

RAPORT 2025

Eraraha kaasamise tulevik kultuuri- ja spordivaldkonnas

Rahastusmudelite valikud aastani 2035



ARENGUSEIRE
KESKUS

Riigikogu juures tegutsev sõltumatu mõttekoda

Eraraha kaasamise tulevik kultuuri- ja spordivaldkonnas

Rahastusmudelite valikud aastani 2035

Arenguseire Keskus

Autor: Arenguseire Keskus

Raporti koostajad: Uku Varblane, Tea Danilov

Keeletoimetused: Toimetaja tõlkebüroo

Kujundus: Groovy Solutions

Raport on kokkuvõte Arenguseire Keskuse kultuuri- ja spordivaldkonda eraraha kaasamise seiretöö tulemuste kohta.

Raportis sisalduva teabe kasutamisel palume viidata allikale: Arenguseire Keskus (2025). Eraraha kaasamise tulevik kultuuri- ja spordivaldkonnas. Raport. Tallinn: Arenguseire Keskus.

ISBN 978-9916-631-27-0 (trükis)

ISBN 978-9916-631-28-7 (pdf)

Loe ka teisi kultuuri- ja spordivaldkonda eraraha kaasamise uurimissuunas valminud töid:

www.arenguseire.ee.

Arenguseire Keskus on ühiskonna ja majanduse pikaajalisi arengusuundumusi analüüsiv mõttekoda Riigikogu juures. Meie missioon on aidata kaasa tulevikku vaatavale poliitikakujundusele.

2025

Täname

Täname uurimissuuna juhtkomisjoni: Tanel Tein (Riigikogu), Kadri Tali (Riigikogu), Timo Suslov (Riigikogu), Madis Kallas (Riigikogu), Priit Lomp (Riigikogu), Andres Sutt (Riigikogu), Tarvi Pörn (Kultuuriministeerium).

Sisukord

EESSÕNA	6
UURIMISSUUNA KOKKUVÕTE	7
KULTUURI- JA SPORDIVALDKONNA SOTSIAAL-MAJANDUSLIK TÄHTSUS	11
Regionaalsetel kontserdimajadel on arvestatav majandusmõju, kuid see sõltub asukohast ja ligipääsetavusest	13
Kultuuri suursündmused toovad majanduslikku tulu, tugevdavad kogukonna identiteeti ja toetavad kohalikku ettevõtlust	14
Väikesed kultuurifestivalid tugevdavad kogukonnatunnet ja toovad tulu kohalikele ettevõtetele, kuid põhjustavad ka elukeskkonna häiringuid	18
Spordikeskused aitavad edendada tervist ja kogukondlikku sidusust, kuid nendega kaasnevad ka finantsriskid	19
Suurvõistlused turgutavad turismimajandust	20
ERARAHASTAMISE SUUNDUMUSED MAAILMAS	24
Avaliku raha vähenemine kultuuris ja spordis	25
Kultuuri- ja spordivaldkonna kommertsialiseerimine	26
Digiplatvormidel tegutsemine	27
Annetajate kaasamine organisatsiooni tegevusse	28
Sotsiaalsete eesmärkide tähtsustumine ehk strateegiline annetamine	29
Partnerlused pika plaani elluviimiseks	30
Mõju mõõtmise tähtsustumine	30
Maksuerisused	31
KULTUURI JA SPORDI ERARAHASTAMISE HETKESEIS JA SUUNDUMUSED EESTIS	34
Annetuste maht on Eestis kasvanud majanduskasvuga pea samas tempos	38
Ettevõtetele on suurim potentsiaal annetuste suurendamiseks	40
Tugevaim suundumus on kohaliku kogukonna toetamine	41
Erarahastamise kasvu Eestis toetaks parem annetuskultuur ja ettevõtete suurem teadlikkus	43
Riigipoolne annetuste võimendamine võib panna kuni 40% ettevõtetest rohkem annetama	44
ERARAHA KAASAMISE STSENAARIUMID KULTUURI- JA SPORDIVALDKONNAS	46
Baasstsenaarium	48
Stsenaarium „Ettevõtted+“	48
Stsenaarium „Riigi võimendus“	49
Stsenaariumide võrdlus	50
Kaughasartmängudelt laekuv maks kui kultuuri ja spordi võimalik lisaraha allikas	53

Eessõna

Spordi- ja kultuurivaldkonna rahastamine muutub. Kui varem oli avaliku sektori toetus peamine rahastusallikas, siis tulevikus on üha suurem roll erasektoril. Avaliku raha osakaalu vähenemine on rahvusvaheline trend.

Era- ja avaliku sektori eesmärgid ning investeeringute juhtmõtted on viimastel aastatel sarnasemaks muutunud. Selle üheks põhjuseks on vastutustundliku ja jätkusuutliku investeerimise (ESG) levik. Kui varem keskendus avalik sektor üksnes sotsiaalsetele ja kultuurilistele eesmärkidele ja erasektor oma ärihuvidele, siis nüüd püütakse leida ühiseid lahendusi. Riik otsib võimalusi avaliku raha eest loodud loomingu kommertsialiseerimiseks, teisalt ei näe ettevõtteid enam heategevust ja kasumi teenimist vastandlike tegevustena. Ühiskondliku väärtuse loomine saab äristrateegia osaks, mis toob kaasa uued ootused annetamiskultuurile – annetajad soovivad suuremat kontrolli, mõju mõõtmist ja strateegilisemat lähenemist.

Käesolevas raportis analüüsitakse ettevõtete annetusi kultuurile ja spordile. Uuritakse, mis paneb ettevõtteid kultuuri ja sporti toetama

ning millised tingimused võiksid motiveerida neid annetusi suurendama. Samuti küsitakse, kas annetuskultuur areneb loomulikult või vajab see teadlikku suunamist ja tuge.

Riigil on siin kanda oluline roll – lisaks reeglite kehtestamisele peab riik toetama koostööd ja kujundama pikaajalise strateegia. Eriti tähtis on leida viisid, kuidas julgustada kohalikku, kogukonnapõhist annetuskultuuri ning samal ajal toetada ja säilitada väiksemate ja keskmise suurusega vahendajate tegevust. Raport otsib vastust küsimusele, kuidas tagada, et erasektori rahaline panus spordi- ja kultuurivaldkonda oleks võimalikult suur ja mõjus.

Loodan, et leiate nende kaante vahelt nii kasulikku teavet kui ka põnevat ja uusi mõtteid äratavat lugemist.

Head tutvumist!

Tea Danilov

Arenguseire Keskuse
juhataja



Riigikogu töö vaates on Arenguseire Keskuse olemasolu hindamatu väärtusega. Sageli jõuavad valimistele suured ideed, mis vajavad otsustamiseks rohkemat kui ainult head tahet — need vajavad teaduspõhist tuge ja strateegilist läbitöötamist. Arenguseire Keskus aitab poliitikutel muuta ideed tõsiselt võetavaks poliitikaks, pakkudes analüüsi, stsenaariume

ja selgeid lahendusteid. Eestis peab sporti ja kultuuri aina enam käsitlema kui olulisi majandusharusid ning Arenguseire Keskus on siin asendamatu partner — kaasamõtteleja, suunaja ja ideede elluviimise toetaja. Soovitan igal poliitikul oma visioonide vormimisel kaasata sellist teaduspõhist tuge.“

– Riigikogu liige Tanel Tein



Uurimissuuna
kokkuvõte

Kultuur ja sport on rahvusidentiteedi kandjad ja ühiskondliku mälu hoidjad. Samal ajal loovad need tugeva kuuluvustunde, edendavad tervist ning toetavad sotsiaalset sidusust ja üksikisiku heaolu. Kultuur ja sport loovad majanduslikku väärtust nii töökohtade, turismi kui ka ekspordi kaudu. Nende valdkondade rahastamisel ei saa keskenduda üksnes lühiajalistele kuludele ja tuludele, oluline on jälgida pikaajalist mõju, mis aitab luua tervemat, ühtsemat ja majanduslikult elujõulisemat ühiskonda.

Eesti on kultuuri- ja spordivaldkonna avaliku sektori rahastuse osakaalu poolest Euroopas esimeste seas, kuid valdkonna elujõulisuse tagamiseks on vaja praegusest mitmekesisemat rahastamismudelit ehk eelkõige erarahastamise kasvu. Avalik sektor ei pruugi lähikümnenditel suuta kultuuri ja spordi rahastamist oluliselt suurendada, sest rahavajadus kasvab kiirelt teisteski valdkondades, peale julgeoleku valdkonna ka sotsiaal- ja tervishoiusüsteemis.

Euroopa Liidu riigid on alates 2009. aasta finantskriisist vähendanud riigi osa kultuuri ja spordi rahastamises, suunates loomeinimesi ja -organisatsioone muutma oma tegevust kaubanduslikumaks ning suurendama erarahastust. Eraraha võib tulla nii ettevõtelt kui ka eraisikutelt. Käesolevas raportis uuritakse lähemalt ettevõtete toetust kultuuri- ja spordivaldkonnale.

Teaduskirjandusest ja rahvusvaheliste organisatsioonide aruannetest annetamise kohta järeldub, et erarahastajate eesmärgid kultuuri- ja spordivaldkonnas on kiiresti muutumas: **järjest enam pannakse rõhku toetatud organisatsiooni või ürituse diginähtavusele, pikaajalise partnerluse väljaarendamisele ja toetuse mõju hindamisele.** Esile saab tuua järgmised suundumused.

- **Digitaalsed lahendused**, näiteks ühisrahastuse platvormid, aitavad kultuuri-

ja spordivaldkonnal annetusi lihtsamini koguda. Samas tähendab digitaliseerimine, et konkurents rahastust otsivate organisatsioonide vahel suureneb.

- **Kasvab annetajate kaasamine organisatsiooni tegevusse** – üha enam leidub annetajaid, kes soovivad isiklikumat sidet toetatud organisatsiooniga. Isiklike suhete tähtsustumine tähendab ühtlasi, et annetajad soovivad rohkem läbipaistvust annetuste kasutamise osas.
- **Sotsiaalsete eesmärkide tähtsustumine ehk strateegiline annetamine** – annetajate eesmärk on saavutada mõni soovitud positiivne ja jätkusuutlik sotsiaalne muutus. Üha tavalisem on see, et ettevõtted otsivad ise partnereid, kelle tegevust toetada.
- **Kuna annetajad soovivad laiemat ühiskondlikku kasu, kerkib esile vajadus mõõta sotsiaalset, poliitilist või kultuurilist mõju.** See tähendab aga, et iga objekti ja ürituse puhul tuleb läbi mõelda, milline andmestik ja meetod on mõju ja selle eri tahkude – kultuuriline, keskkondlik, majanduslik, sotsiaalne jne – kajastamiseks sobilik.
- **Kasvab annetustele kehtivate maksuerialuste mitmekülgsus** – maksusoodustuste kui kõige levinumate maksuerialuste kõrvale on tekkimas ka teisi viise, näiteks annetuste võimendamise ja maksude suunamise skeemid.

Annetamine ja sponsorlus on levinumad viisid, kuidas Eesti ettevõtted kultuuri- ja spordiasutusi toetavad. Lisanduvad tasuta või soodustingimustel tooted-teenused ning tehakse ka mitterahalisi annetusi, näiteks vabatahtliku töö näol.

Annetuste maht on Eestis aasta-aastalt kasvanud pea samas tempos majanduskasvuga. Kuigi üksikute annetajate arv on aastate

jooksul kasvanud, on see suurenenud aeglase-
malt kui annetuste kogusumma ja annetuste
arv. See viitab sellele, et **annetuste kasvu
veavad eelkõige need, kes on varemgi anne-
tanud** ning nüüd oma panust suurendanud.

Ajas on kasvanud nii üksikisikute kui ka ette-
võtete annetuste keskmine suurus. Keskmine
üksikisikust annetaja andis 2023. aastal hea-
tegevuseks u 60 eurot ehk 5 eurot kuus. Mediaan-
annetus on kõige suurem 1960.–1969. aastal
sündinute seas (90 eurot aastas) ning väik-
seim pärast 2000. aastat sündinud inimeste
seas (15 eurot aastas). Ettevõtete annetuste
keskmist taset mõjutavad üksikud suuranne-
tused. Kui annetuste keskmine suurus on üle
6000 euro, siis mediaanannetus ehk keskmise
annetaja annetus on sellest enam kui kümme
korda väiksem.

**Ettevõtete seas on suurim potentsiaal anne-
tuste kasvatamiseks.** Kehtiva tulumaksusea-
duse järgi on ettevõtetel võimalik tulumak-
susoodustusega ühingute nimekirja kantud
asutustele annetada kuni 10% eelneva majan-
dusaasta kasumist või 3% väljamakstud tööta-
sudest tulumaksuvabalt. **Võimalikust maksu-
vaba annetamise mahust kasutavad ette-
võtted ära väga väikese osa.** 2023. aastal
annetati nimekirja kuuluvatele asutustele kok-
ku 16,5 miljonit eurot, sealhulgas kultuuri- ja
spordivaldkonda toetati 4,4 miljoni euroga.
Võimalik oluks maksuvabalt annetada 1,1
miljardit eurot. Kultuuri- ja spordivaldkonda
toetavaid ettevõtteid motiveerib enim missioo-
nitunne, aga ka toetuse saaja tegevuse läbi-
paistvus toetuse kasutamisel.

**Kõrgem annetamiskultuur ja suurem tead-
likkus võib toetada erarahastamise kasvu.**
Erarahastamise kasvuks, nagu on viidanud ka
rahvusvahelised uuringud, on oluline edendada
annetamiskultuuri. Sellele võib kaasa aidata
näiteks toetajate aktiivsem tunnustamine ja

meelespidamine, samuti kultuuri- ja spordior-
ganisatsioonide parem nähtavus. Üks võimalus
on ka nende annetuste soodustamine, kus juba
kehtivate maksusoodustuste näol on algus
tehtud. Samas on Eesti ettevõtete teadlikkus
maksusoodustustest üksjagu puudulik.

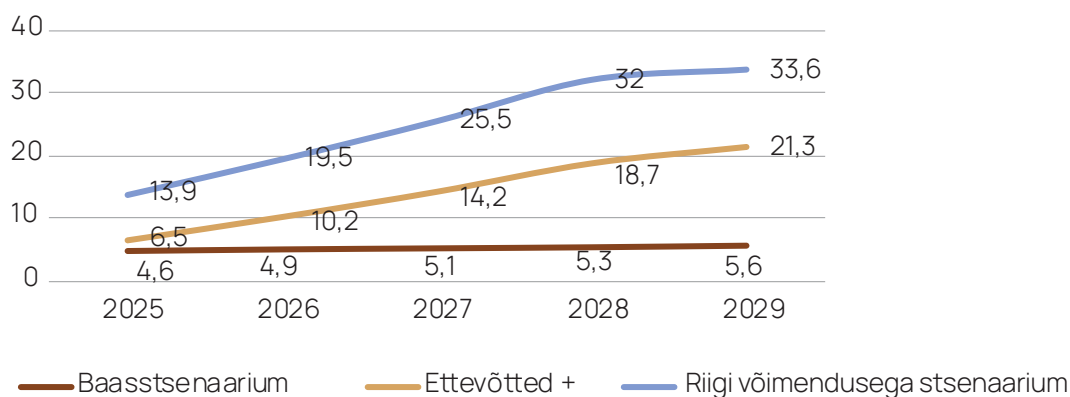
**Riigipoolne annetuste võimendamine võib
mõjutada kuni 40% ettevõtete annetus-
käitumist.** Eesti ettevõtete jaoks võib avaliku
sektori toetus mõjuda kvaliteedimärgina, mis
 julgustab annetama. Arenguseire Keskuse
küsitlusest selgus, et **ettevõtetest, kes juba
toetavad mõnda organisatsooni või asutust,
suurendaks 37% annetamist kas oluliselt või
mõningal määral, kui riik lisaks igale anne-
tatud eurole pool eurot juurde. Ettevõtte-
test, kes ei ole viimase kahe aasta jooksul
mõnda organisatsiooni või isikut toetanud,
kaaluks riigi võimenduse korral annetamist
39%.** Samas 58% juba annetavatest ettevõtte-
test hindab, et see meede ei paneks neid anne-
tusi suurendama, ning 5% vähendaks praegust
annetuste mahtu.

Selleks et pakkuda analüütilist tuge muuda-
tuste tegemiseks eraraha kaasamise süstee-
mis, on Arenguseire Keskus välja töötanud
[kultuuri- ja spordivaldkonda eraraha kaasa-
mise kalkulaatori](#). Kalkulaator võimaldab
hinnata mõningate eraraha kaasamise suuren-
damiseks tehtud ettepanekute ligikaudset
mõju spordi- ja kultuurivaldkonda laekuva
eraraha mahule ning riigi tuludele ja kuludele.

Raportis on võetud vaatluse alla kolm stse-
naariumi. Stsenaariumid on valitud selliselt, et
esimene neist peegeldab seniste suundumuste
jätkumist, teine Eesti ettevõtete annetuskul-
tuuri lähenemist Skandinaavia riikidele ning
kolmandas stsenaariumis ergutatakse ette-
võtete annetusi riigi lisapanusega. Annetuste
saajate seisukohast on seatud eeldustel tulu-
saim stsenaarium see, kus riik võimendab ette-

võtete annetusi. Selline skeem tooks rakendamise esimesel aastal ligikaudu 14 miljonit eurot annetusi ehk juurdekasv baasstsenaariumiga võrreldes oleks üle 9 miljoni euro. Mida aasta

edasi, seda suuremaks lisatulu kasvaks. Samas tähendab erasektori annetuste võimendamine riigi jaoks ka kulu.



Joonis 1. Annetuste saajate tulud miljonites eurodes

Allikas: Arenguseire Keskus, 2025

Teisalt on kultuuri- ja spordivaldkonna stimuleerimisel majandust elavdav mõju – osa riigi kuludest kaetakse kohe annetuste kasutamisel tekkiva maksutuluga. Samuti kasvatab toetust saanud asutuste suurem tegevusmaht sisemajanduse kogutoodangut, sest annetusi saanud ühingud kasutavad ka teiste majandusharude tooteid ja teenuseid. **Neil eeldustel saaks 2035. aastal 15 miljoni eurose riigi investeringu vastu tagasi 10 miljonit eurot maksutulu ja 63,5 miljonit eurot sisemajanduse kogutoodangut.** Liikumis- ja spordiharjumused ning kultuuritegevuses osalemine võivad aidata inimestel ka kauem tööturul püsida ning säilitada aktiivse eluviisi. Täiendava maksutulu kõrval oleks sellest suur abi ka tööjõupuuduse leevendamisel ja väheneks vajadus välistööjõu järele.

Kaughasartmängudelt laekuv maks saaks tuua lisatulu kultuuri ja spordi rahastamiseks. Hasartmängumaksust laekuva rahaga toetatakse ka praegu Eesti Kultuurkapitali

kaudu kultuuri ja sporti. Hasartmängumaksu laekumine on kiiresti kasvanud. Seejuures on vähenenud maksulaekumine mängusaalidelt ja väga kiiresti kasvanud internetipõhistelt hasartmängudelt laekuv maksutulu, mis 2019. aastal moodustas üksnes kümnendiku, kuid 2024. aastal juba enam kui kolmandiku kogu hasartmängumaksu laekumisest. Kaughasartmängude valdkonna kiirele kasvule on kaasa aidanud Eesti liberaalne õiguskeskkond, mis pakub ettevõtetele võimalust tegutseda rahvusvaheliselt. Turuosaliste hinnangute alusel tehtud simulatsiooni järgi võib kaughasartmängudelt laekuv maksutulu optimistlikuma prognoosi kohaselt 2029. aastaks mitmekordistuda. Selle potentsiaali kasutamine eeldab ühelt poolt riigi võimekuse tõstmist menetlustoimingutes ning teisalt on oluline võrreldes teiste riikidega säilitada atraktiivne maksumäär. Selline lisaraha võimaldaks riigil võimendada ettevõtete annetusi ja viia ellu ka kultuuri- ja spordiobjektide arendamise plaanid.



Kultuuri- ja spordi-
valdkonna sotsiaal-
majanduslik tähtsus

Kultuuri ja spordi roll ühiskonnas ulatub palju kaugemale pelgalt meelelahutusest või harrastustegevustest. Mõlemad valdkonnad mõjutavad riikide ja piirkondade majandust märkimisväärselt ning on olulised töökohtade loomisel, regionaalarengus ja sotsiaalse sidu- suse tagamisel.^{1,2} Kultuuri- ja spordiüritused toovad kokku tuhandeid osavõtjaid ning pealt- vaatajaid, tuues nii ühekordset kui ka pikaaja- list majanduslikku tulu. **Ühelt poolt kajastub kasu otsestes rahavoogudes, näiteks pileti- tulu või toitlustuse ja majutuse ning meele- lahutusteenuste tarbimise kasvus, teisalt aga avaldub kasu kaudselt sotsiaalse kapitali, tervisenäitajate ja haridustaseme tõusuna.**

Spordist rääkides tuuakse tavapäraselt esmalt välja selle positiivne mõju tervisele. Lisaks füüsilise vormi parandamisele aitab sport vähendada tervishoiusüsteemi koormust ja ühiskonna kulusid tervishoiule – nii otseseid ravikulusid kui ka kaudseid kulusid, mis väl- jenduvad näiteks töövõimetuspäevades või varajasemas suremuses. Juba kümme aastat tagasi hinnati, et ebapiisav kehaline aktiivsus võib Euroopas minna maksma üle 80 miljardi euro aastas.³ Need kulud oleksid välditavad, kui kõik eurooplased liiguksid keskmiselt 20 minu- tit päevas. Kuid isegi oluliselt väiksem kehaline koormus võimaldaks saavutada märkimisvää- set kokkuhoidu.

