\quad \times (\text{Árcsökkentés átlagos mértéke}). \end{aligned}$$

Tehát ha például egy adott hónapban a megfigyelt boltok 20%-a növelte az árát átlagosan 12%-kal, valamint a megfigyelt boltok 5%-ában csökkent az ár átlagosan 8%-kal, akkor az átlagos árváltozás $(0,2) \times (12\%) - (0,05) \times (8\%) = 2\%$ -os volt.

Feltételezésünk szerint az áfakulcsok változása a fenti egyenlet jobb oldalán szereplő négy tényezőtől keresztül

³ Az említett 158 bolt az ország egész területét lefedi abban az értelemben, hogy minden megye képviselteti magát közöttük (a boltok közül 21 budapesti, 8 Baranya megyei stb.).

fejti ki a hatását. Áfaemelés esetén például valószínűsíthető, hogy

- az árnövelő boltok aránya növekszik és az árcsökkentő boltok aránya csökken;
- az árnövelő boltok átlagos áremelése, valamint az árcsökkentő boltok átlagos árcsökkentése megváltozik.

A minél megbízhatóbb becslés érdekében az áfaemelés árakra gyakorolt hatását olyan formában írtuk fel, amelyben minden elemet pontosan becsülni tudunk. Például a *boltok megnövekedő áremelési hajlandóságán keresztül* az árszínvonal áfaemelés miatti növekedése így írható fel:

$$\begin{aligned} & \text{Árszínvonal áfaemelés miatti növekedése (növekvő áremelési hajlandóság miatt) =} \\ & = (\text{Árnövelő boltok eredeti aránya}) \times (\text{Átlagos növelés mértékének növekedése}) + \\ & + (\text{Árnövelő boltok aránynövekedése}) \times (\text{Eredeti átlagos árnövelés}) + \\ & + (\text{Árnövelő boltok aránynövekedése}) \times (\text{Átlagos árnövelés mértékének növekedése}).^4 \end{aligned}$$

Áfaemelés esetén ugyanígy számszerűsíthető a *boltok csökkenő árcsökkentési hajlandóságán keresztül* érvényesülő hatás. Összességében az áfaemelés árfelhajtó hatása tehát teljes egészében kiszámolható, ha megbecsüljük:

- az árcsökkentő és árnövelő boltok eredeti (áfaemelés nélküli) arányát;

- az átlagos árcsökkentés és átlagos árnövelés eredeti (áfaemelés nélküli) mértékét;
- az áremelő boltok arányának áfaemelés miatti megnövekedését, valamint az árcsökkentő boltok arányának áfaemelés miatti csökkenését;
- az átlagos áremelés mértékének, valamint az átlagos árcsökkentés mértékének áfaemelés miatti megváltozását.

A rendelkezésünkre álló adatbázis alapján statisztikai-ökonometriai módszerekkel 1-3 hónapos időtávon ezek mindegyike jól becsülhető.⁵ Figyelembe véve, hogy a különböző termékek árazására különböző hatást gyakorolhat az áfakulcs megváltozása (például a piaci verseny erősségének különbözősége miatt), ezeket a mennyiségeket külön-külön megbecsültük az összes, adatbázisban szereplő reprezentánsra, majd a reprezentánsok szintjén számítottuk ki az áfaváltozás árszínvonalra gyakorolt hatását. Az összhatást a termékszintű hatások fogyasztóikosár-beli súlyokkal súlyozott átlagaként határoztuk meg.

A 2004. JANUÁRI ÁFAEMELÉS INFLÁCIÓS HATÁSA

2004. január 1-jétől a 12%-os középső áfakulcs 15%-osra emelkedett, ami az adatbázisunkban szereplő 770 reprezentáns közül 213-at érintett. Az érintett reprezentánsok között túlsúlyban vannak az élelmiszerek, ezenkívül jelentősebb még a szolgáltatások, valamint a háztartási energia és egyéb cikkek közé tartozó termékek súlya. Az érintett ruházatkodási cikkek fogyasztóikosár-beli súlya elhanyagol-

2. táblázat

A 2004. januári középső áfakulcs-emelés által érintett reprezentánsok termékcsoportok szerinti megoszlása

