

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Henry Tulp

**SUITSETATAVATE TUBAKATOODETE TARBIJATE  
KÄITUMIST MÕJUTAVAD TEGURID 18–59-AASTASTE  
INIMESTE NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Õppekava Ärindus, peeriala Turundus

Juhendaja: Eliis Salm, MA

Tallinn 2019

Deklareerin, et olen koostanud töö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on ..... sõna sissejuhatusesest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Henry Tulp .....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 105864TABB

Üliõpilase e-posti aadress: henrytulp@hotmail.ee

Juhendaja: Eliis Salm, MA:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

## SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE .....	4
SISSEJUHATUS .....	5
1. TARBIJAKÄITUMISE OLEMUS JA SEDA MÕJUTAVAD TEGURID .....	7
1.1. Tarbijakäitumine ja selle olemus .....	7
1.2. Tarbijakäitumist mõjutavad tegurid.....	9
1.3. Tubakatoodete tarbimist mõjutavad tegurid varasemate uuringute põhjal.....	13
2. SUITSETATAVATE TUBAKATOODETE TARBIMINE .....	18
2.1. Suitsetatavate tubakatoodete tarbimine Eestis.....	18
2.2. Erinevad alternatiivid suitsetatavatele tubakatoodetele.....	23
3. SIGARETTIDE TARBIJATE KÄITUMIST MÕJUTAVATE TEGURITE UURING .....	26
3.1. Uuringu meetod .....	26
3.2. Uuringu tulemused ja analüüs .....	28
3.2.1. Küsitlusele vastanute profiil ja seos sigarettide suitsetamisega .....	28
3.2.2 Suitsetamisega alustamise põhjused, suitsetamisega kaasnev enesetunne ning alternatiivsete toodete tarbimine praeguste ning endiste suitsetajate seas .....	34
3.2.3 Suitsetajate sigarettide tarbimist mõjutavad tegurid ning tarbijate põhjused sigarettidest loobumiseks.....	41
3.3 Järeldused ning ettepanekud .....	48
KOKKUVÕTE .....	52
SUMMARY .....	54
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU .....	56
LISAD .....	59
Lisa 1. Küsimustik koos üldandmetega .....	59
Lisa 2. Valimi ja igapäevasuitsetajate majanduslik olukord .....	69
Lisa 3. Valimi ja igapäevasuitsetajate netosissetulek kuus .....	70
Lisa 4. Enesetunne suitsetamise ajal soo ja vanuse järgi.....	71
Lisa 5. Alternatiivsete toodete tarvitamine viimase 12 kuu jooksul vanuserühmade ning suitsetamisstaatus järgi .....	72
Lisa 6. Sigarettide suitsetamise kogust mõjutavad tegurid soo järgi.....	73
Lisa 7. Sigarettide suitsetamise kogust mõjutavad tegurid vanuserühmade järgi .....	74
Lisa 8. Endiste suitsetajate sigarettidest loobumise põhjuste korrelatsioonanalüüs.....	76

Lisa 9. Praeguste suitsetajate sigarettidest loobumise põhjuste korrelatsioonanalüüs .....	77
Lisa 10. Sigarettidest loobumise põhjuste aritmeetiline keskmine suitsetamisstaatus järgi ....	78

## LÜHIKOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö uurimisprobleemiks on vähene teave suitsetatavate tubakatoodete tarbimist mõjutavatest teguritest. Sellest tulenevalt on töö eesmärgiks välja selgitada suitsetatavate tubakatoodete, eelkõige sigarettide, tarbijate käitumist enim mõjutavad tegurid 18–59-aastaste inimeste seas ning hinnata, kas alternatiivsete toodete tarbimine on kasvanud sigarettidest loobumise tagajärjel. Töö eesmärgi saavutamiseks on kasutatud kvantitatiivset uurimismeetodit. Andmete kogumiseks koostati veebipõhine küsimustik, millele vastas 617 inimest. Andmete puhastamise tulemusena moodustus 604 inimesest koosnev valim.

Uuringust selgub, et haridustaseme kasvades väheneb igapäevasuitsetajate osakaal. Samuti tuli välja, et mida rohkem on inimestel nädalas töötunde, seda suurema tõenäosusega on nad sigarettide suitsetajad. Enamus tarbijate jaoks on suitsetamine hea stressileevendaja. 58,7% tões, et suitsetamine kiirendab nende ainevahetust ning vähendab peale söömist tekkivat täiskõhutunnet. Sigarettide suitsetamise kogust vähendab kõige enam kolleegide ja sõprade mittedsuitsetamine ning regulaarne trenn. Teiselt poolt sigarettide hinnatõus, hoiatuspildid sigarettidel ning meediast kuulnud lood suitsetamise kahjulikkusest ei mõjuta kuidagi sigarettide suitsetamise kogust. Kõige enam pidasid endised suitsetajad sigarettidest loobumise põhjuseks teadmist suitsetamise kahjulikkusest tervisele. Sellele järgnesid tunne, et suitsetamine kahjustab nende tervist, suitsetamise järgne hais riietel, juustel ja kätel ning lapse sündimine. Praegused suitsetajad lõpetaksid kõige suurema tõenäosusega suitsetamise, kui neile sünniks laps. Sellele järgneb tunne, et suitsetamine kahjustab nende tervist, mure perekonna pärast ning teadmine kahjulikkusest.

Alternatiivsete toodete abil loobus kokku 40,3% endistest suitsetajatest. 73,8% inimestest, kes loobus e-sigareti abil, teeb e-sigaretti siiani. Huulutubaka puhul on see näitaja 48,6%. Sellele tuginedes usub töö autor, et sigarettidest loobumisel alternatiivsete toodete tarbimine kasvab.

Võtmesõnad: tarbijakäitumine, tubakatooted, suitsetamine, sigarettidest loobumine

## SISSEJUHATUS

Tubakatoodete tarbimine on üks suurimaid rahvatervisega seotud ohtusid kogu maailmas. Maailma Terviseorganisatsiooni WHO andmetel tapab tubakatoodete tarbimine üle 7 miljoni inimese aastas, kellest rohkem kui 6 miljonit on surnud otsese tarbimise tagajärjel. (Tobacco: Leading cause ... 2018) Maailma Panga andmetel oli 2017. aastal 7,6 surma 1000 inimese kohta (Death ... 2018), mis teeb hinnanguliselt 56 miljonit surma aastas ja kui võtta arvesse, et 7 miljonit on tubakatoodete tarbimise tagajärjel, saame, et 12–13% kõikidest surmajuhtudest ühe aasta kohta on põhjustatud tubaka tarvitamisest. Sellised kõrged statistilised numbrid tekitasidki lõputöö autoril huvi keskenduda suitsetatavate tubakatoodete tarbijate käitumist mõjutavate tegurite uurimisele.

Eesti Vabariigi valitsus ning Euroopa Liit on viimasel aastakümnel näinud palju vaeva, et üritada vähendada suitsetatavate tubakatoodete tarbimist. Sel eesmärgil on keelatud avalikes kohtades suitsetamine, tehtud rohkem teavitustööd tubakatoodete kahjulikkusest tervisele, tõstetud järjepidevalt tubakaaktsiisi, lisatud tubakatoodete pakkidele hoiatavad pildid, piiratud tubakatoodete väljapanekut ning keelustatud mentooliga maitsestatud sigarettide müük alates 2020. aastast. (Orro et al. 2017, 3)

Tuginedes Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaasile võib väita, et eelnevad tegurid on ka mõju avaldanud. Tervise Arengu Instituudi täiskasvanud rahvastiku tervisekäitumise uuringu põhjal suitsetas 2018. aastal igapäevaselt Eestis 17,2% rahvastikust. Näiteks 2012. aastal oli see näitaja 26% ja kui minna veel ajas tagasi, siis aastal 2006 oli suitsetajate osakaal 27,8% ning 2004. aastal 32,8%. (Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaas, tabel TKU50) Nende andmete põhjal võib väita, et suitsetamine on Eestis langevas trendis.

Eesti Sotsiaalministeerium koostöös Eesti Konjunktuuriinstituudiga teeb küll suuremahulist uuringut tubakatoodete turu ja tarbimise kohta Eestis iga kahe aasta tagant, aga kahjuks on see vaid üldine uuring tubakatoodete müügi ja tarbimise mahu ning tarbijate profiili kohta.

Samuti teostab uuringuid Tervise Arengu Instituut, kuid ka nendest uuringutest ei ole võimalik välja lugeda tarbijakäitumist mõjutavaid tegureid.

Lähtuvalt eelpool mainitust on käesoleva bakalaureusetöö uurimisprobleemiks vähene teave suitsetatavate tubakatoodete tarbimist mõjutavatest teguritest.

Sellest tulenevalt on töö eesmärgiks välja selgitada suitsetatavate tubakatoodete, eelkõige sigarettide, tarbijate käitumist enim mõjutavad tegurid 18–59-aastaste inimeste seas ning hinnata, kas alternatiivsete toodete tarbimine on kasvanud sigarettidest loobumise tagajärjel või on tubakatoodetest loobumine olnud tarbijate soov saada nikotiinivabaks.

Selleks, et töö eesmärk edukalt saavutada, on töö autor koostanud järgnevad uurimisküsimused:

1. Kas suitsetamise kahjulikkuse teadvustamine mõjutab sigarettide tarbijate käitumist kõige enam või on selleks teised tarbimist mõjutavad tegurid (näiteks hind, hügieen, alternatiivsed tooted)?
2. Kas huuletubaka ning teiste alternatiivsete toodete tarbimine on kasvanud sigarettidest loobumise tagajärjel?
3. Kas sigarettide tarbimine on “lahe” ehk moes?

Töö eesmärgi saavutamiseks ning uurimisküsimustele vastamiseks on töö autor kasutanud kvantitatiivset uurimismeetodit. Andmete kogumiseks koostati veebipõhine küsimustik, mille koostamisel tugineti varasematele uuringutele, töö teoreetilisele osale ning uurimisküsimuste sisule. Küsimustikule vastas 617 inimest. Andmete puhastamise tulemusena moodustus 604 inimesest koosnev valim.

Käesolev lõputöö koosneb kolmest peatükist. Esimeses peatükis kirjeldatakse tarbijakäitumise teooriat. Peatükis mõtestatakse lahti tarbijakäitumise olemus ning seda mõjutavad tegurid. Lisaks uurib autor varasemaid tubakatoodete uuringuid. Teises peatükis uuritakse suitsetatavate tubakatoodete tarbimist tänapäeva Eesti ühiskonnas ning suitsetatavate tubakatoodete alternatiive. Kolmandas peatükis kirjeldatakse uurimismeetodit, esitatakse küsitluse tulemused, analüüsitakse suitsetatavate tubakatoodete tarbijate käitumist mõjutavaid tegureid, tehakse järeldused ning lõpetuseks esitab töö autor omapoolsed soovitusel järgnevate uuringute tarbeks.

# **1. TARBIJAKÄITUMISE OLEMUS JA SEDA MÕJUTAVAD TEGURID**

Töö esimeses peatükis antakse ülevaade tarbijakäitumise olemusest ning seda mõjutavatest teguritest. Seletatakse lahti tarbijakäitumise definitsioon, selle uurimise tähtsus ning kirjeldatakse tarbijakäitumist mõjutavate tegurite nelja gruppi. Samuti uuritakse tubakatoodete tarbimist mõjutavaid tegureid varasemate uuringute põhjal.

## **1.1. Tarbijakäitumine ja selle olemus**

Iga päev ostetakse ja tarbitakse maailmas miljoneid tooteid. Inimesed vahetavad oma raha toodete ja teenuste vastu, mida nad arvavad rahuldavat nende igapäeva vajadusi ning aeg-ajalt tehakse otsuseid, mis muudavad inimeste elu mitmeks eesolevaks aastaks. Samal ajal likvideeritakse kasutatud või päevi näinud asjad. Kõik need otsused ja tegevused mõjutavad inimesi ennast, nende perekonda, sõpru, keskkonda ja ka ettevõtteid, kes neid erinevaid tooteid müüvad. (Sethna, Blythe 2016, 5)

Seega tarbijad on keerulised isikud, kes sõltuvad mitmesugustest psühholoogilistest ja sotsiaalsetest vajadustest, sealjuures needsamad vajadused ja prioriteedid on tarbijasegmentide vahel suuresti erinevad (Schiffman, Wisenblit 2015, 33).

Tarbijakäitumise valdkonnas uuritakse, kuidas inividid, grupid või organisatsioonid teevad otsuseid, mis on seotud toodete või teenuste otsimise, valimise, kasutamise ja likvideerimisega, et rahuldada vajadusi ning mõju, mida need otsused annavad tarbijale ja ühiskonnale terviklikult (Hawkins et al. 2001, 7).

Ameerika Turundus Assotsiatsioon on defineerinud tarbijakäitumist kui mõju, tunnetuse, käitumise ja keskkonna sündmuste dünaamilist koostoimet, mille tulemusena inimesed



muudavad oma väärtushinnanguid. Tarbijakäitumise dünaamilisus tähendab, et individuaalsed tarbijad, tarbijate grupid ja ühiskond laiemalt on pidevalt muutuv ja arenev, mis omakorda mõjutab oluliselt tarbijakäitumise uurimist ning turundusstrateegiate väljaarendamist. (Peter, Olson 1996, 11)

Philip Kotler ja Gary Armstrong (2001, 189) on oma raamatus “Principles of Marketing” välja toonud, et kuna inimese närvisüsteem koosneb vähemalt sama paljudest omavahel reageerivatest neuronitest kui on Amazoni metsas puudel lehti, ei ole imestamist väärt, et tarbijakäitumist on raske mõista ja seda uurida veelgi raskem.

Procter & Gamble oli esimene ettevõtte, kes tõi ühekordselt kasutatavad mähkmed Jaapani turule, kasutades sama toodet ja samu ratsionaalseid turundusmeetmeid nagu nad olid kasutanud edukalt Ameerika Ühendriikides. Jaapani tarbijad aga ei võtnud toodet omaks ning ei läinud kaua aega, kuni konkurendid olid oma tegevusega Procter & Gamble turuosa vähendanud alla 10 protsendi. Ettevõtte sai aru, et nad ei mõistnud kohalikku tarbijat ning peale tarbijauuringut muudeti mähkmete disaini muutes need märksa õhemaks. Lisaks tutvustati erivärvilisi mähkmeid tüdrukutele ja poistele ning muudeti reklaamid ratsionaalsest lähenemisest rohkem kaudseks ja emotsionaalseks. Samuti muudeti firma nimi silmapaistvamaks nii toote pakendil kui ka tootel endal. Nende muutuste tulemusena hakati Procter & Gamble mähkmeid massiliselt tarbima ning firma tõusis oma turuosaga teiseks suurimaks tarnijaks Jaapani turul. (Hawkins et al. 2001, 6)

Ülal toodud näide on hea tõestus tarbijakäitumise dünaamilisest loomusest ja näitab, et ükski ettevõtte ei tohiks eeldada, et sama turundusstrateegia töötab igal ajahetkel kõikide erinevate toodete, turgude ja tööstuste puhul. Hea näitena saab tuua veel ülemaailmselt tuntud tubakafirmat Philip Morrist, kes ebaõnnestus tegemaks 7UP kaubamärgist juhtivat brändi, kasutades selleks samu strateegiaid, mis olid varasemalt töötnud teistes tööstustes. (Peter, Olson 1996, 11–12)

Tarbijakäitumise uurimise tähtsus põhineb sellel, et see selgitab välja kuidas inividid teevad otsuseid oma vabade ressursside kulutamiseks, olgu selleks siis raha, aeg või jõupingutus, müügil olevatele toodetele. Tarbijakäitumise uuring kirjeldab, milliseid tooteid ja brände inimesed ostavad, miks nad neid ostavad, millal nad neid ostavad, kus nad neid ostavad, kui tihti nad neid ostavad, kui tihti nad kasutavad neid tooteid, kuidas nad hindavad neid tooteid peale ostmist ja kas nad ostavad neid tooteid regulaarselt. (Schiffman, Wisenblit 2015, 30)

Kokkuvõtvalt võib öelda, et tarbijakäitumine on oma olemuselt keeruline mitmesuguste koosmõjude protsess, mis kujundab inimeste väärtushinnanguid ning mille põhjal inimesed teevad otsuseid rahuldamiseks oma erinevaid eluvajadusi.

## **1.2. Tarbijakäitumist mõjutavad tegurid**

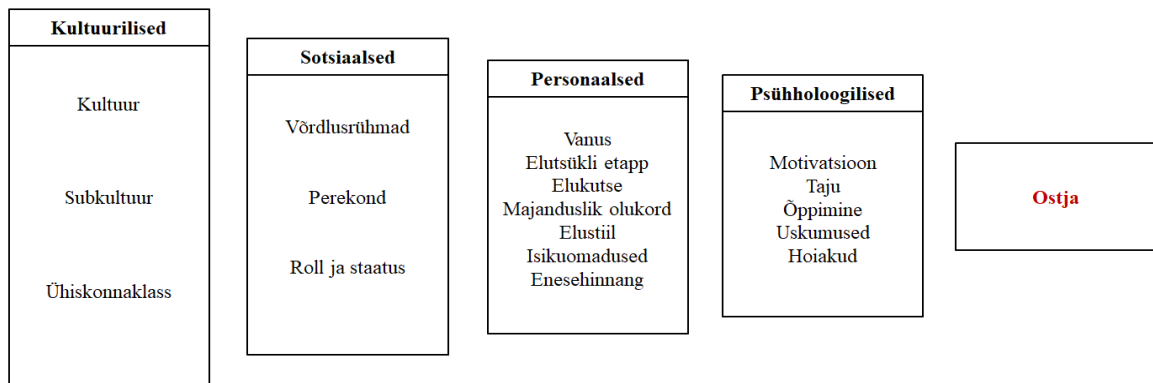
Tarbijakäitumise tundma õppimiseks on kasutatud teooriaid teistest teadusharudest. Näiteks on tarbijakäitumisel kokkupuude nelja järgneva valdkonnaga (Schiffman, Wisenblit 2015, 47):

1. Psühholoogia – uurib inimõistust ja vaimseid tegureid, mis mõjutavad käitumist (vajadused, isikuomadused, taju, kogemused ja hoiakud).
2. Sotsioloogia – uurib inimühiskonna arengut, struktuuri, funktsionaalsust ja probleeme (peamised ühiskonna grupid on perekond, sõbrad ja ühiskonnaklass).
3. Antropoloogia – võrdleb omavahel inimühiskonna kultuure ja arengut (kultuurilised väärtused, subkultuurid).
4. Kommunikatsioon – on teabe edastamine ja vahetamine isiklikult või meedia kanalite kaudu kasutades selleks veenvaid strateegiaid.

Läbi aegade on tarbijakäitumist mõjutavaid tegureid liigitatud erinevalt, kuid tegurid on jäänud üldiselt samaks. David L. Loudon ja Albert J. Della Bitta (1993, 21) liigitavad tarbijakäitumist mõjutavad tegurid sisemisteks ja välisteks teguriteks. Sisemiste teguritena käsitletakse neid, mis on tarbijaga vahetult seotud: isikuomadused, motivatsioon, tajumine, õppimine, hoiak ja elulaad (Vihalem 2008, 91). Väliste tegurite all käsitletakse majanduslikke ja demograafilisi tegureid, sotsiaalset kihistust, võrdlusrühma, arvamusiidrit, kultuurilisi ja situatiivseid faktoreid (Ibid., 104).

Philip Kotler (2013, 145) koos oma kolleegidega on liigitanud tarbijakäitumist mõjutavad tegurid nelja gruppi – kultuurilised, sotsiaalsed, personaalsed ja psühholoogilised omadused (vaata Joonis 1).

Kultuurilised tegurid on ühed peamised inimese käitumise mõjurid ning need mõjutavad peaaegu kõike, mida me teeme (Sethna, Blythe 2016, 406).



Joonis 1. Tarbijakäitumist mõjutavad tegurid

Allikas: (Kotler et al. 2013, 146)

Kultuur on inimese tahtmiste ja käitumiste peamine määraja. Juba lapsest peale omandab inimene läbi oma perekonna ja põhiliste institutsioonide kindla väärtuste, arusaamade, eelistuste ja käitumiste kogumi ning needsamad põhimõtted mõjutavad inimese tarbimiskäitumist kogu tema elu. (Kotler, Keller 2006, 174)

Kultuuri alla kuuluvad näiteks religioossed uskumused, keel, müüdid, rituaalid ning aktsepteeritud käitumisnormid ja -tavad. Religioossed uskumused mõjutavad inimese käitumist alates söögist, mida nad tohivad tarbida ja mida mitte, kuni surnud inimese matmisrituaalideni. Müüdid võivad illustreerida teatud moraalset rada, mis annab inimesele suunised tulevaseks eluks. Samuti mõjutavad inimeste käitumist rituaalid, mis on sümboolsed käitumiste kogumid ning esinevad teatud kindlatel olukordadel. Näiteks rahvusliku hümniga laulmine enne suure jalgpalli kohtumise algust. (Sethna, Blythe 2016, 407–409)

Kultuurid koosnevad väiksematest subkultuuridest, kelle liikmetel on spetsiifilisem identifitseerimine ja sotsialiseerumine (Kotler, Keller 2006, 174). Seega subkultuurid on inimestegrupid, kes küll jagavad põhilisi rahvuskultuuri omadusi, kuid kelle käitumisnormid ning käitumistavad erinevad teistest (Sethna, Blythe 2016, 415). Need tavad ja normid põhinevad faktoritel nagu rahvus, religioon, rass ja geograafiline regioon (Kotler, Keller 2006, 174).

Kultuuriliste tegurite alla kuulub veel ka ühiskonnaklass. Ühiskonnaklassid on ühiskonna suhteliselt püsivad ja korrastatud jagunemised, kelle liikmed jagavad sarnaseid väärtusi, huve ning käitumist. Klassid on kindlaks määratud mitmete tegurite koosmõjul nagu näiteks elukoht, sissetulek, haridus ning jõukus. (Kotler et al. 2013, 149)

Ameerika Ühendriikides on seitse erinevat taset: madalam madalklass, kõrgem madalklass, töölisklass, keskklass, kõrgem keskklass, madalam kõrgklass ning kõrgem kõrgklass. Klassid erinevad omavahel mitmete omaduste, näiteks riietuse, kõnemaneeeri, vabaaja eelistuste ja ostukäitumise poolest. Kui kõrgklassi inimesed eelistavad rohkem ajakirju, raamatuid ning meediakategooriatest uudiseid ja draamat, siis madalklass eelistab rohkem televisiooni, seebiooperit ja spordiprogramme. (Kotler, Keller 2006, 175–176)

Sotsiaalsed tegurid on tegurid, mis koosnevad võrdlusrühmadest, perekonnast, sotsiaalsest rollist ja staatusest. Võrdlusrühmad koosnevad kõikidest rühmadest, mis omavad otsest või kaudset mõju inimese suhtumisele või käitumisele. Võrdlusrühmad tutvustavad indiviidile uusi käitumisviise ja elustiili, nad mõjutavad hoiakuid ja eneseteadvust ning nad loovad survet ühilduma teistega. (Ibid., 176–177)

Perekonda peetakse üheks tugevaks tarbijakäitumise mõjuriks. Elu jooksul kuulub inimene tavaliselt vähemalt kahte perekonda. Üheks on vanemad ning sugulased, kellelt inimene omandab orientatsiooni religiooni, poliitika, majanduse, isiklike ambitsioonide, eneseväärikuse ning armastuse suunas. Isegi kui mingil ajahetkel oma vanematega enam nii palju ei suhelda, on nende mõju käitumisele märgatav. Teine perekond on abikaasa ning lapsed, kes mõjutavad otseselt inimese igapäeva tarbijakäitumist. (Ibid., 177) Näiteks on perekonna suurusel tähtis aspekt auto soetamisel (Stanton et al. 1991, 123).

Inimene kuulub mitmetesse gruppidesse nagu perekond, klubid, organisatsioonid ning Interneti kogukonnad. Inimese positsiooni igas grupis saab defineerida arvestades tema rolli ja staatust. Roll koosneb tegevustest, mida ümbruses olevad inimesed ootavad ja eeldavad, et teine inimene teeb. Iga rolliga kaasneb ka staatus, mis peegeldab ühiskonnas antud üldist staatust. (Kotler, Armstrong 2014, 167) Näiteks töötav naisterahvas võib olla ettevõttes tegevjuhi rollis, kodus on ta abikaasa ja ema rollis ning spordiüritusel võib ta olla paadunud fänni rollis. Tarbijakäitumine on mõjutatud just seetõttu, et tavaliselt valib inimene tooteid ja teenuseid, mis on kohased ja sobivad tema rollile ja staatusele. (Ibid., 167)

Tarbijakäitumine on suuresti mõjutatud ka personaalsetest teguritest. Inimesed ostavad erinevatel eluhetkedel erinevaid tooteid ja teenuseid. Toidu, riiete, mööbli ning vabaaja valikud on tihti seotud just vanusega. Samuti on tarbimine mõjutatud ka inimese eluetapist ning selle muutusest.

