

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Turunduse õppetool

Riin Agur

**LAHJA JA KANGE ALKOHOLI AKTSIISIDE VÕRDSUSTAMISE**

**VÕIMALIKUD MÕJUD TARBIMISELE EESTIS**

Magistritöö

Juhendaja: lektor René Arvola

Tallinn 2014

## SISUKORD

ABSTRAKT .....	3
SISSEJUHATUS .....	4
1. MAKSUSÜSTEEMIDE VÕRDLUS NING MAKSUDE MÕJU TARBIMISELE .....	6
1.1. Erinevate maksusüsteemide võrdlus, eelised ja puudused .....	6
1.2. Maksude mõju tarbimisele .....	11
1.3. Magistritöö teoreetiline mudel .....	18
2. ALKOHOLIAKTSIIS JA SELLE MÕJU TARBIMISELE .....	20
2.1. Alkoholiaktsiis Eestis .....	21
2.2. Alkoholiaktsiis Sloveenias .....	23
2.3. Alkoholi tarbimine ja tarbijaprofiilid Eestis .....	26
3. KANGE JA LAHJA ALKOHOLI AKTSIISIDE VÕRDESTUSTAMINE JA SELLE VÕIMALIKUD TAGAJÄRJED .....	36
3.1. Kange ja lahja alkoholi aktsiiside võrdestustamise eelised ja puudused võrreldes praeguse alkoholipoliitikaga, Sloveenia kogemuse analüüs.....	37
3.2. Tarbijakäitumise võimalik muutus alkoholiturul .....	53
3.3. Uuenenud tarbijaprofiilid .....	55
KOKKUVÕTE .....	62
SUMMARY .....	65
VIIDATUD ALLIKAD .....	67
LISAD .....	74
Lisa 1. Palgatöötaja kuukeskmise brutotulu 2012. aastal, eurodes .....	74
Lisa 2. Alkoholitarbimine Eestis ja Sloveenias Maailma Tervishoiuorganisatsiooni andmetel .....	75

## **ABSTRAKT**

Alkoholiaktsiisid on hetkel Eestis väga aktuaalne teema. Käib tuline arutelu selle ümber, kas lahja ja kange alkoholi aktsiisid tuleks võrdsustada või mitte. Kuna kuskil mujal maailmas aktsiisid võrdsed ei ole, siis ei ole siinkohal võimalik ka kellegi eeskuju järgida või võrdsustamise tulemusi praktikas vaadelda. Seetõttu ongi magistritöö eesmärgiks välja selgitada, kas ja kuidas muutuks tarbimiskäitumine Eestis, kui kange ja lahja alkoholi aktsiisid võrdsustataks. Eelnevast tulenevalt on töö uurimisküsimuseks: Kuidas võib lahja ja kange alkoholi aktsiiside võrdsustamine mõjutada tarbimiskäitumist Eestis?

Uurimismeetoditena kasutatakse kvalitatiivseid meetodeid, eelkõige vaatlusi. Uuritakse erinevaid teadusartikleid, uuringuid, erialaseid artikleid ning analüüsitakse neis sisalduvat infot, et jõuda uurimisküsimuse vastuseni. Lisaks võrreldakse Eesti ja Sloveenia kodanike alkoholi tarbimist, sest Sloveenia alkoholiaktsiiside määrad on lähim, mis maailmas on aktsiiside võrdsustamisele.

Töö tulemusena selgub, et alkoholiaktsiiside võrdsustamise tagajärjel alkoholi tarbimine Eestis väga palju ei muutuks. Kange alkoholi tarbimine jääks samale tasemele või tõuseks pisut, lahja alkoholi tarbimine väheneks veidi.

Kui alkoholiaktsiise soovitakse võrdsustada eesmärgiga vähendada eestlaste absoluutalkoholi tarbimist, siis võrdsustamine ei oleks selleks kõige edukam viis, sest see ei muudaks tarbimist piisavalt, et seda eesmärki edukalt täita.

Võtmesõnad: alkoholiaktsiisid, tarbijakäitumine, aktsiiside võrdsustamine, alkoholi tarbimine

## SISSEJUHATUS

Antud magistritöö pealkiri on „Lahja ja kange alkoholi aktsiiside võrdsustamise võimalikud mõjud tarbimisele Eestis“. Teema on valitud seetõttu, et alkoholi aktsiisid on hetkel väga aktuaalne teema. Lahja ja kange alkoholi tootjate vahel käib pressi vahendusel sõnasõda – ühed arvavad, et alkoholiaktsiisid peaksid olema võrdsed, teised jällegi, et praegune süsteem sobib paremini.

Mitte kuskil mujal maailmas (autorile teadaolevalt) alkoholiaktsiisid võrdsustatud ei ole ning seetõttu ei ole ka taolisi teadusartikleid ega töid leida. Seetõttu tundus magistritöö autorile, et kuna teema on aktuaalne ja uudne ning autoril endal on ka teema vastu huvi, siis tuleks seda teemat käsitleda.

Töö käigus soovitakse jõuda arusaamale, mis võib Eestis tarbijakäitumisega juhtuda juhul kui lahja ja kange alkoholi aktsiis võrdsustatakse. Seega on uurimisküsimuseks: Kuidas võib lahja ja kange alkoholi aktsiisi võrdsustamine mõjutada tarbijakäitumist Eestis?

Töö eesmärgiks on selgitada välja võimalikud suunad alkoholi ostukäitumisel Eestis, sh leida ka mõlema aktsiisipoliitika eelised ja puudused.

Selleks, et antud eesmärgini jõuda, tuleb koguda infot nii alkoholiaktsiiside kohta Eestis kui mujal maailmas kui ka sarnaste probleemide kohta lähedastel teemadel (näiteks tubakaaktsiis) ning seejärel seda infot analüüsida lähtuvalt magistritöö teemast, uurimisprobleemist ning Eesti tarbijast ja turust. Analüüsi tulemusel peaks olema võimalik aru saada, kuidas tarbijakäitumine võib muutuda.

Hüpoteese on antud töös kaks. H1: Alkoholiaktsiiside võrdsustamisel tõuseb kange alkoholi müük ning langeb lahja alkoholi müük. H2: Alkoholiaktsiiside võrdsustamine tulemusel ei lange Eesti rahva absoluutalkoholi tarbimise kogus.

Uuritavaks objektiks on alkoholiaktsiisid Eestis ja Sloveenias ning tarbijakäitumise seos alkoholiaktsiiside suurusega ning alkoholipoliitikaga. Sloveenia alkoholiaktsiise ja tarbijakäitumist uuritakse sellepärast, et Sloveenia aktsiisimäärad on lähim võrdsetele alkoholiaktsiisidele.

Uurimismeetoditena kasutatakse kvalitatiivseid uuringumeetodeid, eelkõige vaatlusi. Kuna päris otsesest võrdlusmomenti pole võimalik sisse tuua, sest alkoholiaktsiise pole kuskil maailmas veel võrdsustatud, siis kasutatakse võrdlusena lähimat võimalikku varianti ehk Sloveeniat. Ühtlasi uuritakse teadusartikleid, uuringuid ning erialaseid artikleid, et nende põhjal viia läbi analüüs hindamaks võimalikku muutust tarbijakäitumises. Analüüs viiakse läbi kvalitatiivse tekstianalüüsina.

Esimeses peatükis tutvustatakse kahe temaatikaga teadusartikleid, mille põhjal on autor loonud oma teoreetilise mudeli magistritöö kirjutamiseks. Need artiklid käsitlevad erinevate maksusüsteemide võrdlust, nii kahe riigi kui ka kahe erineva maksusüsteemi lõikes, ning tubakaaktsiiside hinna mõju tarbimisele. Lisaks tutvustatakse ka autori poolt loodud teoreetilist mudelit.

Teises peatükis tutvustatakse praegust alkoholipoliitikat nii Eestis kui võrdlusriigis Sloveenias, aktsiiside mõju tarbimisele ning lisaks tuuakse välja praegused alkoholi tarbijate profiilid. Alkoholipoliitika ülevaade käsitleb nii praeguseid aktsiisimäärasid kui ka tarbimise muutust aktsiiside tõstmise tagajärjel. Lisaks annab see lühikese ülevaate ka üleüldiselt alkoholiaktsiisidest. Tarbijaprofiilid annavad aimu sellest, millised inimesed milliseid alkohoolseid jooke eelistavad. Selle põhjal saab vaadelda, kuidas võivad aktsiisi tõusuga need profiilid muutuda.

Kolmandas peatükis viiakse läbi analüüs hindamaks praegust ja võimalikku tulevast aktsiisipoliitikat, uuritakse kuidas võib alkoholiturul tarbija käitumine muutuda ning esitatakse ka aktsiiside võrdsustamise tagajärjel tekkinud uuenenud tarbijaprofiilid. Selleks, et kahte erinevat aktsiisipoliitikat hinnata, tuuakse välja mõlema poliitika eelised ja puudused ning hinnatakse ka Sloveenia kogemust aktsiisidega.

# 1. MAKSUSÜSTEEMIDE VÕRDLUS NING MAKSUDE MÕJU TARBIMISELE

Kuna lahja ja kange alkoholi aktsiiside võrdsustamist on vähe uuritud tarbijakäitumise perspektiivist, siis tuleb autoril töö teoreetiline baas ja mudel üles ehitada teiste sarnaste teadustööde alusel. Autor võttis töö teoreetilise osa aluseks erinevad teadusartiklid, mis võrdlevad makse (astmelist ja proportsionaalset tulumaksu, aga ka erinevate riikide maksusüsteeme), kirjeldavad maksude mõju kauba tarbimisele ning räägivad maksude mõjust sigarettide tarbimisele.

## 1.1. Erinevate maksusüsteemide võrdlus, eelised ja puudused

Esimesena võrreldakse astmelist ja proportsionaalset tulumaksu ning otsitakse mõlema süsteemi eeliseid ja puuduseid.

80ndatel pakkusid Hall ja Rabushka, kaks Ameerika majandusteadlast, välja plaani asendada astmeline tulumaks proportsionaalse tulumaksuga. Nende sõnul oli proportsionaalse tulumaksu eeliseks fakt, et see arvestab ka vaestega ning on neile kasulik, sest proportsionaalse tulumaksu puhul ei pea kuni teatud piirini tulumaksu maksma. Ehk siis on kahte sorti maksumäärad: 0% sissetulekule, mis ei ületa teatud kindlaks määratud piiri ja teine maksumäär kogu ülejäänud sissetulekule. Sellise stsenaariumi puhul võidavad vaesed ja rikkad ning peamine maksukoormus liigub keskklassile. Artikli autorid arvutasid välja, et maksukoormus oleks kõige suurem inimestele, kelle aastane sissetulek on 30 000 – 90 000 dollarit. (Clipici 2010)

1994. aastal sai Eestist esimene Euroopa riik, kes rakendas proportsionaalset tulumaksusüsteemi. (Popescu 2013) Tänu sellele süsteemile langes töötuse määr ning Eestisse hakati investeerima. Seetõttu järgnesid Eestile kiirelt ka Läti ja Leedu, kes samuti süsteemi edukust tunda said. (Snowdon 2007) Aga alles siis, kui Venemaa 2011. aastal võttis

kasutusele proportsionaalse tulumaksusüsteemi, hakkas ka muu maailm selle süsteemi peale mõtlema. (Duncan 2014).

Kumb on siis parem – kas proportsionaalne või astmeline tulumaks? Selle küsimuse üle arutlevad ala spetsialistid pidevalt. Mõned on arvamusel, et maksusüsteem peaks olema eelkõige eetiline, teised, et see peaks olema kasulik ja kasumlik. (Clipici 2010)

Traditsiooniliselt ollakse arvamusel, et kuna proportsionaalne tulumaks vähendab rikaste maksukoormust suhteliselt rohkem kui vaeste maksukoormust, siis see süsteem suurendab sissetulekute ebavõrdsust. Samal ajal muudab madalam maksukoormus ka tarbijate käitumist, suurendades rikaste maksueelset sissetulekut võrreldes vaestega, mis omakorda suurendab sissetulekute ebavõrdsust veelgi. (Duncan 2014)

Tuntud majandusteadlased nõustuvad, et proportsionaalne tulumaks tähendab vähem diskrimineerimist, kehtestab madalamad maksud, peaks stimuleerima säästmist, arendama ettevõtlust, mis omakorda viib majandustegevuse kasvuni. Seda ei saa öelda astmelise tulumaksu kohta, mis pidurdab investeringuid, vähendab töökohtade arvu ja aeglustab majandust, kuna sellel on kõrged marginaalid ja diskrimineeriv faktor. Samas ei ole see eelis siiski ei finantsiliselt võrdne ega eetiliselt korrektne, sest rikastel inimestel tekib proportsionaalse tulumaksu puhul teatud eelis, kuna nad saavad endale lubada teenuseid, mida riik enam tasuta pakkuda ei saa. (Clipici 2010)

Proportsionaalse tulumaksu kasuks räägib ka fakt, et ettevõtluses on väiksed ja suured ettevõtted võrdsemas seisus. Astmelise tulumaksu puhul tekib firmadel vajadus kallite maksunõustajate järgi selleks, et hiilida kõrvale võimalikult paljude maksude maksmisest. Kui maksumäärad on aga kõigile ühesugused, ei teki sellist vajadust ning seega ei ole väikestel firmadel ka vajadust leida iga hinna eest oma eelarves nii palju raha, et palgata endale maksunõustaja. (Snowdon 2007)

Richard Epstein väidab, et maksustamine peaks olema pigem proportsionaalne kui progressiivne, sest inimesed ei saa avalikest teenustest progressiivselt kasu. Samas, avalikke teenuseid ei kasutata kunagi ei progressiivselt ega ka proportsionaalselt. Neid kasutatakse võrdselt kõigi poolt, mis tähendab, et kui iga inimene maksab makse sama palju, siis see vähendab märkimisväärselt sotsiaalteenuste kvaliteeti ning vaesemad kodanikud ei suuda teenuste eest täiel määral tasuda, järelikult pole see ka sotsiaalselt optimaalne. (Clipici 2010)

Lisaks räägib proportsionaalse tulumaksu kasuks ka fakt, et see on lihtne. USA maksusüsteemi kritiseeritakse sellepärast, et see pole efektiivne. Praegune USA

maksusüsteem nõuab maksumaksjatelt 6,6 miljardit tundi igal aastal tuludeklaratsioonide täitmiseks. Ükskõik kui palju aega tuludeklaratsioonile ka kulutatakse, esineb seal ikkagi alati vigu. (Jones et al 2012)

Kuigi proportsionaalne tulumaks ei ole kõikide majandusprobleemide vastu imerohi, rakendab või valmistub seda rakendama suur osa Euroopa riike. Enamik nendest riikidest vaevlevad eelarve defitsiidi käes ja paljud peavad täitma euroalale seatud standardeid. Proportsionaalse tulumaksu eeliste hulka kuuluvad nii bürokraatia vähenemine kui ka maksudest kõrvale hiilimise jm taoliste kuritegude kontrolli all hoidmine, säästmise ja investeringute julgustamine, mis võib isegi viia majandusliku minibuumini. (Clipici 2010)

USAs on hetkel astmeline tulumaks ning seda on kritiseeritud, sest tuhanded maksumaksjad on segatud skeemidesse ja pettustesse selleks, et nad ei peaks nii kõrgeid makse maksma. Avatakse *offshore* kontosid ning peidetakse oma sissetulekud USA valitsuse eest sinna. Väidetavalt kaotab USA nende skeemide tõttu umbes 100 miljardit dollarit igal aastal. (Jones et al 2012)

Majandusteadlased on järeldanud, et proportsionaalse maksusüsteemi tõhusust ja edukust mõjutab maksumäär: mida väiksem see on, seda tõhusam süsteem ka on. (Clipici 2010)

Proportsionaalse tulumaksu vastu räägib aga fakt, et selline süsteem, kus rikkad ja vaesed maksavad maksudeks sama palju, ei ole kuidagi võrdne või aus. (*Ibid*) Kuna proportsionaalne tulumaks vähendab rikaste maksukoormust suhteliselt rohkem kui vaeste maksukoormust, siis see süsteem suurendab sissetulekute ebavõrdsust. Samal ajal muudab madalam maksukoormus ka tarbijate käitumist, mis suurendab ka rikaste maksueelset sissetulekut võrreldes vaestega, mis omakorda suurendab sissetulekute ebavõrdsust veelgi. (Duncan 2014)

Samamoodi võib küsida, et kuidas on aus, et miljonär ja kojamees maksavad sama palju makse. (Clipici 2010) USAs näiteks arvatakse, et 0,1% Ameerika populatsioonist, kes teenivad kõige rohkem, teenivad sama palju kui madalama sissetulekuga 120 miljonit inimest. Ja kuidas on aus, et nad maksavad sama palju makse kui need 120 miljonit inimest. (Jones et al 2012) Proportsionaalse tulumaksu toetajad väidavad, et proportsionaalne tulumaksusüsteem elimineerib bürokraatia ja julgustab töötamist, samas kui kriitikud arvavad, et see maksusüsteem on „voodoo majandus“ fenomen, kus vaestelt töötajatelt varastatakse raha,



avalike teenuste arv väheneb, samas kui lõhe vaeste ja rikaste vahel üha suureneb. (Clipici 2010)

Hoolimata sellest, et proportsionaalne tulumaks peaks olema inimestele kasulikum kui astmeline, otsivad inimesed ikkagi pidevalt mooduseid, kuidas oma kulusid vähendada. Ja seda ka proportsionaalse tulumaksusüsteemi puhul. Seega ei ole ka see süsteem maksudest kõrvalehiilimise vastu kindel. (Snowdon 2007)

Proportsionaalse tulumaksu süsteemi vastu räägib ka fakt, et see toob riigile vähem tulusid sisse. (Blundell 2006)

Veel on probleemiks ka see, et proportsionaalse maksusüsteemi puhul on oht kasumit mitte teenivate firmade ülemaksustamiseks ning kasumi alamaksustamiseks. (Snowdon 2007)

Kokkuvõtteks tuleb tõdeda, et proportsionaalse tulumaksu kasuks rääkivad faktid on otsesed ja veenvad. Selle rakendamisega jõutakse lihtsustatud finantssüsteemini, mis omakorda teeb selle administreerimise ja sellest arusaamise lihtsamaks. (Clipici 2010)

Samal põhimõttel on võimalik võrrelda ka praeguse aktsiisipoliitika ning lahja ja kange alkoholi aktsiisi võrdsustamist propageeriva poliitika eeliseid ja puuduseid. Ajakirjanduses on palju läbi käinud mõlema poliitika plusse ja miinuseid. Samuti võib neid eeliseid ja puuduseid teha ka numbriliste faktide põhjal, näiteks alkoholiaktsiisi laekumisest riigieelarvesse, õlle ja viina hinnavõrdlustest jms.

Järgmisena vaadeldakse ning analüüsitakse erinevate riikide ettevõtte tulumaksu süsteemi ning otsitakse samuti nende plusse ja miinuseid.

Kuigi maksustamine on rahvusvaheline suveräänsus, ei saa ühegi riigi maksusüsteem arvestada üksnes oma riigi huvidega. Euroopa Liidus on asjad piltlikult öeldes hullemaks läinud ühise turu ja ühise raha tõttu (Stefan 2011). Kui mitmeid maksusüsteeme on juba mingil määral ühtlustatud, siis füüsilise isiku ja ettevõtte tulumaksud on siiani olnud riikide enda määrata ja kontrollida (Hodžić 2011). Ühise turu ja raha tõttu on tõstatatud maksude harmoniseerimise küsimus. Harmoniseerimine kujutaks endast rahvuslike maksupoliitikate integreerimist EL'i poliitikasse. (Stefan 2011) See arutelu on küll kestnud juba aastast 1957, aga on muutunud intensiivsemaks peale Majandus- ja rahaliidu teket (Trandafir 2013).

Kuna igal riigil on erineva tulumaksusüsteem, siis tekitab see olukorra, kus ettevõtetal on võimalik maksude maksmisest hoiduda. Hetkel varieerub tulumaksumäär Euroopa Liidus 10% ja 35% vahel. (Hodžić 2011)

Hetkel on arutluse all kaks direktiivi, mis seonduvad ühinemise ning ema- ja tütarfirmade dividendide maksustamisega. Nende eelised, puudused ja mõju saab välja tuua vaadeldes kahte erinevat maksusüsteemi – Rumeenia ja Prantsusmaa süsteeme. (Stefan 2011)

Prantsusmaa tulude ja kulude maksusüsteem on Rumeenia omast erinevalt üles ehitatud, see on keerukam ja detailsem. (Stefan 2011)

Põhireegel, mille järgi aktsepteeritakse kulude mahaarvamist, on Prantsusmaal ja Rumeenias sama tähtsusega. (*Ibid*) Kõik kulutused, mis on Prantsusmaal tehtud ärilisel eesmärgil, on mahaarvatavad (France tax guide 2013). Rumeenias on mainitud, et reeglina on kulud võimalik maha arvata kui need toimusid maksustavate tulude saamise eesmärgil. Kulud peavad olema igapäevase juhtimise tagajärg. (Stefan 2011)

Prantsuse seaduste kohaselt on alates 1. jaanuarist 2007 laenuintressid, mida makstakse seotud ettevõttele mahaarvatavad kulud, aga peavad vastama kolmele tingimustele (Chedal 2009):

1. intress ei tohi olla kõrgem kui:
  - a) 1,5-kordne firma netoväärtus
  - b) keskmine laenusumma, mida seotud osapooltele ühe finantsaasta ajal võlgnetakse
2. intressimaksed ei tohi ületada 25% laenava ettevõtte sissetulekust enne maksude mahaarvamist
3. intressisummad, mis ettevõtte saab seotud osapooltelt.

Rumeenia seaduses on laenu puhul eritingimus, mis sõltub laenuandjast. Kui laen võetakse krediitiasutusest või on võlakirjaga seotud, siis on ta mahaarvatav kulu. Teist tüüpi laenude puhul on mahaarvamise võimalused limiteeritud kahe parameetriga. Nendeks on ettevõtte võla suurus ja laenu viitemäär. (Stefan 2011)

Prantsuse maksusüsteemi kohaselt on annetused ja kingitused enamasti mitte maha arvatavad. Erandiks on juhtum, kus annetused ja kingid saadakse majandusüksuse huvides. Sponsorluskulud on mahaarvatavad. (*Ibid*) Rumeenias ei ole sponsorluskulud mahaarvatavad kulud, samas võib neile kehtida maksustamisel krediit kui see pole üle 3% käibest ning ei ületa 20% ettevõtte tulumaksu. (Tax & Legal Guide... 2013)

Rumeenia maksusüsteemi kohaselt on kulud, mis tulenevad põhivara amortisatsioonist, mahaarvatavad kuni nad vastavad teatud tingimustele: kasutatakse ja hoitakse firmas tavapärasel ärieesmärkidel, selle maksupõhine väärtus on kõrgem kui teatud

piir ja eluea pikkus vähemalt aasta. (Stefan 2011) Prantsuse seaduse kohaselt kantakse varad maha kui nende normaalne eluiga on läbi. Varad, mis on maksnud vähem kui €500 (KMta) võib maha kanda peale ühte aastat. Autode ostukulu, mis ületab €18 300 (või €9900 väga õhku reostavate autode puhul), ei saa maha arvata ehk siis maha arvata kulu on autode puhul ainult kuni €18 300 või €9900. (France Tax Guide 2013)

Rumeenias on ettevõtete tulumaksumäär 16%. (Romania Tax Guide 2013). Prantsusmaal on see määr 33,33%, mis on üks kõrgemaid maksumäärasid. Lisaks on Prantsusmaa ettevõtete tulumaksul lisamaksud, mis tõstavad maksumäära 34,43%. (Chedal 2009) Samas on väikeste ja keskmise suurustega ettevõtetele kehtestatud madalam maksumäär 15%, mida kohaldatakse esimesele €38 120, muud tulud maksustatakse tavapärase 33,33% maksumääraga. (France Tax Guide 2013)

Üldine lähenemine tulumaksule on kahel riigil sarnane ja põhineb samadel printsiipidel. Kui algselt jääb mulje, et Rumeenia maksusüsteem on maksumaksjale kasulikum kui riigile, siis sügavam analüüs näitab, et Prantsuse süsteem oma keerukuse ja detailidega annab firmadele rohkem võimalusi maksude vähendamiseks. (Stefan 2011)

Selle artikli põhjal on võimalik analüüsida Eesti ja Sloveenia alkoholipoliitika erinevusi, sarnasusi, plusse ja miinuseid. Sloveenia on võrdlusriigiks valitud seetõttu, et oma alkoholipoliitikas on ta kõige lähedasem kange ja lahja alkoholi aktsiiside võrdsustamisele. Seega saab Sloveenia alkoholi tarbimise põhjal teha mõningaid järeldusi ka Eesti alkoholipoliitika ühe võimaliku tulevase suuna kohta. Loomulikult tuleb siinkohal arvestada ka riikide eripäraga (nt. Sloveenia on veinimaa, kus veini ei maksustata üldse aktsiisiga).

## **1.2. Maksude mõju tarbimisele**

Edasi vaadeldakse maksude mõju kauba müügile. Esmalt vaadeldakse artikleid, mis üritavad tõestada, et kuigi maksude tõstmisega tõuseb toote hind ning toote tarbimine väheneb, siis eelistab rohkem inimesi kvaliteetsemat tooted mitte nii kvaliteetsele tootele. Kui juba odav asi on kallid, siis võib ka kallima ja kvaliteetsema toote osta.

