



EESTI KONJUNKTUURIINSTITUUT

ESTONIAN INSTITUTE  
OF ECONOMIC RESEARCH

---

Rävala 6 19080 Tallinn Estonia tel 668 1242 fax 668 1240 e-mail eki@ki.ee

# Elanike toitumisharjumused ja toidukaupade ostueelistused

Tallinn 2008

Tellija: EV Põllumajandusministeerium

Projektgrupi koosseis: M. Reiman, L. Belinets, A. Hansman, M. Kelgo, P. Jõekalda,  
P. Liivaauk

Vastutav täitja: Lia Lepane



ESOMAR-i liikmena (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) järgime ICC/ESOMAR-i rahvusvahelisi turundus- ja sotsiaaluuringute läbiviimise reegleid.

Eesti Konjunktuuriinstituut

Rävala 6 19080 Tallinn

Tel 668 1242

Fax 668 1240

E-mail: eki@ki.ee

<http://www.ki.ee>

Copyright © Eesti Konjunktuuriinstituut

# Sisukord

SISSEJUHATUS.....	5
1. TOIDUKAUPADE OSTUEELISTUSED .....	7
1.1. Toidukaupade ostmise sagedus .....	7
1.2. Toidukaupade peamised ostukohad .....	9
1.3. Toiduainete ostukohad kaubagruppide lõikes .....	11
1.4. Toiduostukohtade omaduste tähtsus elanikele .....	20
1.5. Toidu ostuotsust mõjutavad tegurid .....	27
2. TOIDUKAUPADE EELISTUSED SÕLTUVALT PÄRITOLUST.....	34
2.1. Üldine ostueelistus - kodumaised või importtoidukaubad .....	34
2.2. Kodumaiste toidukaupade omadused.....	36
2.3. Kodumaise ja imporditud toidukauba eristatavus ostmisel.....	41
2.4. Toidukaupade päritolumaad ja tarbija usaldus.....	45
2.5. Kodumaise- ja importkauba osatähtsus elanike toiduostudes kaubagrupiti.....	50
3. TARBIJATE HINNANGUD KODUMAISTE TOIDUKAUPADE VALIKULE JA KVALITEEDILE .....	58
3.1. Kodumaiste toidukaupade valik.....	58
3.2. Kodumaiste toidukaupade kvaliteet .....	63
4. TOIDUKAUPADE HINDADE TÕUS JA TARBIJATE KÄITUMINE .....	67
4.1. Toidukaupade hindade vaatamine ostmisel .....	67
4.2. Toidukulude arvestamise harjumusest .....	69
4.3. Pere rahalise olukorra mõju toiduostudele.....	69
4.4. Toidukaupade hinnatõusu mõju tarbijate ostuharjumustele.....	73
4.5. Hinnatõusu jätkumise mõju toidukaupade ostukäitumisele 2008. aastal.....	78
5. ELANIKE HINNANGUD JA ARVAMUSED ARENGUKAVAST “EESTI TOIT” .....	82
5.1. Arengukava “Eesti toit” tuntus.....	82
5.2. Elanike hinnangud arengukava “Eesti toit” projektide vajalikkusele .....	85
5.3. Elanike hinnangud riigipoolse tegelemise vajalikkusele arengukava “Eesti toit” projektidega.....	88
5.4. Tõhusamad infokanalid arengukava projektidest teavitamisel .....	90
5.5. Elanike hinnang arengukava “Eesti toit” jätkamisele .....	90
5.6. Elanike ettepanekud seoses arengukavaga “Eesti toit” .....	92
KOKKUVÕTE.....	95
LISA 1. Küsitlustulemuste protsentjaotused.....	100
LISA 2. Küsitlustulemuste protsentjaotused sotsiaal-demograafiliste gruppide lõikes.....	108
LISA 3. Elanike ettepanekud arengukava “Eesti toit” osas .....	236
LISA 4. Küsitletud kogumi iseloomustus .....	243



## SISSEJUHATUS

Eesti Konjunkturiinstituut (EKI) on Põllumajandusministeeriumi tellimisel uurinud Eesti elanike toitumisharjumusi ja toidukaupade ostueelistusi alates 1996. aastast. Käesoleva tööga selgitati, kas ja kuidas muutusid elanike ostueelistused ja -harjumused 2007. aastal. Lisaks traditsioonilistele toitumise ja toidukaupade ostmise teemadele vaadeldi uuringu raames toidukaupade hinnatõusu mõju tarbimisharjumustele ja ostukäitumisele ning selgitati, milline on elanike teadlikkus ja mida arvatakse arengukavast "Eesti toit". Sarnaselt varasematele uuringutele on nn traditsiooniliste ehk monitooringu küsimuste puhul toodud ära vastuste aegread ning lisatud muutuste analüüs.

Käesoleva **töö ülesanded** olid järgmised:

- Selgitada, kui sageli ja millistest ostukohtadest toidukaupu ostetakse.
- Selgitada välja igapäevaste toiduainete peamised ostukohad.
- Analüüsida, milliseid omadusi väärtustavad tarbijad toiduostukoha juures.
- Selgitada olulisemad tegurid, millest lähtudes teeb tarbija toidukauba ostuvaliku.
- Analüüsida kodumaiste ja imporditud toidukaupade eelistamist.
- Selgitada kodumaiste ja imporditud toidukaupade eristatavust ostmisel, st kas tarbijate hinnangul on eristatavus muutunud ja millise suunaga on toimunud muutused.
- Selgitada, milliseid omadusi seostavad tarbijad kodumaiste toidukaupadega.
- Analüüsida tarbijate hinnanguid kodumaiste toidukaupade valikule (sortimendile) ja kvaliteedile peamises toiduostude sooritamise kohas.
- Vaadelda kodumaiste ja imporditud toidukaupade osatähtsuse proportsioone elanike ostudes.
- Selgitada välja tarbijate usaldus eri riikidest pärit toidukaupade suhtes.
- Uurida tarbijate käitumist seoses toidukaupade hindade tõusuga: hindade jälgimise ja toidukulude arvestamise harjumuste olemasolu, rahalisi võimalusi soovikohaste toidukaupade ostuks, ostuharjumuste muutusi ja muutuste prognoosi 2008. aastaks.
- Uurida, milline on arengukava "Eesti toit" tuntus elanike hulgas, millistest arengukava projektidest-tegemistest ollakse kuulnud, milliseid peetakse vajalikeks ja millega peaks tegelema riik eesti toidu arendamisel.
- Selgitada elanike nägemust arengukava "Eesti toit" edasisest arengust.

Elanike toitumisharjumusi ja toidukaupade ostueelistusi uuriti 2008. aasta jaanuaris EKI tarbijate paneelil läbiviidud küsitlusega. Meetodina kasutati kirjalikku ankeetküsitlust posti teel, kus ankeedid saadeti tarbijate paneeli liikmetele postiga koju ning paluti need 5 päeva jooksul juurdelisatud ümbrikus täidetult tagasi saata. Õigeaegselt ja kvaliteetselt täidetud küsitluslehti laekus kokku 1133, kusjuures vanemad elanikud olid kohusetundlikumad noorematest ning eestlased muudest rahvustest. Kuna küsitluse põhjal sooviti saada ülevaade Eesti täiskasvanud elanikkonna (vanuses 18-74 aastat) ostukäitumisest ja -harjumustest, rakendati andmetöötamise käigus kaalusid rahvuse, vanuse ja soo osas, millega viidi vastanute jaotus vastavusse Eesti

elanikkonna mudeliga. Uuringu üheks tausttunnuseks olnud keel (eesti või vene) kattub suures osas rahvuse tunnusega (eesti või muu rahvus, tabelites märgitud rahvus). Antud uuringu vastanud esindavad vanuse (18-74 aastat), soo, rahvuse ja regiooni lõikes Eesti elanikkonda. Valimi suurusest tingitud viga ei ületa 95% tõenäosuse tasemel  $\pm 3,2\%$ .

# 1. TOIDUKAUPADE OSTUEELISTUSED

Järgnevas peatükis vaatleme elanike toidukaupade ostmise sagedust, ostukohtade eelistusi, tarbijaile tähtsaid toidukaupade ostukohtade omadusi ja ostuotsuseid mõjutavaid tegureid. Kuigi igal tarbijal on omad isiklikud eelistused ja ostuharjumused, on üle tuhande elaniku küsitlusel võimalik teha usaldusväärseid üldistusi täiskasvanud elanikkonna käitumise kohta.

## 1.1. Toidukaupade ostmise sagedus

Alates 2003. aastast on tarbijate ostueelistuste uuringus selgitatud perede toidukaupade ostmise sagedust, st kui sageli ostab vastaja pere tavaliselt toidukaupu. Tulemused on toodud võrdlevalt alljärgnevas tabelis ja joonisel 1.1.

Tabel 1.1.1. Toidukaupade ostmise sagedus (% vastanutest)

	2003	2004	2005	2006	2007
iga päev	23	31	27	24	25
4-6 korda nädalas	27	29	31	33	32
2-3 korda nädalas	42	34	36	37	38
1 kord nädalas	7	5	5	6	5
harvemini	1	1	1	0	0

Uuringu tulemused näitavad, et jätkub aeglane suund toidukaupade ostmise sageduse vähenemisele. Täiskasvanud Eesti elanik ostab tüüpiliselt toidukaupu 2-3 korda nädalas – 38% vastanutest, 32% aga 4-6 korda nädalas ja 25% iga päev. Üks kord nädalas ostab toidukaupu vaid 5% vastanutest. Vähemalt kaks korda nädalas ostab toidukaupu 95% elanikest. Aastaga on veidi vähenenud igapäevaste toiduostjate osakaal ja suurenenud 2-3 korda nädalas toiduoste tegevate tarbijate osakaal.

Sissetuleku ja toidukaubaostude sageduse vaheline seos on muutunud, ei kehti enam seos, et mida väiksem sissetulek, seda sagedamini tehakse toiduoste iga päev. Ka alla 2000-kroonise sissetulekuga tarbija (netosissetulek kuus pereliikme kohta) käib nüüd tüüpiliselt toitu ostmas pigem 2-3 korda nädalas (36% vastajarühmast). Suurema sissetulekuga tarbijatel on selline käitumine ilmsem: 6000-8000-kroonise sissetulekuga tarbijatest ostab toitu 2-3 korda nädalas 42% ja üle 8000-kroonise sissetulekuga tarbijatest 44% (vt lisa 2.1).

Kord nädalas ostab toidukaupu vaid 5% elanikest ja aastate lõikes pole see protsent oluliselt ei tõusnud ega langenud. Antud tarbijarühm on väike ja selle moodustavad pigem vanemaelised, maal elavad väikese sissetulekuga inimesed.

Kui tüüpiliselt ostetakse Eestis toitu 2-3 korda nädalas, siis keelekeskkonnast tingitud erinevused ostuharjumustes on visad muutuma. Eestlased ostavad tüüpiliselt toidukaupu 2-3

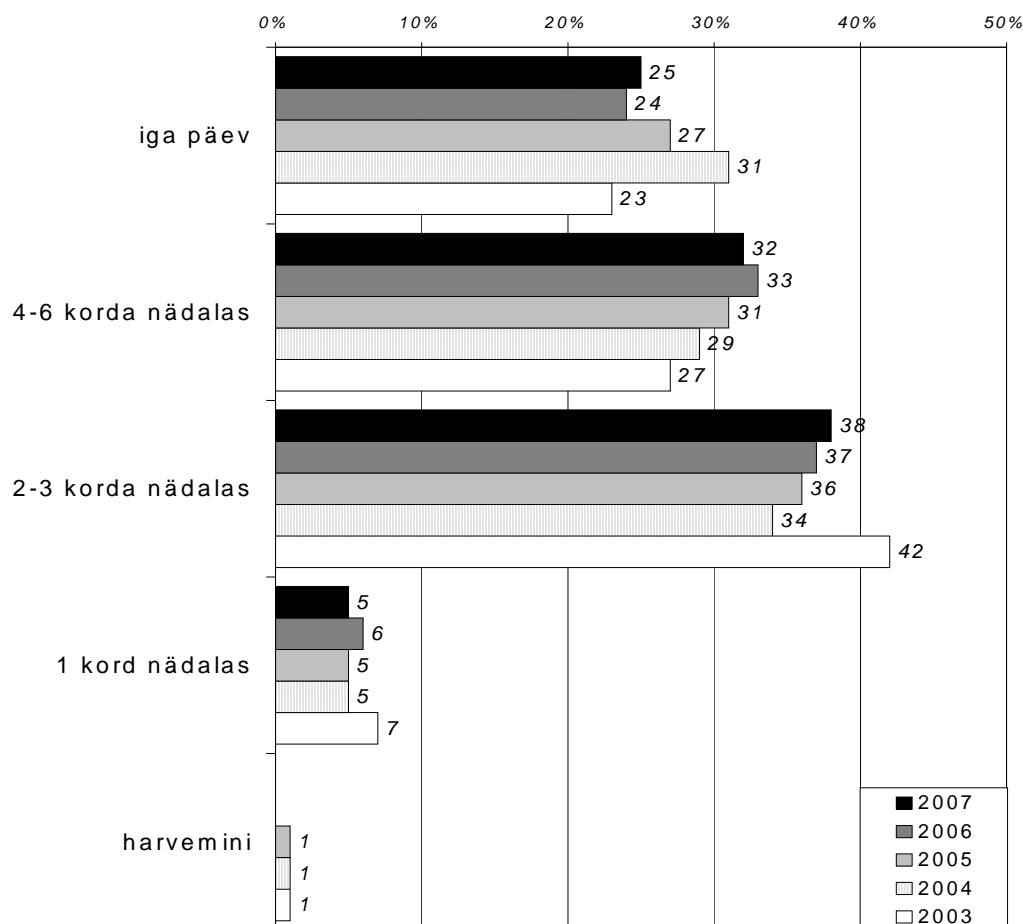
korda nädalas (43% eestlastest, 28% muudest rahvustest) ja see suund süveneb, muudest rahvustest tarbijad aga pigem iga päev (35% muudest rahvustest, 20% eestlastest). Muude rahvuste sellise käitumise eripära on püsinud aastaid muutumatuna ning viitab endiselt soovile osta värsket ja soodsaima hinnaga toidukaupa. Põhjuseks on tervislikkuse taotlus ning ka sissetulekute erinevus.

Toiduostude sagedus on mõjutatud tarbija vanusest: mida vanem tarbija, seda tõenäolisemalt külastab ta toidupoodi 2-3 korda nädalas, sagedasemad toiduostud on noortega võrreldes harvemad. Vanuse lõikes ei ole tarbijate harjumused aastaga oluliselt muutunud (vt tabel 1.2).

Tabel 1.1.2 Toidukaupade ostmise sagedus vanuse lõikes (% vastanutest)

	18-29 aastat		30-49 aastat		50-64 aastat		65-74 aastat	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
iga päev	31	30	26	27	19	19	18	17
4-6 korda nädalas	35	32	39	36	25	30	21	23
2-3 korda nädalas	31	35	32	34	46	43	47	49
1 kord nädalas	3	2	3	3	9	8	14	11
harvemini	0	1	0	0	1	0	0	0

### Kui sageli ostab Teie pere tavaliselt toidukaupu? (% vastanutest)



Joonis 1.1. Toidukaupade ostmise sagedus aastatel 2003-2007

## 1.2. Toidukaupade peamised ostukohad

Varasemad uuringud on näidanud, et tarbijad teevad toiduoste üha enam suurtest toidukauplustest, väikeste poodide ja turgude osa peamise ostukohana väheneb. Tarbijatel paluti ka sel korral vastata küsimusele, millisest ostukohast ostab tema pere enamasti toidukaupu ja kuna valida sai vaid ühe vastusvariandi, võib märgitud kohta pidada kõige olulisemaks. Küsimus on sisaldunud varasemates tarbijauuringutes alates 2003. aastast, mis võimaldab ühtlasi vaadelda tarbijate eelistuste muutusi (vt tabel ja joonis 1.2)

Tabel 1.2 Toidukaupade peamine ostukoht (% vastanutest)

	2003	2004	2005	2006	2007
suur toidukauplus (3 või enam kassat)	54	59	65	73	78
väike toidukauplus (alla 3 kassa)	25	31	26	21	17
turg	15	7	6	3	3
hulgiladu	4	2	2	2	1
autokauplus	-	-	1	1	1
otse talunikelt, tootjatelt	2	1	0	0	0

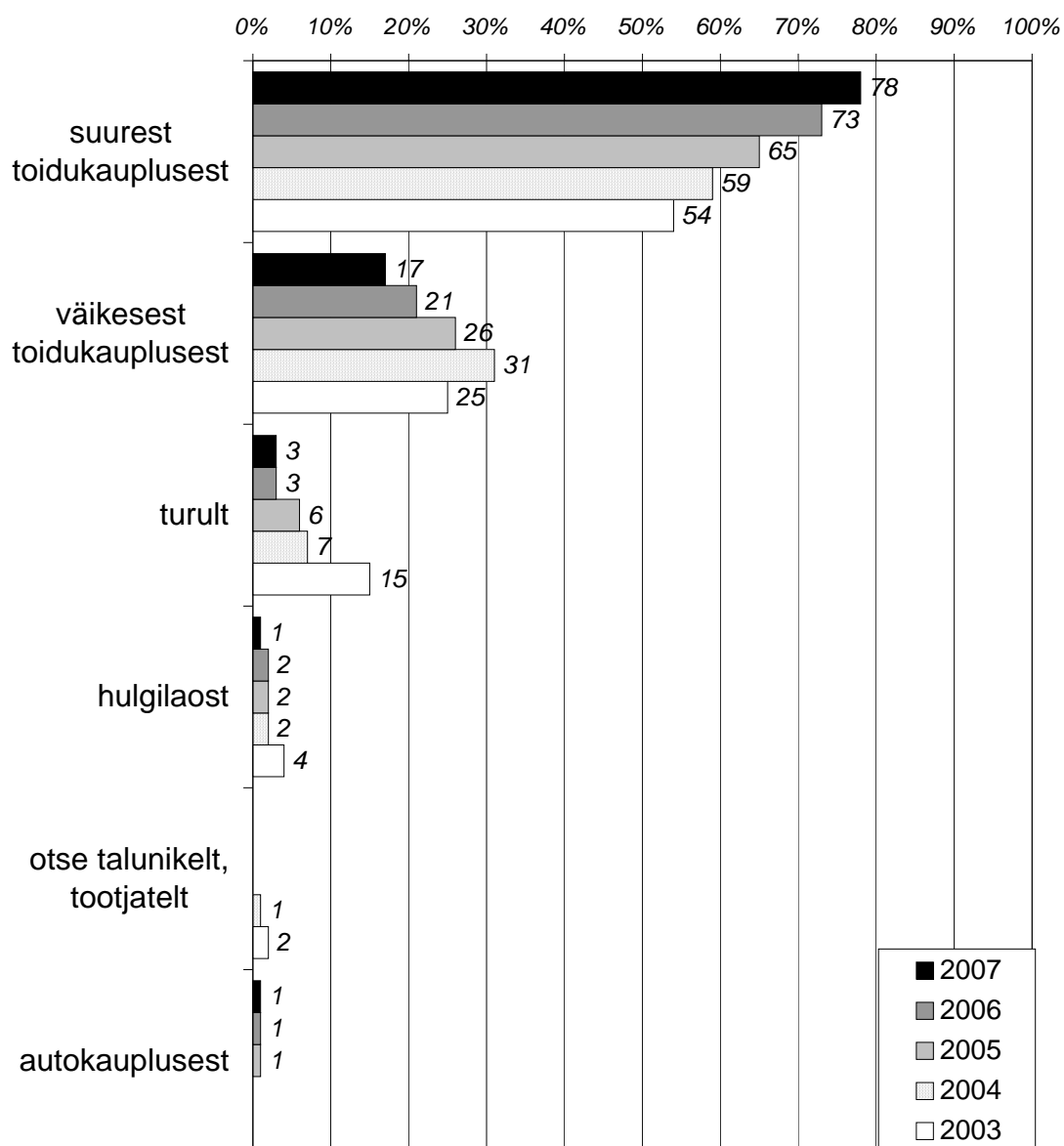
Trend osta toitu üha enam suurtest toidukauplustest püsib ja on viimase aasta jooksul veelgi süvenenud. Väikestest, alla kolme kassaga toidukauplustest toidukaupade ostmine väheneb, mis ühelt poolt näitab selle kauplusetüübi järk-järgulist hääbumist suurkaupluste ees ja teisalt inimeste eelistuste muutust. Väikeste toidukaupluste kliendid teevad oma toidukaupade sisseostud järjest enam suurtes poodides. Sellele aitab kaasa pidevalt laienev ketikaubandus Eesti eri piirkondades.

Suured toidukauplused olid 78%-le vastanutest toidukaupade peamiseks ostukohaks (2006.a. 73%). Nelja aastaga on suurte toidupoodide eelistamine kasvanud 24%-punkti võrra. Väikestest toidupoodidest ostis toidukaupu 17% vastanutest, mis on oluliselt vähem võrreldes 2006. aastaga (21%). Turud on võrreldes kauplustega muutunud väheolulisteks ostukohtadeks, kust küll käiakse ostmas teatud kaupu, kuid tarbijale oluline hinnaeelis pole kauplustega võrreldes enam märgatav. Samuti on talud mitmetes piirkondades hääbunud. Kauplused on peamiseks toidukaupade ostukohaks üheksale inimesele kümnest (95%), mis pole aasta jooksul oluliselt tõusnud, st nihe on toimunud väikestest kauplustest suurte kaupluste suunas. Hulgilaod ja autokauplused on peamiseks toidukaupade ostukohaks vaid 1%-le vastanutest, kes esimesel juhul on linnainimesed ja teisel juhul maainimesed. Peamiselt talunikelt ja otse tootjatelt ei ole Eestis enam kombeks toidukaupu osta, pigem on tegu lisavõimalusega, mida kasutatakse igapäevaste toiduostude täiendamiseks üksikutes kaubagruppides väheste inimeste poolt.

Ostukohtade eelistused varieeruvad peamiselt sõltuvalt elukohast ja sissetulekust, vähem vanusest ja keelekeskkonnast (vt lisa 2.2). Suuri toidukauplusi eelistavad peamise ostukohana Tallinna ja suuremate linnade elanikud, sh Kirde-Eesti linnade, alla 30-aastased noored, kõrgharidust omavad ja suurema sissetulekuga elanikud (üle 6000 krooni pereliikme kohta kuus). Väikesed toidukauplused on suurte kõrval populaarsemad Kesk-Eestis, Lõuna- ja Lääne-

Eestis, väikelinnade ja maaelanike hulgas, üle 65-aastaste elanike ja alla 4000-kroonise sissetulekuga elanike hulgas. Samas on kõigis neis elanike gruppides peamiseks toidukaupade ostukohaks ikkagi suured toidukauplused. Turgude eelistajad on endiselt pigem tallinlased.

## Millisest ostukohast ostab Teie pere enamasti toidukaupu? (% vastanutest)



Joonis 1.2. Peamised toidukaupade ostukohad aastatel 2003-2006

### **1.3. Toiduainete ostukohad kaubagruppide lõikes**

2002. aastast on tarbijate ostueelistuste uuringute käigus selgitatud välja elanike igapäevaste toiduainete ostukohtade struktuur ehk millistest toiduostukohtadest toiduaineid ostetakse (kauplused, turud, talunikud-kalurid-mesinikud, omatoodang, hulgilaod). 2007. aastal vaadeldi ostukohtade struktuuri ja toimunud muutusi järgmistes tooterühmades: liha ja lihatooted, kala ja kalatooted, piim ja piimatooted, kanamunad, kartulid, puu- ja köögiviljad ning marjad, mahlad, jahu ja tangained ning mesi.

Sarnaselt aasta tagasi läbiviidud töö tulemustega oli märgata kaupluste osakaalu tõusu kõikides uurimise all olnud tooterühmades. Kaupluste osakaal oli vaadeldud tooterühmadest suurim jahu ja tangainete (94%), piima- (93%) ning kalatoodete (89%) osas, mis olid esikolmikus ka 2006. aastal. Kõige vähem suurenesid mee ostud kauplustest (2%-punkti, vt joonis 1.3.1-1.3.3).

Turu osatähtsus ei vähenenud enam kõikides toiduainete rühmades nagu 2006. aastal, vaid püsis suhteliselt stabiilsena. Osakaalu vähenemine toimus vaid kala ja kalatoodete ostudes (vastavalt 5 ja 2%-punkti). Turu osakaal oli suurim liha, kala ja kartulite ostudes, vastavalt 25%, 19% ja 18%. Kuna kauplused suudavad pakkuda turgudele väga suurt konkurentsi ja vastavad paremini tarbijate poolt ostukohtadele esitatavatele nõuetele, võib aasta jooksul toimunud muutusi ja kaupluste esiletõusu pidada ootuspäraseks tagajärjeks.

Kui aga tarbija soovib osta mett, siis sooritab ta oma ostud pigem taluniku juures - 60% mee ostudest.

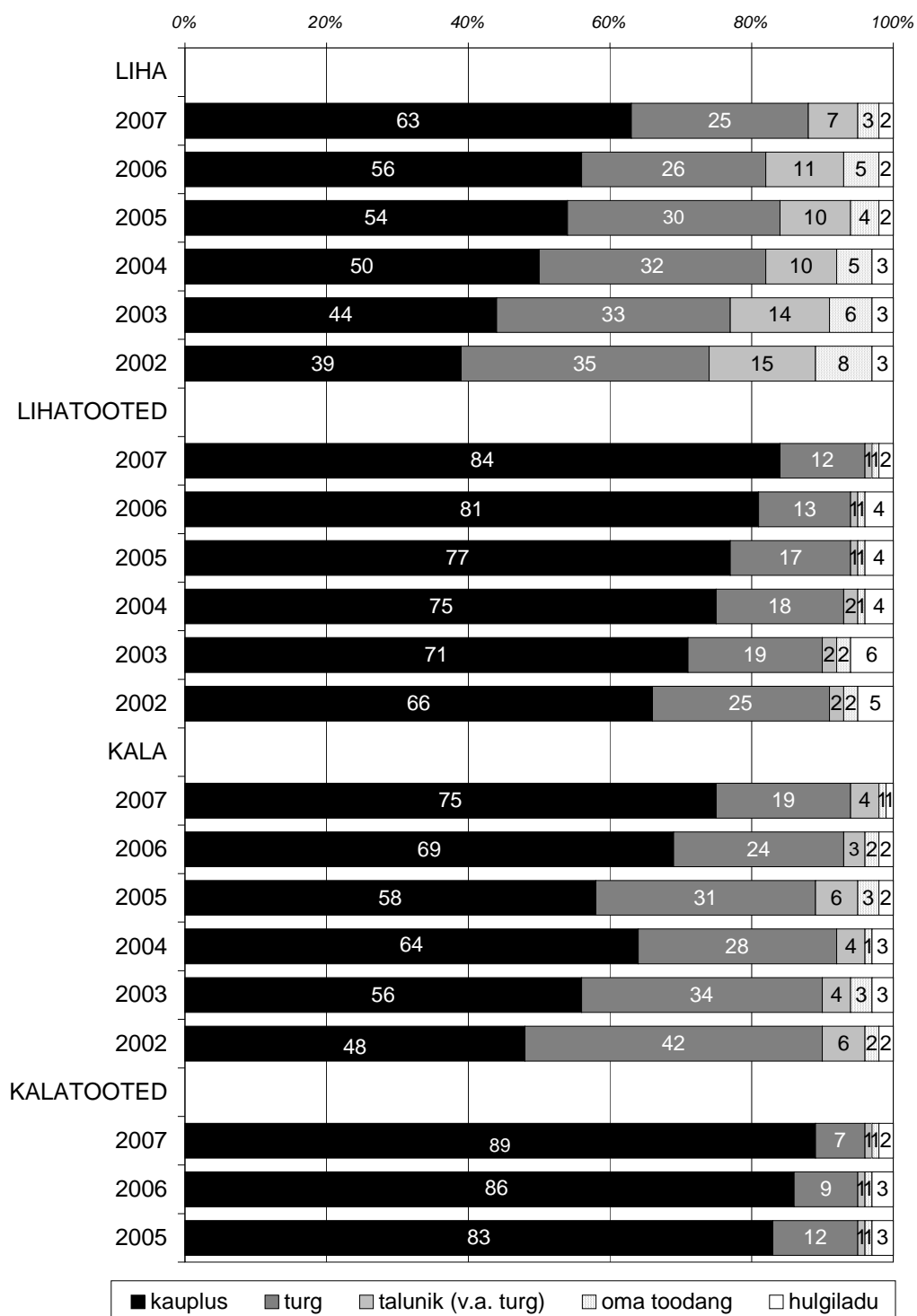
Hulgiladude tähtsus igapäevaste toidukaupade ostukohana on väga väike piirdudes 1-2%-ga. Suurim oli hulgiladude osakaal jahu ja tangainete ostudes (4%).

Omatoodangu osakaal oli suurim kartulite (32%), köögiviljade (29%), puuviljade ja marjade (29%) ning mahlade osas (28%). Omatoodangu osakaal nimetatud kaubagruppides langes 2007. aastal 5-9%-punkti.

Järgnevalt toiduainete ostukohtadest kaubagruppide lõikes.

## Toidukaupade ostukohad (1)

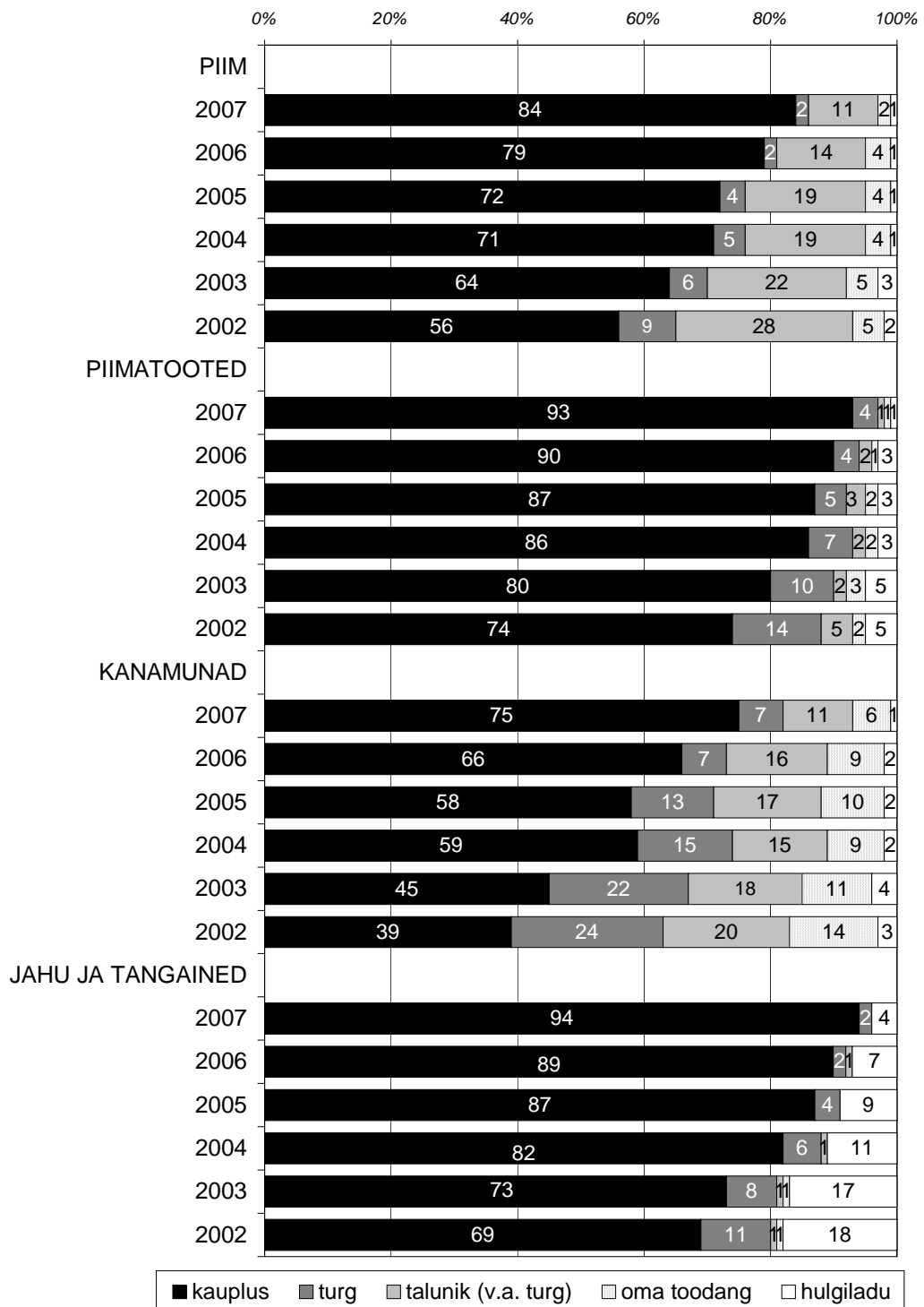
ostukohtade osakaal kaubagrupiti (% ostudest)



Joonis 1.3.1. Toidukaupade ostukohad kaubagruppide lõikes (1)

## Toidukaupade ostukohad (2)

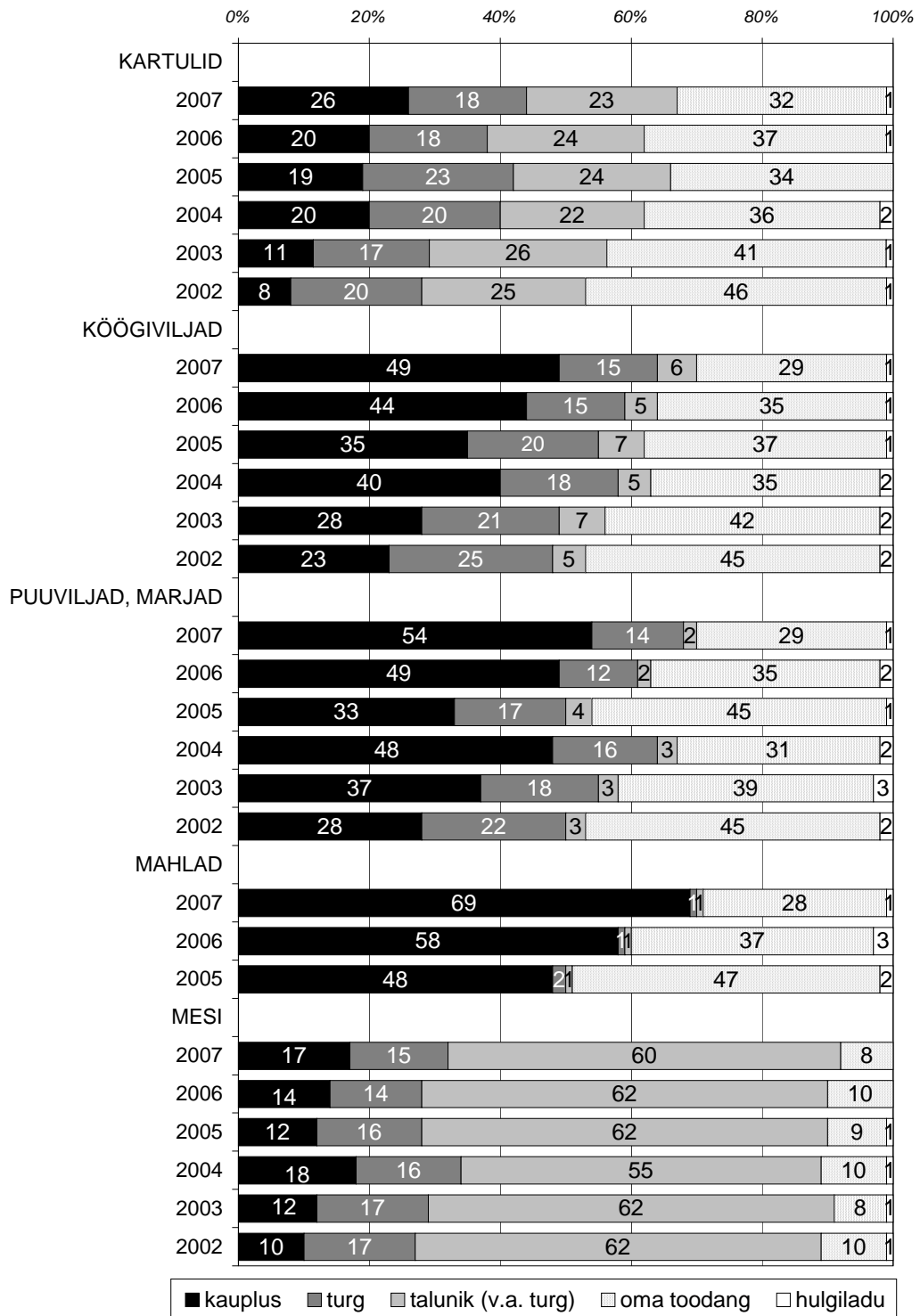
ostukohtade osakaal kaubagrupiti (% ostudest)



Joonis 1.3.2. Toidukaupade ostukohad kaubagruppide lõikes (2)

## Toidukaupade ostukohad (3)

### ostukohtade osakaal kaubagrupiti (% ostudest)



Joonis 1.3.3. Toidukaupade ostukohad kaubagruppide lõikes (3)

- LIHA JA LIHATOOTED

Liha ja lihatooteid ostetakse valdavalt kauplustest – 63% liha ja 84% lihatoodete ostudest. Võrreldes 2006. aastaga on liha ostmine kauplustest suurenenud 7%-punkti ja lihatoodete ostmine 3%-punkti. Kauplused on võitnud juurde lihatoodete tarbijaid talunike, turgude ja omatoodangu arvelt. Lihatoodete osas on kaupluste juurdekasv tulnud hulgiladude ja turgude arvelt (vt tabel 1.3.1). Turgude osakaal ei ole langenud hüppeliselt, tegemist on väikeste, 1-2%-punktiliste muutustega.

Tabel 1.3.1. Liha ja lihatoodete ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
<u>Liha</u>	2007	63	2	25	7	3	100%
	2006	56	2	26	11	5	100%
	2005	54	2	30	10	4	100%
	2004	50	3	32	10	5	100%
	2003	44	3	33	14	6	100%
	2002	39	3	35	15	8	100%
	2001	36	3	36	14	11	100%
<u>Lihatooted</u>	2007	84	2	12	1	1	100%
	2006	81	4	13	1	1	100%
	2005	77	4	17	1	1	100%
	2004	75	4	18	2	1	100%
	2003	71	6	19	2	2	100%
	2002	66	5	25	2	2	100%
	2001	62	7	27	2	2	100%

- PIIM JA PIIMATOOTED

Kui 2006. aastal toimus piima ja piimatoodete osas kaupluste osatähtsuse hüppeline tõus, siis tõususuunaline oli ka 2007. aasta. 84% piima ja 93% piimatoodete ostudest tehti kauplustes (2006. a. vastavalt 79% ja 90%, vt tabel 1.3.2).

