

TDK-dolgozat

2024.

Borzi Barbara
Pénzügyi és Számviteli Kar

**A KISKERESKEDELMI ADÓ HATÁSA A KISKERESKEDELMI
SZEKTORRA**

THE IMPACT OF THE RETAIL SALES TAX ON THE RETAIL SECTOR

Dr. Hegedűs Szilárd

2024.11.04

Tartalomjegyzék

1. BEVEZETÉS	1
2. INFLÁCIÓS NYOMÁS AZ ELMÚLT ÉVEKBEN	2
3. MIT JELENT A KÜLÖNADÓ?.....	4
4. ADÓK CSOPORTOSÍTÁSA – A KISKERESKEDELMI ADÓK VONATKOZÁSÁBAN ...	6
4.1. AZ ADÓK MÉRTÉK SZERINTI CSOPORTOSÍTÁSA.....	6
4.2. AZ ADÓK ALANY SZERINTI CSOPORTOSÍTÁSA.....	8
4.3. AZ ADÓK RENDELKEZÉSI JOG SZERINTI CSOPORTOSÍTÁSA	8
4.4. AZ ADÓK TÁRGYA SZERINTI CSOPORTOSÍTÁSA	9
4.5. AZ ADÓK TEHERVISELŐJE SZERINTI CSOPORTOSÍTÁSA.....	9
4.6. A KISKERESKEDELMI ADÓ CSOPORTOSÍTÁSÁNAK ÖSSZEGZÉSE	10
5. A KISKERESKEDELMI ADÓ	11
5.1. A KISKERESKEDELMI ADÓ BEVEZETÉSÉNEK KÖRÜLMÉNYEI.....	11
5.2. A KORÁBBI ÁGAZATI KÜLÖNADÓ	11
5.2.1. A korábbi ágazati különadó bemutatása	11
5.2.2. A korábbi ágazati különadó gazdasági hatásai	12
5.3. KISKERESKEDELMI ADÓ BEMUTATÁSA	13
5.4. A KISKERESKEDELMET SÚJTÓ ADÓ MÉRTÉKÉNEK ALAKULÁSA AZ ELMÚLT ÉVEKBEN	13
5.5. EXTRAPROFIT ADÓ	15
6. KUTATÁS	16
6.1. ANYAG ÉS MÓDSZERTAN.....	16
6.2. VARIANCIAELEMZÉS	17
6.2.1. A kiskereskedelmi adó éves változásai.....	18
6.2.2. A kiskereskedelmi adó nettó árbevételhez és adózott eredményhez viszonyított aránya	
21	
6.2.2.1. A kiskereskedelmi adó és a nettó árbevétel arányának elemzése	21
6.2.2.2. A kiskereskedelmi adó és az adózott eredmény arányának elemzése	23
6.2.3. Kiskereskedelmi adó alakulásának összegzése	24
6.3. A VÁLLALATOK CSOPORTOSÍTÁSA SZERINTI ÖSSZEHASONLÍTÁSOK	24
6.3.1. A vizsgált sokaság összetétele nagyság alapján	25
6.3.1.1. Óriásvállalatok a kiskereskedelmi adó terhe alatt	26
6.3.2. A vizsgált sokaság összetétele tulajdonosi szerkezetük alapján	28
6.3.2.1. Adóteher megoszlása a vállalatok között tulajdonosi szerkezetük alapján	29
6.3.3. A vállalatok tulajdonosi szerkezetének és nagyságának együttes vizsgálata	30
6.3.4. A vállalatok csoportosítása szerinti összehasonlítások összegzése	32
6.4. KLASZTERELEMZÉS	32
6.4.1. A kiskereskedelmi vállalatok klaszterelemzése	33
6.4.2. Klaszterelemzés összegzés	35
6.5. A KUTATÁSOK ÖSSZEHASONLÍTÁSA MÁS SZAKIRODALOMMAL	36
7. A KISKERESKEDELMI ADÓZÁS ÓRIÁSAI	37
7.1. A KISKERESKEDELMI ADÓZÁS ÓRIÁSAINAK KÜLSŐ BESZÁMOLÓELEMZÉSE	38
7.2. LIKVIDITÁSI MUTATÓK	38
7.2.1. Likviditási mutató.....	38
7.2.2. Likviditási gyorsráta.....	40

7.3.	ADÓSSÁGÁLLOMÁNY ELEMZÉSE	43
7.4.	JÖVEDELMEZŐSÉGI MUTATÓK	45
7.5.	KÜLSŐ BESZÁMOLÓ ELEMZÉSEK ÖSSZEGZÉSE	48
8.	A KISKERESKEDELMI ADÓZÁS ÓRIÁSAINAK FELTÉTELEZHETŐ STRATÉGIÁI	49
8.1.	MEGEMELKEDETT KÖLTSÉGEK KOMPENZÁLÁSA	49
8.2.	KERESKEDELMI RANGSOR	50
9.	KÖVETKEZTETÉS, JAVASLAT	52
10.	ÖSSZEGZÉS	53
	HIVATKOZÁSJEGYZÉK	54
	SZAKIRODALOM:	54
	JOGSZABÁLYOK:	56
	EGYÉB INTERNETES FORRÁSOK:	56
	KÉPLETEK JEGYZÉKE:	58

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat: Kiskereskedelmi adó mértéke 2024-ben	7
2. táblázat: Kiskereskedelmi adó alakulása 2020-2023 között (adatok ezer forintban)	19
3. táblázat: A kiskereskedelmi adó és a nettó árbevétel arányának alakulása 2020 és 2023 között	22
4. táblázat: A kiskereskedelmi adó és az adózott eredmény arányának alakulása 2020 és 2023 között	23
5. táblázat: Az adózott eredmények megoszlása a vállalatok mérete szerint 2020 és 2023 között (adatok ezer forintban)	28
6. táblázat: Kiskereskedelmi adóteher megoszlása a vizsgált vállalatok között tulajdonosi szerkezet alapján (adatok ezer forintban).....	30
7. táblázat: Vállalatok megoszlása méretük és tulajdonosi szerkezetük alapján	31
8. táblázat: Vállalatok kiskereskedelmi adó fizetése méretük és tulajdonosi szerkezetük alapján (adatok ezer forintban)	31
9. táblázat: Klaszterelemzés eredményei.....	34
10. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco által fizetett kiskereskedelmi adó 2023-ban (adatok ezer forintban).....	37
11. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco likviditási mutatójának alakulása 2018 és 2023 között	39
12. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco likviditási gyorsrátájának alakulása 2018 és 2023 között	40
13. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco rövid távú dinamikus likviditásának alakulása 2018 és 2023 között.....	41
14. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco üzemi (üzleti) tevékenységének alakulása 2018 és 2023 között	42
15. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco adósságállomány arányának alakulása 2018 és 2023 között..	44
16. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco saját tőke arányának alakulása 2018 és 2023 között	44
17. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco ROE mutatójának alakulása 2018 és 2023 között	46
18. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco ROA mutatójának alakulása 2018 és 2023 között.....	46
19. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco adózott eredményének alakulása 2018 és 2023 között.....	46
20. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco mérleg főcsoportjainak és csoportjainak alakulása 2023-ban (adatok millió forintban)	47
21. táblázat: SPAR boltszámok alakulása 2020 és 2023 között	50
22. táblázat: Kiskereskedelmi toplista szerinti rangsor 2018 és 2023 között	51

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A fogyasztói árak változása az uniós tagországokban	2
2. ábra: Az adók csoportosítása	6
3. ábra: Az adók mértékük szerinti csoportosítása	7
4. ábra: A kiskereskedelmi adó mértékének alakulása 2024-ben	8
5. ábra: A kiskereskedelmi adó mértékének alakulása 2020 és 2024 között	14
6. ábra: Kiskereskedelmi adót fizető vállalatok számának alakulása 2020 és 2023 között	18
7. ábra: Kiskereskedelmi üzletek számának alakulása 2020 és 2023 között	19
8. ábra: A vizsgált vállalatok méret szerinti megoszlása 2023-ban	25
9. ábra: A vizsgált vállalatok közötti kiskereskedelmi adóteher megoszlás 2023-ban	26
10. ábra: A vizsgált vállalatok összes nettó árbevétele és kiskereskedelmi adófizetése 2023-ban	27
11. ábra: A vizsgált vállalatok tulajdonosi szerkezet szerinti megoszlása 2023-ban	29
12. ábra: Klaszter modell összefoglaló, klaszter minőség	33

1. BEVEZETÉS

A kiskereskedelmi adóról beszélni Magyarországon kiemelt fontosságú és aktuális téma, hiszen jelentős hatással van az ország gazdasági szerkezetére, valamint a kiskereskedelmi szektorban tevékenykedő vállalatok működésére. Az adózási rendszer ezen eleme nem csak a szakmai fórumokon kap kiemelkedő figyelmet, hanem az elmúlt években a mindennapi élet részévé vált.

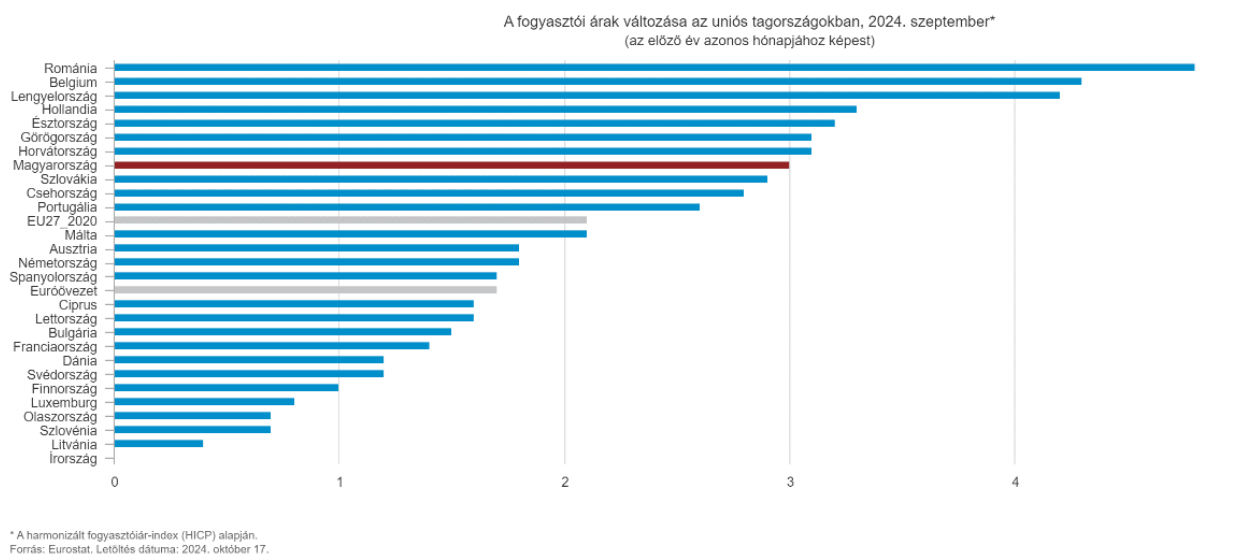
Az adónem kapcsán azonban a vállalati szféra szemszögéből is érdemes elemezni a kiskereskedelmi adó következményeit. Éppen ezért a tanulmány célja, hogy rávilágítson arra, milyen hatást gyakorol a kiskereskedelmi adó az érintett vállalatokra, beleértve a hazai és nemzetközi cégeket is. A témával kapcsolatos viták egyik központi eleme az, hogy a külföldi multinacionális vállalatok gyakran „igazságtalannak” ítélik meg ezt az adónemet. Ennek háttérében áll, hogy úgy vélik, a vizsgált adónem kedvezőtlen piaci feltételeket teremt számukra, egyes esetekben akár veszteséges működésre is kényszerítve őket.

Ennek kapcsán az elmúlt időszakban kiemelt figyelem hárult a kérdéskörre, rávilágítva azokra a feszültségekre, amelyeket a kiskereskedelmi adó kapcsán az abban érintett vállalatok az elmúlt években tapasztaltak.

A kutatás célja annak vizsgálata, hogy hogyan oszlik meg a kiskereskedelmi adó terhe a különböző vállalati csoportok között, különös figyelmet fordítva a vállalatok méretére és tulajdonosi szerkezetére.

2. INFLÁCIÓS NYOMÁS AZ ELMÚLT ÉVEKBEN

Az infláció az elmúlt években világszerte elszabadult. Az Európai Unióban a fogyasztói áraknál folyamatos növekedés volt tapasztalható, azonban az egyes uniós országokban különböző mértékben történt a növekedés. Uniós viszonylatban Magyarország az élvonalban áll, hiszen nálunk a nyolcadik legmagasabb a harmonizált fogyasztóiár-index (HICP) (KSH Monitor, 2024. szeptember). A HICP egy olyan mutató, amely az infláció mértékét méri és lehetővé teszi az országok közötti összehasonlítást. Az infláció pedig a háztartások által a fogyasztási cikkekért és szolgáltatásokért fizetett árak időbeli változását jelenti (EUROSTAT).



Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

1. ábra: A fogyasztói árak változása az uniós tagországokban

A COVID-19 járványt követően Magyarországon az infláció több összetett gazdasági és társadalmi tényező együttes hatásaként alakult ki.

Az infláció egyik kiváltó oka volt az aggregált kereslet gyors helyreállása, amelyet az ellátási láncok zavarai, valamint az élelmiszer- és energiaárak jelentős növekedése csak tovább súlyosbított (Goryunov et al., 2023). Ezek a gazdasági sokkok tovább növelték az inflációs nyomást, komoly kihívást jelentve a gazdaságpolitikai döntéshozók számára, akiknek egyszerre kellett a gazdasági stabilitást biztosítaniuk és az inflációt kezelniük (Knicker et al., 2023).

A pandémia tehát jelentős gazdasági bizonytalanságot okozott, amely gyengítette a monetáris politika inflációra gyakorolt hatékonyságát is (Prabheesh et al., 2022). Noha a Magyar Nemzeti Bank beavatkozásai bizonyos mértékben hozzájárultak az infláció mérsékléséhez, a

járvány által előidézett negatív gazdasági hatások továbbra is meghatározóak maradtak, és tartós inflációs kihívásokat eredményeztek (Long et al., 2021).

Az inflációt fokozó tényezők között jelentős szerepet játszott továbbá a 2022-ben kitört orosz-ukrán konfliktus, amely az energiaárak további emelkedéséhez vezetett. Az energiaimport költségeinek növekedése meglehetősen súlyosbította Magyarország gazdasági helyzetét, mivel az energiafüggőség révén az ország érzékeny volt az ellátási zavarokra és az árak ingadozására (Cui, 2023). Az energiaárak inflációs hatása azonban részben mérséklődött a termelés visszaesése miatt (Erer, 2023).

A pandémia utáni időszakban egy új inflációs jelenség is megjelent, a „greedflation”, amely arra utal, hogy a vállalatok piaci hatalmukat kihasználva növelték profitmarzsaikat az inflációs környezetben, függetlenül attól, hogy költségeik valóban megemelkedtek-e. Ez az árképzési gyakorlat különösen súlyosan érintette a fogyasztókat az élelmiszer- és lakhatási kiadások terén, tovább nehezítve megélhetési költségeiket (Chen et al., 2024). A folyamatot pedig markánsan erősítette, hogy a vállalatok a járvány okozta gazdasági felfordulás elmúltával is fenntartották azokat a megemelt árakat, amelyet piaci erejük és alkalmazkodási képességük tett lehetővé (Davis, 2024).

Ezen tényezők együttesen eredményezték azt, hogy Magyarország inflációs üteme jelentősen meghaladta a régiós és európai átlagot (Palócz, 2023). A kiskereskedelmi különadó is ebben a gazdaságilag nehéz időszakban került bevezetésre, tovább növelve az inflációt.

Mindezek alapján a tanulmány középpontjában a kiskereskedelmi különadó vizsgálata áll, mint az infláció növekedésének egyik tényezője. A kutatás célja annak feltárása, hogy ez az adónem milyen szerepet játszik a gazdasági környezet alakulásában, kiemelt figyelemmel arra, hogy a kiskereskedelmi szektor egyes területeire milyen mértékű terhelés hárult az elmúlt gazdasági években.

3. MIT JELENT A KÜLÖNADÓ?

A váratlan nyereségadó (windfall tax) olyan adózási eszköz, amelyet a kormányok abban az esetben alkalmaznak, amikor bizonyos vállalatok a gazdasági helyzet váratlan változásaiból aránytalanul nagy nyereségre tesznek szert. Az ilyen típusú adónemek bevezetésének alapja a túlzott profitok megadóztatása, valamint a piaci egyensúlytalanságok kiegyenlítése, különösen olyan ágazatokban, amelyek esetében külső események révén rendkívüli hasznot húznak a vállalatok. A gazdaságpolitikai célok között szerepelhet továbbá a jövedelmi egyenlőtlenségek csökkentése, az állami bevételek növelése, vagy a piaci verseny fenntartása is (Jia et al., 2020).

Ezek az adók sokszor ideiglenesek, és olyan szektorokra irányulnak, amelyek a gazdasági változások révén aránytalanul magas nyereséget érnek el (Cysne, 2000). Az energiaipar egy gyakori példa erre, amikor az olaj- és gázárak hirtelen megugranak, az ebből származó többlet nyereség pedig nem a hatékonyság növekedésének vagy az innovációnak köszönhető, ezért az ilyen jövedelmeket célzott adóztatás alá vonják (Jia et al., 2020).

A különadó tehát olyan speciális teher, amelyet egyes tevékenységekre (például reklám), szereplőkre vagy szektorokra (például kiskereskedelem) vetnek ki, és ezek a szektorok általában jelentős nyereséget termelnek a fogyasztásból (Darák & Lovas, 2023).

Magyarország az ágazati adózás úttörőjének tekinthető, hiszen a magyar kormány nemcsak a bankokra, hanem az energiaszolgáltatásra és a távközlésre is különadót vetett ki. (Krček & Smetanková, 2019.) Az elmúlt évtizedben bevezetett ágazati adók mára a magyar adórendszer megszokott részévé váltak. Ezeket objektív fiskális célokkal vezették be, válaszul az államháztartás kihívásaira és a nemzeti adóztatási hatáskör gyakorlásával indokolva. Az árbevétel alapú különadók mindig bizonyos adóalanyokat céloznak meg, és a nemzetgazdaság meghatározott ágazataiban működő vállalatokra vetik ki őket, hogy ellensúlyozzák a határokon átnyúló adóverseny államháztartásra gyakorolt hatásait. Az elmúlt években néhány ilyen különadó válságadóként működött, időszakosan alkalmazva a válságkezelésre (Varjú&Papp, 2022).

Hasonló céllal vezették be Magyarországon a kiskereskedelmi adót, a különadó egyik típusát, amely a nagyobb forgalmat lebonyolító áruházláncokat és kiskereskedelmi vállalatokat sújtja. Az adó célja egyrészt a költségvetési bevételek növelése, másrészt a hazai és külföldi tulajdonú cégek közötti versenyfeltételek kiegyenlítése. Az ilyen forgalomarányos adók mögött gyakran az az indok, hogy a multinacionális vállalatok piaci dominanciája hátrányos helyzetbe hozza a kisebb, helyi versenytársakat. Az adó nemcsak a piaci egyenlőtlenségeket hivatott enyhíteni, hanem hozzájárul az államháztartási kiadások fedezéséhez is (Bácskai, 2020).

Azonban az ilyen adók alkalmazása bírálatokat is kivált. Egyrészt a vállalatok kevésbé hajlandóak beruházásokra, ha attól tartanak, hogy rendkívüli nyereségüket rendszeresen megadóztatják. Másrészt kétséges lehet, hogy az adóbevételek valóban társadalmi célokat szolgálnak-e, vagy csak a költségvetés feltöltését. A kiskereskedelmi adóval szemben az Európai Unió részéről is megfogalmazódott a kritika, miszerint ez az adónem diszkriminatív lehet a külföldi tulajdonú vállalatokkal szemben, emellett az adó által generált többletköltségek a fogyasztói árak növekedéséhez vezethetnek, így hozzájárulva az infláció fokozódásához (European Commission, 2020).