Uuringud viitavad, et regulaarselt sportivad töötajad on tervemad, võtavad vähem hai- guspäevi ning on vanemas eas sotsiaalselt aktiivsemad, mis toetab ühiskonna terviklikku

tööjõupotentsiaali.⁴ Suurem aktiivsus aitab inimestel kauem tööturul püsida.

Alahinnata ei saa ka spordi otsest majandus- likku rolli. Professionaalne ja -harrastussport, treeningkeskuste ja -rajatiste ehitus ning hooldus, sporditarvete tootmine ja turundus, ringhäälinguõigused ning sponsorlus loovad tuhandeid töökohti ja annavad märkimisväärs- e panuse sisemajanduse kogutoodangusse. Rahvusvahelised spordiüritused, nagu meistri- võistlused, turniirid ja olümpiamängud, toovad korraldajariiki arvukalt turiste. Nii suureneb tänu turistide kulutustele oluliselt teenindus- sektori (transport, hotellid, restoranid) käive. On hinnatud, et Euroopa Liidus on spordivald- konnas 1,5 miljonit töökohta, ning kui lisada spordiga seotud tegevused, moodustab see kuni 2,12% kogutoodangust, hõlmates ligikau- du 5,7 miljonit töökohta.¹ Eestis töötab spordi- valdkonnas ligikaudu 7000 inimest.⁵

Kultuurivaldkonnal on samuti märkimisväärne osa riikide ja piirkondade majandustegevuses ja rahvusvahelises koostöös. Peale otsese sissetuleku kultuuriüritustelt loob kultuur nõudlust turismivaldkonna jaoks. Näiteks hin- natakse, et ühe populaarse muusikafestivali külastaja kulutab keskmiselt 300–400 eurot, arvestades nii piletit, transporti, majutust kui ka toidu- ja joogikulusid.⁶ **Kultuuritooted – näiteks muusikaüritused ja filmid, disain, käsitöö – on sageli riigi visiitkaart, mis sillutavad teed tihedamatele rahvusvahelis- tele suhetele ja mille ekspordist saadav tulu toetab loomemajanduse arengut.** Statistika kohaselt on kultuuritoodete eksport viimase

¹ European Commission (2018). Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. [Study on the economic impact of sport through sport satellite accounts](#). Publications Office.

² European Commission (2017). Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. Hoelck, K., Engin, E., Airaghi, E., Romainville, J. *et al.* [Mapping the creative value chains – A study on the economy of culture in the digital age – Final report](#). Publications Office.

³ <https://cebr.com/blogs/the-costs-of-inactivity-in-europe/>

⁴ Eurofound (2019). [Health and well-being of older workers in Europe](#).

⁵ Eurostat (2025). [Employment in sport by sex](#).

⁶ <https://www.festicket.com/magazine/category/trends-reports/>

kümnendi jooksul kasvanud keskmiselt 5–7% aastas, ületades paljude traditsiooniliste tööstusharude keskmise kasvutempo.⁷ Loomes- ja kultuuritööstus annab Euroopas tööd ligi 7,8 miljonile inimesele ehk keskmiselt 3,8% kogu tööhõivest.⁸ Eestis töötas 2023. aastal kultuurivaldkonnas isegi enam ehk 5,1% kõigist hõivatutest (u 36 000 inimest).

Sporti ja kultuuri iseloomustab lisaks majanduslikele näitajatele ka nende sotsiaalne väärtus, mida sageli on keeruline mõõta rahas, kuid mille mõju ühiskonna heaolule on siiski suur. Spordiklubid ja kultuuriorganisatsioonid edendavad vabatahtlikku tegevust, loovad kogukonnatunnet ning aitavad lõimida eri taustaga inimesi. Positiivne sotsiaalne mõju tähendab muu hulgas kuritegevuse vähenemist, noorte suuremat osalust ühiskondlikes tegevustes, vaimse tervise paranemist ja kogukondade tugevnemist. Kuigi nende hüvede majandusliku väärtust on raske täpselt hinnata, viitab see, et **spordi- ja kultuuriinvesteeringute tasuvus on pikemas perspektiivis sageli suurem, kui esmapilgul arvata võiks.**

Järgnevalt vaatame erinevaid näiteid kultuuri- ja spordiürituste ning -objektide majandusmõju kohta.

Regionaalsetel kontserdimajadel on arvestatav majandusmõju, kuid see sõltub asukohast ja ligipääsetavusest

Lähiriikidest on hinnatud Läti kaasaegsete kontserdisaalide majandusmõju. **Rēzeknes asuv GORS, Cēsise kontserdimaja ja Liepājas tegutses Lielais dzintars** on kujunenud piirkondlikeks tõmbekeskusteks. Need kontserdisaalid mahutavad 500–1000 külastajat ning võõrustavad rahvusvahelisi kontserte ja kultuuriüritusi.

Sisendi ja väljundi seoste analüüsi kasutades hinnati kontserdisaalide otsest ja kaudset majandusmõju neile linnadele 2016. aastal.⁹ Suurima otsese tulude (kontserdikorraldaja tulude ja kulude vahe) teenis Cēsise kontserdimaja (674 144 eurot), järgnesid Rēzekne (667 071 eurot) ja Liepāja (226 542 eurot). Kuid kui arvestada ka kaudset mõju, sealhulgas külastajate majutus- ja transpordikulutusi, ning asjaolu, et iga majandusse lisatud euro tekitab täiendavat maksutulud ja võimendab sektoritevahelise ringluse kaudu majanduskasvu, ulatus suurim kogumajanduslik mõju 2,6 miljoni euronni Cēsises, 2,3 miljoni euronni Rēzeknes ja 1,6 miljoni euronni Liepājas. Suurim kordistusefekt ehk kogumõju ja otseste tulude suhe ilmnis Liepājas.

Tabel 1. Külastajate kaudsed kulutused kolme linna kontserdisaalidele eurodes

ASU-KOHT	Küsitletud inimesed	Sh mitte-residendid	Transport	Kohvikud	Muu	Kaudsed kulud	Majutus	Kokku (ilma piletit)
Cēsis	370	312 (84%)	3,07	8,47	0,29	1,75	0,32	13,90
Rēzekne	426	310 (72%)	5,09	5,69	0,11	0,98	1,27	13,15
Liepāja	431	263 (61%)	4,25	6,34	0,34	1,37	2,95	15,25

Allikas: Bukbarde, 2017

⁷ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>

⁸ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment

⁹ Bukbarde, L. (2017). Does the new culture infrastructure benefit Latvia's regional economies? A comparative economic impact assessment study of regional concert halls. Bachelor Thesis. SSE Riga.

Kontserdisaalide edu sõltub suuresti nende asukohast ja ligipääsetavusest: Cēsise eeliseks on lähedus Riiale, kust tuleb palju külastajaid, samas kui Rēzekne tõmbab külastajaid kaugematest piirkondadest, olles Latgale piirkonna kultuurikeskus. Liepāja kontserdisaal oli analüüsi tegemise ajal alles hiljuti avatud ning selle mõju alles kujunes, kuid uuringud näitasid potentsiaali meelitada külalisi ka Leedust, eriti Palangast ja Kaunasest.

Suurema mastaabiga on näiteks **Uppsala kontserdi- ja kongressikeskus** (Uppsala Konsert & Kongress, UKK) Rootsis, mis on tuntud oma ainulaadse ja auhinnatud arhitektuuri poolest – 2007. aastal pälvis hoone Miami Beachi biennaalil kuldmedali suurte avalike hoonete kategoorias. Ligikaudu 8% kogu Uppsala linna turismikäibest on seotud UKK tegevusega. 2010. aastal kulutasid UKK välismaised külastajad Uppsalas väljaspool keskuse territooriumi umbes 93 miljonit Rootsi krooni (u 9,8 miljonit eurot), peamiselt hotellides ööbimise ning restoranide ja kohvikute külastuste näol.¹⁰ 2024. aastal müüdi UKK avalikele üritustele kokku 99 262 piletit ning keskuse kogutulud ulatusid 61 miljoni kroonini (u 6,4 miljonit eurot). UKK oluline edutegur on lähedus Stockholmile ja hea ligipääsetavus erinevate transpordivahenditega.

Kultuuri suursündmused toovad majanduslikku tulu, tugevdavad kogukonna identiteeti ja toetavad kohalikku ettevõtlust

Eestis toimuvatest arvukatest kultuuri suursündmustest on uuritud näiteks 2019. aastal Tartus toimunud **Metallica kontserdi** mõju. Kontserdil osales kokku üle 65 000 pealtvaataja, enamik neist saabus naaberriikidest – Lätist, Leedust ja Venemaalt. Nende riikide külastajad viibisid Eestis lühikest aega ning lahkusid enamasti kohe pärast kontserti, seevastu Skandinaavia külastajad jäid Eestisse pikemaks perioodiks. Suure huvi tõttu olid Tartu hotellid üheksa kuud enne üritust juba täielikult broneeritud. Metallica kontserdi otseseks majanduslikuks mõjuks Eestile hinnati vähemalt 1,2 miljonit eurot, millele lisandusid sularahas tehtud maksed. Suurim osa tulust tuli kaardimaksetest restoranides ja toidupoodides (0,8 miljonit eurot) ning ametlikes majutustes ööbimisest (0,3 miljonit eurot).¹¹

jad viibisid Eestis lühikest aega ning lahkusid enamasti kohe pärast kontserti, seevastu Skandinaavia külastajad jäid Eestisse pikemaks perioodiks. Suure huvi tõttu olid Tartu hotellid üheksa kuud enne üritust juba täielikult broneeritud. Metallica kontserdi otseseks majanduslikuks mõjuks Eestile hinnati vähemalt 1,2 miljonit eurot, millele lisandusid sularahas tehtud maksed. Suurim osa tulust tuli kaardimaksetest restoranides ja toidupoodides (0,8 miljonit eurot) ning ametlikes majutustes ööbimisest (0,3 miljonit eurot).¹¹



¹⁰ <https://www.ukk.se/om-ukk/uppdrag-och-verksamhet/samhallsekonomiska-effekter/>

¹¹ Sihtkohtade suursündmuste mõju hindamise mudeli lõpptulemused (2020). WELP!

Suure majandusmõjuga paistab silma ka **Pimedate Ööde Filmifestival** (PÖFF), mida on korraldatud 1997. aastast alates. 2024. aasta festivalil osales 93 000 külastajat ja näitamisele tuli 550 filmi. PÖFFi festivali külastajate kulutused olid



hinnanguliselt 3,2 miljonit eurot, millelt tasuti arvestuslikult käibemaksu 0,6 miljonit eurot ja ettevõtlussektorile lisandus käivet 2,6 miljonit eurot. Suurema osa festivali külastajate kulutustest – hinnanguliselt 2,9 miljonit eurot – moodustasid Eesti elanike väljaminekud. Välisriikide külastajate kulutused ulatusid ligikaudu 0,3 miljoni euroni.¹² Võttes arvesse teisesid ja kaudseid mõjusid, hinnati festivaliga loodud majanduslikuks tuluks kokku 11,7 miljonit eurot ning iga Eesti riigi poolt sündmusesse pandud euro tõi tagasi umbes 6,9 eurot.¹³

Viljandi folgi majandusmõju on uuritud 2024. aasta festivali näitel. Osales ligikaudu 13 000 külastajat, kellest suurem osa olid tulnud piirkonda ainult selle ürituse tõttu. Viljandi folk tõi kohalike omavalitsuste elanikele 1,3 miljonit eurot lühiajalist tulu. Kogutulu hinnati sellest veel 0,3 miljoni euro võrra suuremaks, kuivõrd osa tulust liikus Viljandist välja – folgil pakkusid teenuseid ka väljastpoolt Viljandit pärit ettevõtted. Iga üritusse investeeritud euro teenis kohalikele tagasi 4,19 eurot ning kohaliku omavalitsuse toetuse iga euro tõi lausa 72,50 eurot tulu. See näitab, et folk on Viljandile majanduslikult väga kasulik.

Soomes on hinnatud **Savonlinna ooperi- ja balletifestivalide** majandusmõju. Need on iga-aastased suursündmused, mis toovad kokku maailmatasemel esinejad ja arvuka publiku. Kasutades Soomes välja töötatud FEET (*Finnish Event Evaluation Tool*) metoodikat, hinnati festivali majandusmõju 2009. aastal, mil ooperifestivali külastas 64 700 inimest ja balletifestivali 5082 inimest, kellest 4,6% olid kohalikud elanikud, 20,6% ühepäevaturistid ning 53,6% ööbivad turistid.¹⁴ Leiti, et ooperifestival

¹² Eesti Konjunktuuriinstituut (2025). [Pimedate Ööde Filmifestivali 8.11–24.11.2024 majandusliku mõju hinnang](#).

¹³ Piirimäe, K., Niitra, B., Raun, M., Õunapuu, T., Lauringson, D., Argus, L., Tammesalu, M., Peetson, H., Mikk, M., Uiboleht, M. (2024). [Metoodika suurte kultuuri- ja spordisündmuste sotsiaal-majandusliku mõju hindamiseks](#). Mudel SuMu.

¹⁴ Mikkonen, J., Pasanen, K. (2010). Economic and socio-cultural impacts of two leading cultural festivals of Savonlinna. Avaldatud teoses: Rhodi, T. (toim.) (2010). Events and festival research: state of the art. Global events congress IV: festival & events research: state of the art. Incorporating the 8th AEMR events Management Educators' Forum, Leeds, UK, 13–16 July 2010.

tõi linnale sisse 4,6 miljonit eurot külastajate kulutuste kaudu, lisaks ostis festivali korraldaja kohalike ettevõtetele ühe miljoni euro väärtuses teenuseid. Balletifestivali kui mahult palju väiksema ürituse majandusmõju hinnati 157 000 eurole, festival ise ostis kohapealt teenuseid 70 000 euro ulatuses.

Lisaks rahalisele mõjule tugevdas festival ka kogukonna identiteeti ning edendas kultuuriga seotud haridusvõimalusi. Samas toodi negatiivse mõjuna esile liiklusummikuid ja mürahäiringuid.



Tabel 2. Külastajate päevased kulutused festivalidel ja turismist saadav tulu eurodes

	Ooperifestival 2009	Balletifestival 2008
Päevakülastajate keskmised kulutused	42,80	57
Keskmised kulutused tasulises majutuses ööbivate reisijate kohta	103,80 eurot päevas	113,80 eurot päevas
Keskmised kulutused tasuta majutuses ööbivate reisijate kohta	43,80 eurot päevas	43,30 eurot päevas
Otsene turismitulo	4 600 000	157 000

Allikas: Mikkonen ja Pasanen, 2010

Mõju hindamise meetodid liiguvad suurandmete kasutamise ja multidistsiplinaarse lähenemise suunas

Mõju hinnatakse kas **ex-ante** (planeerimise etapis) või **ex-post** (pärast ürituse toimumist või objekti valmimist), et selgitada välja sotsiaal-majanduslikud mõjud nii lühikeses, keskmises kui ka pikas perspektiivis. Üldisemalt on kolm mõju hindamise meetodite kategooriat:

- statistiline mudeldamine,
- eksperimentaalsed või pool-eksperimentaalsed meetodid ning
- teooriapõhised lähenemised.

Statistiline mudeldamine hõlmab näiteks üldise tasakaalu mudelite (CGE – *Computable General Equilibrium*) ja sisendi-väljundi analüüsi kasutamist, mis hindab sektoritevahelisi sõltuvusi. Need meetodid aitavad lisaks otsesele mõjule tuua esile ka kaudse ja kaasneva sotsiaal-majandusliku mõju. Siiski võib nende meetodite puhul jääda vajaka detailsusest, eriti väiksemate sihtrühmade puhul, kuna riiklikud või piirkondlikud majandusandmed ei ole alati piisavalt täpsed.

Sellistel juhtudel kasutatakse lisameetodeid, nagu **tasuvusanalüüs** (*cost-benefit analysis*) või **kordajaanalüüs** (*multiplier analysis*), mis keskendub sellele, kuidas otsesed ja kaudsed kulutused toovad kaasa täiendavaid kulutusi piirkonnas. Need kulutused jagunevad otses- teks, kaudseteks ja kaasnevateks:²

- **otsesed kulutused** – külastaja kulutused majutusele, transpordile ja piletitele;
- **kaudsed kulutused** – ürituse korraldaja sisseostetud teenuste kulud;
- **kaasnevad kulutused** – otsestest ja kaudsetest kuludest saadud tulu edasine kasutamine tarbimises või investeeringutes.³

Eksperimentaalsed ja pool-eksperimentaalsed meetodid võrdlevad lõpptulemust olukorraga, kus sekkumist (nt üritust) ei toimunud. Võrreldakse keskmist muutust sekkumises osalenud grupis vastukaaluna kontrollgrupile, kus sekkumist ei olnud. Siia kategooriasse kuuluvad ka küsitlused erinevate gruppide hulgas, kuid nende puhul tuleb arvestada, et tulemused võivad olla positiivselt kallutatud, kui küsitajateks on ürituse korraldajad.⁴ Pikemaajaline statistiline analüüs võimaldab samuti võrrelda erinevaid piirkondi, kuid selle meetodi nõrkuseks on sageli võrreldava kontrollkaasuse puudumine, mis võib viia ekslike järeldusteni.

Teooriapõhised lähenemised keskenduvad sellele, **miks** ja **kuidas** tulemused saavutati, otsides põhjuslikke seoseid. See meetod aitab hinnata, kas sekkumine tõi kaasa soovitud mõju, kuid selle risk on teha liiga kaugeleulatuvaid kvantitatiivseid järeldusi.

Uuemad meetodid hõlmavad näiteks **Google Trends**i andmete kasutamist, mis aitab hinnata potentsiaalsete külastajate huvi ürituse vastu. Kuna traditsioonilised meetodid ei pruugi alati täpselt prognoosida osalejate arvu, annab Google Trends teavet selle kohta, kui

palju inimesi on üritusega seotud veebilehtedel klõpsanud, mis viitab nende kavatsusele üritust külastada. Selle meetodi keerukuseks on aga otsingusõnade piiritlemine, kuna sama üritust võib otsida erinevate märksõnade kaudu.

Kokkuvõtteks: arvestades eri meetodite eeliseid ja puudusi, on üha levinum suund kasutada multidistsiplinaarset lähenemist, mis ühendab eri meetodeid. Näiteks lisatakse finantsanalüüsile majandusanalüüsi elemente, kombineeritakse külastusinfo analüüs korraldus- ja ehituskulude hinnanguga ning majandusmõju hindamises arvestatakse ka mõju tööhõivele ja heaolule.

Kasutatud allikad:

¹ OECD (2023). How to measure the impact of culture, sports and business events.

² Li, S., Jago, L. (2013). Evaluating economic impacts of major sports events—a meta analysis of the key trends. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 591–611.

³ Khan, H., Seng, C., Cheong, W. (1990). Tourism multiplier effects on Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17, 408–418.

⁴ Gergaud, O., Ginsburgh, V. (2019). Using Google Trends to Evaluate Cultural Events. ECARES Working Papers, 2019.

Väikesed kultuurfestivalid tugevdavad kogukonnatunnet ja toovad tulu kohalikele ettevõtetele, kuid põhjustavad ka elukeskkonna häiringuid

Väiksemate kultuuriürituste mõju on vähem hinnatud, kuid ühe näitena saab tuua 2002. aastal **Austraalias Southern Highlandsis New South Walesis toimunud kirjandusfestivali**, mida hinnati kuueetapilise sotsiaalse mõju hindamise raamistikuga (SIE)¹⁵, mis sobib väikeste kogukonnafestivalide analüüsiks.

Selgus, et kuigi osa kogukonnaliikmeid näeb festivali kui võimalust sotsialiseeruda, võib see teistele häiriv tunduda. Negatiivse mõjuna toodi välja liiklusummikud, parkimiskahjustused, igapäevarutiini muutused, alaealiste alkoholi-tarbimine ja vandalism. Positiivse poole pealt mainiti kogukonnaintegreerimise tugevnemist,

suurenenud uhkust oma linna üle, võimalust uusi oskusi arendada ja töökohti luua.

Gibson jt (2010)¹⁶ analüüsisid samuti väikeseid kultuurfestivale ja spordiüritusi Austraalias ning nende tulemused kattuvad suuresti kirjandusfestivali näitel leitudga. Lisaks näitas analüüs, et ka väikesed festivalid loovad töökohti, toetuvad kohalikele teenusepakkujatele ehk toovad piirkonnale majanduslikku kasu. Veel arendavad sellised üritused vabatahtlikkust kogukonnas ning pakuvad esinejatele ja osalejatele kunstilist eneseväljendusvõimalust.

Eestis on väiksematest kultuurfestivalidest hinnatud näiteks **Brigitta festivali** majandusmõju.¹⁷ See on Tallinnas toimuv valgus- ja kultuurfestival, mis pakub külastajatele lum-mavaid valgusinstallatsioone, muusikalisi etteasteid ja mitmekesist kultuuriprogrammi. 2024. aastal külastas festivali üle 4000 inimese, neist

¹⁵ Small, K., Edwards, D., Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of event management research*, 1(1), 66–77.

¹⁶ Gibson, C., Waitt, G., Walmsley, J., Connell, J. (2010). [Cultural festivals and economic development in nonmetropolitan Australia](#). *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), 280–293.

