

# ELANIKE SUHTUMINE EURO KASUTUSELEVÕTTU

Eesti 15-74 aastaste elanike uuring

Tallinn

Veebruar 2005

# SISUKORD

Sisukord.....	2
SISSEJUHATUS .....	3
KOKKUVÕTE .....	4
I METOODIKA KIRJELDUS.....	6
Valim .....	6
Küsitlus .....	8
Andmetöötlus ja valimivea hinnang .....	9
II TULEMUSED .....	11
1 Elanike jaotumine erinevatesse tüüpidesse meediatarbimise ja hinnangute alusel oma majandusseisule .....	12
1.1 Meediatarbimise tüübid.....	12
1.2 Hinnangud oma toimetulekule ühiskonnas.....	17
2 Elanike huvitatus Euroopa Liidu teematikast ja hinnangud toimunud/võimalikule hinnatõusule .....	21
2.1 Hinnangud võimalikule hinnatõusule erinevates kaubagruppides lähiaastatel.....	24
2.2 Elanike hoiakud seoses euro kasutuselevõtuga .....	29
2.2.1 Euro kasutuselevõtu positiivsed ja negatiivsed küljed .....	29
2.2.2 Hinnangud euro kasutuselevõtu aja ja üleminekuperioodi suhtes .....	34

## SISSEJUHATUS

Uuringukeskus Faktum viis perioodil 19.-31. jaanuar 2005.a. Eesti Panga tellimusel Omnibussküsitluse raames läbi uuringu Eesti 15-74 aastaste elanike seas. Uuringu eesmärgiks oli selgitada:

- elanike hinnangud Eestis toimunud muutustele Euroopa Liidu liikmeksõleku perioodil;
- hinnangud toimunud ja võimalikule hinnatõusule tulevikus;
- ootused, suhtumised eurole üleminekusse ja hinnangud võimalikele muutustele seoses euro kasutuselevõtuga;
- Eesti Panga maine erinevate kuvandijoonte põhjal.

Aruande esimeses osas on esitatud metoodika kirjeldus, teises osas tulemused. Tulemuste 1. peatükis toodud meedia- ja toimetulekutüüpide omandiõigus kuulub Faktumile. 2. ja 3. peatükis toodud tulemuste omandiõigus kuulub Eesti Pangale.

Aruande lisas on toodud küsimustik ja tabeljaotused.

## KOKKUVÕTE

Eesti 15-74 aastaste elanike seas jaanuaris 2005.a läbi viidud uuringust selgus:

1. Euroopa Liiduga seonduva temaatikaga peab oluliseks olla kursis 69% elanikest. Oluliselt sagedamini tähtsustavad seda nooremad, kõrgema sissetuleku ja sotsiaalse staatusega isikud ning aktiivsed venekeelse meedia tarbijad.
2. Pärast Eesti ühinemist Euroopa Liiduga toiminud hinnatõusu hindavad väiksemaks noored, kõrgema sissetuleku ja staatusega grupid. Suuremana tajuvad hinnatõusu kas hetkel halvasti toimetulevad või tulevikus oma toimetulekut halvenevaks hindavad isikud. See grupp on ka tulevikus hindade tõusu osas kõige pessimistlikum.
3. Lähema kolme aasta jooksul prognoositakse sagedamini hindade tõusu seoses eluasemele tehtavate kulutustega, toidukaupade, alkoholi ja tubaka, transpordi ja tervishoiukulutuste osas. Need (välja arvatud alkohol ja tubakas) on ka valdkonnad, milles hindade tõusu peetakse enda jaoks kõige sagedamini suuremaks probleemiks erinevate vastanute gruppide poolt. Tervishoiukulutuste kasvu peavad enda jaoks oluliselt sagedamini probleemiks vanemad inimesed, hariduskulutuste kasvu esmajoones nooremad ja ka ühiskonnas hästi toimetulevad isikud.
4. Euro kasutuselevõtu suhtes tuuakse kõikide elanike poolt sagedamini esile miinuseid võrreldes plussidega. Seda põhjusel, et madalama sissetulekuga, vanemad, tulevikus oma toimetuleku suhtes ebakindlamad inimesed näevad euro kasutuselevõtuga seoses hindade kasvu, mis nende niigi raskevõitu olukorda halvendab või parimal juhul endiseks jätab.

Euro kasutuselevõtuga seoses esiletoodud plussid -tülakas rahavahetus, lihtsam reisimine ja arveldamine, ühine raha teiste riikidega, puudutavad

esmajoones neid vastanute grupe, kes reisivad, puutuvad kokku rahavahetuse või arveldusprobleemidega, see tähendab noori, ettevõtjaid, kõrgema sissetulekuga, keeli oskavaid isikuid.

5. Suuremat hinnatõususu eurole üleminekul võrreldes krooni kasutuselejäamisega prognoosib 55% vastanutest. Seejuures on kõikides vastanute gruppides ülekaalus see arvamus. Sagedamini prognoosivad suuremat hinnatõususu euro kasutuselevõtul ühelt poolt need, kelle toimetulek ja informeeritus ühiskonnas toimuvast on kõrgem- tippjuhid, kõrgharidusega isikud, teisalt pensionärid. Ka säästude väärtuse vähenemises eurole üleminekul on kindel suurem hulk elanikest (58%) kui nende väärtuse säilimises (28%). Oluliselt sagedamini hindavad sääste eurole üleminekul vähenevat pensionärid, halvas majandusseisus oleva toimetulekutüübid ja venekeelsed vastajad.
6. Vaatamata eelpooltoodule pooldati etteantud perioodidest eurole üleminekul kõige sagedamini euro suhteliselt kiiret kasutuselevõttu lähema kolme aasta jooksul (37%). Oluliselt sagedamini olid sellel seisukohal paremini toimetulevad ja informeeritumad isikud, kes teadvustavad endale ka sellega kaasnevat hinnatõusust kõige sagedamini. Samal ajal on nendel kas oma praeguse positsiooni (sissetulek/majanduslik kindlustatus, tööalane staatus, haridus jmt) või tulevase potentsiaali näol (noorus, pealehakkamine, keelteoskus, haridus, informeeritus vms) lootus hinnatõusust tulenevad ajutised raskused kiiresti ületada. Hetkel halvasti toimetulevad ja tuleviku suhtes oma vanuse, hariduse vm teguri pärast ebakindlate isikute jaoks on aga igasugused muutused, saati siis hinnatõusuga seonduvad, oluliselt halvemini vastuvõetavad. Seetõttu pooldavad need grupid oluliselt sagedamini ka üleminekuperioodi (66%-71%) võrreldes kohese üleminekuga ühelt rahalt teisele.

## I METOODIKA KIRJELDUS

### Valim

Omnibuss on regulaarselt (kindla ajakava järgi) läbiviidav mitme kliendi uuring, mille üldkogumi moodustavad Eesti Vabariigi alalised elanikud vanuses 15-74 aastat, kokku 1 047 818 inimest (ESA, 01.01.2003.a.).

Planeeritud valimi suurus on 1000 vastajat. Valimi moodustamisel kasutatakse üldkogumi proportsionaalset mudelit piirkondade ja asulatüüpide (linn/maa) lõikes ning mitmeastmelist tõenäosuslikku juhuvalikut.

Esmalt valitakse mudeli alusel valimipunktid - kõigis piirkondades kokku 100. Valimipunktid (täpsusega kuni lähteadressi tasandini) valitakse asula suurusele (elanike arvule) proportsionaalse tõenäosusega. Valiku baasina kasutatakse Rahvastikuregistri aadressloendit (tabel 1).

Seejärel teostatakse vastaja valik – igas valimipunktis 10 inimest.

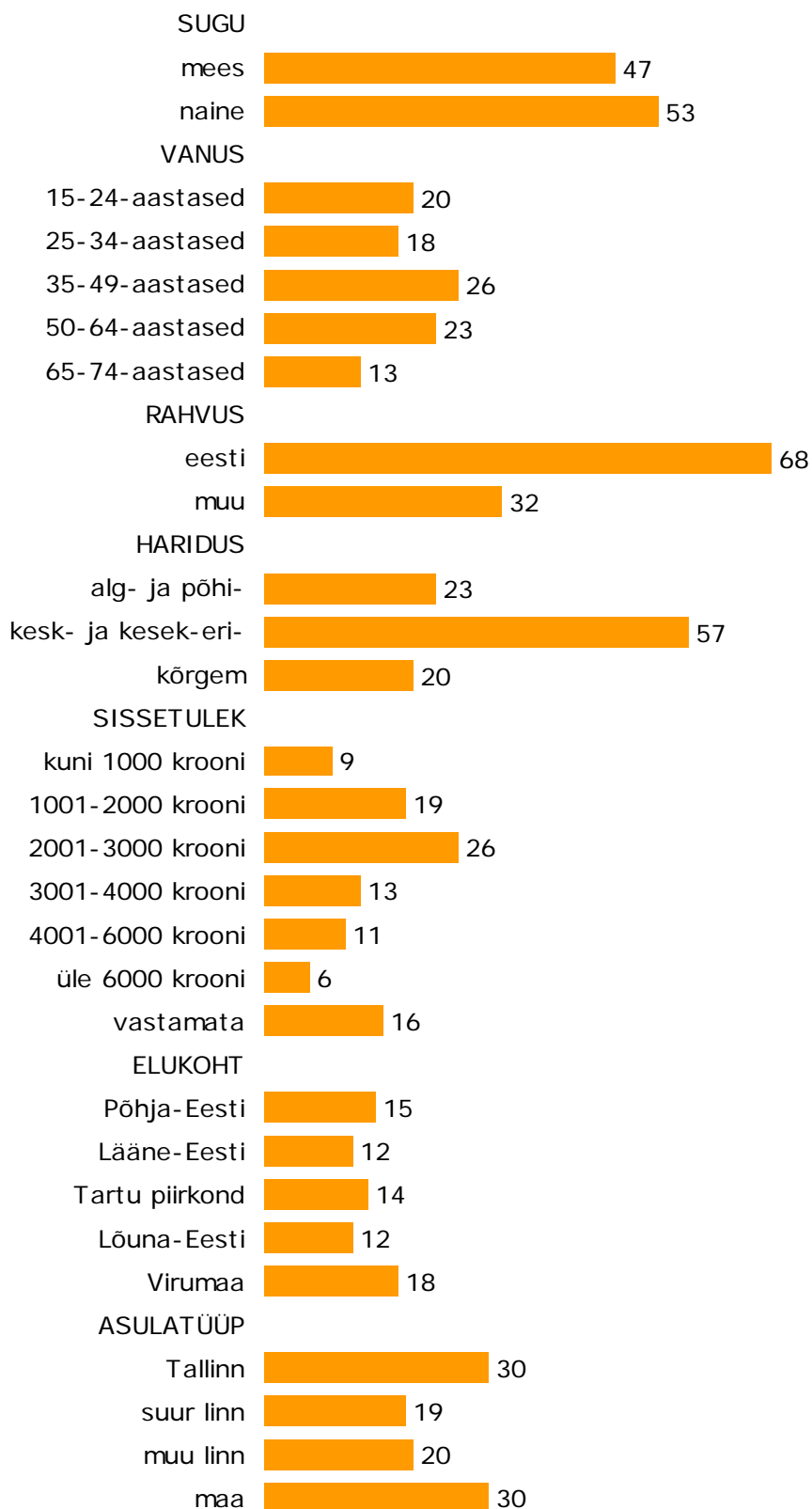
Vastajate valikul rakendatakse lähteadressi meetodit ja nn „noore mehe reeglit“.