Összességében a kiskereskedelmi adó eltérően érintheti a piaci szereplőket. Ameddig a nagyobb bevételű vállalatok nagyobb adóterhet viselnek, addig a kisebb szereplők alacsonyabb adómértékkel találkoznak vagy teljes mértékben mentesülnek az adó alól. A vállalatok gyakran áthárítják az adóköltségeket a fogyasztókra magasabb árak formájában, így végső soron ilyen helyzetekben az adóterhet a vásárlók viselik (Deák, 2020).

4. ADÓK CSOPORTOSÍTÁSA – A KISKERESKEDELMI ADÓK VONATKOZÁSÁBAN

Az adókat különböző szempontok szerint lehet csoportosítani. Lehet ezt mértékük, teherviselőjük, alanyuk, tárgyuk és az adóztatási joguk alapján (Lukovszki, 2023). Ezek a tagolások segítenek jobban megérteni az adórendszer sokszínűségét, és azt, hogy a különböző adónemek miként szolgálják az állami bevételek biztosítását különböző gazdasági szinteken, valamint milyen különbségek vannak az adófizetési kötelezettségek között. Ezen csoportosításokat részletezve a 2. ábra mutatja.

Az adók mértéke alapján	Az adók alanya alapján	Adóztatási jog alapján	Az adók tárgya alapján	Az adó teherviselője alapján
• progresszív • degresszív • lineáris	• vállalati adó • lakossági adó	• központi adó • helyi adó	• forgalmi jellegű • jövedelmadó • vagyonadó	• közvetlen (direkt) adó • Közvetett (indirekt) adó

Forrás: Saját szerkesztés Lukovszki Livia: Adózás és adóztatás – Tudatos adózók kézikönyve (2023) alapján

2. ábra: Az adók csoportosítása

4.1. Az adók mérték szerinti csoportosítása

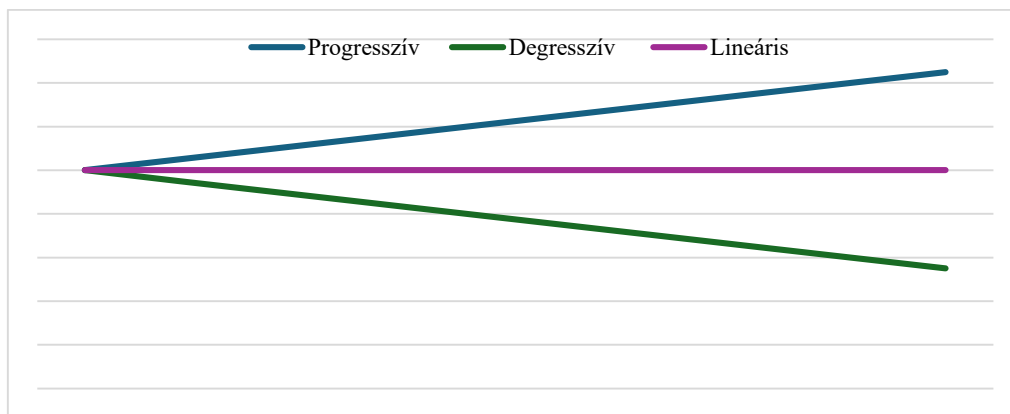
Az adók mértékük szerint háromféleképpen csoportosíthatók: progresszív, degresszív és lineáris adók.

A progresszív adók esetében az adó mértéke a jövedelem növekedésével nő. Ha az adókulcsok egyenletesen növekednek, akkor lineárisan progresszív adóról, viszont abban az esetben, ha az adókulcsok nem egyenletesen, vagyis sávokba rendezve növekednek, akkor sávosan progresszív adóról van szó.

A degresszív adó a progresszív adó ellentéte. Ilyenkor az átlagos adókulcs, vagyis a jövedelem százalékában kifejezett adó összege a jövedelem növekedésével csökken.

A lineáris adó pedig a progresszív és a degresszív adó között helyezkedik el, ebben az esetben egyetlen adókulcs van. Ez azt jelenti, hogy minden adózó a jövedelmének ugyanakkora százalékát fizeti be az államnak, függetlenül attól, hogy mennyi a jövedelme (Varela, 2016).

Az adók mértékük szerinti csoportosítása a 3. ábrán látható.



Forrás: Saját szerkesztés Lukovszki Livia: Adózás és adóztatás – Tudatos adózók kézikönyve (2023) alapján

3. ábra: Az adók mértékük szerinti csoportosítása

Ezek alapján, mivel a kiskereskedelmi adó mértéke a nettó árbevétel növekedésével egyre nő, így egyértelműen progresszív adóról, azon belül pedig sávosan progresszív adóról van szó, hiszen az adókulcsok nem egyenletesen növekednek.

A kiskereskedelmi adósávok 2024-es alakulásával az 1. táblázat foglalkozik, bemutatva a 2024-ben hatályban lévő mértékek alakulását.

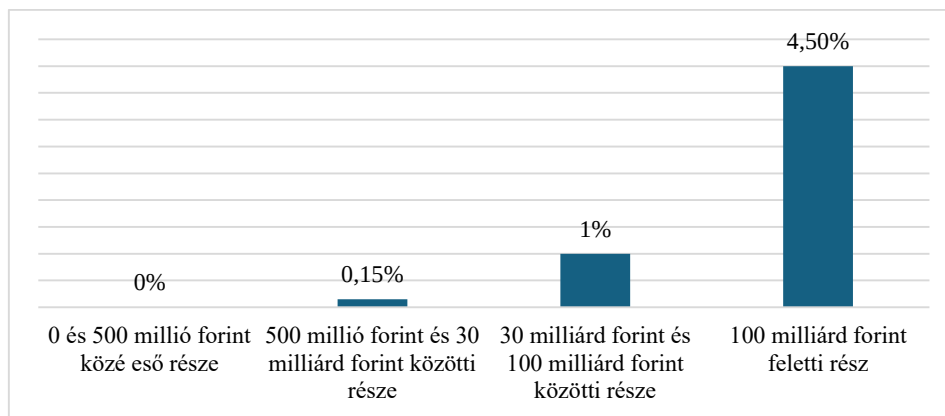
1. táblázat: Kiskereskedelmi adó mértéke 2024-ben

A kiskereskedelmi tevékenységből elért nettó árbevétel utáni adóalap	Az adó mértéke
<i>0 és 500 millió forint közé eső része</i>	0%
<i>500 millió forint és 30 milliárd forint közötti része</i>	0,15%
<i>30 milliárd forint és 100 milliárd forint közötti része</i>	1%
<i>100 milliárd forint feletti rész</i>	4,5%

Forrás: saját szerkesztés a 96. NAV információs füzet alapján (Közzétéve: 2024. 02. 01.)

Az 1. táblázat értelmében adófizetési kötelezettség az 500 millió forint feletti nettó árbevételt elérő, kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalatokra vonatkozik (197/2022. (VI. 4.) Korm. rendelet az extraprofit adókról 21. § (2) bekezdés).

A 4. ábra pedig szemléletesen bizonyítja, hogy sávosan progresszív adónemről beszélünk a kiskereskedelmi adó esetében.



Forrás: saját szerkesztés a 96. NAV információs füzet (Közzétéve: 2024. 02. 01.) alapján

4. ábra: A kiskereskedelmi adó mértékének alakulása 2024-ben

4.2. Az adók alany szerinti csoportosítása

Az adók alanyukat tekintve kettő csoportba sorolhatók: vállalati adók és lakossági adók.

A vállalati adók esetében az adó alanya a gazdálkodó. Ilyen vállalati adónak minősül többek között az általános forgalmi adó, valamint a társasági adó is. A vállalati adók között vannak olyan adók, amelyeket könnyedén át lehet hárítani a fogyasztókra, mint például az általános forgalmi adó esetében. Továbbá akadnak olyan vállalati adók is, amelyeket csak korlátozottan lehet áthárítani a fogyasztókra, mint például a társasági adó (Lukovszki, 2023).

A lakossági adóknál pedig az adó alanya mindig magánszemély. Ilyen adó például a személyi jövedelemadó és az idegenforgalmi adó (Lukovszki, 2023).

A kiskereskedelmi adó ezek alapján vállalati adónak minősül, hiszen a jogszabály szerint a kiskereskedelmi adó alanya az a kül-, vagy belföldi illetőségű személy vagy szervezet, amely üzletszerűen végez adóköteles kiskereskedelmi tevékenységet. (2020. évi XLV. tv. 3. §.)

4.3. Az adók rendelkezési jog szerinti csoportosítása

Az adók aszerint is csoportosíthatóak, hogy ki rendelkezik az adóztatási joggal. Két fő csoportot lehet megkülönböztetni ebben a kategóriában: a központi és a helyi adókat.

A központi adók az államigazgatás központi szerveinek hatáskörébe tartoznak, és a központi költségvetés javára fizetik meg őket. Ezeknek az adóknak az alanyait, alapját, mértékét és részletszabályait a központi szerv határozza meg (Lukovszki, 2023). Ebbe a csoportba tartozik a vizsgált adónem is, hiszen eredetileg a Járványügyi Alap feltöltését szolgálta, az erre vonatkozó szabályokat pedig a központi szerv szabta meg.

A helyi adók pedig a helyi állami szervezetek (önkormányzatok) hatáskörébe tartoznak, és a helyi költségvetés javára fizetik meg őket. Erre példa többek között az építményadó, valamint az idegenforgalmi adó is (Lukovszki, 2023).

4.4. Az adók tárgya szerinti csoportosítása

Az adók tárgyát tekintve három fő típus különíthető el egymástól: jövedelemadók, vagyonadók és forgalmi adók.

A jövedelemadók a magánszemélyek és cégek által megszerzett jövedelmeket adóztatják. Ilyen például a személyi jövedelemadó és a társasági adó (Lukovszki, 2023).

Ezzel szemben a vagyonadók a személyek teljes vagyonát adóztatják, míg a vagyoni típusú adók az egyes vagyontárgyakat terhelik. Ebbe a kategóriába sorolható például a gépjárműadó, építményadó és telekadó (Lukovszki, 2023).

A forgalmi adók pedig a termékek és szolgáltatások fogyasztásához vagy forgalmazásához kapcsolódnak. Ilyenek az általános forgalmi adó, a jövedéki adó és a vizsgált kiskereskedelmi adó is (Lukovszki, 2023).

4.5. Az adók teherviselője szerinti csoportosítása

Az adókat teherviselőjük alapján két csoportba lehet besorolni: közvetlen és közvetett adók.

A közvetlen, vagy másnéven direkt adók elsősorban a természetes személyeket (pl. magánszemélyeket) terhelő adók, és jellemzően az adófizető jövedelem, fogyasztás vagy nettó vagyon alapján mért fizetési képességen alapulnak. Ezek az adók az egyén körülményeitől, például az eredménytől vagy a jövedelemtől függően változnak. Ebben az esetben az adóalany és az adó teherviselője ugyanaz a személy, tehát az adó közvetlenül az adóalanyt terheli. Vagyis ilyen helyzetben olyan adóról van szó, amelyben az adót az adóalany közvetlenül az adót kivető hatóságnak fizeti meg. A személyi jövedelemadó, a társasági adó és a vagyonadók mind a közvetlen adók csoportjába tartoznak (Lukovszki, 2023).

A közvetett adókat, vagy más néven indirekt adókat az áruk és szolgáltatások előállítására vagy fogyasztására, illetve a tranzakciókra vetik ki, beleértve az importot és az exportot is. A közvetett adók esetén nem veszik figyelembe az adózó egyéni körülményeit. Itt az adóalany és az adó teherviselője különbözik egymástól. Jellemzően a végső fogyasztó az, aki megfizeti az adót az adóalany számára, amely bele van számítva a vételárba. Az adóalany pedig bevallja és befizeti az adót az állam felé. Példaként említhető az általános forgalmi adó, a jövedéki adó, az

idegenforgalmi adó, valamint a vám is, hiszen ezek mind közvetett adónak minősülnek (Cremer et al., 1997).

A kiskereskedelmi adót teherviselője szerint nehéz behatárolni, hogy direkt vagy indirekt kategóriába tartozik, hiszen nem lehet annyira egyértelműen kijelenteni sem azt, hogy indirekt, sem azt, hogy direkt adóról van szó. Nem lehet ugyanis azt mondani, hogy magától értetődően indirekt adóról beszélünk, mint például az általános forgalmi adó esetében, hiszen nem teljes egészében és nyilvánvalóan áthárítható a végső kifizetőre, ellentétben az előbb említett adó-nemmel. Direktnek pedig akkor nevezhető egy adó, ha az adóalany és az adó teherviselője ugyanaz a személy vagy szervezet. Ebben az esetben törvényileg az adóalany és az adó teherviselője ugyanaz, vagyis a kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalat, és az adóalany az adót közvetlenül a hatóságnak fizeti meg. Azonban egyértelműen indirektnek sem nevezhető a kiskereskedelmi adó abban az esetben, ha az érintett kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalatok próbálkoznak az árakban rejtett módon feltüntetni az adó összegét, hiszen ekkor máris észrevehető a közvetett jelleg. Így tehát a kiskereskedelmi adó technikailag inkább direkt adónak tekinthető, mintsem indirektnek, azonban a vállalatok által megkísérelt áthárítások mértékének köszönhetően az indirekt jelleg ezt vállalatonként eltérővé teheti.

4.6. A kiskereskedelmi adó csoportosításának összegzése

Összegezve, a kiskereskedelmi adó alanya alapján vállalati adónak minősül, hiszen a vizsgált adónem alanya a kiskereskedelmi tevékenységet végző szervezetek. Mértékét tekintve progresszív, azon belül pedig sávosan progresszív formában működik, ahol a nettó árbevétel növekedésével egyre magasabb adókulcsok lépnek életbe. Mivel a központi költségvetés javára történik a kiskereskedelmi különadó megfizetése, ezért központi adónak minősül. Tárgyát tekintve a vizsgált adónem a forgalmi adók a termékek és szolgáltatások fogyasztásához vagy forgalmazásához kapcsolódik, ezért forgalmi jellegű adónak számít. Az adó teherviselője alapján pedig inkább direkt adónak minősül, bár bizonyos esetekben indirekt jellege is lehet, ha a vállalatok megpróbálják az árakba beépíteni ezen adóterhet.

5. A KISKERESKEDELMI ADÓ

5.1. A kiskereskedelmi adó bevezetésének körülményei

A kiskereskedelmi adó 2020-ban egy új adónem volt, amelyet a 109/2020. (IV.14.) Kormányrendelettel vezettek be a gazdaságvédelmi akcióterv érdekében. Az adó a Járványügyi Alap feltöltését szolgálta, sávosan progresszív jellegének köszönhetően főként a nagyobb nettó árbevétellel rendelkező vállalatokat érintette kedvezőtlenül (Nagy & Horváth, 2021).

A kiskereskedelmi adóról szóló kormányrendelet 2020. áprilisában jelent meg, és két héttel később, 2020. május 1-jén lépett hatályba (Magyar Közlöny, 2020). A rövid hatályba lépésig rendelkezésre álló időnek köszönhetően az érintett vállalatoknak gyorsan kellett reagálniuk az újonnan megjelent adótörvényre.

A 2020-ban megjelent kiskereskedelmi adó sok hasonlóságot mutatott a már 2010 és 2012 között is jelen lévő, az egyes ágazatokat terhelő különadó kiskereskedelmi szektort érintő rendelkezéseivel.

5.2. A korábbi ágazati különadó

A magyar költségvetési helyzet a 2010-es évek elején megkívánta az új adók bevezetését. Az egyes ágazatokat terhelő különadóról szóló 2010. évi XCIV. törvényt (ágazati különadó tv.) az Országgyűlés a 2010. október 18-ai ülésén fogadta el és 2010. december 4-én lépett hatályba.

5.2.1. A korábbi ágazati különadó bemutatása

Az ágazati különadók – vagy másnéven a válságadók – bevezetésével a korábbinál nagyobb mértékben kerültek bevonásra a közteherviselésbe egyes szektorok. Az adókötelezettség a törvény értelmében háromféle tevékenységre vonatkozott: a bolti kiskereskedelmi tevékenységre, a távközlési tevékenységre, valamint az energiaellátók vállalkozási tevékenységére.

Ezeket az adókat kifejezetten azokra a szolgáltatási ágazatokra rótták ki, amelyeket nagyvállalatok uraltak és a belföldi piacon tevékenykedtek. Az ilyen ágazatokban keletkező jelentős nyereség, részben a verseny oligopolisztikus jellegének köszönhetően, lehetőséget adott arra, hogy a vállalatok kiegészítő adót fizessenek. Így a kormányzat a különadókon keresztül próbálta javítani a költségvetés helyzetét. A törvény célja továbbá a közteherviselés növelése volt azok számára, akik képesek meghaladni az általános adófizetési kötelezettséget (Nobilis, 2021).

Az egyes ágazatokat terhelő különadóról szóló 2010. évi XCIV. törvény 2010 és 2012 között volt hatályos Magyarországon.

A törvény értelmében kiskereskedelmi tevékenységnek számítottak a TEÁOR'08 szerinti 45.1, 45.32, 45.40, valamint a 47.1–47.9 ágazatokba sorolt tevékenységek, kivétel ez alól a gépjármű és pótkocsi nagykereskedelem és a motorkerékpár javítás. (2010. évi XCIV. törvény 1. §)

Az adó alapja az adóköteles tevékenységből származó nettó árbevétel volt, amely leginkább kifejezi a vállalkozás méretét és nagyságát. A kiskereskedelmi tevékenység esetén az adó mértéke sávosan progresszív volt. Az adó mértéke:

- az adóalap 500 millió forintig eső része után 0%,
- az adóalap 500 millió forint és 30 milliárd forint közötti mértéke 0,1%,
- az adóalap 30 és 100 milliárd forint közötti részének mértéke 0,4%,
- az adóalap 100 milliárd forint felé eső része után 2,5% volt (2010. évi XCIV. törvény 5. §).

Az ágazati különadó alanya lehetett jogi személy, egyéb szervezet, vagy egyéni vállalkozó, aki adóköteles tevékenységet végez. Külföldi vállalkozások és magánszemélyek is adóalanyok lehettek, de csak a belföldön végzett tevékenységeik után. (2010. évi XCIV. törvény 3. §)

5.2.2. A korábbi ágazati különadó gazdasági hatásai

Az új adónem bevezetése kockázatos volt. Felmerült, hogy csökkentheti a fogyasztást, emelheti az árakat és késleltetheti a beruházásokat. Bár az ágazati különadó rövidtávon hozzájárult a költségvetési hiány csökkentéséhez, azonban növelte az érintett vállalkozások veszteségeit, amelyek már a 2010-es év utolsó negyedévében érzékelhetőek voltak. Az adó fogyasztókra történő áthárítása pedig korlátozott volt a piaci verseny és árszabályozás miatt (Bodzási, 2011).

Az adófizetésre kötelezett vállalkozások közül a legnagyobb adófizetők néhány nagyvállalat voltak, amelyek a teljes adótömeg jelentős részét fizették. A bolti kiskereskedelemben az adófizetők köre nagyon koncentrált volt, hiszen az 1500 adófizetőből 11 vállalkozás rendelkezett 100 milliárd forint feletti árbevétellel, és ők térítették meg az adó több mint 90%-át (Költségvetési Tanács, 2010).

