



**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS**

Kamilė Skrupskelė

**EUROPOS SĄJUNGOS ALKOHOLIO AKCIZŲ SISTEMOS
VERTINIMAS MOKESČIŲ OPTIMALUMO POŽIŪRIU**

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovė Prof. Irena Pekarskienė

KAUNAS, 2018

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

EUROPOS SAJUNGOS ALKOHOLIO AKCIZŲ SISTEMOS
VERTINIMAS MOKESČIŲ OPTIMALUMO POŽIŪRIU

Verslo ekonomika (621L17001)

MAGISTRO DARBAS

Studentė.....parašas.....

Kamilė Skrupskelė, MGPVE-6 gr.

2018 m. sausio 13 d.

Vadovėparašas.....

Prof. Irena Pekarskienė

2018 m. sausio 13 d.

Recenzentasparašas.....

Prof. Dr. Vaidas Gaidelys

2018 m. sausio 13 d.

KAUNAS, 2018



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
Ekonomikos ir verslo fakultetas

Kamilė Skrupskelė
Verslo ekonomika (621L17001)

Baigiamojo magistro darbo „Europos Sąjungos alkoholio akcizų sistemos vertinimas mokesčių optimalumo požiūriu“

AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

2018 m. sausio 13 d.

Kaunas

Patvirtinu, kad mano **Kamilės Skrupskelės** baigiamasis magistro darbas tema „Europos Sąjungos alkoholio akcizų sistemos vertinimas mokesčių optimalumo požiūriu“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

Kamilė, Skrupskelė. Assessment The European Union Alcohol Excise Tax System in Terms of Optimality . Master's Final Thesis in Title of Study Program / supervisor prof. Irena Pekarskienė. The School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Economics: 04_S

Key words: Alcohol Excise, Tax System, Assessment of Optimality

Kaunas, 2018. 73 p.

SUMMARY

The topic of the work is relevant because the research is carried out on a significant issue for the public. In most developed and developing countries taxes have always been considered, as the main and most important tool for financing national income and government spending. The problem of alcohol taxation usually touches all groups of society. Although the topic of work is relevant, research, which evaluates optimality of the alcohol excise system in the European Union and Lithuania, was not carried out. Only scientist Parry (2009) in United States performed the study of the optimality of the alcohol taxation system. However, due to the large differences in social, cultural and economic diversity, this study cannot be adapted to EU countries.

The subject of this work is the optimal alcohol excise system in the European Union. The aim of the paper is systematically review the policy of excise duty on alcohol in EU countries and assess the optimality of the European Union's alcohol excise system. The objectives of the paper are as follows: analyse the problems of the European Union alcoholic excise system; review the theoretical aspects of alcohol excise duties; assess the optimality of the EU alcohol excise system.

The research methods applied in the paper include statistical data grouping, comparison and correlation analysis. The study is based on studies and data from the World Health Organization, Statistics Lithuania, the Ministry of Finance of the Republic of Lithuania, the Statistical Office of the European Union, as well other organizations and researchers.

The research results concluded that the European Union's current alcohol excise tax system is not in line with the principles of an optimal system of excise duty on alcohol and therefore causes a lot of problems in the functioning of the Community internal market and the collection of alcohol excise duties. The research thesis presents a comprehensive theoretical concept of alcohol excise duty, highlights the essence of alcohol taxation and the main issues of alcohol taxation in the EU. The paper analyses how changed the alcohol excise duties in the EU countries in 2008-2016.

Turinys

Paveikslų sąrašas	5
Lentelių sąrašas	6
ĮVADAS	7
1. ALKOHOLIO AKCIZŲ EUROPOS SAJUNGOJE PROBLEMATIKA	9
1.1. Europos Sąjungos alkoholio akcizų reguliavimo politika	9
1.2. Alkoholio akcizų sistemos ES šalyse	12
1.3. Alkoholio akcizų reglamentavimo Lietuvoje apžvalga	17
1.4. Alkoholio akcizų mokesčių politikos problemos	21
2. ALKOHOLIO APMOKESTINIMO AKCIZAIS TEORINIAI ASPEKTAI	24
2.1. Akcizų mokesčių samprata ir tipologija	24
2.2. Alkoholio apmokestinimo akcizais politikos tikslai	26
2.3. Alkoholio apmokestinimo akcizais ekonominiai ir socialiniai padariniai	29
2.4. Akcizų surinkimo problemos	39
3. TYRIMO METODOLOGIJA	42
4. TYRIMO REZULTATAI	44
4.1. Lietuvos ir ES alkoholio rinkos apžvalga	44
4.2. ES šalių alkoholio akcizų pajamų dinamikos ir struktūros analizė 2008-2016 m.	46
4.3. Alkoholio akcizų įtakos ES šalių biudžetų pajamoms vertinimas	50
4.4. ES alkoholio akcizų sistemos optimalumo vertinimas	54
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI	58
LITERATŪRA	60
PRIEDAI	64

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Europos Sąjungos alkoholio apmokestinimo reglamentai.....	10
2 pav. ES alkoholio akcizų sistemos harmonizavimo aspektai.....	11
3 pav. Alkoholio ir alkoholinių gėrimų klasifikavimo sistema pagal Direktyvą 92/83/EEB.....	14
4 pav. Akcizų objektai Lietuvoje.....	25
5 pav. Alkoholio apmokestinimo akcizais politikos tikslai.....	27
6 pav. Lafero kreivė.....	40
7 pav. Alkoholio akcizų mokesčių pajamų pokytis 2008 – 2016 m. ES šalyse (proc.).....	46
8 pav. Alkoholio akcizų pajamų pokytis (mln. Eur).....	47
9 pav. Optimalaus alkoholio akcizo tarifo veiksniai.....	55

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Direktyvoje 92/84/EEB nustatytos ES alkoholinių gėrimų kategorijos ir minimalūs tarifai..	11
2 lentelė. Alkoholio akcizai ir naudojamų mokesčių skaičius.....	12
3 lentelė. Alkoholio produktų kategorijų klasifikacija pagal Direktyvą 92/83/EEB ir Kombinuotąją nomenklatūrą.....	12
4 lentelė. Alkoholinių gėrimų akcizo mokesčio dydis ir jo didinimo planas 2017 - 2020-ais metais (1 % HLT).....	18
5 lentelė. Planuojamas alkoholinių gėrimų akcizo mokesčio tarifų metinis pokytis procentais, 2017 - 2020-ais metais.....	19
6 lentelė. Akcizais apmokestinamos prekės ir akcizų tarifo lygis Lietuvoje.....	19
7 lentelė. Vidutinės 2008 – 2016 alkoholio akcizų pajamos (mln. Eur).....	48
8 lentelė. Valstybės biudžeto įplaukų iš alkoholio akcizų struktūra, 2016 m.....	49
9 lentelė. Akcizo mokesčių dalis (proc.) BVP, 2016 m.....	50
10 lentelė. Alkoholio akcizų dalis šalies mokesčių pajamų sistemoje (proc.), 2016 m.....	51
11 lentelė. Alkoholio akcizo ir ekonominių rodiklių koreliacijos, 2016 m.....	52
12 lentelė. Alkoholio akcizo tarifų koreliacijos, 2016 m.....	54

IVADAS

Temos aktualumas. Mokesčiai visada buvo laikomi pagrindine ir svarbiausia nacionalinių pajamų užtikrinimo bei vyriausybės išlaidų finansavimo priemone, daugumoje išsivysčiusių ir besivystančių šalių. Ekonominiu požiūriu mokesčiai laikomi pajamų perskirstymo mechanizmu tarp turtingųjų iki nepasiturinčių. Be to, mokesčiai taip pat įvesti siekiant pagerinti gyventojų sveikatą ir saugoti aplinką. Pavyzdžiui, įvedant vadinamus „nuodėmių“ mokesčius cigaretėms ir alkoholiui, tikimasi, kad jų naudojimas bus sumažintas siekiant skatinti sveikesnį gyvenimo būdą ir apsaugoti visuomenę nuo cigarečių ir alkoholio vartojimo padarytos žalos.

Akcizas yra netiesioginis vartojimo mokestis, taikomas tam tikrų prekių įsigijimui. Akcizai taikomi daugumoje šalių, įskaitant Lietuvą. Daugumos akcizo mokesčių naudojimo pagrindas yra keturi jų tikslai. Pirmasis tikslas - pajamų generavimas: akcizo mokesčiai sukuria reikšmingas vyriausybės pajamas, sukurdami mažesnes politines ar ekonomines sąnaudas nei pajamų apmokestinimas. Antrasis tikslas - naudos principo taikymas: akcizai gali būti pritaikyti tiems, kurie naudojami akcizo mokesčiais finansuojamomis valstybės paslaugomis (kuro mokesčiai dažnai yra pateisinami kaip mokesčiai už valstybinius kelius). Trečiasis tikslas - išorinių veiksnių kontrolė, taikant daugelio teršiančių medžiagų akcizo mokesčius. Ketvirtasis tikslas - akcizo mokesčiai riboja potencialiai kenksmingų medžiagų (pvz., alkoholio ir tabako) vartojimą.

Tyrimo problema. Nors darbe analizuojama tema yra aktuali, tačiau ES ir Lietuvoje nebuvo atlikta mokslinių tyrimų vertinančių Europos Sąjungos šalių alkoholio akcizų sistemos optimalumą, išskyrus mokslininko Parry 2009 m. atliktą tyrimą JAV, kuris dėl didelių socialinių, kultūrinių ir ekonominių šalių skirtumų, negali būti pritaikytas ES šalims. Todėl šiame darbe keliami problema – kokia turi būti optimali Europos Sąjungos alkoholio akcizų sistema. Alkoholio apmokestinimas vaidina svarbų vaidmenį Europos Sąjungos šalių alkoholio politikoje. Alkoholio akcizai nėra labai reikšminga vyriausybės biudžeto dalis, tačiau jie įtakoja vartotojų elgesį ir apriboja galimybę įsigyti alkoholio produktus. Nors Europos Sąjungos valstybėse alkoholio akcizų lygiai yra suderinti, taikomi alkoholio mokesčių tarifai skiriasi. Darbe analizuojami alkoholio akcizų dydžiai ir struktūra Europos Sąjungos šalyse, jų poveikis ES šalių ekonomikai. Šiame darbe daugiausia dėmesio skiriama alkoholio akcizų vaidmeniui Europos Sąjungos šalyse. Darbe analizuojama, kaip skirtingos ES šalys faktiškai apmokestina alkoholio produktus ir kokie skirtumai egzistuoja tarp valstybių narių.

Tyrimo objektas: optimali Europos Sąjungos alkoholio akcizų sistema.

Tyrimo tikslas - sistemiškai apžvelgti alkoholio akcizų politiką ES šalyse ir įvertinti Europos Sąjungos alkoholio akcizų sistemos optimalumą.

Tyrimo tikslui įgyvendinti keliami sekantys **uždaviniai**:

1. išanalizuoti alkoholio akcizų Europos sąjungoje problematiką;
2. apžvelgti alkoholio apmokestinimo akcizais teorinius aspektus;

3. įvertinti ES alkoholio akcizų sistemos optimalumą.

Darbo struktūra apima tris dalis. Pirmojoje darbo dalyje, siekiant įvertinti alkoholio apmokestinimo situaciją Europoje, apžvelgiama ES ir Lietuvos akcizo mokesčių reguliavimo sistema, analizuojamos alkoholio akcizo mokesčių tendencijos ES šalyse ir šių pajamų struktūra, atskleidžiamas akcizų vaidmuo valstybių biudžetuose, apibūdinami konkretūs alkoholio apmokestinimo modeliai. Antroje darbo dalyje pateikiama teorinės alkoholinio akcizų sampratos apžvalga, akcentuojama alkoholio apmokestinimo esmė ir įtaka skirtingiems ekonomikos subjektams. Trečioje dalyje pateikiamos sąsajos tarp alkoholio apmokestinimo ir skirtingų šalių socialinių bei ekonominių veiksnių. Šioje darbo dalyje analizuojami įvairūs statistiniai duomenys apimantys įvairius alkoholio vartojimo ir apmokestinimo aspektus.

Tyrimo metodai. Pirmojoje darbo dalyje, analizuojant alkoholio akcizų sistemos Europos sąjungoje problematiką, analizuojant Lietuvos ir užsienio mokslinius tyrimus, identifikuotos ir apibendrintos pagrindinės alkoholio akcizų mokesčių politikos problemos. Tyrime remiamasi Pasaulio sveikatos organizacijos, Lietuvos statistikos departamento, Europos Sąjungos statistikos agentūros "Eurostat", Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, Lietuvos laisvosios rinkos instituto, taip pat kitų organizacijų ir tyrėjų studijomis bei duomenimis. Darbe statistiniai duomenys buvo grupuojami, lyginami, atlikta jų koreliacinė analizė.

1. ALKOHOLIO AKCIZŲ EUROPOS SĄJUNGOJE PROBLEMATIKA

1.1. Europos Sąjungos alkoholio akcizų reguliavimo politika

ES regionas yra daugiausiai alkoholio vienam gyventojui suvartojantis regionas pasaulyje. Taigi visi neigiami su pernelyg dideliu alkoholio vartojimu susiję aspektai šiame regione yra labai aktualūs. Dėl šios priežasties ES alkoholio politikos ir mokesčių srityse daugiausia dėmesio skiriama vartojimo reguliavimui ir neigiamų socialinių ir ekonominių pasekmių apribojimui. ES reguliavimo tikslas yra mažinti kenksmingą alkoholio vartojimą ir jo pasekmes, mažinti nepilnamečių asmenų alkoholio suvartojimą bei didinti informuotumą apie pavojingą alkoholio vartojimo poveikį (Europos Parlamento mokslinių tyrimų tarnybos tinklalapis).

Atsižvelgiant į tai, kad akcizo mokestis, kaip vartojimo mokestis, daro įtaką ES bendrosios rinkos funkcionavimui, Europos Sąjungoje apmokestinimo akcizais tvarka yra reglamentuota. Akcizų sistemos reglamentavimu ES siekiama pašalinti prekybos trukdžius, supaprastinti taisykles ir užtikrinti, kad valstybės narės vidiniais įstatymais nevaržytų konkurencingumo.

Įgyvendinami bendri rinkos principai akcizo mokesčių srityje užtikrina, kad tarp ES šalių nebūtų mokesčių diskriminacijos, kuri nacionaliniams produktams užtikrintų išskirtines sąlygas lyginant su iš kitų ES natrių importuotais produktais. Todėl Europos Sąjungoje įgyvendinama netiesioginių mokesčių harmonizavimo politika, kuria visoms valstybėms narėms nustatomi bendri pagrindiniai aspektai, kuriais turi būti remiamasi formuojant ir įgyvendinant mokesčių politiką nacionaliniu lygmeniu (LR Finansų ministerija, 2011).

Pagrindinis dokumentas, nustatantis akcizų apmokestinimo sistemą (t.y. akcizais apmokestinamų prekių sandėlių sistemą, akcizų mokėjimo laikino atidėjimo režimą, mokėtojų prievoles ir pan.), yra 2008 m. gruodžio 16 d. Tarybos direktyva 2008/118/EB dėl bendros akcizų tvarkos. Kitos direktyvos yra susijusios su atskiromis akcizų objektų grupėmis ir nustato apmokestinimo struktūrą bei akcizų tarifų minimalius dydžius:

- etilo alkoholio ir alkoholinių gėrimų – 1992 m. spalio 19 d. Tarybos direktyva 92/83/EEB dėl akcizo mokesčio alkoholiui ir alkoholiniam gėrimams struktūrų suderinimo ir 1992 m. spalio 19 d. Tarybos direktyva 92/84/EEB dėl alkoholiui ir alkoholiniam gėrimams taikomų akcizo tarifų suvienodinimo;
- apdoroto tabako – 2011 m. birželio 21 d. Tarybos direktyva 2011/64/ES dėl akcizų, taikomų apdorotam tabakui, struktūros ir tarifų;
- energetinių produktų ir elektros energijos – 2003 m. spalio 27 d. Tarybos direktyva 2003/96/EB dėl energetikos produktų ir elektros apmokestinimo restruktūrizavimo.

Alkoholio apmokestinimas yra svarbus ES alkoholio politikos aspektas, bet ne pats svarbiausias. Europos Parlamento mokslinių tyrimų tarnyba, atlikusi tyrimą nustatė, kad tik nedaugelyje ES valstybių narių sveikatos problemos yra svarbus ar lemiamas veiksnys nustatant akcizo mokesčio normas.

Nuo 1992 m. alkoholio akcizai reglamentuojami dviem pagrindiniais ES teisės aktais (1 paveikslas), kurie reguliuoja alkoholio akcizus ES: 1992 m. spalio 19 d. Tarybos direktyva 92/83/EEB dėl akcizų už alkoholį ir alkoholinius gėrimus, struktūrų suderinimo; 1992 m. spalio 19 d. Tarybos direktyva 92/84/EEB dėl alkoholiui ir alkoholiniams gėrimams taikomų akcizo tarifų suderinimo.

1992 m. spalio 19 d. Tarybos direktyva 92/83/EEB

- **Dėl akcizų už alkoholį ir alkoholinius gėrimus, struktūrų suderinimo**

1992 m. spalio 19 d. Tarybos direktyva 92/84/EEB

- **Dėl alkoholiui ir alkoholiniams gėrimams taikomų akcizo tarifų suderinimo**

1 pav. Europos Sąjungos alkoholio apmokestinimo reglamentai

Direktyvoje 92/83/EEB išdėstytos alkoholio ir alkoholinių gėrimų akcizų struktūros, alkoholio ir alkoholinių gėrimų, kuriems taikomas akcizas, kategorijos ir pagrindas, kuriuo remiantis apskaičiuojamas akcizas. Ši direktyva taip pat apima specialias išimtis, pvz., lengvatinius tarifus nedidelėms alaus darykloms ir spirito varykloms, tam tikriems produktams ar geografiniams regionams. Šioje direktyvoje nustatyti bendri alkoholio produktų, kuriems taikomas akcizo mokestis, apibrėžimai, tokie kaip alus, vynas ir kiti fermentuoti gėrimai, pvz., sidras, siekiant užtikrinti, kad visos valstybės narės vienodai traktuotų tuos pačius produktus.

Direktyvoje taip pat nurodomas alkoholinių produktų mokesčio apskaičiavimo metodas ir kriterijai, kuriais remiantis tam tikriems alkoholio gaminiais gali būti taikomi lengvatiniai tarifai arba išimtis, pavyzdžiui, denatūruotas alkoholis, kuris nėra skirtas žmonėms vartoti, bet naudojamas gaminant produktus, tokius kaip kvepalai, antifrizas ir biokuras (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5549_en.htm)

Direktyva 92/84/EEB nustato minimalius tarifus (žr. 1 lentelę), kurie turi būti taikomi kiekvienai alkoholinių gėrimų kategorijai. Jame taip pat numatyti lengvatiniai tarifai tam tikriems Graikijos regionams ir saloms, tam tikriems Italijos regionams bei Madeirai ir Azorų saloms Portugalijoje.

1 lentelė. Direktyvoje 92/84/EEB nustatytos ES alkoholinių gėrimų kategorijos ir minimalūs tarifai (Direktyva 92/84/EEB)

Produktas	Mato vienetas	Minimalus tarifas
Alus	Už hektolitą/laipsnį pagal Platono vienetų skalę galutinio produkto	0.748 Eur
	Už hektolitą/alkoholio laipsnį gatavo produkto.	1.87 Eur
Vynas (neputojantis ir putojantis)	Už hektolitą produkto	0 Eur
Tarpiniai produktai	Už hektolitą produkto	45 Eur
Spiritas	Už hektolitą gryno alkoholio	550 Eur

Europos Sąjungos alkoholio apmokestinimo reglamentai yra unikalus tarpvalstybinės apmokestinimo sistemos regione, kuriame yra 28 skirtingos šalys ir daugiau nei pusė milijardo gyventojų, pavyzdys. Tačiau, toks didelis skirtingų šalių kiekis kelia įvairių reguliavimo problemų, todėl įvertinama ir konkrečios šalies situacija, apsvarstant įvairius alkoholio gamybos ir vartojimo konkrečioje šalyje klausimus. Pirmiausia, alkoholinių gėrimų gamyba yra svarbi pramonės šaka, kuri suteikia darbo vietas ir pajamas milijonams žmonių, generuoja pajamas ūkininkams, gamintojams ir mažmenininkams. Antra, alkoholio produktų prieinamumas daro didelę įtaką daugeliui kitų ekonomikos šakų. Tai susiję su turizmu, mažmenine prekyba ir pramogomis. Trečiasis aspektas, į kurį reikia atsižvelgti - alkoholio vartojimas taip pat yra visuomenės kultūros dalis. Kultūrinės tradicijos, gyvenimo būdas ir šventiniai renginiai dažnai yra susiję su alkoholio vartojimu. Akivaizdu, kad alkoholio apmokestinimas turi įtakos šiems aspektams.

Svarbiausi alkoholio akcizo mokesčio ES harmonizavimo aspektai apima akcizais apmokestinamų prekių sąrašo sudarymą, sąvokų ir esminių apmokestinimo principų suvienodinimą ir minimalių akcizų tarifų, galiojančių visoms valstybėms narėms nustatymą.

Akcizais apmokestinamų prekių sąrašas

Vienodos sąvokos ir vienodi esminiai apmokestinimo principai.

Minimalūs akcizų tarifai, galiojantys visoms valstybėms narėms.

2 pav. ES alkoholio akcizų sistemos harmonizavimo aspektai

ES Tarybos direktyva įpareigoja valstybes narės nustatyti minimalius akcizus (ES Taryba) visiems standartizuotiems alkoholiniams gėrimams. Dažniausiai alkoholio akcizo tarifai priklauso nuo konkretaus alkoholinio gėrimo tipo ir alkoholio koncentracijos. Tačiau egzistuoja ir tam tikrų išimčių, pagal kurias tam tikroms alkoholio rūšims akcizo mokestis gali būti sumažintas.

ES akcizų reglamentuose siūloma atsižvelgti ir į valstybių narių kultūrinės bei ekonomines ypatybes, taikant nestandartinius alkoholio akcizus. Pavyzdžiui, daugelyje šalių vynui gali būti taikomas nulinis tarifas. (http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/gen_info/economic_analysis/tax_structures/article_5985_en.htm)

1.2. Alkoholio akcizų sistemos ES šalyse

Europos Sąjungos šalyse yra stebėtinai daug alkoholio akcizų mokesčių. Vienose šalyse egzistuoja vienas įstatymas, kuriame nurodomi visi akcizo mokesčių tarifai, kitose šalyse išleisti atskiri įstatymai skirtingų rūšių alkoholiui. Tačiau atskirų mokesčių įvairovė atskleidžia alkoholio akcizų ypatumus kiekvienoje šalyje.

ES kiekvienoje valstybėje narėje privalomai akcizais turi būti apmokestinami dviejų rūšių alkoholiniai gėrimai - alus ir etilo alkoholis. Šalys narės turi teisę nustatyti nulinį mokesčio tarifą vyno produktams. Todėl daugelyje Pietų ir Vidurio Europoje šalių, kurios pagamina daugiausiai vyno, nėra alkoholio akcizo mokesčio.

2 lentelėje pateikiama alkoholio akcizų suvestinė atskleidžia, kad ES šalys naudoja labai skirtingus akcizo mokesčius. Kelios šalys taiko net 6 arba 7 skirtingus akcizus, t.y. tose šalyse kiekvienam apmokestinamam alkoholiniam produktui yra atskiros mokesčių taisyklės. Tuo tarpu kitoms šalims užtenka tik vieno bendro mokesčių įstatymo, kuris apima įvairių alkoholinių gėrimų tarifus. Alkoholio akcizo mokesčiai atspindi kiekvienos šalies teisinės sistemos ypatumus, istorinę alkoholio apmokestinimo raidą ir specifines mokesčių administravimo ypatybes.

