

Sisekaitseakadeemia
Finantskolledž

Grete Parve

**TARBIJATE VALIKUD EESTI ALKOHOLITURUL JA NENDE
SEOS ALKOHOLI AKTSIISIMÄÄRADEGA**

Lõputöö

Juhendaja:
Indrek Saar, PhD

Tallinn 2022

SISEKAITSEAKADEEMIA LÕPU- VÕI MAGISTRITÖÖ ANNOTATSIOON

Finantskolledž	Juuni 2022
<p>Töö pealkiri eesti keeles: Tarbijate valikud Eesti alkoholiturul ja nende seos alkoholi aktsiisimääradega</p> <p>Töö pealkiri võõrkeeles: <i>Consumers' choices in the Estonian alcohol market and their association to alcohol excise rates</i></p> <p>Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ja koosneb 62 leheküljest. Lõputöös on kasutatud 66 erinevat allikat, millele on tekstis viidatud. Andmete illustreerimiseks on kasutatud kokku 7 tabelit ja 7 joonist.</p> <p>Lõputöö eesmärgiks oli välja selgitada seos erinevatele alkohoolsetele jookidele rakendatavate aktsiisimäärade ja nende jookide tarbimise vahel Eestis. Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised uurimisülesanded:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analüüsida teaduskirjanduse põhjal alkohoolsete jookide maksustamise eesmärke ja võimalikku mõju tarbimisele. 2. Analüüsida teaduskirjanduse põhjal tarbijate alkohoolsete jookide tarvitamise harjumusi ja eelistusi ning neid mõjutavaid tegureid. 3. Analüüsida küsitlusuuringuga tarbijate tarbimisharjumusi ja -eelistusi erinevate alkohoolsete jookide suhtes. 4. Sünteesida teooriat ja küsitlusuuringu tulemusi, et jõuda järeldusele kuidas on mõjutanud erinevate alkohoolsete jookide maksumäärad tarbimist Eestis. <p>Lõputöö uurimisprobleemina püstitati küsimus, kuidas erinevate alkohoolsete jookide erinev maksustamine mõjutab nende tarbimist Eestis? Töös on kasutatud kvantitatiivset uurimismeetodit. Lõppkokkuvõttes saab järeldada, et vastajate tarbimisharjumused ei ole oluliselt mõjutatud praegustest kehtestatud aktsiisimääradest. Lõputööd saab edasi arendada, uurides täpsemalt 20-24 aastaste inimeste tarbimisharjumusi ning- eelistusi.</p>	
Võtmesõnad: alkohol, aktsiis, tarbimine, eelistus	
Võõrkeelsed võtmesõnad: <i>alcohol, excise, consumption, preference</i>	
Säilitamise koht: Sisekaitseakadeemia raamatukogu	
<p>Töö autor: Grete Parve</p> <p>Olen koostanud lõputöö iseseisvalt. Kõik lõputöö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, seisukohad, kirjalikest allikatest ja mujal allikates saadud info on nõuetekohaselt viidatud. Olen nõus oma lõputöö avaldamisega elektroonilises keskkonnas. Olen koostanud lõputöö iseseisvalt. Kõik lõputöö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, seisukohad, kirjalikest allikatest ja mujalt allikatest saadud info on nõuetekohaselt viidatud. Annan Sisekaitseakadeemiale tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose reprodutseerimiseks säilitamise ja elektroonilise avaldamise eesmärgil, sealhulgas Sisekaitseakadeemia raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni. Annan loa teose üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Sisekaitseakadeemia veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Sisekaitseakadeemia raamatukogu digikogu kaudu ja paberkandjal Sisekaitseakadeemia raamatukogus kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni. Olen teadlik, et nimetatud õigused jäävad alles ka autorile. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.</p> <p>(allkirjastatud digitaalselt)</p>	
<p>Vastab lõputöö nõuetele</p> <p>Juhendaja: Indrek Saar</p> <p style="text-align: right;">Allkiri: (allkirjastatud digitaalselt)</p>	
<p>Kaitsmisele lubatud</p> <p>Kolledži direktor: Kerly Randlane</p> <p style="text-align: right;">Allkiri: (allkirjastatud digitaalselt)</p>	

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	5
1. ALKOHOLSETE JOOKIDE MAKSUSTAMINE JA NENDE TARBIMIST MÕJUTAVAD TEGURID	8
1.1. Alkoholiaktsiisi olemus ja selle majanduslikud põhjendused.....	8
1.2. Alkoholiaktsiisi eesmärgid ja rakendamine	13
1.3. Alkohoolsete jookide tarbimisharjumused ja eelistused	16
2. EESTI ALKOHOLSETE JOOKIDE TARBIJATE EELISTUSTE UURING	23
2.1. Uuringu meetodika, valim ja protsess.....	23
2.2. Uuringu tulemused	25
2.2.1. Tarbijate sotsiaal-demograafilised tunnused.....	25
2.2.2. Alkohoolsete jookide eelistus, tarbimine ja seda kujundavad tegurid	27
2.2.3. Tarbimise muutumine ja tarbimisest tulenev sotsiaalne kahju.....	33
2.3. Järeldused ning ettepanekud.....	37
KOKKUVÕTE.....	41
SUMMARY	43
VIIDATUD ALLIKATE LOETELU.....	45
Lisa 1. Ankeetküsimustik.....	53
Lisa 2. Tarbijaprofiil	60
Lisa 3. Avatud vastusevariandiga küsimuste kodeerimise tabel	61
Lisa 4. Alkoholi tarbimisega seotud näitajad	62

MÕISTETE JA LÜHENDITE SELGITUS

ATKEAS - Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus

AFR - WHO Aafrika regioon

AMR - WHO Ameerika piirkond

EUR - WHO Euroopa regioon

EL - Euroopa Liit

GATT - Üldine Tolli- ja Kaubanduskokkulepe

SEAR - WHO Kagu-Aasia piirkond

WHO - Maailma Terviseorganisatsiooni

WPR - WHO Vaikse ookeani lääneosa piirkond

WTO - Maailma Kaubandusorganisatsioon

SISSEJUHATUS

Kui varasemalt on alkoholi tarbimise maksustamine olnud oluliseks tuluallikaks riigile, siis tänapäeva arenenud riikide kontekstis on taoliste maksude eesmärk ka vähendada alkoholi tarbimisest tulenevat negatiivset mõju ühiskonnale. Negatiivne mõju ühiskonnale erineb mitte ainult riigiti, aga ka joogitüüpide ja nende tarbimise lõikes. Kui arvestada tarbijate eelistusi, siis võib alkohoolsete jookide maksumäärade mõju olla igale majapidamisele erinev. (Anderson, 2020, p. 43) Nii nagu teistes riikides, on ka Eestis tarbijatel omad eelistused erinevate alkohoolsete jookide puhul.

Lõputöö teema aktuaalsus on põhjendatud kasvava alkoholi tarbimisega Eestis. Alkoholi odavnemine aitas kaasa tarbimise suurenemisele, mis jõudis alates 2020. aastast viimase viie aasta kõrgeimale tasemele. Kogutarbimise kasvu mõjutas aastal 2020 kange alkoholi tarbimise suurenemine, õlle ja veini tarbimine jäi endisele tasemele ning muude lahjade alkohoolsete jookide (etanooli sisaldusega alla 22%) tarbimine vähenes. (Sotsiaalministeerium, 2021) Alkoholi hinda ja tarbimist kujundavad muuhulgas ka alkoholiaktsiisid (Trasberg, 2020, p. 149). Alkohoolseid jooke maksustatakse erinevalt, aga näiteks sama kogus alkoholi viinas on aastaid olnud kaks korda kallimalt maksustatud kui õlles. Viinatootjad kurdavad, et riigile laekuvast aktsiisist on oluline osa kange alkohol, aga samas Eestis müüakse kanget alkoholi absoluutalkoholis vähem kui õlut ja lahjat kääritatud alkoholi. Õlletootjad väidavad sellele vastu, sest viina villimine on oluliselt odavam kui õllepruulimine ning poodides on kraad alkoholi viinas odavam kui kraad õlles. (Reiljan, 2013) Samas on vähe informatsiooni selle kohta, mil määral erinev maksustamine tarbijaid erinevate jookide vahel valides mõjutab.

Alkoholipoliitika ülesanne on reguleerida Eesti riigi elanike alkoholitarbimist ning sellest tulenevaid tervise-, majanduslikke ja sotsiaalseid kahjusid (Eesti Konjunktuuriinstituut, 2021b, lk 69). Alkoholiaktsiisi peetakse vahendiks, mille kaudu saab reguleerida tarbimist ning kujundada tarbijakäitumist (Trasberg, *et.al.*, 2017, p. 737). Eesti Konjunktuuriinstituudi 2020. aasta uuringu põhjal tõi alkoholi suhteline odavnemine kaasa tarbimise ja sellest tingitud kahjude suurenemise. Tarbimise suurenemise tõttu kasvasid aastal 2020 viimase kümne aasta kõrgeimale tasemele surmad, mis on tingitud otseselt alkoholist põhjustatud haigustest ning suurenes joobes isikute surmaga lõppenud õnnetuste osakaal. (Tervise Arengu Instituut, 2021) Õnnetustest hukkus 2020. aastal 101

alkoholijoores inimest ja 615 inimest suri otseselt alkoholist põhjustatud terviseprobleemide tõttu (Eesti Konjunktuuriinstituut, 2021a, lk 3). Alkoholiaktsiisi üks eesmärk on riigieelarve tulu kogumine, aga oluline roll on ka suunata inimeste käitumist. Sellest tulenevalt on tähtis vähendada alkoholi tarbimist ja erinevate alkoholsete jookide tarbimisest tekkivaid tervise- ja muid kahjusid. (Uusküla, 2017)

Varem on kirjutatud sarnasel teemal nii Sisekaitseakadeemias kui ka teistes ülikoolides mitu lõputööd, aga teemat on käsitletud erinevatest aspektidest. Keiu Mändmetsa töös (2015, lk 5-6) oli eesmärgiks välja selgitada alkoholiaktsiisi tõusu mõju tarbimisele. Töös keskenduti tarbimisharjumuste muutustele, mis on tingitud eestlaste käitumismustrite muutustest. Raiki Pozdnjakov (2017, lk 5) oli seadnud enda töö eesmärgiks hinnata alkoholiaktsiisi muutumise mõju nii alkoholi tarbimisele kui ka aktsiisimaksu laekumisele riigieelarvesse. Töös võrreldi nii Eesti kui ka Soome alkoholiaktsiiside muutust aastatel 2006-2015. Nelli Baljasnaja (2021, lk 5) keskendus oma töös sellele, kuidas on alkoholi aktsiisimäärade muutmine mõjutanud liiklusohutust Eestis ning eesmärk oli välja selgitada seos alkoholi aktsiisimäärade suuruse ja liiklusõnnetuste vahel aktsiisimäärade alandamise tingimustes. Lõputöö teema uudsus seisneb selles, et lõputöö fookus on suunatud eestlaste tarbimisharjumuste tuvastamisele ja nende seosele aktsiisipoliitikaga. Autorile teadolevalt uuriti sarnast teemat viimati Keiu Mändmetsa lõputöös aastal 2015, kui analüüsiti täpsemalt eestlaste tarbimisharjumusi. Lisaks keskendutakse sellele, kuidas tehakse valikuid erinevate alkoholsete jookide vahel ja mil määral sõltub see hinnatasemest (mis omakorda on otseses sõltuvuses aktsiisimääradest). Kuna võrreldes eelmise uurimisperiodiga on aktsiisimäärad muutunud ning tarbimisharjumused arvatavasti muutunud, siis on oluline analüüsida uuemaid andmeid ja nende põhjal järeldused teha. Samuti on võimalik võrrelda varasemalt uuritud andmeid hilisematega ja neid analüüsida. Eelnevast tulenevalt on lõputöö uurimisprobleem: kuidas erinevate alkoholsete jookide erinev maksustamine mõjutab nende tarbimist Eestis?

Lähtudes uurimisprobleemist on lõputöö eesmärk välja selgitada seos erinevatele alkoholsetele jookidele rakendatavate aktsiisimäärade ja nende jookide tarbimise vahel Eestis. Lõputöö eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

1. Analüüsida teaduskirjanduse põhjal alkoholsete jookide maksustamise eesmärke ja võimalikku mõju tarbimisele.
2. Analüüsida teaduskirjanduse põhjal tarbijate alkoholsete jookide tarvitamise harjumusi ja eelistusi ning neid mõjutavaid tegureid.
3. Analüüsida küsitlusuuringuga tarbijate tarbimisharjumusi ja -eelistusi erinevate alkoholsete jookide suhtes.
4. Sünteesida teooriat ja küsitlusuuringu tulemusi, et jõuda järeldusele kuidas on mõjutanud erinevate alkoholsete jookide maksumäärad tarbimist Eestis.

Uurimismeetoditest kasutatakse lõputöö koostamiseks kvantitatiivset uurimismeetodit. Andmete kogumise meetodina kasutatakse ankeetküsitlust. Küsitluse valis autor, et saada võimalikult paljudelt ja erinevates vanuserühmades inimestelt tagasisidet, mille põhjal teha töö eesmärgist lähtuvalt üldistavaid järeldusi. Üldkogumi moodustavad 18 aastased ja vanemad Eesti elanikud, kuna eesmärgiks on kaasata erinevates vanusegruppides inimesi. Küsitlus viiakse läbi *Google Docs* keskkonnas. Töös on küsitluse valimi puhul lähtutud mittetõenäosuslikust mugavusvalimist (Õunapuu, 2012). Töös järelduste tegemiseks kasutatakse statistilist analüüsi (Õunapuu, 2014, lk 184). Samuti kasutatakse tulemuste esitamiseks kvantitatiivset tekstianalüüsi ehk kontentanalüüsi, mille puhul jälgitakse teksti omaduste esinemissagedust (Kalmus, 2015).

Lõputöö on jaotatud kaheks peatükiks, mis omakorda jagunevad alapeatükkideks. Esimene peatükk on teoreetiline osa, milles on kaks alapeatükki. Esimeses alapeatükis selgitatakse alkoholiaktsiisi olemust, eesmärke ja mõju tarbimisele. Teises alapeatükis analüüsitakse inimeste tarbimisharjumusi ning -eelistusi alkoholsete jookide lõikes.

Teises peatükis analüüsitakse maksumäärade seost tarbija valikuga alkoholiturul. Teise peatüki esimeses alapeatükis antakse ülevaade uuringu metoodikast ning teises alapeatükis analüüsitakse uuringu tulemusi. Kolmanda alapeatüki sisuks on uuringu järeldused ning ettepanekud.

1. ALKOHOOLSETE JOOKIDE MAKSUSTAMINE JA NENDE TARBIMIST MÕJUTAVAD TEGURID

1.1. Alkoholiaktsiisi olemus ja selle majanduslikud põhjendused

Antud alapeatükis tutvustatakse kõigepealt aktsiisi olemust ning antakse ülevaade aktsiiside kehtestamise põhimõtetest. Sellest järgnevalt käsitletakse peatükis alkoholiaktsiisi mõistet, ajalugu ja selle majanduslike põhjendusi.

Maksude kehtestamise esimene ja kõige olulisem põhjus on tulude kogumine. Suurim ühekordne panus Euroopa Liidu riikide riigituludesse on töjõumaksudel. Teise poole annavad tarbimise, vara- ja kapitalimaksud. (Trasberg, 2020, p. 138) Tarbimismakse liigitatakse kaheks: üldised ja erimaksud. Üldised maksud on lisandunud väärtuse maks, mida Eestis nimetatakse käibemaksuks, ning erimaksud on aktsiisid. Aktsiisid on kaudsed maksud, millega maksustatakse teatud konkreetset kaubagruppi. Aktsiisiga maksustatavad kaubad maksustatakse ka üldises korras käibemaksuga. Aktsiis suurendab käibemaksuga maksustatavat väärtust. Maksukoormuse kandja on lõpptarbija, kes peab maksma toote hinnas sisaldavat aktsiisi. (Lehis, 2017, lk 402)

Aktsiisidel ja nendega kaupade maksustamisel on pikk ajalugu. Juba kõige varasemates maksusüsteemides maksustati kaupu kaalu või mõõdu järgi. Keskaegse Euroopa linnade ja linnriikide maksutuludest moodustasid põhilise osa tollid ja aktsiisid. Maapiirkondades kasutati maamaksu, pearaha ja kümnist. Aktsiisidega on samuti maksustatud nii esmatarbekaupu kui ka luksuskaupu. (Lehis, 2004, lk 428-429)

Aastate jooksul on Eestis toimunud olulisi muudatusi aktsiiside maksustamisel. Algne põhimõte oli aktsiisikaupade puhul, et neid ei maksustata käibemaksuga, aga sellest loobuti juba 1991. aastal (Lehis, 2004, lk 429). Aktsiisikaupadest paranes alkoholi kättesaadavas oluliselt pärast 1992. aasta juunis toimunud valuutareformi ning alkoholi hinnad olid madalad. Alkoholi tootmine ja turustamine, mis Nõukogude perioodil oli riigi omanduses, erastati täielikult. Aastal 1985 tõsteti seaduslik

alkoholiostu vanus 21 aastale ning see püsis kuni 1994. aasta jaanuarini, mil seda langetati kuni 18 aastani, milline vanusepiirang kehtib ka praegu. (Kollom, 2012, p. 295) Detsembris 1995. aastal suurendati ja ühtlustati kohalike ja imporditud alkoholsete jookide aktsiisimäärad. Kohalikud õlle- ja veiniproduktid olid veidi eelistatud, kuna õlle ja veini tootmine teatud koguses oli aktsiisivaba. Õlu, mida tootis üks tootja kuni 5000 dekalitrit aastas, oli aktsiisivaba. Samuti oli aktsiisivaba ka vein, mille maht iga tootja puhul oli alla 15% kogutoodangust juhul, kui seda toodeti kuni 100 dekalitrit aastas. 1996. aasta lõpuks, kooskõlas GATTi ja WTO nõuetega, ühtlustati kõik õlle aktsiisimäärad. Alates aastast 1995 sõltuvad aktsiisimäärad alkoholisisaldusest ja ainult tootmismahust. ELis kasutatavad kategooriad ühendati ka alkoholsete jookide kategooriatega. Praegusel ajal maksustatakse aktsiisiga ainult nelja liiki alkoholi: õlu, vein, vahesaadused ja kanged alkohoolsed joogid. Aastal 1996. oli loodud riiklik tubaka- ja alkoholiamet, et registreerida kogu alkoholi tootmine ja müük. (Kollom, 2012, pp. 294-297) Kuni 1997. aastani maksustati Eestis toodetud õlut imporditud toodetest madalamate aktsiisimääradega. Tollieeskirjade kohaselt tuli imporditud kaubalt maksta aktsiisi, aga Eestis toodetud kaupadelt arvestatud aktsiise administreeris ainult maksuamet ning aegamisi anti aktsiiside Eesti-sisene haldamine üle tollile. Alkoholiaktsiisi puhul tehti seda aastal 2001. (Lehis, 2004, lk 428-429) Alates 2005. aastast tõusid aktsiisimäärad mitu korda (v.a vein) ning kõrgeim maksutõus toimus 2008. aastal, kui maksu tõsteti kaks korda, jaanuaris 10% ja juulis 20% (Kollom, 2012, p. 297).