Az APEH által közzétett adatok alapján 2010-ben az államnak 151,7 milliárd forint bevétele származott az egyes ágazatokat terhelő adókból, ebből 28,9 milliárd forintot a kiskereskedelmi szektor fizetett be.

5.3. Kiskereskedelmi adó bemutatása

A 2020. évi XLV. törvény (Kiskertv.) értelmében a kiskereskedelmi adót olyan személyeknek vagy szervezeteknek kell megfizetni, amelyek üzletszerűen végeznek adóköteles kiskereskedelmi tevékenységet. A törvény a kiskereskedelmi tevékenység meghatározásához a TEÁOR'08 tevékenységek körét veszi alapul. Ide tartozik többek között a személygépjármű- és könnyűgépjármű-kereskedelem, élelmiszer- és ital-kiskereskedelem, gyógyszer-kiskereskedelem, csomagküldő és internetes kiskereskedelem, valamint számos egyéb árucikk kiskereskedelme. Az értékesítés nem minősül kiskereskedelmi tevékenységnek, ha az nem magánszemélyek számára hozzáférhető értékesítési csatornán történik, például nagykereskedőnek vagy viszonteladónak történő értékesítés esetén.

A kiskereskedelmi adó mértéke sávosan progresszív, a kiskereskedelmi tevékenységből elért nettó árbevétel utáni adóalapra vetítve kell a mértékét meghatározni. Kapcsolt vállalkozások esetén az adóalapot össze kell adni, ha a kapcsolt viszony 2020. április 14 után jött létre, vagy a kiskereskedelmi tevékenységet végző eszközöket ekkor adták át. Az adó megosztása a kapcsolt vállalkozások nettó árbevételének arányában történik (2020. évi XLV. törvény a kiskereskedelmi adóról).

A kiskereskedelmi adót önadózással kell megállapítani. Az adóév a naptári évvel azonos. Az adóévre fizetendő adót előleg formájában, negyedévente kell megfizetni. Az előleget az előző adóév árbevétele alapján kell kiszámítani, az adómértékek figyelembevételével. Az előlegeket az adott negyedévet követő hónap 20. napjáig kell befizetni. Az adóalanyoknak az éves adókötelezettséget a következő év május 31-ig kell bevallaniuk és az esetleges különbözetet ekkor kell rendezniük (2020. évi XLV. törvény a kiskereskedelmi adóról).

5.4. A kiskereskedelmet sújtó adó mértékének alakulása az elmúlt években

Az adó mértéke az alábbiak szerint alakult a rendelet megjelenésekor, 2020-ban:

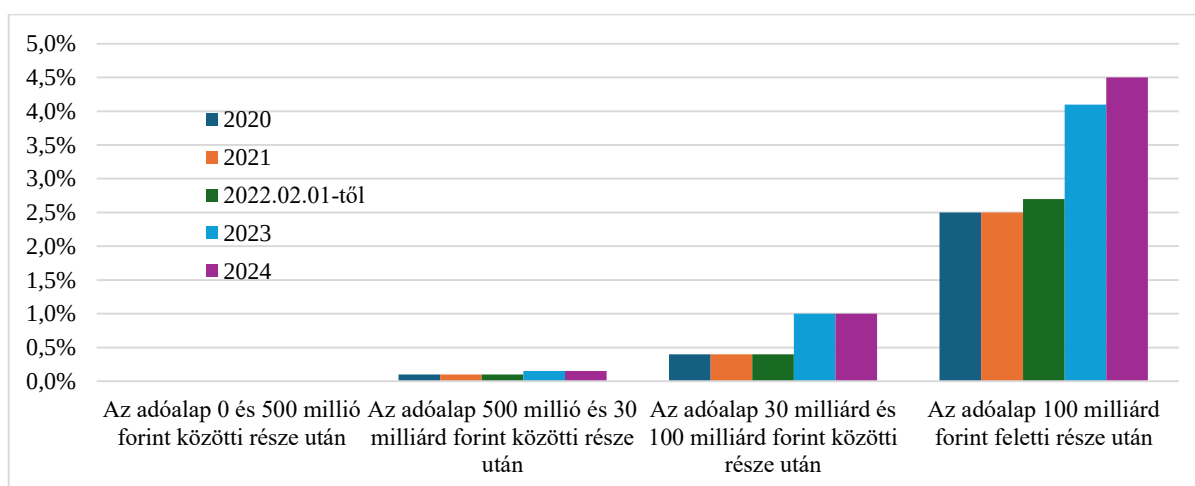
- az adóalap 500 millió forintig eső része után 0%, ennek értelmében azok, akiknek a kiskereskedelmi tevékenységből származó nettó árbevétele nem haladja meg az 500 millió forintot, mentesülnek az adókötelezettség alól és az ilyen adóalanyoknak nem szükséges bevallást sem benyújtani.
- az adóalap 500 millió és 30 milliárd forint közötti része után 0,1%,
- az adóalap 30 milliárd és 100 milliárd forint közötti része után 0,4%,
- az adóalap 100 milliárd forintot meghaladó része felett pedig 2,5% (96. NAV információs füzet 2021).

Az adó mértékét tekintve az első növekedést 2022. február 1-től vezették be, amikor az adóalap 100 milliárd forintot meghaladó része utáni 2,5%-ot megemelték 2,7%-ra. (NAV 96. információs füzet 2022.09.01)

2023-ban tovább emelték a kiskereskedelmi adó mértékét, ennek értelmében az adó mértéke a következők szerint alakult:

- az adó mértéke az adóalap 500 millió forintig eső része után továbbra is 0%,
- az adó mértéke az adóalap 500 millió és 30 milliárd forint közötti része után 0,15%,
- az adó mértéke az adóalap 30 milliárd és 100 milliárd forint közötti része után 1%,
- az adó mértéke az adóalap 100 milliárd forint feletti része után pedig 4,1%. (NAV 96. információs füzet 2023)

2024-ben az adó mértéke már csak kisebb változáson esett át, és csak a nettó árbevétel 100 milliárd forint feletti részét érintette a változás. Ekkor a korábbi 4,1%-ról 4,5%-ra emelték az adó mértékét. (NAV 96. információs füzet 2024.02.01).



Forrás: saját szerkesztés a 2020. évi XLV. törvény (Kiskertv.), valamint a NAV 96. információs füzet 2021-es, 2022-es, 2023-as és 2024-es példánya alapján.

5. ábra: A kiskereskedelmi adó mértékének alakulása 2020 és 2024 között

A kiskereskedelmi szektorban az élelmiszerláncok generálják a legnagyobb árbevételt. Mivel ezek az üzletláncok dominálnak a kiskereskedelmi forgalomban, ennek következtében rájuk hárul át a legnagyobb adóteher is (Economx, 2023).

5.5. Extraprofit adó

Az extraprofit adó olyan adó, amit akkor vetnek ki, ha egy vállalat vagy iparág nagy és váratlan nyereséghez jut, főleg szerencse miatt. Ezt az állam általában a nyereség újraelosztása, szabályozása vagy a költségvetési hiány kezelése céljából vezeti be (Hurt, 2010).

2022. július 1-jén lépett hatályba a Magyar Közlöny 2022. évi 93. számában megjelent Kormányrendelet az extraprofit adókról. Ezen rendelet többek között a kiskereskedelmi tevékenységet végző adóalanyokra is kitért, kiegészítve a korábban megjelent 2020. évi XLV törvényt (Kisker. tv.-t), valamint bizonyos eltéréseket fogalmazott meg ehhez a törvényhez.

A 197/2022. (VI.4.) Kormányrendelet értelmében azoknak az adóalanyoknak, akik 2022. július 1-jét magában foglaló adóévben vagy az azt követő időszakban kezdték adóköteles tevékenységüket, 2022. november 30-ig egyszeri pótdót kellett megállapítaniuk, megfizetniük és bevallaniuk. Azon adóalanyok, akiknek nem volt a 2021. évben kezdődő adóévük, a 2022-ben kezdődő adóévük alapján kötelesek voltak pótdót megállapítani és bevallani, amely a 2022. évben kezdődő adóév évesített adójának 80%-a volt.

A 2023-ban és 2024-ben kezdődő adóévek adóelőlegét a módosított adómértékek alapján kellett megállapítani, és nem lehetett alkalmazni a Kiskeradó tv. 6. §-a (197/2022. (VI. 4.) Korm. rendelet az extraprofit adókról).

Az extraprofit adó ezáltal jelentős terheket rótt ki az érintett vállalatokra, hiszen szinte duplázta a már meglévő terheket, és a nettó árbevétel szerinti sávok adókulcsok növekedésével egyre több lett a fizetendő adó is.

A 2022 nyarán bevezetett extraprofit adótól a Kormány összesen 800 milliárd forintnyi plusz bevételt remélt. Ez az összeg majdnem teljes egészében be is folyt. A kiskereskedelmi különadó önmagában 100 milliárd forintos többletet eredményezett az államnak, ami azt mutatja, hogy az ágazat kiemelt szerepet játszik a kormányzat bevételnövelő intézkedéseiben. De nem csak a kiskereskedelem hozzájárulásait emelte meg ez az új intézkedés. Néhány példa a különböző szektorok hozzájárulásaira:

- A bankadó révén +266 milliárd forint,
- A bányajáradékból +203 milliárd forint,
- Az energiaszektor befizetéseiből +149 milliárd forint,
- A tranzakciós illetékből +61 milliárd forint,
- A biztosítási adóból +54 milliárd forint származott (Portfolio, 2023).

6. KUTATÁS

A kiskereskedelmi adó bevezetése és annak általános jellemzőinek bemutatása után fontos elmélyedni az adó gyakorlati hatásaiban is.

Az adórendszer és annak működése nem csupán makroszinten, azaz a gazdaság egészét tekintve jelentős, hanem mikroszinten, az egyes gazdasági szereplők, jelen esetben a kiskereskedelmi vállalatok szempontjából is. Annak érdekében, hogy szélesebb körű, részletesebb és átfogóbb képet lehessen kapni a kiskereskedelmi adó mértékéről, hatásáról és annak eloszlásáról, valamint a vállalatokra háruló adóterhek nagyságáról, alapos elemzés alá kerültek mindazon gazdasági szereplők, amelyek kiskereskedelmi tevékenységet folytatnak, és ennek alapján a releváns TEÁOR-kód szerint a kiskereskedelmi adó hatáskörébe tartoznak.

Az adó hatásainak vállalatszintű vizsgálata azért elengedhetetlen, mert a kiskereskedelmi adó progresszív jellegének köszönhetően az adó mértékének változása nem egységesen érvényesül a különböző cégek esetében.

6.1. Anyag és módszertan

A tanulmány kutatási részének tehát egyik központi eleme a kiskereskedelmi adó hatálya alá eső vállalatok összehasonlítása.

A kutatáshoz szükséges adatok az ORBIS rendszeréből származnak, amelyben a keresési kritériumok alapján a Magyarország területén működő, kiskereskedelmi tevékenységet folytató cégek kerültek kiválasztásra. Az adatok szűrése során figyelembe lett véve, hogy a kiválasztott vállalatok nettó árbevétele elérje a kiskereskedelmi adóról szóló 2020. évi XLV. törvény szerinti minimum értékhatárt, azaz az 500 millió forintot és ez alapján a cégeknek kiskereskedelmi adó fizetési és bevallási kötelezettségük keletkezzen. Ez a minimum árbevétel küszöb egy lényeges kritérium, hiszen ez határozta meg, hogy mely cégek tartoznak a kiskereskedelmi adó hatálya alá, és kikre vonatkoznak az ezzel kapcsolatos adóterhek. Ezen kívül kizárásra kerültek azok a vállalatok, amelyek esetében nem állt rendelkezésre friss pénzügyi adat, illetve az állami szervek és kormányzati szervezetek is.

A kiskereskedelmi adó mértékének számítása során a törvény által rögzített adókulcsok alapján történt a nettó árbevételre vonatkozó kalkuláció. Azonban lényeges kiemelni, hogy a valós befizetett adó mértéke bizonyos esetekben eltérhet a számított értékektől. Ennek oka, ahogy már említésre került, hogy a jogszabály nem a vállalatok teljes nettó árbevételére vonat-

koztatja a vizsgált adót, hanem kizárólag a kiskereskedelmi tevékenységből származó bevételekre. Ezzel szemben a vizsgálat során a teljes nettó árbevétel került alapulvételre, ami bizonyos esetekben eltérésekhez vezethet a vállalatok által ténylegesen befizetett adó és a számított összeg között. Az esetleges eltérések ellenére azonban a számítások eredményei jól alkalmazhatóak az arányok és trendek vizsgálatára.

A tanulmányban az ORBIS rendszerből kinyert adatok először variancia-, és klaszterelemzésen esnek át, mely elemzésekhez segítségül szolgál az SPSS szoftver használata.

A varianciaelemzés lehetőséget biztosít arra, hogy a vizsgált vállalatok teljesítménye több szempontból is összehasonlításra kerüljön. Ez a statisztikai eljárás segít annak felismerésében, hogy van-e jelentős különbség a különböző szektorokban működő cégek pénzügyi mutatói között, valamint, hogy a sokaság különböző csoportjai között milyen mértékű a szóródás. Ezen eljárás segítségével az adónem igazságossága is vizsgálatra kerül, valamint azonosításra kerülnek azon csoportok, amelyekre az adó esetlegesen negatívabban hat, a többihez képest.

Ezt követi a klaszterelemzés, amely szintén az ORBIS rendszeréből elért adatok SPSS szoftver feldolgozásával készült el. Ez az elemzési módszer lehetővé teszi a nagyszámú vállalatok különféle szempontok szerinti csoportosítását. A klaszterelemzés révén felismerhetők a vállalatok természetes csoportosulásai, amelyek pontosabban megmutatják az egyes üzleti modellek és a gazdasági teljesítmény közötti eltéréseket.

Az elemzések (variancia-, és klaszterelemzés) által kapott eredmények alapján kiemelésre kerül a kiskereskedelmi adózás 3 óriása, amely vállalatok a 7. fejezetben külső beszámolóelemzésen esnek át, vizsgálva az adónem rájuk vetett gazdasági hatásait.

6.2. Varianciaelemzés

A varianciaelemzéshez az ORBIS rendszerből kinyert adatok feldolgozása az SPSS szoftver segítségével történik, amely során a minta, azaz a kiskereskedelmi adót fizető vállalatok, varianciaelemzésen esnek át.

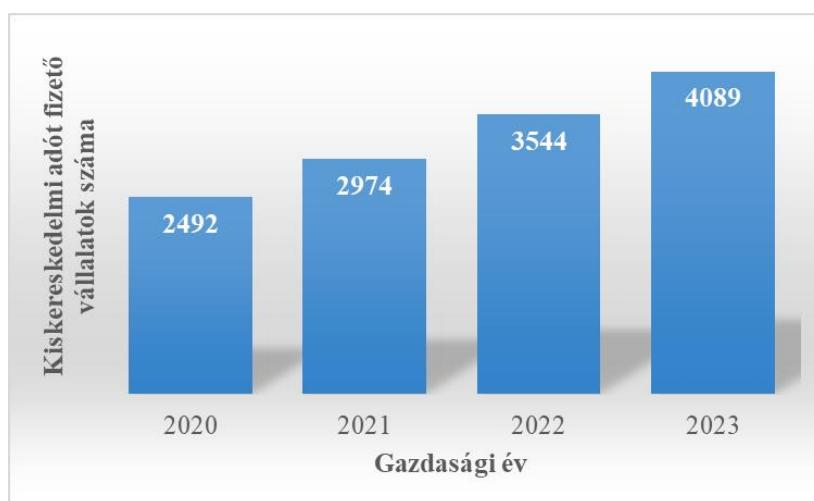
Az elemzés célja annak feltárása, hogy a kiskereskedelmi szektorban működő különböző méretű és típusú vállalatok hogyan viselik az adózási terheket, milyen mértékben befolyásolják őket ezek a kötelezettségek, valamint milyen hatása van általánosságban az adó nagyságának a vállalatok működésére és gazdasági teljesítményükre.

Az adatok elemzése rávilágít arra, hogy miként oszlanak meg a kiskereskedelmi adóterhek az érintett vállalatok között. Továbbá megmutatja, hogy a gazdaság különböző

szegmensei milyen mértékben járultak hozzá az elmúlt gazdasági években a kiskereskedelmi adó megfizetéséhez.

6.2.1. A kiskereskedelmi adó éves változásai

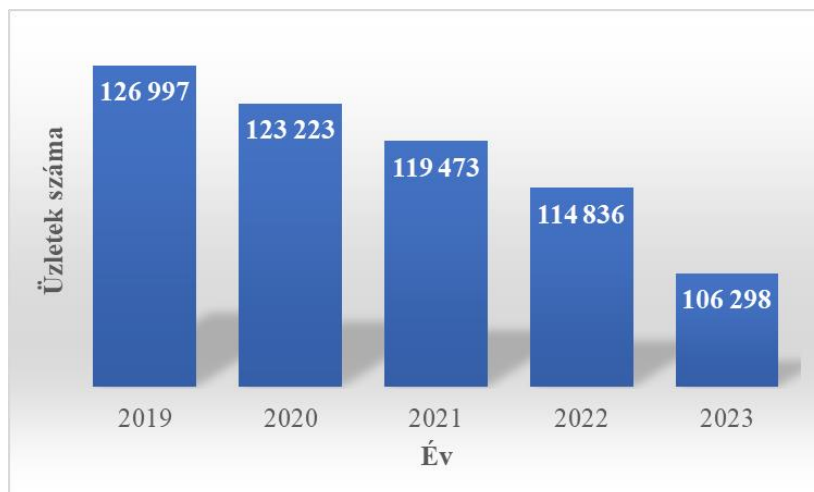
A kiskereskedelmi adót fizető vállalatok száma Magyarországon az elmúlt években jelentős növekedést mutatott, amelynek háttérében több tényező is állhat. Ameddig az adó hatályba lépésének évében, azaz 2020-ban mindössze 2 492 vállalat volt érintett ebben az adónemben, addig 2023-ra ez a szám 4 089-re emelkedett, ami közel 60 százalékos növekedést jelent négy év alatt. A 6. ábra szemléletesen is mutatja a kiskereskedelmi adót megfizető vállalatok számának alakulását az elmúlt négy évben.



Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok alapján.

6. ábra: Kiskereskedelmi adót fizető vállalatok számának alakulása 2020 és 2023 között

Az emelkedés háttérében azonban nincsen szó arról, hogy a kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalatok száma növekedett volna meg az utóbbi években, hiszen, ahogy a 7. ábra is mutatja, a KSH adatai alapján egyre kevesebb kiskereskedelmi üzlet üzemelt az adott időszakban Magyarországon.



Forrás: Saját szerkesztés a KSH adatai alapján

7. ábra: Kiskereskedelmi üzletek számának alakulása 2020 és 2023 között

A kiskereskedelmi szektort vizsgálva azonban a forgalomban jelentős növekedés volt tapasztalható az elmúlt években, így a kiskereskedelmi adót fizető vállalatok számának növekedésének a hátterében leginkább a vállalatok nettó árbevételének növekedése áll. Vagyis az olyan kisebb piaci szereplők is elérhették azt a szintet, hogy már kiskereskedelmi adót kellett fizetniük, akik a korábbi évek során nem érték el a kiskereskedelmi tevékenységből származó 500 millió forintos nettó árbevétel utáni adóalapot.

Az elmúlt gazdasági évben tehát 4 089 vállalat volt érintett a kiskereskedelmi különadóban Magyarországon, ennyi vállalatnak kellett ezt az adót bevallani és megfizetni, különböző mértékben.

Az adóteher elemzéséhez az egyes gazdasági évek közötti változásokat fontos figyelembe venni. A legfontosabb statisztikai adatokat a kiskereskedelmi adó kapcsán a 2. táblázat tartalmazza.