2 lentelė. Alkoholio akcizai ir naudojamų mokesčių skaičius (London Economics, 2010)

ES valstybė narė	Mokesčių skaičius	Taikomi alkoholio akcizai
Čekijos Respublika	7	Alkoholis (2); alus (2); vinas (2); mokesčiai už alkoholinių gėrimų pardavimą
Belgija	6	Brendis; alkoholio ir brendžio vartojimas; fermentuoti putojantys gėrimai; fermentuotos vaisių sultys; alus; tarpiniai produktai
Liuksemburgas	6	Alkoholinių gėrimų ir alkoholio (spirito)

		vartojimas (importuotas); importuoti alkoholiniai gėrimai; alaus importas; fermentuoti vaisių gėrimai; fermentuoti putojantys gėrimai; alkoholiniai kokteiliai
Portugalija	6	Importuotas etilo alkoholis; importuoti alkoholiniai gėrimai; importuotas alus; etilo alkoholis; alkoholiniai gėrimai; alus
Austrija	5	Alkoholis (spiritas); specialus alkoholinių gėrimų mokestis; alus; putojantis vynas; vynas
Bulgarija	4	Alkoholis (2); alus (2)
Lietuva	4	Alkoholiniai gėrimai; vynas ir putojantis vynas; alus; kiti alkoholiniai gėrimai
Danija	3	Alus; vynas; spiritai; alkoholiniai gaivieji gėrimai
Vokietija	3	Spiritai; putojantis vynas; alaus mokestis
Ispanija	3	Alkoholis; alus; tarpiniai produktai
Kipras	3	Putojantys vynai; spiritai; alus
Lenkija	3	Spiritai; alus; vynas ir kiti fermentuoti gėrimai
Slovakija	3	Alkoholis; alus; vynas
Švedija	3	Importuoti alkoholiniai gėrimai; alkoholiniai gėrimai; fiskalinės monopolijos pelnas
Didžioji Britanija	3	Alus; vynai ir sidras; spiritai
Airija	2	Importuotas alkoholis; buitinis alkoholis
Graikija	2	Alus; alkoholiniai gėrimai
Kroatija	2	Alkoholis; alus
Italija	2	Alus; spiritai
Latvija	2	Alkoholis; alus
Vengrija	2	Alkoholio gamybos mokestis (2)
Malta	2	Alus; spiritai
Olandija	2	Alkoholis (2)
Estija	1	Alkoholis
Prancūzija	1	Alkoholis
Rumunija	1	Etilo alkoholis, tarpiniai produktai, vaisių vynas ir alus
Slovėnija	1	Alkoholis ir alkoholiniai gėrimai

Suomija	1	Alkoholiniai gėrimai
Islandija	1	Akcizai už alkoholį
Norvegija	1	Alkoholio mokestis

Europos Sąjungos alkoholio ir alkoholinių gėrimų akcizų sistema yra nustatyta dviem anksčiau minėtomis direktyvomis:

- Direktyva 92/83/EEB buvo sukurta siekiant suderinti alkoholio apmokestinimo struktūras (be kitų dalykų, nurodant produktų kategorijas, kurioms taikomas akcizo režimas).
- Direktyva 92/84 nustato minimalius produktų kategorijų tarifus. Valstybės narės turi tam tikrą lankstumą nustatydamos mokesčių lygį, kol bus laikomasi šių minimalių normų.



3 pav. Alkoholio ir alkoholinių gėrimų klasifikavimo sistema pagal Direktyvą 92/83/EEB

Alkoholio produktai pagal Direktyvą 92/83/EEB skirstomi į sekančias kategorijas:

- Alus - visi produktai, ES tarybos reglamentu (EEB) nr. 2658/87 sukurtoje kombinuotoje nomenklatūroje klasifikuojami 2203 pozicijoje, ir alus sumaišytas su nealkoholiniais gėrimais (kombinuotoje nomenklatūroje klasifikuojami 2206 pozicijoje).
- Vynas - visi produktai, kombinuotoje nomenklatūroje klasifikuojami 2204 ir 2205 pozicijose, kurių stiprumas neviršija 15 laipsnių, jei alkoholis yra visiškai fermentuotas; arba neviršija 18 laipsnių, jei alkoholis yra visiškai fermentuotas ir nėra spirituotas;
- Kiti fermentuoti gėrimai (fermentuoti gėrimai išskyrus vyną ir alų) - produktai, kurie kombinuotoje nomenklatūroje klasifikuojami 2204, 2205 ir 2206

pozicijose išskyrus alų ir vyną, ir, kurių stiprumas neviršija 10 laipsnių arba neviršija 15 laipsnių jei alkoholis yra visiškai fermentuotas;

- Tarpiniai produktai - visi produktai, kurių stiprumas yra nuo 1,2 iki 22 laipsnių, kombinuotoje nomenklatūroje klasifikuojami 2204, 2205 ir 2206 pozicijose, bet nepatenka į alaus, vyno ir fermentuotų gėrimų kategorijas;
- Etilo alkoholis - visi produktai, Kombinuotoje nomenklatūroje klasifikuojami 2207 ir 2208 pozicijose, net jei jie yra produkto, klasifikuojamo kitoje pozicijoje, dalis; ir bet kuris produktas, Kombinuotoje nomenklatūroje klasifikuojamas 2204, 2205 ir 2206 pozicijose, kurio stiprumas viršija 22 laipsnius.

Kombinuotosios nomenklatūros alkoholio struktūra pateikiama 3 lentelėje.

3 lentelė. Alkoholio produktų kategorijų klasifikacija pagal Direktyvą 92/83/EEB ir Kombinuotąją nomenklatūrą

Kombinuotosios nomenklatūros kodas	Alkoholio produktų kategorijų klasifikacija pagal Direktyvą 92/83/EEB									
	Alus		Vynas		Fermentuoti gėrimai		Tarpiniai produktai		Etilo alkoholis	
2203 Alus pagamintas iš salyklo	x									
2204 Vynas iš šviežių vynuogių, įskaitant spirituotus vynus			x	x	x	x	x	x		x
2205 Vermutai ir kiti aromatizuoti vynai iš šviežių vynuogių			x	x	x	x	x	x		x
2206 Kiti fermentuoti gėrimai		x			x	x	x	x		x
2207 Nedenatūruotas etilo alkoholis, kurio alkoholio									x	

koncentracija didesnė nei 80 laipsnių ir denatūruotas bet kokio stiprumo alkoholis										
2208 Nedenatūruotas etilo alkoholis, kurio alkoholio koncentracija mažesnė nei 80 laipsnių; spiritai, likeriai ir kiti spiritiniai gėrimai.									x	
Alkoholio stiprumas (laipsniais)	>0,5	>0,5	>1,2 <15	>15 <18	>1,2 <10	>10 <15	>1,2 <22	>5,5	>1,2	>22
Visiškai fermentuotos kilmės alkoholis (T - Taip, N - Ne)			T	T		T		N		
Gamyba be stiprinimo				x						

Direktyva 92/84 nurodo minimalius tarifus, o valstybės narės gali laisvai nustatyti savo tarifus tol, kol jie viršija direktyvoje nurodytus minimalius tarifus. Dėl to, London Economics (2010) atlikto tyrimo duomenimis, skirtingose valstybėse narėse labai skiriasi taikomos akcizo mokesčio normos:

- Alaus akcizai svyruoja nuo 1,87 iki 23,6 EUR už laipsnį vienam produkcijos hektolitru;
- Etilo alkoholio akcizai svyruoja nuo 562 iki 5155 EUR už hektolitrą gryno alkoholio;
- Vyno akcizai svyruoja nuo 0 iki 328 eurų už produkto hektolitrą;
- Tarpinių produktų akcizas yra nuo 45 iki 515 EUR už produkto hektolitrą;

- Kitų fermentuotų gėrimų akcizai svyruoja nuo 0 iki 273 EUR už produkto hektolitrą.

Akcizo normos, kiekvienoje alkoholio kategorijoje, didžiausios yra Suomijoje, Jungtinėje Karalystėje, Airijoje ir Švedijoje. Lyginant su šiomis šalimis, likusiose valstybėse narėse akcizo normos yra žymiai artimesnės viena kitai ir minimaliai normai.

LR Finansų ministerijos (2011) duomenimis, Lietuvoje alkoholiniams gėrimams taikomi akcizo mokesčiai jau nuo 2004 m. viršija ES nustatytą minimalų lygį: etilo alkoholio tarifas yra 2,3 karto, tarpinių produktų – 2,6 karto didesnis, alaus – 1,4 didesnis. Tuo remiantis galima teigti, kad Lietuvoje alkoholio akcizai didinami siekiant padidinti valstybės biudžeto pajamas ir apriboti alkoholio vartojimą.

Vertinant ES šalių kontekste, Lietuvoje santykinai mažiau apmokestinamas alus (23-a vieta iš 28-ių), bet daugiau apmokestinamas neputojantis vynas ir fermentuoti gėrimai (9-10 vietos). Pagal kitų gėrimų apmokestinimą Lietuva Europos Sąjungoje užima 13-14 vietas.

1.3. Alkoholio akcizų reglamentavimo Lietuvoje apžvalga

Valstybės alkoholio kontrolės programoje nurodomas pagrindinis Lietuvoje vykdomos alkoholio kontrolės politikos tikslas yra alkoholio pasiūlos ir vartojimo mažinimas, piktnaudžiavimo alkoholiu apribojimas bei jo daromos žalos sveikatai ir Lietuvos ekonomikai mažinimas.

Lietuvoje alkoholio kontrolės politika įgyvendinama Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo nuostatomis, kuriuos skirtos mažinti alkoholio suvartojimą, prieinamumą, piktnaudžiavimą alkoholiu, jo daromą žalą sveikatai ir ekonomikai, nustatyti teisės gaminti, parduoti, įvežti, importuoti ir eksportuoti alkoholio produktus ūkio subjektams teisinius pagrindus.

Išskiriami sekantys pagrindiniai Lietuvos alkoholio kontrolės politikos tikslai:

- mažinti alkoholio vartojimą;
- mažinti alkoholio pasiūlą ir prieinamumą;
- mažinti alkoholio prieinamumą nepilnamečiams;
- mažinti piktnaudžiavimą alkoholiu;
- mažinti alkoholio daromą žalą sveikatai;
- mažinti alkoholio daromą žalą šalies ūkiui.

Vyrauja nuomonė, kad akcizai, ribojantys alkoholinių gėrimų perkamumą, yra efektyviausia alkoholio kontrolės politikos priemonė, skirta mažinti alkoholio prieinamumą. Dėl didėjančių akcizų didinama alkoholio kaina įtakoja alkoholinių gėrimų paklausos mažėjimą, ypač jaunimo bei kitų mažomis pajamomis pasižyminčių asmenų tarpe. Tačiau ši priemonė mažiausiai efektyvi, siekiant mažinti atsitiktinių ir nereguliariai alkoholį vartojančių asmenų bei alkoholio priklausomybę turinčių asmenų alkoholinių gėrimų prieinamumą.

Akcizų tarifų dydį, apskaičiavimo, deklaravimo ir sumokėjimo tvarką Lietuvos Respublikoje reglamentuoja Akcizų įstatymas, kurio pirmoji redakcija priimta 1994 m. ir galiojo iki 2002 m. Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą, į Lietuvos teisinę sistemą buvo nuosekliai perkeltos ES teisės aktu, reglamentuojančių apmokestinimo akcizais tvarką, nuostatos. Vėlesni teisės akto pakeitimai susiję su Lietuvos fiskalinės politikos tikslų įgyvendinimu.

2016 m. gruodžio 8 d. buvo pateiktas akcizų įstatymo Nr. IX-569 pakeitimo projektas, kuriuo siekiama didinti alkoholinių gėrimų akcizo mokesčio tarifus. Šiuo projektu projektu siekiama suvienodinti skirtinguose alkoholiniuose gėrimuose esančio etilo alkoholio apmokestinimą. Šiame projekte, taip pat siūloma sukurti alkoholio vartojimo žalos prevencijos fondą, kurio lėšos būtų skirtos finansuoti socialinę reklamą, nukreiptą prieš alkoholio vartojimą, projektus, populiarinti sveikatinimo programas.

Įstatymo pakeitimo projekto aiškinamajame rašte pateikiama alkoholinių gėrimų akcizų mokesčio numatomo didinimo lentelė (žr. 4 lentelę).

4 lentelė. Alkoholinių gėrimų akcizo mokesčio dydis ir jo didinimo planas 2017 - 2020-ais metais (1 % HLT) (Mundeikis, 2016)

	2016 m.	2017 m.	2018 m.	2019 m.	2020 m.
Vynas ir kiti fermentuoti iki 8,5 %	3,64	7,70	10,4	13,72	18,18
Vynas ir kiti fermentuoti nuo 8,5 %	5,56	10,98	13,17	15,15	18,18
Tarpiniai pr. iki 15 %	6,44	12,39	14	15,82	18,18
Tarpiniai pr. nuo 15 %	6,82	13,23	14,55	16,00	18,18
Spiritiniai gėrimai	13,54	14,23	15,23	16,45	18,18
Alus	3,36	7,11	9,95	13,94	18,18

Mundeikio (2016) atliktos akcizų įstatymo pakeitimo projekto analizės duomenimis (žr. 5 lentelę), alkoholinių gėrimų akcizų mokesčio tarifų didinimas labiausiai padidintų alkoholinių gėrimų akcizo mokesčio tarifus alui ir vynui bei kitiems fermentuotiems gėrimams iki 8,5 % alkoholio tūrio. Alaus akcizo mokesčio tarifas 2020-ais metais lyginant su 2016-ais metais padidėtų 441,07 %, vyno ir kitų fermentuotų gėrimų iki 8,5 % alkoholio tūrio akcizo mokesčio tarifas padidėtų atitinkamai 399,45 %. Įstatymų leidėjai nepaaiškina, kodėl yra planuojamas nelaispniškas alkoholinių gėrimų akcizo didinimas, o pasirinktas šuolinis scenarijus.

5 lentelė. Planuojamas alkoholinių gėrimų akcizo mokesčio tarifų metinis pokytis procentais, 2017 - 2020-ais metais (Mundeikis, 2016)

	2017	2018	2019	2020
Vynas ir kiti fermentuoti iki 8,5 %	112 %	35 %	32 %	33 %
Vynas ir kiti fermentuoti nuo 8,5 %	97 %	20 %	15 %	20 %
Tarpiniai pr. iki 15 %	92 %	13 %	13 %	15 %
Tarpiniai pr. nuo 15 %	94 %	10 %	10 %	14 %
Spiritiniai gėrimai	5 %	7 %	8 %	11 %
Alus	112 %	40 %	40 %	30 %

Pagal šiuo metu galiojantį Akcizų įstatymą, Lietuvoje akcizo objektais yra šios prekių grupės:

- etilo alkoholis ir alkoholiniai gėrimai,
- apdorotas tabakas,
- energiniai produktai,
- elektros energija.

2013 m. Lietuva buvo pasiekusi ES nustatytą akcizo minimumą visose produktų grupėse (žr. 6 lentelę).

6 lentelė. Akcizais apmokestinamos prekės ir akcizų tarifo lygis Lietuvoje (Mundeikis, 2016)

		Lietuva	ES min	Lietuvos tarifo lygis lyginant su ES min (ES min = 100)
ETILO ALKOHOLIS IR ALKOHOLINIAI GĖRIMAI				
Alus	Eur/1% alk.hl	2,7	1,87	145%
Vynas ir ferm. gėrimai (≤8.5%)	Eur/hl	24,6	0	
Vynas ir ferm. gėrimai (>8.5%)	Eur/hl	65,2	0	
Tarpiniai produktai (≤15%)	Eur/hl	81,4	45	181%
Tarpiniai produktai (>15%)	Eur/hl	115,8	45	257%

Etilo alkoholis	Eur/hl	1291,7	550	235%
Etilo alkoholis	Eur/100% alk.hl	1291,7	550	235%
APDOROTAS TABAKAS				
Cigaretės	Eur/1000 vnt.	74,1	90	82%
Cigarai ir cigarilės	Eur/kg	26,9	12	224%
Rūkomasis tabakas	Eur/kg	47,2	47	100%
ENERGINIAI PRODUKTAI, NAUDOJAMI KAIP DEGALAI				
Variklių benzinas, bešvinis	Eur/1000 l	434,4	359	121%
Variklių benzinas, turintis švino	Eur/1000 l	579,2	421	138%
Gazoliai	Eur/1000 l	330,2	330	100%
Gazoliai, skirti naudoti žemės ūkyje	Eur/1000 l	0	0	
Naftos dujos ir dujiniai angliavandeniai	Eur/ tona	304,1	125	243%

LR Finansų ministerija (2011), siekdama įvertinti Lietuvos alkoholio akcizų politikos nuoseklumą, išanalizavo akcizų įstatymo pakeitimo projektus ir jų pagrindimus. Ši analizė atkleidė, kad iki 2008 m. pagrindinis tiesiės aktų pakeitimų motyvas buvo ES reglamentų ir Lietuvos įsipareigojimų ES alkoholio akcizų srityje įgyvendinimas.

Ekonomikos nuosmukio metu 2009 m. pateiktame įstatymo pakeitimo projekte, siūlymas padidinti mokesčio tarifus daugumai akcizinių prekių, buvo grindžiamas finansiniais valstybės tikslais, kaip viena iš ekonominės krizės įveikimo priemonių. Smunkant vartojimui ir blogėjant ekonominei situacijai, sprendimas ženkliai padidinti akcizo tarifus, lėmė šių prekių legalios rinkos smukimą ir biudžeto pajamų iš akcizo mokesčių sumažėjimą.

1.4. Alkoholio akcizų mokesčių politikos problemos

Direktyva 92/84/EEB leidžia skirtingoms alkoholio kategorijoms taikyti skirtingus apmokestinimo lygius, t.y. valstybės narės gali nustatyti bet kokį mokesčių lygį skirtingoms alkoholio kategorijoms, kuris yra leistinas ir kol nesukuriama vidaus produktų apsauga. Direktyva 92/83/EEB stengiasi užtikrinti, kad visoje ES galėtų bendri produktų apibrėžimai, tačiau nors daugumos gėrimų rinkoje nėra reikšmingų klasifikavimo problemų, nėra aiškių gairių dėl tam tikrų gėrimų klasifikavimo, o valstybės narės taiko skirtingas procedūras. Dėl to vienas ir tas pats produktas gali būti priskiriamas skirtingoms kategorijoms.

Dabartinė padėtis ES alkoholio rinkoje kelia susirūpinimą dėl tinkamo bendrijos vidaus rinkos veikimo. Todėl šioje darbo dalyje analizuojama, ar dabartinės alkoholio apmokestinimo struktūros ir minimalios normos, nustatytos skirtingoms kategorijoms, tinkamai įtakoja veiksmingą vidaus rinkos veikimą.

London Economics (2010) nustatė šias pagrindines bendrijos vidaus rinkos veikimo problemas:

- **Klasifikavimo sistemos skaidrumo stoka.** Valstybių narių naudojamos gėrimų skirstymo į skirtingas kategorijas klasifikavimo procedūros yra labai nevienodos. Skirtingose valstybėse narėse identiški produktai gali būti priskiriami skirtingoms kategorijoms. Direktyvose 92/83/EEB ir 92/84/EEB nustatytose alkoholio klasifikavimo taisyklėse yra palikta didelė erdvė skirtingam interpretavimui. Tai reiškia, kad kai kurie gėrimai gali būti priskirti daugiau nei vienai alkoholio produktų kategorijai ir tokiu būdu sąlygoti rinkos iškraipymus, nes mokesčiai tam pačiam produktui gali skirtis iš esmės. Taip pat, nors valstybės narės naudoja direktyvose nurodytą 5 produktų sistemą, tačiau tam tikromis sąlygomis egzistuoja daugybė *išimčių*. Pavyzdžiui direktyvoje numatyti lengvatiniai tarifai mažiems gamintojams. Ir nors lengvatiniai tarifai sudaro nedidelę rinkos dalį, tai gali sukelti didelių rinkos iškraipymų vidutinio dydžio gamintojams, kurie yra per maži, kad gautų naudos iš didelio masto gamybos ekonomijos, tačiau, kita vertus, yra per dideli, kad galėtų pasinaudoti sumažintais akcizais. Be to, mažų alaus daryklų augimas per pastaruosius metus sąlygojo tai, kad rinkoje yra didelis alaus kiekis, kuris apmokestinamas mažesnėmis akcizų normomis, todėl vidutiniams gamintojams sunkiau konkuruoti. Taip pat valstybėse narėse mokesčiai yra apskaičiuojami skirtingais vienetais, dėl ko kyla palyginimo sunkumų. Informacija apie klasifikavimo sistemas, kurias naudoja skirtingos valstybės narės, nėra lengvai prieinama, taip pat sunku suprasti kriterijus, naudojamus kiekvienam gėrimų tipui klasifikuoti, nes nėra aiškaus kriterijų, naudojamų kategorijų nustatymui, aprašymo.

- **Mokesčių tarifų derinimo stoka.** Europos Sąjungoje alkoholinių gėrimų kainos prieš apmokestinimą labai skiriasi, o taikomi skirtingi akcizo mokesčiai dar labiau padidina šiuos skirtumus. Visų gėrimų kategorijose ypatingai aukštomis kainomis išsiskiria keturios valstybės narės – Suomija, Švedija, Airija ir Jungtinė Karalystė. Kadangi kai kuriose valstybėse narėse taikomos labai didelės akcizo normos, šiuo metu galiojantys minimalūs tarifai labai mažai įtakoja tarifų suderinamumą. Be to, direktyvoje taip pat numatyti lengvatiniai tarifai smulkiems gamintojams. Nors toks lengvatinis mokesčių režimas padeda didinti smulkiųjų gamintojų produkcijos konkurencingumą, tai sukuria nepalankias konkurencines aplinkybes vidutinio dydžio gamintojams.
- **Minimalios alkoholio akcizo normos yra pasenusios.** 1992 m. nustatyti minimalūs tarifai yra akivaizdžiai pasenę. Nuo 1992 m. iki 2017 m. kainos padidėjo kelis kartus, o minimalios normos išliko tos pačios. Tai reiškia, kad minimalūs tarifai yra mažesni realiomis sąlygomis nei 1992 m.
- **Dideli kaimyninių valstybių narių skirtumai.** Tarp kaimyninių šalių egzistuoja dideli alkoholio kainų po apmokestinimo skirtumai. Didžiausi skirtumai pastebimi tarp Jungtinės Karalystės ir Prancūzijos, Suomijos ir Estijos, Švedijos ir Danijos. Vidaus rinkų veikimui šie skirtumai mažiau svarbūs, tačiau tarp šalių, turinčių plataus masto tarptautinius prekybos santykius, mažiau svarbūs būtų tik nedideli skirtumai arba jei šalys būtų geografiškai smarkiai nutolusios.
- **Tarpvalstybinė prekyba (teisėtas pirkimas ir kontrabanda).** Dėl didelio kaimyninių valstybių narių rinkos kainų skirtumų ir taikomų rinkos apribojimų, kontrabanda ir tarpvalstybiniai pirkimai tarp šių šalių yra labai ženklūs.
- **Mokesčiai naudojami kaip prekybos barjerai.** Nors tam tikrose šalyse vynui ir alui taikomi lengvatiniai arba nuliniai akcizo mokesčio tarifai, bet negalima teigti, kad ši praktika naudojama siekiant diskriminuoti importuojamus produktus vietinių produktų atžvilgiu. Tačiau šalys narės turi galimybę diskriminuoti importuotus produktus taikydamos lengvatinius tarifus bei išimtis ir nėra garantijos, kad ateityje valstybės narės nepasinaudos šia galimybe, taip trukdydamos laisvam prekių judėjimui ES.
- **Klasifikavimo problemos.** Šiuo metu trūksta aiškumo dėl gėrimų priskyrimo tam tikroms kategorijoms tais atvejais, kai į fermentuotus gėrimus papildomai dedama etilo alkoholio. Valstybės narės taiko įvairias savo sugalvotas taisykles, kurios nenurodytos dabartinėje klasifikavimo sistemoje. Valstybių narių naudojamos

skirtingos gėrimų priskyrimo tam tikroms kategorijoms procedūros yra neaiškios ir gali būti skirtingai traktuojamos.