Mis mõjud on tootepõhisel maksustamisel tarbimisele? Õpikud ütlevad, et sellisel juhul langeb toote müük ja tõuseb hind. Samas ei ole selline vastus alati päris õige, sest maksustatud tooteid müüakse tihti mitmete eri brändide all ja iga brändi tajutakse tarbija poolt

erinevalt, näiteks erineva kvaliteedi alusel. Selle tagajärjel reguleeritakse erinevate brändide kvaliteedi ja hinnataset erinevalt. (Rojas, Shi 2011)

Ka teooria ütleb, et ühikupõhine maks peaks turul tarbitavat kvaliteeti suurendama, sest kallima hinnaga tooted muutuvad suhteliselt odavamaks (Ljunge 2011)

Kontseptsiooni, mille kohaselt ühe ühiku maksu mõju on erinevate omadustega toodetel erinev, tutvustasid 1964. aastal Alchian ja Allen ning 1976. aastal Barzel, aga erinevate nurkade alt. Samas on mõlema vaatenurga peamine oletus, et tarbijad ja tootjad, kui kõik muu on võrdne, eelistavad maksustamata omaduste kõrgemat taset. Oma uuringus kasutavad Rojas ja Shi selle omadusena kvaliteeti, sest kvaliteeti ei saa maksustada. Alchian ja Allen eeldavad, et pakkumine on püsiv ja uurivad tarbija ostustiimulit kui ühesugust tootepõhist kulu (nt transpordikulu) tuleb maksta nii madala kui kõrge kvaliteediga toote eest, mis vastavalt on odavamad või kallimad. Kuna tarbijad väärtustavad kvaliteeti, siis muutub kõrgema kvaliteediga toode odavamaks ning madalama kvaliteediga toote nõudlus muutub väiksemaks võrreldes kõrge kvaliteediga tootega. Põhimõtteliselt võib sama väidet kohaldada ka juhul kui maksud tõusevad nii kõrgel kui odaval tootel sama palju. (Rojas, Shi 2011)

Barzeli hüpotees on, et ühikupõhised maksud, nagu aktsiisimaksud, tõstavad tarbitavate toodete kvaliteeti. Üks argument, mis selle poolt räägib on, et maksud vähendavad kõrge kvaliteediga toote suhtelist hinda, mis tekitab asendusefekti kõrgema kvaliteediga tootele. (Ljunge 2011) Barzel analüüsib probleemi pakkumise ja nõudluse perspektiivist täiuslikult konkurentsivõimelisel turul. Täiusliku tasakaalu puhul peaks marginaalne kulu iga toote omaduse tootmiseks (nii maksustatud kui maksustamata) olema võrdne ühiskonna marginaalse hinnanguga sellele omadusele, aga kui ühe tooteühiku põhist maksu kohaldatakse, siis läheb tasakaal paigast ära ning tuleb kohandusi teha. Barzeli analüüs keskendub ettevõtte stiimulile toote struktuuri muuta nii, et sellel oleks kõrgem kvaliteet selleks, et taastata paigast läinud tasakaal ning vähendada tootepõhise maksu mõju. Sellised kohandused peaksid tulema ka tarbija stiimulist oma ostuotsused kõrgema kvaliteediga toote poole liigutada. (Rojas, Shi 2011)

Kuigi Alchian-Allen ja Barzel adresseerivad probleemi erinevate nurkade alt, siis tekivad neil siiski sarnased hüpoteesid, kahte neist uurivad ka Rojas ja Shi. Esimene hüpotees on, et tootepõhine kulu vähendab tarbimist rohkem odava kvaliteediga toote puhul, sest tarbijad liiguvad kvaliteetsemate toodete ostu poole. Sellele hüpoteesile viidatakse edaspidi ka kui koguse efektile. Teine ennustus on seotud tasakaalu hinnaga: nõudlus liigub kõrgema

kvaliteediga toote poole, mis vihjab, et tasakaalu hind on kõrgema kvaliteediga toodetel tunduvalt kõrgem. Sellele hüpoteesile viidatakse edaspidi ka kui hinna efektile. (*Ibid*)

Sarnastest hüpoteesidest on räägitud ka teistes kvaliteedi ja maksustamisega seotud uuringutes ja artiklites. Sellest on kirjutanud näiteks ka Ljunge, kes testis Barzeli hüpoteesi veiniturul ning leidis tõestust, et tarbimine liikus maksude tõusul tõepoolest parema kvaliteediga toodete poole, samas kui väärtuspõhisel maksustamisel ei olnud sellist efekti. (Ljunge 2012)

Rojase ja Shi esimest hüpoteesi tõestab edukalt Bertonazzi uuring. Bertonazzi on leidnud tõendeid jalgpalli mängu piletite ostu uurides. Selgus, et need, kes tulevad kõige kaugemalt, ostavad kõige paremad piletid. See kinnitab, et on vahe kas asjad saadetakse tarbijale või tarbija saadetakse asjani. Samamoodi naudivad inimesed, kes on palganud lapsehoidja, paremaid restorane, turistid öövivad kaugemale reisisid paremates tubades kui lähemale reisisid. On ka leitud tõendeid, et kui alkoholiaktsiis viskile näiteks tõuseb, siis hakatakse rohkem ostma kvaliteetsemaid viskibrände. (Bertonazzi et al 1993) Samamoodi leidsid Sobel ja Garrett, et aktsiisi tõusu korral tõusis ka kõrgema kvaliteediga sigarettide müük (Sobel, Garrett 1997)

Kuigi Alchian-Alleni ja Barzeli hüpoteesid on atraktiivsed ning on saanud ka mõningat empiirilist toetust, on teoreetilised uuringud näidanud, et oodatud efektid ei toimu alati. Rojas ja Shi kasutavad oma uuringus kahte eksogeenset ühikupõhise maksu variatsiooni õlletööstuses. Esimene neist on 1991. aasta jaanuaris toimunud ainus 100% üleriigiline aktsiisi tõus õllele. See tõus (üheksalt dollarilt kaheksateistkümmenele dollarile barreli kohta) kehtestati kogu õlle müügile, nii koduturule kui impordile ning oli suurim üleriigiline aktsiisimaksude tõus Ameerika õlletööstuse ajaloos. Teine neist on õlle kõrged transpordikulud, mis tulevad õlle suurest kaalust ja pikkadest vahemaadest. (Rojas, Shi 2011)

Artikli autorid uurivad neid kahte varianti, et selgitada välja kas tasakaal koguste ja hindade vahel muutub brändi kvaliteedi taseme põhiselt kui ühe ühiku juurdehindlus suureneb. Ühtlasi on autorid huvitatud ka võimalusest, et selline efekt peaks ettevõtetele tekitama soovi reklaamida rohkem kõrgema kvaliteediga tooteid kui madala kvaliteediga tooteid. Seetõttu uurivad nad ka kõrgema juurdehindluse mõju erineva kvaliteediga toodete reklaamiinvesteeringutele. (*Ibid*)

Oma uuringutes kasutavad nad brändide kvaliteedi hindamiseks brändi tarbijaväärtust. Mis kõige tähtsam, artikli autorite struktuurne lähenemine võimaldab neil eraldada brändi

väärtuse efekti müügile nendest efektidest, mida põhjustavad hind, reklaam ja muud tegurid. (*Ibid*)

Tulemused viitavad sellele, et hinna ja koguse efektid on õlleturul vägagi olemas. Konkreetsemalt leitakse, et hinna- ja koguse efektid ühinevad kui brändide kvaliteedi vahe on liiga suur. Koguse efekt on vähem levinud: seda leidus vaid 40% kõigist võrdlustest. Hinnaefekt on laialdasemalt levinud: seda esines 78% juhtudest, mis tähendab, et koos koguse efektiga vihjab see sellele, et maksude tõusu puhul, firma kasum kahaneb koos toote kvaliteediga. Lõpetuseks leitakse, et reklaami efekt on kõige suurem ja kõige levinum: seda leiti 85% juhtudest. (Rojas, Shi 2011)

Autorite hinnang kvaliteedile on tõene kõigil juhtudel: kõrgema kvaliteediga brändidel on kõrgemad hinnad ja müük ning neid tooteid reklaamitakse tihemini. Üleriigilise aktsiisimaksu tõus ei ole statistiliselt koguse languses oluline, kuid suurendab hindu ja kulutusi reklaamile. Kauguse tegur on oluline nii koguse kui hinna languse suhtes, kuid omab oodatud mõju vaid koguse langusele. See tähendab, et kõrgemad transpordikulud tõstavad kvaliteeti ja hinda rohkem kõrge kvaliteediga brändide puhul. (*Ibid*)

Kõigist kolmest efektist oli reklaami efekt kõige tugevam. Mis tähendab, et Alchian-Alleni ja Barzeli teooriad said üldiselt tõestatud, kuigi hinnaefekt on väiksem ning levinum kui koguse efekt. (*Ibid*)

Sarnasele tulemusele jõudsid ka juba eelnevalt välja toodud Ljunge, Bertonazzi ning Sobel ja Garrett. Kõik nad järeldasid samamoodi, et maksude tõstmisel hakatakse rohkem tarbima kvaliteetset toodet.

Nende artikli põhjal saab vaadelda ka aktsiiside mõju alkoholi tarbimisele. Kui siinsed uuringutulemused väidavad, et maksude tõstmisel väheneb tarbimine madala kvaliteediga toodetel, siis seda on põnev vaadelda ka Eesti õlle- ja viinatarbijate seas. Ühtlasi saab selle artikli põhjal analüüsida Eesti alkoholiturgu nii kvaliteedi lõikes kui ka maksude tõusu mõjus erineva kvaliteediga toodete tarbimisele.

Viimasena vaadeldakse sigarettide aktsiiside ja hinna tõusu tagajärgi tarbimisele.

Sigarettide hinnatõusu peetakse üheks kõige efektiivsemaks mooduseks kuidas sigarettide tarbimist piirata. Iga hinnatõus annab suitsetajale põhjuse suitsetamisest loobuda või vähem suitsetada. (Farrelly et al 2012) Kõrgeid makse seostatakse madalama tarbimise ja suurema arvu suitsetamise maha jätmise katsetega, eriti noorte ja madala sissetulekuga inimeste seas (Coady et al 2013) Täiskasvanute seas seostatakse 10% hinnatõusu 3%-5%

sigarettide tarbimise vähenemisega, millest umbes pooled on põhjustatud suitsetajate suitsetamisest loobumisest. Samas viitavad hiljutised uuringud sellele, et hindade tõstmise efekt sigarettide tarbimisele ei ole enam nii kõrge kui kunagi varem. Näiteks on Farrelly oma kolleegidega leidnud, et 10% hinnatõus on seostatav kõigest 0,6% vähenemisega täiskasvanud suitsetajate hulgas ning 2,7% noorte täiskasvanute (vanuses 18-24) seas. (Farrelly et al 2012)

Kõige rohkem suitsetavad madala sissetulekuga, madala haridustasemega lihttöölised. (*Ibid*) 2008. aastal olid suitsetajatest USAs 50% vanuses 25-44. (Coady et al 2013) Mitmed uuringud on leidnud, et madala sissetulekuga inimesed on kõige mõjutatavamad sigarettide hinna- ja aktsiisitõusude poolt. (Farrelly et al 2012)

Tihti tsiteeritud uuring Carpenteri ja Cooki poolt leidis tugeva negatiivse seose sigarettide maksustamise ja noorte suitsetamise vahel. Kuigi 80% teismelistest suitsetajatest saavad oma sigaretid teisese allika käest ehk mitte ise poest ostes, siis sigarettide aktsiisitõus ning seeläbi hinnatõus, mõjutab ka neid teiseseid allikaid teismelistele sigarettide ostmisel. (Hansen et al 2013)

Farrelly ja kolleegid kasutasid oma uuringus 2010-2011 aasta andmeid, et analüüsida suitsetamise leviku ja tarbimise erinevusi üleüldiselt ja kolme erineva sissetulekuga grupi inimeste vahel New Yorgis, kus on kõrgeimad aktsiisid sigarettidele. Peamised allikad uuringu jaoks olid *New York Adult Tobacco Survey* ja *National Adult Tobacco Survey*, mis olid mõlemad New Yorgi osariigi tervishoiu osakonna poolt kättesaadavaks tehtud. (Farrelly et al 2012)

Farrelly et al analüüs keskendub kolmele põhilisele tegurile: inimesed, kes on hetkel suitsetajad, nende poolt suitsetatud sigarettide arv päevas ja aastane leibkonna sissetulek. Hetkel suitsetajaid defineeritakse kui inimesi, kes on oma elu jooksul vähemalt sada sigaretti suitsetanud ja suitsetavad nüüd kas mõningatel päevadel või igapäevaselt. Päevane sigarettide tarbimine põhineb küsimuse „Kui palju sigarette sa praegu keskmiselt päevas suitsetad?“ vastustel. Sissetuleku määramiseks küsiti mitmeid küsimusi aastase sissetuleku kohta. Analüüsi jaoks grupeeriti sissetulekud kolme kategooriasse: vähem kui \$30000, \$30000 - \$59999 ja rohkem kui \$60000. (*Ibid*)

Selleks, et arvutada sigarettidele kulutatav protsent keskmisest sissetulekust, tuli uurijatel saada võimalikult täpne hinnang sigarettide tarbimisele. Oluline on see punkt seetõttu, et inimesed alahindavad üldiselt oma sigarettide tarbimist. Seega tuli uurijatel võrrelda küsitlusele vastanute vastuseid ja arvu ning sigarettide riiklikku kogumüüki. Riikliku

kogumüüki kasutati kuna Ameerikas on suitsetajatel võimalik maksudest hoiduda ostes sigarette internetist, naaberosariikidest ja/või Indiaani reservaatidest, Need faktid aga ei mõjuta riiklike müüginumbreid, sest ühe osariigi kadu on näha teise osariigi müüginumbrites. (Farrelly et al 2012)

Uuringu peamine leid on, et aktsiisimaksud sigarettidele rõhuvad finantsiliselt tunduvalt rohkem madala sissetulekuga suitsetajaid New Yorgi osariigis kui kõrge sissetulekuga suitsetajaid. Farrelly ja kolleegide uuringud on sarnased Colmani ja Remleri uuringutega, kus selgus, et madala sissetulekuga suitsetajad kulutavad 13% oma sissetulekust sigarettide ostuks. Võrdluseks, 2003. aastal oli see protsent 8. On arvatud, et madala sissetulekuga suitsetajad on sigarettide hinnale tundlikumad. Samas näitas antud uuring, et isegi osariigis, kus sigaretid on kõige kõrgemalt maksustatud, jätkavad kõige madalama sissetulekuga suitsetajad ikkagi suitsetamist. (*Ibid*)

Coady et al (2013) uuringust aga selgub, et 2008. aasta aktsiisitõusu järgselt mõtles rohkem kui pool (61%) suitsetajatest suitsetamise mahajätmisele, 46% suitsetas vähem sigarette ja 13% läksid üle odavamale brändile. Suitsetajad hakkasid rohkem ostma ka nõ maksuvabu sigarette.

Cebula et al (2014) uuring leiab veel lisaks, et paljud suitsetajad küll vähendavad sigarettide ostmist, kuid liiguvad seda tehes ka madala nikotiinisisaldusega sigarettidelt kõrge nikotiinisisaldusega sigarettidele. Ehk siis nad suitsetavad vähem ja ostavad vähem, aga see-eest suitsetavad kangemaid sigarette kui madalamate maksude korral.

Kuigi viimased andmed näitavad, et suitsetajate osakaal New Yorgis on langenud, siis need leibkonnad, kelle sissetulek jääb alla \$25000, ei näidanud statistiliselt suurt langust. See vihjab omakorda, et madala sissetulekuga suitsetajad ei ole hinnatundlikumad kui kõrge sissetulekuga suitsetajad. (Farrelly et al 2012) Sama tulemuseni on jõudnud ka Colman ja Remler (2008), kes leidsid, et kuigi madalama sissetulekuga inimesed on hinnatundlikumad, ei ole nad nii hinnatundlikud kui arvatakse.

Farrelly et al artikli põhjal saab analüüsida Eesti alkoholitarbija käitumist aktsiiside tõstmisel. Eriti oluline on seda teha just madala sissetulekuga tarbijate seas, sest kõrge sissetulekuga inimesi ei mõjuta hinnatõusud kunagi nii palju kui madala sissetulekuga inimesi. Samas väidab see artikkel, et hinnatõus ei mõjuta niivõrd ka madala sissetulekuga inimeste tarbimist. Kas ka alkoholiturul niiviisi on, see selgub hiljem.



Sarnast teemat käsitleb ka artikkel „*Empirical analysis of the impact of cigarette excise taxes on cigarette consumption: estimates from recent state-level data*“. Artiklis käsitletakse suitsetamist Ameerikas ning aktsiiside mõju sigarettide tarbimisele. Artiklis käsitletakse kahte probleemi. Esimene neist, sarnaselt eelmisele artiklile, käsitleb aktsiiside mõju sigarettide hinnale ning tarbimisele Ameerikas. Kuna seda teemat on eelmises artiklis juba käsitletud, siis antud magistritöö raames seda üle kordama ei hakata. Teine probleem, mida artikkel käsitleb, on aga uus ja põnev ning annab põhjuse artiklit ka antud magistritöö raames käsitleda. Nimelt on artikli teiseks eesmärgiks pakkuda välja praktiline mudel, kuidas siduda aktsiisimaks otseselt iga brändi nikotiini- ja tõrvasisaldusega. Seda seetõttu, et suitsetajad kipuvad vahetama nõrgema nikotiini- ja tõrvasisaldusega sigarettid kõrgema nikotiini- ja tõrvasisaldusega sigarettide vastu juhul, kui suitsude hinnad tõusevad. (Cebula et al 2014)

Varasemad uuringud on leidnud sama, mida märkis ka Farrelly et al, et kõrgemate aktsiisimaksude puhul väheneb sigarettide kogutarbimine märgatavalt. Samas on leitud ka, et suitsetajad vastavad sellistele aktsiisitõusudele tihtipeale nõ suitsetamise tiheduse tõstmisega. See tähendab, et minnakse üle kangema nikotiini- ja tõrvasisaldusega sigarettide kasutamisele. (*Ibid*)

Ka Adda ja Cornaglia on leidnud, et kuigi kõrgemaid makse võib küll seostada sigarettide tarbimise vähenemisega, ei ole selliseid seoseid võimalik luua madalama nikotiini tarbimisega. (Abrevaya, Puzzello 2012)

Cebula et al uuringust tuleb ka välja fakt, et kogu riik peaks selle süsteemi ühiselt vastu võtma. Kuna Ameerika on selline riik, kus osariigid saavad ise otsustada, kas nad selle poliitika omaks võtavad või mitte, siis juhul kui mõni osariik seda ei tee, nõrgestab see kogu süsteemi, kuna naaberosariikide suitsetajad saavad hakata sealt odavamaid sigarettide ostma. (Cebula et al 2014)

Samamoodi nagu Ameerikas tuleb arvestada osariikidega, tuleb mujal riikides arvestada naaberriikidega. Kui riigis lähevad sigarettide hinnad võrreldes naaberriigiga liiga kõrgeks, siis on oht, et levima hakkab salakaubandus. (Scollo et al 2013)

Cebula ja tema kaasautorid (2014) on huvitatud sellest, et inimesed suitsetaksid vähem ja kahjustaksid oma tervist vähem. Just tervise aspekti tõttu on nende jaoks oluline, et suitsetajad ei läheks üle kangema nikotiinisaldusega sigarettidele. Seega pakuvad nad välja uue maksupoliitika, mis oleks suunatud kõrgema nikotiini- ja tõrvasisaldusega sigarettidele,

kehtestades nendele suurema maksukoormuse. Uus mudel näeks välja selline:  $TFET_j = FLATTX + n_j NICOTINE_j + t_j TAR_j$ , kus  $TFET_j$  on sigaretibrändi „j“ kogu üleriigiline aktsiisimaks, mida igale sigaretipakile, olenemata tõrva- ja nikotiinisaldusest, kohaldatakse ning  $[n_j NICOTINE_j + t_j TAR_j]$  on tõrva ja nikotiini sisaldusel põhinev lisaaktsiisimaks, millest  $n_j$  ja  $t_j$  on vastavad sendid paki kohta. Loomulikult peavad  $n_j$  ja  $t_j$  suurused olema piisavad, et oleks selge rahaline põhjus sigaretibrändi „j“ mitte tarbimiseks. (Cebula et al 2014)

Ühtlasi arvatakse artiklis, et tulevikus võiks sellele maksule lisada ka süsinikoksiidi (CO) maksu samamoodi nagu tõrva ja nikotiini taseme puhul. (*Ibid*)

Viimane käsitluses olnud teema on mõnes mõttes kõige huvitavam ja olulisem magistritöö analüüsi alus. Kuna selles artiklis käsitletakse tubakaaktsiisi, mida riigid samamoodi pidevalt tõsta soovivad, nagu alkoholiaktsiisigagi, siis saab nende vahel luua palju paralleele. Ühtlasi on põnev vaadelda tubakatarbijate seas saadud tulemust, et paljud tarbijad liiguvad madala nikotiini- ja tõrvasisaldusega sigarettidelt kõrge sisaldusega sigarettidele, alkoholturust lähtudes.

### **1.3. Magistritöö teoreetiline mudel**

Magistritöö autor soovib oma töös jõuda arusaamani, kuidas mõjutaks tarbija käitumist lahja ja kange alkoholi aktsiisi võrdsustamine. Selle arusaamani jõudmiseks on eelnevate artiklite põhjal kokku pandud autori enda koostatud teoreetiline mudel. Autor soovib vaadelda praeguse maksusüsteemi ja võimaliku tulevase maksusüsteemi eeliseid ja puuduseid, kasutades tulevase maksusüsteemi näitena ka Sloveeniat kui sellele süsteemile kõige lähemal olevat riiki. Samuti soovib autor välja selgitada kuidas erinevad maksustamised tarbimisharjumusi muudavad ning kas uue süsteemiga kaasneksid ka uued tarbijaprofiilid erinevatele alkoholsetele jookidele.

Eeliste ja puuduste väljaselgitamiseks saab kasutada esimest teemat käsitlevaid artikleid.. Nendest artiklitest tulenevalt kasutatakse eeliste ja puuduste leidmiseks erialaseid teadusartikleid kui ka perioodikat ning arvamusi liidrite seisukohti. Ühtlasi saab sealt võtta eeskujuga Eesti ja Sloveenia maksusüsteemide võrdlemiseks, leides mõlema süsteemi sarnasusi, erinevusi, plusse ja miinuseid.

Tarbimisharjumuste muutumist saab vaadelda ja uurida teist temaatikat käsitlevate artiklite eeskujul. Need artiklid annavad aimu, kuidas võib käituda alkoholiturg kvaliteedi põhised ehk kas maksude tõus mõjutab erineva kvaliteediga tooteid erinevalt. Samuti saab suitsetamise ning alkoholituru vahele tõmmata konkreetseid paralleele ning nende põhjal analüüsida kuidas tarbija muutunud turul võib käituma hakata. Eriti oluline on Cebula et al artikkel, kus tehakse ettepanek ka nikotiini- ja tõrvasisaldust sigarettides samamoodi maksustama nagu hetkel Eestis alkoholi maksustatakse.

## 2. ALKOHOLIAKTSIIS JA SELLE MÕJU TARBIMISELE

Paljud inimesed näevad alkoholiaktsiisi üksnes kui valitsuse raha kogumise tööriista. Enamik kaudsetest maksudest, näiteks nagu käibemaks, on tõesti selle põhimõttega ja täidavad riigi kassat, et riik saaks parendada infrastruktuure, tervisesüsteemi, õiguskaitset jne. (Österberg 2011)

Alkoholaktsiisi põhimõte on aga käibemaksu põhimõttest täiesti erinev (*Ibid*). Aktsiisidel on lisaks tavapärasele fiskaalsele eesmärgile märgatav tarbimist piirav ja turgu reguleeriv iseloom (Lehis 2007). Näiteks on Põhjamaade alkoholipoliitika eesmärk kontrollida ja vähendada alkoholi tehtavat kahju. Seetõttu on nendes riikides alkoholiaktsiisid ja hinnad hoitud kõrgel tasemel. Teine äärmus on need Euroopa Liidu liikmesriigid, kus veiniproduktide tootmine on oluline osa kultuurist. Sellistes riikides on veiniproduktide aktsiisid hoitud väga madalal või on isegi maksustamata, selleks, et lõpphinnad tarbijale oleksid võimalikult madalad ja viinamarjaistanduste omanikud saaksid oma kasumi. Samuti mõjutavad alkoholiaktsiiside taset teised majanduslikud huvid, näiteks õlletootjate huvid, alkoholiga seotud töökohtade säilimine ning ka aktsiisi kogumine finantseerimaks avalikku sektorit. Sellised huvide erinevused seletavad kõige paemini alkoholiaktsiiside erinevusi Euroopa Liidu liikmesriikide lõikes. (Österberg 2011)

Alkoholaktsiis moodustab alkoholi hinnast vaid ühe osa. Sellele lisanduvad veel tootmis-, ladustamis-, transpordikulud, tootjate ja edasimüüjate juurdehindlused ning maksud. Riikides, kus alkoholiaktsiis on kõrge, nagu Põhjamaad, Iirimaa ja Suurbritannia, mõjutab alkoholiaktsiisi tõus peaaegu automaatselt ka alkoholi hinda. Riikides, kus alkoholiaktsiis on madal, ei pruugi aktsiis hinda mõjutada, sest see moodustab sealsest alkoholi hinnast vaid väga väikse osa. (*Ibid*)

Pikas perspektiivis mõjutab alkoholiaktsiis enamikes riikides siiski ka alkoholi hinda. Need muutused omakorda mõjutavad tarbija ostuotsust ning ka alkoholi ostu- ja tarbimiskogust, mis omakorda mõjutavad riigi alkoholi tarbimist ja sellest tulenevaid sotsiaal-, majandus- ja terviseprobleeme. Veelgi enam, alkoholi tarbimine käsikäes

alkoholiaktsiisiga määrab ära kui palju tulu saab riik kodumaisest alkoholimüügist. (Österberg 2011)

Vaadates alkoholi taskukohasust Euroopa Liidu liikmesriikides, siis tuleb tõdeda, et mida jõukamaks inimesed saavad, seda rohkem alkoholi suudavad nad tarbida. Seega, selleks, et vähendada alkoholi taskukohasust, peab tõus alkoholi hinnas olema küllaltki suur, mõjutamaks ka suurema sissetulekuga inimeste ostuotsuseid. (*Ibid*)

Enamikest Euroopa uuringutest, mis käsitlevad alkoholi hinna ja tarbimise vahelisi seoseid, on välja tulnud, et alkoholi hinnatõus viib alkoholi tarbimise vähenemiseni ning vastupidiselt alkoholi hinnalangus viib alkoholi tarbimise suurenemiseni. Hiljutine metaanalüüs, mis põhineb ülemaailmsetele uuringutele, leidis, et alkoholi hinnaelastsus on -0,51, mis tähendab, et 1% alkoholi hinnamuutus viib 0,5% tarbija käitumise muutumisele vastassuunas. Selle analüüsi tulemusena on õlle hinnaelastsus -0,46; veinil -0,69 ja piiritusjookidel -0,80. (*Ibid*)

Viimase 50 aasta jooksul on alkoholi tarbimine Euroopa riikides märkimisväärselt muutunud. Üldiselt oli alkoholi tarbimise tase peaaegu kõigis Euroopa riikides, peale teist maailmasõda kuni 1970ndateni tõusuteel. Peale 70ndate keskpaika alkoholi tarbimise tase paljudes Euroopa riikides mitte ainult ei stabiliseerunud, vaid vähenes, eriti Vahemereäärsetes veiniriikides. Osades riikides, näiteks Põhjamaades, Suurbritannias ja Irimaal, jätkus alkoholi tarbimise kasv ja on nüüdseks kõrgem kui ta oli 70ndatel. (*Ibid*)

## **2.1. Alkoholiaktsiis Eestis**

Eestis toodetud, teisest liikmesriigist Eestisse toimetatud ja Eestisse vabaks ringluseks imporditud alkohol maksustatakse aktsiisiga (Alkoholiaktsiis).