Tabel 1.3.2. Piima ja piimatoodete ostukohade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
<u>Piim</u>	2007	84	1	2	11	2	100%
	2006	79	1	2	14	4	100%
	2005	72	1	4	19	4	100%
	2004	71	1	5	19	4	100%
	2003	64	3	6	22	5	100%
	2002	56	2	9	28	5	100%
	2001	45	2	10	33	10	100%
<u>Piimatooted</u>	2007	93	1	4	1	1	100%
	2006	90	3	4	2	1	100%
	2005	87	3	5	3	2	100%
	2004	86	3	7	2	2	100%
	2003	80	5	10	2	3	100%
	2002	74	5	14	5	2	100%
	2001	70	6	15	5	4	100%

Piimaostud suurenesid kauplustes 5%-punkti, seda talunike ja omatoodangu vähenemise arvelt. Talunikelt ostetud piim moodustas 2007. aastal 11% piima ostudest ja omatoodang 2%. Väiketalunikepoolne piima otsemüük väheneb endiselt. Üha enam väiketootjaid loobub lehmade pidamisest ning viimase 6 aastaga on talunikelt piima ostud vähenenud 3 korda. Piimatoodete ostudes pole muutused olnud aasta jooksul väga tähelepanuväärsed, vaid kaupluste osakaal on suurenenud 3%-punkti. Turgude, hulgiladude, talunike ja omatoodangu osakaal on piimatoodete ostudes väga väike.

- **KALA JA KALATOOTED**

Kala ja kalatoodete ostud tehakse üha tõenäolisemalt kauplustest ja järjest vähem turgudelt (vt tabel 1.3.3). Kaupluste osakaal kalaostudes moodustas 2007. aastal 75%, mis on 6%-punkti võrra kõrgem 2006. aasta tasemest (69%). Kui 2001. aastal olid veel turud kala peamiseks ostukohaks (46%), siis alates 2002. aastast on tarbijate eelistused soosinud kauplusi, turgude osakaal moodustas 2007. aastal vaid 19%. Kala ostmine otse kalurilt ja hulgiladudest on endiselt vähene (4% ja 1%). Kuna tarbija armastab teha toiduoste ühest kohast ehk üha enam suurest kauplusest, on viimased täiendanud kalavalikut, mis ületab kohati turgude oma. Ja kuna turgude külastamine on üldiselt vähenenud, ei pruugi turukaupmees ostjate võitmise nimel endistviisi pingutada. Kui arvestada tarbijaile olulisi ostukoha ja ostuvaliku väärtusi – puhtus ja korralikkus, toote värskus, lai valik jm, pole eelistuste muutuses üllatavat, sest turgude arengusse pole viimasel ajal piisavalt investeeritud.

Kalatooteid osteti ja ostetakse edasi ülekaalukalt kauplustest - 89% kalatoodete ostudest (2006.a. 86%). Turgude osakaal kalatoodete ostudes moodustab vaid 7%, kuid vahe 2006. aastaga pole statistiliselt märkimisväärne (2006.a. 9%). Kalurilt otse kalatoodete ostmine on minimaalne (1%). Tarbijad ostavad kalatooteid üha sagedamini kauplustest ning see positsioon on viimase aasta jooksul tugevnenud. Kauplused on juurde võitnud kalatarbijaid, kes varem tegid kalaoste turgudel.

Tabel 1.3.3. Kala ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Kalur	Oma toodang	Kokku
<u>Kala</u>	2007	75	1	19	4	1	100%
	2006	69	2	24	3	2	100%
	2005	58	2	31	6	3	100%
	2004	64	3	28	4	1	100%
	2003	56	3	34	4	3	100%
	2002	48	2	42	6	2	100%
	2001	42	4	46	5	3	100%
<u>Kalatooted</u>	2007	89	2	7	1	1	100%
	2006	86	3	9	1	1	100%
	2005	83	3	12	1	1	100%

- **KANAMUNAD**

Kanamunade ostmine on siirdunud talunikelt enam kauplustesse, kus tehakse juba 75% kanamunade ostudest (2006.a. 66%). Aastaga on toimunud 9%-punktine tõus. Samas on

vähenenud talunikelt ostetavate munade (11%-ni) ja omatoodangu osakaal (6%-ni). Põhjuseks võib pidada kaupluste kaubavaliku mitmekesisemaks muutumist, talumunade enamat müügilevõtmist, odavate importmunade ja kaupluste kaubamärgiga munade aktiivsemat müüki ning kaupluste üldist populaarsuse tõusu ostukohana – pakub paremat kvaliteeti, usaldusväärust ja hind ei ole kallim. Talunike ja omatoodangu vähenemise taga on osaliselt ka põlvkondade vahetumine, mistõttu kanade kasvatajaid on varasemast vähem. Turu positsioon püsib 7% tasemel, kuigi ostjaskond on vähenenud, samuti leiab munade müüjaid turult järjest vähem.

Tabel 1.3.4. Kanamunade ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest )

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
<u>Kanamunad</u>	2007	75	1	7	11	6	100%
	2006	66	2	7	16	9	100%
	2005	58	2	13	17	10	100%
	2004	59	2	15	15	9	100%
	2003	45	4	22	18	11	100%
	2002	39	3	24	20	14	100%
	2001	35	3	25	21	16	100%

- **KARTULID, KÖÖGIVILJAD NING PUUVILJAD-MARJAD**

Köögiviljade, puuviljade ja marjade peamiseks ostukohaks oli 2007. aastal jätkuvalt kauplus (vt tabel 1.3.5).

Tabel 1.3.5. Köögi- ja puuviljade ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
<u>Kartulid</u>	2007	26	1	18	23	32	100%
	2006	20	1	18	24	37	100%
	2005	19	0	23	24	34	100%
	2004	20	2	20	22	36	100%
	2003	11	1	17	26	41	100%
	2002	8	1	20	25	46	100%
	2001	6	1	23	24	46	100%
<u>Köögiviljad</u>	2007	49	1	15	6	29	100%
	2006	44	1	15	5	35	100%
	2005	35	1	20	7	37	100%
	2004	40	2	18	5	35	100%
	2003	28	2	21	7	42	100%
	2002	23	2	25	5	45	100%
	2001	16	2	26	8	48	100%
<u>Puuviljad, marjad</u>	2007	54	1	14	2	29	100%
	2006	49	2	12	2	35	100%
	2005	33	1	17	4	45	100%
	2004	48	2	16	3	31	100%
	2003	37	3	18	3	39	100%
	2002	28	2	22	3	45	100%
	2001	23	2	23	5	47	100%

Kui 2006. aastal oli kaupluste osakaal köögiviljaostudes 44%, siis 2007. aastal juba 49%. Puuviljade ja marjade puhul oli tõus sama suur – 2007. aastal tehti 54% kaubagrupi ostudest kauplustes (2006.a. 49%). Kaupluste esiletõus aiasaaduste ostukohana on toimunud isekasvatamise vähenemise arvelt. Omatoodang moodustas nii köögiviljadel, kui puuviljadel ja marjadel 29% (2006.a. mõlemas grupis 35%). Turu osakaal köögiviljade ostudes moodustas 15% ning puu- ja köögiviljade ostudes 14%, need ei ole aastaga oluliselt muutunud.

Alates uurimisperioodi algusest 2001. aastal, on kartuli puhul olnud valdavaks omatoodang (2001.a. 46%). 2007. aastal on see endiselt nii, kuid isekasvatamise protsent on langenud 32%-le. Vaatamata vahepealsele optimismile on suund uuesti langussuunaline. Põhjuseid tuleks otsida elanike muutunud elusviisides, kaupluste paremas kaubavalikus ja mitte kõige paremas 2006. saagiaastas. Kui 2001. aastal tehti kauplustes vaid 6% kartuli ostudest, siis 2007. aastal juba 26%. Turgude osatähtsus kartuli ostukohana on alates 2001. aastast vähenenud 5%-punkti, kuid viimasel paaril aastal püsib 18% juures.

- MAHLAD

Mahlade ostmine kauplustest on suurenenud oluliselt, 2007. aastal osteti kauplustest 69% mahladest (2006. a. 58%). Omatoodangu osakaal on seevastu võrreldes 2006. aastaga järsult vähenenud – 28%. Hulgiladudest, turgudelt ja talunikelt ostetakse mahu vähe (vt tabel 1.3.6). Trend on kooskõlas kaupluste osatähtsuse suurenemisega, tarbijat rahuldava valikuga kauplustes ja tervislikkuse poole püüdlisega.

Tabel 1.3.6. Mahlade ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
<u>Mahlad</u>	2007	69	1	1	1	28	100%
	2006	58	3	1	1	37	100%
	2005	48	2	2	1	47	100%

- JAHU JA TANGAINED

Jätkub kaupluste osakaalu suurenemine jahu ja tangainete ostukohana, 94% kaubagrupi ostudest tehti kauplustes. Hulgiladudest ostmine väheneb ja moodustas 2007. aastal vaid 4% ostudest (2006. a. 7%). Turgudelt jahu ja tangainete ostmine on vähene – 2% (vt tabel 1.3.7).

Tabel 1.3.7. Jahu ja tangainete ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
<u>Jahu ja tangained</u>	2007	94	4	2	0	0	100%
	2006	89	7	2	1	0	100%
	2005	87	9	4	0	0	100%
	2004	82	11	6	1	0	100%
	2003	73	17	8	1	1	100%
	2002	69	18	11	1	1	100%
	2001	61	22	14	2	1	100%

- MESI

Mett ostetakse endiselt talunikelt – 60% ostudest ja siin pole statistiliselt olulist erinevust 2006. aasta tasemest. Sagenenud on mee ostmine kauplustest (17%), turgude osakaal püsib endisel tasemel (15%). Omatoodangu osakaal praktiliselt ei muutunud, 2%-punktilist vahet võrreldes 2006. aastaga ei saa pidada oluliseks (vt tabel 1.3.8).

Tabel 1.3.8. Mee ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
<u>Mesi</u>	2007	17	0	15	60	8	100%
	2006	14	0	14	62	10	100%
	2005	12	1	16	62	9	100%
	2004	18	1	16	55	10	100%
	2003	12	1	17	62	8	100%
	2002	10	1	17	62	10	100%
	2001	10	1	21	60	8	100%

## 1.4. Toiduostukohtade omaduste tähtsus elanikele

Ostukoha valik ja tarbija eelistused sõltuvad suuresti ootustest, väärtushinnangutest ja varasematest kogemusest ja keskkonnast, kusjuures harjumustel on suur jõud – tavapärasest käitumist ei muudeta üleöö. Eesti elanikud eelistavad järjest enam teha toidukaupade sisseoste suurtes toidukauplustes. Üldine elukeskkond on muutunud ja suuri poode võib leida mujaltki, kui ainult pealinnast või suurematest linnadest. Kuid miks on suurpoed edukamad väikepoodidest või turgudest, sellele küsimusele leiab vastuse käesolevast aruande osast.

2007. aastal paluti tarbijatel hinnata 18 toiduostukoha omadust kolmesel skaalal: väga tähtis, mõnevõrra tähtis või ei oma tähtsust (vt tabel 1.4 ja lisa 1). Käesolevas töös muudeti ühe vastusvariandi, ostukoht on lähedal, sõnastust täpsemaks. Vastajatel paluti hinnata varianti, ostukoht on kodule või töökohale lähedal. Kuna tegemist oli täpsustusega, võimaldas see jätkata aegrida aastast 2004. Vastusvariantidele omistatud väärtuste alusel arvutati aritmeetilised keskmised (väga tähtis=1, mõnevõrra tähtis=2, ei oma tähtsust=3). Mida väiksemaks osutus keskmine, seda tähtsamaks pidasid tarbijad ostukoha omadust. Tabelis 1.4. on toiduostukohtade omadused järjestatud kõikide hinnangute põhjal arvutatud aritmeetiliste keskmiste järgi, joonistel 1.4.1-1.4.4 aga “väga tähtis”-vastuste protsendi järgi.

Tabel 1.4. Toiduostukohtade omaduste tähtsus (% vastanutest ja keskmine hinne pallides)

	Väga tähtis			Keskmine		
	2004	2005	2006	2007	2006	2007
ostukohas on kvaliteetsed toidukaubad	87	91	92	<b>93</b>	1,09	<b>1,08</b>
ostukoht on puhas ja korralik	84	87	85	<b>87</b>	1,17	<b>1,14</b>
ostukohas on meeldiv teenindus	75	79	74	<b>78</b>	1,28	<b>1,23</b>
ostukohas on soodsad hinnad	75	75	63	<b>68</b>	1,39	<b>1,33</b>
ostud saab sooritada vähese ajakuluga	62	67	70	<b>68</b>	1,33	<b>1,35</b>
ostukohas on lai valik kodumaiseid toidukaupu	61	70	64	<b>64</b>	1,43	<b>1,43</b>
ostukoht on kodule või töökohale lähedal *	55	60	49	<b>60</b>	1,61	<b>1,49</b>
ostukohas saab pangakaardiga maksta	45	56	54	<b>62</b>	1,63	<b>1,50</b>
toiduostukoha sisemine ruumiline paigutus	-	-	53	<b>52</b>	1,55	<b>1,55</b>
ostukoht on pika lahtiolekuajaga	40	49	38	<b>49</b>	1,78	<b>1,66</b>
hea pooltoodete, kulinaaria ja valmistoitude valik	43	36	46	<b>44</b>	1,65	<b>1,71</b>
kliendikaardiga saab soodustusi	33	34	40	<b>39</b>	1,78	<b>1,78</b>
ostukoht on autoga hästi ligipääsetav	39	42	42	<b>47</b>	1,87	<b>1,78</b>
lisaks toidukaupadele palju muid kaupu ja teenuseid	34	36	33	<b>31</b>	1,80	<b>1,86</b>
spetsiaalse toidukauba valik (nt öko-, laste-, loomatoit)	-	-	28	<b>29</b>	1,99	<b>2,02</b>
ostukoht on ühistranspordiga hästi ligipääsetav	20	24	25	<b>25</b>	2,21	<b>2,23</b>
ostukohas on lai valik imporditud toidukaupu	7	10	5	<b>7</b>	2,53	<b>2,44</b>
söömise võimalus (kohvik, söögikoht jms)	5	5	4	<b>6</b>	2,62	<b>2,65</b>

\* 2004-2006 aastani kasutati vastusvariandina: ostukoht on lähedal.

Peamised tarbijale olulised toiduostukoha omadused ei ole aastaga oluliselt muutunud. Endiselt minnakse toiduoste tegema kohta, kus on kvaliteetsed toidukaubad (93% vastanutest pidas väga tähtsaks), mis on puhas ja korralik (87%), kus on meeldiv teenindus (78%) ja soodsad hinnad (68%), kus saab oste sooritada vähese ajakuluga (68%), kus on lai kodumaiste toidukaupade

valik (64%) ning mis on kodule või töökohale lähedal (60%). Kõigi nende omaduste keskmine väärtus jäi alla 1,5 palli. 2007. aastal lisandus väga tähtsate omaduste hulka ostukoha lähedus kodule või töökohale.

Võrreldes 2006. aastaga ei ole 2007. aastal toimunud omaduste väärtustamisel olulisi langusi, küll aga on muutunud taas olulisemaks meeldiv teenindus (4%-punkti, 2005.a. tasemel), soodsad hinnad (4%-punkti), lähedus kodule või töökohale (11%-punkti, 2005.a. tasemel), pangakaardiga maksmine (8%-punkti), pikk lahtiolekuaeg (11%-punkti, 2005. aasta tasemel) ja autoga ligipääs ostukohale (5%-punkti). Soodsa hinna ootused on seoses toidukaupade hindade tõusuga muutunud aktuaalsemaks, kuid seda kompenseerivad tarbijale olulisemad toiduainete kvaliteet, kaupluse puhtus ja kord ning meeldiv teenindus.

Tähtsaks peetakse ostukoha juures (aritmeetiline keskmine vahemikus 1,5-2,5) pangakaardiga maksmise võimalust, ostukoha ruumilist paigutust, pikka lahtiolekuaega, head pooltoodete, kulinaaria ja valmistoitude valikut, kliendikaardi soodustusi, autoga ligipääsetavust, muude kaupade ja teenuste olemasolu, mingi spetsiaalse toidukauba valikut, ühistranspordiga ligipääsetavust ja laia importtoidukaupade valikut. Mugavuse taotlus on pigem aastaga süvenenud, sest olulisemaks on muutunud autoga ligipääs, pangakaardiga maksmine, poe lähedus jms. Samuti ei ole kusagile kadunud nõudlikkus kaubavaliku suhtes, tarbijat rahuldavas toidupoes tahetakse näha laia kodumaiste toidukaupade valikut (väga tähtis) ning selle kõrval ka laia imporditud toidukaupade valikut (tähtis).

Söömise võimalust ostukohas peavad tarbijad muude omadustega võrreldes väheoluliseks – 70%-le vastanutest ei oma see tähtsust.

Lisaks etteantud vastusvariantidele lisas 5% vastanutest juurde neile olulisi toiduostukoha omadusi. Kirjapandud vastused rühmitati teema järgi, neist esimest võiks nimetada tarbija nõuded teeninduskvaliteedile. Siia koondati vastused, milles rõhutati müüjate eesti ja vene keele oskust, head teeninduskultuuri ja kiirust kassades ning kassapidajate arvu piisavust poes.

Teise rühma moodustasid kõikvõimalikke lisateenused ja ostukeskkonna mugavust rõhutanud vastused, nagu näiteks parklate olemasolu ja neile ostukäraga juurdepääs, taara ja pakendite vastuvõtu, pangakontori ja lillepoe olemasolu ning laste mängunurga olemasolu, ventilatsiooni ja konditsioneeride olemasolu, kaupluse valgustus ja lõhn, pinkide olemasolu, infoleti, tualettide jms tarbijale olulise olemasolu.

Kolmanda rühma moodustasid toidukaupade kvaliteedi ja valikuga seotud vastused. Nii nimetati ostukoha valiku puhul olulisena dieettoitude olemasolu, nende piisavat valikut, rahvustoitude olemasolu ja eristamist, suhkruhaigetele sobivate toitute olemasolu ja paigutust (nt eraldi riivilil), riknenud ja aegunud toidukaupade ära korjamist, et tarbija saaks osta värsket ja kvaliteetset kaupa, kaalukauba ostmise võimalust (nt viinerid, vorstid, koogid, köögivilid jms), kauba kvaliteedi vastavust hinnale ning ka näiteks kalavaliku olemasolu.

Ülaloodud elanike üldise arvamuse kõrval esinevad toiduostukohtade omaduste väärtustamises erinevused sõltuvalt vastaja elukohast, soost, rahvusest, vanusest, haridusest ja sissetulekust (vt lisa 2.3).

Tarbijate rühmad olid üsna üksmeelsed kvaliteetsete toidukaupade olemasolu vajaduses, kuid seda rõhutasid rohkem üle 8000-kroonise kuu netosissetulekuga vastajad. Kõrgeim sissetulekugrupp väärtustab peale toiduainete kvaliteedi suhteliselt enam veel autoga ligipääsu kauplusele, puhtust ja korralikkust, meeldivat teenindust, väikest ajakulu, pangakaardiga maksmise võimalust, pikka lahtiolekuaega, laia importkaupade valikut ja ostukoha ruumilist paigutust.

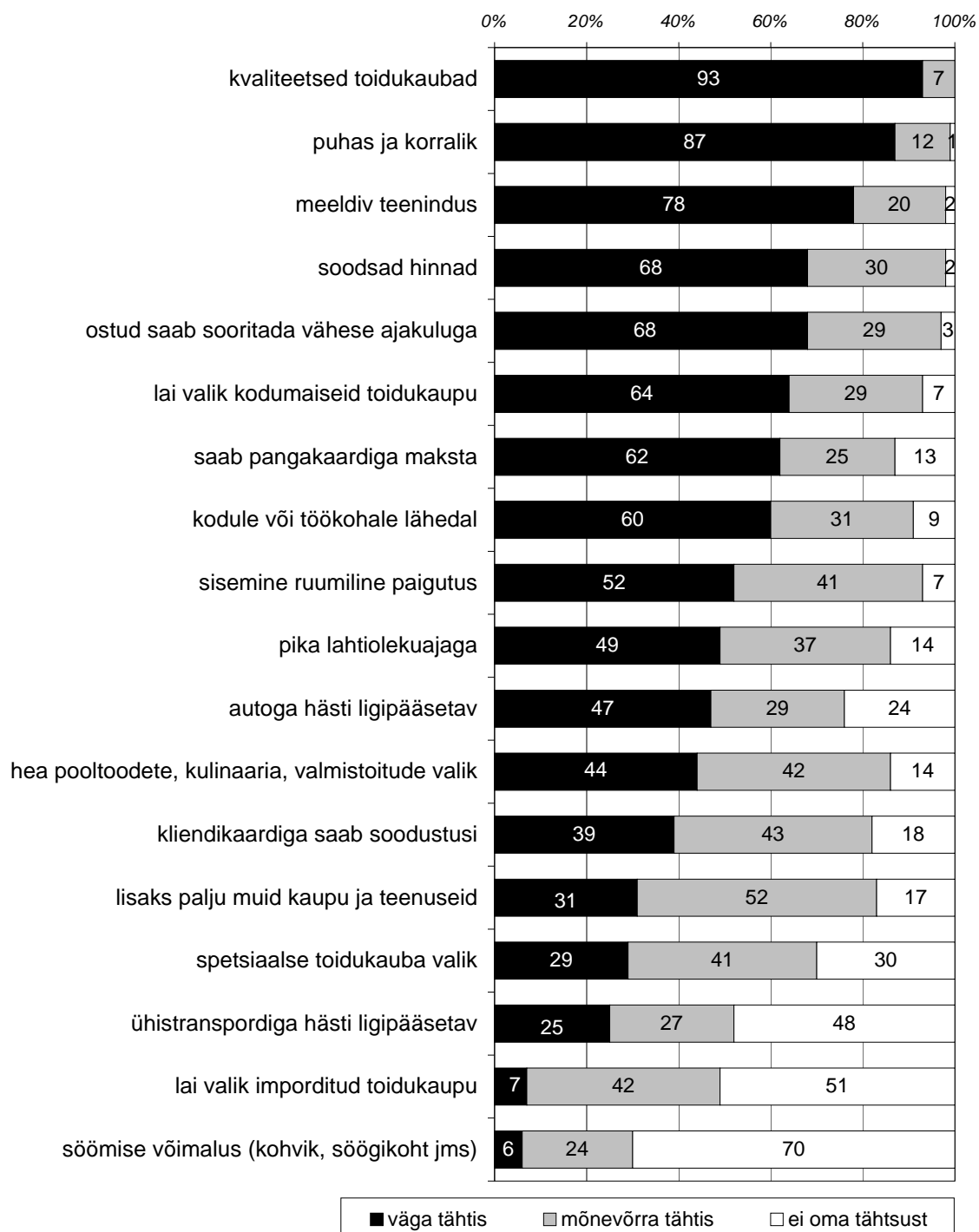
Rahvuse ja keelekeskkonna lõikes oli eestlastel märgatav järgmiste ostukoha omaduste sagedasem mainimine (“väga tähtis”): puhtus ja korralikkus, meeldiv teenindus, pangakaardiga maksmise võimalus, lai valik kodumaiseid toidukaupu. Võrreldes teiste rahvustega märgiti harvemini muude teenuste ja kaupade olemasolu, spetsiaalse toidukauba valikut ja kaupluse pikka lahtiolekuaega. Muud rahvused rõhutasid sagedamini kliendikaardiga saadavaid soodustusi, kaupluse pikka lahtiolekuaega, spetsiaalse toidukauba valikut ning muude kaupade ja teenuste olemasolu lisaks toidukaupadele. Suhteliselt harvemini toodi esile autoga ligipääsu, ostukoha puhtust ja korralikkust, meeldivat teenindust, pangakaardiga maksmise võimalust ja laia kodumaiste toidukaupade valikut (erinev identiteet). Need on suhtelised erinevused kahe eri keelt rääkiva elanikerühma vahel, mis peegeldavad nii erinevusi perede majanduslikus olukorras, kui ka väärtuste, kultuuri ja identiteedi iseärasusi.

Vanuse lõikes on iseloomulik, et ostukoha lähedust, ühistranspordiga ligipääsu, laia kodumaiste toidukaupade valikut ja soodsaid hindu väärtustavad suhteliselt enam vanemad tarbijad (üle 65-aastased), autoga ligipääsu ja väikest ajakulu ostude sooritamisel aga keskealised (30-49-aastased). Pangakaardiga maksmine ja pikk lahtiolekuaeg on enam meeltemööda alla 50-aastastele tarbijatele, toiduostukoha sisemine ruumiline paigutus aga alla 30-aastastele noortele (nt lapsevankriga poe külastamisel).

Elukoha lõikes võib esile tuua kaupluste pika lahtiolekuaaja suuremat tähtsust linnaelanikele, pooltoodete, kulinaaria ja valmistoitude hea valiku, kliendikaardi soodustuste ja puhta ning korraliku ostukoha tähtsust väikelinnade elanikele. Väikelinnade ja maaelanikud väärtustavad enam kodumaiste toidukaupade laia valikut, meeldivat teenindust, soodsaid hindu (ka suurlinnade elanikud, Tallinnas vähem aktuaalne) ning autoga ligipääsu. Tallinlased peavad kõigi muude omaduste kõrval oluliseks ühistranspordiga ligipääsetavust.

## Kui tähtsad on Teie jaoks toiduostukohtade alljärgnevad omadused?

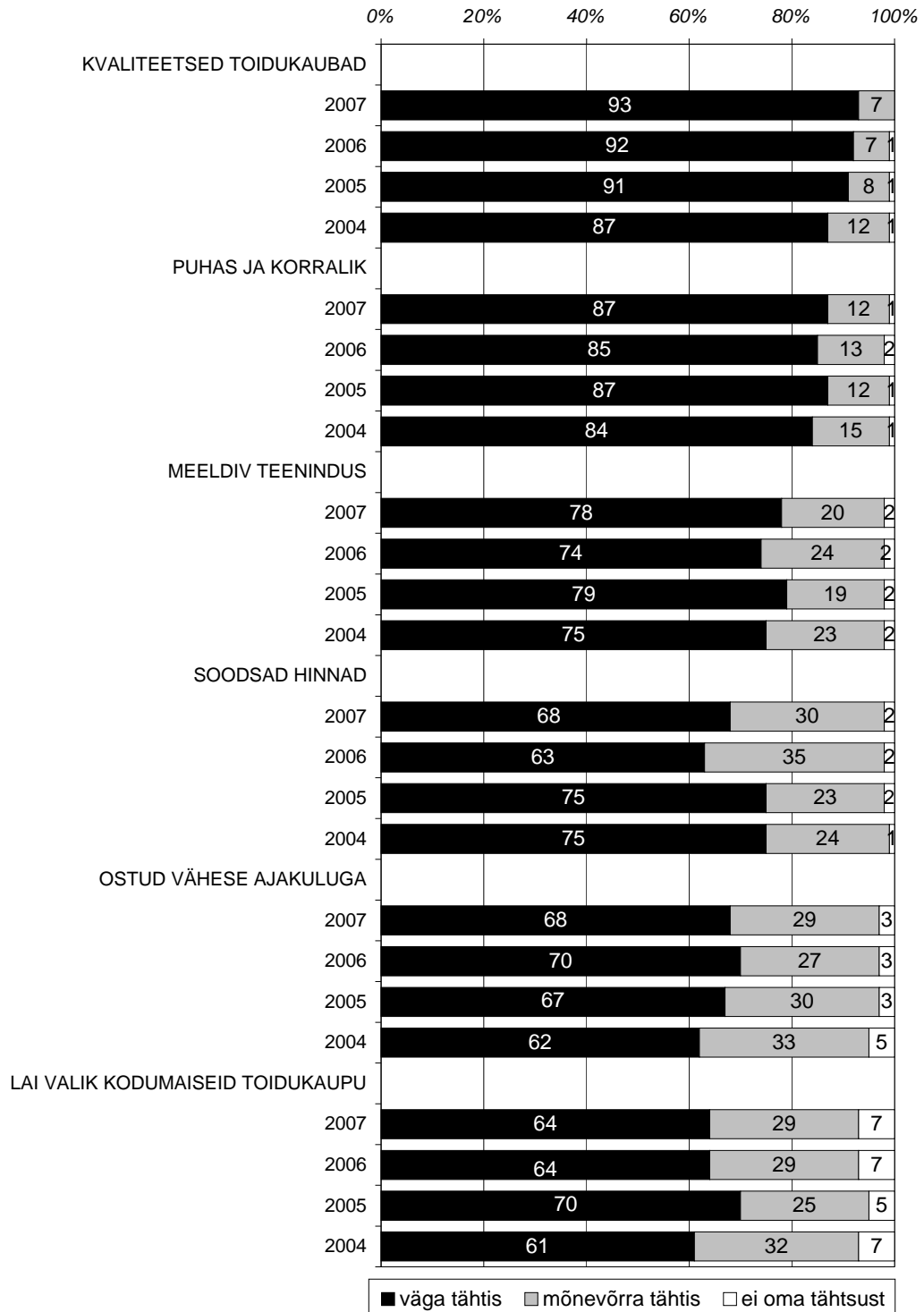
(% vastanutest)



Joonis 1.4.1. Toiduostukohtade omaduste tähtsus aastal 2007

## Kui tähtsad on Teie jaoks toiduostukohtade alljärgnevad omadused? (1)

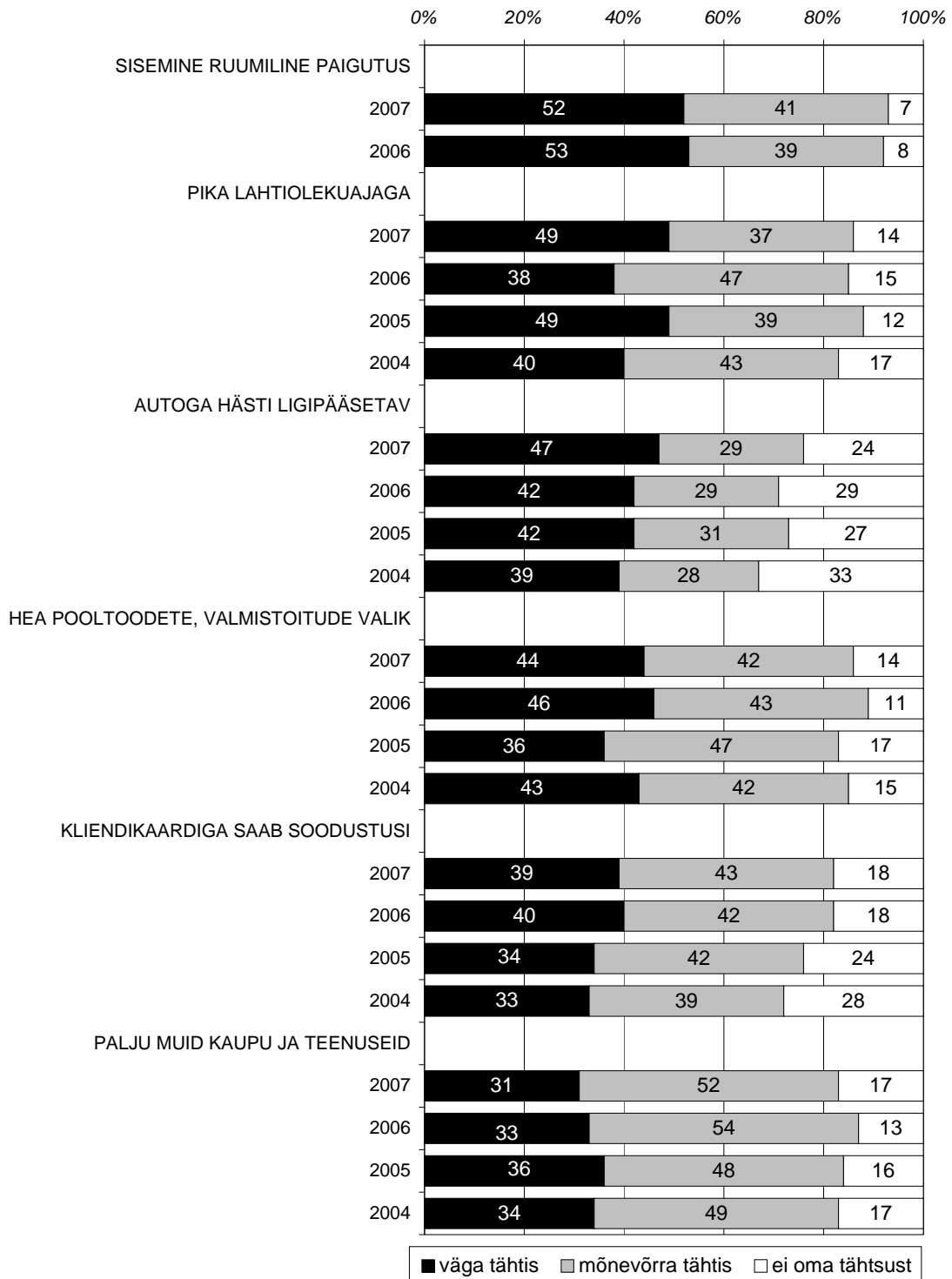
(% vastanutest)



Joonis 1.4.2. Toiduostukohtade omaduste tähtsus aastatel 2004-2007 (1)

## Kui tähtsad on Teie jaoks toiduostukohtade alljärgnevad omadused? (2)

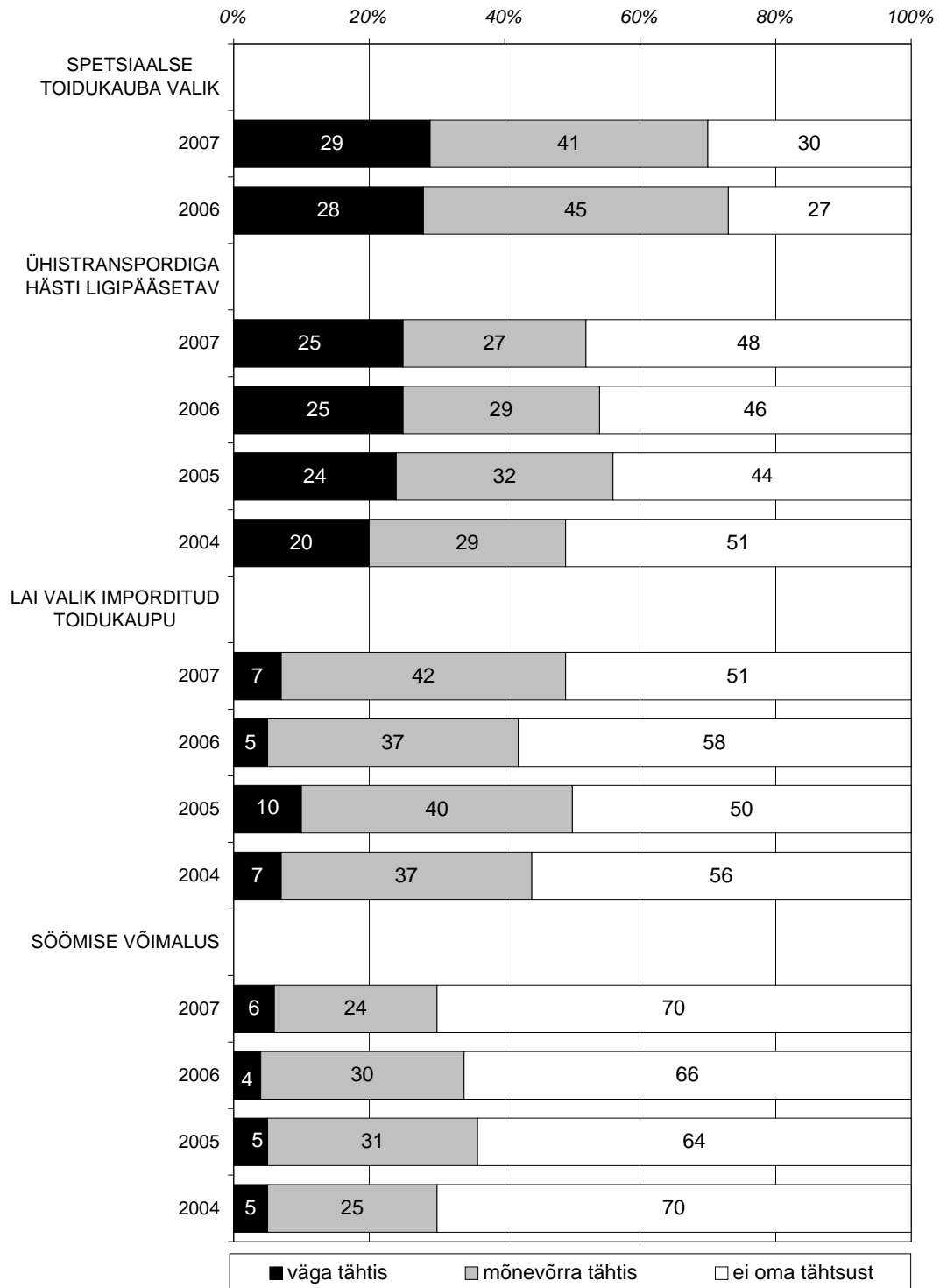
(% vastanutest)



Joonis 1.4.3. Toiduostukohtade omaduste tähtsus aastatel 2004-2007 (2)

## Kui tähtsad on Teie jaoks toiduostukohtade alljärgnevad omadused? (3)

(% vastanutest)



Joonis 1.4.4. Toiduostukohtade omaduste tähtsus aastatel 2004-2007 (3)

## 1.5. Toidu ostuotsust mõjutavad tegurid

Alates 2002. aastast on ostueelistuste uuringute käigus selgitatud, millised on need tarbijale olulised tegurid, millest lähtudes tehakse ostuotsus või ostuvalik. Igal uuringus osalenud tarbijal paluti märkida, mis on tema jaoks toidu ostuotsuse tegemisel tähtis ja märkida hinnang kolmeastmelisel skaalal 17 teguri kohta. Kolmele vastusvariandile omistatud väärtuste (väga tähtis=1, mõnevõrra tähtis=2, ei oma tähtsust=3) aritmeetiliste keskmiste alusel moodustati valikutegurite pingerida, milles arvestati kõikidele skaalapunktidele antud hinnanguid.

Tabel 1.5.1. Eesti elanike toidu ostuotsuseid mõjutavad tegurid (“väga tähtis” – vastuste % ja keskmine hinne pallides)

	Väga tähtis						Keskmine	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2006	2007
värskus	-	95	95	92	96	<b>96</b>	1,04	<b>1,05</b>
maitse	90	91	93	91	92	<b>93</b>	1,08	<b>1,07</b>
kvaliteet	86	92	92	94	96	<b>92</b>	1,05	<b>1,08</b>
tervislikkus	62	75	73	69	73	<b>73</b>	1,28	<b>1,29</b>
soodne hind	61	70	65	67	62	<b>65</b>	1,40	<b>1,38</b>
koostis	-	-	-	64	67	<b>58</b>	1,35	<b>1,46</b>
toote välimus	-	50	47	59	56	<b>52</b>	1,46	<b>1,52</b>
sooduspakkumised*	28	31	30	49	50	<b>52</b>	1,56	<b>1,55</b>
päritolumaa, Eestis toodetud	-	61	60	65	58	<b>50</b>	1,48	<b>1,58</b>
GMO-vaba	-	-	58	54	52	<b>50</b>	1,65	<b>1,67</b>
märgised	-	-	41	39	40	<b>40</b>	1,74	<b>1,74</b>
mahe-, ökotoodang	-	-	49	37	41	<b>40</b>	1,74	<b>1,75</b>
tuttav bränd (kaubamärk)	24	26	27	25	21	<b>32</b>	1,93	<b>1,77</b>
pakendi mugavus	-	-	24	25	27	<b>28</b>	1,86	<b>1,85</b>
valmistamise kiirus, kergus	-	23	24	28	26	<b>27</b>	1,86	<b>1,88</b>
pikk säilimisaeg, kui kaua on kasutamiskõlblik	-	65	37	27	28	<b>29</b>	1,91	<b>1,95</b>
pakend (välimus)	12	11	16	23	22	<b>20</b>	1,91	<b>1,97</b>

\* 2002-2004 küsiti sooduspakkumiste ja degusteerimiste kohta koos, alates 2005. aastast eraldi

Toidu ostuotsuse tegemisel on tarbija jaoks määravaimad toidukauba värskus, maitse ja kvaliteet. Neid kolme hindavad tarbijad kõige kõrgemalt, mis ei ole aastaga muutunud. Värskest peab väga tähtsaks 96%, maitset 93% ja kvaliteeti 92% vastanutest, kusjuures kvaliteedi hinnang on 2006. aastast veidi langenud (4%-punkti). Väga jälgitakse ka tervislikkust (73%), soodsat hinda (65%) ja koostist (58%), mille keskmine hinnang jäi alla 1,5 palli.