2. táblázat: Kiskereskedelmi adó alakulása 2020-2023 között (adatok ezer forintban)

	2020	2021	2022	2023
<i>Átlag</i>	22 428,08	26 365,64	34 631,76	63 699,80
<i>Szórás</i>	436 207,26	482 281,56	636 433,00	1 131 612,72
<i>Maximum</i>	14 516 950,00	16 511 375,00	23 894 891,00	44 172 844,00
<i>Összesen</i>	87 648 924,33	105 503 963,14	141 609 262,07	260 862 047,58

Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok SPSS szoftverrel történő feldolgozása alapján.

A 2. táblázatból jól látható, hogy a kiskereskedelmi adó jelentősen növekedett a vizsgált időszakban. A 2020-as gazdasági évről a 2023-as gazdasági évre majdnem háromszorosára nőtt a cégek által együttesen megfizetett kiskereskedelmi adó értéke. Ennek hátterében nem csupán a vállalatok által generált egyre több nettó árbevétel állt, hanem az évek során bekövetkezett jelentős növekedés is a kiskereskedelmi adó mértékében.

Ameddig 2020-ban az átlagos kiskereskedelmi adó 22,428 millió forint volt, addig 2021-ben 26,365 millió forint, 2022-ben már 34,631 millió forint, és 2023-ban pedig már elérte a 63,7 millió forintot is.

Ezzel párhuzamosan az adó szórása is növekvő tendenciát mutatott. A 2020-as üzleti évben még csak 436 millió forint volt, de 2023-ra már meghaladta az 1 milliárd forintot is. A jelentős mértékben növekvő szórása a kiskereskedelmi adónak arra utalhat, hogy az adóterhek egyre inkább különböznek a vállalatok között, vagyis egyre aránytalanabb az adó megoszlása a kiskereskedelmi szektorban.

Az adó maximumát tekintve szintén jelentős növekedés figyelhető meg. A 2020-as üzleti évről a 2023-as üzleti évre egy közel 30 milliárd forintos növekedés volt tapasztalható. A kiskereskedelmi adó maximuma a 2023-as üzleti évben 44 milliárd forint volt, melyet a Lidl Magyarország Kereskedelmi Betéti Társaságnak kellett megfizetnie és bevallania. A korábbi gazdasági években is jelentős összegek jöttek ki a kiskereskedelmi adó maximumát tekintve, és a maximumot mindegyik évben a Lidl Magyarország Bt. generálta, hiszen az elmúlt gazdasági években az érintett vállalatok közül ez a vállalat tudott a legnagyobb nettó árbevételt elérni.

Az adóterhek nem egyenletes eloszlására utal az is, hogy a maximum és az átlag között jelentős eltérés tapasztalható. Az átlagos érték ugyanis azt mutatja meg, hogy mekkora az adó mértéke a vállalatok körében általánosságban, azonban, ha a maximum jelentősen meghaladja ezt az átlagot, az arra utalhat, hogy bizonyos vállalatok lényegesen nagyobb adóterhet viselnek, mint mások. A maximum adómérték a 2020-as gazdasági évben körülbelül a 647-szerese volt az átlagos adómértéknek, de a 2023-as gazdasági évre ez az arány tovább nőtt és több, mint a 693-szorosa lett a maximum az átlagnak. Vagyis az évek során az említett egyenlőtlenség tovább növekedett.

Az adóterhek ilyen szélsőséges eltérései azzal magyarázhatóak, hogy a nagyobb, magasabb nettó árbevétellel rendelkező cégekre nagyobb adóterhek is hárulnak, például jelen esetben a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt.-re. Ezzel szemben a kisebb, kevesebb nettó árbevétellel rendelkező vállalkozások esetében az adó mértéke viszonylag alacsony maradhat. Ez az adó

progresszív jellegéből adódik, ugyanakkor felvetheti az adóteher méltányosságának kérdését is, hiszen egyes vállalatok számára ez az egyenlőtlen elosztás versenyhátrányt eredményezhet.

Ezen felül mivel a kereskedelmi szektorban működő multinacionális cégek sokkal nagyobb forgalmat termelnek, mint a kisebb, helyi vállalkozások, ez indokoltá teszi az adó mértékéből következően, hogy ezek a vállalatok jobban ki legyenek téve az adóterhelésnek. A különbségek ilyen mértékű felerősödése viszont a gazdasági egyenlőtlenségek mélyülését is tükrözheti. Amennyiben a legnagyobb cégek aránytalanul nagy terhet viselnek, kérdéses lehet, hogy az ilyen mértékű adóterhelés ösztönzi-e a hosszú távú gazdasági növekedést, vagy épp ellenkezőleg, gátolja a vállalatok további fejlődését és beruházásait.

Ez a jelenség hosszú távon torzíthatja a piaci versenyt, a gazdasági viszonyokat, hiszen a nagyobb cégek adóterhei csökkenthetik azok nyereségességét és versenyképességét, miközben a kisebb vállalatok alacsonyabb adóterhekkkel, versenytársaikhoz képest könnyebben boldogulhatnak.

6.2.2. A kiskereskedelmi adó nettó árbevételhez és adózott eredményhez viszonyított aránya

Mivel a kiskereskedelmi adó mértékének vizsgálata önmagában nem nyújt teljes képet az adó cégekre gyakorolt tényleges hatásáról, ezért szükséges a kiskereskedelmi adó arányát a vállalatok árbevételéhez és nyereségéhez képest is vizsgálni.

A kiskereskedelmi adó terhelésének mértéke és annak hatása jelentősen eltérhet attól függően, hogy egy vállalat az árbevételének vagy éppen az adózott eredményének milyen hányadát köteles bevallani és megfizetni adó formájában.

A kiskereskedelmi adó nettó árbevételhez és adózott eredményhez viszonyított arányának vizsgálata tehát nélkülözhetetlen ahhoz, hogy a kiskereskedelmi adó gazdasági hatásai reális képet adjanak a cégek pénzügyi helyzetéről, versenyképességéről és hosszú távú fenntarthatóságáról.

6.2.2.1. A kiskereskedelmi adó és a nettó árbevétel arányának elemzése

Az adózási kötelezettségnek a nettó árbevételhez viszonyított aránya megmutatja, hogy a vállalkozás nettó árbevételének mekkora részét vonja el az állam kiskereskedelmi adóra.

A kiskereskedelmi adó és a nettó árbevétel arányát a 3. táblázat foglalja össze. A táblázat elkészítése során minden érintett cég esetében külön-külön lettek vizsgálva az adatok. A számítás során az adott években generált kiskereskedelmi adó összege lett elosztva a cégek nettó árbevételével, és ezen arányok képezik a táblázat alapját.

3. táblázat: A kiskereskedelmi adó és a nettó árbevétel arányának alakulása 2020 és 2023 között

	Kiskereskedelmi adó és nettó árbevétel aránya			
<i>Év</i>	2020	2021	2022	2023
<i>Átlag</i>	0,035%	0,041%	0,050%	0,085%
<i>Szórás</i>	0,102%	0,109%	0,124%	0,205%
<i>Maximum</i>	2,172%	2,207%	2,454%	3,811%

Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok SPSS szoftverrel történő feldolgozása alapján.

A 3. táblázatból megállapítható, hogy a kiskereskedelmi adó és a nettó árbevétel arányában jelentős változások következtek be a 2020-as és a 2023-as üzleti évek között. Megfigyelhető, hogy a kiskereskedelmi adó hatályba lépése óta az arány folyamatosan növekedett, vagyis egyre több terhet rótt a vállalatokra.

Ameddig 2020-ban a kiskereskedelmi adó és a nettó árbevétel aránya átlagosan csak 0,035% volt, 2021-re ez az arány 0,041%-ra, 2022-re 0,050%-ra, majd 2023-ra már 0,085%-ra emelkedett. Ez a növekvő tendencia azt jelzi, hogy a vállalatoknak egyre nagyobb mértékben kellett a nettó árbevételükhöz képest is hozzájárulniuk az állami bevételekhez. Továbbá rámutat arra is, hogy általánosságban a vállalatok árbevételének növekedése nem tud lépést tartani az adóemelkedés ütemével, ami a kedvezőtlen gazdasági környezetben súlyosbíthatja a vállalkozások helyzetét.

Megfigyelhető, hogy a vizsgált arány szórása is folyamatosan növekedett az évek során. A 2020-as üzleti évben tapasztalható 0,102%-ról 2023-as üzleti évre már 0,205%-ra emelkedett a szórás. Ezzel bebizonyítva, hogy az arány egyre nagyobb mértékben ingadozik a különböző vállalatok között, vagyis az adóteher eloszlása egyre inkább eltérő, és a piaci szereplők közötti különbségek egyre növekvő tendenciát mutatnak.

A kiskereskedelmi adó és nettó árbevétel arányának maximumát vizsgálva is folyamatos növekedést lehet megfigyelni, hisz ameddig 2020-ban 2,172% volt a legmagasabb arány, addig 2023-ra ez már 3,811%-ra nőtt. Vagyis egyes vállalatok a nettó árbevételükhöz nézve kiugróan

magas adóterhet viselnek, ameddig mások kiskereskedelmi adó hozzájárulása a nettó árbevételelűkhöz képest is elenyésző.

A legnagyobb kiskereskedelmi adó és nettó árbevétel arányt a vizsgált 4 089 vállalat közül rendre a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt., a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. és a TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt. generálta az elmúlt években. Ez azt jelenti, hogy ezek a multinacionális vállalatok viselték a legnagyobb adóterhet a nettó árbevételükhöz képest.

Mivel a lassuló gazdasági növekedés mellett a vállalatok bevételei nem tudtak elég nagy ütemben nőni ahhoz, hogy kompenzálják a növekvő adóterhet, ezért a kiskereskedelmi adóval a nettó árbevételükhöz nézve is egyre nagyobb teher nehezedett a cégekre. Ez különösen azoknál a vállalatoknál jelenthet komoly akadályt, amelyek a bevételük nagy részét már korábban is a működési költségeikre fordították, mivel számukra még kevesebb marad a nyereségesség fenntartására. Emellett a folyamatosan emelkedő adóteher hosszú távon megnehezítheti a vállalatok nyereségességének fenntartását is.

Az adó növekedésének hatására a vállalatok üzleti stratégiája is átalakulhat. A magasabb adók arra kényszeríthetik a cégeket, hogy felülvizsgálják működési költségeiket, árazási politikájukat, és akár beruházási terveiket is. Egyes vállalatok költségcsökkentéshez folyamodhatnak, hogy enyhítsék az adók növekedéséből fakadó nyomást, míg mások a bevételeik növelésére törekedhetnek a nyereségesség megőrzése érdekében.

6.2.2.2. A kiskereskedelmi adó és az adózott eredmény arányának elemzése

A kiskereskedelmi adónak az adózott eredményhez viszonyított aránya azt mutatja meg, hogy az adófizetési kötelezettség mekkora részét képezi a vállalat által elért adózott eredménynek. Vagyis, hogy az adókötelezettség milyen mértékben befolyásolja a cég profitabilitását. A számítás során az adott években generált kiskereskedelmi adó összege lett elosztva a cégek adózás utáni eredményével, és ezen arányok képezik a 4. táblázat alapját.

4. táblázat: A kiskereskedelmi adó és az adózott eredmény arányának alakulása 2020 és 2023 között

	Kiskereskedelmi adó és adózott eredmény aránya			
Év	2020	2021	2022	2023
Átlag	7,19%	6,75%	3,62%	11,41%
Szórás	149,53%	105,37%	101,26%	273,85%
Maximum	7756,17%	4286,18%	1966,57%	7113,45%

Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok SPSS szoftverrel történő feldolgozása alapján.

A kiskereskedelmi adó és az adózott eredmény arányának elemzése során az adatok azt mutatják, hogy az elmúlt években az adó terhelése egyaránt folyamatosan nőtt, különösen a 2023-as gazdasági évben.

A vizsgált adó és az adózott eredmény arányának átlaga a 2023-as gazdasági évben jelentősen magasabb volt, mint a 2020-as gazdasági évben (2023-ban ennek az arálynak az átlaga 11,41%, 2020-ban pedig 7,19% volt). Ez az emelkedés arra utal, hogy a cégeknek általánosságban a 2023-as üzleti évben a kiskereskedelmi adót tekintve nagyobb adóterhet kellett viselniük az adózott eredményükhöz képest is, mint az azt megelőző üzleti években.

A szórás értékei is jelentős növekedést mutattak. 2023-ban volt a kiskereskedelmi adó és az adózott eredmény arányának szórása a legmagasabb, ekkor 273,85% volt. Ez azt jelenti, hogy a cégek közötti adótehereloszlás a 2023-as üzleti évben még egyenetlenebbé vált, mint korábban, valamint egyes vállalatokat sokkal súlyosabban érintett, saját eredményükhöz képest is az adóteher.

Az arányok növekedése és a szórás jelentős mértéke szintén alátámaszthatja az adóteher igazságtalan növekedését, mivel bizonyos cégek sokkal nagyobb terheket viseltek a nyeresükhöz viszonyítva.

6.2.3. Kiskereskedelmi adó alakulásának összegzése

Összességében elmondható a kapott értékekből és az arányszámokból, hogy a kiskereskedelmi adó az elmúlt években - a növekvő adóalapoknak és a növekvő adómértéknek köszönhetően - folyamatosan növekedett, mind értékében, mind a bevételekre és nyereségre gyakorolt arányában. 2023-ban a cégek egy része különösen nagy adóterhet viselt, amit a szórás nagysága is alátámaszt. Az igazságosság szempontjából pedig a sokaságot vizsgálva jelentős különbségek figyelhetők meg. Különösen a nyereség utáni adó arányában, ami azt jelzi, hogy az adó a vállalatok nyereségéhez viszonyítva nem egyenlő mértékben sújtja az összes vállalatot.

6.3. A vállalatok csoportosítása szerinti összehasonlítások

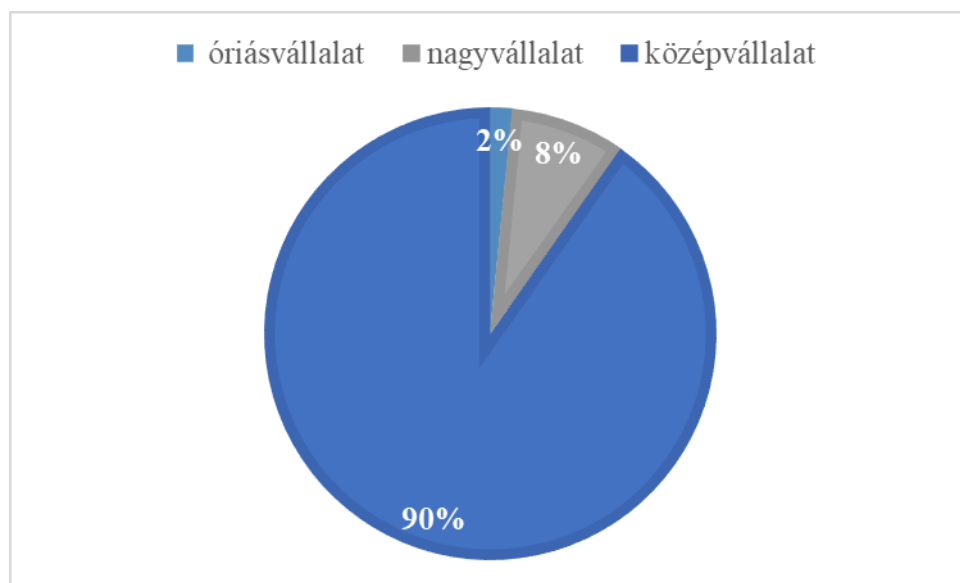
Ahogy már említésre került, a kiskereskedelmi adó vizsgálata során 4 089 vállalat adatai kerültek elemzésre és összehasonlításra. A korábbi varianciaelemzés során egyben került a teljes sokaság vizsgálatra, azonban a pontosabb kép megismerése érdekében célszerű az érintett vállalatokat kisebb csoportokra bontva is megvizsgálni. Ezek alapján kétféle megközelítéssel kerültek felbontásra a vállalatok:

- Egyrészt nagyságuk alapján lettek összehasonlítva a cégek, ezen szempont alapján középvállalatok, nagyvállalatok és óriásvállalatok lettek egymástól megkülönböztetve.
- Másrészt pedig a tulajdonosi szerkezetük alapján lettek elkülönítve a vállalatok hazai, külföldi és vegyes (azaz hazai és külföldi egyaránt) fenntartású vállalatokra.

6.3.1. A vizsgált sokaság összetétele nagyság alapján

Ebben a részben a vállalatok nagyságuk szerinti kategóriákba sorolása az ORBIS adatbázis besorolása alapján történt. A középvállalatok, nagyvállalatok és óriásvállalatok meghatározásánál végig az ORBIS által alkalmazott kritériumok és adatok lettek figyelembe véve, ezáltal a méretek eltérhetnek a 2004. évi XXXIV. törvény szerinti besorolástól. Minden elemzés és következtetés ennek megfelelően, az ORBIS rendszer által alkalmazott besorolás szerint készült, biztosítva az objektív és pontos megközelítést a vállalatok méretének és jellemzőinek értékelésében.

A 8. ábra szemléletesen bemutatja, hogy a különböző kategóriák (középvállalatok, nagyvállalatok és óriásvállalatok) hogyan oszlanak meg az adott sokaságon belül.



Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok alapján.

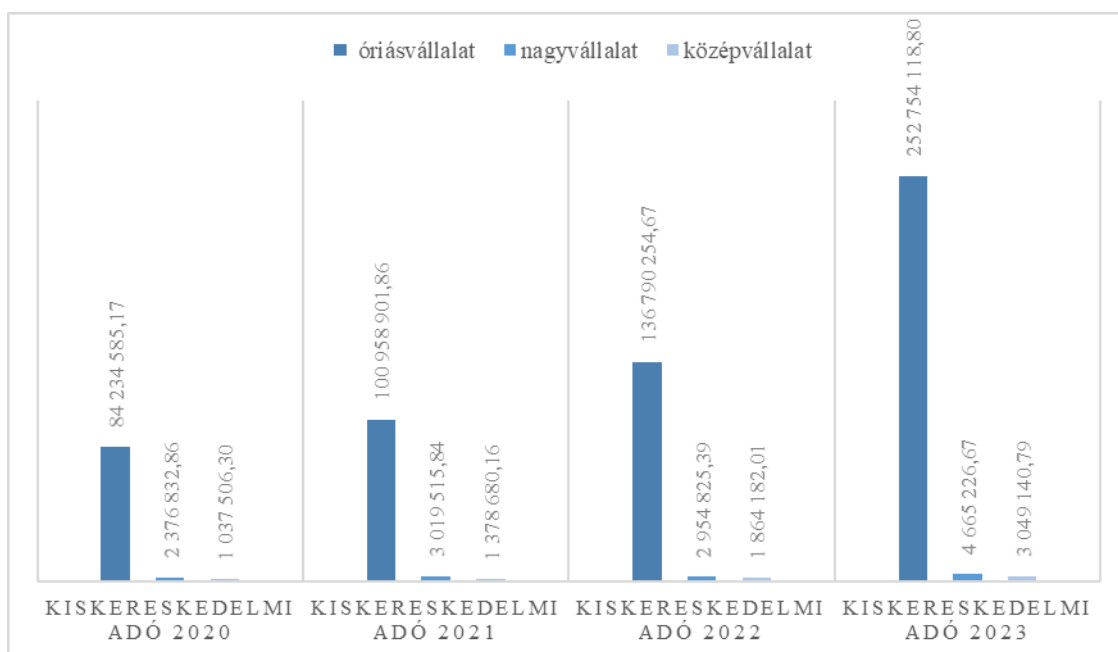
8. ábra: A vizsgált vállalatok méret szerinti megoszlása 2023-ban

A 8. ábrán jól látható, hogy a kiskereskedelmi adót fizető középvállalatok száma jelentősen meghaladja a nagy- és óriásvállalatok számát. Számszerint a vizsgálatban szereplő 4 089 vállalat közül 3 690 középvállalat, amely a teljes sokaság közel 90%-át jelenti. Ezzel

szemben a nagyvállalatok és óriásvállalatok lényegesen kisebb számban képviseltetik magukat, pontosan 336 illetve 63 darabszámmal.