- **Aiškios apibrėžties nebuvimas.** Alkoholio sektoriuje naudojama terminologija nėra aiškiai apibrėžta ir apribota. Šalys narės dažniausiai naudoja Kombinuotosios nomenklatūros ir EB kategorijas pakaitomis. Technologijų pažanga ir galimi vartotojų elgsenos pokyčiai reikalauja artimiausiu metu standartizuoti akcizo mokesčių procedūras. London Economics, 2010

Esant dabartinei akcizo mokesčių sistemai gali kilti problemų tinkamam vidaus rinkos veikimui.

2. ALKOHOLIO APMOKESTINIMO AKCIZAIS TEORINIAI ASPEKTAI

2.1. Akcizų mokesčių samprata ir tipologija

Lietuvoje ir kitose šalyse egzistuoja daug įvairių mokesčių, kurių skaičius ir tarifai nuolat kinta. Lietuvos Respublikos finansų ministerija nurodo, kad mokestis – tai valstybės nustatyta suma, kurią turi sumokėti fiziniai ar juridiniai asmenys, atsižvelgiant į jų veiklos rezultatus ar atliekamus veiksmus.

Dobravolsko ir Panovo (2004) teigimu, mokesčių šaltinis yra fizinių ir juridinių asmenų pajamos. Tačiau apmokestinimo objektais gali būti ne tik pajamos, bet ir turtas, įsigytos arba parduotos prekės, panaudoti išteklių ir kita. Išskirdamos tam tikrus apmokestinamus objektus valstybės siekia papildyti šalies biudžetą arba padaryti poveikį mokesčių mokėtojų elgsenai.

Pagal apmokestinimo objektą mokesčiai klasifikuojami į tiesioginius ir netiesioginius mokesčius:

- Tiesioginiais mokesčiais apmokestinama fizinių bei juridinių asmenų pajamos ir turtas (pelno mokestis, fizinių asmenų pajamų mokestis).
- Netiesioginiais mokesčiais apmokestinama – išteklių, veikla, prekės bei paslaugos (PVM, akcizai, maito mokesčiai).

Crawford ir kt. (2010 m.) teigimu netiesioginių mokesčių ypatybė yra ta, kad skirtingai nei pajamų mokesčių srityje, netiesioginių mokesčių srityje skirtingi vartojimo produktai gali būti apmokestinti skirtingais tarifais ir su tam tikromis išlygomis.

Viena iš priežasčių, dėl kurių tam tikros prekės gali būti apmokestinamos didesniais mokesčiais, yra kova su tarša ir kitos išorinės sąnaudos. Autorius nurodo, kad nuo 1978 m. Europoje pastebimai pasikeitė netiesioginių mokesčių modelis, tačiau šių mokesčių dalis visose mokesčių pajamose (įskaitant sveikatos draudimą) pasikeitė nežymiai, maždaug nuo 23 proc. 1978 m. iki 25 proc. 2008 m.

Remiantis Lietuvos Respublikos finansų ministerijos (2011) pateikiama informacija - akcizai yra netiesioginiai mokesčiai parduodant ar naudojant specifinius produktus, tokius kaip alkoholis, tabakas ir kiti. Akcizo mokestis yra netiesioginis mokestis – valstybei jį sumoka ne vartotojas, o tarpininkas, tačiau realiai mokesčio našta peradresuojama galutiniam vartotojui.

Akcizas – į valstybės biudžetą mokamas tam tikrų prekių ar paslaugų vartojimo mokestis, mokamas tik už šalyje į rinką išleistą produkciją. Mokestis taikomas prekėms, suvartojamos šalies teritorijoje, eksportuojamos prekės nėra apmokestinamos. Dėl poveikio kainai, akcizų objektais paprastai yra neelastingos paklausos prekės, t.y., prekės, kurių paklausa didėjant kainai keičiasi mažai arba visai nesikeičia.

Akcizo mokestis grindžiamas įsigyjamo produkto kiekiu, priešingai nei pardavimo mokestis, pagrįstas įsigyjamo produkto kaina (Heien, 1995).

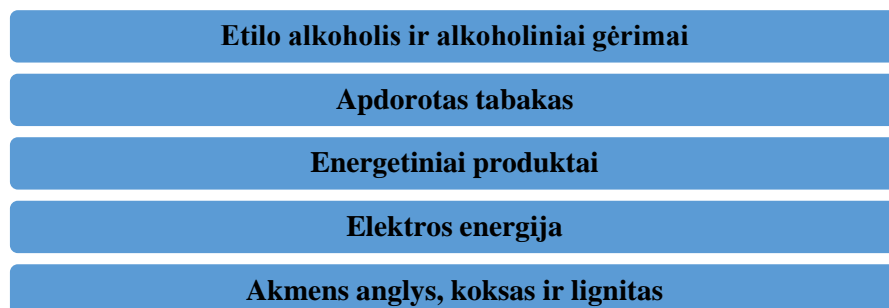
Dobravolskis ir Panovas (2004) taip pat išskiria kitą mokesčių klasifikavimo pagrindą - apmokestinimo normą. Pagal apmokestinimo norma mokesčiai gali būti - specifiniai ir vertiniai bei progresyviniai, proporciniai ir regresyviniai. Specifiniai mokesčiai nustatomi kaip suma nuo tam tikros prekės vieneto. Pavyzdžiui, alkoholinių gėrimų akcizas nustatomas litrai absoliutaus alkoholio. Konkrečių gėrimų ar jų gamyboje naudojamų žaliavų kaina šiuo atveju neturi reikšmės.

Tačiau dažniau mokesčiai nustatomi nuo apmokestinamų objektų vertės, pavyzdžiui, nuo didesnės automobilio vertės, negu nustatyta valstybės, nustatomas nuošimtis, kurį reikia sumokėti.. Mokesčiai kurie skaičiuojami jų normą dauginant iš apmokestinamos prekės vertės vadinami vertiniais. Gali būti naudojamas ir mišrus mokesčių apskaičiavimo būdas, kai nustatoma konkreti pinigų suma nuo prekės vieneto ir nuošimtis nuo prekės vertės (pavyzdžiui, kilogramui cukraus nustatoma pinigų suma ir dar nustatomas nuošimtis nuo cukraus vertės.

Progresiniai, proporciniai ir regresiniai mokesčiai klasifikuojami remiantis tuo, kaip keičiasi mokesčio dalis pajamose, pastarosioms didėjant. Šios sąvokos naudojamos kalbant apie tai, kokią įtaką mokestis turi mokėtojo pajamų dydžiui. Crawford ir kt. (2010 m.) išsamiai atskleidžia netiesioginių mokesčių, taip pat ir akcizų alkoholiui, vaidmenį ir sampratą.

Nors tyrimas sutelktas į situaciją Jungtinėje Karalystėje, apžvelgta literatūra ir dauguma išskirtų argumentų yra aktualūs ir kitoms Europos Sąjungos šalims, taip pat ir Lietuvai. Crawford ir kt. (2010) taip pat pateikė empirinių akcizo mokesčio tyrimų gyventojų pajamų ir išlaidų atžvilgiu rezultatus ir nustatė, kad tabako ir alkoholio akcizai yra labai regresiniai pagal gyventojų pajamas.

Lietuvoje akcizais apmokestinamos tik prekės. Akcizų objektai Lietuvoje yra etilo alkoholis ir alkoholiniai gėrimai, apdorotas tabakas, energetiniai produktai (variklių benzinas, žibalas, gazoliai, mazutas, orimulsija, naftos dujos ir dujiniai angliavandeniliai), elektros energija (nuo 2010-01-01), akmens anglis, koksas ir lignitas (<https://finmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/mokesciai/pagrindiniai-mokesciai/akcizai>).



4 pav. Akcizų objektai Lietuvoje

Lietuvoje prievolė sumokėti akcizo mokesčius tenka apmokestinamų prekių sandėlių savininkams, registruotiems, akcizais apmokestinamų, prekių gavėjams arba registruotiems akcizais apmokestinamų prekių siuntėjams, importuotojams, o įstatymo nustatytais atvejais - ir kitiems asmenims (<https://finmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/mokesciai/pagrindiniai-mokesciai/akcizai>). Akcizai mokami vieną kartą ir tik toje šalyje, kurioje akcizais apmokestinama prekė suvartojama ar paslauga suteikiama. (Lietuvos Respublikos valstybės kontrolė, 2010).

2.2. Alkoholio apmokestinimo akcizais politikos tikslai

Akcizo mokesčio taikymas, skirtingai nuo įprastų mokesčių (pelno, gyventojų pajamų, pridėtinės vertės mokesčių), paprastai grindžiamas ne tik poreikiu finansuoti biudžetą, bet ir kitais „svarbiais visuomenės“ tikslais. Istoriskai akcizais dažniausiai būdavo apmokestinamos prabangos prekės arba vadinamosios „nuodėmės“ prekės. Prie tokių paprastai būdavo priskiriami ir alkoholio gaminiai. Vėlesniais laikais buvo suformuluoti ir kitokie argumentai, remiantys alkoholio gaminių apmokestinimą, o akcizai alkoholiui tapo svarbia prieš alkoholio vartojimą nukreiptų priemonių dalimi.

Mokslinėje literatūroje alkoholio apmokestinimo akcizais tikslų teoriniai aspektai nagrinėti labai plačiai. Literatūroje pirmiausia alkoholio apmokestinimas grindžiamas rinkos reguliavimo poreikiu, nes alkoholio vartojimas laikomas žalingu, dėl kurio visuomenė patiria neigiamą poveikį. Alkoholio vartojimas sukelia įvairias sveikatos problemas, eismo įvykius, asocialų elgesį ir daugelį kitų neigiamų socialinių problemų. Todėl alkoholio mokestis laikomas instrumentu, kuris gali sumažinti šiuos neigiamus alkoholio vartojimo poveikius. Gnossen (2011) teigimu, akcizai laikomi „žalos mokesčiais“, todėl juos palankiai priima visuomenė. Saare (2011) išskiria, dvi alkoholio akcizų paskirtis - pirma, apriboti alkoholio vartojimą ir, antra, surinkti pinigus, kurie būtų skirti sumažinti neigiamus alkoholio vartojimo padarinius.

Trasberg (2015) taip pat nurodo, kad alkoholio apmokestinimo akcizais tikslas yra daugialypis. Autoriaus teigimu, pagrindinis alkoholio apmokestinimo tikslas yra sumažinti neigiamus piktnaudžiavimo alkoholiu padarinius. Alkoholio mokesčiai atlieka svarbų vaidmenį reguliuojant vartotojų elgesį ir siekiant apriboti pernelyg didelį alkoholinių gėrimų suvartojimą.

Alkoholio mokesčiai riboja vartotojų galimybes gauti alkoholio ir nukreipia juos į kitas vartojimo alternatyvas. Europos Sąjungos kontekste alkoholinių gėrimų apmokestinimo tikslas taip pat yra išvengti kenksmingos tarpvalstybinės alkoholio prekybos ir vartojimo bei įgyvendinti vieningą ES alkoholio politiką.

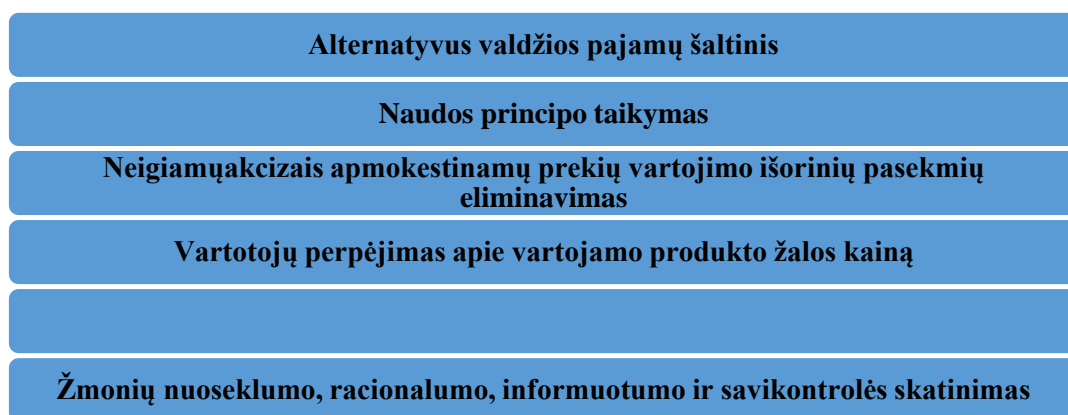
Kitas, Trasberg (2015) išskiriamas, alkoholio apmokestinimo tikslas yra surinkti pajamas į valstybės biudžetą. Šimtmečius vyriausybės naudojosi savo galiomis apmokestinti alkoholio gamybą ir vartojimą. Anksčiau alkoholio apmokestinimas buvo susijęs tik su valstybės biudžeto lėšų surinkimu,

tačiau vėlesniais laikais alkoholio apmokestinimas tapo kompensaciniu alkoholio vartojimo žalos mechanizmu. Šiandienos kontekste alkoholio apmokestinimas, kaip valstybės pajamų šaltinis, nėra labai reikšmingas, palyginus su kitais vartojimo mokesčiais. Iš alkoholio rinkliavos surinktos pajamos nukreipiamos kovoti su neigiamais alkoholio vartojimo rezultatais.

Žukauskas (2015) taip pat nurodo, kad akcizo mokesčio paskirtis yra dvejopa. Pirma – jis traktuojamas kaip nuodėmės mokestis, kuriuo bandoma riboti akcizais apmokestinamų prekių vartojimą. Antra - akcizai yra svarbus valstybės biudžeto pajamų šaltinis, nes akcizais apmokestinamų prekių vartojimas, jų kainoms dėl apmokestinimo padidėjus, sumažėja nežymiai.

Cnossen (2005) teigimu, akcizas kaip ekonominė priemonė turi keturis tikslus (5 paveikslas). Pirmasis tikslas - suteikti alternatyvų valdžios pajamų šaltinį. Kaip nurodo Hines (2007), akcizo mokesčiai, lyginant su pajamų mokesčiu, gali suteikti dideles papildomas pajamas palyginti mažomis politinėmis ir ekonominėmis sąnaudomis. Akcizo mokesčius taip pat yra lengviau administruoti, nes akcizais apmokestinamos prekės yra lengvai atpažįstamos, o mokesčių apimtis paprastai yra siaura, todėl kontroliuojamas nedidelis mokesčių mokėtojų skaičius.

Kitos priežastys, dėl kurių akcizo mokestis naudojamos siekiant padidinti pajamas, yra dideli pardavimų kiekiai ir ribotas produktų pakeičiamumas. Antrasis tikslas - naudos principo taikymas, pagal kurį mokesčiai taikomi tik tiems, kurie naudojami apmokestinamomis prekėmis ir paslaugomis (t.y. „teršėjas moka“ principas). Pavyzdžiui, kelių naudotojai sumoka degalų akcizo mokestį, kurio lėšos skiriamos kelių remontui ir priežiūrai. Trečiasis tikslas yra pašalinti neigiamas akcizais apmokestinamų prekių vartojimo išorines pasekmes. Ketvirtuoju akcizo mokesčio tikslu laikomas šio mokesčio siunčiamas signalas vartotojui apie jo vartojamo produkto žalos kainą. Žmonių nuoseklumo, racionalumo, informuotumo ir savikontrolės stoka taip pat gali būti pateisinami šie mokesčiai (Crawford, 2010).



5 pav. Alkoholio apmokestinimo akcizais politikos tikslai

Remiantis LR Finansų ministerijos (2011) informacija Lietuvoje akcizai atlieka 2 funkcijas:

- fiskalinę;
- reguliacinę.

Fiskalinė akcizų funkcija pasireiškia tuo, kad mokesčiai tarnauja kaip biudžeto pajamų šaltinis ir suteikia sąlygas valstybei vykdyti jai priskirtas funkcijas, kaip įtvirtinta Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatyme. Alkoholio akcizai yra laikomi efektyvia apmokestinimo forma, nes alkoholio vartojimas yra neelastingas, o dėl valstybinių įstaigų griežtai reglamentuojamos ir kontroliuojamos alkoholio gamybos ir prekybos, sąlyginai lengva surinkti ir kontroliuoti alkoholio produktams taikomus mokesčius.

Alkoholinių gėrimų gamintojų Lietuvoje yra palyginus nedaug, todėl jų stebėseną yra nesudėtinga. Tačiau vertinant Europos šalių biudžetų kontekste, alkoholio apmokestinimas nėra finansiškai reikšmingas - vidutiniškai alkoholio akcizų pajamos sudaro 0,5-3 proc. valdžios sektoriaus pajamų (Lietuvos laisvosios rinkos institutas, 2010). Pagal indėlį į nacionalinį biudžetą Lietuvoje akcizo mokesčiai nusileidžia pridėtinės vertės bei gyventojų pajamų mokesčiams ir užtikrina apie 12 proc. valstybės biudžeto pajamų. Ekonomikos nuosmukio metu fiskalinė akcizų svarba ypač išaugo („Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“, 2014).

Akcizų **reguliacinė funkcija** pasireiškia per siekį riboti akcizais apmokestinamų prekių vartojimą, t.y., riboti vartojimą mažinant akcizais apmokestinamų prekių įperkumą arba skatinti vartojimo struktūros pokyčius. Istoriskai akcizo mokesčiai pirmiausia buvo naudojami siekiant surinkti valdžios sektoriaus pajamas. Tačiau išaugus su alkoholio piktnaudžiavimu susijusių neigiamų padarinių skaičiui, akcizai pradėti naudoti kaip priemonė, padedanti sumažinti alkoholio vartojimą. Alkoholio gaminių, juos vertinant kaip sveikatos rizikos veiksnius, apmokestinimo akcizu reguliaciniai tikslai susiję su visuomenės sveikatos gerinimu. („Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“, 2014).

Punt ir kiti (2006) teigimu, buvo atlikta daugybė tyrimų (Van As, 2004, Parry ir kt., 2003 m.), kuriais buvo siekiama įvertinti akcizų padidinimo galimybes, atsižvelgiant į socialines išlaidas, kurias sąlygoja piktnaudžiavimas alkoholiu. Pernelyg didelis alkoholio vartojimas dažnai siejamas su eismo įvykiais ir mirtimi bei traumomis jų metu.

Piktnaudžiavimas alkoholiu taip pat siejamas su kepenų ciroze, širdies ir kraujagyslių ligomis, vėžiu ir vaisiaus alkoholiu sindromu. Todėl yra rimtų priežasčių manyti, kad piktnaudžiavimo alkoholiu lygio sumažinimas sumažins tiek tiesiogines, tiek netiesiogines išlaidas, susijusias su piktnaudžiavimu alkoholiu. Padidėję akcizo mokesčiai už alkoholį ženkliai prisideda prie tokio sumažinimo. Tačiau svarbu, bet sunku atskirti vartojimo sumažėjimą, kurį sukelia kainų padidėjimas, ir vartojimo sumažėjimą, kurį tai lemia kiti pokyčiai - pavyzdžiui švietimo programos.

Dar vienas tiesioginių išlaidų, atsirandančių dėl piktnaudžiavimo alkoholiu, šaltinis yra ekonominio efektyvumo sumažėjimas. Tai gali pasireikšti išaugusiu nedarbu, išaugusiu nelaimingų atsitikimų darbe skaičiumi ir sumažėjusiu darbo našumu. Todėl, jei padidinus alkoholio akcizo mokesčius mažėja piktnaudžiavimas alkoholiu, galima pagrįstai tikėtis tam tikro darbo našumo didėjimo.

Válek (2015) taip pat akcentuoja, akcizais apmokestinami tik konkretūs vartojimo elementai, todėl jie neturi tikslo užtikrinti pastovias pajamas viešųjų išlaidų finansavimui. Jie skirti remti socialinius ir rinkos reguliavimo tikslus, siekiant geriau paskirstyti išteklius. Pagrindinis principas yra tas, kad racionalūs ir informuoti asmenys priima sprendimus dėl to, ką vartoti ir ko nevertoti, tačiau išorinės priemonės akcizų pavidalu įtraukiamos į žalingų produktų kainą, atsižvelgiant į tai, kad ne visi vartotojai yra informuoti ir racionalūs.

LR Finansų ministerija (2011) siekia vykdomą fiskalinę akcizų mokesčių politiką derinti su socialinės politikos prioritetais, kurie Lietuvos konvergencijos programoje yra įvardinti kaip vieni iš finansų politikos prioritetų. Ir nors šio mokesčio tikslai yra labiau socialiniai, tačiau santykis tarp akcizų fiskalinių ir reguliacinių tikslų nėra lygiavertis: dažniausiai akcentuojama fiskalinė mokesčio reikšmė ir vertinama sprendimų įtaka nacionaliniam biudžetui, poveikį visuomenės sveikatai ar aplinkosauginiams tikslams įvardinant abstrakčiai, t.y. nėra tiesioginės sąsajos tarp akcizų sprendimų ir deklaruojamų reguliacinių tikslų.

2.3. Alkoholio apmokestinimo akcizais ekonominiai ir socialiniai padariniai

Neigiami alkoholio apmokestinimo aspektai gali būti skirstomi į socialinius ir ekonominius. Akcizo pokyčiai sukelia grandininę reakciją, nes kaip sudėtinis kainos elementas lemia kainos pokyčius, ši – vartotojų elgsenos pasikeitimus, gamintojų ir pardavėjų pajamų bei pelningumo pokyčius, daro įtaką įmonių veiklos plėtrai. Galiausiai, vartojimo pokyčiai bei verslo reakcija į juos, nulemia valstybės tikslų pasiekiamumą – tiek tiesiogiai susijusių su akcizo mokesčiais (biudžeto pajamos, sveikatos, aplinkos apsaugos, infrastruktūros tikslai), tiek ir kitiems tikslams per poveikį bendrai ekonomikos situacijai (gyventojų perkamajai galiai, išlaidų struktūrai, infliacijai, darbo rinkai, ekonomikos plėtrai ir kt.) ir kitų mokesčių surinkimui (LR Finansų ministerija, 2011).

Heien (1995) teigimu, alkoholio apmokestinimo akcizais ekonominių ir socialinių padarinių tyrimai atliekami įvairių mokslo disciplinų (medicina, ekonomika ir kt.) ir iš skirtingų perspektyvų: Saffer (1996) atliko reklamos poveikio alkoholio paklausai tyrimą; Gruenewald ir kt., (1996) tyrė alkoholio prieinamumo ir su alkoholiu susijusių problemų ryšius; Wagenaar (1993) analizavo, kaip padidintas alkoholio vartojimo amžius įtakoja eismo įvykių skaičių; Ruhm (1995, 1996) tyrė makroekonominių veiksnių poveikį alkoholio suvartojimui ir vairavimui apsvaigus nuo alkoholio; French ir Zarkin (1995) analizavo santykį tarp alkoholio vartojimo ir darbo užmokesčio.