Abielu, laste saamine, kodu ostmise, lahusus, laste ülikooli minek, sissetuleku muutused, kodust väljakolimine ning pensionile minek võivad kõik mõjutada inimese tarbijakäitumist. (Ibid., 168) Näiteks kui inimene lahutab oma abikaasast, võib teda vallata stress, mille tagajärjel hakkab ta tarbima alkoholi ja sigarette. Samas vastupidiselt laste saamine võib mõjutada inimest loobuma nii alkoholist kui sigarettidest.

Personaalsete tegurite alla kuuluvad ka isiksus ning elustiil. Isiksus mõjutab tarbijakäitumist vastavalt inimese isiklikele püüdlustele, temperamendile, tunnetuslikele omadustele, õpitud kogemustele ning motivatsioonile (Giles 1990, 20).

Elustiil on inimese elamise viis, mis peegeldab tema sisemaailma ja psühholoogilisi aspekte. See koondab enda alla tegevusi (näiteks töö, hovid, sport, sotsiaalsed üritused), huve (näiteks toit, mood, perekond) ning arvamusi (inimesest endast, sotsiaalsetest probleemidest, toodetest). (Kotler et al. 2013, 155)

Lisaks eelnimetatud teguritele võib tarbijakäitumist märgatavalt mõjutada ka inimese elukoht, leibkonna suurus, kogu perekonna sissetulek ja selle kasutus (Giles 1990, 21).

Psühholoogilised tegurid on viimaseks tarbijakäitumist mõjutavaks grupiks, mis koosneb motivatsioonist, tajust, õppimisest, uskumustest ja hoiakutest.

Motivatsioon on jõud, mis ajendab inimesi tegutsema ja käituma, et rahuldada kindlat intensiivset vajadust. See peegeldab inimese peamisi põhjuseid tegutsemaks või käitumaks teatud viisil. (Schiffman, Wisenblit 2015, 82) Kõik vajadused ei ole piisavalt tugevad ning intensiivsed, et sellest kujuneks motiiv käitumiseks. Selleks peaks vajadus olema piisavalt ärritav. Näiteks turvalisus ja prestiiž on vajadused, mis võivad kujuneda motiiviks. (Stanton et al. 1991, 125)

Taju abil kogub ja analüüsib inimene informatsiooni ümbritsevast keskkonnast. Selle abil me tõlgendame ja anname tähenduse kogu meid ümbritsevale maailmale. Inimene suudab läbi selekteerimise limiteerida oma tajumist. Näiteks võib inimene muuta informatsiooni, mis on vastuolus tema uskumuste ja hoiakutega. Seega võib mõni inimene öelda, et hoolimata asitõenditest, ei usu tema, et suitsetamine võib olla tervisele ohtlik. (Ibid., 127)

Õppimine tähendab muutusi käitumises, mis on ajendatud varasemate kogemuste põhjal (Ibid., 129). Läbi õppimise mõjutab inimene oma käitumist luues uusi harjumusi või tugevdades juba olemasolevat käitumist (Giles 1990, 30).

Uskumused põhinevad personaalsel kogemusel, reklaamid ja aruteludel teiste inimestega. Uskumused toote või teenuse omaduste kohta on tähtsad, sest need loovad koos inimese personaalsete väärtustega meeldiva või ebameeldiva hoiaku, mis inimesel konkreetse toote või teenuse suhtes on. (Berkowitz et al. 1992, 124) Nagu eelnevast võib mõista, on hoiak õpitud positiivne või negatiivne reageering mingi objekti või objektide kogu suhtes (Stanton et al. 1991, 132).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et tarbijakäitumist mõjutavad väga mitmed tegurid, mida lühidalt saab grupeerida neljaks: kultuurilised, sotsiaalsed, personaalsed ja psühholoogilised. Tarbija elu erinevatel ajahetkedel mõjutavad tema käitumist ja ostuotsust erinevad tegurid, mille mõju tarbijakäitumisele võib olla nii lühiajaline kui ka jääv.

### **1.3. Tubakatoodete tarbimist mõjutavad tegurid varasemate uuringute põhjal**

Käesolevas peatükis keskendub töö autor tubakatoodete tarbimist mõjutavate tegurite analüüsimisele kasutades selleks varasemaid uuringuid. Autor uurib tegureid, mis ajendavad inimesi sigarette proovima ja tarbimist jätkama ning samuti tegureid, mis panevad tarbijaid loobuma või vähendama sigarettide tarbimist. Tegurid on koondatud nelja gruppi vastavalt Philip Kotleri tarbijakäitumist mõjutavate tegurite jaotusele.

Kõigepealt analüüsib autor tubakatoodete tarbimist mõjutavaid **kultuurilisi tegureid**. Mitmetest uuringutest on välja tulnud, et kõige tõsisemad terviseriskid ühiskonnaklasside seas esinevad madalklassides ning kesk- ja kõrgklassid on palju tervislikumad. Kui võrrelda suitsetamise osakaalu erinevate ühiskonnaklasside vahel, siis inimesed madalamates klassides on suurema tõenäosusega igapäevasuitsetajad. Nad tarbivad rohkem ning nende seas esineb vähem sigarettidest loobumist kui kõrgemate klasside puhul. (Katainen 2010, 1087-1088)

2014. aasta detsembris viidi Samoa saareriigis läbi fookusgrupi uuring arusaamaks, miks nende riigi inimesed alustavad suitsetamisega ning miks ja kuidas inimesed sellest loobuvad. Uuringus

osalejad uskusid, et usk ja religioossus võivad aidata inimesel loobuda. Kui on suurem religioosne osalus ning suuremad usulised väärtused, siis need võivad langetada suitsetamise soovi. Üks osaleja rääkis oma tädist, kes lõpetas suitsetamise, kui üks inimene tema kirikust ütles, kui kahjulik see tolle tervisele on. (McCool et al. 2017, 4)

Tarbijakäitumist mõjutavad ka **sotsiaalsed tegurid**. Samoa uuringu peaaegu kõik küsitluses osalenud väitsid, et nende esimene kokkupuude sigarettidega oli koos sõprade või koolikaaslastega ning see toimus ühiste koosviibimiste ajal (Ibid., 3).

Joel Spitzer (2003, 27), suitsetamisest loobumise õpetaja, on öelnud, et osa inimesi alustab suitsetamisega oma sõprade surve, osa tahavad näidata end vanemana ja rohkem küpsena, osa tahab näidata oma vanematele/õpetajatele, et nad kontrollivad ise oma elu ja teevad, mis nad tahavad.

Mure perekonna pärast ning perekonna surve on üks peamisi põhjuseid, miks tarbijad tahaksid sigarettidest loobuda. Endiste suitsetajate jaoks on nikotiini mõju perekonnale samuti suurimaks stiimuliks mitte alustada uuesti (McCool et al. 2017, 4). Lisaks perekonna survele loobutakse sigarettidest ka põhjusel teha oma lähedased lihtsalt õnnelikuks (Spitzer 2003, 27).

Joel Spitzeri 30 aastase kogemuse põhjal on üheks väga suureks tubakast loobumise põhjuseks sotsiaalne surve. Suitsetamist peetakse tänapäeval haisvaks, vastikuks ning isegi solvavaks tegevuseks ning suitsetajad ei tunne ennast enam nii kindlalt kui nad varem tundsid. Samuti on tubakatoodete tarvitajatel soov olla positiivne näide nii oma lastele kui ka lähedastele. (Ibid., 54)

Üheks tubakatoodete tarbimise mõjuriks on **psühholoogilised tegurid**. Joel Spitzer räägib oma raamatus “Never take another puff” loo ühest oma suitsetamisest loobumise programmist, mida ta viis läbi oma kliinikus ning kus tol hetkel osales umbes 20 inimest. Nende seas oli naine, kellel oli terminaalne kopsuvähk ning kellel oli veel elada umbkaudu 2 kuud. Naine tõdes, et ta teab, et suitsetamisest loobumisega ta enam ei päästa oma elu, aga sellegipoolest tahtis ta lõpetada. Milleks siis lõpetada, kui surm on juba ukse taga? Naine rääkis, et kui tema lapsed oli väikesed, siis nad alati pahandasid emaga tema suitsetamise üle ning palusid, et ta lõpetaks. Naine vastas neile, et nad jätaksid ta rahule. Ta ütles neile, et asi ei ole selles, et ta ei tahaks lõpetada, vaid asi on selles, et ta ei suuda. Hetkeks, kui tema lapsed olid kahe- ja

kolmekümnendates, suitsetasid neist kaks. Kui naine sai teada oma vähist, palus ta oma lapsi, et nad lõpetaksid suitsetamise. Lapsed vastasid talle, et nad tahavad loobuda suitsetamisest, kuid ei suuda. Sel hetkel sai naine aru, kust lapsed olid selle õppinud. Seega põhjus, miks surmaeelses olekus naine tahtis lõpetada suitsetamise, oli näidata oma lastele, et ta eksis. Ta tahtis tõestada nii iseendale kui oma lastele, et ta suudab sigarettidest loobuda ja kui tema suudab, siis suudavad seda ka tema lapsed. (Spitzer 2003, 24–26)

Töö autor kirjeldas eelmises peatükis nii tajumise, uskumuste kui ka hoiakute rolli inimese tarbijakäitumisele. Samoa uuringus tuli väljas, et suitsetamine oli osalejate seas laialdaselt tunnustatud vahend igavuse leevendamiseks ning ajaviiteks, kui mitte midagi muud teha ei olnud (McCool et al. 2017, 3).

Naised tajusid suitsetamist kui stressi leevendajat ning pidasid seda tegevust vajalikuks igapäeva raskustega toimetulekuks. Mehed väitsid jälle, et suitsetamine aitab parandada seedimist ning on hea tegevus peale söömist vähendamaks täiskõhu tunnet. Suurem osa meesosalejatest tundis ennast suitsetamise ajal tugevamana ning energilisemana. (Ibid., 3)

Samoa uuringus osalenute seas tuli välja veel üks väga huvitav tähelepanek. Nimelt osa tarbijaid väitis, et dramaatilised pildid suitsetamise mõjust tervisele ei motiveeri neid loobuma sigarettidest, sest nad ei ole taolist mõju näinud ei enda ega oma tuttavate seas. Üks osaleja ütles, et tal on külas üks vana naine, kes on pikalt suitsetanud ning tal ei ole midagi viga. Seega ta ei usu, et nendel pildidel kujutatud tervisekahjud võiksid olla põhjustatud suitsetamisest. (McCool et al. 2017, 3)

Neljandaks tarbijakäitumist mõjutavaks grupiks on **personaalsed tegurid**. Üheks tähtsaks sigarettide tarbijakäitumist mõjutavaks teguriks on muidugi tarbijate majanduslik olukord ning sigarettide hind. Kanada kolme suurima Provintsi (British Columbia, Ontario and Quebec) 1978. kuni 1995. aasta suitsetajate tarbijakäitumise uuringust selgus, et meesterahvaste seas on sigarettide hinnal märkimisväärne negatiivne mõju suitsetamise leviku ning suitsetatud sigarettide kogusele. Naisterahvaste seas toote hind suitsetamise levimust ega kogust ei mõjutanud. (Dedobbeleer et al. 2004, 8)



Kui vaadata suitsetamisest loobumise motivaatoreid, siis varasematest uuringutest on selgunud, et suitsetamise suur rahaline kulu on üheks suurimaks motivaatoriks. Lisaks sigarettide enda kulule, põletatakse kogemata aukusid riietesse, mööblisse või autosse, mille kulu võib olla kordades suurem (Spitzer 2003, 54). Endiste suitsetajate jaoks oligi sigarettide peale kulunud raha samuti suurimaks stiimuliks mitte alustada uuesti (McCool et al. 2017, 4).

Huvitav seos on ka töötuse määra ning sigarettide suitsetamise vahel. Saksamaa sotsiaal-majandusliku paneeli 2002. kuni 2014. aasta andmete põhjal on uuritud makromajanduslike tingimuste mõju suitsetamise tarbijakäitumisele. Selgus, et kalduvus hakata suitsetama suureneb märgatavalt majanduslanguse ajal. Iga töötusemäära ühe protsendipunkti tõusu kohta tõuseb suitsetamisega alustamise kalduvus 0,7 protsendipunkti. Samas on ka vastupidine reaktsioon juba olemasolevate suitsetajate seas. Kui töötuse määr piirkonnas tõuseb ühe protsendipunkti võrra, siis sigarettide tarbimine suitsetajate seas väheneb kuni 0,8 protsendipunkti. (Kaiser et al. 2018, 143–144)

Inimeste elustiilil on samuti oma roll suitsetamise tarbijakäitumisel. Töö autor on oma tutvusringkonna varasema vaatluse põhjal täheldanud, et inimestel, kes teevad igapäevaselt pikemaid töötunde, on suurem kalduvus suitsetada. Seda tõestab ka Austraalia (2002–2011) ning Suurbritannia (1992–2011) rahvusliku paneeli andmete analüüs. Selgus, et pikad töötunnid suurendavad võimalust, et endised suitsetajad hakkavad uuesti sigarette tarbima, vähendavad suitsetamisest loobumise tõenäosust ning suurendavad sigarettide tarbimist regulaarsete suitsetajate seas. (Angrave et al. 2014, 77) Seega, mida suuremaks lähevad töötunnid nädalas, seda enam mõjutab see sigarettide tarbimist.

Seose saab luua ka alkoholi tarvitamise ning suitsetamise vahel. Samoa uuringust tuli välja, et osa suitsetajatest hakkas sigarette tarvitama just koos alkoholiga (McCool et al. 2017, 3).

Tubakatoodete tarbimist mõjutab ka inimese haridustase. Kõrgema haridustasemega inimesed on üldjuhul rohkem teadlikumad sigarettide suitsetamisega kaasnevatest tagajärgedest kui seda on madalama haridusega inimesed. Samuti teadvustavad haritumad inimesed suitsetamisest tulenevaid ohte paremini. (Chaloupka et al. 2000)

Shanghais tehtud fookusgrupi uuringus, kus üle 70% osalejatest omasid põhiharidust või madalamat haridust selgus, et suitsetajad teadsid, et sigarettide tarbimine on tervisele kahjulik, kuid nad ei teadnud, miks see on kahjulik. Paljud arvasid, et suitsetamine ei kahjusta nende tervist kui nad suitsetavad vaid mõned sigaretid päevas või loobuvad tulevikus. (Wang et al. 2014, 5)

Seega, mida madalam on inimeste haridustase, seda vähem teatakse ning teadvustatakse suitsetamisega kaasnevat tagajärki ning seda suurem on suitsetajate osakaal.

Sigareti paki välimus on samuti üks teguritest, mis mõjutab tarbijaid ning nende taju erinevate sigaretibrändide osas. 2017. aastal Ameerika Ühendriikides suitsetajate seas läbiviidud uuringus selgus, et uudsed ning ainulaadsed värvid pakendil mõjutavad tihti inimese ostuvalikut just selle toote kasuks. Näiteks kui Marlboro bränd tõi esmakordselt turule musta pakiga sigaretid, äratas see koheselt suuremat ostuhuvi. Samuti on tähtis roll pakil oleval logol, mida iga tarbija enda jaoks erinevalt mõtestab. Mõnele tarbijale meeldis Newport brändi tagurpidine Nike sümbol, mõnele meeldis Camel brändi kaamel, sest see sümboliseerib neile kõrbe oma päikselisuse ja rahulikkusega. Kokkuvõtvalt kirjeldasid uuringus osalejad mitmeid olulisi disainielemente (värv, logo, pildid, tüpograafia), mis juhtisid nende tähelepanu, andsid toote kohta teavet ning mõjutasid nende sigareti tarbimise otsuseid. (Lee et al. 2017, 4–7)

Austraalia oli esimene riik maailmas, kes võttis alates 2012. aastast kasutusele *plain packaging* ehk brändi logota ning ühevärvilised sigaretipakid. Austraalia Tervishoiuministeeriumi tellitud uuring näitab, et *plain packaging* on aidanud vähendada sigaretipakkide atraktiivsust, tõsta tervisehoiatuste efektiivsust ning vähendada pakendi võimet eksitada inimest. Lisaks on juba näha ka väikest positiivset muutust tarbijakäitumises. Perioodil 2012 kuni 2015 langes suitsetajate osakaal 0,55 protsendipunkti ehk 108 228 inimese võrra. Austraalia Tervishoiuministeerium usub, et pakendi täielik mõju avaldub alles tulevikus. (Evaluation of ... 2018)

## **2. SUITSETATAVATE TUBAKATOODETE TARBIMINE**

“Miks inimesed tarbivad tubakatooteid?” on väga tihti esinevaid küsimusi ühiskonnas. Inimesed tarbivad tubakatooteid, sest nad on õnnetud, rahulolematud, närvilised, rahutud, üksikud, väsinud või neil on lihtsalt igav. Teiste tüüpilisemate põhjendustena on välja toodud, et need hoiavad tarbijaid kõhnematena, panevad neid paremini mõtlema või muudavad inimesi rohkem sotsiaalsemaks. Osa inimesi isegi väidab, et tubakatoode tarbimine tähistab nende rõõmsamaid eluhetki. (Spitzer 2003, 13)

Millised tooted siis kuuluvad tubakatoode kategoria alla? Tervise Arengu Instituudi kohaselt jagunevad tubakatooted kolme gruppi: suitsetatavad tubakatooted, suitsuvabad tubakatooted ning tubakatoodele sarnaselt kasutatavad tooted. Suitsetatavad tubakatooted on sigaret, mentoolsigaret, sigar, sigarillo ning vesipiip. Suitsuvabad tubakatooted on nuusktubakas, närimistubakas ning huuletubakas. Tubakatoodele sarnaselt kasutatav toote on e-sigaret. (Tubakatarvitamine: Tubakatooted ... 2019)

Käesolevas uuringus keskendub töö autor põhiliselt sigarettide kasutajate tarbijakäitumise ning suitsetatavate tubakatoode alternatiivide uurimisele. Teised eelpool mainitud suitsetatavad tubakatooted on jäetud uuringust välja põhjusel, et Euroopa Liidus on peamiseks tubaka tarbimise viisiks sigarettide suitsetamine (Mis tüüpi ... 2018) ning samuti on sigarettide tootegrupp töö autorile südamelähedasem, sest tegu on kunagise sigarettide suitsetajaga.

### **2.1. Suitsetatavate tubakatoode tarbimine Eestis**

Kõigepealt, enne numbrite esitlemist, soovib töö autor selgitada, et tubakatoode tarbimisega seotud uuringuid Eestis teostavad põhiliselt kaks asutust. Esimene neist on Tervise Arengu Instituut, kes kasutab oma uuringutes vanuserühma 16–64-aastased. Teiseks asutuseks on Eesti Konjunktuuriinstituut, kelle puhul on uuritavaks vanuserühmaks 18–74-aastased. Mõlemad

viivad uuringuid läbi iga kahe aasta tagant. Uuritava vanuserühma poolest oleks töö autor tahtnud kasutada rohkem Konjunkturiinstituudi poolt tehtud uuringuid, kuid kuna Tervise Arengu Instituudi andmed on kõige värskemad, siis on käesolevas lõputöös võetud aluseks just nende uuringute andmed.

Eesti täiskasvanud rahvastiku tervisekäitumise uuringu andmetel suitsetas 2018. aastal Eestis igapäevaselt 17,2% täiskasvanud elanikkonnast, mis teeb ligikaudu 150 000 inimest (Tubakatarvitamise ... 2019). Kuigi väikese riigi kohta tundub see number olevat üllatavalt suur, on igapäevasuitsetajate arv viimase 28 aasta jooksul märgatavalt vähenenud ning pole kunagi varem olnud nii väike kui 2018. aastal (vaata Tabel 1).

Tabel 1. Igapäevasuitsetajad Eestis aastate järgi, vanuserühm 16–64 (%)

Aasta	Mehed	Naised	Mõlemad
1990	44,2	14,5	27,5
1992	45,1	17,9	30,9
1994	49,5	21,4	33,5
1996	45,4	20,8	31,9
1998	43,2	19,3	29,7
2000	45,0	20,0	30,3
2002	43,9	17,5	28,3
2004	47,7	21,1	32,8
2006	40,5	19,5	27,8
2008	38,6	17,1	26,2
2010	36,8	18,7	26,2
2012	36,2	18,3	26,0
2014	31,4	15,8	22,1
2016	29,9	15,5	21,3
2018	23,4	12,9	17,2

Allikas: Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaas, tabel TKU50

Tabelist 1 on näha, et olenemata aastast, on suitsetavate meeste osakaal alati olnud peaaegu kaks korda suurem kui suitsetavate naiste oma. Samuti joonistub välja, et meeste osatähtsus on aastate jooksul rohkem kõikunud nii alla kui üles ning vahe protsentuaalselt kõige kõrgema meeste suitsetajate osakaalu ning 2018. aasta osakaalu vahel on lausa 26,1 protsendipunkti, mis näitab ligikaudu 53% suitsetajate langust. Naiste puhul on see vahe 8,5 protsendipunkti, mis tähendab 40% langust. Järelikult on mehed olnud alati suuremad suitsetajad, kuid samas on nende seas olnud ka rohkem loobujaid.

Vanuserühma järgi oli Eestis 2018. aastal igapäevasuitsetajate osakaal kõige suurem 55–64-aastaste seas ning kõige väiksem oli suitsetajate osakaal 16–24-aastaste seas, kusjuures nende kahe vanuserühma osakaalu protsendivahe oli kõigest 6,8 protsendipunkti, mis on üks väiksemaid vahesid viimase 28 aasta jooksul. Võrdluseks 2006. aastal oli suurima ning väikseima suitsetajate osakaaluga vanuserühmade vahe 12,3 protsendipunkti ning 1996. aastal 18,2 protsendipunkti (vaata Tabel 2).

Tabel 2. Igapäevasuitsetajad Eestis vanuserühma järgi, vanuserühm 16–64 (%)

Aasta	Sugu	16–24	25–34	35–44	45–54	55–64
1990	mehed ja naised	36,3	32,6	29,6	25,2	17,7
1992	mehed ja naised	26,7	39,2	32,1	31,4	18,0
1994	mehed ja naised	28,5	46,2	37,3	32,2	19,8
1996	mehed ja naised	28,6	38,4	39,0	31,0	20,8
1998	mehed ja naised	29,3	33,7	34,5	31,8	17,7
2000	mehed ja naised	27,3	32,7	36,1	34,9	20,3
2002	mehed ja naised	26,9	28,4	33,1	31,3	21,2
2004	mehed ja naised	30,8	34,7	38,6	35,2	24,1
2006	mehed ja naised	27,0	26,2	33,8	30,6	21,5
2008	mehed ja naised	22,5	25,0	31,1	31,0	20,2
2010	mehed ja naised	25,6	24,5	30,2	28,2	22,4
2012	mehed ja naised	21,9	27,8	27,5	30,1	22,0
2014	mehed ja naised	15,3	21,4	21,6	28,2	21,4
2016	mehed ja naised	18,5	20,2	20,6	23,0	22,8
2018	mehed ja naised	13,1	15,8	16,3	18,6	19,9

Allikas: Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaas, tabel TKU50

Nii Eestis kui mujal maailmas on kehtimas trend, et haridustaseme kasvades väheneb suitsetajate osakaal. Mida enam ollakse teadlikud suitsetamisega kaasnevatest ohtudest nii endale kui läbi passiivse suitsetamise ka kaaskodanikele ning mida enam osatakse oma käitumist juhtida, seda vähem ohtu on rikkuda suitsetamisega nii enda kui teiste tervist. (Orro et al. 2017, 3) Eelnevat tõestab ka tabel 3, mille järgi haridustaseme vähenedes suitsetajate osakaal märgatavalt tõuseb.