Aktsiisidega maksustamisel kehtivad kõik tarbimismaksu üldised põhimõtted, milleks on neutraalsuse põhimõte ja sihtkohamaa põhimõte. Neutraalsuse põhimõte seisneb selles, et kauba maksustamine ei tohi sõltuda müüja või tootja isikust. Sihtkohamaa põhimõttest lähtudes peab kauba maksustamine toimuma tarbimiskohas. Lisaks on veel põhimõte, et maksustamine ei tohi sõltuda kauba päritolust. Kõik kaubad, mis on Eestis toodetud, teistest Euroopa Liidu liikmesriikidest toodud ja väljastpoolt Euroopa Liitu imporditud, maksustatakse ühtemoodi. (Lehis, 2017, lk 402-403) Alkoholiaktsiisi koguvad tavaliselt maksu- ja tolliametnikud importijatelt ja tootjatelt kohas, kus tooted sisenevad hulgi- või jaemüügiturule. Aktsiisi kogumine nõuab kõikide alkoholitootjate või tootmiskohtade kas registreerimist või litsentsimist. Maksude haldamine peaks olema efektiivne ja tõhus. Tõhus ja efektiivne maksude haldamine nõuab haldusasutustelt tugevat tehnilist võimekust ja hästi kavandatud maksusüsteemi. Hästi läbimõeldud aktsiisipoliitika on läbipaistev ja lihtsasti määratletav, suurendades seeläbi tõhusust halduskulude vähendamise kaudu. (Sornpaisarn, *et al.*, 2017, p. 12)

EL on eelkõige majandusliit ning alkoholsete jookide peamine roll ühenduses on majanduslik. Sellest tulenevalt on ELil majandusarengu huvid seoses alkoholsete jookidega. Ühendus ei ole alkoholsete jookide pealt otse makse kogunud ning seetõttu ELil ei ole sellega seoses otsest fiskaalhuvi alkoholsete jookide suhtes. (Österberg, *et.al.*, 2003, p. 70) ELi liikmesriikide, sealhulgas ka Eesti jaoks on olemas direktiiv, mis käsitleb alkoholi ja alkoholsete jookide maksustamise miinimummäärasid. Sellest tulenevalt on selgelt palju erinevusi aktsiisimaksude kohaldamises ning alkoholimaksudest tulenevates eelarvetuludes. Lisaks sellele on Euroopa alkoholi maksustamise süsteemis ruumi teatud toodete maksuvabastuste ja -kategoriate kui ka maksumäärade edasiseks ühtlustamiseks. (Sopek, 2013, p. 1) Direktiiviga 92/83/EMÜ (European Commission, 1992) kehtestatakse ELi alkoholi maksustamist käsitlevad eeskirjad. Direktiiv jõustus ELi riikides 31. detsembrist alates 1992 aastast. Sellega on kehtestatud järgnevad eeskirjad (European Commission, 1992):

- alkoholi ja alkoholsete jookide aktsiisimaksud;
- aktsiisiga maksustatava alkoholi ja alkoholsete jookide kategooriad;
- maksu arvutamise alus.

Selle direktiiviga seonduvalt võeti vastu muutmisdirektiiv (EL) 2020/1151 (European Commission, 1992), mille eeskirju ELi riigid peavad kohaldama alates 1. jaanuarist 2022. Direktiiviga on kehtestatud järgnevad eeskirjad (European Commission, 1992):

- ajakohastada ja selgitada direktiivi 92/83/EMÜ mõningaid eeskirju, mis olid toonud kaasa nii maksuasutusi kui ka ettevõtjaid tarbetult koormavad haldusmenetlused;
- ajakohastada eeskirju, millega lubatakse ELi riikidel kohaldada teatud alkoholsete toodete suhtes vähendatud aktsiisimäärasid;
- tagada õlleaktsiisi kehtestamise tingimuste ühetaoline kohaldamine, milleks on vaja sätestada Plato kraadide mõõtmise tingimused, ning tagada sujuv üleminek Plato kraadi mõõtmise ühtlustatud metoodikale.

Nõukogu direktiivi 92/84/EMÜ eesmärk on aidata kaasa alkoholsete jookide aktsiisimäärade ühtlustamisele, kehtestades iga tootekategooria jaoks madalaimad aktsiisimäärad. Õlle ja kangete alkoholsete jookide suhtes on kehtestatud märkimisväärne minimaalne tollimaksumäär, aga veinile

ja muudele kääritatud jookide, näiteks siidrile, on kehtestatud nullaktsiis. Need on siiski ainult minimaalsed määrad ning nagu eelnevalt mainitud, liikmesriikidel on õigus kehtestada oma siseriiklikud määrad mis tahes tasemel või nendest kõrgemal tasemel, mis ei ole pärast nende kehtestamist 1993. aastal muutunud. (Oxford Economics, 2007)

Võrreldes käibemaksuga on aktsiis ühetasandiline maks. Kauba toomisel Eestisse või aktsiisilaost väljastamisel tekib aktsiisikohustus. Pärast seda ei toimu nii varem makstud aktsiisi mahaarvamist ega hilisematel müügietappidel täiendavat maksustamist. Samuti puudub hilisemate müügietappide maksustamisel vajadus, kuna aktsiisimäärad ei sõltu maksuobjekti väärtusest, vaid on fikseeritud kauba ühiku kohta. (Lehis, 2017, lk 403)

Mõiste alkohol puudutab etüülalkoholi (mis on tuntud ka kui etanool) ehk alkoholi tüüpi, mida leidub tarbimiseks mõeldud jookides (Cnossen, 2006, p. 3). Alkoholiks peetakse jooki, mille etanoolisisaldus on üle 1,2 mahuprotsendi ja õlut, mille etanoolisisaldus on üle 0,5 mahuprotsendi (Rahandusministeerium, 2020). Alkoholiseaduse §2 sätestab kange ja lahja alkoholi definitsiooni. Kanget alkoholset jooki peetakse alkoholseks joogiks, mille etanoolisisaldus on üle 22 mahuprotsendi ning lahja alkoholse joogi puhul alkoholset jooki etanoolisisaldusega kuni 22 mahuprotsenti. (Alkoholiseadus, 2022) Eestis on seadusega lubatud tarbida ja soetada alkoholi alates 18. eluaastast (Tervise Arengu Instituut, 2006, lk 3).

Alkoholiaktsiis on erinevate alkoholsete jookidega seotud maks. Eestis on seaduses ära defineeritud alkoholi mõiste. ATKEAS §12 definitsiooni järgi on alkohol õlu, vein, kääritatud jook, vahetoode ja muu alkohol (Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus, 2021). See tähendab, et eelnimetatud alkoholsete jooke maksustatakse aktsiisiga. Alates 2017. aastast kehtib väikeõlletootjate seas erand. Kui väikeõlletootja tootis eelmisel kalendriaastal õlut kuni 15 000 hektoliitrit, jooksva aasta algusest toodetud kuni 15 000 hektoliitri, siis on aktsiisimäär 50% tavamäärast. (Maksu- ja Tolliamet, 2022) Viimati määrati uued alkoholi aktsiisimäärad 2019. aastal ja sellest alates ei ole alkoholi aktsiisimäärat tõstetud ega langetatud. Aastal 2022. kehtivad Eestis samad aktsiisimäärad (vt tabel 1). Maksumärk peab olema alkoholil, mille etanoolisisaldus on üle 22 mahuprotsendi ja mis on villitud müügipakendisse mahuga alates 0,05 liitrist (Rahandusministeerium, 2020).

Tabel 1. Alkoholi aktsiisimäärad aastatel 2016-2019 (Maksu-ja Tolliamet, 2022; ATKEAS, 2022; autori koostatud)

Toode	Aktiisimäär alates 01.02.2016 (eurot)	Aktiisimäär alates 01.02.2017 (eurot)	Aktiisimäär alates 01.07.2017 (eurot)	Aktiisimäär alates 01.02.2018 (eurot)	Aktiisimäär alates 01.07.2019 (eurot)	Ühik
Õlu	8,30	9,13	15,52	16,92	12,70	etanoolisisaldus ühe mahuprotsendi kohta hektoliitris
Kääritatud jook või vein, mille etanoolisisaldus on ≤ 6 vol	48,55	53,41	77,44	84,41	63,35	hektoliiter
Kääritatud jook või vein, mille etanoolisisaldus on >6 vol	111,98	123,98	123,98	147,82	147,82	hektoliiter
Vahetoode	239,12	263,03	263,03	289,33	289,33	hektoliiter
Muu alkohol	21,72	23,89	23,89	25,08	18,81	etanoolisisaldus ühe mahuprotsendi kohta hektoliitris

Tabelist 1 on näha, et igal tootel on erinev alkoholi aktsiisimäär ning alates 2016-2018 on iga aasta toimunud aktsiisimäärade muudatused. Erandiks on kääritatud jook, mille etanoolisisaldus on üle 6%, vahetoode ja muu alkohol, mille aktsiisid on teatud aastatel jäänud samaks. Aastal 2016 tõsteti aktsiisi 15% ning 2017 aastal veebruarist 10% iga alkoholise joogi grupi kohta. Aastal 2017 juulis tõusis õlle aktsiisimäär 70% ning kääritatud joogil, mille alkoholisisaldus on või jääb alla 6% tõusis aktsiisimäär 45%. Aastal 2018 tõusis aktsiisimäär 9% õllel ning kääritatud joogil, mille etanoolisisaldus on 6% või väiksem. Aktsiisimäär kääritatud joogil, mille etanoolisisaldus on üle 6%, tõusis 19%, vahetootel 10% ning muu alkoholi puhul 5%. Võrreldes eelneva aastaga langes aastal 2019 aktsiisimäär 15% nii õllel, kääritatud joogil, mille etanoolisisaldus on 6% või väiksem ning muul alkoholil. Samuti ilmneb tabelist, et aktsiisimäär on kõrgem just kangematel alkoholsetel jookidel ning madalam väiksema alkoholisisaldusega toodetel.

Sisuliselt on alkoholiaktsiis ühikupõhine maks – maksustamise aluseks arvestatakse sisuliselt alkoholi konkreetses mõõdetavas ühikus. Näiteks mõõdetakse alkoholisisaldust hektoliitris. (Trasberg, 2015, p. 1) Teine alkoholitoodetele kohaldatav maksuliik on standardiseeritud müügitaks. Need liigitatakse väärtuselisteks maksudeks, mis kehtestatakse toote väärtuse (hinna) alusel. Tavaliselt peetakse alkoholimakse oma olemuselt regressiivseks. See tähendab, et inimesed, kellel on sissetulek väiksem, kannavad seetõttu suuremat maksukoormust. (Trasberg, 2020, pp. 137-138) Kuna väiksema sissetulekuga inimesed kulutavad oma sissetulekust suurema osa kui kõrgema sissetulekuga inimesed, siis maksud, mis põhinevad pigem kuludel kui tuludel, võivad panna neile suurema maksukoormuse. Seetõttu tekitab alkoholiaktsiis madala sissetulekuga inimestele suurema maksukoormuse. (Hines, 2007, p. 3)

Kokkuvõtvalt saab üldistada, et aktsiiside kehtestamise üks kõige olulisem põhjus on tulude kogumine. Aktsiisid on kaudsed maksud, millega maksustatakse teatud konkreetset kaubagruppi. Alkoholiaktsiis on erinevate alkoholsete jookidega seotud maks, mille peamine roll ühenduses on majanduslik. ELi liikmesriikide, sealhulgas ka Eesti jaoks on olemas direktiiv, mis käsitleb alkoholi ja alkoholsete jookide maksustamise miinimummäärasid.

1.2. Alkoholiaktsiisi eesmärgid ja rakendamine

Antud alapeatükis käsitletakse alkoholiaktsiisi peamisi eesmärke ning nende rakendamist. Töö fookusest tulenevalt on oluline tuvastada ka alkoholiaktsiisi mõju tarbimisele. Seega annab autor samuti ülevaate selle võimalikust mõjust tarbimisele.

Alkoholi maksustamisel on kaks peamist põhjust. Esiteks põhineb alkoholi maksustamine regulatiivsetel vajadustel. Üldiselt on alkoholi maksustamise eesmärk vähendada alkoholi kuritarvitamisest tulenevat negatiivset välismõju. See põhjustab erinevaid terviseprobleeme, liiklusõnnetusi, asotsiaalset käitumist ja palju muud negatiivset ühiskonna jaoks. (Trasberg, 2015, p. 1) Kuna need negatiivsed välismõjud on peamiselt seotud alkoholi mahuga, mitte alkoholihoogi tüübiga, väidetakse, et alkoholimaksud peaksid põhinema alkoholi kangusel. Tegelikult kaldub alkoholsete jookide maksustamine sageli kõrvale alkoholi kangusest. Alkoholsete jookide

maksustamisel on oluline tegur õlu, veini või kange alkoholi mõju tervisele ja sotsiaalsele heaolule. Lisaks veel lähtutakse maksustamisel tarbijate hinnapaindlikkusest ja tavast maksustada kangemat alkoholi kõrgemate maksumääradega. (National Treasury, 2014, p. 4) Nagu eelnevalt mainitud peetakse alkoholimaksu vahendiks, mis suudab aidata vähendada alkoholi kuritarvitamisest tulenevat negatiivset välismõju. Sellist maksu tuntakse ka Pigou maksuna. (Trasberg, 2015, pp. 1-2) Pigou maks on majanduslik vahend, mille abil peavad inimesed kandma enda põhjustatud sotsiaalseid kulusid. See tähendab, et inimesed ise kaaluvad kulusid ja tulusid ning tegutsevad vastavalt. (Salib, 2021, pp. 1081) Maksustamine ei ole ilmselgelt ainus valitsusele kättesaadav vahend sotsiaalsete kahjude ennetamiseks. Seadused, mis keelavad joobes juhtimise või piiravad alaealiste alkoholi kättesaadavust ja tarbimist, on samuti hästi motiveeritud poliitika. Need seadused täiendavad omakorda hästi läbimõeldud alkoholimaksude süsteemi. (Griffith, *et al.*, 2019, p. 21)

Teine põhjus alkoholi maksustamiseks on puhtalt fiskaalne. Alkoholi tootmine ja kaubandus on rangelt reguleeritud ja valitsuste poolt tugevalt kontrollitud, seetõttu on suhteliselt lihtne alkohol üle koormata maksudega. Legaalseid alkoholoolsete jookide tootjaid on piiratud arv ja nende järelevalve ei ole ülemäära raske. (Trasberg, 2015, p. 2) Alkoholi tootmine, turustamine ja müük on suur osa majandusest paljudes riikides ning alkoholiga seotud maksud on tähtis osa riigieelarve tulust (Trasberg, 2020, p. 136).

Alkoholimaksumäärad põhinevad kolmel joogikategoorial: õlu, vein ja piiritusjoogid. Igal joogikategoorial on oma aktsiisimäär ja selle suurenemine või vähenemine muudab suhtelisi alkoholihindu, millega on võimalik mõjutada tarbimist. (Gehrsitz, *et al.*, 2020, p. 3) Näiteks aastal 2008 viidi Inglismaal läbi uuring, mille eesmärk oli aru saada, kuidas inimeste hulgas alkoholi tarbimine muutuks, kui alkoholi hind tõuseks või langeks. Selgus, et 22 780-st küsitletud alkoholitarbijast 80,3% vastas, et madalamad alkoholihinnad ja allahindlused suurendaksid alkoholitarbimist ning samaaegselt 22,1% arvas, et hinnatõus vähendab tarbimist. Selgus ka, et vastajad vanuses 18-24 on kõige suurema tõenäosusega valmis loobuma alkoholist või vähendama selle tarbimist, kui selle hind peaks märgatavalt tõusma. (Cook, *et al.*, 2011, pp. 1-5)

Alkoholi tarbimise liigne maksustamine võib põhjustada ühiskonnale väga tõsiseid negatiivseid tagajärgi (Trasberg, 2015, p. 2). Kõrge aktsiis ja vastavalt kõrgem alkoholi hind piirab tarbijate

juurdepääsu alkoholile ja kahjulikku liigtarbimist. Seetõttu on alkoholiaktsiisid vahend ühiskonna korrigeerimiseks ja käitumise suunamiseks. Samas võib liigne alkoholi maksustamine sundida tarbijaid otsima odavamaid alternatiive, peamiselt surrogaatidest koosnevat alkoholi. (Trasberg, *et al.*, 2017, p. 737) Surrogaate leidub erinevate olmekeemia vedelike koostises ning seda tarvitatakse joobe saamise eesmärgil (Tartu Ülikooli Kliinikum, 2021). Selline käitumine võib põhjustada isegi rohkem kahju inimeste tervisele ja ühiskonna heaolule (Trasberg, *et al.*, 2017, p. 737). Lisaks võib liigne maksustamine muuta alkoholi kallimaks ka mõõdukatele tarbijatele, kelle tarbimine ei ole problemaatiline ja vähendab alkoholitööstuse kasumit. Sellest tulenevad suurenenud kulud ja vähenenud kasum on põhjused, miks kõige sobivamate alkoholiaktsiisi tasemete üle on pingelised vaidlused ja arutelud. (Rabinovich, *et al.*, 2009, p. 8) Lisaks võib alkoholiaktsiisiga maksustamine muuta tarbijate otseseid eelistusi teatavat liiki jookide suhtes. Näiteks võivad aktsiisimaksud suunata tarbijaid eelistama kodumaist tarbimist või kergemaid jooke tugevamatele alkoholsetele jookidele. (Trasberg, 2020, p. 121) Kõrgemalt maksustatud alkoholised joogid ei mõjuta ainult alkoholi tarbimist, vaid ka erinevaid alkoholiga seotud probleeme. Sellega seoses on uuritud suuresti ka alkoholi maksustamise mõju liiklusõnnetustele. Et suuremad maksud mõjutaksid liiklusõnnetusi, eeldatakse, et maksud vähendavad tarbimist, mis omakorda vähendab liiklusõnnetusi. (National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, 2000, p. 346)

Alkoholi tarbimise reguleerimine maksu- ja hinnapoliitika abil toimivad nõudluse ja pakkumise tasakaalu mehhanismi kaudu. See mehhanism sisaldab elemente, mis on seotud hinnatõusu, tarbimislangukse, hinnalanguse ja tarbimise kasvuga. Alkoholsete jookide puhul, et saada maksutulu või reguleerida tarbimist, on aktsiisimaks parim vahend, mida valitsus saab kasutada võrreldes tolli- ja üldise maksuga. (Sornpaisarn, *et al.*, 2017, p. 10) Majandusteooria kohaselt on leitud, et alkoholi hinna tõstmine vähendab alkoholi tarbimist (Elder, *et al.*, 2010, p. 218).

Tarbimine ja selle reguleerimine on oluline ning samuti on oluline reguleerida registreerimata tarbimist. Registreerimata tarbimine tähendab kogu alkoholi tarbimist, mida ei registreerita riigis, kus seda tarbitakse. Selle alla kuulub kodutootmine, piiriülene ostmise, alkoholi asendamine, ebaseaduslik kodu- ja käsitöötootmine ning ebaseaduslik tootmine ja salakaubavedu. Kuna registreerimata tarbimine moodustab olulise osa alkoholi kogutarbimisest, siis tuleks seda vähendada

või paremini kontrollida riikliku alkoholipoliitika raames. Seda saab teha integreerides erinevaid meetmeid, sealhulgas maksustamine. (Sornpaisarn, *et al.*, 2017, p. 13)

Tarbijate vaatenurgast on alkoholsete jookide aktsiisimaksud tegurid, mis tõstavad alkoholsete jookide hindu ning avaldavad ka mõnikord majapidamiste eelarvetele lisaturvet. Lisaturvet võib kaasa tuua see, et kui alkoholimaksude ja alkoholsete jookide hindade tõus toob kaasa alkoholi tarbimise vähenemise, siis võib kahaneda ka alkoholsete kulutuste osa pere eelarves. (Heather, *et al.*, 2004, p. 200) Nagu eespool juba mainiti, siis üldiselt on alkoholiaktsiisid sissetulekutega võrreldes regressiivsed, mille puhul madalama sissetulekuga inimesed kulutavad suhteliselt rohkem alkoholile võrreldes kõrgema sissetulekuga inimestega (Trasberg, 2019, p. 138). Samuti on leitud, et kõrgema sissetulekuga inimesed tarbivad rohkem kalleid alkoholiseid jooke ja nad külastavad näiteks restorane ja kohvikuid sagedamini kui madalama sissetulekuga inimesed (Järvinen, *et al.*, 2014, p. 399).