Šioje darbo dalyje apžvelgiami ekonominiai tyrimai, susiję su alkoholio kainų ir mokesčių pokyčių įtaka alkoholio suvartojimui, surenkamoms valstybės pajamoms ir legaliai bei nelegaliai rinkai. Ekonominiu požiūriu, alkoholiniai gėrimai yra vartojimo prekės.

Pagrindinė vartotojo elgsenos ekonominio modelio prognozė yra ta, kad paklausa tam tikram produktui sumažėja, kai padidėja jo kaina. Šį principą galima taikyti ir alkoholinių gėrimų rinkai. Tai reiškia, kad akcizo mokesčiai, turintys įtakos alkoholio kainai, gali turėti įtakos ir alkoholio paklausai.

Kadangi per didelis alkoholio vartojimas turi neigiamų padarinių sveikatai, svarbu įvertinti ir vartotojų elgsenos pokyčius atsižvelgiant į alkoholinių gėrimų kainų pokyčius ir kaip alkoholio mokesčio padidinimas gali įtakoti kitus susijusius aspektus.

Toliau vertinant akcizo tarifų įtaką nagrinėjamų prekių rinkai Lietuvoje, analizuojami šie aspektai:

- Akcizų pokyčių pasekmės vartojimui.
- Akcizų pokyčių poveikis surenkamoms mokesčių pajamoms.
- Nelegalios rinkos plėtra.
- Akcizų pokyčių pasekmės legaliam verslui.
- Akcizo mokesčio poveikis rinkos struktūrai.

Akcizų pokyčių pasekmės vartojimui. Kaina yra pagrindinis alkoholio prieinamumo elementas. Daugybėje tyrimų, atliktų Europos šalyse, Jungtinėse Amerikos Valstijose, Kanadoje, Naujojoje Zelandijoje ir kitur, gausu aiškių įrodymų, kad gyventojų alkoholio vartojimo lygis yra glaudžiai susijęs su mažmenine alkoholio kaina: alkoholiui tampa labiau prieinamu, jo suvartojimas didėja; santykinei alkoholio kainai didėjant, vartojimas mažėja.

Rogan (2004) teigimu, alkoholio kainos įtaka vartojimui yra didelė. Autoriaus akcentuoja, kad atlikti tyrimai rodo, kad akcizo mokesčio taikymas yra veiksminga alkoholio daromos žalos mažinimo strategija. Nuolat atliekami moksliniai tyrimai atskleidžia, kad kai kiti veiksniai lieka nepakitę, dėl kainų padidėjimo alkoholio vartojimas paprastai sumažėja, o kainų sumažėjimas paprastai padidina alkoholio vartojimą. Taigi, alkoholio akcizo mokesčių sistema yra svarbus ir veiksmingas žalos mažinimo veiksnys.

Remiantis Berkhout ir kt. (2015), vartojimo mokesčiai atlieka svarbų vaidmenį, siekiant sumažinti prekių, kurios gali turėti neigiamą poveikį, vartojimą. Tokioms prekėms priskiriami alkoholiniai gėrimai, tabakas ir mažos maistinės vertės maisto produktai. Šioms prekėms taikomi vartojimo mokesčiai bent iš dalies gali užkirsti kelią pertekliniam vartojimui. Jei tokioms prekėms nebūtų taikomi vartojimo mokesčiai, neracionalūs vartotojai pradėtų vartoti jų pernelyg daug, neatsižvelgdami į tai, kokių pasekmių tokie veiksmai gali turėti ateityje.

Wagenaar (2009) atliko sistemine 100 skirtingų pastarųjų 30 metų tyrimų apžvalgą ir nustatė, kad egzistuoja glaudus ir nuoseklus ryšys tarp alkoholio kainos ir vartojimo: kainoms mažėjant, žmonės suvartoja daugiau alkoholio ir kainoms augant, žmonės suvartoja alkoholio mažiau. Rabinovich ir kiti (2009) taip pat pripažįsta ryšį tarp alkoholio kainos, vartotojų pajamų, alkoholio prieinamumo ir suvartojimo bei tiesioginį ryšio tarp alkoholio kainos ir jo sukuriamos žalos.

Autorius teigia, kad tokie tyrimų rezultatai suteikia tvirtą pagrindą alkoholio kainų politikos, kaip potencialiai veiksmingos priemonės siekiant pažaboti pavojingą ir žalingą alkoholio vartojimą Europoje, taikymui. Brennan ir kiti (2008), naudodami ekonometrinį modeliavimą, nustatė, kad alkoholio kainos didinimo politika, turi didelę socialinę naudą ir reikšmingai sumažina išlaidas sveikatos priežiūros sistemoje.

Nors mokslininkai sutaria, kad aukštesnės alkoholinių gėrimų kainos ir didesni mokesčiai lemia mažesnę jo suvartojimą, sudėtinga tiksliai įvertinti vartotojų reakcija į kainų ar mokesčių politikos pokyčius. Ekonomistai vertina vartotojų reakciją į kainų pokyčius apskaičiuodami kainos elastingumą, apibrėžiamą kaip procentinį paklausos kiekio pokytį, kurį lemia 1 procento kainos pokytis. Leung ir Phelps (1993) atlikto tyrimo duomenimis nustatyta, kad kainų pokyčiai alaus paklausą mažina mažiau, nei vyno ir spirito. Autoriai, peržiūrėję 15 tyrimų, nustatė, kad 1 proc. kainos padidėjimas lemia 0,3 proc. sumažėjusią alaus paklausą, 1,0 proc. sumažėjusią vyno paklausą ir 1,5 proc. sumažėjusią spiritinių gėrimų paklausą.

Naujausi tyrimai rodo, kad kainų pokyčiai gali neįtakoti alkoholio paklausos taip, kaip anksčiau buvo manyta. Heien (1995) teigimu, tyrėjų išanalizuoti įvairių šaltinių duomenys, rodo, kad alkoholio kainų elastingumo koeficientas alui yra 0,16, vynui - 0,58 ir spiritiniams gėrimams - 0,39, o bendras kainų elastingumas - 0,52. Šios tendencijos, prieštarauja paklausos principui, kuris numato, kad mažėjančios kainos padidina vartojimą, kitiems veiksniams išliekant nepakitusiems. Tačiau, paprastai kinta ne tik alkoholio kaina, bet ir kiti alkoholio vartojimo veiksniai. Mažesnę alkoholio suvartojimą lemia demografinis gyventojų senėjimas (vyresni žmonės sunaudoja mažiau alkoholio), perėjimas prie sveikesnio gyvenimo būdo, taip pat paaiškina vartojimo sumažėjimą.

Didžioji dalis atliktų mokslinių tyrimų rodo, kad didesni alkoholio mokesčiai ir kainos gali sumažinti alkoholio suvartojimą ir kai kurias neigiamas piktnaudžiavimo alkoholiu pasekmes. Tačiau siekiant optimalaus alkoholio apmokestinimo, būtina subalansuojant alkoholio apmokestinimo naudą ir kaštus vartotojams ir alkoholinių gėrimų gamintojams.

Akcizų pokyčių poveikis surenkamoms mokesčių pajamoms. Vyriausybės, padidindamos akcizo mokesčio normas, tikisi padidinti valstybės biudžeto pajamas, nepaisant to, kad mokesčio padidėjimas lemia vartojimo sumažėjimą. Tačiau, kaip teigia Rogan (2004), tai yra tik trumpalaikis poveikis, o ilgesniuojų laikotarpiu tokios priemonės turi neigiamos įtakos ne tik vartojimui, bet ir vietinei gamybai bei valstybės biudžeto mokesčių įplaukoms.

Akcizų tarifų didinimas, kaip vienas iš produktų kainų kilimo veiksnių, daro tiesioginį poveikį legalios realizacijos mažėjimui ir, esant bendram ekonominiam nuosmukiui, neužtikrina planuojamų pajamų į valstybės biudžetą surinkimo. Akcizų tarifų kėlimas, visapusiškai neįvertinant galimų pasekmių, iš dalies lemia legalios rinkos praradimą: didėjant atotrūkiui tarp legaliai ir nelegaliai realizuojamų prekių kainų, rinka užpildoma pigesnėmis nelegaliomis prekėmis, nelegalių prekių apyvarta užsiimantys asmenys užsitikrina prekių patekimo į rinką ir realizavimo kanalus (Lietuvos Respublikos valstybės kontrolė, 2010).

Akcizų etilo alkoholiui ir alkoholiniams gėrimams padidinimas Lietuvoje 1997 m. ir 1998 m. biudžeto pajamų nepadidino. Po tarifų sumažinimo 1999 m. iki pradinio 1997 m. lygio akcizų pajamų augimas grįžo į ankstesnį 1997–1998 m. lygį tik 2004 m. viduryje, t. y. apytiksliai po 7 metų, nors alkoholio suvartojimas 1999–2004 m. kiekvienais metais didėjo ir išaugo 15 proc. – nuo 9 iki 10,4 l absoliutaus alkoholio vienam gyventojui per metus. Akcizų pajamų planai 2008–2009 m., sumažėjus akcizais apmokestinamų prekių realizacijai ir veikiant tokiems veiksniams kaip ekonominis nuosmukis ir nelegali prekių apyvarta, nebuvo įvykdyti. Nesuvaldant nelegalios prekių apyvartos, mažėja legali akcizais apmokestinamų prekių realizacija, iš dalies prarandama legali rinka ir nepasiekiami akcizų tarifų didinimo tikslai – papildomų pajamų į valstybės biudžetą surinkimas ir kai kurių prekių vartojimo apribojimas.

Dėl nelegalios akcizais apmokestinamų prekių apyvartos, ne tik negaunama akcizų pajamų į valstybės biudžetą, bet ir patiriama papildomų sąnaudų, susijusių su nelegalių prekių vartojimu: nelegalių alkoholio gaminių vartotojai naudojami sveikatos priežiūros paslaugomis. Sumažėjus gyventojų pajamoms ar padidėjus akcizinių prekių kainai, šių prekių paklausa, kitaip tariant, vartojimo įpročiai, kinta nežymiai, nes mažėjanti legali realizacija nereiškia proporcingai sumažėjusio vartojimo ar žalingų įpročių atsisakymo.

Nelegalios rinkos plėtra. V. Žukausko (2009) teigimu, sumažėjusios biudžeto pajamos iš akcizų nebūtinai rodo sumažėjusį akcizinių prekių vartojimą. Valstybinės mokesčių inspekcijos (VMI) duomenimis 2009 m. akcizo mokesčio už etilo alkoholį ir alkoholinius gėrimus surinkta 30 proc. mažiau nei 2008 metais. Nuo 2009 m. sausio 1 d. akcizo mokestis etilo alkoholiui pakeltas 15 proc. Daroma prielaida, kad vartojimas išliko, tik pakeitė savo turinį – dalis jo pasidarė nelegalus.

Lietuvos laisvosios rinkos instituto duomenimis (2010) 2008 - 2010 metais šešėlinė ekonomika Lietuvoje plito itin sparčiai. Remiantis 2012 m. Europos Komisijos ataskaita apie šešėlinės ekonomikos paplitimą ES, Lietuvoje šešėlinės ekonomikos mastai siekia 28,5% BVP. Pagal šešėlinės ekonomikos išplitimą Lietuva lenkia visas ES šalis, išskyrus Rumuniją ir Bulgariją. Beveik trečdalį (32 proc.) šešėlio sudarė nelegalus cigarečių, alkoholio, degalų ir kitų prekių įvežimas, t.y. kontrabanda. Todėl vertinant akcizų kėlimo pasekmes Lietuvoje, būtina turėti omenyje Lietuvos kontekstą.

Prielaidas šešėlinės ekonomikos atsiradimui ir plėtrai sudaro įvairūs ekonominiai, teisiniai administraciniai ir socialiniai-psichologiniai veiksniai. Pragyvenimo lygis šalyje yra vis dar santykinai mažas, gyventojai išleidžia didesnę savo pajamų dalį būtiniausio vartojimo prekėms. Taip pat svarbu tai, jog Lietuvoje palyginti didelis korupcijos mastas, palanki geografinė padėtis bei vartotojų požiūris į kontrabandą. Visi šie veiksniai prisidėjo prie to, jog akcizų kėlimas šalyje glaudžiai susijęs su kontrabandinės veiklos ir nelegalaus vartojimo padidėjimu. Akcizo mokestis yra vienas iš veiksnių, didinančių paskatas užsiimti nelegalia veikla, nes kuo didesnis prekių kainos legalioje ir nelegalioje rinkoje skirtumas, tuo didesnis potencialus šešėlinės veiklos pelnas ir tuo didesnės paskatos vengti mokesčių veikiant šešėlinėje rinkoje.

UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ (2014) nustatė, kad Lietuvoje alkoholinių gėrimų rinkoje šešėlinės veiklos problema aštriausia stipriųjų gėrimų rinkoje, kur nelegali produkcija sudaro iki trečdaliao visos alkoholinių gėrimų rinkos. Kitų gėrimų rinkose ši dalis 7-8 kartus mažesnė – alaus rinkoje nelegali produkcija sudaro 4%, vyno ir fermentuotų gėrimų rinkoje – 5%. Nelegalią stipriųjų gėrimų produkciją pagrindė sudaro: nelegalūs namų gamybos produktai (samagonas, samanė); denatūruotas spiritas ir iš jo pagaminti alkoholinių gėrimų falsifikatai (pilstukas); kontrabandiniai alkoholiniai gėrimai bei smulki nelegali prekyba ir kosmetinių gaminių vartojimas ne pagal paskirtį.

Įvertinus tai, kad didžiausią šešėlinės ekonomikos dalį Lietuvoje sudaro prekių kontrabanda, geografinė padėtis tampa svarbiu faktoriumi šešėlinės prekybos paplitimui. Lietuvai tenka penktadalis visos ES rytinės išorinės sienos. Siena su trečiosiomis šalimis – Baltarusija ir Rusija (Kaliningrado sritimi) – sudaro 60% viso Lietuvos valstybės sienos ilgio. Abiejose šiose šalyse akcizinių prekių mažmeninės kainos yra ženkliai mažesnės.

Be teisinių-administracinių faktorių, nelegalios produkcijos paplitimui didelę įtaką daro ir ekonominiai bei socialiniai-psichologiniai veiksniai. Pirmiausiai, tai realios gyventojų galimybės vykdyti mokesčius reikalavimus ir akcizinių prekių įperkamumas. Jei mokesčiai reikalavimai keičiasi neadekvačiai gyventojų galimybėms juos įgyvendinti, didėja paskatos ieškoti prieinamesnių alternatyvų nelegalioje rinkoje.

Kaip lengvai ir kokiais mastais šis procesas vystosi priklauso nuo gyventojų mentaliteto – kiek jiems yra priimtinas nelegalios produkcijos vartojimas. Kadangi Lietuvoje daugiau kaip 60% gyventojų pateisina šešėlinės produkcijos vartojimą (palyginimui Estijoje – 36%) ir ja pasitiki, šešėlinės ekonomikos išplitimas Lietuvoje yra vienas didžiausių tarp ES šalių (UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ 2014).

Akcizo alkoholiniams gėrimams kėlimu ir Valstybinio sveikatingumo fondo sukūrimu siekiama mažinti neigiamas alkoholinių gėrimų vartojimo pasekmes Lietuvos gyventojų sveikatai. Tačiau nelegalių alkoholinių gėrimų vartojimas turi dar didesnę neigiamą poveikį žmonių sveikatai.

Todėl siekiant sveikatingumo tikslų valstybė neturėtų priimti sprendimų, kurie didintų nelegalią alkoholinių gėrimų rinką.

Akcizų pokyčių pasekmės legaliam verslui. Akcizo mokestis per prekės kainą yra perkeliamas vartotojui, tačiau jo įtaką per poveikį paklausai legalioje rinkoje jaučia ir verslo sektorius. Paklausai mažėjant, įmonės realizuoja mažiau produkcijos, gauna mažesnes pajamas, išauga netiesioginių išlaidų našta, mažėja pelningumas, stabdomos investicijos, plėtros planai, mažinami gamybiniai pajėgumai, darbuotojų skaičius (UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ 2014).

Verslo sektoriaus atstovai akcentuoja, kad svarbu užtikrinti mokestinės aplinkos stabilumą ir pastovumą (akcizo tarifai nuo 2007 m. keičiasi beveik kasmet), o jeigu planuojami mokestiniai pakeitimai, apie juos visuomenė turėtų būti informuota iš anksto, kad būtų užtekinai laiko pasiruošti. Verslo atstovų teigimu planuojant investicijas, būtina žinoti kokia mokestinė aplinka bus ateinančius 3-5 metus, nepakanka apie mokesčio didėjimą sužinoti prieš pusmetį iki įsigaliojimo.

Kalbant apie vartojimo mokesčius, akcentuojamas dar vienas principas, kurio turėtų būti laikomais – pakeitimai turėtų būti laipsniški ir nesukelti drastiškų pokyčių rinkoje (pvz., tokių, kokie buvo 2009 m.). Staigus akcizo ir jo sukeltas kainų didėjimas 2008-2009 m. yra įvardijamas kaip svarbus papildomas faktorius, paskatinęs šešėlinės rinkos išplitimą ir drastišką legalios rinkos smukimą. Gyventojams nebuvo sudarytos sąlygos laipsniškai, per ilgesnį laiko tarpą apsiprasti su kainų padidėjimu, vietoj to, kainos per trumpą laiką ypač nepalankioje ekonominėje situacijoje stipriai išaugo, kas ir lėmė dalies vartotojų pasitraukimą į šešėlį (UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ 2014).

Vyriausybės sprendimas didinti akcizo mokesčius 2008-2009 m., siekiant užtikrinti valstybės biudžeto pajamas ir valstybės finansų stabilumą, susilaukia ypač daug kritikos iš verslo atstovų, nes nebuvo pakankamai įvertintas šio veiksmo poveikis rinkai, neatsižvelgta į bendrą ekonominę situaciją. Neigiamos tendencijos ekonomikoje prasidėjo 2008 m., o 2009 m. Lietuva išgyveno giliausią recesiją: BVP trauktis pradėjo 2008 m. IV-ąjį ketvirtį, o per 2009 m. sumažėjo 14,8%, nedarbo lygis pasiekė aukščiausią lygį nuo 2003 m. – 13,4%, realus darbo užmokestis sumažėjo 7,2%, vartotojų pasitikėjimas nukrito iki rekordinių žemumų (žemiau -50%). Visi šie veiksniai lėmė bendrą vidaus vartojimo sumažėjimą. Šioje aplinkoje ženkliai išaugus alkoholinių gėrimų kainoms legali alkoholinių gėrimų rinką trauktis pradėjo 2008 m. ir ši tendencija tęsėsi 2009 m. Per 2 metus legali alkoholinių gėrimų rinką sumažėjo penktadaliu (o vertinant absoliučiu alkoholiu – 25%). 2012 m. legali alkoholinių gėrimų rinką dar nebuvo pasiekusi buvusio lygio, nors ekonominė situacija šalyje gerėja nuo 2010 m. (LR Finansų ministerija, 2011).

Akcizo mokesčio poveikis rinkos struktūrai. Akcizo mokestis konkurenciją rinkoje gali paveikti per taikomų tarifų skirtumus ir per visišką atleidimą nuo mokesčio. Kylant prekės kainai, vartotojas pirmiausiai ieškos jam priimtinių rinkoje egzistuojančių pigesnių prekės alternatyvų, tokiu būdu ir toliau patenkins poreikį nedidindamas savo išlaidų. Tuo atveju, jei alternatyvų rinkoje nėra, vartotojas stengsis mažinti prekės vartojimą (stengsis vartoti taupiau ar iš vis atsisakys prekės) arba padidins išlaidas tam pačiam prekės kiekiui įsigyti. Dėl šios priežasties, priimant sprendimus dėl prekių apmokestinimo akcizu ir jo tarifų dydžio, svarbu įvertinti atitinkamų prekių pakeičiamumo laipsnį (LR Finansų ministerija, 2011).

Valstybės pareiga, įvirtinta Konkurencijos įstatyme, yra užtikrinti sąžiningos konkurencijos laisvę; draudžiama priimti sprendimus, galinčius iškreipti konkurenciją, išskyrus atvejus, kai to neįmanoma išvengti, vykdant įstatymais numatytus reikalavimus. Šiame kontekste mokesčių politikos tikslas yra nustatyti tokius mokesčio tarifų dydžius, kurie leistų optimaliai pasiekti valstybės tikslus kuo mažiau iškreipiant konkurenciją rinkoje. Tam reikia įvertinti prekių tarpusavio konkurencijos lygį arba kryžminį elastingumą, nes, nustatčius aukštesnį mokestį vienai konkuruojančiai prekei nei kitai, pastarajai yra sukuriama lengvatinės sąlygos. Lietuvoje nagrinėjamų prekių elastingumas kainai, kryžminis elastingumas, elastingumas pajamoms yra menkai ištirti. Alkoholio apmokestinimas, priklausomai nuo gėrimo, Lietuvoje skiriasi beveik 5 kartus (ES – 2,3 karto). Didžiausias mokestis tenka 1% alkoholio stipriuosiuose gėrimuose, mažiausiai alkoholiui aluje.

Tokie apmokestinimo skirtumai suponuoja, kad tarp etilo alkoholio ir kitų gėrimų tipų konkurencijos ir pakeičiamumo nėra arba jis nežymus. Ekspertų teigimu, alkoholinių gėrimų rinkoje egzistuoja tam tikras vartotojų lojalumas gėrimų kategorijai, tačiau reikšmingi rinkos (pvz., staigus kainų didėjimas) ar vartotojo situacijos pokyčiai (pvz., perkamosios galios sumažėjimas), gali pakeisti vartojimo įpročius.

Specialistai pastebi, kad Lietuvoje stebima konkurencija tarp stipriųjų gėrimų, stipraus alaus ir spirituotų vynu, kurie priskiriami tarpinių produktų kategorijai. Tą patvirtina ir rinkos struktūros pokyčiai: 2009 m., kuomet labiausiai išaugo akcizo mokestis ir reikšmingai keitėsi gyventojų vartojimo situacija, stipriųjų gėrimų dalis legalioje rinkoje sumažėjo 6,5 procentinio punkto, tuo tarpu alaus padidėjo 5,6 procentinio punkto. Vyno ir fermentuotų gėrimų dalis keitėsi nežymiai (padidėjo 0,1 procentinio punkto) (UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ 2014).

Diaz ir kiti (2015) išskiria labiausiai paplitusius alkoholio pramonės atstovų argumentus prieš akcizo mokesčių didinimą:

- mokesčio padidinimas neturi planuojamo poveikio vartojimui ir jo neigiamų pasekmių mažinimui;
- mokesčio padidinimas reikšmingai mokesčių pajamų nepadidina;

- mokesčio padidinimas gali neproporcingai paveikti neturtingus ir vidurinės klasės vartotojus;
- mokesčio padidinimas sukelia didelius darbo vietų praradimus;
- mokesčio padidinimas skatina mokesčių vengimą ir nelegalaus alkoholio vartojimą.

Mokslinėje literatūroje pateikiami empiriniai įrodymai paneigia pirmuosius du argumentus. Literatūroje gausu empirinių įrodymų, kad alkoholio akcizo mokesčio padidėjimas sumažina pernelyg didelį alkoholio vartojimą ir jo pasekmes ir padidina valstybės biudžeto pajamas. Kiti argumentai aptariami plačiau.