OECD haridusindikaatorite iga-aastase kogumiku järgi oli 2014. aastal Eesti inimeste haridustase üks OECD liikmesriikide kõrgemaid. 25–64-aastastest ligi 90% oli omandanud vähemalt keskhariduse (keskmise näitaja 75%). Kõrghariduse omandanud inimeste osakaal samas vanuserühmas oli 37% (keskmise näitaja 32%). (Education ... 2014, 1) Kui vaadata Eesti

igapäevasuitsetajate osakaalu aastate lõikes, siis viimase 12 aasta üks suurimaid langusi toimus just vahemikus 2012–2014, mis mingil määral võib olla tingitud inimeste haridustaseme tõusust.

Tabel 3. Igapäevasuitsetajad Eestis hariduse järgi, vanuserühm 16–64 (%)

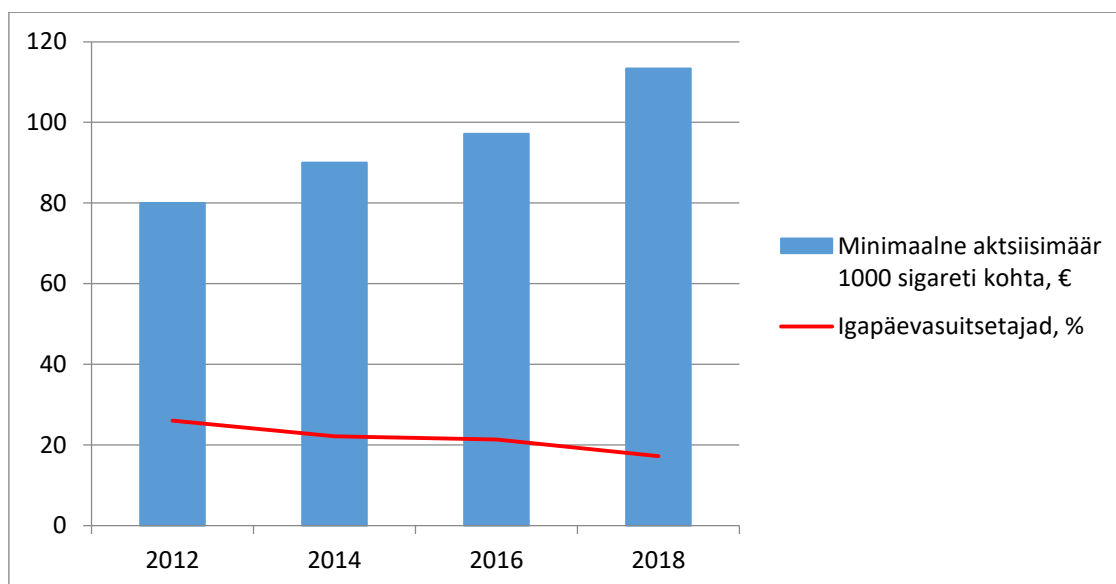
Aasta	Sugu	Kõrgharidus	Keskharidus	Põhiharidus või madalam
1990	mehed ja naised	20,0	37,3	31,2
1992	mehed ja naised	25,9	28,6	31,3
1994	mehed ja naised	29,5	36,6	29,7
1996	mehed ja naised	18,6	38,0	35,3
1998	mehed ja naised	16,9	32,1	34,7
2000	mehed ja naised	15,1	33,4	37,5
2002	mehed ja naised	15,6	26,3	43,7
2004	mehed ja naised	17,1	34,6	38,8
2006	mehed ja naised	12,5	31,9	37,1
2008	mehed ja naised	11,8	29,5	39,2
2010	mehed ja naised	12,8	28,2	42,4
2012	mehed ja naised	12,0	29,5	36,7
2014	mehed ja naised	10,4	23,2	36,7
2016	mehed ja naised	9,1	25,5	36,9
2018	mehed ja naised	8,2	22,2	29,9

Allikas: Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaas, tabel TKU51

Suitsetatavate tubakatoodete tarbimist Eestis üritatakse iga aasta piirata tõstes järjepidevalt tubakaaktsiisi. Tubakaaktsiisi eesmärgiks on piirata inimeste tarbimist suurendades tubakatoodete hindu. Samuti on aktsiis üheks riigieelarve tulude allikaks. Eestis kehtib kahekomponendiline tubakaaktsiis, mis koosneb fikseeritud maksumäärast ning proportsionaalsest maksumäärast. (Orro et al. 2017, 12) 2018. aastal oli fikseeritud maksumääraks 1000. sigareti kohta 69,5 eurot, proportsionaalne maksumäär 30% sigarettide jaehinnast ning minimaalne sigarettidelt makstav aktsiisimäär 113,38 eurot (Aktsiisimäärad ... 2018). Võrdluseks 2016. aastal oli minimaalne aktsiisimäär 97,2 eurot, 2014. aastal 90 eurot ning 2012. aastal 80 eurot (Orro et al. 2017, 27).

Järgnevalt on töö autor eespool toodud andmete alusel koostanud joonise uurimaks seost Eesti igapäevasuitsetajate osakaalu ning tubakaaktsiisi määra vahel (vaata Joonis 2). Jooniselt on näha, et vahemikus 2012 kuni 2014 tõusis tubakaaktsiis 12,5 protsenti. Samal perioodil vähenes igapäevasuitsetajate osakaal 15 protsenti. 2015. aastal aktsiisi ei tõstetud ning 2016. aastal tehti seda alles aasta keskpaigas, mille mõjud 2016. aasta suitsetajate osakaalu tulemustes ei

kajastunud. Vahemikus 2016 kuni 2018 tõusis tubakaaktsiis 16,6 protsenti. Samal perioodil vähenes igapäevasuitsetajate osakaal 19,3 protsenti. Töö autor usub, et igapäevasuitsetajate osakaalu langus ei ole kindlasti tingitud ainult aktsiisimäära tõusust, kuid viimane mängib seal väga tähtsat rolli.



Joonis 2. Aktsiisimäära ning igapäevasuitsetajate osakaalu muutus

Allikas: (autori koostatud)

Et saada sigarettide tarbimisest veel paremat ülevaadet, on töö autor analüüsinud ka igapäevasuitsetajate kulusid sigarettidele. Tervise Arengu instituudi poolt 2018. aastal tehtud uuringu andmetel tarvitas 72% igapäevasuitsetajatest päevas keskmiselt 10–20 sigaretti (Reile et al. 2019, 64). 2018. aastal oli ühe sigaretipaki keskmine jaehind 3,55 eurot (Tubakatooted ... 2019) ning keskmiseks brutokuupalgaks 1310 eurot (Eesti Statistikaamet, tabel PA21), mis teeb netokuupalgaks 1098 eurot. Lähtudes nendest andmetest kulus 2018. aastal igapäevasuitsetajal ühes kuus sigarettide peale keskmiselt 55 kuni 110 eurot. Ühes aastas teeb see keskmiseks kuluks 660 kuni 1320 eurot, mis omakorda moodustab viis kuni lausa kümme protsenti tarbija aasta netopalgast.

Eelneva põhjal võib väita, et sigarettide tarbimine Eestis on üsnagi kulukas harjumus ning rahasumma, mis suitsetamise peale kulutatakse, võib olla hea motivaator inimesele sigarettidest loobumiseks.

## 2.2. Erinevad alternatiivid suitsetatavatele tubakatoodele

Tubakatoode tarvitamine pole tänapäeval enam ainult sigarettide ning sigarite suitsetamine, vaid see on suur mitmesuguste tegevuste grupp. Tavasigarettide kõrvale on lühikese ajaperioodi jooksul lisandunud rohkesti uusi tubakatooteid. (Alternatiivsed ... 2017) Eestis on suitsetatavate tubakatoode alternatiivideks nii suitsuvabad tubakatooted kui ka alternatiivsed tubakatoodele sarnaselt kasutatavad tooted.

Alternatiivne tubakatoode on nikotiinisisaldusega või nikotiinisisalduseta tubakatoode, mis ei ole klassikaline tubakatoode ning mis on mõeldud kasutamiseks sarnaselt või sarnasel eesmärgil tubakatoodega. Alternatiivsete tubakatoode hulka kuuluvad näiteks maitsestatud või maitsestatamata, nikotiinisisaldusega või ilma nikotiinita tubakavedelikud (näiteks e-vedelik) ning maitsestatud või maitsestatamata, tubakasisaldusega või ilma tubakata tubaka tahked aseained. (Tubakatooted ... 2019)

Suitsuvabad tubakatooted on nuusktubakas, närimistubakas ning huuletubakas. Eesti Vabariigis on suitsuvabade tubakatoode käitlemine keelatud. See tähendab, et tubakatoode valmistamine, töötlemine, pakendamine, nendega kauplemine, hoidmine, ladustamine ning edasitoimetamine kaubanduslikul eesmärgil on täielikult keelatud. (Tubakatooted ... 2019) Küll aga kehtib väike erand selliste laevade pardal, mis suundub riiki või lähtub riigist, kus laeval ladustatava suitsuvaba tubakatoote müük on lubatud. Sellised juhul võib suitsuvaba tubakatoode laeval ladustada ärilisel eesmärgil. (TubS § 24) Kuigi suitsuvaba tubakatoote käitlemine Eestis on keelatud, võib täisealine inimene seda ikkagi tarvitada.

Tervise Arengu Instituudi järgi on nuusktubakas ehk snuff pulbriks jahvatatud või hõõrutud valmistubakas, mida tarvitatakse ninna tõmbamise teel. Kuna suur annus nikotiini satub tarvitaja vereringesse lühikese aja jooksul, on sõltuvusse jäämise võimalus kiirem kui seda sigareti tarvitamise puhul. (Suitsuvabad ... 2018)

2018. aastal tarbis 16–64-aastastest meestest nuusktubakat 1,3 protsenti ning naistest 0,1 protsenti (Reile et al. 2019, 69). 2016. aastal tarbis nuusktubakat 1,1 protsenti meestest ning naised nuusktubakat ei tarbinud (Orro et al. 2017, 17). Seega nuusktubaka tarvitamine on viimase kahe aasta jooksul veidi tõusnud.



Närimistubakas on tubakamass, mida valmistatakse tubakataime lehtedest ja vartest jahvatatud massist. Tavaliselt lisatakse sinna juurde ka maitsestusaineid (näiteks puuviljade vesileotis, mesi, siirup), et peita tubaka ebameeldivat maitset. (Suitsuvabad ... 2018)

Närimistubaka tarbijate osakaal Eestis langes 2018. aastal 0,3 protsendini (Reile et al. 2019, 69). 2016. aastal oli see näitaja 0,4% (Orro et al. 2017, 14). Meestest tarvitas närimistubakat 2018. aastal 0,5% ja naistest 0,2% (Reile et al. 2019, 69). Seega närimistubaka tarvitamine on viimase kahe aasta jooksul mõnevõrra langenud.

Huuletubakas ehk mokatubakas on niisutatud ja auruga töödeldud pulbertubakas. Inimestel on võimalik kasutada seda lahtisel kujul vormides niiske pulbri näppude vahel kuulikeseks või juba pakendatud teekotikesega sarnase padjakesena. Mõlemal kujul asetatakse toode ülahuule ja igeme vahele. (Alternatiivsed ... 2017) Kuna huuletubakas on limaskestaga püsivas kontaktis, jõuab sel viisil kehasse rohkem nikotiini, mis omakorda suurendab sõltuvusse jäämise võimalust võrreldes tavasigaretidega (Suitsuvabad ... 2018).

Eesti Tervise Arengu Instituudi 2018. aasta täiskasvanud rahvastiku tervisekäitumise uuringu tulemuste järgi on huuletubaka tarbijate osakaal võrreldes viimase uuringuga jäänud peaaegu samaks. 16–64-aastaste inimeste seas tarbis huuletubakat 2018. aastal 3,3% (Reile et al. 2019, 69). 2016. aastal oli selleks 3,4% ning 2014. aastal 2,3% (Orro et al. 2017, 14). Meestest tarvitas 2018. aastal huuletubakat 6,6% uuringus osalenutest, naistest 1,1%. Enim on huuletubaka tarvitamine Eestis levinud noorte meeste seas vanuses 16–24 (Alternatiivsed ... 2017).

Elektrooniline sigaret ehk e-sigaret on elektrooniline seade, mida tõmmatakse sarnaselt sigaretile, kuid tubaka põletamise asemel hoopis kuumutatakse kapslis sisalduvat keemilist segu. Kuumutamise tagajärjel segu aurustub ning liigub kasutaja hingamisteedesse. (Ibid.)

E-sigareti tarvitamise populaarsus on viimaste aastate jooksul kõikunud. 2012. aastal oli aasta jooksul e-sigarette tarvinud 7% meestest ning 3% naistest (Orro et al. 2015, 16). 2014. aastal oli e-sigareti tarvitajaid 16–64-aastaste seas 15%, kusjuures meestest oli aasta jooksul tarvinud toodet juba 20% ja naistest 13%. 2016. aastal tarbis e-sigarette 11% 16–64-aastastest inimestest, mis teeb 16% meestest ja 8% naistest. Kui võrrelda nikotiini ja nikotiinivaba toodete kasutamise populaarsust e-sigaretide seas 2016. aastal, siis nikotiiniga vedelikud jäävad hetkel veel ikkagi

peale. (Orro et al. 2017, 14) 2018. aastal tarbis e-sigarette 10,5% inimestest, mis teeb 14,9% meestest ja 7,4% naistest (Reile et al. 2019, 69). Sarnaselt huuletubaka tarvitamisele on ka e-sigareti suitsetamine Eestis enim levinud noorte meeste seas vanuses 16–24 (Alternatiivsed ... 2017).

2016. aastal viis elektrooniliste sigarettide, täitevedelike ning tarvikute müügiga tegelev ettevõtte Nicorex enda klientide seas läbi uuringu, et teada saada, miks inimesed eelistavad e-sigaretti tavalistele sigarettidele. Kõige populaarsem põhjus (28,9% vastanutest) oli võimalikkus kasutada toodet edukalt siseruumides. 24,8% vastanutest väitis, et e-sigaret kahjustab vähem tervist ning 23,7% vastas, et e-sigaret ei jäta haisu ega levita vingu. Samuti oli 17% vastanute arust ka toote soodsam hind üks põhjustest eelistada e-sigaretti tavasigaretidele. (Miks eelistada ... 2018)

Töö autori jaoks näitavad uuringu tulemused, et sigarettide kahjulikkus tervisele ei ole enam primaarne põhjus sigarettidest loobumiseks ning selle kõrval on palju muidki võrdväärseid aspekte, mida annaks väga edukalt kasutada tulevikus tehtavates teavituskampaaniates.

### **3. SIGARETTIDE TARBIJATE KÄITUMIST MÕJUTAVATE TEGURITE UURING**

Kolmandas peatükis analüüsitakse töö autori poolt läbiviidud uuringu tulemusi, esitletakse tulemuste põhjal koostatud järeldused ning tehakse ettepanekud edasiseks tegevuseks. Esimene alapeatükk kirjeldab uuringu meetodit. Teises alapeatükis analüüsitakse ning esitatakse uuringu tulemused ning kolmandas alapeatükis tuuakse välja järeldused ning ettepanekud tulevaste uuringute jaoks.

#### **3.1. Uuringu meetod**

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada suitsetatavate tubakatoodete tarbijate käitumist enim mõjutavad tegurid 18–59-aastaste inimeste seas ning hinnata alternatiivsete toodete võimalikku tarbimise kasvu suitsetatavatest tubakatoodetest loobumise tagajärjel.

Uuringu piiritlemiseks ning töö eesmärgi saavutamiseks on autor püstitanud alljärgnevad uurimisküsimused:

1. Kas suitsetamise kahjulikkuse teadvustamine mõjutab sigarettide tarbijate käitumist kõige enam või on selleks teised tarbimist mõjutavad tegurid (näiteks hind, hügieen, alternatiivsed tooted)?
2. Kas huuletubaka ning teiste alternatiivsete toodete tarbimine on kasvanud sigarettidest loobumise tagajärjel?
3. Kas sigarettide tarbimine on “lahe” ehk moes?

Uurimisprobleemi lahendamiseks ning püstitatud eesmärgi saavutamiseks teostas töö autor kvantitatiivse uuringu. Kvantitatiivse uuringu kasuks otsustati põhjusel, et nii Tervise Arengu Instituut kui ka Eesti Konjunktuuriinstituut on sarnaste uuringute tarbeks kasutanud sama uurimismeetodit. Andmete kogumiseks saadeti laiali veebipõhine küsimustik (vaata Lisa 1),

mille koostamiseks kasutati Google Forms. Küsimustikku jagati sotsiaalvõrgustiku kaudu ning sellele sai vastata vahemikus 10. detsember kuni 18. detsember 2018.

Küsitluse koostamisel tugineti käesolevas bakalaureusetöös kasutatud teoreetilisele osale, varasematele nii välismaa institutsioonide kui ka Eesti poolt korraldatud uuringutele ning lähtuti töö uurimisküsimustest. Enne küsimustiku avalikustamist sotsiaalvõrgustikus, testiti küsimustikku, saates 5 inimesele lähitutvusringkonnast, et mõista küsimustiku arusaadavust ning küsimuste asjakohalikkust. Saadud tagasiside oli läbivalt positiivne ning peale pisimuudatuste tegemist saadeti küsimustik laiali laiemale tarbijaskonnale.

Töö autori esialgne plaan oli saada uuringu valimiks 200 inimest vanuserühmast 18–30-aastased. Seda põhjusel, et autor kuulub samasse sihtrühma ning selle vanuserühma tarbijakäitumist mõjutavad tegurid huvitasid esmalt autorit kõige rohkem. Samas ei piiratud küsitlusele vastamist vanusega, et oleks võimalik hiljem soovi korral valimi piirvanust tõsta. Peale küsitluse sulgemist ning vastanute vanuserühmade analüüsi mõistis töö autor, et on võimalik analüüsida palju suuremahulisemalt ning arvestades, et varasemalt puudub Eestis põhjalikum tarbijakäitumist mõjutavate tegurite uuring, otsustas autor uuritavaks valimiks valida 18–59-aastased inimesed. Lisaks on töö autoril võimalik osa uuringu tulemusi võrrelda Tervise Arengu Instituudi uuringute tulemustega, sest uuritavad vanuserühmad on suuresti kattuvad.

Küsitluse koostamisel lisas töö autor lisaks praegustele ja endistele tarbijatele mõeldud küsimustele ka vaid mõned korrad või mitte kunagi elus sigarette proovinud inimestele küsimusi. Seda põhjusel, et autor oli huvitatud teadma igapäevasuitsetajate osakaalusid vanuserühmade lõikes ning näha haridustaseme olulisust suitsetajate osakaalule. Selleks koostati kaheksast sektsioonist koosnev küsitlus, kus vastavalt inimeste teises ja kolmandas sektsioonis antud vastustele suunati nad edasi küsimuste juurde, mis olid mõeldud just nende grupile.

Küsitluse mõõtmiseks kasutati nii lahtiseid, kinniseid kui ka skaalaküsimusi. Osadele küsimustele sai vastata mitme vastusevariandiga, osadele ainult ühe vastusevariandiga. Skaalaküsimuste mõõtmisel kasutati valdavalt Likerti 5-palli skaalat, kus „1“ tähistas väitega täielikult mittenõustumist või tarbija jaoks mitte olulisust ning „5“ tähistas väitega täielikult nõustumist või tarbija jaoks väite olulisust suure määral.

## 3.2. Uuringu tulemused ja analüüs

Järgnevalt on välja toodud käesoleva bakalaureusetöö uuringu tulemused. Kõigepealt kirjeldatakse küsitlusele vastanute profiili ning nende seost sigarettide suitsetamisega. Peale seda uuritakse praeguste ning endiste suitsetajate käest, miks nad alustasid sigarettide tarbimisega, nende enesetunnet suitsetamise ajal ning alternatiivsete toodete tarbimist. Viimasena keskendutakse selles alapeatükis praeguste ning endiste suitsetajate tarbijakäitumist kõige enam mõjutavatele teguritele.

### 3.2.1. Küsitlusele vastanute profiil ja seos sigarettide suitsetamisega

Kokku vastas küsitlusele 617 inimest. Andmete puhastamise tulemusena moodustus 604 inimesest koosnev valim. Ülejäänud 13 vastajat ei sobinud ebakorrektses vanuse kirjutamises („x“, „üle 40“, „666“, „piisav“ või „parimates aastates“), liiga noore vanuse (16 ja 17 aastane) või valimi piirvanuse ületamise (66 ja 71 aastane) tõttu. Selles peatükis analüüsitakse praeguste, endiste ning mõnel korral või mitte kunagi sigarettide proovinud vastajate tulemusi. Hilisemas analüüsis on valimist välja arvatud vastajad, kes olid elus ainult mõne korra või mitte üldse sigarettide proovinud, et töö põhieesmärgist mitte kõrvale kalduda.

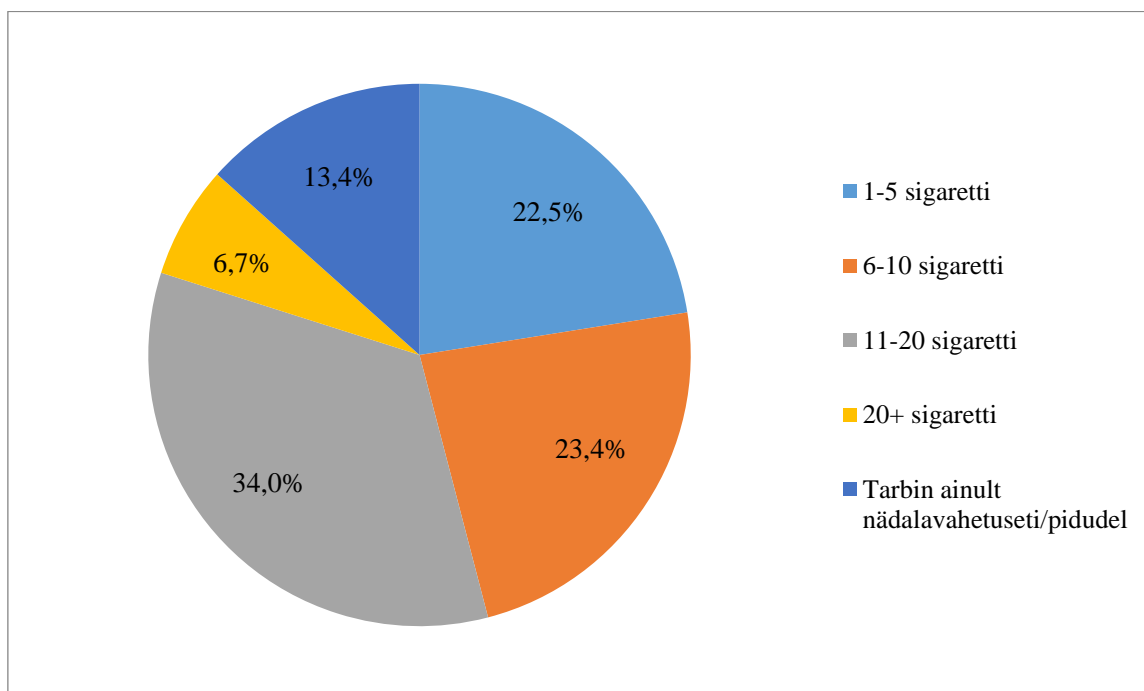
Autori uuringus on valim jaotatud kaheks – tarbijad ning mittetarbijad. Tarbijaid saab üldjoontes liigitada kahte erinevasse gruppi – need, kes on kunagi sigarettide suitsetanud, kuid seda enam ei tee ning need, kes on hetkel sigarettide suitsetajad. Mittetarbijateks peetakse neid vastajaid, kes pole kunagi elus sigarettide suitsetanud või on seda teinud ainult mõnel korral. Käesoleva uuringu valimist 142 inimest ehk 23,5% vastajatest olid mittetarbijad, 34,6% praegused suitsetajad ning kõige enam (41,9%) oli endisi suitsetajaid 253 vastusega (vaata Tabel 4). Igapäevasuitsetajate osakaal kogu valimist oli 30%.

Tabel 4. Sigarettide tarbijad ning mittetarbijad, vanuserühm 18–59 (n=604)

Sigarettide tarbimine	Vastajate arv	Osakaal valimist, %
Mitte kunagi proovinud	43	7,1
Mõne korra proovinud	99	16,4
Endine suitsetaja	253	41,9
Praegune suitsetaja	209	34,6
Igapäevasuitsetaja	181	30,0

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Joonisel 3 on näha, et praegustest suitsetajatest 34,0% tarbis iga päev 11–20 sigaretti. Kõige väiksem osakaal oli 20+ sigareti tarbijatel (6,7%). 1–5 sigaretti päevas tarbis 22,5% ning 6–10 sigaretti 23,4% suitsetajatest. Need neli eelmist gruppi moodustavad ka igapäevasuitsetajate osakaalu (181 inimest). Nädalavahetuseti ning pidudel tarbis sigarette 13,4% praegustest suitsetajatest.