Alkoholsete jookide maksustamine käib alati üheskoos regulatsiooniga. Tubakatoodete puhul on määrused lihtsad, st avalikes kohtades ei suitsetata ega reklaamita, kuid alkoholsete jookide puhul on ühine mitmekülgne lähenemisviis. Maksustamine ja hinnapoliitika on üks oluline osa, aga lisaks sellele hõlmab see lähenemine ka alkoholi füüsilise kättesaadavuse reguleerimist, alkoholi joores juhtimise vastumeetmeid, ravi ja varajase sekkumise muutmist, alkoholi müügi edendamise reguleerimist ning haridus- ja veenmisprogramme. (Cnossen, 2007, p. 724)

Kokkuvõtvalt saab üldistada, et alkoholi maksustamisel on mitmeid eesmärke, milleks peamised on regulatiivne ja fiskaalne. Läbi regulatiivse eesmärgi kasutatakse maksustamist ka tarbijakäitumise kujundamiseks. Tarbijakäitumise kujundamine läbi maksustamise peab olema põhjalikult läbi mõeldud ning tuleb kaaluda riske, mis võivad maksustamisega kaasneda.

1.3. Alkoholsete jookide tarbimisharjumused ja eelistused

Antud töös on fookuses inimeste tarbimisharjumuste tuvastamine. Sellest tulenevalt on oluline vaadata, mille järgi alkoholiseid jooke eelistatakse. Seega selles alapeatükis keskendutakse tarbijate tarbimisharjumustele kui ka eelistustele, mis on kujundatud erinevate tegurite poolt.

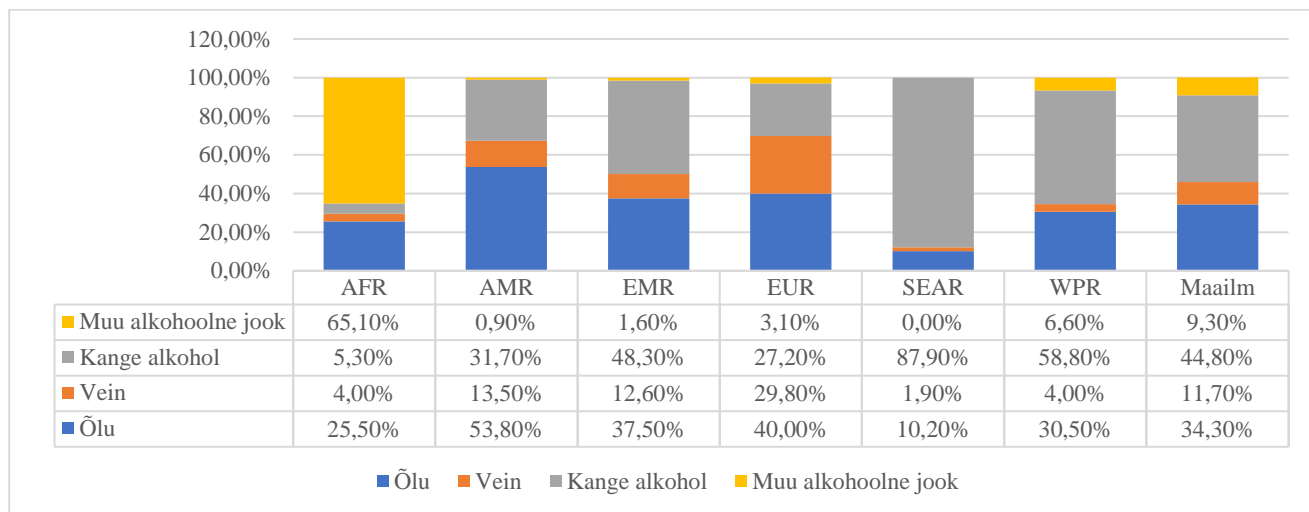
Alkoholi tarvitatakse sotsiaalsetel eesmärkidel - selleks, et aidata lõõgastuda, julgustada, kinnitada äritehinguid, tähistada elusündmusi, mäletada, unustada, õppida inimesi tundma, tunda end täiskasvanuna, tunda end noorena, kuuluda, eristada ennast ja mõnikord selleks, et me oleme unustanud, kuidas teha midagi ilma alkoholita (Mental Health Foundation, 2006, p. 5).

Alkoholi tarbimine on paljudes Euroopa riikides aktuaalne teema. Alkoholi tarbimine Eestis on ajalooliselt sarnane olnud Põhja-Euroopa ja teiste endiste Nõukogude Liidu riikidega, kus tarbimise kogus on suur ning algab juba noorest east (Täht, *et al.*, 2019, p. 74). Alkohoolsete jookide tarbimine on seotud erinevate aspektidega – kultuurist terviseni ja majandusest isikuvabadusteni. Ühelt poolt on alkoholi tarbimine olnud aastatuhandete jooksul oluline osa rahva kultuurist ja traditsioonidest. Teisest küljest põhjustab liigne tarbimine tohutut kahju ühiskonnale. (Trasberg, 2020, p. 136) Alkoholi tarbimise ja eelistusi mõjutavate ja kujundavate tegurite mõistmine ei ole ainult oluline haiguste ennetamiseks, sekkumiseks ja poliitika juhtimiseks, vaid on oluline ka turu segmenteerimiseks, tootearenduseks ja optimeerimiseks (Cravero, *et al.*, 2020, p. 1).

Ülemaailmsetes uuringutes on leitud, et peamised tegurid, mis mõjutavad alkoholi tarvitamist on järgnevad: sugu, vanus, millele järgneb tervislik seisund, majanduslik rikkus riigis, elustiili valikud, religioon ja kultuurinormid. Näiteks registreerimata alkoholi puhul on alkohol sageli odavam, siis võib selle tootmine ja tarbimine toimuda pigem madala sissetulekuga riikides. (World Health Organization, 2019) Kui piiriülene ostlemine välja arvata, tarbivad registreerimata alkoholi pigem madala sotsiaalmajandusliku staatusega inimesed, maaelanikud ja alkoholisõltuvusega inimesed (Probst, *et al.*, 2019, p. 2). Lisaks on mõned riigid keelanud alkoholi tarbimise, mille tulemuseks on vähene alkoholitarbimine elaniku kohta ja registreerimata tarbimine, mis moodustab suure osa riigi üldisest alkoholi tarbimisest. Ülemaailmselt on leitud, et naised, kes tarbivad alkoholi, joovad väiksemaid koguseid alkoholi, kui mehed. (World Health Organization, 2019)

Ülemaailmselt erinevad alkoholi tüübid, mida inimesed tarbivad, on õlu, vein, kanged alkohoolsed joogid või muud alkohoolsed joogid (vt joonis 1). Muud alkohoolsed joogid on näiteks kangendatud veinid, riisiveinid või muud kääritatud joogid, mis on valmistatud sorgost, hirsist või maisist. Ülemaailmselt 44,8% registreeritud alkoholist tarbitakse kõige rohkem kangeid alkohoolseid jooke. Protsentuaalselt tarbivad kõige rohkem kangeid alkohoolseid jooke WHO Kagu-Aasia piirkonnad

(87,9%), WHO Vahemere idapiirkonnad (48,3%) ja WHO Vaikse ookeani läänepiirkonnad (58,8%). (World Health Organization, 2019)



Joonis 1. Registreeritud alkoholi tarbimise protsent (%) elaniku kohta (15+ aastat) aastal 2016 (World Health Organization, 2019; autori koostatud)

Jooniselt 1 on näha 2016. aastal registreeritud alkoholi tarbimise protsent elaniku kohta alates 15. eluaastast kogu maailma ja eri regioonide vaates. Jooniselt ilmneb, et kogu maailma ulatuses on kõige populaarsemad kanged alkohoolsed joogid, millele järgneb õlu. (World Health Organization, 2019)

Eesti Konjunktuuriinstituudi ja Tervise Arengu Instituudi ühiselt koostatud aastaraamatutes käsitletakse Eesti alkoholiturgu, tarbimist ja sellega kaasnevat kahjusid. Terviklik ülevaade alkoholiturust, tarbimise ja alkoholi liigtarbimisega seotud kahjustest Eestis 2020. aasta kohta on esitatud 2021. aasta alkoholi aastaraamatus. Võrreldes 2019. aastaga kasvas alkoholi tarbimine 0,1 liitrit ning Eesti täiskasvanud elanikud tarbisid 2020. aastal inimese kohta 10,5 liitrit alkoholi (Eesti Konjunktuuriinstituut, 2021a, lk 3). Alkoholi tarbimise puhul on naistel organismi alkoholitaluvus meestega võrreldes väiksem, mistõttu on naistele määratud riskipiirid väiksemad. Madala riskiga alkoholitartvitamise puhul ei tohiks naised tarbida rohkem kui kaks alkoholiühikut päevas, aga mehed ei tohiks tarbida rohkem kui neli alkoholiühikut päevas. Keskmise riskiga ehk ohustav alkoholitartvitamine jääb naistel vahemikku kaks kuni neli alkoholiühikut päevas ning meestel neli kuni kuus alkoholiühikut päevas. Kõrge riskiga ehk kahjustav alkoholitartvitamine on meeste puhul

üle kuue ühiku päevas ning naistel üle nelja ühiku päevas. Kahjustava alkoholi tarvitamise koguse puhul kahjustab inimene vaimset või füüsilist tervist ja sellega võib kaasneda ka sotsiaalsete probleemide teke. (Tervise Arengu Instituut, 2012, lk 5-11)

Selleks, et välja selgitada Eesti elanike tarbimisharjumused, viib Eesti Konjunktuuriinstituut igal aastal 18-74 aastaste elanike hulgas läbi küsitluse, kus uuritakse tarbijate alkoholse joogi eelistusi ning alkoholsete jookide tarbimise sagedust. 2020. aasta kohta tehtud uuringust selgus, et kõige suurema tarbijaskonnaga alkoholseteks jookideks olid veinid ja vahuveinid, millele järgnes õlle tarbimine. Aastal 2020 tarbis veini 88% täiskasvanud alkoholitarbijatest, õlut tarbiti möödunud aastal 64%, muud kangete alkoholsete jookide tarbijaid oli kokku 63%, siidri tarbijaid 48%, viina tarbijaid 46% ja *long-drinkide* tarbijaid 45% kõigist alkoholitarbijatest. Küsitluse järgi tarbisid kõige sagedamini õlut, veine ja lahjasid alkoholseid jooke 18–29 aastased inimesed, millest väga suure osa ehk 91% moodustasid veinid ning 69% õlu. Samuti leiti küsitluse tulemustest, et õlut tarbivad sagedamini mehed – 2020. aastal tarbis õlut 81% meestest ja 47% naistest. Naised tarbisid veini sagedamini kui mehed – kui meestest oli 2020. aastal veini tarbijaid 84%, siis naistest 93%. (Eesti Konjunktuuriinstituut, 2021a, lk 20-21)

Sarnaselt Eestile on ka teistes Euroopa riikides sellesse vanusevahemikku jäävate inimeste seas samasugune eelistus. Näiteks Rumeenia tudengite seas viidi 2017. aastal läbi uuring, mille eesmärgiks oli hinnata alkoholsete jookide tarbimist ja eelistusi. Vastanud koosnesid üliõpilastest vanuses 18-24. Leiti, et naisüliõpilaste seas eelistatakse veini rohkem kui meeste hulgas. Lisaks on varasemalt leitud, et naised eelistavad klassikalise õlle asemel pigem magusamaid ehk vähem kibedaid tooteid, näiteks vein või maitsestatud õlu. (Salanta, *et al.*, 2017, p. 26) Seega Eesti ja Rumeenia puhul on inimeste vanusevahemikus 18-24 sarnane alkoholse joogi eelistus. Võrreldes mõlemad riike leiti, et naised tarvitasid rohkem ehk eelistasid rohkem veini ning mehed rohkem õlu.

Tarbimise piirkonnad (nt maa- ja linnapiirkonnad) ja asukohad (nt baarid ja klubid) kannavad erinevaid norme ja väärtusi, mis loob ka platvormi sooliseks käitumiseks alkoholi tarvitamisel. Eestis viidi 2013. aastal läbi uuring, kus intervjueriti noori täiskasvanuid soopõhise tarbimise kohta. Autor arutas uuringus teemasid nagu alkoholi tarvitamine ja muutused tarvitamisel, mille käigus selgusid ka uued teemad, näiteks tarbimiskoha olulisus. Noored täiskasvanud naised rõhutasid, et maapiirkonnas

asuvad tarbimise kohad panevad neid tundma hirmu ja seksuaalset ohtu. Linnapiirkondade puhul leidsid naised, et klubid on peenemad, pakuvad vabadust ning anonüümsust tarbimisel. Mehed leidsid, et maapiirkonnas kui tarbitakse, siis kohalikud mehed muutuvad agressiivseks ning nad ei ole avatud võõraste inimeste suhtes. Lisaks on väiksemates maakohtades elavatel meestel kohalikus kontekstis baaris võim, seetõttu välditakse võimalikke konflikte meestega maapiirkondades ning valitakse tarbimiskohad hoolikalt. Samas linnapiirkondades elavad mehed, kes väldivad maakohti, käituvad sarnaselt enda lähedal asuvates tarbimiskohtades. (Kobin, 2013, pp. 289-291)

Tarbija joogivalik määrab tihti alkoholi tarbimise sageduse ning sealhulgas ka alkoholi tarbimise tingimused, mis on seotud tarbimisprotsessiga. Erinevate alkohoolsete jookide eelistus kujundab riigi alkoholitööstuse fookuse ja mahu. Samuti mõjutavad joogieelistused ka teisi majandusharusid. Eelnevale toetudes on tähtis arvestada sotsiaalmajanduslikke tegureid, mis suunavad inimest eelistama kindlat liiki alkohoolset jooki. Inimeste eelistused ja sotsiaalsed raamid on tegurid, mis kujundavad alkoholi valikut jookide liikide lõikes. (Trasberg, 2019, p. 137) Näiteks viidi läbi ülemaailmne uuring, mille eesmärk oli analüüsida individuaalse sotsiaalmajandusliku seisundi seost alkoholi tarbimisega 33 riigis. Sellega seoses uuriti üksikisikute hariduse ja tarbimise näitajate vahelist seost. Tulemustest leiti, et naiste puhul kõigis riikides ja meeste puhul 29-s riigis olid kõrgema haridusega inimesed sagedamini tarbijad kui madalama haridusega inimesed. (Grittner, 2013, *et al.*, pp. 332-336) Samuti võib välja tuua Norras 2016 aastal õpilaste (sh üliõpilaste) seas läbiviidud uuringu, kus leiti, et nooremad meessoost tudengid eelistasid õlut või siidrit ning neil oli väiksem sissetulek võrreldes teiste vastajatega. Samuti teatasid nad suuremast alkoholi tarbimisest ja alkoholist põhjustatud kahjustustest võrreldes nendega kellel oli erinev eelistus. Veini eelistasid peamiselt vanemad naissoost tudengid ja kangemat alkoholi eelistasid meessoost tudengid. (Erevik, *et al.*, 2020, p. 7)

Lisaks on veel palju aspekte, mis mõjutavad alkohoolse joogi valikut. On kaks olulist aspekti, millel on suur mõju. Esimene aspekt on alkoholi traditsiooniline piirkonnapõhine tarbimismuster. Piirkonnapõhist mustrit iseloomustavad järgmised tunnused: tarbimise intensiivsus, tarbitav alkohoolse joogi liik, purjusoleku tolereerimine ja muud tunnused. Alkoholi tarbimise piirkondlike mustreid liigitatakse tavaliselt kui Kesk-Euroopa, Lõuna-Euroopa (ka Vahemerelist) ja Põhjamaadele iseloomulikku tarbimismustrit. Kesk-Euroopas on välja kujunenud õlle tarbimisel põhinev tarbimiskultuur. Vahemere puhul on seal peamiseks alkohoolseks joogiks on vein, tavapäraseks on

kujunenud igapäevane tarbimine ning avalikku purjusolekut ei tolereerita. Põhjamaade alkoholi tarbimise mudeli puhul on järgnevad tunnused: sagedane liigtarbimine, tugev alkoholitarbimine ja ebakorrapärased tarbimisharjumused. Nii Põhjamaades kui ka Kesk-Euroopas tekkinud alkoholi tarbimisharjumused on mõjutanud ka Eesti alkoholi tarbimisharjumusi. Kuna Euroopas toimub aina rohkem piirkondade tarbimisharjumuste ühtlustumine, siis kaotavad traditsioonilised tarbimisharjumused mingil määral oma eristusvõime ning selletõttu on tähelepanu pigem suunatud tarbijarühmade spetsiifilisele käitumisele. (Trasberg, 2019, pp. 137-138)

Teine tähtis aspekt on seotud regulatsioonidega. Need regulatsioonid, mis mõjutavad suuresti ka riigi alkoholi tarbimise struktuuri. Näiteks on erinevates riikides kehtestatud tavaliselt alkoholi jaemüügi ja turustamise piirangud ning alkoholi tarbimise vanusepiirangud. (Trasberg, 2019, p. 137) Alkoholiseadus reguleerib Eestis alkoholi käitlemist, riiklikku korraldust ja järelevalvet. Näiteks seoses COVID-19 levikuga kehtis Eestis 2020. aasta märtsist alkoholi müügikeeld kella 22.00–10.00, millega taheti ära hoida politsei kui ka meditsiiniastutuste ülekoormust. (Eesti Konjunktuuriinstituut, 2021b, lk 25) Samuti näiteks piiratusjoogid ehk kanged alkohoolsed joogid, mille alkoholisisaldus on tavaliselt kõrgem kui kääritatud jookidel, peetakse laialdaselt kahjulikumaks, isegi samaväärse tarbimistaseme korral. Seda seisukohta vaadates on kangetel jookidel sageli olnud nende kättesaadavus piiratum kui kääritatud jookidel, näiteks piirates kangete alkohoolsete jookide müügi riiklikesse jaekauplustesse või litsentsides vähem müügikohti. (Room, *et al.*, 2011, p. 495)

Lisaks alkoholi müügipiirangule, mõjutavad teised kehtestatud regulatsioonid samuti üksikisiku eelistusi. Üheks oluliseks teguriks on alkoholiaktsiis, sest see kujundab alkohoolsete jookide hinna. Maksud ja alkoholi kättesaadavus on kaks suhteliselt vähestest tõhusatest vahenditest, mida riiklikud poliitikakujundajad saavad kasutada, et mõjutada elanikkonna tarbimise taset ja mustreid. Joogiliikide erinev reguleerimine ja maksustamine mõjutab selgelt nende jookide tarbimist. (Mäkelä, *et al.*, 2011, p. 616) Näiteks paljud riigid maksustavad õlut madalamalt kui teisi alkohoolseid jooke. Lisaks veinitootmine ei ole paljudes ELi riikides alkoholiaktsiisiga koormatud. (Trasberg, 2019, p. 137)

Peale selle, et kõik alkohoolsed joogid sisaldavad etanooli, siis erinevad alkohoolsed joogid üksteisest üsna palju oma muude omaduste poolest, sealhulgas nende tugevuse, maitse ning pakendi poolest. Sellest järeldub, et erinevad joogid ei võimalda samal viisil rahuldada tarbijate mitmeid vajadusi.