Kirjeldatud meetodil saadud valimit võib üldjoontes nimetada üldkogumit proportsionaalselt esindavaks valimiks, kus iga vastaja esindab võrdset arvu üldkogumi elemente.

Kujunenud valimi sotsiaal-demograafilist struktuuri võrreldakse vastavate näitajatega üldkogumi kohta. Vajadusel teostatakse hinnangute täpsuse tõstmiseks kaalumise.

Vastajate jagunemine sotsiaal-demograafilistes lõigetes on toodud joonisel 1.

Joonis 1. Vastanute jaotumine erinevate taustatunnuste alusel, %, n=971



Tabel 1. Üldkogum ja planeeritud valim

Regioon	Asula- tüüp	Üldkogum		Planeeritud valim
		arv	%	arv
1. Tallinn	Linn	317758	30,33	300
2. Põhja-Eesti (Harju-, Rapla-, Järvamaa)	Linn	56073	5,35	50
	Maa	97152	9,27	90
3. Lääne-Eesti (Hiiu-, Lääne-, Saare- ja Pärnumaa)	Linn	67744	6,47	70
	Maa	56147	5,36	50
4. Tartu piirkond (Jõgeva-, Tartumaa)	Linn	92827	8,86	90
	Maa	48725	4,65	50
5. Lõuna-Eesti (Põlva-, Valga-, Võru-, Viljandimaa)	Linn	54722	5,22	50
	Maa	66209	6,32	70
6. Virumaa (Lääne-Viru-, Ida-Virumaa)	Linn	147544	14,08	140
	Maa	42917	4,1	40
Eesti	Kokku	1047818	100	1000
	Linn	736668	70,3	700
	maa	311150	29,7	300

## Küsitlus

Uuringu läbiviimiseks kasutati *face-to-face* intervjuusid vastajate kodudes. Küsitlusperiood oli 19.01 – 31.01.2005. Kokku osales uuringu läbiviimisel 76 Uuringukeskus Faktum küsitlajat, kes olid eelnevalt läbinud koolituse ja saanud juhised antud uuringu läbiviimiseks. Küsitleti 971 respondenti.

Tabel 2. Ülevaade küsitlustööst

TULEMUS	Arv	% külastatud aadressidest
Intervjuu	971	41,9
Sihtrühm puudub	154	6,6
Kontakt puudub (kedagi pole kodus)	552	23,8
Sihtrühma kuuluv pereliige pole kodus	63	2,7
Keelduti kontaktist	273	11,8
Keeldumine sihtrühmas	260	11,2
<b>Kokku külastatud aadresse</b>	<b>2318</b>	<b>100,0</b>
<i>Kokku korduvvisiite</i>	<i>615</i>	<i>26,5</i>

Pärast küsitluse lõppu, kontrollimaks küsitlustöö kvaliteeti, saadeti välja 150 tagasisidekirja vastajatele.

## Andmetöötlus ja valimivea hinnang

Uuringutulemuste töötlemisel kasutati andmetöötluspaketti SPSS.

Tabelis 3 on toodud valimivea piirid proportsioonihinnangul 95% usaldusnivool.

**Tabel 3. Valimivea piirid**

Valimi suurus	50%	48%	40%	35%	30%	25%	20%	15%	10%	5%	3%	2%
10	30,99	30,97	30,36	29,56	28,40	26,84	24,79	22,13	18,59	13,51	10,57	8,68
20	21,91	21,90	21,47	20,90	20,08	18,98	17,53	15,65	13,15	9,55	7,48	6,14
30	17,89	17,88	17,53	17,07	16,40	15,49	14,31	12,78	10,74	7,80	6,10	5,01
40	15,49	15,49	15,18	14,78	14,20	13,42	12,40	11,07	9,30	6,75	5,29	4,34
50	13,86	13,85	13,58	13,22	12,70	12,00	11,09	9,90	8,32	6,04	4,73	3,88
60	12,65	12,65	12,40	12,07	11,60	10,96	10,12	9,03	7,59	5,51	4,32	3,54
70	11,71	11,71	11,48	11,17	10,74	10,14	9,37	8,36	7,03	5,11	4,00	3,28
80	10,96	10,95	10,73	10,45	10,04	9,49	8,77	7,82	6,57	4,78	3,74	3,07
90	10,33	10,32	10,12	9,85	9,47	8,95	8,26	7,38	6,20	4,50	3,52	2,89
100	9,80	9,79	9,60	9,35	8,98	8,49	7,84	7,00	5,88	4,27	3,34	2,74
110	9,34	9,34	9,15	8,91	8,56	8,09	7,47	6,67	5,61	4,07	3,19	2,62
120	8,95	8,94	8,76	8,53	8,20	7,75	7,16	6,39	5,37	3,90	3,05	2,50
130	8,59	8,59	8,42	8,20	7,88	7,44	6,88	6,14	5,16	3,75	2,93	2,41
150	8,00	8,00	7,84	7,63	7,33	6,93	6,40	5,71	4,80	3,49	2,73	2,24
200	6,93	6,93	6,79	6,61	6,35	6,00	5,54	4,95	4,16	3,02	2,36	1,94
300	5,66	5,65	5,54	5,40	5,18	4,90	4,53	4,04	3,39	2,47	1,93	1,58
500	4,38	4,38	4,29	4,18	4,02	3,79	3,51	3,13	2,63	1,91	1,49	1,23
800	3,46	3,46	3,39	3,30	3,17	3,00	2,77	2,47	2,08	1,51	1,18	0,97
1 000	3,10	3,10	3,03	2,95	2,84	2,68	2,48	2,21	1,86	1,35	1,06	0,87

## Teostajad

Uuringu eri etappides osalesid:

Tellijapoolne kontaktisik -

Kaja Kell

Valim -

Helje Proosa

Programmeerimine ja andmetöötlus -

Veiko Vaade

Joonised

Tõnis Ormisson

Aruanne -

Auni Tamm

Kontaktandmed -

OÜ Uuringukeskus Faktum

Pärnu mnt 23, Tallinn 10141

faktum@faktum.ee

tel. 6684530

## II TULEMUSED

Enne kui asume analüüsima elanike suhtumisi ja hoiakuid Euroopa Liidu, euro kasutuselevõtu ja Eesti Pangaga seonduvasse temaatikasse, iseloomustame lähemalt andmete esitamist ja analüüsiks kasutatavaid taustatunnuseid.

Elanike hoiakud, võrrelduna erinevate sotsiaal-demograafiliste tunnuste osas (sugu, vanus, rahvus, sissetulek, sotsiaalne staatus, elukoht jms), eristuvad järjest vähem. Seda põhjusel, et nimetatud taustatunnuste gruppide sees olevad erisused on sageli sama suured kui erinevused gruppide vahel. Nii võivad sama emakeele (rahvuse), sama piirkonna, sama vanusegrupi hoiakutes ilmnevad erinevused olla isegi suuremad kui erineva emakeele, piirkondade või erinevate vanusegruppide hoiakutes. Muidugi sõltub diferentseerumise määr - kas rohkem grupi sees või gruppide vahel, hinnatavast teemast.

Tingituna sellisest sisemisest killustumisest üksikute taustatunnuste sees on otstarbekas võtta hoiakute, arvamuste kujunemise, nende tagapõhja iseloomustamiseks ning mõistmiseks kasutusele teatud integreeritud tunnused, mis on leitud hoiakuid ja arvamusi hüpoteesi kohaselt enam mõjutavate käitumuslike või hinnanguliste tegurite põhjal. See võimaldab paremini avada nähtuste ja hinnangute tagapõhja.

Antud temaatika puhul (suhtumine Euroopa Liitu, euro kasutuselevõttu, hinnangud Eesti Pangale) on hüpoteesi kohaselt üheks oluliseks mõjuriks elanike üldine informeerituse tase, iseloomustatuna mitte subjektiivse hinnangu, vaid tegelike meediatarbimise harjumuste alusel.