Joonis 3. Praeguste suitsetajate päevane tarbimine, vanuserühm 18–59 (%; n=209)

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Vanuse järgi on töö autor jaotanud valimi sarnaselt Tervise Arengu Instituudi uuringutes kasutatud vanuserühmadele (vaata Tabel 5). Tervise Arengu Instituut on oma uuringutes kasutanud vanuserühma 16–24-aastased, töö autor kasutab aga 18–24-aastased. Seda põhjusel, et autor tahab keskenduda ainult täisealiste inimeste tarbijakäitumist mõjutavate tegurite uurimisele, sest suitsetamine on lubatud alates 18 eluaastast ning samuti puudub autori tutvusringkonnas piisav hulk alaealisi, keda oleks võimalik uurida. Kõige eakam vanuserühm on samuti võrreldes Tervise Arengu Instituudi vanuserühmaga veidi erinev, sest autori uuringu vastajate seas kõige vanem sigarette tarvitanud inimene oli 59-aastane.

Vanuste poolest on näha, et kõige enam vastajaid oli vanuserühmas 25–34-aastased, mis võib suuresti olla tingitud sellest, et töö autor kuulub samasse vanuserühma. 18–24- ning 35–44-

aastaste vastajate arv oli suurusjärgus sama ning kõige vähem vastajaid oli 55–59-aastaste hulgas. Autor arvab, et kuna vanuserühmade lõikes on vastanute arv suuresti erinev, siis kahjuks paikapidavaid järeldusi vanuserühmasid üksteisega võrreldes teha ei saa.

Tabel 5. Valimi ning igapäevasuitsetajate jaotus vanuserühma järgi, vanuserühm 18–59 (n=604)

	18–24	25–34	35–44	45–54	55–59
Vastajate arv	103	337	102	45	17
Osakaal valimist, %	17,1	55,8	16,9	7,5	2,8
Suitsetajate arv	45	114	31	12	7
Igapäevasuitsetajate arv	37	97	30	11	6
Igapäevasuitsetajate osakaal vanuserühmas, %	35,9	28,8	29,4	24,4	35,3

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Uuringus osalejate seas oli igapäevasuitsetajaid kõige rohkem 18–24-aastaste noorte hulgas, kellest lausa 35,9% tarbis sigarette igapäevaselt. Kõige vähem oli igapäevasuitsetajaid 45–54-aastaste vanuserühmas, kus ligikaudu iga neljas inimese tarbis igapäevaselt. Nende kahe vanuserühma osakaalu protsendivahe oli 11,5 protsendipunkti.

Soo poolest jagunesid vastajad enam-vähem pooleks (vaata Tabel 6). Meestest oli kokku 316 (52,3%) ning naistest 288 (47,7%) vastajat. Tarbijate lõikes olid osakaalude vahed veidi suuremad. Praeguste suitsetajate seas oli mehi 53,6% ning naisi 46,4%. Endiste suitsetajate seas olid need numbrid vastavalt 56,9% ning 43,1%. Samuti on tabelist näha, et kui võrrelda igapäevasuitsetajate osakaalu soo lõikes, siis mehed on suuremad sigarettide tarbijad kui naised.

Tabel 6. Valimi ning igapäevasuitsetajate jaotus soo järgi, vanuserühm 18–59 (n=604)

	Mees	Naine
Vastajate arv	316	288
Osakaal valimist, %	52,3	47,7
Endiste suitsetajate arv	144	109
Praeguste suitsetajate arv	112	97
Igapäevasuitsetajate arv	101	80
Igapäevasuitsetajate osakaal, %	32,0	27,8

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Kõrgeima omandatud hariduse lõikes olid igapäevasuitsetajate osakaalude vahed juba märksa suuremad, kui seda soo jaotuse puhul. Tabelis 7 on näha, et põhiharidus oli kokku 29 inimesel

(4,8%), keskharidus oli omandatud 234 inimesel (38,7%) ning kõrgharidus oli 341 inimesel (56,5%). Igapäevasuitsetajaid oli kõige enam põhiharidusega kui kõrgeima omandatud haridusega vastajate seas. Nendele järgnes keskhariduse omandanud ning kõige väiksem protsent igapäevasuitsetajaid oli kõrghariduse omandanud inimeste seas.

Tabel 7. Valimi ning igapäevasuitsetajate jaotus hariduse järgi, vanuserühm 18–59 (n=604)

	Põhiharidus	Keskharidus	Kõrgharidus
Vastajate arv	29	234	341
Osakaal valimist, %	4,8	38,7	56,5
Endiste suitsetajate arv	12	95	146
Praeguste suitsetajate arv	14	91	104
Igapäevasuitsetajate arv	11	83	87
Igapäevasuitsetajate osakaal, %	37,9	35,5	25,5

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Järgnevalt on autor analüüsinud vastajate suhtestaatuse ning sigarettide suitsetamise seost, mille andmed on esitatud tabelis 8. Kõikidest vastanutest 453 inimest ehk 75% oli suhtes ning 151 vallalised (25%). Vastajate seas puudusid inimesed, kes oleksid lesed. Suhtes olevatest inimestest 351 olid tarbijad ehk nad olid oma elu jooksul sigarette regulaarselt suitsetanud. Nendest 137 olid siiani suitsetajad. See tähendab, et 61% hetkel suhtes olevatest inimestest on suitsetamisest loobunud. Samas vallaliste inimeste seas oli 111 inimest, kes oli oma elu jooksul suitsetanud ning nendest 72 suitsetas siiani, mis tähendab, et vaid 35,1% oli suutnud sigarettidest loobuda. Neid kahte numbrit on küll raske otseselt omavahel võrrelda, kuna tegureid sigarettidest loobumiseks on mitmeid, kuid sellegi poolest on autori arvates 1,7 kordne vahe vallaliste ning suhtes olevate inimeste suitsetajate osakaalu vahel siiski väga suur. Autor leiab, et vähemalt osaliselt võib selline vahe olla tingitud sellest, et suhtes olevad inimesed peavad arvestama ka vastaspoolega ning otsuseid tehakse koos, näiteks otsus loobuda sigarettidest. Teiselt poolt peab vallaline inimene pigem ainult endaga arvestama ning on oma otsustes vabam. Lisaks on näha, et kõikidest vastajatest, kes on suhtes, on igapäevasuitsetajaid 25,8%, võrdluseks vallaliste seas on igapäevaselt tarbijaid 42,4%.



Tabel 8. Valimi ning igapäevasuitsetajate jaotus perekonnaseisu järgi, vanuserühm 18–59 (n=604)

	Suhtes	Vallaline	Lesk
Vastajate arv	453	151	–
Osakaal valimist, %	75,0	25,0	–
Endiste suitsetajate arv	214	39	–
Praeguste suitsetaja arv	137	72	–
Igapäevasuitsetajate arv	117	64	–
Igapäevasuitsetaja osakaal, %	25,8	42,4	–

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Ka järgnevas seoses on näha, et vallaliste inimeste seas on sigarettide tarbimine tõenäolisem. Vaata Tabel 9. Nimelt uuris autor tarbijate käest, kas nad elavad kellegagi koos või üksi. Kõikidest vastajatest 81,1% ehk 490 inimesest vastas, et elavad kellegagi koos ning 18,9% ehk 114 inimest vastas, et üksi. Üritades leida selles seost suitsetamisega selgus, et kõikidest koos elavatest inimestest suitsetab hetkel 32,9%, kellest 32 ehk 19,9% on vallalised ning üksi elavate inimeste seas suitsetab 42,1%, kellest 83,3% on vallalised. Seega on võimalik sellest välja lugeda, et suurem kalduvus sigarettide tarbimiseks on inimestel, kes elavad üksi ning veelgi enam nendel, kes on samal ajal vallalised. Samuti on igapäevasuitsetajaid koos elavate vastajate seas vähem, kui neid on üksi elavate inimeste seas.

Tabel 9. Valimi ning igapäevasuitsetajate jaotus kooselamise järgi, vanuserühm 18–59 (n=604)

	Koos elamine	Üksi elamine
Vastajate arv	490	114
Osakaal valimist, %	81,1	18,9
Endiste suitsetajate arv	222	31
Praeguste suitsetajate arv	161	48
Praeguste suitsetajate osakaal, %	32,9	42,1
Suhtes olevate praeguste suitsetajate arv	129	8
Vallaliste praeguste suitsetajate arv	32	40
Vallaliste suitsetajate osakaal, %	19,9	83,3
Igapäevasuitsetajate arv	139	42
Igapäevasuitsetaja osakaal, %	28,4	36,8

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Töö autor uuris küsitluses osalenute käest, et mitu töötundi neil ühes nädalas on. 306 inimest ehk 50,7% valimist töötas nädalas umbes 40 tundi. Neid inimesi, kes töötasid ühes nädalas rohkem kui 40 tundi, oli 172 ehk 28,5% ja neid, kellel oli iga nädal vähem kui 40 töötundi, oli kokku 126

ehk 20,9% kogu valimist. Kui uurida töötundide seost suitsetamisega, siis tuleb välja, et nendel inimestel, kes töötavad iga nädal vähem kui 40 tundi, on kõige väiksem kalduvus suitsetada. See-eest inimestel, kes töötavad rohkem kui 40 töötundi nädalas, on kõige suurem kalduvus sigarette tarbida (vaata Tabel 10).

Selline töötundide ning suitsetajate osakaalu seos tuli välja ka Austraalia ning Suurbritannia rahvusliku paneeli andmete analüüsis, millest oli lähemalt juttu peatükis 1.3. Samuti võib nüüd öelda, et töö autori tutvusringkonna varasem vaatlus, kus ta täheldas, et rohkem nädalas töötunde tegevad inimesed suitsetavad rohkem, vastab tõele.

Tabel 10. Valimi ning igapäevasuitsetajate jaotus töötundide järgi, vanuserühm 18–59 (n=604)

	Vähem kui 40 tundi	Umbes 40 tundi	Rohkem kui 40 tundi
Vastajate arv	126	306	172
Osakaal valimist, %	20,9	50,7	28,5
Praeguste suitsetajate arv	35	104	70
Igapäevasuitsetajate arv	28	91	62
Igapäevasuitsetaja osakaal, %	22,2	29,7	36,0

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Uuringus taheti teada, milline on igapäevasuitsetajate osakaal majandusliku olukorra ning netosissetuleku järgi (vaata Lisa 2 ja Lisa 3). Selgus, et igapäevasuitsetajate osakaal oli kõige suurem (35%) nende seas, kes pidasid oma majanduslikku olukorda keskpäraseks. Kõige vähem (25%) oli igapäevasuitsetajaid inimeste seas, kelle majanduslik olukord oli väga halb. Inimeste hulgas, kes pidasid oma olukorda suurepäraseks, oli suitsetajate osakaal 25,5% ning nende seas, kes pidasid majanduslikku olukorda pigem halvaks, oli see näitaja 25,8%. Netosissetuleku järgi oli suurim igapäevasuitsetajate osakaal (34,1%) 700–999€ teenivate inimeste seas. 1500–1999€ teenivate inimeste hulgas oli 32,4% igapäevasuitsetajaid, alla 700€ teenivate hulgas 32,1%, üle 2500€ teenivate hulgas 31,9% ning kõige vähem igapäevasuitsetajaid oli 1000–1499€ teenivate inimeste hulgas. Autori arvates on käesoleva uuringu tulemustest näha, et igapäevasuitsetajate osakaalul puudub seoses majandusliku olukorra ning netosissetulekuga.

Autor uuris ka religiooni tähtsust igapäevasuitsetajate osakaalus (vaata Tabel 11). Inimeste seas, kes pidasid religiooni eriti tähtsaks, oli igapäevasuitsetajaid 27,7%. Religiooni mitte eriti

tähtsaks peetavate inimestes seas oli igapäevasuitsetajate osakaal 28,1% ning kõige suurem suitsetajate osakaal oli nende seas, kes ei pidanud religiooni üldse tähtsaks.

Tabel 11. Valimi ning igapäevasuitsetajate jaotus religiooni tähtsuse järgi, vanuserühm 18–59 (n=604)

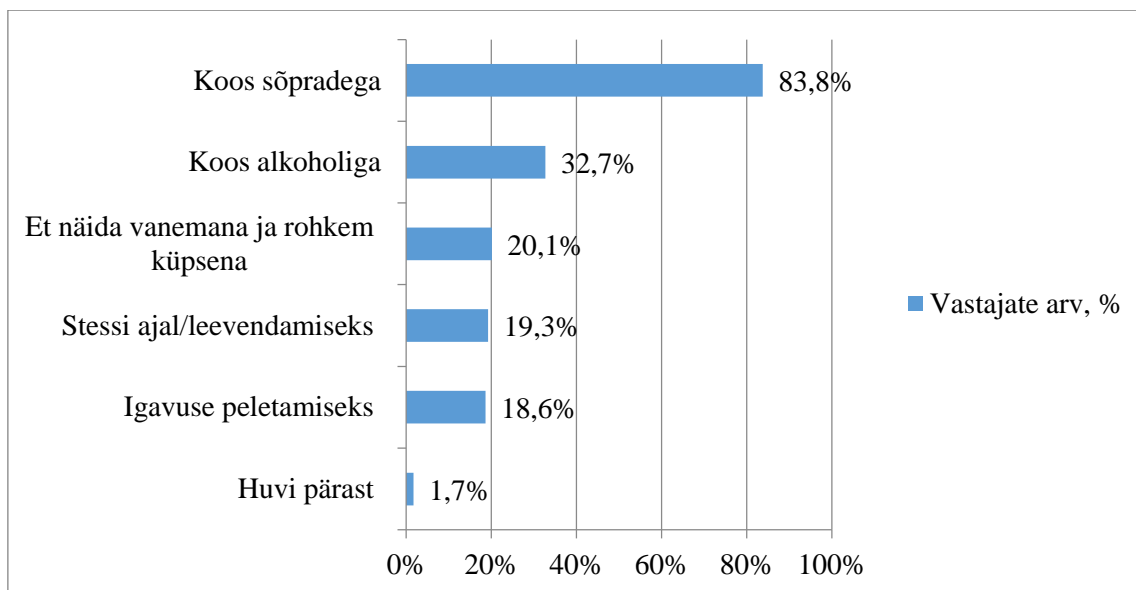
	Usk on eriti tähtis	Usk ei ole eriti tähtis	Usk pole üldse tähtis
Vastajate arv	47	228	329
Vastajate osakaal, %	7,8	37,7	54,5
Endiste suitsetajate arv	20	88	145
Praeguste suitsetajate arv	15	78	116
Igapäevasuitsetajate arv	13	64	104
Igapäevasuitsetajate osakaal, %	27,7	28,1	31,6

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

### 3.2.2 Suitsetamisega alustamise põhjused, suitsetamisega kaasnev enesetunne ning alternatiivsete toodete tarbimine praeguste ning endiste suitsetajate seas

Järgnevalt on välja toodud põhjused, miks sigarettide endised ja praegused tarbijad hakkasid suitsetama, kuidas nad ennast sigarettide suitsetamise ajal tundsid ning samuti on uuritud alternatiivsete toodete tarbimist. Selles peatükis on uuritavaks valimiks 462 vastajat.

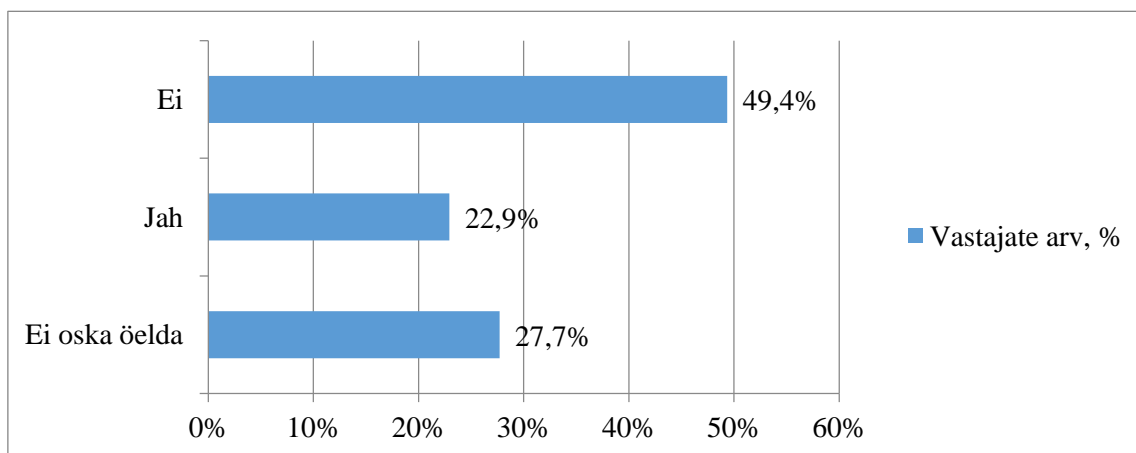
Vastanutelt uuriti põhjuseid, miks nad hakkasid sigarette tarbima. Autor andis enda poolt mõned vastusevariandid ette ning võimalik oli valida kõik enda kohta käivad vastused. Samuti oli vastajatel võimalik kirjutada oma enda vastus. Nagu jooniselt 4 on näha, siis kõige enam (83,8%) alustasid inimesed sigarettide suitsetamisega koos sõpradega. 32,7% vastanutest alustas sigarettide suitsetamisega koos alkoholiga. Igavuse peletamine, stressi leevendamine ning vanemana ja rohkem küpsena näimine olid kõik üsna võrdsete osakaaludega põhjused, vastavalt 18,6%, 19,3% ja 20,1%. Autorile tundus huvitavana veel kahe indiviidi vastused, kus üks väitis, et ühe seriaali kangelane suitsetas ning see tundus talle lahe, mistõttu hakkas ka ise suitsetama ning kus teine väitis, et alustas suitsetamisega, et leevendada näljatunnet.



Joonis 4. Endiste ning praeguste tarbijate suitsetamisega alustamise põhjused (% , n=462)

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Järgmisena uuris autor, et kas tarbijad tunnevad või tundsid ennast sigarettide suitsetamise ajal tugevamana ja energilisemana. Ligi pooled vastanutest (49,4%) vastasid, et ei tundnud ennast energilisemana, 27,7% ei osanud küsimusele vastata ning 22,9% väitsid, et tundsid ennast sigarettide tarbimise ajal tugevamana ning energilisemana (vaata Joonis 5).



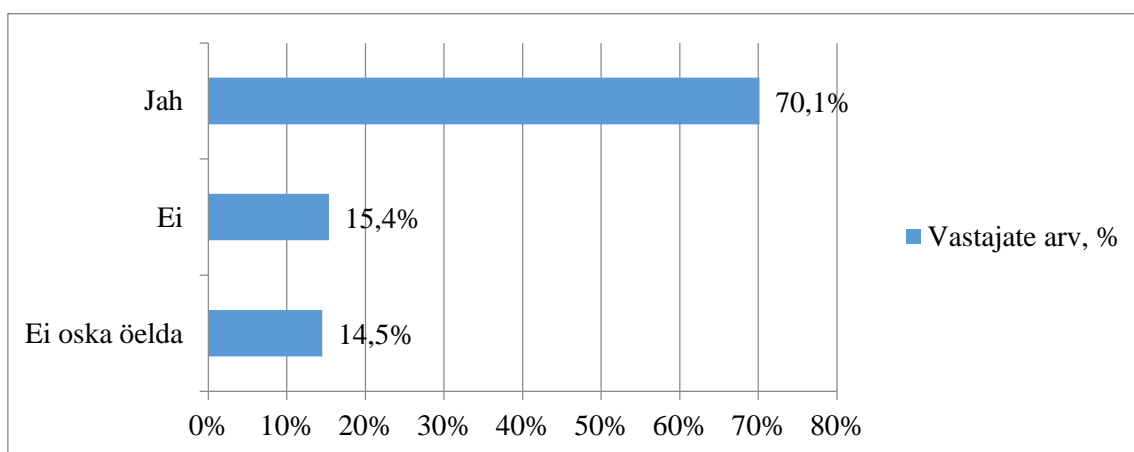
Joonis 5. Suitsetamise ajal ennast tugevamana ja energilisemana tundmine (% , n=462)

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Mehed tundsid ennast veidi rohkem energilisemana kui naised, vastavalt 25,8% ja 19,4% vastanutest. 18–24-aastaste meeste seas tundsid ennast energilisemana 37,5%, 25–34-aastaste

seas 25,2% ning 55–59-aastaste seas 11,1%. Naiste seas tundsid ennast energilisema kõige enam 55–59-aastased tarbijad (42,9%) ning kõige vähem 25–34-aastased (14,8%). Vaata Lisa 4.

Praegustelt ning endistelt suitsetajatelt uuriti veel, et kas sigarettide tarbimine on või oli hea stressileevendaja. Jooniselt 6 on näha, et sigarettide suitsetamist peetakse üldjoontes heaks stressileevendajaks. 462 vastajast 324 ehk 70,1% vastas jaatavalt. 15,4% vastanute arvates ei ole sigarettide suitsetamine stressileevendaja ning 14,5% ei osanud sellele küsimusele vastata.

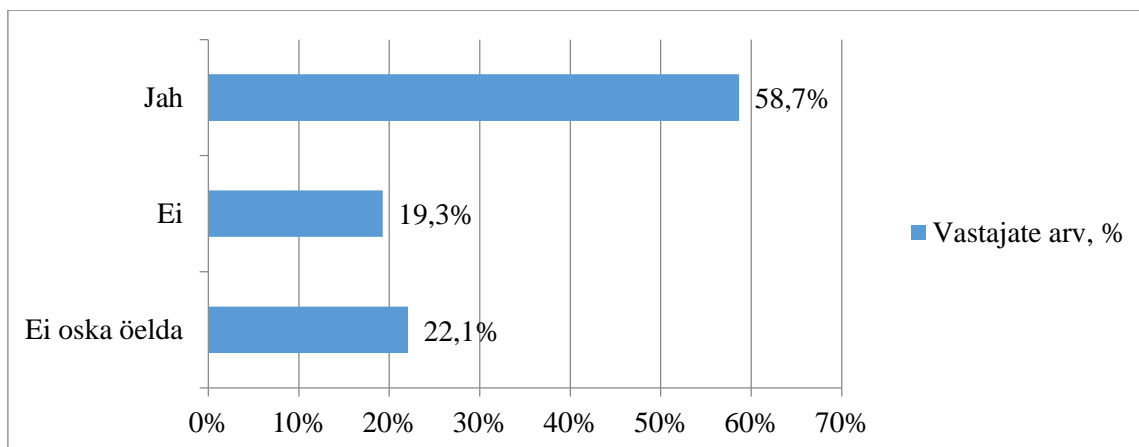


Joonis 6. Sigarettide suitsetamine kui hea stressileevendaja (% , n=462)

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Võrreldes soo järgi on näha, et nii naiste kui meeste jaoks on suitsetamine võrdselt hea stressileevendaja. Meeste seas pidas sigaretti heaks stressileevendajaks 18–24-aastastest 77,5%, 35–44-aastastest 63,3% ning 55–59-aastaste seas oli see näitaja 55,6%. Naiste puhul tarbis sigaretti stressi ajal kõige rohkem inimesi vanuses 45–54 ning 55–59 (vaata Lisa 4).

Lisaks eelnevale, soovis töö autor teada saada, kas tarbijate arvates sigarettide suitsetamine kiirendab või kiirendas nende ainevahetust ehk parandas seedimist või vähendas peale söömist tekkivat täiskõhutunnet. 462 vastajast 271 ehk 58,7% väitis, et nende arvates sigarettide suitsetamine tõesti kiirendas nende ainevahetust ning vähendas peale söömist tekkivat täiskõhutunnet. 19,3% vastanutest ei olnud sellega nõus ning 22,1% ei osanud küsimusele vastata (vaata Joonis 7). Autor tundis ka ise suitsetajana, et sigarettide tarvitamine peale söömist vähendas täiskõhutunnet ning oli vähemalt tema jaoks üks põhjuseid, miks oli raske sigarettidest loobuda.