6.3.1.1. Óriásvállalatok a kiskereskedelmi adó terhe alatt

Bár az óriásvállalatok száma elenyésző a közép- és nagyvállalatok számához képest, a nettó árbevételük és ezáltal az adónem progresszív mértékének köszönhetően az adóterhük is jelentősen nagyobbak bizonyult a kisebb cégekénél. Azaz a kevesebb számban megjelenő óriásvállalatok sokkal nagyobb arányban járultak hozzá a kiskereskedelmi adóhoz, mint a közép-, és nagyvállalatok.



Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok alapján.

9. ábra: A vizsgált vállalatok közötti kiskereskedelmi adóteher megoszlás 2023-ban

(adatok ezer forintban)

Az adatok szerint a kiskereskedelmi adó az összes vállalat kategóriában növekedett 2020 és 2023 között. Ez a növekedés azonban, ahogy a 9. ábrán is látható, leginkább az óriásvállalatoknál volt kiugró. Míg a középvállalatok 2020-ban összesen 1,037 milliárd forint kiskereskedelmi adót fizettek, 2023-ra ez 3,049 milliárd forintra emelkedett. Az óriásvállalatok ezzel szemben több, mint 84 milliárd forintról indultak 2020-ban, és 2023-ban már megközelítőleg 253 milliárd forinttal voltak terhelve.

Bár a nettó árbevétel növekedés is jelentős volt az elmúlt években az óriásvállalatoknál (2020-ban ugyanis 6 550 milliárd forint nettó árbevételt ért el, 2023-ra pedig ez az összeg

10 086 milliárd forintra nőtt), az általuk megfizetett kiskereskedelmi adó nagysága mégis aránytalanul nagymértékben emelkedett a nettó árbevétel növekedésükhöz képest. Vagyis ameddig a nettó árbevétel növekedés a 2020-as és 2023-as üzleti évek között 54% volt az óriásvállalatok körében, addig az adóterhük több, mint háromszorosára emelkedett.

A 10. ábrán szereplő diagramok szemléletesen bemutatják, hogyan oszlott meg a különböző méretű vállalatok által megtermelt teljes nettó árbevétel a 2023-as gazdasági évben, valamint azt, hogy az egyes vállalat típusoknak milyen arányban kellett a kiskereskedelmi adót megfizetniük.



Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok alapján.

10. ábra: A vizsgált vállalatok összes nettó árbevétele és kiskereskedelmi adófizetése 2023-ban

Jól látható, hogy az óriásvállalatoknak a nettó árbevételük arányához képest sokkal nagyobb mértékben kellett hozzájárulniuk a kiskereskedelmi adóhoz, ugyanis 2023-ban a megfizetett kiskereskedelmi adóterhek 97%-át a 63 óriásvállalat viselte.

A 2023-as gazdasági évben az óriásvállalatok esetében a kiskereskedelmi adó mértéke a nettó árbevétel 2,506%-a volt. Ezzel szemben a középvállalatok esetében az adó mértéke csak 0,079%-a volt a nettó árbevételnek, a nagyvállalatok esetében pedig az adó mértéke 0,147%-os volt, amely magasabb, mint a középvállalatoké, de még mindig lényegesen alacsonyabb, mint az óriásvállalatoké. Az arány kiszámításánál a 2023-as üzleti évre kalkulált kiskereskedelmi adó összege lett elosztva ugyanezen üzleti év nettó árbevételével. Ezekből az adatokból is az látszik, hogy az óriásvállalatok számára az adó jelentősen nagyobb terhet jelent a bevételük arányában, mint a közép- és nagyvállalatok esetében.

Érdekes lehet megvizsgálni az óriásvállalatoknál az adózott eredményt is, ezt az 5. táblázat tartalmazza.

5. táblázat: Az adózott eredmények megoszlása a vállalatok mérete szerint 2020 és 2023 között (adatok ezer forintban)

<i>Év</i>	Adózott Eredmény			
	2020	2021	2022	2023
<i>óriásvállalat</i>	171 136 335,47	229 475 134,31	193 281 196,15	158 692 721,52
<i>középvállalat</i>	129 475 185,74	179 927 340,97	234 141 477,57	220 266 501,72
<i>nagyvállalat</i>	71 098 598,03	109 531 952,80	136 707 273,83	125 273 496,68

Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok SPSS szoftverrel történő feldolgozása alapján.

Az 5. táblázatból jól látható, hogy az óriásvállalatok esetében az adózott eredmény a 2020-as üzleti évben összesen 171 milliárd forint volt. Azonban a 2023-as üzleti évben ez az érték lecsökkent 158 milliárd forintra. Vagyis bár az óriásvállalatok bevételei növekedést mutattak, az adózott eredményük nem tudott lépést tartani ezzel a növekedéssel, sőt, csökkenés volt tapasztalható.

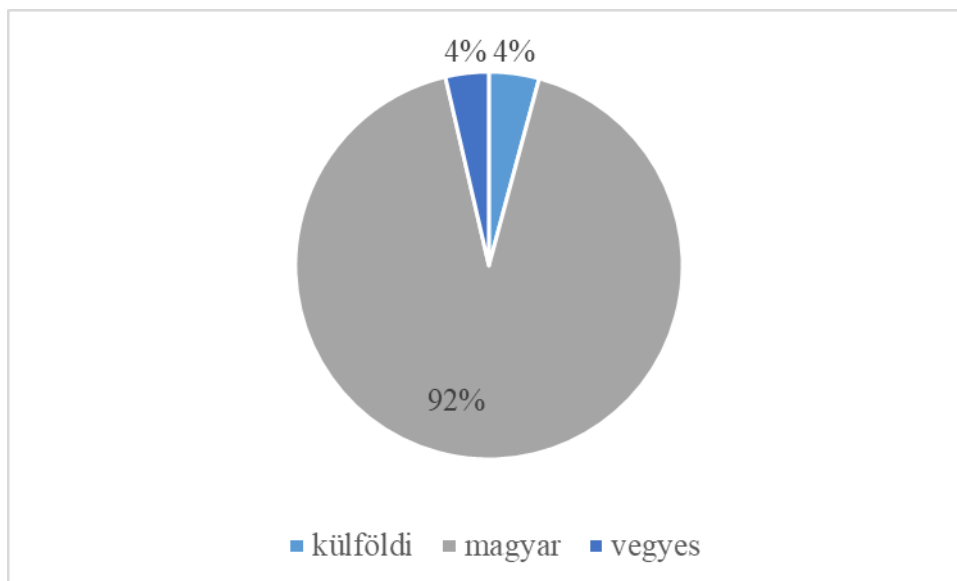
Ezzel szemben a közép-, és nagyvállalatok esetében az adózott eredményüket vizsgálva elmondható, hogy összességében a bevételeik és a kiadásaik egymással lépést tudtak tartani, ugyanis adózott eredményükben az elmúlt években többnyire növekedés volt tapasztalható, ezeknél a csoportoknál először 2023-ban jelentkezett visszaesés.

Mindent egybevetve elmondható, hogy az elosztás egyértelműen aránytalan, különösen az óriásvállalatokra nézve. Bár számuk rendkívül alacsony (mindössze 63 vállalat), mégis a kiskereskedelmi adóterhek messze meghaladják a kisebb vállalatokét. Továbbá elmondható, hogy az óriásvállalatok nettó árbevétele és az adózott eredménye nem tudja lekövetni az egyre növekvő ráfordításokat. Bár a középvállalatok közel hatvanszor nagyobb számban vannak jelen a piacon, mint az óriásvállalatok, mégis lényegesen kevesebb kiskereskedelmi adót kötelesek együttesen bevallani és megfizetni.

Az adózott eredmények esetében az is látható, hogy az óriásvállalatok együttesen termelt profitja a 2021-es üzleti évtől kezdve egyre nagyobb ütemben csökken.

6.3.2. A vizsgált sokaság összetétele tulajdonosi szerkezetük alapján

A vizsgált vállalatok alapján a kiskereskedelmi adó alakulása jelentős különbségeket mutat a külföldi, magyar és vegyes tulajdonú vállalatok között is, mind a darabszám, mind pedig az általuk fizetett kiskereskedelmi adó mértéke alapján.



Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok alapján.

11. ábra: A vizsgált vállalatok tulajdonosi szerkezet szerinti megoszlása 2023-ban

Ahogy 11. ábrán szereplő kördiagramon is látható, a kiskereskedelmi adó hatálya alá tartozó vállalatok három kategóriába sorolhatók a tulajdonosi viszonyukat tekintve: magyar, külföldi és vegyes (magyar és külföldi tulajdon egyaránt) fenntartású cégek. 2023-ban a magyar tulajdonú vállalatok képviselték a vállalatok túlnyomó többségét, összesen 3 770 vállalattal, ami az összes vállalat 92%-át tette ki. Ehhez képest a vegyes és a külföldi tulajdonú vállalatok száma elenyésző volt. A vegyes tulajdonú vállalatok csoportjába összesen 148 vállalat tartozott a külföldi tulajdonú vállalatok közzé pedig összesen 171 vállalat volt sorolható.

6.3.2.1. Adóteher megoszlása a vállalatok között tulajdonosi szerkezetük alapján

A 6. táblázatban a kiskereskedelmi adó tulajdonosi szerkezet szerinti megoszlása látható, a 2020 és 2023 közötti üzleti évekre vonatkozóan. A bemutatott adatok szemléltetik, hogyan alakult az adóteher megoszlása a különböző tulajdonosi struktúrával rendelkező vállalkozások között az egyes gazdasági évek során. A tulajdonosi szerkezet kategóriái segítenek rávilágítani arra, hogy a különféle háttérű vállalatokat milyen mértékben érintette ez az adófizetési kötelezettség az adott időszakban.

6. táblázat: Kiskereskedelmi adóteher megoszlása a vizsgált vállalatok között tulajdonosi szerkezet alapján (adatok ezer forintban)

	Kiskereskedelmi adó			
Év	2020	2021	2022	2023
Külföldi	63 083 395	76 832 327	100 125 962	180 392 616
Magyar	3 876 878	4 982 313	7 826 805	17 544 887
Vegyes	20 688 651	23 542 458	33 656 495	62 530 983

Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok SPSS szoftverrel történő feldolgozása alapján.

Habár a külföldi tulajdonú vállalatok száma mindössze 171 volt, ami az összes vállalat alig 4,18%-át tette ki, ennek ellenére ők fizették a legtöbb kiskereskedelmi adót az elmúlt üzleti években. 2020-ban a külföldi cégek által fizetett adó 63 milliárd forint volt, és ez az összeg 2021-re több mint 13 milliárd forinttal (76,8 milliárd forintra), majd 2022-ben 100,126 milliárd forintra emelkedett, 2023-ra pedig már elérte a 180,4 milliárd forintot, ami az induló összeg csaknem háromszorosa volt.

Ahogy az már említésre került, a magyar tulajdonú vállalatok száma volt a legmagasabb, szám szerint 3 770. Az általuk fizetett adó azonban jelentősen alacsonyabb a külföldi vállalatokhoz képest. 2020-ban mindössze 3,9 milliárd forint adót fizettek, és ez 2023-ra 17,5 milliárd forintra nőtt, ami a teljes adóbevételnek csupán körülbelül 6,7%-át jelenti. Ez azt mutatja, hogy a magyar vállalatok adóterhe sokkal kisebb, mint a külföldi cégeké, annak ellenére, hogy lényegesen többen vannak.

A vegyes tulajdonú cégek száma 148 volt 2023-ban, az általuk fizetett adó pedig 2020-ban 20,7 milliárd forint volt, 2023-ra pedig ez az összeg 62,5 milliárd forintra nőtt, ami jelentős növekedés. A vegyes vállalatok adóterhelése így a teljes adóbevétel nagyjából 24%-át tette ki 2023-ban.

Összességében elmondható, hogy bár a külföldi tulajdonú vállalatok száma jóval alacsonyabb volt a magyar és vegyes tulajdonú cégekéhez képest, mégis ezek a cégek fizették a legtöbb kiskereskedelmi adót Magyarországon.

6.3.3. A vállalatok tulajdonosi szerkezetének és nagyságának együttes vizsgálata

A teljes körű áttekintés érdekében érdemes egyszerre elemezni a vállalatok tulajdonosi szerkezetét és méretét, mivel ezek az információk szorosan összefüggnek egymással. E két tényező együttes vizsgálata átfogóbb képet ad a vállalatok működéséről, azok piaci helyzetének megér-

téséhez. Ennek megfelelően a 7. táblázat a kiskereskedelmi szektor vállalatainak tulajdon szerinti megoszlását és számát mutatja a különböző méretkategóriákon belül a 2023-as gazdasági évben.

7. táblázat: Vállalatok megoszlása méretük és tulajdonosi szerkezetük alapján

	óriásvállalat	nagyvállalat	középvállalat	Végösszeg
külföldi	37 db	40 db	94 db	171 db
magyar	21 db	283 db	3466 db	3770 db
vegyes	5 db	13 db	130 db	148 db
Végösszeg	63 db	336 db	3690 db	4089 db

Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok SPSS szoftverrel történő feldolgozása alapján.

A 7. táblázatból jól látható, hogy 2023-ban a vizsgált sokaságból a magyar tulajdonú középvállalatok jelentősen domináltak darabszámukat tekintve a piacon, összesen 3 466 vállalat. Emellett 130 vegyes és 94 külföldi tulajdonú érintett középvállalat működött az országban. A nagyvállalatok esetében is a magyar cégek voltak többségben, ezek száma 283 volt, míg a külföldi nagyvállalatokból 40, a vegyes tulajdonúakból pedig 13 volt található. Az óriásvállalatok körében viszont a külföldi cégek voltak túlsúlyban a maguk 37 darabjával, miközben 21 magyar és 5 vegyes tulajdonú óriásvállalat működött a kiskereskedelmi adó hatása alá eső szektorban. A 8. táblázatban az előbb bemutatott csoportosítás szerinti adófizetés látható.

8. táblázat: Vállalatok kiskereskedelmi adó fizetése méretük és tulajdonosi szerkezetük alapján (adatok ezer forintban)

	Kiskereskedelmi adó			
	2020	2021	2022	2023
külföldi óriásvállalat	62 773 138	76 412 600	99 562 431	179 455 472
külföldi nagyvállalat	247 149	353 177	479 956	806 416
külföldi középvállalat	63 107	66 550	83 575	130 728
magyar óriásvállalat	1 384 662	1 908 943	3 956 837	11 117 968
magyar nagyvállalat	1 552 958	1 807 617	2 149 024	3 610 594
magyar középvállalat	939 259	1 265 753	1 720 945	2 816 325
vegyes óriásvállalat	20 076 785	22 637 360	33 270 987	62 180 678
vegyes nagyvállalat	576 726	858 722	325 846	248 217
vegyes középvállalat	35 140	46 377	59 663	102 088

Forrás: saját szerkesztés az ORBIS rendszerből származó adatok SPSS szoftverrel történő feldolgozása alapján.

A teljes csoportosítást vizsgálva egyértelmű, hogy a 2020 és 2023 közötti üzleti években a külföldi óriásvállalatok messze a legnagyobb adófizetők voltak, kiskereskedelmi adó befizetések folyamatosan növekedtek. A 2023-as gazdasági évben a 37 vállalatot tartalmazó csoportnak már a 179 milliárd forintot is meghaladta a kiskereskedelmi adó befizetése. Ezzel szemben a 21 magyar óriásvállalat együttesen 11,1 milliárd forintot, a vegyes tulajdonú órásvállalatok a maguk 5 vállalatával pedig 62,18 milliárd forint kiskereskedelmi adót fizettek be az Államkincstárba.

Tovább vizsgálva az értékeket, a nagyvállalatok kategóriájában minden évben a magyar cégek vezettek, a 283 vállalat együttesen 3,61 milliárd forint adót fizetett be. Ezzel szemben a külföldi nagyvállalatok száma csupán 40 volt, kiskereskedelmi adóterhük pedig elérte a 806 millió forintot 2023-ban. A vegyes tulajdonú nagyvállalatok pedig a korábbi évekhez képest visszaesést mutattak 2023-ban, és mindössze 248 millió forintot adóztak.

A középvállalatok esetében a magyar cégek dominanciája egyértelmű volt, hiszen a 3 466 vállalat 2023-ban több, mint 2,81 milliárd forinttal járult hozzá az állam kiskereskedelmi adóbevételeéhez. A külföldi középvállalatok száma 94, míg a vegyes vállalatoké 130 volt, azonban ezek adóbefizetései lényegesen alacsonyabbak maradtak.

Az adatokból tehát kiolvasható, hogy a kiskereskedelmi különadó a legnagyobb terhet a külföldi óriásvállalatok számára jelentette. 2023-ban ennek a csoportnak a tagjai átlagosan 4,85 milliárd kiskereskedelmi adót voltak kötelesek befizetni.

6.3.4. A vállalatok csoportosítása szerinti összehasonlítások összegzése

A vállalatok méret szerinti elemzése rámutatott arra, hogy az elmúlt években az adó progresszív jellegének köszönhetően az óriásvállalatok fizették be a vizsgált adónem jelentős részét, míg a tulajdonosi szerkezet szerinti vizsgálat azt mutatta meg, hogy a kiskereskedelmi adó nagy részét a külföldi tulajdonú vállalatok fizetik. A 6.3.3. fejezetben a vállalatok egyszerre kerültek összehasonlításra tulajdonosi szerkezet és méret szerint. Ez a fejezet arra is rávilágított, hogy az adó legnagyobb terhét a külföldi tulajdonú óriásvállalatok viselik. A 37 vállalatból álló csoport 2023-ban közel 180 milliárd forint kiskereskedelmi adót fizetett a számított adatok alapján.

6.4. Klaszterelemzés

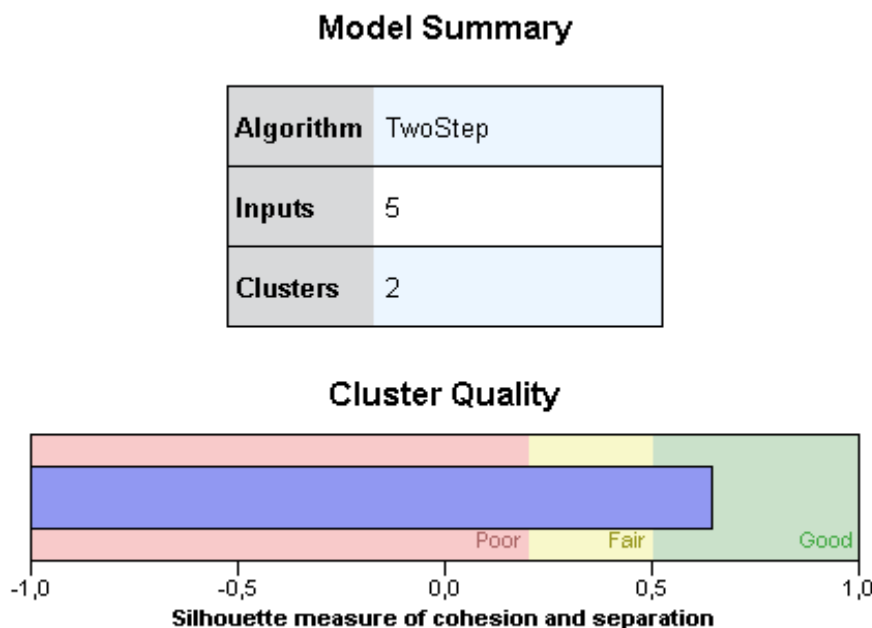
Az előzőhöz hasonlóan a következő részben is az ORBIS rendszerből kinyert adatok feldolgozása az SPSS szoftver segítségével történt, ahol a sokaság klaszterelemzésen esett át. Ez az

elemzési módszer azért volt kifejezetten hasznos, mert a vállalatok nagy számának különböző szempontok alapján történő csoportosítását tette lehetővé.