Termékcsoportok	Érintett reprezentánsok	
	száma	fogyasztói kosárbeli súlya
Élelmiszerek, szeszes italok és dohányárúk	154	18,52
Ruházkodási cikkek	2	0,03
Tartós fogyasztási cikkek	0	0,00
Háztartási energia, egyéb cikkek	28	3,66
Szolgáltatások	29	3,27
ÖSSZESEN	213	25,48

⁴ A fenti számpéldához visszatérve: tegyük fel, hogy áfaemelés hiányában a boltok 20%-a emel árat átlagosan 12%-kal, és áfaemelés esetén a boltok 50%-a átlagosan 10%-kal. Ekkor a boltok megnövekedett áremelési hajlandóságán keresztül érvényesülő árnövekedés $(0,5) \times (10\%) - (0,2) \times (12\%) = 2,6\%$. A felbontás szerint ez az alábbiakból tevődik össze: egyrészt a boltok egyébként is emelő 20%-a átlagosan 2%-kal kisebb mértékben emel: $(0,2) \times (-2\%) = -0,4\%$ (első tag). Másrészt viszont a boltok kizárólag az áfaemelés miatt emelő 30%-a 0 helyett 10%-kal emel: $(0,3) \times 10\% = 3\%$ (második és harmadik tagok összege). Az összhatás tényleg 2,6%.

⁵ A megfigyelési időszak rövideje (kb. 4,5 év) miatt az 1–3 hónapnál hosszabb hatások becslése bizonytalanná válik. Az ismertetett rövid távú hatások leginkább az áfaváltoztatás után beérkező inflációs adatok helyes megítélését segíthetik elő.

3. táblázat

A 2004. januári középső áfakülsőemelés becsült inflációs hatása az emelés által érintett termékekre

(termékcsoportonként)

Termékcsoportok	CPI-súly	Áfaemelés miatti árnövekedés			Fogyasztóiár-indexre gyakorolt hatás		
		1 hónap	2 hónap	3 hónap	1 hónap	2 hónap	3 hónap
Élelmiszerek, szeszes italok és dohányárúk	18,520	2,72	3,31	2,95	0,50	0,61	0,55
Ruházkodási cikkek	0,033	0,40	0,58	-0,38	0,00	0,00	0,00
Tartós fogyasztási cikkek	0,000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Háztartási energia, egyéb cikkek	3,659	1,55	1,70	1,16	0,06	0,06	0,04
Szolgáltatások	3,268	0,54	1,08	1,48	0,02	0,04	0,05
Összesen	25,480	2,27	2,79	2,50	0,58	0,71	0,64

ható, a tartós fogyasztási cikkek közül pedig egyet sem érintett a 2004. januári áfaemelés.

Ha 2004 januárjában a boltok egységesen és teljes mértékben áthárították volna az áfaemelést a fogyasztókra, akkor ezáltal $115/112 - 1 = 2,68\%$ -kal növekedett volna az árszínvonal. Az egyes reprezentánsok esetében megfigyelt inflációs hatásokat tehát ehhez az „elméleti” értékhez kell viszonyítanunk.

Az előző részben leírtak szerint reprezentáns csoportonként külön-külön becsültük az áfaemelés inflációs hatását. Az áfaemelés 2004. januári inflációs adata gyakorolt hatása – termékcsoportok szerinti bontásban – a 3. táblázatban látható.

Az eredmények szerint a középső áfakulcs 2004. januári emelése leginkább az élelmiszerek árára hatott: 1, 2 és 3 hónapos időtávon átlagosan 2,72, 3,31 és 2,95%-kal emelte az érintett termékek árát. Ez önmagában 0,50, 0,61, illetve 0,55 százalékponttal növelte a fogyasztóiár-indexet. Figyelemre méltó az áfaemelés élelmiszerárakra gyakorolt hatásának időbeli lefutása: az áfaemelés hatása 2 hónap alatt a legnagyobb, majd 3 hónap alatt már valamelyest kisebb. Ez azzal magyarázható, hogy az áfaemelés miatt olyan boltok is az áremelés mellett döntöttek, amelyek áfaemelés hiányában nem változtattak volna az áraikon. Áfaemelés nélkül ezek a boltok csak csekély mértékű ár-emelést láttak volna szükségesnek, aminek a költségei

meghaladták volna az áremelés várható hasznát.⁶ Az áfaemelés miatt azonban a szükséges áremelés mértéke elég nagy lett ahhoz, hogy érdemes legyen vállalniuk az áremeléssel járó költségeket. A ténylegesen bekövetkezett áremelés így azonban nemcsak az áfa mértékét tartalmazta, hanem a kismértékű, áfaemelés hiányában nem megvalósuló áremelési szándékot is. Ez utóbbi áremelési szándékok többsége persze valamivel később áfaemelés nélkül is bekövetkezett volna (amikor a boltok által szükségesnek tartott ár már jelentősen eltért volna tényleges ártól). Összességében tehát az áfaemelés miatt a boltok egy része előrehozta a később egyébként is megvalósuló áremeléseit. Ez az *előrehozott áremelés* magyarázhatja az áfaemelés élelmiszerárakra gyakorolt hatásának időbeli lefutását.⁷