(Mäkelä, *et al.*, 2007, p. 619) Kuigi kõik joogid ei suuda eelnevalt nimetatud vajadusi rahuldada, siis Austraalias läbiviidud uuringus leiti, et peamine põhjus alkoholsete jookide valimisel on maitse. Austraalias tehti 2012 aastal uuring, mille eesmärk oli uurida kuute erinevat tarbimise motiivi. Osalemiseks pidid kõik vastajad olema vähemalt 18 aastased ning intervjueriti kokku 1229 inimest. Tulemustest selgus, et maitse oli kõige populaarsem põhjus, mille alusel erinevaid alkoholiseid jooke valitakse, kuna 86% osalejatest oli selle punktiga nõus või sellega tugevalt nõus. Samuti leiti, et maitse-eelistus kehtis kõikide joogiliikide kohta. (Moran, *et al.*, 2012, pp 25-28)

Peale maitse, tugevuse, pakendi ja veel teiste eelnevalt nimetatud tegurite mõjutab tarbija alkoholsete jookide eelistust tarbimise eesmärk. Ühekordselt tarbitavad kogused kipuvad sõltuma alkoholi tarbimise eesmärgist ja sellega on omakorda seotud joogi tüübi valik. Tarbimise eesmärk mõjutab ka tarbimise kogust, mis on oluline näitaja seoses vägivalla, õnnetuste ja muude liiki kahjudega. (Mäkelä, *et al.*, 2007, pp. 618-619) Inglismaal viidi 2020 aastal läbi 18-36 aastaste seas uuring, kus uuringus pidid osalejad läbi nutitelefoniga rakenduse märkima üles iga tunni aja tagant enda tarbimise koguse ning kellega koos parasjagu tarbiti (Monk, *et al.*, 2020, pp. 7-8). Uuringust ilmnis, et võrreldes üksinda ja seltskonnas tarbimist, siis inimesed tarbisid suuremas koguses alkoholiseid jooke koos sõpradega (Monk, *et al.*, 2020, p. 13). Seega saab järeldada, et kui tarbimise eesmärk on tarbida seltskonnas, siis inimeste alkoholi tarbimise kogus on suurem.

Lisaks võib üksikisiku eelistust kujundada teatud alkoholise joogi mõju. Washingtoni ülikooli tervise- ja riskikäitumise uuringu keskuse poolt 2010. aastal läbi viidud uuring näitab, et inimesed võivad oodata erinevat mõju alkoholsete jookide lõikes. Uuringus osalejad väljendasid rohkem üksmeelt selle puhul, et veinil on lõõgastavam mõju, kui õlul ning kangetel alkoholsetel jookidel. (Pedersen, *et al.*, 2010, p. 928)

Alapeatüki kokkuvõtteks saab üldistada, et tarbimist mõjutavad mitmed tegurid. Eelkõige mõjutavad maailma vaates tarbimist sugu ja vanus. On lisaks kaks olulist aspekti, millel on riigiti suur mõju: traditsiooniline piirkonnapõhine tarbimismuster ning regulatsioonid. Regulatsioonidest on oluline tegur alkoholiaktsiis, mis mõjutab elanikkonna tarbimise taset ja mustreid. Seejärel mõjutavad alkoholi valikut jookide liikide lõikes inimeste eelistused ja sotsiaalsed raamid.

2. EESTI ALKOHOLSETE JOOKIDE TARIBJATE EELISTUSTE UURING

2.1. Uuringu meetodika, valim ja protsess

Käesoleva lõputöö eesmärk on välja selgitada seos erinevatele alkoholsetele jookidele rakendatavate aktsiisimäärade ja nende jookide tarbimise vahel Eestis. Oluline on uurida tarbijaharjumusi ning -eelistusi erinevate alkoholsete jookide tarvitamisel, kuna siis on võimalik leida, kui oluline tegur on maksumäär tarbijate valikul. Eesmärgi saavutamiseks kasutab autor käesoleva lõputöö puhul kvantitatiivset uurimismeetodit. Töös kogutakse andmeid tarbijaküsitlusega ning analüüsitakse neid statistiliselt (Õunapuu, 2014, lk 184). Samuti kasutatakse tulemuste analüüsimiseks kvantitatiivset tekstianalüüsi ehk kontentanalüüsi.

Andmekogumise meetodina viis autor läbi küsitluse, mille koostamise jaoks kasutati *Google Docs* küsitluse keskkonda. Küsitlus viidi läbi ajavahemikul 04.03.2022-11.03.2022 ja kasutati mugavusvalimit, mis tähendab, et vastajad valiti kättesaadavuse alusel. Küsimustik koosnes 24 küsimusest (vt lisa 1), millest 14 olid suletud vastustega, 8 poolavatud vastustega ja kaks avatud vastustega. Küsimustega sooviti teada alkoholsete jookide tarbijate tarbimisharjumusi ja -eelistusi. Esimeses plokis olid järjestikus esimesed kuus küsimust tarbijaprofiili määramiseks. Tarbija profiili määramiseks küsiti järgmisi küsimusi: sugu, vanus, haridus, elukoht, hõivestaatus ning elukorraldus. Peamised tegurid, mis mõjutavad alkoholi tarbimist, on sugu ja vanus, seega on oluline ka nende tunnuste põhjal andmeid koguda (käesolev töö, lk 17). Lisaks on tähtis arvestada sotsiaal-demograafilisi tegureid, mis suunavad inimesi valima ja tarbima konkreetset alkoholiliiki (käesolev töö, lk 20). Vastajatel paluti märkida järgnevad tunnused: elukoht, haridustase, hõivestaatus ning elukorraldus (vt lisa 2 tabel 1). Teises plokis uuriti alkoholsete jookide eelistuse, tarbimise ning tarbimist kujundavate tegurite kohta. Küsiti näiteks alkoholise joogi eelistuse kohta kuna tarbija joogivalik määrab tihti ka alkoholi tarbimise sageduse (käesolev töö, lk 20). Lisaks uuriti näiteks, kellega ja kus inimesed peamiselt alkoholiseid jooke tarvitavad. Teoorias toodi välja, et tarbimiskoht on oluline, sest see mõjutab käitumist ja seeläbi tarbimist (käesolev töö, lk 19-20). Kolmanda plokiga

uuriti viimase paari aasta tarbimise muutumise ning tarbimisest põhjustatud sotsiaalsete kahjude kohta. Liigne tarbimine võib põhjustada ka kahju ühiskonnale (käesolev töö, lk 17), seega on tähtis seda uurida. Avatud küsimuse korral esitatakse küsimus, millele jäetakse tühi koht vastuse kirja panemiseks. Valikvastustega küsimusel on vastajale ette antud üks vastusevariant või mitu, mida märgitakse kas risti või ringiga. (Hirsjärvi, *et al.*, 2007, lk 185-186) Poolavatud küsimuste puhul on ette antud hulk vastusevariante, kuid vastajal on võimalik lisada ka oma vastusevariant (Beilmann, 2020).

Üldkogumi moodustasid alates vähemalt 18 aastased Eesti elanikud, kuna eesmärgiks oli kaasata erinevates vanusegruppides inimesi. Samuti lähtuti sellest vanusepiirist kuna Eestis on seadusega lubatud tarbida ja osta alkoholi alates 18. eluaastast (Tervise Arengu Instituut, 2006, lk 3). Valimi puhul oli lähtutud mittetöenäosuslikust mugavusvalimist (Õunapuu, 2012). Küsitluse valim oli mugavusvalim, et tarbijaid oleks kerge kiirelt ja efektiivselt uuringusse kaasata. Küsimustik (vt lisa 1) saadeti märtsikuus rakenduskõrgkooli Sisekaitseakadeemia üldisele meiliaadressile. Lisaks postitati küsimustik sotsiaalmeediasse. Valimisse kuuluvad 148 inimest. Küsimustikule vastamine oli anonüümne ning vabatahtlik.

Andmeanalüüsi meetodina kasutas autor statistilist analüüsi, täpsemalt kirjeldavat statistikat. Kirjeldava statistika eesmärgiks on andmete organiseerimine ja andmetest tuleneva tulemuste kompaktne ning ülevaatlik esitamine (Õunapuu, 2014, lk 184). Küsimusi, mis koosnesid suletud ja poolavatud vastustest, analüüsiti kvantitatiivselt, tulemuste võrdlemiseks lähtuti vastanute arvust ning nendest tulenevalt protsentuaalselt. Küsimustiku tulemusi analüüsiti sagedusjaotuste alusel, mille andmete illustreerimiseks kasutati tulpdiaagrammi, sektordiaagrammi või tabelit. Andmete statistiliseks analüüsiks kasutati *MS Exceli* programmi. Küsimustik koosnes kahest avatud vastusega küsimusest, mille kaheksanda vastuse analüüsimiseks kasutati standardiseeritud kontentanalüüsi. Standardiseeritud kontentanalüüsi ehk kvantitatiivse tekstianalüüsi puhul jälgitakse teksti omaduste esinemissagedust (Kalmus, 2015). Seega sarnase tähendusega tekstid kodeeritakse teatud tunnuste põhjal kindlate koodide järgi (vt lisa 2 tabel 1). Kolmeteistkümnes küsimus oli samuti avatud vastusega, kuid selle küsimuse puhul ei olnud võimalik vaadata esinemissagedust, kuna arvutati puhta alkoholi tarbimise kogust. Autor kasutas alkoholi koguse arvutamiseks *Excelit* ning arvutas kogused ümber alkoholiühikuteks. Ühes alkoholiühikus on 10 grammi puhast alkoholi ja alkoholiühikute hulga

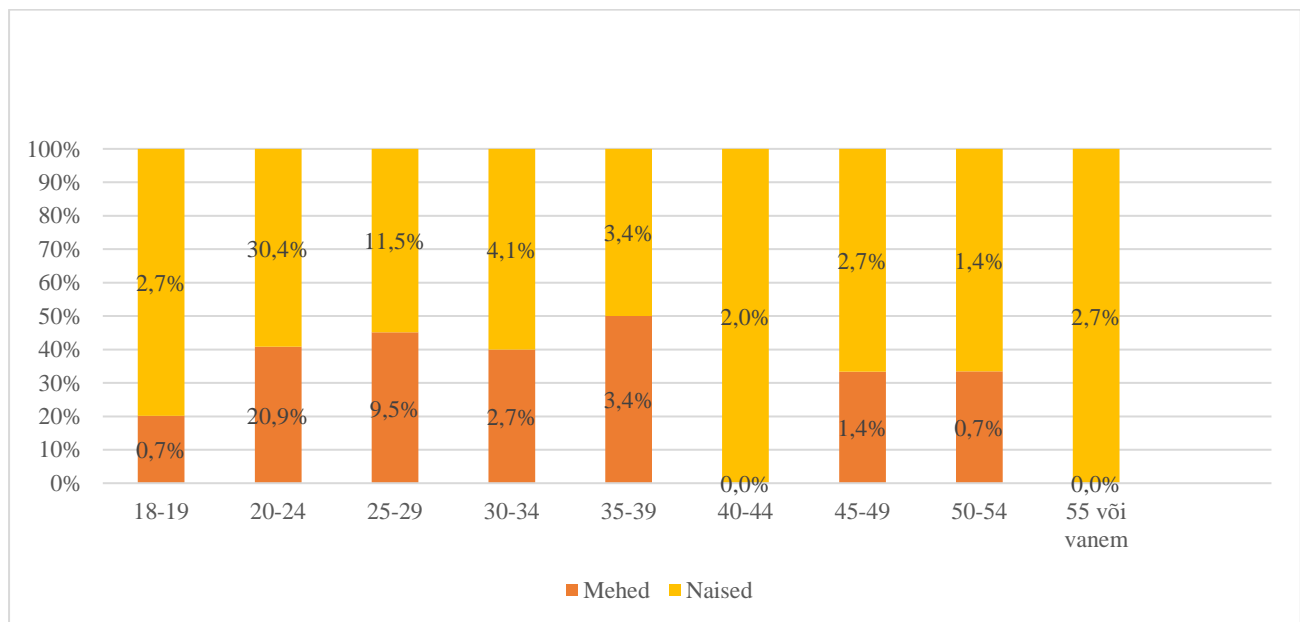
arvutamiseks konkreetses joogis on vaja teada joogi kogust liitrites, mida peab korrutama kangusega ning omakorda tuleb korrutada alkoholi erikaaluga, milleks on 0,789 (Tervise Arengu Instituut, 2014).

2.2. Uuringu tulemused

2.2.1. Tarbijate sotsiaal-demograafilised tunnused

Alapeatükis antakse ülevaade tarbijaprofiili määratlemiseks esitatud küsimustest ning nende tulemustest. Tulemused on lahti kirjutatud ja esitatud protsentuaalselt.

Küsitluse valim ehk vastajate hulk oli 148 inimest ning kõigist vastajatest 60,81% moodustasid naised ning 39,19% mehed. Selle põhjal saab järeldada, et kõikidest vastanutest oli naiste osakaal meestest suurem. Kõige enam vastajaid oli vanusegrupis 20-24 a ning nendest enamuse moodustasid naised (vt joonis 2). Küsitluse vastustest selgus, et 90 vastajat olid naised ning 58 mehed.



Joonis 2. Küsitluses osalenute sooline jaotus vanusegruppide põhjal (% vastanutest) (autori koostatud)

Tulemusi analüüsid selgus, et kõige rohkem oli vastajaid vanuses 20-24. Populaarsuselt teine vanusevahemik oli 25-29. Nii vanusevahemiku 30-34 kui ka 35-39 moodustas kokku 10 vastajat.

Kõige vähem vastajaid olid vanusevahemikes 40-44 ja 50-54, kuna mõlema vanusevahemiku puhul oli ainult kolm vastajat. Kuna kõige enam vastajaid olid vanuses 20-24, siis see tähendab, et küsitluste vastuste põhjal saab teha järeldusi enamasti selle vanusevahemikus inimeste alkoholsete jookide eelistustest ja nende tarbimisest.

Kolmanda küsimusena soovis autor teada, kus maakonnas vastanud elavad (vt lisa 2 tabel 1). Kõige populaarsem variant oli Harju maakond, kus elavad 148-st vastanust 92 ehk 62,2% vastanutest, teisena oli populaarsuselt Tartu maakond, kus elab 15 ehk 10,1% vastanutest. Võru maakonnast oli vastanuid 9 ehk 6,1%, nii Ida-Virumaa kui Pärnu maakonda kuulus 8 vastajat ehk mõlema maakonna puhul oli vastajaid 5,4%. Põlva ja Lääne-Viru maakonnast oli mõlema puhul kokku kolm vastajat ehk mõlema osakaal oli 2,0% vastajatest. Järva, Valga ning Rapla maakonnast oli igas maakonnas kaks vastajat ehk iga maakonna puhul 1,4% vastajatest. Lisaks oli ka ükskuid vastajaid nii Lääne, Viljandi, Jõgeva ning Saare maakonnast, kus iga maakond moodustas 0,7% vastajatest. Autori küsitlusele ei vastanud ühtegi inimest, kes elaks Hiiu maakonnas.

Neljanda küsimuse puhul sooviti teada vastajate haridustaset (vt lisa 2 tabel 1). Vastustest selgus, et 80 vastajal ehk 54,7% on keskharidus ning 33 vastajal ehk 32,4% on kõrgharidus. Sellest järgnevalt 15 vastajal, mis moodustab 10,1% koguvastanutest, on rakenduskõrgharidus ning 14 vastajal ehk 9,5%-il on kutseharidus. Kolmel vastajal ehk 2%-il on põhiharidus ning „muu“ vastusevariandina valis kaks inimest, kes moodustas 1,7% koguvastanutest.

Viienda küsimuse eesmärgiks oli välja selgitada vastajate hõivestaatus (vt lisa 2 tabel 1). Kõige suurem osakaalust 48,6% ehk 72 vastajat on täiskoormusega tööl, osalise koormusega tööl on 23,6% ehk 35 vastajat ning 18,2% ehk 27 vastajat on töötud. Valikvastuse „muu“ valis 14 vastajat ehk 9,5% koguvastanutest. Valikvastuse „muu“ all toodi välja näiteks vastused „kaitsevägi“ või „üliõpilane“.

Kuues küsimus oli vastajate elukorralduse kohta (vt lisa 2 tabel 1). Vastustest selgus, et 61 vastajat ehk 41,2% elavad koos perekonnaga, elukaaslasega elavad koos 52 vastajat ehk 35,1% ning üksinda elavad 28 vastajat ehk 18,9%. Valikvastuse „muu“ valis 7 vastajast, mis moodustas 4,7% koguvastanutest. Valikvastuse „muu“ all kirjutasid vastajad näiteks, et elatakse ühiselamus või koos sõbraga.

2.2.2. Alkohoolsete jookide eelistus, tarbimine ja seda kujundavad tegurid

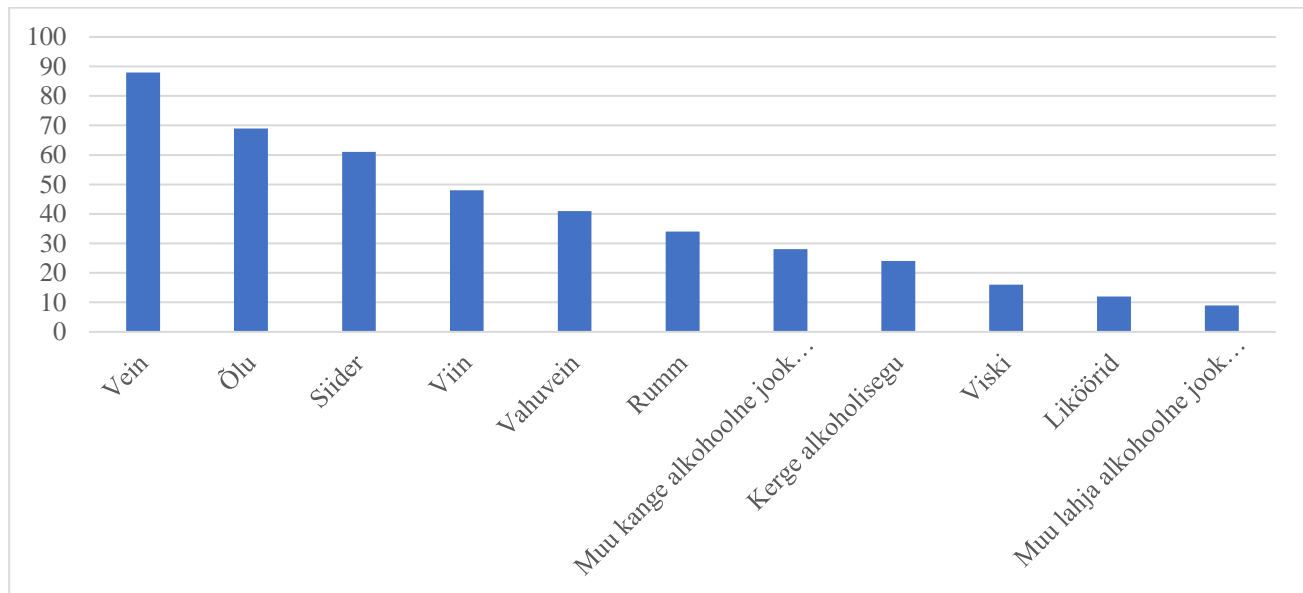
Alapeatükis antakse ülevaade esitatud küsimustest ja tulemustest, mis käsitleb kõigepealt tarbija alkohoolse joogi eelistust ning eelistuste põhjendust. Seejärel käsitletakse tarbimist ning seda kujundavaid tegureid. Tulemused on samuti esitatud protsentuaalselt.

