

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

AGRISEIRE

Sisukord

| | | |
|---|--|----|
| 1 | | |
| Sissejuhatus | | 03 |
| 2 | | |
| Eesti väliskülastajate arv ja struktuur | | 06 |
| 3 | | |
| Alkoholiaktsiisid ja jaehinnad Eestis, Soomes ning Rootsis | | 11 |
| 4 | | |
| Turistide poolt kaasa ostetud alkohol | | 19 |
| 5 | | |
| Erinevate riikide turistid alkoholiostjana | | 37 |

| | | |
|----------|--|----|
| 6 | | |
| Lisad | | 44 |



TNS Emor

Välisuristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

1

Sissejuhatus



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

AGRISEIRE

Sissejuhatus

Uuringu eesmärk oli kaardistada välisturistide ostukäitumine alkoholsete jookide puhul.

Uuringu aruande tellijaks on Eesti Põllumajandusministeerium.

Antud aruande jaoks spetsiaalselt läbi viidud uuringu meetodika tutvustus:

Ekspertintervjuud poodide või alkoholiosakondade juhatajatega. Vastajad esindasid 15 poodi Tallinnas.

Küsitlusperiood: detsember 2012 – jaanuar 2013.

Valimisse valiti alkoholile spetsialiseerunud turismipiirkonna kauplused ja jaeketid, mida turistid sageli külastavad.

Sadama piirkonnas alkoholimüügile spetsialiseerunud ettevõtete majandusaasta aruanded.

Erinevad avalikud andmebaasid:

Alko Inc.

Eesti Statistikaameti majutuse statistika

Euroopa Komisjon

Maksu- ja Tolliamet

Soome Statistikaamet

TNS Agriseire

Valvira (Soome Tervise ja Heaolu Järelevalve Büroo)



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Kokkuvõte

Eestit külastavate välituristide hulk on viimastel aastatel suurenenud, seega mõjutavad nad peale turismimajanduse ka üha enam Eesti jaekaubandust. Kõige enam külastavad Eestit soomlased ja seda põhiliselt Tallinna Sadama kaudu. Sadama reisijate arv lõi 2012. aastal rekordi, tõustes 2011. aastaga võrreldes 4,3%.

Pärast Eesti liitumist Euroopa Liiduga on siin oluliselt kasvanud piiriülese kaubanduse mõju, Eestist ostetakse palju kaupu turistide poolt ja ka eestlased ise on hakanud ostma rohkem piiri tagant. Eestit enim külastavate soomlastest ostlejate jaoks on põhiliseks magnetiks alkohol, mille hind on siin võrreldes Soomega kordades odavam.

Üha suurem osatähtsus on viimastel aastatel alkoholi kaasaostmine ettetellimist pakkuvate müügikohtade kaudu. Põhilised müügikohad Tallinnas asuvad sadama piirkonnas. Enamiku sadama poodide põhiklientuurist moodustavad soomlased, nende osakaal on ca 95% kõikidest külastajatest. Kuid mõningal määral on tõusmas venelaste osatähtsus külastajate hulgas.

Kõige enam ostavad turistid õlut (osatähtsus müügis ligikaudu 30%), järgnevad teised lahjad alkohoolsed joogid (25%), viin (20%), veinid (15%), muud (10%).

Soomlaste kaasa ostetud alkoholi kogused suurenesid 2012. aastal mõningal määral. Kõikide turistide poolt ostetud alkohol moodustab Eesti kogu alkoholsete jookide müügikäibest ligikaudu 30%.

Küsitletud kaupmehed väitsid, et võrreldes eelnenud aastaga, 2012. aastal veini ning vahuveini, rummi ja ka viina müüginahud tõusid. Õlle, siidri ja *long dringi* müüginahud jäid enam-vähem samaks. Seega on kokkuvõtlikult turistide poolt ostetavad kogused tõusnud aastaga.



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

2

Eesti välisküllastajate arv ja struktuur



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

AGRISEIRE

Kommentaar: Eesti väliskülastajate arv ja struktuur

Majutatud välituristide arv on kolmandat aastat järjest kasvamas. Kui 2010. a majutuste arv oli 2011. a ületatud juba 11 kuuga, siis 2011 aasta tulemust ei ole 2012. aasta üheteistkümne kuuga veel löödud. Kuid üheteistkümne kuu võrdluses on näha 4% majutatud turistide arvu kasvu 2012.a.

Ca 30% Eestis majutatud väliskülastajatest moodustavad Soome kodanikud ning majutatud soomlaste hulk (nagu ka Soome kodanike ööbimiste arv Eesti majutusettevõtetes) ei ole 2012. a 11 kuul aastataguse sama ajaperioodiga oluliselt muutunud, kuid on kerges langustrendis. Suurima ööbimiste arvuga kuuks oli 2012. a taas juuli, laevadel ööbimisi on soomlastel enam ikka külmemal ajaperioodil.

Eestis majutatud väliskülastajate arvult järgnevad Soome kodanikele Venemaalt saabuvad turistid. Nende osakaal moodustas 2012. aastal ca 9% turistide koguarvust, aasta tagasi olid nad 7% tasemel. Vene turistide puhul on majutuste arv aastatagusega võrreldes märgatavalt (31%) kasvanud. Majutuste pooles kolmandal kohal on Saksamaalt tulevad turistid, nende osatähtsus on ca 4%.

Väiksema majutatute osakaaluga riikide kodanikest on oluliselt kasvanud USA (25,6%) ning Läti (18,9%) kodanike majutuste hulk. Enim on langenud Suurbritanniast tulevate väliskülastajate majutuste hulk, 21,2%.



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Eestit külastanud välisriikide kodanike arv

Eestit külastavate turistide arvud näitavad nii Tallinna Sadama kui ka Tallinna Lennujaama reisijate andmete põhjal tõusu ka 2012. aasta kohta.

AS Tallinna Sadama reisijate arv kasvas 2012. aastal 4,3% võrra, ulatudes läbi aegade rekordilise 8,84 miljoni reisijani.

Tallinna Lennujaama läbis 2012. aastal 2,2 miljonit reisijat. See on lennujaama ajaloo parim tulemus. 2011. aasta taset ületati 16%.

<http://www.ts.ee/uudised?art=307>

<http://www.tallinn-airport.ee/news/?newsID=6228>

Eestis majutatud väliskülastajate arv on taas tõusnud. Enim on majutatute arv tõusnud Venemaalt, USA-st ja Lätist tulevate turistide lõikes. Kuulisel võrdluses on venelaste peatumine majutusasutustes 2012. aastal suurem kui eelmisel neljal aastal (samade kuude võrdluses, kuni novembrini).

| Majutatud väliskülastajate arv | | | | | | | 2011* / 2012* |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2011* | 2012* | % |
| Elukohariigid kokku | 2 377 671 | 2 147 133 | 2 401 763 | 2 725 937 | 2 528 921 | 2 630 020 | 4,0 |
| Soome | 728 181 | 750 984 | 832 874 | 840 714 | 776 392 | 763 815 | -1,6 |
| Venemaa | 82 280 | 93 947 | 141 964 | 203 204 | 178 995 | 234 500 | 31,0 |
| Saksamaa | 91 915 | 75 966 | 84 454 | 103 559 | 101 055 | 109 072 | 7,9 |
| Läti | 79 527 | 68 320 | 72 684 | 85 229 | 78 408 | 93 258 | 18,9 |
| Rootsi | 86 308 | 77 470 | 81 196 | 86 287 | 81 443 | 74 316 | -8,8 |
| Suurbritannia | 46 575 | 33 395 | 35 692 | 69 912 | 65 936 | 51 962 | -21,2 |
| Norra | 47 240 | 40 915 | 40 414 | 51 510 | 47 543 | 45 544 | -4,2 |
| Leedu | 41 396 | 33 441 | 34 107 | 47 003 | 44 255 | 44 513 | 0,6 |
| Itaalia | 26 280 | 19 959 | 23 017 | 33 618 | 32 140 | 29 359 | -8,7 |
| USA | 19 185 | 16 284 | 20 503 | 23 824 | 23 077 | 28 984 | 25,6 |
| Prantsusmaa | 18 522 | 16 864 | 19 319 | 22 301 | 21 591 | 23 339 | 8,1 |
| Taani | 14 281 | 12 036 | 11 140 | 13 902 | 13 246 | 13 419 | 1,3 |

Roheline värv näitab kasvu, punane värv kahanemist.

* Kuni november (üheteistkümne kuu andmed)

Allikas: Eesti Statistikaamet



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Turistide ööbimiste arv kokku ja Tallinna majutustevõtetes majutatud ööd

| | Kogu Eestis | Soomlased | Rootslased | Venelased |
|--------------------|--------------------|------------------|-------------------|------------------|
| 2012 kuni november | 1 521 231 ↓ | 152 973 ↓ | 533 785 ↑ | |
| 2011 kuni november | 1 556 577 | 169 800 | 430 694 | |
| 2011 | 1 677 119 | 179 523 | 475 905 | |
| 2010 | 1 664 139 | 168 165 | 330 276 | |
| 2009 | 1 416 113 | 158 492 | 220 945 | |
| 2008 | 1 415 884 | 185 592 | 198 319 | |
| Tallinnas | | | | |
| 2012 kuni november | 852 156 ↓ | 89 277 ↓ | 325 522 ↑ | |
| 2011 kuni november | 866 280 | 103 179 | 268 449 | |
| 2011 | 957 220 | 110 300 | 301 029 | |
| 2010 | 935 818 | 98 450 | 217 186 | |
| 2009 | 762 099 | 95 718 | 146 897 | |
| 2008 | 726 392 | 109 666 | 132 227 | |