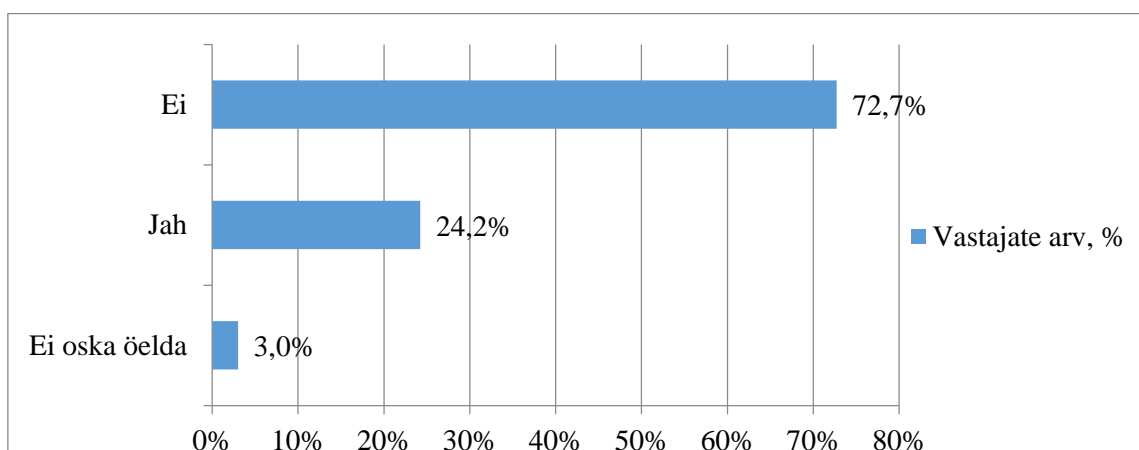


Joonis 7. Sigarettide suitsetamine kui ainevahetuse kiirendaja (% , n=462)

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Naiste seas, kes eelmise väitega nõustusid, oli osakaal mõnevõrra suurem kui meeste puhul. Meeste seas pidas sigarettide suitsetamist heaks ainevahetuse kiirendajaks kõige rohkem 18–24-aastased (72,5%) ning kõige vähem 55–59-aastased (22,2%). Naiste seas nõustusid selle väitega kõik 55–59-aastased tarbijad ning kõige vähem 45–54-aastased vastajad (vaata Lisa 4).

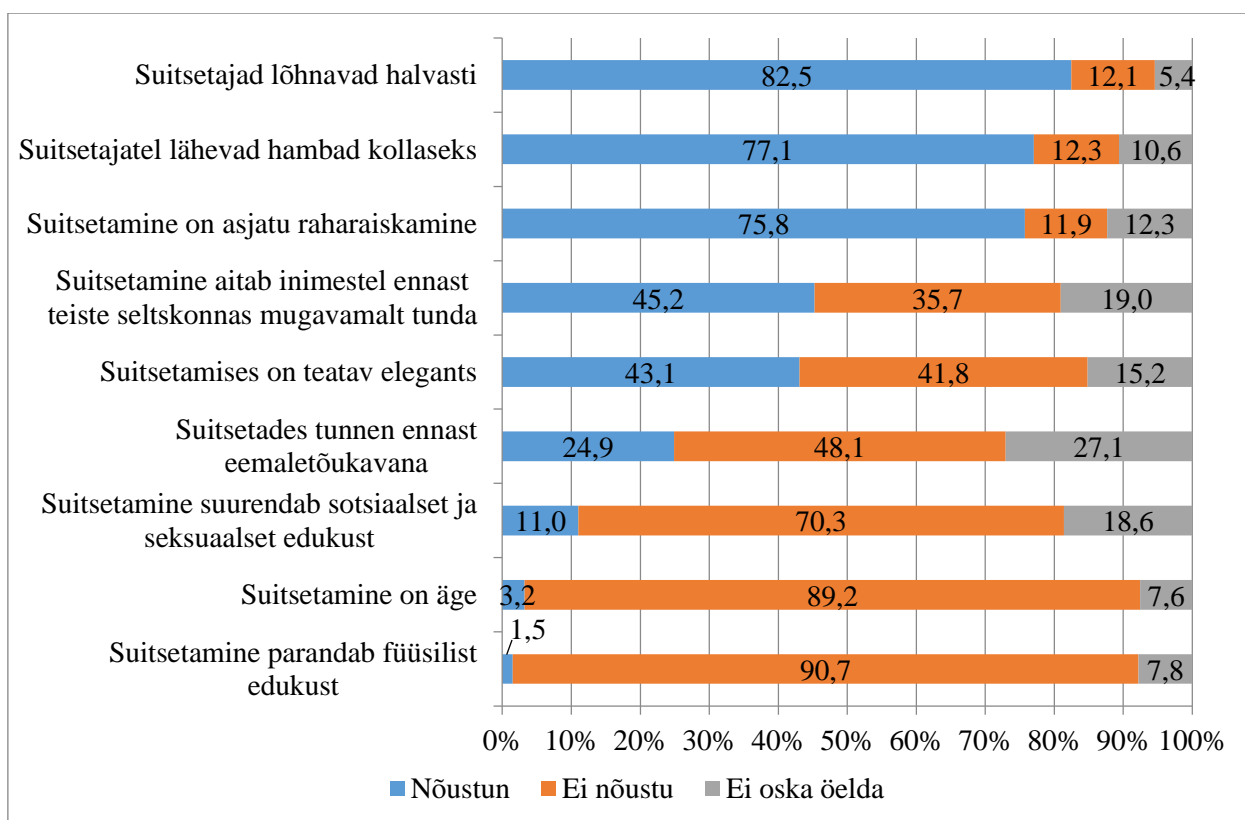
Tarbijate käest uuriti, et kas sigaretipaki välimusel (värv, logo, paki suurus) on mingi tähtsus nende poolt suitsetatava brändi eelistusel. Tuli välja, et valdava enamuse jaoks ei olnud sellel mingit tähtsust. Nimelt 72,7% kõikidest vastanutest ei hoolinud sigaretipaki välimusest. 24,2% pidasid välimust tähtsaks ning 3% ei osanud vastata (vaata Joonis 8).



Joonis 8. Sigaretipaki välimuse tähtsus brändi eelistusel (% , n=462)

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Järgmisena uuritakse tulemusi 9 väite kohta, kus nii praegused kui ka endised tarbijad pidid hindama, kas nad nõustuvad väitega, ei nõustu väitega või ei oska öelda (vaata Joonis 9). Jooniselt on näha, et valdav osa (89,2%) vastanutest arvas, et suitsetamine ei ole äge ja et suitsetamine ei paranda füüsilist edukust (90,7%). Väited, et suitsetajatel lähevad hambad kollaseks ja et suitsetamine on asjatu raharaiskamine, said uuringus osalejate seas sarnaselt pooldajaid (vastavalt 77,1% ja 75,8%), neutraalseid (vastavalt 10,6% ja 12,3%) ning väitele vastuolijaid (vastavalt 12,3% ja 11,9%). Samuti joonistub välja, et 381 vastajat ehk 82,5% arvasid, et suitsetajad lõhnavad halvasti. 12,1% selle väitega ei nõustunud.



Joonis 9. Suitsetamisega seotud väited (% , n=462)

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Kui aga vaadata tulemusi väidetele, et suitsetamises on teatav elegants ja suitsetamine aitab inimestel ennast teiste seltskonnas mugavamalt tunda, siis on näha juba tarbijate seas suuremaid lahkarvamusi. 43,1% inimestest arvas, et suitsetamises on teatav elegants, samas 41,8% tarbijatest selle väitega kuidagi ei nõustunud. Sigarettide suitsetamise ning teiste seltskonnas ennast mugavamalt tundmise vahel näeb seost 45,2% vastanute seast, see-eest väitega mittenõustujaid on 35,7%. Lisaks on joonisel 9 näha, et 70,3% nii praegustest kui endistest

suitsetajatest ei ole nõus, et suitsetamine suurendab sotsiaalset ja seksuaalset edukust. Selle väitega on nõus 11% ehk 51 tarbijat. Väide, et suitsetades tunneb tarbija ennast eemaletõukavana, sai kõige rohkem „ei oska öelda“ vastuseid. Väitega nõus oli 24,9% ning vastu peaaegu kaks korda rohkem ehk 48,1% inimesi. Lähemalt uurides selgus, et nende seas, kes tundsid, et suitsetades nad ei ole eemaletõukavamad, oli ligikaudu 60% praeguseid suitsetajaid ning 40% endiseid suitsetajaid. Nende seas, kes väitega nõustusid, olid tasakaalud teistpidi ehk ligikaudu 60% endiseid sigareti tarbijaid ning 40% praeguseid tarbijaid. Autori arvates on see tegelikult ka pigem loogiline, sest keegi ei taha ennast meelega eemaletõukavana tunda ning suitsetamine on üldiselt inimese enda valik.

Töö autor uuris vastajate käest, kas suitsetamine on tänapäeval haisev ja vastik tegevus. 28,4% nii praegustest kui endistest suitsetajatest arvas, et suitsetamine ei ole haisev ja vastik tegevus. 71,6% vastajatest olid aga kindlad, et see on (vaata Lisa 1).

Viimasena selles alapeatükis käsitleb töö autor tarbijate alternatiivsete toodete tarvitamist viimase aasta jooksul. Tabelist 12 on näha, et kõige vähem oli viimase aasta jooksul tarvitatud närimistubakat, millel järgnes kohe nuusktubaka tarvitamine. Igapäeva tarbimise poolest oli kõige populaarsem e-sigaret (12,6%) ning huuletubakas (6,5%). Vesipiipu tehakse kõige rohkem mõni kord aastas, kuid autori jaoks üllatuslikult oli olemas ka üks inimene, kes teeb vesipiipu iga päev.

Tabel 12. Alternatiivsete tubakatoodete tarvitamine viimase aasta jooksul (% , n=462)

	Vesipiip	E-sigaret	Huuletubakas	Nuusktubakas	Närimistubakas
Iga päev	0,2	12,6	6,5	–	–
Mõni kord nädalas	0,6	1,7	3,2	–	–
Mõni kord kuus	3,9	2,6	5,4	0,6	0,4
Mõni kord aastas	38,7	21,4	8,2	3,7	0,9
Mitte kordagi	56,5	61,7	76,6	95,7	98,7

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Tabel 12 näitab kogu tarbijate (endised ning praegused) alternatiivsete toodete kasutamist viimase aasta jooksul. Selleks, et mõista, milliste vanuserühmade seas eelnevad tooted kõige populaarsemad on ning kas neid tarvitati endiste suitsetajate või hoopis praeguste poolt, on töö autor teinud täiendavad tabelid (vaata Lisa 5). Nendest tabelitest on näha, et vesipiipu teevad rohkem kui mõni kord aastas ainult 18–34-aastased ning nendest kolmandik on praegused



suitsetajad. E-sigaretti tarbitakse kõige rohkem 18–24-aastaste seas. Igapäevaselt tarbitakse aga enim 55–59-aastaste inimeste seas (31,3%). Kõige vähem tarbisid e-sigaretti 45–54. aastased vastajad. Huuletubakat tarvitati samuti kõige rohkem 18–24-aastaste seas (21,3%) ning samuti oli selles vanuserühmas ka kõige rohkem igapäevakasutajaid (13,8%). 45–59-aastased huuletubakat ei tarvitanud. Huvitav oli veel see, et 35–44-aastaste seas oli küll igapäevaselt tarbijaid, kuid puudusid inimesed, kes tarbiksid huuletubakat mõni kord nädalas/kuus. Nuusk- ning närimistubakat kasutasid rohkem kui mõni kord aastas ainult 18–34-aastased inimesed, kusjuures igapäevaselt või mõni kord nädalas ei kasuta neid tooteid mitte keegi, olenemata vanusest. Kui võrrelda alternatiivseid tooteid tarbivate endiste ning praeguste suitsetajate osakaalusid, siis näeme, et üldiselt oli igapäevaselt tarbivate inimeste seas ligi 4,5 korda rohkem neid, kes olid juba sigarettidest loobunud.

Autor soovis mõista, kas alternatiivsete toodete abil on võimalik sigarettid maha jätta. Selleks uuriti endiste sigaretti tarbijate käest, kas nad kasutasid suitsetamisest loobumisel alternatiivseid tooteid (vaata Tabel 13).

Tabel 13. Sigarettidest loobumine alternatiivsete toodete abil, vanuserühm 18–59 (% , n=253)

	Vastajate arv	Nendest kasutab toodet igapäevaselt siiani
Ei loobunud alternatiivsete toodete abil	59,7	...
E-sigaret	25,7	73,8
Huuletubakas	14,6	48,6
Vesipiip	0,8	–
Nuusktubakas	0,4	–
Närimistubakas	–	–
Nikotiininäts/pihusti	1,6	...
IQOS	1,2	...

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Kõik vastajad said eelneva küsimuse juures valida mitu vastusevarianti. 59,7% kõikidest vastanutest ei loobunud alternatiivsete toodete abil. 25,7% endistest sigaretti tarbijatest loobus tänu e-sigaretile ning 14,6% tänu huuletubakale. Vesipiipu tarvitas 0,8% vastajatest, nuusktubakat 0,4% vastajatest, nikotiininätsu või –pihustit kasutas 1,6% ning IQOS-st 1,2% vastajatest. Huvitav on see, et kui teiste alternatiivsete toodete kasutamine on lõppenud või puuduvad andmed selle kohta, siis e-sigaretti ning huuletubakat kasutavad tarbijad edasi. Nimelt

73,8% inimestest, kes loobusid sigarettidest e-sigareti abil, teevad e-sigaretti siiani. Huuletabaka puhul oli see protsent 48,6.

### **3.2.3 Suitsetajate sigarettide tarbimist mõjutavad tegurid ning tarbijate põhjused sigarettidest loobumiseks**

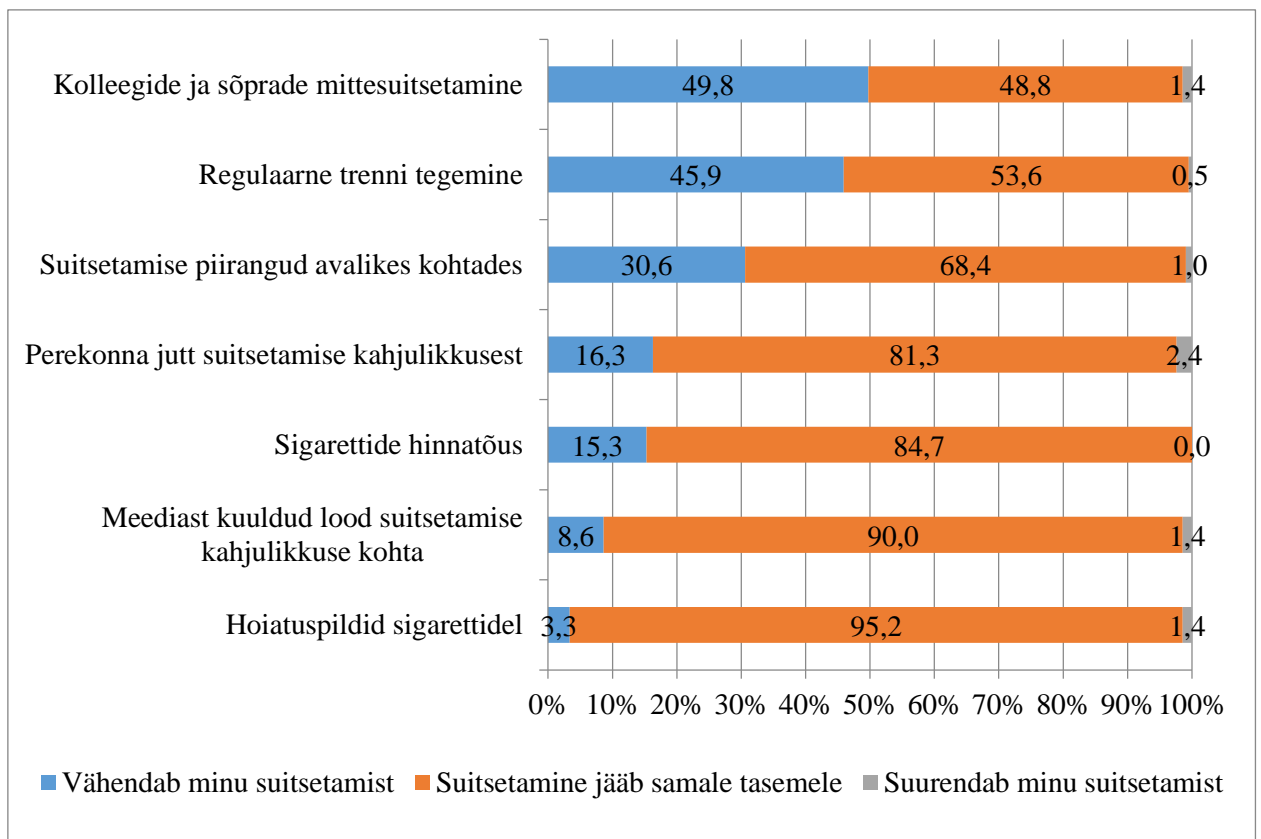
Selles peatükis analüüsitakse praeguste suitsetajate sigarettide tarbimist mõjutavaid tegureid ning kõikide sigareti tarbijate poolt kõige olulistemaks suitsetamisest loobumise põhjusteks peetud tegureid.

Töö autor uuris praeguste suitsetajate käest erinevate põhjuste mõju nende sigarettide suitsetamise kogusele. Tegurid ning tulemused on välja toodud joonisel 10. Kõige rohkem vähendas tarbijate suitsetamiskogust kolleegide ja sõprade mittesuitsetamine. Nii vastas 49,8% tarbijatest. Peaaegu pooled ehk 45,9% tarbijatest vähendasid sigarettide tarbimist regulaarselt trenni tehes. Tulemustest tuli välja, et hoiatuspildid sigaretipakkidel ja meediast kuulnud lood suitsetamise kahjulikkusest tervisele, ei omanud enamuse jaoks suurt tähtsust. Vastavalt 95,2% ja 90% vastajatel jäi suitsetamiskogus samale tasemele. Kui 15,3% tarbijatest vähendasid tarbimist sigarettide hinnatõusu tõttu, siis 84,7% tarbijatest ei mõjutanud see üldse. Kõige enam ehk 2,4% vastajatel suurendas sigarettide tarbimist perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest. Üldiselt on joonisel 10 näha, et autori poolt väljatoodud põhjused pigem vähendasid või jätsid sigarettide tarbimise koguse samaks.

Töö autor analüüsis sigarettide suitsetamise kogust mõjutavaid tegureid ka soo ning vanuserühmade lõikes (vaata Lisa 6 ja Lisa 7). Analüüsist selgus, et väga suuri erinevusi soo lõikes ei esinenud, küll aga mõned iseärasused. Näiteks perekonna jutt suitsetamise kahjulikkuse kohta vähendas meeste seas suitsetamist rohkem kui sigarettide hinnatõus. Naiste puhul olid need tegurid jälle vastupidise tähtsusega. Seega naised on natukene hinnatundlikumad. Samuti oli avalikes kohtades seatud piirangute ning kolleegide ja sõprade mittesuitsetamise mõju sooliselt erinev. Naiste seas olid need tegurid mõjuvamad sigarettide koguse vähendamisel kui seda meeste puhul.

Vanuserühmasid võrreldes selgus, et 55–59-aastased tarbijad on kõige hinnatundlikumad, lausa 42,9% tarbijatest vähendavad sigarettide suitsetamise kogust hinnatõusu puhul. Võrdluseks 18–24 ning 25–34-aastaseid mõjutab hind vastavalt 8,9% ning 12,3%. Hoiatuspildid sigaretipakkidel

vähendasid ainult 25–34-aastaste ning 55–59-aastaste vastajate tarbimist. Regulaarselt trenni tehes vähendasid oma tarbimist 40% 18–24-aastastest vastajatest, pooled vastajad 25–34-aastastest ning 35,5% 35–44-aastastest vastajatest. Huvitav oli regulaarse trenni tegemise mõju vanemate inimeste seas. Nimelt kui 45–54-aastaste seas vähendas 75% suitsetajatest tarbimise kogust, siis 55–59-aastaste seas vähendasid oma tarbimist ainult 14,3% vastanutest. Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest vähendas ning suurendas kõige enam 35–44-aastaste tarbijate kogust. Mõlemad näitajad oli 6,5%.



Joonis 10. Sigarettide suitsetamise kogust mõjutavad tegurid, vanuserühm 18–59 (% , n=209)

Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Samuti uuris autor, et kas ja kuidas mõjutab tarbijaid nende sigaretimargi puudumine poes. 64,1% vastajaid ei mõjutanud see üldse ning nad ostavad lihtsalt alternatiivse brändi. 3,8% tarbijatest jäi vastusega neutraalseks ning 67 inimest ehk 32,1% tarbijatest lähevad oma brändi ostma teise poodi või jätavad sigaretid üldse ostmata (vaata Tabel 14).

Tabel 14. Sigaretimargi puudumine poes, vanuserühm 18–59 (n=209)

	Vastajate arv	Osakaal valimist, %
Ei mõjuta/ostan alternatiivi	134	64,1
Mõjutab/lähen teise poodi või ei osta üldse	67	32,1
Neutraalne	8	3,8

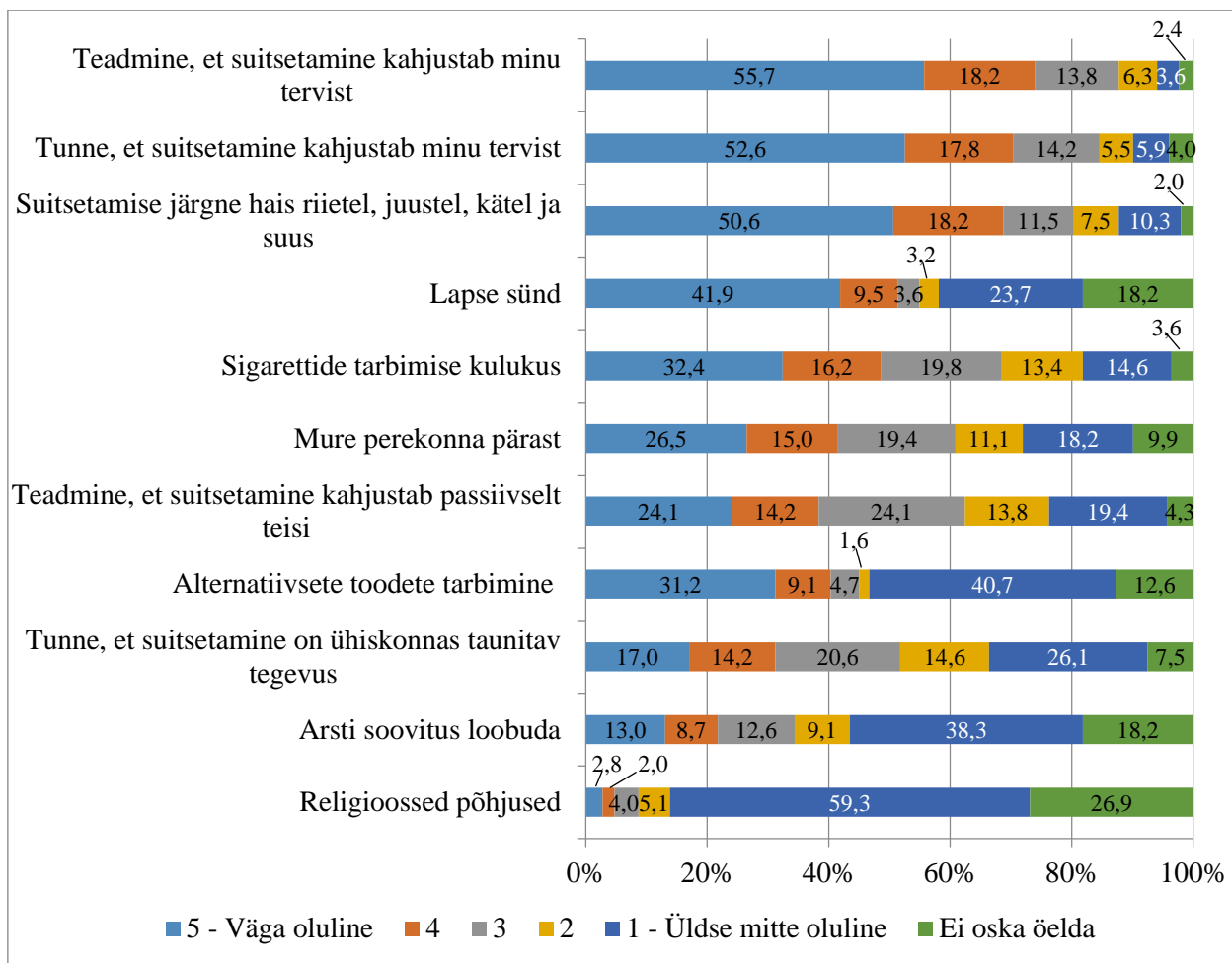
Allikas: (autori koostatud lisas 1 toodud andmete alusel)

Uurimaks nii praeguste kui ka endiste tarbijate suitsetamise mahajätmise põhjuseid, esitas autor mõlemale grupile sarnase küsimuse erinevusega, et suitsetamisest loobunud paluti hinnata kõrgemalt neid põhjuseid, mis olid neile päriselt olulised sigarettidest loobumisel ning praegustel paluti hinnata kuivõrd olulised oleksid need põhjused neile sigarettidest loobumisel.