Seitsmenda küsimuse puhul sooviti leida, et millised on peamised alkohoolsed joogid, mida tarbitakse (vt joonis 3). Inimesed said valida üheteistkümne erineva valikvastuse vahel ning ei pidanud piirduma ühe vastusega, vaid said selekteerida mitu vastust korraga.

Kuna tegemist oli avatud vastusega küsimustega, siis moodustati vastuste põhjal koodid. Koodide sisu selgituseks ja tulemuste paremaks arusaamiseks toob autor välja, mille põhjal koodid moodustati. Koodi „maitsevad“ sisu seisnes selles, et vastajad kirjutasid, et nad eelistavad teatud alkohoolseid jooke nende maitse pärast. Kood „väiksema kangusega“ seisnes selles, et vastajad kirjutasid, et nad eelistavad teatud alkohoolset jooki sellepärast, et sellel on väiksem kangus ehk vähene etanoolisisaldus. Koodi „meeldivad“ sisu moodustasid vastajad, kes kirjutasid, et neile lihtsalt meeldib teatud alkohoolne jook ehk suuremat kirjeldust seal välja ei toodud. Koodi „seltskonnajoogid“ sisu koosnes vastajatest, kes kirjutasid, et eelistavad teatud alkohoolset jooki sellepärast, et neid jooke tarbitakse tavaliselt kogu seltskonnaga. Koodi „lõõgastumiseks“ sisu seisnes vastajatest, kes kirjutasid, et tarbivad teatud alkohoolset jooki lõõgastumise eesmärgiga ehk need joogid mõjuvad lõõgastavalt. Koodi „harjumus“ sisu moodustasid vastajad, kes kirjutasid, et eelistavad teatud alkohoolset jooki sellepärast, et see on kujunenud välja harjumusest ühte kindlat jooki tarbida. Koodi „odav hind“ sisu puhul kirjutasid vastajad, et eelistavad teatud alkohoolset jooki seetõttu, et sellel kindlal alkohoolsel joogil on tavaliselt odav turuhind.

Vastustest selgus, et 88 vastajat ehk 20,5% koguvastanutest eelistavad veini, 16% ehk 69 vastajat eelistavad õlut, 14,2% ehk 61 vastajat eelistavad siidrit ning 11,2% eelistavad ehk 48 vastajat eelistavad viina. Seejärel 41 vastajat ehk 9,5% valisid valikvastusena „vahuveini“, 34 vastajat ehk 7,9% märkisid valikvastuse „rumm“ ning valikvastuse „muu kange alkohoolne jook (etanoolisisaldusega üle 22%)“ valisid 28 vastajat ehk 6,5% koguvastanutest. Kerget alkoholisegu eelistavad 24 vastajat ehk 5,6%, viskit eelistavad 16 vastajat ehk 3,7% ning likööre 12 vastajat ehk

2,8% koguvastanutest. Kõige väiksema osakaaluga 2,1% ehk 9 vastajat moodustasid valikvastuse „muu lahja alkoholne jook (etanolisisaldusega üle 22%)“.



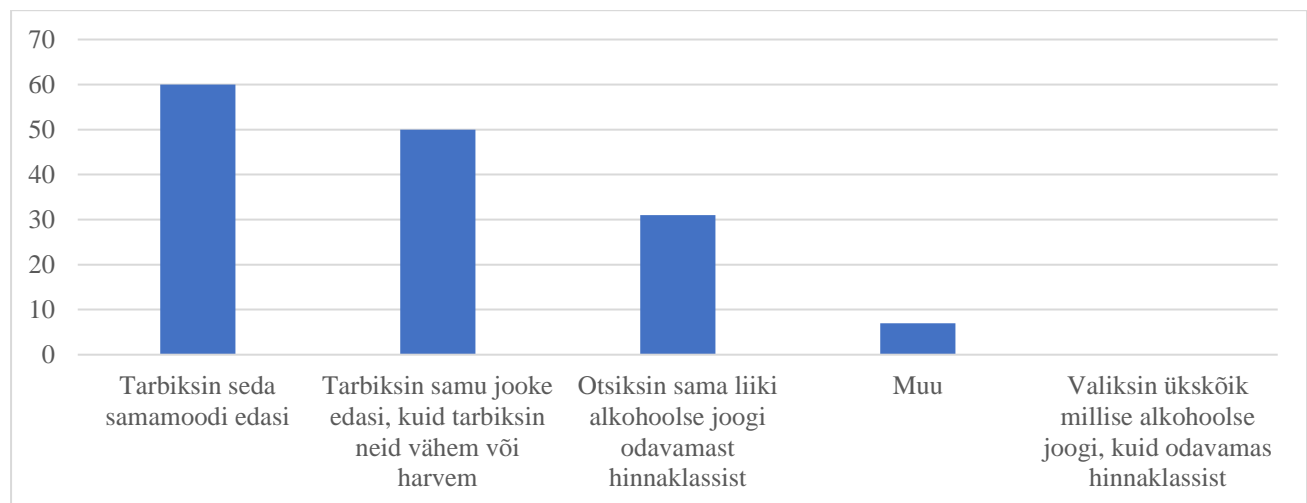
Joonis 3. Küsitluses osalenute erinevate alkoholsete jookide eelistused (vastajate arv) (autori koostatud)

Analüüsidest selgus, et kõige rohkem eelistati alkoholsete jookide puhul veini. Samuti selgus vastustest, et soopõhiselt eelistasid naiste hulgas 62 ehk 68,8% naistest veini ning meeste hulgas eelistasid 26 ehk 44,8% meestest veini. Populaarsuselt teine vastus oli õlu, kus meeste hulgas 43 ehk 74,1% meestest eelistasid õlut ning naiste hulgas ainult 26 ehk 28,8% naistest eelistasid õlut.

Tabelist 1 (vt lisa 3 tabel 1) nähtub, et kõige suurema osakaalu moodustas kood „maitsevad“, mille esinemissagedus vastuste hulgas oli 76 ehk 46,6% koguvastustest. Kood „väiksema kangusega“ esinemissagedus vastusevariantides oli 20, mis moodustas 12,3% koguvastustest. Esinemissageduse alusel järgnevalt olid koodid „meeldivad“, mida toodi välja 17 korda ehk oli 10,4% koguvastustest ning „seltskonnajoogid“, mida mainiti 16 korda moodustasid 9,8% koguvastustest. Kõige väiksema esinemissagedusega olid koodid „lõõgastumiseks“, mida toodi välja 10 korda ehk oli 6,1% koguvastustest, „harjumus“ 9 korda ehk moodustas 5,5% koguvastustest ning „odav hind“ 5 korda ehk 3,1% koguvastustest. Ülejäänud 6,1% vastustest moodustasid kokku „muu“ koodi, mille alla

kuuluvad erinevad vastusevariandid, mida ei saanud teiste koodide alla kategoriseerida. Näiteks mainiti, et tarbitakse neid hea enesetunde pärast või julgustuseks.

Üheksanda küsimusega soovis autor välja selgitada, et kuidas vastaja tõenäoliselt reageeriks kui nende eelistatud alkohoolse joogi hind oluliselt suureneks (vt joonis 4). Küsimusel oli ette antud neli vastusevarinanti, aga vastajal oli ka võimalik sisestada enda vastus. Vastajaid oli kokku 148, millest 60 vastajat ehk 40,5% valisid vastusevariandiks, et kui nende alkohoolse joogi hind oluliselt suureneks, siis nad tarbiksid seda samamoodi edasi. Populaarsuselt teise vastusena valisid 50 vastajat ehk 33,8%, et kui nende alkohoolse joogi hind oluliselt suureneks, siis nad tarbiksid samu jooke edasi, kuid tarbiksid neid vähem või harvem. 20,9% vastajatest ehk 31 inimest vastasid, et hinna suurenemisel nad tõenäoliselt otsiksid sama liiki alkohoolse joogi, aga odavamast hinnaklassist. Oli võimalus sisestada ka enda vastus ehk vastusevariant „muu“, mille valis 7 vastajat ehk 4,7% koguvastanutest. Selle variandi all toodi välja näiteks, et vastaja käiks Lätist alkoholi ostmas või tarbitakse harva ehk otseselt ei mõjutaks. Vastusevarianti „valiksin ükskõik millise alkohoolse joogi, kuid odavamast hinnaklassist“, ei valinud ükski vastaja.

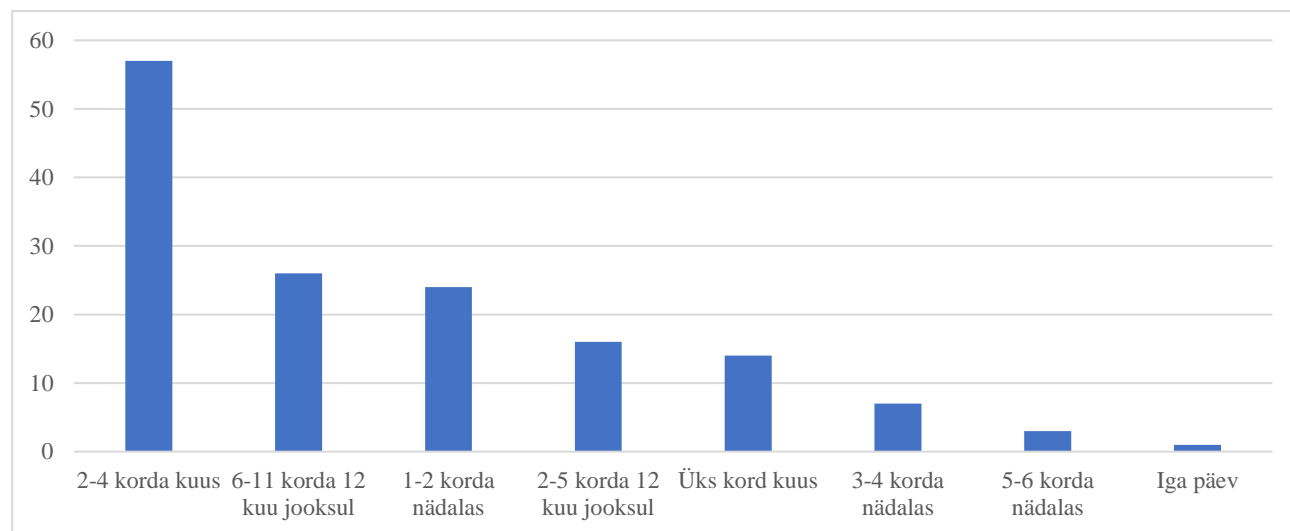


Joonis 4. Küsitluses osalenute tõenäoline reaktsioon alkohoolsete jookide hindade suurenemisele (vastajate arv) (autori koostatud)

Analüüsidest vastuseid vanusepõhiselt selgus, et vastusevariant „tarbiksin seda samamoodi edasi“ oli kõige populaarsem vanusegrupis 20-24, mille valisid 28 ehk 36,8% vastajatest ning vanusegrupis 45-

49, mille valisid neli ehk 66,7% vastajatest. Samuti osutus see kõige populaarsemaks vastuseks vanusegrupis 30-34, mille valisid 5 ehk 55,6% vastajatest ning vanusegrupis 55 või vanem, mille valisid kolm ehk 75% vastajatest. Järgnevalt vastusevariant „tarbiksin samu jooke edasi, kuid tarbiksin neid vähem või harvem“ oli kõige populaarsem vanusegrupis 35-39, mille valisid 6 ehk 54,5% vastajatest ning vanusegrupis 40-44, mille valisid kaks ehk 66,7% vastajatest. Vanusegruppides 18-19 ning 25-29 jagunesid kõige populaarsemad vastused nende vanusegruppide hulgas protsentuaalselt võrdseks. See tähendab, et nii vastusevariandi „tarbiksin seda samamoodi edasi“ ning „tarbiksin samu jooke edasi, kuid tarbiksin neid vähem või harvem“ puhul oli nende gruppide hulgas võrdne arv vastajaid. Vanusegrupis 50-54 oli kolm vastajat, kus iga vastusevariant erines üksteisest.

Kümnenda küsimuse puhul sooviti teada, et kui sageli vastajad alkoholi sisaldavaid jooke tarvitavad (vt joonis 5). Vastajad said valida üheksa erineva valikvastuse vahel, kus üheksanda vastusena said nad soovi korral lisada enda vastuse. Kõige populaarsemaks vastuseks osutus vastusevariant „2-4 korda kuus“, mille moodustas 148 vastajast 57 ehk 38,5% vastajatest.



Joonis 5. Küsitluses osalenute alkoholsete jookide tarvitamise sagedus (vastajate arv) (autori koostatud)

Sellele järgnes vastusevariant „6-11 korda 12 kuu jooksul“, mille valisid 26 vastajat ehk 17,6%. 24 vastajat ehk 16,2% vastajatest tarvitavad alkoholseid jooke 1-2 korda nädalas. Vastusevariandi „2-5 korda 12 kuu jooksul“ moodustas 16 vastajat ehk 10,8% ja vastusevariandi „üks kord kuus“ valisid

14 vastajat ehk 9,5%. Kõige vähem vastajaid olid vastusevariantidel „3-4 korda nädalas“, mille valis 7 vastajat ehk 4,7%, ning „5-6 korda nädalas“, kuhu kuulusid kolm vastajat. Ainult üks vastaja märkis, et tarvitab alkohoolseid jooke iga päev ning „muu“ vastusevarianti ei valitud.

Üheteistkümnenda küsimusega sooviti välja selgitada, et kellega alkohoolseid jooke peamiselt tarvitatakse. Sarnaselt seitsmendale küsimusele ei pidanud vastajad piirduma ühe vastusega ning võisid valida mitu vastust korraga. Küsimusele oli ette antud kuus erinevat vastusevarianti, kus kuuenda puhul oli võimalik soovi korral vastusevariant ise kirja panna. Suure osakaaluga valisid 132 inimest ehk 47,1%, et tarvitavad alkohoolseid jooke peamiselt koos sõpradega. 23,6% ehk 66 vastanutest tarvitavad alkoholi koos pereliikmetega ning 30 vastajat ehk 10,7% vastanutest teevad seda peamiselt üksinda. Valikvastus „kolleegidega“ moodustas 26 ehk 9,3% vastanutest ning „sugulastega“ 22 ehk 7,9% vastustest. „Muu“ vastusevariandi valis ainult neli vastajast ehk 1,4% vastajatest. Muu vastusevariandina toodi välja näiteks, et alkoholi tarvitatakse koos tüdruksõbraga.

Kaheteistkümnenda küsimuse puhul sooviti teada, et kui tarvitatakse alkohoolseid jooke, siis peamiselt millises asukohas. Nagu eelneva küsimuse puhul, said vastajad vastata rohkem kui ühe vastusevariandiga ehk võisid valida mitu vastust korraga. Küsimusel oli kuus erinevat vastusevarianti, kus kuuenda puhul sai ka ise vastusevariandi kirja panna. Vastusevariantidele „külas käies“ ning „üritustel“ vastasid kokku peaaegu sama palju inimesi, millele vastas 119 inimest ehk 27,%, et tarvitavad alkohoolseid jooke külas käies ning 115 vastajat ehk 26,5%, et tarvitavad alkohoolseid jooke, siis kui viibivad üritustel. Järgnevalt vastasid 88 inimest ehk 20,3%, et tarvitavad alkohoolseid jooke kodus ning 62 inimest ehk 14,3% vastasid, et teevad seda restoranis. Valikvastuse „reisil“ valisid 48 vastajat, mis moodustas 11,1% koguvastanutest ning kõige vähem 0,5% ehk kaks vastajat valisid vastusevariandi „muu“, kus mainiti näiteks, et tarvitatakse alkohoolseid jooke saunas käies.

Kolmeteistkümnenda küsimusega sooviti leida vastanute viimasel korral tarbitud alkohoolse joogi kogus. Tegemist oli avatud vastusega küsimusega, kus inimesed said kirja panna koguse ning alkohoolse joogi, mida nad viimati tarvitasid (vt lisa 1). Vastused toob autor välja alkoholiühikutes (vt tabel 2). Autor leidis kogused mediaani järgi, sellepärast, et keskmise leidmisel võib üksikute vastajate kõrged kogused mõjutada suuresti keskmise tulemust.

Tabel 2. Küsitluses osalenute viimati tarbitud erinevate alkoholsete jookide mediaan alkoholiühikutes (autori koostatud)

	Naised (alkoholiühikut)	Mehed (alkoholiühikut)
Kanged alkohoolsed joogid	6,3	7,9
Õlu	2,5	4,1
Lahjad alkohoolsed joogid	2,2	1,8
Viinamarjavein ja vermut	3,5	4,1
Kokku	14,5	17,9

Vastustest selgus, et 148-st vastajast 55 vastajat ehk 37,2% tarvitasid veini. Kangeid alkoholseid jooke (etanoolisisaldusega üle 22%) tarvitasid 51 vastajat ehk 34,5% koguvastanutest. Õlut tarvitasid vastajatest 31 ehk 20,9% koguvastanutest ning lahjasid alkoholseid jooke (etanoolisisaldusega alla 22%) 24 vastajat ehk 16,2% koguvastanutest. Tulemustest on näha, et võrreldes naiste ja meeste alkoholiühikute kogust, tarbivad mehed rohkem alkoholi kui naised.

Neljateistkümmes küsimus järgnes kolmeteistkümnendale küsimusele, kuna autor soovis teada, et kas inimesed tarvitavad tavaliselt samas koguses alkoholi. Selgus, et suurem osakaalust 66,9% ehk 99 vastajat valis, et nad tarvitavad tavaliselt sama palju alkoholi. 28 inimest ehk 18,9% märkis, et nad tarbivad tavaliselt vähem ning 21 vastajat ehk 14,2% valisid, et tarbivad tavaliselt rohkem. Vastustest saab kinnitada, et suurem osakaal inimesi tarbivad tavaliselt samas koguses alkoholi.

Tabel 3. Küsitluses osalenute igakuine sissetulek eurodes (netos) (autori koostatud)

Sissetulek (neto)	Osakaal vastanutest (%)
1000-1499 eurot	30,4%
250- 499 eurot	29,7%
500-999 eurot	14,9%
1500-1999 eurot	11,5%
2000-2400 eurot	4,1%
2500 või enam	3,4%
1-249 eurot	3,4%
Puudub sissetulek	2,7%
Kokku	100%

Viieteistkümnenda küsimuse puhul uuriti, et millisesse vahemikku jäävad vastajate igakuised sissetulekud (netos) (vt tabel 3). Vastuseid analüüsid selgus, et suurem osa vastajate igakuine sissetulek jääb vahemikku 1000-1499 eurot või 250-499 eurot netos. Kuna küsimustikku domineerisid vastajad, kelle sissetulek jäi nendesse vahemikesse, siis tegi autor analüüsi nende sissetulekute põhjal. Analüüsid omavahel sissetulekuid ja üheksandat küsimust leiti (käesolev töö, lk 29), et 250-499 eurose sissetulekuga vastajate hulgas oli kõige populaarsem vastusevariant "tarbiksin samu jooke edasi, aga harvem või vähem". Selle vastusevariandi valisid nende vastajate hulgas 17 ehk 38,6% vastajatest. Järgnevalt leiti, et 1000-1499 eurose sissetulekuga vastajate hulgas oli kõige populaarsem vastus "tarbiksin seda samamoodi edasi." Selle vastusevariandi valisid nende vastajate hulgas 23 ehk 51,5% vastajatest. Seega on näha, et kui inimeste eelistatud alkohoolse joogi hind oluliselt suureneks, siis suurema sissetulekuga inimeste seas on rohkem neid, keda hinnatõus ei mõjuta.

