NACIONALINĖ VARTOTOJŲ KONFEDERACIJA

Kodas 126374789, Pakalnės g. 4-2, Vilnius LT-09309, tel.+37068625661,
konfederacija@vartotojai.eu, www.vartotojai.eu

LR Finansų ministerijai
LR Teisingumo ministerijai
Vartotojų tarybai prie TM **2026 11 23 Nr.NVK11/23**

DĖL GALIMO SALDINTŲ GĖRIMŲ AKCIZO DIDINIMO IR JO POVEIKIO SOCIALIAI PAŽEIDŽIAMIAUSIEMS VARTOTOJAMS

Nacionalinė vartotojų konfederacija, susipažinusi su 2026 m. lapkričio 11 d. Lietuvos Respublikos finansų ministerijos registruotu Akcizų įstatymo pakeitimo projektu (Reg. Nr. 26-14491), reiškia nepritarimą siūlomam beveik dvigubam saldintų gėrimų akcizo didinimui ir ragina įvertinti ne tik planuojamas papildomas biudžeto pajamas, bet ir socialines šio sprendimo pasekmes.

Dar vienas mokestis žmonėms, kurie jau taupo maistui

Siūlymas didinti saldintų gėrimų akcizą teikiamas tuo metu, kai daugelis Lietuvos gyventojų susiduria su nuolat augančiomis maisto, būsto, energijos ir kitų būtiniausių prekių bei paslaugų kainomis. Vis daugiau žmonių yra priversti atsisakyti ne prabangos, o elementarių kasdienių poreikių, rinktis pigiausius produktus ir kruopščiai skaičiuoti kiekvieną eurą.

Tokiomis aplinkybėmis valstybės sprendimas papildomai didinti vartojimo mokesčius siunčia visuomenei aiškią žinią: biudžeto pajamų poreikis yra svarbesnis už gyventojų galimybes išgyventi nuolatinio kainų augimo sąlygomis.

Vartotojai jau sumoka vis didesnes sumas už elektrą, šildymą, degalus, ryšio paslaugas ir maisto produktus. Todėl siūlomas akcizo didinimas daugeliui šeimų būtų ne pavienis kainų pokytis, o dar vienas smūgis jų perkamajai galiai.

Mokesčių našta visada skaudžiausiai paliečia mažiausias pajamas gaunančius žmones

Nors formaliai akcizą moka verslas, faktiškai jį sumoka vartotojas, nes mokestis įskaičiuojamas į galutinę produkto kainą.

Pati Finansų ministerija prognozuoja, kad kai kurie gėrimai brangs 8-21 euro centu už litrą. Praktikoje tai reiškia, kad populiarūs dviejų litrų gėrimų buteliai gali pabrangti beveik pusę euro, o realus kainų augimas gali būti ir didesnis, nes prekybininkai bei gamintojai kainodarą dažnai koreguoja plačiau nei vien akcizo suma.

Turtingesniems vartotojams toks pabrangimas bus beveik nepastebimas. Tačiau mažas pajamas gaunančioms šeimoms, vienišiems senjorams, neįgaliesiems, daugiavaikėms šeimoms ar dirbantiems skurdžiai net ir keli papildomi eurai per mėnesį reiškia būtinybę kažko atsisakyti.

Todėl šis mokestis savo poveikiu yra socialiai neteisingas: kuo žmogus skurdesnis, tuo didesnę

jo pajamų dalį sudaro kasdienio vartojimo prekės ir tuo skaudžiau jis pajunta kiekvieną kainų didėjimą.

Kovos už sveikatą argumentas negali tapti pretekstu nuolat kelti mokesčius

Jeigu siūlomas akcizo didinimas grindžiamas visuomenės sveikatos interesais, vartotojams turi būti aiškiai paaiškinta, kokių rezultatų pasiekta po pirmojo akcizo įvedimo ir kodėl jau dabar būtinas toks ženklus jo didinimas.

Iš pateiktų dokumentų nėra aišku, ar buvo pakankamai įvertinta, kaip pasikeitė vartojimo įpročiai, ar gyventojai iš tiesų renkasi sveikesnes alternatyvas ir ar numatomi tikslai negalėtų būti pasiekti kitomis priemonėmis.

Iš vartotojų perspektyvos susidaro įspūdis, kad pagrindinis akcizo efektyvumo vertinimo kriterijus tampa surinktų pajamų dydis, o ne reali nauda visuomenės sveikatai.

Skurdas nemažinamas naujais mokesčiais

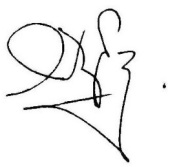
Valstybė, siekianti mažinti socialinę atskirtį ir stiprinti gyventojų finansinį saugumą, pirmiausia turėtų ieškoti priemonių, kaip mažinti būtinųjų prekių kainų spaudimą namų ūkiams, o ne kurti naujas finansines naštas.

Pastaraisiais metais gyventojams tenka vis daugiau įvairių mokesčių, rinkliavų ir reguliavimo sukeltų kainų didėjimų. Atskirai kiekvienas jų gali atrodyti nedidelis, tačiau kartu jie formuoja situaciją, kai daliai gyventojų kokybiškas maistas, laisvalaikis ar net kai kurios būtiniausios prekės tampa sunkiai įperkamos.

Todėl manome, kad siūlomas saldintų gėrimų akcizo didinimas neproporcingai paveiks socialiai pažeidžiamiausius vartotojus, dar labiau sumažins jų perkamąją galią ir prisidės prie augančios socialinės atskirties.

Atsižvelgdami į tai, nepritariame Akcizų įstatymo pakeitimo projektui ir raginame Finansų ministeriją iš naujo įvertinti jo poveikį vartotojams, ypač mažiausias pajamas gaunantiems Lietuvos gyventojams.

Pagarbiai,



Alvita Armanavičienė

Nacionalinės vartotojų konfederacijos vadovė