Alkoholi aktsiisimäär Eestis 2014. aasta märtsi seisuga on (Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus):

- Õlle aktsiisimäär on 6,28 eurot õlle etanoolisisalduse ühe mahuprotsendi kohta hektoliitris. Väikeõlletootja, kes toodab õlut alla 3000 hektoliitri kalendriaastas, toodetud õlle aktsiisimäär on 50% käesoleva lõike esimeses lauses nimetatud aktsiisimäärast.

- Kääritatud joogi ja veini, mille etanoolisisaldus on kuni kuus (kaasa arvatud) mahuprotsenti, aktsiisimäär on 36,71 eurot kääritatud joogi või veini hektoliitri kohta.
- Kääritatud joogi, mille etanoolisisaldus on üle kuue mahuprotsendi, aktsiisimäär on 84,67 eurot kääritatud joogi hektoliitri kohta.
- Veini, mille etanoolisisaldus on üle kuue mahuprotsendi, aktsiisimäär on 84,67 eurot veini hektoliitri kohta.
- Vahetoote aktsiisimäär on 180,81 eurot vahetoote hektoliitri kohta.
- Muu alkoholi aktsiisimäär on 16,43 eurot muu alkoholi etanoolisisalduse ühe mahuprotsendi kohta hektoliitris.

Aastate jooksul on lisaks maksumäärade pidevale tõstmisele toimunud ka muid olulisi muudatusi. Algselt oli sätestatud põhimõte, et aktsiisikaupu ei maksustata käibemaksuga, sellest loobuti juba 1991. aastal. Kuni 1995. aastani maksustati Eestis toodetud tubakatooteid ja kuni 1997. aastani maksustati Eestis toodetud õlut imporditud toodetest madalamate aktsiisimääradega. (Lehis 2007)

Kuna aktsiisid mõjutavad kauba hinda ja seetõttu võib aktsiisidega maksustamine takistada kaupade vaba liikumist ühisturul, siis harmoniseeritakse Euroopa Liidus aktsiisialaseid maksueeskirju. Peamine harmoniseerimise alane õigusakt on nõukogu 25. veebruari 1992. a direktiiv 92/12/EMÜ aktsiisikaupade ja nende hoidmise, veo ja kontrolli üldise süsteemi kohta (nn süsteemidirektiiv). Direktiiv puudutab kolme aktsiisi – alkoholi-, tubaka- ja kütuseaktsiisi. (*Ibid*)

Eraldi direktiivides ühtlustatakse aktsiisikaupade nomenklatuur, maksuvabastused ja minimaalsed maksumäärad, mida liikmesriigid peavad rakendama (direktiivid 92/79/EMÜ, 92/83/EMÜ ja 92/84/EMÜ). Sellest hoolimata on liikmesriikide vahel aktsiisimäärades küllaltki suured erinevused, eriti alkoholi ja tubaka osas. Näiteks veini ei pea direktiivi kohaselt üldse aktsiisiga maksustama, kuid paljud riigid (sh Eesti) siiski teevad seda. (*Ibid*)

Rahandusministeeriumi prognoosi kohaselt kasvab aktsiiside laekumine aastatel 2012–2015 kokku keskmiselt 6,2% ja 2015. aastal prognoositakse laekumiseks 877,4 miljonit eurot. Aktsiisimäärade tõstmine peaks suurendama riigikassasse laekuvat tulu, seda juhul, kui ei hakka suurenema illegaalne kaubandus. Praegu kehtiv alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus on vastu võetud 4. detsembril 2002, seadust on muudetud 26 korral, viimati 1. jaanuaril 2013. Muutmise põhjuseks on enamasti olnud aktsiisimäärade tõstmine. (Sadilov, Õun 2013)

2013. aastal laekus riigieelarvesse alkoholiaktsiisina 209 miljonit eurot, mis moodustas veerandi riigieelarvesse laekuvatest aktsiisituludest. Võrreldes 2012. aastaga on alkoholiaktsiiside laekumine tõusnud 7%. Riigi kogu maksulaekumistest moodustas alkoholiaktsiis 2013. aastal 3,4%. 2010. aastal moodustas see Sadilovi ja Õuna sõnul 4,1%. Seega on alkoholiaktsiisi osakaal riigieelarvest viimase nelja aastaga vähenenud. Ka 2012. aastal oli alkoholiaktsiisi osakaal riigi eelarvest 3,4%. (Riigieelarve täitmine 2013) Eesti kuulub praegu Euroopa Liidu maade hulgas alkoholi suhteliselt kõrgelt maksustanud riikide hulka (Sadilov, Õun 2013).

Eesti Konjunktuuriinstituut on oma uuringus esitanud alkohoolsete jookide hinnad elurajooni supermarketites Tallinnas ja teistes Euroopa pealinnades. Sellest on näha, et õlu maksis Tallinnas 2010. aastal 0,87 eurot 0,5-liitrine klaaspudel, Riias 0,7 eurot ja Helsingis 2,02 eurot (hinnad sisaldavad käibemaksu ja taara maksumust). Viina (alkoholisisaldus 38–40%) vastav hind olid 8, 6,21 ja 16,35 eurot 0,7–0,75-liitrine klaaspudel (*Ibid*).

Helsingis on alkohoolsed joogid märksa kallimad kui Tallinnas ja Riias, samas on Riia hinnad odavamad kui Tallinnas. Alkoholipoliitika on ka hinnapoliitika ja kui Eestis on kaup naabritega võrreldes palju kallim, minnakse tõenäoliselt ostma sinna, kus on odavam. Eesti ei saa maksude kehtestamisel mööda vaadata Läti maksupoliitikast, sest sealsed madalamad hinnad kutsuvad Eesti kliendi sinna ostma, nii nagu peibutavad Eesti odavamad hinnad Soome kliendi Eestisse ostma. (*Ibid*)

## **2.2. Alkoholiaktsiis Sloveenias**

Aktsiisi makstakse Sloveenias õllelt, veinilt, kääritatud alkohoolsetelt jookidelt, vahetootelt ja kangelt alkoholilt. Aktsiis sõltub alkoholi kangusest. (Excise duties system)

Alkohol mängib Sloveenia kultuuris olulist rolli. Alkoholi seostatakse mitmete rituaalide ja tavadega, see on põimunud kunsti ja luulesse, rohkem kui 100 rahvalaulu kiidavad alkoholi; ja isegi Sloveenia hümn on seotud veiniga. (Čebašek-Travnik 2007)

Sloveenia on kahe miljoni inimesega veiniriik. Kui osades Euroopa veiniriikides, on alkoholi tarbimine viimase kahe aastakümnega märkimisväärselt vähenenud, siis Sloveenias ei ole seda trendi täheldatud. Vastupidi, sloveenlaste alkoholitarbimine on üks Euroopa kõrgemaid: 15-16 liitrit puhast alkoholi aastas inimese kohta. (Kolšek 2007)

Sloveenias veinile aktsiisi ei kohaldata, et edendada veini valmistamist ja tarbimist. Alkohoolsete jookide hinnad on võrreldes palkadega väga madalad, mis teeb need kõigile kergelt kättesaadavaks. Viimastel aastatel on märgata olnud tarbimise tõusu, eriti just magusate alkohoolsete jookide tarbimise tõusu noorte naiste seas. Kuna noored tarbivad alkoholi vaid selle psühhotroopse mõju tõttu, ei mõjuta ka alkoholivabade jookide madalad hinnad tarbimist. (Čebašek-Travnik 2007)

Alkohol on sloveenlaste jaoks osa igapäevasest elust, vaid 15% täiskasvanutest ja vähem kui 10% noortest on karsklased. Isegi 10aastased kooliõpilased joovad alkoholi. Nendest vaid 40% on täiskarsklased ja 14% on juba olnud purjus. Sloveenlaste üldine teadmine alkoholi mõjudest on väga madal. Kuigi 2003. aastal seati riikliku alkoholipoliitikaga alkoholile teatud piiranguid, siis reaalsus ei peegelda seadust nii nagu peaks. (*Ibid*)

Selle põhjal on arvatud, et iga viies mees ning iga kahekümneviies naine Sloveenias on alkoholisõltlased. Vaadates Sloveenia trendi viimase 30 päeva jooksul alkoholi tarbinute seas, selgub, et 2006 aastast 2009. aastaks on protsent tõusnud 70lt 89le. Samamoodi on probleemiks joomise sagedus. Kõige tihemini juuakse korra nädalas. Igapäevaste alkoholitarbivate määr on 9% tõusnud 13%. Võrdluseks on tabelis 3 välja toodud alkoholiaktsiisid Sloveenias 1999-2010. (Grebenc 2011)

Tabel 1. Alkoholiaktsiisid Sloveenias aastatel 1999-2010

Muudatuse kuupäev	Õlu, vol alkoholi hl kohta		Etüülalkohol, puhta alkoholi hl kohta	
	aktsiisimäär (€)	muutus (%)	aktsiisimäär (€)	muutus (%)
01.07.1999	4,17		417,29	
01.02.2001	6,26	50,0	521,62	25,0
05.04.2002	6,86	9,6	694,79	33,2
01.03.2009	9,00	31,2	911,00	31,1
01.07.2010	10,00	11,1	1 000,00	9,8

Allikas: Rabinovich et al 2012

Tabelist on näha, et Sloveenia on aktsiise järjepidevalt tõstnud ning lahja ja kange alkoholiaktsiis on olnud suhteliselt sama või täiesti sama. Samas ei ole selline aktsiisipoliitika tarbimist vähendanud.



Tabelis 2 on välja toodud keskmised alkoholsete jookide hinnad aastatel 2006-2010.

Tabel 2. Alkoholsete jookide keskmised hinnad Sloveenias vahemikus 2006-2010.

Aasta	Kange alkohol	Õlu	Vein
2006	10,57	1,39	1,92
2007	10,53	1,43	2,06
2008	11,43	1,47	2,20
2009	12,11	1,66	2,31
2010	12,33	1,75	2,68

Allikas: Grebenc 2011

Alkoholi aktsiisimäär Sloveenias 2014. aasta jaanuari seisuga on (Excise duty tables 2014):

- Õlle aktsiisimäär on 11 eurot õlle etanoolisisalduse ühe mahuprotsendi kohta hektoliitris. Väikeõlletootjale eraldi aktsiisimäära kehtestatud ei ole.
- Kääritatud jookidele aktsiisimäära ei kohaldata ehk kääritatud jookide aktsiis on 0 eurot.
- Veinile aktsiisimäära ei kohaldata ehk veini aktsiis on 0 eurot.
- Vahetoote aktsiisimäär on 120 eurot vahetoote hektoliitri kohta.
- Muu alkoholi aktsiisimäär on 12 eurot muu alkoholi etanoolisisalduse ühe mahuprotsendi kohta hektoliitris.

Kuigi Sloveenia on Eestile küllaltki sarnane, siis alkoholi tarbimine Sloveenias on suurem ja sellesse suhtutakse sallivamalt kui Eestis. Lisaks on Sloveenias õlle ja kange alkoholi maksumäär peaaegu, et sama, mis tähendab, et Sloveenia kogemustele alkoholi tarbimises saab teatud mõõndustega tugineda ka Eesti tarbijakäitumise analüüsil juhul kui lahja ja kange alkohol võrdsustatakse. See on oluline teadmine edaspidiseks võrdluseks Eesti ja Sloveenia alkoholipoliitikale.

### 2.3. Alkoholi tarbimine ja tarbijaprofiilid Eestis

Eesti elanikud tarbisid 2012. aastal inimese kohta arvestatuna 77,4 liitrit õlut, 10,5 liitrit veini, 10,3 liitrit kangeid ja 17,5 liitrit lahjasid alkohoolseid jooke. Absoluutalkoholi arvestuses annab see kokku 10,4 liitrit alkoholi elaniku kohta ja kui arvestada ainult täiskasvanud elanikke, siis oli tarbimine 12,3 liitrit absoluutalkoholi inimese kohta. (Orro et al 2013)

2013. aastal tarbiti ühe elaniku kohta 10 liitrit absoluutalkoholi. Mõõdukalt kasvas õlle ja veini tarbimine, vähenes siidri ja kange alkoholi tarbimine. Ühe inimese kohta arvestatuna joodi aastas keskmiselt 76 liitrit õlut, 15,5 liitrit lahjasid alkohoolseid jooke (siider, alkohoolsed kokteilid), 11 liitrit veini ja 9 liitrit kangeid alkohoolseid jooke. (Randlaid 2014)

Eesti elanike alkoholitarbimine on põhjanaabritest suurem. Majanduskriisi tingimustes langes alkoholi tarbimine nii Eestis kui Põhjamaades ja majanduse taastudes on tarbimine Eestis jälle natuke kasvanud, kuid Soomes langenud. (Orro et al 2013)

Soome alkoholipoliitika on tunduvalt rangem kui Eestis (oluliselt kõrgem aktsiis, kange alkoholi piiratud müügikohtade arv jne.), mis on ühelt poolt ohjanud kodumaist tarbimist, kuid samas soodustanud soome turistide suuremaid ostusid naaberriikidest (eelkõige muidugi Eestist). Kui Eesti võidab majanduslikult turistide alkoholiostudest, siis Soome jaoks on turistide piiritagused odavad alkoholiostud maksulaekumist kahandav, tarbimist kasvatav ja elanike tervist kahjustav probleem. See on ilmikas näide sellest, et tänapäeval aina avatuma turu tingimustes on raske teha alkoholipoliitikat ühe riigi piires ja siin vajaksime rohkem rahvusvahelist koostööd ja kokkuleppeid. Kahjuks on need väga rasked tekkima, sest alkoholitootjate ja -müüjate huvigruppide mõju on maailmas tugev. (*Ibid*)

Alkoholsete jookide siseturu müük suurenes 2012. aastal kõikide alkoholsete jookide lõikes. Lahjadest alkoholsetest jookidest kasvas aastaga kõige enam siidri müügimaht (+15,9%), kokku suurenes lahjade alkoholsete jookide müük 6,7%. Viinamarjaveinide ja vermuti müük suurenes 7,6% ning kangeid alkohoolseid jooke realiseeriti Eestis 2012. aastal 2,6% enam kui eelmisel aastal. Alkoholsetest jookidest kasvas kõige vähem õlle müügimaht (+2,4%). (*Ibid*)

Illegaalse alkoholi ostjaid jäi 2012. aastal vähemaks – salaalkoholi ostis möödunud aastal 6% alkoholi tarbijatest (2011. aastal 8%). Illegaalse alkoholi tarbimine on tihedalt seotud riigi majandusliku olukorraga. Kui majandusel läheb paremini, väheneb töötus ja

suurenevad sissetulekud, siis suurenevad ka elanike tarbimisvõimalused ning väheneb vajadus hankida odavamalt salaalkoholi. 2012. aasta oli Eesti majandusele küllaltki edukas ning selle tulemusena langes ka illegaalse alkoholi tarbimine. Elanike hulgas läbiviidud küsitlusel selgus, et endiselt on salaalkoholi ostmisel peamiseks põhjuseks selle madalam hind võrreldes legaalse alkoholiga, samuti peeti salaalkoholi müüjaid usaldusväärseks. Odavat hinda pidas salaalkoholi ostmisel väga oluliseks ligi 90% illegaalse alkoholi ostjatest. (Orro et al 2013)

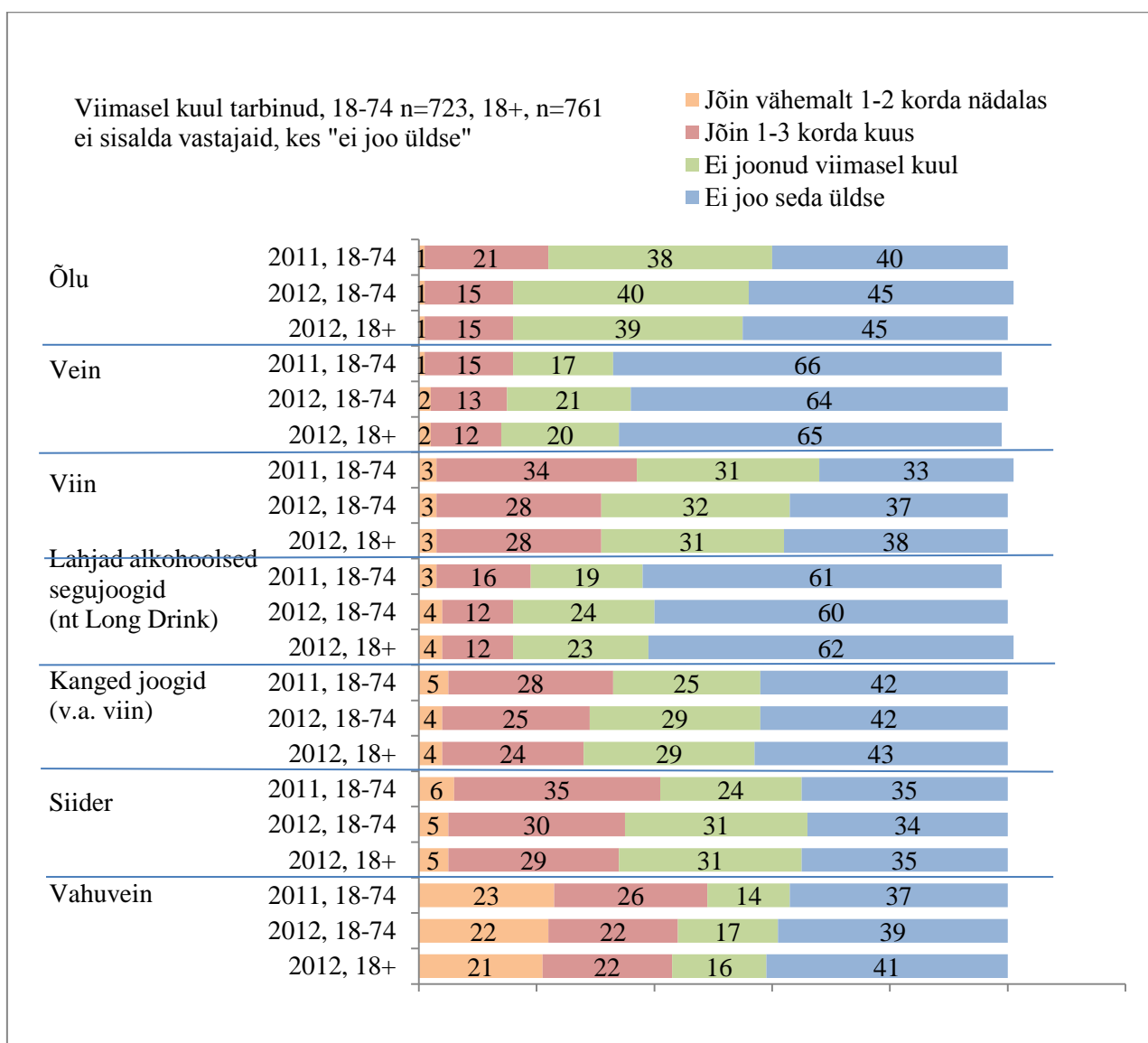
Eesti Konjunktuuriinstituudi poolt läbi viidud küsitluse põhjal tarbis 2012. aastal alkoholi enese hinnangul väga harva või üldse mitte 70% Eesti elanikest (eelnevatel aastatel on sarnaselt vastanute osakaal varieerunud samuti 70% ümber). Samas kasvas eelneva aastaga võrreldes 2012. aastal oluliselt nende inimeste osakaal, kes enda väitel alkoholi üldse ei tarbi (2011. ei tarbinud üldse alkoholi 13%, 2012. aastal 17% vastanutest). Alkoholsetest jookidest tarbisid Eesti elanikud kõige sagedamini õlut, mida jõi vähemalt korra nädalas 18% täiskasvanud alkoholi tarbijatest. Sageli juuakse ka veini, vähemalt korra nädalas tarbis seda 8% alkoholitarbijatest ning vähemalt korra kuus 59% alkoholitarbijatest. Viina ning teisi kangeid alkoholiseid jooke tarvitas vähemalt korra kuus 34% alkoholitarbijatest, sealhulgas tarbis kangeid alkoholiseid jooke korra nädalas 5% alkoholitarbijatest. Võrreldes eelmise aastaga suurenes 2012. aastal vähemalt korra kuus lahjasid alkoholiseid jooke tarbinud inimeste osakaal. (*Ibid*)

Ka Emori uuring kinnitab Eesti Konjunktuuriinstituudi uuringutulemusi. Protsendiliselt on tulemused pisut erinevad, kuid üldpilt on sama nagu näha joonisel 1, mis kujutab endast Emori läbiviidud uuringu tulemusi alkoholsete jookide tarbimissagedusest.

Alkoholsete jookide tarbimissagedused varieeruvad sotsiaal-demograafiliste gruppide lõikes. Näiteks tarbivad mehed viina ja õlut sagedamini kui naised, viimased omakorda edestavad veinitarbimise sageduses mehi. Vanusegruppide lõikes tarbisid õlut, veini ja viina kõige sagedamini 30-49aastased elanikud (vähemalt kord nädalas või tihedamini tarbis õlut 22%, veini 10% ja viina 7% alkoholitarbijatest), siidrit jõid tihedamalt 18-29aastased (vähemalt kord nädalas 3% alkoholitarbijatest), long-drinke 50-64aastased (vähemalt kord nädalas 3% alkoholitarbijatest). (Orro et al 2013)

Piirkondadest tarbisid 2011. aasta küsitluse põhjal viina kõige enam Kirde-Eesti ja Põhja-Eesti elanikud – vähemalt kord nädalas jõi seda 5% sealsetest alkoholitarbijatest. Sagedased veinijoojad moodustasid kõige suurema osa Põhja-Eesti alkoholitarbijate hulgas (vähemalt kord nädalas jõi veini 10% tarbijatest) ning eriti Tallinnas (12% alkoholitarbijatest

jõi veini korra nädalas). Õlut tarbiti teistest tihedamini Kirde-Eestis (23% alkoholitarbijatest vähemalt korra nädalas), viskit, konjakit jt kangeid alkohoolseid jooke tarbisid enam Põhja-Eesti ja Lõuna-Eesti elanikud (iganädalaselt vastavalt 3% ja 2% alkoholitarbijatest). Vanusegruppidest tarbisid enam viina ja teisi kangeid alkohoolseid jooke üle 50aastased inimesed, lahjasid alkohoolseid jooke aga nooremad, kuni 29aastased tarbijad. Viskit, brändit, likööri, veine, siidrit ja *long drink'e* tarbisid enam keskmisest kõrgema sissetulekuga inimesed. (Orro et al 2013)



Joonis 1. Alkohoolsete jookide tarbimissagedused

Allikas: Elanike alkoholitarbimine...

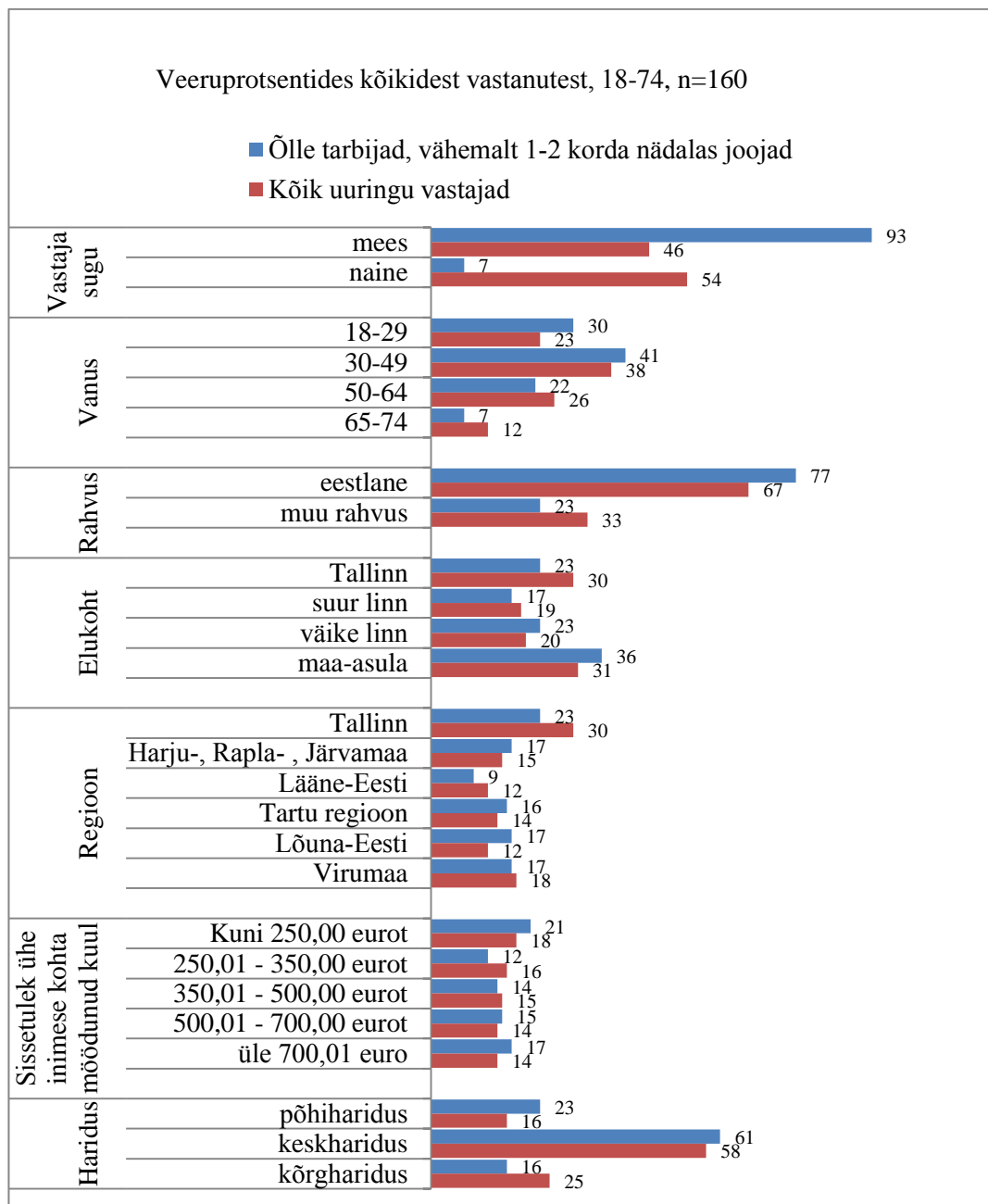
Järgmisena vaadeldakse lähemalt õlle ja muu lahja alkoholi ning viina ja muu kange alkoholi tarbijaprofiile.