6.4.1. A kiskereskedelmi vállalatok klaszterelemzése

Az elkészült klaszterek alapján a vállalatok két klaszterbe lettek besorolva, amihez a figyelembe vett mutatók a kiskereskedelmi adó/nettó árbevétel, kiskereskedelmi adó/adózás utáni eredmény, profit margin, current ratio, valamint a tőkeáttételi arány (gearing ratio) voltak, mindegyik a legutolsó, azaz 2023-as gazdasági év tekintetében. Az elkészült klaszter alapján az első klaszter 3 717, míg a második klaszter 372 vállalatot tartalmaz.

Az SPSS szoftver által elkészített ábráról is könnyedén leolvasható, hogy az algoritmus öt bemeneti változót használt, amelyek alapján a vállalatokat két csoportba osztotta.



Forrás: SPSS szoftver feldolgozása az ORBIS rendszerből származó adatoknak

12. ábra: Klaszter modell összefoglaló, klaszter minőség

A klaszterszerkezet megfelelőségét az SPSS kétlépéses klaszterezési módszerénél a sziluett-együtthatóval (SC) méri, amely a klasztereken belüli kohéziót és a klaszterek közötti szeparációt jellemzi egy -1 és 1 közötti értékkel. Ha az SC értéke pozitív és nagyobb, mint 0,25, akkor megfelelő klaszterszerkezetről beszélhetünk. Az SC értéke alapján a klaszterek erőssége több szinten értékelhető, de 0,25 alatti értéknél nem tekinthető valódi klaszterszerkezetnek.

(Malhotra, 2009). A vizsgált minta esetében az SC értéke 0,6 volt, ami megfelelő szerkezetre utal.

A 9. táblázat a klaszterelemzés eredményeit mutatja, ahol a klaszterek súlypontjainak (centroids) jellemző értékei láthatóak az egyes mutatók mentén. A klaszterelemzés során az adatok hasonló tulajdonságok alapján kerülnek csoportosításra, így egy-egy klaszter közép-pontja az adott klaszterbe tartozó elemek átlagos értékeit reprezentálja. A táblázat oszlopai a vizsgált mutatókra vonatkozóan tartalmazznak adatokat. Minden mutatóhoz az átlagos értékek (Mean) és a szórások (Std. Deviation) vannak feltüntetve, amelyek segítségével láthatóvá válik a csoportok közötti különbség, illetve az egyes csoportok belső variabilitása.

9. táblázat: Klaszterelemzés eredményei

Centroids											
		Kiskereskedelmi adó/nettó árbevétel 2023		Kiskereskedelmi adó/adózott eredmény 2023		Profit margin 2023		Current ratio 2023		Gearing 2023	
		Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation	Mean	Std. Deviation
Cluster	1	0,00068	0,00047	0,06007	0,33444	5,58691	4,93722	2,42457	1,94438	19,83435	36,11948
	2	0,00254	0,00641	0,65413	9,01179	11,22071	16,33441	8,37956	13,37055	159,63466	215,64463
	Combined	0,00085	0,00205	0,11412	2,73883	6,09945	6,99983	2,96633	4,75333	32,55280	83,80244

Forrás: Az ORBIS rendszerből származó adatok alapján készült SPSS szoftver segítségével

Az egyes klaszterek vizsgálata alapján az alábbi megállapítások tehetők:

Az első klaszter vállalataira jellemző, hogy a kiskereskedelmi adó/nettó árbevétel mutató viszonylag alacsony, mindössze 0,00068, vagyis ezek a vállalatok alacsonyabb adófizetési terhekkel rendelkeznek az árbevételük arányában. Ezzel szemben a második klaszter vállalatai sokkal magasabb arányú kiskereskedelmi adót fizetnek, hiszen itt ez a mutató 0,00254. Vagyis a második klaszterbe sorolt vállalatok sokkal jelentősebb adóterhekkel néznek szembe, ami erősebben befolyásolja az árbevételükből származó nyereségüket.

A kiskereskedelmi adó/adózott eredmény mutató is szembetűnő eltérést mutat. Az első klaszterben ez a mutató az előzőhöz hasonlóan szintén nagyon alacsony, mindössze 0,00047, míg a második klaszterben jelentősen magasabb, 0,00641. Ez azt jelenti, hogy az első klaszter vállalatai esetében a profitjuk csak nagyon kis részét terheli a kiskereskedelmi adó, míg a második klaszter vállalatai esetében az adózott eredmény nagyobb hányadát vonja el az adóterhelés.

A profit margint vizsgálva az első klaszter átlagos profit margin értéke 5,59, ami viszonylag alacsony, és azt jelzi, hogy ezek a vállalatok mérsékeltebb nyereséget termelnek. Ezzel szemben a második klaszter átlagos profit marginja jelentősen magasabb, több mint kétszerese az első klaszter értékének. Ez azt mutatja, hogy a második klaszter vállalatai jóval nagyobb nyereséget tudnak realizálni. Ugyanakkor a szórásértékeket is érdemes figyelembe venni (4,94 az első klaszterben és 16,33 a másodikban), hiszen ezek arra utalnak, hogy a második klaszterben nagyobb a vállalatok közötti eltérés a nyereségesség tekintetében, míg az első klaszterben a vállalatok teljesítménye közelebb áll egymáshoz.

A likviditási mutató (current ratio) is jelentős eltéréseket mutat. Az első klaszter átlagos likviditási mutatója 2,42, vagyis ezek a vállalatok viszonylag kisebb mértékben képesek rövid távú kötelezettségeik teljesítésére, a szórás viszonylag alacsony (1,94), jelezve, hogy ebben a csoportban kevésbé változatos a vállalatok likviditási helyzete. Ezzel szemben a második klaszter átlagos current ratio értéke 8,38, ami azt sugallja, hogy ezek a vállalatok lényegesen jobb likviditási pozícióval rendelkeznek, könnyebben tudják fedezni kötelezettségeiket. Azonban a szórás ennél a példánál is jelentősen magasabb (13,37), vagyis nem minden vállalat rendelkezik ennyire kedvező likviditási mutatóval.

A tőkeáttétel (gearing) tekintetében is nagy különbségek tapasztalhatóak. Az első klaszter átlagos tőkeáttétele 19,83, ami viszonylag mérsékeltnek tekinthető, de a szórásérték (36,11) azt mutatja, hogy egyes vállalatok magasabb eladósodottsággal rendelkezhetnek. A második klasztert vizsgálva azonban észrevehető, hogy az átlagos tőkeáttétel kiemelkedően magas, 159,63, ami jelentős kockázatot jelez, különösen, ha figyelembe vesszük a szórásértéket is (215,64). Vagyis a második klaszterben a vállalatok erőteljesebben támaszkodnak külső forrásokra, és nagy eltérések mutatkoznak a tőkeáttétel mértékében is.

A kétlépcsős klaszterszám vizsgálatával megállapítható, hogy a nagyvállalatok jelentős része, így többek között a már korábban is említett multinacionális vállalatok, azaz a Lidl Magyarország Bt., a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft., valamint a TESCO-Global Áruházak Zrt. is mind a kettes klaszterbe lettek besorolva. Az egyes klaszterben pedig a kisebb vállalatok kerültek.

6.4.2. Klaszterelemzés összegzés

Összességében elmondható, hogy az első klaszterbe tartozó vállalatok alacsonyabb adóterhelést viselnek, kisebb profitmarrzssal és mérsékeltebb likviditással rendelkeznek. Ezzel szemben a második klaszterbe sorolt cégek magasabb adóterhekkel, nagyobb nyereséggel és sokkal jobb

likviditási mutatókkal bírnak, bár jelentős belső variabilitás figyelhető meg. A tőkeáttételt vizsgálva is jelentős eltéréseket tapasztalhatunk. Az első klaszter vállalatai alacsonyabb tőkeáttétellel működnek, míg a második klaszterben jelentős eladósodottság tapasztalható. A már említett multinacionális cégek, mint a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt., a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. és a TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt., mind a második, magasabb adóterhelésű klaszterbe tartoznak.

6.5. A kutatások összehasonlítása más szakirodalommal

Varjú Márton és Papp Mónika *Sectoral Special Taxes in Hungary as Instruments of a Populist Fiscal Policy: A Legal Analysis* című cikkükben azt vizsgálták, hogy Magyarországon az elmúlt másfél évtizedben bevezetett ágazati különadók tekinthetők-e populista gazdaságpolitikai eszközöknek. Megnézték, hogy ezek az adók mennyire igazodnak a kormány által kitűzött célokhoz, és ténylegesen mennyire szolgálják a bevétel maximalizálását. A populizmus általában a költségvetés kiadási oldalán mutatkozik meg, ezért a szerzők azt vizsgálták, vajon ezek az adók mennyire felelnek meg ennek a populista megközelítésnek.

A szerzők a cikkben arra a következtetésre jutottak, hogy a különadókat olyan formában alkalmazzák Magyarországon, ami hátrányosan érintheti a külföldi állampolgárságú adóalanyokat, és kedvez a magyar állampolgárságú vállalatoknak. Szerintük az intézkedések így diszkriminatívnak tekinthetők, mivel a külföldi cégek hátrányos helyzetbe kerülnek a magyar piacon (Varjú&Papp, 2022).

Az általuk tett következtetés összeegyeztethető ezen tanulmány eredményével, miszerint a kiskereskedelmi adó (vagyis az egyik Magyarországon hatályban lévő különadó) sokkal nagyobb terhet jelent a külföldi tulajdonban lévő vállalatok számára, mint a belföldi tulajdonú kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalatok számára.

7. A KISKERESKEDELMI ADÓZÁS ÓRIÁSAI

Az előző részben bemutatásra került a kiskereskedelmi adó hatálya alá eső valamennyi vállalat vizsgálata. A különböző vizsgálatok átfogó képet adtak arról, hogy a vizsgált vállalatok együttesen és csoportokra bontva hogyan teljesítettek a piacon, és milyen mértékben járultak hozzá az állami bevételekhez ezen adónem keretében. Az összes szereplő bevonásával egy széleskörű és részletes elemzésre került sor, amely lehetővé tette a kiskereskedelmi adózás általános összefüggéseinek a feltárását.

A következő részben viszont 3 olyan vállalatra kerül a hangsúly, amelyeknél a kiskereskedelmi adó és a nettó árbevétel aránya a legmagasabb volt a 2023-as üzleti évben. Ezek a vállalatok a már korábban is említett vállalatok, név szerint a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt., a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. és a TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt..

Az említett vállalatok esetében a kiskereskedelmi adó költsége igen jelentős, erre a cégek a kiegészítő mellékleteikben is kitértek. A SPAR Magyarország a 2023-as kiegészítő mellékletében az alábbi olvasható ezzel kapcsolatban: „az árbevétel növekedése nem tudta kompenzálni a 2023-as évben felmerülő kiskereskedelmi extraprofit adó, valamint a megnövekedett energia-költségek hatását.” De nem csak a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. tért ki a kiskereskedelmi adó nagyságának megjegyzésére, hanem a Lidl Magyarország Bt. kiegészítő mellékletében is olvasható ezzel kapcsolatban egy gondolat: „A tárgyévben fizetett kiskereskedelmi adó kivételes nagyságú és előfordulású ráfordításnak minősült.”

Tehát az óriásvállalatok viselték a legnagyobb kiskereskedelmi adóterhet 2023-ban. Az óriásvállalatok együttesen a kalkulált kiskereskedelmi adó alapján 253 milliárd forint kiskereskedelmi adót fizettek be, amelyből a következőkben vizsgált 3 vállalat, ahogy az a 10. táblázatban is látható összesen 98,435 milliárd forintnyi adóterhet viselt.

10. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco által fizetett kiskereskedelmi adó 2023-ban (adatok ezer forintban)

Kiskereskedelmi adó 2023-ban	
Lidl	44 200
SPAR	29 100
Tesco	25 135

Forrás: Saját szerkesztés, a Lidl és a SPAR adatai a Trade magazin 2023-as kereskedelmi top-listájából származnak; a Tesco adatai pedig a Tesco 2023-as üzleti évéhez kapcsolódó kiegészítő mellékletből lettek megadva.

A Lidl, a SPAR és a Tesco kiválasztása tehát azért releváns, mert ezek a cégek egyértelműen kiemelkednek mind a nettó árbevételüket, mind pedig a kiskereskedelmi adóterhüket tekintve a szektorban. Ezen vállalatok részletes vizsgálata pontosabb képet ad arról, hogy milyen hatásokkal jár a kiskereskedelmi adó a legnagyobb piaci szereplőkre.

7.1. A kiskereskedelmi adózás óriásainak külső beszámolóelemzése

A vizsgált vállalatok külső beszámolóelemzésen esnek át, amelynek keretében összehasonlításra kerülnek különböző pénzügyi mutatók alapján. Az értékelés három fő szempontot ölel fel: a likviditási helyzetet, az adósságállományt, valamint a jövedelmezőség vizsgálatát. Az elemzések elsődlegesen a vizsgált vállalatok éves beszámoló adataira, azaz mérlegekre (mindegyik vizsgált vállalatnál a számviteli törvény szerinti "A" változat), eredménykimutatásokra (az összes vizsgált vállalatnál összköltség eljárással készült), valamint a kiegészítő mellékletekre támaszkodva készülnek el. Ezek átfogó képet adnak arról, hogy a vállalatok hogyan teljesítettek a pénzügyi stabilitás és hatékonyság terén a vizsgált időszakban, jelen esetben a 2018-tól 2023-ig terjedő időszakban, kiemelve az erősségeiket és gyengeségeiket.

7.2. Likviditási mutatók

A likviditás a vállalkozásoknak azon képességét jelenti, hogy a rövidtávon felmerülő kötelezettségeiket az előre meghatározott és elfogadott határidőkre képesek folyamatosan, késedelem nélkül teljesíteni. Ebben az értelemben a likviditás a vállalatok fizetőképességére utal (diszpozitív likviditás). Egy másik megközelítés szerint a likviditás azt is kifejezi, hogy a vállalatok milyen mértékben rendelkeznek olyan eszközökkel, amelyek gyorsan, vagy esetenként hosszabb idő alatt alakíthatók készpénzzé, és ezáltal milyen gyorsasággal tudják fenntartani fizetőképességüket (strukturális likviditás) (Adorján et al., 2003).

7.2.1. Likviditási mutató

A likviditási mutató megmutatja az egyes vállalatoknál a likvid eszközök és likvid források arányát. Kiszámítása a következőképpen történik:

$$\text{Likviditási mutató} = \frac{\text{Forgóeszközök}}{\text{Rövid lejáratú kötelezettségek}} \quad [1]$$

Tehát a vizsgált mutató azt fejezi ki, hogy a vállalkozás egy éven belül pénzzé tehető eszközeinek aránya hogyan viszonyul az egy éven belül esedékes kötelezettségeihez. Ez a mu-

tató választ ad arra, hogy a vállalkozás rövidtávon képes-e eleget tenni pénzügyi kötelezettségeinek. Ha az érték 1 felett van, az kedvezőnek tekinthető, hiszen a rövid távú eszközök elegendőek a rövid lejáratú kötelezettségek fedezésére. Ezzel szemben, ha az érték 1 alatt van, az azt jelzi, hogy a vállalat esetlegesen nem lesz képes időben fizetni, mivel eszközei nem fedezik a kötelezettségeket. Azonban a túl magas likviditási mutató sem kívánatos, mert arra utalhat, hogy a cég túlságosan óvatosan kezeli eszközeit, és nem használja ki optimálisan a befektetési lehetőségeket (Paár et al., 2021). A vizsgált vállalatok közötti likviditási mutató alakulását a 11. táblázat mutatja be.

11. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco likviditási mutatójának alakulása 2018 és 2023 között

LIKVIDITÁSI MUTATÓ						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	0,78	0,78	0,51	0,67	0,68	0,78
SPAR	0,77	0,73	0,63	0,51	0,66	0,66
Tesco	2,59	2,80	2,25	3,07	2,93	1,22

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

Megállapítható, hogy a Lidl és a SPAR mutatószámainak értéke 1 alatt voltak az elmúlt években. Mind a kettő vállalatnál a 2020-as és 2021-es években volt egy visszaesés a likviditási mutatójukat tekintve, azonban 2022-től egyre javuló tendencia tapasztalható mind a kettő vállalat esetében. Ezen mutató alapján ők kedvezőtlenebb helyzetben vannak a Tesco -nál, hiszen a forgóeszközök értéke nem fedezi a rövid lejáratú kötelezettségeiket.

A Tesco mutatószámai a vizsgált évek során végig 1 feletti értékeket hoztak. Ennek a vállalatnak az esetében egy nagyobb visszaesés látható 2023-ban, amikor több, mint felére esett vissza a mutató értéke. A visszaesés hátterében az áll, hogy 2022-ről 2023-ra a forgóeszközök értéke 187 601 millió forintról 74 162 millió forintra csökkent. A forgóeszközök csökkenésére a követelések jelentős csökkenése ad magyarázatot, hiszen a 2022-es követelésállomány 2023-ra 138 387 millió forintról 23 592 millió forintra csökkent. Ennek hátterében a követelések kapcsolt vállalkozással szembeni állomány jelentős csökkenése áll, ezt az információt a társaság kiegészítő mellékletében tovább nem részletezte.

7.2.2. Likviditási gyorsráta

A likviditási gyorsráta az eszközök és a nehezebben pénzzé tehető készletek különbségének, illetve a likvid forrásoknak az arányát mutatja, kiszámítása a következőképp zajlik:

$$\text{Likviditási gyorsráta} = \frac{\text{Forgóeszközök} - \text{Készletek}}{\text{Rövid lejáratú kötelezettségek}} \quad [2]$$

A likviditási gyorsráta a készleteket nem veszi figyelembe a forgóeszközök között, mivel azok között lehetnek olyan tételek, amelyek normál üzleti körülmények mellett nehezen, vagy csak hosszabb idő alatt válthatók készpénzre, ezért nem használhatók könnyen a rövid távú kötelezettségek finanszírozására. Ennél a mutatószámnál is az 1-es vagy magasabb érték számít elfogadhatónak. A vizsgált vállalatok kereskedelmi vállalatok, az ő esetükben az 1 alatti érték is megfelelő lehet, mivel náluk gyakran magas az árukészlet, ami a számlálót jelentősen csökkentheti, de ez nem feltétlenül utal rossz fizetőképességre (Paár et al., 2021).

A vizsgált vállalatok likviditási gyorsrátáit a 12. táblázat foglalja magában.

12. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco likviditási gyorsrátájának alakulása 2018 és 2023 között

LIKVIDITÁSI GYORSRÁTA						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	0,48	0,47	0,21	0,34	0,19	0,41
SPAR	0,36	0,30	0,30	0,20	0,24	0,25
Tesco	2,14	2,31	1,72	1,45	2,39	0,64

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

Hasonlóan a likviditási mutatóhoz, a likviditási gyorsrátánál is a Tesco értékei bizonyultak a legmagasabbnak a vállalatok közül, hiszen egyedül ez a cég tudta 1 fölött tartani a mutató értékét. Ennek hátterében a magas forgóeszköz, azon belül pedig a magas követelésállomány állt.

