

## MIS MÕJUTAB ALKOHOLSE JOOGI VALIKUT EESTIS?

Viktor Trasberg<sup>1</sup>  
Tartu Ülikool

Artikli eesmärgiks on selgitada alkoholi tarbimist mõjutavaid aspekte Eestis. Täpsemalt, püütakse määratleda, millised sotsiaalmajanduslikud tegurid iseloomustavad mingit konkreetset alkoholiliiki eelistavaid tarbijaid. Alkoholiliikide all peetakse silmas kolme peamist, mis on eristatavad nende kanguse järgi – õlu, vein ja kange alkohol. Alkoholi tarbimise eelistuste uurimine võimaldab paremini mõista tarbijate käitumist, mis on alkoholi- ja maksupoliitika kujundamisel väga oluline.

Üksikisiku joogivalik määrab tihti joomise sageduse, samuti alkoholi tarbimise tingimused (nt toit), mis on seotud tarbimisprotsessiga. Joogieelistused määravad ka peamiselt riigi alkoholitööstuse fookuse ja mahu ning mõjutavad ka muid majandusharusid. Seetõttu on oluline arvestada sotsiaalmajanduslike tegureid, mis suunavad Eesti inimesi eelistama ühte või teist liiki alkoholset jooki.

Eestis on eelnevalt uuritud alkoholsete alkoholitarbimise struktuuri. Puuduvad aga uuringud erinevat liiki alkoholsete jookide tarbijate kui rühma grupi üldisi tunnuste lõikes. Seega on käesolev uuring oluline tarbijate käitumise mõistmiseks, mis omakorda annab olulise panuse alkoholipoliitika kujundamisse.

Artiklis kasutatakse andmeid Eesti (Balti) alkoholitarbijate uuringut, mis viidi läbi IARD (USA) poolt 2016. aastal (vt. koduleht [www.iard.org](http://www.iard.org)). Eesti valimisse kaasati kokku 1250 inimest.

Alkoholi valik jookide liikide kaupa sõltub paljudest aspektidest, sealhulgas indiviidi eelistustest ja sotsiaalsetest raamidest. Rõhutame siin kahte olulist aspekti. Esimene neist on alkoholi traditsiooniline piirkonnapõhine tarbimismuster. Neid mustreid iseloomustavad peamine tarbitav alkoholse joogi liik, joomise intensiivsus, avalik purjusoleku tolereerimine ja muud aspektid.

Teine aspekt, mis mõjutab üksikisiku alkoholse joogi valikut, on seotud regulatsioonidega. Sellised regulatsioonid mõjutavad kokkuvõttes ka riigi konkreetset alkoholitarbimise struktuuri. Näiteks on kehtestatud tavaliselt alkoholitarbimise vanusepiirangud, alkoholi jaemüügi ja turustamise piirangud, samuti on alkoholitooted koormatud alkoholiaktsiisiga. Sellised raamid suunavad tarbijate eelistusi teatud liiki alkoholsete jookide suhtes. Näiteks ei ole paljudes ELi riikides veinitootmine (ja seega ka tarbimine) alkoholiaktsiisiga koormatud. Samamoodi maksustavad paljud riigid õlut suhteliselt madalamalt kui muid alkoholitooteid.

Millised on alkoholitarbimise piirkondlikud mustrid? Tavaliselt liigitatakse neid kui Lõuna-Euroopa (ka Vahemerelest), Kesk-Euroopa ja Põhjamaadele iseloomulikke

---

<sup>1</sup> Viktor Trasberg, *Ph.D.*, Tartu Ülikooli majandusteooria dotsent, J.Liivi 4, Tartu, [viktor.trasberg@ut.ee](mailto:viktor.trasberg@ut.ee)

tarbimismustrit. Vahemere alkoholitarbimise mudelit iseloomustab spetsiifiline tarbimisviis – peamine alkoholne jook on vein, tavapärane on igapäevane tarbimine ja avalik purjusolek ei ole sallitav. Sellest erinev on õllejoomisel põhinev Kesk-Euroopa tarbimiskultuur. Põhjamaade alkoholitarbimise mudelit iseloomustab tugev alkoholi-  
tarbimine, ebakorrapärsed joomisharjumused ning sagedane liigtarbimine. Ilmselgelt on Eesti alkoholi tarbimisharjumused mõjutatud lähedalasuvatest Põhjamaadest (tugeva alkoholi tarbimise piirkonnast) ja Kesk-Euroopa õllekultuurist. Kiiresti globaliseeruvast maailmas (eriti Euroopa kontekstis) toimub piirkondade joomisharjumuste ühtlustamine. Seetõttu kaotavad traditsioonilised joomisharjumused mingil moel oma eristusvõime ning pigem keskendutakse konkreetsete tarbijarühmade spetsiifilisele käitumisele.