Kõigepealt uuritakse juba sigarettide suitsetamisest loobunud tarbijaid (vaata Joonis 11). Sigarettide suitsetamisest loobunud tarbijate jaoks oli kõige olulisem põhjus suitsetamine lõpetada tervis. 55,7% vastanutest tõdes, et teadmine suitsetamise kahjulikkusest tervisele oli väga oluline aspekt lõpetamiseks. Pigem oluliseks ja väga oluliseks märkisid selle näitaja kokku 73,9% vastajatest. Inimesi, kes pidasid seda põhjust pigem mitte oluliseks, oli 9,9%. Protsendiliselt järgmine kõige suurem loobumise põhjus oli samuti seotud tervisega. Selleks oli tunne, et suitsetamine kahjustab tarbijate tervist, mida pidas sigarettide mahajätmisel väga oluliseks põhjuseks 52,6% endistest tarbijatest.

Kolmandaks kõige olulisemaks põhjuseks suitsetamine lõpetada oli hügieeniaspekt ehk suitsetamise järgne hais riietel, juustel, kätel ning suus. 68,8% pidas seda oluliseks faktoriks. Selliseid inimesi, kes ei pidanud hügieeni muret väga oluliseks, oli kokku 17,8 protsenti.

Lapse sünd oli 41,9% vastajate jaoks väga oluline põhjus sigarettidest loobumiseks. Huvitavaks teeb selle suurusjärgu see, et nendest vastajatest 58,5 protsendil on lapsed ning 41,5 protsendil ei ole. Põhjuseid selliseks ebakõlaks võib olla mitmeid. Vastajad ei saanud ülesandest täielikult aru, vastajad tahtsid näidata selle põhjuse olulisust, isegi kui neil veel lapsi ei ole, neil on laps, aga nad ei tunnista teda, nende laps on kahjuks juba meie seast lahkunud ja või mõni muu põhjus. Autor arvestab, et need inimesed, kellel veel lapsi ei ole, pidasid lapse sündi lihtsalt väga suureks motivaatoriks suitsetamine lõpetada. Üleüldiselt perekonna pärast lõpetas suitsetamise 41,5% vastanutest.



Joonis 11. Endiste tarbijate põhjused loobumiseks, vanuserühm 18–59 (% , n=253)

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Jooniselt 11 on võimalik välja lugeda, et arsti soovitus loobuda ei olnud tähtsaks põhjuseks sigarettide mahajätmisel 47,4% vastajatest. Autori arvates saab seda hinnata kaheti. Ühelt poolt vaadatuna on see positiivselt kõrge protsent, sest võib tähendada, et nende tervis oli pigem hea ning arst ei pidanud neile soovitada sigarettidest loobumist. Küll aga on võimalik seda numbrit ka negatiivselt hinnata eeldades, et nende tarbijate jaoks ei olnud arsti soovitus piisavalt tõsiseltvõetav argument. Arsti soovitus oli samuti üks suurimaid põhjusi, mida inimesed ei osanud hinnata.

Endiste tarbijate jaoks oli kõige suurema osakaaluga mitte üldse oluliseks põhjuseks lõpetada religioossed põhjused. 59,3% vastajatest pidasid seda kõige vähem oluliseks. Kõigest 2,8% pidas seda kõige olulisemaks, mis on ka kõige väiksem osakaal väga oluliste loobumispõhjuste seas.

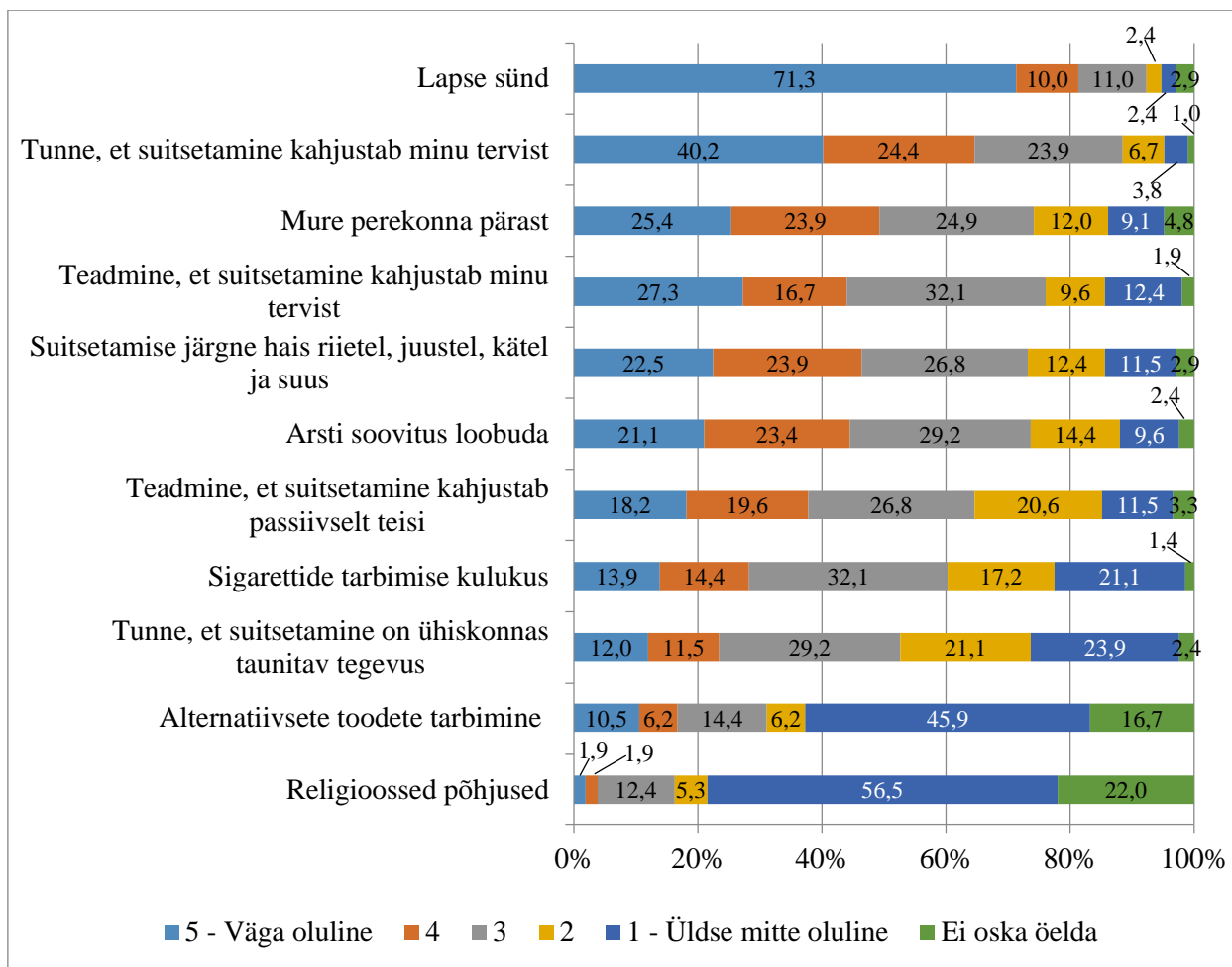
40,3% vastanutest loobus sigarettide suitsetamisest alternatiivsete toodete (huule- ehk mokatubakas, nuusktubakas, e-sigaret ning teised) abil. Samas suurusjärgus (42,3%) vastajate jaoks ei olnud see põhjus loobumiseks.

Sigarettide peale kulunud rahast oli peaaegu pooltel vastanutest kahju ehk 48,6% pidas seda oluliseks põhjuseks, miks nad loobusid. 19,8% pidas seda keskmise tugevusega põhjuseks ning 28,1% pidas sigarettide kulukust pigem mitte oluliseks põhjuseks.

Selleks, et leida erinevate tegurite vahelisi seoseid, kasutas autor korrelatsioonanalüüsi (vaata Lisa 8). Üldiselt on kõikide tegurite vahel positiivne seos, kuid suurem osa neist on nõrgad seosed. Kõige tugevamalt on omavahel seoses teadmine, et suitsetamine kahjustab tervist ning tunne, et suitsetamine kahjustab tervist. Samuti oli omavahel pigem tugevas seoses sigarettide tarbimise kulukus ning teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi (0,534). Kui esimene seos oli loogiline, sest mõlemad tegurid olid tervisega seotud, siis viimast seost ei oska autor seletada, sest tema arvates, et ole need põhjused kuidagi seotud. Kõige nõrgem positiivne seos oli alternatiivsete toodete tarbimise ning lapse sünni vahel. See tähendab, et kui inimene loobub sigarettidest lapse sünni pärast, siis suure tõenäosusega loobub ta samaaegselt ka alternatiivsetest toodetest või ta siis ei tarvitanudki neid. Veel olid omavahel nõrgas seoses teadmine, et suitsetamine kahjustab tervist ja lapse sünni ning teadmine, et suitsetamine kahjustab tervist ja religioossed põhjused.

Kui nüüd vaadata praeguste suitsetajate jaoks olulisi ning mitte olulisi põhjuseid sigarettidest loobumiseks, siis näeme kergeid erinevusi (vaata Joonis 12). Jooniselt on näha, et 71,3% vastanutest arvab, et lapse sündimine oleks nende jaoks kõige olulisem põhjus mahajätmiseks. Pigem oluliseks peab seda 10% inimestest ning mitte oluliseks 4,8%. Järgmisena peetakse oluliseks aspektiks tunnet, et suitsetamine kahjustab tervist. 64,6% kõikidest suitsetajatest pigem loobusid sigarettidest, kui tunneksid suitsetamise otsest kahju oma tervisele.

Samuti on näha, et kui praegused suitsetajad otsustaksid loobuda, siis väga olulised ja pigem olulised põhjused selleks oleksid mure perekonna pärast, suitsetamise järgne hais ning teadmine suitsetamise kahjulikkusest. Nii arvas vastavalt 49,3%, 46,4% ning 44% vastajatest.



Joonis 12. Praeguste tarbijate võimalikud põhjused loobumiseks, vanuserühm 18–59 (% , n=209)  
Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)

Sarnaselt endiste suitsetajatega oli ka praeguste suitsetajate arvates religioossed põhjused kõige vähem mõjutavamateks teguriteks sigarettidest loobumisel. 56,5% ei pidanud seda üldse oluliseks ning 5,3% pigem mitte oluliseks. Vastanutest 3,8% arvasid, et oleksid nõus religioossetel põhjustel sigarettidest loobuma.

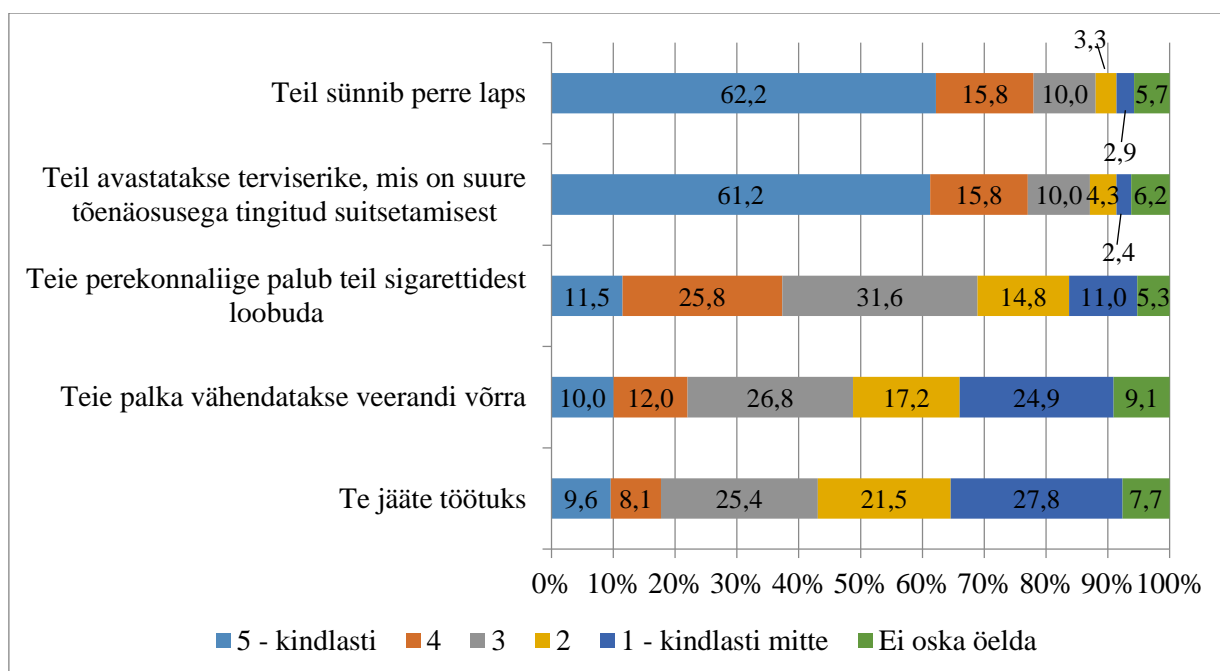
16,7% vastanutest uskus, et alternatiivsete toodete tarbimine pigem aitaks suitsetamise maha jätta. Samas 45,9% pidas seda mitte üldse oluliseks põhjuseks sigarettidest loobumisel ning 6,2% pigem mitte oluliseks.

Sigarettide kulukus oli 13,9% vastajate jaoks väga suur põhjus loobumiseks, millest võib järeldada, et ülejäänute jaoks ei olnud sigarettide hind veel liiga kõrge, et see paneks neid sigarettidest loobuma. Kokku hindas sigarette kulukaks 28,2% vastajatest.

Autor soovis leida ka praeguste suitsetajate jaoks võimalike loobumispõhjuste vahel seoseid (vaata Lisa 9). Kõige tugevamas seoses on teadmine, et suitsetamine kahjustab tervist ning tunne, et suitsetamine kahjustab tervist (0,652). Omavahel on veel tugevas seoses teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi ning tunne, et suitsetamine on ühiskonnas taunitav tegevus. Autor usub, et ühiskond on suitsetamise suhtes tauniv, sest teatakse, et see tegevus kahjustab passiivselt tervist. Ka mure perekonna pärast ning lapse sünd on omavahel tugevas seoses. Autori arvates on see ka igati mõisteta. Kõige vähem olid omavahel seoses tunne, et suitsetamine kahjustab tervist ning religioossed põhjused. Sarnaselt mittedsuitsetajatega oli ka praeguste suitsetajate seas lapse sünni ning alternatiivsete toodete tarbimise seos nõrk.

Selleks, et teada, mis olid siis üldiselt kõige olulisemad põhjused loobumiseks, on autor kasutanud aritmeetilist keskmist (vaata Lisa 10). Kõige olulisem põhjus sigarettidest loobumiseks oli tunne, et suitsetamine kahjustab tervist. Sellele järgnes lapse sünd, teadmine, et suitsetamine kahjustab tervist ning suitsetamise järgne hais riietel juustel, kätel ja suus.

Autor uuris praeguste suitsetajate käest, et millised põhjused paneksid neid sigarettidest loobuma päevapealt (vaata Joonis 13).



Joonis 13. Sigarettidest loobumine päevapealt, vanuserühm 18–59 (% , n=209)

Allikas: (autori koostatud lisa 1 toodud andmete alusel)



62,2% vastajatest tõdes, et kui neile sünniks perre laps, siis nad kindlasti lõpetaksid suitsetamise päevapealt. 6,2% tarbijatest suitsetaksid pigem edasi. Suitsetamisest tingitud terviserikke avastamisel loobuks kindlasti 61,2% vastajatest, seevastu 6,7% tarbijaid see päevapealt loobuma ei paneks. Kui tarbijad jääksid töötuks, siis vaid 17,7% pigem loobuks päevapealt ning ligi pooled ehk 49,3% suitsetaksid pigem edasi. Palga vähendamine veerandi võrra mõjutaks 22% vastajaid ning pigem ei mõjutaks 42,1% vastajaid. Kui perekonna liige paluks sigarettidest loobuda, siis päevapealt lõpetaks tarvitamise 37,3% vastanutest, neutraalseks jääks 31,6% ning 25,8% ei loobuks suitsetamisest.

### 3.3 Järeldused ning ettepanekud

Kõigepealt soovib töö autor käesoleva uuringu tulemusi võrrelda teooria osas kirjeldatuga ning alles siis analüüsida uurimisküsimusi.

Samoa fookusgrupi uuringus osalejad uskusid, et kui inimesel on suurem religioosne osalus ning suuremad usulised väärtused, siis need võivad langetada suitsetamise soovi (McCool et al. 2017, 4). Võib väita, et see vastab ka tõele. Autori uuringu tulemustest selgus, et mida vähem tähtsam on religioon inimesele, seda suurema tõenäosusega on ta suitsetaja.

Sarnaselt teorias esitatud uuringu tulemustele, tuli ka käesolevas uuringus välja, et enamus inimeste jaoks oli esimene kokkupuude sigarettidega koos sõpradega. 32,7% inimesi alustasid sigarettide suitsetamisega koos alkoholiga ning viiendik inimestest selleks, et näida vanemana ning rohkem küpsena. Autori arvates näitavad eelpool mainitud põhjused, et sotsiaalne surve sõprade ning mingil määral ka ühiskonna poolt on üks suurimad põhjuseid suitsetamisega alustamisel.

Varasemate uuringute analüüsimisel selgus, et sotsiaalsetest teguritest peetakse mure perekonna pärast üheks peamiseks põhjuseks, miks tarbijad tahaksid sigarettidest loobuda. Käesoleva uuringu tulemustest selgus, et mure perekonna pärast on küll tähtis, kuid mitte üks peamisi põhjuseid loobumiseks. Huvitav on see, et kui praeguste suitsetajate jaoks oli mure perekonna pärast tähtsuselt kolmas põhjus loobumiseks, siis endiste suitsetajate jaoks oli see alles kuues põhjus. Sellest võib järeldada, et kui lõpuks sigarettidest loobutakse, siis tegurid, mis olid otseselt tarbijaga seotud (näiteks tarbija tervis või hügieen), on tähtsamad kui mure teiste pärast.

Uuringust selgus, et suurem osa teorias esitletud psühholoogilistest teguritest mõjutavad käesoleva uuringu tarbijaid samamoodi nagu varasemate uuringute tarbijaid. Nimelt 70,1% praegustest ja endistest suitsetajatest tajus, et sigarettide suitsetamine on hea stressileevendaja. Meeste seas arvasid nii pigem nooremad ning vanuse kasvades see tunne vähenes. Naiste puhul olid näitajad vastupidised. Samuti tuli välja, et üldiselt peetakse sigarettide suitsetamist heaks tegevuseks vähendamaks peale söömist tekkivat täiskõhutunnet. Naiste seas, kes nii arvasid, oli osakaal mõnevõrra suurem kui meeste puhul. Suitsetamise ajal ennast energilisemana ja tugevamana tundsid neljandik vastanutest, mehed veidi enam kui naised. Meeste seas tundsid ennast kõige enam energilisemana ja tugevamana just noored vanuses 18–24. Vanuse kasvades see tunne vähenes. Naiste puhul oli seos vastupidine ehk vanuse kasvades tõusis ka inimeste osakaal, kes tundsid ennast suitsetamise ajal energilisemana.

Sarnaselt Austraalia ning Suurbritannia rahvusliku paneeli andmete analüüsile ning Tervise Arengu Instituudi uuringute tulemustele on ka käesoleva uuringu tarbijate seas seos suitsetamise ning töötundide vahel. Mida rohkem on inimesel ühes nädalas töötunde, seda suurema tõenäosusega on ta suitsetaja. Rohkem töötunde nädalas tekitab kindlasti inimese jaoks ka rohkem stressi ning kui suitsetamine on hea stressileevendaja, siis pole imestada, et suitsetajate osakaal on suurem, kui vähem töötunde tegevate inimeste seas.

Inimeste haridustase mängib igapäevasuitsetajate osakaalus samuti tähtsat rolli. Uuringu tulemused näitavad, et haridustaseme kasvades väheneb igapäevasuitsetajate osakaal, seega mida kõrgem omandatud haridus, seda väiksem on suitsetamise tõenäosus. See võib tulla sellest, kõrgema haridusega inimesed on rohkem teadlikumad suitsetamisega kaasnevatest ohtudest ning nad usaldavad rohkem teaduslikke fakte ja uuringuid, mis neid ohte tõendavad.

Personaalsetest teguritest uuriti tarbijate seas ka sigareti paki välimuse mõju nende poolt suitsetatava brändi eelistusel. Selgus, et valdava enamuse jaoks ei oma paki välimus mingit tähtsust. Seda tõendab ka tarbijate suhtumine sigareti pakkidel olevatesse hoiatuspiltidesse. Tuli välja, et needsamad hoiatuspildid ei mõjuta suurema enamuse jaoks sigarettide suitsetamise kogust mitte mingilgi määral.

Kui peale teooria uurimist uskus töö autor, et sigarettide hind ning üldiselt suitsetamise kulukus võib olla üks suurimaid tarbijate käitumist mõjutavaid tegureid, siis peale uuringu tulemuste

analüüsi autor seda enam ei usu. Selgus, et sigarettide hinnatõus mõjutab ainult väheseid ning enamuse tarbijaid ei muuda hinnatõusu pärast oma sigarettide suitsetamise kogust. Lisaks on näha, et praeguste tarbijate jaoks ei ole suitsetamise kulukus väga suureks motivaatoriks sigarettidest loobumiseks (tähtsuset kaheksandal kohal). Samas endiste suitsetajate jaoks oli kulukus oma osakaaluga viies põhjus. Seega autor usub, et kui inimene on teinud selle otsuse, et ta suitsetab, siis ta ka leiab selle raha ning tänu sellele ei pruugi kohe mõista sigarettide peale kuluva summa suurust. Kuid kui inimene on juba loobunud sigarettidest, siis tagantjärele mõistab ta paremini selle kulukust, sest see raha jääb vähemalt esialgu alles. Kui praegused tarbijad jääksid päevapealt töötuks või nende palka vähendataks veerandi võrra, siis kõigest viiendik inimesi loobuks sigarettidest päevapealt.

Sigarettide tarbimise kogust vähendab kõige enam kolleegide ja sõprade mittesuitsetamine ning regulaarse trenni tegemine. Autori arvates on see pigem loogiline, sest suitsetamine on sotsiaalne tegevus ning inimestele meeldib seda teha pigem koos seltskonnaga. Samuti mängib siin rolli sotsiaalne surve mittesuitsetajate poolt. Kõige vähem mõjutab tarbimise kogust eelpool mainitud hoiatuspildid pakkidel ning meediast kuulnud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta.

Järgnevalt analüüsib autor uurimisküsimuste tulemusi. Kõigepealt soovis autor teada, kas suitsetamise kahjulikkuse teadvustamine mõjutab sigarettide tarbijate käitumist kõige enam või on selleks teised tarbimist mõjutavad tegurid (näiteks hind, hügieen, alternatiivsed tooted).

Tulemustest selgus, endiste suitsetajate jaoks oli mure tervise pärast suurimaks teguriks sigarettidest loobumisel. Teadmine, et suitsetamine kahjustab tarbija tervist oli kõige sagedamini esinev ning tunne, et suitsetamine kahjustab tarbija tervist teine põhjus. Alles siis järgnes suitsetamise järgne hais riietel, juustel, kätel ja suus ning neljas põhjus, miks suitsetamisest loobuti, oli lapse sünn. Praeguste suitsetajate jaoks oli suurimaks põhjuseks, miks loobuda, lapse sünn. Sellele järgnes tunne, et suitsetamine kahjustab tarbija tervist. Kolmas tegur, mille pärast tarbijad loobuksid, oli mure perekonna pärast ning sellele järgnes teadmine, et suitsetamine kahjustab tarbija tervist. Kõikide tarbijate (endised ja praegused) vastuste aritmeetiline keskmine näitab, et kõige olulisem põhjus sigarettidest loobumiseks on tunne, et suitsetamine kahjustab tervist. Sellele järgneb lapse sünn, siis teadmine, et suitsetamine kahjustab tervist ning neljandaks suitsetamise järgne hais riietel juustel, kätel ja suus.

