

Sisekaitseakadeemia

Finantskolledž

Joel Metsson

TUBAKAAKTSIISI TÕUSU MÕJU TARBIJATE KÄITUMISELE

Lõputöö

Juhendaja:

Indrek Saar, PhD

Tallinn 2013

ANNOTATSIOON

SISEKAITSEAKADEEMIA

Kolledž: Finantskolledž	Kuu ja aasta: mai 2013
Töö pealkiri: Tubakaaktsiisi tõusu mõju tarbijate käitumisele	
Töö pealkiri võõrkeeles: <i>Tobacco excise increase's effect on consumer behavior</i>	
Töö autor: Joel Metsson	Olen nõus oma lõputöö kättesaadavaks tegemisega elektroonilises keskkonnas.
Allkiri:	
<p>Lühikokkuvõte: Lõputöö on kirjutatud teemal „Tubakaaktsiisi tõusu mõju tarbijate käitumisele“. Lõputöö aktuaalsus seisneb selles, et viimastel aastatel on pidevalt aktsiisimäärad tõusnud. Euroopa Liitu astumisest on Eestis tõusnud aktsiisipoliitika sealhulgas ka tubakaaktsiis. Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ja koosneb 44 leheküljest (sisuline osa 36 ja lisad 7 lehekülge). Autor on kasutanud 34 materjali. Lõputöö eesmärgiks on uurida tubakaaktsiisist tulenevaid hinnatõusu mõjusid tarbijakäitumisele. Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised uurimisülesanded:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Antakse ülevaade teguritest, mis mõjutavad tubakatoote tarvitamist.2. Antakse ülevaade aktsiismaksu mõistest ja tubakaaktsiisi harmoniseerimisest.3. Välja selgitada suitsetamise levik Eestis.4. Hinnata hinnatõusu mõju tubakatoodete tarbimisele Eestis. <p>Analüüsid läbiviidud ankeetküsitlust tubakatoote tarvitajate seas, selgus tubakatoote tarbimise levik Eestis ja hinnatõusu mõju tarbimisele. Hinnatõusu mõju välja selgitamiseks arvutati hinnaelastsus koefitsient, mis näitab tarbija tundlikust hinnatõusu suhtes. Leitud koefitsient oli mitteelastne ehk tarbijakäitumine hinnatõusu tagajärjel oluliselt ei muutunud. Tubakaaktsiisi tõusu tagajärjel sigarettide tarbitav kogus ei vähene ja sellest tulenevalt ei täida aktsiis oma regulatiivset eesmärki. Tarbitakse edasi harjumuspäraselt, ostetakse odavamaid tooteid või hakatakse tarbima illegaalseid sigarette. Illegaalsete sigarettide tarbimist soosib salasigaretite langev hinnatrend.</p>	
Võtmesõnad: aktsiis, tubakaaktsiis, sigarettiaktsiis, suitsetamine, sigarettide hinnad, maksupoliitika, harmoneerimine, tarbijakäitumine	
<i>Keywords: excise, tobacco tax, cigarette tax, smoking, cigarette prices, tax policy, harmonization, consumer behavior</i>	
Säilitamise koht: Sisekaitseakadeemia raamatukogu	
Kaitsmisele lubatud	
Kolledži direktor: Uno Silberg	Allkiri:
Vastab lõputöö nõuetele	
Juhendaja: Indrek Saar	Allkiri:

SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	3
1. TUBAKATOOTE TARVITAMINE JA AKTSIISIPOLIITIKA	5
1.1 Tubakatoodete tarvitamist mõjutavad tegurid	5
1.2 Aktsiismaksu mõiste ja tubakaaktsiisi harmoniseerimine	11
2. TUBAKAAKTSIISI TÕUSU MÕJU SUITSETAMIS-HARJUMUSTELE EESTIS.....	19
2.1 Tubakatoote tarbimise levik Eestis	19
2.2 Tubakatoote hinna mõju suitsetajatele	23
KOKKUVÕTE.....	31
SUMMARY	33
VIIDATUD ALLIKATE LOETELU.....	34
LISA 1. ANKEETKÜSITLUS.....	37
LISA 2. SUITSETAMISHARJUMUSED	42

SISSEJUHATUS

Maksude kogumine ja kehtestamine on vajalik riigi majanduse reguleerimiseks. Kogutud maksudega tagatakse riigile vajalikud ressursid ühiste hüvede pakkumiseks ning maksude kaudu saab mõjutada ka majanduspoliitikat. Makse kogutakse tuludelt, kulutustelt näiteks käibemaks (aktsiis) ja omandilt. Antud teemas käsitletakse kulutustelt makstavaid aktsiise. Aktsiisid on tarbimismaksud, millega maksustatakse konkreetseid kaubagruppe. Tubakatoode kuulub aktsiisiga maksustatavate kaupade hulka. Teatavasti tubakatoodete hinnad kerkivad ja enamasti pole põhjuseks ettevõtte omapoolne kasum vaid aktsiisi tõstmisega kaasnev hinnatõus. Aktsiisi maksmise maksukoormust kannab lõpptarbija ehk antud juhul tubakatoote ostja. Hinnatõusu tagajärjeks on eeldatavasti tarbijakäitumise muutus.

Lõputöö aktuaalsus seisneb selles, et viimastel aastatel on pidevalt aktsiisimäärad tõusnud. Euroopa Liitu asumisest on Eestis tõusnud aktsiisipoliitika sealhulgas ka tubakaaktsiis. Tubakaaktsiisi on tõstetud järjepanu vaikselt, aga kindlasti mitte märkamatuult toote tarbijale. Igapäevaselt tubakatoode tarvitajale on see esmatarbekaup, seega on tarbija kursis hinna muutustega. Hinnatõusu muutus ülespoole toob tarbija kaasa heaolu languse, sest senisest summast peab ta nüüd rohkem kulutama. Lõputöö uudsus seisneb selles, et hinnatõusu mõju tarbimisele uuriti viimati aktsiisi harmoneerimise protsessi alguses. Harmoneerimisega kaasneb aktsiisitõus ehk tubakatoote tarbijale tähendab see toote hinnatõusu ning sellest tulenevalt leiti uurimistöös elastsuskoeffitsient, mis näitab tarbija tundlikust hinnatõusu suhtes.

Probleem seisneb selles, et aktsiisi üks eesmärkidest on piirata tubakatoote tarvitamist ja selle järjepidev tõstmine ei pruugi realiseerida aktsiisi regulatiivset eesmärki. Tarbitakse edasi harjumuspärastelt või hakatakse ostma illegaalseid või piiriüleseid tubakatooteid.

Lõputöö eesmärgiks on uurida tubakaaktsiisi tõusu mõju tarbijate käitumisele. Lõputöö eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

1. Antakse ülevaade teguritest, mis mõjutavad tubakatoote tarvitamist.
2. Antakse ülevaade aktsiismaksu mõistest ja tubakaaktsiisi harmoneerimisest.
3. Välja selgitada tubakatoote tarbimise levik Eestis.

4. Hinnata hinnatõusu mõju tubakatoodete tarbimisele Eestis.

Lõputöö raames viidi läbi Eesti elanike seas küsitlus, mis seisnes eestlaste harjumustes tubakatoodete tarvitamisel. Uurimistöö tugineb ligikaudu 400 Eesti elaniku elektroonilisele ja kirjalikule ankeetküsitlusele (valimis oli 500 inimest). Valimisse kuuluvad tubakatoodet tarvitavad inimesed ja mõju hinnati Eesti elanike soo, vanuse, haridustaseme, elukoha regiooni ja kuu netosissetuleku järgi.

Lõputöö baseerub teoreetilisel materjalil ja kvantitatiivsel uuringul, mis põhineb läbi viidud küsitluse andmete põhjal. Uuringust saadud andmete baasil hinnatakse tarbijakäitumise muutust arvuliselt, sellest tulenevalt viidi läbi regressioonianalüüs. Regressioonanalüüsi tulemused aitavad hinnata hinnatõusu mõju arvuliselt ehk saab välja tuua konkreetseid numbreid.

Töö on jaotatud kaheks peatükiks. Esimese peatüki esimeses alapeatükis antakse ülevaade teoreetilistest teguritest, mis mõjutavad tubakatoote tarvitamist ja teises alapeatükis antakse ülevaade aktsiisimaksust, tubakaaktsiisist ja selle harmoneerimisest. Teises peatükis tuuakse välja empiiriline uuring eestlaste suitsetamise harjumiste kohta ja aktsiisist tuleneva hinnatõusu mõju tubakatoote tarbimisele.

Töös on kasutatud materjalidena erinevaid mikroökonomilisi, ökonomika ja turunduse aluste raamatuid tarbijakäitumist mõjutavatest teooriatest – nii eesti- kui ka võõrkeelseid teoseid, maksupoliitilisi artikleid, L. Lehise maksunduse väljaannet „Maksuõigus“, õigusakte ning eelnevaid uurimustöid. Lõputöös on kasutatud Eestis läbiviidud ankeetküsitlust, kus vastajateks oli Eestis elavad tubakatoote tarvitajad.

1. TUBAKATOOTE TARVITAMINE JA AKTSIISIPOLIITIKA

1.1 Tubakatoodete tarvitamist mõjutavad tegurid

Ühiskonnas tarbitakse erinevaid kaupu ja teenuseid suuresti lähtuvalt teatud vajadusest. Vajadusi rahuldatakse kauba või teenuse ostmise teel, aga ressursid on teatavasti piiratud ja selle tagajärjel võivad hakata teatud tegurid mõjutama tarbijate käitumist. Tarbijakäitumist võivad mõjutada nii tarbija sisesed, kui ka välised tegurid. Antud peatükis uuritakse tegureid, mis võivad mõjutada tubakatoote tarvitamist. Nõudlusseadus näitab tarbitava koguse ja hinna vahelist seost. Hinna tõusu mõju arvuliselt on võimalik hinnata läbi elastsuskoeffitsiendi, mis näitab tarbija tundlikust hinnatõusu tagajärjel.

Tarbimist võib määratleda kulutustena, mis tehakse vajaduste rahuldamiseks kaupade ja teenuste omandamise teel. Piiratud sissetulekust või eelarvest tingitud nappuse tõttu on vaja hoolikalt kaaluda tarbimisotsustusi. (Kerem, Randveer, Vensel 1996:65). Tarbija valikut (nõudmise mahtu ja suundi) mõjutavad nii tema enda subjektiivsed eelistused kui ka mitmed turul toimivad protsessid. Üldistatult võiks tarbija valiku uurimisel vaatluse alla võtta sellised aspektid nagu tarbija maitse ja tõekspidamised, sissetulekud, tema ootused tuleviku suhtes, maksevahendite kasutamise võimalused, aga ka pakutavate kaupade hinnad ja valik. Loomulikult mõjutavad tarbija valikut laiemalt võttes ka riigipoolne turu reguleerimine, ühiskonna sotsiaalne struktuur ja riigi poliitiline-majanduslik olukord. (Arrak, Eamets, Soots, Transberg, Viiol 1991:50). Efektiivseim vahend mõjutamiseks tubakatoodete tarbimist ja selle kasutamise lõpetamist on tubakatoodete hinna tõstmine olulise maksutõusu kaudu. Sellest tulenevalt on kõige suurem mõjutamise võimalus valitsusel. (Jha, Chaloupka, Moore, Gajalakshmi, Gupta, Peck, Asma, Zatonski 2006: 869-885). Valitsus tõstab oluliselt aktsiisimaksu, siis selle tagajärjel suureneb pakutava kauba hind ja hinna suurenedes muutub tarbijakäitumine. Selleks, et teada saada tarbijapoolseid mõjutegureid tuleb uurida tarbijakäitumist turul.

Tarbijakäitumine on arusaam sellest, milline on tarbijale iseloomulik käitumine ja mis võivad olla selle põhjusteks ning kuidas see võib mõjutada erinevaid indiviide ja grupe. Suur osa tarbijakäitumist keskendub tunnetuslikkusele ja käitumise osale, mis kaasneb toote või teenuse soetamisel. Kõige enam on tarbijakäitumise valdkondadest uuritud otsuse langetamist,

tarbija hinnangut, tunnetust ja hoiakut, hoiaku kujunemist ja muutumist, motiveerivaid tegureid ning reklaami mõju tarbijale. (Jansson-Boyd 2010:1)

Tarbijakäitumist kujundavad mõjurid on liigitatavad kahte suure gruppi 1) Otsesed, 2) Kaudsed. Otseste mõjutegurite hulka kuuluvad demograafilised tegurid: Rahvastiku käsitlevad muutujad etendavad märkimisväärset osa kaupade ostmisel. Demograafilised tegurid mõjutavad ostuotsustamise eri staadiume tootest olenevalt kuidagi isepäraselt. Tulude suurusel sõltuvalt kaaluvad tarbijad isesuguseid võimalusi ja hindavad pakutavat eri kriteeriumitega. Tähtsate demograafiliste mõjutegurite hulka kuuluvad ka vanus, sugu, haridus, sissetulek ja regioon. (Vihalem 1997:179-182). Lähtudes demograafilistest teguritest, siis rikas tarbija võib varieeruda turul vabamalt kui vaesem tarbija. Tubakatoote hinnatõusu puhul on suurem mõju vaesemale kui rikkale tarbijale. Vaesem tarbija hakkab oma käitumist korrigeerima vastavalt võimalustele. Üks alternatiividest on hakata tarbima odavamaid tooteid, mille tagajärg võib olla heaolu langus ja omakorda suundumine salakaubandusele. Kaudsed tegurid on psühholoogilised tegurid, mis antud töös ei oma tähendust.