Nevienodas alkoholio akcizo poveikis skirtingoms visuomenės grupėms. Vienas argumentas, kuriuo remiantis alkoholio pramonės atstovai prieštarauja alkoholio akcizo mokesčio didinimui, yra tai, kad jis yra regresinis ir neproporcingai paveikia darbininkų ir vidurinės visuomenės klasės gyventojus. Priešingai nei populiarus įsitikinimas, mokslininkų atlikti empiriniai tyrimai ir apklausos rodo, kad alkoholio vartojimas didėja didėjant pajamoms. Be to, didesni alkoholio akcizo mokesčiai didesnę poveikį turi daugiau alkoholio suvartojantiems asmenims, o ne tiems, kurie alkoholi vartoja tik tam tikromis retomis progomis. Be to, ekonominė teorija ir empiriniai įrodymai rodo, kad mažas pajamas gaunantys ir alkoholi nesaikingai vartojantys asmenys yra jautresni alkoholio kainų pokyčiams, palyginti su dideles pajamas gaunančiais asmenimis, todėl alkoholio vartojimo sumažėjimas, padidinus alkoholio akcizus, bus didesnis tarp mažesnes pajamas gaunančių asmenų.

Alkoholio akcizo poveikis darbo produktyvumui ir darbo vietų skaičiui. Tikėtinas pajamų sumažėjimas smarkiai motyvuoja alkoholio pramonės atstovus įtakoti politikos sprendimus. Alkoholio gamintojus vienijančios organizacijos teigia, kad alkoholio pramonė sukuria didelį skaičių darbo vietų, bei generuoja reikšmingas mokesčines valstybių biudžetų pajamas. Šios organizacijos teigia, kad padidinus alkoholio akcizą, sumažės gyventojų užimtumas ir mokesčių surinkimas.

Šis argumentas turi du pagrindinius trūkumus. Pirma, abejotina, kad alkoholio pramonės ekonominis poveikis toks reikšmingas, kaip teigiama. Antrasis trūkumas yra tas, alkoholio gamintojus vienijančios organizacijos daro prielaidą, kad lėšos, kurių asmenys neišleis alkoholiui, nebus išleistos ir kitoms prekėms bei paslaugoms ekonomikoje. Alkoholinių gėrimų pramonės atstovų skaičiavimai vertina poveikį tik alkoholio pramonei, neatsižvelgdami į darbo vietas, sukurtas, dėl alkoholio suvartojimo sumažėjimo, padidėjus vartotojų išlaidoms kitoms prekėms ir paslaugoms. Be to, alkoholio pramonės atstovai, akcentuodami darbo vietų praradimus, neatsižvelgia į darbo našumo padidėjimą, dėl alkoholinių gėrimų vartojimo mažėjimo.

Alkoholio akcizo poveikis mokesčių vengimui. Nors mokesčių vengimas gali atrodyti pagrįstas argumentas, svarbu nepamiršti, kad alkoholio akcizo mokesčio padidinimas sudaro tik nedidelę galutinės alkoholinių gėrimų kainos dalį, todėl vidutiniam vartotojui ekonomiškai nėra

naudinga siekti išvengti alkoholio akcizo mokesčio. Pastaraisiais metais patirtis valstybėse, kuriose buvo padidinti alkoholinių gėrimų akcizo mokesčiai, rodo, kad padidinus akcizo mokesčius, tarpvalstybiniai alkoholio pirkimai padidėjo nereikšmingai arba nepadidėjo.

Lietuvos laisvosios rinkos institutas (2010) taip pat išskiria nemažai teorinių ir praktinių akcizų taikymo problemų:

- Nėra įmanoma tiksliai nustatyti neigiamo išorinio poveikio dydžio, kurį sukelia alkoholio vartojimas. Dažnai akcizas yra naudojamas ne kaip išorinio poveikio mažinimo ar neutralizavimo priemonė, bet kaip būdas surinkti pinigus į valstybės biudžetą. Europos Komisijos teigimu, „akcizai yra visų pirma valstybės pajamų surinkimo instrumentas nacionaliniu lygiu“. Be to, nėra sutariama, ar alkoholio vartojimas turi neigiamą išorinį poveikį visuomenei finansinių kaštų prasme: kai kurie autoriai teigia, kad sveikatos išlaidas, skirtas gydyti alkoholį vartojantiems asmenims, atsveria mažesnės socialinės išmokos šiems žmonėms, nes jie miršta jaunesni. Akcizų kritikai pripažįsta, kad alkoholio vartojimas yra žalingas bei pavojingas, tačiau diskutuojama būtent dėl to, ar yra sukeliama išoriniai finansiniai kaštai visuomenei.
- Alkoholio akcizas yra sąlyginis dalykas: daugelio kitų produktų (ir paslaugų) vartojimas taip pat turi neigiamą išorinį poveikį, tačiau jie nėra apmokestinami akcizais dėl susiklosčiusių tradicijų, papročių ar politinių priežasčių. Akcizo mokesčio objektu sveikatos apsaugos sumetimais galėtų tapti ir druska, cukrus, maisto papildai ir pan.
- Kai kurie akcizų kritikai pažymi, jog alkoholio apmokestinimas uždeda didelę mokestinę naštą vartotojams. Minėta, kad alkoholio gaminių vartojimas yra palyginti neelastingas: išaugus kainoms, vartotojai palyginus nedaug mažina vartojimą (bent jau trumpuoju laikotarpiu), todėl išauga jų išlaidos, finansinė bei mokestinė našta. Be to, ši našta yra diskriminuojanti (apmokestinanti tik tam tikrą visuomenės dalį) bei dažnai neproporcingai didesnė neturtingiems asmenims. Taip yra dėl dviejų priežasčių. Pirma, mažiau pasiturintys asmenys paprastai alkoholiui išleidžia didesnę dalį savo pajamų nei turtingesni gyventojai. Antra, alkoholio vartojimas daugelyje šalių yra populiariesnis tarp neturtingų, mažiau išsilavinusių žmonių. Tokiomis aplinkybėmis alkoholio akcizai yra regresyvūs mokesčiai. Tiesa, akcizų šalininkai argumentuoja, kad neturtingesni gyventojai yra jautresni alkoholio gaminių kainai, todėl padidintas akcizas labiau sumažins vargingesnių žmonių vartojimą – tai savo ruožtu sumažins jų sergamumą bei kaštus ir taip palengvins jų padėtį.

- Nurodoma, jog akcizai, kaip ir kiti mokesčiai, sukelia administracinius bei laiko sąnaudų kaštus. Be to, šiuos kaštus didina tai, kad akcizų taisyklės tampa vis sudėtingesnės.
- Akcizai, brangindami legalius alkoholio gaminius, sukelia neigiamų padarinių. Pirma, vartotojai gali imti vartoti pigesnius produktus arba kitokio pobūdžio žalingus gaminius. Be to, branginami akcizai sukuria paskatas plėstis nelegalių gaminių rinkai, kontrabandai, korupcijai ir nusikalstamai veiklai. Asmenys, ypač mažiau pasiturintys, tampa labiau linkę pirkti tokius gaminius. Minėti veiksniai savo ruožtu mažina akcizų efektyvumą, apsunkina sveikatos tikslų siekimą, biudžeto surinkimą, didina šešėlinės ekonomikos mastą.
- Akcizai kritikuojami, teigiant, jog jie reiškia globėjišką, paternalistinį požiūrį į vartotoją. Kaip minėta, vienas iš argumentų už akcizus remiasi prielaida, jog vartotojai nėra racionalūs, priimdami sprendimą vartoti alkoholį. Akcizų kritikai kvestionuoja šią prielaidą, teigdami, jog tik individualus vartotojas gali priimti sau tinkamą (nebūtinai sveikiausią ar geriausią) sprendimą. Jų teigimu, aktyvi valstybės paternalistinė politika, nuimdama nuo asmens sprendimo atsakomybę, ilgainiui neigiamai veikia pačių žmonių įpročius ir požiūrį į savo sveikatą ir saugumą – jie mažiau saugosi patys (Lietuvos laisvosios rinkos institutas, 2010)

Siekiant išvengti neigiamų alkoholio pamokestinimo pasekmių, labai svarbu nustatyti tinkamą, t.y. optimalų alkoholio mokestį, kuris pajėgtų efektyviai reguliuoti rinką ir užtikrintų pusiausvyrą tarp mokesčių pajamų didinimo ir įtakos socialiniam elgesiui.

Mokslinėje literatūroje pateikiama labai skirtinga optimalių mokesčių sistemos samprata. Vienų autorių nuomone **Auerback (2001; 2002)** ir **Black (2012)** pagrindinis optimalios mokesčių sistemos tikslas – maksimalus valstybės pajamų surinkimas.

Kiti mokslininkai akcentuoja ne ekonominę optimalių mokesčių naudą valstybės biudžetui, o teisingos proporcijos išlaikymą tarp siekio padidinti valstybės pajamas ir sumažinti mokesčių našta mokesčių mokėtojams (Lucas, Stonkey, 1983). Tarptautinių žodžių žodyne nurodoma, kad žodis optimalus reiškia - tinkamiausias, palankiausias, geriausias (<http://www.zodziai.lt/reiksme&word=optimalus&wid=14112>).

Miceikienė ir Besusparienė (2016), išnagrinėjusios žodžių optimalus, mokesčiai ir sistema sampratas, indukcijos būdu suformavo optimalių mokesčių sistemos sampratą. Autorių teigimu, optimali mokesčių sistema – tai palankiausia valstybei ir mokesčių mokėtojams teisės aktais priimta piniginė prievolė valstybei, kuri nustatyta atsižvelgiant į iš keltus vyriausybės kriterijus bei

apribojimus, išdėstyta tam tikrais metodais ir procedūromis, ir sudaro bendrą mokesčių sistemą, kurios gautas rezultatas duoda aukščiausio lygio naudą valstybei, ekonominę ir socialinę gerovę gyventojams.

2.4. Akcizų surinkimo problemos

Alkoholio akcizų, kaip ir kitų mokesčių, surinkimas dažnai yra problematiškas ir sukelia administracinius bei laiko sąnaudų kaštus.

Lietuvos Respublikos seimo biudžeto ir finansų komitetas (2009) išskiria pagrindines akcizų iš alkoholio surinkimo problemas Lietuvoje:

- neigiamą įtaką alkoholio akcizų surinkimui daro alkoholio produktų mažmeninės kainos padidinimas didesniu mastu, negu ji turėtų padidėti dėl akcizo padidinimo.
- didelę neigiamą įtaką alkoholio akcizų surinkimui turi alkoholinių gėrimų kontrabanda.
- nelegalių alkoholinių gėrimų gamyba iš denatūruoto etilo alkoholio.

UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ (2014) studijoje „Akcizų mokestis Lietuvoje“ taip pat nurodo, kad didžiausia akcizų surinkimo problema – nelegali produkcija ir kontrabanda.

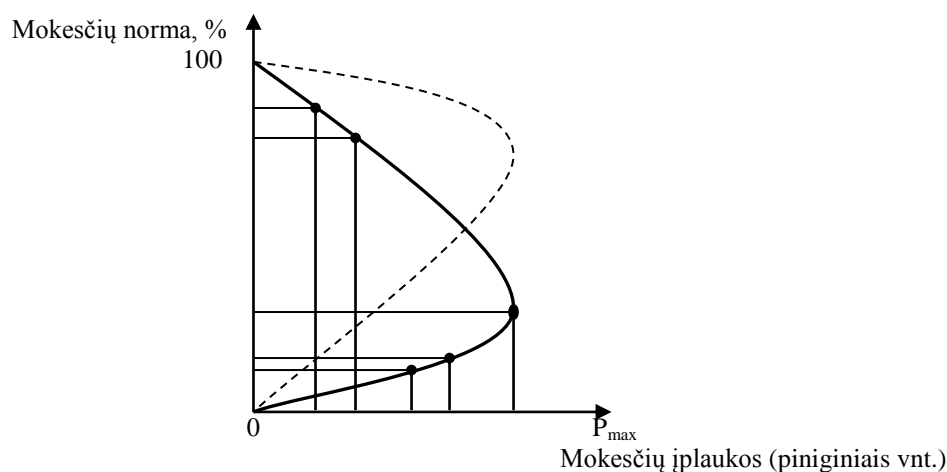
Atlikus Cnossen (2005) ir Hines (2007) darbų apžvalgą galima išskirti penkias akcizų surinkimo problemas:

- Akcizų apmokestinimo sistemos pasirinkimas – specifinių mokesčių sistema, vertės (ad valorem) mokestis ar hibridinė sistema. Specifiniai mokesčiai - mokesčiai, išreikšti absoliučia suma, vertės mokestis grindžiamas akcizais apmokestinamų prekių pardavimo procentine dalimi, o hibridinė sistema sujungia specifinių ir vertės mokesčių sistemas.
- Akcizo mokesčių tarifų lygio ir apmokestinamo vieneto nustatymas. Visiems tabako arba alkoholio gaminiams taikomi vienodi tarifai yra laikomi veiksmingais mažinant jų vartojimą, tobulinant mokesčių administravimo veiksmingumą ir didinant valdžios sektoriaus pajamas. Vienodas tarifas sumažina gamintojų manipuliavimo kainomis ir vartotojų prekių pakeičiamumo galimybes. (WHO 2010).
- Akcizų mokesčių surinkimo koordinavimas su kitais mokesčiais, pavyzdžiui PVM, atsižvelgiant į kiekvieno mokesčio tipo keliamus tikslus. Akcizo mokestis skirtas vartojimo išoriniams padariniams mažinti, o PVM yra valstybės pajamų didinimo priemonė. Visais atvejais akcizo mokestis taikomas prieš PVM, todėl PVM bus apmokestintas ir pats akcizo mokestis.

- Užtikrinimas, kad dėl akcizų sistemos įgyvendinimo, akcizų tarifų nustatymo ir akcizais apmokestinamų prekių nustatymo, neišaugtų kontrabandos, mokesčių slėpimo ir mokesčių vengimo tikimybės.
- Optimalių akcizo mokesčio tarifų užtikrinimas.

Optimalių mokesčių idėją pirmasis pristatė Ramsey (1927). Jis teigė, kad optimalus mokesčio tarifas (kuris neiškraipo ekonominių sprendimų) turi būti taikomas lanksčiai, atsižvelgiant į akcizu apmokestinamų prekių paklausos elastingumą: didesnis akcizo tarifas taikomas prekėms, kurios turi mažiau elastingą paklausą.

Analizuojant akcizų surinkimo problemas, mokslinėje literatūroje dažniausiai akcentuojamas optimalaus mokesčių tarifo nustatymas. Ališauskas ir Žukauskas (1999) optimalių mokesčių normą analizavo remdamiesi Lafero kreive, kuri rodo ryšį tarp mokesčių tarifo ir mokesčių biudžeto pajamų.



6 pav. Lafero kreivė (Ališauskas, Žukauskas, 1999)

Paveiksle pateikta Lafero kreivė rodo, kad mokesčio normos didinimas iš mokesčio gaunamas pajamas didina tik iki tam tikros ribos, nuo kurios didėjant mokesčio normai, mokesčio surinkimas mažėja. Per didelis alkoholio akcizo tarifas skatina nelegalaus alkoholio įsigijimą, o tai sumažina akcizo mokesčio surinkimą (Ališauskas, Žukauskas, 1999).

Saar (2011), išsamiai analizavusi alkoholio apmokestinimą Estijoje, nurodo, kad alkoholio akcizų optimalumą įtakoja keltas veiksniai:

- alkoholio rinkos neefektyvumas pagal Pareto efektyvumo teoriją, kuri teigia, kad išteklių naudojimas yra efektyvus, jei vienu gerovė gali būti didinama nemažinant kitų gerovės. Kai pasiekiamas toks išteklių paskirstymo efektyvumas, t. y. Pareto optimumas, bet koks kitoks išteklių paskirstymas nulems kieno nors padėties pablogėjimą. Nors alkoholio vartotojai gauna naudos iš jo vartojimo (alkoholis vaidina svarbų kultūrinį vaidmenį, jis dažnai laikomas priemone pagerinti socialinę žmonių tarpusavio sąveiką arba palengvinti žmonių sugebėjimą įveikti

stresą), alkoholis nusipelno visuotinio neigiamo dėmesio dėl kenksmingų jo vartojimo pasekmių kitiems asmenims.

- vartotojų heterogeniškumas, tai reiškia, kad yra daug vartotojų, kurie alkoholį vartoja saikingai, tačiau turi sumokėti didesnę alkoholio kainą, neatsižvelgiant į tai, kad jie vartodami alkoholį nesukelia neigiamų pasekmių.

Apibendrinant skirtingų autorių analizuojamas alkoholio apmokestinimo problemas, galima teigti, kad svarbiausia problema, kuri tiesiogiai arba netiesiogiai įtakoja ir daugumą kitų aptartų problemų, yra akcizo mokesčio optimalumo problema.

3. TYRIMO METODOLOGIJA

Tyrimo problema. Atliekamame tyrime siekiama įvertinti ekonominį akcizų poveikį Lietuvoje ir visoje ES. Šioje darbo dalyje pateikti rezultatai yra gauti atlikus ekonominių ir statistinių duomenų analizę. Tiriamojoje darbo dalyje daugiausia dėmesio skiriama alkoholio akcizų sistemos optimalumui Europos Sąjungos šalyse ir alkoholinių akcizų struktūros šiose šalyse apibendrinimui. Tyrime siekiama įvertinti, kaip skirtingos ES šalys faktiškai apmokestina alkoholio produktus ir kokie egzistuoja alkoholio apmokestinimo skirtumai tarp valstybių narių.

Analizuojamos alkoholio akcizo mokesčių tendencijos ES šalyse ir šių pajamų struktūra. Šioje darbo dalyje atskleidžiamas akcizų vaidmuo valstybių biudžetuose, apibūdinami įvairūs alkoholio akcizai ir konkretūs alkoholio apmokestinimo modeliai. Atlikus ES šalių alkoholio akcizų statistinę analizę, pateikiamos sąsajos tarp alkoholio apmokestinimo ir skirtingų šalių socialinių bei ekonominių savybių.

Empirinio tyrimo tikslas - pateikti alkoholio mokesčių politikos skirtumus ES šalyse ir įvertinti šios politikos poveikį valstybėms, alkoholio akcizo tarifų optimalumo aspektu.

Šiame poskyryje pristatomi ir aptariami tyrimo metodai. Tam, kad būtų pasiekti tyrimo tikslai, naudojami keli tyrimo metodai, o tyrimo tikslas suskirstytas į keletą dalių:

- Europos ir Lietuvos alkoholio rinkos apžvalga;
- ES šalių alkoholio akcizų pajamų dinamikos ir struktūros analizė 2008-2016 m. ;
- Alkoholio akcizų įtakos ES šalių biudžetų pajamoms vertinimas.
- ES alkoholio akcizų sistemos optimalumo vertinimas.

Tyrimo metu buvo naudojami šie **tyrimo metodai**:

- kokybinė, statistinės informacijos sisteminimo ir apibūdinimo metodika;
- kiekybiniai metodai, įskaitant aritmetinių vidurkių metodą ir grupavimo metodą, remiantis pasirinktais kiekybiniais kriterijais.

Tyrimo apdorojami Eurostat, ir Komisijos mokesčių duomenų bazės ir Europos Komisijos Mokesčių ir maitų sąjungos generalinio direktorato statistiniai duomenys. Europos Komisijos Mokesčių ir maitų sąjungos generalinis direktoratas (DG TAXUD) teikia kiekvienos ES valstybės narės alkoholio akcizų duomenis šalies mastu direktorato internetinėje svetainėje. Kadangi nėra patikimų, nuoseklių ir išsamių duomenų apie alkoholio produktų kainas ir pardavimo apimtį visoje ES, atliekant analizę tyrime naudojami DG TAXUD duomenys kartu su kitais statistiniais duomenimis, surinktais iš atskirų šalių statistikos departamentų ir finansinių institucijų. Tyrime taip pat naudojamos mokesčių ir maitų sąjungos GD akcizų lentelės.

Europos Komisijos Mokesčių ir maitų sąjungos generalinio DG TAXUD direktorato duomenų naudojimą pagrindžia ir tai, kad pateikiant duomenis apie kiekvienoje valstybėje narėje taikomus akcizo mokesčius, naudojama nuosekli metodika bei išvengiama atskirų šalių pateikiamų duomenų

trūkumų. Be to, DG TAXUD duomenys yra suskirstyti į bendras suvienodintas kategorijas, o atskirų valstybių narių pateikiami duomenys yra suskirstyti pagal tose šalyse taikomas kategorijas. Dėl šių priežasčių mes manoma, kad Europos Komisijos Mokesčių ir muitų sąjungos generalinio direktorato duomenys yra patikimesni už viešai prieinamą informaciją, o suderinta tarpvalstybinė metodika reiškia, kad duomenys yra tinkami analizei, atliekamai šiame tyrime.

Tiriamasis laikotarpis apima 2008 - 2016 m. Pasirinktas laikotarpis yra pakankamai ilgas, kad atspindėtų alkoholio apmokestinimo politikos skirtumus ir pokyčius ES šalyse.

Tyrimo apimtis: tyrime buvo analizuojami visų 28 ES valstybių narių duomenys, nepriklausomai, kada jos įstojo į ES.

Empirinis tyrimas, atsižvelgiant į tyrimo tikslą, suskirstytas į 3 etapus. Pirmajame etape atlikta Europos Sąjungos ir Lietuvos alkoholio rinkos apžvalga, apskaičiuojant ir įvertinant metinį alkoholio suvartojimą vienam gyventojui. Antrame etape atlikta ES šalių alkoholio apmokestinimo pajamų struktūros analizė. Trečiajame etape atliekant alkoholio akcizų įtakos ES šalių biudžetų pajamoms vertinimą ES šalys sugrupuotos remiantis šalies alkoholio akcizo mokesčio pajamų ir visų šalies mokesčių pajamų santykiu.

4. TYRIMO REZULTATAI

4.1. Lietuvos ir ES alkoholio rinkos apžvalga

Siekiant atlikti alkoholio apmokestinimo Europoje analizę, pirmiausia reikia įvertinti ES valstybių narių alkoholio suvartojimo apimtį. Alkoholio suvartojimo kiekis vienam gyventojui ES regione labai skiriasi. Daugiausiai alkoholio suvartojama Lietuvoje, Čekijoje ir Austrijoje. Mažiausias alkoholio kiekis suvartojamas Italijoje, Islandijoje ir Švedijoje. Alkoholio suvartojimo skirtumas tarp šių grupių skiriasi dvigubai. Rizikingas alkoholio vartojimas yra plačiai paplitęs Lietuvoje.