¹⁷ Piirimäe, K., Niitra, B., Raun, M., Öunapuu, T., Lauringson, D., Argus, L., Tammesalu, M., Peetson, H., Mikk, M., Uiboleht, M. (2024). [Metoodika suurte kultuuri- ja spordisündmuste sotsiaal-majandusliku mõju hindamiseks. Mudel SuMu](#).

13% olid väliskülalised. Siseturistid kulutasid festivalikülastusele keskmiselt 65 eurot, väliskülalised 107 eurot. Üksnes selle ürituse tõttu olid piirkonda saabunud pooled siseturistidest ja 44% väliskülalistest. Kokku hinnati seotud majanduslikuks tuluks 300 000 eurot ning iga ürituse korraldamisse investeeritud euro tõi tagasi 0,41 eurot.

Kohaliku omavalitsuse vaatenurgast teenis festivalile antud toetus end peaaegu tagasi: igast Tallinna linna toetuseurost läks lõpuks linnale kaotsi vaid 0,09 eurot, sest oluline osa korraldamiskuludest jõudis teenuste osutamise kaudu kohalike leibkondadeni. Lisandus pikaajaline tulu maine kasvust.

Väikesemahuliste kultuuriürituste puhul on soodsa mõju saavutamisel võtmeküsimus kogukonna kaasatus, sealhulgas see, kui palju on kohalikke vabatahtlikke kaasalööjaid. Eestis toimunud üritusi hinnates on selgunud, et positiivne (sotsiaalne) mõju on märgatavam väiksemates kohalikes omavalitsustes.

Spordikeskused aitavad edendada ter- vist ja kogukondlikku sidusust, kuid nendega kaasnevad ka finantsriskid

Spordirajatised, näiteks staadionid, spordihallid ja ujulad, toetavad kogukondade sotsiaalset ja majanduslikku heaolu, aga need on seotud ka finantsriskidega – ülalpidamiskulusid võidakse alahinnata ning tulud ei kata kulusid.

Multifunktsionaalse spordihalli edukas näide on **Žalgiris Arena Kaunases**, mis on Leedu suurim ja kaasaegsem sisehall. See on kujunenud oluliseks keskuseks nii spordi- kui ka kultuuriürituste korraldamisel. Aastal 2023 külastas seda vähemalt korra 70% leedulastest, olles sellega riigi populaarseim ürituste toimumispaik. 97% mittekaunaslastest tulevad linna just tänu üritustele Žalgiris Arenal. Hallil on oluline majandusmõju, on hinnatud, et Žalgiris tegevusest tulenev lisandväärtus ulatub 124 miljoni euroni, millest 35 miljonit tuleb otseselt halliga seotud tuludest ning ülejäänu külastajate kulutustest Kaunase piirkonnas. Ainuüksi külastajate otsesed kulutused ulatusid üle 8,5 miljoni euro, millest suurim osa suunati restoranidesse, transporti ja majutusse. Iga euro, mis kulutatakse Žalgiris tegevusele, loob majanduses 2,91 euro suuruse kogumõju. Lisaks avaldab hall positiivset mõju ka meediakajastustele ja linna rahvusvahelisele tuntusele.¹⁸



Foto: Delfi Meedia

¹⁸ Žalgiris Impact Study, 2025 (ilmumas)

Tabel 3. Vastajate hinnangud spordihalli sotsiaalsele mõjule (M – keskmine; SD – standardhälve; S – asümmeetriakordaja; K – järsakuskordaja. Skaalavahemik „täiesti nõus“ (5) kuni „ei nõustu“ (1)¹⁹

Muutuja	Keskmine (M)	Standardhälve (SD)	Asümmeetria (S)	Järsakus (K)
Mõju sotsiaalsele sidususele, võrdsusele ja õiglustundele	4,23	0,79	-0,70	-0,14
Mõju tervisele	4,43	0,69	-0,71	-0,40
Mõju kehalise aktiivsuse tasemele ja harjumustele	4,26	0,65	-0,28	-1,29
Sotsiaal-kultuuriline mõju	3,65	0,89	-0,19	-0,58
Sotsiaal-majanduslik mõju	3,44	1,00	-0,09	-0,76
Mõju mainele ja turundusele	4,21	0,87	-1,42	2,61
Tuleviku kavatsused	4,40	0,68	-1,01	0,40

Allikas: Testa jt, 2023

Valencias asuva spordikeskuse mõju-uuringu põhjal peavad elanikud rajatist kogukonnale üldiselt kasulikuks, eriti tervise, sotsiaalse sidususe ja füüsilise aktiivsuse edendamise aspektist. Need, kes hindasid kõrgemalt spordikeskuse positiivset mõju tervisele ja kogukonnale, olid tõenäolisemalt valmis seda tulevikus ise kasutama. Samuti selgus, et regulaarsed kasutajad tajuvad spordihalli positiivset mõju tugevamalt, on tõenäoliselt pikemaajaliselt lojaalsed ning soovivad teenuseid ka teistele.

Aastatel 1997–2009 hinnati **spordirajatiste mõju 15 Uus-Meremaa linnas**²⁰. Leiti, et kuigi spordirajatiste ehitamine suurendas lühiajaliselt tööhõivet ehitussektoris, puudusid märkimisväärsed tõendid ehitusjärgse ehk pikaajalise tööhõive kasvu ja mõju kohta SKP-le. See tõestab küsimuse spordirajatistesse tehtavate

riiklike investeeringute tõhususe kohta majanduskasvu stimuleerimise vahendina.

Seda järeldust kinnitab enam kui **130 USA spordirajatist** käsitleva analüüsi kokkuvõtte²¹, kus selgitati spordirajatiste majandusmõju aastail 1970–2020 ning leiti, et professionaalsetel võistkondadel ja spordirajatistel on kohalikule majandustegevusele väike mõju või käegakatsutav mõju puudub. Samuti esineb majandustegevuse ümberpaigutamist, mis tähendab, et majanduslik kasu ühes piirkonnas võib tulla teise lähedalasuva piirkonna arvelt. Siiski märgiti, et sporditegevus parandab elukvaliteeti ja suurendab elanike uhkust oma kogukonna üle, mis võib õigustada spordirajatistesse investeerimist muudel kui rangelt majanduslikel põhjustel.

¹⁹ Testa, L., Parra-Camacho, D., Gómez-Tafalla, A. M., García-Pascual, F., Duclos-Bastías, D. (2023). [Local Impact of a Sports Centre: Effects on Future Intentions](#). Sustainability.

²⁰ Richardson, S. A. (2016). Does stadium construction create jobs and boost incomes? The realised economic impacts of sports facilities in New Zealand. *New Zealand economic papers*, 50(2), 153–176.

²¹ Bradbury, J. C., Coates, D., Humphreys, B. R. (2023). The impact of professional sports franchises and venues on local economies: A comprehensive survey. *Journal of Economic Surveys*, 37(4), 1389–1431.

Tabel 4. Osalejate kulutused sulgpallivõistlustel

	Inimeste arv		Majutus		Toit ja jook		Transport		Muu	
	MM täis-kasvanud	MM seeniorid	MM täis-kasvanud (eurot)	MM seeniorid (eurot)	MM täis-kasvanud (eurot)	MM seeniorid (eurot)	MM täis-kasvanud (eurot)	MM seeniorid (eurot)	MM täis-kasvanud (eurot)	MM seeniorid (eurot)
Pealt-vaatajad	3254	1473	758,251	501,302	328,771	497,287	221,219	146,255	1934	2925
Sportlased	128	273	42,535	64,336	27,896	42,194	12,409	18,770	21,235	32,119
Kohtunikud	62	40	16,403	10,845	10,712	10,758	4786	3164	5414	8189
Ametnikud/delegaadid	33	22	8606	5690	3731	5644	2511	1660	2840	4296
Töötajad	97	63	25,760	17,031	11,169	16,894	7516	4969	8502	12,860
Vaba-tahtlikud	132	87	35,002	23,141	15,176	22,955	6751	4942	11,553	17,447
KOKKU	3706	1956	886,556	622,344	393,856	595,732	258,652	181,569	51,478	77,864

Allikas: Quirante jt, 2024



Suurvõistlused turgutavad turismimajandust

Suurvõistluse majandusmõju analüüsi näide on **2021. aasta sulgpalli maailmameistrivõistlused Hispaanias Huelvas**²², mille puhul hinnati, et need lisasid kohalikku majandusse kasumina 1,07 miljonit eurot, millest enamiku moodustas majutus (49%), millele järgnesid toitlustus (32%) ja transport (14%). Kokku teeniti iga kulutatud euro kohta tagasi 1,53 eurot. Tähtis oli ka see, et võistlused toimusid väljaspool turismihooaega, elavdades oluliselt kohalike ettevõtete tegevust.

Veel suurem majandusmõju oli **2018. aasta jäähoki maailmameistrivõistlustel (IHCW) Taanis**, kus loodi 1041 töökohta ja lisandus riigi

²² Quirante, M., Seguí-Urbaneja, J., Guevara-Pérez, J. C., Cabello-Manrique, D. (2024). [Direct Economic Short-Term Impact of Public Spending in Sporting Events: The Case of the Elite and Senior Badminton World Championships](#). Tourism and hospitality.

Tabel 5. Kohalike ja rahvusvaheliste turistide päevased kulutused teenustele eurodes

Asukoht + rahvus	Kogu-kulutused päevas	Maju-tus	Trans-port	Ürituse ala	Resto-ranid	Meele-lahutus	Ostle-mine	Muu
Herning + taanlased	90	11	14	35	24	2	4	0
Herning + rahvusvahelised	133	56	21	27	13	4	12	0
Kopenhaagen + taanlased	35	5	5	12	6	2	4	1
Kopenhaagen + rahvusvahelised	172	42	16	37	28	8	8	30

Allikas: Toft, 2019

majandusse 120 miljonit eurot. 180 000 külatajat veetis võistlustel keskmiselt neli päeva ja kulutas päevas keskmiselt 180 eurot.

Suurimaid kulutusi tegid külastajad teistest riikidest, peamiselt majutusele, einestamisele ja meelelahutusele (tabel 5). Majutuskulude osas täheldati kulutamisharjumuste märkimisväärset erinevust. Paljud Taani teistest piirkondadest tulnud külastajad valisid odavama majutusvõimaluse, näiteks sõprade või pere juures ööbimise.

Lisaks ütles 51% rahvusvahelistest külastajatest, et tuleksid Taani tagasi, mis viitab positiivsele turismimõjule ka pärast võistluste lõppu. 25% naaseks muul turismialasel eesmärgil ja 10% külastaks sarnast spordiüritust. 88% soovitsid Taanit turismi sihtkohana lähedastele ja sõpradele.²³

Samas suurusjärgus majandusmõju oli ka **2022. aasta Euroopa korvpalli meistrivõistluste finaalturniiril FIBA EuroBasket**, mis toimus neljas riigis: Tšehhis (Praha), Gruusias (Tbilisi),

Itaalias (Milano) ja Saksamaal (Köln ja Berliin). Turniiriga kaasnevaks otseseks majandusmõjuks hinnati enam kui 66 miljonit eurot, sh pealtvaatajate tehtud kulutused ligi 40 miljonit eurot. Võttes arvesse ka kaudset mõju, hinnati turniiri majanduslikuks kogumõjuks 227 miljonit eurot. Mänge käis vaatamas üle 650 000 pealtvaataja. Lisaks hinnati turniiri järel selle mõju inimeste füüsilisele aktiivsusele ning leiti, et see üritus innustas külastajaid olema füüsiliselt aktiivsed, avaldades 3 miljoni euro suurust positiivset mõju võõrustajalinnade tervishoiusüsteemile.²⁴

Eestis toimunud rahvusvahelistest spordi suur-sündmustest on hiljuti hinnatud **Rally Estonia 2024** mõju. Tartu linna ja kuut Lõuna-Eesti valda hõlmanud ürituse pealtvaatajate arv ulatus 15 205 inimeseni (sh 6705 piletiga pealtvaatajat), lisandusid akrediteeritud võistlejad, meeskonnaliikmed, korraldajad ja ajakirjanikud (kokku 2249 inimest).²⁵ Ralli eelarve oli 2,24 miljonit eurot, sh Kultuuriministeeriumi eraldis 1,15 miljonit eurot. Rally Estonia külastajad tegid kokku kulutusi ligi 9 miljoni euro eest (tabel 6).

²³ [FIBA_EB2022_FINAL_compressed-hostcityimpactstudy.pdf](#)

²⁴ Toft, H. (2019). Evaluation of the economic tourism-related impact and event experience related to the 2018 Ice Hockey World Championship in Denmark: English summary of the original report in Danish.

²⁵ LevelLab (2024). Rally Estonia 2024 sotsiaal-majandusliku mõju analüüs.

Tabel 6. Rally Estonial osalenute kulutused eurodes

	Pealtvaatajad				Meeskonnaliikmed ja võistlejad		Korraldajad jm (nt ajakirjanikud)	
	piletiga sise-turistid	piletita sise-turistid	piletiga välis-turistid	piletita välis-turistid	Eesti	välismaa	Eesti	välismaa
Unikaalseid külastajaid	5900	8075	805	425	141	421	1407	280
Keskmine päevade arv	2,7	1,3	3,8	1,3	3,8	5,4	4,6	5,6
Külastus-päevi	15 930	10 500	3060	550	540	2270	6470	1570
Arvestades kaaslasti*	22 300	14 700	4280	770	590	3630	7120	2040
Rallipasside kulu	579 800		98 440					
Majutus	914 300	602 700	273 920	49 280	17 700	319 440	56 960	132 600
Eesti-sisene transport	602 100	396 900	149 800	26 950	18 880	225 060	99 680	89 760
Toitlustus	735 900	485 100	136 960	24 640	8 850	137 940	71 200	67 320
Toit ja jook	446 000	294 000	89 880	16 170	8 850	108 900	49 840	26 520
Meelelahutus	245 300	161 700	34 240	6 160	2 360	94 380	14 240	14 280
Muud kulud	312 200	205 800	81 320	14 630	14 160	54 450	28 480	24 480
KOKKU	3 835 600	2 146 200	864 560	137 830	70 800	940 170	320 400	354 960

Allikas: LevelLab, 2024

Hinnanguliselt laekus korraldajate ja osalejate tehtud kuludelt kokku 1,5 miljonit eurot käibemaksu ning 0,2 miljonit eurot tööjõumakse. Rallil oli tähtis roll ka Eesti tutvustamisel ja nähtavuse suurendamisel – üritust jälgis otseülekannete kaudu ligi 200 miljonit inimest ning see pälvis laialdast kajastust ka sotsiaalmeedias.

Kohalike elanike hinnang üritusele oli positiivne: ralli tugevdas kogukonna ühtekuuluvust (4 palli skaalal hinne 3,27) ja tekitas elanikes uhkustunnet (hinne 3,45).



Erarahastamise
suundumused
maailmas

Teaduskirjandusest ja rahvusvaheliste organisatsioonide aruannetest ilmnevad mitmed annetamise suundumused ja uuenduslikud tavad

kultuuri- ja spordivaldkonda eraraha kaasamisel. Peamised suundumused on esitatud joonisel 2.



Joonis 2. Rahvusvahelised suundumused annetamise valdkonnas

Allikas: EY, 2024

Avaliku raha vähenemine kultuuris ja spordis

Euroopa Liidu riigid on alates 2008. aastast üldiselt vähendanud riiklikku osa kultuuri ja spordi rahastamises, suunates loomeinimesi ja -organisatsioone oma tegevust äriliseks muutma ning rohkem erarahastust kaasma.²⁶ Näiteks on vähenenud avaliku rahastuse osakaal kultuurivaldkonnas Soomes, Hollandis ja Tšehhis. Sama suundumust – avaliku sektori rahastuse vähenemine ja erasektori rahastuse kasvav osakaal – täheldatakse ka annetamise valdkonnas üldisemalt.²⁷

COVID-19 pandeemia mõjutas kultuuri- ja spordivaldkonna ärimudeleid märkimisväärselt, kuid näiteks Suurbritannias suutsid kultuuriasutused annetuste hulga sel perioodil säilitada, kasutades annetuste kogumiseks rohkem digitaalseid võimalusi ja kaasates aktiivsemalt olemasolevat annetajate võrgustikku.²⁸ **Eraraha kaasamine eeldab kultuuri- ja spordiasutuste pädevust annetusi koguda, mis tähendab, et selleks on vaja inimesi, võimekust ja aega.** Lisaks tuleb arvestada, et majanduslikult keerulistel aegadel tavaliselt vähenevad eraannetused kultuurivaldkonda, kuna annetatatakse pigem sotsiaalvaldkonda.²⁹

²⁶ Antoshyna, I., Bondarenko, A. (2020). [Models of administrative and legal regulation of sponsorship and patronage in the EU](#). Baltic Journal of Economic Studies, 5/5, 18.

²⁷ Alexander, J., Dewing, C., Jones, T. (2018). Future of philanthropy: Insights from Multiple Expert Discussions Around the World. Createspace Independent Publishing Platform.

²⁸ Arts Council England (2022). Private Investment in Culture Survey Report 2022.

²⁹ Krawczyk, K., Wooddell, M., Dias, A. (2017). Charitable giving in arts and culture nonprofits: The impact of organizational characteristics. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 46(4), 817–836.

Kultuuri ja spordi rahastamise suundumused Soomes ja Tšehhis

Soome kultuuripoliitika strateegias 2025 on välja toodud, et kuni 2010. aastani suurenesid kultuurile eraldatavad avaliku sektori vahendid, kuid sealt alates on toimunud kärped, mis on sundinud kultuuriasutusi töötajaid ja tegevusi vähendama ning ülikoolide eeskujul eraannetusi kaasama. Selleks kasutatakse erisuguseid meetodeid, tihti katsetades, mis võiks toimida. Veel 2019. aastal peeti Soome kultuuriasutuste sellealaseid teadmisi ja oskusi pigem kesisteks ning teadlikkus annetuste pikaajalise kogumise ning strateegilise lähene-mise kohta sellele oli puudulik. Üldisemate probleemidena toodi välja inimeste vähenenud teadlikkus ja seega tagasihoidlik osalemine annetamises.

Ka spordivaldkonna rahastamine avaliku sektori poolt on Soomes vähenenud, samas on kasvanud eraannetuste osakaal. Spordivaldkonnale annetamine on Soomes üsna aktiivne, leidub mitmeid fonde, liite jms, mille eesmärk on toetada sporti. Erasponsorlus kasvas spordivaldkonnas aastail 2009–2019 summalt 95 miljonit eurot 162 miljoni euroni. Toetatakse nii sportlasi, võistkondi, spordialasid kui ka vähemate võimalustega noorsportlasi. Eri spordialadel, nagu jalgpall, tennis, korvpall, golf, suusatamine jne, on oma erafondid.

Tšehhis on viimastel aastatel suurenenud eraraha kaasamine kultuurisektoris, mille põhjuseks on osaliselt avaliku sektori rahastuse vähenemine. Kultuuriasutused, mis varasemalt tegutsesid suuresti avaliku sektori rahastuse abil, peavad üha enam otsima eraannetusi ja sponsorlust. Kui aastail 2015–2020 keskendus Tšehhi kultuuripoliitika kultuurile avalike vahendite eraldamisele ja kättesaadavuse parandamisele, siis hiljutine poliitika-dokument ajavahemiku 2021–2025 kohta toob esile vajaduse otsida uusi rahastusallikaid, kuna riiklikud vahendid on piiratud.

Muude riigi poliitiliste prioriteetide esiletõus on vähendanud järk-järgult spordi avalikku rahastamist. Selle tulemusena on rahvuskoondiste konkurentsivõime langenud ning spordi kättesaadavus halvenenud, kuna perekondadel ja üksikisikutel tuleb teha ebamõistlikult suuri majanduslikke väljaminekuid. Samuti on vähenenud elanikkonna füüsiline aktiivsus kõigis vanuserühmades, mis omakorda mõjutab negatiivselt rahvatervist.

Kultuuri- ja spordivaldkonna kommertsialiseerimine

Alates 2008. aasta finantskriisist on ELi riigid suunanud kultuuri- ja sporditegevust ärilise kasu poole^{30,31}, kuna avaliku sektori raha on kul-

tuurivaldkonnas³² ja spordis vähem. Seetõttu on poliitikud rõhutanud, et kultuurisektori jaoks on oluline arendada äritegevust, et tagada rahaline toimetulek, ning julgustanud ühenda-ma loomingulise ja äritegevuse. Spordivaldkon-

³⁰ van den Braber, H. (2024). The anxiety of asking: Entrepreneurial and patronage practices in the creative sector. *Cultural Philanthropy and Entrepreneurship*, 13–27. Routledge.

³¹ Gratton, C., Kokolakis, T. (2017). [UNITED KINGDOM: Dominance of the Commercial Sector in the Sport Market](#). Teoses: Laine, A., Vehmas, H. (toim.). *The Private Sport Sector in Europe. Sports Economics, Management and Policy*, vol 14. Springer, Cham.

³² van den Braber, H. (2024). The anxiety of asking: Entrepreneurial and patronage practices in the creative sector. *Cultural Philanthropy and Entrepreneurship*, 13–27. Routledge.

nas on suurenenud era-, vaba- ja avaliku sektori koostöö.³³

Selle suundumusega haakub ka Eesti kultuuri arengukavas 2021–2030 toodud eesmärk kasvatada loomemajanduse loodud lisandväärtuse osakaalu 3,2%ni SKPst võrreldes 2015. aasta algtasemega 2,9%,³⁴ viidates, et loomesektor peaks suutma end rohkem iseseisvalt majandada.