Aastaga on väga tähtsate tegurite hulgast tähtsate hulka langenud toote välimus (väga tähtis - 52%, 2006.a. 56%) ja kodumaine päritolu (50%, 2006.a. 58%), mille põhjused peituvad põhiliselt toidukaupade hinnatõus. Ostuvaliku tegemisel on aasta jooksul tarbijatele tähtsamaks muutunud soodne hind (+3%-punkti) ja tuttav kaubamärk (+9%-punkti). Järelikult pöörduakse üldise hinnatõusu taustal pigem tagasi vana ja äraproovitu juurde. Kuigi kvaliteet ja koostis on ostmisel endiselt väga tähtsad, on aastaga toimunud oluline langus (-4%-punkti, -9%-punkti) nagu ka toote kodumaise päritolu puhul (-8%-punkti, vt tabel 1.5, joonised 1.5.1-1.5.4).

Ostuvaliku kriteeriumitest asub toote kodumaisus alles 9-ndal kohal (2005. a. 7. kohal ja 2006. a. 8-ndal), millest olulisemad on värskus, maitse, kvaliteet, tervislikkus, soodne hind, koostis, toote välimus ja sooduspakkumised. Hinnatõusu mõjul on toidukaupade hinnad (eriti kodumaiste) teravdatud tähelepanu all ja tarbija pöördub pigem juba talle tuttava kaubamärgi poole, kui katsetab ja proovib uusi. Tarbija ei ole ka omaks võtnud tootjatepoolset kodumaisuse määramist, sest eeldatakse toote valmistamist Eestis ja kodumaisest toorainest, mitte ainult kodumaise kaubamärgi olemasolu<sup>1</sup>.

Püüd tervislikkusele toidu valikul ei ole aastaga kahanenud, see on väga tähtis 73% vastanutest. Alates 2004. aastast on väikese langussuunaga toidu GMO-vabaduse tähtsustamine (58% 2004.a., 50% 2007.a.), mahe ehk ökotoodangu puhul ei ole langust märgata (40% vastanutest 2006.a. ja 2007.a.). Avalikkuses pole toimunud suuremat kampaaniat mahetoodete tarbimise toetuseks ja GMO-sisaldusega toiduainete teemat kuigi aktiivselt ei käsitletud. Märkiste olemasolu (kvaliteedi ja päritolumärgid, Eesti Parim Toiduaine jm), mahe tootmisviis, tuttav kaubamärk, pikk säilimisaeg ja kasutamiskõlblikkus, pakendi mugavus, valmistamise kiirus ja kergus ning pakendi välimus on keskmisele eesti tarbijale ostmisel pigem abistava tähendusega, kuid mitte määravaim. Kui ostetavat toitu tajutakse värsket, maitsvat ja kvaliteetsena, on ostu sooritamise tõenäosus suurem.

Tarbijate hinnangud ostuvaliku kriteeriumidele erinesid suuresti sõltuvalt sissetulekust ja vanusest, kuid ka elukohast, soost ja haridusest (vt lisa 2.4). Järgnevas tabelis on näiteks toodud võrdlevalt väikseima ja suurima sissetulekuga tarbijate valikukriteeriumid toidu ostmisel.

Tabel 1.5.2. Eesti elanike toidu ostuotsuseid mõjutavad tegurid madalaimas ja kõrgeimas sissetuleku rühmas (“väga tähtis” vastuste %)

	KÕIK	alla 2001 krooni pereliikme kohta	üle 8000 krooni pereliikme kohta
1. värskus	96	96 (1.)	98 (1-2.)
2. maitse	93	92 (3.)	98 (1-2.)
3. kvaliteet	92	94 (2.)	95 (3.)
4. tervislikkus	73	80 (6.)	67 (4.)
5. soodne hind	65	88 (4.)	43 (7-8.)
6. koostis	58	62 (8-10.)	51 (5.)
7. toote välimus	52	62 (8-10.)	47 (6.)
8. sooduspakkumised	52	85 (5.)	34 (11.)
9. päritolumaad, Eestis toodetud	50	54 (13.)	43 (7-8.)
10. GMO-vaba	50	58 (11.)	40 (9.)
11. märgised	40	65 (7.)	30 (12.)
12. mahe-, ökotoodang	40	62 (8-10.)	27 (13.)
13. tuttav bränd (kaubamärk)	32	41 (14.)	35 (10.)
14. pikk säilimisaeg, kui kaua on kasutamiskõlblik	29	55 (12.)	20 (16.)
15. pakendi mugavus	28	40 (15.)	23 (14.)
16. valmistamise kiirus, kergus	27	38 (16.)	22 (15.)
17. pakend (välimus)	20	31 (17.)	17 (17.)

<sup>1</sup> Elanike toitumisharjumused ja toidukaupade ostueelistused. EKI 2007, lk.36-38.

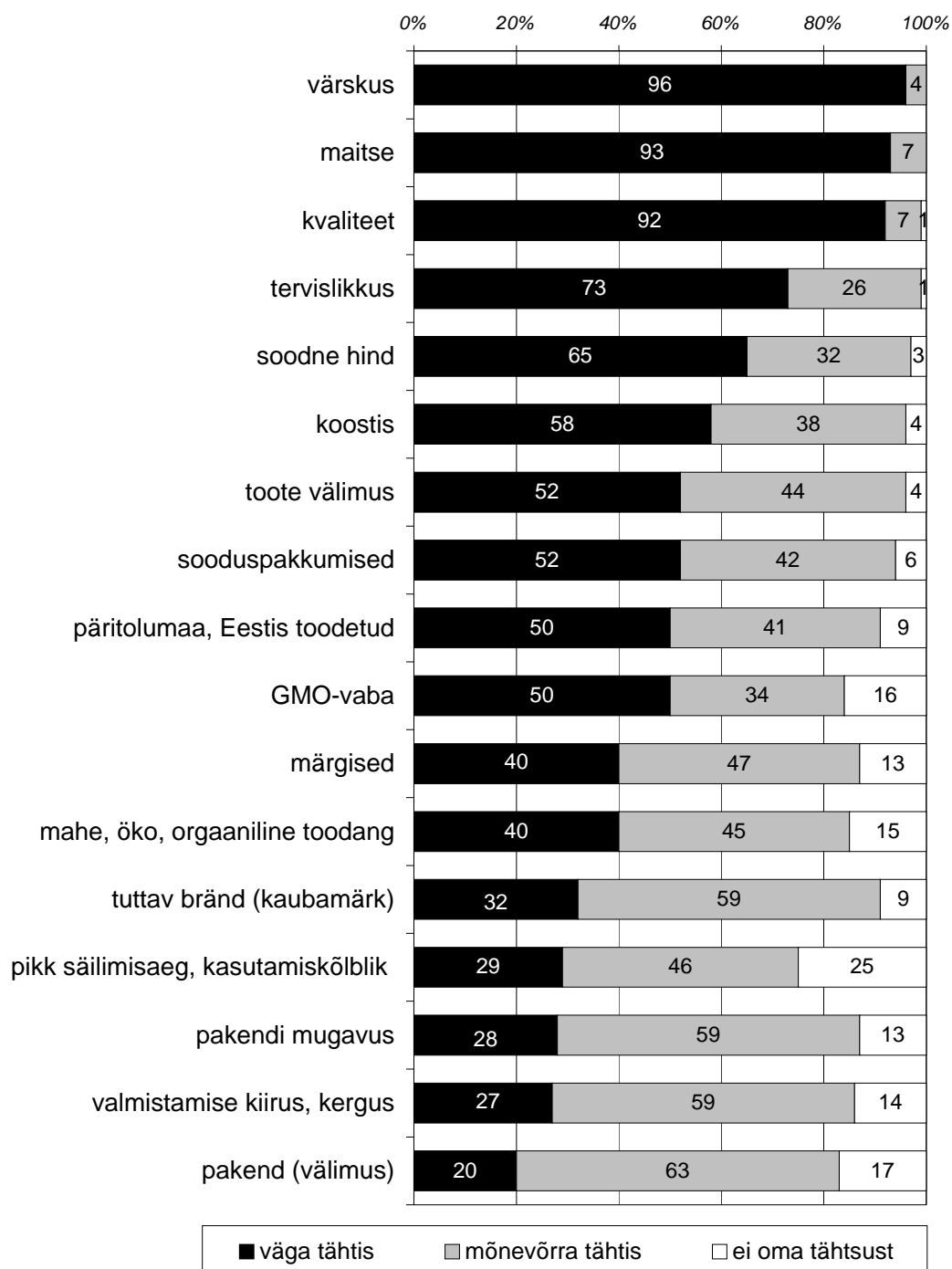
Tulemused näitavad, et mida väiksema sissetulekuga on pere, seda suuremat tähtsust omavad kaupade hinnad ja sooduspakkumised (vt tabel 1.5.2). Kuid üllatavalt on tagasihoidlikuma sissetulekuga tarbijate otsustuseprotsess keerukam kõrgeima sissetulekuga tarbija ja nn Eesti keskmise tarbija omast, sest pea kõikide vaadeldud mõjutegurite tähtsus otsusele on suurem. Suurima sissetulekuga tarbija teeb ostuotsuse pigem kindlatest teguritest lähtudes, milleks on värskus, maitse, kvaliteet ja tervislikkus, kuigi viimane jääb juba rohkem tahaplaanile. Ta näib olema otsustamisel ükskõiksem. Kodumaisus on väikseima sissetulekuga tarbijatel valikutegurite pingereas alles 13. positsioonil, jõukamatel tarbijatel aga 7.-8. positsioonil ega pole sellele elanike rühmale väga tähtis nagu enamik teisi kriteeriume.

Vanuse lõikes on märgata nooremate tarbijate (alla 30-aastased) suhteliselt suuremat tähelepanu kvaliteedile, värskusele ja maitsele ning vähemat huvi kodumaisusele, märgiste olemasolule, soodsale hinnale, GMO-vabadusele ja toote välimusele. Vanematel tarbijatel seevastu (üle 65-aastased) mõjutab valikuid suhteliselt rohkem kaupade tervislikkus, GMO-sisaldus, märgiste olemasolu, soodne hind, sooduspakkumised, koostis, kodumaisus ja pikem kasutamiskõlblikkus ning suhteliselt vähem kvaliteet, värskus, maitse, kuigi neid peetakse samuti väga olulisteks.

Vaba vastuse vormis võisid vastajad täiendada ostuotsust mõjutavate tegurite nimekirja ja lisada juurde just neile isiklikult olulisi kriteeriume (4% vastanutest). Kõige rohkem nimetati pakenditega seonduvat: sobivaid pakendite suurusi, loetavat ja nähtavat teksti nii eesti kui vene keeles, märgistuste märgatavust, ökoloogilist pakendite vajadust, mida saaks korduvalt kasutada või mis oleksid väiksemad. Veel mõjutab ostuvalikut ise kaalumise ja mõnel tarbijal jääb sel juhul kaup ostmata ning kilesse pakkimine, mida samuti ei soovita. Tarbijad tahaksid toidupoodidesse eri suuruses pakendeid ning pakenditele erimärgistusi sobivuse või mitesobivuse kohta näiteks suhkruhaigetele. Samuti võiks pakenditel olla kirjas toiduaine energiasisaldus ja toitainete osakaalud, sh rasvaprotsent. Ostuotsuse mõjutajaina märgiti veel sissejuurdunud harjumusi, kauba aegumistähtaegu, infot koostise kohta, mis peaks vastama tõe, kauba koostise muutumus, et kauba omadused ei muutuks. Üsna mitmed vastajad rõhutasid toodete säilitusainete vabadust või vähemalt vähest sisaldust. Soovitati panna konservantide nimekirjad üles kauplustesse.

## Mis on Teie jaoks toidu ostuotsuse (valiku) tegemisel tähtis?

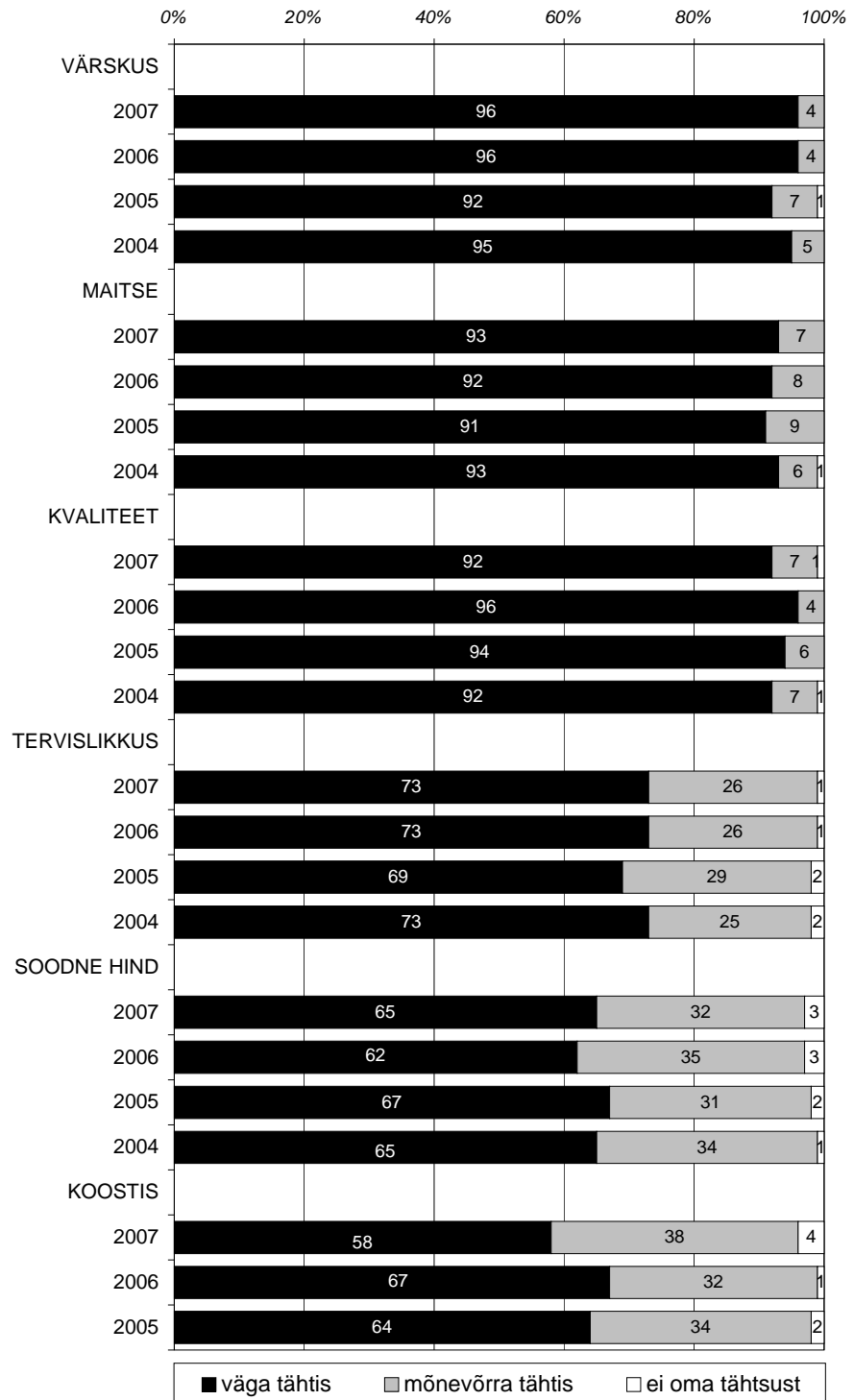
(% vastanutest)



Joonis 1.5.1. Toidu ostuotsust (valikut) mõjutavad tegurid Eesti tarbijale 2007. aastal

## Mis on Teie jaoks toidu ostuotsuse (valiku) tegemisel tähtis? (1)

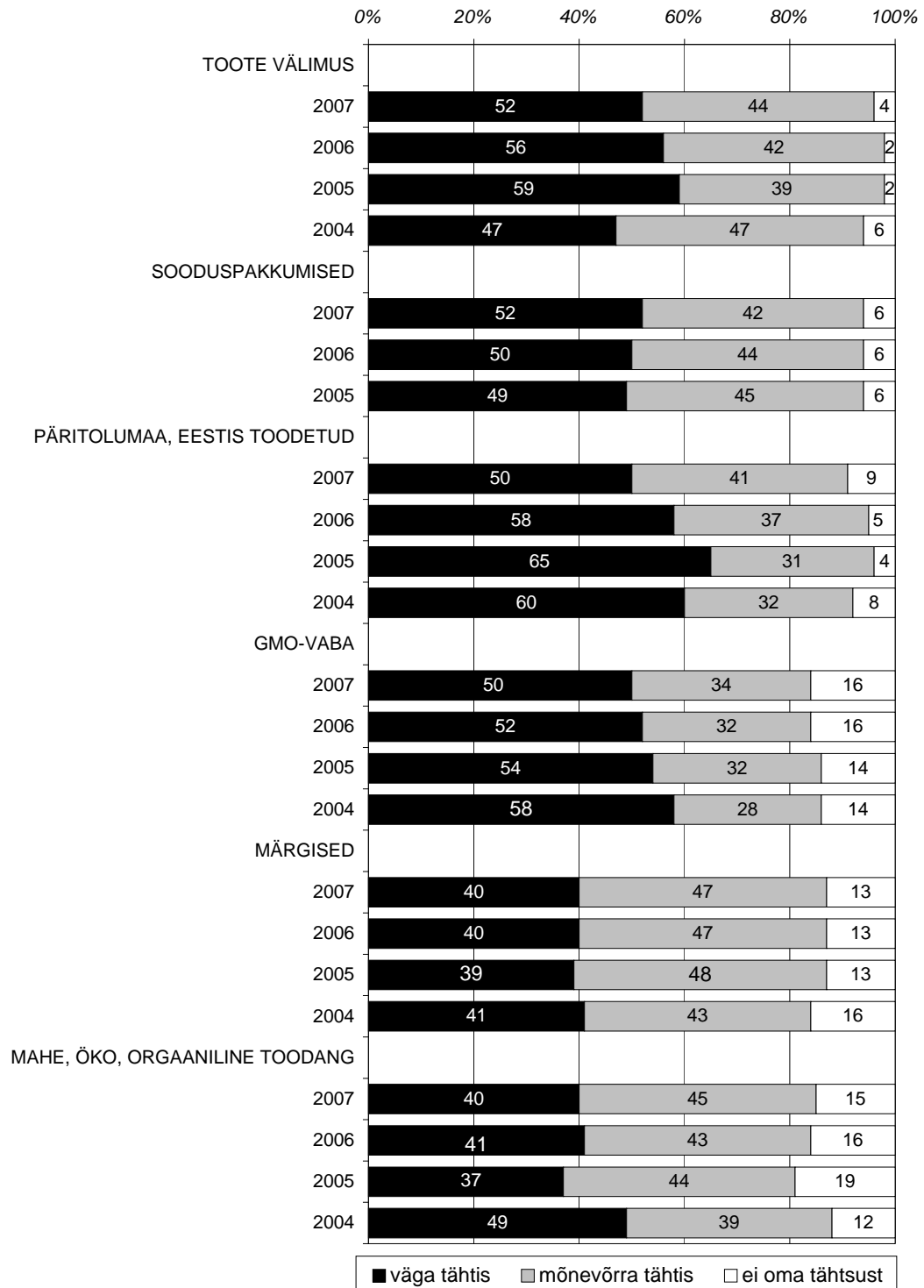
(% vastanutest)



Joonis 1.5.2. Toidu ostuotsust (valikut) mõjutavad tegurid Eesti tarbijale aastatel 2004-2007 (1)

## Mis on Teie jaoks toidu ostuotsuse (valiku) tegemisel tähtis? (2)

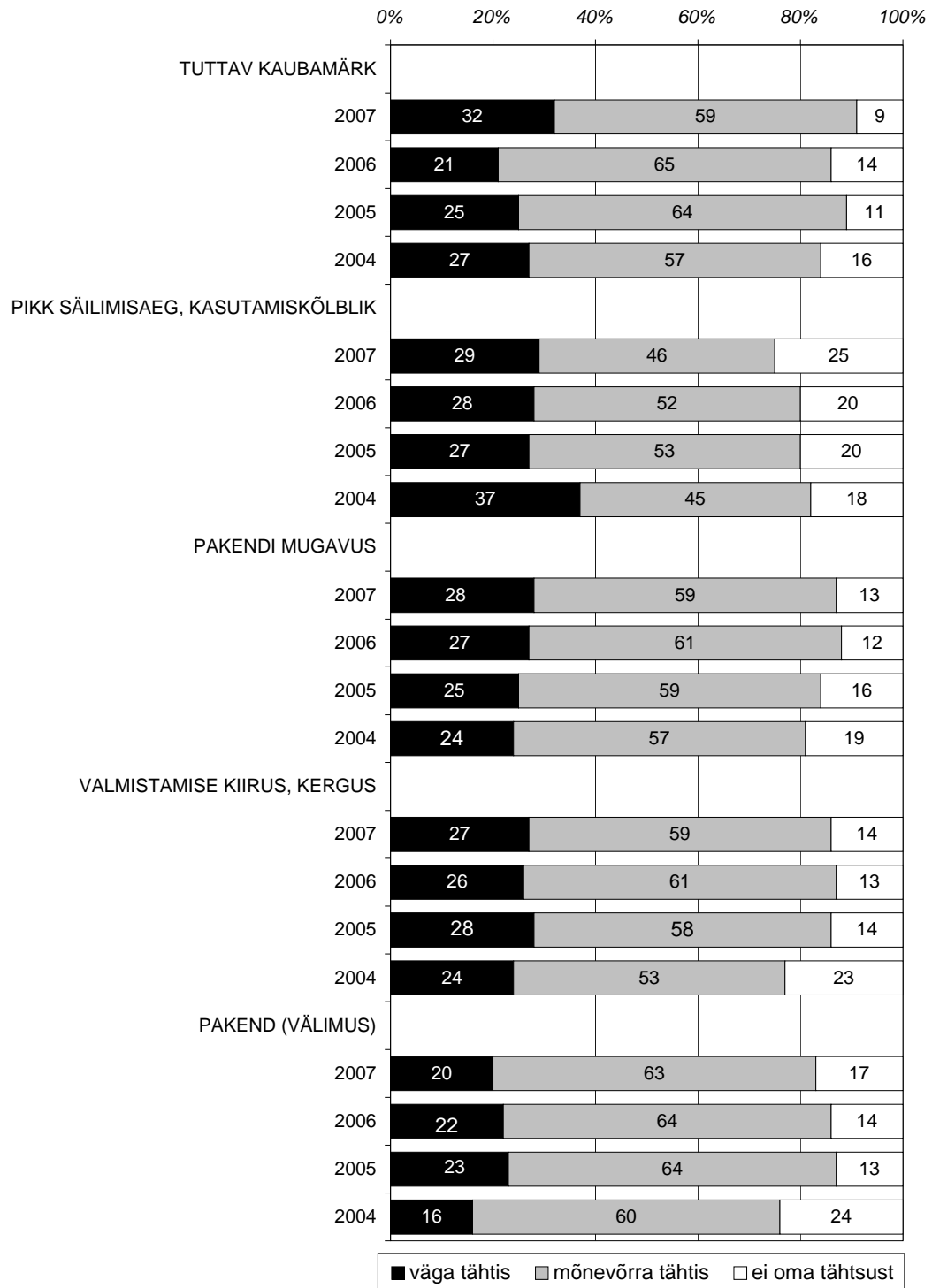
(% vastanutest)



Joonis 1.5.3. Toidu ostuotsust (valikut) mõjutavad tegurid Eesti tarbijale aastatel 2004-2007 (2)

## Mis on Teie jaoks toidu ostuotsuse (valiku) tegemisel tähtis? (3)

(% vastanutest)



Joonis 1.5.4. Toidu ostuotsust (valikut) mõjutavad tegurid Eesti tarbijale aastatel 2004-2007 (3)

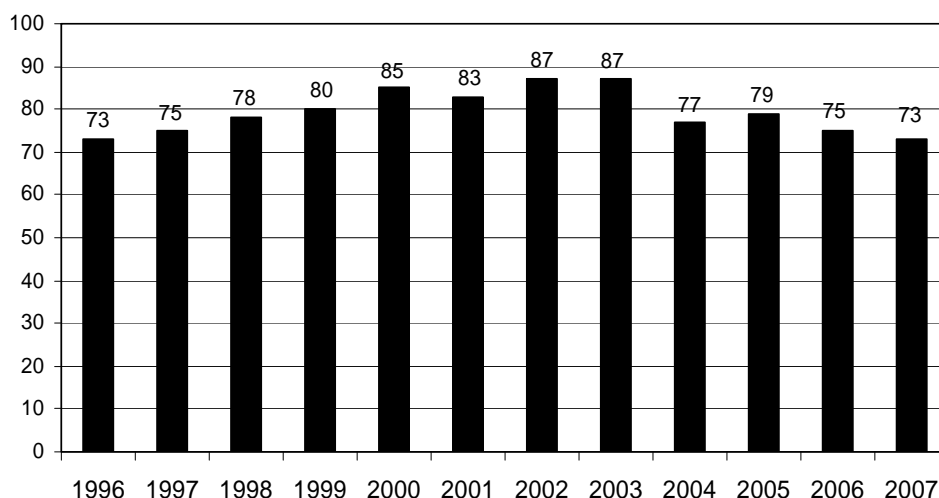
## 2. TOIDUKAUPADE EELISTUSED SÕLTUVALT PÄRITOLUST

Toidukauba päritolumaad võib käesoleva uuringu andmetel pidada oluliseks ostuvalikute mõjutajaks, kuna see on mingil määral tähtis 9-le tarbijale 10-st ja väga oluline igale teisele. Jätkates 1996. aastal alguse saanud tarbijauuringute vaimus, palusime vastajatel kirja panna, kas nad ostsid 2007. aastal valdavalt kodumaiseid toidukaupu, imporditud toidukaupu või polnud toidukaupade päritolumaad neile oluline. Analüüsisime ka tarbijate hinnanguid kodumaistele toidukaupadele iseloomulikke omaduste kohta, selgitame, kas kodumaise toidukauba eristamine on aasta jooksul muutunud tarbija jaoks lihtsamaks või keerulisemaks, millised on kodumaiste-imporditud toidukaupade osatähtsused toidukaubaostudes ning kuivõrd usaldavad Eesti tarbijad välisriikide toidukaupu.

### 2.1. Üldine ostueelistus - kodumaised või imporditud toidukaubad

Tarbijate hinnangul eelistasid nad osta 2007. aastal valdavalt kodumaiseid toidukaupu – 73% vastanutest. See protsent on endiselt kõrge, kuid on langenud võrreldes 2006. aastaga 2%-punkti (vt joonis 2.1.1 - 2.1.2). Valdavalt imporditud toidukaupu eelistab vaid 1% vastanutest ja päritolumaad pole oluline 26% vastanutest. Toiduainete hindade tõus on suurendanud taas päritolumaad suhtes üksikõiksete tarbijate hulka ning nagu eelmises aruande osas mainitud, ka sissetuleku suurus on oluline ostuotsuse mõjutaja. Kodumaise toidukauba ostmist võidakse väärtustada madalaimas sissetulekugrupis (alla 2000 krooni pereliikme kohta kuus) kõrgemalt kui jõukaimas (üle 8000 krooni kuus), kuid ostmiseks on vaja raha ja piiratud rahaliste võimaluste juures valitakse ostukorvi hinnalt soodsaim kaup.

**Kodumaise toidukauba eelistamine**  
(% vastanutest)



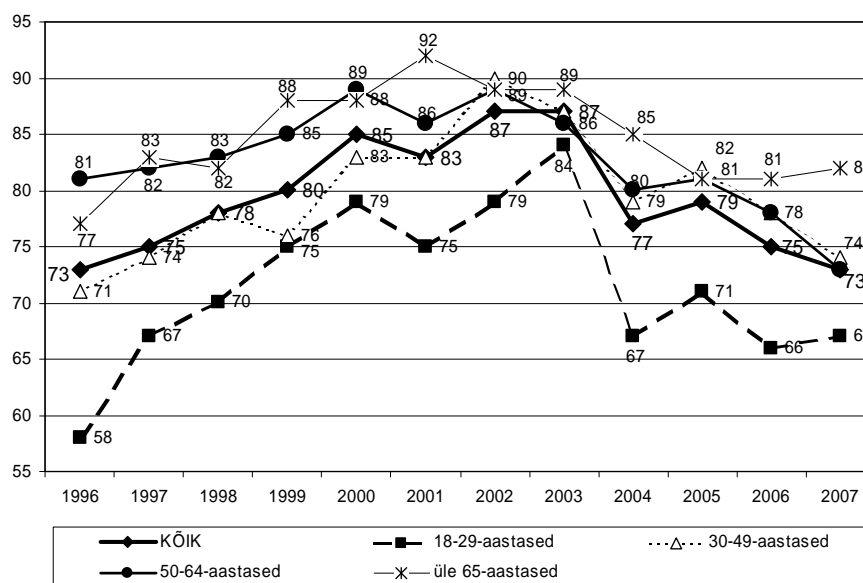
Joonis 2.1.1. Kodumaise toidukauba eelistamine aastatel 1996-2007

Kui 2006. aastal olid tarbijad raskustes kodumaise toodangu eelistamisel, sest “kodumaise” kaubamärgiga toode võis olla valmistatud lähinaabrite juures, siis see olukord ei ole muutunud. Elanikud on üha rohkem kokkupuutunud olukorraga, kus tekib vastuolu “kodumaise” kauba mõiste tõlgendamisel, tarbija ja tootja nägemus ei kattu. Tarbija tahab Eestis valmistatud ja kohalikust toorainest toitu, tootjal aga on kasulikum arvestada kogu Balti turuga. Kuigi toidukaupade erimärgised on loodud tarbijat abistama, pole nende väärtustamine aastaga suuremat populaarsust kogunud. Kodumaise toodangu eelistamise languse üheks põhjuseks on kindlasti suur toidukaupade hinnatõus, mis Eestis avaldus mitmetes kaubagruppides, eriti aga piima- ja pagaritoodete osas.

Kodumaise-importtoidukauba eelistustes avaldus elukoha, keelekeskkonna, vanuse, hariduse ja sissetuleku mõju (vt lisa 2.5). Valdavalt kodumaiseid toidukaupu ostis 2007. aastal 77% väikelinnade ja maaelanikest, kuid vaid 69% Tallinna ja 71% teiste suurte linnade elanikest. Eestlased on muude rahvustega võrreldes kodumaise toodangu patrioodid, kodumaist eelistas osta 78% eestlastest ja 64% muudest rahvustest tarbijaid. Need protsendid pole aastaga oluliselt muutunud, mis näitab, et samastumine Eestiga võtab veel aega ja toodete tutvustamist venekeelsele elanikkonnale tuleks jätkata.

Vanuse lõikes püsisid kahe vanusegrupi, alla 30-aastaste ja üle 65-aastaste, eelistused 2006. aasta tasemel. Kodumaist eelistas 67% alla 30-aastastest noortest ja 82% üle 65-aastastest tarbijatest (vt joonis 2.1.2, tabel 2.1). Langus toimus just vahepealsetes vanuserühmades, 30-49-aastastest eelistas kodumaist toodangut 74% (-4%-punkti) ja 50-64-aastastest 73% (-5%-punkti). Oluliselt on kodumaise eelistamine langenud aastaga ka kõrgharidusega elanike hulgas: 2007. aastal 79% (-4%-punkti). Kõigis elanike rühmades, kus kodumaist eelistati vähem, suurenes hoopis päritolumaa suhtes üksikõiksete tarbijate arv, mis näitab nõ pehmemat väärtuste ümberhindamist.

**Kodumaise toidukauba eelistamine**  
(% vastanutest)



Joonis 2.1.2. Kodumaise toidukauba eelistamine vanuse lõikes aastatel 1996-2007

Tabel 2.1. Kodumaise toidukauba eelistajad vanuse lõikes (% vanusegrupist)

	Alla 30-aastased	30-49-aastased	50-64-aastased	Üle 64-aastased
2007	67	74	73	82
2006	66	78	78	81
2005	71	82	81	81
2004	67	79	80	85
2003	84	87	86	89
2002	79	90	89	89
2001	75	83	86	92
2000	79	83	89	88
1999	75	76	85	88
1998	70	78	83	82
1997	67	74	82	83
1996	58	71	81	77

## 2.2. Kodumaiste toidukaupade omadused

Kolm tarbijat neljast (73%) eelistab endiselt osta kodumaist toidukaupa, mis tähendab, et järelkult on tootjad suutnud pakkuda tarbijaile meelepärast kaupa. Kuid tarbija eelistused muutuvad ja arenevad. Kui 1996. aastal seostus kodumaine toidukaup eeskätt harjumuspärase maitse ja vähese lisaainetes sisaldusega, siis 2006. aastal peamiselt harjumuspärase maitse, värskuse, usaldusvärsuse ja tervislikkusega. Milline oli kodumaiste toidukaupade kuvand 2007. aastal, sellest alljärgnevalt. Varasemate uuringutega sarnaselt paluti vastajail hinnata kodumaiste toidukaupade omadusi kolmesel skaalal: jah, alati; jah, mõnikord; ei ole kunagi ja ei oska öelda. Skaalapunktiledele omistatud väärtuste alusel arvutati omaduste aritmeetilised keskmised (1=jah, alati; 2=jah, mõnikord; 3=ei ole kunagi). Tulemuseks saadud pingerida näitab kodumaiste toidukaupade kuvandit aastal 2007 (vt tabel 2.2, joonised 2.2.1-2.2.3).

Tabel 2.2. Kodumaistele toidukaupadele iseloomulikud omadused (“jah, alati” - vastanute % ja keskmine hinne pallides)

	“Jah, alati” - vastust märkinud vastanute % ja keskmine hinne												
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	keskmine
harjumuspärane maitse	63	66	66	75	69	72	74	69	74	62	60	<b>60</b>	<b>1,37</b>
värskus	-	-	-	-	-	-	-	59	64	60	60	<b>55</b>	<b>1,42</b>
usaldusvärsus	-	-	-	-	-	58	63	64	60	54	55	<b>55</b>	<b>1,42</b>
tervislikkus	49	63	62	65	59	58	46	48	51	52	51	<b>48</b>	<b>1,47</b>
püsiv kvaliteet	-	-	-	36	24	32	38	42	46	51	44	<b>44</b>	<b>1,54</b>
kõrge kvaliteet	23	26	27	28	27	31	31	34	36	47	44	<b>41</b>	<b>1,55</b>
lisaainetes vähene sisaldus	63	66	69	70	62	57	52	47	43	38	29	<b>29</b>	<b>1,71</b>
lai sortiment	-	21	20	25	17	19	25	25	30	33	33	<b>30</b>	<b>1,76</b>
meeldiv ja sobiv pakend	12	16	14	23	19	22	20	21	27	23	27	<b>24</b>	<b>1,77</b>
soodne hind	24	22	23	34	23	27	18	19	27	30	21	<b>18</b>	<b>1,95</b>
uudne (huvitav) maitse	-	8	8	14	8	8	8	7	14	10	8	<b>7</b>	<b>1,96</b>
pikk säilivusaeg	8	7	8	8	6	8	10	10	15	13	9	<b>10</b>	<b>2,07</b>

Kodumaiste toidukaupade edu taga on subjektiivselt tajutud omadused, mida tarbijad väga hindavad: harjumuspärane maitse (jah, alati – 60%), värskus (55%), usaldusväärsus (55%) ja tervislikkus (48%). Nimetatud omaduste keskmine pallide arv jääb alla 1,5, mis näitab, et omadused on tarbijate arvates alati olemas. Samuti on need viimastel aastatel püsinud stabiilselt kuvandi tunnustena. Kuid värskuse ja tervislikkuse hinnangud avaldasid languse tendentsi, värskust pidas alati kodumaistele toidukaupadele tunnusomaseks 55%, tervislikkust 48% vastanutest (2006.a. vastavalt 60% ja 51%). Alatist püsisid kvaliteeti märkis 44% vastanutest, mis on samal tasemel 2006. aastaga. Kõrge kvaliteedi hinnang on aga langenud 3%-punkti võrra olles 2007. a. 41% (2006.a. 44%). Lisaainete vähest sisaldust märkis 29% vastanutest, mis püsib 2006. aastal saavutatud madalal tasemel. Lisaks värskuse, tervislikkuse ja kõrge kvaliteedi hinnangute langusele märkisid tarbijad vähem iseloomulikuna laia sortimenti 30% (2006.a. 33%), meeldivat ja sobivat pakendit (24%, 2006.a. 27%) ning soodsat hinda (18%, 2006. a. 21%).

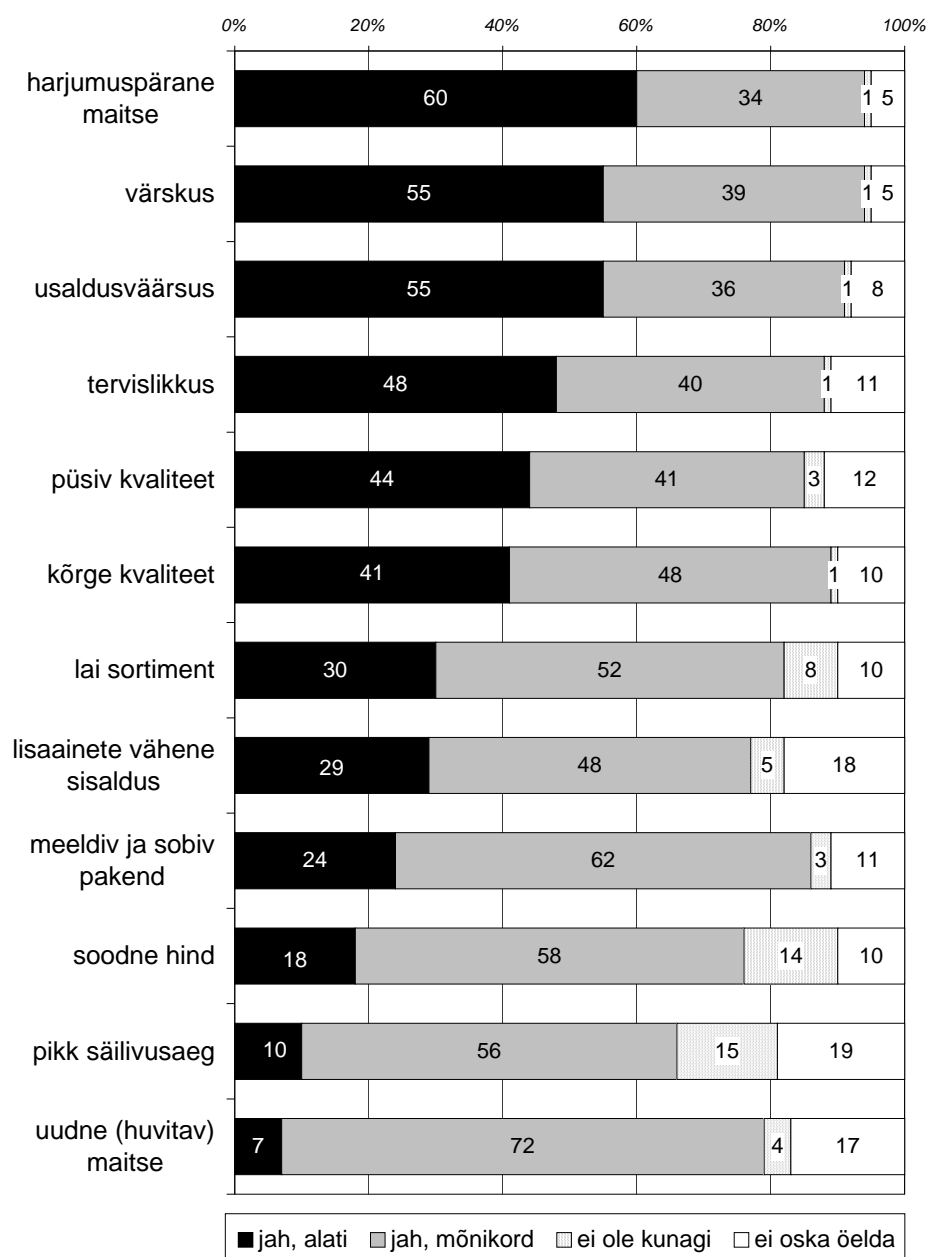
Hinnatõusu taustal on kodumaisele toidukaubale järjest vähem iseloomulik värskus, tervislikkus, kõrge kvaliteet, lai sortiment ning meeldiv ja sobiv pakend. Uuringu tulemuste põhjal on alust väita, et tarbija nimel pingutatakse vähem. Hinnatõusuga ei ole kaasnenud muutust tarbijale olulistes kauba väärtustes, need on muutunud hinna kõrval pigem teisejärguliseks ja vähem tähelepanuväärivaks. Seoses uue prügikorraldusega oleks nii tootjatel kui kaubandusel põhjust üle vaadata kasutatavad pakendid ja mõelda, kuidas tarbija enam rahul oleks (näiteks võimalusel karpide asendamine paberiga, korduvkasutusega pakendid vms). Ettekujutust kodumaisest toidust, kui tervislikust ja värskest, on kahandanud lisaainete järjest suurem kasutamine, ka ulatuslik pakendamine, tajutud vahe impordiga väheneb pidevalt. Kodumaise toidukauba seostamine üha vähem kõrge kvaliteediga, hinna ja kvaliteedi käärid ning tajutud sortimendi kitsenemine esitavad juba üsna tugeva väljakutse tarbija usaldusele, mis ei pruugi olla soodne Eesti tootjaile.