Allikas: Eesti Statistikaamet



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

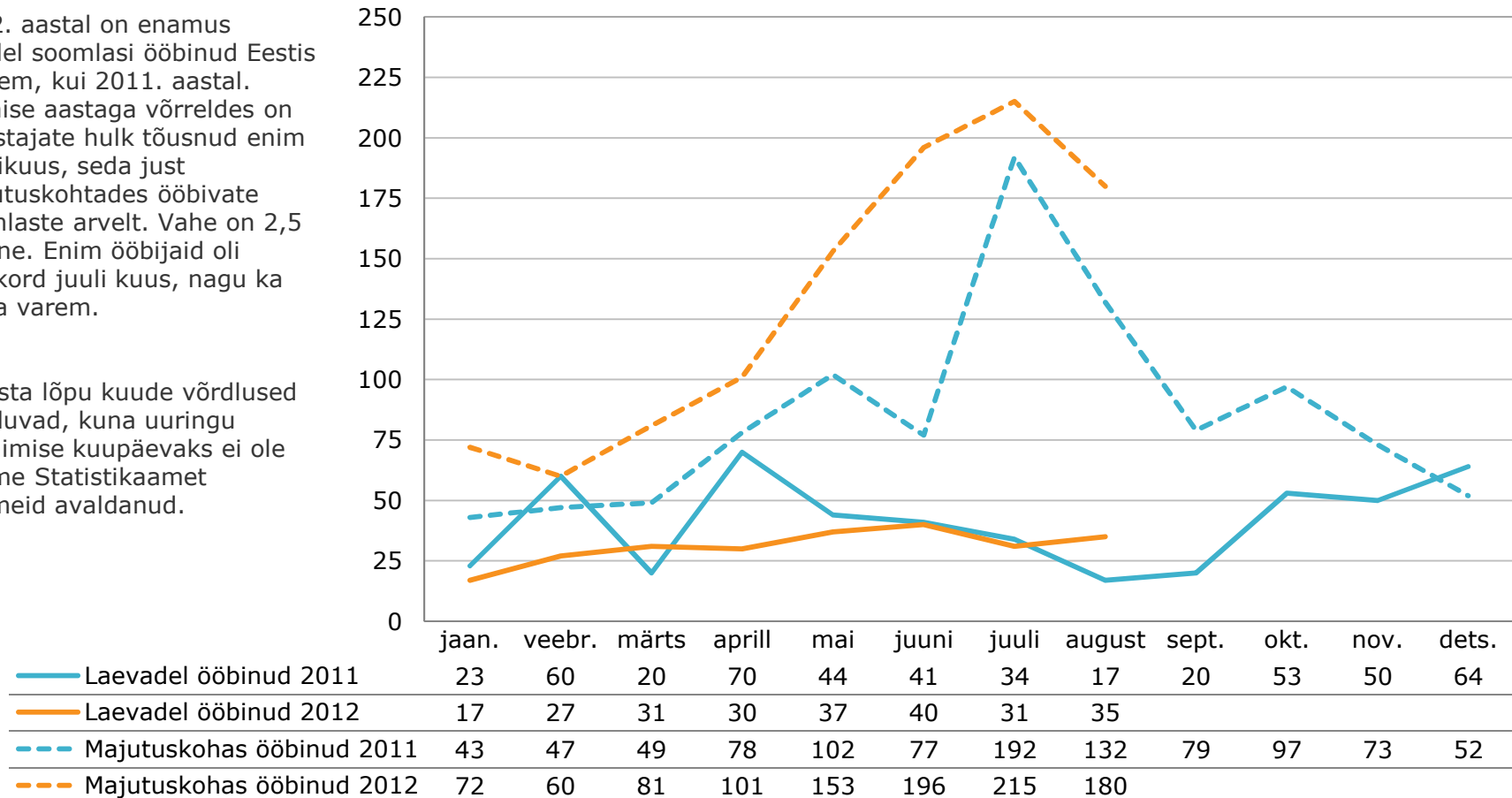
© TNS

Soome turistide arv ööbimiste lõikes Eestis

külastajaid, tuhat inimest, kuni august 2012

2012. aastal on enamus kuudel soomlasi ööbinud Eestis rohkem, kui 2011. aastal. Eelmise aastaga võrreldes on külastajate hulk tõusnud enim juunikuus, seda just majutuskohades ööbivate soomlaste arvelt. Vahe on 2,5 kordne. Enim ööbijaid oli taaskord juuli kuus, nagu ka aasta varem.

* Aasta lõpu kuude võrdlused puuduvad, kuna uuringu valmimise kuupäevaks ei ole Soome Statistikaamet andmeid avaldanud.



Allikas: Soome Statistikaamet



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

3

Alkoholiaktsiidid ja jaehinnad Eestis, Soomes ning Rootsis



Kokkuvõte: alkoholiaktsiisid ja jaehinnad Eestis, Soomes ning Rootsis

Alkoholsete jookide hinda mõjutab otseselt aktsiisimaks. Põhjamaa riikides on alkohol aktsiisiga maksustatud kõrgemalt kui mujal Euroopas.

Õlleaktsiis on Soomes Euroopa kõrgeim. Eestiga võrreldes oli vahe 2011. a 4,8-kordne. Rootsi õlleaktsiis oli 2011. a Eesti aktsiisimäärast 3,3 korda kõrgem. Aktsiisid on tõusnud aastaga nii, Eestis Soomes kui ka Rootsis. 2012. aastal oli õlleaktsiisi vahe Soomega tõusnud 5,25-kordseks, kuid Rootsiga on vahe vähenenud 3,2 korda peale.

Oluline on aktsiisimäärade vahe ka kange alkoholi, kääritatud jookide ja veini ning muu alkoholi puhul, mis samuti on Soomes ja Rootsis Eestiga võrreldes ligikaudu 3-4 korda kõrgemad, ka 2012. aastal.

Naaberriikide kõrgemad aktsiisimäärad kajastuvad selgelt ka toodete jaehindades ning soodustavad olulisel määral sealsete kodanike alkoholioste Eestist. Lisaks suurendab hinnavahet Eesti kasuks ka põhjanaabrite kõrgem alkoholi käibemaks (Soomes 23%, Rootsis 25%). Käibemaksumäärad pole viimase aastaga muutunud üheski kolmest riigist.

Näiteks maksis 0,5 l pudel heledat (4,3-4,7% alkoholisisaldusega) õlut detsembris 2012 Tallinnas 0,87 eurot ning Helsingis ja Stockholmis vastavalt 2,2 ning 1,47 eurot, mis on keskmiselt rohkem kui poolteist korda enam.

0,7 l pudel Absolut vodka, mis detsembris 2012 maksis Tallinnas 13,9 eurot, oli Helsingis ja Stockholmis vastavalt 57% ning 25% kallim. Veelgi suuremad on aga hinnaerinevused kohaliku viina puhul – 0,5 l pudeli 40% viina puhul oli hind Helsingis 2,2 korda ning Stockholmis 2,4 korda kallim.



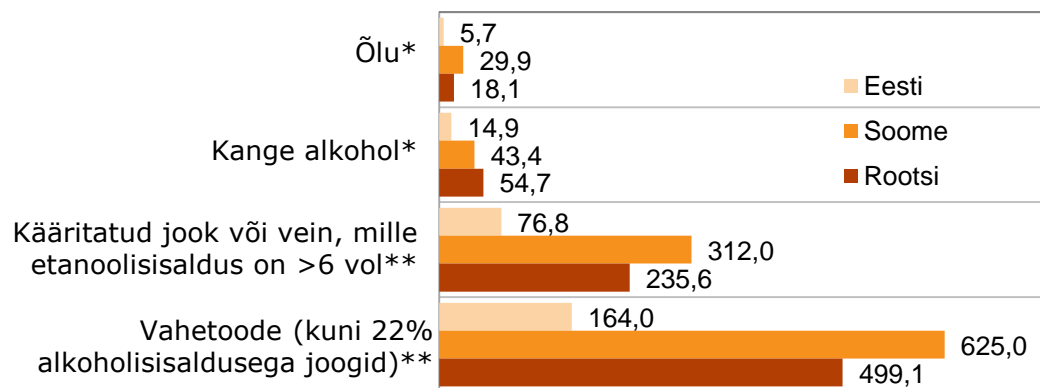
TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Eesti, Soome ja Rootsi alkoholi aktsiisimäärade võrdlus 2012. a

| | Eesti | | Soome | | Rootsi | | | |
|--|--------------|-------------------------|---------|----------------------------------|------------------------------|---------|----------------------------------|---------------------------|
| | Aktsiis 2012 | Aktsiis alates 01.01.13 | Aktsiis | Vahe 2012 a Eestiga (Eesti=100%) | Vahe Rootsiiga (Rootsi=100%) | Aktsiis | Vahe 2012 a Eestiga (Eesti=100%) | Vahe Soomega (Soome=100%) |
| Õlu* | 5,70 | 6,00 | 29,90 | 525% | 165% | 18,12 | 318% | 61% |
| Kange alkohol* | 14,90 | 15,65 | 43,40 | 291% | 79% | 54,74 | 367% | 126% |
| Kääritatud jook või vein, mille etanoolisisaldus on >6 vol** | 76,80 | 80,64 | 312,00 | 406% | 132% | 235,61 | 307% | 76% |
| Vahetoode (kuni 22% alkoholisaldusega joogid)** | 164,00 | 172,20 | 625,00 | 381% | 125% | 499,06 | 304% | 80% |
| Alkoholi käibemaks | 20% | | 23% | | 25% | | | |



* etanoolisisalduse ühe mahuprotsendi kohta hektoliitris ** hektoliitri kohta
Allikas: Euroopa Komisjon (1. juuli 2012 seisuga), arvutused TNS EMOR

Alkoholi jaehinnad Euroopa pealinnades

detsember 2012

| | Absolut vodka 40%, 0,7 L | | Kohalik viin 40%, 0,5 L | | Õlu (hele, 4,3-4,7%, klaaspudel), 0,5 L | |
|------------------|--------------------------|------------------------------|-------------------------|------------------------------|---|------------------------------|
| | Toote hind | Vahe Eestiga (Tallinn= 100%) | Toote hind | Vahe Eestiga (Tallinn= 100%) | Toote hind | Vahe Eestiga (Tallinn= 100%) |
| Tallinn | 13,90 | 100 | 6,99 | 100 | 0,87 | 100 |
| Riia | 17,08 | 123 | 5,90 | 84 | 0,59 | 68 |
| Vilnius | 13,90 | 81 | 4,92 | 70 | 0,52 | 60 |
| Helsinki | 21,80 | 157 | 15,57 | 223 | 2,20 | 253 |
| Stockholm | 27,30 | 125 | 16,89 | 242 | 1,47 | 169 |
| Varssavi | 9,54 | 35 | 5,66 | 81 | 0,61 | 71 |
| Praha | 14,63 | 153 | 6,15 | 88 | 0,75 | 86 |
| Amsterdam | 16,31 | 111 | 9,37 | 134 | 0,95 | 109 |
| Berliin | 13,49 | 83 | 6,99 | 100 | 0,54 | 62 |
| Kopenhaagen | 18,62 | 138 | 12,44 | 178 | 2,28 | 262 |
| London | 18,45 | 99 | 13,16 | 188 | 1,96 | 225 |

TNS Emori Agriseire alusel

Punased hinnad on kallimad ja rohelised odavamad kui Tallinnas.