Teiseks mõjuriks, seda esmajoones konkreetsete kaupade, teenuste hinnatõusu ja selle mõju hindamisel enda jaoks, võib olla vastanute hinnang oma toimetulekule ühiskonnas praegu ja lähiaastatel.

Kontrollimaks neid hüpoteese, kasutame Eesti Panga omanduses olevate andmete analüüsiks Faktumi poolt konstrueeritud ja omandis olevaid meediatarbimise ning ühiskonnas toimetuleku tüüpe, mida järgnevalt kirjeldame.

# 1 Elanike jaotumine erinevatesse tüüpidesse meediatarbimise ja hinnangute alusel oma majandusseisule

## 1.1 Meediatarbimise tüübid

### 1. tüüp (ligikaudu veerand elanikest). Väheaktiivne trükimeedia lugeja

Koosneb valdavalt eestlastest. Selles meediatarbimise tüübis on:

- suurim osakaal maaelanikel (enam kui pool), lisaks on veerand maakonnakeskuste, väikelinnade elanikke,
- piirkondadest on enim esindatud (ligi veerandiga) Lääne-Eesti;
- hariduse järgi on tüübis keskmisest sagedamini (ligi kolmandik) alg- või põhiharidusega, kõige vähem aga kõrgharidusega isikuid.
- Sissetulek pere liikme kohta on meediatüüpidest kõige madalam, ulatudes ligi 40% vaid kuni 2000 kroonini ühe pere liikme kohta kuus.
- Kõige madalam on mobiiltelefoni omanike osakaal, samuti interneti kasutamine.

Vanuse ja sotsiaalse staatuse alusel jaotumine tüübis järgib Eesti keskmist. Mõnevõrra enam on vaid pensionäre, 65-74 aasta vanuseid isikuid. Mehi ja naisi on võrdselt.

Ajalehtedest on kõige jälgitavam maakonnaleht mida loeb enamik, sellele järgnevad SL Õhtuleht, Maaleht ja päevalehed pigem juhuslikult loetuna. Ajakirjadest omab selles lugejatüübis suurimat populaarsust Kroonika, mida loeb ligikaudu veerand lugejatüübist. Teisi ajakirju loetakse vaid väheste poolt.

Raadiojaamadest on kõige kuulatavam Raadio Elmar, millele järgneb Vikerraadio ja kohalikud raadiod. Telekanalitest jälgitakse pea võrdselt kõiki Eesti telekanaleid, seda keskmisest sagedamini.

### 2. tüüp (ligikaudu 11% elanikest). Noor aktiivne trükimeedia lugeja

Koosneb 94% ulatuses eesti keelt emakeeleks pidavatest isikutest. Tüübis on:

- Suures enamuses naised (86%);
- Noorte osakaal võrreldes teiste meediatüüpidega on suurim –ligikaudu 40% on kuni 24, üle 20% 25-34 aastased;
- Mõnevõrra enam maaelanikke ja vähem tallinlasi, piirkondadest on enam Põhja-, Lääne-Eesti ja Tartu elanikke.
- Sotsiaalse staatuse alusel eristub teistest suurima keskastme juhtide, ametnike ja klienditeenindajate, samuti õpilaste osakaalu poolest.
- Sissetulekult pere liikme kohta kuus on üks paremini kindlustatud tüüpidest, millest annab tunnistust ka kõrgeim mobiiltelefoni ja kodus arvuti omamine, interneti suurim kasutajaskond (ligi 90%). Samal ajal jäädakse isikliku sissetuleku alusel pigem keskmisele tasemele, kõige sagedasem on ühe kuu netosissetulek vahemikus 4000-6000 krooni.

Hariduse alusel ei eristu Eesti keskmisest. Noorte suure osakaalu tõttu on tüübis mõnevõrra enam põhiharidusega isikuid.

Ajalehtedest on jälgitavamad SL Õhtuleht, maakonnaleht ja Eesti Ekspress, samuti pea võrdselt Postimees ja Eesti Päevaleht. Keskmisest sagedasem on ka kõikide teiste eestikeelsete ajalehtede, sh Sirbi lugemine.

Kõige aktiivsem on see tüüp erinevate ajakirjade lugemisel alates Kroonikast, Stiilist ja Annest, mida loeb 50-60% meediatüübist lõpetades erinevate koduajakirjadega.

Raadiojaamadest on kõige kuulatavamad Raadio Sky Plus ning Uuno Raadio, millele järgnevad Raadio 2 ja Raadio Elmar.

Eesti telekanalitest on jälgitavamad TV 3 ja Kanal 2, ETV-d vaatab see meediatüüp eestikeelse meedia jälgijatest kõige harvemini. Välismaiste telekanalite jälgimisel ollakse eestlastest üks aktiivsemaid.

### 3. meediatüüp (ligikaudu 13 % elanikest). Aktiivne teadlik meediatarbija

Koosneb valdavalt eestlastest.

Võrreldes teiste meediatüüpidega on:

- Kõige enam kõrgharidusega isikuid (üle poole tüübist);
- Ettevõtjaid, juhte ja tippspetsialiste ( üle veerandi);
- Tallinna (ligi 40%) ja Tartu piirkonna elanikke (22%);
- Kõige kõrgem sissetulek nii pere liikme kohta kuus (ligikaudu kolmandikul üle 4000 krooni) kui isiklik netosissetulek;
- Kõige suurem meeste osakaal (60%);
- Kõige sagedamini omatakse kodus arvutit, kasutatakse internetti.

Ei eristu Eesti keskmisest oluliselt oma vanusstruktuurilt.

Enamikku ajalehtedest loetakse võrreldes teiste meediatüüpidega sagedamini. Enam loetakse Postimeest, Eesti Ekspressi, Eesti Päevalehte (70%-90%). Nendele järgnevad lugemissageduselt SL Õhtuleht, Äripäev, Maaleht (kolmandik kuni pool tüübist). Ka Sirbi lugejaskonnast on enam kui pooled just sellest meediatarbimise tüübist.

Ajakirjade lugemine järgib Eesti keskmist trendi. Sagedamini loetakse vaid Kodu ja Aeda.

Raadiokanalitest on selle tüübi puhul ülekaalukalt sagedamini kuulatavam Raadio Kuku, telekanalitest jälgitakse sagedamini ETV-d, harvemini TV 3 ja Kanal 2.

#### 4. tüüp (ligikaudu 8% elanikest). Vanem keskmise aktiivsusega meediatarbija

Tüübist:

- 2/3 moodustavad naised;
- valdavalt keskealised ja vanemad inimesed, vähe on alla 24 aastaseid noori.
- üle poole elab maal, veerand väikelinnades ja maakonnakeskustes.
- oluliselt vähem on Lääne-Eesti ja oluliselt enam, üle veerandi, Lõuna-Eesti elanikke;

- Sotsiaalse staatuse alusel on tüübis analoogselt 2. tüübiga enam, pea kolmandik keskastme spetsialiste, ametnikke ja klienditeenindajaid.
- Sissetulek pere liikme kohta järgib Eesti keskmist, isikliku netosissetulek jääb aga oluliselt sagedamini, ligi kolmandikul, vahemikku 2000-3000 krooni.

Mobiiltelefoni omab 90%, arvutit kodus pooled, internetti kasutab 60%.

Kõige sagedamini loetavateks ajalehtedeks on maakonnalehe (80%) kõrval SL Õhtuleht ja Maaleht. Ka Postimeest ja Päevalehte loetakse selle tüübi poolt aktiivselt, seevastu Eesti Ekspressi, Äripäeva oluliselt harvemini.

Ajakirjad on selles tüübis samuti aktiivselt loetavad- kõige sagedamini loetakse regulaarselt Kodu ja Aeda, Kodukirja, Kodukollet, Kodutohtrit (60-80%), harvemini Kroonikat.

Raadiojaamadest on kuulatavamad Raadio Elmar ja Vikerraadio, samuti kohalikud raadiojaamad.

See meediatüüp on kõige aktiivsem televiisori vaataja- enam kui 90% jälgib praktiliselt iga päev kõiki Eesti telekanaleid, lisaks vaadatakse võrreldes eelpoolkirjeldatud meediatüüpidega oluliselt sagedamini ka Venemaa telekanaleid.

#### 5. tüüp (18% elanikest). Tallinnakeskne väheaktiivne meediatarbija

Oma taustatunnustelt eristub see tüüp kõikidest teistest selle poolest, et siia kuulub eestlaste kõrval oluline osa ka vene keelt emakeeleks pidavaid isikuid (ligi 30%). Meeste osakaal ulatub 60%-ni.

Tüübis on sagedamini:

- ligi kolmandik 15-24 aastaseid noori. Teiste vanusegruppide osakaal ei eristu oluliselt keskmisest;
- Üle 60% elab Tallinnas või Põhja-Eestis, oluliselt vähem on maaelanikke;
- Sissetulekutase on mõnevõrra kõrgem keskmisest – vähem on madala ja enam kõige kõrgemasse sissetulekugruppi kuulujaid.

Ajalehtedest loetakse kõige sagedamini pea võrdse lugejaskonna hulgaga Postimeest ja Eesti Päevalehte (alla pole regulaarselt), oluliselt harvemini SL

Õhtulehte, Eesti Ekspressi ja teisi ajalehti. Ka venekeelsete lehtede lugejaskond on, arvestades keelekasutust, väike.

Ka ajakirjade lugemine on väga tagasihoidlik, sh Kroonikal. Raadiojaamadest ei ole välja kujunenud oma lemmikut, mis eristuks sagedasema kuulamise poolest.

Eesti ja ka Venemaa telekanalite kõrval jälgib see tüüp võrreldes teistega kõige aktiivsemalt muid välismaa telekanaleid.