Tarbijakäitumine sõltub ka haridustasemest, elukutsest ning tarbija rahulolust. Kõrgema ja madalama haridusega tarbijate ostud on erinevad. 2011. aastal läbi viidud varimajanduse uuringust selgub, et sotsiaal-demograafiliste aspektide kaudu, et mida väiksem on sissetulek inimese kohta, seda olulisem on talle kaupade ja teenuste hind. Madalama sissetulekuga grupist eelistab osta pigem odavamalt 35 % inimestest hoolimata sellest, kas kaup on legaalne või mittelegaalne. Madalama hinna põhjal teevad keskmisest enam ostuotsuseid ka noorema vanusegrupi (kuni 29 eluaastat) tarbijad, ülejäänud vanuses inimeste hulgas esineb neid vähem. (Varimajandus... 2010:5-6). Pärast kauba ostmist ja selle proovimist jõuab tarbija ühte kolmest võimalikust seisundist: kõrgendatud rahulolu, tavarahulolu, rahulolematuse. Milline neist realiseerub sõltub kauba suhtes esinenud ootuste ja saadud kogemuste erinevusest. Kui ootused on olnud kõrged, kogemused aga oluliselt madalamad, kujuneb tulemuseks rahulolematuse. Erinevuste vähenedes rahulolu suureneb. Tavarahulolu tekib siis, kui kogemus ja ootus enam-vähem ühtivad. Kuid kogemus võib ka ootusi ületada. Sellisel juhul saavutab tarbija eriti kõrge rahulolu seisundi. (Mauring 2001:145)

Tubakatoote turgu ja tubakatoote tarbimist on võimalik uurida läbi ratsionaalse sõltuvuse teooria. Selle kanoonilise ratsionaalse sõltuvuse mudeli loojateks on Kevin M. Murphy ja Gary S. Becker Chicagost. Ratsionaalne sõltuvus on hüpotees, et sõltuvusi (näiteks herooinist, tubakast, telerist jne) saab kasulikult vormida kindlatesse ratsionaalse, edasi-

vaatava, optimaalse tarbimise plaanidesse. Üldiselt on teooria mudeli eesmärki uurida sõltuvust tekitavate toodete tarbimist ja tubakatoode on teatavasti sõltuvust tekitav toode. Ratsionaalse teooria, kus ratsionaalsus tähendab järjekindlat kasulikkuse maksimeerimist läbi aja. Ratsionaalne tarbija maksimeerib kasulikkuse tuginedes teatud eelistustele ja püüavad sellega näha valikutest tulenevaid tagajärgi tulevikus. Sõltuvus tundub olevat vastand ratsionaalsele käitumisele. Kevin M. Murphy ja Gary S. Becker väidavad, et sõltuvused, isegi tugevad, on tavaliselt ratsionaalsed, sest eelistused on stabiilsed ja on seotud tulevikku suunatud kasulikkuse maksimeerimisega. (Becker, Murphy 1988:675-676)

Sõltuvused nõuavad vastastiku mõju isiku ja kaupade vahel. Loomulikult on osa kaupu rohkem sõltuvust tekitavad nagu tubakatoode ja muud narkootilised ained kui seda on sviitrid või pähklid. Samas ei saa öelda, et kõik tubakatoote tarbijatest saavad sõltlased. Kui jätta teised tingimused samaks, siis langevad sõltuvusse need inimesed, kellel on raskusi arvestada tuleviku muutustega. Selleks grupiks on üldjuhul noored ja väikse sissetulekuga tarbijad. (Becker, Murphy 1988:676). Inimesed, kellel ei ole raskusi erinevate muudatustega ühiskonnas ja oskavad nendega arvestada, on väiksem tõenäosus langeda sõltuvusse. Tulevikule mitte mõtlevad inimesed ei arvesta sellega, mis võib sõltuvusega kaasneda, eelkõige negatiivsete tagajärgedega. Tarbija võib olla tundlik teiste välistegurite suhtes nagu näiteks hinnatõus.

Sissetuleku tasemed, ajutised stressirohked sündmused, mis stimuleerivad nõudlust sõltuvust tekitavate ainete järgi ja hindade teel mõjutavad sõltuvusse jäämise tõenäosust. Sõltuvust tekitavate kaupade hindade püsiva muutuse tõttu võib olla nende tarbimisele tagasihoidlik lühiajaline mõju. See võib tuleneda üldteadmised, et sõltlaseid ei mõjuta hinnamuutused. Pikaajaline nõudlus sõltuvust tekitavatele kaupadele kipub olema elastsem kui nõudmine mitte sõltuvust tekitavatel kaupadel. (Becker, Murphy 1988:694-695). Kui käsitleda sõna sõltlane, siis tubakatoote puhul peab tarbija ilmingimata saama toodet tarbida. Hinnatõusu mõju tubakatoote igapäevasele tarbijale ehk sõltlasele võib olla minimaalne. Vaesema tarbija puhul on mõju suurem, kui seda rikka tarbija puhul. Vaesem tarbija mõtleb rohkem oma tarbimiskäitumise üle, sest rahalised ressursid ei võimalda lubada harjumuspärast käitumist hinnatõusu tagajärjel. Hinnatõusu üks tagajärgi võib olla vaesema tarbija aktiivsem käitumine illegaalsel turul. Majanduslikus mõttes saab uurida hinna ja nõutava koguse vahelist seost läbi nõudluseaduse, sellega on võimalik hinnata mõju tubakatoote tarbimisele.

Nõudlusseadus väljendab seost kauba hinna ja selle nõutava koguse vahel. Vastavalt nõudlusseadusele muutub hüvise nõutav kogus vaadeldava perioodil hüvise hinnaga vastupidises suunas, see tähendab, et madalama hinna korral ostavad tarbijad hüvist rohkem, kui nad ostaksid kõrgema hinna korral. Seda, miks nõutav kogus kasvab, kui hüvise hind langeb, võib põhjendada vähemalt kolme asjaoluga. Esiteks, kui tarbitav koguse hulk kasvab, on tarbija rahulolu iga järgneva ühiku tarbimisest väiksem ja väiksem. Näiteks esimene sigaret kustutab tarbimise vajaduse, aga teist võib tarbija juba nautida. Järelikult leiab tarbimisel aset piirkasulikkuse vähenemine- kogurahulolu üha väiksem kasv tarbitava koguse suurenedes. Seetõttu tahavad ja suudavad inimesed suurendada hüvise ostukogust siis, kui hüvise hind langeb. (Kerem, Keres, Randveer 2004:30-31)

Teiseks, ressursid on teatavasti piiratud, inimeste soovid ja tahtmised aga piiramatud. Tubakatoote tarbija, kes tarbib igapäevaselt konkreetset kaupa ja teatud hinnaga, siis tõstes selle kauba hinda hakkab tarbija muutma oma tarbijavalikut ressursi nappusest. Tubakatoote puhul võib tarbija asendada senise tarbitava margi odavamaga tootega (mille hind ei tõusnud). Seda nähtust nimetatakse hüvise hinna muutudes asendusefektiks. (Kerem, Keres, Randveer 2004:31)

Kolmandaks põhjuseks on sissetulek. Hinnatõusu korral, mis vähendab sissetuleku ostujõudu, on tegemist hinna muutuse sissetulekuefektiga. Hinnalangusel on teiste hüvede hindade samaks jäädes vastupidine efekt- reaalne sissetulek kasvab ja tavaliselt suurendavad siis kõnealuse hüvise ostukogust. (Raju, Randveer, Kerem 1999:35). Sissetuleku suurendes avardub tarbimisvõimaluste hulk ja vastupidise efekti korral, sissetuleku vähenedes kahaneb ka tarbimisvõimalused (Kaldaru 1995:45-55). Sissetuleku langedes ja tubakatoote hinnatõusu korral võib toote tarbija lahkuda legaalselt turult ja liikuda illegaalsele turule. Rahaliste ressursside nappuse tõttu on tõenäosus suur, et tarbija hakkab suitsetama illegaalseid tooteid. Illegaalsete toodete kättesaadavus tänapäeval pole eriti keeruline, eriti veel inimestele, kes elavad Eesti piiri läheduses. Illegaalsete toodete hind on tunduvalt odavam, kui seda on legaalne kaup. Sissetuleku langedes ja samal ajal liikudes illegaalsele turule, võimaldab tarbida samades kogustes või rohkem isegi tubakatooteid.

Üldiselt võib nõudluse mõjutegurid lahterdada viite kategooriasse ehk tarbijate (ostjate) sissetulek, teiste kaupade hinnad, tarbija ootused, tarbijate arv ja tarbijate maitsete või eelistused. Tarbija sissetuleku kasvades suudavad ja soovivad nad osta rohkem kaupa igal hinnatasemel. Ühtlasi tähendab sissetuleku suurenemine ka seda, et tarbijatel on võimalus

sama kaubakoguse eest maksta kõrgemat hinda. Nõudluse kasvu sissetuleku tõusu tagajärjel saab graafiliselt väljendada nõudluskõvera nihkega paremale. Vastupidine efekt kaasneb sissetulekute vähenemisega, kus nõutav kogus väheneb iga hinnataseme korral ja graafiliselt väljendatuna nõudluskõver nihkub vasakule. Vastavalt sellele, kuidas teatud kauba nõudlus muutub inimeste sissetuleku muutudes jagatakse kaubad normaalkaupadeks ja väheväärtuslikeks ehk inferioorseks kaupadeks. Normaalkaupade nõudlus kasvab, kui tarbijate sissetulek kasvab. Selle kategooriasse kuulub enamik kaupu. Normaalkaupade võib omakorda jagada esmatarbekaupadeks ja luksuskaupadeks. Sissetuleku kasvu ja nõutava koguse suurenemise vaheline sõltuvus ongi kõige tugevam luksuskaupade puhul. Inferioorse kaupade nõudlus aga väheneb, kui sissetulek kasvab, sest suurenenud sissetulek võimaldab üle minna normaalkaupade tarbimisele ja loobuda väheväärtuslike kaupade ostmisest. Järelikult nihkub inferioorse kaupade nõudluskõver sissetuleku kasvades vasakule. (Pajuste 2004:2)

Teiste kaupade hinnad mõjutavad nõudlust seetõttu, et mingit vajadust saab rahuldada mitme erineva kauba abil ja need kaubad võivad üksteist vajaduse korral asendada. Ühe kauba hinna tõstes hakkavad inimesed eelistama teist, odavamat kaupa (ja vastupidi). Selline seos kehtib asenduskaupade puhul. Tarbijate ootuste seisukohal on olulised tegurid tarbijate tulevane sissetulek ja kauba tulevane hind. Kui inimene usub, et tema sissetulek lähitulevikus kasvab, võib ta selles lootuses hakata juba praegu rohkem ostma. Samuti, kui tarbija arvab, et kauba hind lähitulevikus tõuseb, võib ta selle osta juba praegu. Vastupidisel juhul, kui tarbija loodab hinna langusele võib ta oma oste edasi lükata st. vähendada oma praegust tarbimist. Tarbijate arvust sõltub turu kogunõudlus, mis kujutab endast individuaalsete nõutavate koguste summat igal hinnatasemel. Tarbijate maitsest ja eelistustest sõltuvad paljud ostjate valikud, kuid neid tegureid on täpsemalt raske määrata. (Pajuste 2004:3)

Hinnatõusu järgnedes eeldatakse ka nõudluse vähenemist. Nõudluse hinnaelastsusega saab mõõta nõutava koguse muutust, mis järgneb hinnatõusule. Hinnaelastsuse suurust väljendatakse elastsuskoeffitsiendi abil, mis leitakse järgneva valemiga (Pajuste 2004:6):

$$E = \frac{\text{kauba nõutava koguse protsentuaalne muutus}}{\text{kauba hinna protsentuaalne muutus}}$$

Nõudluse hinnaelastsuse koeffitsient on alati negatiivne, sest iga hinnatõus toob kaasa nõutava koguse vähenemise, kuid enamasti opereeritakse siiski leitud suuruse absoluutväärtusega ehk positiivne väärtus. Nõudluse hinnaelastsuses eristatakse kolme liiki (Pajuste 2004:6):

1. Kui nõutava koguse protsentuaalne muutus on väiksem kui hinna protsentuaalne muutus, on tegu mitteelastse nõudlusega. Sel juhul on nõudluse hinnaelastsuse koefitsient väiksem kui 1.
2. Kui nõutava koguse protsentuaalne muutus on suurem kui hinna protsentuaalne muutus, on tegu elastse nõudlusega. Sel juhul nõudluse hinnaelastsuse koefitsient suurem kui 1.
3. Kui nõutava koguse protsentuaalne muutus on võrdne hinna protsentuaalse muutusega, on tegu ühikelastse nõudlusega. Sel juhul võrdub nõudluse hinna elastsus 1-ga.

Hinnangud hinnaelastsuse mõjule sigareti nõudlusele arenenud riikides on tüüpiliselt (-0.25) kuni (-0.5), see tähendab, et 10% hinnatõusule järgneb tarbimise vähenemine 2.5 % - 5 % (van der Merve 1998, ref Taal, Kiivet, Hu 2004:29). Arengumaades hinnaelastsus tubakatoodele kipub olema veidi kõrgem (kuni -0,7), mis näitab suuremat tundlikkust hindadele. 2004. aastal läbiviidud uuringus *The Economics of Tobacco in Estonia* arvatati välja hinna elastsuskoefitsient (-0,32). (Taal, Kiivet, Hu 2004:29)

Kokkuvõtvalt võib tarbimist määratleda kui kulutustena, mis tehakse vajaduse rahuldamiseks kaupade ja teenuste omandamise teel. Piiratud sissetulekust või eelarvest tingitud nappuse tõttu on vaja hoolikalt kaaluda tarbimisotsustusi. Loomulikult mõjutab tarbija valikut ja ostuotsuseid riigipoolne turu reguleerimine, sotsiaalne struktuur ja majanduslik olukord. Kõige efektiivsem vahend mõjutamaks tubakatoodele tarbimist ja selle kasutamise lõpetamist on tubakatoodele hinna tõstmine olulise maksutõusu kaudu. Maksutõusuga kaasneb toote hind ja tarbija hakkab ratsionaalsemalt oma tarbimisotsuseid langetama. Selleks, et teada saada tarbijapoolseid mõjutegureid tuleb uurida tarbijakäitumist turul. Tarbimise mõjutegurid saab üldjuhul liigitada kahte suurde gruppi, milleks on otsesed ja kaudsed mõjutegurid. Otsesest teguritest mõjutab eelkõige demograafilised tegurid, milleks on vanus, sugu, haridus, sissetulek ja regioon. Erineva haridusega tarbijad teevad otsuseid erinevalt. Sotsiaal-demograafiliste aspektide kaudu selgus, et väiksema sissetulekuga tarbijate jaoks on teenuse ja kauba hind olulisem.

Tubakatoote turgu ja tubakatoote tarbimist on võimalik uurida läbi ratsionaalse sõltuvuse teooria. Teooria mudeli eesmärki uurida sõltuvust tekitavate toodete tarbimist ja tubakatoodele on teatavasti sõltuvust tekitav toode. Ratsionaalse teooria, kus ratsionaalsus tähendab järjekindlat kasulikkuse maksimeerimist läbi aja. Ratsionaalne tarbija üritab maksimeerida

võimalikult suurelt tuginedes teatud eelistustele ja püüavad sellega näha valikutest tulenevaid tagajärgi. Püsiv hinna muutus turul tekitab sõltlaste seas pigem lühiajalist mõju, see võib tuleneda sellest, et sõltlaseid ei mõjuta hinnamuutused. Hinna muutus võib eelkõige rohkem mõjuda vaesemale tarbijale.