### **Sotsiaalmajanduslikud omadused ja joogivalik**

Eesti tarbijate alkoholi eelistuste mõistmiseks on oluline üldistada tarbijate rühmade sotsiaalmajanduslikke tunnuseid. Selleks on kategoriaalsed tunnused nagu vastaja sugu ja asukoht (linna- või maapiirkond). Muud muutujad on vastaja vanus, haridus (aastates), igakuine kasutatav tulu eurodes, alkoholi kogutarbimine liitrites (arvutatud puhta alkoholi baasil) ja alkoholi aktsiisimaksude osakaal sissetulekutega võrreldes. Tavaliselt koormatakse aktsiisiga eri liiki alkoholi tooteid. Need aktsiisimaksud määravad tarbitava alkoholiühiku suhtelise hinna, mis võib lõppkokkuvõttes tarbija joogivalikut suunata. Tavaliselt on alkoholiaktsiisid sissetulekutega võrreldes regressiivsed. See tähendab – madalama sissetulekuga inimesed kulutavad suhteliselt rohkem alkoholi võrreldes kõrgema sissetulekuga inimestega.

Kokku sisaldas vastajate valim 1250 inimest. Valimi suurim vastajate rühm on linnades elavad veini tarbivad naised; teine suurim grupp uuringus on õlletarbijatest mehed, kes elavad maapiirkondades. Alkoholi tarbijatest kõige väiksem rühm on veini eelistavad mehed. Valimis on ka 235 alkoholi mitte-tarbijat, mis moodustab 18,8% kogu elanikkonnast.

Nagu statistilised tulemused näitavad, siis on kange alkoholi tarbijatel madalaim kasutatav sissetulek kui veini ja õlletarbijatel. Kõrgeim keskmine kasutatav tulu on linnades elavatel inimestel; madalaim sissetulek on maapiirkondades kanget alkoholi tarbivate naiste rühmal. Selline tulemus on üldiselt kooskõlas tavaarusaamaga alkoholitarbijate sissetulekute tasemest.

Arvestuslik aktsiisikoormus tuludega võrreldes on suhteliselt väike osa kasutatavast tulust. Madalamalt on koormatud aktsiisimaksudega naissoost tarbijad; suurim osakaal sissetulekutele on aktsiisikoormusel maapiirkondades elavatel kanget alkoholi tarbijatel meestel.

Kõikide alkoholiliikide lõikes tarbivad naised alkoholi tunduvalt vähem kui mehed. Samuti, mehed eelistavad märgatavalt rohkem kanget alkoholi kui naised. Kõrgeim alkoholitarbimine (ABV ekvivalendis) ongi selle rühma meeste hulgas. Kõige vähem alkoholi tarbiv rühm on naissoost veinijoojad, kes elavad ka maapiirkondades. Kuigi enamik naisi kuulub veinitarbijate rühma, tarbivad naissoost õlle ja kange alkoholi joojad absoluutses ekvivalendis rohkem kui naissoost veinitarbijaid.

Tavaliselt ei joo üksikisikud ainult ühte tüüpi alkohoolset jooki, vaid erinevaid jooke. Näiteks tarbivad maapiirkondade mehed, kes kuuluvad õlut eelistavate tarbijate rühma, lisaks keskmiselt ka 3 liitrit veini ja 2,4 liitrit kanget alkoholi (absoluutse alkoholi ekvivalendis). Vaatamata sellele, et veini eelistavad naised on suurim tarbimisrühm, siis nende alkoholitarbimine on üsna väike – ainult umbes 1-1,5 liitrit puhast alkoholi aastas. Nad ei joo veinile lisaks õlut, pigem mõnevõrra kanget alkoholi.

## **Mudel ja tulemused**

Artiklis on näitajatevaheliste seoste hindamiseks kasutatud ökonomeetrilist mudelit, mille abil püütakse määratleda tarbijate eelistusi nende spetsiifilistest sotsiaal-majanduslikest tunnustest lähtudes. Siinkohal kasutatakse multinoomse logistilise regressiooni mudelit, et hinnata tõenäosust, kuidas erinevad tegurid mõjutavad ühe või teise alkohoolse joogi valikut. Lisaks hinnatakse mitme muutuja kombineeritud mõju (seosed erinevate tegurite ja tarbija kuuluvusega nais- või meessoos hulka).

Meie mudelis on sõltuvaks muutujaks alkoholi tüüp – õlu, vein või kange alkohol. Vaatamata sellele, et tarbijad võivad juua mitut liiki alkoholi, siis on esimene eelistus määratletud kõige rohkem tarbitud joogiga, mis vastab puhta alkoholi ekvivalendile.