#### 6. tüüp (16% elanikest) Passiivne, põhisas vene meedia tarbija

Üle poole (56%) selle meediatüübi esindajatest elab Virumaal, alla kolmandiku Tallinnas. Oluliselt:

- vähem on tüübis kõrgharidusega inimesi,
- sagedamini on töölisi, mittetöötavaid isikuid
- Sissetulekutasemelt pere liikme kohta sarnaneb 1. meediatüübiga, so sissetulek on madal.

Tõenäoliselt sõltuvalt elukohast linnas ja nooremate inimeste olulisest suuremast osakaalust omatakse võrreldes 1. tüübiga sagedamini mobiiltelefoni.

Kõige sagedasemaks ajaleheks, mida loetakse, on maakonnaleht. Sellele lisandub enamasti mitteregulaarne venekeelsete päeva- ja nädalalehtede lugemine, väike regulaarne lugejaskond on sellest tüübis siiski Molodjosh Estonii-I (alla 10%). Eestikeelsete väljaannete lugejaskond praktiliselt puudub.

Raadiojaamadest on kuulatavaimad Raadio 4, Raadio Sky ja Raadio 100 (ligikaudu pooled), vähesed kuulavad ka Raadio 2 ning muid eestikeelseid muusikaraadioid.

ETV-d vaatab kasvõi harva kuni pool, Kanal 2 ja TV 3 kolmandik tüübi esindajatest. Põhirõhk on Venemaa telekanalitel, mida jälgib igapäevaselt ligi 90% ja ka muudel välismaa telekanalitel, mida vaatab 70%.

#### 7. tüüp (10% elanikest). Aktiivne venekeelse meedia tarbija

Koosneb valdavalt vene keelt emakeeleks pidavatest isikutest.

Võrreldes teiste tüüpidega on 7. tüübis:

- kõige kõrgem tallinlaste osakaal (2/3), Virumaa osatähtsus on vaid 15%;
- Sagedamini on tüübis kõrgharidusega isikuid. Ettevõtjate, juhtide, tippspetsialistide osakaalult jäädakse mõnevõrra maha vaid valdavalt eestlastest koosnevast 3. meediatarbimise tüübist;
- Sissetulekutase pere liikme kohta on keskmine või kõrgem, isiklik netosissetulek kuus on jääb vaid veidi maha 3. meediatarbimise tüübi omast.

Tüübis on kolmandikuga suurim 50-64 aastaste vanuserühm, vähem on alla 24 aastaseid (nendest kuulub suur osa 5. rahvuse alusel mitteeristuvasse meediatarbimise tüüpi)

Ajalehtedest loevad selle tüübi esindajad esmajoones erinevaid venekeelseid väljaandeid (80-90%), sh Delovõje Vedomosti (60%), kuid kuni 20% on lugejaid pea kõikidel eestikeelsetel päevalehtedel, üle 10% Eesti Ekspressil, Kroonikal, mõnevõrra madalamaks jääb muude eestikeelsete ajakirjade lugejaskond.

Raadiojaamadest on kuulatavamad venekeelsed Raadio 4, Raadio 100, Raadio Sky, kuid ka enamikul eestikeelsetest raadiojaamadest on 15-30% sellest tüübist oma kuulajaskond, sh "juturaadiotel" Raadio Kuku ja Vikerraadio.

Telekanalitest vaatab ka see tüüp kõige sagedamini Venemaa kanaleid, kuid kolmveerand vaatab regulaarselt ka ETV-d, mõnevõrra vähem on vaatajaid Kanal 2 ja TV 3. Samavõrra, üle 60%, jälgib regulaarselt ka muid välismaiseid telekanaleid.

Nagu eelnevast kirjeldusest ilmneb, eristuvad meediatüübid oluliselt oma meediakasutuse ja taustatunnuste poolest, andes informatsiooni inimeste võimalustest, harjumustest ja eelistustest erinevate ajalehtede, ajakirjade ja muude meediakanalite tarbimisel. Tüübid aitavad ühelt poolt mõista inimeste hoiakuid ja suundumisi ning aimata nende tagapõhja, teisalt võimaldab selline lähenemine paremini astuda dialoogi, suunata sihtgruppidele nende poolt oodatavat ja vajatavat informatsiooni.

## 1.2 Hinnangud oma toimetulekule ühiskonnas

Lisaks meediakasutusele saab inimesi iseloomustada ka nende hinnangute põhjal oma toimetulekule ühiskonnas praegu ning edaspidi.

Joonisel 2 on toodud inimeste hinnangud oma toimetulekule ühiskonnas praegu ja [joonisel 3](#) hinnangud enda ja oma pere toimetulekus toimuvatele muutustele lähiaastatel.

Joonis 2 Vastanute hinnangud enese toimetulekule, seisule ühiskonnas (% , n=971)



Joonis 3 Hinnang enese ja oma pere elu muutuste kohta lähiaastatel (% , n=971)



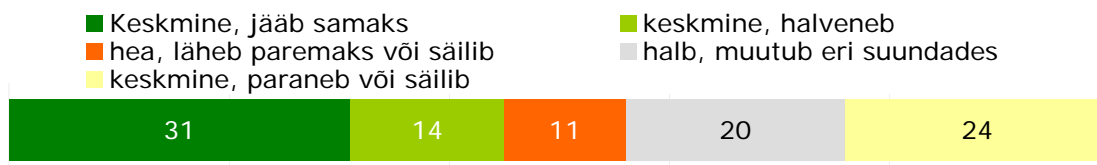
Hinnangud oma praegusele toimetulekule sõltuvad enim sissetulekust. Võrreldes keskmisega hindavad oma praegust seisut ühiskonnas paremaks ka Tallinna elanikud, kõrgharidusega isikud, kõige noorem vanusegrupp.

Mõnevõrra sagedamini hindavad oma toimetulekut halvaks 65-74 aastased isikud (23%). Muude taustatunnuste põhjal ei eristu hinnangud toimetulekule oluliselt keskmisest.

Hinnang toimetulekuks lähiaastatel sõltub enim mitte sissetulekust, vaid vastaja vanusest. Mida noorem vastaja, seda enam hindab ta toimuvat muutumist paremus suunas (57% kõige nooremas vanusegrupis, 14% kõige vanemas). Vaid kõige suurema sissetulekuga isikud eristuvad noortest suurema optimismiga.

Paremini kui eelpoolkirjeldatud näitajad eraldi, iseloomustab vastanuid see, kuidas suhestatakse olevikku ja tulevikku. Klasteranalüüsil eristus 5 erinevat toimetulekutüüpi, mille jaotused on toodud [joonisel 4](#).

Joonis 4 Eesti elanike jaotumine erinevatesse toimetulekutüüpidesse (% , n=971)



**1. toimetulekutüüp - praegune toimetulek keskmine, lähiaastatel säilib sama olukord (ligi kolmandik elanikest)**

Oluliselt vähem keskmisega võrreldes on tüübis alla 25 aastaseid noori, rohkem suurte linnade (Tartu, Pärnu, Narva, Kohtla-Järve) elanikke, keskmisse sissetulekugruppi kuuluvaid isikuid (20001-3000 kr pere liikme kohta), mõnevõrra enam ka muukeelseid inimesi.

**2. toimetulekutüüp- Praegune toimetulek keskmine, lähiaastatel muutub halvemaks (14%)**

Tüübis on oluliselt enam (ligi pool) vanemaid inimesi alates 50 eluaastast, maapiirkondade elanikke, alg- ja põhiharidusega isikuid, naisi, madalama sissetulekuga isikuid.

**3. toimetulekutüüp - Praegune toimetulek hea, muutub lähiaastatel paremaks või säilib sama olukord (11%)**

Kõige enam eristab tüüpi tallinlaste (alla poole) ja kõrgharidusega isikute suur osakaal ning kõige kõrgem sissetulekutase. Oluliselt enam võrreldes keskmisega on tüübis ka noori, kuni 34 aastaseid, mõnevõrra enam ka 35-49 aastaseid, mehi. Sagedamini on esindatud 3. meediatüüp.

**4. toimetulekutüüp- Praegune toimetulek halb, tulevikus nähakse muutusi nii paremuse, halvemuse suunas kui praeguse olukorra säilimist (20%)**

Kõige enam eristab tüüpi kuulujaid oluliselt madalam sissetulekutase võrreldes nii Eesti keskmise kui kõikide teiste tüüpidega (ligi 20% kuni 1000, 30%1000-2000 krooni pere liikme kohta). Sagedasem on ka alg- ja põhiharidusega isikute

suurem osakaal. Muude taustatunnuste alusel ei eristu oluliselt Eesti keskmisest. Sagedamini on selles toimetulekutüübis esimese meediatüübi esindajaid.

#### **5. toimetulekutüüp – Praegune toimetulek keskmine, muutused paremuse suunas (24%)**

Eristub nii Eesti keskmisest kui teistest tüüpidest suurima noorte osakaalu poolest (ligi 60% kuni 34 aastaseid). Mõnevõrra enam on kõrgema sissetulekuga isikuid, eestlasi, 2. meediatarbimise tüüpi.

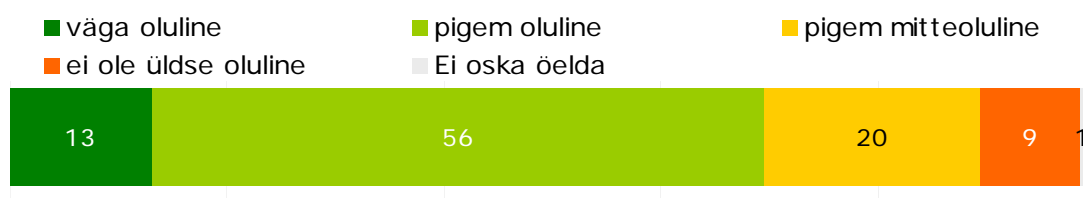
Järgnevate Eesti Panga omanduses olevate tulemuste esitamisel toome välja olulised erinevused (95% tõenäosusega) hinnangutes ja hoiakutes nii eelpoolkirjeldatud integreeritud tunnuste kui sotsiaal-demograafiliste tunnuste lõikes.