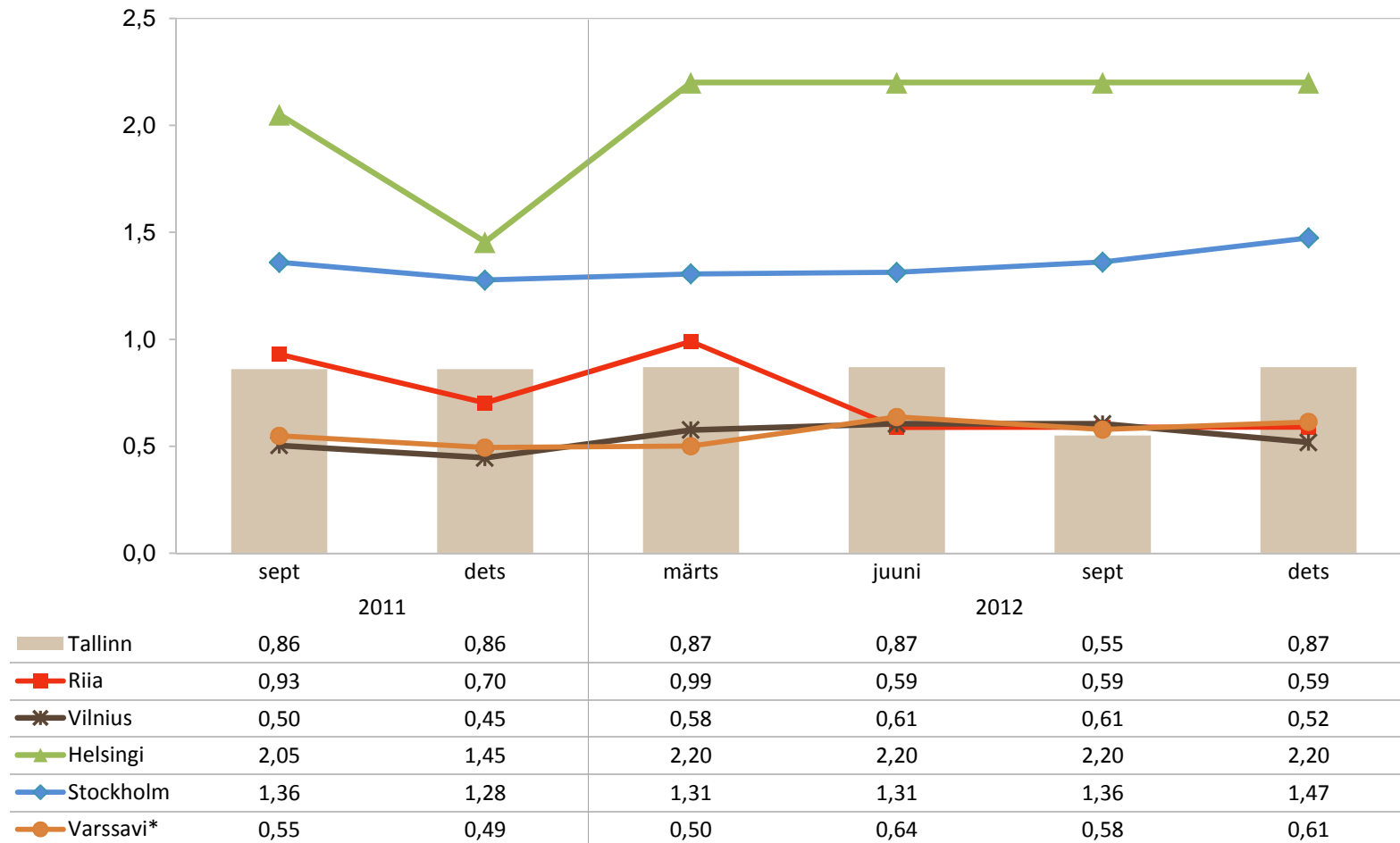
TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Heleda õlle jaehinnad lähiriikide pealinnades 2011-2012

(4,3-4,7%, 0,5 l klaaspudel, €)



*õlu üle 5%

TNS Emori Agriseire alusel



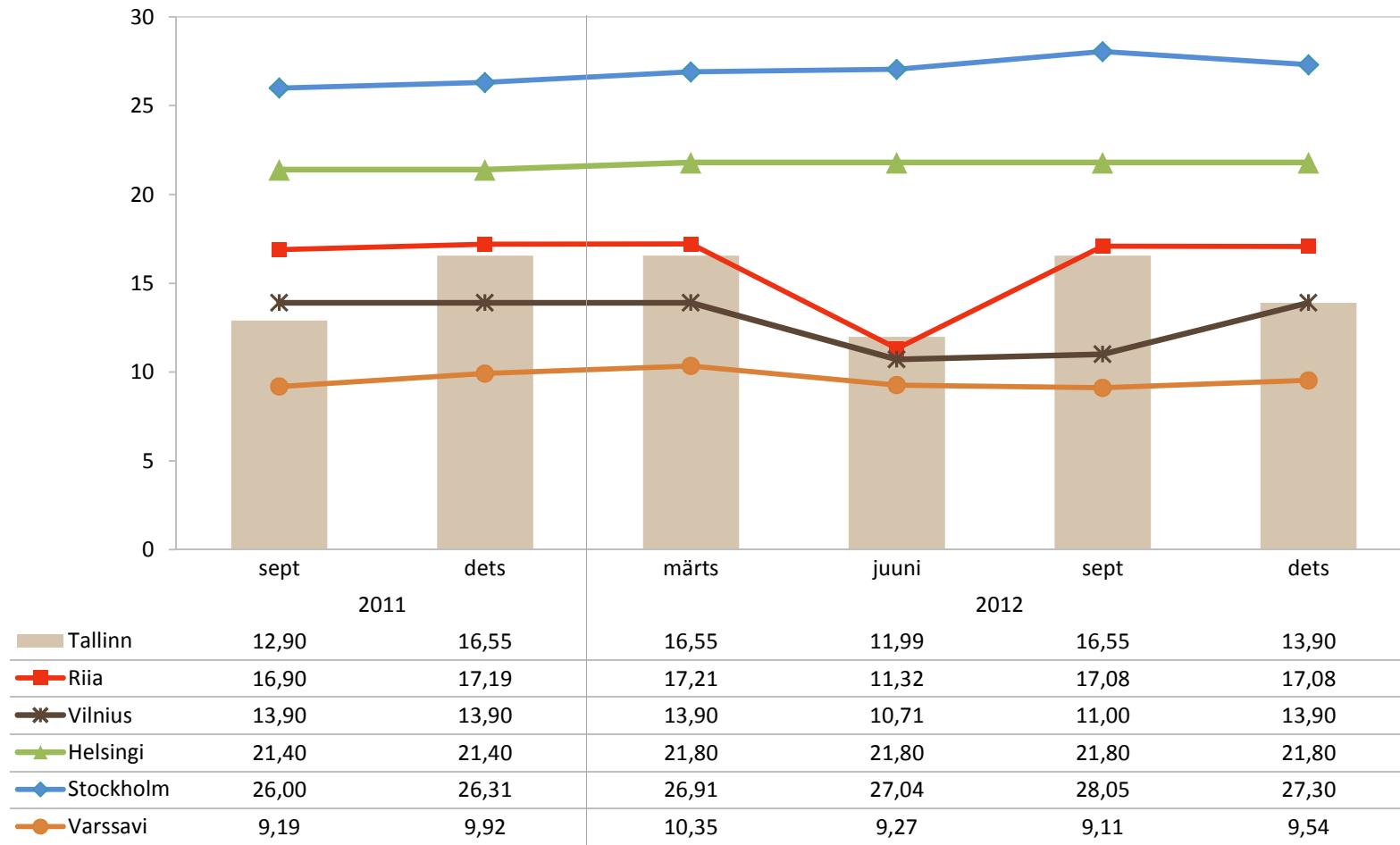
TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Absolut Vodka jaehinnad lähiriikide pealinnades 2011-2012

(0,7 l, €)



TNS Emori Agriseire alusel



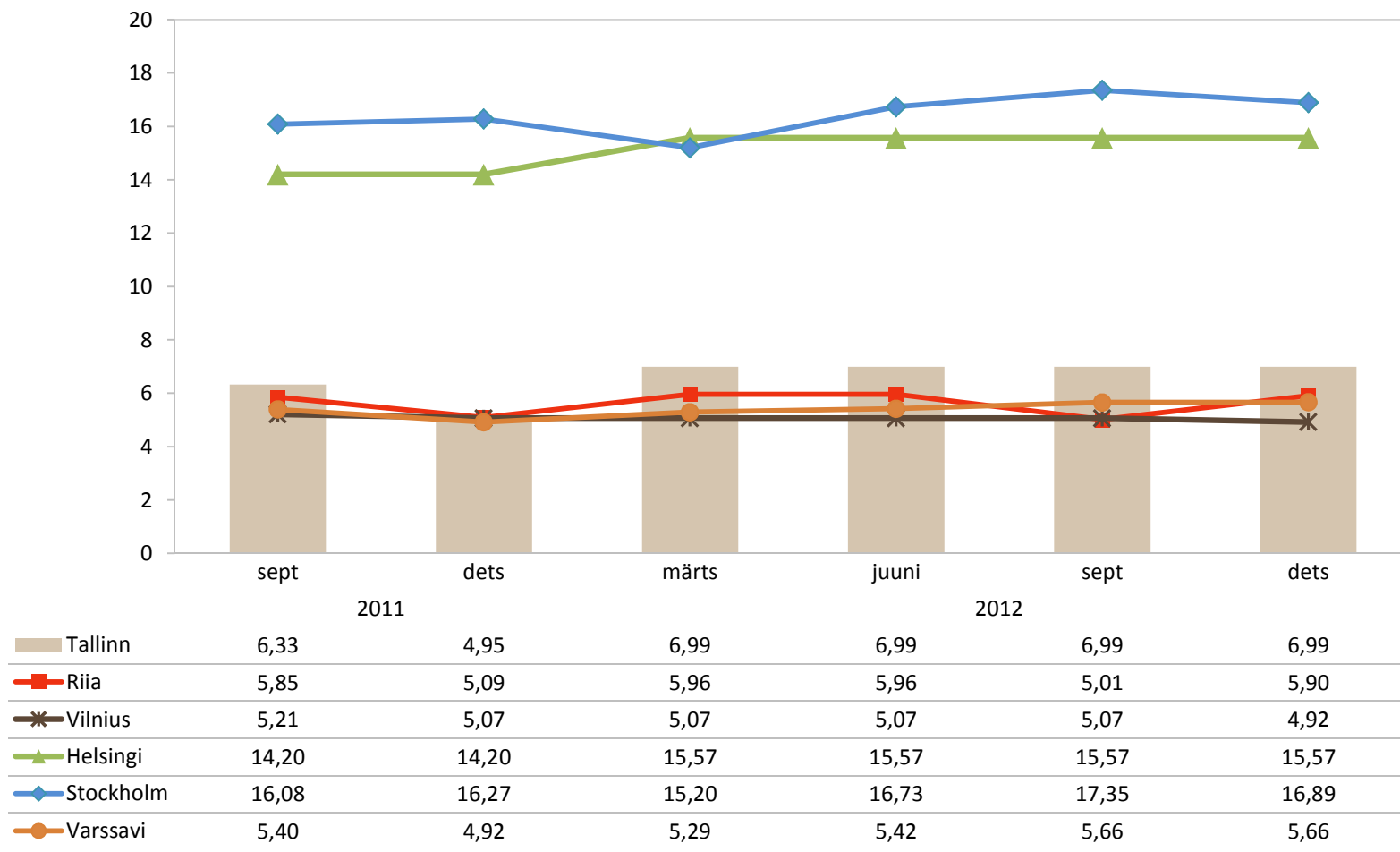
TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Kohaliku viina jaehinnad lähiriikide pealinnades 2011-2012

(0,5 l, €)