Kuueteistkümnenda küsimusega sooviti teada, et kui palju vastajad kulutasid raha viimasel korral tarbitud alkohoolsete jookide peale (eurodes). Üle poolte vastanutest valis valikvastuse „1-10“, mille moodustasid 81 vastajat ehk 54,7% koguvastanutest. Populaarsuselt teine vastus oli „11-20“, kuhu alla kuulus 32 vastajat ehk 21,6% koguvastanutest. 12,8% vastanutest ehk 19 inimest valisid vastusevariandi „0“ eurot. Järgneval kolmel valikvastusel „21-30“, „31-40“ ning „51 või rohkem“ moodustas iga vastus 3,4% koguvastanutest ehk kõigil kolmel vastusel oli kokku 5 vastajat. Ainult üks vastaja valis valikvastusena „41-50“, mis moodustas ainult 0,7% koguvastanutest.

Seitsmeteistkümnenda küsimuse puhul sooviti välja selgitada, et kas inimestel kulub tavaliselt ligikaudu sama palju raha alkohoolsete jookide tarbimise peale. Vastustest selgus, et 106 vastajat ehk 71,6% kulutavad tavaliselt sama palju raha alkohoolsete jookide peale. 17,6% vastajatest ehk 26 vastajat valisid, et nad tavaliselt kulutavad rohkem raha alkohoolsetele jookidele ning 10,8% ehk 16 vastajat valisid, et nad tavaliselt kulutavad vähem raha alkohoolsete jookide peale.

2.2.3. Tarbimise muutumine ja tarbimisest tulenev sotsiaalne kahju

Alapeatükis antakse ülevaade esitatud küsimustest ja tulemustest, mis on seotud tarbimise muutumisega viimase paari aasta jooksul ning tarbimisest põhjustatud sotsiaalsete kahjudega.

Sarnaselt teistele alapeatükkidele on tulemused lahti kirjutatud ja esitatud protsentuaalselt.

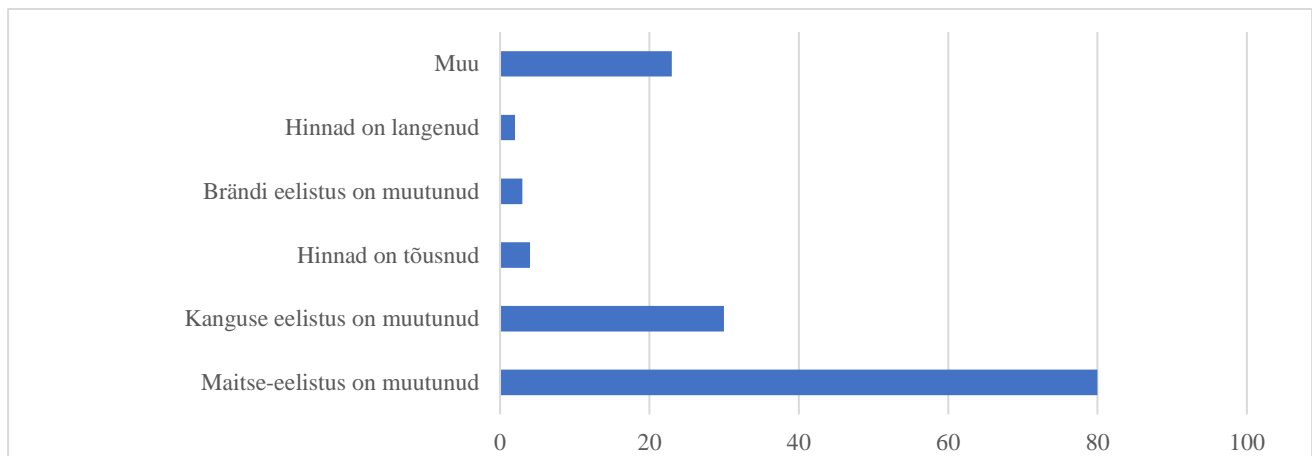
Kaheksateistkümne küsimusega taheti leida, et kas vastajad on hakanud mingit alkohoolset jooki tarbima rohkem viimase paari aasta jooksul. Valikvastustena sai valida kas „jah“ või ei“. Valikvastustest „ei“ moodustas 95 vastajat ehk 64,2% koguvastanutest ning valikvastuse „jah“ valis 53 vastajat ehk 35,8% koguvastanutest. Need, kes valisid vastuse „jah“, liikusid edasi üheksateistkümnenenda küsimuse juurde.

Üheksateistkümnenenda küsimuse puhul sooviti teada, et millist alkohoolset jooki on vastajad hakanud tarbima rohkem viimase paari aasta jooksul. Selgus, et need 53 vastajat, kes valisid valikvastuse „jah“, on kõige rohkem viimase paari aasta jooksul hakanud tarbima veini, mille moodustasid 24 vastajat ehk 45,3% koguvastanutest. Kõige populaarsemat vastust analüüsid selgus, et 24 vastajast 16 olid naised, kellest 10 vastajat jäid vanusesse 20-24 ning 8 mehed, kellest 6 vastaja vanused jäid vahemikku 20-24, kes valisid, et nad on viimase paari aasta jooksul hakanud rohkem tarbima veini. Populaarsuselt teisel kohal olid võrdselt vahuvein ning viin, millel mõlema vastuse puhul oli 6 vastajat ehk mõlemad vastused moodustasid 11,3% koguvastanutest. Samuti olid populaarsuselt kolmandal kohal võrdselt valikvastus „õlu“ ning „muu kange alkohoolne jook (etanoolisisaldusega üle 22%)“, millel mõlema vastuse puhul oli neli vastajat ehk mõlemad vastused moodustasid 7,6% koguvastanutest. Valikvastuse „liköörid“ valis kolm vastajat ehk 5,7% koguvastanutest. Nii valikvastuse „siider“ kui ka „viski“ valisid mõlema vastuse puhul kaks vastajat ehk mõlemad vastused moodustasid 3,8% koguvastustest. Valikvastuse „rumm“ kui ka „kerge alkoholisegu“ puhul oli üks vastaja ehk mõlemad vastused moodustasid 1,9% koguvastustest.

Kahekümnenenda küsimuse puhul sooviti välja selgitada, et kas vastajad on hakanud mingit alkohoolset jooki tarbima vähem viimase paari aasta jooksul. Valikvastustena sai valida kas „jah“ või ei“. Valikvastuse „jah“ moodustas 89 vastajat ehk 60,1% koguvastanutest ning valikvastuse ei andis 59 vastajast ehk moodustas 39,9% koguvastanutest. Need, kes valisid vastuse „jah“, liikusid edasi kahekümne esimese küsimuse juurde, kuna sellega sooviti teada, et millist alkohoolset jooki on nad vähem tarbima hakanud.

Kahekümne esimese küsimuse puhul soovis autor teada, et millist alkohoolset jooki on vastajad hakanud tarbima vähem viimase paari aasta jooksul. Vastustest selgus, et need 89 vastajat, kes valisid „jah“, kõige suurem osakaal neist on hakanud vähem tarbima viina, nii vastas 29 vastajat ehk 32,6% koguvastanutest. Järgnevalt sellele oli valikvastus „rumm“, mille valis 22 vastajat ehk 24,7% koguvastanutest. Valikvastuse „siider“ valis 14 vastajat ehk 15,7%, „õlu“ valis 7 vastajat ehk 7,9% ning valikvastuse „muu kange alkohoolne jook (etanoolisisaldusega üle 22%)“ valis 5 vastajat ehk 5,6% koguvastanutest.

Kahekümne teise küsimusega sooviti teada põhjus, millepärast inimesed enda tarbimist kas vähendavad või suurendavad (vt joonis 6). Vaadates eelnevaid küsimusi, siis autor arvestas nende inimeste vastuseid, kes vastasid „jah“ küsimusele, kas nad on hakanud vähem või rohkem alkoholi tarvitama. Inimesed said valida üheteistkümne erineva valikvastuse vahel ning ei pidanud piirduma ühe vastusega, vaid said selekteerida mitu vastust korraga. Samuti oli soovi korral võimalik lisada ka enda poolne vastus ehk „muu“ vastusevariant.



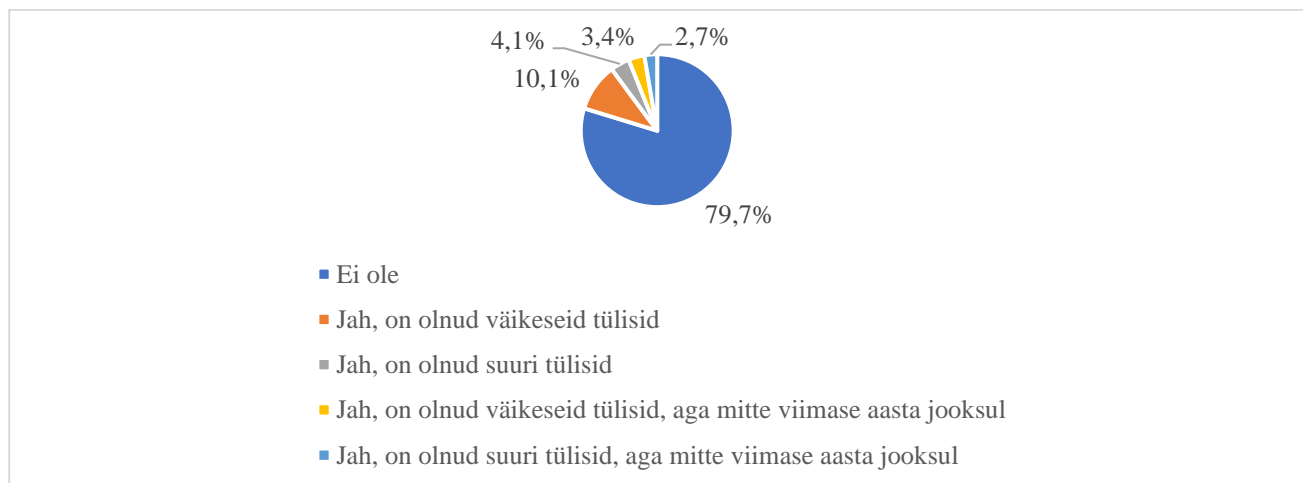
Joonis 6. Küsitluses osalenute tarbimist vähendavad/suurendavad põhjused (vastajate arv) (autori koostatud)

Üle poolte ehk 142st vastajast 80 vastajat märkis valikvastusena „maitse-eelistus on muutunud“, mille valis 56,3% koguvastanutest. Populaarsuselt teine valikvastus oli „kanguse-eelistus on muutunud“, mille valisid 30 vastajat ehk 21,1% koguvastanutest. Valikvastuse „hinnad on tõusnud“ märkis neli vastajat ehk 2,8%, vastuse „brändi eelistus on muutunud“ valis kolm vastajat ehk 2,1% ning vastuse

„hinnad on langenud“ märkis ainult kaks vastajat ehk 1,4% koguvastanutest. Järgnevalt olid 23 vastajat ehk 16,2% valinud valikvastusena „muu“. 16,2%-st tõi 8 vastajat välja, et nad on oma tarbimist muutnud pandeemia leviku ning regulatsioonide pärast. Sellest järgnevalt 6 vastajat tunnistas, et ei ole enam aega või huvi ja veel 6 vastajat märkis, et nad ei tarvita enam üldse alkoholi. Hinna aspektist leiti, et vastusevariandi „hinnad on tõusnud“ moodustasid suurema osakaalu ehk 75% vastajatest need, kellel puudus sissetulek. Need vastajad, kes valisid vastusevariandi, et hinnad on langenud, jäid sissetuleku vahemikku 250-499 eurot ning 1000-1499 eurot.

Kahekümne kolmanda küsimusega sooviti välja selgitada, et kas vastajad on viimase aasta jooksul alkoholi tarbimise tagajärjel vigastanud iseennast või teist inimest. Suurema osakaalu moodustas valikvastuse „ei ole“, mille valisid 125 vastajat ehk 84,5%. Populaarsuselt teise valikvastuse „jah“ valisid 16 vastajat ehk 10,8% ning kõige väiksema osa vastajatest moodustas valikvastuse „jah, aga mitte viimase aasta jooksul“, mille valisid 7 inimest ehk 4,7% koguvastanutest.

Kahekümne neljanda küsimusega uuriti, et kas vastajad on viimase aasta jooksul alkoholi tarbimise tõttu sattunud konflikti sõprade, perekonnaliikmete või kolleegidega (vt joonis 7). Vastustest selgus, et suurem osakaal vastajatest ehk 118 vastajat, kes moodustasid 79,7% koguvastanutest, ei ole viimase aasta jooksul alkoholi tarbimise pärast konflikti sattunud.



Joonis 7. Küsitluses osalenute alkoholi tarbimise tagajärjel sõprade, perekonnaliikmete või kolleegidega konflikti sattunud isikute protsent vastanutest (autori koostatud)

2.3. Järeldused ning ettepanekud

Antud peatükis teeb autor lähtuvalt teoreetilistest käsitlemistest ja uuringu tulemustest järeldused. Samuti leiab autor vastuse uurimisprobleemile: kuidas erinevate alkoholsete jookide erinev maksustamine mõjutab nende tarbimist Eestis?

Vastustest selgus, et küsitlusele vastasid suuremas osas naised vanuses 20-24 aastased, kelle elukoht oli Harju maakonnas, kellel oli keskharidus, käis täiskoormusega tööl ning elas koos perekonnaga (vt lisa 2 tabel 1). Nagu eelnevalt uuringu osas mainitud, peab arvesse võtma, et kuna suurem osakaal vastajatest olid naised vanuses 20-24, siis vastused võivad tulenevalt valimist rohkem peegeldada pigem selle vanusegrupi naiste alkoholsete jookide eelistusi.

Töö esimeses peatükis (käesolev töö, lk 19) käsitleti Eesti Konjunktuuriinstituudi poolt 2020. aastal tehtud uuringut, kus toodi välja, et kõige suurem tarbijaskond on veinidel ning sellele järgnevalt õlul. Samuti oli uuringus leitud, et õlut, veine ja lahjasid alkoholsetid jooke tarbisid kõige sagedamini 18–29 aastased inimesed. Küsitluse vastused kinnitavad varasemat uuringut, kuna selgus, et kõige populaarsem alkoholne jook, mida tarbitakse, on vein ning populaarsuselt teine alkoholne jook, mida tarbitakse, on õlu (käesolev töö, lk 27). Lisaks saab autori tulemustest järeldada, et naised tarvitavad rohkem veini ning mehed rohkem õlut. Põhjuseks võib olla, et naised eelistavad klassikalise õlle asemel pigem magusamaid tooteid (käesolev töö, lk 19).

Vastustest selgus, et alkoholsete jookide valikut mõjutab peamiselt maitse-eelistus. Selline tulemus kattus käesoleva töö lk 22 toodud teooriaga, mille puhul on leitud, et maitse on peamine põhjus alkoholsete jookide valikul. Analüüsides vastuseid leidis autor, et alkoholi hind tarbija eelistuse põhjusena suurt rolli ei mänginud, sest maitse-eelistus moodustas 46,6% koguvastanutest ning „odava hinna“ ainult 3,1% koguvastanutest. Samas oli teooria osas välja toodud, et aktsiisid võivad suunata inimesi tarbima kergemaid jooke kangemate jookide asemel (käesolev töö, lk 15). Antud uuringu tulemused ei kattu teooria osas esitatud väidetega, sest inimesed valivad alkoholsetid jooke peamiselt maitse järgi. Sellest saab järeldada, et käesolevas uuringus osalenud sihtgruppide eelistus ei ole olulisel määral mõjutatud alkoholi hinnast ega hind ei suuna tarbima ühte alkoholi liiki teisele.

Autor leidis, et uuringus osalenud mehed tarbivad rohkem alkoholi kui naised. See tulemus kattus ka teooriaga, et naised, kes tarbivad alkoholi, tarbivad tavaliselt vähem kui mehed (käesolev töö, lk 17). Teooria esimeses peatükis (käesolev töö, lk 18) tõi autor välja, et naised ei tohiks tarbida rohkem kui kaks alkoholiühikut päevas, aga mehed ei tohiks tarbida rohkem kui neli alkoholiühikut päevas. Vaadates naiste ja meeste tulemusi (käesolev töö, lk 32), jäävad õlu ja vein, tervist ohustava alkoholitarvitamise piiridesse. Lahjad alkohoolsed joogid naiste puhul jäävad tervist ohustava alkoholitarvitamise piiridesse, aga meestel madala riskiga piiridesse. Kangete alkohoolsete jookide puhul olid alkoholiühikud palju kõrgemad kui teiste jookide puhul. Sellest saab järeldada, et kangete alkohoolsete jookide tarbimisel on naistel kui meestel kõrge alkoholitarvitamine ehk tarvitatakse kahjustavas koguses. Kuna tulemustest selgus, et suurem osakaal inimesed tarvitavad tavaliselt samas koguses alkoholi (käesolev töö, lk 32), siis saab järeldada, et nende tarvitamine on tavaliselt üle madala riski piiride. Samuti saab järeldada, et praegused kehtestatud aktsiisid (käesolev töö, lk 12) ei hoida ära ohustavat ega kahjustavat alkoholitarvitamist.

Tulemustest leidis autor, et 33,8% vastanutest tarbiks samu jooki edasi kui hind peaks oluliselt suurenema, aga vähem või harvem, aga 40,5% enda tarbimist ei muudaks. Selline tulemus on teooriaga kooskõlas, sest käesoleva töö lk 15 puhul on leitud, et alkohoolsete jookide hindade tõus toob kaasa alkoholi tarbimise vähenemise. Eelnevalt sai töö esimeses peatükis mainitud, et Inglismaal läbiviidud uuringus leiti, et tarbijad vanuses 18-24 on kõige suurema tõenäosusega valmis loobuma alkoholist või vähendama selle tarbimist kui selle hind peaks märgatavalt tõusma (käesolev töö, lk 14). Analüüsidest vastuseid vanusegruppide hulgas selgus, et vastusevariant „tarbiksin samu jooke edasi, kuid tarbiksin neid vähem või harvem“ osutus kõige populaarsemaks vanusevahemikes 35-39 ning 40-44, aga vanusegrupi 20-24 hulgas vastas suurem osakaal, et tarbiks samu jooke edasi (käesolev töö, lk 29-30). Seega saab vastustest järeldada, et võrreldes autori uuringut Inglismaal läbiviidud uuringuga, siis suurem hulk inimesi, kes langesid samasse vanusekategoriasse, ei käituks sarnaselt. See tähendab, et kui hind peaks tõusma, siis tõenäoliselt tarbiks inimesed vanuses 20-24 enda eelistatud alkohoolseid jooke edasi ning väiksem osakaal vähendaks enda tarbimist. Kõrgema sissetulekuga inimeste seas oli rohkem neid, keda hinnatõus ei mõjutanud (käesolev töö, lk 33). Vastustest saab järeldada, et isegi kui erinevatele alkohoolsetele jookidele kehtestatud aktsiise tõsta, ning see kandub edasi ka nende turuhinda ehk mille tulemusel hind kasvab, siis inimesed ei loobuks kas üldse või loobuksid vähesel määral enda eelistatud alkohoolsete jookide tarbimisest. Tulemus on

üllatav, kuna ootaks pigem, et enda eelistatud alkoholi hinna kallinemisel suurem osakaal inimestest vähendavad tarbimist. Teoorias oli välja toodud, et kõrge aktsiis piirab kahjulikku liigtarbimist (käesolev töö, lk 14-15). Kui inimeste eelistatud alkoholi hind peaks oluliselt suurenema, siis 33,8% vastajatest vähendaks enda tarbimist. Seega saab järeldada, et kui tõsta praeguseid aktsiise, siis uuringus osalenutest teatud protsent inimesi vähendaksid enda eelistatud alkoholsete jookide tarbimist, mis viitab omakorda sellele, et kõrgem aktsiis aitaks kaasa liigtarvitamise ärahoidmisele.