OECD (2022)³⁵ nimetab loomesektori ärilise kasu võimalusena järgnevaid viise:

- liikmelisus,
- piletitulu (nt kontserdisaalid, spordihallid, muuseumid),
- toodete müük (raamatud, riideesemed, maalid jne),
- tasud (nt riidehoiuteenuse, interneti või voogedastuse kasutamiseks).

KPMG toob oma annetamise suundumusi kajastavas ülevaates välja, et **täiendavat rahastust otsides võiksid annetuste küsijad liikuda ka kapitaliturgudele**.³⁶ **Teine alakasutatud võimalus on tõsta esile oma tegevuse sotsiaalset mõju**, et kaasata rahastust ettevõtelt, kes otsivad võimalusi, kuidas sotsiaalse ja keskkonnavalase jätkusuutlikkuse eesmärkidesse investeerida, ning kasutavad selleks vahendusplatvorme, nagu 2016. aastal Suurbritannias loodud sotsiaalsesse mõjusse investeerimise fond Snowball.³⁷

Äriliseks muutmist võib soodustada STEAM-pädevuste (kriitiline mõtlemine, probleemilahen-

damise oskused, loovus, suhtlus ja koostöö) tähtsustumine. Need pädevused on omased pigem sotsiaal- ja humanitaarvaldkonna inimestele ning loovisikutele.³⁸ Näiteks leiab seda liiki oskuste nõudluse kasv aset virtuaalreaalsuse (VR) ja liitreaalsuse (AR) tööstuses, kus sisuloome vajadus üha suureneb ja seega tähtsustub ka loomevaldkonna roll.

Seega ei peaks ettevõtted annetama kultuurivaldkonda üksnes heast tahtest või turunduslikel eesmärkidel, vaid valdkonda raha suunamisel tuleks olla strateegiline, sest tõeline innovatsioon tekib loomingulise tegevuse kaudu.³⁹ Näiteks võiksid tehnoloogiaettevõtted palgata rohkem kunstivaldkonnast pärit talente, kaasata loovinimesi toodete disaini, uute ideede genereerimisse, meeskondade mitmekesistamiseks või uute ärimudelite väljatöötamiseks.

Digiplatvormidel tegutsemine

Digitaalsed lahendused, näiteks ühisrahastuse platvormid, aitavad kultuuri- ja spordivaldkonnas annetusi lihtsamini koguda. Samuti aitavad infotehnoloogilised lahendused levitada infot kultuuri- ja sporditegevuste ning -projektide kohta.⁴⁰

Rahvusvaheliste ühisrahastuse platvormide kaudu, näiteks USAs asutatud Kickstarter, Voordekunst Hollandis või Hooandja Eestis, kaasatakse muu hulgas annetusi erinevate kultuuri- või spordiettevõtmete toetuseks. Ühisrahastuse tugevus on sihtrühmade kaasamine

³³ Laine, A., Vehmas, H. (2017). [Getting a Grip on the Private Sport Sector in Europe](#). Teoses: Laine, A., Vehmas, H. (toim.) The Private Sport Sector in Europe. Sports Economics, Management and Policy, vol 14. Springer, Cham.

³⁴ Kultuuriministeerium (2021). [Kultuuri arengukava 2021–2030](#).

³⁵ OECD (2022). Public and private funding for cultural and creative sectors, doi: 10.1787/29f05369-en.

³⁶ KPMG International (2021). Disruptive philanthropists. How a new wave of modern philanthropists are shaping tomorrow.

³⁷ <https://www.snowballimpactinvestment.com/about>

³⁸ Tatsuno, S. (2020). The Arts as an Economic Driver in an Era of Exponential Technologies: A Silicon Valley Entrepreneur's Perspective. In Innovation and the Arts: The Value of Humanities Studies for Business, 187–206. Emerald Publishing Limited.

³⁹ Sealsamas.

⁴⁰ OECD (2022). Public and private funding for cultural and creative sectors, doi: 10.1787/29f05369-en.

annetamisse. Näiteks võib projekti toetamise ajendil tekkida sarnaselt mõtlevate inimeste kogukond ning annetuste küsijatel on võimalik oma ideid ja vaateid avalikkusele tutvustada. Teaduskirjanduses on täheldatud ühisrahastuse mõju suurenemist spordivaldkonnas.⁴¹

Tehnoloogia kasvav roll annetamises tuuakse välja ka maailma eri paigus tegutsevate heategevusorganisatsioonide raportis,⁴² mis käsitleb annetamise tulevikusuundumusi. **Ühisrahastus ja inimeselt inimesele (peer-to-peer) annetusplatvormid** muudavad annetamise lihtsamaks ja läbipaistvamaks, vähendavad vahendajate rolli ning tagavad, et rohkem raha jõuab otse abivajajateni. Seega on digitehnoloogiatel oluline roll kaasatuse ja läbipaistvuse suurendamisel.

Samas tähendab digitaliseerimine, et konkurents suureneb. Digitaalsete kanalite kaudu on küll võimalik jõuda suurema hulga publikuni, kuid seda püüdleval üha rohkemad kultuurivaldkonnas tegutsejad maailma eri paigus. Seega, kuigi digitaliseerimine loob võimalusi rahvusvahelistumiseks, on publikuni jõudmine info ülekülluse tõttu teistpidi järele raskendatud.

Kuigi Eestis on näiteks Hooandja näol olemas digitaalne viis annetusi koguda, rahastatakse seal praegu pigem väiksemaid loov- ja spordiprojekte. On tõenäoline, et ka suuremad ja juba väljakujunenud kultuuriasutused hakkavad rohkem kasutama digitaalseid annetuskampaaniaid, kui avalik rahastus väheneb.

Annetajate kaasamine organisatsiooni tegevusse

Annetuste kogujad peavad hakkama annetuste kasvatamise viise ja samme pikaajaliselt ja strateegiliselt läbi mõtlema ning lisama need oma strateegiliste eesmärkide hulka.⁴³ Seejuures ei tohiks keskenduda vaid rahaliste vahendite kogumisele – annetajatele saab pakkuda ka erinevaid teenuseid, kaasata neid tegevustesse ning edendada vabatahtlikkust. **Üha enam leidub annetajaid, kes soovivad isiklikumat sidet toetatud organisatsiooniga, jagades oma teadmisi ja kontakte või panustades aega.**^{44,45} Isiklike kontaktide kasutamine on oluline ka heategevuslike spordiürituste puhul, kus korraldajad otsivad tuge oma perelt, sõpradelt ja kolleegidelt.⁴⁶

Annetusi koguvad kultuuri- ja spordiasutused peavad annetajatele pakkuma rohkem n-ö rätsepalahendusi, kaasates neid üritustesse või otsuste tegemisse (viimasega võivad samas kaasneda riskid loomingulisele iseseisvusele). Samuti on oluline tänu ja tunnustuse avaldamine annetajale, et suhted lähedased hoida.

Isiklike suhete tähtsustumine tähendab ühtlasi, et annetajad soovivad rohkem läbipaistvust annetuste kasutamise osas ning ka varasemast enam infot isiku või isikute kohta, kellele nad annetavad.⁴⁷ On leitud, et annetustele aitab kaasa asutuse hea maine, ajalugu, annetuste kogumise ja halduse tõhusus.

⁴¹ Lühns, T., Poschen, F. (2022). [Crowdfunding im Sport](#). In: Crowdfunding im Sport. KulturKommerz, vol 24. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin.

⁴² Alexander, J., Dewing, C., Jones, T. (2018). Future of philanthropy: Insights from Multiple Expert Discussions Around the World. Createspace Independent Publishing Platform.

⁴³ Zirkle, K. W. (2017). Creating a Culture of Philanthropy: Three Things to Keep in Mind.

⁴⁴ KPMG International (2021). Disruptive philanthropists. How a new wave of modern philanthropists are shaping tomorrow.

⁴⁵ EY Eesti (2024). Eraraha kaasamine kultuuri ja spordi valdkondades.

⁴⁶ Filo, K., Fechner, D., Inoue, Y. (2020). [The Donors Supporting Charity Sport Event Participants: An Exploration of the Factors Driving Donations](#). Journal of Sport Management.

⁴⁷ OECD (2022). Public and private funding for cultural and creative sectors, doi: 10.1787/29f05369-en.

Samas on neil teguritel siiski väike mõju,⁴⁸ mis näitab, et väga erineva profiiliga kultuuriasutustel on võimalik edukalt annetusi koguda.

Sotsiaalsete eesmärkide tähtsustumine ehk strateegiline annetamine

Strateegiline annetamine tähendab, et annetaja eesmärk on saavutada mõni soovitud positiivne ja jätkusuutlik sotsiaalne muutus.⁴⁹

Näiteks suunab ESG eesmärkide tähtsustumine ettevõtteid selliste annetusstrateegiate poole, kus ürituse või objekti sotsiaalne ja kultuuriline mõju kaalub üles majandusliku või turundusliku kasu.

Nii kultuuri- kui ka spordivaldkonnal on juba ise- enesest mõju, mis ulatub kaugemale pelgalt rahalisest või majanduslikust aspektist. Kultuuri toetamise puhul saab välja tuua kultuuri tarbimise soodustamist, elukvaliteedi parandamist, kultuurilise identiteedi loomist, sotsiaalse sidususe tekitamist ja kultuuri säilitamist. Spordivaldkonna sotsiaalseteks mõjudeks on tervise edendamine, kogukonnatunde suurendamine (eelkõige võistkondliku spordi kaudu)^{50,51}, võimalus toetada noori⁵² ning inimeste parem enesetunne.

Kui seni on toetust otsivad organisatsioonid pöördunud ise ettevõtete poole, siis sotsiaalset vastutust kandvate ettevõtete hulgas saab üha tavalisemaks, et nad otsivad ise partnereid, kelle tegevust toetada.

India paistab maailmas silma kui üks väheseid riike, kus ettevõtetel on seadusega kehtestatud kohustuslikud sotsiaalse vastutuse nõuded.¹ India kehtestas 2013. aastal seaduse, mis kohustab teatud suurusega ettevõtteid annetama vähemalt 2% oma kolme aasta keskmisest puhaskasumist positiivse sotsiaalse mõjuga tegevustele. See nõue kehtib ettevõtetele, mille netoväärtus on vähemalt 5 miljardit ruupiat (umbes 55 miljonit eurot), käive vähemalt 10 miljardit ruupiat (110 miljonit eurot) või puhaskasum vähemalt 50 miljonit ruupiat (umbes 550 000 eurot). Sotsiaalse mõjuga tegevused võivad hõlmata selliseid valdkondi nagu haridus, tervishoid, sport, vaesuse leevendamine, regionaalareng ja keskkonnakaitse.

Kasutatud allikas:

¹ https://www.indiacode.nic.in/show-data?actid=AC_CEN_22_29_00008_201318_1517807327856§ionId=1326§ionno=135&or.derno=139

⁴⁸ Krawczyk, K., Wooddell, M., Dias, A. (2017). Charitable giving in arts and culture nonprofits: The impact of organizational characteristics. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 46(4), 817–836.

⁴⁹ Meijs, L. C. (2010). Reinventing Strategic Philanthropy: the sustainable organization of voluntary action for impact.

⁵⁰ Testa, L., Parra-Camacho, D., Gómez-Tafalla, A. M., García-Pascual, F., Duclos-Bastías, D. (2023). [Local Impact of a Sports Centre: Effects on Future Intentions](#). Sustainability.

⁵¹ Huipeng, Y. (2023). The evolution of recreational activities trends, impacts and future prospects. *Fizičko vaspitanje i sport kroz vekove*, 10(2), 63–77.

⁵² Filo, K., Fechner, D., Inoue, Y. (2020). [The Donors Supporting Charity Sport Event Participants: An Exploration of the Factors Driving Donations](#). *Journal of Sport Management*.

Partnerlused pika plaani elluviimiseks

Viimasel kümnendil on üha tavalisem, et avalik, era- ja vabasektor teevad heategevusprojektide puhul koostööd.⁵³ Üks põhjus on taaskord avaliku raha vähenemine. Teine põhjus on eraannetajate taotlus saavutada läbimõeldum, pikaajalisem ja läbipaistvam mõju. Lisaks on väljakutsed, nagu ebakindlus majanduses, pandeemia, sõjad ning keskkonnakriis, tinginud vajaduse luua tugevam alus sektoritevahelisele koostööle ja pikaajaliste sihtide seadmisele.

Euroopa Filantroopia Assotsiatsioon ja Kopenhaageni Tuleviku-uuringute Instituut ennustavad pikaajalise perspektiiviga arvestamise osatähtsuse kasvu annetamisel, kuna üha enam on tarvis keskenduda probleemide

algpõhjustele, teha selleks eri valdkondade vahel koostööd ning võimestada kohalikku kogukonda.⁵⁴ Rõhutatakse ka innovatsiooni ja eksperimenteerimise tähtsust, mis samas tähendab annetajate jaoks suuremaid riske oodatud tulemuseni jõudmisel.

OECD toob uue suunana välja avaliku sektori pakutavad garantiid loomesektoris, mis aitavad rahastada sektoris tegutsevaid väikese ja keskmise suurusega alustavaid ettevõtteid. Näiteks on Euroopa Komisjon loonud kultuuri- ja loomesektori tagatisrahastu (*Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility*), mis katab kuni 70% üksikisikutest loovisikutega seotud laenukahjust ja kuni 25% investorite kogu laenuportfelist. See näide ei puuduta küll otseselt annetusi, kuid kinnitab siiski koostöövormide mitmekesistumist kultuurivaldkonna rahastamisel.

Soomes kasutatakse avaliku ja erasektori koostöövorme spordivaldkonnas⁵⁵ ning loodud on ka üks erakapitalifond (Sport Fund⁵⁶), mis investeerib noorsportlaste treeningusse ja arengusse, et hiljem saada vastutasuks osa nende tulevikuteenistusest. Sport Fund lubab investoritele nende investeeringutelt 4% tulu, investeerimisperiood on kümme aastat.⁵⁷ Hetkel haldab fond 18 sportlast tennise, talispordi, motosporti, golfi ja kergejõustiku aladelt.

Mõju mõõtmise tähtsustumine

Kuna annetajad soovivad laiaulatuslikumat ühiskondlikku kasu, kerkib esile vajadus mõõta tekkivat sotsiaalset, poliitilist või kultuurilist mõju.⁵⁸ Lisaks annetajatele on see oluline ka korraldajatele endile, samuti riigile või kohalikele omavalitsusele. See tähendab aga, et **iga objekti ja ürituse puhul tuleb läbi mõelda, milline andmestik ja meetod on mõju ja sel-**

le eri tahkude – kultuuriline, keskkondlik, majanduslik, sotsiaalne jne – kajastamiseks sobilik. Andmete kogumine võiks ideaalis alguse saada juba planeerimise algetapis. Samas tuleb silmas pidada, et iga mõjuhinnang põhineb tehtud eeldustel ja enamasti mitmetäielikul andmestikul.

Oluline on ka annetuste kasutamise läbipaistvus, mille Eestis tagab annetuste kogumise hea

⁵³ Alexander, J., Dewing, C., Jones, T. (2018). Future of philanthropy: Insights from Multiple Expert Discussions Around the World. Createspace Independent Publishing Platform.

⁵⁴ Philanthropy Europe Association (2024). Futures Philanthropy: Anticipation for the Common Good.

⁵⁵ Hirvonen, M. (2024). Private Sport Finance in Finland: New Socially Responsible Financing for Individual Athletes.

⁵⁶ <https://www.sportfund.fi/>

⁵⁷ <https://www.sportfund.fi/info>

⁵⁸ KPMG International (2021). Disruptive philanthropists. How a new wave of modern philanthropists are shaping tomorrow.

tava. Heas tavas on muu hulgas öeldud, et info annetuse koguja kohta peab olema kergesti leitav; annetuste kogumisel tuleb selgelt öelda, milleks annetust kasutatakse ja milliseid tulemusi soovitakse; annetuste kasutamisel täidetakse antud lubadused ning jagatakse annetajatele lubatud infot.⁵⁹

Maksuerisused

Peaaegu kõik OECD liikmesriigid pakuvad annetuste tegijatele maksuerisusi: maksusoodustust või -vabastust. Ka annetusi saavatele mittetulundusühingutele rakenduvad tihtipeale maksuerisused, näiteks on mõned või kõik mittetulunduslikud tegevused tulumaksuvabad või ei pea mõningatel juhtudel pakutud teenuste pealt koguma käibemaksu.

Kõige levinumad maksuerisused on maksusoodustused, mille korral teatud osa organisatsiooni või üksikisiku sissetulekust on võimalik tulumaksuvabalt annetamisse suunata. Riigid reguleerivad, kui suured sellised maksuvabad annetused võivad olla. Selline soodustus eksisteerib ka Eestis ning sarnaseid lahendusi (erinevate määradega) on sisuliselt kõikides Euroopa riikides. Mõnikord kohaldatakse maksusoodustust ka mitterahaliste annetuste suhtes, kuid sel juhul kehtivad enamasti samuti piirangud selles osas, kui suur rahaline väärtus võib sellisel annetusel olla.

Harvemal juhul lisab riik tehtud eraannetusele omapoolse võrdväärse või proportsionaalse summa (*matching scheme*), seades sellistele annetustele samuti ülempiiri.⁶⁰ Näiteks võttis Norra 2014. aastal kasutusele sedalaadi annetuste võimendamise programmi. Selle eesmärk on ergutada eraettevõtete panust

kunsti ja kultuuri, pakkudes rahalisi annetusi teatud lisatoetusega. Tavaliselt saavad annetuse saajad annetatud summale 25% lisaks, kui esitavad selleks taotluse Norra Kultuuriministeeriumile.

Sarnaselt tegutseb Kanadas ministeeriumi juhitud Cultural Investment Fund, mille üks eesmärk on võimendada eraannetusi kunstivaldkonnas riikliku kaasrahastuse abil. Fond julgustab annetajaid panustama mittetulunduslike professionaalsete kunstiorganisatsioonide sihtkapitali, pakkudes kogutud annetustele kuni 100% ulatuses riiklikku vastavusrahastust. Toetust saavad taotleda tingimustele vastavad kunstisektori vabaühendused. Ligikaudu 20 aastaga on selle mehhanismi kaudu jaotatud toetusi kokku 829 miljoni Kanada dollari ulatuses, millest 58% on pärit erasektori annetustest.⁶¹

Mitmes Kesk- ja Ida-Euroopa riigis on kasutusel maksude suunamise süsteem, mis võimaldab füüsilistel isikutel suunata osa oma tulumaksust heategevusorganisatsioonidele. Slovakkia on ainus riik, mis pakub sarnast süsteemi ka ettevõtetele.

Näiteks Leedus saavad maksumaksjad määrata kuni 1,2% oma tasutud tulumaksust mittetulundusühingutele, sihtasutustele või usulistele organisatsioonidele. Selleks peavad maksumaksjad esitama vastava avalduse Leedu Maksuametile, määrates organisatsiooni, kellele nad soovivad oma tulumaksu osa suunata.⁶²

Selline süsteem annab kodanikele võimaluse otseselt toetada neile olulisi organisatsioone ja algatusi oma maksude kaudu. Iseenesest ei ole see maksusoodustus ega annetamisvorm, kuid

⁵⁹ Eesti MTÜ-de ja SA-de Liit (EMSL) (2016). Annetuste kogumise hea tava. [Annetuste kogumise hea tava – Hea Kodanik](#).

⁶⁰ <https://oafd.ca/programs/canadian-herita>

⁶¹ OECD (2020). [Taxation and Philanthropy](#). OECD Tax Policy Studies, No. 27, OECD Publishing, Paris.

⁶² <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/94a65423d1f311ed9b3c9397e1236c2a?fwid=-xmx0mgybl>

mõningate arvamuste kohaselt võivad maksude jaotamise skeemid aidata arendada annetuskultuuri riikides, kus annetamise traditsioon on tagasihoidlik. Teisalt võib see süsteem pidurda-

da annetuskultuuri arengut, kuivõrd inimesed võivad eelistada kasutada riigi vahendeid isiklike annetuste asemel.⁶³

Soomes tuuakse kultuuripoliitika aruande eelnõus aastani 2040⁶⁴ välja, et kultuurisektor peab oma vajalikkust ja väärtust avalikkusele pidevalt selgitama. Sektorit nähakse majanduskasvu soodustava jõuna, mille kaudu kasvab ka ühiskondlik, kultuuriline ja intellektuaalne kapital. Seda seost avalikkuses alati ei mõisteta ning Soome valitsus peab oluliseks vastavat selgitustööd ühiskonnas.

Praeguseni on Soomes eraisikutel olnud võimalik maksusoodustust saada ainult ülikoolidele tehtud annetustelt, mille summad jäävad vahemikku 850–500 000 eurot. Ettevõtted on saanud maksusoodustust 850–250 000 euro suurustelt annetustelt, mis on tehtud teaduse, kunsti või Soome kultuuripärandi edendamiseks. Nüüd on kavas laiendada annetuste maksusoodustust ka noorte-, kultuuri- ja spordiorganisatsioonidele ning teatud kvalifitseerivatele lasteorganisatsioonidele, täpsemad üksikasjad on selgitamisel.⁶⁵

Annetuste maksualast erikohtlemist põhjendavad riigid tavaliselt mittetulunduslike ühenduste laiema ühiskondliku väärtusloomega ning sellega, et sellised organisatsioonid pakuvad hüvesid, mida riik ise pole võimeline pakkuma. Vastuargumentidena tuuakse välja, et kui mittetulunduslike organisatsioonide maksukohustus väheneb, siis koormatakse maksudega muid valdkondi. Tuleb arvestada ka sellega, et annetamisele kehtivad maksusoodustused ei pruugi sel määral annetamist soodustada, kui palju riik maksusoodustusega kaotab.