TNS Emori Agriseire alusel



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

ELi liikmesriikidest lubatud kaasatoodavad alkoholikogused

Reisijaga kaasasolevat kaupa puudutavad piirangud

ELi liikmesriikidest võib maksuvabalt isiklikuks kasutamiseks tuua:

kuni 90 liitrit veini, mille hulgas võib olla kuni 60 liitrit vahuveini

kuni 110 liitrit õlut

kuni 10 liitrit kangeid alkohoolseid jooke (alkoholisisaldus üle 22%)

20 liitrit muid eelnevalt nimetamata alkohoolseid jooke (alkoholisisaldusega alla 22%)

ELi välistest riikidest võib maksuvabalt isiklikuks kasutamiseks tuua:

veini kuni 4 liitrit (v.a vahuveini, liköörveini)

õlut kuni 16 liitrit

2 liitrit alkohoolseid jooke alkoholisisaldusega kuni 22% (sh vahuveini, liköörveini) või 1 liitri kanget alkoholset jooki (alkoholisisaldusega üle 22%)

Maksu- ja tolliamet



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

4

Turistide poolt kaasa ostetud alkohol



Kommentaar: Turistide poolt kaasa ostetud alkohol - I

Seoses Eesti liitumisega Euroopa Liiduga on siin oluliselt kasvanud piiriülese kaubanduse mõju, Eestist ostetakse palju kaupu turistide poolt ja ka eestlased ise on hakanud ostma rohkem piiri tagant. Üldse kogus Euroopa Liidus on kasvanud piiriülese kaubanduse osatähtsus. Eelnev tingib selle, miks ainult ühe turu müügistatistika põhjal on raske tuletada tarbimismahte selles riigis. Näiteks kasvas Eestis alkohoolsete jookide müük pärast Eesti ühinemist Euroopa Liiduga 2004. aastal ligikaudu 30% ning seda peamiselt Soome turistide ostude mõjul. Ka soomlaste tarbijauuringud näitasid piiriülese kaubanduse suurt mõju - alkohoolsete jookide sissetoomine kasvas 2004. a 2/3 võrra võrreldes eelmise aastaga, kuigi Soome riik alandas samal aastal alkoholiaktsiise keskmiselt 33% võrra. Viimastel aastatel on Soome sisse toodud alkoholi osatähtsus kõikunud 17-18% vahel, kogutarbimisest (vaata: <http://www.stakes.fi/tilastot/tilastotiedotteet/2012/paihde/kulutusenakko2011.pdf>).

Kui 2000-ndate esimese kümne aasta jooksul ostsid turistid Eestist alkoholi kaasa peamiselt oma „käte jõul“ ehk ise tassisid siin ostetud alkoholi üle piiri, siis viimastel aastatel on ühe suurema osakaaluga alkoholi ettetellimise vorm, mille puhul ühe ostu kogused ületavad kümnekordselt tavaturisti ostukoguseid ning kus transport üle piiri toimub juba autode või väikeste kaubikutega.

Suurimaid alkoholikoguseid ostavadki nüüd turistid kaasa ettetellimise müügikohtade kaudu. Põhilised müügikohad Tallinnas asuvad sadama piirkonnas. Enamiku sadama poodide põhiklientuurist moodustavad soomlased, nende osakaal on ca 95% kõikidest küllastajatest.

Sadama piirkonna poodide klientide hulgas on vähe Eesti elanikke – ligikaudu 2-5% ja nemadki ostavad sealt alkoholi peamiselt välismaale kaasa viimiseks.

Kõige enam ostavad turistid õlut (osatähtsus müügis ligikaudu 30%), järgnevad teised lahjad alkohoolsed joogid (25%), viin (20%), veinid (15%), muud (10%).

Välituristide poolt ostetakse enim kohalikku alkoholi likööride seast, 80% toodetest on Eestis toodetud. Viina- ja õllemarkidest eelistavad turistid valdavalt samuti kohalikku toodangut, vastavalt 75% ja 65%.



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Kommentaar: Turistide poolt kaasa ostetud alkohol - II

Võrreldes 2011. aasta uuringuga ei ole toimunud erilisi muutusi aastaegadele omases alkoholi müügis ning ka populaarsemates pakendites, milles turistid eri piirkondadest alkoholi eelistavad osta.

Sesoonsus mõjutab ka erinevate alkoholisortide eelistusi. Kevadel ja suvel ostetakse rohkem lahja alkoholi sorte: õlu, siider jms, veinidest eelistatakse pigem valgeid ning rosé veine. Sügisest hakkavad turistid ostma rohkem kangeid alkohoolseid jooke ning veinidest domineerivad punased veinid. Kange alkoholi tippaeg on aastavahetus, siis ostetakse ka kalleimaid konjakeid, vahuveine jms.

Sadama piirkonnas ostetakse alkoholi kaasa suurtes multipakendites. Keslinna kaupluste välituristist ostjaile on pigem omane väiksemahulised alkoholiostud – üksikud pudelid, samas ostetakse sealt eksklusiivsemaid/kallemaid alkoholisorte ja -marke. Sadama piirkonnas on peamiseks ostuvaliku tegemise kriteeriumiks toote hind.

Küsitletud kaupmehed väitsid, et võrreldes eelnenud aastaga, 2012. a veini ning vahuveini, rummi ja ka viina müüginahud tõusid. Õlle, siidri ja *long dringi* müüginahud jäid enam-vähem samaks.

Keskmiised ostukogused (liitrites ühe alkoholiostu kohta):

| | Sadama piirkond | | Keslinna poed | | Ettetellimise korral | |
|---------------|-----------------|------|---------------|------|----------------------|------|
| | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 |
| Õlu | 29,2 | 29,1 | 1,7 | 1,3 | 198 | 200 |
| Long drink | 26,1 | 26,0 | 1,2 | 1,0 | 198 | 200 |
| Siider | 10,2 | 10,1 | 2,0 | 2,0 | 59,4 | 59 |
| Vein | 3,0 | 3,7 | 1,5 | 1,7 | 52,5 | 60 |
| Viin | 6,7 | 8,8 | 1,0 | 1,0 | 15 | 18 |
| Konjak/brändi | 0,8 | 0,9 | 0,5 | 0,5 | 8,0 | 8,0 |
| Rumm | 0,9 | 2,2 | 0,7 | 0,6 | 6,0 | 8,0 |
| Liköör | 1,8 | 1,4 | 1,0 | 1,0 | 7,5 | 6 |

Turistide poolt ostetud alkohol moodustab ligikaudu 30% kogu Eesti alkoholi jaemüügist



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Soomlaste alkoholitarbimine

Kuna soomlaste alkoholi kaasaostud mängivad suurt rolli Eesti alkoholi müügi turul, siis on oluline vaadata soomlaste alkoholi tarbimist tervikuna. Soomlaste alkoholi kogutarbimine on viimastel aastatel olnud väikeses languses, viie aastaga on olnud langus 0,5L inimese kohta 100% alkoholis. Samas registreerimata tarbimise osakaal, sh tarbimine välismaal ning turistide poolt kaasa ostetud alkohol, kõikunud 17-18% vahel, kogutarbimisest.

| Liitrid inimese kohta 100% alkoholis | 1995 | 2003 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|
| Kogu tarbimine | 8,8 | 9,4 | 10,5 | 10,4 | 10,2 | 10 | 10 |
| Registreeritud tarbimine | 6,7 | 7,7 | 8,7 | 8,5 | 8,3 | 8,1 | 8,1 |
| Registreerimata tarbimine | 2,1 | 1,7 | 1,8 | 1,9 | 1,9 | 1,9 | 1,9 |
| sh välismaalt toodud ja joodud alkohol | | | | | 1,7 | 1,8 | 1,7 |

| Kokku 100% alkoholis, miljonites liitrites | 1995 | 2003 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|
| Kogu tarbimine | 44,9 | 49,1 | 55,7 | 55,4 | 54,6 | 53,8 | 54 |
| Registreeritud tarbimine | 34,2 | 40,2 | 46,1 | 45,3 | 44,4 | 43,5 | 43,7 |
| Registreerimata tarbimine | 10,7 | 8,9 | 9,5 | 10,1 | 10,2 | 10,2 | 10,3 |
| sh välismaalt toodud ja joodud alkohol | | | | | 9,1 | 9,7 | 9,2 |

Allikas: Valvira

9,2L moodustab Eesti legaalsest alkoholimüügist ligikaudu poole, legaalne müük Eestis on 18,5 miljonit liitrit (2011. aastal). Arusaadavalt kõike ei tooda Eestist, vaid ka Rootsist, Venemaalt ja mujalt. Kuid hinnavahe Rootsiiga ei ole nii suur ja Venemaalt alkoholi sisseveol on piirangud.

Soome monopoolse alkoholimüüja Alko esialgsed tulemused näitavad 2012. a kaheksa esimese kuu ja 2011. a sama perioodi müügitulemuste võrdlustes mõningast alkoholi müügi vähenemist. Müüdnud liitrites on vahe -1,1% ja 100% alkoholis on vahe -0,7%. Suurimad langejad on õlu, *long drink* ja viin. Tõusnud on nii punase kui ka valge veini müük.



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Eri alkoholisortide ostmise kirjeldus - õlu

| Keskmine ostetav kogus | Muutus võrreldes 2011. aastaga | Kas turistid eelistavad kohalikku või importtoodangut | Populaarseim pakend |
|---|---|---|--|
| Kesklinna kauplustest ostetakse peamiselt purgis õllesid ja keskmine kogus on aastaga 5 purgilt (á 0,33 L) ostja kohta langenud ca 2,5 purgi peale. Kohvritega õlut sellest piirkonnast endiselt ei osteta. | Kesklinna kauplustes on turistide õlleostud langustrendis ka 2012. aastal. Kui 2011. aastal sadama ja jaeketi kaupluste juhatajad väitsid, et nende juures on ostetavad õllekogused võrdluses 2010. aastaga läinud üles siis 2012. aasta tulemused on jäänud 2011. aasta tasemele. Ettetellimisega tegelevad ettevõtted täheldasid kerget tõusu tarbimises. | Sadama piirkonna müügipunktides eelistavad turistid osta Eesti õlut, kuna kohalikul õllet on hinnaeelis importtoodangu ees, kuid ostetakse kaasa ka importtoodangut. Kesklinna kauplustes mainiti ära, et turistid ostavad suures osas kohalikku toodangut. Tervikuna domineeris alkoholi kaupmeeste seas arvamus, et pigem eelistatakse kohalikku toodangut. | 0,33 L ja 0,5 L plekkpurk. Eelistatakse purke klaaspakendile, kuna see on kergem ja vastupidavam. |
| Sadama piirkonna alkoholi kauplustest ja jaekettidest, kuhu tehakse spetsiaalkülastusi, ostetakse ikka keskmiselt 3,7 kohvrit 0,33 L purke turisti kohta. | | | Ette tellides, sadamapiirkonnas ja jaekettides on populaarseimaks pakendiks kohver 24 purgiga ja 0,33 L. |
| Ette tellides võetakse keskmiselt 25 kohvrit 0,33 L purke. | | | 1,5 L pakendid ei ole turistide seas populaarsed. |