Uurimaks hinna mõju tubakatoote tarbijakäitumisele tuleb uurida seost hinna ja tarbitava koguse vahel. Nõudlusseaduse väljendab seost, kus hüvise nõutav kogus vaadeldaval perioodil muutub hüvise hinnaga vastupidises suunas, mis tähendab seda, et mida kõrgem on hind seda väiksem on tarbimine ja madalama hinna korral tarbitakse rohkem. Üldiselt võib nõudluse mõjutegurid lahterdada viite kategooriasse – sissetulek, teiste kaupade hinnad, tarbija ootused, tarbijate arv ja maitse. Hinnatõusu järgnedes eeldatakse nõudluse vähenemist. Nõudluse hinnaelastsusega saab mõõta nõutava koguse muutust, mis järgneb hinnatõusule. Hinna elastsuskoeffitsient näitab tundlikust hinnatõusu suhtes. Elastsuskoeffitsient üle ühe näitab, et tegu on elastse nõudlusega, elastsuskoeffitsient võrdne ühega näitab, et tegu on ühikelastse nõudlusega ja alla ühe näitab, et tegu on mitteelastse nõudlusega. 2004. aastal läbiviidud uuringus *The Economics of Tobacco in Estonia* arutati välja hinna elastsuskoeffitsient (-0,32). Leitud hinnaelastsus koeffitsient näitab, et tegu on mitteelastse nõudlusega ehk hinnatõus ei mõjuta oluliselt tarbimist.

1.2 Aktsiismaksu mõiste ja tubakaaktsiisi harmoniseerimine

Maksustamine on mõjutanud majandust juba selle tekke algusest ja erinevad maksud võimaldavad reguleerida majandustegevust. Üks reguleeriv ja piirav maksustamise viis on konkreetsete kaupadele aktsiismaksu kohaldamine. Eestis reguleeritakse aktsiisiga tubakatooteid, alkoholi, elektrit, kütust ja pakendit. Pärast Euroopa Liiduga ühinemist on Eesti maksupoliitika mõjutatud Euroopa Liidu maksumääradest. Eesti maksumäärad peavad vastama Euroopa Liidu poolt kehtestatud miinimummääradele.

Aktsiisidel on pikk ajalugu. Aktsiismaksud on üks vanimad maksustamise vorme, sest seda on suhteliselt lihtne hinnata ja koguda (Farmer, Lyal 1994:225). Kaupade mõõdu või kaalu järgi võetavaid makse tunti juba kõige varasemates maksusüsteemides. Keskaegses Euroopas moodustasid mitmesugused tollid ja aktsiisid põhilise osa linnade ja linnriikide maksutuludest, maapiirkondades kasutati pearaha, kümnist ja maamaksu. Aktsiisiga on eri aegadel maksustatud nii esmatarbekaupu kui ka luksuskaupu. Alates 01.04.2003 reguleerib

Eestis aktsiise alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus. Algselt oli sätestatud põhimõtte, et aktsiisikaupu ei maksustata käibemaksuga, kuid sellest loobuti juba 1991. aastal. Kuni 1995. aastani maksustati Eestis toodetud tubakatooteid. (Lehis 2009:428-429)

Aktsiisid on kaudsed maksud. Selles osas sarnanevad aktsiisid käibemaksuga. Maksukoormust kannab lõpptarbija, kes kasutab aktsiisikaupa ettevõtluseväliselt, kuid maksu koguja ja maksja on ettevõtjad, kes toodavad või impordivad kaupu. Tarbimist maksustatakse toote hinna suurendamise kaudu. Aktsiis jääb tarbijale varjatumaks kui käibemaks, sest müüja ei näita arvetele kauba hinnas sisalduvat aktsiisi. (Lehis 2009:425). Kõige sagedamini maksustatakse aktsiisiga kas luksuskaupu või vähem olulisi kaupu. Neid võib maksustada kauba väärtuse järgi või rohkem tavaliselt omaduste nagu kaalu või mahu järgi. (Farmer, Lyal 1994:225). Aktsiisikaup peab ühtlasi olema maksumärgiga märgistatud. Maksumärk on Eesti alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seaduse mõistes aktsiisikaubale või müügipakendile kinnitatav erilistele turvalisusnõuetele vastav eritunnus, mis tõendab aktsiisi maksmist. (Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus, 01.04.2003)

Aktsiisimaksu ja -määrade põhjenduseks on esitatud põhimõtet, et aktsiisitulud peavad teatud määral korvama antud toodete kasutamisest tarbijale ja ühiskonnale tekitatud kahjud ja negatiivsed mõjud. Seejuures peavad maksukoormust kandma just antud toodete tarbijad (aktsiis sisalduv hinnas). Aktsiisituluga kui kompensatsiooniga võidakse finantseerida heastavat ja ennetavat tegevust nagu tervishoidu, keskkonnakaitset ja muud sellist. (Madeo, Anderson, Jackson 1995:45)

Aktsiisi kui riigi tuluallika pikaajalist populaarsust (eriti defitsiidieelarve olukorras) saab seletada asjaoluga, et tooted, mille suhtes maksu rakendatakse, on enamasti väheelastse nõudlusega. Seega hinnamuutused ei mõjuta oluliselt kaupade nõudlust ning maksukoormust on võimalik jätkuvalt kasvatada. Sisuliselt on võimalik maksukohustust vähendada, ostes vähem antud toodet või teenust, kuid näiteks paljudel suitsetajatel on raske loobuda oma harjumusest, hoolimata selle kahjulikkusest või hinnatõusust. Samas võib siiski täheldada aktsiiside suurendamise järel mõningast aktsiisikaupade müügi ja nende tarbimise vähenemist. Konkurentsivõime aspektist vaadatuna on oluline, kuidas on maksustatud asenduskaubad, et millised on maksustamise meetodite ja maksumäärade erinevused. (Madeo, Anderson, Jackson 1995:46-47)

Aktsiisimaksude tõusu iseloomustab ilmekalt nende kasv võrreldes keskmise palgaga. Näiteks kui keskmine palk kasvab prognooside kohaselt 2011. aastaks võrreldes 2000. aastaga 2,5 korda, siis aktsiis sigarettidele on kasvanud ligi 4,6 korda. 2011. aastal moodustavad aktsiisimaks ja käibemaks kokku sigarettide lõpphinnast juba enam kui 80 %. (Võrk, Karma 2010: 3-4). Aktsiisid, tõstes oluliselt kaupade hinda, peaksid selle tulemusena vähendama tarbimist. Eestis ongi vähenenud näiteks alkoholi või ka mootorikütuse tarbimine, mida võib vähemalt osaliselt seostada kõrgemate aktsiisimääradega. Kuid et kõigi aktsiisiga maksustatud toodete nõudlus on hinna suhtes siiski väheelastne, näiteks tubakatoodete puhul on Eesti kohta hinnatud elastsuseks 0,3-0,4, siis toob aktsiiside tõus kaasa küll tarbimise keskmise vähenemise, kuid samal ajal siiski ka riigieelarve tulude kasvu. Viimast vähendab küll osaliselt varimajanduse kasv. (Võrk, Karma 2010:3-4)

Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seaduse kohaselt maksustatakse aktsiisiga alkohol, tubakatooted, kütus, elektrienergia ja pakend. Antud lõputöös on põhirõhk tubakaaktsiil. Tubakaaktsiisi objekt on tubakas ja tubakatooted. Tubakas on taim perekonnast *Nicotina*. Tubakatooted on sigar, sigarello, sigaret, suitsetamistubakas ja närimistubakas. (Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus, 01.04.2003). Tubakaaktsiisi kogutakse erinevate tubakatoodete pealt eraldi, mis moodustab terviku tubakaaktsiisist. Lahti kirjutatult koosneb tubakaaktsiis sigarettide aktsiisist, sigarellode aktsiisist, sigarettide aktsiisist ja muu tubakatoodete aktsiisist. Tubakaaktsiisist 99 % moodustab sigarettide aktsiis ja tubakaaktsiis omakorda tervest aktsiisitulust 20 %. (Riigieelarvesse...2012, autori koostatud)

Tubakaaktsiis erineb teistes aktsiisidest selle poolest, et kõige levinuma tubakatoote-sigarettide- aktsiisimäär koosneb fikseeritud määrast ja proportsionaalsest määrast. Proportsionaalne maksumäär võeti Euroopa Liidu direktiivi nõuetest lähtuvalt Eestis kasutusele 1. juulist 2001. Muude tubakatoodete maksustamisele kasutatakse fikseeritud määrasid. Sigarettide aktsiisimäär koosneb fikseeritud määrast 1000 sigareti kohta ja sigarettide maksimaalse jaehinna alusel arvutatud proportsionaalsest määrast. Fikseeritud määr on 45,00 eurot ja proportsionaalne määr 33 protsenti sigarettide maksimaalsest jaehinnast. (Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus, 01.04.2003). Järgnevas tabelis on välja toodud võrdlus selle kohta, milliseid tagajärgi tubakatoodete maksumäära liigid kaasa toovad.

Tabel 1. Proportsionaalse ja fikseeritud maksumäära mõju võrdlus (Virve 2011)

FIKSEERITUD TUBAKAAKTSIISI MÄÄR	PROPORTSIONAALNE TUBAKAAKTSIISI MÄÄR
Säilitab tubakatoote kvaliteeti, sest kvaliteetsem tubakatoode ei ole oluliselt kallim vähemkvaliteetsest.	Vähendab kvaliteeti, sest lisandub hinnale ja tootjad püüavad hinda hoida võimalikult madalal ning tarbija hakkab samuti eelistama odavamast, kuid vähemkvaliteetset toodangut.
Vähendab odavamate brändide kättesaadavust ja tootemarkide valikut.	Säilitab enam madala hinnaga ja atraktiivsemate toodete valikuid turul.
Vähendab hinnaerinevusi.	Piirab tootjate võimalusi, tugevam hinnakonkurents. Atraktiivne situatsioonis, kus tootjatel on teatav monopolne võim ning tootevalik on kitsas.
Sobilik juhul, kui maksustamise üheks eesmärgiks on muuta välismõju, mis on toote väärtuse asemel pigem seotud kogusega, st ohjeldab tarbimist.	Ei vähenda tarbimist, sest arvestatakse hinna pealt ning tarbija hakkab eelistama odavamat kaupa, kuid kogus ei muutu.
Kogutakse tootmis-, importimis- või hulgimüügi staadiumis ning on lihtne ühikutes arvestada.	Tekitab probleeme, kui hulgimüügi tasandil rakendatakse aktsiisi, mille määr on arvestatud jaemüügi hinna põhjal, takistades jaemüüjatel kaubelda kõrgema või madalama hinnaga.
Minimeerib EL liikmesriikide vahelist piiriülest kaubandust.	Eelistatud, kui odavam bränd on kodumaise päritoluga, kaitses kodumaiseid tootjaid.
Suurendab illegaalset kaubandust.	Piirab illegaalset kaubandust.

Tubakaaktsiisi tasumine toimub maksumärkide ostmise teel. Tegemist on erandliku maksumenetlusega. Maksumärgistamist reguleerivad ATEKS-i §-d 61-65. Maksumärk kinnitatakse tubakatootele või selle müügipakendile. Sigarettide maksumärgile trükitakse sigarettide maksimaalne jaehind. Tubakatoode võib maksumärgistada aktsiisilaos tollilaos või välismaal (nt kohe tootmisel ja pakendamisel). Füüsilise isiku Eestisse imporditud ja impordil maksustatud tubakatooteid ei märgistata, kuid selliste tubakatoote kauplemine on keelatud. Aktsiisilaopidaja või importija tellib maksumärgid tollilt. Aktsiisi tasumine kohustus tekib tubakatoote väljastamisel aktsiisilaos, kuid laopidaja ei ole maksumärke 90 päeva jooksul tubakatoodele paigutanud, siis peab ta maksumärkidele vastava aktsiisi tasuma 91. päeval. (Lehis 2009:440)

Maksumärgistatud tubakatooteid võib importida ja teisest liikmesriigist vastu võtta üksnes maksumärkide tellija. Aktsiisiga maksustamata maksumärgistatud tubakatooteid on lubatud

lähetada aktsiisilaopidaja poolt teisele aktsiisilaopidajale, kui Maksu- ja Tolliametile on kirjalikult teatatud lähetatavatele tubakatoodetele või nende müügipakenditele kinnitatud maksumärkide numbrid. Aktsiisist vabastatakse tubakatooted, mida tarbitakse õhu- või veesõiduki pardal liikmesriikide vahelise reisi ajal. Kaasamüüdavatele tubakatoodetele aktsiisivabastus ei kohaldu. (Tubakaaktsiis...19.02.2013)

Eesti on Euroopa Liidu liikmesriik ning sellega seoses on Eestil kohustus harmoneerida oma maksusüsteem (sh aktsiisipoliitika) Euroopa Liidu nõuetele vastavaks. Praeguseks on Euroopa Liit harmoneerinud kaudse maksustamise. Harmoniseerimise eesmärgiks on majandusliidu loomine, mille raames valitseb aus konkurents ja mille tunnusjooned sarnanevad liikmesriikide siseturgude omadega. Harmoniseerimise eesmärgi saavutamise eelduseks on see, tubakatoodete tarbimist mõjutavate maksude rakendamine liikmesriikides ei moonutaks konkurentsitingimusi ja ei takistaks tubakatoodete vaba liikumist ühenduse piires. Tubakatoodete aktsiisi tuleb harmoneerida järk-järgult. Direktiivi 95/59/EÜ järgi peab riik harmoneerima tubakatooteid, milleks on sigaretid, sigarid ja sigarillod, suitsetamistubakas. (Nõukogu direktiiv 95/59...1995). Aktsiisimaksude harmoneerimise progress on Euroopa Liidus olnud aeglane, kuna erinevused maksumäärades ja maksustatavate toodete osas on suured. Vastu on võetud mitmeid direktiive eesmärgiga luua erinevate kauba gruppide osas, sealhulgas ka tubakatoodetele, ühtne maksubaas ning määrata kindlaks maksuvabastused. (Timpmann 2002:424). Euroopa Liiduga liitudes andis Eesti ära õiguse reguleerida maksupoliitikat, mis puutub kokku kaudsete maksudega. Euroopa Liidu maksumäärad on tunduvalt kõrgemad, kui seda on Eestis, seega peab Eesti harmoneerima oma maksupoliitikat vastavalt Euroopa Liidu nõuetele. Tubakatoote maksumäärad on tõusnud järjepidevalt iga laasta, et jõuda Euroopa Liidu nõuetele vastavaks. Maksumäärade harmoneerimine mõjutab tubakatoote tarbijad, sest aktsiisi tõstmisel kallineb ka toote hind.