Eesti ja vene keelt kõnelevate tarbijate ettekujutused kodumaiste toidukaupade kohta on aasta jooksul muutunud üsna lähedasteks (vt lisa 2.8). Mitte-eestlaste seas märgiti veidi enam iseloomulikuna pikka säilimisaega ja laia sortimenti. Tulemus võib viidata identiteedi muutustele ja kaupade pakkumise ühtlustumisele erinevates keelekeskkondades (suured ketikauplused).

Olulisemad hinnangute erinevused tulid välja eri vanuse- ja sissetulekugrupid vastuseid analüüsisid. Eelnevates töödes on ilmnunud vanemate tarbijate suurem lojaalsus kodumaisele toidukaubale ja suurem nn kinnihoidmine harjumuspärasest. Nii ka seekord. Üle 50-aastastele tarbijatele seostub kodumaine toidukaup alati tervislikkusega, alla 50-aastastele aga pigem mõnikord. Värskust seostavad üle 50-aastased kodumaisele samuti märgatavalt sagedamini. Üle 65-aastased tarbijad seostasid teiste vanusegruppidega võrreldes kodumaisele enam lisaainete vähest sisaldust, kõrget kvaliteeti, laia sortimenti ja usaldusväärust. Tarbijarühm võib elustiili ja rahaliste võimaluste tõttu olla vähem informeeritud ja tagasihoidlikuma kokkupuutega ning lojaalseina pole nende väljakujunenud eelistused ja hoiakud kergesti muudetavad. Jõukaim sissetulekugrupid kasutasid hinnangute andmisel sagedasti vastusvarianti: “jah, mõnikord”.

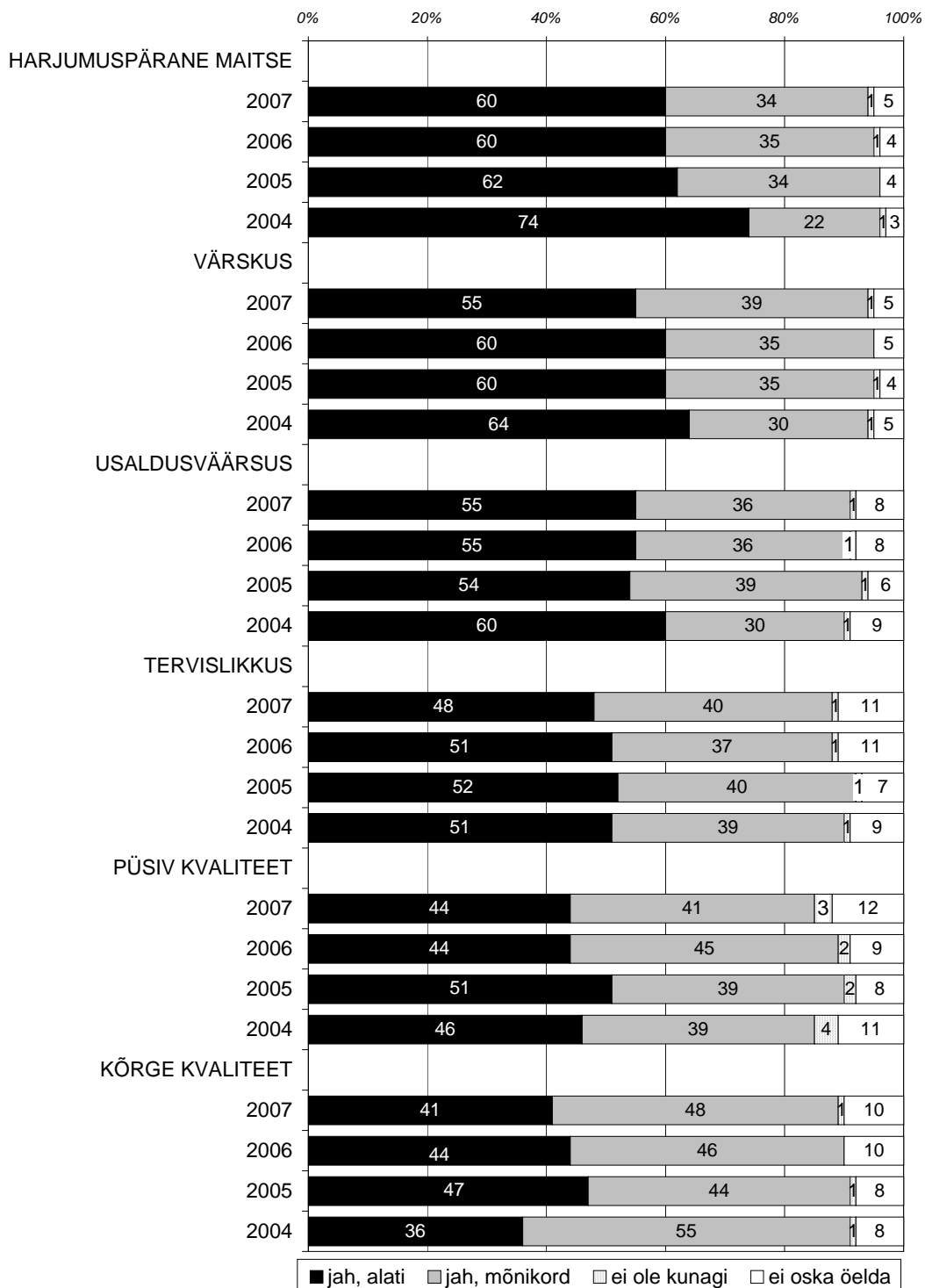
Kodumaisus on sellel tarbijarühmal ostuvaliku vähesema kaaluga mõjutaja ja huvi seega tagasihoidlikum. Tarbijarühma arvates on kodumaised toidukaubad tervislikud pigem mõnikord (sagedasim vastus), kui alati. Samamoodi rõhutati kodumaiste toidukaupade seost väheselisaainete sisalduse, kõrge kvaliteedi, laia sortimendi, soodsa hinna ning meeldiva ja sobiva pakendiga just mõnikord, mitte alati. Väikseima sissetulekuga tarbijad, kes on sagedamini vanemad inimesed, on kodumaise suhtes positiivsemalt meelestatud ja rõhutasid suhteliselt enam “jah, alati”-vastuste kaudu seost tervislikkuse, lisaainete vähesel sisalduse, kõrge ja püsiva kvaliteedi, laia sortimendi, soodsa hinna, värskuse ja usaldusväärsusega.

### Millised omadused on Teie arvates kodumaistel toidukaupadel? (% vastanutest)



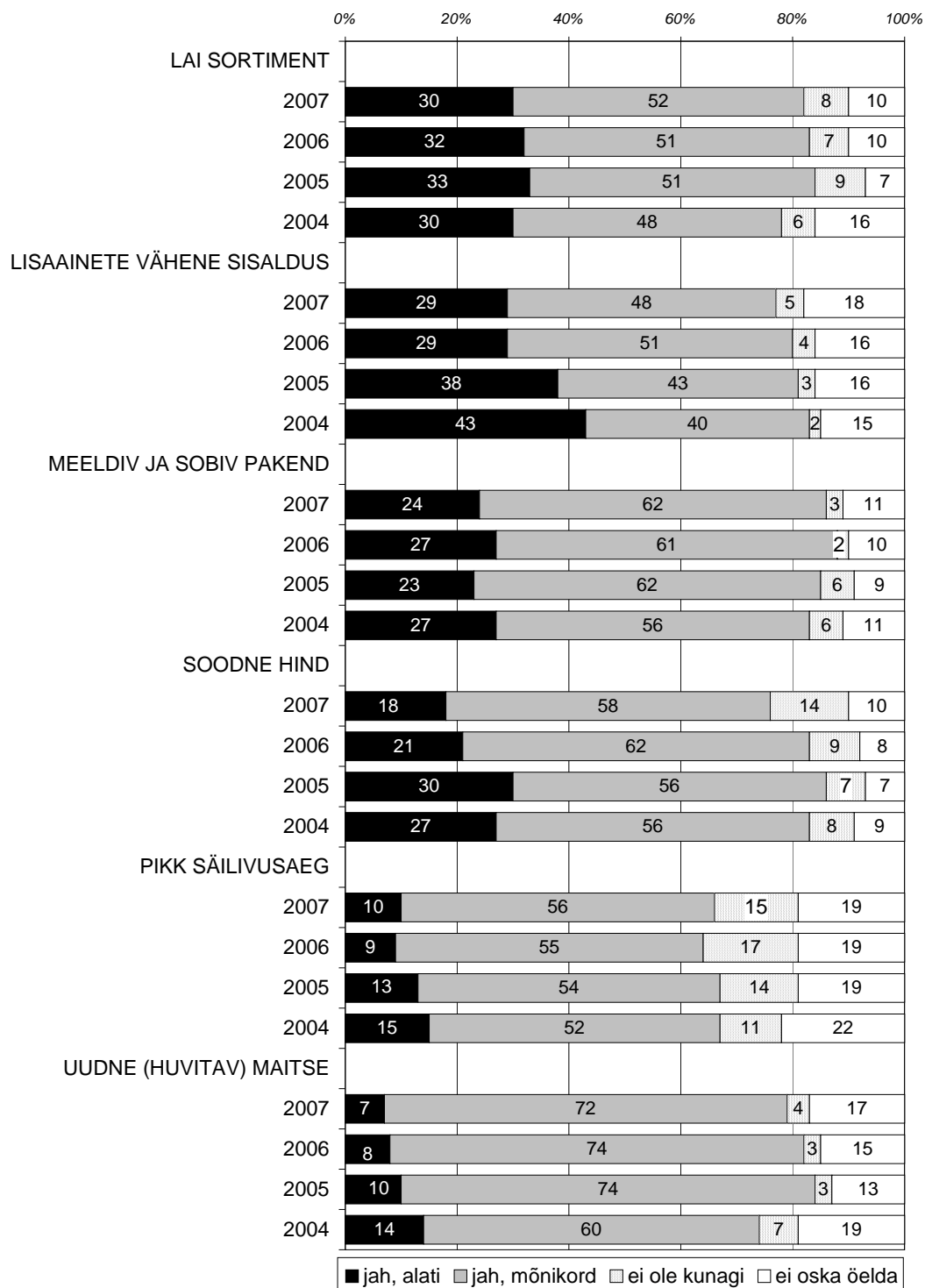
Joonis 2.2.1. Kodumaiste toidukaupade omadused aastal 2007

## Millised omadused on Teie arvates kodumaistel toidukaupadel? (1) (% vastanutest)



Joonis 2.2.2. Kodumaiste toidukaupade omadused aastatel 2004-2007 (1)

## Millised omadused on Teie arvates kodumaistel toidukaupadel? (2) (% vastanutest)



Joonis 2.2.3. Kodumaiste toidukaupade omadused aastatel 2004-2007 (2)

## 2.3. Kodumaise ja imporditud toidukauba eristatavus ostmisel

Toidukaupade valik kaubanduses on tarbija soovide kohaselt mitmekesine, kohalike tootjate toodangule lisaks pakub kaubandus vaheldust ja alternatiive importkaupade näol. Eesti tarbija eelistab kindlalt impordile kodumaist, kuid ostuotsust mõjutavad päritolumaast enam toidukauba värskus, maitse ja kvaliteet. Alates 1999. aastast on tarbijate valiku keerukust kodumaise-importkauba vahel selgitatud küsimusega, kas ostmisel on lihtne või keeruline vahet teha kodumaise ja imporditud toidukauba vahel. Tulemused on esitatud tabelis 2.3.1 ja joonistel 2.3.1-2.3.2).

Tabel 2.3.1. Kodumaise ja imporditud toidukauba eristatavus ostmisel: lihtsus või keerulisus kauba päritolu määramisel (% vastanutest)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
lihtne	33	32	30	21	34	16	22	19	<b>10</b>
mitte alati lihtne	60	61	63	67	60	66	64	70	<b>76</b>
raske	3	4	5	8	4	10	10	7	<b>9</b>
ei oska öelda	4	3	2	4	2	8	4	4	<b>5</b>

Uuringu tulemuste järgi tõdes kokku 85% vastanutest, et kodumaiste ja imporditud toidukaupade eristamine pole mitte alati lihtne (76%) või on see raske (9%), kusjuures oluliselt (+6%-punkti) on kasvanud tarbijate arv, kelle jaoks eristamine pole mitte alati lihtne (2006.a. 70%). Lihtne tundus päritolu määramine vaid 10% vastanutest (2006.a. 19%). Seega kodumaise toidukauba eelistamise vähenemisele on uuringu põhjal kaasa aidanud ka keerulisemaks muutunud eristatavus.

Vanemad (üle 50-aastased), väiksema sissetulekuga ja maal elavad tarbijad kogesid eristamisel enam raskusi võrreldes noorte, jõukamate ja Tallinnas elavate tarbijatega (vt lisa 2.6). Vanemate inimeste suuremad raskused pole aasta jooksul leevendunud, vaid pigem süvenenud. Kui 2006. aastal pidas eristamist lihtsaks 10% ja mitte lihtsaks 87% üle 65-aastastest, siis 2007. aastal vastavalt 7% ja 89%. Kuigi ka tallinlased ja jõukaimad tarbijad olid peamiselt seda meelt, et eristamine ei ole lihtne (mõlemas rühmas 82%), leidis just nende hulgas kõige rohkem inimesi, kelle jaoks probleem puudus. Tallinna elanikest 13% ja jõukaimatest (üle 8000-kroonise sissetulekuga) tarbijatest 16% pidas eristamist lihtsaks. Siinkohal aga meenutagem jõukaimate tarbijate suuremat "ükskõiksust" päritoluma suhtes.

Vastanutel, kes tunnistasid kodumaise ja imporditud toidukauba eristamisel raskusi, paluti märkida, mis muudab selle keeruliseks. Etteantud vastusvariantide hulgast võis valida mitu vastust või sobiva juurde lisada (vt tabel ja joonis 2.3.2).

Peamiseks teguriks, mis muudab toidukauba päritolu määramise keeruliseks, on liiga väikeses kirjas tooteinfo kauba pakendil (71% vastanutest). Probleem on säilinud endisel tasemel, aastaga

ei ole tarbijate hinnangud oluliselt muutunud. Väike ja sageli loetamatu kiri valmistab raskusi eelkõige üle 50-aastastele, pigem maaelanikele ning Kesk- ja Lääne-Eesti elanikele (vt lisa 2.7). Kui tooteinfot õnnestubki lugeda, siis sageli ei saa tarbijad selgust, kust on pärit tooraine, millest toode valmistatud. Tooraine päritolu väljaselgitamine valmistab raskusi igale teisele inimesele (49%), kes koges eristamisel raskusi. Aastaga on olukord veidi paranenud (2006.a. 52%), kuid tarbija tahaks ideaalis omada infot tooraine kohta. Kasutuselolevad erimärgised ei ole seni olnud lahenduseks piisavad, kuna kõik kodumaised tootjad ei pea seda vajalikuks ja kõik tarbijagrupid pole ühtviisi märgistest informeeritud (venekeelne elanikkond). 46% eristamisel raskusi kogunud tarbijatest ei ole pakendil olevast tooteinfost üles leidnud tootjamaad ega tootjakoodi (2006.a. 41%). Probleem on varasemast aktuaalsem.

Tabel 2.3.2. Tegurid, mis muudavad toidukauba päritolu määramise keeruliseks (% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne, võis märkida mitu vastust)

Takistav tegur	2002	2003	2004	2005	2006	2007
pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga	50	66	70	66	72	71
pakendil olevast tooteinfost ei selgu kasutatud tooraine päritolumaa	-	-	-	59	52	49
pakendil olevast tooteinfost ei selgu tootjamaa ja tootja	-	-	-	48	41	46
müüjatel on vähesed teadmised kauba päritolust kodumaiste toidutoodete ja kaubamärkide nimed on võõrapärased	30	34	43	40	41	39
importtoodete nimed ja kaubamärgid on eestipärased	-	21	20	21	18	21
kaupade pakendid ei eristu	-	27	23	24	15	20
müüjad annavad teadlikult valeinformatsiooni	10	7	11	13	11	7
muu	4	4	5	3	4	4

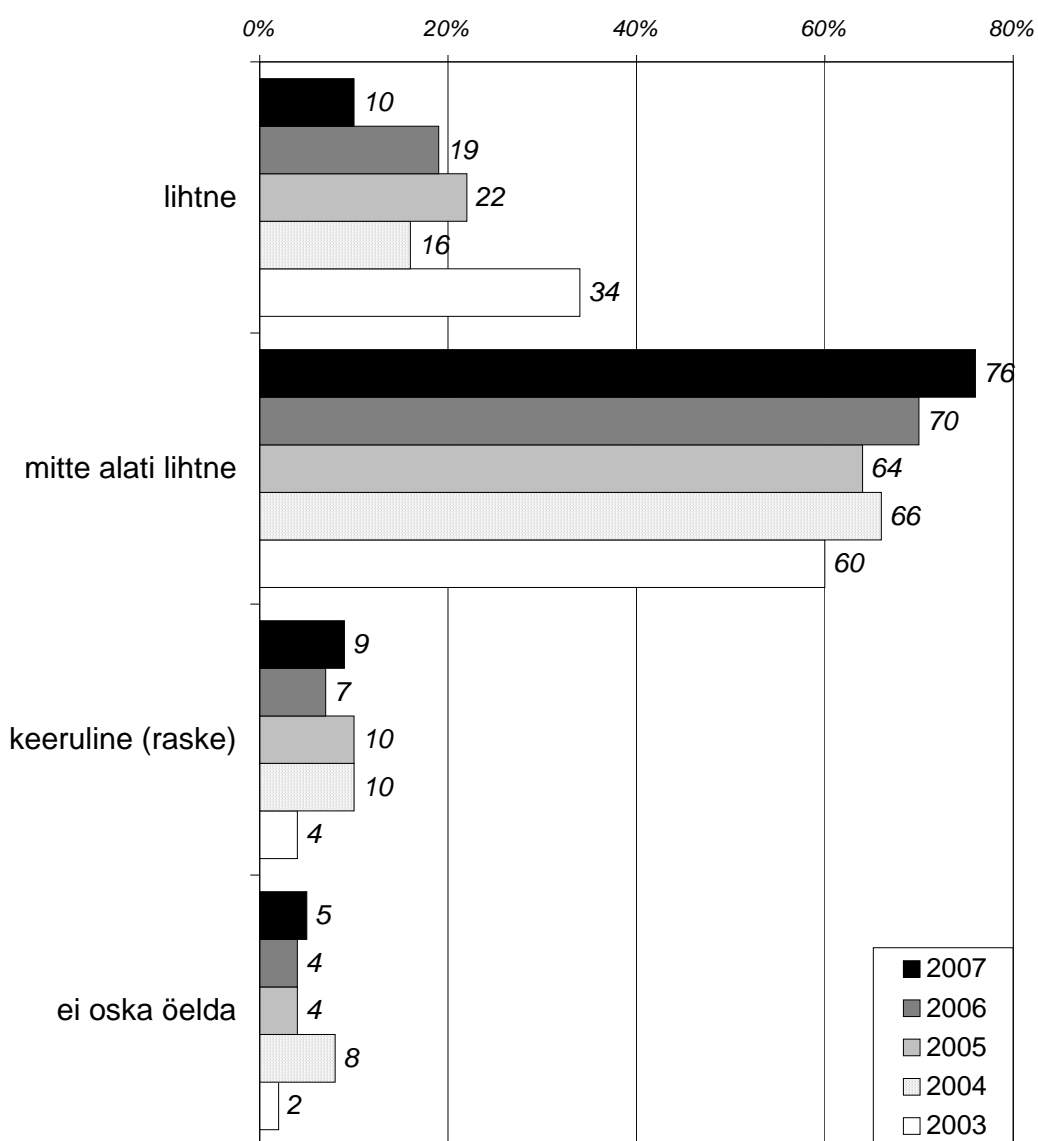
Müüjate teadmised kauba päritolust on veidi paranenud (39%, 2006.a. 41%). Viimaste aastate jooksul on probleemi üle kurtanud eriti Kirde-Eesti ja muust rahvusest (venekeelne) elanikkond. Lisandunud on väiksema sissetulekuga tarbijad (alla 4000 krooni pereliikme kohta kuus), kellele see on tähtis ja kes vajaksid ostuotsuse tegemisel võrreldes jõukamatega rohkem abi. Müüjate poolt teadlikult valeinformatsiooni andmisesse uskus vaid 7% raskusi kogunud tarbijatest, Kirde-Eestis aga 16%. Probleemi märgiti üldiselt vähem (4%-punkti), kuid tööjõuprobleemid ja usaldamatuse olukord Kirde-Eestis vajaks reageerimist.

Kodumaiste toodete ja kaubamärkide võõrapäraste nimede üle kurtis iga neljas eristamisel raskustes olnud tarbija (25%) ja pakendite visuaalse sarnasuse üle iga viies (20%, suurenenud aastaga 5%-punkti). Iga viies raskusi kogunud tarbija märkis ka importtoodete nimede ja kaubamärkide eestipärasust (21%), mis teeb eristamise veelgi segasemaks.

Muude eristamist keerukamaks muutvate teguritena märkisid vastanud (4%) peamiselt keeleprobleemi: puudub venekeelne tooteinfo või see on kinni kaetud eestikeelsega. Esines ka juhtumeid, kus kaubal eestikeelne info täiesti puudus. Teise suurema vastuste rühma moodustas valeinformatsioon: tarbija ei saa aru, kui eesti toode on valmistatud mujal riigis, kaubakettide nn *privat label* toodetel puudub info tootja ja tooraine päritolu kohta, tõlkevead jms. Kolmandaks rühmaks võib tuua teeninduskvaliteedi probleemid: müüjad on ebasõbralikud, kliendid ei julge

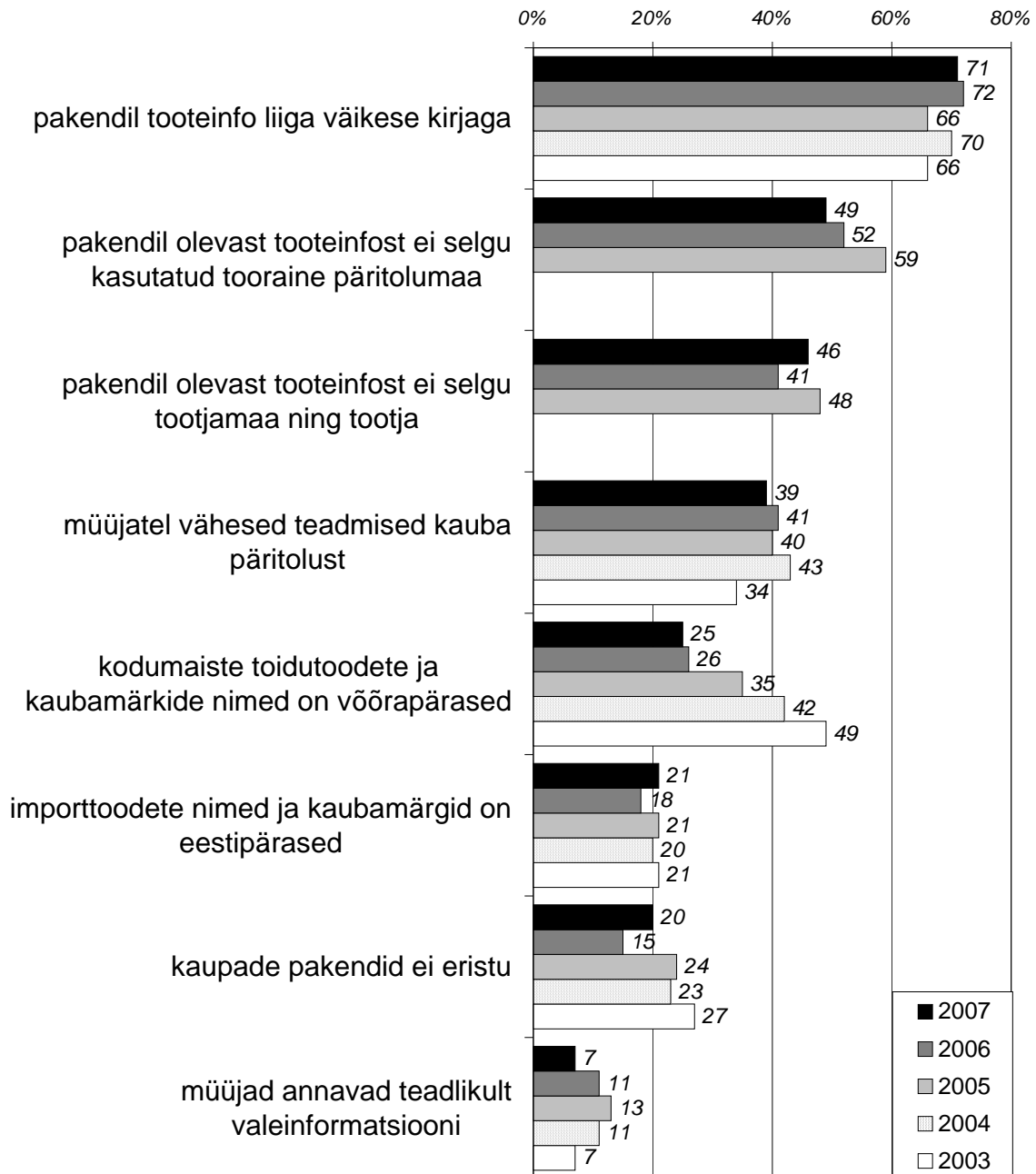
pöörduda, müüjat ei huvita klient, pole kelleltki küsida, sest müüjaid lihtsalt pole müügisaalis. Mõned tarbijad soovitasid EL arvamusest hoolimata eristada kodumaist kaupa impordist paigutades need kaupluses eraldi lettidele või riiulitele või siis üldse loobuda eristamisest, kuna kaup on põhimõtteliselt sarnane (nt juurviljad, linnuliha).

## Kas Teie arvates on ostmisel lihtne või keeruline vahet teha kodumaise ja imporditud toidukauba vahel? (% vastanutest)



Joonis 2.3.1. Kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine ostmisel aastatel 2003-2007

## Kui kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine pole lihtne, siis mis muudab selle keeruliseks? (% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne)



Joonis 2.3.2. Põhjused, miks kodumaise toidukauba eristamine importkaubast on keeruline aastatel 2003-2007

## 2.4. Toidukaupade päritolumaad ja tarbija usaldus

Miks usaldavad tarbijad teatud maade toidukaupu ja teatud maade omi mitte – sellele küsimusele tuleb vastust otsida kultuurist, ajaloolistest sidemetest, maa kuvandist ja isiklikest kogemustest-kokkupuudetest. Usaldus on subjektiivne näitaja, mis varasemate uuringute järgi võib tõsta või langetada läve toidukaupade ostmisel. Alates 2005. aastast on ostueelistuste uuringutes sisaldunud küsimus, millise maa toidukaupu tarbija usaldab julgesti osta. Ka 2007. aastal palusime elanikel vastata samale küsimusele ja märkida, kas usaldatakse kõiki toidukaupu, üksikuid toidukaupu, ei usaldata mitte ühtegi või ei osata tarbimiskogemuse puudumise tõttu hinnangut anda. Riikide loetelu sisaldas maid, kust Eestisse toidukaupu sisse tuuakse: Põhjamaad, Läti, Leedu, Poola, Holland, Saksamaa, Ameerika Ühendriigid, Venemaa, Prantsusmaa, Ukraina ja Euroopa Liit. Viimane lisati nimekirja, kuna kaupluste lettidel võib üha sagedamini kohata kaupu, millel tootjamaana pakendil kirjas Euroopa Liit.

Usaldusväärsemad importtoidukauba tootjamaad on endiselt Põhjamaad, Läti, Leedu ja Saksamaa (vt tabel 2.4.1, joonis 2.4.1-2.4.2). Tarbijad usaldavad mitte valimatult kõiki nimetatud riikidest pärit toidukaupu, vaid üksikuid kaupu. Nimetatud tendents kehtib kõigi vaadeldud riikide kohta, v.a Prantsusmaa ja Ameerika Ühendriigid, kus sagedasimaks vastuseks oli “pole tarbinud, ei oska öelda”. Selline valiv käitumine ei ole aasta jooksul muutunud. Ei ole muutunud ka lähiriikide toidukaupade suurema usaldamise seaduspära (Põhjamaad, Läti, Leedu) ning identiteedi kinnitamine toidukaupade ostmise kaudu venekeelsel elanikkonnal (Venemaa, Ukraina). Kuna suuri muutusi maade usaldatavuses seoses toidukaupade ostmisega pole aastaga toimunud, näitab see, et kodumaiste toidukaupade eelistamise langus ja üksikõiksete tarbijate arvu kasv on pigem tagajärg kodumaiste toidukaupade hinnatõusule ja tarbijad on “solvunud”, mitte aga pole suurenenud huvi mingi kindla riigi importtoodete vastu.

Kõige enam usaldavad tarbijad Läti toidukaupu – 84% vastanutest (27% kõiki + 57% üksikuid), seejärel tulevad Põhjamaad – 78% (32% kõiki + 46% üksikuid), mille üksikute toidukaupade usaldamine langes 4%-punkti. Leedu toidukaupu usaldas 76% vastanutest ja Saksamaa kaupu 70%, mis on samal tasemel 2006. aastaga.

Venemaa toidukaupu usaldas 67% (12% kõiki + 55% üksikuid) ja ei usaldanud 13% vastanutest. Ameerika Ühendriikide ja Prantsusmaa toidukaupade puhul oli endiselt sagedasimaks vastuseks – pole tarbinud ja ei oska öelda (vastavalt 55% ja 49%), usaldatavus aga vastavalt 26% ja 46%. Teadmatus ja kogemuse puudus on suurenenud eriti just Ameerika Ühendriikide toidukaupade osas. Prantsusmaa toidukaupade usaldatavus oli 2006. aasta tasemel. Tagasihoidlikuma usalduse põhjuseks on tarbimiskogemuse puudumine, sest kaupu ei usalda vaid 5% vastanutest.

Ameerika Ühendriikide ja Poola toidukaupade suhtes on tarbijad meelestatud kõige kahtlevamalt. Poola kaupu usaldab osta 53% (5% kõiki + 48% üksikuid), kuid ei usalda 24%. Ameerika Ühendriikide kaupu usaldab osta vaid 26%, tõrjuvalt on meelestatud 19% tarbijaist. Poola toidukaupade tarbimises esineb negatiivset suhtumist rohkem, mis näitab tarbijate rahulolematust. Tõenäoliselt ei suuda tarbijad ka kõiki Poola toidukaupu teistest eristada, näiteks

sageli peetakse rahvusvaheliste suurkontsernide toodangut saksa või hollandi tooteks, kuid tegelikult on need toodetud Poolas. Poola toidukaubal püsib endiselt odava ja ebakvaliteetse kuvand.

Tabel 2.4.1. Toidukaupade päritolumaad ja tarbijate usaldus rahvuse lõikes (% vastanutest, järjestatud kõikide toidukaupade usalduse järgi)

Toidukauba päritolumaad	Rahvus	Usaldan kõiki toidukaupu			Usaldan üksikuid toidukaupu			Ei usalda mitte ühtegi			Pole tarbinud, ei oska öelda		
		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Põhjamaad (Soome, Rootsi, Taani, Norra)	kokku	28	32	32	51	50	46	4	4	3	17	14	19
	eestlased	31	34	36	49	48	46	3	3	2	17	15	16
	muu	18	28	22	57	54	46	8	5	7	17	13	25
Läti	kokku	21	27	27	60	56	57	4	4	3	15	13	13
	eestlased	20	24	25	60	57	58	4	4	3	16	15	14
	muu	23	33	31	61	54	55	4	4	3	12	9	11
Leedu	kokku	18	24	24	55	53	52	5	5	4	22	18	20
	eestlased	16	19	21	53	52	52	6	6	4	25	23	23
	muu	23	33	32	61	54	50	3	4	4	13	9	14
Saksamaa	kokku	16	21	21	52	49	49	7	8	6	25	22	24
	eestlased	14	20	20	51	47	48	7	7	6	28	26	26
	muu	20	25	23	57	52	51	4	7	6	19	16	20
Holland	kokku	10	14	14	46	44	46	7	10	7	37	32	33
	eestlased	9	14	14	45	43	45	6	8	6	40	35	35
	muu	13	14	14	48	45	47	9	15	10	30	26	29
Valmistatud EL-s*	kokku	-	-	13	-	-	58	-	-	5	-	-	24
	eestlased	-	-	14	-	-	57	-	-	6	-	-	23
	muu	-	-	13	-	-	57	-	-	5	-	-	25
Venemaa	kokku	9	11	12	59	58	55	14	13	13	18	18	20
	eestlased	3	6	4	54	52	53	19	16	17	24	26	26
	muu	23	20	29	71	72	61	3	5	4	3	3	6
Prantsusmaa *	kokku	-	11	11	-	36	35	-	7	5	-	46	49
	eestlased	-	10	12	-	33	35	-	5	4	-	52	49
	muu	-	11	9	-	42	36	-	10	6	-	37	49
Ukraina	kokku	6	8	7	50	49	50	17	14	13	27	29	30
	eestlased	4	6	5	45	42	44	19	15	14	32	37	37
	muu	14	13	12	64	62	64	13	14	11	9	11	13
Poola	kokku	4	6	5	50	49	48	22	26	25	24	19	22
	eestlased	4	6	6	49	52	53	22	20	18	25	22	23
	muu	5	4	2	52	43	38	23	40	40	20	13	20
Ameerika Ühendriigid	kokku	4	4	4	29	27	22	19	21	19	48	48	55
	eestlased	4	5	5	29	26	25	16	14	14	51	55	56
	muu	3	3	2	28	28	17	30	35	30	39	34	51

\* Prantsusmaa toidukaupade usaldusväärst küsiti 2006. aastal esimest korda ja EL-is valmistatu kohta esimest korda 2007. aastal.

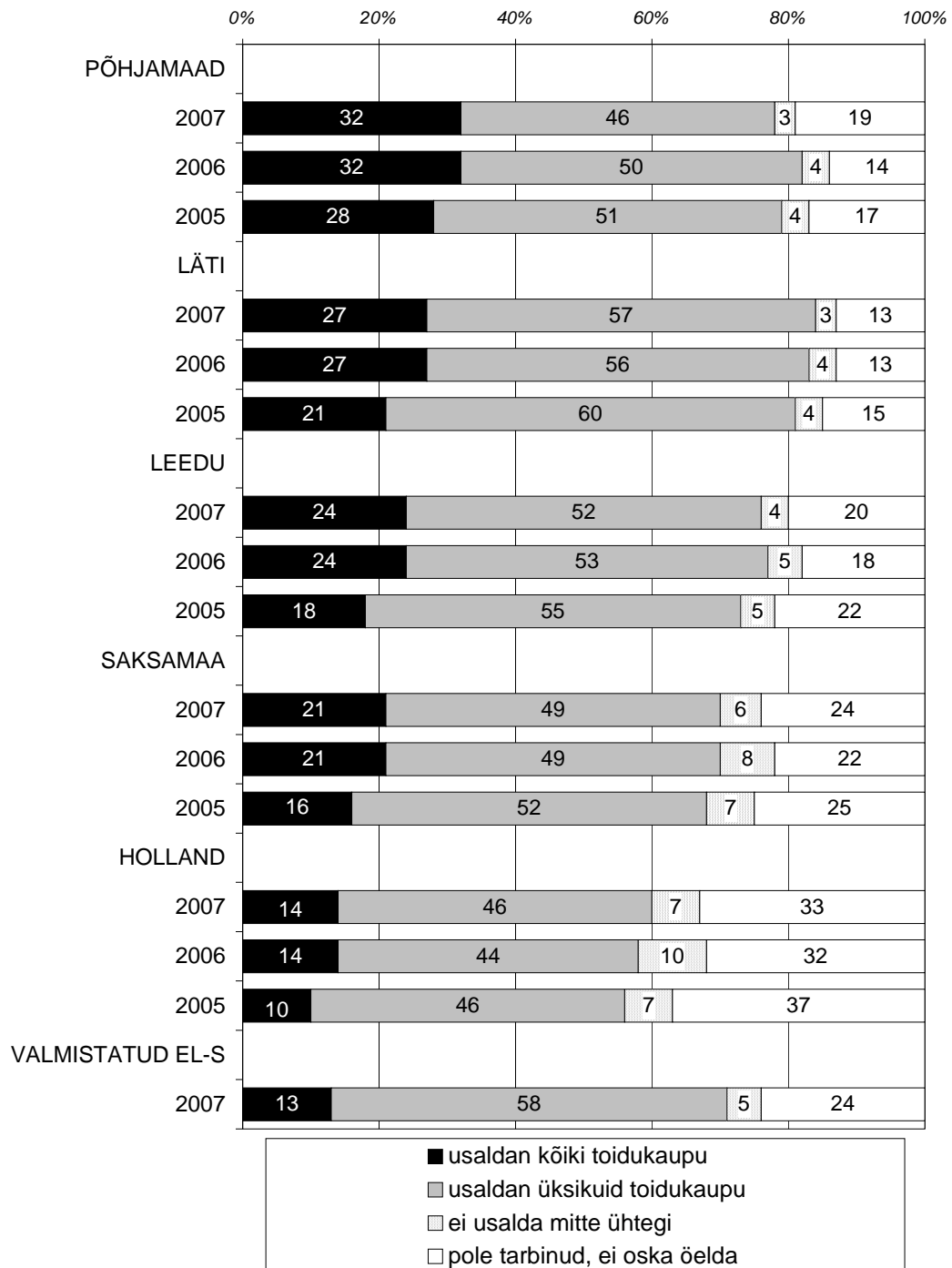
Vastuvõtlikkus erinevate maade toidukaupadele sõltub tarbija kultuuri- ja keelekeskkonnast ning identiteedist (eesti, vene). Sarnaselt kahe viimase aastaga, oli usaldus põhjamaade toidukaupade suhtes suurem eestlastel, läti ja leedu toidukaupa usaldasid aga enam muud rahvused (vt lisa 2.12). Arvestades nii kõikide kui üksikute toidukaupade usaldajaid, usaldasid eestlased rohkem põhjamaade (82%), läti (83%) ja leedu (73%) toidukaupu, muud rahvused aga venemaa (90%), läti (84%), leedu (82%), ukraina (76%) ja saksamaa (74%) toidukaupu. Eestlastest usaldas venemaa toidukaupu 57% ja ukraina toidukaupu 49% vastanutest. Protsendid ei ole aasta jooksul oluliselt muutunud, st poliitilised sündmused ei ole usaldusväärse hinnangut mõjutanud. Euroopa Liidus valmistatud toodangu suhtes on usaldus eri rahvusgruppides sarnane: eestlastel 71% ja muudel rahvustel 70%.