Eri alkoholisortide ostmise kirjeldus - siider

| Keskmine ostetav siidrikogus | Muutus võrreldes 2011. aastaga | Kas turistid eelistavad kohalikku või importtoodangut | Populaarseim pakend |
|---|--|--|--|
| <p>Keslinna kauplustest ostetakse purgis siidreid vähem, kui eelmine aasta. Nelja (0,33 L või 0,5 L) purki ostja kohta on asendunud nüüd 1-2 purgiga. Sarnaselt õllega, siidrit kohvritega sellest piirkonnast ei osteta.</p> | <p>Keslinna kauplustes on turistide siidri ostukogused langenud. Ette tellides ning ka sadama ja jaeketi kauplustes on siidrikogused varasemaga võrreldes suhteliselt samal tasemel.</p> | <p>Ette tellides domineerib siidrite puhul importtoodang. Keslinna kauplustes ning sadama piirkonnas on impordi ja kohalike toodete müügi suhe ca 50:50. Soomlased tarbivad pigem UpCider'it ja rootslased Kopperbergs'i. Samas Eesti toodangut ostetakse samuti, populaarseimaks on Fizz siidrid.</p> | <p>Sarnaselt õllele on populaarseim pakend 0,33 L ja 0,5 L plekkpurk. Lisandunud on ka klaas pakendid, peamiselt Somersby ja Sherwoodi siidrite tõttu.</p> |
| <p>Sadama piirkonna alkoholi kauplustest ja jaekettidest ostetakse keskmiselt ikka 1,3 kohvrit 0,33 L purke turisti kohta.</p> | | | <p>Ettetellimisel, sadama piirkonnas ja jaekettides on populaarseimaks pakendiks kohver 24 purgiga (á 0,33 L).</p> |
| <p>Ette tellides on keskmiseks koguseks 7,5 kohvrit (0,33 L purkidega).</p> | | | |

Eri alkoholisortide ostmise kirjeldus – *long drink*

| Keskmine ostetav kogus | Muutus võrreldes 2011. aastaga | Kas turistid eelistavad kohalikku või importtoodangut | Populaarseim pakend |
|---|---|--|--|
| Keslinna kauplustest ostetakse valdavalt purgis <i>long drink</i> 'e ja tavapärase kogus on 3-4 purki pealt langenud ca 2 purgi peale ostja kohta (á 0,33 L). Suuri koguseid sellest piirkonnast ei osteta. | <i>Long drink</i> 'ide ostukogused on keslinna müügikohtades langenud, vaid sadamas ja jaekettides, ettetellimisel täheldati kohati müügikoguste samale tasemele jäämist. | <i>Long drink</i> 'ide osas domineerib importtoodang. Soomlased eelistavad endale tuntud kaubamärke - Synebrychoffi ja Hartwalli. Eesti tooted ei ole turistide jaoks samavõrd tuntud, aga kohalikku toodangu populaarsus on aastaga mõnevõrra tõusnud. Lisaks kommenteeriti, et hinnatundlik turist võib osta Eesti toodangut, teadlik aga ostab Hartwalli. | Populaarseim pakend on 0,33 L plekkpurk. Keslinna alas on eelistatud viimasel aastal aga 0,5 L purki. |
| Sadama piirkonna alkoholi kauplustest ja jaekettidest ostetakse taas keskmiselt 3,3 kohvrit 0,33 L purke turisti kohta. | | | Ettetellimisel, sadamapiirkonnas ja jaekettides on populaarseimaks pakendiks kohver 24 purgiga (á 0,33 L). |
| Ettetellimisel on <i>long drink</i> populaarne jook ja keskmine kogus on 25 kohvrit 0,33 L purke. | | | |

Eri alkoholisortide ostmise kirjeldus – vein ja vahuvein

| Keskmine ostetav kogus | Muutus võrreldes 2011. aastaga | Kas turistid eelistavad kohalikku või importtoodangut | Populaarseim pakend |
|--|--|---|---|
| Kesklinna kauplustest ostetakse stabiilselt veini ja vahuveini enam kui teisi alkoholiseid jooke. Keskmine ostukogus on tõusnud aastaga üle 2 pudeli (á 0,75 L) turisti kohta. | Kesklinna kauplustes on turistide veiniostud pöördunud tõusule, vahuveini müük on samuti kerges tõusus. Sadama piirkonna alkoholikauplustes ja jaekettides on vahuveini ja veini müüginahud kasvanud. Ettetellitavad kogused võrdluses eelnenud aastaga on kasvanud. | Ostetavad tooted on igal pool importtooted. Kohalikku veini ostetakse väga vähesel määral ja see on marginaalse osatähtsusega. Kohalikku toodangut ostetakse suveniiriks või huvi pärast. | Populaarseim pakend kesklinna kauplustes on 0,75 L klaaspudel, 3 L pakendeid ei oma suurt tähtsust. |
| Sadama piirkonna alkoholikauplustest ja jaekettidest ostetakse keskmiselt nüüd ligikaudu 5 pudelit (á 0,75 L turisti kohta). | | | Sadama piirkonna alkoholipoodides ja jaekettides on populaarseimaks pakendiks 3 L BIB-pakend ja samuti 0,75 L klaaspudel. |
| Ette tellides 36 pudelit 0,75 L ja 11 tk 3 L BIB-pakki. | | | Ette tellides on eelistatakse 3 L BIB-pakendit. |

Eri alkoholisortide ostmise kirjeldus – liköör

| Keskmine ostetav kogus | Muutus võrreldes 2011. aastaga | Kas turistid eelistavad kohalikku või importtoodangut | Populaarseim pakend |
|---|---|---|--|
| Keslinna kauplustest ostetakse likööri klaaspudelis. Keskmiseks ostukoguseks hinnati ka 2012. aastal 2 pooleliitrist pudelit. | Keslinna kauplustes on likööri müügikogused turistidele püsinud samal tasemel. Sadama alkoholipoodides ja jaeketi kauplustes on liköörkogused 2011. aastaga võrreldes langenud. Ka ettetellitavad kogused näitasid mõningast langust. | Likööride puhul ostetakse välismaalaste poolt kohalikku toodangut. Müüki veab Vana Tallinn ja selle eri variatsioonid (eri kangused ja Cream). Eriti populaarsed on Vana Tallinna liköörid venelaste seas. Üks kaupmees tõi kohaliku toodangu ostmise põhjusena välja ka hinnaelise importtoodangu ees. | Populaarseim pakend erinevates müügikohtades on 0,5 L pet-pudel. Eri kauplustes on hakatud eelistama mõningal määral ka soliidsemat 0,5 L klaaspakendit. |
| Sadama piirkonna alkoholikauplustest ja jaekettidest ostetakse likööri kaasa keskmiselt 2,8 pudelit (peamiselt on need 0,5 L pet-pudelite 4-pakid). | | | |
| Ettetellimise puhul on keskmiseks koguseks 12 pudelit (0,5 L pet-pakendis). | | | |

Eri alkoholisortide ostmise kirjeldus – viin

| Keskmine ostetav kogus | Muutus võrreldes 2011. aastaga | Kas turistid eelistavad kohalikku või importtoodangut | Populaarseim pakend |
|--|---|--|---|
| Kesklinna kauplustest on viina ostmine jätkuvalt väga ebahütlane ja keskmist kogust ei saa välja tuua. | Kesklinna kauplustes on turistide viina ostukogused väga varieeruvad, mõni müüja on märganud langust, teised tunnetavad stabiilsust. Sadama ja jaeketi kauplustes on viinamüük läinud kasvule. Ettetellitavad kogused hinnati samuti kasvanud olevat. | Viina puhul eelistab turist osta kohalikku, Eesti toodangut. Populaarseimad on Altia ja Liviko viinad. Kohaliku toote eeliseks on ka soodsam hind, importtoodang on selles tooterühmas kallim. | Enim ostetud pakenditest domineerib 0,5 L pet-pudel. Eksklusiivsematest kauplustest ostetakse ka klaaspudeleid. Klaasi eelistatakse samuti kallima importtoodangu puhul. Kohalik ja soodsam viin viiakse ära plastpudelites. Sadama rajoonis ostetakse kaasa viinakohvreid (0,5 L pudelitega); ettetellimisel eelistatakse samuti viinakohvreid. Kesklinna kauplustest võetakse pigem üksikpakendeid. |
| Sadama piirkonna alkoholi kauplustest ja jaekettidest ostetakse keskmiselt varasema ca 13,4 pet-pudeli 0,5 L viina asemel nüüd ligikaudu 17,6 pudelit. | | | |
| Ette tellides ostetakse keskmiselt 36 pet-pudelit 0,5 L viina. | | | |



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Eri alkoholisortide ostmise kirjeldus – rumm

| Keskmine ostetav kogus | Muutus võrreldes 2011. aastaga | Kas turistid eelistavad kohalikku või importtoodangut | Populaarseim pakend |
|---|---|---|---|
| <p>Kesklinna kauplustest on keskmine ostetav rummi kogus langenud alla 1 pudeli, varasemalt oli keskmine 1 pudel turisti kohta. Varasemalt osteti nii 0,7 L klaaspudeleid kui ka 1 L pudeleid, siis 2012. aastal oli populaarseim pakend 0,7 L klaas.</p> | <p>Kesklinna kauplustes on turistide ostukogused väga varieeruvad. Sadama kauplustes ja jaekettides on rummi ostukogused tugevas tõusus ja ületavad 2011. a taset.</p> | <p>Rummi puhul ostavad turistid ikka tuntud kaubamärke, seega enamasti importtoodangut. Kohaliku toodangu tarbimist võib esineda noorte seas või piiratuma eelarvega tarbijate hulgas, kuna importrumm on kallim. Viimasel aastal on hakatud sortimenti sisse võtma soodsamaid rumme, mis on mõjutanud positiivselt ka rummi müüki.</p> | <p>Rummi puhul on populaarsemaks pakendiks 1 L klaaspudelid, kesklinnas liiguvad ka 0,7 L klaaspudelid. Klaaspudeli eeliseks on ka siin pakendi soliidus.</p> |
| <p>Sadama piirkonna alkoholi kauplustest ja jaekettidest ostetakse keskmiselt varasema ca 0,9 pudelit rummi asemel nüüd ligi 2,2 pudelit ja eelistatuim pudel on 1 L klaas.</p> | <p>Rumm on muutunud turistide seas populaarseks. Kui eelmisel aastal vastajad väitsid, et rummi puhul on pigem tegemist „moejoogiga“, siis on näha, et 2012. aastal olid rummid <i>in</i>. Kui 2011. aastal väitsid müüjad, et müügile aitavad kaasa sooduspakkumised, siis on kaubal n-ö liikumist, siis tänavu ei mainitud soodustusi olulise müügi mõjutajana.</p> | | |
| <p>Ette tellides ostetakse turisti kohta keskmiselt 8 (1 L) pudelit rummi ja seda klaaspudelis.</p> | | | |