Teise uurimisküsimusega soovis autor teada, kas inimeste seas on suitsetamise vähenemise tagajärjel huuletubaka ja teiste alternatiivide tarbimine tõusnud. Tulemustest selgus, et suurem osa endistest suitsetajatest, kes loobusid kunagi suitsetamisest e-sigareti abil, tarbivad e-sigaretti igapäevaselt tänaseni. Ligi pooled inimesed, kes loobusid huuletubaka abil, on jäänud seda igapäevaselt tarbima. Sellest saab järeldada, et kuigi suitsetajate arv ja populaarsus on tõesti iga aastaga vähenenud, siis alternatiivsete toodete tarbimine tänu suitsetamisest loobumisele kasvab. See omakorda näitab, et inimestel on raske nikotiinist loobuda.

Viimasena soovis autor teada, kas sigarettide tarbimine on „lahe” ehk moes. Valdav enamus nii praegustest kui endistest tarbijatest arvas, et see ei ole lahe. Samuti olid nad pigem nõus väitega, et suitsetamine on tänapäeval haisev ja vastik tegevus. Endiste suitsetajate seas arvas nii väga suur osa inimestest, praeguste suitsetajate seas veidi üle poolte. Seega võib väita, et suitsetamine ei ole „lahe“ ehk moes.

Töö autor soovitaks tulevikus tehtavates uuringutes valida kitsama eesmärgi. Uurida võiks kas ainult praeguste suitsetajate tarbimist mõjutavaid tegureid ning miks tarbimine mingi teguri puhul väheneb/suureneb või siis ainult endiste suitsetajate põhjuseid sigarettidest loobumiseks.

## KOKKUVÕTE

Igal aastal sureb tubakatoodete tarbimise tagajärjel üle 7 miljoni inimese, mistõttu on see ka üks suurimaid rahvatervisega seotud ohtusid kogu maailmas. Eesti Vabariigi valitsus koostöös Euroopa Liiduga on viimasel aastakümnel näinud palju vaeva, et üritada vähendada suitsetatavate tubakatoodete tarbimist. Riigi poolt tellitud uuringutest on näha, et igapäevasuitsetajate osakaal iga-aastaselt langeb, kuid pole teada, millised tegurid tegelikult mõjutavad suitsetatavate tubakatoodete tarbijate käitumist. Sellest tulenevalt oli käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks välja selgitada suitsetatavate tubakatoodete, eelkõige sigarettide, tarbijate käitumist enim mõjutavad tegurid 18–59-aastaste inimeste seas ning hinnata, kas alternatiivsete toodete tarbimine on kasvanud sigarettidest loobumise tagajärjel.

Töö eesmärgi saavutamiseks kasutati kvantitatiivset uurimismeetodit. Andmete kogumiseks koostati veebipõhine küsimustik, millele vastas kokku 617 inimest. Andmete puhastamise tulemusena moodustus 604 inimesest koosnev valim, kellest 253 olid endised suitsetajad, 209 praegused suitsetajad ning 142 mitte kunagi või ainult mõned korrad sigarette proovinud. Igapäevasuitsetajaid oli kokku 181.

Uuringu tulemuste analüüsimisel selgus, et:

- Mida rohkem on inimesel ühes nädalas töötunde, seda suurema tõenäosusega on ta suitsetaja.
- Mida kõrgem on omandatud haridus, seda väiksem on suitsetamise tõenäosus.
- Suitsetamise tõenäosus on suurem nende inimeste hulgas, kelle jaoks religioon ei oma mingit tähtsust.
- 83,8% inimestest hakkas suitsetama koos sõpradega ning 32,7% alkoholi tarbimise ajal.
- 70,1% tarbijatest pidas sigarettide suitsetamist heaks stressilevendajaks.
- 58,7% tarbijatest väitis, et suitsetamine kiirendab ainevahetust ning vähendab peale söömist tekkivat täiskõhutunnet.
- Valdava enamuse jaoks ei oma paki välimus mingit tähtsust.

- Sigarettide tarbimise kogust vähendab kõige enam kolleegide ja sõprade mittedisainitud ning regulaarse trenni tegemine.
- Hoiatuspildid sigareti pakidel ei mõjuta suurema enamuse jaoks sigarettide suitsetamise kogust.
- Sigarettide hinnatõus mõjutab ainult väheseid ning enamus tarbijaid ei muuda hinnatõusu pärast oma sigarettide suitsetamise kogust.
- Meediast kuulnud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta ei mõjuta tarbijate sigarettide suitsetamise kogust.
- Kui praegused tarbijad jääksid päevapealt töötuks või nende palka vähendataks veerandi võrra, siis kõigest viiendik inimesi loobuks sigarettidest päevapealt.
- 89,2% praegustest ning endistest tarbijatest ei pea suitsetamist ägedaks. 71,6% tarbijatest pidas suitsetamist haisvaks ja vastikuks tegevuseks.
- Endiste suitsetajate jaoks oli mure tervise pärast suurimaks teguriks sigarettidest loobumisel. Sellele järgnes suitsetamise järgne hais riietel, juustel, kätel ja suus ning neljas põhjus, miks suitsetamisest loobuti, oli lapse sünd.
- Praegused suitsetajad loobuksid enim siis, kui neile sünniks laps. Sellele järgnes tunne, et suitsetamine kahjustab nende tervist. Kolmas tegur, mille pärast tarbijad loobuksid, oli mure perekonna pärast ning sellele järgnes teadmine, et suitsetamine kahjustab nende tervist.
- Alternatiivsete toodete abil loobus 40,3% endistest suitsetajatest. 73,8% inimestest, kes loobus e-sigareti abil, teeb e-sigaretti igapäevaselt siiani ning huuletubaka puhul on see protsent 48,6.

Töö autor soovitaks tulevikus tehtavates uuringutes valida kitsama eesmärgi. Uurida võiks kas ainult praeguste suitsetajate tarbimist mõjutavaid tegureid ning miks tarbimine mingi teguri puhul väheneb/suureneb või siis ainult endiste suitsetajate põhjuseid sigarettidest loobumiseks.

## **SUMMARY**

### **FACTORS AFFECTING CONSUMER BEHAVIOUR AMONG SMOKING TOBACCO PRODUCT USERS BASED ON THE EXAMPLE OF 18–59-YEAR OLD USERS**

Henry Tulp

More than 7 million people die each year as a result of tobacco consumption, making it one of the biggest public health threats in the world. In the last decade, the government of Estonia in cooperation with the European Union has struggled to try to reduce the consumption of smoking tobacco products. Surveys commissioned by the Estonia government show that the proportion of daily smokers decreases every year, but it is not known which factors actually affect consumer behaviour. As a result, the aim of this Bachelor's thesis was to identify the factors, that affect the consumer behaviour among smoking tobacco product users aged 18–59 and to assess whether the consumption of alternative products has increased as a result of giving up cigarettes.

To achieve the aim of the work, author used quantitative research method. To gather the data, a web-based questionnaire was sent out, which got 617 respondents. After cleaning the data, 604 respondents remained in the sample. 253 of them were former smokers, 209 were current smokers, and 142 were people, who had never tried cigarettes or had tried only few times. There were a total of 181 daily smokers.

The results of the study showed that:

- The more people work per week, the more likely they are smokers.
- The higher education person has acquired, the less likely he/she is a smoker.
- The likelihood of smoking is higher among people for whom the religion is not important at all.
- 83,8% of people started smoking with their friends and 32,7% while drinking.
- 70,1% of consumers considered smoking cigarettes a good stress reliever.

- 58,7% of consumers said that smoking speeds up the digestion and reduces the feeling of fullness after eating.
- For the vast majority the appearance of the cigarette pack is not important.
- Cigarette consumption is mostly reduced because of non-smoking colleagues and friends and by doing regular training.
- Warning images on the cigarette packs do not affect the amount of smoking for the majority of users.
- The price increase for cigarettes affects only a few and most consumers do not change the amount of smoking after price change.
- The stories about the harmfulness of smoking heard from the media do not affect the amount of cigarettes smoked by the consumer.
- If current consumers would lose their job straight away or their salary would be reduced by quarter, only up to 20% of them would quit immediately.
- 89,2% of current and former consumers do not consider smoking to be cool. 71,6% of consumers considered smoking smelly and disgusting.
- For former smokers, health was the biggest factor for giving up cigarettes. This was followed by a post smoking smell on clothes, hair, hands and mouth, and the fourth reason for quitting was the birth of a child.
- Current smokers would give up mostly if they would have a baby. This was followed by the feeling that smoking was damaging their health. The third factor that would influence consumers to quit was the concern about their family, followed by the knowledge that smoking is damaging their health.
- 40,3% of former smokers gave up smoking with the help of alternative products. 73,8% of people who gave up using e-cigarettes are still using the product daily basis. For snus the percentage is 48,6.

For the future studies, the author of the thesis would recommend choosing a narrower objective. For example to examine the factors that influence the consumption of cigarettes among current smokers only and to investigate why the consumption affected by some certain factor decreases or increases. Or to examine only the reasons for giving up cigarettes among former users.



## KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Aktsiisimäärad. (2018). Eesti Maksu- ja Tolliamet. Kättesaadav: <https://www.emta.ee/et/ariklient/aktsiisid-vara-hasartmang/uldist/aktsiisimaarad#tubakatooted>, 11. mai 2019.
- Alternatiivsed tubakatooted. (2017). Tervise Arengu Instituut. Kättesaadav: <https://www.terviseinfo.ee/et/tervise-edendamine/tookohal/tervisekalender-2019-teemad/tervisekalender/mai>, 10 aprill 2018.
- Angrave D., Charlwood A., Wooden M. (2014). Working time and cigarette smoking: Evidence from Australia and the United Kingdom. – *Social Science & Medicine*, 112, 72–79.
- Berkowitz, E. N., Kerin, R. A., Hartley, S. W., Rudelius, W. (1992). *Marketing*. 3rd ed. Boston: Irwin.
- Chaloupka F. J., Hu T. W., Warner K. E., Jacobs R., Yurekli A. (2000). The taxation of tobacco products, 237–272. Kättesaadav: <http://siteresources.worldbank.org/INTETC/Resources/375990-1089904539172/237TO272.PDF>, 10 oktoober 2018.
- Death rate, crude (per 1000 people). The World Bank. Kättesaadav: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.CDRT.IN?view=chart>, 10. aprill 2018.
- Dedobbeleer N., Beland F., Contandriopoulos A. P., Adrian M. (2004). Gender and the social context of smoking behaviour. – *Social Science & Medicine*, 58, 1–12.
- Education at a glance 2014. (2014). OECD. Kättesaadav: [https://www.hm.ee/sites/default/files/eag2017\\_ee\\_11\\_09.pdf](https://www.hm.ee/sites/default/files/eag2017_ee_11_09.pdf), 11. aprill 2018.
- Eesti Statistikaamet. (2019) PA21: Keskmine bruto- ja netokuupalk maakonna järgi (kvartalid). – [E-andmebaas] <http://andmebaas.stat.ee/Index.aspx?lang=et&SubSessionId=81db129f-162c-48a2-82a7-7584700835e6&themetreeid=3>, 11. mai 2019.
- Evaluation of tobacco plain packaging in Australia. (2018). Australian Government: The department of Health. Kättesaadav: <http://www.health.gov.au/internet/main/publishing.nsf/content/tobacco-plain-packaging-evaluation>, 22. mai 2018
- Giles, G. B. (1990). *Marketing*. 5th ed. London: Pitman Publishing.

- Hawkins, D. I., Best, R. J., Coney, K. A. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 8th ed. New York: McGraw-Hill.
- Kaiser M., Reutter M., Sousa-Poza A., Strohmaier K. (2018). Smoking and local unemployment: Evidence from Germany. – *Economics and Human Biology* 29, 138–147.
- Katainen A. (2010). Social class differences in the accounts of smoking – striving for distinction? – *Sociology of Health & Illness*, Vol. 32 No. 7, 1087–1101.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (2001). *Principles of Marketing*. 3rd European ed. Harlow [etc.]: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., Piercy, N. (2013). *Principles of Marketing*. 6th European ed. Harlow [etc.]: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. 15th ed. Boston [etc.]: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. 12 ed. New Jersey: Pearson/Prentice Hall.
- Lee J. G. L., Averett P. E., Blanchflower T., Landi N., Gregory K. R. (2017). "Their packaging has always been like a power": A qualitative study of U.S. smokers perceptions of cigarette pack visual design features to inform product regulation. – *Environmental Research and Public Health*, 14, 1–11.
- Loudon, D. L., Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer behavior: Concepts and Applications*. 4th ed. New York [etc.]: McGraw-Hill.
- McCool J., Tanielu H., Umali E., Whittaker R. (2017). Samoan smokers talk about smoking and quitting: a focus group study. – *Nicotine & Tobacco Research*, 1–6.
- Miks eelistada e-sigaretti tavalistele sigarettidele? Nicorex. Kättesaadav: <https://www.nicorex.eu/miks-eelistada-e-sigaretti-tavalistele-sigarettidele>, 10. aprill 2018.
- Mis tüüpi tubakatooteid tarbitakse Euroopas? World Health Organization. Kättesaadav: <https://cancer-code-europe.iarc.fr/index.php/et/12-viisi/tubakas/2324-mis-tueuepi-tubakatooteid-tarbitakse-euroopas>, 10. aprill 2018.
- Orro E., Lepane L., Josing M., Reiman M. (2015). *Tubakatoodete turg ja tarbimine Eestis: Aastaraamat 2015*. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut.
- Orro E., Lepane L., Josing M., Reiman M. (2017). *Tubakatoodete turg ja tarbimine Eestis: Aastaraamat 2017*. Tallinn: Eesti Konjunktuuriinstituut.
- Peter, J. P., Olson, J. C. (1996). *Consumer Behavior and marketing strategy*. 4th ed. Boston [etc.]: Irwin/McGraw-Hill.

- Reile R., Tekkel M., Veideman T. (2019). Eesti täiskasvanud rahvastiku tervisekäitumise uuring 2018. Tallinn: Tervise Arengu Instituut.
- Schiffman, L. G., Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. 11th ed. Boston [etc.]: Pearson Education Limited.
- Sethna, Z., Blythe, J. (2016). *Consumer Behaviour*. 3rd ed. Los Angeles: Sage.
- Spitzer, J. (2003). *Never take another puff*. Kättesaadav: <https://whyquit.com/joel/ntap.pdf>, 20. september 2018.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J. (1991). *Fundamentals of Marketing*. 9th ed. New York [etc.]: McGraw-Hill.
- Suitsuvabad tubakatooted. Tervise Arengu Instituut. Kättesaadav: <https://www.tubakainfo.ee/mis-on-sigaretis/suitsuvabad-tubakatooted/>, 6. aprill 2018.
- Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaas. (2019) TKU50: Suitsetamine soo ja vanuserühmade järgi. – [E-andmebaas] [http://pxweb.tai.ee/PXWeb2015/pxweb/et/05Uuringud/05Uuringud\\_\\_02TKU\\_\\_05Suits-etamine/TKU50.px/?rxid=abd8f4d4-47af-4223-9cc3-3af3591570ae](http://pxweb.tai.ee/PXWeb2015/pxweb/et/05Uuringud/05Uuringud__02TKU__05Suits-etamine/TKU50.px/?rxid=abd8f4d4-47af-4223-9cc3-3af3591570ae), 11. mai 2019.
- Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaas. (2019) TKU51: Suitsetamine soo ja hariduse järgi. – [E-andmebaas] [http://pxweb.tai.ee/PXWeb2015/pxweb/et/05Uuringud/05Uuringud\\_\\_02TKU\\_\\_05Suits-etamine/TKU51.px/?rxid=abd8f4d4-47af-4223-9cc3-3af3591570ae](http://pxweb.tai.ee/PXWeb2015/pxweb/et/05Uuringud/05Uuringud__02TKU__05Suits-etamine/TKU51.px/?rxid=abd8f4d4-47af-4223-9cc3-3af3591570ae), 11. mai 2019.
- Tobacco: Leading cause of death, illness and impoverishment. (2018). World Health Organization. Kättesaadav: <https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>, 10. aprill 2018.
- Tubakaseadus. RT I 2005, 29, 210, § 24.
- Tubakatarvitamine: Tubakatooted. (2019). Tervise Arengu Instituut. Kättesaadav: <https://www.terviseinfo.ee/et/valdkonnad/tubakas/tubakatarvitamine/tubakatooted>, 11. mai 2019.
- Tubakatarvitamise olukord ja trendid Eestis. (2019). Tervise Arengu Instituut. Kättesaadav: <https://www.terviseinfo.ee/et/valdkonnad/tubakas/tubakatarvitamine/tubakatarvitamises-t-eestis>, 11. mai 2019.
- Tubakatooted. (2019). Eesti Maksu- ja Tolliamet. Kättesaadav: <https://www.emta.ee/et/ariklient/aktsiisid-vara-hasartmang/tubakatooted>, 11. mai 2019.
- Vihalem, A. (2008). *Turunduse alused: Teine, parandatud ja täiendatud triikk*. Tallinn: Külim.
- Wang J. W., Cui Z. T., Ding N., Zhang C. G., Usagawa T., Berry H. L., Yu J. M., Li S. S. (2014). A qualitative study of smoking behavior among the floating population on Shanghai, China. – *BMC Public Health*, 14:1138, 1–7.

# LISAD

## Lisa 1. Küsimustik koos üldandmetega

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli tudeng ning viin läbi sigarettide suitsetamise teemalist uuringut, mille eesmärgiks on mõista sigarettide tarbijate tarbijakäitumist ning seda mõjutavaid tegureid.

Vastata võivad kõik praegused ja endised sigarettide tarbijad ning samuti inimesed, kes ei ole kunagi suitsetanud.

Küsitlus on anonüümne, seega palun vastata küsimustele võimalikult ausalt. Küsitluse vastamine võtab aega orienteeruvalt 8–10 minutit.

Tänan väga kõiki, kes uuringule kaasa aitavad!

### 1. Kas te olete kunagi elus sigarettide suitsetanud? (N=604)

Jah	76,5%
Ei	7,1%
Olen ainult mõne korra proovinud	16,4%

Märkus: Vastavalt inimeste vastusele suunati nad edasi kas järgmise küsimuse või „Perekonna ja sõprade mõju suitsetamisele“ sektsiooni.

### 2. Mis põhjusel hakkasite sigarettide tarbima? (N=462)

Valige kõik, mis olid teie jaoks peamised põhjused

Koos sõpradega	82,9%
Koos alkoholiga	32,7%
Stressi ajal/leevendamiseks	19,3%
Igavuse peletamiseks	18,4%
Et näida vanemana ning rohkem küpsena	19,7%
Muu	5,0%

Muu	Vastanute arv, %
Huvi pärast	1,7
Seltskonnaga	0,9
Ei mäleta	0,7
Olla täiskasvanulikum	0,4
Meeldis	0,4
Näljatunde leevendamiseks	0,2
Seriaali kangelane suitsetas	0,2
Igav oli	0,2
Stiilne tegevus	0,2

3. Kas te tunnete/tundsite end sigarettide suitsetamise ajal tugevamana ning energilisemana?

(N=462)

Jah	22,9%
Ei	49,4%
Ei oska öelda	27,7%

4. Kas sigarettide suitsetamine on/oli hea stressileevendaja? (N=462)

Jah	70,1%
Ei	15,4%
Ei oska öelda	14,5%

5. Kas sigarettide suitsetamine kiirendab/kiirendas teie ainevahetust (näiteks parandab seedimist, vähendab peale söömist tekkivat täiskõhutunnet jne)? (N=462)

Jah	58,7%
Ei	19,3%
Ei oska öelda	22,1%

6. Kas teie jaoks on/oli sigaretipaki välimusel (värv, logo, paki suurus) tähtsus teie poolt suitsetatava brändi eelistusel? (N=462)

Jah	24,2%
Ei	72,7%
Ei oska öelda	3,0%

7. Kas te nõustute või ei nõustu järgnevate väidetega sigarettide suitsetamise kohta? (N=462)

	Nõustun	Ei nõustu	Ei oska öelda
Suitsetamine on äge	3,2%	89,2%	7,6%
Suitsetajatel lähevad hambad kollaseks	77,1%	12,3%	10,6%
Suitsetajad lõhnavad halvasti	82,5%	12,1%	5,4%
Suitsetamine on asjatu raharaiskamine	75,8%	11,9%	12,3%
Suitsetamises on teatav elegants	43,1%	41,8%	15,2%
Suitsetamine aitab inimestel ennast teiste seltskonnas mugavamalt tunda	45,2%	35,7%	19,0%
Suitsetamine suurendab sotsiaalset ja seksuaalset edukust	11,0%	70,3%	18,6%
Suitsetamine parandab füüsilist edukust	1,5%	90,7%	7,8%
Suitsetades tunnen ennast eemaletõukavana	24,9%	48,1%	27,1%

8. Kas te olete viimase aasta jooksul tarvitanud .....? (N=462)

	Mitte kordagi	Mõni kord aastas	Mõni kord kuus	Mõni kord nädalas	Iga päev
Vesipiipu	56,5%	38,7%	3,9%	0,6%	0,2%
E-sigaretti	61,7%	21,4%	2,6%	1,7%	12,6%
Huuletubakat	76,6%	8,2%	5,4%	3,2%	6,5%
Nuuskubakat	95,7%	3,7%	0,6%	–	–
Närimistubakat	98,7%	0,9%	0,4%	–	–

9. Kas te olete praegu sigarettide suitsetaja? (N=462)

Jah	45,2%
Ei	54,8%

Märkus: Vastavalt inimeste vastusele suunati nad edasi kas järgmise küsimuse või „Suitsetamisest loobunud isik“ sektsiooni.

### Praegune suitsetaja

10. Kui mitu sigaretti päevas tarbite? (N=209)

1–5 sigaretti	22,5%
6–10 sigaretti	23,4%
11–20 sigaretti	34,0%
20+ sigaretti	6,7%
Tarbin ainult nädalavahetuseti/pidudel (nn pühapäevasuitsetaja)	13,4%

11. Kuivõrd suurt naudingut suitsetamine teile pakub? (N=209)

Väga suurt naudingut	12,4%
Mõningast naudingut	69,4%
Mitte mingisugust naudingut	8,6%
Tekitab ebameeldivust	2,9%
Raske öelda	6,7%

12. Palun märkige, kuidas alljärgnevad põhjused mõjutavad teie sigarettide suitsetamise kogust? (N=209)

	Vähendab minu suitsetamist	Suitsetamine jääb samale tasemele	Suurendab minu suitsetamist
Sigarettide hinnatõus	15,3%	84,7%	–
Hoiatuspildid sigarettidel	3,3%	95,2%	1,4%
Suitsetamise piirangud avalikes kohtades	30,6%	68,4%	1,0%
Meediast kuulnud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta	8,6%	90,0%	1,4%
Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest	16,3%	81,3%	2,4%
Regulaarne trenni tegemine	45,9%	53,6%	0,5%
Kolleegide ja sõprade mittersuitsetamine	49,8%	48,8%	1,4%

13. Alljärgnevalt on toodud võimalikud põhjused suitsetamisest loobumiseks. Palun hinnake kuivõrd olulised oleksid need põhjused teile sigarettidest loobumisel. (N=209)

	5 – Väga oluline	4	3	2	1 – Üldse mitte oluline	Ei oska öelda
Teadmine, et suitsetamine kahjustab minu tervist	27,3%	16,7%	32,1%	9,6%	12,4%	1,9%
Tunne, et suitsetamine kahjustab minu tervist	40,2%	24,4%	23,9%	6,7%	3,8%	1,0%
Arsti soovitus loobuda	21,1%	23,4%	29,2%	14,4%	9,6%	2,4%
Teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi	18,2%	19,6%	26,8%	20,6%	11,5%	3,3%
Tunne, et suitsetamine on ühiskonnas taunitav tegevus	12,0%	11,5%	29,2%	21,1%	23,9%	2,4%
Sigarettide tarbimise kulukus	13,9%	14,4%	32,1%	17,2%	21,1%	1,4%
Mure perekonna pärast	25,4%	23,9%	24,9%	12,0%	9,1%	4,8%
Lapse sünd	71,3%	10,0%	11,0%	2,4%	2,4%	2,9%

**lisa 1 järg**

Suitsetamise järgne hais riietel, juustel, kätel ja suus	22,5%	23,9%	26,8%	12,4%	11,5%	2,9%
Religioossed põhjused	1,9%	1,9%	12,4%	5,3%	56,5%	22,0%
Alternatiivsete toodete tarbimine (huule- ehk mokatubakas, nuusktubakas, e-sigaret vms)	10,5%	6,2%	14,4%	6,2%	45,9%	16,7%

14. Kas te loobuksite sigarettide suitsetamisest päevapealt kui .....? (N=209)

	5 – kindlasti	4	3	2	1 – kindlasti mitte	Ei oska öelda
Teil avastatakse terviserike, mis on suure tõenäosusega tingitud suitsetamisest	61,2%	15,8%	10,0%	4,3%	2,4%	6,2%
Teil sünnib perre laps	62,2%	15,8%	10,0%	3,3%	2,9%	5,7%
Teie palka vähendatakse veerandi võrra	10,0%	12,0%	26,8%	17,2%	24,9%	9,1%
Te jääte töötuks	9,6%	8,1%	25,4%	21,5%	27,8%	7,7%
Teie perekonnaliige palub teil sigarettidest loobuda	11,5%	25,8%	31,6%	14,8%	11,0%	5,3%

15. Kumb alljärgnevatest väidetest on lähemal teie seisukohale? (N=209)

A: Tean, et suitsetamine kahjustab tervist, aga loodan, et minuga seda ei juhtu.