2011. aasta alguses hakkas kehtima uus tubakatoodete maksumäärade direktiiv 2010/12/EL, mis annab liikmesriikidele palju rohkem paindlikkust määrata oma aktsiisistruktuurid. (Lehis 2011). Euroopa Liidus on tubakatoodetele kehtestatud aktsiisimaksud maailma kõrgeimad, jäädes vahemikku 51,85 % – 79,58 % jaehinnast. Eestis on proportsionaalse määra osakaal jaehinnast võrdne fikseeritud määraga ehk alates 01.07.2009 osakaal 31 %, alates 01.01.2010 osakaal 33 %. (Virve 2011). Eelpool viidatud uue direktiiviga tõstetakse kogu Euroopa Liidus sigarettide minimaalset nõutavat aktsiisimäära: 2011. aastal on see 64 eurot 1000 sigareti kohta (1,28 eurot 20-se paki kohta), 2014. aastaks peab see tõusma 90 eurole (1,80 eurot paki

kohta). Kuigi Eesti sai selles osas üleminekuperioodi 2018. aastani, soovib Eestis ennetada viisaastakuplaani täitmist viie aastaga ja jõuda nõutud määrani juba 2013. aastal. Eelmisel aastal vastu võetud ATKEAS muudatuse kohaselt tõusis tubakaaktsiis 2011. aastal 10 % ning tõuseb 2012. aastal veel 10 % ning tänavu 15. juunil võeti vastu järgmine seadusemuudatus, mis tõstab aktsiisi 2013. aastal veel 10 %. (Lehis 2011). Tubakaaktsiisi tõstmine on viimastel aastatel täitnud oma fiskaalset eesmärki ehk riigieelarvesse on laekunud rohkem aktsiisitulu. 2011. aastal saadi 21 % rohkem tulu tubakaaktsiisist, kui seda saadi 2010. aastal ja 2012. aastal laekus riigi eelarvesse tubakaaktsiis 9 % rohkem kui 2011. aastal. (Riigieelarvesse...2012, autori koostatud)

Tabel 2. Riigieelarvesse laekunud tubakaaktsiis 2010-2012. aastal (mln eurot)

2010	2011	2012
114,67	144,52	158,25

Valitsus kiitis heaks eelnõu, mille kohaselt hajutatakse 2013. aastaks kavandatud sigarettide aktsiisimäära tõus kahele aastale, et vähendada määra tõusust tulenevat mõju salaturu kasvule. Aastatel 2013 ja 2014 tõuseb sigarettide aktsiis kokku ligikaudu 12 %. Aktsiisitõusudega saavutatakse 2014. aastal kehtivad Euroopa Liidu miinimummäärad sigarettidele. (Valitsus...12.03.2013). Seega asendatakse sigarettide aktsiisi 10 % tõus 2013. aastal 6 protsendiline tõus aktsiisitõusuga nii 2013. kui 2014. aastal. 2013. aastal tõuseb sigarettide aktsiisi alammäär praeguselt 80 €/1000 sigareti kohta 84,8 euro tasemeni (Uuest.. 26.03.2013).

Alates 2014. aastast peab sigarettide aktsiisi alammäär vastama järgmistele tingimustele (Tubakaaktsiis...26.03.2013):

1. Aktsiisimäär on 90 eurot 1000 sigareti kohta sõltumata jaehinnast.
2. Aktsiis peab moodustama vähemalt 60 % sigarettide kaalutud keskmisest jaehinnast.
3. Aktsiisimäär peab koosnema fikseeritud määrast ja proportsionaalsest määrast, kusjuures fikseeritud määr ei tohi olla alla 7,5 % ega üle 76,5 % kogu maksukoormuse (käibemaks ja aktsiis) summast kokku.

Hetkel suures harmoneerimise protsessis, tubakaaktsiisi tõstmisega, suureneb veelgi oht tubakatoote legaalse kauba tarbimise vähenemine ja illegaalsete tubakatoodete tarbimise järsk suurenemine. 2011. aasta kohta läbi viidud uuringust selgub, et kõige populaarsemad sigarettide sissetoomine käib läbi Venemaa ja Läti kaudu. Kõige aktiivsemad välismaiste sigarettide suitsetajad elavad Kirde- Eestis. Sealsetest elanikest oli 2011. aastal 89 % tarbinud välismaal (peamiselt Venemaal) toodetud sigarette. Illegaalseid sigarette tarbiti samuti Kirde- Eestis kõige rohkem, 56 % sealsetest elanikest oli ostnud salasigarette. Illegaalsete sigarettide ostjaid leidis keskmisest enam ka suuremates linnades, mitte-eestlaste ning madalama sissetulekuga suitsetajate hulgas. Peamiselt osteti salasigarette nende odavama hinna tõttu, mida pidas väga oluliseks 87 % ja mõnevõrra oluliseks 10 % illegaalsete sigarettide ostjatest. (Illegaalsete...2011:11-24). Orienteeruv salaturu maht Eestis tubaka kohta on 27-31 %. Salakaubanduse kahjust hindab Maksu- ja Tolliamet tubakaaktsiisi saamatajätmisest tekkivat kahju kõige ulatuslikumaks. (Marandi 2012)

Salasigaretipaki keskmine hind oli 2011. aastal 1,56 €, aasta varem oli see 1,23 €. Kuigi salasigaretid on legaalsetest tunduvalt odavamad, on nende hinnavahe aastate jooksul vähenenud. Nii olid 2008. aastal legaalsed sigaretid keskmiselt kaks ja pool korda kallimad kui illegaalsed, 2009. aastal oli hinnavahe ligi kahekordne, 2010. aastal olid legaalsed sigaretid salasigaretidest 1,8 korda ja 2011. aastal vaid poolteist korda kallimad. (Illegaalsete...2011:17)

Kokkuvõtvalt saab järeldada, et aktsiisimaksud on üks vanimaid maksustamise vorme, sest seda on lihtne hinnata ja koguda. Aktsiisiga on eri aegadel maksustatud nii esmatarbekaupu kui ka luksuskaupu. Algselt oli sätestatud põhimõte, et aktsiisikaupu ei maksustata käibemaksuga, aga sellest loobuti kiirelt. Aktsiisi puhul kannab maksukoormust lõpptarbija, kes ostab erinevaid aktsiisiga maksustatud kaupu. Eestis on aktsiisiga maksustatud alkohol, tubakas, kütus, elekter ja pakend. Aktsiisikaup peab olema maksumärgiga märgistatud. Alates 01.04.2003 reguleerib Eestis aktsiise alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus. Aktsiisimaksu ja -määrade põhjenduseks on esitatud põhimõtet, et aktsiisitulud peavad teatud määral korvama antud toodete kasutamisest tarbijale ja ühiskonnale tekitatud kahjud ja negatiivsed mõjud. Ühtlasi on tarbimise piiramine aktsiisimaksu kaudu riigi üks eesmärkidest ehk regulatiivne eesmärk. Aktsiisimaksu fiskaalne eesmärk on riigile tulu saamine. Aktsiisimaksude suurendamise järel võib tarbijakäitumine muutuda alla poole ehk tarbitakse senisest vähem kaupu. Aktsiisimaksude tõusu iseloomustab ilmekalt nende kasv võrreldes keskmise palgaga. Kui keskmine palk tõuseb, siis aktsiis sigarettidel liigub tõusvas joones.

Tubakaaktsiis erineb teistes aktsiisidest selle poolest, et kõige levinuma tubakatoote-sigarettide- aktsiisimäär koosneb fikseeritud määrast ja proportsionaalsest määrast. Fikseeritud tubakaaktsiisi määr säilitab toote kvaliteedi aga proportsionaalne vähendab kvaliteeti, kui määr on fikseeritud, siis on hinna erinevus väiksem, kui proportsionaalsel määral. Üheks suureks miinuseks fikseeritud määral on see, et see suurendab illegaalsust, aga proportsionaalne piirab illegaalset kaubandust. Üldiselt toimub tubakaaktsiisi tasumine maksumärkide ostmise teel

Eesti on Euroopa Liidu liikmesriik ning sellega seoses on Eestil kohustus harmoneerida oma maksusüsteem (sh aktsiisipoliitika) Euroopa Liidu nõuetele vastavaks. Praeguseks on Euroopa Liit harmoneerinud kaudse maksustamise. Harmoniseerimise eesmärgiks on majandusliidu loomine, mille raames valitseb aus konkurents ja mille tunnused sarnanevad liikmesriikide siseturgude omadega. Harmoneeritavate hulka kuulub ka tubakaaktsiis, mida tuleb harmoneerida järk-järgult. 2011. aasta alguses hakkas kehtima uus tubakatoodete maksumäärade direktiiv 2010/12/EL, mis annab liikmesriikidele palju rohkem paindlikkust määrata oma aktsiisistruktuurid. Eestis kehtiv sigarettimaksumäär ei ole veel täitnud sigarettide minimaalset nõutavat aktsiisimäära. Vältimaks ühe aasta jooksul suurt aktsiisist tulenevat hinnatõusu kiitis valitsus heaks eelnõu, mille kohaselt hajutatakse 2013. aastaks kavandatud sigarettide aktsiisimäära tõus kahele aastale, et vähendada määra tõusust tulenevat mõju salaturu kasvule. Aastatel 2013 ja 2014 tõuseb sigarettide aktsiis kokku ligikaudu 12 %. Aktsiisitõusudega saavutatakse 2014. aastal kehtivad Euroopa Liidu miinimummäärad sigarettidele. Harmoneerimise protsess on mõju avaldanud legaalsele turule, kus hinnad tõusevad paralleelselt püsivate soodsate hindadega illegaalsel turul.

2. TUBAKAAKTSIISI TÕUSU MÕJU SUITSETAMIS-HARJUMUSTELE EESTIS

2.1 Tubakatoote tarbimise levik Eestis

Eestis on tarvitatud tubakatooteid juba ammustest aegadest. Tubakatoote puhul on tegelik maksumäär kõrgem, sest lisaks käibemaksule sisaldab toote hind ka aktsiisimaksu. Eestis on tarbimine lubatud täisealistele inimestele, kes on vähemalt 18 eluaastat vana. Suitsetamine on laialt levinud enamikus riikides, vaatamata sellele, et see on kahjulik harjumus. Salasigaretid on üks populaarsemaid salakaupu ning nende tarbimine ja importimine Eestisse ohustab legaalsete sigarettide tarbimist.

Eestis teostatud tarbijauuringutest selgub, et peamiselt tarbivad Eestis elavad inimesed tubakatoodetest sigarette. Sigaretiturg erineb tavalisest turust seetõttu, et pakkujateks on lisaks legaalsetele ettevõtetele ka illegaalsed müüjad, kes mõjutavad oluliselt tarbijakäitumist ning sellega seoses majanduspoliitika efektiivsust. Naaberriikidest tubakatoodete soetamise teeb atraktiivseks just sigaretipaki hinnavahe, mis Venemaaga võrreldes on mitmekordne ning Lätiga võrreldes 2 korda suurem. Samas, riigieelarve tuludes kajastub aktsiis ainult legaalset tarbimiseks lubatud tubakatoodete pealt, mille on soetanud kas turistid või Eesti elanikkond. (Virve 2011). Eestis läbiviidud tervisekäitumise uuringute alusel on Eesti 1,3 miljoni elanikust suitsetajad umbes 350 000 inimest. Täiskasvanute seas on igapäevasuitsetajaid 26,2 %. (Tekkel, Veideman 2010:50)

Suitsetamise leviku ja suitsetamisharjumuste väljaselgitamiseks analüüsiti Eestis kuni 64-aastaste elanike 2013. aastal läbiviidud ankeetküsitluste tulemusi. Küsitluse valimi moodustasid Eestis elavad tubakatoote tarvitajad. Küsitlusele sai vastata nii elektrooniliselt kui kirjalikule ankeetküsitlusele. Elektroonilisele ankeedile vastati kõige rohkem, sest see oli internetis avalikel veebilehtedel saadaval ja mugavam vastamise viis. Elektroonilist ankeeti levitautori poolt valitud ettevõttesse või firmadesse, kus esines potentsiaalseid suitsetajaid rohkem. Kirjalik ankeetküsitlus sisaldab ka Eestis eri regioonides läbiviidud tänavaküsitlusest, kus küsitaja täitis vastavalt küsitava vastustele ankeedi. Tegu oli mugavusvalimiga, sest küsitaja valis ise, kellele seas antud tänavaküsitlus läbi viidi. Protsentuaalselt moodustas tänavaküsitlus 20 % kogu vastanuist. Andmeid koguti Eesti erinevatest regioonidest: Põhja-

Eesti, Kesk-Eesti, Lõuna-Eesti, Lääne-Eesti ja Kirde-Eesti regioonid. Analüüs põhineb ligikaudu 400 inimese ankeetküsitluste vastustele (vt lisa 1). Andmed korrastati ja töödeldi Microsoft Exceli programmis.

Tubakatoote tarbimisharjumuste väljaselgitamisel võeti esmalt aluseks sooline erinevus. Visuaalsel tänavavaatlusel võib tunduda, et suitsetamine on rohkem levinud meeste kui naiste seas. Läbiviidud küsitlusest saadi kinnitust, et meeste seas on suitsetamine populaarsem. Järgnevalt tuuakse välja suitsetamisharjumused meeste ja naiste hulgas.

Tabel 3. Meeste ja naiste suitsetamisharjumused

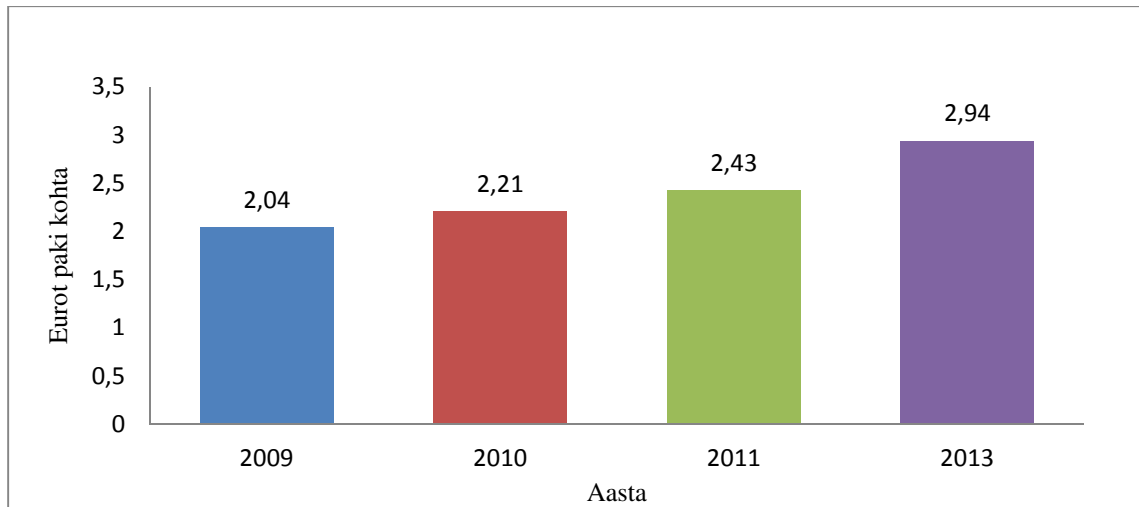
Sagedus	Mehed (%)	Naised (%)
Suitsetan suhteliselt harva (mitte iga päev)	14	19
Suitsetan päevas mõned sigaretid	19	24
Suitsetan iga päev kuni 10 sigaretti	31	42
Suitsetan kuni 20 või rohkem sigaretti päevas	35	15
Kokku	100	100

Toodud andmetest nähtub, et meeste seas on levinumad harjumused kuni 10 sigaretti päeva või kuni 20 sigaretti päevas. Seejuures naisvastajatest tarbivad, kas mõned sigaretid või kuni 10 sigaretti päevas (vt lisa 2). Keskmiselt tarbitav kogus on meestel 11 sigaretti päevas ja naistel 8 sigaretti. Võrdluseks võib tuua 2011. aastal läbiviidud uuringu põhjal tarbisid igapäevaselt suitsetajad keskmiselt 14 sigaretti päevas. Suitsetamine on rohkem küll levinud meeste kui naiste hulgas, kuid meeste osakaal suitsetajatest on järjest vähenenud. Küsitlusele vastanud tubakatoote tarbijatest selgub, et mehi oli 64 % ja naisi 36 % kogu vastanuist. Naiste keskmine kulutus tubakatootele (ühele pakile, kus on 20 sigaretti) oli kõrgem kui meeste kulutus. Mehed kulutasid keskmiselt 2,90 eurot ja naised 3,0 eurot ühele tubakapakile.