Õlle tarbija on mees vanuses 18-50, kes elab pigem väiksemas linnas või maa-asulas ja on keskmisest madalama haridusega, aga sissetuleku poolest on keskmine. Õlle tarbija profiil on välja toodud ka joonisel 2. Tähelepanuväärne on, et õlle tarbijate seas on kõige vähem naisi, isegi vähem kui viina tarbijate seas. Ühtlasi on tegemist ainsa alkohoolse joogi kategooriaga, mille sagedasi tarbijaid on piisavalt palju, et vaadelda tarbimist nädala lõikes.

Keskmine siidri tarbija on 18-50aastane naine, kes elab Tallinnas või maaregioonis, on keskmisest suurema sissetulekuga ning keskmisest madalama haridusega. Siidri igakuiste tarbijate sotsiaal-demograafiline profiil on näha ka joonisel 3. Siinjuures tuleb tõdeda, et ka väga suur hulk mehi tarbib igakuiselt siidrit. Ühtlasi on huvitav tulemus, et muust rahvusest vastaja jaoks on siider kõige vähem eelistatud jook kõikidest siin välja toodud joogikategooriatest. Seda jõi igakuiselt vaid 12% vastanutest. Kui keskmisest madalama haridusega inimeste puhul oli siider kõigist haridustasemetest kõige populaarsem, oli see väga populaarne kõrgharidusega inimeste seas. See võib ka seletada miks keskmise siidri tarbija sissetulek on pigem kõrge.

Muu lahja alkoholi tarbija on pigem mees, vanuses 18-50, kellel on kõrgem sissetulek kuid madalam haridus. Lahja alkoholi tarbija profiil on näha ka joonisel 4. Kui siidrite puhul olid peamised tarbijad naised, aga ka paljud mehed tarbisid neid, siis lahjade alkohoolsete jookide puhul on vastupidi. Nagu öeldud, siis tarbivad neid pigem mehed, aga jooniselt on näha, et ka paljud naised tarbivad lahjasid alkohoolseid jooke. Ka lahjad alkoholid on, nagu siidridki, tunduvalt vähem eelistatud muus rahvuses tarbija seas.

Olles läbi vaadanud kõigi kolme lahja alkoholi tüüpilise tarbija profiilid, siis võib öelda, et lahjat alkoholi (sh siidrit ja õlut) tarbib eelkõige mees vanuses 18-49, kes on rahvuselt eestlane. Ta elab Tallinnas või maa-asulas, on keskmisest kõrgema sissetulekuga ning keskmise või keskmisest madalama haridusega.

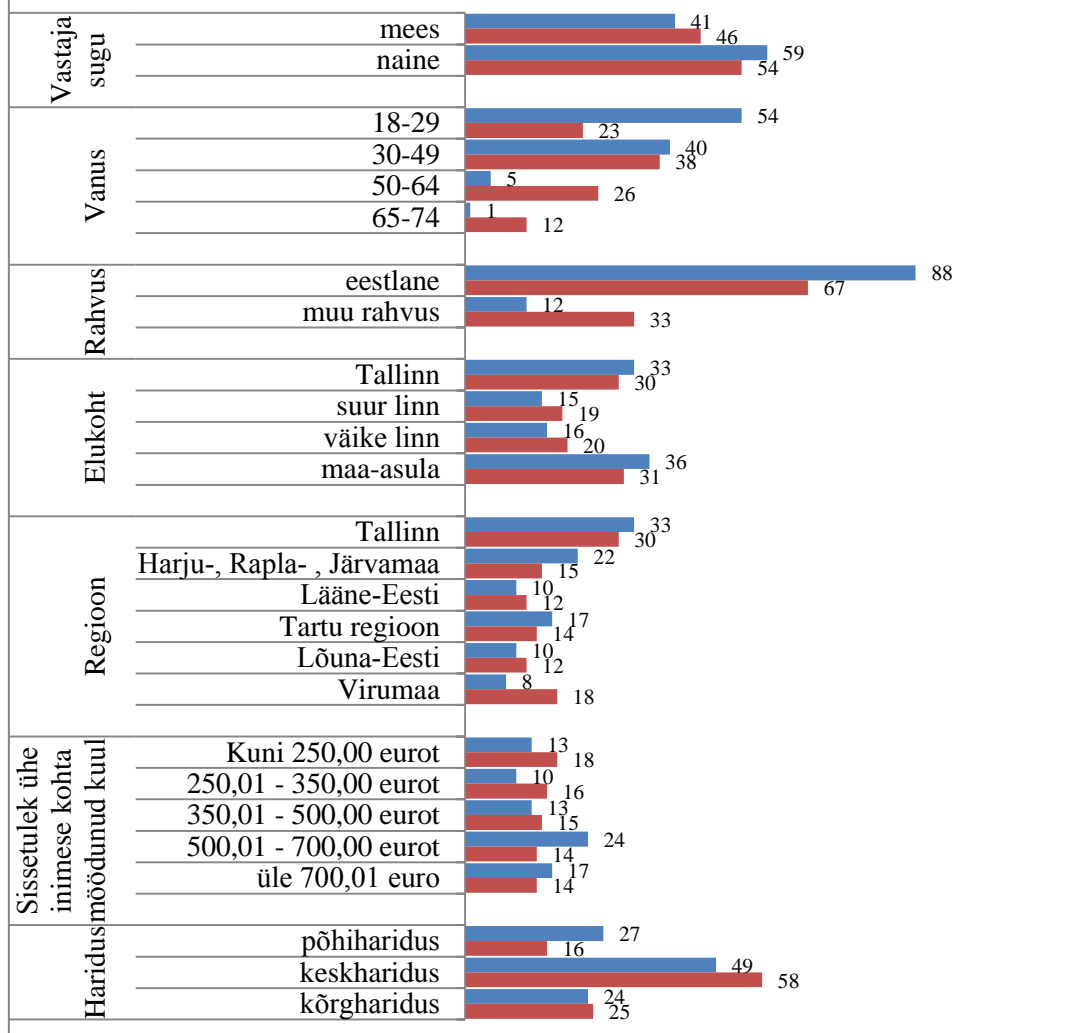


Joonis 2. Õlle sagedaste, iganädalaste tarbijate sotsiaal-demograafiline profiil

Allikas: Elanike alkoholitarbimine...

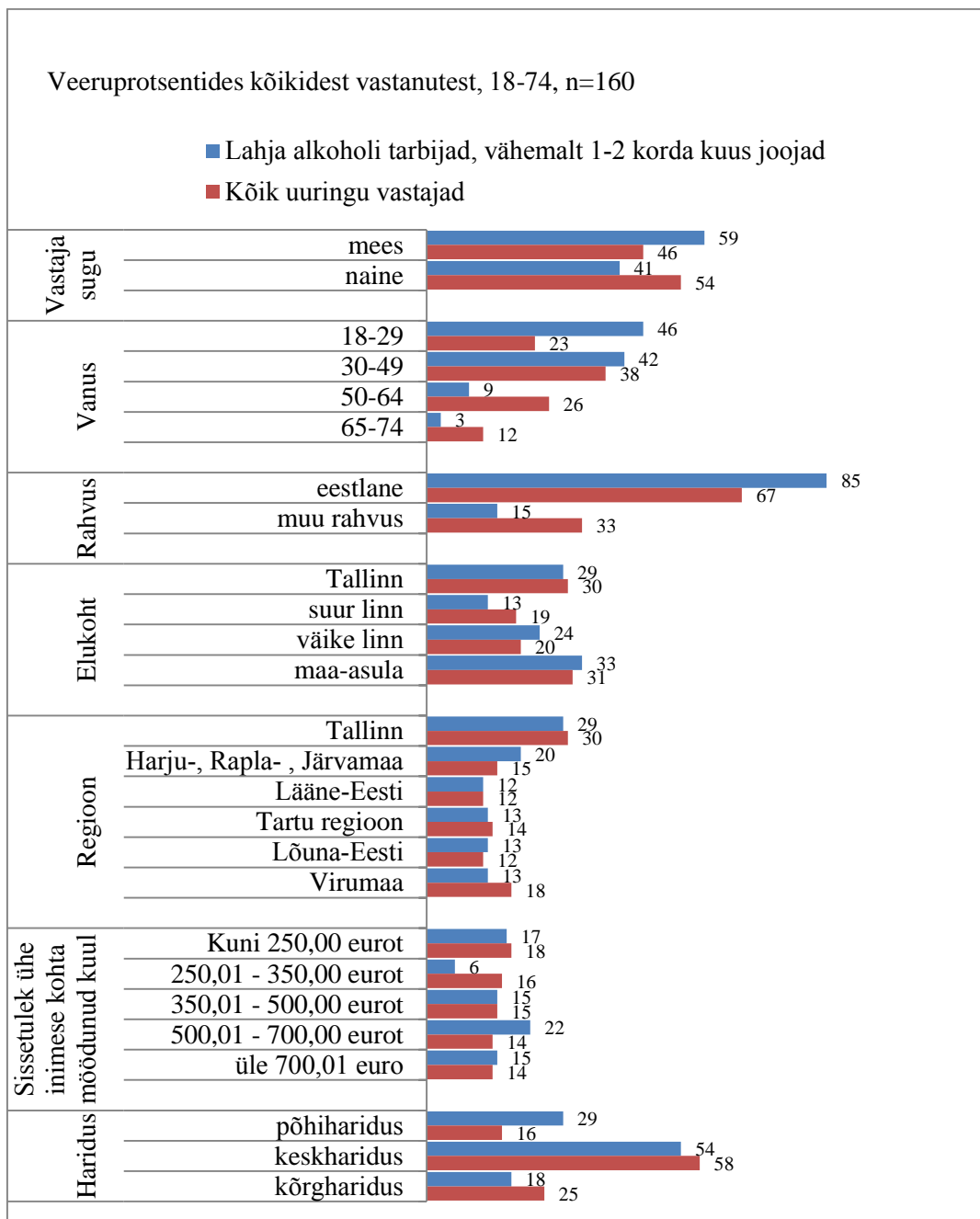
Veeruprotsentides kõikidest vastanutest, 18-74, n=160

■ Siidri tarbijad, vähemalt 1-2 korda kuus joojad ■ Kõik uuringu vastajad



Joonis 3. Siidri igakuiste tarbijate sotsiaal-demograafiline profiil

Allikas: Elanike alkoholitarbimine...



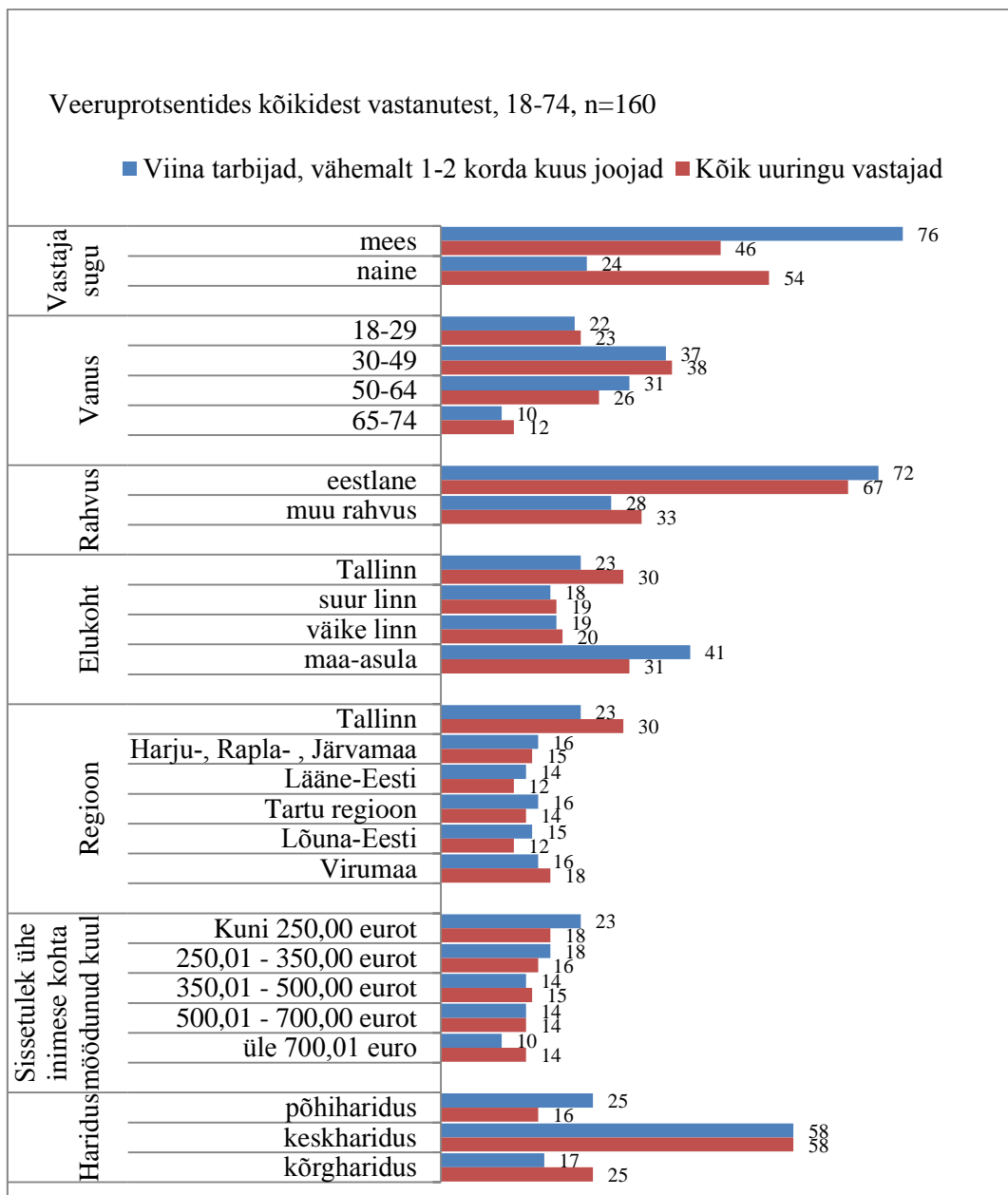
Joonis 4. Lahjade alkoholsete jookide igakuiste tarbijate sotsiaal-demograafiline profiil  
Allikas: Elanike alkoholitarbimine...



Keskmine viina tarbija on 30-64aastane meesterahvas, kes elab pigem maa-asulas ja pigem Lõuna-Eestis, on madalama palgaga ning madala või keskharidusega. Viina igakuiste tarbijate sotsiaal-demograafilist profiili võib näha joonisel 5. Huvitav tähelepanek on selle alkoholikategooria juures, et viin on populaarseim jook muust rahvusest elanike seas. Ühtlasi on siit näha, et viina joovad rohkem veidi vanemad inimesed kui noored. Viin on kõige eelistatum alkohol ka vanusegrupile 65-74. Huvitav on ka tulemus, et naised joovad viina rohkem kui õlut.

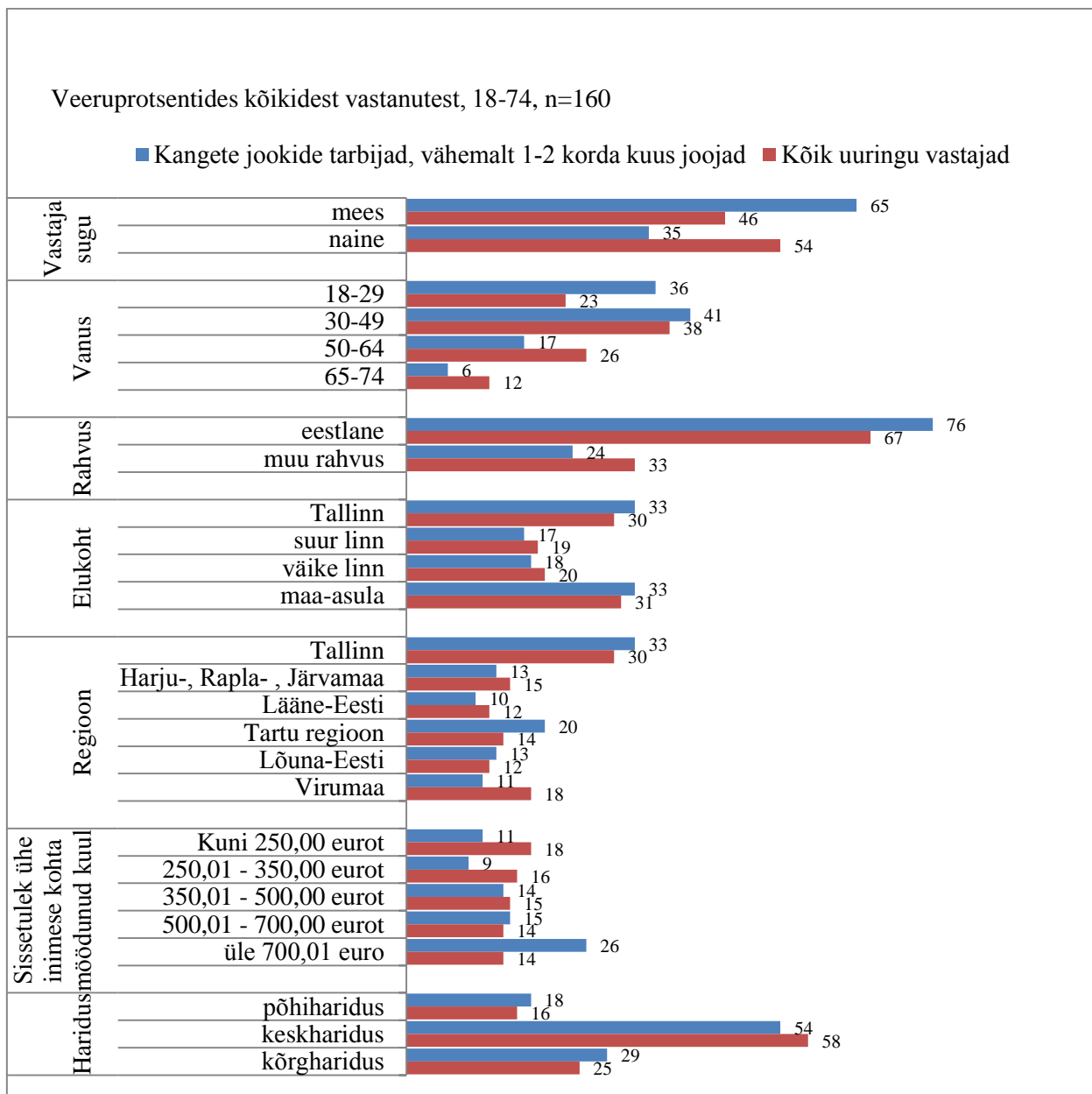
Kange alkoholi keskmine tarbija on pigem meesterahvas vanuses 18-49, kellel on kõrge palk ning kesk- või kõrgharidus. Kange alkoholi tarbijat on iseloomustatud ka joonisel 6. Kange alkohol on ainuke alkoholigrupp, kus on selgelt näha, et seda eelistavad edukad inimesed – inimesed, kes teenivad palju ning kellel on kõrgharidus. Ühtmoodi populaarne on kange alkohol nii eestlaste kui muust rahvusest pärit inimeste seas.

Võttes kokku kange alkoholi (sh viin) tarbijaprofiili, siis kanget alkoholi tarbib 30-49aastane mees, kes elab maa-asulas või Tallinnas ning on keskmise haridusega. Kange alkoholi tarbija üldprofiili luua on keerulisem kui lahja alkoholi tarbijaprofiili, sest viina ja muu kange alkoholi tarbijagruppide vahel on väga suured erinevused. Kui viin on pigem madala hariduse ja sissetulekuga inimeste jook, siis kange alkohol kõrghariduse ja kõrge sissetulekuga inimeste jook. Sellest keskmist kokku pannes kaovad ära äärmused, mis neid gruppe tegelikult iseloomustavad.



Joonis 5. Viina igakuiste tarbijate sotsiaal-demograafiline profiil

Allikas: Elanike alkoholitarbimine...



Joonis 6. Kangete jookide igakuiste tarbijate sotsiaal-demograafiline profiil

Allikas: Elanike alkoholitarbimine...

Võrreldes lahja ja kange alkoholi tarbijaprofiile, siis alkoholi üldiselt tarbib pigem meesterahvas. Lahjat alkoholi eelistavad pigem nooremad, kanget pigem vanemad inimesed. Kuigi kange alkoholi osas on üldistusi pisut keeruline teha, siis kange alkoholi tarbija on pigem keskharidusega või pisut kõrgema haridusega, lahja alkoholi tarbijad on aga kas keskharidusega või pisut madalama haridustasemega.

### **3. KANGE JA LAHJA ALKOHOLI AKTSIISIDE VÕRDSTUSTAMINE JA SELLE VÕIMALIKUD TAGAJÄRJED**

Riigi soov ja eesmärk on alkoholi tarbimist vähendada. Seda nii rahva tervise huvides kui ka majanduslikel kaalutlustel. Lähtuvalt Keskkonnaministeeriumi poolt avaldatud õhusaaste tervisemõjude raportis kasutatud meetodikast, kujunes 2011. aasta statistilise inimelu kaotuse rahaliseks väärtuseks veidi enam kui €1,43 miljonit (ning prognoositav väärtus 2014. aasta jaoks €1,58 miljonit). Sellest lähtuvalt oli 2011. aastal alkoholi liigtarvitamisega seotud surmade statistiline rahaline kaotus ligi €2,1 miljardit (tabel 3). 2014. aastaks kasvaks kaotatud elude arvu suurenemise ja statistiliste elude väärtuse kasvu tulemusena kaotatud väärtus juba enam kui €2,4 miljardini. Samas, absoluutse alkoholi tarvitamisel alla 8 liitri inimese kohta, oleks kaotatud elude rahaline väärtus €1,6 miljardit ehk pea miljard eurot vähem prognoositavast halvimast tulemusest. (Alkoholipoliitika roheline raamat 2012)

Tabel 3. Kaotatud elude rahaline väärtus, miljonit eurot

Aasta	Mehed	Naised	Kokku
2011	1 616	442	2 057
2014	1 905	521	2 425
8 liitrit	1 268	347	1 614

Allikas: Alkoholi roheline raamat 2012

Eelnevast tulenevalt on viimased paar aastat olnud vahelduva eduga arutelu all lahja ja kange alkoholi aktsiiside võrdsustamine. Viimasel ajal on see taas väga teravalt päevakorda kerkinud. Seetõttu üritab magistritöö autor järgnevalt leida mõlema maksupoliitika eeliseid ja puuduseid, neid omavahel võrrelda ning lõpuks leida ka turu ning tarbija võimaliku käitumise juhul kui Eesti peaks minema seda teed, et olema esimene riik maailmas, kes aktsiisid võrdsustab.

### 3.1. Kange ja lahja alkoholi aktsiiside võrdsustamise eelised ja puudused võrreldes praeguse alkoholipoliitikaga, Sloveenia kogemuse analüüs

Selleks, et lihtsustada alkoholipoliitikate võrdlemist, nimetatakse selles peatükis kange ja lahja alkoholi aktsiisi võrdsustamist lihtsustatuna tuleviku alkoholipoliitikaks ehk siis võrdluse alla lähevad praegune ja tuleviku alkoholipoliitika.

Esimene ja kõige selgem võrdluspunkt kahe alkoholipoliitika vahel on **alkoholi tarbimise määr**. Uue alkoholipoliitika kohaselt peaks alkoholi tarbimine vähenema ja seeläbi Eesti riigi majandus rohkem võitma.

Janek Kalvi ning Alkoholitootjate ja Maaletoojate Liit on teinud omalt poolt ettepaneku ja arvutused juhul kui alkoholiaktsiisid võrdsustataks kolme aastaga. Neid arvutusi võib näha tabelis 4.

Tabel 4. Aktsiisimäärad kui võrdsustada kolme aastaga kõigi alkoholsete jookide aktsiisid kanguse pealt

Alkohol	Aktsiisimäära ühik	2013	2014	2015	2016
Õlu	Etanoolisisalduse 1% kohta hektoliitris	6,00	8,67	12,53	18,11
Vein ja kääritatud jook (kuni 6%)	Hektoliiter	34,97	47,05	63,30	85,16
Vein ja kääritatud jook (üle 6%)	Hektoliiter	80,64	118,14	173,08	253,57
Vahetoode	Hektoliiter	172,20	200,48	233,40	271,73
Muu alkohol	Etanoolisisalduse 1% kohta hektoliitris	15,65	16,43	17,25	18,11

Allikas: Kalvi 2013

Selle põhjal arvutatakse nüüd välja pudeli Saku Originaali 0,5l ning pudeli Viru Valge 0,5l hinnad järgmise kahe aasta jooksul kui aktsiisid oleksid võrdsed (2013. aasta hinnad jäetakse välja, sest see aasta on juba möödas; 2014. aasta hindu käsitletakse vaid nii palju, et selgitada välja kui suur osa õlle/viina hinnast moodustab hetkel aktsiis). 2014. a. aprillis maksab Jussi Viinakauppa poes 0,5l klaaspudel 40% Viru Valget €7,36 ning 0,5l pudel 4,6% Saku Originaali ilma pandita €0,79. Õlle aktsiisimäär 2014. aastal €6,28 ning viinal 16,43€, seega moodustab õlle hinnast aktsiis €0,144 ning viina hinnast €3,286.

Aastal 2015 tõuseks Kalvi teooria kohaselt õlle aktsiis  $12,53 - 6,28 = 6,25$  eurot, mis tõstaks Saku Originaali hinda (ilma muude juurdehindlusteta)  $6,25 / 100 \times 4,6 \times 0,5 = 0,144$  eurot

ehk pudel Saku Originaali hakkaks maksma 0,93 senti. Viina aktsiis tõuseks  $17,25 - 16,43 = 0,82$  eurot, mis tõstaks Viru Valge hinda (ilma muude juurdehindlusteta)  $0,82/100 \times 40 \times 0,5 = 0,164$  senti ja seega hakkaks pudel Viru Valget maksma 7,52 eurot.

Aastal 2016, kui aktsiisid oleksid võrdsed, tõuseks võrreldes 2015. aastaga õlle aktsiis €5,58, mis tõstaks Saku Originaali hinda (ilma muude juurdehindlusteta) 0,13 eurot ja pudeli uueks hinnaks saaks €1,06. Viina aktsiis tõuseks samal perioodil €0,86, mis tõstaks Viru Valge hinda (ilma muude juurdehindlusteta) 0,17 eurot ja Viru Valge uus hind oleks €7,69.

Sellise arvutuskäigu juures jääb tõepoolest mulje, et aktsiiside võrdsustamine ei muuda õlut viinaga võrreldes väga palju kallimaks ning riigi võit antud seaduse kehtestamisest oleks Kalvi (2013) arvutuste kohaselt 93,51 miljonit eurot. Samas ei ole sellise arvutuskäigu juures arvestatud aktsiisitõusuga kaasnevat kaubanduse juurdehindlust ega ka käibemaksu (20%). Samuti ei ole selles arvutuskäigus näha, kuidas muutub kangema õlle, näiteks Tauruse või Bocki hind, rääkimata hetkel populaarsust koguvate käsitööõlledel niigi kõrge hinna tõusust.