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Eri alkoholisortide ostmise kirjeldus – konjak, brändi

| Keskmine ostetav kogus | Muutus võrreldes 2011. aastaga | Kas turistid eelistavad kohalikku või importtoodangut | Populaarseim pakend |
|---|--|---|---|
| Kesklinna kauplustest ostetakse neid jooke keskmiselt ka 2012. aastal 1 pudel (0,5 L klaas) turisti kohta. | Kesklinnas on konjaki- ja brändimüük väga varieeruv. Sadamas ja jaekettides on täheldatud müügi tõusu ning ka ettetellimisega tegelevad kaupmehed hindasid, et konjaki ja brändi müük on samal tasemel 2011. aastaga võrreldes. | Müüakse ainult importtoodangut. | Konjakit ja brändit ostetakse nii 1 L kui ka 0,5 L pakendites ja valdavalt klaaspudelis. Mõningal määral on tõusnud ka pet-pakendites oleva toodangu müük. Müüjate arvates mängib rolli kinkepakend, mis suurendab müüki. |
| Sadama piirkonna alkoholi kauplustest ja jaekettidest ostetakse keskmiselt ca 0,9 L peamiselt 0,5 L pakendis (nii klaas kui ka pet pakend). Populaarsed on ka 1 L pakendid. | Brändit ostetakse aseainena kallile konjakile. Osa kaupmehi väitis, et need joogid on pigem hooajalised ja liiguvad hästi jõulude ja aastavahetuse perioodil. Müügile aitavad kaasa hea hinna kampaaniad, mõnedes müügikohtades on parima hinnaga tooted just müügitabeli tipus. | | |
| Ette tellides on keskmine kogus 8 pudelit (1 L klaas). | | | |

Eri alkoholisortide ostmine – kokkuvõttev tabel – I

| | | Keskmine ostetav kogus, L | | Muutus | | Kohalik vs. import | | Populaarseim pakend | |
|-------------------------|---------------------------------|---------------------------|-------|-----------------|---------------|----------------------------|----------|--|---------------------------------|
| | | 2011 | 2012 | 2011 vs. 2010 | 2012 vs. 2011 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 |
| ÕLU | Sadama piirkond ja jaekaubandus | 29,2 | 29,1 | kasvanud | sama | võrdselt | võrdselt | 24 purgiga 0,33 L kohver | 24 purgiga 0,33 L kohver |
| | Kesklinn | 1,7 | 1,3 | langenud | langenud | kohalik ja erilisem import | kohalik | 0,33 L purk | 0,33 L purk / klaas / 0,5L purk |
| | Ettetellimine | 198,0 | 200,0 | kasvanud | kasvanud | kohalik | kohalik | 24 purgiga 0,33 L kohver | 24 purgiga 0,33 L kohver |
| SIIDER | Sadama piirkond ja jaekaubandus | 10,2 | 10,1 | kasvanud | sama | võrdselt | võrdselt | 24 purgiga 0,33 L kohver / 0,33 L purgid | 24 purgiga 0,33 L kohver |
| | Kesklinn | 2,0 | 0,7 | langenud | langenud | võrdselt | võrdselt | 0,5 L purk | 0,33 L purk / klaas |
| | Ettetellimine | 59,4 | 59,0 | kasvanud | langenud | import | import | 24 purgiga 0,33 L kohver | 24 purgiga 0,33 L kohver |
| LONG DRINK | Sadama piirkond ja jaekaubandus | 26,1 | 26,0 | sama / kasvanud | sama | import | import | 24 purgiga 0,33 L kohver | 24 purgiga 0,33 L kohver |
| | Kesklinn | 1,2 | 1,0 | kasvanud | langenud | import | import | 0,33 L purk | 0,5 L purk |
| | Ettetellimine | 198,0 | 200,0 | kasvanud | kasvanud | import | import | 24 purgiga 0,33 L kohver | 24 purgiga 0,33 L kohver |
| VEIN JA VAHUVein | Sadama piirkond ja jaekaubandus | 3,0 | 3,7 | kasvanud | kasvanud | import | import | 0,75 L pudel / 3 L bib | 0,75 L pudel / 3 L bib |
| | Kesklinn | 1,5 | 1,7 | langenud | kasvanud | import | import | 0,75 L pudel | 0,75 L pudel |
| | Ettetellimine | 52,5 | 60,0 | sama | kasvanud | import | import | 3 L bib | 3 L bib |



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Eri alkoholisortide ostmine – kokkuvõttev tabel – II

| | | Keskmine ostetav kogus, L | | Muutus | | Kohalik vs. import | | Populaarseim pakend | |
|-----------------------|---------------------------------|---------------------------|------|---|--|--------------------|---------|-------------------------|-------------------------------|
| | | 2011 | 2012 | 2011 vs. 2010 | 2012 vs. 2011 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 |
| LIKÖÖR | Sadama piirkond ja jaekaubandus | 1,8 | 1,4 | sama | langenud | kohalik | kohalik | 0,5 L pet | 0,5 L klaas / pet |
| | Kesklinn | 1,0 | 1,0 | kasvanud | sama | kohalik | kohalik | 0,5 L klaas | 0,5 L klaas / pet |
| | Ettetellimine | 7,5 | 6,0 | sama | langenud | kohalik | kohalik | 0,5 L pet | 0,5 L pet |
| VIIN | Sadama piirkond ja jaekaubandus | 6,7 | 8,8 | sama | kasvanud | kohalik | kohalik | 0,5 L pet | 0,5 L klaas / pet / 1 L klaas |
| | Kesklinn | 1,0 | 1,0 | Sadama lähedalt on kasvanud, kaugemalt langenud | Sadama lähedalt on langenud, kaugemal sama | kohalik | kohalik | 0,5 L klaas / pet | 0,5 L klaas / pet |
| | Ettetellimine | 15,0 | 18,0 | kasvanud | kasvanud | kohalik | kohalik | 10-ne pakk 0,5 L pet | 10-ne pakk 0,5 L pet |
| RUMM | Sadama piirkond ja jaekaubandus | 0,9 | 2,2 | sama | kasvanud | import | import | 1 L klaas | 0,7 L / 1 L klaas |
| | Kesklinn | 0,7 | 0,6 | Sadama lähedalt on kasvanud, kaugemalt langenud | langenud | import | import | 0,7 L klaas | 0,7 L klaas |
| | Ettetellimine | 6,0 | 8,0 | sama | kasvanud | import | import | 1 L klaas | 1 L klaas |
| KONJAK, BRÄNDI | Sadama piirkond ja jaekaubandus | 0,8 | 0,9 | kasvanud | kasvanud | import | import | 1 L klaas / 0,5 L klaas | 0,5 L klaas / pet / 1 L klaas |
| | Kesklinn | 0,5 | 0,5 | Sadama lähedalt on langenud, kaugemalt kasvanud | sama | import | import | 0,5 L klaas | 0,5 L klaas |
| | Ettetellimine | 8,0 | 8,0 | kasvanud | sama | import | import | 1 L klaas | 1 L klaas |



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Aastaaegadele omane alkoholimüük

| Kevad | Suvi | Sügis | Talv |
|--|--|---|--|
| Valged veinid, kerged / lahjad joogid - õlu ja siider, rumm (segujookides ja kokteilides). | Maist alates ostetakse kastidega vahuveine ja veine (populaarsemad on pakiveinid) peamiselt koolilõpupidude tarbeks, nende toodete ostmine kasvab märgatavalt. | Kasvab punaste veinide, Stroh`i, Jägermeister`i müük (kevadest ning suvel ei osteta peaaegu üldse). | Novembris/detsembris kasvab veini (peamiselt punase veini) müük. Mõningal määral ostetakse ka hõõgveini. |
| Punase veini ja kange alkoholi müük kukub. | Veini läheb 3L BIB pakendites, kuna on lihtsam „tassida“ ja sobib grillimise kõrvale paremini. | Kange alkoholi müük hakkab taas kasvama. | Domineerib kange alkoholi müük: rumm, viin, liköör, viski, brändi jne. |
| | Rosé veinid. | | Kangete jookide ja kallite toode tipp-periood on aastalõpp: vahuveinid ja konjak. |

Siidri (talvel ostetakse vähe) ja õlle tippaeg.

Täiendavad kommentaarid

| | | |
|--|--|--|
| Õlle ja <i>long drink</i> 'i müük on aasta läbi ühtlane ehk ei lange ega tõuse drastiliselt. | Veini müügisuhe: talvel punane 60:40 valge, suvel punane 40:60 valge. | 0,75L veinipudel klaasist läheb läbi aasta ühtlaselt hästi, kuna on soliidne pakend, suvel tõuseb BIB pakendite osakaal. |
|--|--|--|

2012. aastal olid enamus aastaaegadele omased alkoholimüügi omadused sarnased 2011. aastal välja öeldud joontega.



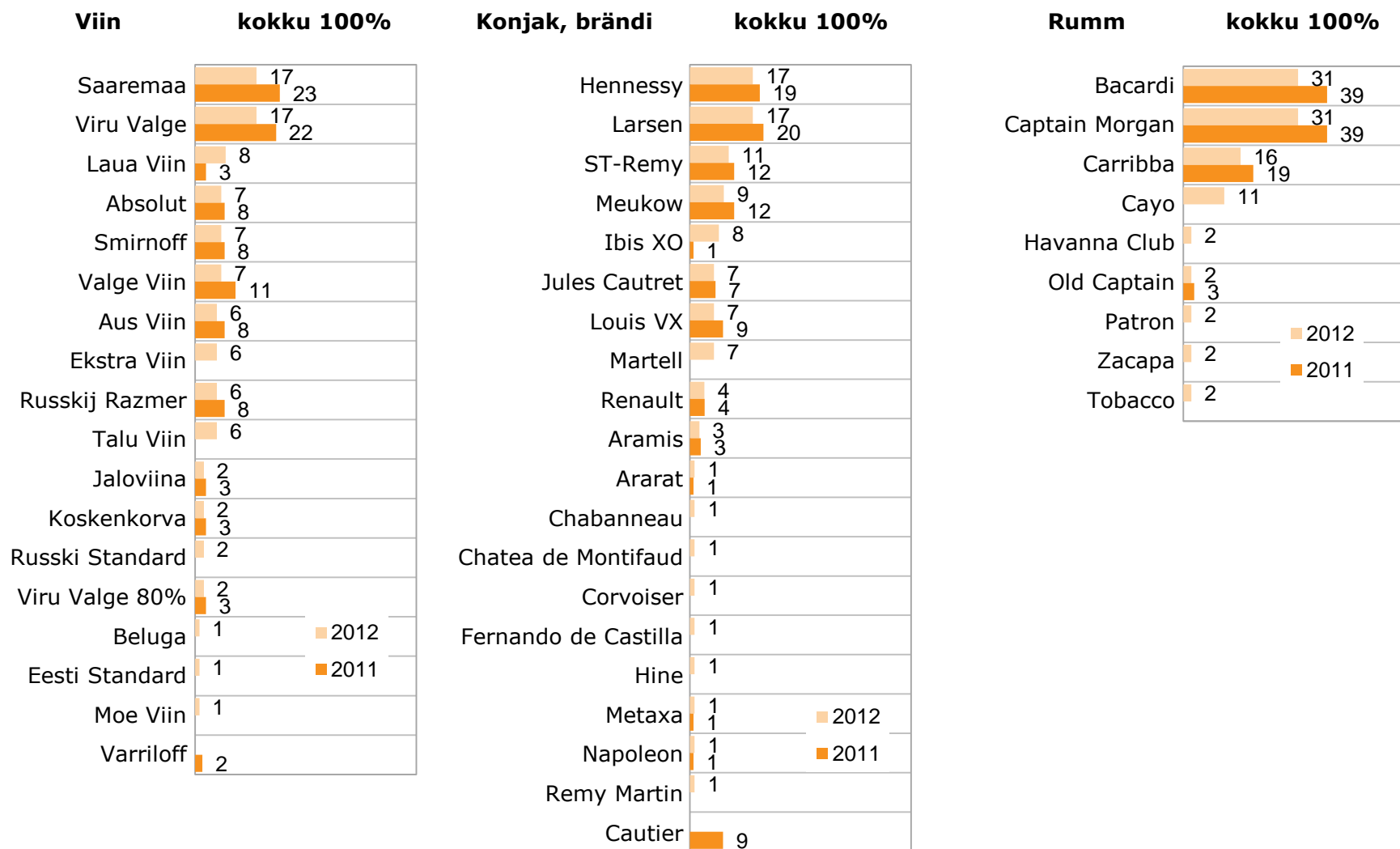
TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Turistide poolt enam ostetud alkoholsete jookide tootemargid – I