7.2.3. Rövid távú dinamikus likviditás

A rövid távú dinamikus likviditás a tárgyévi üzemi (üzleti) eredmény aránya a rövid lejáratú kötelezettségekhez képest, kiszámítása a következőképpen történik:

$$\text{Rövid távú dinamikus likviditás} = \frac{\text{Üzemi (üzleti) eredmény}}{\text{Rövid lejáratú kötelezettségek}} \quad [3]$$

A dinamikus likviditási mutató azt mutatja meg, hogy a vállalat képes-e a tárgyévi üzleti teljesítménye alapján előteremteni a rövid lejáratú kötelezettségei teljesítéséhez szükséges pénzüsszeget. A mutatót akkor tekintjük elfogadhatónak, ha értéke meghaladja a 0,5-öt. (Paár et al., 2021).

13. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco rövid távú dinamikus likviditásának alakulása 2018 és 2023 között

RÖVID TÁVÚ DINAMIKUS LIKVIDITÁS						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	0,37	0,36	0,31	0,28	0,16	0,18
SPAR	0,26	0,21	0,10	0,04	-0,09	-0,09
Tesco	0,54	0,59	-0,06	0,21	0,15	-0,61

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

Az előző likviditási mérőszámokhoz képest a rövid távú dinamikus likviditás meglepő eredményt mutat a vizsgált vállalatoknál, hiszen a Tesco itt már nem mutat kiemelkedő eredményt.

Mindegyik vizsgált vállalatnál visszaesés tapasztalható a 2020-as üzleti évet tekintve, de a Tesco -nál látható a legnagyobb visszaesés. Ennek okozója, hogy a 2020-as üzleti évben a vállalat üzemi (üzleti) eredménye jelentősen lecsökkent az előző üzleti évhez képest, szám szerint 31 072 millió forintról -3 326 millió forintra. Ennek a visszaesésnek az okozói között lehet említeni az értékesítés nettó árbevételének csökkenését, az egyéb bevételek csökkenését, valamint az egyéb ráfordítások megközelítőleg 30%-kal történő emelkedését. Az egyéb bevételek csökkenését a kiegészítő mellékletében a Tesco az alábbiak szerint magyarázta: „Az egyéb bevételek összege a tárgyévben (2020) 20 714 millió Ft. Az előző évhez képest (2019-hez képest) mért csökkenést -melynek értéke 20 514 millió Ft – több tényező okozza. A várhatóan hátrányos bérleti szerződések teljesítéséből keletkező veszteségekre képzett tartalék feloldásának összege bázis évben 7 506 millió Ft volt - ez a tartalék tárgyévben nőtt, tehát ráfordításként jelent meg. Tárgyi eszközök értékesítéséből származó bevételként 442 millió Ft-tal kevesebbet számoltunk el. Bázis évben a terven felüli értékcsökkenés visszaírása 10 015 millió Ft bevételt jelentett,

míg tárgyévben – 61 millió Ft visszairás mellett – jelentős összegű ráfordítást számoltunk el.” Szintén ebben a dokumentumban számolt be a vállalat arról, hogy a ráfordításaik növekedésének hátterében áll még a 2020-ban újra bevezetett kiskereskedelmi adó, mely a Tesco ráfordításait 9 668 millió forinttal emelte meg (TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt. 2020-as kiegészítő melléklete).

Megvizsgálva a másik kettő vállalatot, elmondható, hogy az ő esetükben is csökkent az üzemi (üzleti) tevékenység eredménye a 2020-as üzleti évben, de mértékük a Tesco adataihoz képest tekintve nem jelentős.

A rövid távú dinamikus likviditási mutató értéke a 13.táblázat alapján a SPAR esetében is visszaesést mutat, hiszen a 2022-es és a 2023-as üzleti években 0 alá csökkent, ahogy a 14. táblázatban is látható, a SPAR Magyarország üzemi eredménye ezekben az években -10 897 millió forint és -11 979 millió forint volt. Az üzemi eredmény visszaesésének okozója a SPAR esetében az egyéb ráfordítások növekedése volt, melyek közül 2022-ben a legnagyobb növekedés az adók megnövekedésének volt köszönhető (2021-ről az adók értéke 2022-re 13 832 millió forinttal nőtt) (SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. 2022-es kiegészítő melléklete).

14. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco üzemi (üzleti) tevékenységének alakulása 2018 és 2023 között

ÜZEMI (ÜZLETI) TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	29 700	34 035	32 165	35 572	28 025	32 346
SPAR	20 244	16 510	11 847	5 407	-10 897	-11 979
Tesco	31 630	31 072	-3 326	11 991	9 808	-37 094

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

Az üzemi (üzleti) tevékenység eredménye megmutatja, hogy egy vállalkozás üzletszerűen végzett, termelő, szolgáltató vagy egyéb tevékenységei, és az ezekhez a tevékenységekhez kapcsolódó kiegészítő tevékenységek együttesen mekkora eredményt hoztak az adott periódusban (Zéman & Béhm 2016).

Elmondható tehát, hogy az elemzett vállalatok közül kimagaslott a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt., hiszen a Lidl volt az egyetlen, amelynek a vizsgált 6 év során az üzletszerűen végzett, termelő, szolgáltató vagy egyéb tevékenységei, valamint az ezekhez a tevékenységekhez kapcsolódó kiegészítő tevékenységei együttesen pozitív eredményt tudtak hozni.

7.3. Adósságállomány elemzése

Az adósságállomány elemzése, ellentétben a likviditási elemzésekkel, a hosszú lejáratú (egy éven túl esedékes) kötelezettségek vizsgálatára összpontosít. Célja annak feltárása, hogy a vállalkozás finanszírozásában milyen mértékben vannak jelen a hosszú távú hitelek és kölcsönök, valamint, hogy ezek milyen fedezettel rendelkeznek, és mely eszközöket finanszírozza velük a cég. Fontos megjegyezni a likviditási helyzet és az adósságállomány közötti kapcsolatot, mivel az adósságállomány jelentős növekedése idővel, a törlesztési kötelezettségek megjelenésével ronthatja a likviditást (Zéman & Béhm 2016).

7.3.1. Adósságállomány és saját tőke aránya

Az adósságállomány aránya az adósságállomány, a saját tőke aránya pedig a saját tőke arányát mutatja meg a tartós forrásokon belül. A két arányszám egymás komplementere.

Az adósságállomány kiszámítása a következő:

$$\text{Adósságállomány aránya} = \frac{\text{Hosszú lejáratú kötelezettségek}}{\text{Hosszú lejáratú kötelezettségek} + \text{Saját tőke}} \quad [4]$$

és a saját tőke arányának meghatározása pedig a következőképpen történik:

$$\text{Saját tőke aránya} = \frac{\text{Saját tőke}}{\text{Hosszú lejáratú kötelezettségek} + \text{Saját tőke}} \quad [5]$$

Ezen mutatók egymás kiegészítői, és intenzitási mutatóként értelmezhetők. Általánosan az az elfogadott, ha az adósságállomány aránya nem haladja meg a 60%-ot, míg a saját tőke aránya 40% felett van. Minél magasabb a saját tőke aránya, annál kedvezőbb a vállalkozás helyzete, mivel ez arra utalhat, hogy a cégnek még van mozgástere további hitelek felvételére (Paár et al., 2021).

A Lidl, a SPAR és a Tesco adósságállományának és saját tőke arányának alakulását a 15. és 16. táblázat foglalja magába.

15. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco adósságállomány arányának alakulása 2018 és 2023 között

Adósságállomány aránya						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	3%	3%	17%	31%	23%	0%
SPAR	3%	2%	2%	2%	33%	46%
Tesco	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

16. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco saját tőke arányának alakulása 2018 és 2023 között

Saját tőke aránya						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	97%	97%	83%	69%	77%	100%
SPAR	97%	98%	98%	98%	67%	54%
Tesco	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

Jól látható, hogy a Tesco nem rendelkezett a 2018 és 2023 közötti üzleti években hosszú lejáratú kötelezettséggel, ezért a saját tőke aránya a tartós forrásokhoz képest 100% volt, az adósságállományának aránya pedig 0% volt.

Érdekesebb lehet ilyen szempontból megvizsgálni a Lidl -t és a SPAR-t, hiszen ezen vállalatok arányszámaiban érdekesebb változások következtek be.

Kezdve a Lidl Magyarországgal, amely adósságállománya a 2020-as üzleti évben 14 százalékkal növekedett, elmondható, hogy ennek a növekedésnek a hátterében a hosszú lejáratú hitelek megnövekedése és a saját tőke csökkenése állt. A hosszú lejáratú kötelezettségek állománya a 2019-es üzleti évről a 2020-as üzleti évre 14 635 millió forinttal nőtt meg, amíg a saját tőke állománya ugyanezen két üzleti évet tekintve 25 134 millió forinttal csökkent. A 2021-es üzleti évben további hosszú lejáratú kötelezettség növekedést tapasztalhattunk, de ebben az évben a saját tőke állománya is nőtt a vállalatnak. Mivel a hosszú lejáratú kötelezettség állomány-növekedése jelentősen több volt 2021-ben, így az adósságállománya tovább nőtt a Lidl Magyarországnak. 2022-ben az adósságállománya elkezdett csökkenni, ebből adódóan pedig a saját tőke aránya elkezdett növekedni a vállalatnak, és a 2023-as üzleti évben már szinte 100%-

os volt a saját tőke aránya a tartós forrásokon belül, hiszen saját tőke állománya 70 731 millió forinttal növekedett, míg a hosszú lejáratú hitelek tekintve 37 728 millió forintos csökkenés volt tapasztalható az azt megelőző üzleti évhez képest.

A SPAR Magyarország adósságállomány arányát tekintve nagyobb növekedés a 2022-es üzleti évben volt tapasztalható először, amikor az adósságállomány 2 százalékról 33 százalékra emelkedett meg. Az adósságállomány arányának növekedése az adósságállomány 38 002 millió forintos növekedésével, valamint a saját tőke 13 140 millió forintos csökkenésével magyarázható. A SPAR Magyarország 2022-es kiegészítő mellékletből kiolvasható, hogy a hosszú lejáratú kötelezettségek állományát tekintve „egyrészt a hosszú lejáratú banki hitelállomány nőtt meg, másrészt anyavállalati hitelfelvétel történt 22 048 millió Ft értékben”. 2023-as üzleti évben az adósságállomány aránya tovább növekedett 13 százalékkal, hiszen az adósságállomány is tovább növekedett 15 381 millió forinttal, a saját tőke állományban pedig további csökkenés volt tapasztalható.

A hosszú lejáratú hitelek növekedése annak köszönhető, hogy bár a banki hitelállomány az éves törlesztésekkel csökkent, újabb anyavállalati hitelfelvétel történt 20 060 millió Ft értékben.

7.4. Jövedelmezőségi mutatók

7.4.1. Saját tőke jövedelmezősége, tőkemegtérülés

A ROE (Return on Equity) a Saját tőke egységre vetített jövedelmezőségét mutatja meg. Ez a mutató azt jelzi, hogy a vállalat milyen mértékben tudja megtéríteni a befektetett saját tőkét. Kiszámítása a következőképp történik:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Adózott eredmény}}{\text{Saját tőke}} \quad [6]$$

A vállalatok ROE mutatójának alakulását a 17. táblázat foglalja magába.

7.4.2. Eszközmegtérülési mutató

Az eszközmegtérülési mutató megmutatja a befektetők számára, hogy a vállalat milyen hatékonyan használja fel az erőforrásait és javait a működése során. Lehetőséget ad arra, hogy azonos iparágban belül összehasonlítsa a vállalkozások hatékonyságát, és jelezze az üzleti kockázatot is. Kiszámítása a következőképpen történik:

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Adózott eredmény}}{\text{Összes eszköz}}$$

A vállalatok ROA mutatójának alakulását a 18. táblázat foglalja magába.

17. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco ROE mutatójának alakulása 2018 és 2023 között

ROE						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	22,97%	24,31%	30,72%	31,95%	19,51%	13,38%
SPAR	18,09%	14,03%	11,45%	5,48%	-15,69%	-27,94%
Tesco	11,21%	10,66%	-0,60%	5,22%	7,73%	-16,28%

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

18. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco ROA mutatójának alakulása 2018 és 2023 között

ROA						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	12,90%	12,90%	12,89%	11,66%	7,23%	6,76%
SPAR	9,61%	7,66%	4,88%	2,17%	-4,82%	-6,67%
Tesco	8,44%	8,47%	-0,45%	3,83%	5,49%	-8,96%

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

Mivel a ROE és a ROA mutatók mindegyikére igaz a minél nagyobb, annál jobb értékelési elv, így a vizsgált vállalatok tekintetében az elmúlt 6 üzleti évben végig a Lidl tudott a legjobb eredményt hozni, mind a tőkemegtérülést, mind pedig az eszközmegtérülést tekintve. Tehát a saját tőke és az eszközök egységre vetített része ennél a vállalatnál voltak a legmagasabbak, a 2023-as üzleti évben pedig egyedülként tudott pozitív értéket hozni, vagyis egyedül a Lidl adózás utáni eredménye volt végig pozitív. Az adózás utáni eredmény alakulását az elmúlt években a 19. táblázat foglalja magába.

19. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco adózott eredményének alakulása 2018 és 2023 között (millió forintban)

Adózott eredmény						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Lidl	26 505	28 604	28 435	33 327	25 287	26 804
SPAR	19 877	16 397	11 741	5 313	-13 140	-18 286
Tesco	31 782	31 804	-1 574	12 887	19 621	-21 576

Forrás: Saját szerkesztés a cégek által közzétett beszámolók alapján kalkulált értékekből

Az adózott eredmény a vállalkozás nyereségét vagy veszteségét jelenti az adók levonása után. A számítása során az adózás előtti eredményből (vagyis a bevételek és a költségek különbségéből) levonjuk a fizetendő adókat. Ez a mutató tehát azt mutatja meg, hogy a vállalkozásnak mennyi marad a nyereségéből a kötelező adóterhek megfizetése után.

Megvizsgálva az érintett vállalatokat, elmondható, hogy a 2023-as üzleti évben egyedülként a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. tudott nyereséges évet zárni. Ebben a gazdasági évben az adózott eredmény a 20. táblázatban bemutatott értékek alapján állt össze.

20. táblázat: A Lidl, a SPAR és a Tesco mérleg főcsoportjainak és csoportjainak alakulása 2023-ban (adatok millió forintban)

	2023-as eredménykimutatás		
	Lidl	SPAR	Tesco
<i>I. Értékesítés nettó árbevétele</i>	1 159 234	882 735	721 638
<i>II. Aktivált saját teljesítmények értéke</i>	-	1 057	-
<i>III. Egyéb bevételek</i>	4 534	14 938	33 784
<i>IV. Anyagjellegű ráfordítások</i>	951 773	744 636	641 494
<i>V. Személyi jellegű ráfordítások</i>	71 803	94 318	54 638
<i>VI. Értékcsökkenési leírás</i>	20 336	20 872	10 728
<i>VII. Egyéb ráfordítások</i>	87 510	50 883	85 656
<i>A. Üzemi (üzleti) tevékenység eredménye</i>	32 346	- 11 979	-37 094
<i>VIII. Pénzügyi műveletek bevételei</i>	10 369	3 244	19 638
<i>IX. Pénzügyi műveletek ráfordításai</i>	15 349	9 551	4 120
<i>B. Pénzügyi műveletek eredménye</i>	- 4 980	- 6 307	15 518
<i>C. Adózás előtti eredmény</i>	27 366	- 18 286	- 21 576
<i>X. Adófizetési kötelezettség</i>	562	-	-
<i>D. Adózott eredmény</i>	26 804	- 18 286	- 21 576

Forrás: saját szerkesztés a Lidl Magyarország Kereskedelmi Betéti Társaság, a SPAR Magyarország Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság és a TESCO-GLOBAL Áruházak Zártkörűen Működő Részvénytársaság által közzétett 2023-as beszámolók alapján.

A Lidl sikerének kulcsa elsősorban az alacsonyabb költségszintben rejlik. Bár a Lidl anyagi jellegű ráfordításai magasabbak, mint a SPAR és a Tesco anyagi jellegű ráfordításai, az értékesítési nettó árbevétele messze a legmagasabb volt. Ez a nagyobb árbevétel lehetővé tette számára, hogy fedezze a költségeket és még nyereséget is termeljen.

Ezen kívül a Lidl személyi jellegű ráfordításai lényegesen alacsonyabbak, mint a SPAR Magyarorszáé, ami szintén hozzájárulhatott a jobb eredményhez. A Lidl egyéb ráfordításai igen magasak, legjelentősebb részét az adóbefizetéseik jelentik.

Összességében a Lidl magasabb árbevétele és a költségeinek hatékonyabb kezelése tette lehetővé, hogy pozitív üzemi eredményt érjen el 2023-ban.

Összevetve a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. és TESCO-Global Áruházak Zrt. 2023-as adózott eredményét az általuk megfizetett kiskereskedelmi adóval, megállapítható, hogy abban az esetben, ha a kiskereskedelmi adóteher nem merült volna fel a vállaltok számára, mind a két vállalat nyereséges üzleti évet tudott volna zárni.

7.5. Külső beszámoló elemzések összegzése

Összességében a Lidl, a SPAR és a Tesco pénzügyi helyzetének és teljesítményének külső beszámoló elemzési vizsgálatából (különös tekintettel a likviditási, adósságállományi és jövedelmezőségi mutatókra) az alábbi megállapítások tehetők:

A likviditási mutatók alapján a Tesco mutatói voltak a legjobbak, de 2023-ban jelentős visszaesést mutatott. A Lidl és a SPAR likviditása alacsonyabb volt, de 2022-től javuló tendenciát mutattak. A likviditási gyorsráta és rövid távú dinamikus likviditás szintén a Tesco -nál volt a legjobb, bár 2023-ban jelentős csökkenés tapasztalható.

Az adósságállomány tekintetében a TESCO stabil maradt, míg a Lidl és SPAR növekvő hitelállománya jelentős változásokat okozott pénzügyi szerkezetükben.

A jövedelmezőségi mutatók alapján a vizsgált időszakban a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. érte el a legjobb eredményeket, hiszen mutatói folyamatosan pozitívak maradtak, bár néhány évben saját értékeihez képest visszaesést mutatott. A SPAR esetében az utóbbi években egyértelmű romlás tapasztalható, különösen a 2022-es és 2023-as üzleti években, amikor a vállalat veszteséges gazdasági éveket zárt. A Tesco esetében pedig 2023-ban történt jelentős visszaesés, amikor ROE és ROA mutatói negatívvá váltak, jelezve a vállalat veszteségét.

8. A KISKERESKEDELMI ADÓZÁS ÓRIÁSAINAK FELTÉTELEZHETŐ STRATÉGIÁI

A 7. fejezetben a Lidl, a SPAR és a Tesco külső beszámolóinak elemzése alapján áttekintés nyílt a három kiskereskedelmi szereplő pénzügyi helyzetére és teljesítményére. Az elemzés rávilágított a likviditási, adósságállományi és jövedelmezőségi mutatók tekintetében tapasztalható különbségekre, valamint ezek időbeli változásaira.

Ezen fejezet célja annak feltárása, hogy a vizsgált vállalatok milyen módokon igyekeztek kompenzálni a felmerült plusz költségeiket.

8.1. Megemelkedett költségek kompenzálása

Amikor egy vállalat ráfordításai jelentősen megnövekednek, számos stratégiai lépést lehet tenni annak érdekében, hogy kompenzálják a megnövekedett költségeiket, és fenntartsák a profitabilitásukat.