Ühtlasi on lahjat alkoholi (õlu ja vein) ühe kraadi kohta kümneid kordi kallim toota kui kanget alkoholi ja kui neid maksustada võrdselt, muutub lahja alkohol kangega võrreldes nii palju kallimaks, et inimesed ei osta seda enam. (Noop 2013)

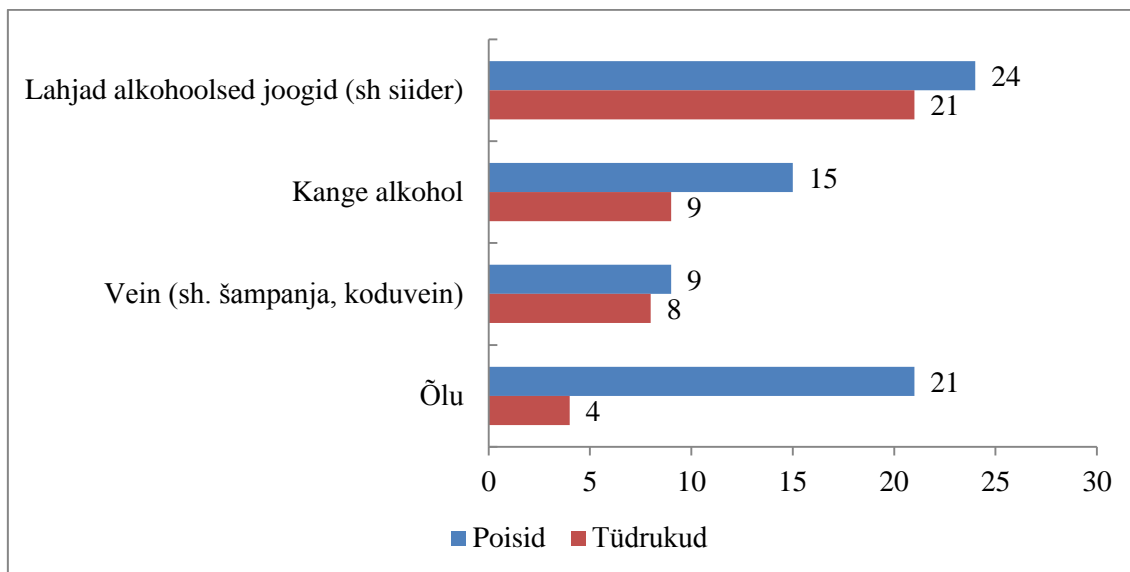
Käsitööõlledel puhul (mille kangus ületab Eesti suurtootjate õlledel kangust) pole kartustki, et tarbijad võiksid üle minna kange alkoholi peale, sest käsitööõllesid juuakse maitseelamuse pärast, mitte enda purju joomise pärast. Seega pärsiks selle õlle suur hinnatõus pigem õllekultuuri kui muudaks tarbimismustreid. Sama ei saa aga öelda Tauruse ja Bocki joojate kohta. Šotimaal läbiviidud uuringutes on leitud, et 50% kogu tarbitavast alkoholikogusest joovad ära liigtarvitajad, samal ajal eelistavad liigtarvitajad poodides olevaid kõige odavamaid tooteid. (Koppel 2014)

Kui siin võtta näiteks Kalvi (2013) poolt toodud õlu Walter, 2 liitrine, 7% kangusega, mille hind 2013. aastal Säästumarketis oli 2,19€, siis võrdsete aktsiiside kohaselt peaks Walteri hind olema vähemalt 3,81€ ja kui seda kõrvutada Kalvi enda poolt välja toodud Laua Viina 2013. aasta hinnaga 5,05 eurot, siis miks ei peaks tarbija liikuma lahjema, 7% õlle pealt, 20% viina peale üle kui nende hinna vahe on kõigest ca 2 eurot. Sellise hinnavahe puhul ei ole isegi 40% Viru Valge, mille hind peaks aktsiiside tõusu korral olema €7,52, oluliselt kallim. Iseasi, kas alkoholi liigtarvitajatel kohe ligi kaheksa eurot rahakotist võtta on.

Oluline on, et viinast ja kangest alkoholist üleüldiselt on liigtarvitajatel palju lihtsam end surnuks juua või salaviina peale üle minna. Kuna salaõlut ei eksisteeri, siis õlle tarbijatelt saab riik oma maksud kindlasti kätte.

Hinnatundlikud on ka noored, kes Eestis alustavad alkoholi tarbimist üha varasemas eas (Koppel 2014). Ehk siis teine oht, mis sellise hinnatõusuga võib kaasneda, on noorte tarbimisharjumuste muutus. Noortel, kellel pole väga suurt sissetulekut, aga kes ometi tahavad pidudel alkoholijoobe saavutamiseks alkoholi tarvitada, võib samamoodi tekkida motivatsioon osta pigem kangemat kui lahjemat alkoholi. Saku Õlletehas on välja arvanud ligikaudse Saku Originaali pudeli hinna koos käibemaksu ja edasimüüjate poolse juurdehindlusega ning selleks hinnaks oleks ca 1,29€ (Kald 2013). Samasse kanti jääks oma hinna poolest ka A. Le Coq Premium. Kui see õlle hind (+ pant €0,08) kõrvutada Viru Valge €7,52ga, siis kui sama raha eest on valida kas pudel viina või 5 pudelit õlut, siis odavam tundub olevat pudel viina.

Joonisel 7 on näha 2009. aastal avaldatud Tervise Arengu Instituudi andmed noorte alkoholitarbimise kohta. Selle joonise põhjal võiks muidugi arvata, et kui lahja alkohoolse joogi hind tõuseks ligi 45% ja suurem osa noortest tarbib kord kuus pigem lahjat alkoholi, siis võiks noorte alkoholitarbimine väheneda. Samas näitasid teoreetilises osas välja toodud Farrelly et al (2012) uuringutulemused, et hind ei mõjuta niivõrd ühiskonna vaesemaid elanikke ja nad jätkavad tarbimist suhteliselt sama mustri järgi. Pigem võivad nad hinnamuutusele reageerida sellega, et lähevad üle kangemale tootele. Farrelly näites oli selleks sigaret, siin alkohol.



Joonis 7 . Õpilaste jaotus vähemalt kord kuus alkoholi tarbinute sageduse ja soo järgi (%)

Allikas: Streimann

Ühtlasi tuleb arvestada ka sellega, et noorte alkoholitarbimist pole nii lihtne muuta. Sellega nõustusid ka sotsiaalministri poolt kokku kutsutud noorteorganisatsioonide esindajad, kes olid ühte meelt, et noorte hoiakuid on raske muuta, ent selle nimel tuleb pingutada. (Alkoholi tarvitamist...) Ehk siis suure tõenäosusega üksnes hinnatõus noorte joomist ei takista. Küll võib aktsiiside võrdsustamine nihutada noorte alkoholi eelistuse kangema alkoholi poole, mis võrreldes lahja alkoholi hinnatõusuga, võib näiliselt odavamaks muutuda.

Paljud noored joovad ka lihtsalt sellepärast, et kambas olla või sellepärast, et nende sõbrad joovad, siis on neil suur oht ettekavatsemata ületarbimiseks. Lahjat alkoholi tarbides ei ole oht üle joomiseks ja alkoholimürgistuse tekkimiseks nii suur kui kange alkoholi puhul. Seega on ka noore inimese tervisele ohtlikum üle minna kange alkoholi tarbimisele.

Tarbimise muutuse kohta on alkoholitootjad tellinud ka kaks uuringut. Esimene neist on alkoholi tootjate ja maaletootjate liidu tellimisel tehtud Turu-uuringute ASi uuring, kus leitakse, et lemmiknapsule jäädakse olenemata hinnatõusust siiski truuks. Uuringus osalejate käest küsiti, kuidas muutuks nende alkoholitarbimine juhul, kui alkoholi hinnad tõuseksid, näiteks pool liitrit õlut maksaks 1,38, siider 1,29, longero 1,1 ja viin 5,77 eurot. (Rudi 2013)

Üle kolmveerandi alkoholi tarbijatest jääks uuringu kohaselt oma senisele peamisele alkoholiliigi eelistusele truuks ja ei muudaks hindade muutumisel oma tarbimisharjumisi alkoholi liigi osas. (Rudi 2013)



Õlle puhul tarbimine pisut väheneks ja viina puhul tõuseks. Samas tõdeti, et muutus oleks nii väike, et see jääb veapiiri sisse. Küll aga vähendaksid pidevad õllejoojad joodava õlle kogust. Mida sagedasema õllejoojaga on tegu, seda tõenäolisemalt ta oma õlle tarbimist hindade muutumisel vähendaks. Kõige vähem muudaksid oma joomisharjumisi veinijoojad. Samas kinnitas ligi viiendik peamiselt viina joojatest vastajates, et hinnatõusu korral hakkaksid nad tarvitama salaviina. (Rudi 2013)

Ka selgus uuringust, et hinnatõus vähendaks napsu tarbimist ennekõike nooremate (15-24aastased) ja madalaima sissetulekuga inimeste seas. (*Ibid*)

Teise uuringu tellis Eesti Õlleliit Emorilt noorte tarbimisharjumuste kohta ning selle tulemused näitasid, üle poole noortest joob end purju rummist. Küsitlusele vastanud noortest 52% märkis, et purju joovad nad end rummist, 48% viinast ja 40% õllest. Siidrist on end purju joonud 31%, veinist 29% ja viskist 16%. Alkoholikokteilid ja tekiila mõjutasid 15% noori, kes on end purju joonud. (Kukemelk 2014)

Sõprade arvates juuakse end kõige sagedamini purju viinast. Nii vastas 79% vastajatest. 68% arvates on see rumm ja 59% arvates õlu. (*Ibid*)

Uuring näitas, et samas eelistavad noored lahjemaid jooke. Õlut eelistab 30%, veini 21% ja siidrit 15%. Kõigest alkoholist on eelistatuim taas rumm 12%. Järgnevad alkoholikokteilid ehk alkohoolsed kokteilid üheksa protsendiga. (*Ibid*)

Ülemaailmsed uuringud on jällegi näidanud, et kõrgemad maksud alkoholile vähendavad noorte joomist ja Markowitzi uuringu kohaselt vähendavad tänu sellele ka seksuaalsel teel levivate haiguste levikut. Samamoodi on leitud, et kõrgemad maksud alkoholile vähendavad liiklusõnnetuste arvu. (Nordblom 2011)

Cnossen'i uuringu kohaselt on Euroopa Liidu põhjapoolsed riigid alkoholi osas hinnatundlikumad kui lõunariigid. Seega on aktsiiside võrdsustamine ja ühtlasi maksude tõstmine Eestis ja teistes põhjapoolsetes riikides oluliselt kasulik ja tulemuslik. Kuigi Taanis on leitud, et alkoholi tarbimine on olenemata maksude, sissetulekute ja hinna muutustest jäänud suhteliselt samaks. (*Ibid*)

Ka ajaleht Postimees korraldas 24.01.2013 küsitluse, kuidas mõjutab kange ja lahja alkoholi aktsiisi võrdsustamine nende tarbimisharjumusi. Vastajaid oli 3190 ning 63% vastanutest ütles, et nad hakkavad lahjade jookide asemel tarvitama kangeid. (Noop 2013)

TNS Emori alkoholitarbimise uuring näitas, et mullu tarbiti Eestis tervikuna 10,14 liitrit alkoholi ühe elaniku kohta. Eelistatud on kanged alkohoolsed joogid, mis moodustas

tarbimisest ligi 40% ehk pisut üle nelja liitri, järgnes õlu 3,8 liitriga. (Kukemelk 2014) Siinkohal võib Eestit võrrelda Soomega, kus kange alkoholi osatähtsus kogu tarbimisest on 28%. Lihtne arvutus näitab, et kui Eestis oleks samasugune alkoholitarbimise struktuur kui Soomes, väheneks eestlaste alkoholitarbimine ühe elaniku kohta kohe 10,2 liitrit 7,6 liitrile. (Noop 2013)

Eelnevast võib järeldada, et inimesed, kes joovad alkoholi eesmärgiga end purju juua ja teevad seda praeguse aktsiisi puhul lahjast alkoholist, võivad uue poliitika puhul üle minna kangele alkoholile, kuna see on suhteliselt odavam. Samas aeg-ajalt alkoholi tarbivad inimesed jääksid oma eelistustele truuks ja vähendaks pigem oma tarbimist.

Ühtlasi tekib siit ka mõttekoht, et kui 40% tarbimisest moodustab kange alkohol ning aktsiiside võrdsustamise puhul kange alkoholi hind ei tõuseks (rohkem kui iga-aastane määratud aktsiisitõus), siis see 40% võrdsustamise tulemusena kindlasti ei väheneks, küll aga võiks suurened. Sellest võib arvata, et aktsiiside võrdsustamine ei pruugi täita oma eesmärki – eestlaste alkoholitarbimist vähendada.

Ka Eesti peaminister Taavi Rõivas (2014) on arvamusel, et viinaaktsiis ei tohi õlleaktsiisist aeglasemalt tõusta, sest Eesti on hetkel kangete alkoholide tarbimisel Euroopas kõrgel kohal. Praegune aktsiiside korraldus lähtub põhimõttest, et see ei kallutaks tarbimist veelgi enam kange kasuks.

Teine oluline võrdluspunkt on **majanduslik kasu aktsiisidest**. Kuna varem on töös kasutatud Kalvi arvutusi, siis jätkatakse sellega ka nüüd. Kalvi (2013) hinnang alkoholiaktsiisi tõstmise mõju kohta riigieelarvele põhineb Rahandusministeeriumi 2012. Aasta kevadprognoosi makromajanduslikel väljavaadetel ning on koostatud arvestades 5% aktsiisitõusu aastatel 2013-2016. Hinnang täiendatavalt laekuvale rahale põhineb eelnimetatud prognoosist tulenevatel müügiimahtudel, kui toimub lahja alkoholi aktsiisi ühtlustamine kange alkoholi aktsiisiga nelja aasta jooksul. Täiendav ja hetkel prognoositav tulu on näha tabelis nr 5.

Tabel 5. Täiendavad laekumised eri alkoholi gruppide maksustamise võrdsustamisel nelja aasta vältel.

Aktiisi laekumise prognoos	2013 milj €	2014 milj €	2014 täiendav laekumine milj €	2015 milj €	2015 täiendav laekumine milj €	2016 milj €	2016 täiendav laekumine milj €
RK eelnõu järgi (+5% igal aastal) õllelt	43,89	48,09		52,92		57,96	
3 a aktiise võrdsustades õllelt		66,40	18,31	100,48	47,56	151,47	93,51
RK eelnõu järgi (+5% igal aastal) kääritatud joogilt	14,63	16,03		17,64		19,32	
3 a aktiise võrdsustades kääritatud joogilt		20,52	4,51	28,96	11,31	40,63	21,31
RK eelnõu järgi (+5% igal aastal) veinilt	16,72	18,32		20,16		22,08	
3 a aktiise võrdsustades veinilt		22,56	7,24	39,24	19,08	59,97	37,89
Kokku lisaraha aktiiside kolme aastaga võrdsustamisel			30,06		77,96		152,71
Lisaraha koos käibemaksuga			36,07		93,55		183,26

Allikas: Kalvi 2013

Alkoholi aktiisi tõusust eeldatavad tulud riigieelarvesse on aktiise ühtlustades valitsuse prognoosituist märgatavalt suuremad. Juba 2014. aastal oleks võimalik saada lisaks 52 miljonit eurot 22 miljoni euro asemel. 2016. Aastal aga juba 213 miljonit eurot 60 miljoni euro asemel. (Kalvi 2013)

Alkoholi aktiiside võrdsustamise eeliseks oleks kahtlemata tunduvalt suurem maksutulu riigile. Siinjuures ei ole küll arvestatud kuludega, mis riigil alkoholi tarbimise tõttu tekivad. Eraldi vaadelduna on uue poliitika maksutulu suureks eeliseks vana poliitikaga

võrreldes. Samas kui vaadelda tarbimise võimalikku tendentsi koos maksutuluga, siis tekib küsimus, et juhul kui alkoholitarbimine peaks liikuma kangema alkoholi poole, siis kas see maksutulud kaaluvad üle võimalikud suuremad riigi kulud.

Siinkohal tuleb põgusalt peatuda ka alkoholi liigtarvitamisest tulenevatel kahjudel. WHO hinnangul põhjustab alkoholitarbimine üle 6 liitri elaniku kohta tõsiseid tervisekahjusid, majanduslikke ja sotsiaalseid probleeme. Alkoholi liigtarvitamisest tingitud haigestumise tõttu kaotatud tööpäevade, ravikulude ja enneaegse surmaga seotud kahjud moodustavad 2-5% SKP-st. (Roheline raamat 2012)

Euroopa Komisjon tellimusel valminud raporti «Alkohol Euroopas» andmetel laekus 2003. aastal alkoholiaktsiisist riigikassadesse 25 miljardit eurot. Alkoholiga seotud kahjude kulud ulatusid 2003. aastal 270 miljardi euroni. Raport ei kajasta alkoholi poolt põhjustatud kahju, mis väljendub laste väärkohtlemises ja ebaterves kasvukeskkonnas, perevägivallas ja perekondade lagunemises ning teistes sotsiaalsetes ilmingutes. Samas on selge, et ka need nähtused pärsivad inimressursi arendamist ning avaldavad negatiivset mõju sotsiaalsele heaolule ja majanduslikule arengule. (*Ibid*)

Raporti alusuuringutes analüüsiti ka Suurbritannia alkoholikahjusid, millest selgub, et näiteks alkoholist põhjustatud kaudsed majanduslikud kahjud – kuritegevusest, töötootlikkuse langusest, vigastustest, haigustest, surmadest jm teguritest – ulatusid 20 miljardi naelani. Kui Eesti kahjud oleksid samas proportsioonis, ulatuksid need üle 1 miljardi euro aastas. Samas juuakse Suurbritannias vaid 8, Eestis ca 10 liitrit alkoholi, seega on eeldatavad kahjud veelgi suuremad. (*Ibid*)

Eestis on hinnatud enneaegsetest surmadest ja haiguste tõttu kaotatud eluaastatest tulenevat kahju nii alkoholist põhjustatud kui vigastussurmade kontekstis. Aastast majanduslikku kahju seoses kaotatud eluaastate ja nende kestel loomata jäänud väärtusega hinnati 2006. aastal vähemalt 2 miljardi krooni (ca 130 miljoni euro) suuruseks, alkoholi liigtarbimise tagajärjel enneaegsest suremusest ja haigestumisest tingitud kogukahju majandusele võis 2006 a. jooksevhindades olla ligi 6 miljardit krooni (üle 380 miljonit euro). Need arvutused ei kajasta alkoholi liigtarvitamisest tulenevaid sotsiaalseid kahjusid, töötust, kuritegevust jms. (Roheline raamat 2012)

Nagu ka varasemalt on magistritöös välja toodud, siis 2014. aastaks on 2014. aasta Alkoholipoliitika Rohelise Raamatu põhjal kaotatud elude arvu suurenemise ja statistiliste elude väärtuse kasvu tulemusena kaotatud väärtus juba enam kui €2,4 miljardit.

Niimoodi vaadeldes tundub, et oht, et kange alkoholi tarbimine uue alkoholipoliitika kohaselt kasvab, on riigile väga suur kulu. Teisalt jällegi on see kulu riigile nii või teisiti, sest paari aastaga alkoholi tarbimist nii palju ei vähenda, et see kulu oluliselt langeks. Samas kui aktsiisitulu saaks riik oma rahvasse kohe investeerida.

Kolmas võrdluspunkt on **piiriülene alkoholi tarnimine**. Kaupade maksustamise erinevad tingimused erinevates riikides või regioonides sunnivad tarbijaid üle riigi piiri rändama, et odavamalt kaupa või teenust osta. Seda seni kuni hinnavõit on suurem kui transpordikulu. (Leal et al 2010)

Kuna alkoholi maksustatakse Euroopa Liidus väga erinevalt, toimub ka alkoholi ostu eesmärgil piiriülest tarnimist. Seetõttu on näiteks 2003. aastal Taani langetanud oma alkoholiaktsiise vastuseks Saksamaa odavamatele aktsiisidele. Samamoodi on Soome 2004. aastal langetanud alkoholiaktsiise vastukaaluks Eesti madalatele maksudele. Rootsis, kus on kõige kõrgemad maksud alkoholile Euroopa Liidus, on ka kõige kõrgem piiriülese alkoholi tarnimise määr. Erasisikute imporditud alkoholikogus on vahemikus 1995-2004 tõusnud 0,8 liitrit inimese kohta 2,7 liitrile (arvestatud on inimesi vanuses 15 ja üle selle). (Leal et al 2010) Hinnatundlikud on isegi rootslased, kes ei ela piirile lähedal. Kuna Rootsis on kogu alkoholiturg riigi monopol, on hinnad üle kogu riigi samad ja seetõttu on rootslased väga tundlikud nii alkoholi hindadele Rootsis kui naaberriikides. (Nordblom 2011) Samamoodi on leitud, et kui 1990. aastal tõsteti müügitulu toidule Lääne-Virginias 6%, vähenes seal kohe ka toidu müük (Tosun, Skidmore 2007).

Nordblom (2011) on oma uuringus jõudnud tulemuseni, kus ühelt poolt oleks Rootsil kasulik alkoholiaktsiise vähendada, et seeläbi vähendada ka üksikisiku alkoholi importi. Samas teiselt poolt on alkoholi tarbimine kasvanud ja aktsiiside eesmärk on tarbimist piirata. Seega aktsiiside vähendamisel võib see rahva tervisele halvasti mõjuda. Oma uuringus küsitles ta ka Rootsi rahvast ning ka nende puhul lähevad arvamused lahku – osad on maksude tõstmise poolt, teine osa jällegi maksude langetamise poolt. Samas käivad väga paljud rootslased alkoholi välismaalt toomas. Korruga tuuakse suured kogused, et ei peaks tihti ostureisidel käima. Seda harrastavad eelkõige rootslased, kes elavad lõunas, kuna neil on parem ligipääs Kesk-Euroopa odavamatele hindadele.

Kui Soome ja Taani on mõlemad impordipiirangute eemaldamise järel alkoholiaktsiise vähendanud, siis Rootsi seda teinud ei ole. Ainus langetus, mida Rootsi on korra teinud, on

vähendanud pisut veinide aktsiise. Selle tulemusena tõusid peale impordipiirangute kadumist eraisikute alkoholi import ja salakaubandus nii palju, et riigi kogutarbimine on kasvanud. 2003. aastaks ületas Taani-Rootsi piiriäärsete alade import riigisisese alkoholi tarbimise. Sellele järgnesid ka probleemid salakaubandusega. Kogu tarbimise suurenemise juures ei ole Rootsis alkoholiga seonduvate surmade arv kasvanud. Seetõttu on Mäkela ja Österberg arvamusel, et Rootsi lähenemine alkoholi maksustamisele päästis elusid, kuigi jättis riigi ilma maksutulust. (Mäkela, Österberg 2004)

Kui riigi maksud on kõrgemad kui naaberriigil, siis teatud osa ostudest, mida varem tehti ühes riigis, tehakse peale hinnatõusu teisest riigist (Leal et al 2010). Seda tasub arvestada ka riiklikul tasemel maksumäärade muutmisel. Erinevad uuringud on viinud tulemusteni, et avatud majanduses on alkoholiaktsiisid alati madalamad kui nad oleksid suletud majanduses. Seda just seetõttu, et avatud majanduse puhul on lihtne käia naaberriikides odavamalt kaupa ostmas (Nordblom 2011). Lisaks sellele, et piiriülesel alkoholi tarnimisel on otsene mõju riigi maksutulule, mõjutab see ka piirkonna müüke, tööhõivet ja kinnisvara hindu ning seeläbi ka maksutulu kinnisvaralt, sissetulekutelt ja müügilt. (Leal et al 2010)

Varasemalt välja toodud Soome näide on teine hea näide illustreerimaks väidet, et kui alkoholi hinnad lähevad liiga suureks, minnakse alkoholi ostma naaberriikidest. 2004. aastal liitus Eesti Euroopa Liiduga ning samal ajal tühistati Soome maksuvaba alkoholi impordi piirangud. Sama aasta suvel suurenes soomlaste alkoholi import Eestist ning vähenes kohalik müük. Nende sündmuste tõttu oli Soome sunnitud ka oma alkoholipoliitika üle vaatama ning alkoholiaktsiise vähendama. Tänu sellele stabiliseerus olukord 2004. aasta sügiseks, kuid alkoholi müügi ja ostu tase oli kõrgemal tasemel kui ta oli olnud varem. (Mäkela, Österberg 2004)

Eesti ja Soome kogemusi eristab pisut fakt, et kui Soomes elab enamik inimestest Lõuna-Soomes, siis Eestis elab Eesti regionaalarengu strateegia 2020 lähteolukorra tervikanalüüsi alusel ca 43% rahvastikust Harjumaal ja seega Eesti põhjaosas. Samas on Eesti pindala tunduvalt väiksem kui Soome oma. Kui Lõuna-Soomest saab kahe tunniga Eestisse, siis Tallinnast Riiga sõitmine võtab aega ca neli tundi, mis ei ole ühepäevaseks reisiks (sh alkoholi ostu eesmärgil) liiga pikk aeg. Ühtlasi on Eesti-Läti vahelist piiri lihtne ja kiire ületada ning kuna Eestil ja Lätil on maismaapiir, siis ei ole piiri ületamiseks vaja teha rohkem lisakulutusi (nt osta laevapiletid) kui auto- või bussitransport.

Seega on liiga kõrgete aktsiiside korral võimalik, et eestlased hakkavad soomlaste ja rootslaste eeskujul oma naaberriikidest alkoholi importima. Ka Eesti idanaabril on odavam alkohol kui Eestis. Sealt alkoholi importimist piirab aga piirivabaduse puudumine. Viisa taotlemine ja piiride ületamine Venemaale on tunduvalt keerulisem kui Läti puhul ning alkoholi tarnimise piirangud Venemaalt Eestisse on samuti rangemad.