peamiste markide osakaalud kaupluste poolt mainitud müügitopis, n=15 kauplust



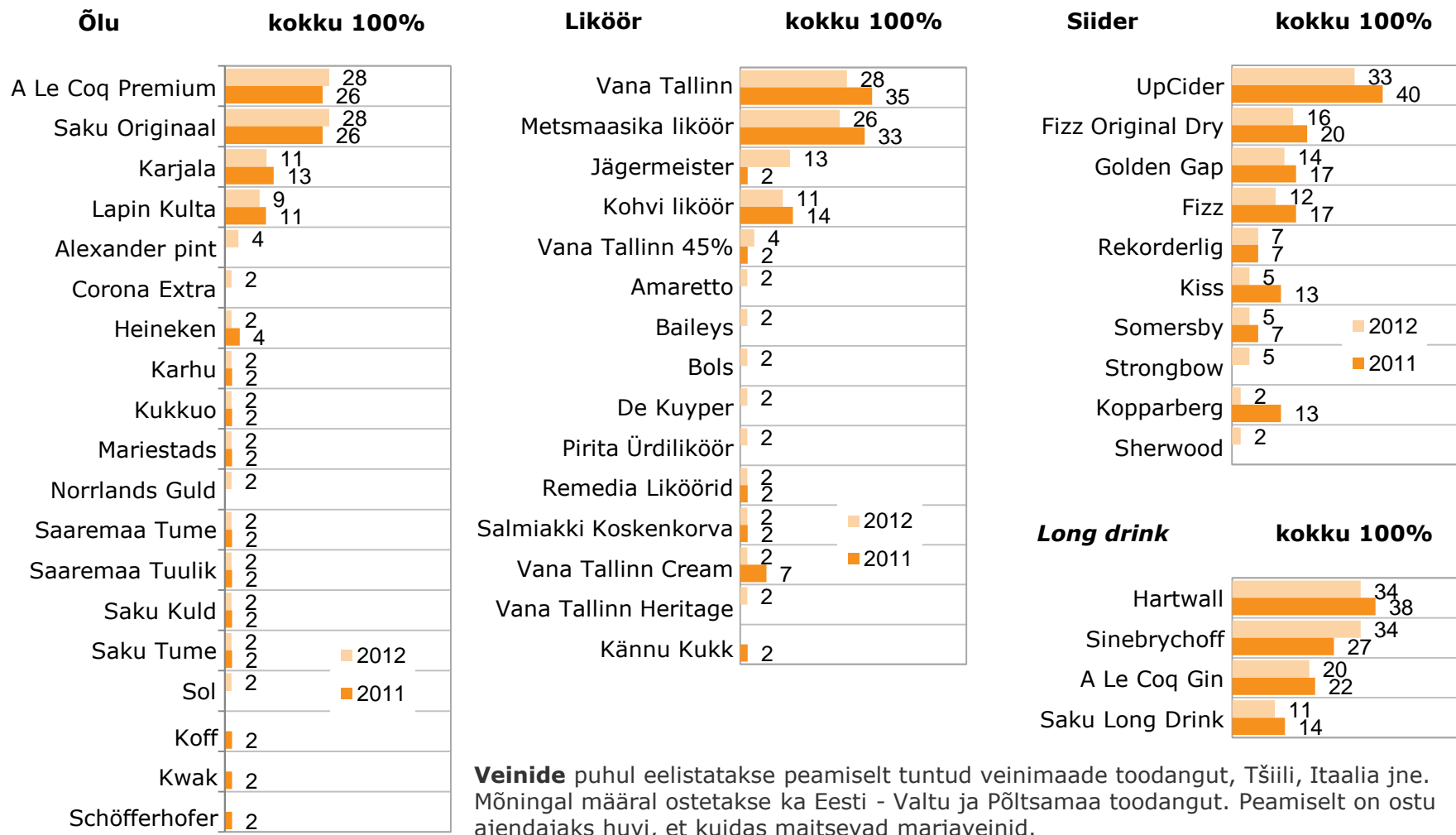
TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Turistide poolt enam ostetud alkoholsete jookide tootemargid – III

peamiste markide osakaalud kaupluste poolt mainitud müügitopis, n=15 kauplust



Veinide puhul eelistatakse peamiselt tuntud veinimaade toodangut, Tšiili, Itaalia jne. Mõningal määral ostetakse ka Eesti - Valtu ja Põltsamaa toodangut. Peamiselt on ostu ajendajaks huvi, et kuidas maitsevad marjaveinid.

Turistide poolt kaasa ostetud alkoholikogused

Alkoholsete jookide müüginumbrite aluseks on Statistikaameti andmed jaemüügi kohta. 2011. ja 2012. aasta hinnanguliste mahtude aluseks on jaemüügiga tegelevate ettevõtete ekspertarvamused.

Turistide poolt ostetavate alkoholimahtude kaardistamiseks on tavaliselt kasutatud juhuvalikuga uuringuid ehk tarbijaküsitlusi, eeldades, et turistide alkoholi ostmine on normaaljaotusega kõikide turistide hulgas.

Arvestades viimaste aastate trende, on suurema osatähtsusega alkoholi ostmine (ettetellimisvormi kaudu) muutunud spetsiifilise, teatud niši turistide tegevuseks, sobib turistide alkoholikäitumise kaardistamiseks üha enam ekspertvalik.

Turistide poolt ostetavate koguste aluseks võtsime alkoholi jae- ja hulgimüügile sadama piirkonnas spetsialiseerunud ettevõtete majandusaasta aruanded, ekspertintervjuud ja muud avalikud andmed (ettevõtete pressiteated jne).

| Alkoholsete jookide jaemüük miljonites eurodes | 2009 | 2010 | 2011* | 2012* |
|---|-------|-------|-------|-------|
| Alkoholsete jookide müügikäive Eestis | 316.7 | 321,1 | 353 | 388 |
| Turistide alkoholiostud | 81 | 97 | 109 | 114 |
| Turistide kaasa ostetud alkoholi osakaal | 26% | 30% | 31% | 30% |

* Esialgsed hinnangud

Allikas: Eesti Statistikaamet, ettevõtete majandusaasta aruanded, arvutused TNS EMOR



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

5

Erinevate riikide turistid alkoholiostjana



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

AGRISEIRE

Kokkuvõte: Erinevate riikide turistid alkoholiostjana

Soomlasi iseloomustatakse alkoholimüüjate poolt kui kliente, kes teavad konkreetselt, mida nad soovivad, seega suur osa on teinud enne reisi ka vastavat eeltööd. Soomlased on väga hinnatundlikud kliendid, neile on iseloomulik külastada Tallinnas mitmeid erinevaid ostukohti ning leida parima hinnaga ostukoht ostude sooritamiseks. Hind mõjutabki soomlaste valikut enim.

Samas ostavad Soomest tulevad välisturistid kaasa suurimaid alkoholikoguseid. Nende hulgas on palju alkoholiostudele spetsialiseerunud püsikliente, kes käivad Eestis ostureisidel regulaarselt.

Rootsist tulev väliskülastaja ei ole nii selgelt alkoholiostudele orienteeritud kui soomlased. Rootsi turistid veedavad aega linna vaatamisväärsusi külastades ja kaubanduses. Alkoholitooteid ostavad nad kaasa väiksemates mahtudes, ja seda isegi siis, kui on kohale tulnud autoga.

Rootslane eelistab tarbida tuntud ja kalleimaid brände, nad ei ole eriti hinnatundlikud. Skeptiliselt suhtutakse võõrastesse toodetesse ja tundmatuid marke ei osteta suurtes kogustes ka hinnakampaaniate ajal. Lisaks ei harrasta rootslased meie kauplustes kauplemist, kuna nad teavad, et hinnad on siin niigi Rootsi hindadest märgatavalt odavamad.

Venemaalt tulev turist on kohalike kaupmeeste arvates väga viisakas ja orienteeritud raha kulutamisele, ostes kallima hinnaga tooteid ja samuti eksklusiivsemaid alkoholisorte nagu konjakid ja *champagne*'d.

Peamine venelaste poolt kaasa ostetav alkohol on Vana Tallinna liköör, mida ostetakse mitmete pudelite kaupa. Üldiselt on venelaste ostetavad alkoholikogused tõusutrendis ja kaupmeeste arvates aitab müügi tõusule kaasa Tallinna ja Peterburi vaheline kruisilaeva liiklus.



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Soomlased alkoholiostjana – I

Eestis kohapeal tarbimiseks ostetakse alkoholi väheses koguses. Peamiselt on see „peaparanduseks“ või kergeks peopidamiseks. Mitmete alkoholimüüjate hinnangul on Soome turist sageli juba saabudes „alkoholilõhnadega“. Mõned müüjad arvasid, et „kvaliteetsem“ Soome turist arvatavasti külastab kallemaid, prestiižemaid ostukohti, nagu Stockmann.

Soomlane on kohalike kauplejate hinnangul väga hinnatundlik klient. Hindadega on ennast kodus juba eelnevalt kurssi viidud või käiakse kohapeal mitmed müügikohad läbi ja märgitakse hinnad võrdluseks üles. Pärast hinnavõrdlust langetatakse otsus, kust tooteid hankida. Soomlastel on valmidus osta erinevaid tooteid erinevatest kohtadest, sealt, kus on soodsam, isegi kui teine müügikoht on „teises linna otsas“. Mõned müüjad väitsid, et soomlased on endale linna juba nii hästi selgeks teinud, et orienteeruvad siin väga kindlalt, teades kus asuvad parimad poed ja pakkumised, sadamaga enam ei piirduta.

