

KOMENTARZ ZPP: PO DWÓCH MIESIĄCACH WIDZIMY, ŻE PODATEK CUKROWY UDERZA W KONSUMENTÓW I FIRMY, GENERUJĄC NIEWIELKIE WPŁYWY FINANSOWE

Robiąc zakupy na początku nowego roku, część konsumentów mogła być zaskoczona. Ceny ich ulubionych napojów okazały się nawet o kilkadziesiąt procent wyższe, niż jeszcze w grudniu. To rezultat wejścia w życie podatku cukrowego, który – wbrew swojej nazwie – obejmuje nie tylko napoje słodzone cukrem, lecz również te zawierające niskokaloryczne substancje słodzące, a także kofeinę i taurynę. Po pierwszych dwóch miesiącach obowiązywania podatku widzimy jak na dłoni, że tracą konsumenci i firmy z branży napojowej, zaś budżet państwa zyskuje znacznie mniej, niż przewidywali projektodawcy. Każę to zadać poważne pytania o rzetelność przygotowanych w toku procesu legislacyjnego analiz skutków wprowadzanej regulacji.

Związek Przedsiębiorców i Pracodawców konsekwentnie opowiadał się przeciwko wprowadzaniu podatku cukrowego. W toku procesu legislacyjnego wskazywaliśmy, że wszelkiego rodzaju podatki sektorowe jedynie komplikują system i doprowadzają do zaburzeń na rynku. Co więcej, w przypadku tego konkretnego obciążenia, projektodawca powoływał się również na argumenty odnoszące się do polityki zdrowotnej, które wydawały nam się całkowicie nieprzekonujące. Nie wierzymy, by opodatkowanie określonej kategorii produktów miało stanowić adekwatną odpowiedź na wyzwania związane z rosnącym problemem otyłości w społeczeństwie. Zwłaszcza, że podatkiem cukrowym objęte są również niskokaloryczne substancje słodzące, co naturalnie zmniejsza skłonność producentów do reformulacji (zmiany składów w celu obniżenia kaloryczności produktów) i poddaje w wątpliwość „prozdrowotny” cel nowego obciążenia.

Marzec 2020 roku przyniósł epidemię koronawirusa w Polsce i daleko idące zmiany w życiu gospodarczym. Część firm została dotknięta głębokimi restrykcjami związanymi z ograniczeniami w prowadzeniu działalności, w niektórych branżach pojawiło się zagrożenie przerwania łańcuchów dostaw, inni mierzyli się z organicznym spadkiem popytu wywołanym zagrożeniem epidemicznym. Dzisiaj wiemy, że rok 2020 był pierwszym od kilkadziesiąt lat rokiem recesji w polskiej gospodarce. Przedsiębiorcy do tej pory mierzą się z reperkusjami trwającej epidemii, a niektórzy z nich (również istotny z punktu widzenia branży napojowej sektor horeca) w dalszym ciągu funkcjonują w szczątkowym zakresie. Przez cały rok 2020 i pierwsze miesiące roku 2021 podkreślaliśmy konsekwentnie – epidemia jest najgorszym czasem na wprowadzanie nowych podatków, firmy i tak mierzą się z wieloma trudnościami i rząd nie powinien dokładać im obciążeń. Niestety, mimo naszych apeli zdecydowano się uchwalić szereg nowych podatków, w tym podatek cukrowy – posługując się zresztą budzącą poważne wątpliwości formułą nowelizowania jeszcze nieuchwalonego aktu prawnego.

Po pierwszych dwóch pełnych miesiącach obowiązywania podatku cukrowego jesteśmy w stanie zidentyfikować pierwsze jego skutki. Najbardziej oczywistym z nich jest wzrost cen, czyli zwiększenie obciążeń konsumentów, w tym trudnym dla wielu gospodarstw domowych czasie. Skala podwyżek zaskoczyła znaczną część klientów sklepów, jednak w znacznej mierze odpowiada ona konstrukcji podatku. Składa się on bowiem z kilku składników, obciąża szereg substancji (nie tylko cukier) i sumuje się do maksymalnej kwoty 1,20 zł w przeliczeniu na litr napoju.

Rosnące ceny doprowadziły w oczywisty sposób do spadku wartości sprzedaży napojów o nawet kilkanaście procent. Takie proste obniżenie popytu na napoje słodzone cukrem i słodzikami w żaden sposób nie przekłada się na wiarygodne wskaźniki związane z walką z problemem otyłości, czy poprawą zdrowia Polaków. W tej chwili straty producentów oznaczają namacalnie jedynie zmniejszone inwestycje i realną groźbę redukcji zatrudnienia, zwłaszcza w warunkach utrzymującej się pandemii. Dodatkowo, nie wiadomo czy nie nastąpiło zjawisko substytucji produktów lepszej jakości, produktami tańszymi, lecz również gorszymi jakościowo.

Co więcej, z uwagi na brak precyzji i wieloznaczność przepisów, pojawiło się wiele wątpliwości dotyczących szczegółowych aspektów objęcia napojów nowym podatkiem. Firmy poniosły wobec tego dodatkowe koszty związane ze zlecaniem analiz prawnych. Najgorszą okolicznością jest jednak fakt, że instytucje publiczne „przerzucają się” odpowiedzialnością za udzielenie jakkolwiek wiążących wyjaśnień (formalnie podatek cukrowy, mimo swojego fiskalnego charakteru i konstrukcji, jest „opłatą cukrową”, z której wpływy zasilają w znacznej części Narodowy Fundusz Zdrowia).

Drenaż kieszeni konsumentów i realne problemy przedsiębiorców branży napojowej i ich pracowników nie przyniosły jednak istotnych wpływów. Jak wynika z danych Ministerstwa Finansów, w styczniu wpływy z tytułu podatku cukrowego sięgnęły 76 mln zł. Przyjmując utrzymanie tej dynamiki wpływów przez pozostałe miesiące, wpływy w ciągu całego 2021 roku ledwo przekroczą 900 mln zł. Jest to kwota znacznie niższa, niż pierwotnie zakładane przez projektodawcę 2 mld zł, które miały zasilić NFZ (a w rzeczywistości prawdopodobnie budżet państwa, z którego do Funduszu trafiałyby odpowiednio niższe subwencje). Realne wpływy niższe o ponad 50% od zakładanych każą zadać pytania o rzetelność i prawidłowość prognoz towarzyszących projektowi ustawy ws. podatku cukrowego. Skoro skutki makroekonomiczne w postaci zasilenia sektora finansów publicznych zostały w tak dużym stopniu przeszacowane, powstają oczywiste wątpliwości dot. rzetelności analiz sugerujących jakkolwiek „prozdrowotny” wpływ podatku.

Reasumując, ZPP w dalszym ciągu opowiada się przeciwko podatkom sektorowym i wprowadzaniu nowych obciążeń w czasie epidemii, konsekwentnie będąc również przeciwko podatkowi cukrowemu. Po pierwszych dwóch miesiącach widzimy, że podatek uderza w konsumentów i firmy, przynosząc marginalne (zwłaszcza w skali wydatków związanych z przeciwdziałaniem COVID-19) wpływy. Podtrzymujemy nasz apel o wprowadzenie co najmniej dwunastomiesięcznego moratorium na wszelkie nowe obciążenia.

Związek Przedsiębiorców i Pracodawców

Zarząd: Cezary Kaźmierczak – Prezes, Marcin Nowacki - Wiceprezes