Vanemad tarbijad eelistavad ja tarbivad rohkem kodumaist toidukaupa, mis avaldub vähesemas tarbimiskogemuses sissetoodud kaupadega ja vähesemas importkaupade usaldamises (vt lisa 2.12 ja tabel 2.4.2). Tendents on püsitud aastaid ja avaldub üle 50-aastaste tarbijate ostukäitumises. Alla 30-aastased on seevastu suhteliselt vastuvõtlikumad põhjamaade, hollandi, saksamaa, euroopa liidu, prantsusmaa ja ameerika ühendriikide toidukaupadele, kuigi viimase kahe maa osas on usalduse protsendid kõikides vanusegruppides väga väikesed. Noored armastavad kogeda muutusi, reisivad sagedamini ja on saanud toidukogemusi mujalt. Vanemad tarbijad püsivad enam harjumuspärasel ja teisalt ka sissetulekute suurus asetab piirid uute kaupade proovimisele. 30-49-aastaste vanusegrupis on usaldus kõikide vaadeldud riikide toidukaupade vastu Eesti keskmisest tasemest tunduvalt kõrgem, samuti on see vanuserühm vabam oma eelistuste elluviimisel suuremate rahaliste võimaluste tõttu.

Tabel 2.4.2. Toidukaupade päritolumaad ja tarbijate usaldus vanuse lõikes 2007. a. (“usaldan kõiki” + “usaldan üksikuid toidukaupu” - % vastanutest)

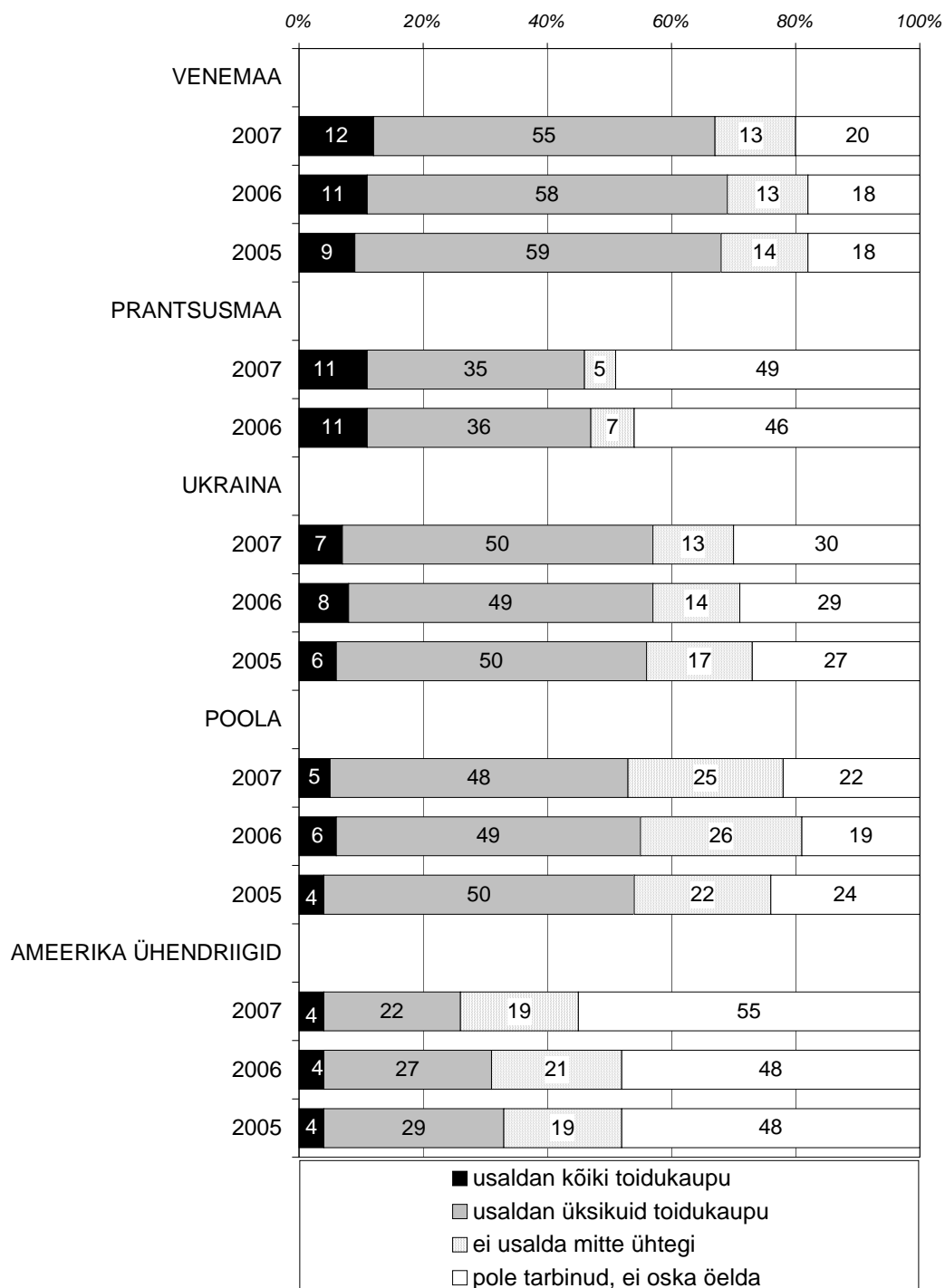
	KÕIK	18-29 aastat	30-49 aastat	50-64 aastat	üle 65 aasta
Läti	84	83	87	81	79
Põhjamaad	78	80	85	72	66
Leedu	76	71	82	73	72
Euroopa Liit	71	78	77	65	52
Saksamaa	70	73	77	64	56
Venemaa	67	70	70	65	56
Holland	60	61	66	54	48
Ukraina	57	56	60	58	49
Poola	53	51	58	47	58
Prantsusmaa	46	53	51	39	31
Ameerika Ühendriigid	26	31	29	20	19

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta? (1) (% vastanutest)



Joonis 2.4.1. Toidukaupade päritolumaad ja tarbija usaldus aastatel 2005-2007 (1)

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta? (2) (% vastanutest)



Joonis 2.4.2. Toidukaupade päritolumaad ja tarbija usaldus aastatel 2005-2007 (2)

## 2.5. Kodumaise- ja importkauba osatähtsus elanike toiduostudes kaubagrupiti

Lisaks üldisele toidukaupade ostueelistusele päritolu järgi, on alates 1996. aastast selgitatud kodumaiste ja välisriikidest sissetoodud toidukaupade osatähtsust kaubagruppides, milles esineb kaubanduse sortimendis nii kodumaine kui importtoodang. Elanikel paluti hinnata kodumaiste ja importkaupade osatähtsust oma toidukauba ostudes skaalal: ainult kodumaised, peamiselt kodumaised, enam-vähem võrdselt, peamiselt import, ainult import, ei oska öelda ja ei tarbi või ei osta üldse. Järgnev tabel annab ülevaate ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmise osakaalust ja selle muutumisest tarbijate endi subjektiivsete hinnangute alusel (vt tabel 2.5).

Tabel 2.5. Kodumaise toidukauba ostmine aastatel 1996-2007 (% vastanutest, kes ostavad ainult + peamiselt kodumaist toidukaupa\*)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
suitsuvorst, sink	95 (74)	96 (79)	96 (77)	97 (78)	96 (74)	96 (73)	94 (69)	94 (67)	91 (65)	91 (63)	90 (62)	88 (57)
jogurt	62 (34)	71 (43)	72 (46)	81 (55)	85 (58)	85 (59)	81 (54)	84 (55)	81 (56)	82 (53)	83 (52)	81 (48)
jahu ja tangained	70 (47)	72 (44)	70 (23)	70 (44)	75 (43)	73 (43)	77 (46)	82 (47)	80 (46)	80 (46)	82 (46)	81 (45)
kartul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93 (75)	87 (68)	80 (64)
juust	93 (72)	94 (70)	94 (68)	93 (72)	93 (69)	94 (63)	88 (56)	86 (47)	81 (43)	87 (40)	80 (35)	79 (30)
majonees	72 (46)	79 (28)	79 (54)	84 (57)	83 (54)	86 (59)	86 (56)	83 (51)	84 (56)	85 (54)	83 (52)	78 (47)
jäätis	58 (30)	64 (31)	70 (36)	79 (43)	82 (44)	81 (44)	80 (43)	78 (38)	80 (44)	78 (40)	78 (40)	72 (36)
linnuliha	62 (39)	58 (36)	53 (32)	55 (34)	60 (33)	59 (34)	61 (37)	63 (35)	67 (38)	73 (42)	68 (40)	70 (37)
küpsised, keeksid, koogid	55 (26)	58 (27)	64 (29)	71 (40)	74 (40)	70 (35)	72 (33)	70 (30)	69 (30)	67 (27)	65 (27)	66 (27)
värske köögivili	85 (60)	84 (59)	80 (47)	82 (52)	80 (50)	84 (51)	82 (48)	74 (35)	67 (33)	78 (41)	63 (29)	61 (26)
mineraalvesi (lauavesi)	-	68 (45)	64 (42)	67 (43)	65 (37)	65 (41)	62 (37)	60 (30)	59 (32)	62 (30)	60 (35)	60 (33)
toiduõli	-	-	-	-	-	48 (23)	58 (31)	61 (29)	63 (34)	66 (37)	63 (35)	57 (29)
õlu	79 (54)	83 (56)	-	-	-	-	71 (52)	65 (42)	65 (43)	60 (36)	62 (41)	56 (35)
kommid, šokolaad	51 (25)	56 (27)	60 (29)	64 (30)	66 (30)	61 (30)	64 (26)	62 (22)	58 (23)	55 (18)	58 (22)	55 (20)
kalatooted	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50 (19)
mahlad	52 (29)	51 (29)	51 (26)	55 (28)	61 (33)	58 (32)	59 (31)	51 (23)	50 (22)	62 (31)	55 (25)	48 (19)
keedised, moosid	-	-	-	-	-	69 (49)	52 (37)	46 (29)	48 (28)	71 (50)	58 (36)	45 (27)
viin	69 (45)	69 (45)	-	-	-	-	60 (42)	60 (39)	53 (34)	50 (30)	45 (29)	43 (26)
makaronitooted	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42 (15)	39 (13)	32 (11)
värske puuvili	31 (14)	29 (14)	19 (10)	24 (12)	32 (15)	32 (15)	40 (17)	29 (11)	23 (9)	39 (17)	18 (7)	22 (8)

\* ainult + peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjate osakaal, sulgudes on toodud ainult kodumaiseid toidukaupu eelistavad ostjad

Valdavalt eelistatakse kodumaiseid toidukaupu sissetooduile. Kuid kodumaise kauba eelistamine on inimeste endi hinnangu järgi vähenenud, muutus oli oluline 15-s kaubagrupis 20-st uuritust: suitsuvorstid ja singid, kartul, majonees, jogurt, juust, jäätis, linnuliha, värske köögivilja, toiduõli, õlu, keedised ja moosid, kommid ja šokolaadid, mahlad, viin ja makaronitooted. Nii paljudes tootegruppides ei ole varem kodumaise eelistamine vähenenud, kui 2007. aastal.

Kodumaiste toodete ostjate osakaal oli 2007. aastal suurim sinkide ja suitsuvorstide puhul, kus ainult või peamiselt kodumaist kaupa ostis 88% vastanutest, järgnesid jogurtid (81%), jahu ja tangained (81%), kartulid (80%), juustud (79%) ja majoneesid (78%). Suitsuvorstide, sinkide, jogurti ja juustude puhul on vähenenud ainult kodumaise kauba ostjate arv (vastavalt -5%, -4% ja -5%-punkti), kartulite ja majoneeside puhul nii ainult kodumaiste (vastavalt -7% ja -5%-punkti) kui peamiselt kodumaiste toodete ostjate arv (-4% ja -5%-punkti). Jahu ja tangainete rühmas ei ole aasta jooksul toimunud märkimisväärseid muutusi, viimase viie aasta tase säilib. Juustude osas näib jätkuvat 2006. aastal alanud tendents osta kodumaise kõrval toidulauale imporditud juustu, mida on soodustanud hinnavahe vähenemine ja importjuustude mitmekesisem maitse. Kodumaiste kartulite tagasihoidlikumat ostmist saab endiselt põhjendada suurtes toidukauplustes (ketikauplustes) pakutavaga – müüakse importi, kuna kodumaise kvaliteet kas ei rahulda või on hind kallim. Kodumaistele majoneesidele ja jogurtitele lisaks on hakatud rohkem ostma importi, mille üheks põhjuseks võib olla importtoodete aktiivsete reklaamikampaaniate mõju.

Kodumaise jäätise, toiduõli, õlle ostjate hulk on vähenenud 6%-punkti (73%, 57% ja 56%), eesti keediste ja mooside ning mahlade ostjate arv 7%-punkti (45% ja 48%). Jäätise ja toiduõli puhul on hakatud kodumaise kõrvale ostma rohkem importi, õlle puhul on ostjate hulk vähenenud. Moose ja mahlu on inimesed hakanud ostmise asemel jälle rohkem ise valmistama.

Makaronitoodete osas oli tarbijate sagedasim vastus – ostetakse võrdselt nii kodumaist kui importtoodangut. Siin on pigem tegemist sellega, et tarbijad ei suuda eestikeelsete pakendite seas eristada kodumaiseid ja importmakarone ning paljusid importmakarone peetakse kodumaiseks.

Värske köögivilja puhul on vähenenud ainult kodumaise köögivilja ostjate arv (-3%-punkti, 26%), kodumaise köögivilja üldine osakaal ei ole oluliselt langenud (61%, 2006.a. 63%). Peale väikest saaki 2006. aastal ja kõrgeid köögiviljahindu, hakkas 2007. aastal jälle rohkem inimesi ise köögivilja kasvatama.

Kodumaist värsket puuvilja ostis 2007. aastal 22% vastanutest, mis on 4%-punkti kõrgem 2006. aasta tasemest. Sissetoodud puuvilja on siiski eelistatuim – 41% vastanutest ostis ainult importi ja 32% võrdselt kodumaist ja importi. Suured kauplused võtsid sügise- ja talveperioodil varasemast rohkem müüki kodumaist puuvilja, mis peegeldub nüüd uurimistulemustes. Muutus on toimunud nende tarbijate käitumises, kes ostsid varem võrdselt kodumaist ja importi.

Kodumaist linnuliha ostis 2007. aastal 70% vastanutest, mis on samal tasemel 2006. aastaga (68%). Vaatamata haiguspuhangule Talleggis ja kanade hukkamisele, püsivad kohalikud tarbijad suhteliselt lojaalseina ja võimalusel valivad kodumaise. Ainult kodumaist linnuliha ostis võrreldes 2006. aastaga vaid 3%-punkti vähem tarbijaid. Ka siin võib osa tarbijaid kodumaise broileri suurimat konkurenti, Rannamõisa kaubamärgiga toodet, pidada kodumaiseks.

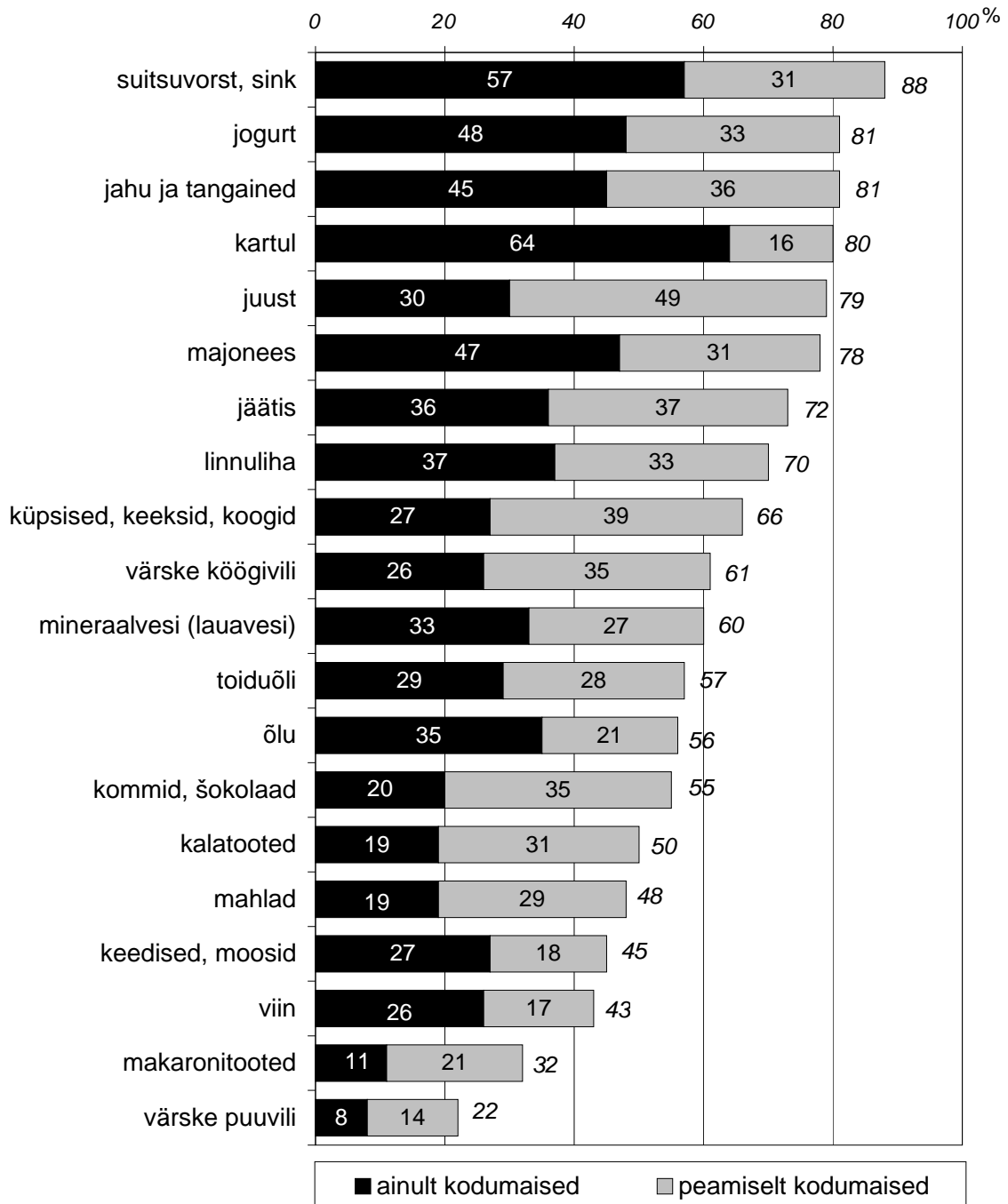
Kodumaist viina ostis 43% vastanutest, sealjuures 26% ainult kodumaist, 2006. aastal vastavalt 45% ja 29%. Väike langus on toimunud ainult kodumaise viina ostmisel, kodumaise asemel eelistatakse soodsama hinnaga või maitseomadustelt sobivamat importviina (+5%-punkti) ning osa inimesi on viinajoomisest loobunud.

Kodumaiste küpsiste, keekside ja kookide ning mineraalvee ostjate osakaal püsib 2006. aasta tasemel. Kodumaiste kommide ja šokolaadide ostjate arv veidi langes (55%-punkti, langus -3%-punkti). Kuna Kalevi kommivabrik on muutnud tarbijale ootamatult šokolaadikommide suurust ja pakendit (avatavus) ning kuna tarbijad on küllalt konservatiivsed, siis tõenäoliselt täidavad just Läti ja Ukraina kommitootjad tekkinud tühimiku pakkudes soodsa hinnaga traditsioonilist ja harjumuspärast.

Tarbijate ostuvalikuid mõjutasid kõige rohkem keelekeskkond-rahvus, elukoht, vanus ja sissetulekute suurus (vt lisa 2.11, joonis 2.5.4 ja 2.5.5). Ostukäitumise ja identiteedi vaheline seos on väga tugev. Nii on eestlastest kodumaiste toidukaupade ostjaid oluliselt rohkem juustude, jogurtite, jäätiste, toiduõli, suitsuvorstide ja sinkide, jahu ja tangainete, keediste, mahlade, mineraalvee, õlu ja viina puhul. Vaid kodumaist kartulit ostavad muud rahvused Eesti keskmisest tasemest märgatavalt enam. Rahvuslikud ja sissetulekute eripärad avaldusid ka piirkondlikult. Kirde-Eestis eelistasid tarbijad keskmisest enam kodumaiseid kalatooteid, makaronitooteid, komme ja šokolaadi, värsket puu- ja köögivilja ning kartulit ja kohalikku laua- või mineraalvett. Lääne- ja Lõuna-Eesti tarbijate ostudes oli kodumaisel kaubal suurem osakaal võrreldes impordiga. Näiteks Lääne-Eesti tarbijad eelistasid keskmisest enam kodumaist toiduõli, kalatooteid, suitsuvorste ja sinke, jahu ja tangaineid, makaronitooteid, moose, mahlu, mineraalvett, õlut ja viina. Väikelinnade ja maakohtade elanikud eelistavad endiselt enam kodumaiseid tooteid võrreldes Tallinna ja teiste suuremate Eesti linnade elanikega.

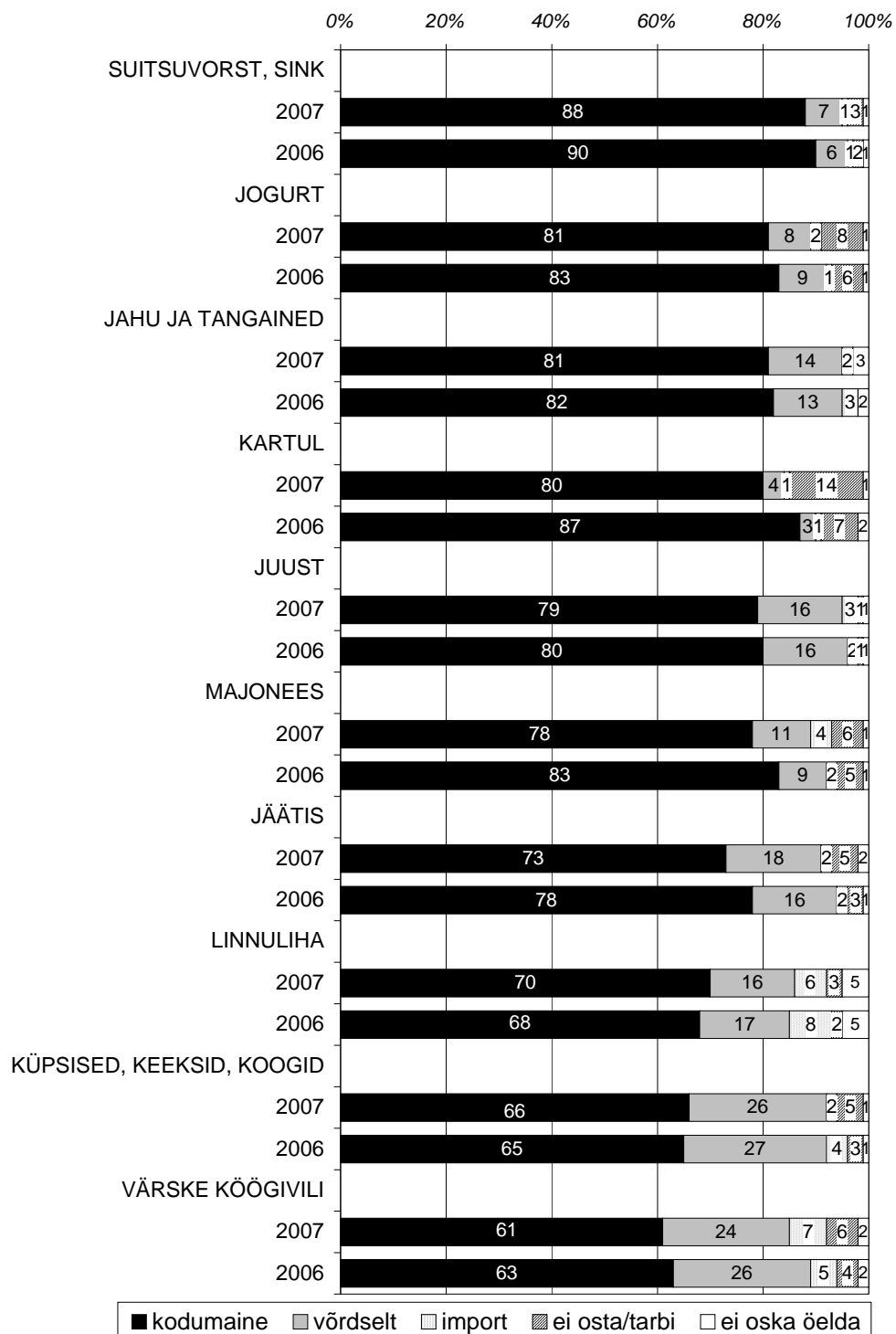
Sissetulekute suurus on oluline ostuotsuse mõjutaja. Näiteks madalaima sissetulekugrupi (alla 2001 krooni pereliikme kohta kuus) tarbijate ostudes oli suurem kodumaiste suitsuvorstide, sinkide, majoneeside, lauavee, toiduõli, kalatoodete, mahlade, makaronitoodete ja puuviljade osakaal. Jõukamatel (üle 8000-kroonise sissetulekuga) aga kodumaise kartuli, juustu, jäätise, linnuliha, kommide ja šokolaadi, mooside, õlle ja viina osakaal.

## Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes (% vastanutest)



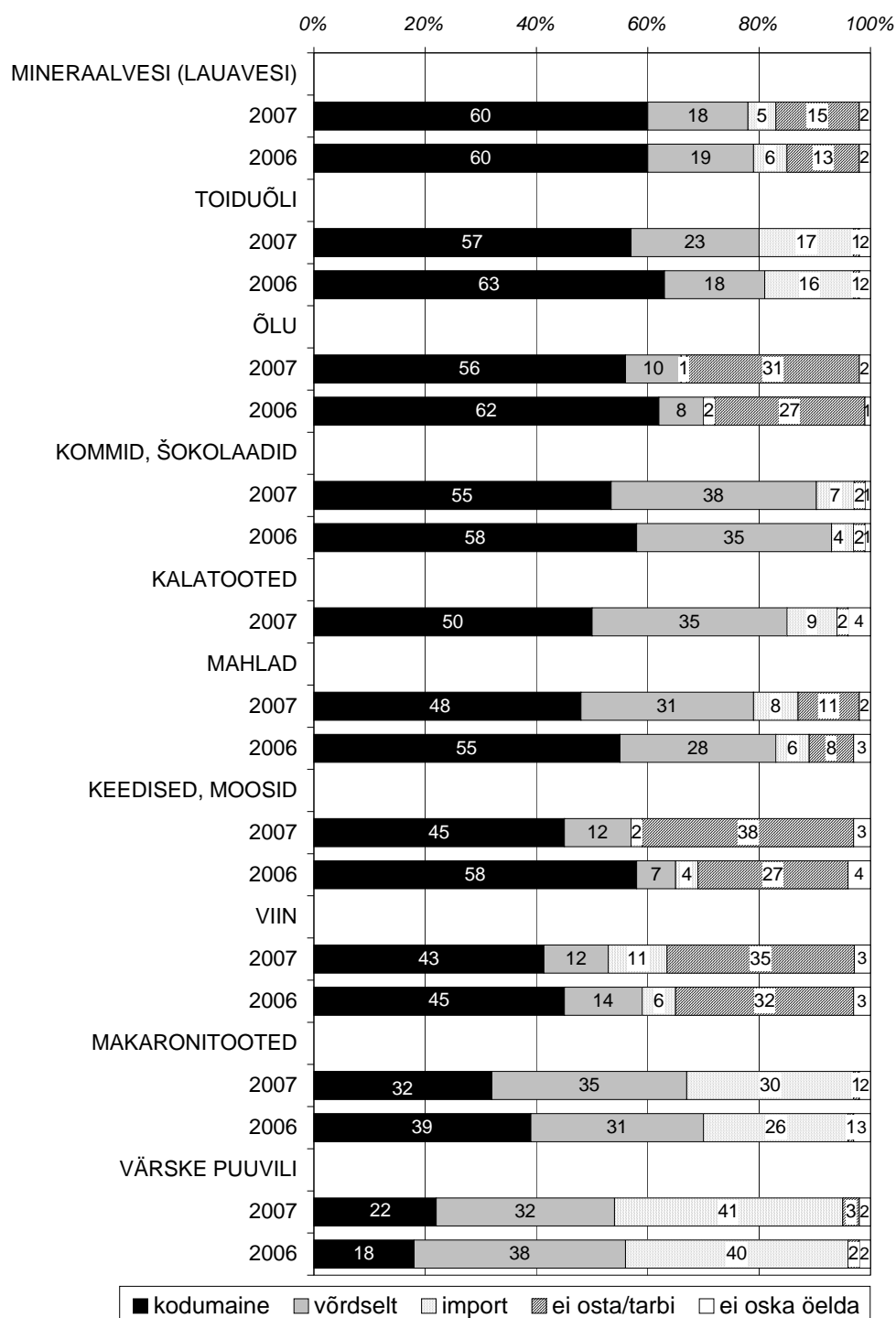
Joonis 2.5.1. Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes aastal 2007

## Kodumaiste ja importkaupade osatähtsus toidukauba ostudes 2006-2007 (1) (% vastanutest)



Joonis 2.5.2. Kodumaiste ja importtoidukaupade osatähtsus ostudes aastatel 2006-2007 (1)

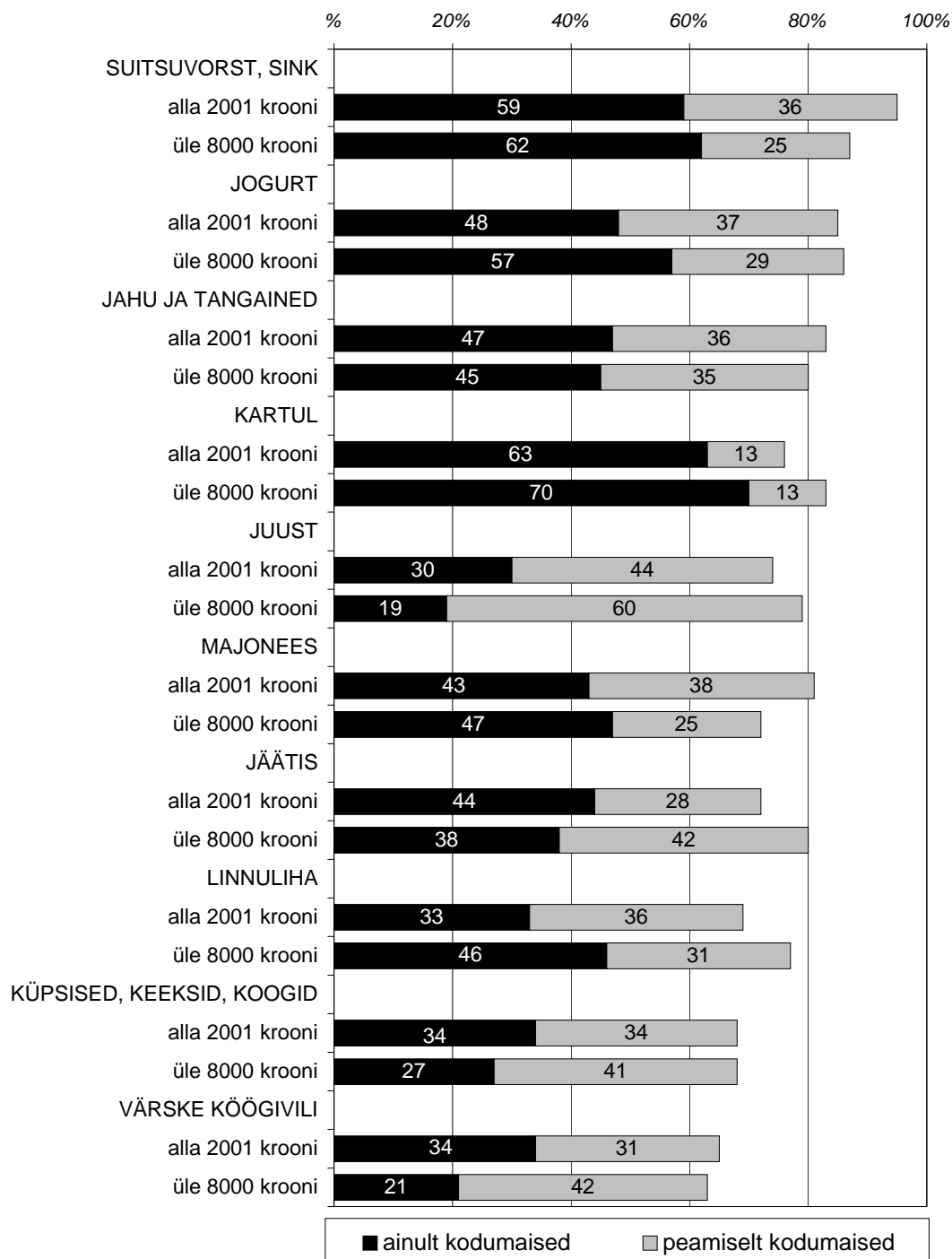
## Kodumaiste ja importkaupade osatähtsus toidukauba ostudes 2006-2007 (2) (% vastanutest)



Joonis 2.5.3. Kodumaiste ja importtoidukaupade osatähtsus ostudes aastatel 2006-2007 (2)

## Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes sissetulekute lõikes (1)

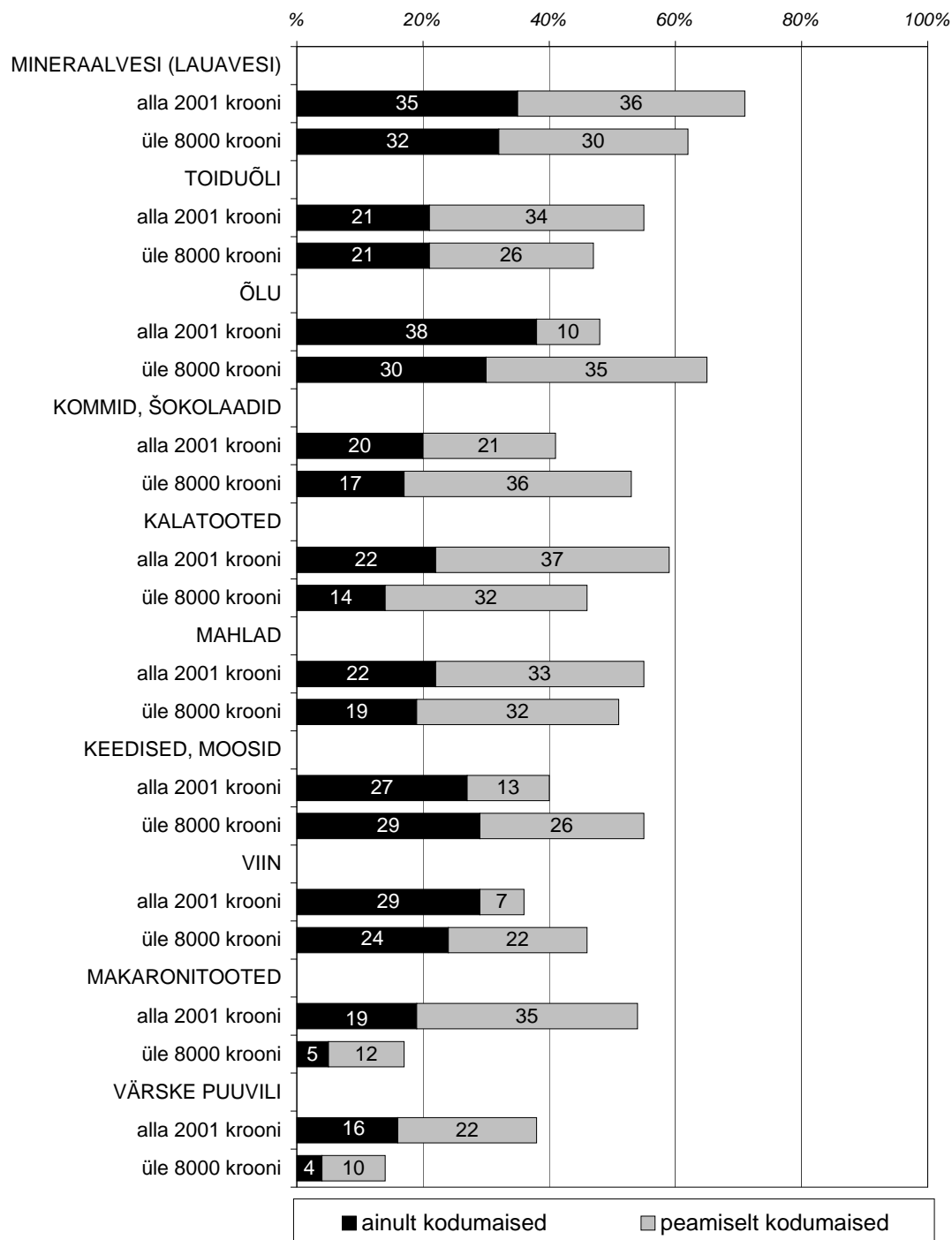
(% vastanutest madalaimas ja kõrgeimas sissetulekugrupis)



Joonis 2.5.4. Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes kõrgeimas ja madalaimas sissetuleku grupis (1)

## Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes sissetulekute lõikes (2)

(% vastanutest madalaimas ja kõrgeimas sissetulekugrupis)



Joonis 2.5.5. Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes kõrgeimas ja madalaimas sissetuleku grupis (2)

## 3. TARBIJATE HINNANGUD KODUMAISTE TOIDUKAUPADE VALIKULE JA KVALITEEDILE

### 3.1. Kodumaiste toidukaupade valik

Hoolimata asjaolust, et tarbijal on järjest keerulisem vahet teha kodumaise ja sissetoodud toidukauba vahel, on Eesti tootjatel oluline saada oma tegevuse kohta tarbija tagasisidet ja seda lisaks müüginumbritele. Subjektiivne hinnang annab märki tarbija eelistustest ja käitumise muutustest vahel enne käitumises avaldumist. Toidukaupade lai sortiment kuulub tarbija jaoks oluliste ostukoha valikukriteeriumide hulka ja kuna Eesti tarbija eelistab valdavalt kodumaist toodangut, siis järgnevalt analüüsimegi elanike hinnanguid kodumaiste toidukaupade valikule-sortimendile. Tarbijad hindasid valikut 12-nes kaubagrupis kolmeastmelisel skaalal: hea, rahuldav, halb. Kui mõnda kaubagruppi peres ei ostetud, siis selle kohta tehti eraldi märke ja need vastused ei läinud keskmise hinnangu arvutamisel arvesse. Keskmised hinnangud (vt tabel 3.1) on vastusvariantidele omistatud väärtuste (hea=1, rahuldav=2, halb=3) aritmeetilised keskmised. Seega, mida madalam on keskmine, seda enam on tarbija kaubavalikuga rahul.