Venemaalt tohib Eestisse importida (Tollieeskirjad väljastpoolt...):

- veini kuni 4 liitrit (v.a vahuveini, likööri);
- õlut kuni 16 liitrit;
- lisaks 2 liitrit alkoholiseid jooke alkoholisisaldusega kuni 22% (sh vahuveini, likööri) või
- 1 liiter kanget alkoholset jooki (alkoholisisaldusega üle 22%)

Kahte viimast tohib omavahel kombineerida arvestusega, et iga kogus on 100% ja kokku saab tuua 100%. Samas kui Lätist tohib importida (Tollieeskirjad Euroopa Liidu...):

- kuni 90 liitrit veini, mille hulgas võib olla kuni 60 liitrit vahuveini;
- kuni 110 liitrit õlut;
- kuni 10 liitrit kangeid alkoholiseid jooke (alkoholisisaldus üle 22%);
- 20 liitrit muid eelnevalt nimetamata alkoholiseid jooke (alkoholisisaldusega alla 22%).

Seega võib arvata, et kui Eesti ja Läti alkoholihindades tekivad märkimisväärsed vahed, siis võib Eestis alkoholimüük väheneda, kuid selle võrra suurenedas Lätis. See aga tähendab riigile laekumata makse ning ohtu ka Eesti alkoholitootjate pakutavatele töökohtadele.

Teine piiriülene alkoholi tarnimise variant on eksport Eestist välja. Eestis moodustab turistide alkoholi ost märkimisväärse osa alkoholi kogumüügist. Erinevalt oma riigi kodanike alkoholiostust, on turistide ostud justkui boonuse või lisatulu, sest nende tagajärgedega ei pea Eesti riik arvestama. Selle tulu eest saab oma kodanikele võimaldada avalikke teenuseid, mille eest ei pea kohaliku maksumaksja rahaga tasuma. (Saar 2011) Kui turist alkoholi ostu eesmärgil Eestit külastab, siis suure tõenäosusega teeb ta siin ka teisi kulutusi, näiteks majutus, toitlustus, transport ja elavdab seeläbi Eesti majandust rohkem kui üksnes alkoholi ostuga.

Nagu eelnevalt mainitud, siis odav alkohol (võrrelduna Eestis ja Soomes), on üks oluline aspekt, mis Soome turiste Eestisse toob. Emori uuringu andmeil ostis kõikidest Eestit

külastanud Soome turistidest alkoholi kaasa 79% ja nad kulutasid selleks keskmiselt 122 eurot ühe ostja kohta. Soome turistide kaasaostud moodustavad 34% alkoholimüügist. Lahjemate alkohoolsete jookide kategoorias kasvasid turistide ostumahud üle 15% võrreldes 2012. aastaga, samas iseloomustab ka soomlasi kangemate jookide vähenenud eelistus. (Eerme 2014)

Nii alkoholiaktsiiside võrdsustamine kui ka lihtsalt aktsiiside tõstmine mõjutab suure tõenäosusega ka Soome turistide Eestisse tulekut ning Eestis poodlemist. Emori uuringu andmeil ostavad turistid Eestist kõige enam õlut ja lahjasid alkohoolseid jooke (ca 55% kogumüügist, 2012. aasta seisuga). Viina müügiprotsent on 20. (Välituristide alkoholi...) Kui arvestada et 2014. aasta Emori uuringus on öeldud, et lahja alkoholi kategoorias kasvasid turistide ostumahud üle 15% võrreldes 2012. aastaga, siis võib arvata, et 2013. aastal moodustasid need juba ca 70% kogumüügist. Seega tekib lahja alkoholi hinnatõusul oht, et alkoholi tarbimine langeb turistide arvelt. Ühtlasi võib selle all kannatada ka turism üleüldiselt.

Piiriülene alkoholi tarnimine on oluline aspekt mõlemat pidi – nii turistide Eestist välja viidud alkohol kui eestlaste sissetoodud alkohol. Esimene versioon on riigile kasulik, sest nagu varemgi öeldud, toob see puhtalt tulu. Teine versioon on riigile kahjulik, sest selle võrra jääb Eestist ostetud alkoholimäär väiksemaks, mis tähendab väiksemat maksutulu ning väiksemat majanduslikku kasu ka ettevõtetele.

Üks mõttekoht jääb siit veel üles – ehk tasuks mõelda Euroopa Liidu miinimumaktsiiside tõstmisele, selleks, et ennetada piiriülest alkoholi importimist kui ka investeerida laiemas perspektiivis rahva tervisesse.

Järgmine võrdlusmoment on **salaalkoholi levik**. Ilmselgelt, mida kõrgemad on maksud ja hinnad, seda tõenäolisem on, et hakatakse otsima võimalust osta alkoholi odavamalt. Üks variant on eelmises punktis välja toodud naaberriigist alkoholi soetamine, teine variant on salaalkoholi ostmine. Teine variant on eriti halb, sest mitte ainult ei tähenda riigile kaotatud makse, aga ühtlasi tuleb riigil teha kulutusi, et musta turuga võidelda.

2011. aastal ostis illegaalset alkoholi 8% alkoholi tarbijatest. Illegaalse tarbimise üheks peamiseks mõjutajaks on riigi majanduslik olukord – kui see paraneb, siis muutub kindlamaks ka tarbijate olukord ning väheneb vajadus hankida ebaseaduslikult odavat salaalkoholi. 2011. aastal Eestis majandus kasvas ja vähenes tööpuudus, mille tulemusel



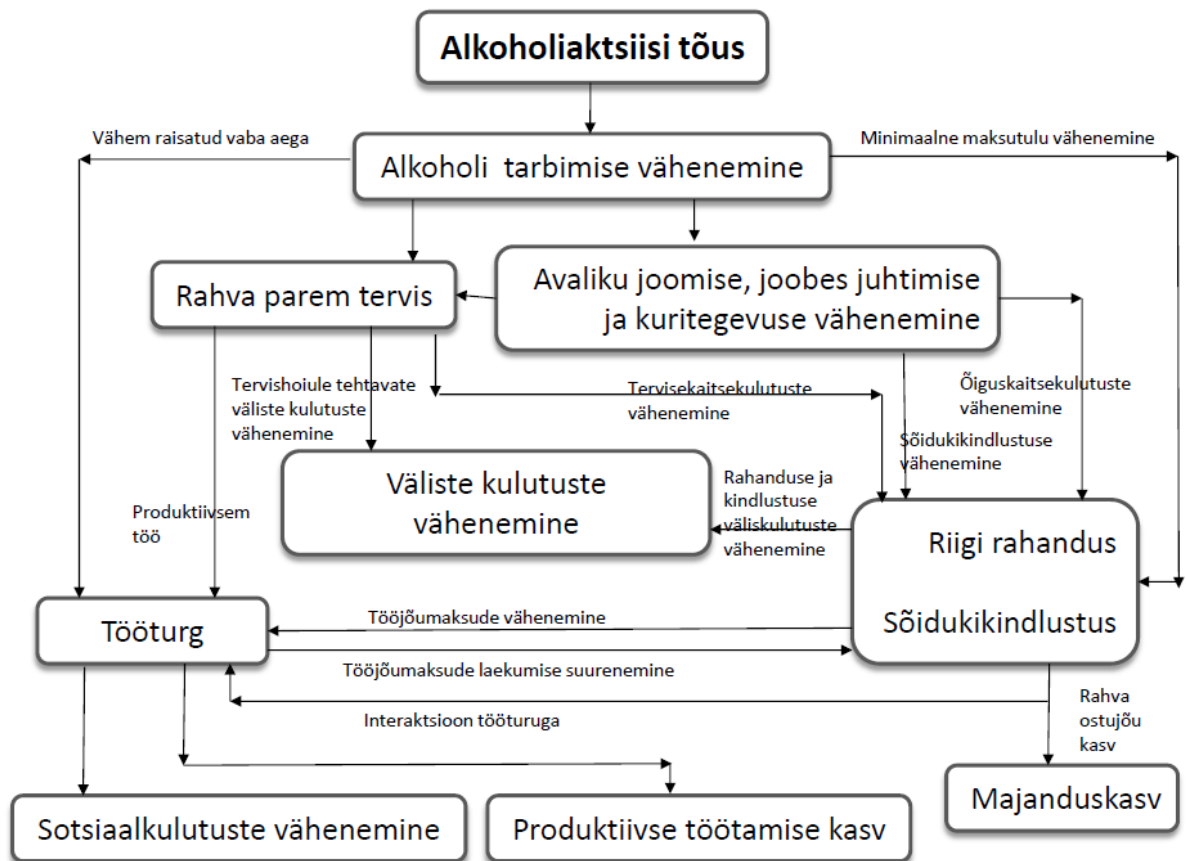
langes ka illegaalse alkoholi tarbimine. Elanike hulgas läbiviidud küsitluse põhjal selgus, et salaalkoholi ostmisel on peamiseks põhjuseks selle madalam hind võrreldes legaalse alkoholiga, samuti ei olnud takistuseks kvaliteet – pooled tarbijatest pidasid salaalkoholi kvaliteeti samaväärseks legaalse alkoholi kvaliteediga. Salaalkoholi madalamat hinda pidas ostmisel väga oluliseks üle poole illegaalse alkoholi ostjatest. (Orro et al)

Kui alkoholi hind aktsiiside võrdsustamisel kasvab, on väike võimalus, et salaalkoholi levik tõuseb. Seda eelkõige liigtarvitajate arvelt, kes jõid varem kanget õlut ja muudavad oma tarbimisharjumusi hoopis salaviina kui odavama alternatiivi kasuks. Samas kuna salaõlut ei eksisteeri, on see tõenäosus ning selle mõju väike.

Palju tõenäolisem on, et aktsiiside tõstmise korral kui õlu läheb viinaga võrreldes suhteliselt kallimaks, võib hakata rohkem inimesi **ise õlut pruulima**. Õlle pruulimiseks vajalikke seadmeid ja toormaterjali on võimalik endale internetist lihtsalt ja kiirelt soetada. Ühtlasi võib ka mitmete uute Eesti väikepruulijate turule tulek anda aimu, et Eestis on õlle pruulimine ja käsitööõlled populaarsemaks muutumas. Ühelt poolt on see riigile kahjulik, sest saamata jäävad aktsiisitulud. Samas võib nendest, kes oma tarbeks õlut pruulivad, välja areneda väikesed ettevõtted, kes hakkavadki käsitööõllesid pruulima ja müüma. See **edendab nii ettevõtlust**, annab riigile võimaluse aktsiisitulu (ja ka muid maksutuluseid) saada ning ühtlasi edendab ka õllekultuuri.

Viimaseks võrdluspunktiks on riigi **kaudsed kulud ja tulud**. Esmalt vaadeldakse riigi poolt tehtavaid kaudseid kulutusi, mida alkoholiaktsiiside võrdsustamisel (ja üleüldiselt tõstmisel) on ühte sorti. Nimelt nõuab alkoholiaktsiiside suurendamine suuremaid administratsioonikuluseid riigi poolt, sellepärast et mida kallimaks läheb alkohol, seda suurema tõenäosusega võib hakata elavnema must turg. Musta turu leviku avastamiseks, peatamiseks ja kõrvaldamiseks on riigil tarvis teha kulutusi. (Saar 2011)

Kaudseid tuluseid on aga hulga rohkem. Saar on oma 2011. aasta artiklis teinud väga huvitava ja hea skeemi, kust näeb väga hästi, millised positiivsed omadused on alkoholiaktsiiside suurendamisel ja miks mitte ka võrdsustamisel (kuna seeläbi suureneb lahja alkoholi aktsiis). Neid positiivseid efekte näeb joonisel 8.



Joonis 8. Alkoholiaktsiisi tõstmise positiivsed mõjud

Allikas: Saar 2011

Jooniselt 8 on näha, et aktsiiside tõusu puhul väheneb alkoholi tarbimine, mis on omakorda positiivne, sest vähendab joobes peaga auto juhtimist, avalikus kohas alkoholi tarvitamist ja muid alkoholsete jookidega seotud õigusrikkumisi. Nii eelnev kui ka alkoholi tarbimise vähenemine viib riigi kodanike parema terviseni. Rahva tugevam ja parem tervis aitab säästa riigi kulutusi tervishoiusüsteemile. Samamoodi aitab kulutusi säästa ka joobes peaga autojuhtimiste arvu vähenemine ning õigusrikkumiste arvu vähenemine. Esimene hoiab kokku kindlustuse rahasid, teine jällegi kulutusi õigussüsteemile. Aktsiiside tõstmine toob hoolimata tarbimise vähenemisest jätkuvalt tulu riigikassasse. Kõik need otsesed ja kaudsed tulud aitavad tõsta efektiivsust, mis tulenevad väliste kulude vähenemisest ning avaliku sektori kulude vähenemisest. Samamoodi mõjub see kasulikult ka tööturule, sest parema tervise puhul tõuseb produktiivsus; alkoholi tarbimise vähenemise tõttu tuleb töölt vähem aega maha võtta; riigi tulude kasvu abil on võimalik vähendada tööjõule kehtestatud makse.

Samamoodi on kaudne tulu kui alkoholiaktsiisidest saadav tulu investeerida näiteks meditsiini. See tõstab riigi kodanike võimalusi ravi saamiseks ning ravi kvaliteeti. Kui rahval on paremad võimalused saamaks head, kiiret ja professionaalset arstiabi, aitab see omakorda ka töövõime taset tõsta, mis veel omakorda vähendab ka riigi kulusid töövõimetushüvitisele. (Saar 2011)

Kui riigipoolne ressursside kulutamine joores inimeste õigusrikkumistega tegelemiseks on kaudne kulu, siis kui aktsiiside tõstmise läbi väheneks joomine, väheneks ka õigusrikkumise arv ja seega väheneksid ka riigi kulutused. (Saar 2011)

Aktiiside võrdsustamise plussid ja miinused on kokkuvõtlikult välja toodud alljärgnevas tabelis nr 5.

Tabel 5. Aktiiside võrdsustamise eelised ja puudused

<b>Võrdsustamise eelised</b>	<b>Võrdsustamise puudused</b>
Alkoholi tarbimise vähenemine	Kange alkoholi tarbimise tõus
Suurem tulu aktsiisidest	Eestlased võivad alkoholi hakata tarnima Lätist
Õllekultuuri ja ettevõtluse kasv	Soome turistide arv võib tunduvat väheneda
Mitmed kaudsed kulud väheneksid	Administratiivkulud võivad tõusta

Allikas: Magistritöö peatükk 3.1.

Võrdluseks vaadeldakse järgmisena Sloveenia alkoholiturgu. Kuna Sloveenias on alkoholiaktsiisid peaaegu võrdsed ning sellega seoses on Sloveenia lähim riik maailmas võrdsetele aktsiisidele, on see riik ka parim näide, mida on võimalik vaadelda.

Väga hea võrdlusbaasi selleks annab Maailma Terviseorganisatsiooni poolt pakutavad 2010. aasta ülevaade kõikide Euroopa riikide alkoholiturgudele. Selle põhjal on koostatud ka tabel 6, mis võrdleb Eesti ja Sloveenia alkoholitarbimist alkoholi liikide kaupa.

Tabel 6. Eesti ja Sloveenia alkoholitarbimine alkoholi liikide kaupa protsentides.

Alkoholi liik	Tarbimine Eestis	Tarbimine Sloveenias
Kange alkohol	37%	9%
Õlu	44%	41%
Vein	11%	47%
Muu	11%	3%

Allikas: Autori koostatud lisas 2 toodud andmete põhjal

Selle tabeli alusel on eelnev väide, et alkoholiaktsiiside võrdsustamisel tõuseb kange alkoholi tarbimine, ümber lükatud. 9% kange alkoholi tarbimine võrrelduna 41% õlle tarbimisega näitab väga edukalt, et isegi kui aktsiisid oleksid (peaaegu) võrdsed, ei muutu kange alkoholi tarbimine suuremaks.

Samas tuleb arvestada faktiga, et Sloveenias ei ole veinil aktsiisi ja keskmine hind liitri veini eest on €2,68, samas kui Eestis oli see 2011. aastal keskmiselt €5,68 (Põltsamaa veinid) (Männaste et al 2012). Seetõttu on ka alkoholiliikide proportsioonid kahe riigi vahel küllaltki erinevad ja võib-olla oleks taoline olukord ka Eestis juhul kui ka siin ei oleks veinil aktsiisi. Vaadeldes teisi alkoholikategooriaid, siis liitri õlle hind oli Sloveenias 2010. aastal €1,75, samas kui Eestis oli 2011. aasta seisuga €1,66 ja kange alkoholi hind oli Sloveenias €12,33, Eestis aga €13,06 (*Ibid*). Õlu oli Sloveenias kallim kui Eestis, aga kange alkoholi puhul oli asi vastupidi. Seda huvitavam on, et eestlased joovad kanget alkoholi palju rohkem kui sloveenid. Ühtlasi võib hindade ja tarbimise suure erinevuse põhjal järeldada, et neid kahte riiki väga hästi võrrelda ei saa.

Sloveenias on alkohol läbi põimunud rahva ja kultuuriga. Lisaks on Sloveenias palju veiniistandusi. Eestis on küll ka alkohol rahvaga läbi põimunud, aga mitte läbi veini. Hoolimata suurtest kultuurilistest erinevustest kahe riigi vahel, annab Sloveenia alkoholiturg siiski võimaluse, et aktsiiside võrdsustamisel ka Eestis kange alkoholi joomine ei tõuseks. Samas annab Sloveenia ka ühe mõtlemiskoha – kuigi Sloveenias on alkoholiaktsiisid küllaltki võrdsed ja küllaltki kõrged (võrrelduna Eestiga, mitte Põhjamaadega), siis ei ole seal tarbimine sellest hoolimata vähenenud. Kui aktsiiside võrdsustamisel on eesmärk tarbimist vähendada, siis tundub, et see ei pruugi oma eesmärki täita.

### 3.2. Tarbijakäitumise võimalik muutus alkoholiturul

Tarbijakäitumise muutumisel alkoholi aktsiiside mõjul on kolm varianti – tarbija hakkab kas rohkem ostma, vähem ostma või ei muuda oma käitumist oluliselt. Loogiline oletus on, et kui alkoholiaktsiisid võrdsustatakse ning lahja alkohol läheb tunduvalt kallimaks, siis hakkab tarbija vähem alkoholi ostma. Samas on näiteks Taanis 1980. aastast alates alkoholiaktsiise tõstetud, vähendatud, palgad on selle aja jooksul tõusnud, aga tarbimine on jäänud 25 aasta jooksul suhteliselt samaks. (Cour, Milhøj 2009) Samamoodi on ka Sloveenias aktsiise pidevalt tõstetud ning need aastate jooksul olnud võrdsemad ja vähem võrdsemad, aga alkoholi tarbimist üldiselt see väga mõjutanud ei ole. Kõige tõenäolisem stsenaarium on seega, et tarbijakäitumine alkoholiturul üldiselt väga ei muutu. Samas võib tarbimine erinevate alkoholiliikide vahel ümber jaotuda.

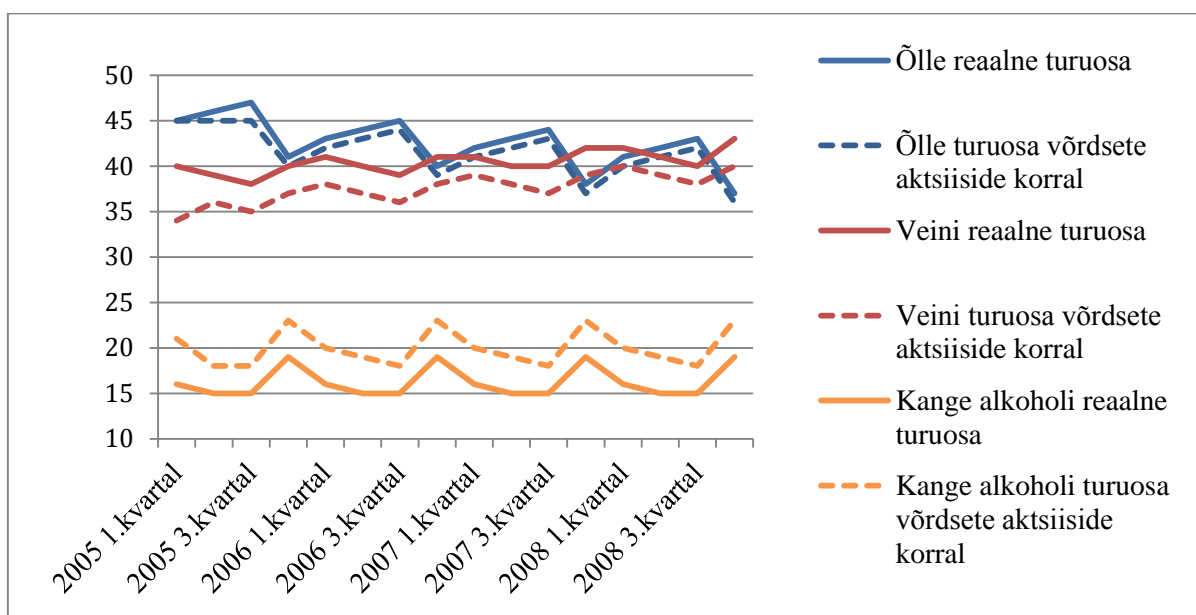
Nagu eelmises alapeatükis välja toodud, siis muutuks lahja ja kange alkoholi võrdsustamisel viin õllega võrreldes suhteliselt odavamaks (pudel Saku Originaali maksaks umbes 1,29€, samas kui Viru Valge hind oleks umbes €7,52), seega võiks arvata, et enamik inimesi hakkavad õlle asemel jooma hoopis viina, sest seda on samas koguses odavam osta. Samas on 2008. aastal tehtud uuring, mille põhjal selgus, et 30% inimestest peavad õlle joomist seltskondlikuks tegevuseks ja vaid 19%, et õlut juuakse selleks, et purju jääda. Ülejäänud 50% joovad õlut nii ühel kui teisel põhjusel. 75% vastanutest joob õlut väljas, grillides või piknikul. 46% rüügab kesvamärjakest sõprade pool ja 43%, siis kui sõbrad külas on. 16% eestlastest joob õlut peale sauna. (Pinn 2008) Peale sauna või saunas keegi suhteliselt odavama hinna pärast viina jooma ei hakka. Sama kehtib ilmselt ka grillimise ja pikniku kohta. Ühtlasi pidas 2008. aastal õlut oma lemmikjoogiks 73% vastanutest. Sellest tulenevalt võib arvata, et õlle tarbimise määr aktsiiside võrdsustamisel väga palju ei muutu. Sama tulemuseni jõudis ka eelmises alapeatükis väljatoodud Turu-uuringute AS oma uuringus.

Olukord ei pruugi sama olla aga siidrite, *long drink'ide* ja alkoholsete kokteilide puhul. Need on juba praegu kallimad kui õlu ja nende hind tõuseks veelgi. Pudel Somersby Pear siidrit (4,5%, 0,33l pudel, Somersby on 2014. aasta aprilli seisuga Nielsenini andmetel hetkel siidrituru liider) maksab hetkel toitkoju24.ee andmetel €1,38. Kalvi aktsiiside võrdsustamise tabeli 2016. aasta aktsiiside järgi tõuseks pudel Somersby Pear siidrit üksnes aktsiiside tõusu tõttu €0,75, mis teeks pudeli hinnaks €2,13. Arvatavasti lisatakse sellele ka teatud juurdehindlus, nii et pudeli Somersby hind võib jääda €2,5 kanti. See on 0,33 l pudeli

kohta väga kõrge hind ning võib arvata, et see mõjutab ka tarbimist. Eriti, et peol alkoholi tarbides saab siidritele sarnase magusa maitse lihtsalt luua ka viina ja mahla või limonaadi kokteili näol.

Võimalik on ka stsenaarium, kus lahja alkoholi hindade tõusu tõttu langeb lahja alkoholi turg, aga kange alkoholi turg ei muutu, sest kange alkoholi hind ei muutu rohkem kui plaaniliste aktsiisitõusude tõttu.

Kõige tõenäolisema stsenaariumi saab aga vaadates Couri ja Milhøj (2009) tehtud uuringut. Uuringus vaadeldakse aktsiiside muutumist küll pisut teistpidi (kange alkoholi aktsiis tuuakse samale tasemele kui lahja alkoholi aktsiis, mitte vastupidi nagu Eestis on arutatud), kuid on jõutud järeldusele, et sellisel stsenaariumi korral suureneks kange alkoholi tarbimine Taanis 4%. Veini tarbimine väheneks aga poole rohkem kui õlle tarbimine. Seda on illustreeritud ka joonisel 9.



Joonis 9. Turuosade muutus aktsiiside võrdsustamisel Taanis, protsentides

Allikas: Cour, Milhøj 2009

Nagu jooniselt näha, siis alkoholi tarbimise maht üldjoontes jääks sellise stsenaariumi juures samaks, kuid muutuksid erinevate alkoholide turuosad.

Kõige tõenäolisem on selline stsenaarium seetõttu, et Taani on väike riik nagu Eestigi, mis asub Põhja-Euroopas ning Taani ja Eesti kultuurid on sarnased, erinevalt Sloveeniast ja

Eestist. Kuigi päris kindlalt ei saa ka neid kahte riiki võrrelda, sest ka Eesti ja Taani alkoholitarbimise eelistused on pisut erinevad. Kanget alkoholi tarbimine on Taanis vaid 14% kogutarbimisest, samas kui veini tarbimine on 48%. (Denmark 2014) Eesti puhul võiks veini kui muu lahja alkoholi (v.a õlle) tarbimine väheneda samas stiilis nagu Taani mudeli puhul üksnes vein.