Regulaarselt tarbib legaalset kaupa 82 % küsitluses vastanuist. Legaalse kauba eelistamise põhjusteks võib olla toote pakkuja maine turul ja kvaliteet. Tarbijad usaldavad eelnevate kogemuste, teistelt saadud positiivse infoga tarbitavat kaupa. Legaalse tubakatoote kõige odavam hind oli 2,30 ja kõige kallim 4,50 eurot. Keskmiselt kulutati ühele pakile 2,94 eurot (vt joonis 1) ja enam levinud hinnad olid 3-3,20 euronit (vt lisa 2).

Legaalsete sigarettide keskmine paki hind on aastate jooksul kasvavas joones. Hinnatõusu iseloomustab kõige paremini tubakaaktsiisi järjepidev iga-aastane tõus. Kui 2011. aastal oli

keskmiseks sigaretipaki hinnaks 2,43 €, siis kahe aasta jooksul on keskmine müügihind tõusnud 2,94 € tasemele (vt joonis 1).



Joonis1. Sigaretipaki keskmine müügihind aastate lõikes

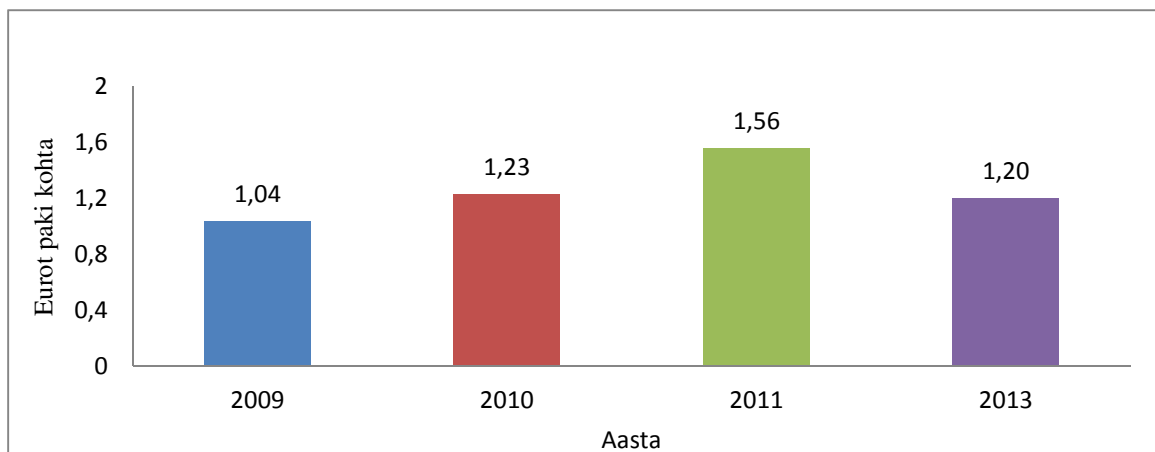
Suitsetamise levik on seotud vanusega - nooremad inimesed tarbivad tubakatooteid rohkem. Kõige rohkem suitsetajaid leidis vanusegrupis kuni 29- aastased ja kõige vähem 50 ja vanemate inimeste grupis. Alla 29-aastaste suitsetajate osakaal vastanuist oli koguni 51 %, 30- 49 vanusegrupi vastajaid oli 34 % ja 50 ja vanemad 15 %. Kõikides vanusegruppides oli meeste osakaal märgatavalt suurem ehk protsentuaalselt oli meeste keskmine 64 % ja naiste 36 % (vt lisa 2). Keskmiselt rohkem sigarette suitsetasid vanusegrupis kuni 29-aastased ja kõige vähem 50 ja vanemad. Järelikult, mida vanem vanusegrupp on, seda väiksem on tarbitav kogus päevas.

Suitsetajate osakaal sõltus ka vastajate haridustasemest. Eelnevate uuringute põhjal levinud tendents, et mida kõrgem on elanike haridus, seda vähem leidub neis suitsetajaid. Lõputöö raames läbiviidud küsitluses seda ei esinenud. Kõige rohkem suitsetajaid leidis keskharidusega inimeste hulgas ja kõige vähem põhi- ja kutseharidusega vastanute hulgas. Keskharidusega elanikud moodustasid 44 %, kõrgharidusega 22 %, kutseharidusega vastajad 18 % ja põhiharidusega 16 % (vt lisa 2).

Suitsetamisharjumused geograafiliselt jagunesid viite erinevasse regiooni - Põhja-Eesti, Kesk-Eesti, Lõuna-Eesti, Lääne-Eesti ja Kirde-Eesti regioonid. Kõige rohkem sigarette päeva kohta tarbiti Kirde- ja Lääne-Eestis (keskmiselt 11 sigaretti päevas) ja kõige vähem Lõuna- ja

Põhja-Eestis (9 sigaretti päevas). Eelnevate uuringute põhjal on olnud ka suitsetajate osakaal kõige kõrgem Kirde-Eestis.

Eesti maksupoliitika harmoneerimine toob kaasa maksumäärade tõusu. Kõige rohkem on see mõjutanud just tubakaaktsiis, sest tubakaaktsiisimäär ei vastanud harmoneerimise protsessis alguses isegi ¼ Euroopa Liidu poolt kehtestatud miinimummäärale. Maksumäärade tõus tähendab ka aktsiisikauba hinnatõusu legaalsel turul. Hinnatõus legaalsel turul aga soodustab illegaalse turu suuremat populaarsust. Läbiviidud küsitlusest selgus, et pea pooled vastajad on tarbinud illegaalset toodet ja regulaarselt tarbib illegaalseid tooteid 18 % küsitletust. Salasigarettide eelistamise põhjuseks on märgatav hinnavahe legaalse turu kaubaga. Keskmiselt kulutati ühele pakile 1.20 eurot (vt joonis 2) ja enam levinud hinnad jäid vahemiku 1,50-2,0 eurot. Illegaalsete toodete regulaarsed tarbijad tarbivad nädalas keskmiselt 53 sigaretti. Illegaalse tubakatoote kõige odavam hind oli 0.45 eurosent ja kõige kallim 2,30 eurot. Salasigarettide hind illegaalsel turul on varasematel aastatel tõusvas joones. Tuginedes küsitlejate vastustele on 2013. aastal hinnad langenud.



Joonis 2. Salasigaretipaki keskmine müügihind aastate lõikes

Kokkuvõtvalt võib järeldada, et eelnevalt teostatud tarbijauuringutest selgub, et peamiselt tarbivad Eestis elavad inimesed tubakatoodetest sigarette. Sigarettide turg erineb tavalisest turust seetõttu, et pakkujateks on lisaks legaalsele ettevõtjatele ka illegaalsed müüjad, kes mõjutavad oluliselt tarbijakäitumist ning sellega seoses majanduspoliitika efektiivsust. Atraktiivseks teeb illegaalse turu hinnad, mis on legaalsetest hindadest tunduvalt odavamad. Tervisekäitumise uuringute alusel on Eestis 1,3 miljoni elanikust suitsetajaid umbes 350 000. Suitsetamise leviku ja suitsetamisharjumuste väljaselgitamiseks analüüsiti Eestis kuni 64-aastaste elanike 2013. aastal läbiviidud ankeetküsitluste tulemusi. Küsitluse valmi

moodustasid Eestis elavad tubakatoote tarvitajad. Küsitlus viidi läbi Eesti eri regioonides ja analüüs põhineb ligikaudu 400 inimese ankeetküsitluse vastustel.

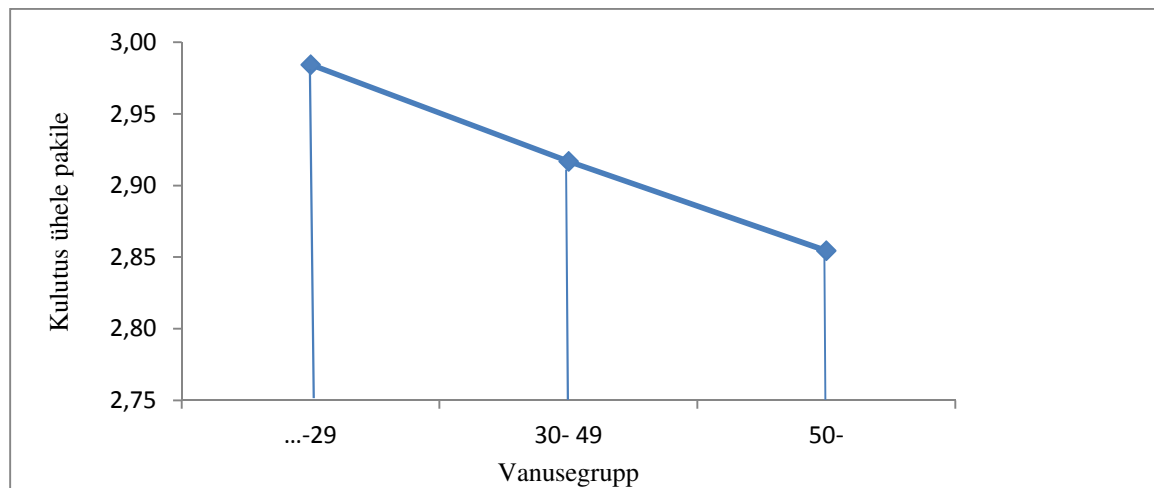
Analüüsitud andmete põhjal selgus mees vastanuid oli 64 % ja naised 36 % kogu vastanuist. Meeste keskmine tarbitav kogus oli naistest kõrgem ehk vastavalt 11 ja 8 sigaretti päevas. Keskmine tarbitav kogus jääb 2011. aastal tarbijauuringutest selgunud keskmisele alla (14 sigaretti päevas) ja meeste kulutus ühele sigaretipakile oli väiksem kui naiste kulutus. Regulaarselt tarbib legaalselt 82 % ja 18 % illegaalset toodet. Legaalsete tubakatoodete keskmine kulutus oli 2,94 eurot ja enam levinud hinnad olid 3 kuni 3,20 eurot. Legaalsete sigarettide keskmine paki hind on aastate jooksul kasvanud ja seda iseloomustab kõige paremini aktsiisi tõus igal aasta (2011. aasta keskmine hind oli 2,43, siis 2013. aastal oli selleks 2,96 eurot). Vanuseliselt oli suitsetamise levik enam populaarne kõige nooremate vastanute seas (vanusegrupp kuni 29- aastased) ja kõige väiksem levik vanemate inimeste seas (50 ja vanemad). Kõige kõrgem tarbitavus leidis aset Kirde-Eestis ja kõige väiksem Põhja- ja Kesk-Eesti regioonides. Eesti maksupoliitika harmoneerimine on avaldanud mõju tubakatoodete hindadele, mis on järk-järgult kasvanud ja kasvamise tagajärjeks võib olla tarbija suundumine illegaalsele turule, kus küsitlusest selgunud andmete põhjal enam kui poole odavamad hinnad. Keskmiselt kulutati illegaalsele tootele 1,20 ja enam levinud hindadeks olid 1,50- 2 eurot. Illegaalsete toodete hind vastanute põhjal on eelmiste aastatega võrreldes langenud.

2.2 Tubakatoote hinna mõju suitsetajatele

Hinnatõusu mõju erinevate toodete või teenuste tarbimises on alati tarbijas tekitanud pigem heaolu langust, kui selle tõusu. Tubakatoote hinnatõusu mõjutab eelkõige järjepidev tubakaaktsiisi tõstmine, mille üheks eesmärgiks on tubakatoote tarvitamise piiramine. Liitudes Euroopa Liiduga on tõusnud maksukoormus märgatavalt sealhulgas aktsiisi maksukoormus. Maksumäära tõusu saab tarbija tunda toote hinna-tõusu mõjul. Hinnatõus legaalsel turul võib viia suitsetaja illegaalsete toote tarbimisele. Igapäevane suitsetaja liikumine legaalselt turult salakaubale tähendaks omakorda väiksemat tulu riigile.

Hinnamõju saab hinnata vastavalt vanusele. Küsitlejatel paluti määrata, millisesse vanusegruppi nad kuuluvad ja kui suur on nende kulutus ühele sigaretipakile. Saadud andmete põhjal selgus, et mida vanem vanusegrupp on seda väiksem kulutus on ühele pakile. Kuni 29-

aastaste hulgas oli keskmine kulutus ühele pakile 3 eurot, 30-49 vanusegrupis oli kulutus 2,90 ja vanemate inimeste keskmine kulutus oli 2,85 eurot (vt joonis 3). Selline langev trend esines ka vanuse ja tarbitava koguse vahel, järelikult mida vanem vanusegrupp seda vähem tarbitakse ja tarbitavale kogusele kulutatakse vähem, kui nooremas eas. Järelikult hinnatõus mõjutaks rohkem vanemaid inimesi ja nende tarbimisharjumusi kui nooremaid, kes ostavad kallimalt ja tarbivad rohkem.