Tabel 3.1. Kodumaiste toidukaupade valikut heaks hinnante osakaal (% vastanutest ja keskmine hinne pallides)

	Valik on hea											keskmine	
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2006	2007	2006	2007
leiva- ja saiatooted	62	65	64	65	67	72	74	73	76	69	<b>72</b>	1,32	<b>1,29</b>
piim ja piimasaadused	58	66	68	68	66	70	77	70	77	70	<b>69</b>	1,30	<b>1,31</b>
jahu ja tangained	50	55	54	52	55	62	65	62	64	61	<b>64</b>	1,40	<b>1,37</b>
maiustused, kondiitritooted	49	56	56	55	55	60	62	58	63	63	<b>62</b>	1,37	<b>1,38</b>
karastusjoogid, mahlad	59	62	59	57	60	58	59	55	54	60	<b>59</b>	1,37	<b>1,39</b>
kastmed (majoneesid, ketšupid)	-	49	48	45	48	54	46	45	50	50	<b>51</b>	1,51	<b>1,50</b>
liha ja lihasaadused	37	42	47	46	43	46	53	50	60	52	<b>51</b>	1,52	<b>1,52</b>
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	-	-	-	-	-	-	-	35	42	40	<b>37</b>	1,64	<b>1,67</b>
puu- ja köögivilja-konservid	-	-	-	-	28	27	30	25	28	27	<b>29</b>	1,75	<b>1,72</b>
värske köögivili	-	-	-	-	-	-	-	36	36	30	<b>32</b>	1,80	<b>1,75</b>
värske puuvili	-	-	-	-	-	-	-	31	30	26	<b>27</b>	1,93	<b>1,92</b>
kala ja kalasaadused	-	21	26	23	23	26	31	25	32	28	<b>29</b>	1,92	<b>1,94</b>

Leiva- ja saiatooted ning piim ja piimatooted on elanike hinnangul olnud läbi aastate parima valikuga. Kui alates 2004. aastast on parimaks hinnatud piima ja piimatoodete valikut, siis 2007. aastal osutus parimaks leiva- ja saiatoodete valik, mida hindas heaks 72% vastanutest. Hinnang on oluliselt kõrgem (3%-punkti) 2006. aastast. Piima ja piimatoodete valikut hindas heal tasemel olevaks 69% vastanutest, mis pole aastaga praktiliselt muutunud.

Peale leiva-saia, piima- ja piimatoodete hindasid tarbijad heaks ka jahu ja tangainete (64%), maiustuste ja kondiitritoodete (62%) ning karastusjookide ja mahlade valikut (59%). Nimetatud kaubagruppide keskmised hinnangud jäid alla 1,5 palli. Lisaks leiva- ja saiatoodetele on aastaga paranenud tarbijate rahulolu jahu ja tangainete valikuga (3%-punkti).

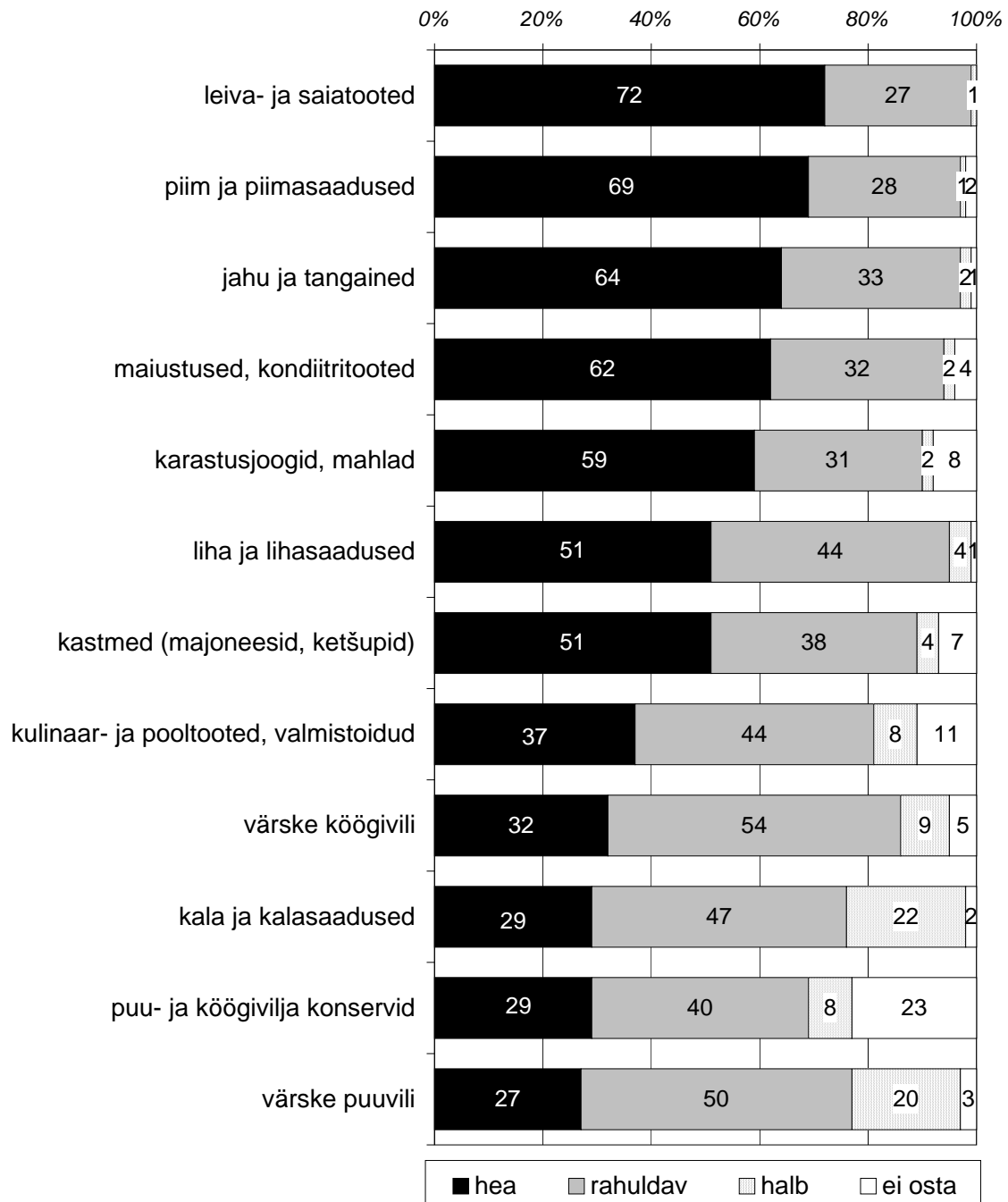
Kastmete, liha ja lihasaaduste, kulinaar- ja pooltoodete ning valmistoitude, puu- ja köögiviljakonservide, värske köögi- ja puuvilja ning kala ja kalasaaduste valikut hinnati rahuldavaks, keskmine hinnang oli vahemikus 1,50-1,94 palli. Kodumaise kala ja kalasaaduste ning värske puuvilja valik oli endiselt tarbijate hinnangul kõige kehvem, iga viies tarbija hindas valikut halvaks (vastavalt 22% ja 20%). Puuviljade osas mõjutab hinnangut kindlasti Eestimaa kliima eripära ehk saagiaeg sügisel, kohalike säilitusvõimaluste piiratus ning vähesem taimekaitsevahendite ja säilitusainete kasutamine ja impordiga võrreldes teised sordid, mistõttu kohalikud puuviljad ei säili sama hästi võrreldes sisetoodutega.

Positiivseks võib pidada 2006. aastal toimunud toidukaupade valiku halvenemise peatumist, hinnangud püsisid üldjoontes 2006. aasta tasemel. Leiva-saia ning jahu ja tangainete valiku hinnangud paranesid, vaid kulinaartoodete ja valmistoitude osas pidasid tarbijad kaubavalikut senisest halvemaks (3%-punkti). Ilmselt pööratakse kaubagrupid muutunud tarbimisharjumuste tõttu varasemast rohkem tähelepanu ja nõudmised kasvavad. Kuid oma mõju oli kindlasti ka valmistoidu suurel hinnatõusul, mistõttu tarbijad tajuvad, et valik on piiratum.

Hinnangud kaubagruppide valikule erinevad sõltuvalt vastaja elukohast, vanusest, haridusest ja sissetulekust (vt lisa 2.9). Üheks piirkondlike erinevuste põhjuseks võivad tõepoolest olla sortimendi erinevused näiteks Tallinna ja maa-asulate kauplustes, kuid see ei ole ainuke põhjus. Kuna toidukaubaostud tehakse rahaliste võimaluste piires, siis mida väiksemad on võimalused, seda kitsam näib tarbijale taskukohaste toodete valik. Nii hindasid alla 4000-kroonise sissetulekuga tarbijad keskmisest vähem heaks piima ja piimatoodete, leiva- ja saiatoodete, maiustuste ja kondiitritoodete, kulinaar- ja pooltoodete ning valmistoitude valikut, mille hind kõrgem või mis on viimasel ajal palju kallinenud. Jõukamad tarbijad (üle 8000-krooni) hindasid aga vastupidiselt piima- ja piimasaaduste, liha ja lihasaaduste, leiva- ja saiatoodete, maiustuste ja kondiitritoodete, karastusjookide ja mahlade ning valmistoitude valikut sagedamini heaks.

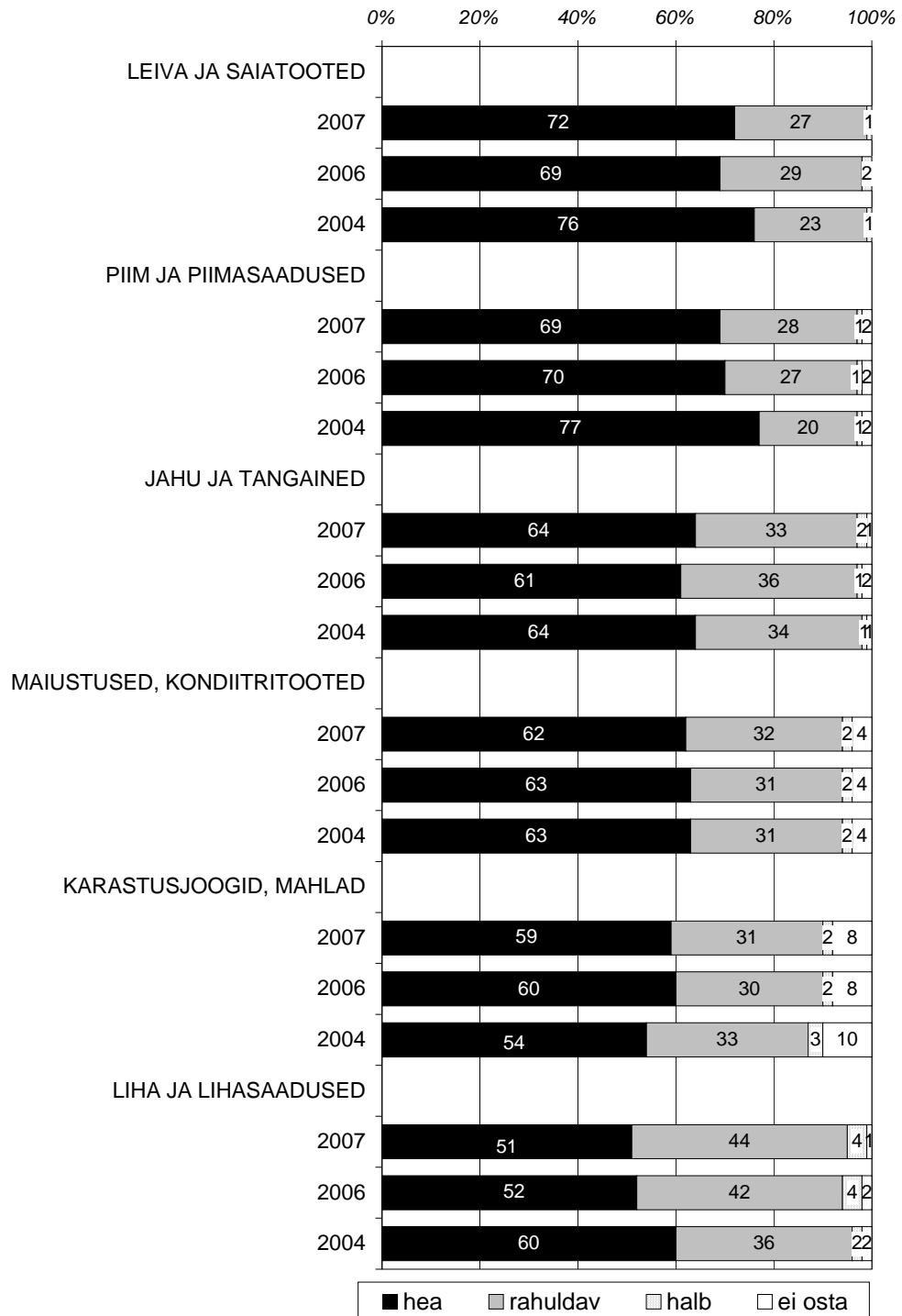
## Kodumaiste toidukaupade valik - sortiment ostukohas

(% vastanutest)



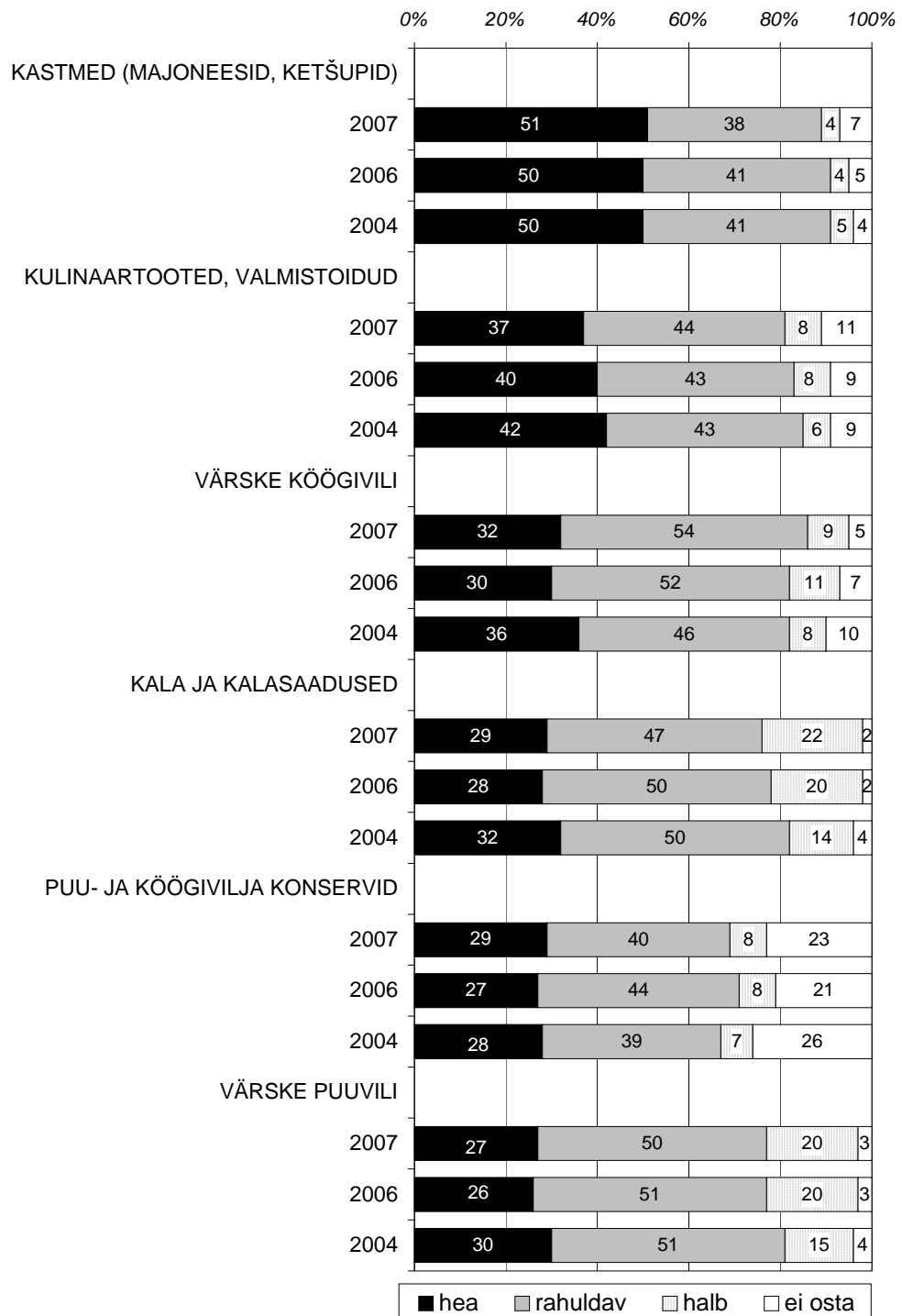
Joonis 3.1.2. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule ostukohas aastal 2007

## Kodumaiste toidukaupade valik - sortiment ostukohas (1) (% vastanutest)



Joonis 3.1.3. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule ostukohas aastatel 2004-2007 (1)

## Kodumaiste toidukaupade valik - sortiment ostukohas (2) (% vastanutest)



Joonis 3.1.4. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule ostukohas aastatel 2004-2007 (2)

## 3.2. Kodumaiste toidukaupade kvaliteet

Tarbijad teevad ostuvalikuid eelkõige subjektiivsete värskuse, maitse ja kvaliteedi hinnangute alusel, kaupade lai sortiment on kvaliteediga võrreldes inimestele vähem olulisem. Kvaliteeti eeldatakse sõltumata kauba päritolumaast. Tegelikult aitab hea kvaliteediga toode ületada päritolumaat kuvandist tulenevaid eelarvamusi või siis vastupidiselt neid luua. Eestimaal toodetud toidukaupadega on tarbijad varasemate tarbijauuringute põhjal olnud rohkem või vähem rahul, halb hinnang ei ole olnud ühegi kaubagrupi puhul olnud sagedasim vastus. Käesolevas töös selgitasime tarbijate rahulolu kodumaiste toidukaupade kvaliteediga 12-s kaubagrupis paludes anda hinnang kolmeastmelisel skaalal: hea, rahuldav või halb. Kui vastaja ei ostanud 2007. aastal mõne kaubagrupi tooteid, märkis ta ankeeti "ei osta". Skaalapunktidele omistatud väärtuste alusel (hea=1, rahuldav=2, halb=3) arvutati keskmised kvaliteedi hinnangud, kus väikseim aritmeetiline keskmine näitab elanike hinnanguil kvaliteetseimat toodangut (vt tabel 3.2.1).

Tabel 3.2.1. Kodumaiste toidukaupade kvaliteeti heaks hinnante osakaal (% vastanutest ja keskmine hinne pallides)

	kvaliteet on hea		keskmine	
	2006	2007	2006	2007
piim ja piimasaadused	79	<b>75</b>	1,20	<b>1,24</b>
jahu ja tangained	71	<b>71</b>	1,29	<b>1,28</b>
leiva- ja saiatooted	72	<b>72</b>	1,28	<b>1,29</b>
maiustused, kondiitritooted	67	<b>67</b>	1,31	<b>1,31</b>
karastusjoogid, mahlad	61	<b>63</b>	1,34	<b>1,33</b>
liha ja lihasaadused	60	<b>56</b>	1,41	<b>1,44</b>
kastmed (majoneesid, ketšupid)	55	<b>53</b>	1,43	<b>1,45</b>
puu- ja köögivilja konservid	40	<b>41</b>	1,50	<b>1,48</b>
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	44	<b>40</b>	1,55	<b>1,58</b>
kala ja kalasaadused	42	<b>41</b>	1,64	<b>1,63</b>
värske köögivili	35	<b>34</b>	1,67	<b>1,68</b>
värske puuvili	27	<b>28</b>	1,83	<b>1,82</b>

Kodumaise toidukauba tootjatel on põhjust rahuloluks, uuritud 12-st kaubagrupist 8 olid tarbijate hinnangul hea kvaliteediga: kodumaine piim ja piimasaadused (75%), jahu ja tangained (71%), leiva ja saiatooted (72%), maiustused ja kondiitritooted (67%), karastusjoogid ja mahlad (63%), liha ja lihasaadused (56%), kastmed, majoneesid ja ketšupid (53%) ning puu- ja köögiviljakonservid (41%). Parima kvaliteediga olid teist aastat järjest piim ja piimasaadused, kuid häid hinnanguid anti neile aasta möödudes oluliselt vähemate tarbijate poolt (-4%-punkti). Sama suur langus (-4%-punkti) oli täheldatav liha ja lihatoodete puhul. Piima ja piimatoodete osas võis langus olla tingitud esiteks hinnatõusust, millel oli tarbija teadvuses vähene seos toodete kvaliteedi tõusuga ja teiseks võis hinnaerinevuste vähenemine kodumaise ja sisetoodud kaupade vahel esile kutsuda viimaste suurema tarbimise ja impordi kvaliteedi tajumise samaväärse või isegi paremana.

Liha ja lihatoodete kvaliteedi languse taga võib eeldada samuti hinnatõusust tingitud ostukäitumise muutusi, st kõige kallima ja kvaliteetsema hinnaklassi toodete asemel valitakse

taskukohasemat. Mõne tarbijarühma harjumused muutusid vähem (jõukamad) ning osa tarbijaid ostab endiselt kallimaid tooteid, kuid on vähendanud ostmissagedust ja koguseid. Ostukäitumise muutudes ja sisemise dissonantsi vältimiseks võidakse toote kvaliteet lihtsalt ümber hinnata. Kui kaupa tajutakse vähem kvaliteetsena, on lihtsam valikuid muuta ja osta harjumuspärase toote asemel teise kaubamärgiga odavamad.

Rahuldava kvaliteediga kaubagruppideks olid 2007. aastal kodumaised kulinaar- ja pooltooted ning valmistoidud (kvaliteet on rahuldav - 45% vastanutest), kala ja kalatooted (50%), värske köögivilja (55%) ja puuvili (58%). Hinnangud olid 2006. aastaga samal tasemel.

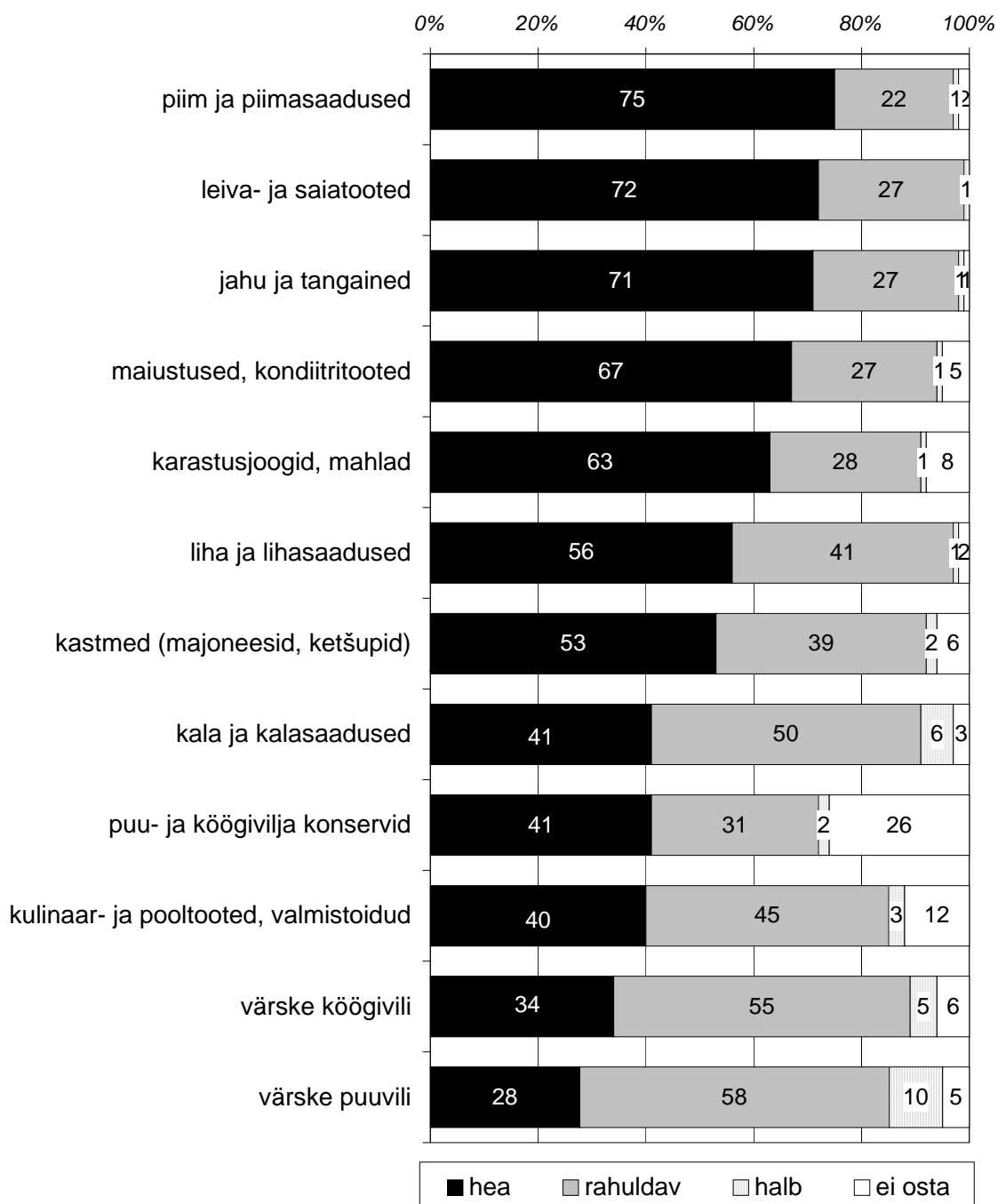
Taustandmete lõikes (vt lisa 2.10) olid tarbijate hinnangud toodete kvaliteedile üldiselt sarnased, kuid esines teatud iseärasusi sõltuvalt vastaja elukohast, vanusest, haridusest ja sissetulekust. Kesk-Eestis näib olevat kaupade kvaliteediga teistest piirkondadest enam probleeme - näiteks hinnangud piimale ja piimasaadustele, lihale ja lihasaadustele, kalale ja kalasaadustele, leiva- ja saiatoodetele, maiustustele ja kondiitritoodetele, kastmetele, kulinaar- ja pooltoitudele ning valmistoituledele olid keskmisest kriitilisemad. Heade kvaliteedi hinnangute kõrval märgiti seal palju rahuldavat kvaliteeti. Madalamate hinnangute tagamaaks võib pidada väiksemate ja kitsama kaubavalikuga toidupoodide arvukust ning tarbijate väiksemaid sissetulekuid. 2006. aastal esinenud Kirde-Eesti elanike suurem rahulolematuse kvaliteediga ei olnud enam märgatav, hinnangud olid lähedased Eesti keskmisele.

Sissetulekute suurus on aga oluline hinnangute mõjutaja (vt tabel 3.2.2). Kodumaiste toidukaupade kvaliteeti hindavad jõukamad tarbijad paremaks võrreldes kõige tagasihoidlikumate sissetulekutega tarbijatega. Tarbijarühm väärtustab rohkem kõikide vaadeldud kaubagruppide kvaliteeti, v.a. karastusjookide ja mahlade, liha ja lihasaaduste ning värske puuvilja kvaliteeti. Seda hoolimata rühma vähesemast lojaalsusest kodumaisele. Mida kõrgem tarbija vanus ja väiksem haridustase, seda enam lähenesid kvaliteedihinnangud väiksema sissetulekuga tarbijarühma mõnevõrra kriitilisemale hinnangule.

Tabel 3.2.2. Kodumaiste toidukaupade kvaliteedi hinnangud madalaimas ja kõrgeimas sissetuleku rühmas ("hea" – vastuste %)

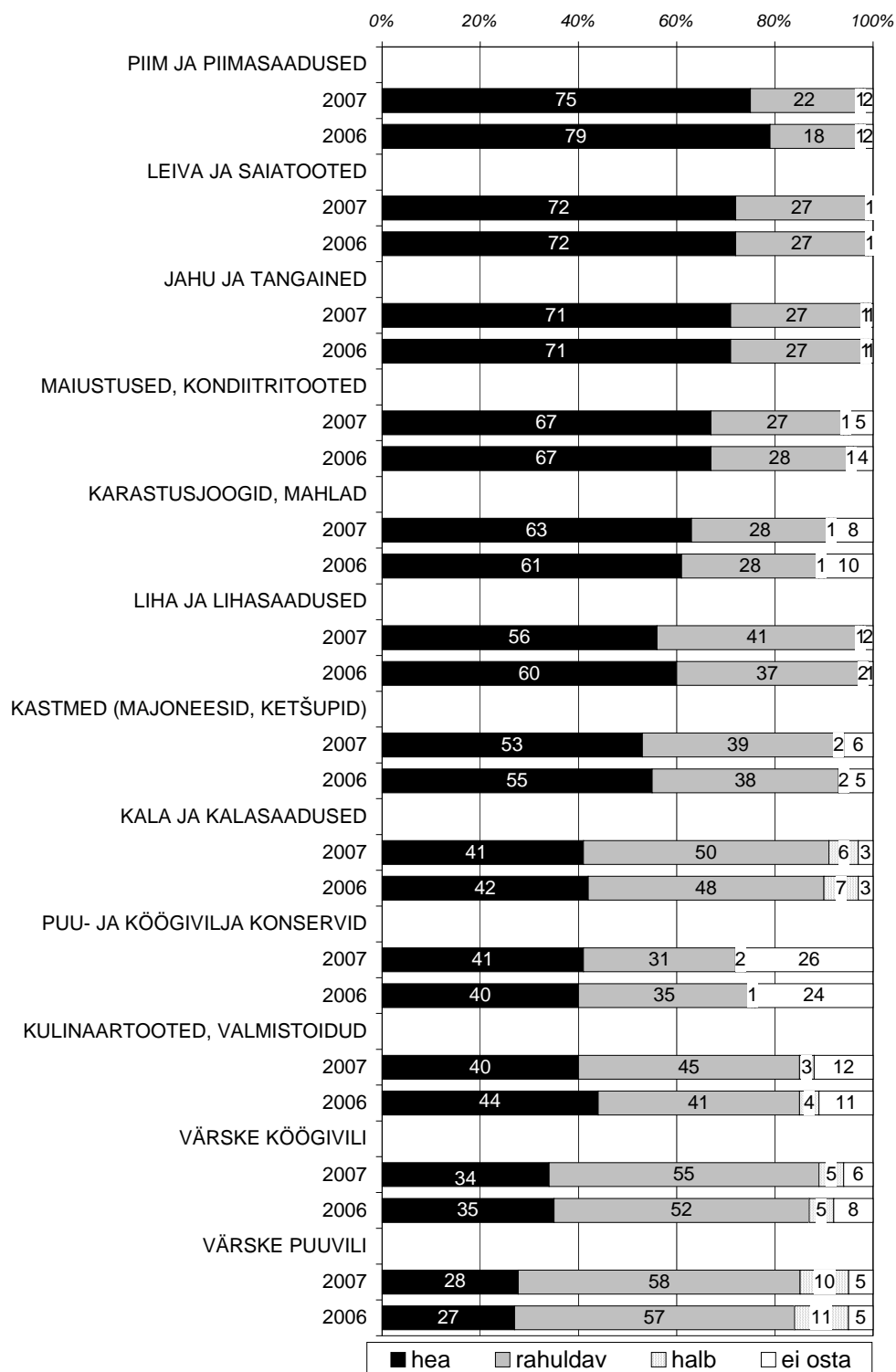
	KÕIK	alla 2001 krooni pereliikme kohta	üle 8000 krooni pereliikme kohta
piim ja piimasaadused	75	68	83
leiva- ja saiatooted	72	63	76
jahu ja tangained	71	68	73
maiustused, kondiitritooted	67	65	72
karastusjookid, mahlad	63	68	71
liha ja lihasaadused	56	61	59
kastmed (majoneesid, ketšupid)	53	49	60
puu- ja köögivilja konservid	41	31	45
kala ja kalasaadused	41	44	48
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	40	35	47
värske köögivilja	34	31	37
värske puuvili	28	35	27

## Kodumaiste toidukaupade kvaliteet ostukohas (% vastanutest)



Joonis 3.2.1. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade kvaliteedile ostukohas aastal 2007

## Kodumaiste toidukaupade kvaliteet ostukohas (% vastanutest)



Joonis 3.2.2. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade kvaliteedile aastatel 2006-2007

## 4. TOIDUKAUPADE HINDADE TÕUS JA TARBIJATE KÄITUMINE

Statistikaameti tarbijahinnaindeksi järgi kallinesid 2007. aastal kaubad 4,8%, sh toidukaubad 8% ja tööstuskaubad 2,3%, 2006. aastal toidukaubad 4,6%<sup>2</sup>. Toidukaupade hinnatõusu põhjuseid on analüüsitud ja meedias kajastatud mitmeti, sealjuures on toodud esile tooraine kallinemist maailmaturul, Aasia riikide elanike muutunud tarbimisharjumusi, biokütuste nõudluse kasvu, suurenenud tootmis- ja töjõukulused, energiaressursside kallinemist, kohalike tootjate kasumiteenimise soovi, elanike ostujõu kasvu jms. Kas ja kuidas on hinnatõus mõjutanud Eesti tarbija harjumusi ja ostukäitumist, sellest alljärgnevalt.

### 4.1. Toidukaupade hindade vaatamine ostmisel

Palusime elanikel kirjeldada oma tavapärasest käitumist toidukaupade ostmisel, st kas toidukaupu ostes vaadatakse tavaliselt kaupade hindu. Uuringu tulemuste järgi vaatab 99% tarbijatest toidukaupu ostes, mis need maksavad, sh alati 60%, sageli 32% ja harva 7%. Vaid 1% tunnistas, et ei vaata ostes üldse hindu. See tarbijarühm ei eristu sotsiaaldemograafiliselt taustalt elanikkonna üldisest jaotusest (vt joonis 4.1, lisa 2.13).

Üldiselt olid tarbijarühmade vastused samasuunalised, kuid esinesid teatud erinevused sõltuvalt elukohast, vanusest, rahvusest, haridusest ja sissetulekute suuruselt. Alati-vaatajad on pigem Kirde- ja Lõuna-Eesti elanikud, muust rahvusest, vanemad kui 50-aastased, alg- või keskharidusega ning kuni 4000-kroonise sissetulekuga. Sageli, kuid mitte alati vaatavad hindu rohkem eestlased, kõrghariduse ja üle 6000-kroonise sissetulekuga tarbijad. Vastanute üldisest tasemest harvemini (“harva” – vastus 7%) vaatasid toidukaupade hindu Põhja-Eesti ja Tallinna elanikud, alla 30-aastased, pigem kõrgharidusega ja jõukaimad tarbijad (vastavalt 10-11%, jõukamad 16%).

Tabel 4.1. Tarbijate sissetulek vanuserühmiti (% vastanutest)

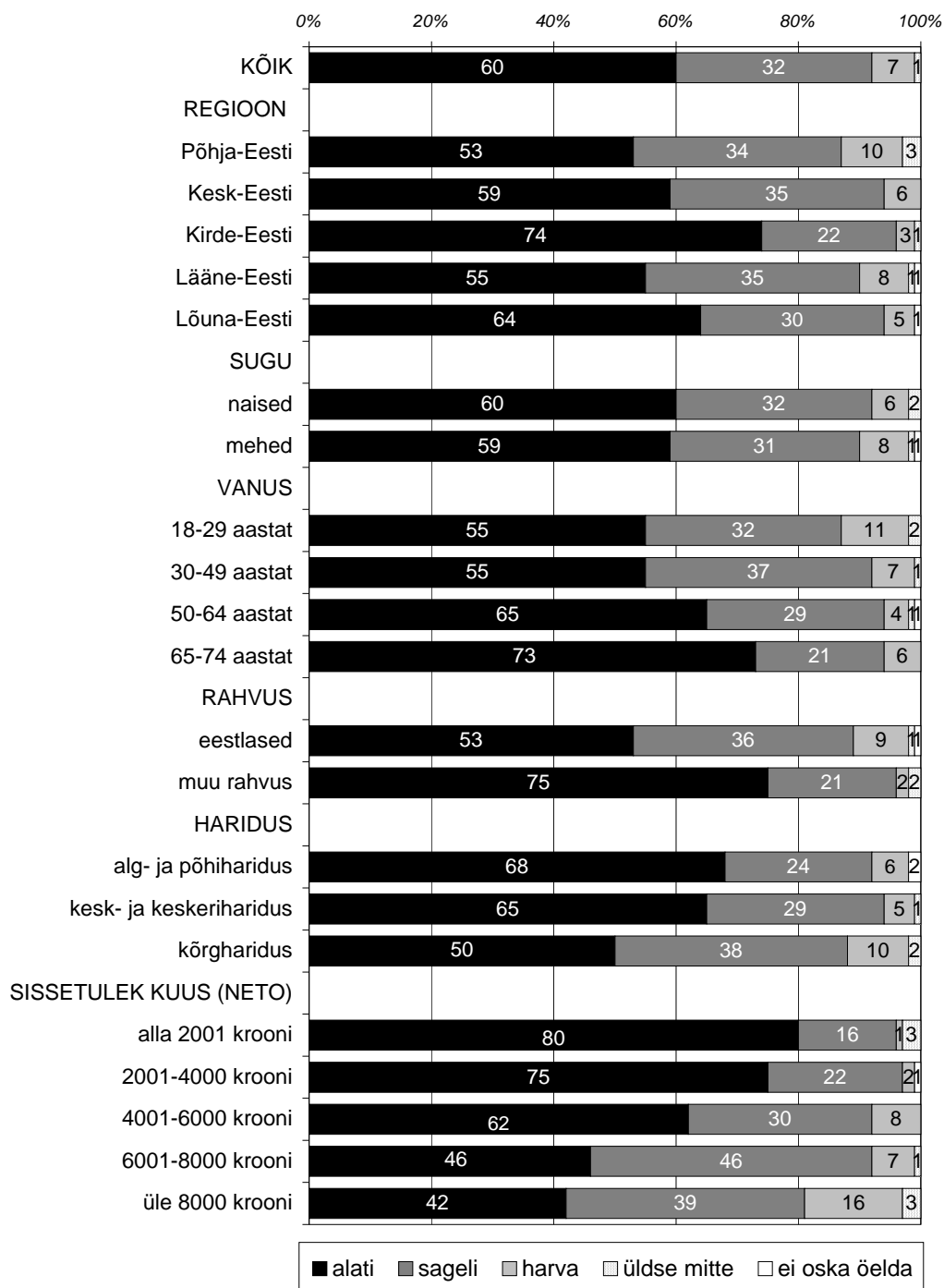
	KÕIK	alla 2001 krooni	2001-4000 krooni	4001-6000 krooni	6001-8000 krooni	üle 8000 krooni
<b>Vastajarühma suurus</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>18</b>	<b>20</b>
18-29-aastased	25	8	22	20	21	29
30-49-aastased	37	7	26	30	17	20
50-64-aastased	25	3	32	27	20	18
üle 65-aastased	13	1	49	32	13	5

Kõige suuremad vahed tavapärasest ostukäitumisest esinesid sissetulekurühmade lõikes: kui alla 2000-kroonise sissetulekuga tarbijatest vaatas alati hindu 80%, siis üle 8000-kroonise sissetulekuga poole vähem - 42%. Siinkohal olgu öeldud, et iga teise (49%) vanima vanusegrupi tarbija sissetulek jääb 2001-4000 krooni piiresse (vt tabel 4.1). Noorte sissetulek on ühtlaselt

<sup>2</sup> Eesti Statistika <http://www.stat.ee/>. Statistikaameti tarbijahinnaindeksi muutus võrreldes eelmise aastaga- kaubad ja teenused.

hajutatud alates 2001 kroonist, mida ülejäänud vanusegruppide puhul ei esine. Jõukaimate tarbijate hulgas on noorte suhteline osakaal suurim, mis ühelt poolt näitab palgaootuste täitumist ning teisalt paljudel veel oma pere puudumist. Üldine tendents on vanuse tõustes sissetulekute vähenemine.