A többi termékcsoport esetében viszonylag nagy, 1,5% körüli hatást figyeltünk meg a „háztartási energia, egyéb cikkek” kategóriában, míg a szolgáltatások és a ruházkodási cikkek esetében az átlagos hatás kisebb (bár a szolgáltatások esetében idővel növekvő). Összességében – a fogyasztóiár-indexre gyakorolt hatása majdnem teljes egészében az élelmiszerek árszintnövekedéséből származik: a teljes hatás 1, 2 és 3 hónapos időtávon 0,58, 0,71, illetve 0,64 százalékpont.

A 2004. januári áfaemeléssel kapcsolatban azt is megvizsgáltuk, hogy vajon az emelés hatott-e az általa *nem érintett*

⁶ Az áremelésnek a közvetlen költségeken túl (például új katalógusok nyomtatása) közvetett költségei is lehetnek. Ide tartozik többek között a vevők meggyőzése arról, hogy az áremelés indokolt volt, és továbbra is megéri az adott boltban vásárolniuk. A felmerülő költségek miatt a boltok jellemzően nem változtatják túl gyakran az árakat, és a ténylegesen megfigyelt ár eltérhet attól, amit a boltok árváltoztatási költségeik nélkül indokoltnak tartanának. A szövegben ez utóbbi ár és a tényleges ár különbségét nevezzük szükséges árváltoztatásnak.

⁷ Felhívjuk a figyelmet arra, hogy az itt tárgyalt előrehozott áremelés nem ugyanaz, mint a későbbiekben tárgyalt előrehozott áfaemelés. *Előrehozott áremelésnél* ugyanis arról van szó, hogy a boltok az áfaemelés *hatálybalépésekor* későbbre tervezett áremeléseket is megvalósítanak (az áfaemelés miatti áremeléssel együtt). Előrehozott áfaemelés alatt ezzel szemben azt értjük, hogy az áfaemelés hatását a boltok már a *hatálybalépés előtt* érvényesítik.

4. táblázat

A 2004. januári középső áfakülsőemelés becsült inflációs hatása az emelés által nem érintett termékekre

(termékcsoportonként)

Termékcsoportok	CPI-súly	Áfaemelés miatti árnövekedés			Fogyasztóiár-indexre gyakorolt hatás		
		1 hónap	2 hónap	3 hónap	1 hónap	2 hónap	3 hónap
Élelmiszerek, szeszes italok és dohányárúk	3,778	0,77	1,20	1,58	0,03	0,05	0,06
Ruházkodási cikkek	5,272	0,13	1,00	0,52	0,01	0,05	0,03
Tartós fogyasztási cikkek	4,976	0,39	0,64	0,53	0,02	0,03	0,03
Háztartási energia, egyéb cikkek	10,925	0,34	0,25	0,53	0,04	0,03	0,06
Szolgáltatások	11,301	0,56	1,25	1,47	0,06	0,14	0,17
Összesen	36,251	0,48	0,84	1,01	0,16	0,30	0,34

termékek és szolgáltatások árszínvonalára. A nem érintett termékek⁸ áraira gyakorolt hatások – ismét termékcsoportok szerinti bontásban – a 4. táblázatban láthatók.