Uurijapoolsed kommentaarid on toodud kaldkirjas.

## 2 Elanike huvitatus Euroopa Liidu temaatikast ja hinnangud toimunud/võimalikule hinnatõusule

Vastanutel paluti hinnata, kui oluline on nende jaoks olla kursis Euroopa Liiduga (edaspidi EL) seonduvate teemadega. Tulemused on toodud [joonisel 5](#).

**Joonis 5 Euroopa Liiduga seonduvate teemadega kursis olemise tähtsustamine elanikkonna hulgas (% n=971)**



69% Eesti 15-74 aastastest elanikest on oluline olla kursis EL seonduvate teemadega.

Oluliselt sagedamini tähtsustavad teemaga kursisolekut noored, 25-34 aastased (79%), kõrgema sissetulekuga ja sotsiaalse staatusega isikud (76%) ja vähem pensionärid, madala sissetulekuga isikud.

Erinevused on suuremad sõltuvalt meediatarbimisest. Kursisolekut peab oluliseks:

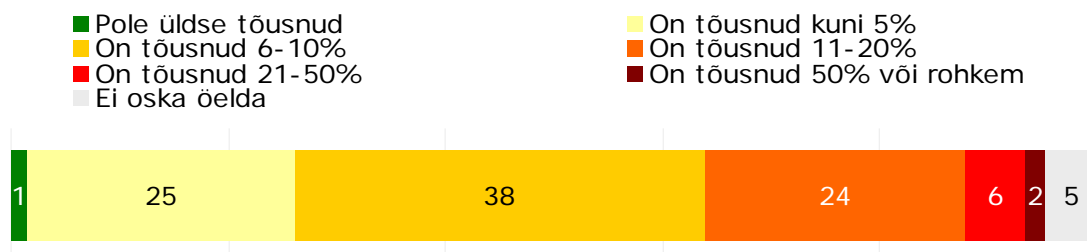
- 81% kolmandast, teadlikust meediatarbimise tüübist;
- 84% seitsmendast meediatüübist (aktiivne venekeelse meedia tarbija).

Vastanutelt küsiti ka nende osalemist 2003. aastal toimunud Riigikogu valimistel. Arvestades sellega, et valimistel said osaleda ainult kodanikud, kelle vanusepiiranguks 18 aastat, saame praeguse seisuga vaadata vaid 20 aastaste ja vanemate Eesti kodanike hinnanguid erinevatele küsimustele seoses valimisaktiivsusega.

Riigikogu valimistel osalenud hindavad olulisust olla kursis EL teemadega oluliselt kõrgemalt kui mitteosalenud (vastavalt 74% ja 59% oluline).

Vastanutel paluti hinnata ka toimunud hinnatõusu etteantud skaalal alates Eesti EL liikmeks saamisest kuni tänaseni. Tulemused on toodud joonisel 6.

**Joonis 6 Elanike poolt tajutud hinnatõus pärast Euroopa Liiduga ühinemist, %, n=971**



Hinnatõusu tajuvad väiksemana ettevõtjad, juhid, tippspetsialistid, samuti õpilased, kellest vastavalt 40% ja 37% (kõik vastajad 26%) hindab hinnatõusuks kuni 5%. Kõrgema sissetulekuga isikud toovad sagedamini välja 6-10% hinnatõusu.

Kõige madalama, pere liikme kohta kuni 1000 kroonise sissetulekuga isikud hindavad hinnatõusu sagedamini suuremaks, 11-20% ja enam (45%), samuti muust rahvusest isikud (38%).

Teiste üksikute vastajate taustatunnuste lõikes olulised erinevused puuduvad.

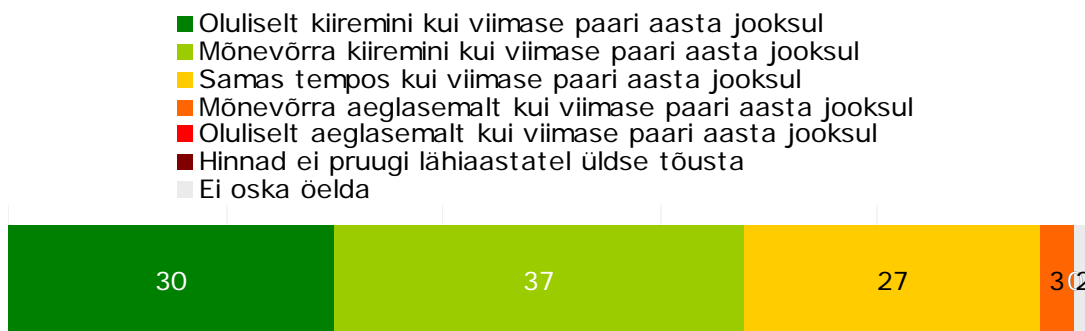
Toimetulekutüüpidest hindab hinnatõusu suurimaks 4. kõige kehvema sissetulekuga tüüp (44% arvates on hinnatõus 11% või rohkem) ja kõige väiksemaks hästi kindlustatud 3. toimetulekutüüp (41% hinnatõus kuni 5%).

Meediatüüpidest tajuvad hinnatõusu kõige suuremana 4. meediatüüp (48% enam kui 11%) ja 7. meediatüüp (42% enam kui 11%), kelle materiaalne kindlustatus on võrreldes Eesti keskmisega samal tasemel või pigem kõrgem.

*See kinnitab, et hinnangute andmisel lähtutakse lisaks materiaalsele poolele veel muudest teguritest, olgu selleks siis isiku poolt hangitud teabe interpretatsioon, tarbimisharjumused või soov tarbida, soovitatav positsioon ühiskonnas, rahulolematuse olemasoleva seisuga vms.*

Elanike arvamused hinnatõusu tempost lähiaastatel on toodud joonisel 7. Vastajatel paluti avaldada arvamust hinnatõusule lähiaastatel, kasutades etteantud vastusevariante.

Joonis 7 Elanike hinnang lähiaastate hinnatõusu tempole ( %, n=971)



2/3 on arvamusel, et lähiaastatel kasvavad hinnad kiiremini kui viimase paari aasta jooksul, 27% arvab hinnasid kasvavat samas tempos. Vaid 3% arvab, et hinnatõus on mõnevõrra aeglasem kui eelneval paaril aastal.

Analoogselt hinnangutega senisele hinnatõusule prognoosivad ka lähiaastatel hindade kasvu oluliselt kiiremat tempot madalama sissetulekuga vähemkindlustatud isikud (kuni 45%) ja mõnevõrra sagedamini ka mitte-eestlased (35%).

Sama tempot loodab säilivat sagedamini 25-34 aastaste noorte grupp ja Lääne-Eesti vastajad (34%), kuid ka nendes seas on ülekaalus arvamus, et hinnad tõusevad lähiaastatel kiiremini kui eelneval paaril aastal.

Teiste sotsiaal-demograafiliste tunnuste osas olulised erinevused hinnangutes puuduvad.

Toimetulekutüüpidest arvab hinnasid kiiremini kasvavat 4. ja 2. tüüp (vastavalt 41% ja 38% oluliselt kiiremini), kellel ebakindlus tuleviku suhtes on suurem ühelt poolt praeguse madala sissetulekutaseme ja teisalt lisanduva vanuse tõttu. Samas tempos või aeglasemalt prognoosi esitab sagedamini 3.tüüp- hästi toime tulevad ja tuleviku suhtes optimistlikud isikud. *Tõenäoliselt on siin hinnangu andmisel aluseks asjaolu, et suurema sissetuleku puhul ei mõju hinnatõus olulise piiranguna tarbimisel.*

Meediatüüpide hinnangutes ilmnevad suuremad erinevused. Kiiremas tempos kui viimase paari aasta jooksul arvab hinnasid tõusvat nagu senini 4. ja 7. meediatüüp (72% ja 74%).

Positiivsemad lootused on 2.meediatüübil (noor aktiivne meediatarbija), kellest vaid 13% arvab hindasid kasvavat oluliselt kiiremini kui viimastel aastatel, samuti 5.tüüp (Tallinnakeskne keskmise aktiivsusega meediatarbija) kellest 39% hindab hindade kasvu jätkuvat samas tempos või aeglasemalt.