Sageli nõutakse toodetele allahindlusi, seda ka väga väikestelt summadelt ning niigi allahinnatud toodetelt. Alkoholipoodidele pakuvad konkurentsi ka laevad. Kaupluste hindu võrreldakse laevahindadega ning parema hinna puhul jäetakse alkohol maismaalt ostmata ja/või ostetakse laevast juurde.

Alkoholipakkumiste kohta hangivad soomlased infot ajalehtede reklaamidest ja külastavad kaupluste kodulehekülgi. Lisaks levivad soomlaste seas suust suhu soovitusel, üksteisele soovitatakse alkoholiostudeks sobilikke müügikohti.

2012. aastal olid enamused soomlaste ostukäitumist iseloomustavaid omadusi sarnased 2011. aastal välja öeldud omadustega.



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Soomlased alkoholiostjana – II

Soomlast iseloomustatakse kui ostjat, kes teab konkreetselt, mida ta soovib. Mõningal määral on hakanud ka soomlased vaatama brändi-toodete poole, olulisemaks on läinud argument, et tootel oleks hea hinna-kvaliteedi suhe. Lisaks on soomlaste hulgas enim ostudele spetsialiseerunud püsikliente, kes käivad regulaarselt Eestis suuri alkoholikoguseid ostmas.

Kaasa ostetavad kogused on välisturistide võrdluses soomlastel kõige suuremad. Suurem osa alkoholist ostetakse kaasa sadama piirkonna alkoholikaupmeeste käest ja seda enamasti nn hulgipakendites – kohvrites, kastides ja kärudega. Keslinna kauplustest ostetakse tavaliselt üksikpakendeid - „paar purki“ ja üks-kaks pudelit.

Alkoholisortide ostuotsuste peamised mõjutajad:

Vein peab olema Soome „Alkos“ sees, siis soomlane teab ja ostab toodet. Veini puhul ei ole kindlaid brändieelistusi.

Kanget alkoholi ostetakse harvem eksklusiivsematest (keslinna) kauplustest.

Konjaki ja brändi puhul võrreldakse hindu, ostetakse brände, millel on koduturuga suurem hinnavahe.

Soome enda õllede kaasaostmine on langenud, samas Eesti õllede populaarsus tõusnud.

Long drink’idest eelistatakse „omi“ tooteid – kas soodsama hinnaga Sinebrychoff`i või kvaliteetset Hartwall`i.

Viina puhul on ostu peamiseks mõjutajaks soodne hind.

Pakenditest eelistatakse peamiselt iga alkoholisordi puhul pet-tooteid ja 0,33 l pakendeid.

2012. aastal olid enamasti soomlaste ostukäitumist iseloomustavaid omadusi sarnased 2011. aastal välja öeldud omadustega.



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Rootslased alkoholiostjana

Rootslasel on Eesti alkoholimüüjate silmis linna peal ringi vaatava ning vaatamisväärsusi külastava turisti kuvand. Alkoholi ostetakse enamasti vaid kaasa, kohapeal tarbimiseks pigem ei osteta. Üldist käitumismaneeri hinnati viisakaks ning soliidseks.

Rootslaste jaoks on oluline osta eksklusiivsemaid, erilisemaid ja kallemaid jooke. Ostetakse kalleimaid konjakeid, brändisid, veine ja vahuveine. Toodete valikul lähtutakse selle headusest ja kvaliteedist.

Rootslastele on omane osta tuntud brände. Endi jaoks tundmatuid kaubamärke ja jooke nad ei osta, isegi kui neil on hinnaeelis. Lisaks suhtutakse skeptiliselt toodete degusteerimistesse kauplustes, kus võõraid tooteid isegi ei proovita. Näiteks *long drink*'e nad ei osta, kuna rootslaste jaoks on tegemist vähe tuntud tootekategooriaga.

Hinnavõrdlusi erinevate kaupluste vahel ei teostata, samuti ei jälgita väga ka üksikute toodete hindasid ning rootslastele ei ole iseloomulik hinnakauplemine kassas. Kuna ostetakse tuntud brände, siis ka teatakse, mis kvaliteediga on tegu. Lisaks tõid kaupmehed välja vähese hinnavõrdluse põhjendusena hinnavahe teadvustamise Eesti ja Rootsi vahel - Rootsi hinnatase on kohalikust hinnast oluliselt kõrgem ja hinnavõit on siit ostes garanteeritud.

Kaasa ostetavad alkoholikogused on rootslastel väiksemad kui soomlastel, seda ka neil turistidel, kes tulevad siia autodega. Üldiselt ülemäära suuri koguseid kaasa ei osteta. Teatud tootegruppides (konjak, rumm, viin) eelistatakse klaaspakendites tooteid, erinevalt soomlastest, kes eelistavad osta metall- ja plastikpakendis tooteid. Klaaspakendit eelistatakse peamiselt pakendi soliidseuse pärast.

2012. aastal olid enam rootslaste ostukäitumist iseloomustavaid omadusi sarnased 2011. aastal välja öeldud omadustega.



TNS Emor

Välisturistide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Venelased alkoholiostjana

Kohalikud alkoholikaupmehed iseloomustavad vene turiste kui viisakaid ja kulutamisele alteid inimesi.

Venelaste puhul ei ole tegemist hinnatundlike klientidega, kes „igat senti taga ajaks“. Nad kulutavad alkoholile suuri summasid ja ostavad põhimõttel „kui pidu, siis võimsalt.“ Ostetakse teistest enam hinnalisi ja luksuslike tooteid: *champagne*’sid ning konjakeid, 2012. aastal on hakatud enam ostma ka kalleid viskiseid ja viinasid. Siinkohal on venelaste ostukäitumine sarnane rootslastega - oluline on brändi hea kuvand, mis mõjutab ostuotsuseid.

Ostuotsused langetatakse Eestis kohapeal ja oste ette ei planeerita. Kuigi Vana Tallinna liköör on jätkuvalt venelaste seas eelistus number üks.

Alkoholi kaasaostmisel on takistuseks koguselised piirangud (see on ka peamiseks põhjuseks, miks ostetakse siis juba hinnalisemaid tooteid). Kui 2011. aastal selgus vestlusest alkoholikaupmeestega, et kruisilaev Tallinna ja Peterburi vahel on suurendanud vene turistide arvu, siis ka 2012. aastal oli jätkuvalt tunda Vene turistide osakaalu tõusu. Osad kaupmehed väitsid, et küllastajate hulga kasv on olnud isegi kahekordne. Seega on hakanud tõusma ka vene turistide poolt ostetavad alkoholikogused.

2012. aastal olid enamus venelaste ostukäitumist iseloomustavaid omadusi sarnased 2011. aastal välja öeldud omadustega.

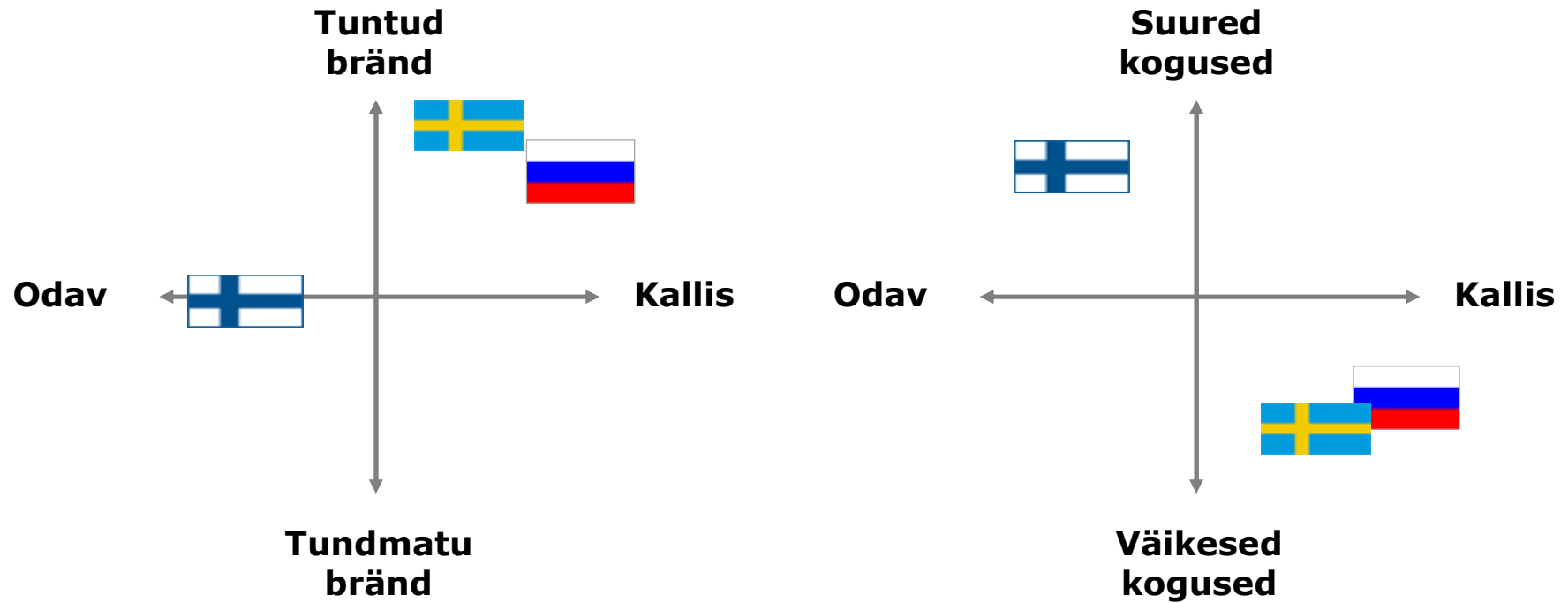


TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

Erinevate riikide turistide positsioneerimine ostukriteeriumide alusel



6

Lisad



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

AGRISEIRE

Projekti meeskond

Uuringu eri etappides osalesid ja olid vastutavad:

| | |
|-----------------------------------|---------------------------|
| Tellijapoolne kontaktisik: | Aleksander Vukkert |
| Uuringu kava ja aruande koostaja: | Aivar Voog ja Kennet Sarv |
| Valimi koostaja: | Aivar Voog ja Kennet Sarv |
| Graafilised tööd: | Kennet Sarv |

Kontaktinfo

Aivar Voog
Osakonnajuhataja
Telefon: 626 8538
E-mail: aivar.voog@emor.ee

TNS Emor

Telefon: 626 8500
Faks: 626 8501
E-mail: emor@emor.ee
Adress: A. H. Tammsaare tee 47, 11316 Tallinn



TNS Emor

Välituristide alkoholi ostumaht 2012. aastal

© TNS

AGRISEIRE