Toliau pateikiama ES parduodamų alkoholinių gėrimų rinkos apžvalga pagal išskirtas kategorijas:

- **Vartojimo apimtys.** 2016 m. ES suvartojamų alkoholinių gėrimų kiekis sudarė 56 mlrd. litrų. Alus buvo sunaudojama daugiausiai (66 proc.). Antras pagal sunaudojimą produktas - vynas, sudarė 25 proc.
- **Vartojimo pasiskirstymas šalyse.** Alaus taip pat daugiausiai suvartojama ir atskirai valstybėse narėse. Visose ES šalyse alaus suvartojimas sudaro daugiau nei pusę parduodamų alkoholinių gėrimų, išskyrus Italiją ir Prancūziją, kuriose vynas užima daugiau nei pusę alkoholio rinkos. Suomijoje, Estijoje, Lietuvoje ir Latvijoje stipraus alkoholio suvartojimas yra didesnis lyginant su kitomis valstybėmis narėmis. O Suomijoje, Airijoje ir Jungtinėje Karalystėje santykinai daug, palyginti su kitomis valstybėmis narėmis, suvartojama sidro.
- **Rinkos tendencijos.** Alkoholinių gėrimų suvartojimas nuo 2008 iki 2016 m. padidėjo 3 proc. Ryškiausia vartojimo tendencija per pastaruosius penkerius metus buvo alkoholinių kokteilių ir kitų alkoholio produktų (spirituotas vynas, aperityvai ir kiti vynai) suvartojimo sumažėjimas. Tačiau šie produktai sudaro labai nedidelę rinkos dalį, taigi jų suvartojimo sumažėjimą (atitinkamai 37 proc. ir 19 proc., t.y. 350 milijonų litrų) ženkliai daugiau atsveria vien tik alaus suvartojimo padidėjimas 4 proc. (t.y. 1,550 milijonų litrų). Sidro, putojančio vyno ir alaus vartojimas šiek tiek padidėjo, o stipraus alkoholio suvartojimas išliko maždaug pastovus.
- **Kainų skirtumai.** Siekiant objektyviai įvertinti alkoholio kainų skirtumus valstybėse narėse, rinkos kainos pakoreguotos atsižvelgiant į perkamąją galią (PPP) šalyse. Kainų diapazonas visoje ES yra gana didelis, nepaisant to ar kainos yra pakoreguotos pagal PPP, ar ne. Pagrindinių alkoholinių gėrimų grupių (alaus, spiritinių gėrimų ir vyno) atveju PPP patikslinta kiekvienos produktų grupės kaina brangiausioje šalyje yra maždaug tris kartus didesnė už tos pačios produktų grupės kainą pigiausioje šalyje. Pakoreguota alaus kaina Airijoje yra daugiau nei 3,5 karto

didesnė už atitinkamą kainą Vokietijoje. Sidro kainų skirtumas yra dar didesnis: pagal pakoreguotas kainas Sidro kaina Graikijoje yra apie šešis kartus didesnė negu Ispanijoje. Pakoreguotos spiritinių gėrimų kainos rodo, kad šie dėrimai brangiausi yra Maltoje ir Švedijoje ir yra maždaug tris kartus brangesni už spiritinius gėrimus Italijoje ir Vokietijoje, kur jie yra pigiausi. Vidutinė pakoreguota vynui kaina Latvijoje yra apie tris kartus didesnė nei Portugalijoje ir Italijoje.

- **Kainų sklaida.** Kainų sklaida parodo, kaip skiriasi (kainos diapazonas) konkretaus alkoholio produkto kaina kiekvienoje valstybėje narėje. Didžiausias spiritinių gėrimų kainų diapazonas - nuo 25 ir 75 procentų. Mažiausias kainų diapazonas alaus ir sidro.
- **Parduotuvių ir kitų alkoholio prekybos vietų skirtumai.** Gėrimai gali būti parduodami parduotuvėse ir kitose alkoholio prekybos vietose, tokiose kaip kavinės, restoranai, naktiniai klubai ir kt. Kitose prekybos vietose alkoholio kainos paprastai yra didesnės negu parduotuvėse. Kitose prekybos vietose alkoholio kainos paprastai yra didesnės, nes alkoholinių produktų pirkimas, be fizinio gėrimo, paprastai yra susijęs ir su patalpomis, kuriose siūloma tam tikra atmosfera, paslaugos ar pramogos.
- **Pelningumo skirtumai.** Kiekvieno gėrimų sektoriaus pelningumas valstybėse narėse yra labai skirtingas. Daugumoje valstybių bendrasis pelningumas paprastai yra didžiausias alaus sektoriuje (maždaug 20%), antroje vietoje pagal pelningumą yra etilo alkoholio sektorius (12%) ir trečioje vietoje vyno sektorius (10%).
- **Lietuvos alkoholinių gėrimų rinka.** Remiantis statistikos departamento pateiktais alkoholinių gėrimų pardavimo duomenimis, galima teigti, jog pagal nupirktą alkoholinių gėrimų kiekį, Lietuvoje dominuoja alaus vartojimas. Antroje vietoje pagal nuperkamą kiekį - spiritiniai gėrimai. Trečioje vietoje - fermentuoti gėrimai.

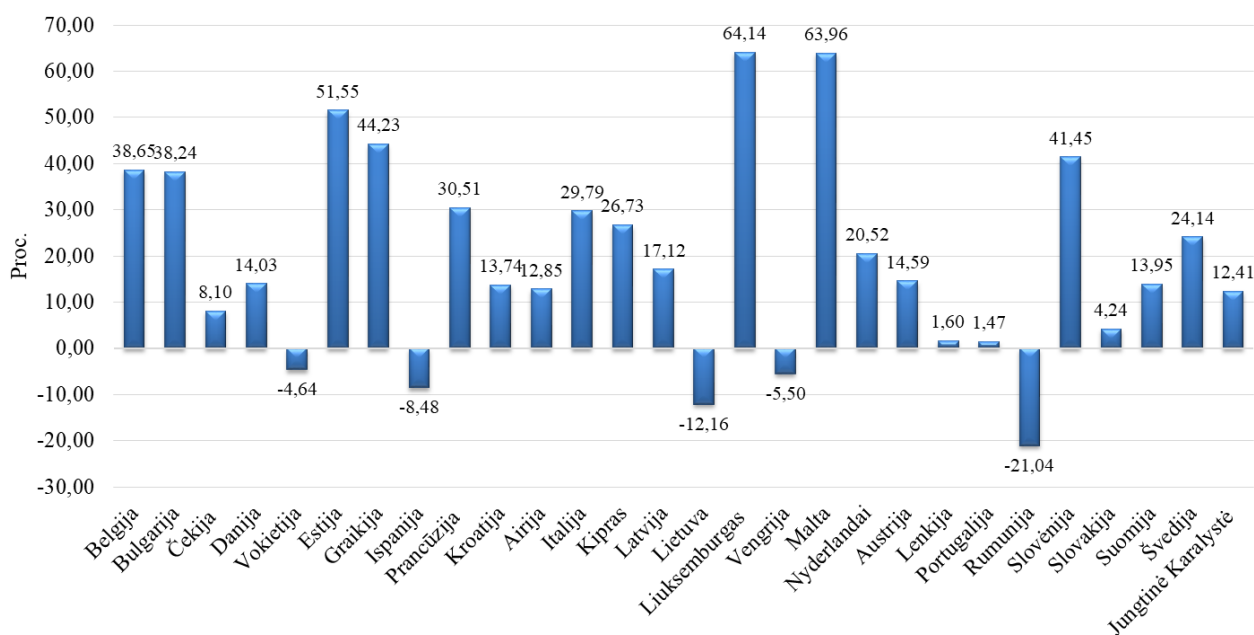
Nepaisant to, jog daugiausiai Lietuvoje nuperkama alaus, didžiausią dalį akcizo mokesčių surenkama iš etilo alkoholio pardavimo. 2015-ais metais surinktų akcizo mokesčių suma siekė 175,3 mln. eurų, o iš alaus akcizo mokesčių buvo surinkta tik 52,7 mln. eurų. Trečioje vietoje pagal surinktą akcizų mokesčio sumą - vynas ir fermentuoti gėrimai, su didesniu nei 8,5 % alkoholio tūriu. Šių gėrimų akcizo mokesčio surinkta 13,1 mln. eurų. Tokia didelė disproporcija tarp parduodamo alkoholinių gėrimų kiekio ir surenkamų akcizo mokesčių neabejotinai verčia susimąstyti, ar alaus ir vyno akcizo mokesčio tarifai nėra nustatyti per maži.

Galima pastebėti, jog gerėjant ekonominei ir socialinei situacijai 2010-2016 m. laikotarpiu augo visų alkoholinių gėrimų rūšių pardavimas. Tai sietina su augančia perkamąja galia (augančiu šalies gyventojų užimtumu bei didėjančiais atlyginimais). Spiritinių gėrimų pardavimai 2011 – 2015 m. metais sąlyginai stabilizavosi, o vyno ir fermentuotų gėrimų vartojimas, nors po ekonominės krizės ir demonstravo spartaus atsigavimo ženklus, pastaraisiais metais pradėjo mažėti. Alaus vartojimas paskutinius kelerius metus irgi demonstruoja nuosaikų pardavimo apimčių mažėjimą. Toks alaus ir vyno vartojimo pokytis galimai sietinas su didėjančiais akcizo mokesčio tarifais, vartotojų teikiamų pirmenybių pasikeitimu, emigracija ir alaus, vyno bei sidro išorinės reklamos draudimu.

4.2. ES šalių alkoholio akcizų pajamų dinamikos ir struktūros analizė 2008-2016 m.

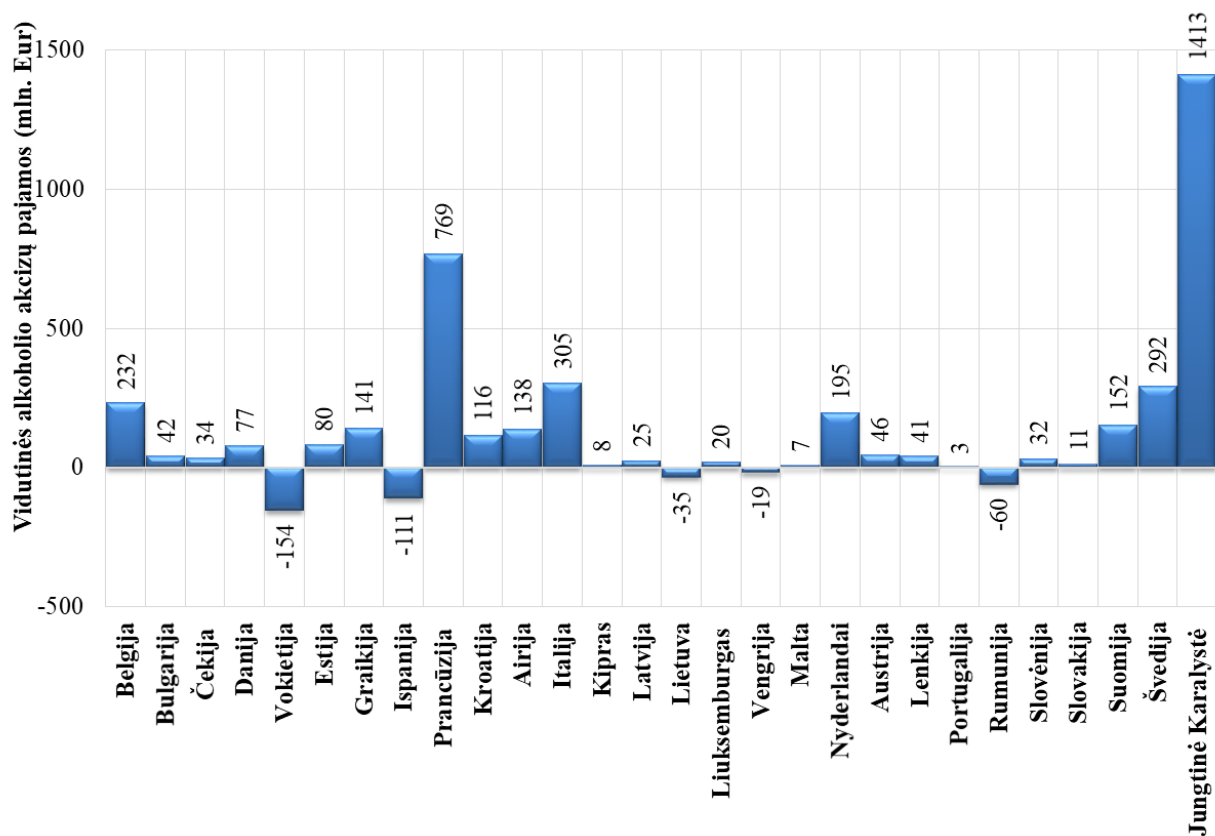
Išanalizavus alkoholio apmokestinimo akcizais politikos tikslus, ekonominius ir socialinius padarinius, bei išskyrus pagrindines teorines alkoholio akcizų mokesčių politikos problemas, verta išanalizuoti kaip keitėsi ES šalių alkoholio akcizų pajamos 2008-2016 metais. Šiame darbo skyriuje, siekiant įvertinti alkoholio akcizų pajamų kitimo tendencijas ES, pateikiama alkoholio akcizo pajamų dinamikos ir struktūros apžvalga Europoje. Pasirinktas tyrimo laikotarpis leidžia atspindėti alkoholio akcizų pajamų kitimą įvairiomis ekonominėmis sąlygomis.

Stebint valstybių biudžetų alkoholio akcizų pajamų kitimą (paveikslas), matyti, kad šios kategorijos pajamos 2008-2016 m. laikotarpiu išaugo 23 ES valstybėse narėse. Labiausiai procentine išraiška alkoholio akcizų pajamos nagrinėjamu laikotarpiu išaugo Liuksemburge ir Maltoje (apie 64 proc.). Akcizų mokesčių pajamos nuo 2008 m. iki 2016 m. sumažėjo Vokietijoje (-4,64 proc.), Vengrijoje (-5,50 proc.), Ispanijoje (-8,48 proc.), Lietuvoje (-12,16 proc.) ir Rumunijoje (-21,04 proc.).



7 pav. Alkoholio akcizų mokesčių pajamų pokytis 2008 – 2016 m. ES šalyse (proc.)

Kalbant apie akcizų pajamų pokytį ES šalyse būtina įvertinti, ne tik procentinį konkrečios šalies pokytį, bet ir pokytį pinigine išraiška. Paveiksle pateikta informacija rodo, kad absoliučia išraiška daugiausiai alkoholio akcizų pajamos padidėjo Jungtinėje Karalystėje (1 413 mln. Eur), tai labiausiai įtakojo 1 549,62 mln. Eur išaugusios vyno akcizo pajamos. Alkoholio akcizų pajamos absoliučia išraiška labiausiai sumažėjo Vokietijoje (-154 mln. Eur), kur 2008 – 2016 m. laikotarpiu sumažėję visų alkoholio akcizų kategorijų pajamos – etilo alkoholis (-55,70 Eur), tarpiniai produktai (-11,92 Eur), putojantis vynas (-29,05 Eur), alus (-57,25 Eur).



8 pav. Alkoholio akcizų pajamų pokytis (mln. Eur)

Kaip matyti iš 7 lentelės, analizuojamu laikotarpiu daugiausiai alkoholio akcizų pajamų į valstybės biudžetą gavo Jungtinė Karalystė (12 140 mln. Eur), Vokietija (3 234 mln. Eur), Prancūzija (2 886 mln. Eur), Lenkija (2 524 mln. Eur).

7 lentelė. Vidutinės 2008 – 2016 alkoholio akcizų pajamos (mln. Eur)

ES valstybė	Vidutinės 2008 – 2016 alkoholio akcizų pajamos (mln. Eur)
Jungtinė Karalystė	12140
Vokietija	3234
Prancūzija	2886
Lenkija	2524
Švedija	1331
Suomija	1287
Ispanija	1185
Italija	1087
Nyderlandai	1036
Airija	1003
Belgija	681
Danija	458
Čekija	434
Graikija	405
Austrija	332
Vengrija	309
Slovakija	261
Lietuva	250
Rumunija	240
Estija	186
Portugalija	180
Latvija	148
Bulgarija	127
Slovėnija	95
Kroatija	49
Liuksemburgas	37
Kipras	30
Malta	13

Kiekvienoje ES šalyje skiriasi alkoholio akcizų pajamų struktūra, tačiau pagrindinės išlaidų kategorijos yra tos pačios. Stebint valstybių alkoholio akcizų pajamų struktūrą (žr. 8 lentelė), matyti, kad trečdalis ES šalių negauna pajamų iš vyno produktų.

Dviejuose trečdaliuose šalių akcizai iš vyno yra mažesni nei 20 proc. Nulinis vyno produktų mokestis daugeliu atveju yra nustatytas Pietų ir Vidurio Europos šalyse, taigi pagrindinės pajamos iš alkoholio akcizo mokesčių tose šalyse gaunamos iš alaus ar stipraus alkoholio apmokestinimo. Tuo pačiu metu Šiaurės šalys ir Didžioji Britanija daugiau kaip trečdalį alkoholio akcizo pajamų gauna iš vyno apmokestinimo.

8 lentelė. Valstybės biudžeto įplaukų iš alkoholio akcizų struktūra, 2016 m.

Alus				
11% -21%	21% -28%	28% -38%	39% -46%	48% -78%
Prancūzija	Estija	Danija	Kipras	Italija
Liuksemburgas	Slovakija	Bulgarija	Čekija	Austrija
Latvija	Švedija	Lenkija	Portugalija	Rumunija
Lietuva	Graikija	JK	Suomija	Slovėnija
Malta	Ispanija	Airija	Vengrija	Kroatija
Vokietija	Belgija	Nyderlandai		
Vynas				
0%	1% -4%	4% -24%	27-41%	
Kroatija	Rumunija	Prancūzija	Airija	
Austrija	Slovakija	Lietuva	Nyderlandai	
Italija	Čekija	Estija	Belgija	
Portugalija	Vengrija	Latvija	JK	
Kipras	Lenkija	Vokietija	Švedija	
Bulgarija	Slovėnija	Suomija	Danija	
Ispanija				
Graikija				
Malta				
Liuksemburgas				
Stiprus alkoholis (etilas)				
20% -31%	32% -40%	51% -63 %	65-70%	71-85%
Slovėnija	Nyderlandai	Vengrija	Vokietija	Ispanija
Kroatija	Suomija	Italija	Lietuva	Graikija
JK	Švedija	Portugalija	Bulgarija	Slovakija
Danija	Rumunija	Čekija	Estija	Malta
Airija	Belgija	Kipras	Latvija	Prancūzija
	Austrija	Lenkija		Liuksemburgas

Alaus ir etilo alkoholio pajamų dalis yra didelė tose šalyse, kuriose vyno mokestis yra mažas arba lygus nuliui. Alaus mokesčių pajamos sudaro didelę alkoholio akcizo dalį ir šalyse, kuriose vyrauja vyno gamyba, pavyzdžiui, Italijoje, Slovėnijoje ir Kroatijoje. Pajamos iš alaus apmokestinimo yra mažos Baltijos šalyse ir Vokietijoje. Etilo alkoholio akcizo mokesčio pajamos yra mažiausios Jungtinėje Karalystėje, Danijoje ir Airijoje.

ES institucijos nustato minimalius akcizo mokesčių dydžius. Tačiau situacija, kai vienodo tipo alkoholio produktas (t. y. Vynas) skirtingose ES šalyse apmokestinamas gana skirtingai, palyginti su kitais alkoholiniais produktais, pagal universalią logiką yra ginčytinas. Jei šalys leidžia vynui taikyti nulinį akcizo mokesčių, išauga alkoholio akcizų našta kitų alkoholio produktų gamintojams ir vartotojams. Todėl kyla klausimas, ar tokia situacija yra priimtina kitų alkoholio rūšių gamintojams.

ES šalyse registruotų alkoholio gamintojų skaičius yra gana ribotas - ypač alaus ir stiprių alkoholio gamintojų. Paprastai alkoholio gamintojai turi gerai organizuotas asociacijas, atstovaujančias tam tikrų alkoholio gamintojų interesams, kurios siekdamos reguliuoti konkurenciją, siekia, kad akcizo mokesčio tarifai būtų kuo panašesni.

4.3. Alkoholio akcizų įtakos ES šalių biudžetų pajamoms vertinimas

ES, kaip ekonominė sąjunga, derina ir reguliuoja alkoholio apmokestinimą visose valstybėse narėse. Nepaisant šių suderintų alkoholio akcizo mokesčių, valstybės narės įgyvendina savo individualias mokesčių politikas.

Akcizo kaip vartojimo mokesčio specifika nulemia, kad analizuojant mokesčio poveikį rinkai ir gyventojams svarbu atsižvelgti net tik į nominalų mokesčio dydį, bet ir gyventojų perkamąją galią lemiančius veiksnius. Todėl toliau bus sugretinta akcizo tarifų ir vartojimo situacija Lietuvoje, lyginant Lietuvos ir ES šalių gyvenimo lygio, gyventojų pajamų ir akcizo tarifų atotrūkius. Gyvenimo lygis, išreikštas kaip BVP tenkantis vienam gyventojui, - tai šalies gyventojų materialinę ir finansinę gerovę apibendrinantis rodiklis. Siekiant objektyviau palyginti ES šalyse taikomus akcizus, skaičiuojama jų dalis BVP.

9 lentelėje ES šalys suskirstytos pagal alkoholio akcizo mokesčio pajamų dalį BVP. Paprastai akcizai sudaro nedidelę vyriausybės pajamų dalį, tačiau alkoholio akcizo įplaukų dalis (proc.) BVP ES šalyse gana ženkliai svyruoja - iki 20 kartų, nuo 0,05 – 0,14 proc. tokiose šalyse kaip Italija, Vokietija, Ispanija ir kt. iki 0,65 – 1,17 proc. tokiose šalyse kaip Latvija, Lietuva, Estija ir kt.

9 lentelė. Akcizo mokesčių dalis (proc.) BVP, 2016 m.

0.05%-0.14%	0.15%-0.19%	0.20%-0.27%	0.28%-0.64%	0.65%-1.17%
Italija	Kipras	Rumunija	Vengrija	Latvija
Liuksemburgas	Prancūzija	Danija	Bulgarija	JK
Austrija	Belgija	Graikija	Švedija	Suomija
Portugalija	Malta	Kroatija	Slovakija	Lietuva
Ispanija	Olandija	Slovėnija	Airija Islandija	Estija
Vokietija		Čekijos Respublika		

Šalys, kurių pajamos iš alkoholio sudaro didžiausią BVP dalį yra geografiškai gana koncentruotos - dauguma jų yra Baltijos regiono šalys (žr. 10 lentelę). Kai kuriose šalyse, pvz., Estijoje ar Lietuvoje, alkoholio akcizai yra gana reikšmingas viešųjų finansų šaltinis. Panaši situacija yra matoma, alkoholi akcizus vertinant kaip procentinę visų mokesčių dalį.

10 lentelė. Alkoholio akcizų dalis šalies mokesčių pajamų sistemoje (proc.), 2016 m.

0.15% -0.35%	0.36% -0.59%	0.60% -0.80%	0.81% -1.76%	1.77% -3.62%
Italija	Belgija	Graikija	Vengrija	JK
Liuksemburgas	Prancūzija	Rumunija	Čekijos	Islandija
Austrija	Danija	Slovėnija	Respublika	Lenkija
Vokietija	Kipras	Kroatija Švedija	Bulgarija	Latvija
Portugalija Ispanija	Nyderlandai		Slovakija	Lietuva
	Malta		Suomija Airija	Estija

Viduržemio jūros šalyse alkoholinių gėrimų akcizai šalies mokesčių sistemoje sudaro vos trečdalį procentinio punkto. Tačiau, Estijos vyriausybės biudžetas gauna beveik 4 proc. savo pajamų iš alkoholio akcizų. Alkoholio apmokestinimo pajamos taip pat yra didelės ir kitose Baltijos šalyse, Lenkijoje ir Jungtinėje Karalystėje.

Tokius reikšmingus skirtumus galima sieti su šalyse taikomais alkoholio apmokestinimo modeliais ir vartojimo kultūra. Daugiausiai vyną vartojančios ir gaminančios šalys gauna mažiau pajamų iš alkoholio akcizų, nei šalys, kuriose dažniau vartojami stiprūs alkoholiniai gėrimai. Daugelyje šalių vynui taikomas mažas akcizas arba netgi nulinis. Tuo metu stiprių alkoholinių gėrimų akcizai yra dideli visose ES šalyse.

11 lentelėje pateikiamos tam tikros koreliacijos tarp alkoholio apmokestinimo ir specifinių šalių rodiklių. Kaip matyti iš lentelės, nėra reikšmingos koreliacijos tarp alkoholio suvartojimo vienam gyventojui, šalies pajamų lygio vienam gyventojui ir mokesčių BVP.