Az eredményekből megállapítható, hogy azon termékcsoportok esetében – élelmiszerek, szolgáltatások – figyelhető meg a legnagyobb (1%-ot meghaladó) hatás, amelyeken belül a leginkább keverednek az áfaemelés által érintett és nem érintett reprezentánsok. Ez azzal magyarázható, hogy termékcsoportokon belül, ahol vélhetőleg az egyes termékek közelebbi helyettesítói egymásnak, az egyes termékek relatív árszínvonala hosszabb távon független a relatív áfataralomtól. Összességében megállapítható, hogy (nagyobb fogyasztói kosárbeli súlyuk miatt) a nem érintett termékek esetében megfigyelhető hatás érzékelhető mérték-

ben, 2-3 hónapos időtávon kb. 0,3 százalékponttal növelte a fogyasztóiár-indexet. Vagyis a 2004. januári áfaemelés az itt vizsgált piaci termékeken keresztül kb. 1 százalékponttal – egészen pontosan 1, 2 és 3 hónapos időtávon 0,74, 1,01, illetve 0,98 százalékponttal – emelte a 2004 elején mért fogyasztóiár-indexeket.⁹

A 2006. JANUÁRI ÁFACSÖKKENTÉS INFLÁCIÓS HATÁSA

2006. január 1-jétől a felső áfakulcs 25%-ról 20%-ra mérséklődött. Az adókulcs mérséklése által érintett termékek közül az élelmiszerek és a nem szabályozott árú energia súlya a legnagyobb, de a változás a többi termékcsoportból is számos terméket és szolgáltatást érintett.

5. táblázat

A 2006. januári felső áfakülsőcsökkentés által érintett reprezentánsok termékcsoportok szerinti megoszlása

Termékcsoportok	Érintett reprezentánsok	
	száma	fogyasztóiár-beli súlya
Élelmiszerek, szeszes italok és dohányárúk	63	12,53
Ruházkodási cikkek	136	4,26
Tartós fogyasztási cikkek	72	4,91
Háztartási energia, egyéb cikkek	160	15,17
Szolgáltatások	47	8,74
Összesen	478	45,60

⁸ A nem érintett termékek között nem szerepeltettük az alkohol- és dohánytermékeket. Ennek az az oka, hogy bár ezen termékek áfakulcsa 2004 januárjában nem változott, a rájuk kivetett jövedéki adó mértéke viszont módosult, így adótartalom-változás szempontjából nem tekinthetők „nem érintett”-nek. Kihagytuk továbbá a nem érintett termékkörből a járműüzemanyagokat is, mivel az áfahatást nem tudtuk elkülöníteni a 2004 elején (és általában is) megfigyelhető heves világgiazi ármozgások hatásától. A kihagyott termékek (alkohol, dohány, járműüzemanyag) együttes fogyasztóiár-beli súlya jelentős, 13,495%.

⁹ Ha ehhez még hozzáadjuk a szabályozott termékek (sokszor automatikus, áfanöveléssel megegyező mértékű) árnövekedését, akkor az összhatás természetesen ennél még nagyobb.

6. táblázat

A 2006. januári áfacsökkentés becsült inflációs hatása a csökkentés által érintett termékekre

(termékcsoportonként)

Termékcsoportok	CPI-súly	Áfacsökkenés miatti árváltozás			Fogyasztóiár-indexre gyakorolt hatás		
		előrehozás	1 hónap	2 hónap	előrehozás	1 hónap	2 hónap
Élelmiszerek, szeszes italok és dohányárúk	12,528	0,19	-0,43	-0,61	0,02	-0,05	-0,08
Ruházkodási cikkek	4,256	0,42	-1,86	-0,75	0,02	-0,08	-0,03
Tartós fogyasztási cikkek	4,912	0,29	-1,69	-1,67	0,01	-0,08	-0,08
Háztartási energia, egyéb cikkek	15,173	-0,15	-1,32	-1,63	-0,02	-0,20	-0,25
Szolgáltatások	8,736	0,41	0,22	-0,09	0,04	0,02	-0,01
Összesen	45,604	0,15	-0,87	-0,97	0,07	-0,40	-0,44

Az áfaemeléshez hasonlóan a csökkentés esetében is egyszerűen kiszámítható, hogy az áfacsökkentés teljes körű és azonnali begyűrűzése esetén az érintett termékek ára 4 százalékkal (120/125-1) csökkent volna.

Az áfacsökkentés tényleges, becsült hatását a 6. táblázat tartalmazza. Az eredmények alapján szembetűnő, hogy a boltok átlagosan az áfacsökkentés mértékének csak a negyedével mérsékeltek az érintett termékek árát, ami lényegesen kisebb annál, mint ahogy az áfaemelésre reagáltak. A szolgáltatások árai például az áfacsökkentés hatására szinte egyáltalán nem mérséklődtek. Legnagyobb mértékben a tartós fogyasztási cikkek ára csökkent, de a csökkenés mértéke még itt sem érte el a két százalékot.