Lisaks otsestele maksusoodustustele on ka spetsiifilisemaid maksuinstrumente, mida kultuurielu eri ilmingute soodustamiseks saab kasutada. Näiteks Hollandis ei pea maksma varamaksu eraomandis oleva kunsti pealt, kui

laenata kunstiteos muuseumi näituseks.⁶⁶ Samuti on Hollandis muuseumid ja mõned teised kultuuriasutused kantud maksuameti analüüsi põhjal nimekirjadesse, millele annetamisel ei pea makse maksma. Ka muuseumitele kingitu puhul võivad kehtida maksusoodustused. Mõnedes riikides, nagu Ühendkuningriik, on otsustatud, et pärandimaksu saab maksta ka väärtuslikuks hinnatud kunstiteostes, selleks et sellised teosed jõuaksid avalikesse muuseumitesse, mitte ei läheks oksjonil erakätesse.

OECD toob välja, et annetustele kehtivad maksuerisused on riikides ajalooliselt välja kujunenud, ning rõhutab, et maksuerisused annetustele peavad olema kooskõlas riigi kultuuripoliitiliste eesmärkidega, kuid lisab, et annetuste maksustamisskeemid võiksid olla võimalikult lihtsad ja arusaadavad.⁶⁷

⁶³ OECD (2020). [Taxation and Philanthropy](#). OECD Tax Policy Studies, No. 27, OECD Publishing, Paris.

⁶⁴ Soome Vabariigi Valitsus (2024). [Luonnos kulttuuripoliittiseksi selonteoksi 2040-luvulle](#).

⁶⁵ <https://efa-net.eu/news/new-tax-deduction-system-for-donations-in-finland>

⁶⁶ Hemels, S. (2009). From private to public with the help of tax incentives: How tax legislation can support private patronage of the arts and cultural heritage. *Japan Journal of Cultural Economics*, 1–8.

⁶⁷ OECD (2020). [Taxation and Philanthropy](#). OECD Tax Policy Studies, No. 27, OECD Publishing, Paris.

Tšehhis on sisse seatud tulumaksusoodustus 10% maksubaasist ettevõtte tulumaksu maksvatele isikutele ja 15% maksubaasist füüsilisest isikust tulumaksu maksvatele isikutele. Neid ergutusmeetmeid hinnatakse aga ebapiisavateks, et uusi annetajaid jõudsalt juurde tekiks, samas julgustavad need olemasolevaid annetajaid olema aktiivsemad ja tegema suuremaid annetusi. Aastail 2020–2023 tõsteti tulumaksusoodustus ajutiselt 30% peale sissetulekutelt nii ettevõtte kui ka füüsilise isiku annetustele, mis aitas elavdada annetustegevust.⁶⁸

Ettevõtted, mis pakuvad tuge materiaalsete kingituste vormis ehk mitterahaliste annetustena, peavad üldjuhul maksma tarnitud kaupade eest käibemaksu. Sarnaselt mittesularahaliste annetustega nõuavad ka *pro bono* teenused käibemaksu maksmist. Samas on Euroopa Parlament oma 2022. aasta resolutsioonis märkinud murega, et **mitterahaliste annetuste käibemaksust mitte vabastamine viib selleni, et ettevõtjad hävitavad tarbekaupu, eelkõige**

tagastatud kaupu, kuigi mitterahaliste annetuste käibemaksuvabastused on kooskõlas ELi kehtiva käibemaksuõigusega.⁶⁹ Poola on näide riigist, kus on rakendatud erandeid mitterahaliste annetuste käibemaksust vabastamiseks. Näiteks toiduainete annetamisel heategevusorganisatsioonidele on kehtestatud käibemaksuvabastus, et soodustada toiduabi andmist abivajajatele.⁷⁰

⁶⁸ Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe (2022). Philanthropy and Corporate Social Responsibility in Central & Eastern Europe: Czech Republic.

⁶⁹ https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0034_ET.html

⁷⁰ <https://cof.org/country-notes/nonprofit-law-poland>

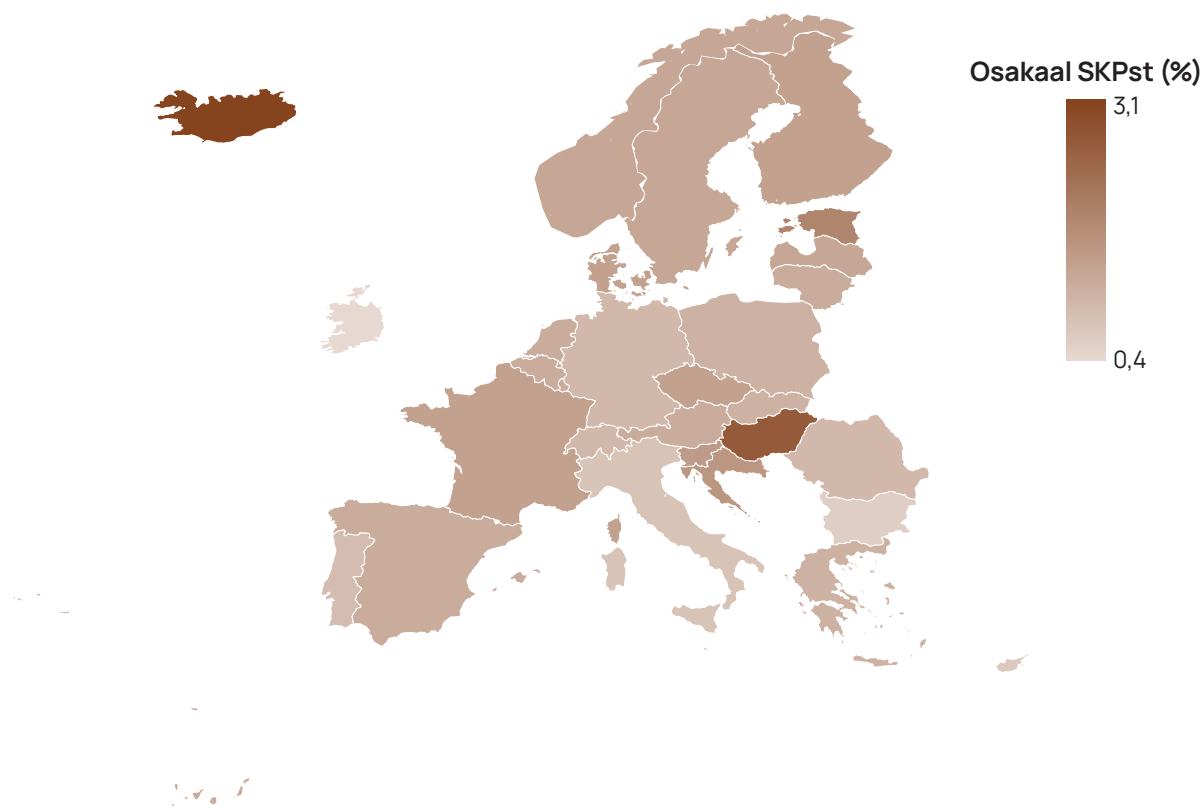


Kultuuri ja spordi
erarahastamise hetkeseis
ja suundumused Eestis

Eesti on kultuurivaldkonda suunatava eelarveraha osakaalu poolest Euroopas esimeste seas (joonis 3). Üks põhjus on see, et Eestis on suhteliselt palju valdkondlikku taristut avaliku sektori hallata – näiteks Ühendkuningriigis ja Madalmaades on eraraha roll spordi- ja kultuuritaristu rahastamisel palju suurem. Tuleb aga arvestada, et kultuuri- ja spordivaldkonna avalik rahastus ei pruugi Eestis edaspidi oluliselt kasvada, sest rahastusvajadus on suur ka paljudes teistes valdkondades. Kultuuri ja spordi elujõulisuse tagamiseks tuleb leida teisi vahendeid ehk eelkõige eraraha.

Avaliku ja eraraha jaotamise ja kasutamise eesmärgid on ajas sarnasemaks muutunud.

Varem keskendus avaliku sektori rahastus peamiselt laiematele sotsiaalsetele eesmärkidele, mida hinnati kvalitatiivsete näitajate ja poliitiliste kokkulepete kaudu, samas kui erarahaga otsiti ärilist ja turunduslikku kasu. Viimastel kümnenditel on aga nende sektorite eesmärgid ja mõõdikud üha enam ühtlustunud, kuna avalik sektor on hakanud rohkem rõhutama mõõdetavaid tulemusi, samas kui erarahastus arvestab üha enam ka sotsiaalset mõju.



Joonis 3. Avaliku sektori kulutused rekreatsiooni, kultuuri- ja religioonivaldkonda osakaaluna SKPst (%)
Allikas: Eurostat

Erarahastamises on kolm osapoolt: toetajad, toetuste vahendajad ja toetuste saajad.⁷¹

- 1. Toetajateks** võivad olla nii eraisikud (füüsilised isikud) kui ka ettevõtted (juriidilised isikud).

Paljud ettevõtted toetavad kultuuri- ja spordivaldkonda nii oma ettevõtte kaudu kui ka eraisikutena. Toetajate motiivideks on näiteks soov anda panus ühiskonda, edendada kohalikke valdkondi või suurendada enda nähtavust.

⁷¹Rindla, H. et al. (2022). Eraraha kaasamine Kultuuriministeeriumi valdkondades.

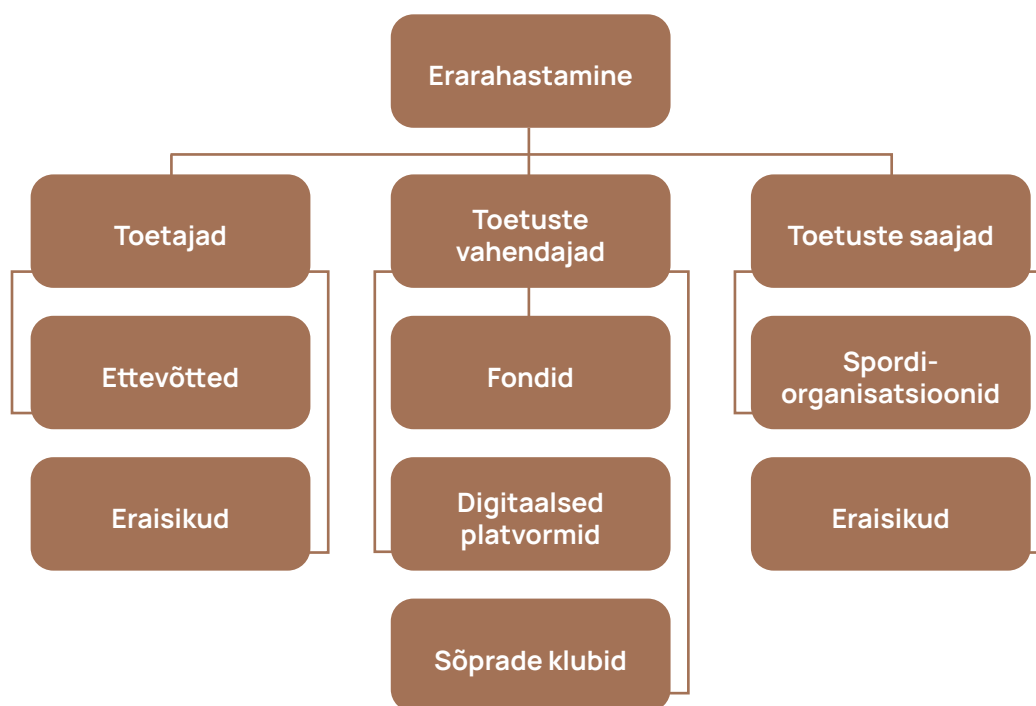
2. Toetuste saajate hulka kuuluvad kõik loome-, spordi- ja lõimumisectoris tegutsevad organisatsioonid või eraisikud. Eristatakse neid, kes on kandanud Eesti Maksu- ja Tolliameti tulumaksusoodustusega ühingute nimekirja – nende toetamisel saavad nii ettevõtted kui ka eraisikud kasutada maksusoodustusi.

3. Toetuste vahendajad aitavad kokku viia toetajaid ja potentsiaalseid toetuse saajaid. Selleks võivad olla

- fondid – näiteks Sihtasutus Eesti Rahvuskultuuri Fond, mis haldab erinevaid teema- ja regioonipõhiseid allfonde;

- sõprade klubid – muuseumide, teatrite või spordiasutuste ümber loodud ühendused, mille liikmed panustavad liikmemaksude ja annetuste kaudu konkreetse asutuse arengusse (nt Eesti Rahva Muuseumi Sõprade Selts);

- digitaalsed platvormid – nii kodumaised (nt Hooandja) kui ka rahvusvahelised (nt Patreon, Kickstarter) platvormid, kus eraisikud ja ettevõtted saavad loomingulisi projekte või organisatsioone rahastada.



Joonis 4. Erarahastamise ökosüsteem Eestis

Allikas: Rindla et al. 2022

Statistikaameti andmetel oli 2022. aastal Eestis 38% üle 10-aastastest elanikest (ligi 445 300 inimest) teinud rahalisi või esemelisi annetusi.⁷² Iga-aastase maailma annetusi-

deksi uuringu järgi annetas 2024. aastal Eestis heategevuseks 41% vastanutest. Sellega paigutus Eesti 142 riigi seas 45. kohale koos Prantsusmaa, Nepaali ja Kasahstaniga.⁷³

⁷² <https://www.stat.ee/et/uudised/eestis-445-000-annetajat-ja-160-000-vabatahtliku-too-tegijat>

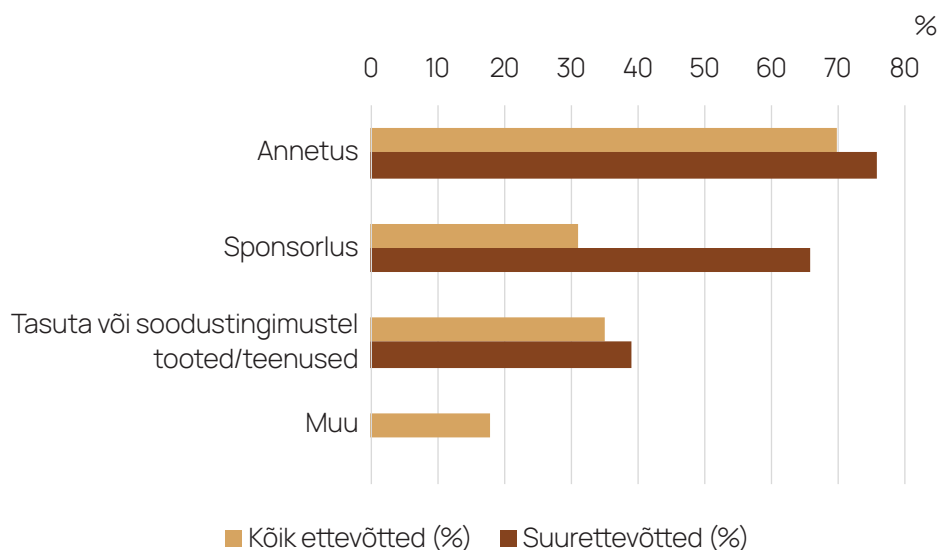
⁷³ https://www.cafonline.org/docs/default-source/inside-giving/wgi/wgi_2024_report.pdf

Eraisikute annetused peegeldavad kogukonna vajadusi ja ootusi. Arvukate üksikisikutest annetajate tähtis roll seisneb selles, et nad aitavad tagada heategevuse demokraatlikkuse. Rahalise toetuse kõrval pakub laiapõhjaline kogukonnatoetus annetuse kogujale olulist tagasisidet. Kui organisatsioon saab annetusi paljudelt inimestelt, viitab see sellele, et organisatsiooni tegevus vastab kogukonna vajadustele ja ootustele. Samuti on väikeannetustel laiem mõju ühiskonna sidususele ja vaimsele tugevusele: kas inimesed tunnevad end aktiivsete probleemilahendajatena või pigem kõrvaltvaatajatena, kes loodavad, et keegi teine asjad korda teeb.⁷⁴

Annetamine ja sponsorlus on levinumad viisid, kuidas ettevõtted kultuuri- ja spordiasutusi toetavad. Eesti ettevõtted eelistavad enim aidata annetustega (70%),

suurema töötajate arvuga ettevõtted osalevad suurema tõenäosusega (66%) sponsorlepingutes, aga tehakse ka mitterahalisi annetusi, nt panustatakse aega vabatahtlikku töösse.⁷⁵ Viimast tuleb siiski suhteliselt vähe ette ja rahaliste annetuste eelistus on aja jooksul püsinud muutumatuna.⁷⁶

Spordivaldkond paistab silma märgatava sponsorluse osakaaluga. Kui spordi tulude kogumaht Eestis on aastas ligikaudu 250 miljonit eurot, siis hinnanguliselt 25–50 miljonit eurot tuleb sponsoritelt.⁷⁷ Mitmete spordialade, nagu auto- ja motosport, rahastus tugineb peamiselt sama valdkonna ettevõtete toetusele. Sponsoriteks on enamasti firmad, kes soovivad aidata kaasa konkreetse spordiala arengule, näiteks toetades spordialaliite või mõnda kindlat sportlast.



Joonis 5. Kultuuri- ja spordivaldkonna toetamise viisid

Allikas: Ernst & Young Baltic AS (2024)

⁷⁴ <https://novaator.err.ee/1609559122/graafikud-eestlased-annetasid-moodunud-aastal-viiendiku-vorra-vahem>

⁷⁵ EY Eesti (2024). Eraraha kaasamine kultuuri ja spordi valdkondades.

⁷⁶ Kivilo, A. (2005). [Corporate support for the arts in a small country in transition: The experience and motivation factors for corporate patronage and sponsorship in Estonia.](#)

⁷⁷ Rindla et al. 2022.

Kultuuri ja spordi erarahastamise viisid ettevõtluses

- **Sponsorlus** on vastastikune kokkulepe, mille raames toetab ettevõtte rahaliselt või muul viisil mõnda tegevust (nt kultuuri- või spordiprojekt) ning saab vastutasuks turunduslikku või mainealast kasu. Ettevõtja jaoks on sponsorluse peaeesmärk strateegiline turundus ehk ettevõtte suurem nähtavus.
- **Annetamine** on vabatahtlik rahaline või esemeline toetus, mis antakse ilma konkreetsete vastusoodustuste või turundustulemuste ootuseta. Sageli käivad annetamine ja sponsorlus koos ehk koos annetusega sõlmitakse ka sponsorleping. Lisaks metseenlusele, mille korral ettevõtted annetavad, ilma et küsiks midagi vastu, on kasvamas ka strateegiline annetamine, kus ettevõtte suunab oma ressursid konkreetsete sotsiaalsete või ühiskondlike probleemide lahendamisse, valides projekte, kus tema panusel on kõige suurem ja mõõdetavam mõju.
- **Tööandja kliendiprogrammid**, mille raames ettevõtted koostöös kultuuri- ja spordiasutuste ning -organisatsioonidega otsivad võimalusi pakkuda oma klientidele või töötajatele lisaväärtust. Sellise raha kaasamise korral kajastatakse ettevõtte raamatupidamises annetusi sageli turundus- või koolituskuludena.
- **Investeerimine** on rahalise panuse suunamine kultuuri- või spordivaldkonda eesmärgiga teenida hiljem rahalist tulu või säilitada ning kasvatada vara väärtust. Investeermise võimalust ettevõtjatele pakub näiteks Eesti Pillifond. Ettevõtjal on võimalus osta vana pill, mille väärtus aja jooksul kasvab. Teistes riikides on levinud ka investeerimine sportlastesse. Soomes on kasutatud investeerimismudelit noorte talentide toetamiseks: näiteks sai vormelipiloot Kimi Räikkönen oma karjääri alguses abi investorkoalitsioonilt, kes rahastas tema osalemist madalamate sarjade võistlustel, saades hiljem osa tema F1-lepingutest ja sponsorrahadest.

Annetuste maht on Eestis kasvanud majanduskasvuga pea samas tempos

Ühenduste saadud annetuste ja kingituste summade ning nende muutuste analüüsimisel saab tugineda vaid Eesti Maksu- ja Tolliameti statistikale. Nimelt on tulumaksusoodustusega ühingute nimekirja kuuluvad organisatsioonid kohustatud deklareerima Eesti Maksu- ja Tolliametile nii saadud kingitusi ja annetusi (INF4) kui ka nende kasutamist (INF9). Tulumak-

susoodustusega ühingute nimekirjas olevatele ühendustele tehtud kingituste ja annetuste kogusumma⁷⁸ ja osakaal kõigist kingitustest ja annetustest on viie aastaga kahekordistunud. 2018. aastal tehti neile ühendustele annetusi 9 miljoni euro ulatuses (35% deklareeritud kingitustest ja annetustest), 2022. aastal aga juba umbes 20,5 miljoni euro ulatuses (49%).⁷⁹

Samas jätvavad ettevõtted enda tehtud annetused sageli deklareerimata, mistõttu on jurii-diliste isikute tehtud annetuste tegelik maht

⁷⁸ Annetuste täpset mahtu on keeruline hinnata, kuivõrd kõik ettevõtted ei deklareeri tehtud annetusi ning annetuse saanud asutustest on deklareerimise kohustus üksnes tulumaksusoodustusega ühingute nimekirja kuuluvatel asutustel.

⁷⁹ EY Eesti (2024). Eraraha kaasamine kultuuri ja spordi valdkondades.