## 2.1 Hinnangud võimalikule hinnatõusule erinevates kaubagruppides lähiaastatel

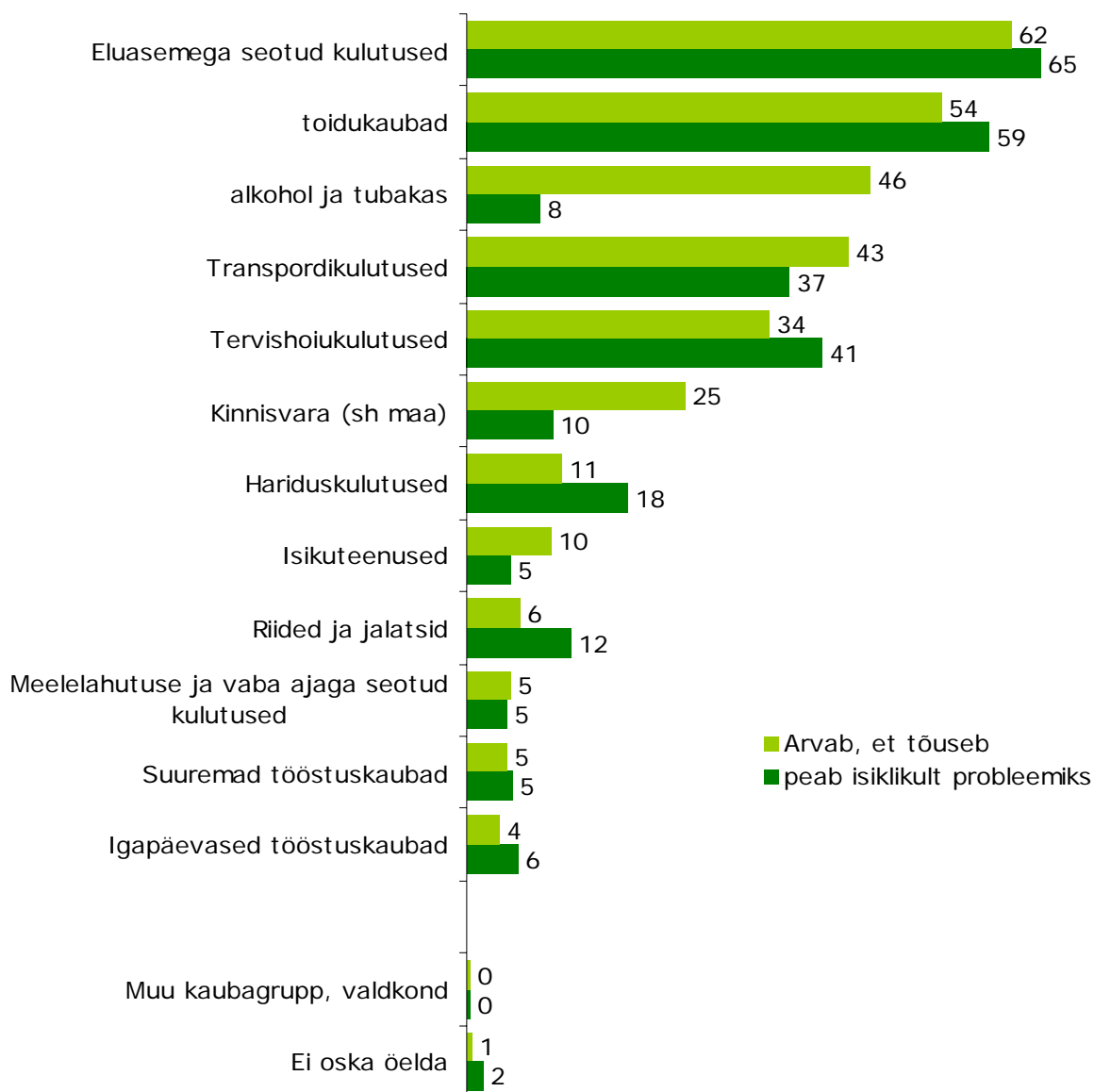
Vastajatel paluti hinnata, millistes kaubagruppides või valdkondades tõusevad hinnad lähema kolme aasta jooksul kõige rohkem ning milliste valdkondade hinnatõusu nad isiklikult enda jaoks kõige suuremaks probleemiks peavad.

Tulemused kõikide vastajate hinnangutena on toodud joonisel 8.

Oluliselt sagedamini prognoositakse hindade tõusu seoses eluasemele tehtavate kulutustega, toidukaupade, alkoholi ja tubaka, transpordi ja tervishoiukulutuste osas. Need (välja arvatud alkohol ja tubakas) on ka valdkonnad, milles hindade tõusu peetakse enda jaoks kõige sagedamini suuremaks probleemiks.

Muudes valdkondades nähakse kõikide vastanute poolt hinnatõusu oluliselt harvemini, mis ei tähenda et see poleks oluline üksikute vastanute gruppide hinnangul.

Joonis 8 Elanike hinnangud võimalikule hinnatõusule lähema kolme aasta jooksul ning selle mõjusse isiklikul tasandil (% , n=971)



Järgnevalt vaatame, milliseks hindavad erinevate kaubagruppide hinnatõusu ja selle mõju endale erinevad vastanute grupid.

Eluasemega seotud kulutused ja toidukaupade hinnatõus on enamiku vastanute gruppide hinnangul kõige olulisem ja ka isiklikult enam probleeme valmistav.

Eluasemekulude kasvu peavad enda jaoks suuremaks probleemiks:

- linnaelanikud (kuni 80% suurlinnades) ja sellest tulenevalt ka muust rahvusest isikud;
- Tartu piirkonna vastanud (75%);
- vanemad inimesed (ligi kolmveerand enam kui 50 aastastest).

Toidukaupade hinnatõusu esikohale asetamine on kõige tugevamalt seotud:

- sissetulekute ja vastaja toimetulekutüübiga – kuni 1000 kroonise kuusissetulekuga (pere liikme kohta) isikud, samuti 4. toimetulekutüüp hindavad enda jaoks toidukaupade võimalikku hinnatõusu sagedamini suuremaks probleemiks (vastavalt 72% ja 69%) kui eluasemekulude kasvu (69% ja 62%);
- vastaja elukohaga (maaelanike jaoks on toidukaupade hinnatõus esikohal (62%) eluasemekulutustega võrreldes (52%) esmajoones oma majas elamise tõttu.

Transpordikulutusi toovad keskmisest (37%) sagedamini esile probleeme valmistavana:

- maaelanikud (46%), piirkondadest Lääne-Eesti (47%);
- mehed (43%),
- ettevõtjad, tippjuhid ja spetsialistid (53%)

Vähem peetakse transpordikulutuste kasvu probleemiks linnades ja pensionäride poolt, kelle liikumisvõimalused piiratud.

Tervishoiukulutuste probleemiks pidamise sagedus sõltub esmajoones vanusest. 15-24 aastastest hindab tervishoiukulutusi enda jaoks probleemiks vaid 19% (sageduselt 6. probleeme valmistav valdkond toidukaupade, eluasemekulude, transpordikulude, hariduskulude, riiete ja jalatsite kallinemise järel). Kõige vanemate, 65-74 aastaste jaoks on aga tervishoiukulutused 70% hinnangul eluasemekulude ja toidukaupade järel sageduselt kolmas valdkond, mille hinnatõusus nähakse enda jaoks probleeme.

Muude vastanute gruppide erinevused tervishoiuvaldkonna suhtes tulenevad esmalt selle erinevast vanusstruktuurist.

Hariduskulutusi hindas endale probleeme valmistavaks 18% elanikest. Oluliselt sagedamini hindavad neid probleemiks:

- 15-24 aastaste (32%) ja 25-34 aastaste (25%) vanusegrupp, hetkel õppivad noored (42%).
- 3. toimetulekutüüp (majanduslikult heal järjel, tuleviku suhtes optimistlik (26%);
- 3. meediatarbimise tüüp (aktiivne teadlik meediatarbija) –26%.

Riiete ja jalatsite hinnatõusu pidas probleemiks 12% elanikest. Oluliselt sagedamini töid seda esile:

- 15-24 aastased (20%), õpilased (23%);
- 3. toimetulekutüüp (majanduslikult heal järjel, tuleviku suhtes optimistlik (20%);
- 2. meediatarbimise tüüp (noored aktiivsed meediatarbija, "trendijälgijad")-21%;
- Lääne-Eesti ja Lõuna-Eesti elanikud, kelle sissetulekutase on madalam (22%).

Kinnisvara (sh maa) hinnatõusu pidas probleemiks 10% elanikest. Oluliselt sagedamini:

- 3. toimetulekutüüp (majanduslikult heal järjel, tuleviku suhtes optimistlik (16%). See tüüp prognoosis ka oluliselt kiiremat kinnisvarahindade kasvu lähema kolme aasta jooksul (38% võrreldes 25% keskmiselt);
- Kõrgema, enam kui 4000 kroonise sissetulekuga (pere liikme kohta) vastanute grupp (19%), juhid, tippspetsialistid ja keskastme spetsialistid (16%).

Alkohol ja tubakas on kaubagrupid, mille hinnatõusu prognoosivad lähiaastateks võrreldes keskmisega suuremaks oskustöölised, lihttöölised ja ka noored. Enda jaoks peavad nende hinnatõusu keskmisest (8%) suuremaks probleemiks:

- Oskustöölised (14%);

- Kõige madalama sissetulekuga inimesed (13%);
- Kodakondsuseta isikud (16%);
- 4. toimetulekutüüpi kuuluvad isikud (12%);
- 6. meediatüübi esindajad (13%).

Pea samavõrra (5-6%) nähakse enda jaoks probleemina hinnatõusu igapäevaste ja suuremate tööstuskaupade, meelelahutuse ja vaba aja kulutuste ning isikuteenuste osas.

Isikuteenuste hinnakasvu toob enda jaoks probleemina sagedamini esile 3. toimetulekutüüp (majanduslikult heal järjel, tuleviku suhtes optimistlik) –12%.

Meelelahutuse ja vaba aja kulutustes näevad oluliselt sagedamini probleeme õpilased (13%), igapäevaste tööstuskaupade kallinemises 2. meediatüüp (11%). Suuremate tööstuskaupade kallinemist ei näinud enda jaoks keskmisest sagedasema probleemina ükski vastanute rühm.

## 2.2 Elanike hoiakud seoses euro kasutuselevõtuga

### 2.2.1 Euro kasutuselevõtu positiivsed ja negatiivsed küljed

Vastanutel paluti vabalt nimetada, milliseid plusse ja miinuseid nad näevad seoses eurole üleminekuga. Tulemused on toodud joonistel 9 ja 10.