Tulemustest saab järeldada, et inimesed kulutavad ühel tarbimiskorral alkoholsetele jookidele peamiselt vahemikus 1-10 eurot. Võrreldes sissetulekuid ning viimati kulutatud rahasummat alkoholsete jookide soetamisel, oli nii madala sissetulekuga kui kõrgema sissetulekuga inimeste puhul protsentuaalselt kõige populaarsem vastus 1-10 eurot (vt lisa 4 tabel 1). Teoorias on välja toodud (käesolev lk, 16), et kõrgema sissetulekuga inimesed tarbivad rohkem kalleid alkoholseid jooke, kui madalama sissetulekuga inimesed. See on autori tulemustega kooskõlas, kuna kõrgema sissetulekuga inimesed on võrreldes madalama sissetulekuga inimestest rohkem ostnud kallima hinna eest alkoholseid jooke (vt lisa 4 tabel 1). Samuti selgus, et kõige enam tarvitatakse alkoholseid jooke 2-4 korda kuus, külas käies ning koos sõpradega. Eelnevalt mainiti, et meeste ja naiste puhul on alkoholi tarvitamine tavaliselt üle madala riski piiride. Seega võib sellest järeldada, et kui tarbimise eesmärk on viita aega seltskonnas (käesolev töö, lk 22), siis sõbrad mõjutavad suuresti inimeste alkoholi tarbimist ning inimeste alkoholi tarbimise kogus on seltskonnas suurem (käesolev töö, lk 22).

Tulemustest selgus, et tarbitakse rohkem veini ning vähem kangeid alkoholseid jooke nagu viin ja rumm (käesolev töö, lk 34-35). Analüüsidest selgus, et viimase paari aasta jooksul on rohkem hakanud tarbima veini peamiselt naised ja mehed vanuses 20-24 (käesolev töö, lk 34). Töö esimeses peatükis (käesolev töö, lk 19) tõi autor välja uuringu, kelle vastanutest moodustasid üliõpilased vanuses 18-24 aastased. Vastustest selgub, et teoorias välja toodud tulemused kattuvad autori tulemustega. Leiti, et naisüliõpilaste seas täheldati suuremat veini eelistamist kui meeste, mille põhjuseks võib olla magusam maitse (käesolev töö, lk 19). Seega saab vastustest järeldada, et veini tarbimine ning eelistamine naiste hulgas vanuses 20-24 on tõusutrendis, kuna nad eelistavad veini puhul selle maitset. Viina ja rummi puhul on alkoholi tarbimine vähenenud ning samuti suuresti maitse-eelistuse pärast. See võib tuleneda sellest, et viin ja rumm on maitse poolest kibedad ning minnakse üle magusamatele jookidele, näiteks vein. Sellele viitab ka see, et kui küsiti, et millist jooki on vähem hakatud tarbima,

siis veini ei esinenud kordagi valikvastusena. Analüüsidest tulemusi on näha, et hind on olnud väga minimaalne faktor inimeste eelistuste muutumisel (käesolev töö, lk 35). Valikvastuse „hinnad on tõusnud“ märkis neli vastajat ehk 2,8% ning „hinnad on langenud“ märkis ainult kaks vastajat ehk 1,4% koguvastanutest. Seega saab järeldada, et isegi kui inimesed muudavad oma tarbimist teatud alkohoolsete jookide suhtes, siis see ei ole seotud alkoholi hinna kallinemise või odavnemisega.

Tulemusi analüüsidest leiti, et inimesed, olles alkoholi mõju all, pigem ei satu konfliktidesse ning suur osakaal inimestest ei vigasta ennast ega oma lähedasi (käesolev töö, lk 36). Töö esimeses peatükis (käesolev töö, lk 13) toodi välja, et alkoholi maksustamine põhineb regulatiivsetel vajadustel ning alkoholi maksustamise eesmärk on vähendada alkoholi kuritarvitamisest tulenevat negatiivset välismõju. Seega saab järeldada, et käesoleva uuringu osalenute sihtgruppide protsentuaalse jaotuse järgi aitavad kaasa Eestis praegused kehtestatud aktsiisid (käesolev töö, lk 12) alkohoolsete jookide regulatiivsele eesmärgile, vältides negatiivset välismõju ühiskonnale.

Autor leiab, et käesolev lõputöö aitab mõista inimeste, peamiselt naiste, vanusevahemikus 20-24 tarbimisharjumusi ning -eelistusi alkohoolsete jookide lõikes. Kuna uuringust osavõtmise eelduseks oli ligipääs internetile ning õppimine ja töötamine Sisekaitseakadeemias, jäi vastajate keskmine vanus vahemikku 20-24. Kui on teada inimeste tarbimist mõjutavad tegurid, siis on võimalik teha läbi selle siseriiklike seadusmuudatusi, et sellest tulenevalt ära hoida alkoholi tarvitamisega seotud negatiivseid välismõjusid. Siit tuleneb ka autori ettepanek, et kui uurida laiemalt kui ühte vanuserühma, siis tulevikus samalaadse uuringu korral tuleks kindlasti keskenduda valimi laiendamisele, et vastajaid varieeruks igas vanusegrupis. Siis oleks võimalik tuvastada erinevate vanusegruppide tarbimisharjumusi ning -eelistusi.

Lõputööd on võimalik edasi arendada, analüüsidest täpsemalt 20-24 aasta vanuste inimeste eelistusi ning tarbimisharjumusi. Seepärast teeb autor ettepaneku, et kui tahta täpsemalt teada ning analüüsida inimeste tarbimist ning eelistusi selles vanuserühmas, tuleks viia läbi näost näkku intervjuusid. See oleks kõige efektiivsem viis, kuidas välja selgitada täpsemalt need tegurid, mis mõjutavad selle vanuserühma inimeste alkohoolsete jookide tarbimist. Sest näiteks avatud küsimustega küsitluse puhul võib tekkida probleem, et inimesed ei võta aega süveneda ja vastata, sest tavaliselt soovivad vastajad võimalikult kiiresti ning lihtsalt enda arvamusi kirja panna.

KOKKUVÕTE

Aktsiisid on tarbimismaksud, mille kaks peamist eesmärki põhineb fiskaalsel kui ka regulatiivsel vajadusel. Alkoholiaktsiis on erinevate alkoholsete jookidega seotud maks, mille igal joogikategoorial on oma aktsiisimäär ja selle suurenemine või vähendamine muudab suhtelisi alkoholi hindu, millega on võimalik mõjutada tarbimist. Samuti sõltub tarbimine suuresti tarbimisharjumustest ning -eelistustest, mis mõjutavad inimesi valima erinevate alkoholsete jookide vahel.

Antud lõputöös püstitati uurimisprobleem küsimusena, kuidas erinevate alkoholsete jookide erinev maksustamine mõjutab nende tarbimist Eestis. Püstitatud uurimisprobleemist tulenevalt oli lõputöö eesmärgiks välja selgitada seos erinevatele alkoholsetele jookidele rakendatavate aktsiisimäärade ja nende jookide tarbimise vahel Eestis. Eesmärgi täitmiseks viis autor läbi küsitluse, mille põhjal uuris inimeste tarbimisharjumusi ning -eelistusi ja selgitas välja seose aktsiisimääradega ehk alkoholi hinna seost tarbijate valikuga alkoholiturul.

Töö esimene uurimisülesanne oli anda ülevaade alkoholsete jookide maksustamise olemusest, eesmärkidest ja mõjust tarbimisele. Alkoholiaktsiis on erinevate alkoholsete jookidega seotud maks, mida Eestis defineerib alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus. Alkoholimaksumäärad põhinevad kolmel joogikategoorial: õlu, vein ja piiritusjoogid, millest igal joogikategoorial on oma aktsiisimäär. Alkoholiaktsiisi tõstmine või langetamine muudab alkoholi suhtelisi hindu, mis võib omakorda mõjutada tarbimist. Alkoholiaktsiisil on kaks olulist eesmärki. Üks eesmärk on puhtalt fiskaalne ning teine eesmärk on reguleerida tarbimist. Kõrge aktsiis ja vastavalt kõrgem alkoholi hind piirab tarbijate juurdepääsu alkoholile ja kahjulikku liigtarbimist. Samas võib liigne maksustamine põhjustada ühiskonnale väga tõsiseid negatiivseid tagajärgi.

Teine uurimisülesanne oli anda ülevaade erinevate alkoholsete jookide tarbimisharjumustest ning -eelistustest. Inimeste eelistused ja sotsiaalsed raamid on tegurid, mis kujundavad alkoholi valikut jookide liikide lõikes. Lisaks nendele on veel palju aspekte, mis mõjutavad alkoholise joogi valikut. On kaks olulist aspekti, millel on suur mõju. Esimene aspekt on alkoholi traditsiooniline

piirkonnapõhine tarbimismuster. Teine aspekt on seotud regulatsioonidega, mis mõjutavad alkoholitarbimist. Lisaks on veel erinevaid tegureid, mis kujundavad üksikisiku eelistusi. Näiteks võib selleks olla nii maitse, kangus kui ka alkoholi tarbimise eesmärk.

Kolmas uurimisülesanne oli analüüsida küsitluse tulemuste põhjal tarvitajate eelistusi ja tarbimisharjumusi alkoholsete jookide lõikes. Analüüsist leiti, et kõige enam tarvitatakse alkoholsetid jooke 2-4 korda kuus, külas käies ning koos sõpradega. Küsitluse tulemusena selgus, et alkoholsetidest jookidest tarvitatakse peamiselt veini. Leiti, et naised tarvitavad rohkem veini ning mehed rohkem õlut. Tarbimine sõltub suuresti sõprade mõjust, sest peamiselt tarvitatakse alkoholsetid jooke seltskonnas. Selgus, et kõige enam mõjutab alkoholsete jookide eelistust maitse, seega võib veini populaarsust põhjendada selle magusama maitsega. Viimati tarbitud alkoholsete jookide puhul oli näha, et mehed tarbivad rohkem alkoholi kui naised.

Neljas uurimisülesanne oli sünteesida uuringu osa tulemusi kirjanduse ülevaate tulemustega ning leida seosed aktsiisimäärade ning tarbijate valikuga alkoholiturul. Lõputöö teoreetilised lähenemised kattusid suuresti tulemustega. Uuringu tulemustest selgus, et käesolevas uuringus osalenud sihtgruppide eelistus ei ole mõjutatud alkoholi hinnast, mida kujundab aktsiis, ega hind ei suuna tarbima ühe alkoholsete joogi liigi asemel teist. Lisaks selgus, et tarbijate eelistatud alkoholsete joogi liigi aktsiisi tõstmisel ei muudaks suurem osa inimestest oma tarbimist või teeksid seda vähesel määral. Samuti leiti, et praegused kehtestatud aktsiisid ei hoia ära ohustavat ega kahjustavat alkoholitarbimist. Kuid aktsiisi tõstmisel uuringus osalenutest teatud protsent vähendaksid enda alkoholi tarbimist, mis viitab sellele, et kõrgem aktsiis aitaks kaasa liigtarbimise ärahoidmisele. Seega vastajate tarbimisharjumused ei ole oluliselt mõjutatud praegustest kehtestatud aktsiisimääradest.

Käesolev lõputöö aitab mõista inimeste, peamiselt naiste, vanusevahemikus 20-24 tarbimisharjumusi ning -eelistusi alkoholsete jookide suhtes. Seetõttu oli autori soovitus, et tulevikus sarnase uuringu puhul tuleks keskenduda valimi laiendamisele nii, et vastajaid varieeruks igas vanusegrupis. Lõputööd saab edasi arendada, analüüsides 20-24 aastaste inimeste eelistusi ja tarbimisharjumusi. Autor pakkus välja, et seda tuleks uurida täpsemalt näost-näkku intervjuude kaudu.

SUMMARY

The aim of the thesis was to find out the association between the excise duty rates applied to different alcoholic beverages and the consumption of these beverages in Estonia. In order to achieve the goal, the author conducted a survey on people's consumption habits and preferences and determined the connection with excise duty rates.

The first task of the thesis was to provide an overview of the taxation of alcoholic beverages and its effect on consumption. On one hand, higher alcohol prices limit consumers' access to harmful consumption. On the other hand, excessive taxation can have negative consequences for society.

The second task was to provide an overview of the consumption habits and preferences of different alcoholic beverages. People's preferences and socio-economic frameworks are factors that shape the choice of alcohol by beverage type. There are also two aspects that have a major impact: traditional region-specific consumption pattern of alcohol and regulations that affect alcohol consumption.

The third task was to analyze the preferences and consumption patterns of consumers by alcoholic beverages based on the results of the survey. It was found that the most preferred alcoholic beverage was wine. Consumption depended heavily on the influence of friends. It turned out that the preference for alcoholic beverages is most affected by taste.

The fourth task of the thesis was to synthesize the results of the study with the results of the literature review and to find links between excise duty rates and the choices of consumers in the alcohol market. The results of the study showed that the preference of the target groups participating in this study is not influenced by the price of alcohol, which is shaped by excise duty, nor does the price direct the consumption of one type of alcohol to another. Thus, respondents' consumption patterns are not significantly affected by the current excise duty rates.

The author's recommendation was that in case of a similar study in the future, be sure to focus on expanding the sample. Also, the final work can be further developed by analyzing the consumption

patterns of people aged 20-24. The author suggested that for further research interviews should be conducted.

VIIDATUD ALLIKATE LOETELU

Alkoholiseadus (2022) RT I, 04.01.2021, 6.

Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus (2021) RT I, 23.03.2021, 2.

Anderson, K., 2020. Consumer Taxes on Alcohol: An International Comparison over Time. *Journal of Wine Economics*, 15(1), pp. 42-70.

Baljasnaja, N., 2021. *Alkoholiaktsiisi langetamise mõju liiklusohutusele: Eesti kogemus*. Lõputöö, Tallinn: Sisekaitseakadeemia

Beilmann, M., 2020. *Küsimustiku koostamine*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://samm.ut.ee/k%C3%BCsimustiku-koostamine> [Kasutatud 01.04.2022].

Cnossen, S., 2006. *Alcohol Taxation and Regulation in the European Union*. [Võrgumaterjal] Leitav: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=940346 [Kasutatud 20.01.2022].

Cnossen, S., 2007. Alcohol taxation and regulation in the European Union. *International Tax and Public Finance*, 14(6), pp. 699-732.

Cook, P.A., Phillips-Howard, P.A., Morleo, M., Harkins, C., Briant, L. & Bellis, M.A., 2011. The Big Drink Debate: perceptions of the impact of price on alcohol consumption from a large scale cross-sectional convenience survey in north west England. *BMC Public Health*, 11(1), pp. 1-11.

Cravero, M.C., Laureati, M., Spinelli, S., Bonello, F., Monteleone, E., Proserpio, C., Lottero, M.R., Pagliarini, E. & Dinnella, C., 2020. Profiling individual differences in alcoholic beverage preference and consumption: New insights from a large-scale study. *Foods*, 9(8), pp. 1-17.

Eesti Konjunktuuriinstituut, 2021a. *Alkoholi turg, tarbimine ja kahjud Eestis*. Aastaraamat 2021.

[Võrgumaterjal] Leitav: https://www.tai.ee/sites/default/files/2021-11/Alkoholi%20aastaraamat%20web_2021.pdf [Kasutatud 14.01.2022].

Eesti Konjunktuuriinstituut, 2021b. *Eesti alkoholiturg, alkoholi tarbimine ja alkoholipoliitika 2020. aastal*. [Võrgumaterjal] Leitav:

<https://www.rahandusministeerium.ee/et/eesmargidtegevused/riigieelarve-ja-majandus/riigieelarve-ja-majandusulevaated> [Kasutatud 12.01.2022].

Eesti Konjunktuuriinstituut, 2017. *Alkoholi turg, tarbimine ja kahjud Eestis*. Aastaraamat 2017. [Võrgumaterjal] Leitav: https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Alkoholi_aastaraamat_2017.pdf [Kasutatud 28.03.2022].

Elder, R.W., Lawrence, B., Ferguson, A., Naimi, T.S., Brewer, R.D., Chattopadhyay, S.K., Toomey, T.L., Fielding, J.E. & Task Force on Community Preventive Services, 2010. The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms. *American journal of preventive medicine*, 38(2), pp. 217-229.

Erevik, E.K., Torsheim, T., Vedaa, Ø., Andreassen, C.S. & Pallesen, S., 2020. Demographical, personality, alcohol use, and mental health characteristics associated with different alcoholic beverage preferences among students. *Cogent Psychology*, 7(1), pp. 1-25.

European Commission, 1992. *Council Directive 92/83/EEC* [Võrgumaterjal] Leitav: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0083:en:HTML> [Kasutatud 12.01.2022].

Gehrsitz, M., Saffer, H., & Grossman, M., 2020. The Effect of Changes in Alcohol Tax Differentials on Alcohol Consumption. *SSRN Electronic Journal*, 204, pp. 1-55.

Griffith, R., O'Connell, M. & Smith, K., 2019. Tax design in the alcohol market. *Journal of public economics*, 172, pp. 20-35.

Grittner U., Kuntsche, S., Gmel, G. & Bloomfield, K., 2013. Alcohol consumption and social inequality at the individual and country levels—results from an international study, *European Journal of Public Health*, 23(2), pp. 332-339.

Heather, N. & Stockwell, T., 2004. *The Essential Handbook of Treatment and Prevention of Alcohol Problems*. [Võrgumaterjal] Leitav:

https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=54yUzyDiTJ0C&oi=fnd&pg=PR5&dq=+The+Essential+Handbook+of+Treatment+and+Prevention+of+Alcohol+Problems&ots=pIrIPJ0rHu&sig=R4OECIheHmLAtpqMwiF_Re1PLS0&redir_esc=y#v=onepage&q=The%20Essential%20Handbook%20of%20Treatment%20and%20Prevention%20of%20Alcohol%20Problems&f=false [Kasutatud 20.01.2022].

Hines, J., 2007. *Excise Taxes*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.bus.umich.edu/otpr/WP2007-2.pdf> [Kasutatud 19.01.2022].

Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. 2007. *Uuri ja kirjuta*. Tallinn: Medicina

Järvinen, M., Ellergaard, C.H. & Larsen, A.G., 2014. Drinking successfully: Alcohol consumption, taste and social status. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), pp. 384-405.

Kalmus, V., 2015. *Standardiseeritud kontentanalüüs*. [Võrgumaterjal] Leitav: <http://samm.ut.ee/kontentanalyyis> [Kasutatud 01.04.2022].

Kobin, M., 2013. Gendered drinking: Meanings and norms among young Estonian adults. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 30(4), pp. 277-295.

Kollom, K., 2012. How liberal is Estonian alcohol policy? A review of policy development, 1991–2008. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 29(3), pp. 283-302.