## Kas Te tavaliselt vaatate toidukaupu ostes nende hindu (mis maksavad)? (% vastanutest)



Joonis 4.1. Toidukaupade hindade vaatamise sagedus neid ostes

## 4.2. Toidukulude arvestamise harjumusest

Kui hindu vaatavad poes toidukaupu ostes suuremal või vähemal määral kõik tarbijad, siis järgnevalt sellest, kuivõrd süstemaatiline või juhuslik on Eesti tarbijal toidukulude üle arvestuse pidamine. Vastajail paluti märkida, kas nad peavad oma toidukulude kohta arvestust või teavad, kui palju nad kuus toidu peale kulutavad. Etteantud vastusvariantideks olid: jah, pean täpset arvestust, tean täpselt; jah tean enam-vähem suurusjärke; ei tea, pole arvestust pidanud ja ei huvita, pole oluline.

Eesti inimesed üldiselt teavad toidule kuluva rahasumma suurusjärke, kuid vähesed peavad täpset arvestust: 57% vastanutest teab enam-vähem suurusjärke ja 14% peab täpset arvestust, kuid 28% vastanutest pole toidukuludest aimugi ja 1% teema ei huvita (vt joonis 4.2).

Sissetulekud ja vanus on taustandmetest olulisemad harjumuste mõjutajad (vt lisa 2.14). Kui alla 2001-kroonise sissetulekuga tarbijatest peab täpset toidukulude arvestust 29%, 2001-4000-kroonise sissetulekuga tarbijatest 18%, siis üle 6001-8000 ja üle 8000-kroonise sissetulekuga tarbijatest vaid 9%. Kuigi ka suurema sissetulekuga tarbijatel oli tüüpiliseks enam-vähem teada suurusjärke, siis 34-35% neist pole kunagi arvestust pidanud ega oma vastavat harjumust. Vanuse kasvades sissetulekud vähenevad ja sellega seoses tekib vajadus kuludest ülevaate saamiseks. Üle 65-aastastest tarbijatest peab täpset kulude arvestust 26%, 50-64-aastastest 17%, alla 50-aastastest 10%.

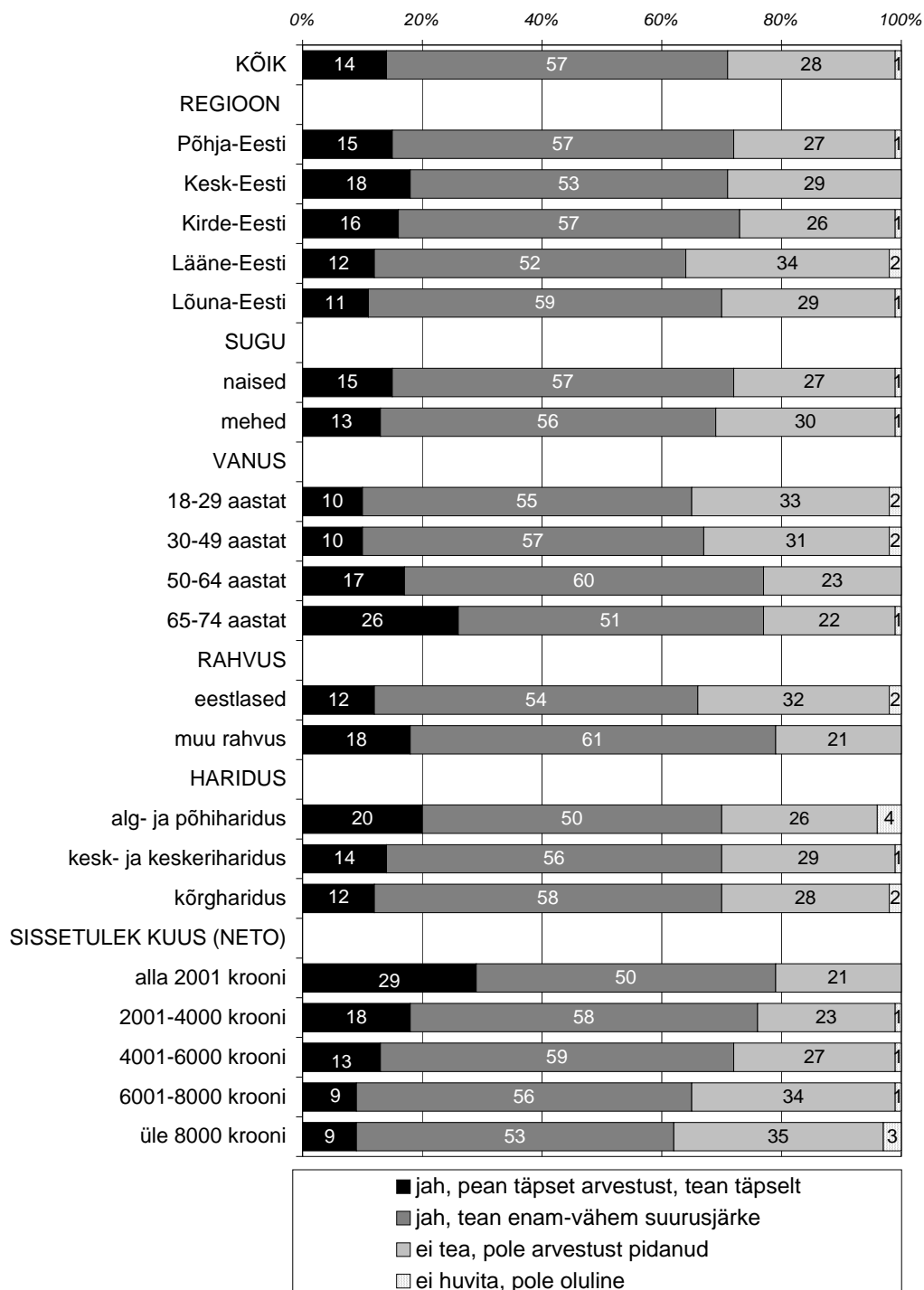
Muudel rahvustel on eestlastega võrreldes enam tavaks arvestada toidukulusid. 18% venekeelsest elanikkonnast teab toidukulusid täpselt ja 61% teab suurusjärke, eestlastest vastavalt 12% ja 53%. Arvestust ei ole pidanud 32% eestlastest ja 21% muudest rahvustest tarbijatest. Eestlaste veidikese pillavama harjumuse taustaks võib pidada suuremaid sissetulekuid ja rahvuslikku eripära (arvestatakse rohkem endaga).

## 4.3. Pere rahalise olukorra mõju toiduostudele

Statistikaameti andmetel oli leibkonnaliikme keskmine netosissetulek kuus 2005. aastal 3475,5 krooni, 2006. aastal 4342,9 krooni, 2007. aasta andmeid ei ole veel avaldatud. Keskmiselt on inimeste sissetulekud igal aastal suurenenud enam kui tõusnud toidukaupade hinnad. Samas on teada, et keskmise sissetuleku tõus ei tähenda automaatselt kõikide elanike sissetulekute suurenemist. Uurisime, kuivõrd saavad tarbijad osta soovikohaseid toidukaupu ja kas praegune olukord on ostukäitumist muutnud. Vastanutel paluti mõelda pere eelarvele ja toiduostudele ning panna kirja, kuivõrd võimaldab pere rahaline olukord praegu osta soovikohaseid toidukaupu. Sama küsimus, kuid rõhuasetusega tervislike toidukaupade ostmisele, esitati ostueelistuste uuringute raames 2003. ja 2005. aastal. Kuna tervislikkus on üheks olulisemaks ostuvaliku kriteeriumiks, on joonisel 4.3 võrreldud 2007. aasta tulemusi varasemate aastate andmetega. Väikesest sõnastuse muutusest hoolimata hindasid vastajad kõigil aastatel oma pere rahalisi võimalusi toidukaupade ostul üsna sarnaselt (vt joonis 4.3, lisa 2.15).

## Kas peate oma toidukulude kohta arvestust või teate, kui palju toidu peale kuus kulutate?

(% vastanutest)



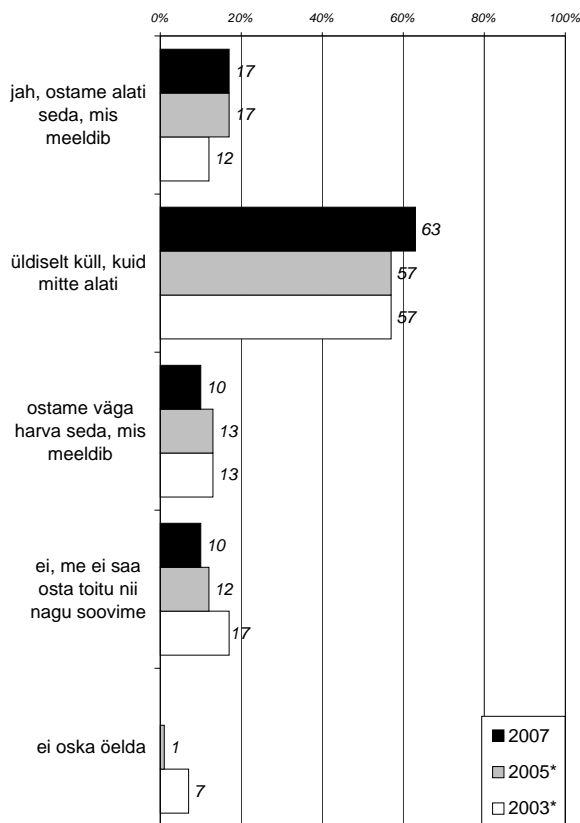
Joonis 4.2. Toidukulude arvestamise harjumus Eesti tarbijate hulgas

63% Eesti tarbijatest sai 2007. aastal üldiselt osta soovikohaseid toidukaupu, kuid seda mitte alati, 17% ostis alati meelepärast, 10% väga harva ja 10% ei saanud osta toitu soovikohaselt. Võrreldes varasemate uuringutega on suurenenud mitte alati soovikohast toitu ostvate tarbijate osakaal (+6%-punkti) ning vähenenud väga harva (-3%-punkti) ja üldse mitte soovikohast toitu ostvate tarbijate osakaal (-2%-punkti). Tarbijate hinnangute põhjal pole näha, et perede rahaline olukord oleks 2007. aastal hakanud rohkem piirama soovikohaste toidukaupade ostmist. Samas tuleb arvestada, et suuremad hinnatõusud toimusid aasta viimasel neljal kuul ning ostuharjumuste muutused ei toimu tavaliselt üleöö.

Kuid sissetulekute suurus seab vägagi suured piirid ostukäitumisele, eriti madalaimas sissetulekugrupis. Väga harva või üldse mitte saab soovi järgi toitu osta 59% madalaima sissetulekuga tarbijatest (alla 2001 krooni), 34% 2001-4000-kroonise sissetulekuga, 19% 4001-6000-kroonise sissetulekuga, 6% 6001-8000-kroonise sissetulekuga ja 1% üle 8000-kroonise kuu sissetulekuga tarbijatest. Seaduspära on väga selge, mida suurem sissetulek, seda suuremad on võimalused soovikohast toitumist järgida ja vastupidi, mida väiksem sissetulek, seda suuremaid piiranguid on tarbija sunnitud endale seadma. Raskemas olukorras on seega vanemad inimesed, väiksema haridusega tarbijad ja maaelanikud ning parem on seis Põhja-Eesti ja Tallinna elanike, alla 30-aastaste noorte ja kõrgharidusega tarbijate jaoks.

**Mõeldes pere eelarvele ja toiduostudele, siis  
kuivõrd võimaldab teie pere rahaline olukord  
praegu osta soovikohaseid toidukaupu?**

(% vastanutest)

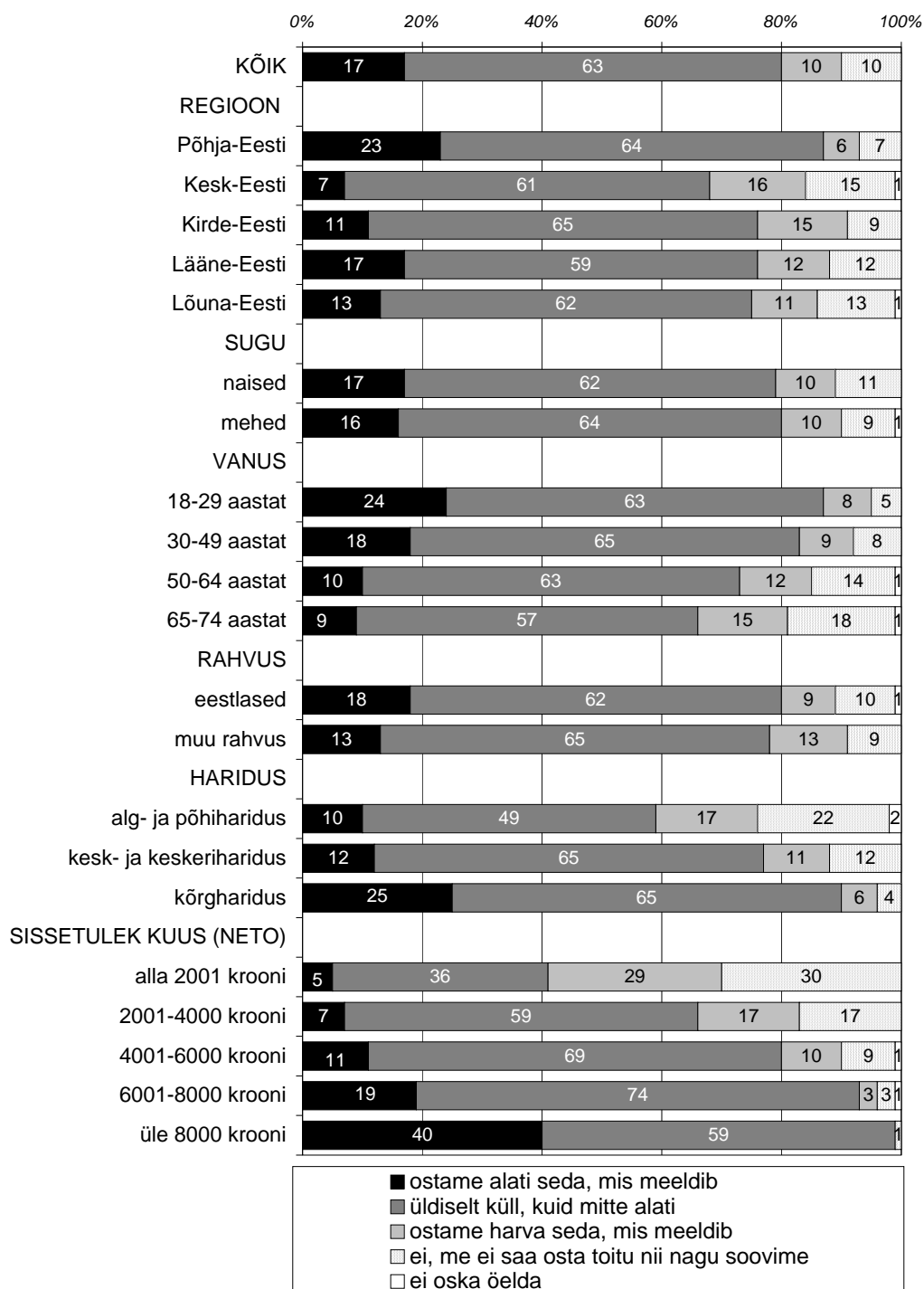


\* 2003., 2005. aastal küsiti tervisliku toidu ostuvõimaluste kohta

Joonis 4.3.1. Pere rahalise olukorra mõju toiduostudele aastatel 2003-2007

## Mõeldes pere eelarvele ja toiduostudele, siis kui võrd võimaldab teie pere rahaline olukord praegu osta soovikohaseid toidukaupu?

(% vastanutest)



Joonis 4.3.2. Pere rahalise olukorra mõju toiduostudele aastal 2007

#### 4.4. Toidukaupade hinnatõusu mõju tarbijate ostuharjumustele

Toidukaupade hinnatõusu mõju tarbijate käitumisele ja ostueelistuste muutumisele on seni tõdetud nõ kaudselt, analüüsides mitmete küsimuste vastuseid. Käesoleva uuringu raames küsiti tarbijailt ka otse, kas nende toidukaupade ostmise harjumused muutusid 2007. aastal toiduainete hindade tõusu tõttu. Etteantud vastusvariantideks olid: jah, muutusid tunduvalt; jah, toimusid mõned muutused; ei muutunud, ostuharjumused jäid samaks ning ei muutunud, ei märganudki toidukaupade hinnatõusu (vt joonis 4.4.1-4.4.2, lisa 2.16)



Joonis 4.4.1. Toidukaupade ostuharjumuste muutus hinnatõusu tõttu 2007. aastal

Valdav osa tarbijaist (76%) tõdes ostuharjumuste muutust toidukaupade hinnatõusu tõttu, sh 60% vastanute arvates toimusid mõned muutused ja 16% märkis tunduvat harjumuste muutust. 24% vastanute hinnangul jäid ostuharjumused samaks, kusjuures neist 1% ei märganudki hinnatõusu.

Muutuse astmest lähtuvalt võib seega välja tuua 3 tarbija käitumise tüüpi (vt tabel 4.4, joonis 4.4.1):

- |  |                 |
|--|-----------------|
| 1. Suured ostukäitumise muutjad          | 16% tarbijatest |
| 2. Tagasihoidlikud ostukäitumise muutjad | 60% tarbijatest |
| 3. Endistviisi jätkajad                  | 24% tarbijatest |

Esimesse, suurte toidukaupade ostukäitumise muutjate tüüpi kuuluvad pigem naised, alg- ja põhihariduse ning kesk- või keskeriharidusega tarbijad ja väiksema sissetulekuga (alla 2001 krooni ja 2001-4000 krooni pereliikme kohta kuus), muust rahvusest tarbijad. Seda tüüpi võib leida suhteliselt enam Kesk- ja Kirde-Eestist ning vähem Põhja- ja Lõuna-Eestist. Teist tüüpi tarbijad ei erine taustalt Eesti elanikkonna profiilist. Kolmandat tüüpi, endistviisi jätkajaid, võib leida pigem Põhja- ja Lääne-Eestist ning Tallinnast ning vähem Kirde-Eestist.

Seda tüüpi iseloomustab eestlaste suur ülekaal (9 tarbijat kümnest), alla 30-aastaste noorte suhteliselt suurem ja üle 65-aastaste vähesem esindatus, samuti kõrgharidusega ja üle 6000-kroonise sissetulekuga elanike suur osakaal.

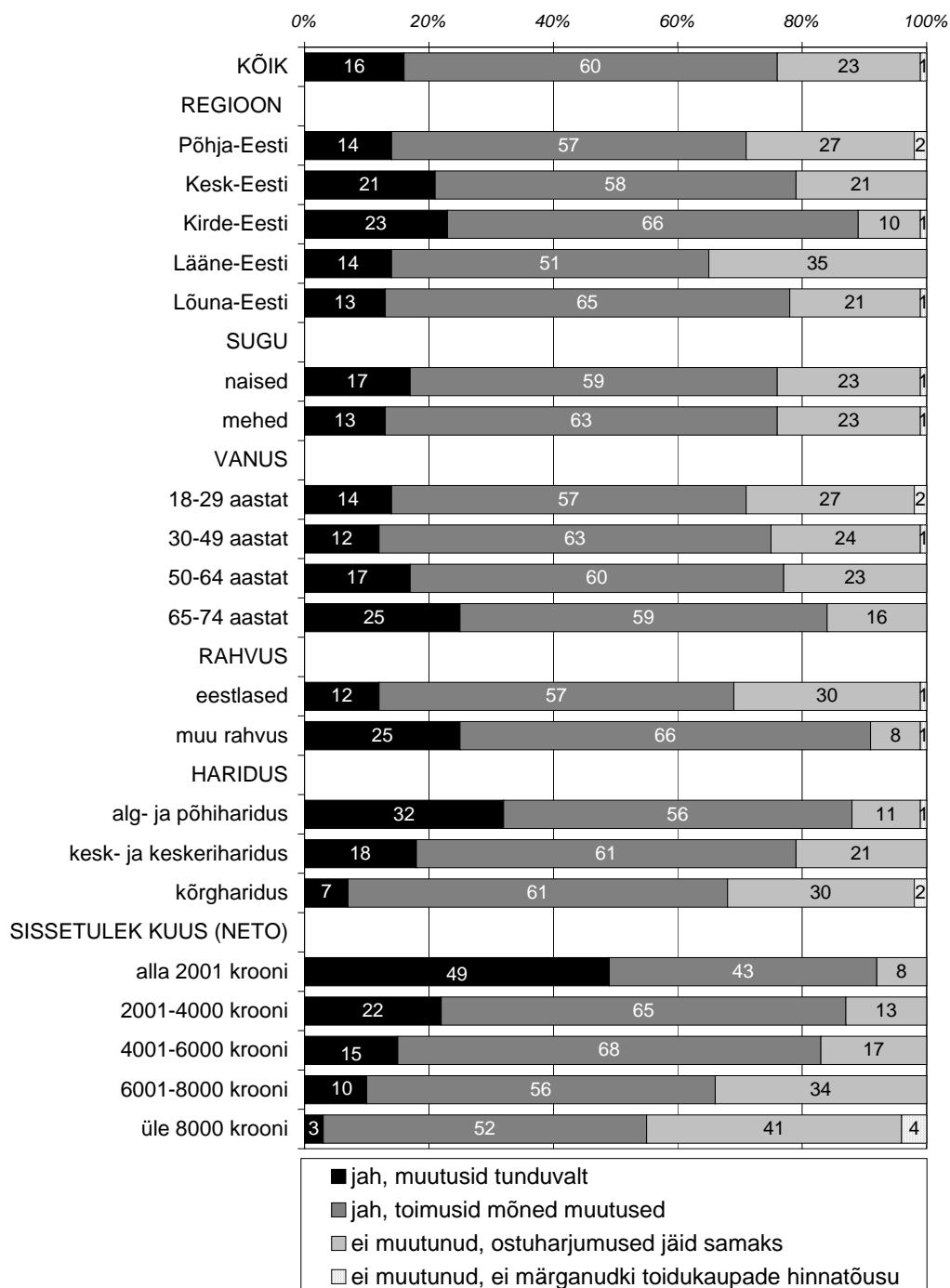
Tabel 4.4. Tarbijatüüpide sotsiaal-demograafiline profiil (% tarbijarühmast)

	KÕIK	Suured muutjad	Tagasihoidlikud muutjad	Endistviisi jätkajad
<b>Vastjarühma suurus</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>60</b>	<b>24</b>
Põhja-Eesti	41	35	39	48
Kesk-Eesti	9	12	9	8
Kirde-Eesti	14	22	16	6
Lääne-Eesti	12	11	10	17
Lõuna-Eesti	24	20	26	21
Tallinn	31	29	31	36
suurlinn	21	25	23	13
väikelinn	19	22	17	20
alevik, maa	29	24	29	31
eestlased	69	51	66	89
muu rahvus	31	49	34	11
18-29 aastat	25	23	24	30
30-49 aastat	37	29	39	38
50-64 aastat	25	27	25	23
üle 65 aasta	13	21	12	9
naine	54	60	52	54
mees	46	40	48	46
alg- ja põhiharidus	8	17	7	4
kesk- ja keskeriharidus	58	68	59	51
kõrgharidus	34	15	34	45
alla 2001 krooni	5	17	4	2
2001-4000 krooni	30	41	32	16
4001-6000 krooni	27	26	30	20
6001-8000 krooni	18	12	17	26
üle 8000 krooni	20	4	17	36

Tarbijail, kelle ostuharjumused muutusid (76% vastanutest), paluti kirja panna, mil moel nende ostuharjumused hinnatõusu tõttu muutusid. Etteantud vastusvariantidest võis vastaja valida sobivad ja seejärel kirjutada juurde näiteid või muutusi lähemalt selgitada (vt joonis 4.4.2, lisa 2.17). Joonisel on esitatud kõrvuti konkreetset muutust kogenute protsent kõigist vastanutest, et hinnata mõju kogu elanikkonnas ja muutust kogenutest.

# Kas Teie toidukaupade ostmise harjumused muutusid 2007. aastal toiduainete hindade tõusu tõttu?

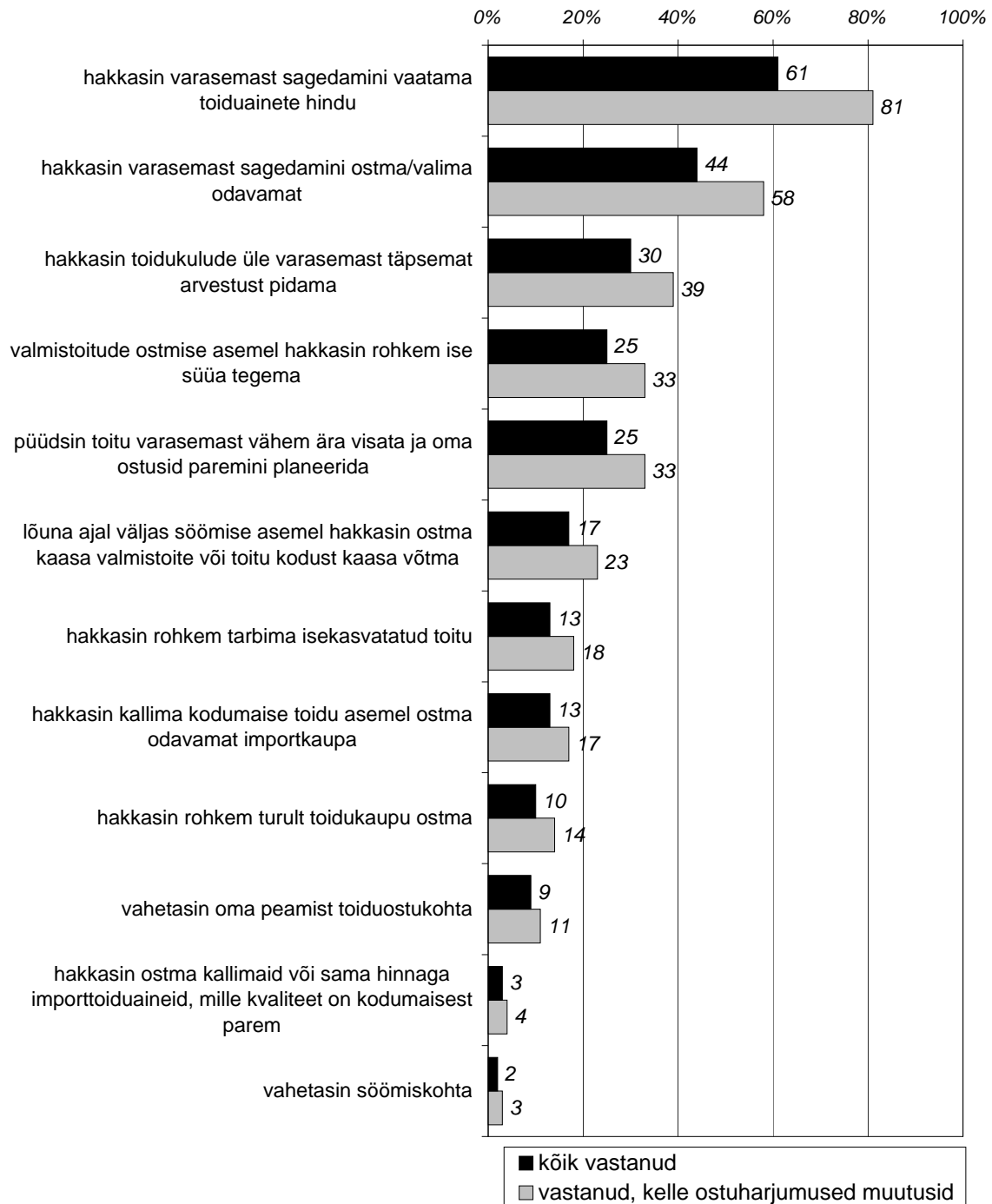
(% vastanutest)



Joonis 4.4.1. Toidukaupade hinnatõus ja ostuharjumuste muutused 2007. aastal

## Kui Teie ostuharjumused muutusid, siis mil moel?

(% kõigist vastanutest ja vastanutest, kelle ostuharjumused muutusid)



Joonis 4.4.2. Toidukaupade hinnatõusu tõttu toimunud ostuharjumuste muutused

Toimunu on pannud tarbijad sagedamini toiduainete hindu vaatama (61% elanikkonnast) ja varasemast sagedamini valima või ostma odavamalt toidukaupa (44% elanikkonnast). Hinnatõus on pannud ligi kolmandiku elanikest (30%) toidukulude üle varasemast täpsemat arvestust pidama. Iga neljas (25%) täiskasvanud tarbija on hakanud valmistoitude asemel rohkem ise süüa tegema ja püüab nüüd toitu varasemast vähem ära visata, seega ostusid paremini planeerima. 17% tarbijaist on muutnud lõunatamise harjumust, mõnes toitlustusasutuses söömise asemel ostetakse kaasa valmistoite või võetakse toit kodust kaasa. Mõned inimesed on vahetanud kallima söögikoha odavamaks vastu (2%). Isekasvatatud toitu hakkas rohkem tarbima 13% ja kallima kodumaise toidukauba asemel odavamalt importkaupa ostma samuti 13% elanikest. Turult hakkas rohkem toidukaupu ostma vaid 10% elanikest, mis näitab, et turu hinnatase ja atraktiivsus ei ole ostuharjumuste muutmiseks piisavalt atraktiivne. Siiski ei ole enamasti vahetatud oma peamist toiduostukohta (vahetas 9%). Maal on ostukoha vahetuseks vähe võimalusi ja hinnatõus on olnud üleüldine, haarates kõiki ostukohti ja piirkondi. Vähesed tarbijad on hakanud ostma kvaliteedilt paremaid, kuid kas sama hinnatasemega või kallimaid importtoiduaineid (on hakanud 3% tarbijaist).

Toiduainete hindu vaatama ja toidukulude üle täpsemat arvestust pidama hakkasid reaktsioonina hinnatõusule rohkem Kirde- ja Lõuna-Eesti ning muudest rahvustest elanikud, üle 50-aastased, alg- ja põhiharidusega ning kuni 6000-kroonise sissetulekuga tarbijad. Varasemast sagedamini hakkasid odavamalt ostma samad elanike rühmad, kuid Kirde-Eesti elanike asemel suhteliselt rohkem Kesk-Eesti ja väikelinnade elanikud. Isekasvatatud toidu tarbimine muutus populaarsemaks kõikjal Eestis peale Põhja-Eesti ja Tallinna.

Üle 6000-kroonise sissetulekuga tarbijate hulgas muutusid harjumused märksa vähem. Kuigi kahes suurema sissetulekuga tarbijarühmas oli sagedasim muutus samuti hindade vaatamine, visati seal toite vähem ära, planeeriti oste paremini ja osteti parema kvaliteediga kallimaid või sarnase hinnatasemega importkaupa. Odavamalt impordi ostmine oli suhteliselt suurema osakaaluga Kirde-Eesti ja muudest rahvustest tarbijate hulgas.

Toidukaubad, mille hindu on tarbijad sagedamini vaatama hakanud, olid järgmised: piim ja piimatooted (märkis 77%, n=369), liha ja lihatooted (36%), leiva- ja saiatooted (24%), kala ja kalatooted (7%), puu- ja juurvili (4%), tang- ja kuivained (4%), munad (3%) ning alla kümne korra märgiti alkoholi, maiustusi, lastetoite, lemmikloomatoite, mahlu, teesid ja valmistoite.

Varasemast sagedamini hakati ostma või valima odavamalt: piim ja piimatooted (märkis 58%, n=201), liha ja lihatooted (42%), leiva- saiatooted (29%), kala ja kalatooted (8%), tang- ja kuivained (6%), puu- ja juurvili (5%) ning alla kümne korra nimetati teesid, alkoholi, toiduõli, maiustusi, mune, määreid, mahlu või otsitakse igalt poolt soodsaid toidukaupu.

Parema kvaliteediga kallimaid või sarnase hinnatasemega importtoiduainete juures toodi sagedamini näitena kodumaist juustu (märkis 33%, n=12), mis on ebakvaliteetne ja väga kallis. Nimetati veel piimatooteid, kuivainetest jahu, oliivõli, puu- ja köögivilja, alkoholi, kana ja kala. Kui kallima kodumaise asemel hakati ostma odavamalt importkaupa, siis nimetati peamiselt

piimatooteid (märkis 51%, n=43), puu- ja juurvilja (19%), liha (16%), maiustusi (14%) ning leiba-saia, mahla, kala, mune ja toiduõli. Kui valmistoitude ostmise asemel hakati ise süüa tegema, siis peamiselt loobuti maitsestatud ja poolfabrikaat lihatoodete ostmisest, hakati valmistama salateid, küpsetama kooke ja saiakesi, tegema ahjukartuleid, vormiroogi ja ühepajatoite. Loobuti ka valmistoiduna kala, kana, supi ja kohukeste ostmisest.

Kui vastati, et hakati rohkem tarbima isekasvatatud toitu, siis mõeldi siin peamiselt isekasvatatud juur- ja puuvilju (märkis 67%, n=36), sh kartulit, kaalikat, porgandit, kapsast, tomatit, kurki, sibulat, õunu, marju jt puuvilju. Veel märgiti hoidiste ja köögiviljasalatite tegemist ja maitseainete potis kasvatamist. Turult hakati hinnatõusu tõttu ostma peamiselt liha ja lihatooteid (märkis 65%, n=31), puu- ja köögivilja ning kala (mõlemat 29%) ning piima, kohupiima, kanaliha, mett, mune ja makarone. Juhul, kui vahetati toiduostukohta, siis reeglina valiti väiksema poe või hulgifirma asemel suurem kauplus, kus hinnad odavamad. Näiteks Selveri asemel valiti Maxima või Säästumarket, samuti Rimi asemel Säästumarket. Tarbijate väljavalitud toiduostukohtadena nimetati veel Grossi poodi, Rimit, Selverit, A&O ning turge.

Toidu vähesema äraviskamise all peeti silmas peamiselt leiva- ja saiatooteid (märkis 51%, n=35), piima ja piimatooteid (31%) ning köögi- ja puuvilju (17%) ja lihatooteid (14%). Osad tarbijad hakkasid toitu järgmisel päeval soojendama, valima poest kõige pikema säilivusajaga tooteid ja ostma korraga väiksema koguse toitu. Toidukulused on hakatud arvestama kuu ja nädalase perioodi jooksul, on koostatud ostunimekirju ja hakatud nimekirjadest ka kinni pidama, vähem ostma ja sööma. Mõned tarbijad on pidanud arvestust kõigi toiduainete üle, teised aga teatud tootegruppide üle (leib-sai, kohv, liha, piim jm).

#### **4.5. Hinnatõusu jätkumise mõju toidukaupade ostukäitumisele 2008. aastal**

Palusime uuringus osalenud tarbijatel hinnata iseendi ostukäitumise võimalikke muutusi, kui toidukaupade hinnatõus peaks 2008. aastal jätkuma. Etteantud hinnatõusu variandid olid järgmised: kui toidukaupade hinnad tõusevad kuni 5%, 6-10%, 11-20% ja üle 20%. Iga hinnatõusu variandi kohta võis tarbija märkida, kas see hakkab kindlasti mõjutama tema toidukaupade ostmise harjumusi, pigem hakkab, pigem ei hakka või ei hakka kindlasti. Kui vastaja ei osanud öelda või ei olnud ise toidukaupu, valis ta viienda variandi "ei oska öelda".

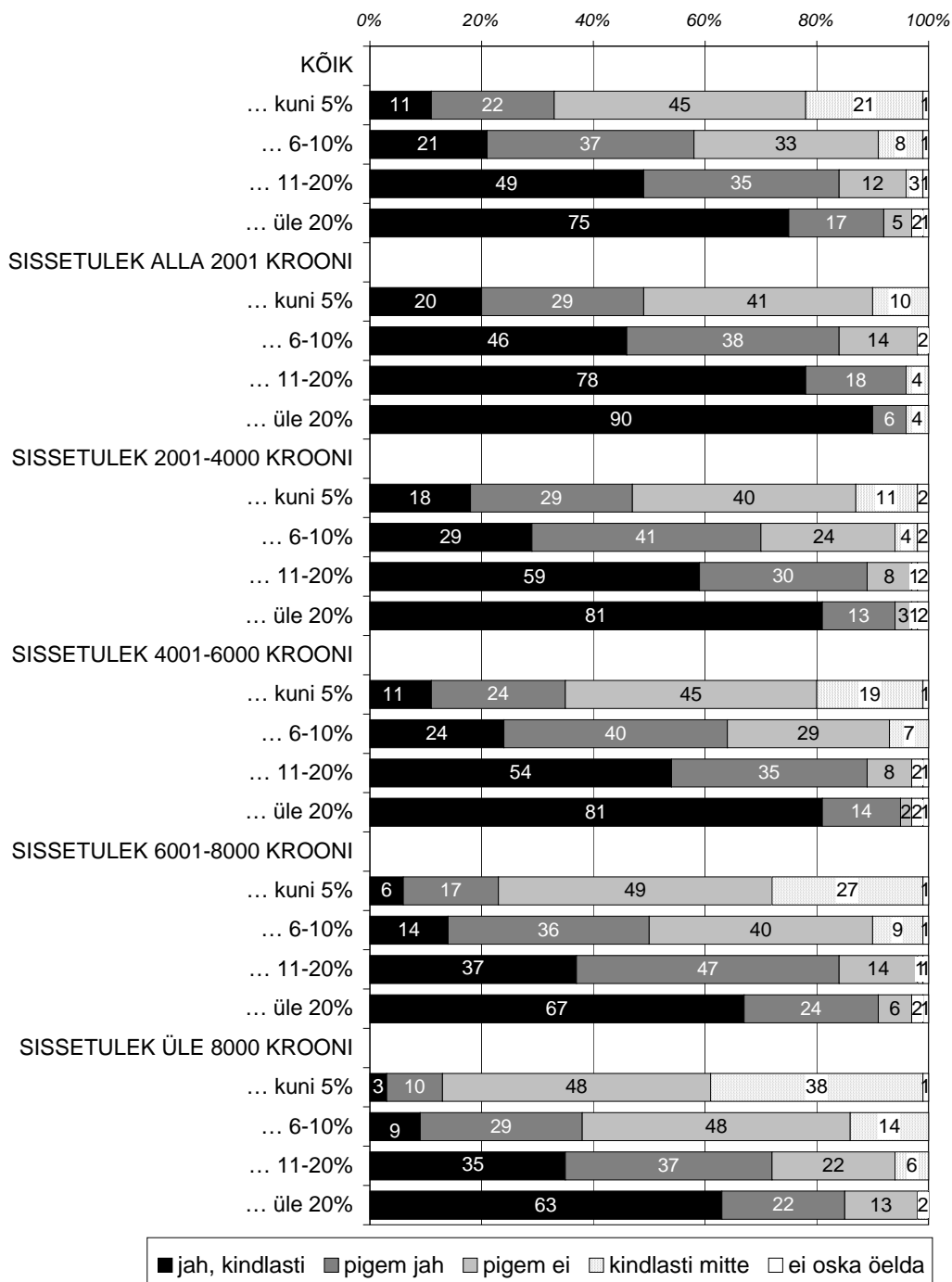
Tarbijate endi hinnangute alusel võib öelda, et olenevalt hinnatõusu suuruselt hakkab muutuma ka ostukäitumine. Kriitiliseks piiriks võib praegu pidada vahemikku 11-20%. Kui hinnatõus saab olema 6-10%, siis muutuvad ostuharjumused 58% tarbijatest (jah, kindlasti + pigem jah), 11-20% puhul 84% vastanutest ja üle 20% puhul 92% vastanutest (vt joonis 4.5.1). Mida väiksem sissetulek, seda kiiremini jõuab kätte piir, mil tõenäolisemalt ostuharjumusi muutma hakatakse. Alla 2000-kroonise sissetulekuga tarbijatel on see väga selgelt 6-10% juures, 2001-6000-kroonise sissetulekuga 6-10%, 6001-8000-kroonise sissetulekuga pigem 11-20% ja üle 8000-kroonise sissetulekuga tarbijatel pigem üle 20%. Tarbijatüüpide lõikes (vt joonis 4.5.2) mõjutab hinnatõusu jätkumine vägagi neid tarbijaid, kelle harjumused muutusid tunduvalt 2007. aastal, nn "suuri muutjaid". Kuni 5%-hinnatõusu puhul muudaks harjumusi 77% sellest

tarbijatüübist, üle 11%-lise hinnatõusu puhul 99% tarbijatüübist. Teisest tarbijatüübist, kelle harjumustes toimusid mõned muutused 2007. aastal, nn “tagasihoidlikest muutjatest”, reageeriks 6-10%-lise hinnatõusu puhul 64% ja 11-20%-lise hinnatõusu puhul juba 90%. Kolmandast tarbijatüübist, nn “endistviisi jätkajatest”, kelle harjumused ei muutunud 2007. aastal ja kellest osa ei märganudki hinnatõusu, hakkaks 79% ostuharjumusi muutma üle 20%-lise hinnatõusu korral.