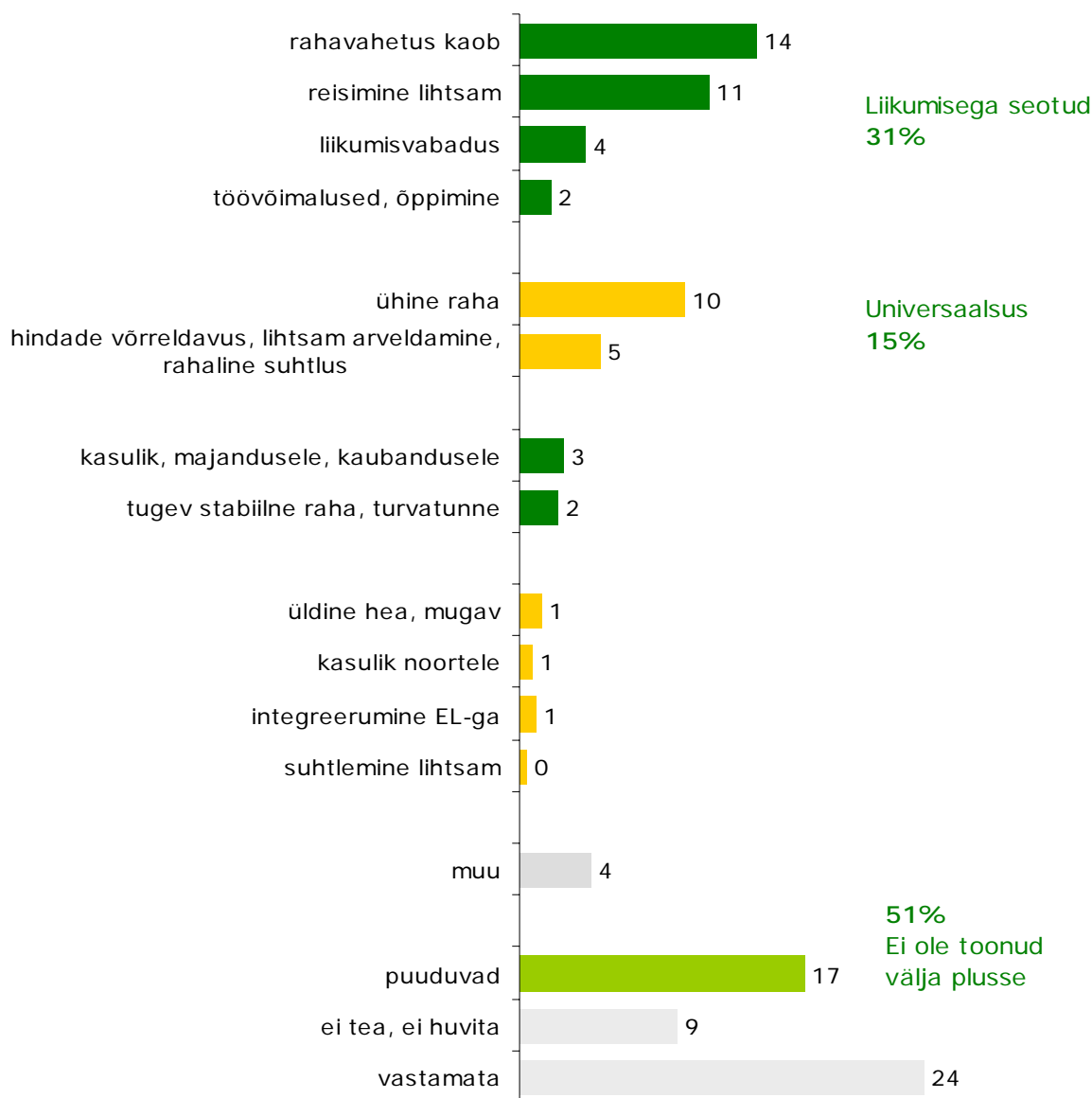
51% vastanutest ei nimetanud ühtki plussi. Seejuures väitis 17%, et plussid eurole üleminekul puuduvad (sagedamini pensionärid – 24%, Lõuna-Eesti ja Virumaa elanikud – 25%, 4. toimetulekutüüp - 23%, 4. meediatarbimise tüüp - 24%).

Huvipuudusel selle teema vastu jättis plussid nimetamata 9% vastanutest (sagedamini Virumaa elanikud (16%), muust rahvusest isikud (14%), väikelinnade ja maakonnakeskuste elanikud (17%), kodakondsuseta isikud

(21%), oskustöölised (14%), 4. ja 7. meediatarbimise tüüp (vastavalt 15% ja 17%). Tõenäoliselt on nende gruppide puhul suuresti tegemist hoiakuga, mida saab iseloomustada lausega "Minust ei sõltu nagunii midagi".

49% vastanute poolt nimetatud positiivsed seosed (% kõikidest nimetatud seostest, grupeerituna sisulistesse gruppidesse) on toodud joonisel 9.

Joonis 9. Elanike poolt välja toodud plussid seoses Eurole üleminekuga (% nimetatud seostest)

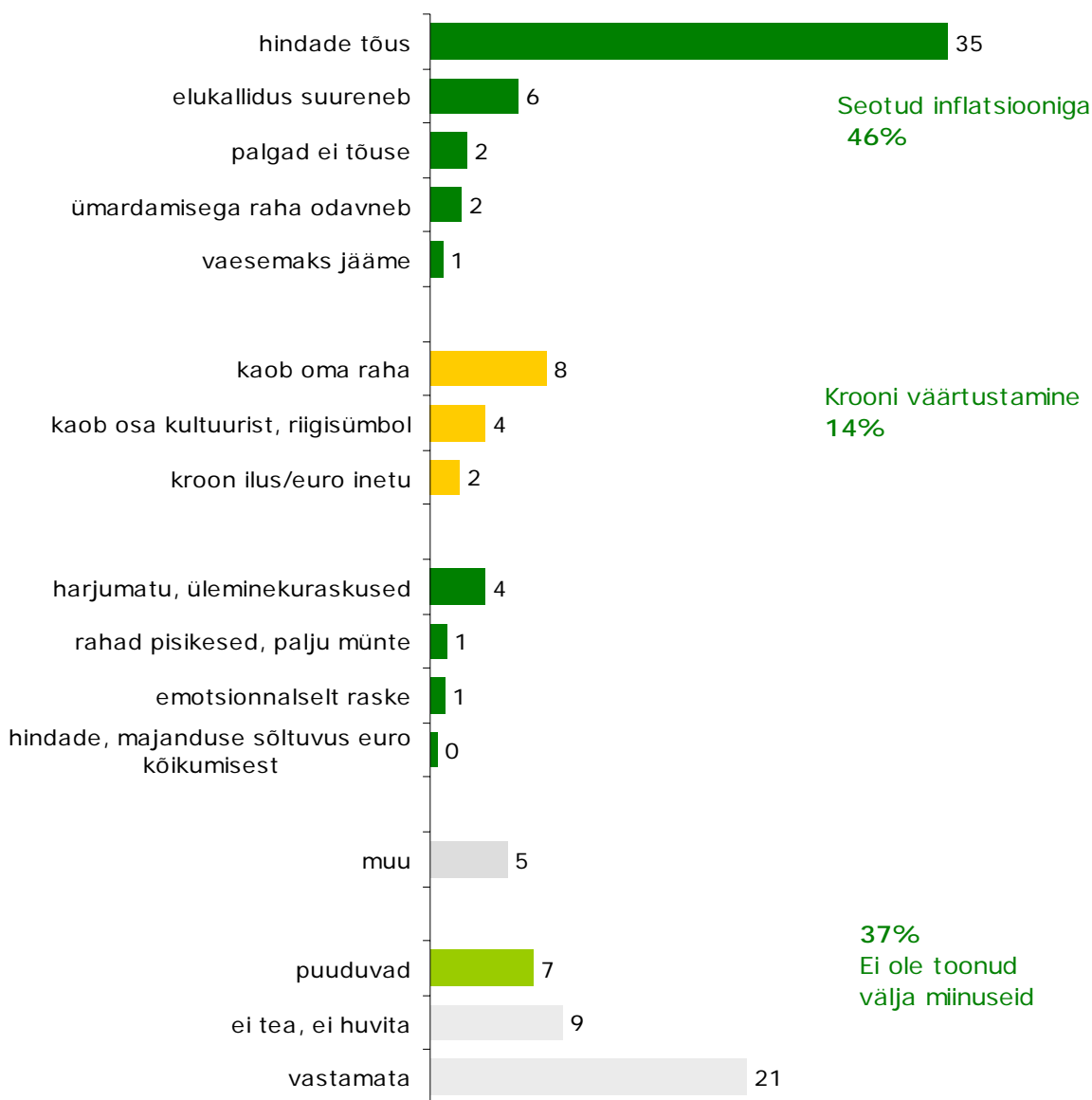


Esmajoones nähakse eurole üleminekus positiivset seoses liikumise ja sellega kaasnevate rahavahetusprobleemide kadumisega (ligi kolmandik nimetatud seostest). Tuuakse esile ka hindade paremat võrreldavust, ühist raha, kasulikkust majandusele jmt.

Positiivseid külgi rõhutavad sagedamini kõrgharidusega, nooremad, Tallinna elanikud, eestlased, 3. ja 5. toimetulekutüüp (tuleviku suhtes optimistlikumad) ja 2., 3. ja 5. meediatarbimise tüüp.

Negatiivsed küljed seoses euro kasutuselevõtuga on toodud joonisel 10.

**Joonis 10 Elanike poolt välja toodud miinused seoses Eurole üleminekuga (% nimetatud seostest)**



Kui eurole üleminekul ei nimetanud spontaanselt positiivseid külgi 51% vastanutest, siis negatiivseid küljed jättis nimetamata vaid 37%. Huvipuudust teema vastu väitsid ja vastamata jätsid sagedamini samad vastanute grupid, kes ka positiivseid küljed nimetamata jätsid.

Eurole üleminekul väitis miinuseid puuduvat seevastu sagedamini 3. toimetulekutüüp (majanduslikult heal järjel, tuleviku suhtes optimistlik) -13%.

Ülekaalukalt kõige sagedamini nimetati eurole ülemineku miinusena hindade tõusu ja elukalliduse suurenemist. Seda kõikide vastanute gruppide poolt.