Lehis, L., 2004. *Maksuõigus*. Tallinn: Juura

Lehis, L., 2017. *Eesti maksuseaduste kommentaarid*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://dea.digar.ee/?a=is&oid=JVestmaksuseaduse201706&type=staticpdf&e=-----et-25--1--txt-txIN%7ctxTI%7ctxAU%7ctxTA-----> [Kasutatud 29.11.2021].

Maksu-ja Tolliamet, 2022. *Alkohol*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.emta.ee/ariklient/maksud-ja-tasumine/aktsiisid/alkohol#tootmine> [Kasutatud 08.03.2022].

Mental Health Foundation., 2006. *Cheers? Understanding the relationship between alcohol and mental health*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.drugsandalcohol.ie/15771/> [Kasutatud 08.03.2022].

Monk, R.L., Qureshi, A. & Heim, D., 2020. An examination of the extent to which mood and context are associated with real-time alcohol consumption. *Drug and alcohol dependence*, 208, pp. 1-25.

Moran, C.C. & Saliba, A.J., 2012. Reasons for drinking wine and other beverages—comparison across motives in older adults. *International Journal of Wine Research*, 4, pp. 25-32.

Mäkelä, P., Hellman, M., Kerr, W.C. & Room, R., 2011. A bottle of beer, a glass of wine, or a shot of whiskey? Can the rate of alcohol-induced harm be affected by altering the population's beverage choices? *Contemporary drug problems*, 38(4), pp. 599-619.

Mäkelä, P., Mustonen, H. & Österberg, E., 2007. Does Beverage Type Matter?, *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, 24(6), pp. 617-631.

Mändmets, K., 2015. *Alkoholiaktsiisist ning selle mõjust tarbimisele Eestis*. Lõputöö, Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool

National Treasury, 2014. *A review of the taxation of alcoholic beverages in South Africa*. [Võrgumaterjal] Leitav:

<http://www.treasury.gov.za/public%20comments/Alc/Alcohol%20Tax%20Review%20-%20May%202014%20Discussion%20Paper.pdf> [Kasutatud 16.02.2022].

National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, 2000. *Special report to the U.S. Congress on Alcohol and Health*. [Võrgumaterjal] Leitav:

<https://pubs.niaaa.nih.gov/publications/10report/10thspecialreport.pdf?fbclid=IwAR0sKXEq-kZeHM6bcxa2nTY1G29bhrZJiOMa8ROtWBCSG3dICOFmkPseo5s> [Kasutatud 16.02.2022].

Oxford Economics, 2007. *The Consequences of the Proposed Increase in the Minimum Excise Duty Rates For Beer*. [Võrgumaterjal] Leitav: https://brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/archives/publications/Oxford_all.pdf [Kasutatud 21.01.2022].

Pedersen, E. R., Neighbors, C., & Larimer, M. E., 2010. Differential alcohol expectancies based on type of alcoholic beverage consumed. *Journal of studies on alcohol and drugs*, 71(6), pp. 925-929.

Pozdnjakov, R., 2017. *Alkoholi maksustamine Eestis: mõju riigieelarvele ja alkoholi tarbimisele*. Lõputöö. Tartu: Eesti Maaülikool

Probst, C., Fleischmann, A., Gmel, G., Poznyak, V., Rekve, D., Riley, L., Rylett, M., Shield, K.D. & Rehm, J., 2019. The global proportion and volume of unrecorded alcohol in 2015. *Journal of Global Health*, 9(1), pp. 1-10.

Rabinovich, L., Brutscher, P.B., Vries, H., Tiessen, J., Clift, J. & Reding, A., 2009. *The affordability of alcoholic beverages in the European Union*. [Võrgumaterjal] Leitav: https://www.rand.org/pubs/technical_reports/TR689.html [Kasutatud 19.01.2022].

Rahandusministeerium, 2017. *Riigi eelarvestrateegia 2018-2021*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.rahandusministeerium.ee/et/eesmargidtegevused/riigieelarve-ja-majandus/riigieelarve-ja-majandusulevaated> [Kasutatud 12.01.2022].

- Rahandusministeerium, 2020. *Aktsiisid*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.rahandusministeerium.ee/et/maksu-ja-tollipoliitika/aktsiisid> [Kasutatud 20.01.2022].
- Reiljan, P., 2013. Alkoholitootjate maksusõda. *Tööstusuudised Äripäev*, [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.toostusuudised.ee/uudised/2013/04/12/alkoholitootjate-maksusoda> [Kasutatud 24.01.2022].
- Room, R., Ferris, J., Bond, J., Greenfield, T.K. & Graham, K., 2011. Differences in trouble per liter of different alcoholic beverages—a global comparison with the GENACIS dataset. *Contemporary drug problems*, 38(4), pp. 493-516.
- Salib, P. N., 2021. The Pigouvian Constitution. *University of Chicago Law Review*, 88(5), pp. 1081-1155.
- Salanta, C. L., Tofana, M., Pop, C., Pop, A., Coldea, T., & Mudura, E., 2017. “Beverage Alcohol Choice Among University Students: Perception, Consumption and Preferences,” *Bulletin of University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine Cluj-Napoca. Food Science and Technology*, 74(1), pp. 23-30.
- Sopek, P., 2013. *The alcohol taxation system in European Union and Croatia*. [Võrgumaterjal] Leitav: <http://www.ijf.hr/upload/files/file/ENG/newsletter/76.pdf> [Kasutatud 17.01.2022].
- Sotsiaalministeerium, 2021. *Uuring: Alkoholi jätkuv odavnemine kasvatas tarbimist*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.sm.ee/et/uudised/uuring-alkoholi-jatkuv-odavnemine-kasvatas-tarbimist> [Kasutatud 20.10.2021].
- Sornpaisarn, B., Shield, K.D., Österberg, E. & Rehm, J., 2017. *Resource tool on alcohol taxation and pricing policies*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/255795/9789241512701-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Kasutatud 19.01.2022].

Tartu Ülikooli Kliinikum, 2021. *Toksikoloogilised ja metallide uuringud*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.kliinikum.ee/yhendlabor/analueueside-aineregister/toksikoloogilised-ja-metallide-uuringud> [Kasutatud 12.01.2022].

Trasberg, K. & Trasberg, V., 2017. Economic and social impact of alcohol taxation in the Baltic countries. *Dubrovnik International Economic Meeting*, 3(1), pp. 735-748.

Trasberg, V., 2019. Mis mõjutab alkohoolse joogi valikut Eestis? *Estonian Discussions on Economic Policy*, 27(1-2), pp. 137-140.

Trasberg, V., 2015. Alcohol Excise Duties in the European Union. *Estonian Discussions on Economic Policy*, 23(2), pp. 1-9.

Trasberg, V., 2020. The Burden of Alcohol Excise Duties in the Baltic Countries. *Estonian Discussions on Economic Policy*, 28(1-2), pp. 136-151.

Trasberg, V., 2020. Baltic consumer and alcoholic choice. *Dubrovnik International Economic Meeting*, 5(1), pp. 119-128.

Tervise Arengu Instituut, 2006. *Mida peab teadma alkoholist?* [Võrgumaterjal] Leitav: https://www.terviseinfo.ee/et/truekised?filter_catid=20&filter_year=0&filter_typeid=0&filter_pubid=0&filter_languageid=0&filter=mida+peab+teadma&limit=20&filter_order=p.name&filter_order_dir= [Kasutatud 04.03.2022].

Tervise Arengu Instituut, 2012. *Alkoholi liigtarvitava patsiendi varajane avastamine ja nõustamine perearsti töös*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.tai.ee/et/valjaanded/alkoholi-liigtarvitava-patsiendi-varajane-avastamine-ja-noustamine-perearsti-toos> [Kasutatud 06.04.2022].

Tervise Arengu Instituut, 2014. *Kui palju on palju? Tea oma tarvitatud alkoholikoguseid*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://tai.ee/et/valjaanded/kui-palju-palju-tea-oma-tarvitatud-alkoholikoguseid> [Kasutatud 01.04.2022].

Tervise Arengu Instituut, 2021. *Tervise kahju hüüab tules*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.tai.ee/et/uudised/tervisekahju-huuab-tulles> [Kasutatud 12.01.2022].

Uusküla, M., 2015. Rahandusministeerium süüdistab Livikot kehvades juhtimisotsustes. *Majandus Postimees*, [Võrgumaterjal] Leitav: <https://majandus.postimees.ee/3058435/rahandusministeerium-suudistab-livikot-kehvades-juhtimisotsustes> [Kasutatud 24.01.2022].

World Health Organization, 2019. Global status report on alcohol and health 2018. *World Health Organization*, [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.who.int/publications/i/item/9789241565639> [Kasutatud 08.03.2022].

Täht, T. & Laarmann, H., 2019. Estonia: Problems created by border-trade for applying high-tax alcohol policy. *European Journal of Public Health*, 29(4), p. 74.

Õunapuu, L., 2012. *Valimid kvantitatiivsetes ja kvalitatiivsetes uurimustes*. [Võrgumaterjal] Leitav: <http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/27764/index.html> [Kasutatud 12.01.2022].

Õunapuu, L., 2014. *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Tartu Ülikool. [Võrgumaterjal] Leitav: http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/36419/ounapuu_kvalitatiivne.pdf [Kasutatud 29.11.2021].

Österberg, E. & Karlsson, T., 2003. *Alcohol policies in EU member states and Norway: a collection of country reports*. [Võrgumaterjal] Leitav: <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/74908/AlcoholPolicies.pdf?sequence=1> [Kasutatud 21.01.2022].

Lisa 1. Ankeetküsimustik

Tere!

Olen Sisekaitseakadeemia tolli ja maksunduse eriala 3. kursuse tudeng Grete Parve. Minu lõputöö teemaks on "Alkoholi aktsiisimäärade seos tarbijate valikutega Eesti alkoholiturul". Lõputöö eesmärgiks on välja selgitada seos erinevatele alkoholsetele jookidele rakendatavate aktsiisimäärade ja nende jookide tarbimise vahel Eestis. Samuti uurin, kas alkoholsete jookide tarbimise tagajärjel on kaasnenud negatiivne mõju inimsuhetele ja nii enda kui teiste tervisele. Küsimustikule vastamine on anonüümne ning võtab aega 10-15 minutit.

1. Teie sugu

- a) Naine
- b) Mees

2. Teie vanus

- a) 18-19
- b) 20-24
- c) 25-29
- d) 30-34
- e) 35-39
- f) 40-44
- g) 45-49
- h) 50-54
- i) 55 või vanem

3. Millises maakonnas Te elate?

- a) Harju maakond
- b) Tartu maakond
- c) Ida-Virumaa maakond
- d) Pärnu maakond

- e) Lääne-Viru maakond
- f) Viljandi maakond
- g) Rapla maakond
- h) Võru maakond
- i) Saare maakond
- j) Jõgeva maakond
- k) Järva maakond
- l) Valga maakond
- m) Põlva maakond
- n) Lääne maakond
- o) Hiiu maakond

4. Milline on Teie haridustase?

- a) Keskkharidus
- b) Kõrgharidus
- c) Rakenduskõrgharidus
- d) Kutseharidus
- e) Põhiharidus
- f) Muu...

5. Milline on Teie hõivestaatus?

- a) Töötan täiskoormusega
- b) Töötan osalise koormusega
- c) Töötu
- d) Muu...

6. Milline on Teie elukorraldus ehk kellega Te koos elate?

- a) Pereliikmetega
- b) Kolleegidega
- c) Üksinda
- d) Sugulastega

e) Muu...

7. Millised on peamised alkohoolsed joogid, mida tarbite?

- a) Õlu
- b) Vein
- c) Siider
- d) Viin
- e) Viski
- f) Liköörid
- g) Vahuvein
- h) Kerge alkoholisegu
- i) Muu kange alkoholne jook (etanoolisisaldusega üle 22%)
- j) Muu lahja alkoholne jook (etanoolisisaldusega kuni 22%)

8. Põhjendage palun, miks just neid alkohoolseid jooke eelistate?

Vabavastus

9. Kui Teie eelistatud alkohoolse joogi hind oluliselt suureneks, siis kuidas Te tõenäoliselt reageeriksite?

- a) Tarbiksin seda samamoodi edasi
- b) Otsiksin sama liiki alkohoolse joogi odavamast hinnaklassist
- c) Valiksin ükskõik millise alkohoolse joogi, kuid odavamast hinnaklassist
- d) Tarbiksin samu jooke edasi, kuid tarbiksin neid vähem või harvem
- e) Muu...

10. Kui sageli Te tarvitate alkoholi sisaldavaid jooke?

- a) Iga päev
- b) 5-6 korda nädalas
- c) 3-4 korda nädalas
- d) 1-2 korda nädalas
- e) 2-4 korda kuus

- f) Üks kord kuus
- g) 6-11 korda 12 kuu jooksul
- h) 2-5 korda 12 kuu jooksul
- i) Üks kord 12 kuu jooksul
- j) Muu...

11. Kui tarvitate alkohoolseid jooke, siis peamiselt kellega?

- a) Sõpradega
- b) Pereliikmetega
- c) Sugulastega
- d) Üksi
- e) Kolleegidega
- f) Muu...

12. Kui tarvitate alkohoolseid jooke, siis peamiselt kus?

- a) Üritustel (nt peod, pulmad, sünnipäevad jne)
- b) Kodus
- c) Külaskäies (sõbra/tuttava/kolleegi juures)
- d) Restoranis
- e) Reisil
- f) Muu...

13. Mis on Teie viimati tarbitud alkohoolsete jookide kogus? Lisage palun alkoholi liik ja määratlege vastus ühikutes (nt liiter, milliliiter, sentiliiter, detsiliiter jne). Kui ühikutes vastust anda ei oska, siis palun kirjeldage vabavastusena (nt mitu pitsi, pokaali, purki jne). Näidisvastused: 0,5 L siidrit, 2 purki õlut

Vabavastus

14. Kas Te tavaliselt tarvitate samas koguses alkoholi?

- a) Jah, tarbin sama palju
- b) Ei, tarbin vähem
- c) Ei, tarbin rohkem

15. Millisesse vahemikku jäävad teie igakuised sissetulekud? (neto)

- a) 0-249
- b) 250-499
- c) 500-999
- d) 1000-1499
- e) 1500-1999
- f) 2000-2499
- g) 2500 või enam

16. Kui palju kulus Teil raha viimasel korral tarbitud alkohoolse joogi/alkohoolsete jookide peale? (eurod)

- a) 0
- b) 1-10
- c) 11-20
- d) 21-30
- e) 31-40
- f) 41-50
- g) 51 või rohkem

17. Kas Teil kulubki tavaliselt ligikaudu sama palju raha alkohoolsete jookide tarbimise peale?

- a) Jah, kulutan sama palju
- b) Ei, kulutan vähem
- c) Ei, kulutan rohkem

18. Kas olete hakanud mingit alkohoolset jooki tarbima rohkem viimase paari aasta jooksul?

- a) Jah
- b) Ei

19. Kui jah, siis millist alkohoolset jooki?

- a) Õlu
- b) Vein
- c) Siider
- d) Viin
- e) Viski
- f) Liköörid
- g) Vahuvein
- h) Kerge alkoholisegu
- i) Muu kange alkohoolne jook (etanoolisisaldusega üle 22%)
- j) Muu lahja alkohoolne jook (etanoolisisaldusega kuni 22%)

20. Kas olete hakanud mingit alkohoolset jooki tarbima vähem viimase paari aasta jooksul?

- a) Jah
- b) Ei

21. Kui jah, siis millist alkohoolset jooki?

- a) Õlu
- b) Vein
- c) Siider
- d) Viin
- e) Viski
- f) Liköörid
- g) Vahuvein
- h) Kerge alkoholisegu
- i) Muu kange alkohoolne jook (etanoolisisaldusega üle 22%)
- j) Muu lahja alkohoolne jook (etanoolisisaldusega kuni 22%)

22. Mis põhjusel olete te oma tarbimist muutnud?

- a) Hinnad on tõusnud
- b) Hinnad on langenud

- c) Maitse-eelistus on muutunud
- d) Kanguse eelistus on muutunud
- e) Brändi eelistus on muutunud
- f) Muu...

23. Kas olete viimase aasta jooksul alkoholi tarbimise tagajärjel vigastanud iseennast või teist inimest?

- a) Ei ole
- b) Jah
- c) Jah, aga mitte viimase aasta jooksul

24. Kas olete viimase aasta jooksul alkoholi tarbimise tõttu sattunud konflikti sõprade, perekonnaliikmete või kolleegidega?

- a) Ei ole
- b) Jah, on olnud väikeseid tülisid
- c) Jah, on olnud suuri tülisid
- d) Jah, on olnud väikeseid tülisid, aga mitte viimase aasta jooksul
- e) Jah, on olnud suuri tülisid, aga mitte viimase aasta jooksu

Lisa 2. Tarbijaprofiil

Tabel 1. Vastajate jaotus üldiste tunnuste põhjal (autori koostatud)

Tunnused	Osakaal (%)
Elukoht	
Harju maakond	62,2%
Tartu maakond	10,1%
Võru maakond	6,1%
Ida-Virumaa maakond	5,4%
Pärnu maakond	5,4%
Muu	10,8%
Haridustase	
Keskharidus	54,7%
Kõrgharidus	22,3%
Rakenduskõrgharidus	10,1%
Kutseharidus	9,5%
Põhiharidus	2,0%
Muu	1,4%
Hõivestaatus	
Töötan täiskoormusega	48,6%
Töötan osalise koormusega	23,6%
Töötu	18,2%
Muu	9,5%
Elukorraldus	
Perekonnaga	41,2%
Elukaaslasega	35,1%
Üksinda	18,9%
Muu	4,7%

Lisa 3. Avatud vastusevariandiga küsimuste kodeerimise tabel

Tabel 1. Küsimuse „Põhjendage palun, miks just neid alkohoolseid jooke eelistate?“ vastuste koodide tabel (autori koostatud küsimustiku vastuste põhjal, 2022)

Välja toodud vastused koodide kaupa	Tunnuste esinemissagedus	Koodi osakaal vastajatest
Maitsevad	76	46,6%
Väiksema kangusega	20	12,3%
Meeldivad	17	10,4%
Seltskonnajoogid	16	9,8%
Lõõgastumiseks	10	6,1%
Harjumus	9	5,5%
Odav hind	5	3,1%
Muu	10	6,1%
Kokku	163	100%

Lisa 4. Alkoholi tarbimisega seotud näitajad

Tabel 1. Viimati tarbitud alkoholile kulutatud summa sissetulekute lõikes (autori koostatud küsimustiku vastuste põhjal, 2022)

Viimati tarbitud alkoholile kulutatud hind	0 eurot	1-249 eurot	250-499 eurot	500-999 eurot	1000-1499 eurot	1500-1999 eurot	2000-2499 eurot	2500 eurot või enam
0 eurot	25%	20%	11,2%	18,2%	11,1%	11,7%	0%	20%
1-10 eurot	50%	80%	66%	54,6%	46,8%	47,1%	50%	40%
11-20 eurot	25%	0%	18,2%	18,2%	22,2%	41,2%	16,7%	20%
21-30 eurot	0%	0%	0%	4,5%	8,9%	0%	0%	0%
31-40 eurot	0%	0%	2,3%	0%	4,4%	0%	33,3%	0%
41-50 eurot	0%	0%	0%	0%	2,2%	0%	0%	0%
51 eurot või rohkem	0%	0%	2,3%	4,5%	4,4%	0%	0%	20%
Kokku	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%