Suvartojimo alkoholio kiekis nėra susijęs nei su vienu lentelėje pateiktu rodikliu. Turtingesnės šalys ar šalys, kuriose mokesčiai yra didesni nesuvartoja daugiau alkoholio vienam gyventojui nei mažesnių pajamų ar mažesnių mokesčių šalys. Alkoholio vartojimas priklauso nuo daugelio veiksnių, tačiau alkoholinių gėrimų akcizo įtaka alkoholio vartojimui nėra reikšminga.

11 lentelė. Alkoholio akcizo ir ekonominių rodiklių koreliacijos, 2016 m.

	BVP vienam gyventojui, eurai	Bendra mokesčių dalis BVP, %	Alkoholio suvartojimas vienam gyventojui, litrai etilo	Alkoholio akcizų dalis BVP, %	Alkoholio akcizų dalis visų mokesčių pajamose, %
BVP vienam gyventojui, eurai	1				
Bendra mokesčių dalis BVP, %	0,616**	1			
Alkoholio suvartojimas vienam gyventojui, litrai etilo	-0,018	-0,150	1		
Alkoholio akcizų dalis BVP, %	-0,252	-0,375*	0,137	1	
Alkoholio akcizų dalis visų mokesčių pajamose, %	-0,338	-0,527**	0,200	0,975**	1
Etilo alkoholio akcizo	0,677	0,091	0,729	0,959	0,577

mokestis visose alkoholio akcizo pajamose					
Vyno akcizo mokestis visose alkoholio akcizo pajamose	0,439*	0,433*	-0,057	0,217	0,107
Alaus akcizo mokestis visose alkoholio akcizo pajamose	-0,279	0,045	-0,081	-0,195	-0,229

Alkoholio akcizo mokesčiai, lyginant su BVP, yra neigiamai susiję su bendru mokesčių lygiu. Tai reiškia, kad šalyse, turinčiose didelius bendrus mokesčius, alkoholio mokesčiai yra mažesni. Didesnis mokesčių tarifas paprastai taikomas šalyse, kuriose yra didesnis pajamų lygis. Kuo mažesnis bendras mokesčių tarifas šalyse, tuo daugiau surenkama vartojimo, kartu ir alkoholio akcizo, mokesčių.

Vertinant kaip alkoholio mokesčių struktūra yra susijusi su kitais socialiniais ir ekonominiais rodikliais, pastebima, kad didelės pajamos iš vyno mokesčių yra susijusios su šalies BVP ir bendra mokesčių našta. Paprasčiau tariant, šalys, turinčios didesnę BVP lygį, taip pat turi didesnius akcizo mokesčius vynui.

12 lentelė. Alkoholio akcizo tarifų koreliacijos, 2016 m.

	Vyno akcizų dalis viso alkoholio akcizo pajamose,%	Alus akcizas, EUR	Vyno akcizas, EUR
Vyno akcizų dalis viso alkoholio akcizo pajamose,%	1		
Alus akcizas, EUR	0,478	1	
Vyno akcizas, EUR	0,772	0,685	1
Etilo alkoholio akcizo mokestis, EUR	0,741	0,786	0,876

Kaip matyti iš 12 lentelės, yra labai stipri ir teigiama koreliacija tarp įvairių alkoholio akcizų lygio ir skirtingų alkoholio rūšių. Tai reiškia, kad jei šalis vyną apmokestina mažu arba nuliniu tarifu, kitus alkoholio produktus ji taip pat apmokestina mažais tarifais. Jei šalyje yra santykinai aukšti stipraus alkoholio ir alaus akcizo tarifai, mokestis vynui taip pat yra didelis. Tačiau realu būtų tikėtis priešingos situacijos: šalyse, kuriose vinas apmokestinamas mažu arba nuliniu tarifu, galėtų padidinti akcizus kitoms alkoholio rūšims, kad kompensuotų valstybės pajamų sumažėjimą dėl mažų vyno mokesčių.

Tačiau hipotetiškai tokį rezultatą galima paaiškinti tuo, kad santykinai artimais alkoholio akcizais siekiama reguliuoti konkurenciją tarp skirtingų alkoholio produktų gamintojų. Interesų grupės įtakoja politinius ir administracinius sprendimus. Taigi, politiniu ir ekonominiu požiūriu sudėtinga labai skirtingai apmokestinti skirtingų tipų alkoholio gamintojus. Skirtingi alkoholio gamintojai paprastai yra gerai organizuoti ir sugeba ginti savo interesus.

4.4. ES alkoholio akcizų sistemos optimalumo vertinimas

Atsižvelgiant į šiame darbe apžvelgtus optimalios mokesčių sistemos aspektus bei išnagrinėjus alkoholio akcizų Europos sąjungoje problematiką ir atlikus statistinių duomenų analizę, nustatyti optimalios alkoholio akcizų sistemos kriterijai. Optimalus yra toks alkoholio akcizų mokesčių sistemos modelis, kai sėkmingai derinami valstybinių institucijų, alkoholio gamintojų ir vartotojų nei kitų suinteresuotųjų šalių interesai. Alkoholio akcizų mokesčių sistemos optimalumą taip pat atskleidžia alkoholio akcizo tarifų suderinamumo lygis Europos Sąjungoje bei nelegalios prekybos mastai.

Neoptimali alkoholio akcizų sistema įtakoja nepalankius, .t.y. priešingus nei buvo tikimasi, vartotojų elgsenos pasikeitimus, gamintojų ir pardavėjų pajamų bei pelningumo pokyčius, daro neigiamą įtaką ekonomikos plėtrai ir nulemia mažesnę nei planuota valstybių biudžeto pajamų tikslų pasiekimą.

Tyrimo metu nustatyta, kad šiuo metu taikoma Europos sąjungos alkoholio akcizų sistema neatitinka optimalios alkoholio akcizų sistemos principų, todėl sukelia daug bendrijos vidaus rinkos veikimo ir alkoholio akcizų surinkimo problemų. Vertinant Europos sąjungos alkoholio akcizų optimalumą, svarbu pažymėti, kad optimalų alkoholio apmokestinimo lygį lemia keletas veiksnių, kuriuos galima suskirstyti į keturias grupes:

- akcizų pasekmės vartojimui;
- akcizų poveikis surenkamoms mokesčių pajamoms;
- nelegalios rinkos plėtra;
- akcizų įtaka legaliam verslui ir rinkos struktūrai.

Optimalaus alkoholio akcizo tarifo veiksniai

Alkoholio suvartojimas

- Per mažas alkoholio akcizo tarifas skatina didesnę alkoholio vartojimą
- Per didelis alkoholio akcizo tarifas skatina nelegalaus alkoholio vartojimą

Valstybės biudžeto pajamos

- Alkoholio akcizo tarifo didinimas valstybės biudžeto pajamas didina tik iki tam tikros ribos
- Esant per mažam alkoholio akcizo tarifui nesurankamos galimos biudžeto pajamos
- Esant per dideliui alkoholio akcizo tarifui nesurankamos galimos biudžeto

Nelegali alkoholio rinka

- Mažesnis alkoholio akcizo tarifas sąlygoja nelegalios alkoholio rinkos mažėjimą
- Per didelis alkoholio akcizo tarifas skatina nelegalios rinkos plėtrą

Legalus alkoholio rinka ir jos struktūra

- Per dideli alkoholio akcizo tarifai gali sužlugdyti legalų verslą
- Per dideli alkoholio akcizų skirtumai skirtingoms alkoholinių gėrimų kategorijoms gali neigiamai paveikti alkoholio rinkos struktūrą ir konkurenciją

9 pav. Optimalaus alkoholio akcizo tarifo veiksniai

Akcizų pokyčių pasekmės vartojimui. Atlikta mokslinių tyrimų analizė rodo, kad didesni alkoholio mokesčiai gali sumažinti alkoholio suvartojimą ir kai kurias neigiamas piktnaudžiavimo alkoholiu pasekmes. Tačiau siekiant, išvengti nelegalaus alkoholio vartojimo, alkoholio apmokestinimas vartotojų atžvilgiu turi būti optimalus, t.y. būtina subalansuojant alkoholio apmokestinimo naudą ir kaštus vartotojams, nes pernelyg dideli alkoholio akcizai gali sąlygoti priešingą efektą. Kaip pavyzdys pateikiama, kraštutines kovas su alkoholiu priemonės pasirinkusios Suomijos situacija. Suomijoje, smarkiai sugriežtinus alkoholio pardavimo politiką ir ženkliai padidinus akcizus, dalis suomių ėmė vartoti nelegalius svaigiuosius gėrimus, o tai paskatino kontrabandą ir naminio alkoholio gamybą.

Lietuvoje ir kitose ES šalyse taip pat stebima panaši tendencija. 2009 m. Lietuvoje padidinus alkoholio akcizus, statistikos departamento duomenimis oficialus alkoholio suvartojimas nukrito, tačiau dauguma gyventojų ieškojo būdų, kaip gauti pigesnių svaigalų.

Akcizų pokyčių poveikis surenkamoms mokesčių pajamoms. Vyriausybės akcizo mokesčio normų padidiniu siekdamas padidinti valstybės biudžeto pajamas, visapusiškai neįvertina galimų pasekmių, kurias sukelia legalios alkoholio rinkos praradimas.

Akcizų alkoholiui padidinimas Lietuvoje 1997 - 1998 m. ir 2008–2009 m. biudžeto pajamų nepadidino, nes mokesčio tarifo didinimas iš mokesčio gaunamas pajamas didina tik iki tam tikros ribos, nuo kurios didėjant mokesčio normai, mokesčio surinkimas mažėja, dėl nelegalios alkoholio rinkos plėtros.

Nelegalios rinkos plėtra. Šešėlinės alkoholio rinkos mastai Europos Sąjungos šalyse smarkiai skiriasi - didžiausi šešėlinės alkoholio rinkos mastai yra Centrinės ir Rytų Europos bei Pietų Europos šalyse, mažiausi – Vakarų Europoje bei Skandinavijos šalyse.

Kad neoptimalūs alkoholio akcizo tarifai skatina nelegalios rinkos plėtrą įrodo 2008–2010 m. sparčiai augusi šešėlinė alkoholio rinka Lietuvoje. Valstybinės mokesčių inspekcijos (VMI) duomenimis 2009 m. akcizo mokesčių etilo alkoholiui pakėlus 15 proc., alkoholio suvartojimas išliko, tačiau dalis jo pasidarė nelegalus.

Akcizų pokyčių pasekmės legaliam verslui. Verslo sektoriaus atstovai akcentuoja, kad svarbu užtikrinti mokestinės aplinkos stabilumą ir pastovumą, nes staigus akcizo didėjimas, kuris neleidžia verslui prisitaikyti, sąlygoja legalios rinkos smukimą. Priimant sprendimus dėl alkoholio apmokestinimo tam tikru akcizu, svarbu įvertinti ir atitinkamų prekių pakeičiamumo laipsnį, kuris neribotų sąžiningos konkurencijos, t.y. nustatyti tokius alkoholio akcizo dydžius, kurie kuo mažiau iškreiptų konkurenciją rinkoje. Skirtingų alkoholio gėrimų apmokestinimas ES skiriasi 2,3 karto.

Saar (2011), atlikusi išsamius optimalaus alkoholio tarifo Estijoje skaičiavimus, nustatė, kad teoriškai optimalus vidutinis akcizo mokesčio tarifas vienam gryno alkoholio litrui yra 27,9 EUR. Šis tarifas akivaizdžiai viršija dabartinę alkoholio akcizo normą visoje ES. Tokį ženklų skirtumą galima paaiškinti tuo, kad optimalaus alkoholio tarifo nustatymas yra labai jautrus aukščiau šiame skyriuje aptartų veiksnių pokyčiams.

Saar (2011) disertacijoje pateiktas tyrimas turi keletą apribojimų. Pirma, tyrime daroma prielaida, kad alkoholio rinka yra visiškai konkurencinga, tačiau praktikoje taip nėra. Antra, atliktame tyrime, neatsižvelgiama į šiame darbe išskirtus alkoholio akcizų optimalumą ženkliai įtakojančius veiksnius: akcizų pokyčių pasekmes vartojimui; akcizų pokyčių poveikį surenkamoms mokesčių pajamoms; akcizų pokyčių paskatintą nelegalios rinkos plėtrą; akcizų pokyčių įtaka legaliam verslui ir alkoholio rinkos struktūrai.

Šiame darbe, siekiant įvertinti Europos sąjungos alkoholio akcizų sistemos optimalumą, optimalus alkoholio akcizų tarifas neskaičiuojamas, o vertinamas remiantis ne matematiniais, o loginiais argumentais. Reikia pabrėžti, kad šio tyrimo rezultatai turėtų būti vertinami atsargiai, nes daugelis parametrų yra įvertinti labai abstrakčiai ir neturi stipraus mokslinio pagrindo. Tolimesniuose Europos sąjungos alkoholio akcizų sistemos optimalumo tyrimuose, norint gauti konkrečius, skaitine reikšme įvertintus, rezultatus, reikalinga platesnė analizė ir tvirtesnė mokslinė bazė. Ši analizė gali būti išplėsta, įvedant konkrečias optimalių alkoholio akcizų apskaičiavimo formules, kurios šiame darbe nėra nagrinėjamos.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

1. Apibendrinant išanalizuotą literatūrą galima daryti išvadą, kad alkoholio akcizų mokesčių reguliavimas ES yra unikalus bendros tarptautinės mokesčių sistemos pavyzdys, kurį sudaro 28 skirtingos šalys. Tačiau mokslininkams vis dažniau kyla klausimas, ar šioje srityje priimti reglamentai vis dar tokie pat svarbūs ir sąlygoja alkoholio mokesčių politikos veiksmingumą visose ES šalyse. Išanalizavus mokslinėje literatūroje aprašytus tyrimus, pastebimi prieštaringi rezultatai analizuojant ir vertinant alkoholio apmokestinimo politiką ir jos veiksmingumą ES šalyse, kurių ekonominė ir socialinė raida labai skiriasi. Akcizų kaip alkoholio vartojimo mažinimo priemonės efektyvumas priklauso nuo daugelio veiksnių ir yra skirtingas įvairiose šalyse. Viena iš pagrindinių akcizo efektyvumą mažinančių priežasčių yra kontrabanda.
2. Mokslinės literatūros analizė rodo, kad analizuojant akcizų politikos efektyvumą, reikia įvertinti ir nelegalių alkoholio produktų vartojimą. Lietuvoje stiprus alkoholio akcizų kėlimas susijęs su sparčiu nelegalios rinkos augimu. Tai būtina įvertinti formuojant alkoholio akcizų politiką Lietuvos ir ES lygmeniu. Nagrinėjant akcizų didinimo pasekmes ES, svarbu atsižvelgti į specifinį kiekvienos šalies kontekstą..
3. Alkoholio akcizai ES šalyse yra suderinti ir pagrindiniai principai nustatomi specialiose ES Komisijos direktyvose. Direktyvų tikslas yra užkirsti kelią žalingai tarpvalstybinei mokesčių konkurencijai ES ir užtikrinti veiksmingą alkoholio politiką. Verta pabrėžti, kad nepaisant suderintų alkoholinių gėrimų akcizo mokesčių ES, faktinių akcizo tarifų diapazonas visose šalyse labai skiriasi.
4. Pasirinkta empirinio tyrimo metodika, pagrįsta statistiniais ir grupavimo metodais, leido sistemingai išanalizuoti alkoholio akcizų situaciją ES šalyse ir atskleidė prieštarinę alkoholio akcizų vaidmenį ir jo skirtumus atskirose šalių grupėse. Empirinio tyrimo metu gauti rezultatai parodė, kad alkoholio akcizų fiskaliniai ir reguliuojantys vaidmenys skirtingose ES šalyse skiriasi savo svarba. Todėl bendroji alkoholio akcizų suderinimo politika ES šiuo metu negali būti vertinama kaip veiksminga visų ES šalių atžvilgiu. Atlikta analizė rodo, kad egzistuojanti dviprasmiška klasifikavimo tvarka ir šios dienos situacijos neatitinkantys 1992 m. nustatyti minimalūs tarifai iškraipo bendrąją ES alkoholio rinką. Todėl svarbu, kad 1992 m. nustatytos minimalios alkoholio akcizo normos būtų perskaičiuotos atsižvelgiant į infliaciją. Taip svarbu išskirti problemas, susijusias su akcizais apmokestinamų alkoholinių produktų klasifikavimu ir skirstymu į kategorijas, kai tas pats produktas skirtingose valstybėse narėse buvo priskirtas skirtingoms kategorijoms.
5. Empirinio tyrimo metu nustatyta, kad alkoholio apmokestinimas daugelyje Europos Sąjungos šalių yra ekonomiškai svarbus ir socialiai jautrus klausimas. Daugeliu atvejų alkoholio akcizai sudaro gana nedidelę dalį viešojo sektoriaus pajamų, nepaisant to, kad yra tam tikrų

išimčių (pvz., Estija), kurių biudžetuose alkoholio apmokestinimo pajamų dalis yra didelė. Koreliacinė analizė parodo, kad santykinė alkoholio produktų mokesčių našta nėra susijusi su šalies BVP vienam gyventojui. Be to, ES valstybėse narėse nėra sąsajos tarp mokesčių naštos ir alkoholio suvartojimo lygio vienam gyventojui.

6. Alkoholinių gėrimų akcizai yra svarbus ES valstybių narių mokesčių pajamų šaltinis. Mokesčiai yra svarbus indėlis į valstybių narių biudžetus, o pajamos sudaro nuo 0,2% iki 3,5% visų mokesčių pajamų (išskyrus socialinį draudimą). 2007 m. ES 27 valstybių narių bendrosios alkoholio akcizų pajamos sudarė 30,6 mlrd. EUR (etilo alkoholis - 46%, alau - 33%, vynas - 19%).

7. Tyrimo metu nustatyta, kad šiuo metu taikoma Europos sąjungos alkoholio akcizų sistema neatitinka optimalios alkoholio akcizų sistemos principų, todėl sukelia daug bendrijos vidaus rinkos veikimo ir alkoholio akcizų surinkimo problemų. Neoptimali alkoholio akcizų sistema įtakoja nepalankius, t.y. priešingus nei buvo tikimasi, vartotojų elgsenos pasikeitimus, gamintojų ir pardavėjų pajamų bei pelningumo pokyčius, daro neigiamą įtaką ekonomikos plėtrai ir nulemia mažesnę nei planuota valstybių biudžeto pajamų tikslų pasiekimą.

8. Remiantis atliktu tyrimu, manoma, kad būtų tikslinga įvesti naujas taisykles papildant šiuo metu naudojamą produktų klasifikavimo apibrėžtis. Naujos taisyklės turėtų būti pagrįstos konkrečiais ir išmatuojamais kriterijais, pavyzdžiui nurodytas didžiausias alkoholio kiekis alaus gėrimuose, o etilo alkoholio gėrimams turėtų būti priskirti bet kokie alkoholiniai gėrimai, kurių alkoholio kiekis viršija 22 laipsnius, nustatytas minimalus vyno produktų tarifas visoms šalims. .

9. Atsižvelgiant į minimalių tarifų nustatymo laikotarpį (1992 m.), akivaizdu, kad, atsižvelgiant į infliaciją, reikalingas minimalių tarifų peržiūrėjimas ir didinimas.

LITERATŪRA

- Ališauskas, V., Žukauskas, P. (1999). Mokesčių bazės nustatymo tobulinimas. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*. Nr. 12. Kaunas: VDU.
- Berkhout, B., Boersma, N., Kruijs, G., Poel, P., Wit, W. (2015). *The contribution made by beer to the European economy*. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą [http://www.brewersofeurope.org/uploads/mycmsfiles/documents/archives/publication\(1\).pdf](http://www.brewersofeurope.org/uploads/mycmsfiles/documents/archives/publication(1).pdf)
- Brennan, A., Purshouse, R., Taylor, K., Rafia, R. (2008). Independent Review of the Effects of Alcohol Pricing and Promotion: Part B: Modelling the Potential Impact of Pricing and Promotion Policies for Alcohol in England. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą https://www.sheffield.ac.uk/polopoly_fs/1.95621!/file/PartB.pdf
- Cnossen, S. (2005). *Theory and practice of excise taxation: smoking, drinking, gambling, polluting, and driving*. Oxford: Oxford University Press
- Crawford, I., Keen, M. & Smith, S., (2010). Value added tax and excises. *Dimensions of Tax Design: The Mirrlees Review*. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą <https://www.ifs.org.uk/uploads/mirrleesreview/dimensions/ch4.pdf>
- Diaz, M. C., Chaloupka, F. J., Jernigan, D. H., (2015). The effects of alcohol excise tax increases on public health and safety in Texas. [žiūrėta 2017-10-11]. Prieiga per internetą http://texansstandingtall.org/pdfs/15_Alcohol_ExciseReport.pdf
- Dobravolskas, A., Panovas, I. (2004) *Viešojo sektoriaus ekonomika. Paskaitų konspektas*. 6-11 temos. Vilnius,
- European Commission. (2015). Commission consults the public on tax rules for alcoholic beverages. [žiūrėta 2017-09-30]. Prieiga per internetą http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5549_en.htm
- Europos Parlamentas. (2007). 2007 m. rugsėjo 5 d. Europos Parlamento rezoliucija dėl Europos Sąjungos strategijos remti valstybes nares mažinant alkoholio daromą žalą. [žiūrėta 2017-08-10]. Prieiga per internetą <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+MOTION+B8-2015-0357+0+DOC+XML+V0//LT>
- Girdauskienė, L. (2012). *Kūrybinės organizacijos vadybos sistemos įveiklinimas žinių aspektu: daktaro disertacija*. Kauno technologijos universitetas. Kaunas: Technologija.
- Heien, D.M. (1995). The economic case against higher alcohol taxes. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą <https://pubs.niaaa.nih.gov/publications/10report/chap06a.pdf>
- Hines, J.R. (2007). *Excise taxes*. Michigan: University of Michigan and NBER