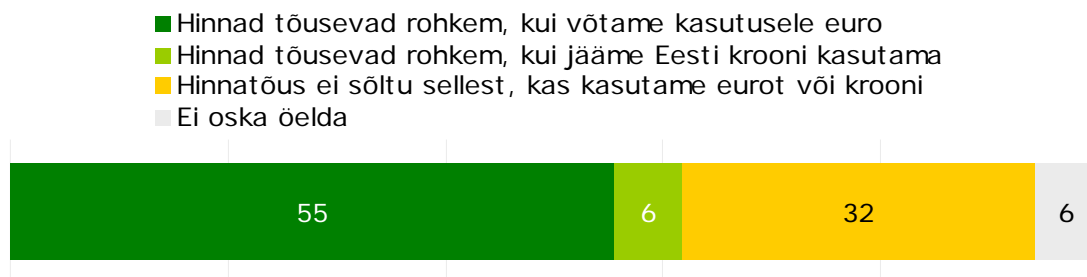
Sagedamini töid hindade tõusu esile kõrgharidusega, kõrge sissetulekuga isikud, 3., 5. ja 7. meediatüübi esindajad (39-41%). 3. meediatüüp, aktiivne teadlik meediatarbija, tõi sagedamini miinusena esile ka Eesti oma raha, riigisümboli kadumist (26%). Muude taustatunnuste alusel puuduvad olulise erinevused miinuste väljatoomises.

Järgnevalt vaatame juba lähemalt elanike hinnanguid hinnatõusule seoses euro kasutuselevõtuga. Vastajatelt küsiti, kas nende arvates tõusevad hinnad rohkem siis kui:

- võtame kasutusele euro;
- kui jääme kasutama eesti krooni;
- või ei sõltu hinnatõus sellest, kas kasutame eurot või krooni.

Tulemused on toodud [joonisel 11](#).

**Joonis 11 Hinnangud hinnatõusule sõltuvalt kasutusel olevast rahast (% , n=971)**



Enam kui pool elanikest arvab, et hinnad tõusevad rohkem kui võtame kasutusele euro, pea kolmandik on seisukohal, et hinnatõus ei sõltu euro või krooni kasutamisest. Sagedamini on viimasel seisukohal õpilased.

Euro kasutuselevõtuga seostavad suuremat hinnatõusu ettevõtjad, tippjuhid (63%), kõrgharidusega isikud (61%), pensionärid (62%) ja Tartu piirkonna vastajad (61%).

Toimetulekutüüpidest sõltuvalt puuduvad olulised erinevused hinnangutes.

Meediatüüpidest on 3. tüüp (aktiivne teadlik meediatarbija) teistega võrreldes oluliselt sagedamini seisukohal, et hinnad tõusevad rohkem just seoses euro kasutuselevõtuga (66%).

Selles, et hinnad tõusevad enam just krooni kasutama jäädes, on ainsana keskmisest sagedamini seisukohal 2. meediatüüp (noor aktiivne meediatarbija) – 16%, võrreldes 10% keskmiselt.

Vastanutel paluti ka hinnata, kas üleminek eurole vähendab kroonides olevate säästude väärtust. Tulemused on toodud joonisel 12.

Enamus, 58% on seisukohal, et nende säästude väärtus väheneb kroonile üleminekul. See seisukoht on ülekaalus kõikide vastanute gruppide puhul.

**Joonis 12. Kas arvate, et eurole üleminek vähendab Teie kroonides olevate säästude - näiteks kodus või pangas oleva raha, väärtust? % , n=971**



Oluliselt sagedamini hindavad säästude väärtust vähenevat 65-74 aastased, pensionärid, väikese sissetulekuga, mittetöötavad, kodakondsuseta isikud (65-67%). Toimetulekugruppidest 2. ja 4. tüüp, tuleviku suhtes olukorra halvenemist hindavad tüübid.

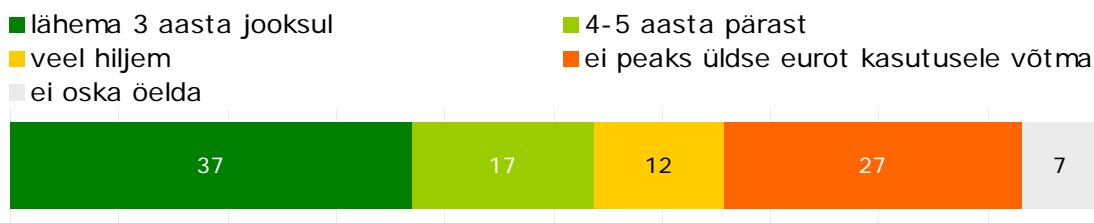
Meediatüüpidest hindas teistega võrreldes ülekaalukalt oma sääste eurole üleminekul vähenevat 7. tüüp- venekeelse meedia aktiivsem tarbija – 69%.

Seega tunnevad oma säästusid vähenevat just vaesemad, tuleviku suhtes ebakindlamad inimesed. *Vanematel inimestel võivad hinnangutele andmisel kaasa rääkida ka kogemused eelnevatest rahavahetustest.*

## 2.2.2 Hinnangud euro kasutuselevõtu aja ja ülemineku perioodi suhtes

Vastajatel paluti hinnata etteantud vastusevariantide põhjal, millal oleks Eestil nende hinnangul kõige otstarbekam võtta kasutusele euro. Tulemused on toodud [joonisel 13](#).

**Joonis 13 Millal oleks otstarbekas Eestis euro kasutusele võtta? (% , n=971)**



Kõige enam on pooldajaid euro suhteliselt kiirel kasutuselevõtmisel lähema kolme aasta jooksul (37%). Seda varianti pooldavad sagedamini:

- kõrgema sissetulekuga (47%) isikud;
- 15-24 aastased noored (51%);
- meediatüüpidest 3. (aktiivne teadlikmeediatarbija)- 44% ja 5. (Tallinnakeskne väheaktiivne meediatarbija)- 45%;
- toimetulekutüüpidest 3. (hästi toime tulev, tuleviku suhtes optimistlik) – 59% ja 5. tüüp – 49%.

27% elanikest arvab, et ei peaks üldse eurot kasutusele võtma. Sellel seisukohal on sagedamini kõige madalama sissetulekuga (38%), kõige vanemad inimesed (43%), toimetulekutüüpidest kõige halvemas seisus olev 4. tüüp (39%), meediatüüpidest 4. ja 6. ( vastavalt 37% ja 34%).

Arvestades eurole kiiret üleminekut ja krooni säilimist pooldavate gruppide koosseisu, võib väita, et elanike hinnangud on kujunenud välja põhiliselt vastavalt nende majandusseisule, kindlusele- või ebakindlusele tuleviku suhtes, millele lisandub vähem olulisena ka informeerituse tase.

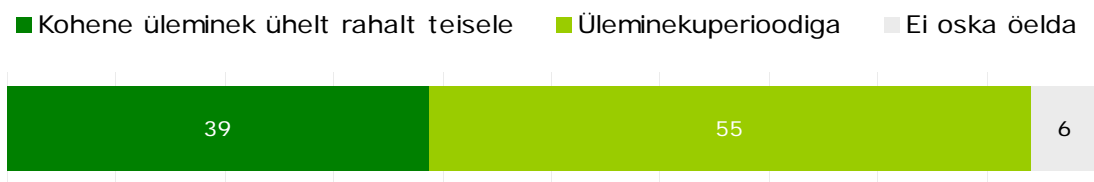
Vaadates, millisel seisukohal on euro kasutuselevõtu suhtes- kas kohene üleminek ühelt rahalt teisele või ülemineku periood, elanikud üldiselt ([joonis 14](#)) ja

erinevad vastajate grupid, eristuvad kohese eurole ülemineku pooldajatena sagedamini :

- kõrgharidusega isikud (46%)
- maaelanikud (45%)
- eestlased (45%) võrreldes muude rahvustega (24%)
- juhid, tipp-spetsialistid (51%)
- toimetulekutüüpidest jällegi 3. ja 5. tüüp (vastavalt 48% ja 45%)
- meediatüüpidest 3. –aktiivne teadlik meediatarbija (49%)

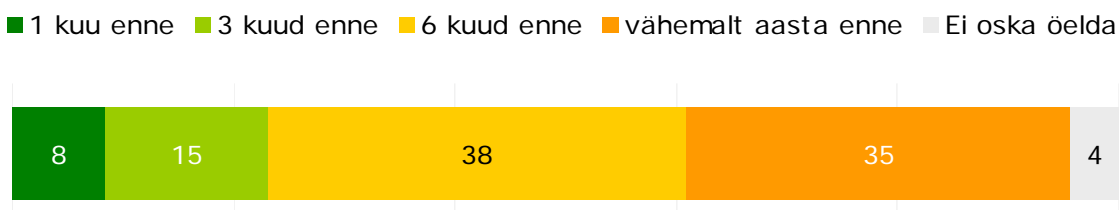
Üleminekuperioodi pooldavad keskmisest sagedamini need grupid, kus ollakse tuleviku suhtes ebakindlamad, esmajoones 2 toimetulekugrupp (66%) ja venekeelsed 6. ja 7. meediatüüp (vastavalt 67% ja 71%).

Joonis 14 Euro kasutusele võtmise viis (% n=971)



Elanike ootused selle kohta, mis ajal peaks üleminekukava kroonilt eurole olema teada, on toodud [joonisel 15](#).

Joonis 15 Millal peaks olema ülemineku täpne kava elanikele teada? (% , n=971)



Sõltuvalt taustatunnustest puuduvad olulised erinevused ootustes etteteatamise aja suhtes. Mõnevõrra pikemat etteteatamist eeldavad pensionärid, ettevõtete juhid, tippspetsialistid ning 6. ja 7. meediatüüp.