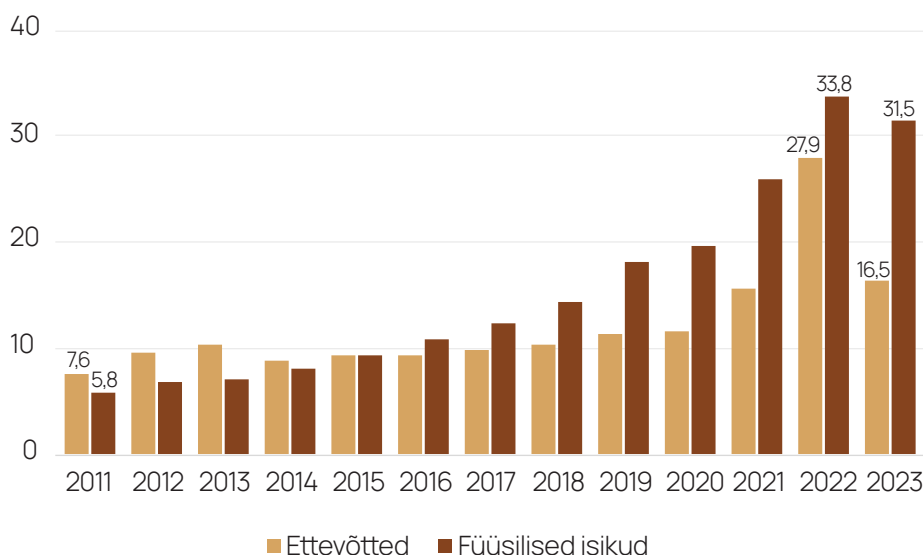
üksjagu suurem. Kuivõrd tulumaksusoodustusega ühingute nimekirja kuuluvatel asutustel on kohustus saadud annetused deklareerida, saab kõrvutada juriidilisest isikutest annetajate deklareeritud ja annetuste saajate deklareeritud annetuste erinevust selles grupis. Näiteks kui 2022. aastal deklareerisid juriidilisest isikust annetajad 20,5 miljoni euro väärtuses tehtud kingitusi ja annetusi tulumaksusoodustusega ühingutele, siis samal aastal deklareerisid need ühinged, et on saanud juriidilistel isikutelt 27,9 miljoni euro väärtuses annetusi. Seega on 26% tehtud annetustest ettevõtjad jätnud deklareerimata.

Vaadates lähemalt tulumaksusoodustusega ühingute deklareeritud annetusi, paistab silma, et annetuste kasv püsis kuni 2021. aastani mõõdukas, kuid 2022. aastal toimus märkimisväärne hüpe nii ettevõtete kui ka füüsiliste isikute annetustes, mida saab seostada Ukrainas puhkenud sõjaga. 2023. aastal järgnes ettevõtete annetustes oluline langus (27,9 miljonilt eurolt 16,5 miljonile eurole), kuid

füüsiliste isikute annetuste maht püsis sisuliselt eelmise aasta tasemel.

Keskmine **üksikisikust annetaja** andis 2023. aastal heategevuseks u 60 eurot ehk 5 eurot kuus. Mediaanannetuse suurus varieerub vanuserühmade lõikes märkimisväärselt. Kõige suurem on aastane mediaanannetus 1960.–1969. aastal sündinute seas (90 eurot) ning kõige väiksemad annetused pärinesid pärast 2000. aastat sündinutelt (15 eurot). Üksikisikutest annetajatest kaks kolmandikku on naised ja üks kolmandik mehed, samas on meeste annetatud kogusumma pisut suurem.

Kuigi üksikute annetajate arv on aastate jooksul kasvanud, on see suurenenud aeglasemalt kui annetuste kogusumma ja annetuste arv. See viitab sellele, et annetuste kasvu veavad eelkõige need, kes on varemgi annetanud ning nüüd oma panust suurendanud.⁸⁰ Aastaid 2022 ja 2023 kõrvutades jääb silma ka see, et suuremaid annetajaid mõjutab majanduse ebakindel seis vähem kui väiksemaid.⁸¹



Joonis 6. Eesti juriidiliste ja füüsiliste isikute annetused tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas olevatele ühendustele miljonites eurodes

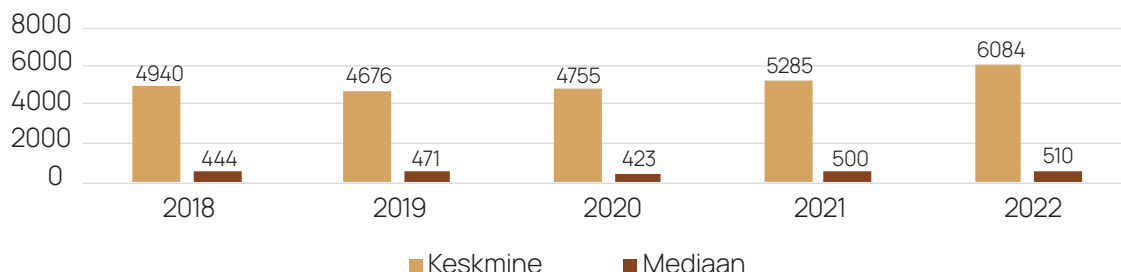
Allikas: Eesti Maksu- ja Tolliamet, INF4 deklaratsioonide andmed, autorite kohendused

⁸⁰ EY Eesti (2024). Eraraha kaasamine kultuuri ja spordi valdkondades.

⁸¹ Praxis (2024). Kuidas meil annetamisega läheb? Eesti heategevus numbrites.

Ettevõtete seas on deklareeritud annetuste ja kingituste keskmine suurus kasvanud, kuid seda mõjutavad üksikud suurannetused. Kui 2018. aastal oli Eesti ettevõtete kingituste ja annetuste keskmine suurus 4940 eurot ja

2019. aastal 4676 eurot, siis 2022. aastal 6084 eurot. Teisalt on mediaanannetus keskmisest enam kui kümme korda väiksem (2022. aastal 510 eurot), mis näitab, et keskmise taseme viivad üles üksikud suurannetused.

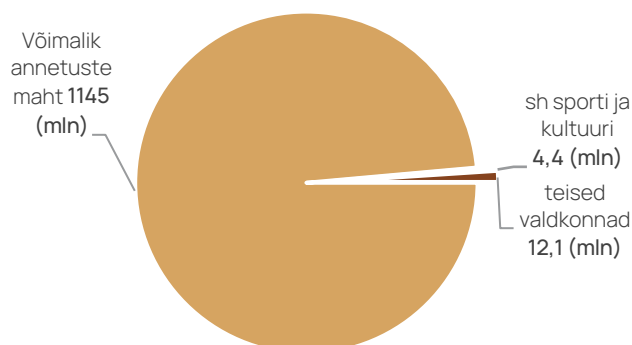


Joonis 7. Eesti juriidiliste isikute deklareeritud annetuste kogusumma kalendriaastas eurodes
Allikas: Ernst & Young Baltic AS (2024), EMTA andmed

Ettevõtetele on suurim potentsiaal annetuste suurendamiseks

Kehtiva tulumaksuseaduse (TuMS) § 49 lõike 2 punktid 1 ja 2 võimaldavad [tulumaksusoodustusega ühingute nimekirja](#) kantud mitte-tulundusühingule ja sihtasutusele annetamisel valida kahe maksuvabastuse piirmäära vahel: kas kuni 3% väljamakstud töötasudest või kuni 10% eelmise majandusaasta kasumist. **Maksimaalsest maksuvabast anneta-**

mise summast kasutavad Eesti ettevõtted praegu ära vaid väikese osa. Näiteks 2023. aastal annetati tulumaksusoodustusega ühingute nimekirja kuuluvatele asutustele kokku 16,5 miljonit eurot, sealhulgas kultuuri- ja spordivaldkonda 4,4 miljonit eurot. Võimalus oluks maksuvabalt annetada 100 000 ja enamal äriühingul kogusummas 1,1 miljardit eurot. Seega jõuab ettevõtete võimalikust maksuvabast annetuste mahust kultuuri- ja spordiasutusteni praegu vaid umbes 0,4%.



Joonis 8. Eesti juriidiliste isikute deklareeritud annetuste kogusumma kalendriaastas miljonites eurodes
Allikas: EMTA/Statistikaamet

Ka eraisikud saavad kasutada annetustele kehtivat maksusoodustust kuni 1200 euro ulatuses.⁸² Muid maksusoodustusi, nagu *pro*

bono tehtud tööle kehtiv madalam käibemaks, või maksuerisusi sotsiaalsesse mõjusse investeerimisel Eestis ei ole. Maksimummäär

⁸² Tulumaksuseaduse § 28 lg 1.

seadmise eesmärk on ennetada võimalikke maksupettusi, et keegi ei saaks kogu oma maksustavat tulu maha arvata, deklareerides seda annetuseks.

Uuringud näitavad, et kunsti- ja kultuuriorganisatsioonidele tehtavaid eraannetusi mõjutavad mitmed tegurid, sealhulgas toetatava organisatsiooni maine, halduse tõhusus jms omadused.⁸³ **Eesti ettevõtteid motiveerib enim toetama missioonitunne**, aga ka toetatava tegevuse läbipaistvus toetuse kasutamisel, sarnaselt teistes riikides täheldatule. Eesti ettevõtetele on oluline ka kogukonna ja/või piirkonna toetamine.⁸⁴ Eesti ettevõtetes pigem ei ole tavaks iga-aastase toetusstrateegia või kindla eelarve koostamine, seda teeb üksnes 10% ettevõtetest, eelkõige suurettevõteted.

Vähem on neid ettevõtteid, kes otsivad toetatavaid organisatsioone ise. Pigem on tava toetada neid, kes ettevõtete poole pöörduvad. See näitab isiklike suhete olulisust annetuste kaasamisel. 39% Eesti ettevõtetest eelistab toetada anonüümselt, samas suurettevõtete seas on see osakaal 14%.⁸⁵ Suurettevõtete seas on ka toetamise motiivid teistsugused – keskmisest tähtsam on soov näidata ettevõtet heas valguses nii väljapoole kui ka oma töötajatele.

On huvitav, et **Eesti ettevõtete jaoks toimib avaliku sektori toetus kvaliteedimärgina, mis julgustab annetama**. Rahvusvahelisest praktikast saab esile tuua avaliku sektori rahalist tagatist investeringute ebaõnnestumise katteks, näiteks loomemajanduses, mille

üks eesmärk on samuti julgustada eraraha kaasamist.⁸⁶

Social Impact Alliance'i tunnustatud 2023. aasta uuring toob Eesti annetusvaldkonna kasvuumina välja **vähese annetamisalase teadlikkuse ettevõtete seas, puuduliku annetuste mõju hindamise kogemuse ning ettevõtete pigem lühiajalise vaate annetamisele**. Samuti on Eestis veel vähe levinud ettevõtete teadlik investeerimine sotsiaalsesse eesmärkidesse (*social impact investing*).⁸⁷

Tugevaim suundumus on kohaliku kogukonna toetamine

Spordi- ja kultuurivaldkonda toetavate Eesti ettevõtete seas läbi viidud küsitluse tulemused viitavad, et ülekaalukas suundumus (46% vastanutest) on **kohaliku kogukonna toetamine**. Ettevõtted soovivad oma sponsorlus- ja annetustegevusega järjest enam toetada kohalikke üritusi, spordiklubisid, kultuuriprojekte ja sotsiaalseid algatusi. See on kooskõlas ka teiste riikide kogemusega. Näiteks Tšehhis tehtud uuringud on näidanud, et väikeettevõtted, mis on rohkem seotud kohalike kogukondadega, teevad proportsionaalselt suuremaid annetusi võrreldes suurte korporatsioonidega.

”Maapiirkondades on ettevõtjad kohaliku elu fännid ja toetavad seda. /.../ Tahame võrulastele pakkuda ägedat eestimaist sporti, võimalust olla uhke oma linna ja tiimi üle.”

– *Barrus ASi tegevjuht Martti Kork*

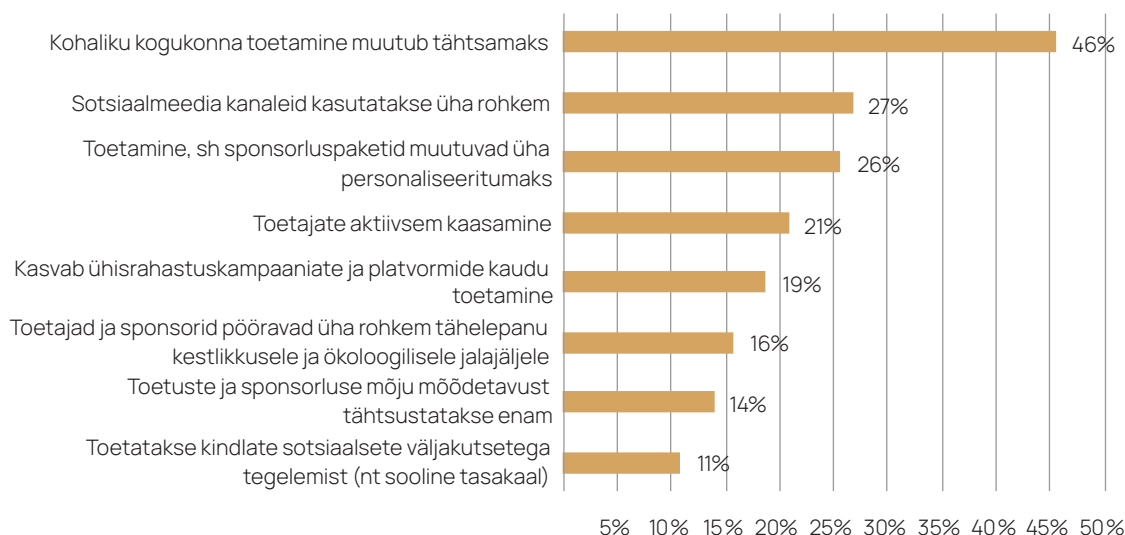
⁸³ Krawczyk, K., Wooddell, M., Dias, A. (2017). Charitable giving in arts and culture nonprofits: The impact of organizational characteristics. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 46(4), 817–836.

⁸⁴ EY Eesti (2024). Eraraha kaasamine kultuuri ja spordi valdkondades.

⁸⁵ Sealsamas.

⁸⁶ Sealsamas.

⁸⁷ Social Impact Alliance for Central and Eastern Europe (2023). *Unlocking Private Capital for Social Good in Central & Eastern Europe*.



Joonis 9. Eesti ettevõtete hinnangud kultuuri ja spordi toetamise suurima mõjuga tulevikutrendide kohta (n = 101)

Allikas: Norstat / Arenguseire Keskus, 2024 (n=101)

Teise olulise suundumusena (27%) nähakse **sotsiaalmeediaplatvormide kasutuse kasvu** kultuuri ja spordi toetamisel. Nende abil saavad annetavad ettevõtted jõuda kiiremini laiemale publikuni, muuta toetustegevuse nähtavamaks ning kaasata fänne, kliente ja teisi huvilisi. Ligi veerand vastanutest (26%) usub, et toetus- ja sponsorluspakettide isikupärastamine muutub edaspidi veelgi tähtsamaks – nii otsivad sponsorid paindlikke lahendusi, mis vastavad paremini nii toetaja kui ka toetatava eesmärkidele.

Ettevõtted peavad oluliseks ka **toetajate aktiivsemat kaasamist** (21%), mis viitab soovile luua pikaajalisemaid ja sisulisemaid koostöömudeleid. Umbes viiendik ettevõtte-

test (19%) näeb arengut ühisrahastuskampaaniate laienemises, samuti pööratakse üha enam tähelepanu kestlikkusele ja ökoloogilisele jalajäljele (16%), mis võib hõlmata näiteks keskkonnasõbralike ürituste toetamist või ressursisäästlike projektide eelistamist.

Lisaks on oluline arvestada kahte aspekti: 14% ettevõtetest soovib **paremini mõõta ja hinnata oma toetustegevuse tegelikku mõju** ning 11% tõstab esile vajadust keskenduda konkreetsetele sotsiaalsetele valdkondadele (nt sooline tasakaal). Kokkuvõttes viitab kõik sisukamale, läbimõeldumale ja sotsiaalselt vastutustundlikumale kultuuri- ja sporditoetamisele tulevikus.

Erarahastamise kasvu Eestis toetaks parem annetuskultuur ja ettevõtete suurem teadlikkus

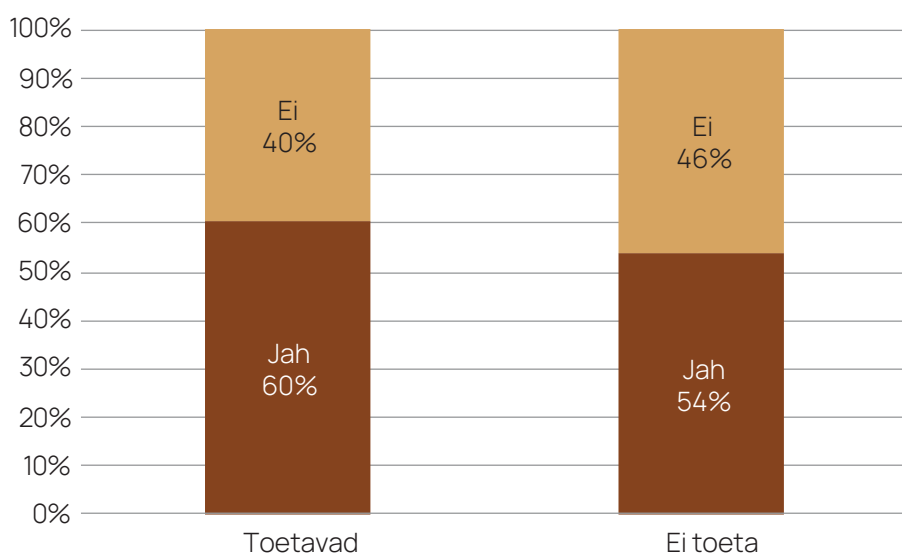
Kui seada eesmärgiks erarahastuse kasv, on vaja esmalt hinnata, kas seniste suundumuste jätkumine tagab eesmärgi või on tarvilik seniseid trende oluliste muudatustega muuta. Ühelt poolt võib Eestit kõrvutada eraraha kaasamise mõttes tippriikidega, näiteks Põhjamaadega, ning arutleda selle üle, kas elatustaseme edasine kasv on piisav selleks, et potentsiaal valla päästa. Samas mõjutavad annetusi lisaks riigi jõukusele ka kultuurilised tegurid, annetamise traditsioon ja õigusraamistik, näiteks maksusoodustused, annetuste läbipaistvusnõuded jmt.

Erarahastamise kasvu jaoks – nagu viitavad ka rahvusvahelised uuringud⁸⁸ – on oluline parandada annetamiskultuuri. Sellele võib kaasa aidata näiteks toetajate aktiivsem tunnusta-

mine ja meelespidamine, samuti kultuuri- ja spordiorganisatsioonide parem nähtavus.

Üks võimalus on ka nende annetuste soodustamine, kus juba kehtivate maksusoodustuste näol on algus tehtud. **Samas pole Eesti ettevõtete teadlikkus olemasolevatest maksusoodustustest veel kuigi suur.**

Arenguseire Keskuse korraldatud küsitluse tulemusel on neist ettevõtetest, kes juba toetavad mõnda organisatsiooni või asutust, 60% teadlikud, et Eestis saab tulumaksuseaduse järgi annetada tulumaksusoodustusega ühingute nimekirja kantud mittetulundusühingule ja sihtasutusele tulumaksuvabalt kuni 10% eelmise majandusaasta kasumist või 3% väljamakstud töötasudest. Nende ettevõtete seas, kes ei ole viimase kahe aasta jooksul mõnda organisatsiooni või isikut toetanud, on teadlikkus 54%. Seega ei ole teadmine olemasolevast maksusoodustusest jõudnud kaugeltki kõikide ettevõteteeni.



Joonis 10. Osakaal ettevõtetest, kes on teadlikud, et Eestis saab tulumaksuseaduse järgi annetada tulumaksuvabalt kuni 10% eelmise majandusaasta kasumist või 3% väljamakstud töötasudest (n = 201)
Allikas: Norstat / Arenguseire Keskus, 2024 (n = 101, n = 100)

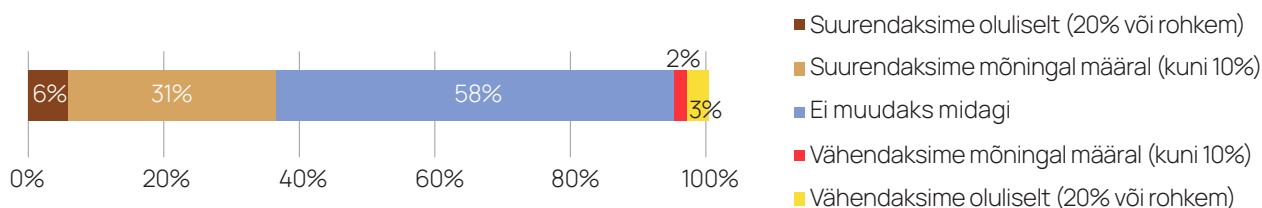
⁸⁸ Social Impact Alliance for Central and Eastern Europe (2023). Unlocking Private Capital for Social Good in Central & Eastern Europe.