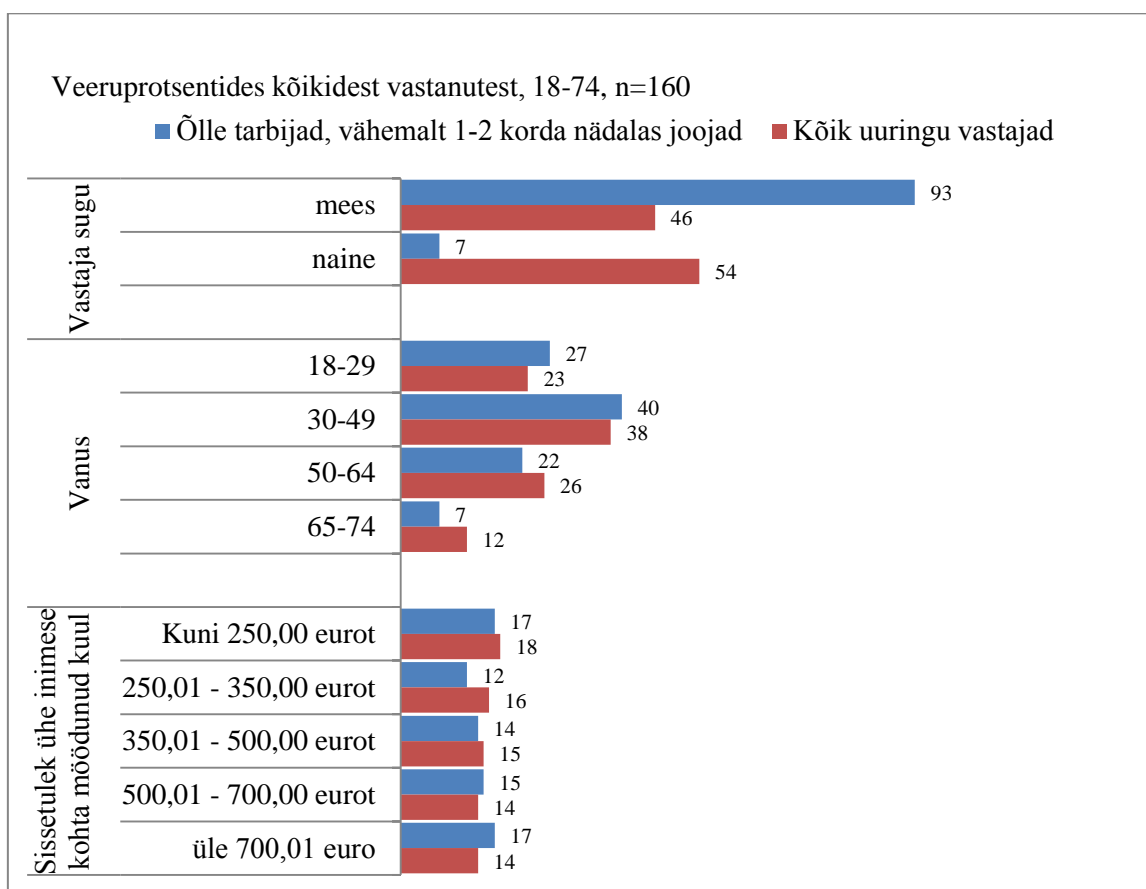
Seega võib arvata, et alkoholide võrdsustamisel alkoholi tarbimise määr oluliselt ei muutuks. Lahja alkoholi ja õlle tarbimise määr võib pisut langeda. Seda eelkõige sellepärast, et madalama sissetulekuga inimesed ei pruugi saada endale samas koguses lahjat alkoholi lubada kui varem. Kange alkoholi tarbimine jääks samaks või tõuseks pisut nende inimeste arvelt, kes leiavad, et odavam on osta kanget alkoholi kui lahjat. Samas võib juhtuda, et selline langus ja tõus on vaid lühiajalised kuni rahvas harjub uute hindadega ning seejärel muutuks erinevate alkoholsete jookide tarbimise määr samasuguseks nagu ta on praegu. See aga tekitab küsimuse, et kui alkoholi aktsiiside võrdsustamise eesmärk on langetada alkoholi tarbimist Eestis, siis sellisel kujul ta oma eesmärki ilmselt ei täidaks. Seda enam, et 40% eestlaste absoluutalkoholi tarbimisest moodustab kange alkoholi tarbimine, selle hind aga ei muutuks üldse ning seetõttu ei väheneks ka kange alkoholi tarbimine.

### **3.3. Uuenenud tarbijaprofiilid**

Nagu eelmisest alapeatükist selgus, muutuks aktsiiside võrdsustamise tõttu veidi ka tarbijakäitumine alkoholiturul. Sellest tulenevalt vaadeldakse selles alapeatükis uue alkoholipoliitika korral tekkivaid tarbijaprofiile. Uute tarbijaprofiilide puhul vaadeldakse sugu, vanust ning sissetulekut. Muud faktorid, mis praeguste tarbijaprofiilide ülevaates olid, jäetakse kõrvale. Lisaks vaadeldakse uusi profiile eelnevalt välja toodud Emori küsitlusele vastanutega võrreldes ehk siis sellisena nagu need samad inimesed vastaksid peale uue poliitika kohaldamist samadele küsimustele.

Esimesena võetakse vaatluse alla õlle tarbija. Praegu on õlle tarbija peamiselt mees, vanuses 18-50, kes elab pigem väiksemas linnas või maa-asulas, on keskmisest madala haridusega, keskmise sissetulekuga. Nagu teisest peatükist välja tuli, siis õlut tarbitakse nii tihti, et selle tarbimisprofiili sai vaadelda iganädalaste tarbijate lõikes. Selle info valguses võib arvata, et kuigi õlle tarbimine väheneks, siis ei väheneks see ilmselt nii drastiliselt, et mingid vanusegrupid lõpetaksid õlle joomise täielikult. Seega jääks õlle tarbijaks jätkuvalt

mees, vanuses 18-50. Samas võib noorte (18-29) vanusegrupis tarbimine olla väiksem kui seni, sest nende sissetulekud ei pruugi võimaldada nii tihedat õlle ostmist. Nagu näha lisas 1 väljatoodud palgatöötaja kuu keskmist brutotulu vanusegrupiti, siis alla 25aastased noored teenivad peaaegu poole vähem kui 25-49aastased. Samamoodi võib ennustada tarbimise vähenemist, sest suur hulk õlle tarbijaid saab palka vaid kuni €250. Proportsionaalselt sama suur hulk saab aga palka üle €700, seega ei pruugi õlle tarbimine väga palju langeda. Uut õlle tarbija profiili võib näha joonisel 10.



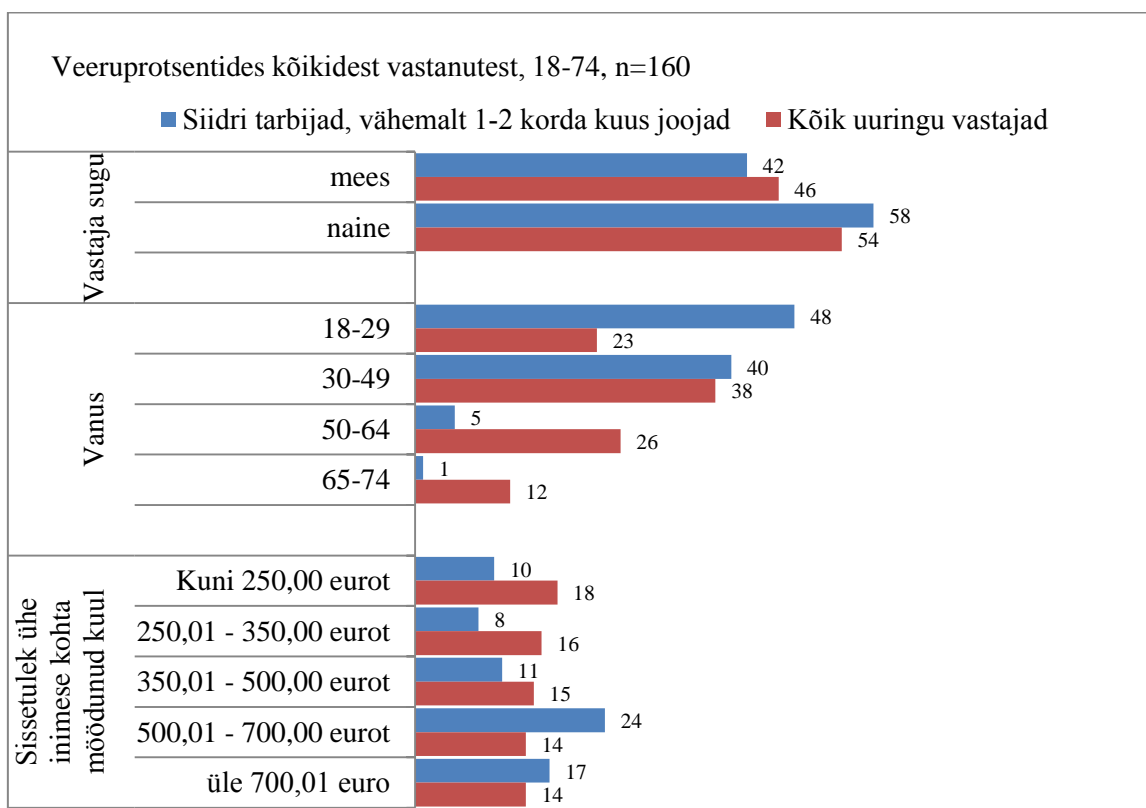
Joonis 10. Õlle tarbija profiil alkoholiaktsiiside võrdsustamise järel

Allikas: Autori koostatud

Hetkel on keskmine siidri tarbija on 18-50aastane naine, Tallinnast või maaregioonist, keskmisest suurema sissetulekuga ning keskmisest madalama haridusega. Siidrijuojate seas on ülekaalus noorte vanusegrupp 18-29. Lisas 1 väljatoodud tabeli alusel on näha, et selle vanusegrupi naiste seas on keskmine sissetulek vaid €491, mis võib tähendada ka siidri



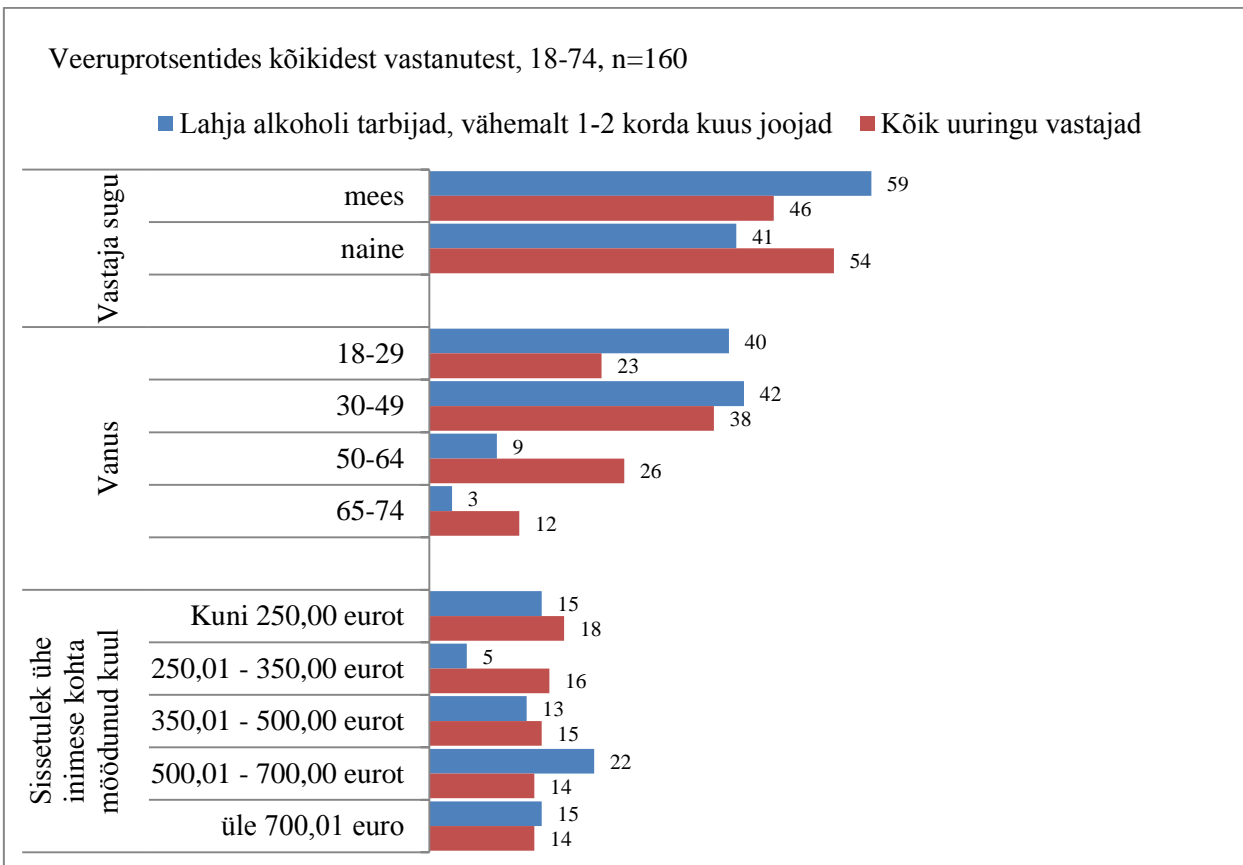
tarbimise langust selles vanusegrupis. Kuigi väga suurt langust ei saa ennustada, sest keskmise siidri tarbija sissetulek on pigem kõrge. Siidri igakuise tarbija uut profiili on näha joonisel 11.



Joonis 11. Siidri tarbija profiil alkoholiaktsiiside võrdsustamise järel

Allikas: Autori koostatud

Lahja alkoholi tarbija oli pigem mees, taaskord vanuses 18-50, kõrgema sissetulekuga. Nagu ka siidri puhul, eelistavad lahjasid alkohoolseid jooke eriti noorem vanusegrupp, kelle sissetulek Statistikaameti andmetel on €650 kanti, mis ühtib ka uuringu tulemusega. Kuna sellel vanusegrupil on madalam sissetulek, siis võib ennustada ka mõningast lahjade alkoholide tarbimise langust. Uus profiil on näha joonisel 12.



Joonis 12. Lahja alkoholi tarbija profiil alkoholiaktsiiside võrdsustamise järel

Allikas: Autori koostatud

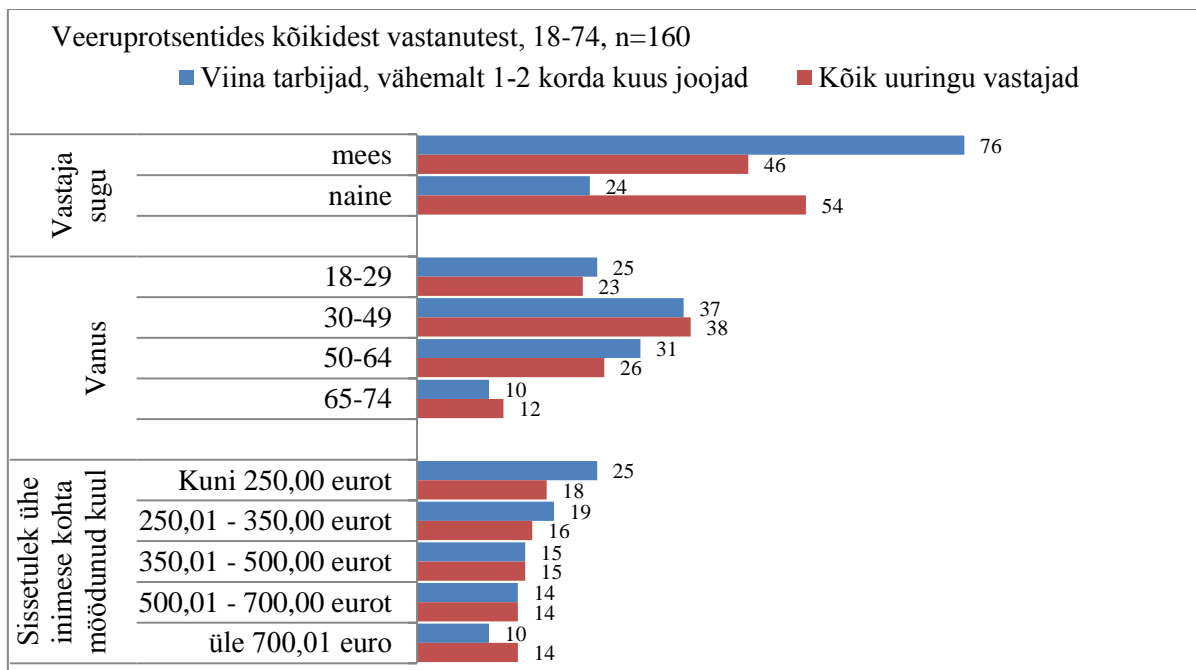
Keskmine viina tarbija oli vanuses 30-64 meesterahvas, kellel oli keskmisest väiksem sissetulek. Arvestades, et viinapudeli hind on uue poliitikaga suhteliselt odavam kui lahja alkoholi (sh õlu ja siider) hind, siis võib arvata, et juhul kui lahja alkoholi tarbijad ei soovi alkoholist loobuda, siis võivad nad hakata tarbima viina. Seda põhjusel, et viin on odavam kui muu kange alkohol ning nagu eelnevalt näha oli, siis noored, kes olid peamised lahja alkoholi joojad, ei ole kõrge sissetulekuga. Seega on vähetõenäoline, et nad hakkaksid tarbima muud kanget alkoholi. Tabelis 7 on Jussi viinapoe andmeid kasutades välja toodud erinevate kangete alkoholide 0,5l pudelite kõige odavam võimalik hind ning kangus.

Tabel 7. Erinevate kangete alkoholide odavaimad hinnad

Alkoholiliik	Odavaima 0,5l pudeli hind, €	Kangus, %
Viin	5,88	40,0
Konjak	11,55	38,0
Brändi	5,28	30,0
Viski	9,75	40,0
Tequila	14,30	38,0
Gin	6,60	40,0
Rumm	7,40	37,5

Allikas: Jussi viinakaupa koduleht

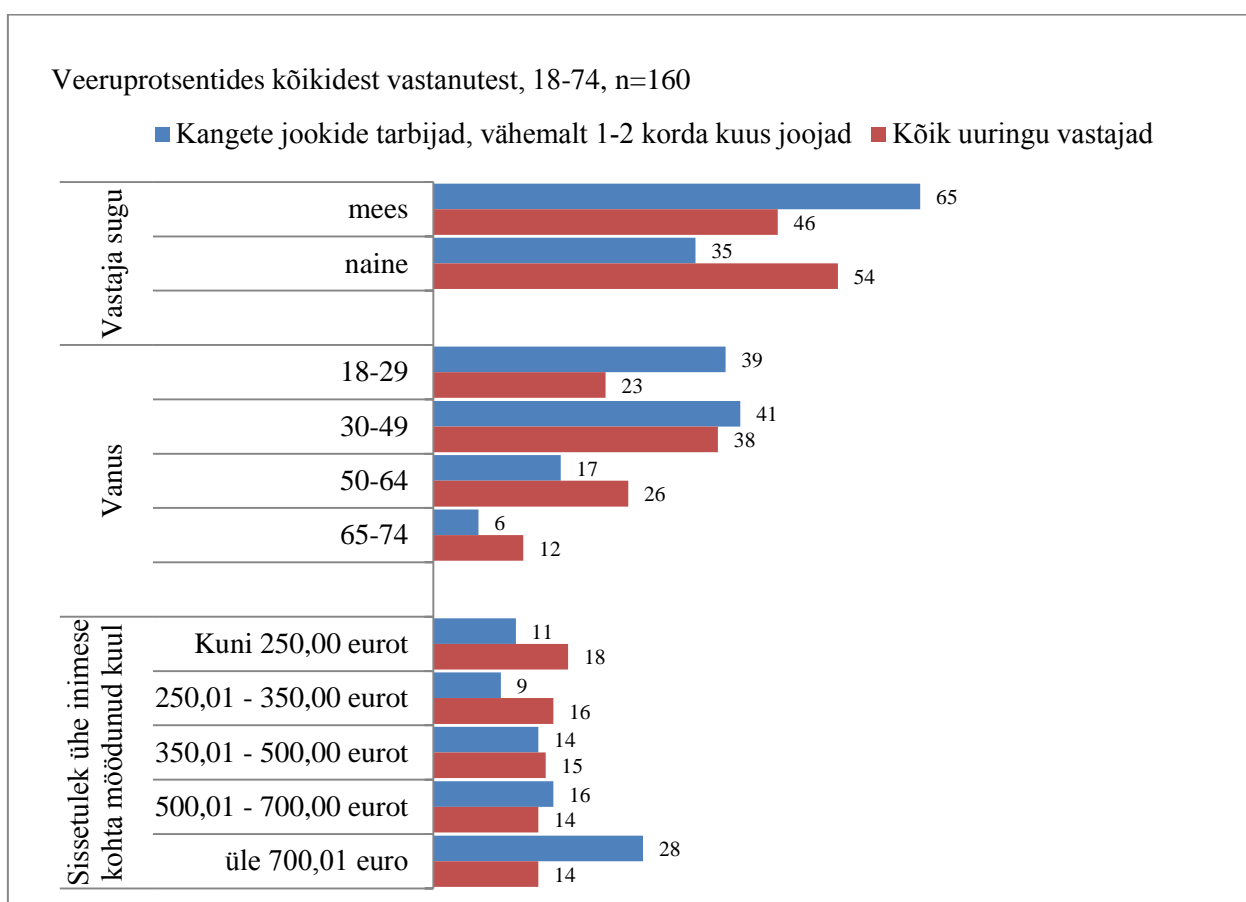
Nagu näha ülalpool asuvast tabelist, siis vaid brändi ja gin on enam-vähem samast hinnaklassist, mis viin. Kõik ülejäänud kanged alkoholid on tunduvalt kallimad kui pudel viina. Sellest lähtudes võib arvata, et viina tarbimine tõuseb pisut noorema vanusegrupi seas. Uus viina tarbija profiil on välja toodud joonisel 13.



Joonis 13. Viina tarbija profiil alkoholiaktsiiside võrdsustamise järel

Allikas: Autori koostatud

Kange alkoholi (v.a viin) tarbijad olid enamasti mehed vanuses 18-49, kellel oli kõrge sissetulek. Eelnevast tabelist (nr 7) lähtuvalt võib arvata, et lahjade alkoholsete jookide (v.a õlu) tarbijate seast võivad osad hakata rohkem tarbima ka kangeid jooke. Kuna brändi ja gin olid viinaga võrreldavad hinnaklassis, siis võib noorte arvelt pisut veelgi tõusta kange alkoholi tarbimine. Ka iganädalaste õllejoojate seast võib mõningane protsent hakata tarbima hoopis kanget alkoholi. Seda seetõttu, et õllejoojatel oli keskmisest kõrgem sissetulek ning sarnane profiil on ka kangete alkoholsete jookide joojal. Kange alkoholi tarbijate uut profiili võib näha joonisel 14.



Joonis 14. Kange alkoholi tarbija profiil alkoholiaktsiiside võrdsustamise järel

Allikas: Autori koostatud

Eelnevast tulenevalt võib öelda, et lahja alkoholi (sh õlu ja siider) joomine väheneb pisut. Seda nii nende tarbijate arvelt, kes vähendavad joomist, et mitte kulutada kallimaks läinud alkoholile nii palju raha, aga ka noorte arvelt, kelle sissetulek ei ole väga suur. Kange

alkoholi tarbimine tõuseb pisut. Seda kas noorte arvelt, kes soovivad alkoholi tarbida, kuid ei soovi kõrge hinnaga osta mitu pudelit lahjat alkoholi ning otsustavad pudeli kange alkoholi kasuks, kui ka õlle tarbijate seas, kes soovivad mõnel õhtul võtta pudeli õlle asemel klaasi kanget alkoholi.

## KOKKUVÕTE

Alkoholiaktsiiside võrdsustamisel on mitmeid eeliseid ja ka mitmeid puuduseid.

Võrdsustamise eelised on:

- alkoholi tarbimise vähenemine
- suurem tulu aktsiisidest
- mitmete kaudsete kulude vähenemine
- õllekultuuri ja ettevõtluse kasv

Alkoholi tarbimine väheneks, sest lahjat alkoholi hakataks kõrgema hinna korral vähem tarbima. Seda eriti noorte ja madala sissetulekuga inimeste arvelt. Samas ei väheneks alkoholi tarbimine drastiliselt.

Aktiiside võrdsustamine tähendab lahja alkoholi aktsiisimäärade kasvu, mis omakorda tähendab, et kui tarbimine eriti ei vähene, siis oleks riigil võimalik aktsiisimaksudest rohkem tulu saada.

Aktiiside võrdsustamise tulemusel võivad väheneda ka mitmed kaudsed kulud, näiteks kulutused joobes peaga tehtud õnnetuste tagajärgede likvideerimisele, aga ka kulutused joobes peaga sooritatud rikkumiste uurimiseks. Kui lisaaktsiisitulu investeerida tervishoidu, siis paraneks seeläbi Eesti rahva tervis, mis tõstaks rahva töövõimet ja seeläbi väheneksid kulutused töövõimetushüvitistele.

Lisaks on võimalik, et kõrged õlle hinnad motiveerivad inimesi ise õlut pruulima, mis edendaks Eesti õllekultuuri. Kui pruulimine inimestele meelt mööda on, siis võib juhtuda ka, et osadest nendest saavad väikeõlletootjad, mis omakorda kasvataks ettevõtlust.

Võrdsustamise puudusteks on:

- Kange alkoholi tarbimise tõus
- Alkoholi tarnimine Lätist
- Soome turistide arvu langus
- Administratiivkulude võimalik tõus

Suure tõenäosusega tõuseks alkoholiaktsiiside võrdsustamisel pisut kange alkoholi tarbijate arv. Seda nende inimeste arvelt, kelle sissetulekud on madalamad, kuid kes ei soovi alkoholist loobuda. Samas nii nagu ei olnud lahja alkoholi tarbimise langus väga suur, ei ole ka kange alkoholi tarbimise tõus väga suur.

Nii nagu Soome turistid ostavad Soome kõrgete alkoholiaktsiiside tõttu väga palju alkoholi Eestist, võivad eestlased hakata alkoholi aktsiiside võrdsustamise ja sellest tuleneva hinnatõusu korral alkoholi importima Lätist.

Kui alkohol Eestis läheb kallimaks, siis võivad Soome turistid hakata Eestis vähem käima ning siit ka vähem alkoholi kaasa ostma. Selle tulemusel võivad langeda sadamaäärsete kaupluste ja majutuskohtade külastused ning seega võib selle tõttu kannatada mingil määral ka Eesti turism.

Nii nagu alkoholiaktsiiside võrdsustamine võib mitmete kaudsete kulude vähenemist põhjustada, võib see tõsta ka kaudseid kulusid. Nimelt nõuab alkoholiaktsiiside suurendamine suuremaid administratsioonikulusid sellepärast, et mida kallimaks läheb alkohol, seda suurema tõenäosusega võib hakata elavnema must turg ning selle leviku avastamiseks, peatamiseks ja kõrvaldamiseks on riigil tarvis teha kulutusi. Samas on see pigem väike puudus, sest salaõlut, -siidrit vms ei eksisteeri ning kuna kange alkoholi hind jääb samaks, siis ei ole ohtu ka salaviina levimiseks.

Selleks, et saada veidi selgemat ülevaadet, mis võib tarbimisega juhtuda kui aktsiisid võrdsustatakse, vaadeldi alkoholi tarbimist Sloveenias, kus on alkoholiaktsiisid peaaegu võrdsed. Selgus, et Sloveenia ja Eesti alkoholi tarbimine on täiesti erinev. Sloveenia kui veiniriik, tarbib Eestist kordades enam veini ning kordades vähem alkoholi. Seega otseseks võrdluseks ei saanud Sloveeniat kasutada. Küll aga võib Sloveenia kogemusele põhinedes teha kaks järeldust: alkoholiaktsiiside võrdsustamise tagajärjel ei pruugi kange alkoholi tarbimine üldse tõusta; peaaegu võrdsed aktsiisid ei ole tarbimist Sloveenias vähendanud, seega ei pruugi need seda eesmärki täita ka Eestis.