8.1.1. Árbevétel növelés

Az alkalmazott módszer a megemelkedett költségek kompenzálására az árbevétel növelése, ami ezen vállalatok esetében a költségek fogyasztókra való áthárításával lehetne elérni. Ez azt jelenti, hogy a vállalatok a megemelkedett kiadásait beépítik az árakba, vagyis megemelik az árrésüket, így a felmerülő plusz költségeket végső soron a vásárlók fizetik meg. Az áremelés mértéke azonban korlátozott lehet, mivel túlzott drágítás a vásárlói kereslet csökkenéséhez vezethet, hisz a piacon erős verseny van, és a fogyasztók árérzékenyek. Abban az esetben lehetne a kiskereskedelmi adót és ehhez hasonlóan az összes felmerülő költséget teljes mértékben áttolni a fogyasztókra, ha a piacon monopolhelyzet lenne.

8.1.2. Költségcsökkentés

A költségcsökkentés egy hasonlóan kulcsfontosságú megoldás lehet. A vállalatok a működési hatékonyság növelésére összpontosíthatnak, például a logisztikai folyamatok optimalizálásával, a készletkezelés javításával, valamint a munkaerő hatékonyabb kihasználásával (Tessényi, 2009).

A vizsgált három vállalat közül ilyen szempontból előnyben van a Lidl Magyarország Betéti Társaság, hiszen diszkont modellként alapvetően is a maximális költséghatékonyság jellemzi működését (Azeem & Sharma, 2012). Bár az elmúlt években a nyereségessége romlott a vállalatnak, azonban a Trade magazin adatai szerint évről évre bővíti üzleteinek számát, dolgozói terén pedig igyekszik a maximális kihasználtságra, hisz növekvő boltszám mellett a dolgozói létszámában 2022-ről 2023-ra egy kisebb csökkenés is tapasztalható.

A SPAR esetében jellemző volt a boltok számának leépítése az elmúlt években (21. táblázat), feltehetőleg elkezdte a vállalat tisztítani portfólióját, de emellett a cég beszámolóiból más költségcsökkentési törekvés nem volt azonosítható.

21. táblázat: SPAR boltszámok alakulása 2020 és 2023 között

SPAR boltok alakulása				
	2020	2021	2022	2023
<i>Bezárt boltok száma</i>	5	5	7	12
<i>Megnyílt boltok száma</i>	4	6	2	5
<i>Felújításon átesett boltok száma</i>	15	15	11	4
<i>Összes üzlet szám</i>	381	380	375	368

Forrás: Saját szerkesztés a SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. 2020-as, 2021-es, 2022-es és 2023 Kiegészítő mellékletében található adatok alapján

A legérdekesebb megállapítások a Tesco kiegészítő mellékletéből vonhatók le, ahol a vállalat a felmerülő költségek ellensúlyozására különféle stratégiákat alkalmaz.

Egyrészt a Társaság 2021-ben 14 ingatlanát a tárgyi eszközök Ingatlanok és a kapcsolódó vagyoni értékű jogok sorából átsorolta a készletek közé. Ennek oka, hogy a Tesco ezen ingatlanokat a 2022-es Kiegészítő melléklete szerint az adott üzleti évben eladásra szánta, mely adásvétel meg is történt. 14 bevásárlóközpontot adtak el az Adventum csoportnak, és a Tescoboltokat visszabérelték hosszú távú bérleti szerződés keretében, ezzel jelentősen megnövelve a 2022-es gazdasági évben az egyéb bevételeiket.

Egy másik érdekes megállapítás, hogy a Tesco jelentősen csökkentette dolgozói létszámát is, azonos boltszám mellett 2023-ban, ezzel szintén visszafogva költségeiket. A Trade magazin adatai szerint ugyanis 2022-ben a vállalatnak 197 bolt mellett 10 807, 2023-ban pedig ugyanennyi bolt üzemeltetése mellett 9 976 alkalmazottja volt.

Ezen megállapítások rávilágítanak a korábban felmerült kérdésre is, miszerint az ilyen mértékű plusz ráfordítás nem ösztönzi a gazdasági növekedést a vizsgált vállalatoknál, költségeiket igyekeznek minél inkább visszafogni.

8.2. Kereskedelmi rangsor

Bár a beszámolók alakulása egyértelműen megmutatta, hogy a 3 részletesen vizsgált vállalat mögött nehezebb évek állnak, hiszen saját eredményükhöz képest rontottak, nyereségességük csökkent, azonban a Trade magazin kiskereskedelmi toplistájában található piaci rangsor szerint a piaci helyzetüket meg tudták őrizni, hiszen végig vezette az elemzett 3 vállalat a rangsort.

22. táblázat: Kiskereskedelmi toplista szerinti rangsor 2018 és 2023 között

Kiskereskedelmi toplista						
ÉV	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1.HELY	Tesco	Tesco	Lidl	Lidl	Lidl	Lidl
2.HELY	COOP	Lidl	SPAR	SPAR	SPAR	SPAR
3.HELY	SPAR	SPAR	Tesco	Tesco	Tesco	Tesco

Forrás: Saját szerkesztés a Trade magazin által közzétett kiskereskedelmi rangsor alapján

A 22. táblázat a Trade magazin kiskereskedelmi toplistája szerinti rangsort mutatja be 2018 és 2023 között. Az adatok alapján 2018-ban és 2019-ben a Tesco vezette a rangsort, 2020-ban azonban változás történt, és a Lidl átvette az első helyet, amit azóta is sikeresen megtartott. A második helyre 2020-tól kezdődően a SPAR került, míg a Tesco ettől az üzleti évtől kezdődően minden évben a harmadik helyen végzett. A kiskereskedelmi adó megjelenése óta tehát a Lidl stabilan az élen maradt, míg a SPAR és a Tesco rendre a második és harmadik helyen zárták az évet.

Ebből tehát megállapítható, hogy bár az utóbbi években a kiskereskedelmi szektor nagyon sok kihívással nézett szembe, nem csak a kiskereskedelmi adó miatt, de az egyéb gazdasági nehézségek miatt is, ezen kihívások ellenére mégis sikerült a vállalatoknak megőrizni piaci részesedésüket.

9. KÖVETKEZTETÉS, JAVASLAT

A tanulmány rávilágított arra, hogy a kiskereskedelmi adó bevezetése komoly alkalmazkodási kényszert jelentett a szektor szereplői számára, különösen azért, mert alaphoz is nehéz gazdasági időszak volt jelen a piacon. Az elemzések alapján elmondható, hogy az adó hatásai eltérően jelentkeztek a különböző vállalatméretű és tulajdonosi szerkezetű cégeknél.

A kutatás során az a megállapítás született, hogy a méret szerinti vizsgálat alapján az óriásvállalatok, a tulajdonosi szerkezet vizsgálata szerint pedig a külföldi vállalatokra helyezett nagyobb terhet a kiskereskedelmi adó. Így a csoportok együttes elemzése alapján nem okozott meglepetést, hogy a külföldi tulajdonú óriásvállalatok fizetik meg az adónem legnagyobb részét. Ezután a tanulmányban ez a megállapítás került további alátámasztásra klaszterelemzés segítségével is.

Majd a kapott eredmények alapján összehasonlításra kerültek a kiskereskedelmi szektor óriásai, a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt., a SPAR Magyarország Kft. és a TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt.. Az összehasonlítás három fő szempontot ölelt fel: a likviditási helyzetet, az adósságállományt, valamint a jövedelmezőség vizsgálatát. A mutatók vizsgálata mentén kerültek feltárássra a vállalatok által közzétett beszámolók is, kiemelve a vállalatok erősségeit és gyengeségeit.

Az a megállapítás született a tanulmány végére, hogy az elmúlt évek nehézségei, köztük a kiskereskedelmi adó is, bár jelentős terhet jelentettek az érintettek számára, a vállalatok sikeresen meg tudták őrizni piaci részesedésüket, azonban a korábbiaknál nagyobb figyelem irányult a költségcsökkentésre, profitabilitásuk jelentősen romlott. Ennek következtében voltak olyan vállalatok, melyek többek között az adó megfizetése miatt kényszerültek veszteséges gazdasági évet zárni. A jelenlegi forgalom alapú adózás hátrányosan érintheti az alacsonyabb nyereségű, de magas nettó árbevétellel rendelkező vállalatokat, hisz az adó nem veszi figyelembe a cégek pénzügyi teljesítményét. Abban az esetben, ha az adózás alapját a cégek nyereségességére alapoznák, akkor az adó mértéke jobban igazodna a cégek gazdasági helyzetéhez és arányosabb közteherhiviselést biztosítana. Ez csökkentené a külföldi tulajdonú és alacsonyabb profitot termelő vállalatok terheit.

A kutatás eredményeit további vizsgálatokkal is lehetne mélyíteni, például a kisebb, hazai tulajdonú vállalatokra gyakorolt hosszabb távú hatások vizsgálatával, vagy érdekes lehet más különadók hasonló elemzése is.

10. ÖSSZEGZÉS

A tanulmány célja a kiskereskedelmi ágazatot sújtó különadó hatásainak vizsgálata volt, különös figyelemmel a vállalatok méretére és tulajdonosi szerkezetére.

A tanulmány kezdeti szakaszában részletesen bemutatásra került a kiskereskedelmi adó bevezetésének története, a kiskereskedelmi adó különböző jellemzői és az adónemhez kapcsolódó módosítások is. Ez magában foglalta az adó bevezetésének indokait, valamint az adóhoz kapcsolódó változtatások bemutatását az adó megjelenése óta. Ezt követően a tanulmány fókuszra a kutatási célkitűzésekre és azok vizsgálati módszertanára irányult, hogy elemzésre kerülhessenek az adó hatásai a különböző vállalatméretek és tulajdonosi szerkezetek között.

A tanulmány során elvégzett variancia- és klaszterelemzés eredményei világosan megmutatták, hogy a kiskereskedelmi adó jelentős mértékben eltérően érinti a különböző vállalatokat. Kirajzolódott, hogy a külföldi tulajdonú óriásvállalatok, amelyek meghatározó szereplők a piacon, a hazai cégekhez képest aránytalanul nagy mértékben viselik ezt az adóterhet. A statisztikai elemzések alapján tehát egyértelműen megállapítható, hogy az adózás ezen terhei elsősorban a nemzetközi óriásvállalatokra hárulnak, ami sajátos különbségeket eredményez az adóterh eloszlásában az érintett vállalati körön belül.

A kapott eredmények alapján a kutatás során bemutatásra került a három vezető szereplő a kiskereskedelmi szektorban: a Lidl Magyarország Kereskedelmi Betéti Társaság, a SPAR Magyarország Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság, valamint a TESCO-GLOBAL Áruházak Zártkörűen Működő Részvénytársaság. Ezen vállalatok külső beszámolóelemzésen estek át és a különböző gazdasági mutatók bemutatása mentén kerültek feltárássra a vizsgált vállalatok által közzétett beszámolók, kiemelve a vállalatok erősségeit és gyengeségeit az elmúlt gazdasági években. Az eredmények alapján elmondható, hogy az elmúlt évek nehézségei ellenére az elemzett vállalatok sikeresen megtudták őrizni piaci részesedésüket, azonban a korábbiaknál nagyobb figyelem irányult a költségcsökkentésre.

Összességében elmondható, hogy Magyarországon a kiskereskedelmi adó aránytalanul terheli a különböző vállalat típusokat, különösen a külföldi tulajdonú óriásvállalatokat, hiszen ameddig a kisebb cégek az adó kisebb mértékét fizetik, addig a nagyobb szereplők jelentősen magasabb adóterhellel szembesülnek, ennek következtében az óriásvállalatok nyereségessége jelentősen lecsökken és sok esetben költségeik újra gondolására kényszerülnek.

HIVATKOZÁSJEGYZÉK

Szakirodalom:

1. Adorján, Cs., Lukács, J., Róth, J., Veit, J. (2003). *Számvitel és elemzés II.*, Magyar Könyvvizsgálói Kamara, Budapest.
2. Azeem, S., Sharma, R.R.K. (2012). An understanding of hard and soft discounters during boom and recessionary phase, *International Journal of Strategic Management*, 12 (4), 44–51.
3. Bácskai, T. (2020). *A kiskereskedelmi adó gazdasági hatásai Magyarországon*, Pénzügykutató Intézet, Budapest.
4. Bodzási, B. (2011). Az egyes ágazatokat terhelő különadóról, *Jogi iránytű*
https://jog.tk.hun-ren.hu/uploads/files/Jogi_Iranytu/Jogi_Iranytu_2011_1_Bodzasi_Balazs.pdf
5. Chen, S., Yang, M., & Kuper, H. (2024). Investigating inflation, living costs and mental health service utilization in post-COVID-19 England, *Nature Mental Health*.
<https://doi.org/10.1038/s44220-024-00250-0>
6. Cremer, H., Pestieau, P. & Rochet, J.-C. (2001). Direct versus Indirect Taxation: The Design of the Tax Structure Revisited. *International Economic Review* Vol. 42, No. 3, pp. 781-799
7. Cui, X. (2023). Inflation Measurement in the Era of COVID-19, *National Bureau of Economic Research*.
8. Cysne, R. (2000). Inflação, prosperidade e legislação tributária. *Revista Conjuntura Econômica*.
9. Darák, P., & Lovas, D. (2023). Az adórendszer deszantosai: a különadók. *Jogtudományi Közlöny*, 78(11), 481-491.
10. Davis, L. (2024). Profits and markups during the post-COVID-19 inflation shock in the U.S. economy: a firm-level lens. *European Journal of Economics and Economic Policies: Intervention*, 21(2), 309-330.
<https://doi.org/10.4337/ejeep.2024.0137>
11. Deák, D. (2020). Szankcionálható-e az árbevételre vetített progresszív adó? *Külgazdasági Szemle*, 64(9-10), pp. 89-116.
<https://doi.org/10.47630/KULG.2020.64.9-10.89>

12. Lukovszki, L. (2023). *Adózás és adóztatás- tudatos adózók kézikönyve*, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs
13. Erer, E. (2023). Çekirdek, Gıda ve Enerji Enflasyonlarında Kalıcılığın Araştırılması: Zamanla Değişen Yaklaşımdan Bir Kanıt, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*.
14. Goryunov, E., Drobyshevsky, S., Kudrin, A., & Trunin, P. (2023). Causes and lessons of accelerating global inflation. *Russian Journal of Economics* 9(3) 219-244.
15. Hurt, C. (2010). The Windfall Myth, *George Washington Law Review*, 8, 339-393.
16. Jia, X., Fu, Y., & Sun, H. (2020). Research on Internal Tax Control of New Energy Saving and Environmental Protection Wind Power Generation Energy Enterprises, *Journal of Physics: Conference Series*, 1549(4), 042148.
17. Knicker, M. S., Naumann-Woleske, K., Bouchaud, J., & Zamponi, F. (2023). Post-COVID Inflation & the Monetary Policy Dilemma: An Agent-Based Scenario Analysis, *SSRN*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4468814>
18. Krček, T., Smetanková, D. (2019). Sektorové zdanění. *Srovnávací studie*.
19. Long, H., Chang, C.-P., Jegajeevan, S., & Tang, K. (2021). Can Central Bank Mitigate the Effects of the COVID-19 Pandemic on the Macroeconomy?. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(9), 2652-2669.
20. Malhotra, N. K. (2009). *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
21. Nagy, Zoltán és Horváth, Attila, eds. (2021) *A különleges jogrend és nemzeti szabályozási modelljei*. MFI Tudományos Közleményei (4). Mádl Ferenc Összehasonlító Jogi Intézet, Budapest.
22. Nobilis, B. (2021). Restoring the Competitiveness of the Hungarian Tax System in the 2010s. *Taxation Policy Papers, Ministry of Finance, Department of Tax Policy and International Taxation*.
23. Paár, D. Ambrus, R. A. és Szóka, K. (2021). *Gazdasági elemzés a beszámolók információi alapján*, Soproni Egyetem Kiadó, Sopron.
24. Palócz, É. (2023). Az inflációs csata európai tájképe: Magyarország elesett. In: *Társadalmi Riport*. Társi, Budapest. Vol. 67, No. 1-2, pp. 120-129.
<https://doi.org/10.47630/KULG.2023.67.1-2.120>

25. Prabheesh, K., Juhro, S. M., & Harun, C. (2022). COVID-19 Uncertainty and Monetary Policy Responses: Evidence from Emerging Market Economies, *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 24(4), 1692.
26. Tessényi, A. (2009). Költségcsökkentés a termelő vállalatoknál
27. Varela, P. (2016). What are progressive and regressive taxes?, *TTPI – Policy Brief* Vol. 3.
28. Varjú, M., & Papp, M. (2022). Sectoral Special Taxes in Hungary as Instruments of a Populist Fiscal Policy: A Legal Analysis. *Review of Central and East European Law*, 47(1), 60-83.
<https://doi.org/10.1163/15730352-bja10061>
29. Zéman, Z. és Béhm, I. (2016). *A pénzügyi menedzsment kontroll elemzési eszköztára*, Akadémiai Kiadó, Budapest.

Jogszabályok:

1. 2004. évi XXXIV. törvény a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról.
Hatályos Jogszabályok Gyűjteménye. Elérés 2024. október 5
Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0400034.tv>
2. 2010. évi XCIV. törvény az egyes ágazatokat terhelő különadóról.
Elérés 2024. augusztus 4
Forrás: <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000094.TV>
3. 2020. évi XLV. törvény a kiskereskedelmi adóról szóló.
Elérés 2024. augusztus 7
Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2000045.tv>
4. 197/2022. (VI. 4.) Korm. rendelet az extraprofit adókról
Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2200197.kor>

Egyéb internetes források:

- APEH Tax and Financial Control Administration
- Economx. (2023). *Mennyit kellene fizetnie a Lidlnek, Sparnak, Aldinak és a többieknek?*
<https://www.economx.hu/magyar-vallalatok/ado-kulonado-kisker-aldi-lidl-spar-tesco-auchan.753190.html>

- European Commission. (2020). State aid: Commission opens in-depth investigation into Hungarian progressive retail tax.
- Eurostat. (n.d.). Harmonised Index of Consumer Prices (HICP).
Elérhető: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/hicp>
- Központi Statisztikai Hivatal. (n.d.). Uniós összehasonlítás.
Elérhető: <https://www.ksh.hu/heti-monitor/unios-osszehasonlitas.html>
- Költségvetési Tanács. (2010). *A Magyar Köztársaság Költségvetési Tanácsának becslése „Az egyes ágazatokat terhelő különadóról” szóló T/1374. számú törvényjavaslat költségvetési hatásairól.*
- Központi Statisztikai Hivatal: 2.2.1.1. A kiskereskedelmi üzletek száma üzlettípus szerint
- Lidl Magyarország Kereskedelmi Betéti Társaság Éves beszámoló 2018 és 2023 között
- NAV 96. információs füzet A kiskereskedelmi adóról 2021
- NAV 96. információs füzet A kiskereskedelmi adóról 2023
- NAV 96. információs füzet A kiskereskedelmi adóról 2024.02.01
- NAV 96. információs füzet A kiskereskedelmi adóról és a kiskereskedelmipótadóról (2022.09.01)
- Magyar Közlöny 2020.évi 73. szám
- Portfolio. (2023). Brutálisan működik a szegények adója és a különadók
<https://www.portfolio.hu/gazdasag/20230206/brutalisan-mukodik-a-szegenyek-adoja-es-a-kulonadok-595032>
- SPAR Magyarország Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság Éves beszámoló 2018 és 2023 között
- TESCO-GLOBAL Áruházak Zártkörűen Működő Részvénytársaság Éves beszámoló 2018 és 2023 között
- Trade magazin kereskedelmi toplisták 2019 és 2023 között
<https://trademagazin.hu/hu/kereskedelmi-toplistak/>

Képletek jegyzéke:

1. Likviditási mutató
2. Likviditási gyorsráta
3. Rövid távú dinamikus likviditás
4. Adósságállomány aránya
5. Saját tőke aránya
6. Return on Equity (ROE)
7. Return on Assets (ROA)