Riigipoolne annetuste võimendamine võib panna kuni 40% ettevõtetest rohkem annetama

Varasematest uuringutest on selgunud ka see, et Eesti ettevõtete jaoks võib avaliku sektori toetus toimida kvaliteedimärgina, mis julgustab annetama. On leitud, et riigi ja kohaliku omavalitsuse suuremad toetused spordi- ja kultuurivaldkonnale võiks 66–68% ettevõtete hinnangul soodustada Eesti annetamiskultuuri.⁸⁹ Üks selline võimalus on eraetevõtete annetuste riigipoolse võimendamise skeem, mis on kasutusel Norras.⁹⁰

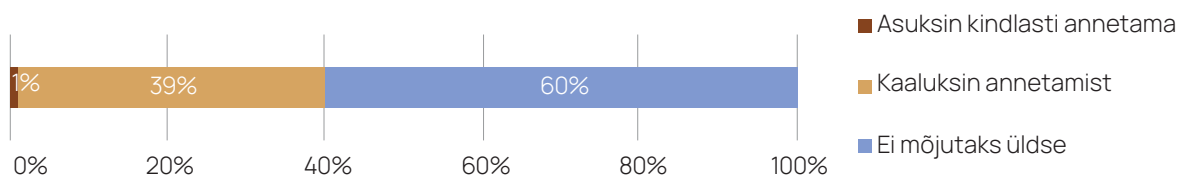
Norra Kultuuriministeeriumi hallatav skeem loodi 2014. aastal eesmärgiga ergutada rahaliste annetuste tegemist kultuuri- ja kunstivaldkonda. Annetuse saaja saab lisaks annetatud summale riigilt lisatoetuse, mis on tavaliselt 25% annetuse suuruselt. Selle lisatoetuse saamiseks tuleb esitada taotlus Norra Kultuuriministeeriumile.

Arenguseire Keskuse uuringust selgub, et neist ettevõtetest, kes juba toetavad mõnda organisatsooni või asutust, hindas 6%, et suurendaksid annetamist oluliselt (20% või enam), juhul kui riik lisaks igale tulumaksusoodustusega vabaühenduste nimekirja kantud ühingule annetatud eurole pool eurot juurde. 31% ettevõtetest leidis, et suurendaksid annetamist mõningal määral ehk kuni 10% võrra. Neist ettevõtetest, kes ei ole viimase kahe aasta jooksul mõnda organisatsiooni või isikut toetanud, kaaluks 39% riigipoolse võimenduse rakendamise korral annetamist ning 1% annetaks kindlasti, sh neist 38% suunaks oma annetuse spordivaldkonda ning 18% kultuuri toetuseks. Samas oleks sellisel meetmel ka arvestatav tühikulu (*deadweight loss*), kuivõrd 58% juba annetavate ettevõtete hinnangul ei paneks see meede neid annetusi suurendama ehk rahaline stiimul ei tekitaks täiendavat kasu.



Joonis 11. Kuidas mõjutaks teie annetuskäitumist, kui riik võimendaks teie ettevõtte poolt tulumaksusoodustusega vabaühenduste nimekirja kantud ühingule tehtud annetust lisades igale teie annetatud 67 eurole 33 eurot juurde? (n = 101)

Allikas: Norstat / Arenguseire Keskus, 2024

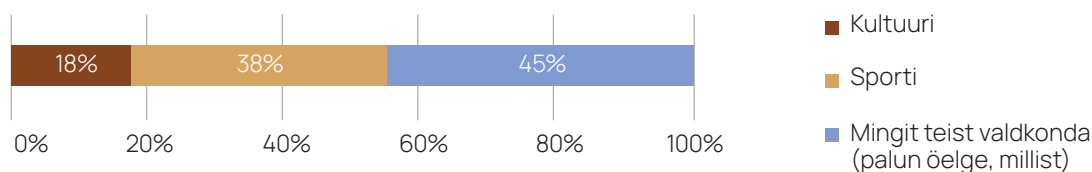


Joonis 12. Kuidas mõjutaks teie annetuskäitumist, kui riik võimendaks teie ettevõtte poolt tulumaksusoodustusega vabaühenduste nimekirja kantud ühingule tehtud annetust, lisades igale teie annetatud 67 eurole 33 eurot juurde? (n = 100)

Allikas: Norstat / Arenguseire Keskus, 2024

⁸⁹ Ernst & Young Baltic AS (2024).

⁹⁰ OECD (2020). [Taxation and Philanthropy](#). OECD Tax Policy Studies, No. 27, OECD Publishing, Paris.

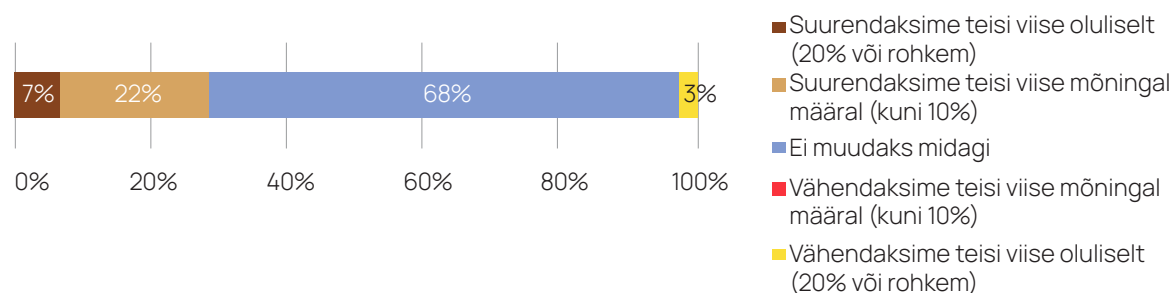


Joonis 13. Valdtkonnad, mida ettevõtted asuksid toetama (n = 40)

Allikas: Norstat / Arenguseire Keskus, 2024

Kui riik motiveerib ettevõtteid võimenduse kaudu annetama spordi- ja kultuurivaldkonda, võib see kahandada teiste toetusviiside, näiteks sponsorluse mahtu (väljatõrjumiseefekt, ingl *crowding out effect*), kuivõrd annetamine muutub teistest toetamise viisidest soodsamaks. Selle raporti raames tehtud küsitlus (kuigi see on väikese valimiga) siiski ei kinnita seda ohtu. Juba toetavatest ettevõtetest kaks kolmandikku hindas, et toetuste

võimendamise meetme rakendamine ei mõjutaks ettevõtte jaoks teisi kultuuri ja spordi toetamise viise, nagu sponsorlus ja tasuta või soodustingimusel enda teenuste või toodete pakkumine. Vastupidi – 22% toetajatest leidis, et see motiveeriks neid mõningal määral (kuni 10%) suurendama ka teisi toetusviise, ning 7% ettevõtetest suurendaks teisi toetusviise oluliselt (20% või rohkem). Teisi toetusviise vähendaks vaid 3% vastanud ettevõtetest.



Joonis 14. Kuidas mõjutaks sellise meetme rakendamine teie ettevõtte jaoks teisi kultuuri ja spordi toetamise viise, nagu sponsorlus ja tasuta või soodustingimusel enda teenuste või toodete pakkumine? (n = 101)

Allikas: Norstat / Arenguseire Keskus, 2024

A young boy with light brown hair is singing into a microphone and playing a red electric guitar on a stage. He is wearing a dark suit, a white shirt, and a patterned tie. The background is filled with stage lights and other performers, creating a vibrant atmosphere.

Eraraha kaasamise
stsenaariumid kultuuri-
ja spordivaldkonnas

Järgnevalt on võetud vaatluse alla kaks ettevõtete annetuste kasvu stsenaariumit ning võrreldud neid olukorraga, kus jätkub senine suundumus. Stsenaariumid on valitud selliselt, et esimene neist peegeldab seniste suundumuste

jätkumist, teine Eesti ettevõtete annetamiskultuuri lähenemist Skandinaavia riikidele ning kolmandas stsenaariumis stimuleeritakse ettevõtete annetusi riigi lisapanusega.

Selleks, et pakkuda analüütilist tuge muudatuste tegemiseks eraraha kaasamise süsteemis, on Arenguseire Keskus välja töötanud [kultuuri- ja spordivaldkonda eraraha kaasamise kalkulaatori](#). Kalkulaator võimaldab hinnata mõningate eraraha kaasamise suurendamiseks tehtud ettepanekute ligikaudset mõju spordi- ja kultuurivaldkonda laekuva eraraha mahule ning riigi tuludele ja kuludele.

Kultuuri- ja spordivaldkonda eraraha kaasamise potentsiaali kalkulaator

Rakendus võimaldab hinnata eraraha kaasamise potentsiaali kultuuri ja spordi valdkonnas. Kehtiva tulumaksuseaduse alusel on ettevõtetele võimalik maksuvabalt annetada kuni 10% eelneva majandusaasta kasumist – 2024. aastal tähendaks see ligikaudu 962 miljonit eurot. Statistika näitab, et maksimaalsest võimalikust annetamise summast kasutavad Eesti ettevõtted ära väikese osa, näiteks 2022. aastal annetasid juriidilised isikud tulumaksusoodustusega ühingutele kokku 27,8 miljonit eurot, sh spordi- ja kultuuriasutustele ca 4 miljonit eurot.

Sisendid

Äriühingute annetused

Kõigil ühtne

Suurusgruppi erinev

Osakaal kasumist, mis ettevõtteid suunavad annetusteks (%)

3%

Osakaal, mille riik lisab iga ettevõtte annetatud euro kohta juurde (%) ⓘ

50%

Osakaal ettevõtetest, mis hakkavad antud skeemi alusel annetusi tegema selle lahenduse rakendamise esimesel aastal (%)

3%

Osakaal ettevõtetest, mis lisandub igal järgneval aastal antud skeemi alusel annetusi tegema (%)

1%

Maksimaalne osakaal ettevõtetest, mis hakkavad antud skeemi alusel annetusi tegema (%)

10

Füüsiliste isikute annetused

Osakaal tulumaksust, mis füüsilised isikud suunavad annetusteks (%)

2%

Osakaal füüsilistest isikutest, kes hakkavad tulumaksust annetusi tegema selle lahenduse rakendamise esimesel aastal (%)

3%

Osakaal füüsilistest isikutest, mis lisandub igal järgneval aastal (%)

1%

Füüsiliste isikute maksimaalne osakaal, kes hakkavad antud skeemi alusel annetusi tegema (%)

10

Kui mitu protsendipunkti suureneb tööhõives osalevate või muul moel tulu teenivate inimeste osakaal 65+ vanusegrupis tänu spordi- ja kultuuritegevuses osalemisele ⓘ

1%

Arvuta

Baas- stsenaarium	Ettevõtted +	Riigi võimendus
- Annetusi tegevate ettevõtete osakaal jääb tänasele tasemele ehk u 0,5% kõigist ettevõtetest. - Annetajate arv ja summa kasvab samas tempos ettevõtete arvu ja kasumite kasvuga. - Annetajate seas domineerivad üksikud suurettevõtted, kergitades keskmist annetussummat.	- Annetusi tegevate ettevõtete osakaal (praegu u 0,5%) kasvab edaspidi 0,5 protsendipunkti võrra aastas – näiteks tänu aktiivsemale teavitustegevusele. - Maksimaalne osakaal ettevõtetest, kes hakkavad annetusi tegema, on 3%. - Koos annetajate ringi laienemisega väheneb keskmine annetussumma ja selle osakaal kasumist.	- Keskmine osakaal kasumist, mille ettevõtted suunavad annetusteks, on 3%. - Riik lisab juurde 50% ettevõtte annetatud summast. - Esimesel aastal hakkab skeemi kasutama 3% ettevõtetest, igal järgneval aastal lisandub 1%. - Maksimaalne osakaal ettevõtetest, kes hakkavad selle skeemi alusel annetusi tegema, on 6%.

Baasstsenaarium

Eestis jätkub ettevõtete annetuste pigem mõõdukas ja prognoositav kasv, ilma oluliste muutusteta annetamiskultuuris või ettevõtete annetamisharjumustes. Annetusi tegevate ettevõtete osakaal jääb ligikaudu 0,5% tasemele kõigist Eestis registreeritud ettevõtetest. See tähendab, et hoolimata võimalikust majanduskasvust ei suurene annetajate osakaal märgatavalt. Kuigi protsentuaalne osakaal jääb samaks, tähendab see siiski annetajate absoluutarvu suurenemist juhul, kui ettevõtete üldarv kasvab.

Annetuste kogusumma suureneb eeskätt seetõttu, et ettevõtete üldarv ja nende kasum suurenevad majanduskasvu toel. Annetuste kasv on seega prognoositav ja seotud majandusüklitega – kui ettevõtete tulud ja kasum kasvavad, suureneb ka annetuste maht; kui ettevõtteid tabab majanduslangus, väheneb ka annetuste kogusumma.

Annetajate seas domineerivad üksikud suur-ettevõtted, kelle suured annetussummad mõjutavad tugevalt üldist keskmist annetuste taset. See võib kujutada riski annetuste järjepidevusele, sest üksikute suurettevõtete finantsotsuste või strateegiliste muutuste korral võib annetuste maht järsult kõikuda. Kui annetusi teevad peamiselt suurettevõtted, on kogukonna osalus väiksem, mis tähendab ka vähem paindlikkust kogukonna vajaduste suhtes.

Stsenaarium „Ettevõtted+“

Ettevõtete annetuste maht suureneb tänu annetavate ettevõtete kiirele lisandumisele. Kui varem tegi annetusi ligikaudu 0,5% kõigist Eestis registreeritud ettevõtetest ehk umbes 5000 ettevõtet, siis nüüd suureneb nende osakaal igal aastal 0,5 protsendipunkti ehk umbes 5000 ettevõtte võrra. Viie aastaga kasvab annetavate ettevõtete osakaal ligi 3%ni kõigist ettevõtetest.

Annetuste kasvu on taganud aktiivne teavitustöö ja teadlikkuse parandamine, sealhulgas kampaniate, heade eeskujude ja maksusoodustuste tutvustamise kaudu. Samuti toetavad annetamist ettevõtjate sotsiaalse vastutuse ja jätkusuutlikkuse põhimõtted. Heategevusse panustamine muutub ettevõtluskultuuri tavapäraseks osaks.

Kuna ettevõtete hulgas, kes annetama asuvad, on suur osa väikese ja keskmise suurusega ettevõtteid, kahaneb keskmine annetussumma. Ettevõtete seas levib arusaam, et ka väiksemad annetused on olulised – näiteks parkümmend või mõnisada eurot kuus. Kokkuvõttes annetuste maht kasvab, kuid see põhineb pigem suurel hulgal väiksematel panustel.

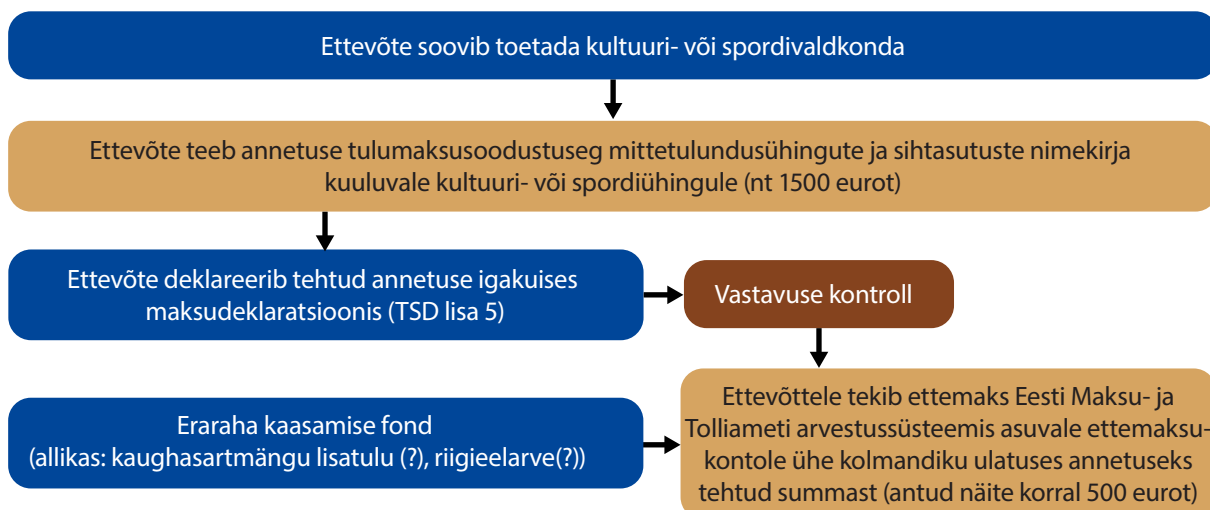
Suurem annetajate ring aitab vähendada heategevusorganisatsioonide sõltuvust üksikutest suurannetajatest, mis omakorda tagab stabiilsema ja mitmekesisema rahastuse. Samas nõuab rohkemate väikeste annetajatega suhtlemine ja nende kaasamine rohkem ressursse ja organisatoorset pingutust. Vajalik on arendada strateegiaid väiksemate annetajate kaasamiseks ja hoida nende aktiivsust pikema aja jooksul.

Stsenaarium „Riigi võimendus“

Ettevõtete annetuste maht kasvab tänu riiklikule kaasfinantseeringule, mis julgustab ettevõtteid heategevusse rohkem panustama. Riik võtab endale aktiivse rolli annetuste stimuleerimisel, lisades ettevõtte annetatud summale omalt poolt 50% juurde. Näiteks kui ettevõtte annab 1000 eurot, lisab riik sellele 500 eurot, mistõttu jõuab lõppkokkuvõttes sihtorganisatsioonini 1500 eurot. See motiveerib ettevõtteid rohkem annetama, kuna nende panuse mõju kasvab automaatselt poole võrra. Samuti annab see ettevõtjatele kindlustunde, et riik hindab ja toetab nende heategevust.

Esimesel aastal pärast riigi kaasfinantseeringu jõustumist asub annetama 3% ettevõtetest, suunates heategevusse keskmiselt 3% oma kasumist. Edaspidi suureneb igal aastal riigi võimenduse kaasabil annetavate ettevõtete arv ühe protsendipunkti võrra, jõudes pikapeale 6%ni kõigist Eesti ettevõtetest.

Kuivõrd erarahastus kasvab järk-järgult, võimaldab see annetuste saajatel kohaneda uue rahastusmudeliga ning arendada pikaajalisi projekte. Riiklikul annetuste võimendamisel on oluline kogukondlik mõju – paljud kohalikud ettevõtted suunavad oma toetuse kohalikele kultuuriprojektidele ja spordiklubidele. Riigi osalus paneb annetuste saajatele suurema vastutuse ning kergitab ootusi tegevuse mõjule, tuues kaasa annetuste eesmärgipärasema ja tõhusama kasutamise.



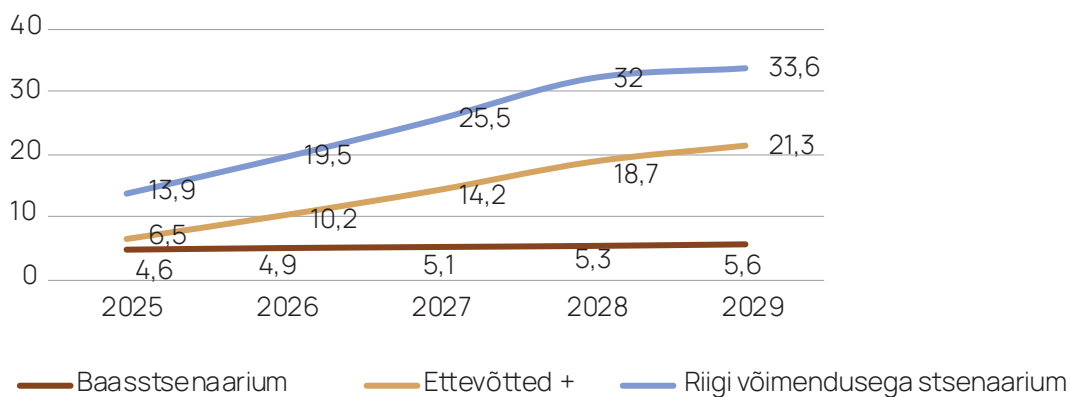
Joonis 15. Riigi võimenduse üks võimalik rakendusviis

Allikas: Arenguseire Keskus, 2025

Stsenaariumide võrdlus

Annetuste saajatele tagab suurima tulu stsenaarium, kus riik võimendab ettevõtete annetusi. Selline stsenaarium tooks esimesel aastal (joonisel 2025. aasta) 13,9 miljonit eurot annetusi ehk keskmiselt 16 800 eurot iga tulumak-

susoodustusega ühingute nimekirja kuuluva asutuse kohta. Juurdekasv baasstsenaariumiga võrreldes oleks 9,3 miljonit eurot. Mida aasta edasi, seda suurem oleks tekkiv lisatulu. 2028. aastal laekuks annetuse saajatele juba 32 miljonit ja 2035. aastal 45 miljonit eurot.