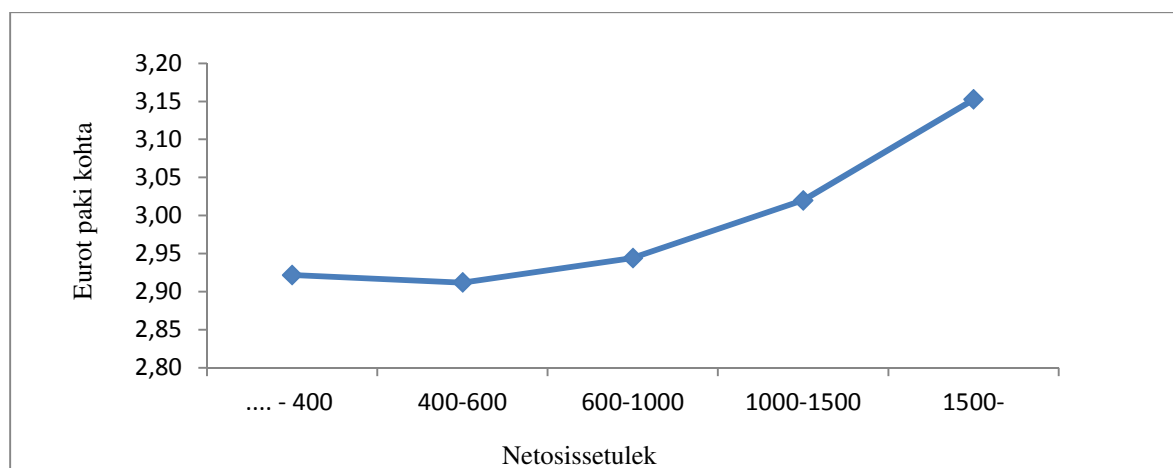


Joonis 3. Erinevate vanusegruppide keskmine kulutus ühele sigaretipakile

Tarbimismaksude puhul on maksubaasiks tarbimine. Tarbimismaksude tõusu üheks mureks jääb nende regressiivsus, see tähendab, et vaesemad leibkonnad maksavad nende maksude näol suhteliselt suurema osa enda sissetulekust. Vastupidise mõjuga makse, mille korral suurema sissetulekuga maksumaksjad peavad oma sissetulekust loovutama väiksema osa kui väiksema sissetulekuga maksumaksjad, nimetatakse regressiivseteks maksudeks. Tubakatoodete aktsiis on oma olemuselt selgelt regressiivne, see tähendab madalamad detšiilid maksavad suhteliselt enam aktsiisi võrreldes nende tarbimiskulutuste suurusega. (Vörk, Paulus, Poltimäe 2008: 60; Saar 2011:5)

Hinna mõju avaldus eri haridustasemega tarbijatele erinevalt, mida kõrgem haridustase, seda suurem kulutus oli ühele sigaretipakile (vt lisa 2). Väiksem kulutus oli põhihariduse ja kutseharidusega vastajatel ligikaudu 2,90 eurot, keskharidusega vastajate keskmine kulutus oli 2,95 eurot ja kõrgharidusega vastajate kulutus oli 3,10 eurot ühele sigaretipakile. Mida suurem on haridus seda suurem on sissetulek ja kulutus ühele sigaretipakile. Järelikult haridustasemest sõltus ka netosissetulek ehk suurema haridustaseme ja netosissetulekuga tarbijad ostavad kallimaid tooteid, kui väiksema sissetuleku ja haridusega tarbijad.

Küsitlusest selgus, et mida kõrgem on tarbija sissetulek, seda suurem on kulutus ühele sigaretipakile. Kuni 400 euro ja 400-600 euro netosissetulekuga tarbijad kulutavad keskmiselt ühele sigaretipakile 2,92 eurot, 600-1000 euro sissetulekuga tarbija kulutus oli 2,95 eurot. 1000-1500 euro netosissetulekuga tarbija kulutus on juba üle 3 euro ning 1500 ja rohkem teenivad tarbijate kulutus oli kõrgeim 3,15 eurot paki kohta (vt joonis 4). Tarbitav kogus oli erineva sissetulekuga tarbijatel võrdne ehk tarbitav kogus ei sõltunud sissetulekust. Järelikult hinnatõus mõjutab eelkõige väiksema sissetulekuga tarbijaid. Mida väiksem on sissetulek, seda rohkem kaaluvad tarbijad oma ostuprotsessi, et võimalikult väikse hinnaga saaks tarbida võimalikult palju ühikuid. Kui rikas tarbija ei ole oma ostuotsusega rahul, siis ta alustab uut ostuprotsessi, aga vaesem tarbija ei saa kohe algatada uut protsessi ressursside puudumise tõttu. Ostuotsuste tegemisel on vasema tarbija jaoks tähtis teha võimalikult väike kulutus, et tagada rahulolu toote tarbimisest, aga rikka tarbija jaoks on tähtis rohkem rahulolu kui toote hind. Hinnatõusu tagajärjel illegaalsele turule liigub enne vaesem tarbija, sest tema tarbimisharjumused on häiritud vastavalt sissetulekule. Vaesem tarbija, kelle tarbitav kogus võivad sissetuleku tagajärjel väheneda ja sellega väheneks ka tarbija rahulolu ja võimalik liikumine illegaalsele turule, kus küsitajate vastuste puhul on poole odavamad hinnad. Rikas tarbija harjumuspärane käitumine ei muutu kuna suurem sissetuleku korral on võimalik paremini turul varieeruda.



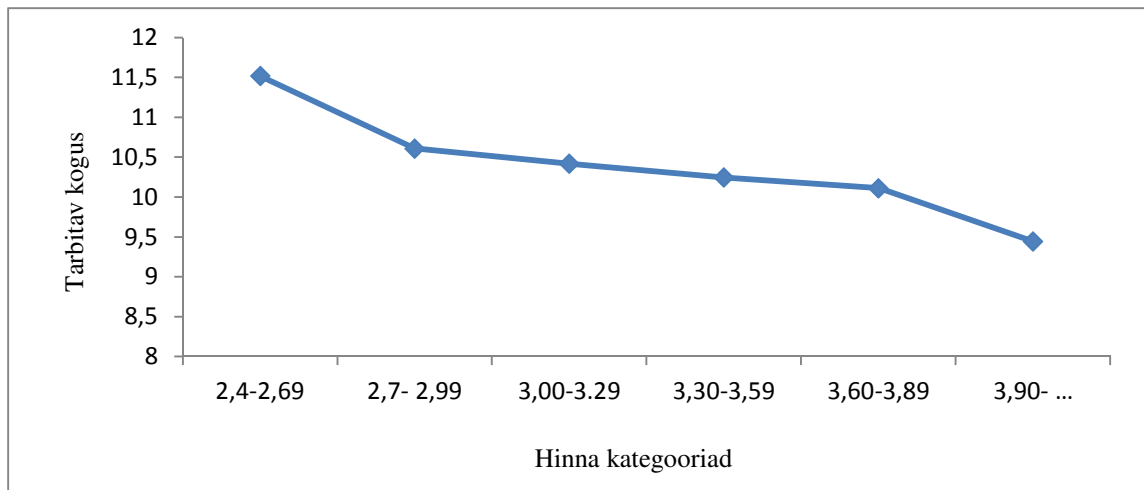
Joonis 4. Kulutused ühele sigaretipakile netosissetuleku järgi

Eesti eri regioonides olid kulutused erinevad. Kõige rohkem kulutasid ühele legaalsele tubakapakile Põhja- ja Kesk-Eesti elanikud ja väikseim kulutus oli Lõuna- ja Kirde-Eestis. Lõuna- ja Kirde-Eesti väikesemat kulutust saab seletada ka selle kaudu, et populaarsemad kohad kus salatubakat üle tuakse on Venemaa ja Läti (vt lisa 2). Regiooniliselt tarbiti

salasigarette teistest regioonidest rohkem just eelnimetatud piirkondades. Järelikult on eriti kriitiline Kirde-Eesti piirkond, kus tarbitav kogus kõige suurem ja kulutus kõige väiksem, siis selles regioonis peavad legaalse tubakatoote pakkujad rohkem võitlema paralleelselt eksisteeriva illegaalse turuga ja seepärast hoitakse hind madalamal kui teistes regioonides. Venemaa ja Läti piirid on üldiselt populaarsemad aktsiisikauba sisseveo piirkonnad, mis on mõjutanud Eesti legaalset siseturgu.

Enamus makse moonutavad inimeste käitumist ning seetõttu tekitavad efektiivsuskaod. Teisiti nimetatakse seda kadu ka liigseks maksukoormuseks, heaolukaoks või maksu täiskoormuseks (Saar 2011:10). Tarbija tarbimiskäitumise positiivne tagajärg on tarbitud kaubast maksimaalse heaolu saamine. Tarbija heaolu langus sõltub sellest, kui palju peab oma harjumuspärasest käitumist muutma. Harjumuspärane käitumine on muutunud, kui senisest tarbitavast kogusest peab tarbija vähesemaga leppima. Kaupade maksustamine mõjutab oluliselt tarbijakäitumist ja heaolu langust, mis teisalt täidab maksu regulatiivset eesmärki. Tubakaaktsiisi tõstmisega kaasneb ka sigaretipaki suurem hind ja selle tagajärjel muutub tarbija harjumuspärane käitumine ja heaolu langus.

Küsitluses paluti märkida keskmine tarbitav sigarettide arv päevas ja kulutus ühele tubakapakile. Kogu vastanute andmete põhjal jaotati hinnad viite erinevasse kategooriasse ja arvutati keskmine tarbitav kogus igas hinnakategoorias (vt joonis 5). Kõigis viies hinnakategoorias toimus langus, see tähendab seda, et mida väiksem on sigaretipaki hind seda suurem oli tarbitav kogus päevas ja kõige kõrgemas hinnakategoorias oli tarbitavus kõige madalam. Järelikult, mida kõrgem hind seda väiksem on tarbimine, mida ütleb meile ka nõudlusseadus. Võttes arvesse, et harmoneerimisprotsess kestab edasi, siis on oodata hinnatõusu ka järgnevatel aastatel, mis omakorda mõjutab veelgi tarbija harjumuspärasest käitumist. Võrreldes legaalset ja illegaalset turgu, siis legaalset turul kõrgema hinna puhul tarbiti vähem, aga illegaalsel turul selline seos ei kehtinud (hind ja tarbitav kogus oli kõikuv eri hinnaklassides). Regionaalselt avaldus hinna mõju tarbitavale kogusele kõige rohkem Kirde- ja Lõuna- Eestis ja väikseim mõju Põhja- ja Kesk-Eestis. Suurim mõju avaldatavus esines regioonides, kus esines illegaalsust kõige rohkem. Järelikult nendes piirkondades on hinnatõusu mõju tarbitavale kogusele suurim ja kuna regioon soosib illegaalsete toodete head kättesaadavust, ollakse nendes piirkondades hinna suhtes tundlikud.



Joonis 5. Hinna mõju tarbitavale kogusele kogu vastanute hulgast

Hinnatõusu mõjul legaalselt turult väljatõrjutud tarbija illegaalsele turule ei pruugi tarbija heaolu tõusta. Tarbija harjumuspärase käitumise protsess algab otsast peale, kus tarbija peab kohanema uue keskkonnaga. Tavapärase kulutusega, mis eelnevalt sai realiseeritud legaalsel turul, saab tarbida väiksema hinna puhul rohkem ühikuid. Tarbitava koguse poolest heaolu tõuseb, aga toote kvaliteedi poolest ei pruugi tõusta.

Kontrollimaks eeltoodud andmeid on lõputööraames läbiviidud regressioonanalüüs. Regressioonanalüüs on ökonomeetrilises analüüsis kasutatav põhimeetod, mis võimaldab kvantitatiivselt mõõta majandusnähtuste vahelisi seoseid. Majandusteooriast ning majandusprobleemi sisulisest analüüsist tulenevad hüpoteesid majandusnähtuste vaheliste seoste olemasolu, suuna ja ka võimaliku kuju kohta. Regressioonanalüüsi kvantitatiivseks tulemuseks on hinnatud regressioonimudel (regressioonivõrrand), mis kirjeldab statistilist seost sõltuva muutuja (endogeensemootuja) ning sõltumatu(te) (eksogeense muutuja) vahel. (Paas 2003:1)

Järgnevalt lehel tuuakse välja töös läbiidud regressioonanalüüs tulemused, kus hinnatakse mõju arvuliselt. Selleks tuuakse välja regressiooni tabel järgneval lehel (vt tabel 4). Tabeli esimeses lahtris on välja toodud sõltumatud muutujad (demograafilised mõjutegurid), teises lahtris koefitsient näitab ühikulist muutust tarbimises, P-väärtus näitab hinnatud koefitsienti statistilist olulisust ehk kui P-väärtus on alla 0,05, siis on andmed statistiliselt olulised. Alumine ja ülemine usalduspiirkond näitavad kaugust keskvaärtusest (kasutatakse tavalist 95 % usalduspiirkondi)

Tabel 4. Regressiooni tabel

	Koefitsient	P-väärtus	Alumine 95% usalduspiir	Ülemine 95% usalduspiir
Konstant	10,5066381	3,27293E-08	6,845177206	14,16809899
Hind	-1,09163784	0,064040029	-2,247286903	0,064011223
Sugu	2,261330914	0,002836098	0,781437561	3,741224267
Vanus	2,510513496	0,001103911	1,0090712	4,011955792
Sissetulek	1,347761992	0,078781299	-0,15574376	2,851267745
Regioon	-0,983613634	0,196402474	-2,478029252	0,510801984

Konstant antud töös on tarbitav kogus ja konstanti koefitsient on 10,5 ja see näitab tarbimise baastaset, kui sõltuvad muutujad oleksid nullid. Muutuvateks väärtusteks on kvalitatiivsed andmed, mis on teisendatud kvantitatiivseteks ehk hind, sugu, vanus, sissetulek ja regioon. Alustades P-väärtusest ehk andmete olulisusest, siis statistiliselt tähtsateks võib pidada hinna, soo, vanuse ja sissetuleku andmeid ja vähem tähtsamateks hariduse ja regiooni mõju. Hinnakoefitsient (-1,09) näitab, et kui sigaretipaki hinda tõsta 1 euro võrra kõrgemaks, siis tarbitakse keskmiselt 1,09 sigaretti vähem. Kui võtta küsitluse põhjal selgunud andmed, et keskmiselt tarbiti päevas ligikaudu 10 sigaretti ja sellele kulutati keskmiselt 2,95 eurot, siis tõstes sigaretipaki hinda ühe euro võrra langeb tarbitav kogus päeva kohta kümnelt sigaretilt üheksale ja aastas kohta tarbitakse 400 sigaretti vähem. Järelikult need, kes ostavad sigarette kõrgema hinnaga tarbivad vähem.

Soo koefitsient 2,3 näitab seda, et mehed tarbivad päevas keskmiselt 2,3 sigaretti rohkem kui naised. Vanusegrupid jaotati kaheks ehk kuni 29 aastased ja vanemad. Eelnevalt selgus, siis noorem vanusegrupp suitsetas rohkem kui vanemad vanusegrupid, siis arvuliselt võib välja tuua, et kuni 29 aastased suitsetavad päevas 2,5 sigaretti rohkem kui vanemad sigareti tarvitajad. Suurema sissetulekuga tarbijad ostavad kallimaid tooteid kui väiksema sissetulekuga tarbija ja sissetuleku koefitsient 1,3 näitab, et rikkamad tarbijad tarbitav kogus päeva kohta on suurem. Regionaalselt suitsetati rohkem Kirde-Eestis ja vähem Põhja-Eestis. Arvuliselt mõõtes tarbitakse Põhja-Eestis ühe sigareti võrra vähem kui teistest regioonides.