Marketingszempontról a piaci részesedés érdekében elvileg egyes boltok számára kifizetődő lehet az árat már az áfacsökkentés előtt mérsékelni (előrehozott áfacsökkentés). Ezzel a lehetőséggel 2005 végén valóban élt néhány, elsősorban elektronikai terméket értékesítő áruházlánc. A becslésünk alapján azonban ez a magatartás nem volt általános, és ezért ennek az árindexre nem volt kimutatható hatása.

Összességében tehát az áfacsökkentés – legalábbis rövid távon – javarészt az üzletek profitját növelte. Az üzletek árazási magatartásának elemzésénél azonban figyelembe kell venni, hogy a legtöbb termék ára hosszabb távon emelkedik. Ennek megfelelően, ha egy üzlet nem csökkentette egy termék árát, azzal egy későbbi áremelést is megspórolt. Ez a magatartás különösen akkor lehet indokolt, ha az adott termék inflációja viszonylag magas, így a következő áremelésre várhatóan rövid időn belül sor fog kerülni. Erre a jelenségre lehet példa az áfacsökkentés szolgáltatásokra, illetve tartós fogyasztási cikkekre gyakorolt hatá-

sának a különbözősége: a hosszú idő óta magasabb inflációjú szolgáltatászektorban sokkal kisebb volt az áfacsökkentés rövid távú hatása, mint a tartós fogyasztási cikkek esetében.¹⁰

KÖVETKEZTETÉSEK

Ebben az írásban a 2004. januári áfaemelés, valamint a 2006. januári áfacsökkentés inflációra gyakorolt hatását vizsgáltuk egyedi boltokról rendelkezésünkre álló áradatok alapján. Bár a két lépés által érintett termékek köre különböző, eredményeinkből néhány általános következtetés mégis leszűrhető.

A 2004. januári áfaemelés, valamint a 2006. januári áfacsökkentés közös jellemzője, hogy az adókulcsok megváltozásának hatása nem azonnal, és nem automatikusan csapódik le a különböző boltok által meghatározott árakban: mindkét esetben igaz, hogy a boltok nem teljeskörűen, és nem is feltétlenül az áfaváltozás mértékének megfelelően változtatják az árakat.

Az áfaemeléskor és -csökkentéskor megfigyelhető legfontosabb eltérés a reakciók mértékében és időzítésében tapasztalható. Míg az áfaemelést a boltok nagy része viszonylag hamar beépíti az áraiba, áfacsökkentés esetén az árak csupán az áfacsökkentés által indokolt negyedével mérséklődnek. Áfaemeléskor továbbá azt tapasztaltuk, hogy a boltok egy része későbbre tervezett áremeléseket hoz előre, és ez befolyásolja az áfaemelés hatásának időbeli lefutását: az áfaemelés 2 hónapos időtávon növelte a legnagyobb mértékben az árszínvonalat, 3 hónap alatt már kisebb volt a hatása. Áfacsökkentés esetén nem tapasztalunk hasonló dinamikát.

¹⁰ Ez persze más tényezőkkel is magyarázható. A tartós fogyasztási cikkek esetében például valószínűleg sokkal élesebb a verseny, mint a szolgáltatászektorban.

Egyes erős versenynek kitett szektorokban (pl. tartós fogyasztási cikkek) megfigyelhető, hogy az áfacsökkentés hatása már annak hatálybalépése előtt jelentkezik, ugyanakkor áfaemeléskor nem találtunk erre utaló jeleket. Ezt a jelenséget az magyarázhatja, hogy míg az áfacsökkentés előrehozásával az azt alkalmazó boltok versenyelőnyre tehetnek szert, addig az áfaemelés előrehozása éppenséggel versenyhátrányt okoz. Mindazonáltal az áfaváltoztatás hatálybalépés előtti érvényesítése sem áfaemeléskor, sem áfacsökkentéskor nem volt általános jelenség.

Az áfaváltoztatás hatással lehet az általa nem érintett termékek áraira is. Ez különösen akkor lehet erős, ha a szóban forgó nem érintett terméknek vannak olyan közeli helyettesítői, amelyek a változtatás által érintettek közé tartoznak. A 2004. januári áfaemelést követő első negyedévben például ez a hatás kimutathatóan (0,2-0,3 százalékponttal) növelte a fogyasztóiár-indexet.