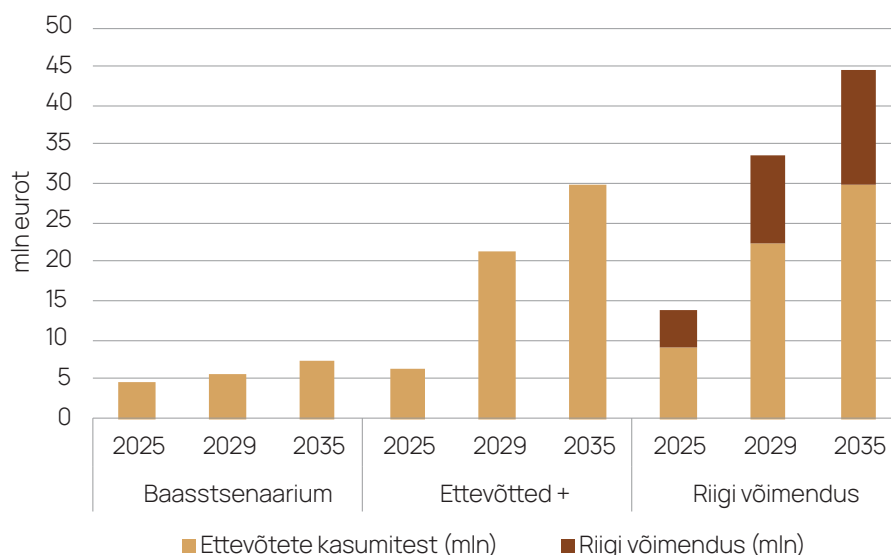


Joonis 16. Annetuste saajate tulud miljonites eurodes

Allikas: Arenguseire Keskus, 2025

Samas tähendab erasektori annetuste võimendamine riigi jaoks ka kulu. Riigi võimendusega stsenaariumi puhul laekub kaks kolmandikku annetustest ettevõtete kasumist ja üks kolmandik riigi maksutulude arvelt. Võimenduse rakendamise üks võimalus on maksukrediit annetustelt ehk annetaja saab annetatud summa maha arvata oma muidu makstavast tulumaksust. Seega

väheneb riigile minev tulumaks. Seatud eelduste kohaselt tähendaks see seda, et 9,3 miljoni eurose täiendava annetusmahu lisandumiseks oleks vaja riigil panna juurde 4,6 miljonit eurot. Koos annetuste mahu kasvuga hakkaks kasvama ka vajalik riigi võimenduse summa – seatud eeldustel jõuaks see 2035. aastaks 14,9 miljoni euronit.



Joonis 17. Panuste jaotus ettevõtete ja riigi vahel miljonites eurodes

Allikas: Arenguseire Keskus, 2025

Teisalt on annetustel majandust elavdav mõju. Üks osa riigi kulusid kaetakse kohe annetuste kasutamisel tekkiva maksutuluga. **Näiteks kui riigi võimendusele kuluks esimesel aastal 4,6 miljonit eurot, siis samas laekuks maksutulu 2,1 miljonit eurot rohkem võrreldes baasstsenaariumiga.** Samuti kasvatab toetust saanud

asutuste suurem tegevusmaht sisemajanduse kogutoodangut, sest annetusi saanud ühingud kasutavad oma tegevuses ka teiste majandusharude tooteid ja teenuseid. **Hinnanguliselt kasvatab iga spordi- ja vabaaja valdkonda investeeritud euro SKPd 1,4 euro võrra, loome- ja meelelahutusvaldkonnas aga 1,2 euro võrra.**⁹¹

Tabel 6. Hinnangulised riigi tulud ja kulud eri stsenaariumide korral miljonites eurodes

	Baasstsenaarium		Ettevõtted +		Riigi võimendus	
	2025	2035	2025	2035	2025	2035
Annetuste maht (mln)	4,6	7,5	6,5	29,8	13,9	44,7
sh riigi võimendus (mln)	0	0	0	0	-4,6	-14,9
Maksutulu (mln)	1	1,7	1,4	6,7	3,1	10
Lisandväärtuse kasv (mln)	2,8	4,5	3,9	18,1	8,4	27,1
Kogutoodangu kasv (mln)	6,6	10,6	9,2	42,3	19,7	63,5
Sotsiaalne tulu (mln)	8,8	14,2	12,4	57	26,5	85,5

Allikas: Arenguseire Keskus, 2025

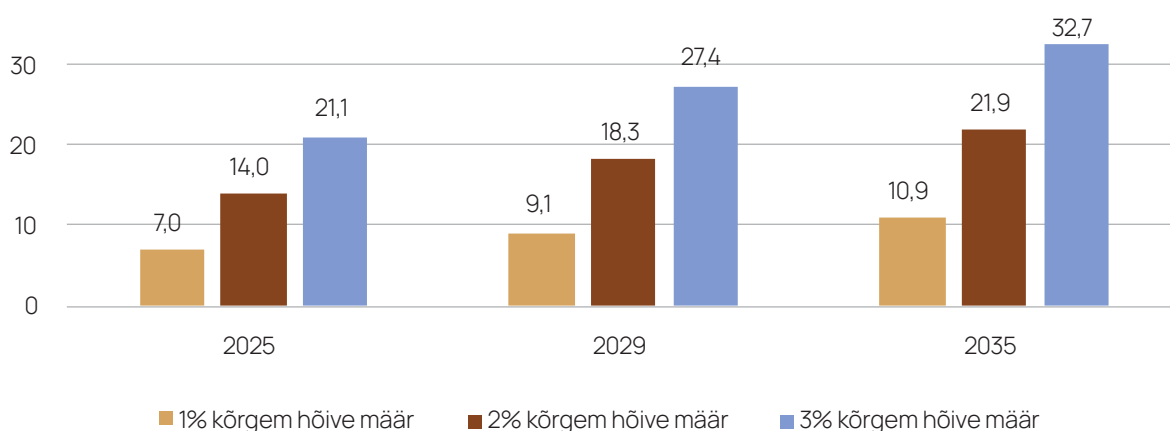
⁹¹ CentAR (2022). [RITAC19 makromudeli pakkumise / kasutamise tabelid ja multiplikaatorid](#). v1.1.

Lisaks on oluline tähele panna spordi ja kultuuri laiemat sotsiaalset tulu (SROI), arvestades mitte ainult majanduslikku kasu, vaid ka tervise paranemist, sotsiaalset kaasatust, kogukonna sidusust ja muid positiivseid muutusi.

Spordi- ja liikumisharrastustesse tehtud investeeringu sotsiaalse tulu hindamisel saab ühe alusena lähtuda SROI-väärtusest 1,91 (vt Davies *et al.*, 2019).⁹² Kuivõrd kultuuriga seotud valdkonnad on aga väga mitmekesised (kultuuriüritused, muuseumid, raamatukogud (SROI-väär-

tus üle 7), kontserdid (SROI-väärtus 3) jne) ning nende laiema mõju puhul on palju teiseseid ja tingitud mõjusid, on siinkohal võetud lihtsustatuna kultuurivaldkonna SROI-väärtuseks 2.⁹³

Neil eeldustel saaks riik 2035. aastal baasstsenaariumis 14,2 miljonit, stsenaariumis „Ettevõtted+“ 57 miljonit ning stsenaariumis „Riigi võimendus“ 85,5 miljonit eurot sotsiaalset tulu. Viimasel juhul eeldaks see aga riigilt 14,9 miljoni euro suurust panust eraraha võimendamiseks.



Joonis 18. Kõrgema hõive määraga kaasnev füüsilise isiku tulumaksulaekumise kasv 65+ vanusegrupis (miljonites eurodes)

Allikas: Arenguseire Keskus, 2025

Liikumis- ja spordiharjumus ning kultuuritegevuses osalemine võivad aidata inimestel **kauem tööturul püsida ning säilitada aktiivse eluviisi**. 2022. aastal teenis tulu vaid 13,1% 65-aastastest ja vanematest inimestest. Kui spordi- ja kultuuritegevuse kaudu õnnestuks tõsta selles vanuserühmas tööhõive määra vaid **ühe protsendipunkti võrra**, tooks see riigieelarvesse **2025. aastaks hinnanguliselt 7 miljonit eurot täiendavat füüsilise isiku tulumaksu**, millele lisanduks ka täiendav maksutulu kaudsetelt maksudelt (nt tarbimismaksud). Kui õnnestub

rohkem vanemaealisi tööl hoida, kasvab ka liisanduv maksutulu.

Veelgi suurem mõju oleks aga **tööjõupuuduse leevendamisel** – kui vanemaealised saaksid ja sooviksid kauem tööturul püsida, võiks see vähendada tööjõunappust mitmes sektoris, eriti seal, kus kogemus ja paindlik töökorraldus on olulised. Seega ei tähenda aktiivsem eluviis mitte ainult **tervisekulude vähenemist ja paremat elukvaliteeti**, vaid ka **majanduslikku kasu riigile ja ühiskonnale laiemalt**.

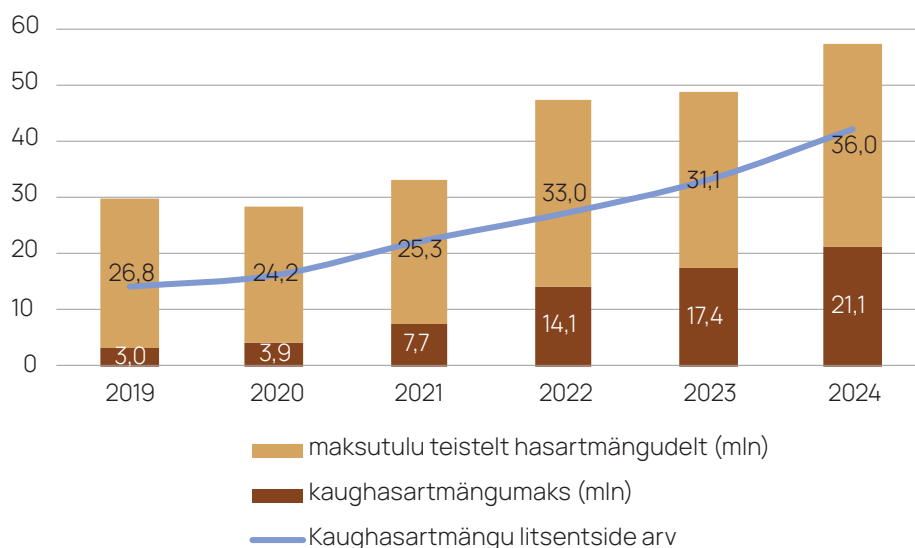
⁹² Davies, L., Taylor, P., Ramchandani, G., Christy, E. (2019). [Social return on investment \(SROI\) in sport: a model for measuring the value of participation in England](#). International Journal of Sport Policy and Politics. 11, 1–21.

⁹³ See on lähedane RITA C-19 makromodelis kasutatud loome- ja meelelahutusvaldkonna Leontieffi II tüüpi kordaja väärtusele (2,33).

Kaughasartmängudelt laekuv maks kui kultuuri ja spordi võimalik lisaraha allikas

Hasartmängumaksu laekumised kaughasartmängudelt on suurenemas ja sellest maksust saadav tulu kasvab. Hasartmängumaksust laekus 2024. aastal riigieelarvesse 57,1 miljonit eurot maksutulu (0,48% riigieelarvesse laekunud

maksudest) ning see kasvab aasta-aastalt. Seejuures on vähenenud hasartmängumaksu laekumine mängusaalide pealt ja väga kiirelt kasvanud internetipõhistelt hasartmängudelt laekuv maksutulu. Kui 2019. aastal moodustas kaughasartmängudelt laekuv maksutulu üksnes kümnendiku kogu hasartmängumaksust, siis 2024. aastal juba rohkem kui kolmandiku.



Joonis 19. Hasartmängumaksu laekumine Eestis miljonites eurodes

Allikas: Eesti Maksu- ja Tolliamet, Statistikaamet

Hasartmängumaksust laekuva raha üks sihtotstarvetest on spordi ja kultuuri toetamine. Kogutud hasartmängumaksust 47,8% suunatakse Eesti Kultuurkapitalile, millest omakorda 60,6% eraldatakse kultuuriehitistele ja 2% kunstide ja rahvakultuuri valdkondade õppejõudude loometöö edendamiseks.⁹⁴ Ülejäänud Eesti Kultuurkapitalile laekuvast osast 75% eraldatakse kultuurkapitali sihtkapitalide käsutusse preemiate, stipendiumide ja toetuste jagamiseks ning 25% maakondlike eksperdigruppide käsutusse, kultuurkapitali nõukogule kultuurivaldkondade vaheliste ja maakonna kultuurivaldkonna projektide finantseerimiseks ning halduskuludeks.⁹⁵

Kaughasartmängude valdkonna kiirele kasvule on kaasa aidanud **internetipõhiseid hasartmänge puudutav liberaalne õiguskeskkond, mis pakub ettevõtetele võimalust tegutseda rahvusvaheliselt** – Eesti hasartmänguseadus ei sätesta mängijatele elukohanõuet ehk võimaldab pakkuda teenuseid ka teiste riikide kodanikele. See on viinud selleni, et vaid väike osa Eestis tegutsevatest kaughasartmängude korraldajatest keskenduvad Eesti turule, ülejäänute peamine huvi on suunatud välisriikidesse, eelkõige Soome, aga ka näiteks Kanadasse.

⁹⁴ [Hasartmängumaksu seadus.](#)

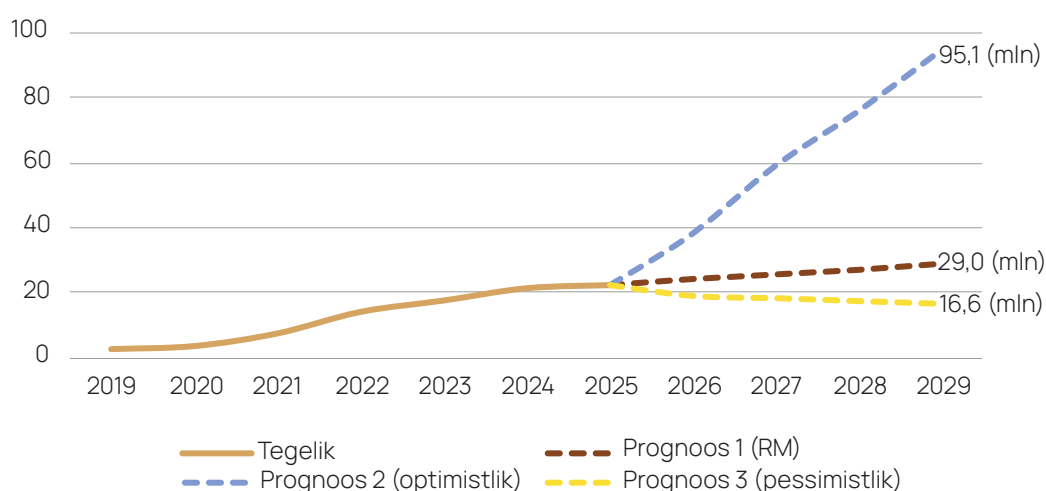
⁹⁵ [Eesti Kultuurkapitali 2025. aasta eelarve seletuskiri.](#)

Eesti litsentsiga kasiinod on soomlaste seas populaarsed, kuna Soomes on seni kehtinud riiklik hasartmängumonopol, mis on piiranud mängijate valikuvõimalusi. Lisaks on Soomes eraisikute jaoks kõik Euroopa majanduspiirkonnast saadud hasartmänguvõidud maksuvabad. See tähendab, et ka Eesti kasiinodes teenitud võitudel Soome mängijad tulumaksu tasuma ei pea.

Eesti turuosalisel hindavad, et Eestis on potentsiaali *online*-hasartmänguettevõtete liisandumiseks ja olemasolevate tegevusmahu kasvatamiseks – eelkõige seeläbi, et välisettevõtteid suunaksid oma tegevusest suurema osa Eesti litsentsi alla, vähendades sellega Malta ja Curaçao kui peamiste konkurentide osakaalu. Rahvusvahelistel kaughasartmängude korraldajatel on tegevuslitsentsid mitmes riigis, mille vahel on võimalik kiirelt ümberkorraldusi teha. Eesti eelisteks on lisaks usaldusväärsele ja paindlikule litsentsile ka internetipõhise asjaajamise võimalus ning väga lihtne hasartmängumaksu seadus (HasMS). Eesti riigilõivud on globaalselt konkurentsivõimelised ning siiani on olnud atraktiivne ka maksusüsteem – lihtsasti mõistetav, ilma pei-

detud lisakuludeta ning stabiilse maksumääraga (5% aastatel 2009–2023).

Rahandusministeerium prognoosib, et kaughasartmängudelt laekuv maksutulu kasvab stabiilselt ja jõuab 2029. aastaks 29 miljoni euroni. Samas näevad turuosalisel, et võimalik oleks ka valdkonna edasine kiirem kasv ja maksutulu mitmekordistumine. Turuosaliste hinnangu- te alusel tehtud simulatsiooni järgi (joonis 20) võib kaughasartmängudelt laekuv maksutulu optimistlikuma prognoosi kohaselt küündida 2029. aastaks ka 95 miljoni euroni. Kokku laekuaks aastatel 2026–2029 optimistliku prognoosi kohaselt 268 miljonit eurot ning juhul, kui samasugune kasvutempo püsib ka edaspidi, laekuaks 2035. aastaks kokku enam kui 1,1 miljardit eurot kaughasartmängumaksu. **Selline lisaraha võimaldaks riigil võimendada ettevõtete annetusi ja viia ellu ka kultuuri- ja spordiobjektide arendamise plaanid.** Selle potentsiaali kasutamine eeldab Eesti Maksu- ja Tolliameti võimekuse tõstmist menetlustoimingutes, sealhulgas ettevõtete taustakontrolli tegemisel ja rahapesu tõkestamise nõuetele vastavuse kontrollimisel.



Joonis 20. Kaughasartmängudelt laekuva maksutulu prognoos miljonites eurodes

Allikas: Rahandusministeerium, Arenguseire Keskus, optimistliku prognoosi aluseks on turuosaliste hinnangud

Samuti on oluline tegur hasartmängumaksu määr võrreldes teiste riikidega – maksumäära langetamine peamiste konkurentriikide tasemele (5%) või alla selle võiks mõjutada mitmes riigis litsentsi omavaid rahvusvahelisi ettevõtteid Eestis kasuks otsustama.

Hasartmängumaksu määra tõstmine aga laekumisi pigem ei suurendaks. Hiljuti analüüsi hasartmängumaksu tõstmise võimalikku mõju ühes Hollandi raportis, kus jõuti järeldusele, et maksutõus võib sundida veebipõhiseid ettevõtteid turult lahkuma. Samuti hoiatati raportis, et mängijad võivad olla sunnitud pöörduma musta turu poole, kuna ettevõtted üritavad suurenenud kulusid mängijatele edasi kanda.⁹⁶

Maksutulu kasvu võib toetada ka hasartmängumaksu astmeliste määrade kehtestamine ehk suuremate ettevõtete jaoks madalama maksumäära seadmine. Maksumäära langetamisega kaasneb risk, et Eesti konkurentriigid langetavad reaktsioonina ka enda maksumäära (nn *race to the bottom*) ja lisatulu ei teki.

Ettevõtete lisandumisega kaasnevad riskid on seotud ka riigi maine ja hasartmängusõltuvuse levikuga, kuigi kaughasartmängude puhul on peamine sihtrühm väljaspool Eestit. Siiski on oluline tugevdada vastutustundlikku mängimist toetavaid meetmeid, näiteks pakkuda teavituskampaaniaid ja tuge mängijatele.

Eestis kehtib *online*-hasartmängudele vanusepiirang 21 eluaastat ning enne mängimise alustamist peavad mängijad läbima hasartmängukorraldaja tunne-oma-klienti-protseduuri, mis sisaldab isiku tuvastamist ja taustakontrolli. Lisaks peavad korraldajad pakkuma mängijatele võimalust seada oma kaotustele rahalised piirangud, et soodustada vastutustundlikku mängimist. Mängijatel on võimalus seada endale täielik hasartmängu mängimise piirang, kandes end Eesti Maksu- ja Tolliametis hallatavasse hasartmängu mängimise piirangutega isikute (HAMPI) nimekirja. See piirang takistab mängijal osalemast hasartmängudes nii veebikeskkonnas kui ka füüsilistes mängukohtades Eestis.

⁹⁶ <https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail?id=2024D33574&did=2024D33574>

Tabel 7. Kaughasartmängu valdkonna arenguväljavaated

TUGEVUSED	NÕRKUSED	OHUD	VÕIMALUSED
- Eesti litsentsidel toimivad platvormid on maailmas usaldusväärsed, sest litsentsid vastavad EL-i regulatsioonidele. - Eestis on üheselt mõistetav ja läbi paistev regulatiivne keskkond. - Eesti maksusüsteem on siiani püsinud konkurentsivõimeline ja mõistetav rahvusvaheliselt ning ei sisalda peidetud lisakulusid. - Eestis on toimiv, nutikas, e-lahendustele tuginev tugitaristu, mida toetab riiklik e-residentsuse programm. - Riigilõivude tasud on globaalselt konkurentsivõimelised. - Riiklik võimekus kiiresti reageerida ja kohanduda globaalsetele muutustele.	- Tugitaristu vajab täiendamist ja tuge valdkondliku kasvu soodustamiseks ning Eesti riigi finants-, IT-turvalisuse ning maine hoidmiseks. - Seni on valdkonnal puudunud eesmärgipõhine, strateegiline ja rahvusvaheline turundus. - Eesti riik ei ole võtnud seisukohta hasartmängutööstuse perspektiivikuse suhtes.	- Regulatiivse keetükuse kasv võib vähendada Eesti kui avatud turu atraktiivsust. - Rahapesurisk ja sellega seotud võimalik mainekahju.	- Kaughasartmängumaks kui seaduslik globaalne võimalus teenida riigil lisatulu, kasutades senist tugevat konkurent-sipositsiooni. - Poliitilise tahte ja süsteemi loomine sektori arenguks ja potentsiaali kasvatamiseks. - Tugitaristu arendamine aitab hoida ja tugevdada Eesti kui globaalse turuosalise mainet, turvalisust ning atraktiivsust.

Allikas: Arenguseire Keskus, 2025

Arenguseire Keskus

Lossi plats 1a, 15165 Tallinn

arenguseire@riigikogu.ee

www.arenguseire.ee



ARENGUSEIRE KESKUS