Nõudluse elastsus näitab nõutava kaubahulga suhtelist muutust, mida põhjustab nõudlusega seotud tegurite suhteline muutus. Nõudluse elastsuse väärtust iseloomustab elastsuskoefitsient. Nõudluse elastsuse koefitsient näitab nõutava kaubakoguse protsentuaalse muutuse suhet seda põhjustanud teguri protsentuaalset muutusesse. Nõudluse elastsuse üheks liigiks on nõudluse hinnaelastsus, mida antud töös ka käsitletakse. Hinna elastsus näitab

nõutava koguse reageerimise tundlikust kauba hinna muutuse suhtes. Hinna puhul leiti elastsuskoeffitsient, hinna elastsuskoeffitsient leiti valemiga $E = \frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q} = -1,09 \cdot \frac{2,94}{10,5 - 1,09 \cdot 2,94} = (-0,44)$. Järelikult leitud elastsuskoeffitsient (-0,44) tähendab 10 % hinnatõusu korral väheneks tarbimine 4,4 % võrra ehk tubakatoote tarbijate tundlikus hinnatõusu suhtes on suurenenud. Leitud elastsuskoeffitsient on jätkuvalt alla ühe ($E_H < 1$), mis näitab, et tegu on mitteelastse nõudlusega ehk nõutava koguse protsentuaalne muutus on väiksem kui hinna protsentuaalne muutus.

Kokkuvõtvalt võib järeldada, et igasugune teenuse või toote hinnatõus ei mõjuta oluliselt tarbijat käitumist. Tubakatoote hinnatõus on eelkõige tingitud järjepidev tubakaaktsiisi tõstmine. Uurimaks hinna mõju tubakatoote tarbijakäitumisele, tuleb uurida seost hinna ja koguse vahel. Esimene mõju avaldus vanuses, millest selgus, et mida noorem on vanusegrupp seda suurem on kulutus ühele sigaretipakile ja mida suurem on vanusegrupp seda väiksema hinna eest ollakse valmis toodet tarbima. Järelikult suurem mõju avaldus vanematele inimestele ja nende tarbimisharjumustele. Tarbimismaksude tõusu üheks mureks jääb nende regressiivsus, see tähendab, et vaesemad leibkonnad maksavad nende maksude näol suhteliselt suurema osa enda sissetulekust. Küsitlusest selgus, et mida kõrgem on tarbija sissetulek, seda suurem on kulutus ühele sigaretipakile. Mida väiksem oli tarbija sissetulek, seda rohkem kaaluvad tarbijad oma ostuprotsessi, et võimalikult väikse hinnaga saaks tarbida võimalikult palju ühikuid. Hinna mõju avaldus erinevalt eri haridustasemega tarbijatele, mida kõrgem haridustase, seda suurem kulutus oli ühele sigaretipakile. Sellest järeldus ka see, et kõrgemaharidustasemega tarbijal oli suurem netosissetulek ja tarbitavad sigaretipakid olid kallimad kui väiksema hariduse ja sissetulekuga vastajatel. Regionaalselt olid suuremad kulutused tarbimisele Põhja- ja Kesk-Eestis ja väiksemad Lõuna- ja Kirde-Eestis, mida saab seletada ka selle kaudu, et eelnimetatud on populaarsemad salasigaretide ületoomise piirkonnad.

Küsitluses paluti märkida keskmine tarbitav sigarettide arv päevas ja kulutus ühele tubakapakile. Klassifitseerides saadud hinna andmed viite erinevasse kategooriasse selgus, et igas hinnakategoorias toimus langus vastavalt tarbitavale kogusele. Mida kõrgem oli hind seda väiksem oli tarbitav kogus ja väiksema hinna eest tarbiti rohkem. Regionaalselt mõjutas kõige rohkem Kirde-Eestit ja väiksem mõju oli Põhja-Eestis. Suurim mõju avaldatavus esines regioonides, kus esines illegaalsust kõige rohkem. Järelikult nendes piirkondades on hinnatõusu mõju tarbitavale kogusele suurim ja kuna regioon soosib illegaalsete toodete head

kättesaadavust. Kontrollimaks eeltoodud andmeid viidi lõputöö raames läbi regressioonanalüüs. Regressioonanalüüsis hinnati mõju arvuliselt ehk toodi välja konkreetsed numbrid. Analüüsitulemused kinnitasid eelnevalt välja toodud mõjutegurite väärtust arvuliselt. Lisaks leiti hinnaelastsus koefitsient (-0,44), mis näitas, et tarbijakäitumine ei muutu oluliselt hinnatõusu suhtes.

KOKKUVÕTE

Lõputöö teemaks oli Tubakaaktsiisi tõusu mõju tarbijakäitumisele. Töö kirjutamisel lähtus autor teoreetilises pooles tarbijakäitumist mõjutavatest teguritest ja Eesti aktsiisipoliitika harmoneerimisest Euroopa Liidu miinimumnõuetest. Probleemiks on pidevalt tõusev aktsiis (sealhulgas tubakaaktsiis) ja aktsiisi tõstmine ei pruugi täita regulatiivset eesmärki ehk piirata tarbimist.

Lõputöö eesmärgiks oli uurida tubakaaktsiisi tõusu mõju tarbijate käitumisele. Eesmärgi saavutamiseks püstitati uurimisülesanded.

Esimeseks uurimisülesandeks oli anda ülevaade teguritest, mis võib mõjutada toote tarbimist. Uurimisülesanne täideti esimeses alapeatükis, kus anti ülevaade teguritest, mis mõjutavad tubakatoote tarbimist. Tarbijakäitumist on võimalik hinnata läbi tähtsate demograafiliste mõjutegurite, milleks on vanus, sugu, sissetulek, haridus ja regioon. Hindamiseks hinnatõusu mõju tarbimisele tuleb hinnata seost tarbitava koguse ja toote hinnavahel. Hinnatõusu järgnedes eeldatakse, et väheneb ka tarbimine. Nõudluse hinnaelastsusega saab mõõta nõutava koguse muutust, mis järgneb hinnatõusule. Elastsuse suurust väljendatakse elastsuskoeffitsiendi abil, mille tulemus näitab arvulist mõju tarbimisele. Kui elastsus on suurem kui 1 on tegu elastse nõudlusega ja kui väiksem, siis mitteelastse nõudlusega.

Teiseks uurimisülesandeks oli anda ülevaade Eesti aktsiisipoliitikast (täpsemalt tubakaaktsiisi) ja selle harmoneerimisest Euroopa Liidu miinimumnõuetele. Uurimisülesanne täideti teises alapeatükis. Aktsiisid on kaudsed maksud ehk maksukoormust kannab lõpptarbija, kes kasutab aktsiisikauba ettevõtluseväliselt. Eestis maksustatakse aktsiisiga alkoholi, tubakatooteid, kütust, elektrit ja pakendit. Lõputöö põhirõhk oli tubakaaktsiisil, mis on aastate jooksul järjepidevalt tõusnud. Tubakaaktsiis erineb teistest aktsiisidest selle poolest, et kõige levinuma tubakatoote- sigarettide- aktsiisimäär koosneb fikseeritud ja proportsionaalsest määrast. Eesti on Euroopa Liidu liikmesriik ja sellega seoses on Eestil kohustus harmoneerida oma aktsiisipoliitika Euroopa Liidu nõuetele vastavaks. Aastatel 2013 ja 2014 tõuseb sigarettide aktsiis kokku ligikaudu 12 % ning sellega saavutatakse Euroopa Liidu miinimumnõuded. Maksumäärade harmoneerimine mõjutab tubakatoote tarbijaid, sest aktsiisi tõstmisel kallineb ka toote hind. Tubakatoote hinnatõusuga suureneb oht legaalse kauba tarbimise vähenemisele ja illegaalse tubakatoodete tarbimise suurenemisele.

Kolmandaks uurimisülesandeks oli välja selgitada suitsetamise levik Eestis. Uurimisülesanne täideti teise peatüki esimeses alapeatükis, kus selgitati välja suitsetamise levik ja suitsetamisharjumused, selleks analüüsiti Eesti elanike ankeetküsitluse tulemusi. Küsitluse valimi moodustasid tubakatoote tarvitajad ja küsitlusele sai vastata nii elektrooniliselt, kirjalikult kui ka suuliselt. Analüüs põhineb ligikaudu 400 inimese ankeetküsitluse vastustele.

Küsitlusest selgus, et suitsetamine on populaarsem rohkem meeste kui naiste seas. Mehed tarbivad päeva kohta rohkem sigarette kui naised, aga kulutus ühele tubakale on väiksem kui naistel. Vastanute seas enamused eelistasid legaalseid tooteid illegaalsetele toodetele, põhjusteks võib olla toote pakkuja maine turul ja parem kvaliteet. Legaalsete sigarettide hinnad on aastate jooksul tõusnud, aga illegaalsete sigarettide hind on viimasel aastal langenud. Vanuseliselt suitsetasid nooremad (kuni 29. aastased) inimesed rohkem kui vanemad. Enam levinud oli suitsetamine Kirde-Eestis ja väiksem tarbimise levik oli Põhja-Eestis. Maksupoliitika harmoneerimisega kaasneb toote hinnatõus ja suureneb illegaalsete tubakatoode tarbimise oht. Regulaarselt illegaalsete tubakatoodete tarbijaid vastanute hulgast oli 18 %.

Neljandaks uurimisülesandeks oli hinnata hinnatõusu mõju tubakatoodete tarbimisele Eestis. Uurimisülesanne täideti teise peatüki teises alapeatükis. Selleks toodi välja kulutused erinevatele demograafilistele mõjuteguritele. Vanuseliselt kulutasid enam noorem vanusegrupp ja vähem kulutasid vanemad vanusegrupid. Mida kõrgem oli tarbija haridus seda suurem oli kulutus ühele sigaretipakile. Kõrgema sissetulekuga tarbijate kulutus oli ka suurem kui väiksema sissetulekuga tarbijal. Järelikult, mida kõrgem oli tarbija haridus seda suurem oli sissetulek ja kulutused olid suuremad. Regionaalselt kulutati rohkem Põhja-Eestis ja väikseim kulutus oli Kirde-Eestis. Väiksema hinna puhul tarbiti sigarette rohkem kui seda tarbiti kõrgema hinnaga tubakatoodete puhul.

Lõputöö käigus viidi läbi regressioonianalüüs, kus hinnati mõju arvuliselt. Analüüs kinnitas eelnevalt välja toodud andmeid ja tulemusi arvuliselt. Tarbija reageerimise tundlikust hinnatõusu suhtes näitab elastsuskoeffitsient. Leitud elastsuskoeffitsient oli väiksem kui üks järelikult on tegu mitteelastse nõudlusega. Järelikult aktsiisi tõstmisega kaasnev hinnatõus mõjutab tubakatoote tarbijat lühiajaliselt, aga mitte oluliselt. Järgnevate aastate aktsiisi tõusuga ei vähene tubakatoodete tarbitavus ja aktsiisi tõstmine ei täida regulatiivset eesmärki. Autori hinnangul tarbimine ei vähene hinna tõusu tagajärjel, aga oht illegaalsusele suureneb kuna hinnad on legaalsest kaubast tunduvalt odavamad ja langeva trendiga.

SUMMARY

This thesis has the title "Tobacco excise increase's effect on consumer behavior". The actuality of this thesis is, that in the last few years the tobacco tax has been constantly increased. Since joining The European Union, tax on tobacco has risen in Estonia, among excise policy. This thesis is written in Estonian and is composed of 44 pages (The content of the pages 3 and 7 annexes). The author has used 34 references. The purpose of this thesis is to examine the influence of increased price due to tobacco excise on consumer behavior. To achieve this goal, the following tasks have been set:

1. Overview of the factors that affect consumption of tobacco
2. Overview of the concept of excise tax and the harmonization of tobacco excise
3. To find out the spread of smoking in Estonia
4. To assess the effect of increased prices on tobacco consumption in Estonia

By analysing the questionnaire answers amongst consumers of tobacco, the spread of consuming tobacco products in Estonia and the effect of increased prices to consumption were found. To find out the effect of increased prices, the coefficient of elasticity of price was calculated and it shows the sensitivity of a consumer towards the increase in price. The calculated coefficient was non-elastic, which means that the consumer behavior was not affected much by increased prices. The increase in tobacco excise tax does not decrease the amount of cigarettes consumed, thus the tax does not fulfill its regulative objective. Consumers still consume cigarettes by habit, they either buy cheaper products or start consuming illegal cigarettes. Since the price trend for illegal cigarettes is descending, consuming them is held in favour.

VIIDATUD ALLIKATE LOETELU

Alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seadus 04.12.2002, jõustunud 01.01.2008- RT I 2007, 45, 319...RT I, 20.12.2012, 4

Arrak, A., Eamets, R., Soots, U., Transberg, V., Viio, A. 1991. Turumajandus economicsi alusel (mikrotasandil). Tartu Ülikooli väikefirma Eric

Becker, G. and K. Murphy. 1988. *A theory of rational addiction*. Journal of Political Economy

EUR-Lex, Euroopa Liidu Nõukogu 27. 11.1995 direktiiv, kättesaadav EUR-Lex koduleheküljel <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0059:ET:HTML>

välja otsitud 23.02.2012

Famer, P., Lyal, R. 1994. *Ec Tax Law*. Oxford Clarendon press.

Illegaalsete tubakatoodete tarbimine ja kaubandus Uuring Eestis (2010). Eesti Konjunktuuriinstituut, Majandus- ja kommunikatsiooniministerium

Jansson-Boyd, C. 2010. *Consumer Psychology*. Open University Press.

Kerem, K., Randveer, M., Vensel V. 1996. Mikroökonomika alusteooriad. Külüm kirjastus, 1996

Kaldaru, H. 1999. Mikroökonomika I. Tartu Ülikooli Kirjastuse trükikoda

Kerem, K., Keres, K., Randveer, M. 2004. Mikroökonomia alused. Külüm Kirjastus

Kuusik, A., Virk, K., Aarna, K., Sepp, L., Seppo, M., Mehine, T., Printshal, I. 2010. Teadlik turundus. Tartu Ülikooli Kirjastus

Lehis, L. Kuidas tõsta tubakaaktsiisi? Maksumaksja, 2012 nr 10.

Lehis, L. 2009. Maksuõigus. Tallinn Kirjastus Juura.

Madeo, S.A., Anderson, K.E., Jackson, B.R. 1995. *Sommerfeld's Concepts of Taxation 2. ed. Dryden*. The Dryden Press.