Tarbijakäitumise lähemal vaatlusel selgus, et aktsiiside võrdsustamine ei muudaks oluliselt praeguseid tarbijaprofiile ega tarbimist. Väiksema sissetulekuga inimeste seas väheneks pisut lahja alkoholi tarbimine. Kange alkoholi tarbimine jääks samaks või suureneks pisut.

Töö eesmärgiks oli välja selgitada võimalikud suunad alkoholi ostukäitumisel Eestis, sh leida ka mõlema aktsiisipoliitika eelised ja puudused. See eesmärk sai ka täidetud, sest leiti nii mõlema aktsiisipoliitika eelised ja puudused kui ka tarbijakäitumise võimalik muutus.

Töö mõlemad hüpoteesid said mööndustega kinnitused. H1 leidis kinnitust, sest aktsiiside võrdsustamisel väheneks lahja alkoholi müük ja tarbimine ning suure tõenäosusega tõuseks ka kange alkoholi tarbimine, aga samas ei oleks need muutused väga suured. H2 leidis samuti kinnitust, sest kui alkoholi tarbimine üldjoontes väga ei muutu, ei saa ka Eesti rahva absoluutalkoholi tarbimise kogus väheneda. Lisaks moodustab suure protsendi sellest kange alkohol, mille tarbimine võrdsustamise tulemusel kindlasti ei väheneks.

Eelnevast tulenevalt on töö järeldused järgmised:

- Alkoholi tarbimise määr oluliselt ei muutuks. Veidi võivad muutuda lahja ja kange alkoholi tarbimise määrad teineteisest erinevates suundades.
- Kui alkoholiaktsiiside võrdsustamise eesmärk on tarbimist vähendada, siis seda eesmärki sellisel kujul ta ei täidaks.

Soovitused järgnevateks uuringuteks on uurida täpsemalt aktsiiside võrdsustamise erinevaid eeliseid ja puuduseid, eelkõige piiriülest alkoholi ostmist, nii Läti kui Soome poolt. Samuti võiks läbi viia uuringu esindusliku valimiga, mille tellijaks ei oleks ei Õlleliit ega Alkoholi tootjate ja maaletoojate liit, vaid erapooletu kolmas osapool.



## **SUMMARY**

### **THE POSSIBLE IMPACT OF LEVELING EXCISE TAXES FOR LIGHT AND STRONG ALCOHOL ON CONSUMER BEHAVIOR IN ESTONIA**

Riin Agur

At the moment in Estonia, the discussion about leveling excise taxes for light and strong alcohol is very topical. So far no country in the world has leveled these excises and there are no papers or researches conducted on this subject, so nobody really knows how leveling these excises might influence consumer behavior. This is the reason why this thesis is written. The object of the paper is to find out if and how leveling the excises might influence consumer behavior.

In order to do that, a number of different articles and publications are examined and analysed. A comparison with Slovenia, which is the closest country to having leveled excises, is also carried out.

As a result, it turns out that leveling the excises has both pros and cons. The pros are that alcohol consumption level decreases, the government can make more money due to higher excise taxes, a number of indirect expenses decrease and as a bonus, beer culture and entrepreneurship may both rise.

The cons are that the consumption of strong alcohol can increase, Estonian people might start importing alcohol from Latvia like Finland imports alcohol from Estonia, the Finns however might visit Estonia less due to higher alcohol prices and there is a small possibility of some administration expenses going up.

For getting a better idea what might happen to the consumption of alcoholic beverages when the excises are leveled, Slovenian consumption of alcohol was observed. As it turned out, the consumption of alcohol in Estonia and in Slovenia is completely different. Slovenia is a wine country, that consumes a lot more wine and a lot less spirits than Estonia. However,

two conclusions were still drawn: leveling excises might not have any effect on strong alcohol consumption; almost equal excise taxes have not lowered the level of consumption in Slovenia, so it might happen that leveling the taxes does not have that effect on Estonia either.

When looking closer at consumer behavior in Estonia, it appears that most likely leveling the excises does not have much effect on consumer behavior. It might lower the consumption of light alcohol a bit and rise the level of the consumption of spirits, but these changes aren't radical.

Therefore it can also be said that if the reason for leveling excise taxes in Estonia is to lower the overall consumption of alcoholic beverages, then it most probably will not fulfill that objective.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Abrevaya, J., Puzzello, L. (2012). Taxes, Cigarette Consumption, and Smoking Intensity: Comment. *American Economic Review*.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=b40cb25e-4c1d-435b-ac12-714a054eff71%40sessionmgr110&vid=1&hid=126> (30.04.2014)
- Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus. Riigikogu.  
<https://www.riigiteataja.ee/akt/13076672?leiaKehtiv> (01.05.2014)
- Alkoholiaktsiis. Maksu- ja tolliamet.  
<http://www.customs.ee/index.php?id=3135> (30.04.2014)
- Alkoholipoliitika roheline raamat. Sotsiaalministeerium.  
[http://www.sm.ee/fileadmin/meedia/Dokumendid/Tervisevaldkond/Tervisepoliitika/Alkoholipoliitika/Failid/Alkoholi\\_roheline\\_raamat.pdf](http://www.sm.ee/fileadmin/meedia/Dokumendid/Tervisevaldkond/Tervisepoliitika/Alkoholipoliitika/Failid/Alkoholi_roheline_raamat.pdf) (22.04.2014)
- Alkoholi tarvitamist noorte seas aitavad vähendada noored ise. Internetiportaal arst.ee.  
<https://www.arst.ee/et/Uudised-ja-artiklid/28411/alkoholi-tarvitamist-noorte-seas-aitavad-vahendada-noored-ise> (24.04.2014)
- Bertonazzi, E.P., Maloney, M.T., McCormick, R.E. (1993). Some evidence on the Alchian and Allen theorem: The Third law of demand. *Economic Inquiry*.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=7f408592-fb59-435a-aafc-96bfab132793%40sessionmgr113&hid=126> (02.05.2014)
- Blundell, J. (2006). Should Europe adopt the Flat Tax? *European Business Forum*.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=efc5243a-9197-49ff-9e58-19e26ac5d206%40sessionmgr4004&vid=1&hid=4201> (14.05.2014)
- Čebašek-Travnik, Z. (2007). Slovenia: alcohol today – could a country be addicted to alcohol?  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=62a906fb-321e-491d-983e-0f0e80b0a9c3%40sessionmgr111&vid=1&hid=117> (29.04.2014)
- Cebula, R.J., Foley, M., Houmes, R. (2014). Empirical analysis of the impact of cigarette excise taxes on cigarette consumption: estimates from recent state-level data. *Journal of Economics & Finance*.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=f225e793-3447-4590-9602-3a777f8ff06f%40sessionmgr4001&vid=1&hid=4214> (22.04.2014)

- Chedal, A. (2009). France. International Tax Review.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?sid=2ddc7b47-7536-4e2c-9feb2d642469a96%40sessionmgr113&vid=1&hid=126&bdata=JnNpdGU9ZWVvc3QtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=35630338> (20.05.2014)
- Clipci, E. (2010). Pros And Cons Related To Flat Tax.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=292eab86-5dd7-4323-ad7c-0847b4197484%40sessionmgr4005&vid=1&hid=4114>  
 (30.04.2014)
- Coady, M.H., Chan, C.A., Sacks, R., Mbamalu, I.G., Kansagra, S.M. (2013). The Impact of Cigarette Excise Tax Increases on Purchasing Behaviors Among New York City Smokers. American Journal of Public Health.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=d147966d-5ec3-4c03-9269-65b341cf6584%40sessionmgr113&vid=1&hid=126> (12.05.2014)
- Colman, G.J., Remler, D.K. (2008). Vertical Equity Consequences of Very High Cigarette Tax Increases: If the Poor Are the Ones Smoking, How Could Cigarette Tax Increases be Progressive? Journal of Policy Analysis & Management.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=f0ab2be3-1a91-4468-990c-0e277f54c62d%40sessionmgr198&vid=1&hid=126> (11.05.2014)
- Cour, L., Milhøj, A. (2009). The sale of alcohol in Denmark – recent developments and dependencies on prices/taxes. Applied Economics.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=953d0d3a-eda0-40a3-9cd6-edcb7564e763%40sessionmgr4004&vid=1&hid=4214>  
 (18.05.2014)
- Denmark. (2014). World Health Organization.  
[http://www.who.int/substance\\_abuse/publications/global\\_alcohol\\_report/profiles/dnk.pdf?ua=1](http://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/profiles/dnk.pdf?ua=1) (14.05.2014)
- Duncan, D. (2014). Behavioral responses and the distributional effects of the Russian ‘flat’ tax. Journal of Policy Modeling.  
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0161893814000222>  
 (30.04.2014)
- Eerme, M. (2014). Emor: Ligi 80% Eestit külastanud Soome turistidest ostab alkoholi kaasa  
<http://www.kaubandus.ee/?PublicationId=A9219F91-805A-4966-81F0-8415D8F1AD12&ref=rss> (18.05.2014)
- Eesti regionaalarengu strateegia 2020 lähteolukorra tervikanalüüs. Siseministeerium.  
[https://www.siseministeerium.ee/public/ERAS2020\\_lahteolukorra\\_analuus.pdf](https://www.siseministeerium.ee/public/ERAS2020_lahteolukorra_analuus.pdf)  
 (18.05.2014)
- Elanike alkoholitarbimine ja suhtumine alkoholipoliitikasse 2012. TNS Emor.  
<http://rahvatervis.ut.ee/bitstream/1/5661/1/tnsEmor2012.pdf> (18.05.2014)

- Estonia. (2014). World Health Organization.  
[http://www.who.int/substance\\_abuse/publications/global\\_alcohol\\_report/profiles/est.pdf?ua=1](http://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/profiles/est.pdf?ua=1) (18.05.2014)
- Excise duties system. Ministry of Finance, Republic of Slovenia.  
[http://www.carina.gov.si/en/businesses/excise\\_duties\\_system/#c16982](http://www.carina.gov.si/en/businesses/excise_duties_system/#c16982)  
 (30.04.2014)
- Excise duty tables. (2014). European Commission.  
[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/resources/documents/taxation/excise\\_duties/alcoholic\\_beverages/rates/excise\\_duties-part\\_i\\_alcohol\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/excise_duties/alcoholic_beverages/rates/excise_duties-part_i_alcohol_en.pdf)  
 (16.04.2014)
- Farrelly, M.C., Nonnemaker, J.M., Watson, K.A. The Consequences of High Cigarette Excise Taxes for Low-Income Smokers  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=cee521fc-7f0d-46c0-8ee7-2d0f66df4d55%40sessionmgr4005&vid=1&hid=4214>
- France Tax Guide 2013. (2013). PKF International.  
<http://www.pkf.com/media/1954386/france%20pkf%20tax%20guide%202013.pdf> (20.05.2014)
- Grebenc, V. (2011). The Slovene policy toward alcohol and substance use among juveniles  
<http://www.aaprevent.eu/doc/SloveniaNP.pdf> (20.05.2014)
- Hansen, B., Rees, D.I., Sabia, J.J. (2013). Cigarette taxes and how youths obtain Cigarettes. National Tax Journal.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=24fd4bb9-6928-4511-a75e-bcd6483ef3bf%40sessionmgr114&vid=1&hid=126> (20.05.2014)
- Hodžić, S. 2011. Harmonization of corporate tax – general guidelines in the eu and harmonization in Germany, Austria and Italy. Our Economy.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=23d862f1-977c-4968-b0c0-5c0448fe3546%40sessionmgr4002&vid=1&hid=4201>  
 (05.05.2014)
- Jones, R.C., Thomas, J.F., Lang, T.K. (2012). Income tax reform and the flat tax. International Journal of Business, Accounting & Finance.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7b012b7f-9274-4511-8b88-fd04f067bf29%40sessionmgr4004&vid=1&hid=4201>  
 (13.05.2014)
- Jussi Viinakauppa  
<http://www.jussinviinakauppa.ee> (24.05.2014)
- Kald, I. (2013). Saku: võrdne aktsiis tõstaks õlle hinda poole võrra.  
[http://www.aripaev.ee/article/2013-12-12/saku\\_vordne\\_aktsiis\\_tostaks\\_olle\\_hinda\\_poole\\_vorra](http://www.aripaev.ee/article/2013-12-12/saku_vordne_aktsiis_tostaks_olle_hinda_poole_vorra) (11.05.2014)

- Kalvi, J. (2013). Ettepanekud Alkoholipoliitka rohelisse raamatusse. Alkoholi tootjate ja maaletoojate liit.  
[http://www.riigikogu.ee/public/Riigikogu/Rahanduskomisjon/Alkoholitootjate\\_Liit.pdf](http://www.riigikogu.ee/public/Riigikogu/Rahanduskomisjon/Alkoholitootjate_Liit.pdf) (11.05.2014)
- Kolšek, M. (2007). A long-term preventive project on alcohol drinking in Slovenia. Drugs: Education, Prevention & Policy.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/viewarticle?data=dGJyMPPp44rp2%2fdV0%2bnjisfk5Ie46bFOR6%2b0SbSk63nn5Kx95uXxjL6qrUqwpbBIr6qeS7iqsFKurJ5Zy5zyit%2fk8Xnh6ueH7N%2fiVa%2burky3rrNOtK2khN%2fk5VXj5KR84LPfUeac8nnls79mpNfsVbCqsk%2b0prZMpNztiuvX8lXu2uRe8%2bLqbOPu8gAA&hid=117> (05.05.2014)
- Koppel, K. (2014). Tulevased arstid pooldavad alkoholi miinimumhinna kehtestamist  
<http://uudised.err.ee/v/eesti/b7c811fa-6444-453c-aa28-c2095b76e015>  
 10.05.2014
- Kukemelk, E.-M. (2014). Uuring: Üle poole noortest joob end purju rummist.  
<http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/uuring-ule-poole-noortest-joob-end-purju-rummist.d?id=68532823> (30.04.2014)
- Leal, A., Lopez-Laborda, J., Rodrigo, F. (2010) Cross-border Shopping: A Survey. International Advances in Economic Research.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=ad34a55d-f27e-4c80-8b68-1b0b852e48f6%40sessionmgr4005&vid=8&hid=4214>  
 (13.05.2014)
- Lehis, L. (2007). Aktsiiside olemusest, ajaloost ja põhimõtetest. Eesti Maksumaksjate Liit.  
<http://www.maksumaksjad.ee/modules/smartsection/item.php?itemid=588>  
 (03.05.2014)
- Ljunge, M. (2011). Do Taxes Produce Better Wine?  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=29b278c5-5821-4814-97ec-1d9e504b24f6%40sessionmgr198&vid=1&hid=119> (14.05.2014)
- Mäkela, P., Österberg, E. (2009). Weakening of one more alcohol control pillar: a review of the effects of the alcohol tax cuts in Finland in 2004.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=9e98c909-c426-45c5-ab6d-312704555987%40sessionmgr4005&vid=1&hid=4214>  
 (18.05.2014)
- Männaste, K., Voog, A., Nõmmik, M. 2012. Alkoholiturg 2012 aasta 3 kuud. TNS Emor  
<http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/2012/uuring-alkohol-2012-01.pdf> (20.05.2014)
- Nielsen andmed (2014). Saku Õlletehase AS (sisedokument)

- Noop, T. (2013). Tarmo Noop: õllmaksu tõstmine  
<http://arvamus.postimees.ee/1136222/tarmo-noop-ollemaksu-tostmine>  
 (22.05.2014)
- Nordblom, K. (2011). The complex attitudes to alcohol taxation. Applied Economics.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=43c7d36e-dd99-499d-9ab0-33fca026cc28%40sessionmgr4001&vid=1&hid=4214>  
 (18.05.2014)
- Orro, E., Martens, K., Lepane, L., Josing, M., Reiman, M. (2013). Alkoholi turg, tarbimine ja kahjud Eestis. Eesti Konjunkturi Instituut.  
<http://rahvatervis.ut.ee/bitstream/1/5584/1/Orro2013.pdf> (06.05.2014)
- Pinn, M. (2008). Uuring: keskmine õllejooja bussiga ei sõida  
<http://www.aripaev.ee/?PublicationId=98031bff-c007-4962-ae21-7db1745040bb> (20.05.2014)
- Rabinovic, L., Hunt, P., Staetsky, L., Goshev, S., Nolte, E., Pedersen, J.S., Tiefensee, C. (2012) Further study on the affordability of alcoholic beverages in the EU.  
[http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical\\_reports/2012/RAND\\_TR1203.pdf](http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical_reports/2012/RAND_TR1203.pdf) (20.05.2014)
- Randlaid, S. (2014). Eesti elanike alkoholitarbimine mullu pisut vähenes.  
<http://uudised.err.ee/v/eesti/f5408d9f-d145-459d-80eb-58b61c3157e4>  
 (06.05.2014)
- Riigieelarve täitmine 2013. Rahandusministeerium.  
<http://www.fin.ee/doc.php?108094> (03.05.2014)
- Rojas, C., Shi, T. (2011). Tax Incidence When Quality Matters: Evidence from the Beer Market. Journal of Agricultural & Food Industrial Organization.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=a31516d3-42e4-466e-a68f-5850f5b9fdb5%40sessionmgr113&vid=1&hid=124> (11.05.2014)
- Romania Tax Guide 2013. (2013). PKF International.  
<http://www.pkf.com/media/1958981/romania%20pkf%20tax%20guide%202013.pdf> (15.05.2014)
- Rudi, H. (2013). Uuring: aktsiisitõus õllesõbrast viinajoojat ei tee  
<http://tarbija24.postimees.ee/1260206/uuring-aktsiisitous-ollesobrast-viinajoojat-ei-tee> (12.05.2014)
- Rõivas: aktsiisid peavad vähendama alkoholitarbimist. (2013). Sotsiaalministeerium.  
<http://www.sm.ee/aktuaalne/uudised/b/a/roivas-aktsiisid-peavad-vahendama-alkoholitarbimist-uhiskonnas.html> (20.05.2014)
- Saar, I. (2011). Optimal alcohol taxation: Simulation results for Estonia  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=94fe0528-00d0-49ae-ab90-6733b6a5db46%40sessionmgr4001&vid=1&hid=4214>

- Sadilov, M., Õun, K. (2013). Maksustamine ning aktsiisid Eestis. Eesti Statistika kvartalikiri.  
[http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CDwQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.stat.ee%2Fdokumentid%2F70127&ei=FgtWU--WNKKj4gTf6IGYCQ&usg=AFQjCNGwLD30f\\_JLsDFJOU\\_I7iAm583qHw&sig2=4QTVJCaoGjnzbfllWbq-jg&bvm=bv.65177938,d.bGE&cad=rja](http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CDwQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.stat.ee%2Fdokumentid%2F70127&ei=FgtWU--WNKKj4gTf6IGYCQ&usg=AFQjCNGwLD30f_JLsDFJOU_I7iAm583qHw&sig2=4QTVJCaoGjnzbfllWbq-jg&bvm=bv.65177938,d.bGE&cad=rja)  
 (29.04.2014)
- Scollo, M., Hayes, L., Wakefield, M. (2013). What price quitting? The price of cigarettes at which smokers say they would seriously consider trying to quit  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=d1bdcd73-7154-4ca9-b005-d485d8b04fdd%40sessionmgr115&vid=1&hid=126> (16.05.2014)
- Slovenia (2014). World Health Organization.  
[http://www.who.int/substance\\_abuse/publications/global\\_alcohol\\_report/profiles/svn.pdf](http://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/profiles/svn.pdf) (18.05.2014)
- Snowdon, C. 2007. How flat is flat. International Tax Review.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail?sid=2b69bc02-41db-476c-96b2-df85ca2722ca%40sessionmgr4004&vid=1&hid=4201&bdata=JnNpdGU9ZW hvc3QtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#db=bth&AN=27924750> (15.05.2014)
- Sobel, R.S., Garrett, T.A. (1997). Taxation and Product Quality: New Evidence from Generic Cigarettes.  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=198c0b74-de48-4b0a-9583-1ef4298fb889%40sessionmgr110&vid=1&hid=119> (16.05.2014)
- Ștefan, A-B. (2011). Considerations And Arguments For Corporate Tax Harmonization. Comparative Approach Of The Romanian Fiscal Code And French General Tax Code.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=6bf120c8-5743-4bce-bf66-1abe64cb1930%40sessionmgr4005&vid=1&hid=4114>  
 (17.04.2014)
- Streimann, K. Noored ja alkohol. Tervise Arengu Instituut.  
[http://www2.tai.ee/teated/Yritused/Seminar\\_Alkohol\\_Eestis\\_tarbimine\\_ja\\_mojud/Katrin\\_Streimann\\_Eesti\\_noored\\_ja\\_alkohol.pdf](http://www2.tai.ee/teated/Yritused/Seminar_Alkohol_Eestis_tarbimine_ja_mojud/Katrin_Streimann_Eesti_noored_ja_alkohol.pdf) (19.05.2014)
- Statistikaamet  
<http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=ST005&ti=PALGAT%D6%D6TAJA+KUU KESKMINE+BRUTOTULU+JA+BRUTOTULU+SAAJAD+PIIRKONNA%2FHALDUS%DCKSUSE%2C+SOO+JA++VANUSER%DCHMA+J%C4RG I&path=../Database/Sotsiaalelu/09Sissetulek/&lang=2> (24.05.2014)
- Tax & Legal Guide Romania. (2013).  
<http://beta.finance-on.net/files/2014-02-19/ro-Tax-Legal-Guide-2013.pdf>  
 (17.05.2014)



Tollieeskirjad Euroopa Liidu liikmesriikides liikuvale reisijale. Maksu- ja tolliamet.  
<http://www.emta.ee/index.php?id=996> (18.05.2014)

Tollieeskirjad väljastpoolt Euroopa Liitu saabuvale reisijale. Maksu- ja tolliamet.  
<http://www.emta.ee/?id=760> (18.05.2014)

Tosun, M.S., Skidmore, M.L. (2007). Cross-Border Shopping and the Sales Tax: An Examination of Food Purchases in West Virginia  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=2cf7b8a8-6171-4d60-a657-1dd3e8ff42ce%40sessionmgr4004&vid=1&hid=4214>  
(17.05.2014)

Trandafir, A. (2013). Tax harmonization measures at EU level in the corporate tax field  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=62d3c6b2-5989-4a47-81a4-76db8dc35a68%40sessionmgr4004&vid=1&hid=4201>  
(15.05.2014)

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal. TNS Emor.  
<http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/2012/uuring-alkohol-2012-turistid.pdf> (18.05.2014)

Österberg, E.L. (2011), Alcohol tax changes and the use of alcohol in Europe . Drug and Alcohol Review.  
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=d1de804a-c1ac-4667-9846-97978028ff3c%40sessionmgr4001&vid=2&hid=4107>  
(18.04.2014)

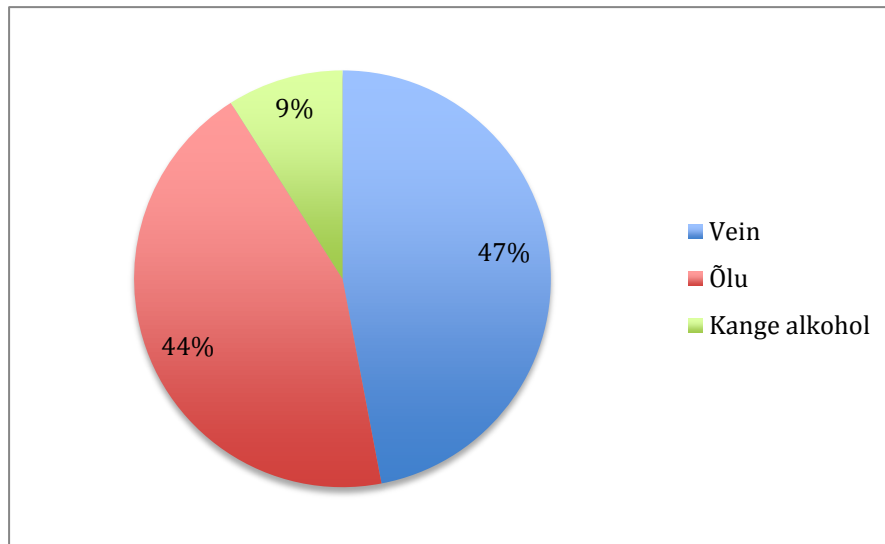
## LISAD

### Lisa 1. Palgatöötaja kuu keskmine brutotulu 2012. aastal, eurodes

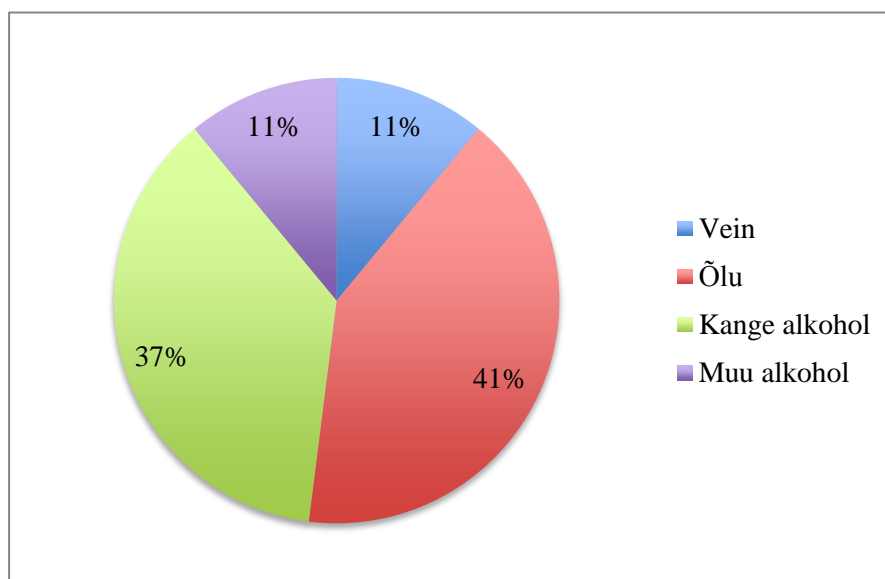
	Alla 25	25-49	50-62	63 ja vanemad
Mehed ja naised	569,28	945,10	779,41	607,80
Mehed	644,78	1087,78	907,95	734,17
Naised	491,02	805,21	688,03	513,93

Allikas: Statistikaamet

## Lisa 2. Alkoholi tarbimine Eestis ja Sloveenias Maailma Tervishoiuorganisatsiooni andmetel



Joonis 15. Alkoholitarbimine alkoholi liikide lõikes Sloveenias 2010. aastal  
Allikas: Slovenia 2014



Joonis 16. Alkoholitarbimine alkoholi liikide lõikes Eestis 2010. Aastal  
Allikas: Estonia 2014