Mudel on statistiliselt oluline ja vastab hea mudeli kriteeriumidele. Kaasatud tunnused selgitavad 38,8% (pseudo  $R^2$ , Nagelkerke) sõltuva muutuja varieeruvusest. Vastavalt kasutatava mudeli omapärale võrreldakse erinevaid tarbijate rühmi ühe baasrühmaga, milleks on valitud õlle-eelistajad.

Analüüsi tulemused näitavad, et suurema tõenäosusega eelistavad naised meestest rohkem veini kui õlut. Kui vastaja on naise asemel mees, siis on tõenäosus, et inimene eelistab veini õllele vaid 9%. Erinevate Eesti piirkondade võrdlus (maa vs linn) näitab, et tõenäosus on suurem, et maapiirkondade elanikud eelistavad võrreldes linnainimestega rohkem õlut.

Kasutatava tulu suurus ei ole statistiliselt oluline näitaja alkoholi liigi valikul (võrdleme siinkohal õlle- ja veinitarbijaid). Haridustaseme muutuja on nõrgalt seotud alkoholiliigi eelistustega, siiski on tõenäolisem, et pikemalt haridust omandanud inimesed eelistavad veini õllele. Samamoodi suureneb tõenäosus eelistada veini õllele inimeste eluaastate lisandumisel.

Alkoholitarbimise kogumaht aastas ei määratle seda kas inimene eelistab õlut või veini. Samamoodi sissetulek ei ole statistiliselt oluline näitaja alkoholiliigi valimisel.

Mudel mõõdab ka erinevate kaasatud muutujate kombineeritud mõju. Ainus kombinatsioon, mis osutus mudelis statistiliselt oluliseks, oli tarbijate sooline kuuluvus koostoimes igakuiste kasutatavate tuludega. Kuid ka sellisel juhul eraldi mudeli muutujana ei ole see statistiliselt oluline.

Järgnevalt käsitletakse sellist tarbijate rühma, kes eelistab kanget alkoholi (viin, viski, konjak) õllele. Samalaadselt veinitarbimisega, eelistavad naised võrreldes meestega tõenäoliselt rohkem kanget alkoholi kui mehed. Seega, olenemata sellest, kas naised

eelistavad veini või kanget alkoholi, eelistavad nad õlut teiste alkoholiliikidega võrreldes vähem kui mehed.

Samuti eelistavad selle alkoholiliigi tarbijad maapiirkondades võrreldes linnaelanikega tõenäoliselt rohkem õlut kui kanget alkoholi. Tõenäosus on 1.6 korda suurem, et linnaelanik eelistab rohkem kanget alkoholi kui maainimene.

Kange alkohoolsete jookide puhul on igakuine kasutatav tulu oluline näitaja. See tähendab, et sissetulekute kasv suurendab tõenäoliselt õlle asemel kange alkoholi eelistamist. Siiski on seos nõrk, kuna parameeter B on nullilähedane. Sissetulekute tase Eestis seega ei määra alkoholitarbimise eelistusi.

Haridustase ei ole statistiliselt oluline näitaja, mis määratleks kange alkoholi eelistuse; küll on aga seda tarbija vanus. Kui vanus suureneb, eelistab tarbija tõenäoliselt kanget alkoholi rohkem kui õlut.

Huvitav on seos alkoholi kogutarbimise ja konkreetse alkoholieelistuse vahel.

Kui kuulute kange alkoholi kasutajate rühma, siis tõenäoliselt tarbitakse aasta jooksul vähem puhast alkoholi kui õllejoojate rühm. Mis on mõnevõrra vastuoluline tulemus, sest kange alkoholi tarbivad joovad kõige rohkem ekvivalendis kõige rohkem puhast alkoholi. Seda seletaks asjaolu, et kange alkoholi tarbijate hulgas on persoone, kelle tarbimistase on ekstreemselt kõrgel tasemel. See suurendab rühma keskmise tarbimistaseme ebaproportsionaalselt kõrgeks.

Kui inimene on kange alkoholitarbijate rühmas suhteliselt väikese sissetulekuga isik, siis eelistab ta tõenäoliselt kanget alkoholi palju enam kui suurema sissetulekuga inimene. Seda järeldame alkoholimaksude suhtelise koormuse jaotuse alusel, eeldades, et alkoholimaksud on oma olemuselt regressiivsed.

Samuti, kui inimeste sissetulek suureneb, siis suureneb tõenäosus, et naised muudavad oma eelistusi kange alkoholi asemel suurema õlle tarbimise suunas.

Kokkuvõttes, lähtudes läbiviidud analüüsi tulemustest saab tuua välja sotsiaal-majanduslikud erinevused, mis iseloomustavad erinevat liiki alkoholi tarbijaid. Artiklis toodud süsteemne alalüüs ja üldistused tarbijate karakteristikute kohta võimaldavad kujundada efektiivsemaid alkoholi ja maksupoliitikaid ning mõista tarbijate eelistusi mõjutavad tegureid.