B: Tean, et suitsetamine kahjustab minu tervist. Võtan teadlikult selle riski.

Kindlasti A	6,2%
Pigem A	23,0%
Kindlasti B	24,4%
Pigem B	42,1%
Ei usu, et suitsetamine kahjustab tervist	0,5%
Ei oska öelda	3,8%

16. Kui kahjulikuks peate suitsetamist oma tervisele .....? (N=209)

1 tähendab „Üldse mitte kahjulikuks“ ning 10 tähendab „Väga kahjulikuks“

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Lühemas perspektiivis	8,1%	7,2%	13,9%	12,9%	22,0%	10,5%	9,1%	7,7%	3,3%	5,3%
Pikemas perspektiivis	0,5%	3,8%	6,2%	2,9%	9,1%	6,7%	12,4%	22,0%	15,8%	20,6%



17. Kuidas mõjutab teie suitsetamist teie sigaretimargi puudumine poes? (N=209)

Märkus: Tegemist oli avatud küsimusega.

Ei mõjuta/ostan alternatiivi	64,1%
Mõjutab/lähem teise poodi või ei osta üldse	32,1%
Neutraalne	3,8%

18. Kas te suitsetate sigarette kodus eluruumides? (N=209)

Jah	7,2%
EI	92,8%

19. Kas te olete kunagi mõelnud suitsetamisest loobuda? (N=209)

Jah	84,7%
EI	15,3%

20. Kui vastasite eelnevale küsimusele „Jah“, siis miks te ei ole juba loobunud? (N=157)

Märkus: Tegemist oli avatud küsimusega.

21. Kas teie arvates sigarettide suitsetamine mõjutab negatiivselt teie lähedasi? (N=209)

Jah	37,8%
Ei	27,3%
Ei oska öelda	34,9%

### **Suitsetamisest loobunud isik**

22. Alljärgnevalt on toodud võimalikud põhjused suitsetamisest loobumiseks. Palun hinnake kuivõrd olulised olid need põhjused teile sigarettidest loobumisel. (N=253)

	5 – Väga oluline	4	3	2	1 – Üldse mitte oluline	Ei oska öelda
Teadmine, et suitsetamine kahjustab minu tervist	55,7%	18,2%	13,8%	6,3%	3,6%	2,4%
Tunne, et suitsetamine kahjustab minu tervist	52,6%	17,8%	14,2%	5,5%	5,9%	4,0%
Arsti soovitus loobuda	13,0%	8,7%	12,6%	9,1%	38,3%	18,2%

**lisa 1 järg**

Teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi	24,1%	14,2%	24,1%	13,8%	19,4%	4,3%
Tunne, et suitsetamine on ühiskonnas taunitav tegevus	17,0%	14,2%	20,6%	14,6%	26,1%	7,5%
Sigarettide tarbimise kulukus	32,4%	16,2%	19,8%	13,4%	14,6%	3,6%
Mure perekonna pärast	26,5%	15,0%	19,4%	11,1%	18,2%	9,9%
Lapse sünd	41,9%	9,5%	3,6%	3,2%	23,7%	18,2%
Suitsetamise järgne hais riietel, juustel, kätel ja suus	50,6%	18,2%	11,5%	7,5%	10,3%	2,0%
Religioossed põhjused	2,8%	2,0%	4,0%	5,1%	59,3%	26,9%
Alternatiivsete toodete tarbimine (huule- ehk mokatubakas, nuusktubakas, e-sigaret vms)	31,2%	9,1%	4,7%	1,6%	40,7%	12,6%

**23. Milliste alternatiivsete toodete abil loobusite sigarettide suitsetamisest? (N=253)**

Valige kõik, mis olid teie jaoks peamised tooted

Vesipiip	1,6%
E-sigaret	26,1%
Huuletubakas	15,4%
Nuusktubakas	0,4%
Närimistubakas	–
Ei loobunud alternatiivsete toodete abil	57,3%
Muu	10,3%

Muu	Vastanute arv, %
Ei kasutanud mitte mingeid tooteid	2,4
Nikotiininäts/pihusti	1,6
Ei pidanud ennast suitsetajaks	1,6
IQOS	1,2
Kanep	1,2
Organism ei talunud enam	0,8
Suitsetamisest loobumise raamat/seminar	0,8
Päevalilleseemned	0,4
Vähk avastati	0,4

**24. Kas te olete end tabanud mõttelt, et võiksite taas suitsetama hakata? (N=253)**

Ei, mitte kunagi	52,6%
Aeg-ajalt olen	38,3%
Võitlen selle sooviga üsna tihti	3,2%
Ei oska öelda	5,9%

25. Millised on kaks peamist põhjust, miks te ei hakka uuesti suitsetama? (N=253)

Märkus: Tegemist oli avatud küsimusega.

**Perekonna ja sõprade mõju suitsetamisele**

26. Kas teie vanemad olid suitsetajad, kui te olite laps? (N=604)

Piisab, kui üks vanem suitsetas sigarette

Jah	59,3%
Ei	40,7%

27. Palun kirjeldage lühidalt, milline oli teie kodune kasvatus seoses suitsetamisega? (N=604)

Märkus: Tegemist oli avatud küsimusega.

28. Kas teie sõprusringkonnas on palju inimesi, kes suitsetavad? (N=604)

Jah	51,2%
Ei	42,9%
Ei oska öelda	6,0%

29. Kas teie arvates on suitsetamine tänapäeval haisev ja vastik tegevus? (N=604)

Jah	76,0%
Ei	24,0%

	Jah	Ei
Endine suitsetaja	86,2%	13,8%
Praegune suitsetaja	54,1%	45,9%
Tarbijad kokku	71,6%	28,4%

**Demograafilised andmed**

30. Sugu (N=604)

Mees	52,3%
Naine	47,7%

31. Vanus (N=604)

Tegemist oli avatud küsimusega

18–24	17,1%
25–34	55,8%
35–44	16,9%
45–54	7,5%
55–59	2,8%

32. Kõrgeim omandatud haridus (N=604)

Algharidus	–
Põhiharidus	4,8%
Keskharidus	38,7%
Kõrgharidus	56,5%

33. Perekonnaseis (N=604)

Suhtes	75,0%
Vallaline	25,0%
Lesk	–

34. Kas te elate kellegagi koos? (N=604)

Jah	81,1%
Ei	18,9%

35. Kas teil on lapsi? (N=604)

Jah	41,2%
Ei	58,8%

36. Milline on teie amet? (N=604)

Juhataja, direktor	5,1%
Spetsialist	38,1%
Keskastmejuht	15,2%
Klienditeenindaja	4,5%
Teenindus-, müügitöötaja	4,3%
Oskustööline	7,9%
Lihttööline	1,5%

Õpilane/Üliõpilane	7,9%
Õpetaja	2,5%
Ettevõtja	8,9%
Ei tööta hetkel	4,0%

37. Kui mitu töötundi teil ühes nädalas on? (N=604)

Rohkem kui 40 tundi	28,5%
Umbes 40 tundi	50,7%
Vähem kui 40 tundi	20,9%

38. Kuidas hindate oma majanduslikku olukorda? (N=604)

Suurepärase	9,1%
Pigem hea	45,4%
Keskpärase	39,7%
Pigem halb	5,1%
Väga halb	0,7%

39. Teie neto sissetulek kuus? (N=604)

Alla 700€	12,9%
700–999€	13,6%
1000–1499€	40,6%
1500–1999€	17,9%
2000–2499€	7,3%
2500+	7,8%

40. Sõltumata sellest, kas te käite kirikus või mitte, kui tähtis on teie jaoks religioon? (N=604)

Usk on eriti tähtis	7,5%
Usk ei ole eriti tähtis	37,7%
Usk pole üldse tähtis	54,8%

41. Kui tihti teete sporti? (N=604)

Rohkem kui 4 korda nädalas	6,6%
3–4 korda nädalas	17,7%
1–2 korda nädalas	29,0%
1–2 korda kuus	18,7%
Ei tee sporti	28,0%

Allikas: (autori uuring)

## Lisa 2. Valimi ja igapäevasuitletajate majanduslik olukord

	Suurepärane	Pigem hea	Keskpärane	Pigem halb	Väga halb
Vastajate arv	55	274	240	31	4
Vastajate osakaal, %	9,1	45,4	39,7	5,1	0,7
Endiste suitletajate arv	22	124	91	15	1
Praeguste suitletajate arv	17	86	92	12	2
Igapäevasuitletajate arv	14	74	84	8	1
Igapäevasuitletajate osakaal, %	25,5	27,0	35,0	25,8	25,0

Allikas: (autori uuring)

### Lisa 3. Valimi ja igapäevasuitsetajate netosissetulek kuus

	Alla 700€	700–999€	1000– 1499€	1500– 1999€	2000– 2499€	2500+
Vastajate arv	78	82	245	108	44	47
Vastajate osakaal, %	12,9	13,6	40,6	17,9	7,3	7,8
Endiste suitsetajate arv	24	32	108	49	17	23
Praeguste suitsetajate arv	33	32	71	40	17	16
Igapäevasuitsetajate arv	25	28	65	35	13	15
Igapäevasuitsetajate osakaal, %	32,1	34,1	26,5	32,4	29,5	31,9

Allikas: (autori uuring)

#### Lisa 4. Enesetunne suitsetamise ajal soo ja vanuse järgi

	Mehed (N=256)					Kokku
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-59	
Energilisemana tundmine	37,5%	25,2%	28,6%	4,8%	11,1%	25,8%
Hea stressileevendaja	77,5%	72,6%	63,3%	52,4%	55,6%	69,5%
Kiirendab ainevahetust	72,5%	62,2%	44,9%	23,8%	22,2%	56,3%

	Naised (N=206)					Kokku
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-59	
Energilisemana tundmine	22,5%	14,8%	24,0%	33,3%	42,9%	19,4%
Hea stressileevendaja	80,0%	64,8%	72,0%	91,7%	85,7%	70,9%
Kiirendab ainevahetust	67,5%	57,4%	56,0%	41,7%	100,0%	61,7%

Allikas: (autori uuring)



## Lisa 5. Alternatiivsete toodete tarvitamine viimase 12 kuu jooksul vanuserühmade ning suitsetamisstaatus järgi

Vesipihub tarbimine	Kokku		18-24		25-34		35-44		45-54		55-59	
	Suitsetaja	Endine suitsetaja	Suitsetaja	Endine suitsetaja	Suitsetaja	Endine suitsetaja	Suitsetaja	Endine suitsetaja	Suitsetaja	Endine suitsetaja	Suitsetaja	Endine suitsetaja
Iga päev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mõni kord nädalas	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Mõni kord kuus	8	3	3	5	10	1	9	0	0	0	0	0
Mõni kord aastas	55	31	24	108	49	59	15	8	7	1	0	0
Mitte korraga	15	9	6	137	63	74	61	23	38	32	11	16
<b>E-sigaretti tarbimine</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>
	18-24		25-34		35-44		45-54		55-59			
Iga päev	17	3	14	22	4	18	11	1	10	3	5	0
Mõni kord nädalas	4	4	0	3	2	1	0	0	1	1	0	0
Mõni kord kuus	5	4	1	5	3	2	2	1	1	0	0	0
Mõni kord aastas	21	13	8	66	33	33	8	7	33	1	3	1
Mitte korraga	33	21	12	161	72	89	55	22	33	26	8	18
<b>Huultetubaka tarbimine</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>
	18-24		25-34		35-44		45-54		55-59			
Iga päev	11	4	7	16	3	13	3	1	2	0	0	0
Mõni kord nädalas	4	2	2	11	3	8	0	0	0	0	0	0
Mõni kord kuus	6	3	3	19	8	11	0	0	0	0	0	0
Mõni kord aastas	9	5	4	21	7	14	8	3	5	0	0	0
Mitte korraga	50	31	19	190	93	97	65	27	38	33	12	21
<b>Nuusketubaka tarbimine</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>
	18-24		25-34		35-44		45-54		55-59			
Iga päev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mõni kord nädalas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mõni kord kuus	1	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0
Mõni kord aastas	7	5	2	9	6	3	1	0	1	0	0	0
Mitte korraga	72	39	33	246	108	138	75	31	44	33	12	21
<b>Närimistubaka tarbimine</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>	<b>Kokku</b>	<b>Suitsetaja</b>	<b>Endine suitsetaja</b>
	18-24		25-34		35-44		45-54		55-59			
Iga päev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mõni kord nädalas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mõni kord kuus	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mõni kord aastas	2	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0
Mitte korraga	76	42	34	255	113	142	76	31	45	33	12	21

Allikas: (autori uuring)

## Lisa 6. Sigarettide suitsetamise kogust mõjutavad tegurid soo järgi

<b>Naiste puhul (% , N=97)</b>	Vähendab minu suitsetamist	Suitsetamine jääb samale tasemele	Suurendab minu suitsetamist
Sigarettide hinnatõus	16,5	83,5	–
Hoiatuspildid sigarettidel	4,1	94,8	1,0
Suitsetamise piirangud avalikes kohtades	35,1	63,9	1,0
Meediast kuuldud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta	7,2	91,8	1,0
Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest	13,4	85,6	1,0
Regulaarne trenni tegemine	46,4	53,6	–
Kolleegide ja sõprade mittesuitsetamine	53,6	46,4	–

<b>Meeste puhul (% , N=112)</b>	Vähendab minu suitsetamist	Suitsetamine jääb samale tasemele	Suurendab minu suitsetamist
Sigarettide hinnatõus	14,3	85,7	–
Hoiatuspildid sigarettidel	2,7	95,5	1,8
Suitsetamise piirangud avalikes kohtades	26,8	72,3	0,9
Meediast kuuldud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta	9,8	88,4	1,8
Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest	18,8	77,7	3,6
Regulaarne trenni tegemine	45,5	53,6	0,9
Kolleegide ja sõprade mittesuitsetamine	46,4	50,9	2,7

Allikas: (autori uuring)

## Lisa 7. Sigarettide suitsetamise kogust mõjutavad tegurid vanuserühmade järgi

<b>Vanuserühm 18-24 (%)</b>	Vähendab minu suitsetamist	Suitsetamine jääb samale tasemele	Suurendab minu suitsetamist
Sigarettide hinnatõus	8,9	91,1	–
Hoiatuspildid sigarettidel	–	95,6	4,4
Suitsetamise piirangud avalikes kohtades	22,2	77,8	–
Meediast kuuldud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta	8,9	88,9	2,2
Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest	13,3	84,4	2,2
Regulaarne trenni tegemine	40,0	60,0	–
Kolleegide ja sõprade mittesuitsetamine	46,7	51,1	2,2

<b>Vanuserühm 25-34 (%)</b>	Vähendab minu suitsetamist	Suitsetamine jääb samale tasemele	Suurendab minu suitsetamist
Sigarettide hinnatõus	12,3	87,7	–
Hoiatuspildid sigarettidel	4,4	94,7	0,9
Suitsetamise piirangud avalikes kohtades	32,5	66,7	0,9
Meediast kuuldud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta	8,8	90,4	0,9
Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest	18,4	79,8	1,8
Regulaarne trenni tegemine	50,0	49,1	0,9
Kolleegide ja sõprade mittesuitsetamine	52,6	45,6	1,8

**Lisa 7 järg**

<b>Vanuserühm 35-44 (%)</b>	Vähendab minu suitsetamist	Suitsetamine jääb samale tasemele	Suurendab minu suitsetamist
Sigaretide hinnatõus	25,8	74,2	–
Hoiatuspildid sigarettidel	–	100,0	–
Suitsetamise piirangud avalikes kohtades	38,7	61,3	–
Meediast kuuldud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta	6,5	93,5	–
Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest	6,5	87,1	6,5
Regulaarne trenni tegemine	35,5	64,5	–
Kolleegide ja sõprade mittersuitsetamine	41,9	58,1	–

<b>Vanuserühm 45-54 (%)</b>	Vähendab minu suitsetamist	Suitsetamine jääb samale tasemele	Suurendab minu suitsetamist
Sigaretide hinnatõus	25,0	75,0	–
Hoiatuspildid sigarettidel	–	100,0	–
Suitsetamise piirangud avalikes kohtades	41,7	58,3	–
Meediast kuuldud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta	8,3	91,7	–
Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest	33,3	66,7	–
Regulaarne trenni tegemine	75,0	25,0	–
Kolleegide ja sõprade mittersuitsetamine	58,3	41,7	–

<b>Vanuserühm 55-59 (%)</b>	Vähendab minu suitsetamist	Suitsetamine jääb samale tasemele	Suurendab minu suitsetamist
Sigaretide hinnatõus	42,9	57,1	–
Hoiatuspildid sigarettidel	28,6	71,4	–
Suitsetamise piirangud avalikes kohtades	–	85,7	14,3
Meediast kuuldud lood suitsetamise kahjulikkuse kohta	14,3	71,4	14,3
Perekonna jutt suitsetamise kahjulikkusest	14,3	85,7	–
Regulaarne trenni tegemine	14,3	85,7	–
Kolleegide ja sõprade mittersuitsetamine	42,9	57,1	–

Allikas: (autori uuring)

## Lisa 8. Endiste suitsetajate sigarettidest loobumise põhjuste korrelatsioonanalüüs

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1										
2	0,660	1									
3	0,266	0,258	1								
4	0,457	0,431	0,364	1							
5	0,310	0,317	0,377	0,462	1						
6	0,372	0,384	0,283	0,534	0,462	1					
7	0,253	0,252	0,417	0,457	0,448	0,373	1				
8	0,026	0,024	0,329	0,174	0,226	0,098	0,439	1			
9	0,404	0,373	0,190	0,449	0,374	0,332	0,410	0,219	1		
10	0,054	0,107	0,271	0,151	0,267	0,169	0,211	0,231	0,129	1	
11	0,101	0,126	0,184	0,101	0,161	0,251	0,174	0,012	0,172	0,209	1

Nr.	Väide
1	Teadmine, et suitsetamine kahjustab minu tervist
2	Tunne, et suitsetamine kahjustab minu tervist
3	Arsti soovitus loobuda
4	Teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi
5	Tunne, et suitsetamine on ühiskonnas taunitav tegevus
6	Sigarettide tarbimise kulukus
7	Mure perekonna pärast
8	Lapse süünd
9	Suitsetamise järgne hais riietel, juustel, kätel ja suus
10	Religioossed põhjused
11	Alternatiivsete toodete tarbimine

Allikas: (autori uuring)

## Lisa 9. Praeguste suitsetajate sigarettidest loobumise põhjuste korrelatsioonanalüüs

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1										
2	0,652	1									
3	0,486	0,448	1								
4	0,510	0,294	0,506	1							
5	0,419	0,366	0,454	0,582	1						
6	0,471	0,340	0,370	0,346	0,461	1					
7	0,410	0,315	0,452	0,438	0,369	0,442	1				
8	0,151	0,204	0,311	0,197	0,207	0,256	0,522	1			
9	0,462	0,347	0,349	0,517	0,483	0,364	0,447	0,240	1		
10	0,148	0,054	0,131	0,225	0,251	0,237	0,207	0,146	0,207	1	
11	0,139	0,116	0,153	0,128	0,208	0,136	0,126	0,062	0,259	0,363	1

Nr.	Väide
1	Teadmine, et suitsetamine kahjustab minu tervist
2	Tunne, et suitsetamine kahjustab minu tervist
3	Arsti soovitus loobuda
4	Teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi
5	Tunne, et suitsetamine on ühiskonnas taunitav tegevus
6	Sigarettide tarbimise kulukus
7	Mure perekonna pärast
8	Lapse süünd
9	Suitsetamise järgne hais riietel, juustel, kätel ja suus
10	Religioossed põhjused
11	Alternatiivsete toodete tarbimine

Allikas: (autori uuring)

## Lisa 10. Sigarettidest loobumise põhjuste aritmeetiline keskmine suitsetamisstaatus järgi

<b>Praeguste suitsetajate loobumise põhjused (N=209)</b>	5 - Väga oluline	4	3	2	1 - Üldse mitte oluline	Ei oska öelda	Aritmeetiline keskmine
Lapse süünd	149	21	23	5	5	6	4,50
Tunne, et suitsetamine kahjustab minu tervist	84	51	50	14	8	2	3,91
Mure perekonna pärast	53	50	52	25	19	10	3,47
Teadmine, et suitsetamine kahjustab minu tervist	57	35	67	20	26	4	3,38
Suitsetamise järgne hais riidel, juustel, kätel ja suus	47	50	56	26	24	6	3,34
Arsti soovitus loobuda	44	49	61	30	20	5	3,33
Teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi	38	41	56	43	24	7	3,13
Sigarettide tarbimise kulukus	29	30	67	36	44	3	2,83
Tunne, et suitsetamine on ühiskonnas taunitav tegevus	25	24	61	44	50	5	2,66
Alternatiivsete toodete tarbimine	22	13	30	13	96	35	2,15
Religioossed põhjused	4	4	26	11	118	46	1,56

<b>Endiste suitsetajate loobumise põhjused (N=253)</b>	5 - Väga oluline	4	3	2	1 - Üldse mitte oluline	Ei oska öelda	Aritmeetiline keskmine
Teadmine, et suitsetamine kahjustab minu tervist	141	46	35	16	9	6	4,19
Tunne, et suitsetamine kahjustab minu tervist	133	45	36	14	15	10	4,10
Suitsetamise järgne hais riidel, juustel, kätel ja suus	128	46	29	19	26	5	3,93
Lapse süünd	106	24	9	8	60	46	3,52
Sigarettide tarbimise kulukus	82	41	50	34	37	9	3,40
Mure perekonna pärast	67	38	49	28	46	25	3,23
Teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi	61	36	61	35	49	11	3,10
Alternatiivsete toodete tarbimine	79	23	12	4	103	32	2,87
Tunne, et suitsetamine on ühiskonnas taunitav tegevus	43	36	52	37	66	19	2,80
Arsti soovitus loobuda	33	22	32	23	97	46	2,38
Religioossed põhjused	7	5	10	13	150	68	1,41

**lisa 10 järg**

<b>Endiste ja praeguste suitsetajate loobumise põhjused (N=462)</b>	5 - Väga oluline	4	3	2	1 - Üldse mitte oluline	Ei oska öelda	Aritmeetiline keskmine
Tunne, et suitsetamine kahjustab minu tervist	217	96	86	28	23	12	4,01
Lapse süünd	255	45	32	13	65	52	4,00
Teadmine, et suitsetamine kahjustab minu tervist	198	81	102	36	35	10	3,82
Suitsetamise järgne hais riidel, juustel, kätel ja suus	175	96	85	45	50	11	3,67
Mure perekonna pärast	120	88	101	53	65	35	3,34
Sigarettide tarbimise kulukus	111	71	117	70	81	12	3,14
Teadmine, et suitsetamine kahjustab passiivselt teisi	99	77	117	78	73	18	3,11
Arsti soovitus loobuda	77	71	93	53	117	51	2,85
Tunne, et suitsetamine on ühiskonnas taunitav tegevus	68	60	113	81	116	24	2,73
Alternatiivsete toodete tarbimine	101	36	42	17	199	67	2,55
Religioossed põhjused	11	9	36	24	268	114	1,48

Allikas: (autori uuring)