Maksu- ja Tolliameti juhendmaterjal, „Tubakaaktsiis“ (2013), kättesaadav internetis <<http://www.emta.ee/index.php?id=4245>> välja otsitud 19.02.2013

Marrandi, H., Milline oleks hea aktsiisipoliitika? 2012 nr 6/7

Mauring, T. 2001. Turundus alused. Tartu Ülikooli Kirjastuse trükikoda

Paas, T. Ökonomeetria põhimõtted, Loengukonspekt

Pajuste, P. 2004. Mikroökonomika, Loengukonspekt

Raju, O., Randveer, M., Kerem, K. 1999. Mikroökonomika. TEA kirjastus Timpmann K. 2001. Eesti Fiskaalpoliitika Integreerumisel Euroopa Liitu. Tartu Ülikooli

Riigieelarvesse laekunud maksud. Statistikaamet kodulehelt http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=RR01&ti=RIIGIEELARVESSE+LAEKUNUD+MAKSUD&path=../Database/Majandus/14Rahandus/08Valitsemissektori_rahandus/04Maksud/&lang=2 välja otsitud 04.04.2013

Saar, I. 2011. Maksustamise ökonomika, Loengukonspekt

Taal, A., Kiivet, R., Hu, T-W. 2004. *The Economics of Tobacco in Estonia*. World Health Organization

Tekkel, M., Veideman T. (2010) Eesti Täiskasvanud Rahvastiku Tervisekäitumise Uuring, Tervise Arengu Instituut.

Tubakaaktsiis. Eesti Rahandusministeeriumi kodulehelt <<http://www.fin.ee/index.php?id=2027&highlight=aktsiis>> välja otsitud 26.03.2013

Uuest aastast kehtima hakanud hakkavad muudatused. Tubakaaktsiis tõuseb 6 protsenti. Eesti Rahandusministeeriumi kodulehelt <<http://www.fin.ee/index.php?id=110354&highlight=hinna,t%C3%B5us>> välja otsitud 26.03.2013

Valitsus kinnitas tubakaaktsiisi määra tõusu jaotamise kahele aastale. Vabariigi Valitsuse kodulehelt <<http://valitsus.ee/et/uudised/istungid/otse-valitsuse-istungilt/71662/valitsus-kinnitas-tubakaaktsiisi-m%C3%A4%C3%A4ra-t%C3%B5usu-jaotamise-kahele-aastale>> välja otsitud 12.03.2013

van der Merwe, R. 1998. *The Economics of Tobacco Control in South Africa*. In *The Economics of Tobacco Control*. Cape Town: Applied Fiscal Research Centre.

Varimajandus Eestis. (2010). Eesti Konjunkturiinstituut.

Virve, M., Tubakaaktsiisi laekumiste ja mõjude analüüs. *Maksumaksja*, 2011 nr 5.

Vihalem, A. 1997. *Marketing: turg, toode ja tarbija*. Külüm kirjastus.

Võrk, A., Kaarma, R. Eesti maksukoormuse jaotus ja selle mõjud. *Poliitüuringute Keskus Praxis*, 2010 nr 5.

Võrk, A., Paulus, A., Poltimäe, H. 2008. Maksupoliitika mõju leibkondade maksukoormuse jaotumisele.

LISA 1. ANKEETKÜSITLUS

Olen Sisekaitseakadeemia finantskolledži kolmanda kursuse kadett, ning viin seoses oma lõputööga ``Tubakaaktsiisi mõju tarbijate käitumisele`` läbi uuringut. Käesoleva ankeedi abil püüan Teie kaasabil välja selgitada, millist mõju avaldab tubakaaktsiisi tõstmine tubakatoote tarbijale. Käesolev küsimustik on anonüümne, uuringust saadavat informatsiooni analüüsitakse ning avaldatakse üksnes lõputöös.

Oleksin väga tänulik, kui leiaksite ca 5-7 minutit aega ning täidaksite ankeet.

KUI TIHTI TARVITATE PÄEVAS TUBAKATOODET?

Suitsetan suhteliselt harva (mitte iga päev)

Suitsetan päevas mõned sigaretid

Suitsetan iga päev kuni 10 sigaretti

Suitsetan kuni 20 või rohkem sigaretti päevas

Täpsemalt sigaretti päevas.

KUI SUURED ON TEIE KULUTUSED TUBAKALE NÄDALAS

Kulutan alla 3 eurot

Kulutan 3-10 eurot nädalas

Kulutan 11-18 eurot nädalas

Kulutan 19 või rohkem eurot nädalas

KUI SUUR ON TEIE KULUTUS TUBAKALE (ühele pakile, kus on 20 sigaretti)

.....

KAS OLETE TARBINUD ILLEGAALSEID TUBAKATOOTEID?

Jah / Ei

(Kui vastasite „Ei“ siis võite kaks järgnevat küsimust vahele jätta)

MITU SALASIGAETTI TARBITE:

päevas:

nädalas:

kuus:

KUI OLETE OSTNUD ILLEGAALSET TUBAKAT, SIIS KUI SUUR OLI TEIE KULUTUS (ühele pakile, kus on 20 sigaretti)

.....

MIS ON TEIE LIGIKAUDNE NETOSISSETULEK KUUS?

... - 400 eurot

400 - 600 eurot

600 – 1000 eurot

1000-1500 eurot

1500- .. eurot

Ei soovi avaldada

TEIE HARIDUSTASE

Algharidus

Kõrgharidus

Kutseharidus

Põhiharidus

Keskharidus

TEIE ELUKOHA REGIOON

Põhja-Eesti

Kesk-Eesti

Kirde- Eesti

Lõuna- Eesti

Lääne-Eesti

TEIE VANUS

... - 29

30- 49

50- 64

65- ..

TEIE SUGU

Mees

Naine

TÄNAN VASTAMAST !

ÜLDISELOOMUSTUS

Regiooni järgi

Põhja-Eesti	136	35 %
Kesk-Eesti	54	14 %
Kirde- Eesti	45	12 %
Lõuna- Eesti	93	24 %
Lääne-Eesti	62	16 %

Kokku	390	100%
-------	-----	------

Vanuse järgi

... - 29	199	51 %
30- 49	133	34 %
50- 64	58	15 %
65- ...	0	0 %

Kokku	390	100%
-------	-----	------

Soo järgi

Mees	250	64 %
Naine	140	36 %

Kokku	390	100%
-------	-----	------

Hariduse järgi

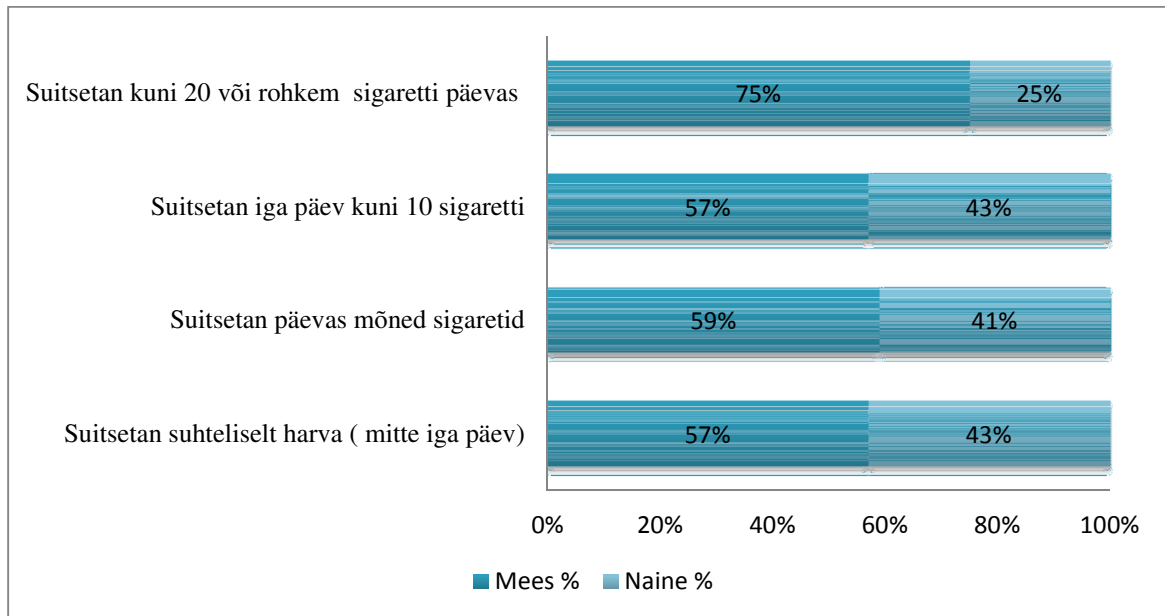
Alg- ja põhiharidus	63	16 %
Kutseharidus	71	18 %
Keskharidus	173	44 %
Kõrgharidus	83	21 %

Kokku	390	100%
-------	-----	------

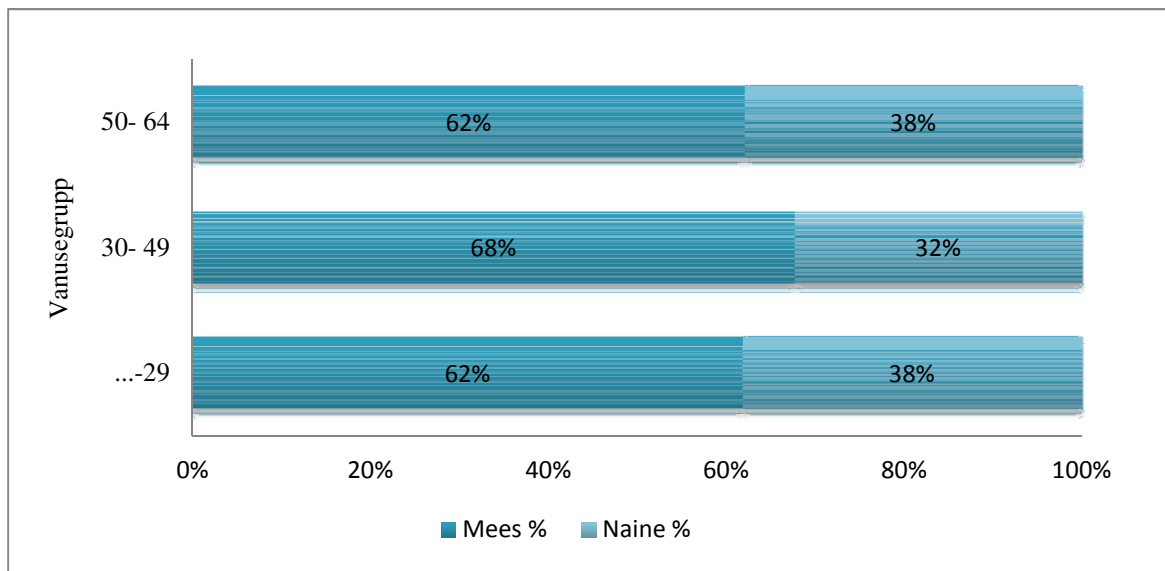
Netosissetuleku järgi

Ei soovi avaldada	26	7 %
... - 400	93	24 %
400 - 600	80	21 %
600 - 1000	109	28 %
1000 - 1500	61	16 %
1500 - ..	21	5 %
Kokku	390	100%

LISA 2. SUITSETAMISHARJUMUSED

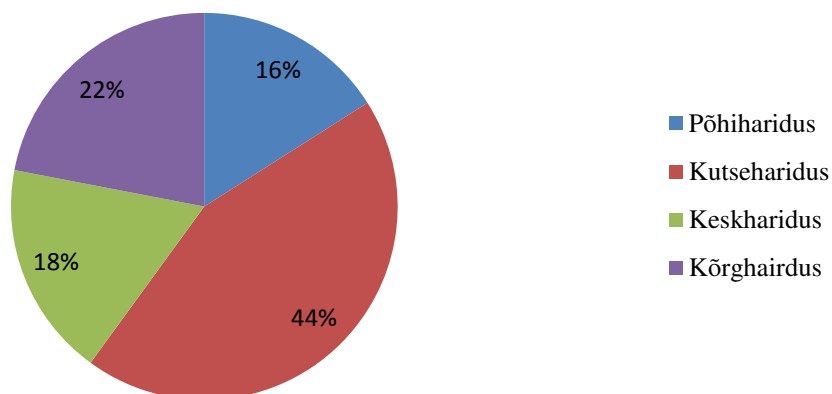


Meeste ja naiste suitsetamisharjumused (protsentuaalselt)

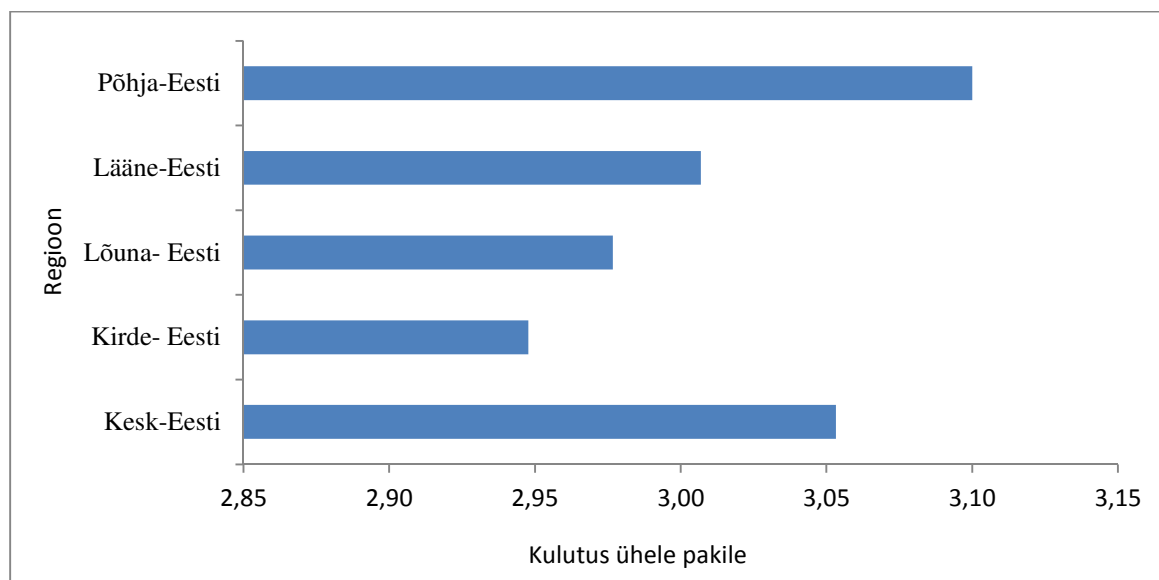


Meeste ja naiste suitsetamine vanusegruppide järgi (protsentuaalselt)

Tubakatoote tarbijate haridus



Suitsetamisharjumused haridustaseme lõikes (protsentuaalselt)



Keskmine kulutus ühele sigaretipakile regionaalselt (eurodes)