- Lietuvos laisvosios rinkos institutas. (2008). Pozicija. Dėl alkoholio kontrolės politikos Lietuvoje. [žiūrėta 2017-10-30]. Prieiga per internetą <https://www.llri.lt/naujienos/ekonomine-politika/bendroji-ekonomine-politika/pozicija-del-alkoholio-kontroles-politikos-lietuvoje/lrinka>
- Lietuvos laisvosios rinkos institutas. (2010). Tabako akcizų politikos ir jos pasekmių Lietuvoje 2002-2010 m. tyrimas. [žiūrėta 2017-10-07]. Prieiga per internetą http://lithuanian-economy.net/wp-content/uploads/2016/12/2016_12_19_Alkoholini%C5%B3-g%C4%97rim%C5%B3-akcizo-mokes%C4%8Dio-didininimo-vertinimas.pdf
- Lietuvos laisvosios rinkos institutas. (2013). Ekspertizė: Akcizo alkoholiui kėlimas dar labiau padidintų nelegalią alkoholinių gėrimų rinką. [žiūrėta 2017-11-30]. Prieiga per internetą <https://www.llri.lt/naujienos/ekonomine-politika/ekspertize-akcizo-alkoholiui-kelimas-dar-labiau-padidintu-nelegalia-alkoholiniu-gerimu-rinka/lrinka>
- Lietuvos laisvosios rinkos institutas. (2014). Ekspertizė. Akcizų didinimas skatintų vartoti nelegalias prekes. [žiūrėta 2017-10-30]. Prieiga per internetą https://www.llri.lt/naujienos/ekonomine-politika/ekspertize-akcizu-didininimas-skatintu-vartoti-nelegalias-prekes/lrinka#_ftnref1
- Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (2011). Akcizų tarifų 1996–2010 m. poveikio analizė. [žiūrėta 2017-11-30]. Prieiga per internetą http://www.finmin.lt/web/finmin/koment/akcizai_tarifai
- Lietuvos Respublikos finansų ministerija. (2017). Akcizai. [žiūrėta 2017-10-30]. Prieiga per internetą <https://finmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/mokesciai/pagrindiniai-mokesciai/akcizai>
- Lietuvos Respublikos Seimas. (1990). Lietuvos Respublikos biudžeto sandaros įstatymas (1990 m. liepos 30 d. Nr. I-430). [žiūrėta 2017-09-25]. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.712BBBFA3D41/ZwEtWtIUdU>
- Lietuvos Respublikos Seimas. (1995). Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymas (1995 m. balandžio 18 d. Nr. I-857). [žiūrėta 2017-09-25]. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.9E5C5C16B6E6>
- Lietuvos Respublikos seimo biudžeto ir finansų komitetas. (2009) Akcizų iš alkoholio surinkimo problemos. Posėdžio protokolas (2009 m. kovo 25 d. Nr.109-P-20). [žiūrėta 2017-11-25]. Prieiga per internetą http://www3.lrs.lt/pls/inter/w5_show?p_r=6202&p_d=85323&p_k=1
- Lietuvos Respublikos valstybės kontrolė. (2010). Valstybinio audito ataskaita. Akcizo mokesčio administravimas. [žiūrėta 2017-09-15]. Prieiga per internetą <https://www.vkontrolė.lt/failas.aspx?id=2241>
- Lietuvos Respublikos Vyriausybė. (1999). Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas „Dėl valstybės alkoholio kontrolės programos patvirtinimo“ (1999 m. vasario 25 d. Nr. 212). [žiūrėta 2017-09-25]. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/acc/legalAct.html?documentId=TAR.C6AE099BF575>

- London Economics (2010). *Study analysing possible changes in the minimum rates and structures of excise duties on alcoholic beverages. Final Report to EC DG Taxation and Customs Union*. [žiūrėta 2017-09-30]. Prieiga per internetą <https://londoneconomics.co.uk/blog/publication/study-analysing-possible-changes-in-the-minimum-rates-and-structures-of-excise-duties-on-alcoholic-beverages/>
- Makela, P., Osterberg, E. (2009). Effects of Alcohol tax cuts in Finland in 2004. [žiūrėta 2017-10-15]. Prieiga per internetą <http://researchbriefings.parliament.uk/ResearchBriefing/Summary/SN05191>
- Miceikienė, A., Besusparienė, E. (2016). Optimalios ūkininkų mokesčių sistemos formavimas. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. Vol. 38. No. 3, 261–272.
- Mundeikis, J. (2016). Alkoholinių gėrimų akcizo mokesčio tarifų didinimo vertinimas. [žiūrėta 2017-10-14]. Prieiga per internetą http://lithuanian-economy.net/wp-content/uploads/2016/12/2016_12_19_Alkoholini%C5%B3-g%C4%97rim%C5%B3-akcizo-mokes%C4%8Dio-didinimo-vertinimas.pdf
- Punt, C., Pauw, K., Schoor, M. The Impact of Increasing Excise Duties on the Economy. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą http://ageconsearch.umn.edu/record/58069/files/WP2006_1%20Excise%20duties.pdf
- Rabinovich, L., Brutscher, P. B., Vries, H., Tiessen, J. Clift, J., Reding, A. (2009) The affordability of alcoholic beverages in the European Union: Understanding the link between alcohol affordability, consumption and harms. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/alcohol/documents/alcohol_rand_en.pdf
- Ramsey, F.P. (1927). A contribution to the theory of taxation. *Economic Journal*, Vol. 37, p. 47–61. [žiūrėta 2017-11-12]. Prieiga per internetą http://sites-final.uclouvain.be/econ/DW/DOCTORALWS2004/bruno/classical%20paper/ramsey_taxation.pdf
- Rogan, C.(2004). Alcohol Excise Tax Changes to the New Zealand System. [žiūrėta 2017-10-13]. Prieiga per internetą www.ahw.org.nz/Portals/5/Resources/pdf/Excisetax221dec2004.pdf
- Saar, I. (2011). Optimal Alcohol Taxation in Estonia. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą <http://www.biceps.org/assets/docs/bje/Optimal%20alcohol%20taxation-Indrek%20Saar.pdf>
- Secretary of Health and Human Services. (2010). *10th Alcohol and Health Special Report to the U.S. Congress on Effects of Changes in Alcohol Prices and Taxes*. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą <https://pubs.niaaa.nih.gov/publications/10report/chap06a.pdf>
- Tarptautinių žodžių žodynas. [žiūrėta 2017-11-14]. Prieiga per internetą <http://www.zodziai.lt/reiksme&word=optimalus&wid=14112>

- Tininis, M. (2017). Suomijos blaivinimo šimtmetis: pastangų daug, o kokie rezultatai? [žiūrėta 2017-11-10]. Prieiga per internetą <https://www.llri.lt/naujienos/ekonomine-politika/m-tininis-suomijos-blaivinimo-simtmetis-pastangu-daug-o-kokie-rezultatai/lrinka>
- Tomlinson, P. R., Branston, J. R. (2013). The demand for UK beer: Estimates of the long-run on and off - trade beer price elasticities. [žiūrėta 2017-11-2703]. Prieiga per internetą <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13504851.2013.848022>
- Trasberg, V. (2015). *Alcohol excise duties in the European Union*. University of Tartu, Estonia
- UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“, VšĮ „Mokesčių ir verslo procesų administravimo centras“. (2014). Akcizų mokestis Lietuvoje. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą https://www.ekt.lt/wp-content/uploads/2014/02/Studija_Akcizo-mokestis-Lietuvoje.pdf
- Válek, J. (2015). The effect of entry into the European Union on the Slovak beer industry and its consequences for the tax taken from the excise duty on beer. University of Economics. Bratislava
- Wagenaar, A.C., Salois, M.J., Komro, K.A. (2009). Effects of beverage alcohol taxes and prices on consumption: a systematic review and meta-analysis of 1003 estimates from 112 studies. [žiūrėta 2017-09-27]. Prieiga per internetą <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.470.493&rep=rep1&type=pdf>
- World Health Organization. (2010). WHO Technical manual on tobacco tax administration, WHO. Geneva. [žiūrėta 2017-10-03]. Prieiga per internetą http://whqlibdoc.who.int/publications/2010/9789241563994_eng.pdf
- Žukauskas, V. (2015). Akcizo mokesčiai labiausiai tuština mažiausiai uždirbančiųjų kišenes. [žiūrėta 2017-09-30]. Prieiga per internetą <https://www.llri.lt/naujienos/ekonomine-politika/v-zukauskas-akcizo-mokesciai-labiausiai-tustina-maziausiai-uzdirbanciuju-kisenes/vytautas-zukauskas>

PRIEDAI

**ES ŠALIŲ BIUDŽETŲ PAJAMOS IŠ ALKOHOLINIŲ GĖRIMŲ AKCIZŲ MOKESČIŲ
(MLN. EUR)**

ES šalis	Metai	Etilo alkoholis	Tarpiniai produktai	Vynas	Putojantis vynas	Alus	Iš viso
Belgija	2008	230,05	27,60	114,05	42,16	185,32	599,18
	2009	232,60	26,29	116,36	49,79	183,97	609,01
	2010	235,12	25,64	115,97	57,13	187,76	621,62
	2011	239,17	24,42	115,58	60,99	183,78	623,94
	2012	248,96	24,01	115,38	65,87	180,80	635,02
	2013	271,73	26,08	131,49	77,14	183,36	689,80
	2014	291,58	25,54	139,50	85,19	196,46	738,27
	2015	318,06	26,26	147,62	92,21	194,00	778,15
	2016	323,05	28,33	173,83	103,95	201,58	830,74
Bulgarija	2008	66,08	0,00	0,00	0,00	43,36	109,44
	2009	48,15	0,01	0,00	0,00	39,87	88,03
	2010	77,12	0,07	0,00	0,00	38,33	115,52
	2011	94,88	0,11	0,00	0,00	39,35	134,34
	2012	95,00	0,17	0,00	0,00	41,15	136,32
	2013	94,95	0,18	0,00	0,00	40,23	135,36
	2014	95,74	0,17	0,00	0,00	38,05	133,96
	2015	102,85	0,11	0,00	0,00	39,56	142,52
	2016	109,61	0,10	0,00	0,00	41,58	151,29
Čekija	2008	268,64	2,71		10,04	135,18	416,57
	2009	259,64	2,69		9,45	128,20	399,98
	2010	248,36	2,15		10,02	163,48	424,01
	2011	269,76	1,89		10,58	178,93	461,16
	2012	255,26	1,37		10,90	182,55	450,08
	2013	252,99	1,34		11,39	179,08	444,80
	2014	245,37	1,06		9,66	166,88	422,97
	2015	257,55	1,11		10,48	170,04	439,18
	2016	266,65	1,23		12,01	170,41	450,30
Danija	2008	156,00	3,05	133,54	5,58	138,06	436,23

	2009	142,69	2,84	132,18	5,71	127,56	410,98
	2010	139,40	4,05	133,91	6,03	121,00	404,39
	2011	144,31	2,70	133,74	6,55	118,59	405,89
	2012	142,70	4,36	190,87	8,53	138,73	485,19
	2013	147,80	3,59	211,31	9,50	131,40	503,60
	2014	154,82	3,94	212,04	10,62	125,19	506,61
	2015	158,16	4,26	218,79	10,93	121,35	513,49
	2016						0,00
Vokietija	2008	2 125,93	27,11	0,00	429,62	736,47	3 319,13
	2009						0,00
	2010	2 100,91	25,71		445,93	728,82	3 301,37
	2011	1 990,31	21,52		421,51	711,63	3 144,97
	2012	2 149,43	15,70		454,37	702,26	3 321,76
	2013	2 121,39	14,33		449,98	688,01	3 273,71
	2014	2 102,42	14,41		434,32	672,67	3 223,82
	2015	2 059,66	14,67		411,58	679,38	3 165,29
	2016	2 069,93	14,45		429,09	676,85	3 190,32
		2008	2 070,23	15,19		400,57	679,22
Estija	2009	109,86	0,96	14,12		30,55	155,49
	2010	111,85	0,83	15,21		32,47	160,36
	2011	108,64	0,92	20,41		35,18	165,15
	2012	117,03	1,14	12,78		36,98	167,93
	2013	128,30	1,12	14,67		38,97	183,06
	2014	135,73	1,20	16,08		42,03	195,04
	2015	144,10	1,34	17,32		43,06	205,82
	2016	137,03	1,41	20,00		48,38	206,82
		2008	158,94	1,50	23,40		51,81
Graikija	2009	257,46		0,00		61,18	318,64
	2010	289,00		0,00		68,09	357,09
	2011	351,38		0,00		116,77	468,15
	2012	348,75		0,00		115,45	464,20
	2013	296,04		0,00		110,24	406,28
	2014	290,94		0,00		112,96	403,90
	2015	282,31		0,00		107,44	389,75

	2016	272,48		0,00		105,84	378,32
	2008	281,19		23,69		154,69	459,57
Ispanija	2009	981,82	19,96			311,45	1 313,23
	2010	880,76	18,58			301,09	1 200,43
	2011	883,50	18,43			304,80	1 206,73
	2012	848,05	17,62			305,52	1 171,19
	2013	804,53	17,48			307,91	1 129,92
	2014	778,75	18,06			304,65	1 101,46
	2015	826,90	19,56			311,93	1 158,39
	2016	846,17	20,75			317,52	1 184,44
	2008	855,70	21,90			324,24	1 201,84
Prancūzija	2009	2 001,00	106,00	85,00	25,00	303,00	2 520,00
	2010	2 029,00	105,00	89,00	26,00	306,00	2 555,00
	2011	2 050,68	97,62	88,71	27,63	304,24	2 568,88
	2012	2 133,43	93,12	91,35	28,25	295,25	2 641,40
	2013	2 219,27	104,70	91,37	27,76	307,83	2 750,93
	2014	2 228,04	76,02	90,59	27,15	670,33	3 092,13
	2015	2 239,47	76,15	90,38	27,91	863,63	3 297,54
	2016	2 230,06	74,13	92,44	28,30	831,18	3 256,11
	2008	2 243,66	72,55	89,55	28,69	854,48	3 288,93
Kroatija	2009						0,00
	2010						0,00
	2011						0,00
	2012						0,00
	2013						0,00
	2014	22,59		0,00	0,00	79,52	102,11
	2015	30,37		0,00	0,00	77,94	108,31
	2016	33,27		0,00	0,00	83,58	116,85
	2008	34,07		0,00	0,00	82,07	116,14
Airija	2009	350,92	66,46	213,25	12,19	427,13	1 069,95
	2010	264,10	64,55	223,54	11,58	404,30	968,07
	2011	243,49	50,63	201,59	10,61	320,11	826,43
	2012	247,30	50,80	213,30	10,80	307,30	829,50
	2013	263,85	49,21	214,82	10,16	308,00	846,04

	2014	290,30	59,29	282,47	11,95	358,01	1 002,02
	2015	301,78	67,33	332,78	13,04	424,84	1 139,77
	2016	311,03	62,90	331,47	14,02	417,28	1 136,70
	2008	338,00	68,45	354,16	16,99	429,87	1 207,47
Italija	2009	554,67		0,00	0,00	468,32	1 022,99
	2010	556,46		0,00	0,00	445,25	1 001,71
	2011	533,44		0,00	0,00	442,83	976,27
	2012	540,62		0,00	0,00	462,73	1 003,35
	2013	508,87		0,00	0,00	483,15	992,02
	2014	518,28		0,00	0,00	489,34	1 007,62
	2015	600,26		0,00	0,00	575,63	1 175,89
	2016	634,86		0,00	0,00	638,15	1 273,01
	2008	640,46		0,00	0,00	687,28	1 327,74
Kipras	2009	17,38	0,15	0,00	0,00	10,98	28,51
	2010	16,41	0,14	0,00	0,00	10,49	27,04
	2011	17,36	0,15	0,00	0,00	11,06	28,57
	2012	15,41	0,16	0,00	0,00	10,81	26,38
	2013	16,66	0,17	0,00	0,00	10,88	27,71
	2014	18,46	0,16	0,00	0,00	13,51	32,13
	2015	20,96	0,16	0,00	0,00	12,23	33,35
	2016	21,69	0,17	0,00	0,00	12,35	34,21
	2008	22,68	0,15	0,00	0,00	13,30	36,13
Latvija	2009	117,56	2,07	7,44	3,09	14,65	144,81
	2010	105,62	1,78	8,17	3,00	19,73	138,30
	2011	94,59	2,12	9,10	3,11	25,22	134,14
	2012	98,73	2,39	9,92	3,32	26,35	140,71
	2013	102,29	2,82	10,54	3,04	25,88	144,57
	2014	112,07	2,78	9,96	3,12	24,36	152,29
	2015	107,63	2,92	10,07	3,21	25,14	148,97
	2016	111,23	3,60	10,58	3,25	27,12	155,78
	2008	116,52	4,50	12,13	4,37	32,08	169,60
Lietuva	2009	218,88	13,77	12,42		40,06	285,13
	2010	173,47	13,91	12,59		40,86	240,83
	2011	154,22	14,56	14,18		43,54	226,50

	2012	157,86	14,64	14,22		46,60	233,32
	2013	171,88	16,00	15,41		46,15	249,44
	2014	171,91	16,03	16,00		41,71	245,65
	2015	173,16	15,13	17,75		50,98	257,02
	2016	175,27	14,70	20,04		52,68	262,69
	2008	164,80	12,74	20,02		52,90	250,46
Liuksemburgas	2009	26,94	1,10	0,00	0,00	2,69	30,73
	2010	27,39	1,05	0,00	0,00	3,65	32,09
	2011	25,99	1,01	0,00	0,00	3,70	30,70
	2012	28,11	1,02	0,00	0,00	3,71	32,84
	2013	28,11	1,03	0,00	0,00	3,85	32,99
	2014	31,70	1,07	0,00	0,00	3,75	36,52
	2015	35,76	0,98	0,00	0,00	3,80	40,54
	2016	35,75	0,99	0,00	0,00	5,12	41,86
	2008	45,65	1,04	0,00	0,00	3,75	50,44
Vengrija	2009	182,69	2,55	0,46	8,26	150,20	344,16
	2010	170,02	2,05	0,39	7,73	135,28	315,47
	2011	153,54	1,68	0,43	8,06	139,21	302,92
	2012	156,78	1,73	0,99	7,24	140,74	307,48
	2013	146,24	1,42	1,55	6,91	130,17	286,29
	2014	137,52	1,41	2,10	7,53	147,47	296,03
	2015	175,07	1,19	2,10	7,33	146,48	332,17
	2016	120,39	1,26	2,28	7,45	142,88	274,26
	2008	167,57	1,21	2,48	7,62	146,36	325,24
Malta	2009	9,79		0,00	0,00	1,15	10,93
	2010	7,46		0,00	0,00	1,06	8,53
	2011	8,73		0,00	0,00	1,16	9,89
	2012	8,63		0,00	0,00	2,29	10,92
	2013	9,48		0,00	0,00	2,29	11,77
	2014	11,05		0,00	0,00	2,30	13,35
	2015	11,43		0,00	0,00	3,15	14,58
	2016	12,50		1 431,00		2,84	1 446,34
	2008	12,20		2 396,00		3,33	2 411,53
Nyderlandai	2009	338,94	37,49	239,07	16,17	317,62	949,29

	2010	326,21	33,14	233,06	14,16	388,16	994,73
	2011	316,68	29,43	240,89	14,02	387,98	989,00
	2012	317,31	27,17	258,65	17,35	381,97	1 002,45
	2013	318,80	26,45	267,45	16,66	382,11	1 011,47
	2014	320,83	27,71	301,46	15,61	405,91	1 071,52
	2015	322,09	26,75	319,19	16,38	443,73	1 128,14
	2016	334,64	26,40	323,71	18,12	441,18	1 144,05
	2008						0,00
Austrija	2009	123,98	1,31	0,00	0,00	189,58	314,87
	2010	129,90	1,20	0,00	0,00	193,40	324,50
	2011	129,40	1,20	0,00	0,00	197,60	328,20
	2012	120,00	1,00	0,00	0,00	190,00	311,00
	2013	128,08	1,15	0,00	0,00	191,30	320,53
	2014	129,50	1,10	0,00	0,00	193,10	323,70
	2015	171,60	5,70	0,00		195,20	372,50
	2016	120,40	18,50	0,00		189,00	327,90
	2008	141,90	22,90	0,00		196,00	360,80
Lenkija	2009	1 632,94		126,26		828,64	2 587,84
	2010	1 535,50		111,65		762,81	2 409,96
	2011	1 584,26		108,41		803,88	2 496,55
	2012	1 440,79		95,88		765,07	2 301,74
	2013	1 623,59		96,20		878,90	2 598,69
	2014	1 718,47		89,47		841,23	2 649,17
	2015	1 536,27		86,20		828,26	2 450,73
	2016	1 658,64		89,54		840,09	2 588,27
	2008	1 730,46		80,98		817,74	2 629,18
Portugalija	2009	92,80	12,95	0,00	0,00	84,52	190,27
	2010	89,62	12,42	0,00	0,00	78,05	180,09
	2011	93,17	12,74	0,00	0,00	76,15	182,06
	2012	87,78	11,84	0,00	0,00	73,09	172,71
	2013	87,91	10,42	0,00	0,00	69,67	168,00
	2014	91,76	10,07	0,00	0,00	71,30	173,13
	2015	96,11	10,99	0,00	0,00	69,27	176,37
	2016	99,23	11,50	0,00	0,00	71,49	182,22

	2008	104,54	11,87	0,00	0,00	76,65	193,06
Rumunija	2009	98,65	29,60	0,00	1,35	155,87	285,47
	2010	64,73	25,46	0,00	2,17	129,50	221,86
	2011	71,19	19,13	0,00	2,79	130,65	223,76
	2012	86,16	2,95	0,48	2,42	133,92	225,93
	2013	91,35	1,13	0,74	2,10	141,67	236,99
	2014	81,39	0,34	0,65	1,73	151,43	235,54
	2015	88,98	0,38	0,26	1,95	149,59	241,16
	2016	101,72	0,26	0,43	2,01	157,65	262,07
	2008	84,20	1,79	0,32	1,18	137,92	225,41
Slovènija	2009	15,00	0,09	0,00	0,00	62,20	77,29
	2010	17,27	0,10	0,00	0,00	69,05	86,42
	2011	19,21	0,13	0,00	0,00	70,17	89,51
	2012	18,38	0,16	0,00	0,00	74,28	92,82
	2013	20,03	0,18	0,00	0,00	72,80	93,01
	2014	20,81	0,15	0,00	0,00	75,77	96,73
	2015	21,33	0,16	0,00	0,00	80,80	102,29
	2016	23,37	0,16	0,00	0,00	85,50	109,03
	2008	23,85	0,14	0,00	0,00	85,34	109,33
Slovakija	2009	199,90		0,00	3,36	56,50	259,76
	2010	191,89		0,00	3,54	59,14	254,57
	2011	196,88		0,00	4,30	55,83	257,01
	2012	207,73		0,00	4,25	54,83	266,81
	2013	195,05		0,00	4,15	56,08	255,28
	2014	201,32		0,00	4,03	55,73	261,08
	2015	200,31	0,40	0,00	3,87	55,46	260,05
	2016	204,20	0,27	0,00	4,10	57,21	265,78
	2008	209,46	0,28	0,00	4,32	56,72	270,77
Suomija	2009	415,35	16,84	227,95		431,37	1 091,51
	2010	445,83	18,14	258,37		484,19	1 206,53
	2011	450,63	19,11	286,48		528,10	1 284,32
	2012	440,15	18,50	292,22		530,23	1 281,10
	2013	454,12	18,86	326,59		581,23	1 380,80
	2014	429,02	18,39	313,21		574,90	1 335,52

	2015	430,11	17,70	336,18		609,99	1 393,98
	2016	413,58	16,62	317,94		612,97	1 361,11
	2008	411,80	16,45	208,64		606,91	1 243,80
Švedija	2009	441,63	20,32	413,95		332,13	1 208,03
	2010	409,13	17,89	392,44		301,68	1 121,14
	2011	483,83	19,81	493,57		360,19	1 357,40
	2012	461,29	18,35	477,95		338,01	1 295,60
	2013	504,76	20,42	535,91		377,70	1 438,79
	2014	451,21	20,10	531,72		375,90	1 378,93
	2015	430,09	16,65	532,14		370,53	1 349,41
	2016	458,25	16,58	600,03		424,77	1 499,63
	2008						0,00
Jungtinė Karalystė	2009	3 357,62	326,45	3 226,04	218,67	4 254,69	11 383,47
	2010	2 539,02	312,17	3 289,93	227,27	3 270,55	9 638,94
	2011	2 961,63	361,23	3 515,97	270,27	3 670,63	10 779,73
	2012	3 263,63	380,81	3 766,58	294,84	3 973,02	11 678,88
	2013	3 642,51	400,49	3 918,92	340,29	4 229,73	12 531,94
	2014	3 642,60	405,80	3 987,13	460,24	3 976,16	12 471,93
	2015	3 928,21	415,38	4 368,10	513,95	4 308,97	13 534,61
	2016	4 225,71	413,22	4 693,96	658,98	4 449,26	14 441,13
		3 818,42	324,17	4 775,66		3 878,32	12 796,57