Hinnatõusu mõjude hinnangule avaldasid peale sissetuleku ja varasema käitumismustri veel teatavat mõju vastaja elukoht, rahvus, vanus ja haridus, kuid need on sissetuleku kõrval väiksema tähtsusega (vt lisa 2.18).

# Kui toidukaupade hinnatõus peaks 2008.a. jätkuma, siis kas see hakkab mõjutama teie toidukaupade ostmise harjumusi? (% vastanutest)

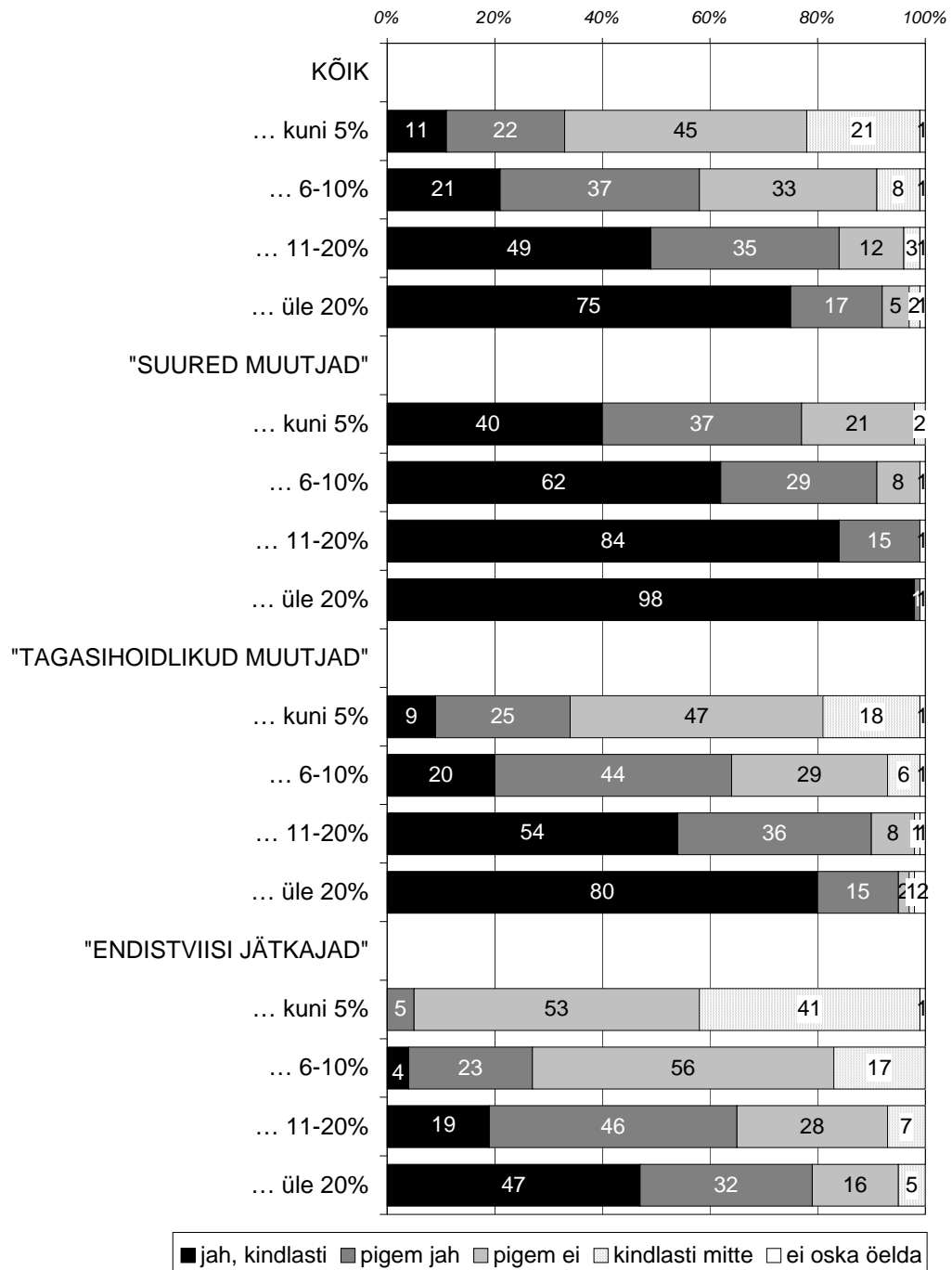
Kui toidukaupade hinnad tõusevad 2008.a. ...



Joonis 4.5.1. Toidukaupade hinnatõusu mõju ostukäitumisele 2008. aastal sissetulekute lõikes

# Kui toidukaupade hinnatõus peaks 2008.a. jätkuma, siis kas see hakkab mõjutama teie toidukaupade ostmise harjumusi? (% vastanutest)

Kui toidukaupade hinnad tõusevad 2008.a. ...



Joonis 4.5.2. Toidukaupade hinnatõusu mõju ostukäitumisele 2008. aastal tarbijatüüpide lõikes

## **5. ELANIKE HINNANGUD JA ARVAMUSED ARENGUKAVAST “EESTI TOIT”**

Põllumajandusministeerium on koostöös Eesti toidutööstuse ettevõtetega, liitude ja teiste partneritega koostanud arengukava “Eesti toit”, mille raames on kahe aasta jooksul läbiviidud arvukalt projekte ja üritusi üle kogu Eesti. Kuna arengukava eesmärkide hulgas on Eesti tarbijate teavitamine ja kodumaise toidutööstuse edendamine, siis on edasiste tegevuste ja plaanide täpsemaks suunamiseks oluline sihtrühma tagasiside. Järgnevalt tarbija seisukohast vaadatuna arengukava üldisest tuntutest, üksikute projektide tuntutest ja vajalikkusest, riigi osalemise vajalikkusest arengukavas ja soovitatavatest arengutest tulevikus.

### **5.1. Arengukava “Eesti toit” tuntus**

Uuringu raames paluti kõigil küsitletutel märkida, kas nad on kuulnud arengukavast “Eesti toit”. Küsimus esitati ilma selgitusteta, mis on arengukava, milliseid projekte või üritusi on kava raames läbi viidud ja kelle poolt. Seega näitavad vastused küsimusele arengukava nn spontaanset tuntutust täiskasvanud tarbijate hulgas (vt joonis 5.1.1 ja lisa 2.19).

Tulemuste järgi ei ole arengukava tuntus suur, iga teine tarbija ei ole sellest kuulnud - 50% vastanutest. Arengukavast on kuulnud 37% vastanutest ja 13% ei osanud öelda, kas on kuulnud või mitte.

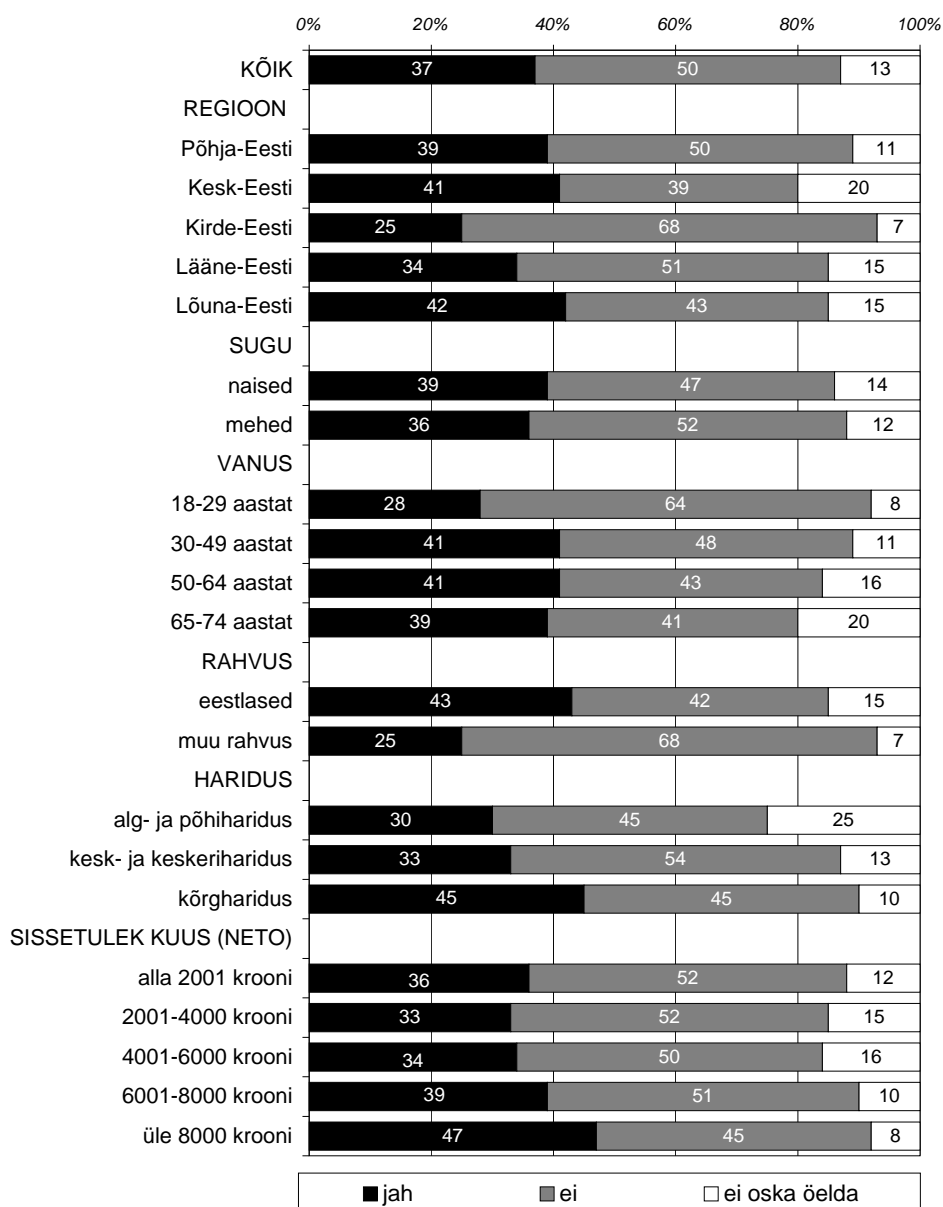
Tuntus varieerub sõltuvalt vastaja elukohast, rahvusest, vanusest, haridusest ja sissetulekust. Arengukavast teavad suhteliselt enam Kesk- ja Lõuna-Eesti elanikud (41% ja 42%) ning vähem Kirde-Eesti elanikud (25%). Kesk-Eesti elanike hulgas on lisaks teadjatele ka suur arv (20%) inimesi, kes pole oma teadmistes kindlad ega oska öelda. Tuntus on suurem maaelanike (42%), eestlaste (43%) ja keskealiste elanike hulgas (30-64-aastased 41%). Alla 30-aastaste hulgas on tuntus madalam üldisest tasemest (28%), samuti alg- ja keskkharidusega vastanute hulgas (30% ja 33%). Paremini on informeeritud kõrgharidusega ja jõukaimad tarbijad (vastavalt 45% ja 47%). Tuntus ületab mitteteadmise taseme vaid Kesk-Eestis, eestlastel ja üle 8000-kroonise sissetulekuga tarbijatel, kuid sedagi vaid mõne protsendipunktiga.

Kuid selline mitte just kiita tuntutuse pilt muutub oluliselt, kui tarbijatele anda veidi lisainformatsiooni, mida kõike on arengukava raames läbi viidud, st kui vastajat natuke abistada. Aidatud tuntutuse väljaselgitamiseks paluti 18-ne projekti-ürituse-konkursi kohta märkida, kas ollakse neist kuulnud. Kui vähemalt ühel juhul vastati jaatavalt, siis arvestati, et tarbija on arengukavast kuulnud (vt joonis 5.1.2).

Aidatud tuntus on arengukaval “Eesti toit” väga kõrge – 89% vastanutest on kuulnud vähemalt ühest läbiviidud projektist või üritusest. Uuringu tulemuste järgi on seose loomine arengukava ja projektide vahel jäänud tavainimestele vähe märgatavaks, neid ei viida kokku. Arengukava

eksisteerib omaette ja projektid elavad oma elu. Iseasi, kas selle seose täpsem selgitamine tavainimesele ongi oluline. Abistamine suurendas tust 52%-punkti võrra. Aidatud tustus oli suurem Põhja- ja Lääne-Eestis (92% ja 93%), maal (92%), eestlaste (94%) ja 30-49-aastaste vanuserühmas (92%), samuti kõrgharidusega ja jõukaimate tarbijate hulgas (94% ja 97%). Keskmisest tasemest madalam oli tustus Kirde-Eestis (73%), muude rahvuste hulgas (78%), üle 65-aastaste tarbijate hulgas (83%). Vähem teadsid projektidest ka mehed (83%) ning alg- ja põhiharidusega elanikud (78%).

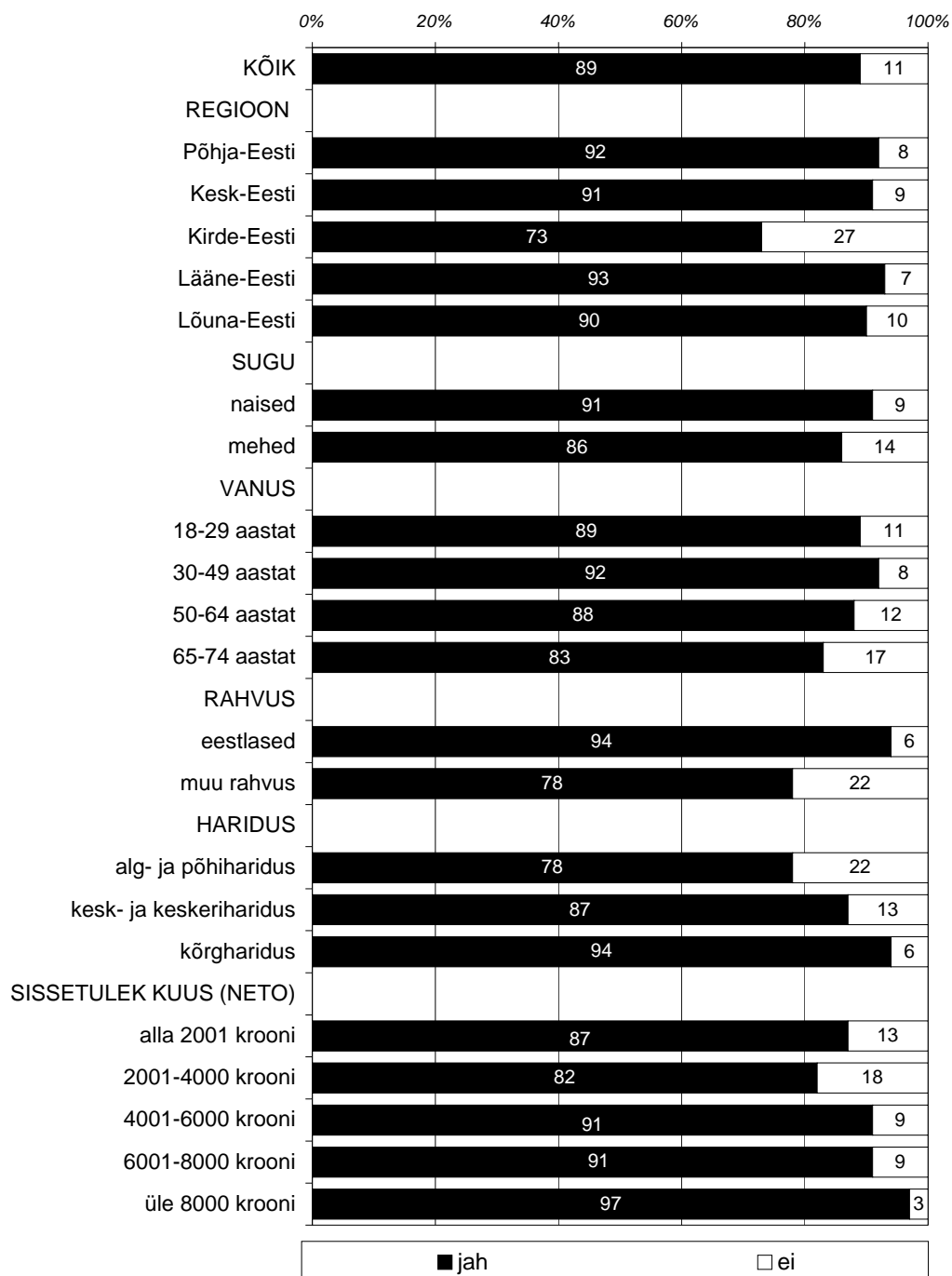
## Põllumajandusministerium koostöös partneritega on koostanud arengukava "Eesti toit". Kas te olete kuulnud arengukavast "Eesti toit"? (% vastanutest)



Joonis 5.1.1. Arengukava "Eesti toit" tustus 2007. aastal

## Kas olete kuulnud arengukavast "Eesti toit"?

(% vastanutest, kes oli kuulnud mõnest arengukava raames aastatel 2006-2007 toimunud projektist-üritusest, seega ka arengukavast, nn aidatud tuntus)



Joonis 5.1.2. Arengukava "Eesti toit" aidatud tuntus 2007. aastal

Konkreetsetest projektidest ja üritustest on elanikele tuntumad mitmesugused konkursid nagu näiteks “Parim toiduaine”, “Tunnustatud maitse”, “Tunnustatud Eesti maitse”, “Parim koolisöökla” jms (74%, vt joonis 5.1.3). Vähemalt iga teine tarbija on kuulnud või osa saanud ettevõtete osalemisest kodumaistel toidumessidel (66%), mahetoidu tutvustamisest (64%), eestikeelsetest koka- ja retseptiraamatutest (62%), kodumaise toidu tutvustamisest välismaal (60%), toidumärgiste tutvustamisest (54%) ja kodumaise toidu tutvustamisest Eestis (51%). Elanikkond teab konkreetsetest projektidest rohkem kui arengukavast endast ja mida edukam laiale avalikkusele suunatud projekt, seda suurem tuntus. Veidi vähem ollakse teadlikud telesaadetest (49%), lastele mõeldud kampaaniatest ja võistlusmängudest (47%) ning kutseõppeasutuste õpilastele mõeldud kutsevõistlustest (44%). Viimaste puhul on projektid olnud suunatud sihtgruppidele, keda antud küsitluses ei küsitletud.

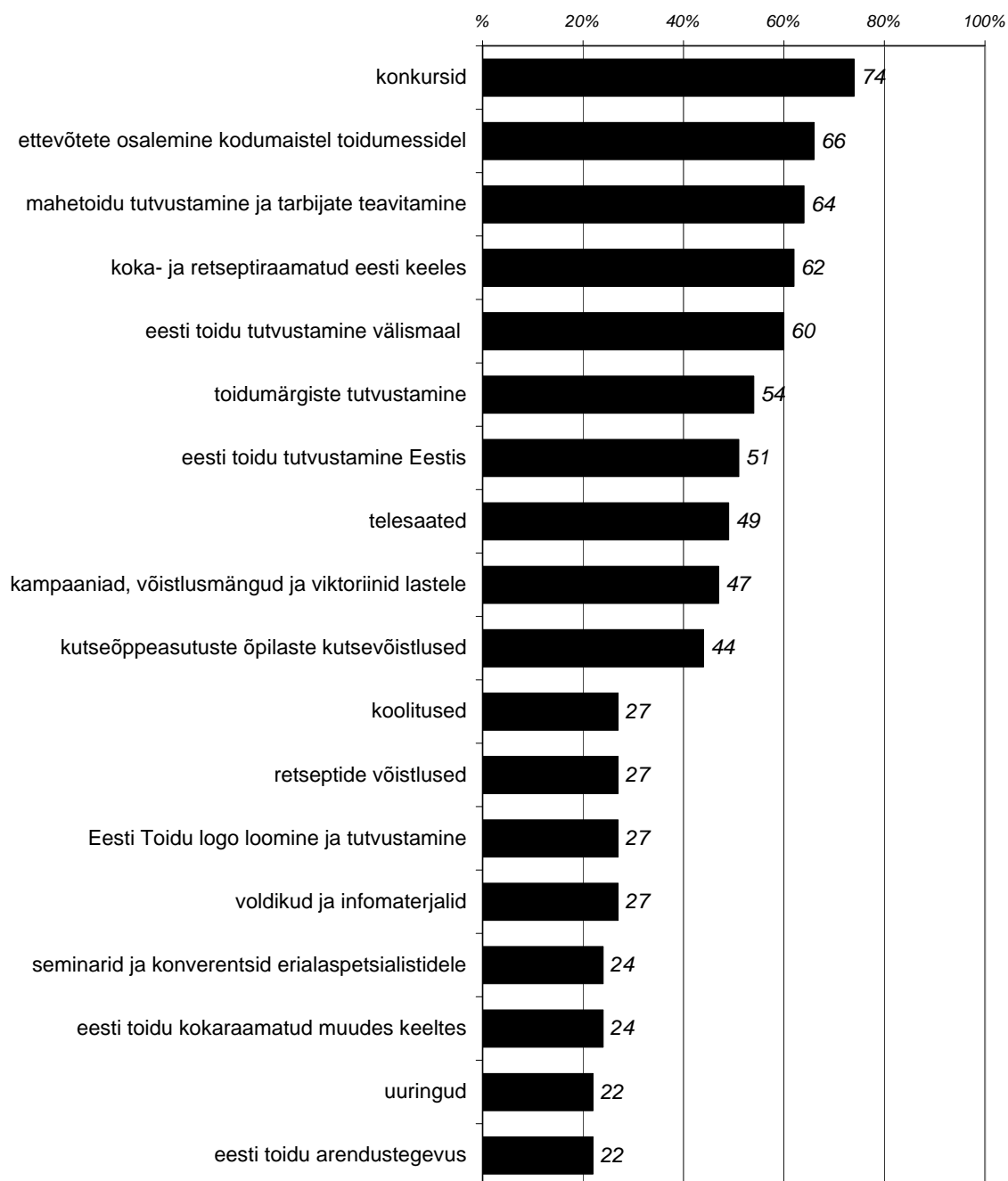
Eesti elanikud ei ole aga üldiselt teadlikud arengukava raames toimunud koolitustest, retseptide võistlustest, Eesti toidu logo loomisest, mitmetest voldikutest ja infomaterjalidest, erialaspetsialistidele mõeldud seminaridest ja konverentsidest, muukeelsetest kokaraamatutest, uuringutest ja arendusestegevustest (tuntus 22%-27%). See on ka mõistetav, kuna enamus neist on suunatud ala asjatundjatele ja ettevõtetele.

Sarnaselt arengukava üldisele tuntusele on ka erinevate projektide tuntusele on avaldanud mõju vastaja elukoht, keelekeskkond, vanus, sugu, haridus ja sissetulekute suurus. Üldjuhul on tuntus suurem maapiirkondades, Kesk-, Lääne- ja Lõuna-Eestis, maal, eestlaste ja keskealiste hulgas, kõrgharidust ja suuremat sissetulekut omavate vastajate hulgas (lisa 2.20).

## **5.2. Elanike hinnangud arengukava “Eesti toit” projektide vajalikkusele**

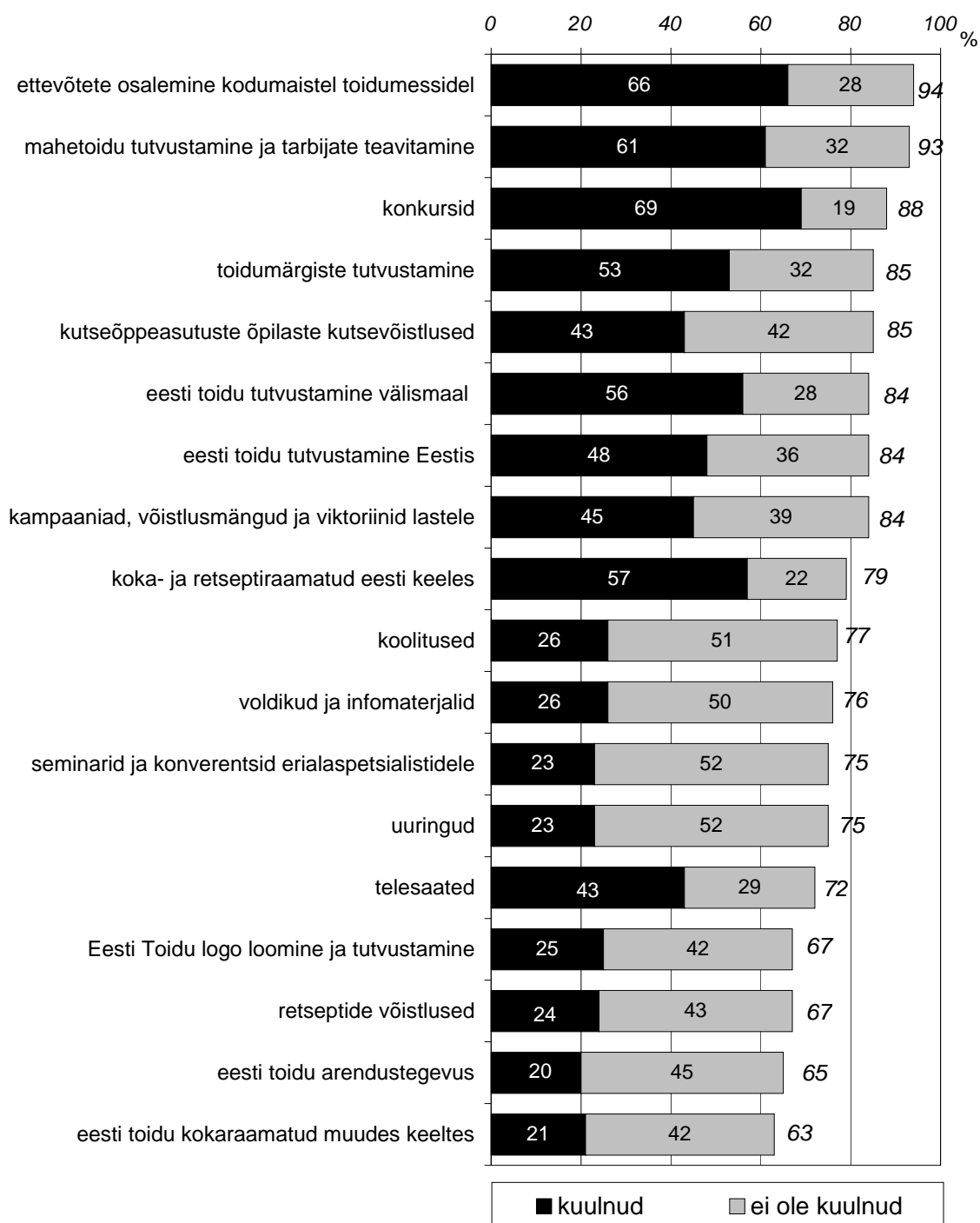
Kui küsida elanikelt, milliseid arengukava projekte ja üritusi peetakse vajalikeks (vt joonis 5.2), on tulemustest kõigepealt näha üleüldine heatahtlikkus. Vastanute protsendid, st kui paljud elanikud peavad mingit tegevust vajalikuks, on vahemikus 94%-63%-ni. Kõige enam peetakse vajalikuks ettevõtete osalemist kodumaistel toidumessidel (94% vastanutest) ja mahetoidu tutvustamist koos tarbijate teavitusega (93%). Kaheksa elanikku kümnest peab vajalikuks konkursside korraldamist, toidumärgiste tutvustamist, kutseõppeasutuste õpilaste kutsevõistlusi, eesti toidu tutvustamist välismaal ja Eestis ning kampaaniaid ja võistlusmänge lastele, eestikeelseid kokaraamatuid, koolitusi, seminare ja konverentse erialaspetsialistidele, voldikuid ja infomaterjale ning uuringuid. Seitse tarbijat kümnest peab vajalikuks telesaateid, logo tutvustamist, retseptide võistlusi ja eesti toidu arendustegevust. Eesti toidu kokaraamatud muudes keeltes said võrreldes ülejäänud tegevustega madalaima hinnangu, seda pidas vajalikuks 63% vastanutest. Elanikud, kes olid konkreetsest tegevusest eelnevalt teadlikud, pidasid arengukava raames vajalikumaks korraldada konkursse, seejärel toetada ettevõtete osalemist kodumaistel toidumessidel, mahetoidu tutvustamist, eestikeelseid kokaraamatuid, eesti toidu tutvustamist välismaal ja toidumärgiste tutvustamist. Eelneva teabe puudumisel kalduti suhteliselt enam väärtustama koolitusi, seminare ja konverentse erialaspetsialistidele, uuringuid, voldikuid ja infomaterjale.

## Arengukava "Eesti toit" aidatud tuntus: kuulnud arengukava raames aastatel 2006-2007 toimunud konkreetsest üritusest-projektist (% vastanutest)



Joonis 5.1.3. Arengukava "Eesti toit" aidatud tuntus – projektid-üritused 2007. aastal

## Milliseid arengukava "Eesti toit" projekte - üritusi peate vajalikuks? (% kõigist vastanutest=%vastavast projektist kuulnutest + % mittekuulnutest)



Joonis 5.2. Elanike hinnang arengukava "Eesti toit" tegevuste vajalikkusele

### **5.3. Elanike hinnangud riigipoolse tegelemise vajalikkusele arengukava “Eesti toit” projektidega**

Uuringus vaadeldud projektide kohta paluti vastajatel avaldada arvamust, kas riik peaks nende projektidega tegelema ka tulevikus. Mida suurem vastanute protsent, seda olulisemaks peavad elanikud tegelemise jätkamist (vt joonis 5.3, lisa 2.20).

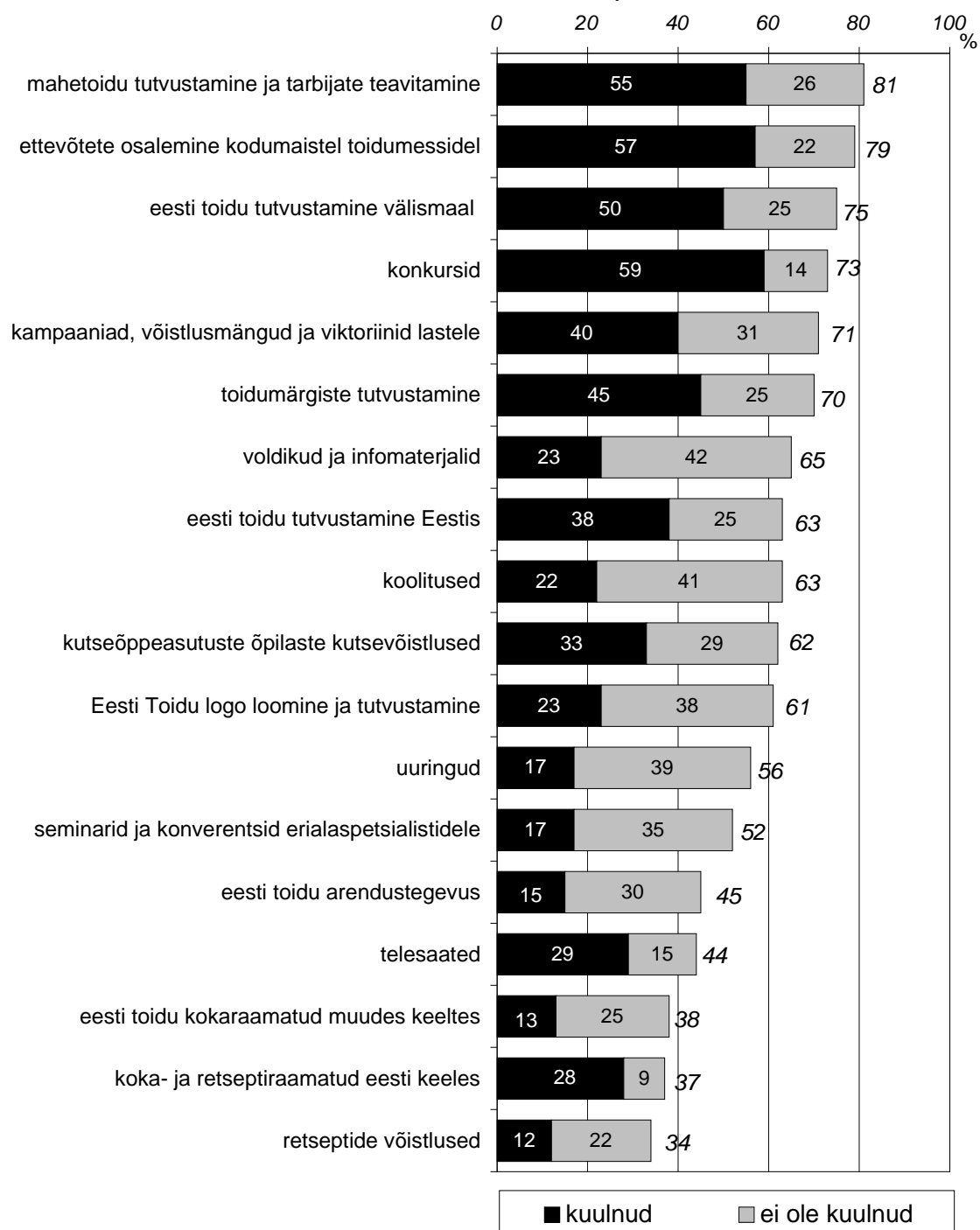
Kõige rohkem tunnetavad elanikud riigi edasise tegevuse vajalikkust mahetoidu tutvustamisel ja tarbijate teavitamisel (81% vastanutest), ettevõtete toetamisel kodumaistel toidumessidel osalemiseks (79%), eesti toidu tutvustamist välismaal (75%), konkursside korraldamisel (73%), lastele kampaaniate jms korraldamisel (71%) ning toidumärgiste tutvustamisel (70%). Kui projektidest ollakse kuulnud, siis nähakse prioriteedina eelkõige konkursside korraldamist, ettevõtete toetamist toidumessidel osalemiseks, mahetoidu tutvustamist ja eesti toidu tutvustamist välismaal.

Projektid, millega jätkamist toetatakse kõige vähem, on eesti toidu arendustegevus, telesaated, eesti- ja muukeelsete kokaraamatute väljaandmine ja retseptide võistlused (33-45% vastanutest).

Mida suurem vahe projekti vajalikkuse ja riigi edasise tegelemise hinnangu vahel, seda tõenäolisemalt võiks riigi kõrval osaleda mõni muu asjast huvitatud organisatsioon, ettevõtte või ühendus. Näiteks eesti toidu tutvustamisel Eestis, kutseõppeasutuste õpilaste kutsevõistluste korraldamisel, erialaspetsialistidele seminaride ja konverentside korraldamisel, eesti toidu arendustegevusel, telesaadete tegemisel, eesti- ja muukeelsete kokaraamatute väljaandmisel ning retseptide võistlustel (hinnangute vahe oli 20%-punkti või rohkem).

## Kas riik peaks tegelema antud projekti - üritusega tulevikus?

(% kõigist vastanutest=%vastavast projektist kuulnutest + %  
 mittekuulnutest)



Joonis 5.3. Elanike hinnang riigipoolse tegelemise vajalikkusele arengukava “Eesti toit” projektidega

## 5.4. Tõhusamad infokanalid arengukava projektidest teavitamisel

Efektiivsemate infokanalite väljaselgitamiseks paluti vastajatel märkida, kust nad on saanud teada arengukava “Eesti toit” raames läbiviidud üritustest – projektidest. Etteantud kümnele vastusvariandile võis vastaja lisada juurde puuduva ning võis ka valida mitu vastust, kui üritustest kuuldi mitmest infoallikast (vt joonis 5.4).

Uuringu andmetel osutasid elanikkonna teavitamisel tõhusamateks kolm kanalit: televisioon (54% vastanutest), üle-eestilised ajalehed ja ajakirjad (40%) ning raadio (29%). Nimetatud kanalid olid peamised nii kõigil tarbijatel, olenemata sellest, kas nad olid kuulnud mõnest läbiviidud projektist või teadsid arengukavast. Elanikel, kes teadsid arengukava ilma abistamiseta, olid samuti peamisteks infokanaliteks televisioon (79% vastajarühmast), üle-eestilised ajalehed ja ajakirjad (61%) ja raadio (45%). Mitteformaalne infokanal sõprade, tuttavate ja töökaaslaste näol (10%) osutus teavitamisel tõhusamaks võrreldes eesti toidu koduleheküljega internetis (5%). Kohalikud ajalehed (16%) ja internetikeskkond koos erinevate portaalidega (13%) oli aga tõhusam välireklaamist ja trükistest (10% ja 9%).

Televisioon oli elanike rühmadele üleüldiselt kõige olulisem infoallikas, mis eriti oluline Kesk-, Lääne- ja Lõuna-Eestis, väikelinnades ja maal ning eestlaste ja vanemate inimeste hulgas (vt lisa 2.21). Samad elanike rühmad olid arengukava üritustest saanud teada ka suhteliselt enam üle-eestilisest trükimeediast. Naistel ja meestel oli infokanalite tähtsus sarnane, v.a see, et raadio oli suhteliselt olulisem meestele ning üle-eestilised ajalehed ja internet naistele.

## 5.5. Elanike hinnang arengukava “Eesti toit” jätkamisele

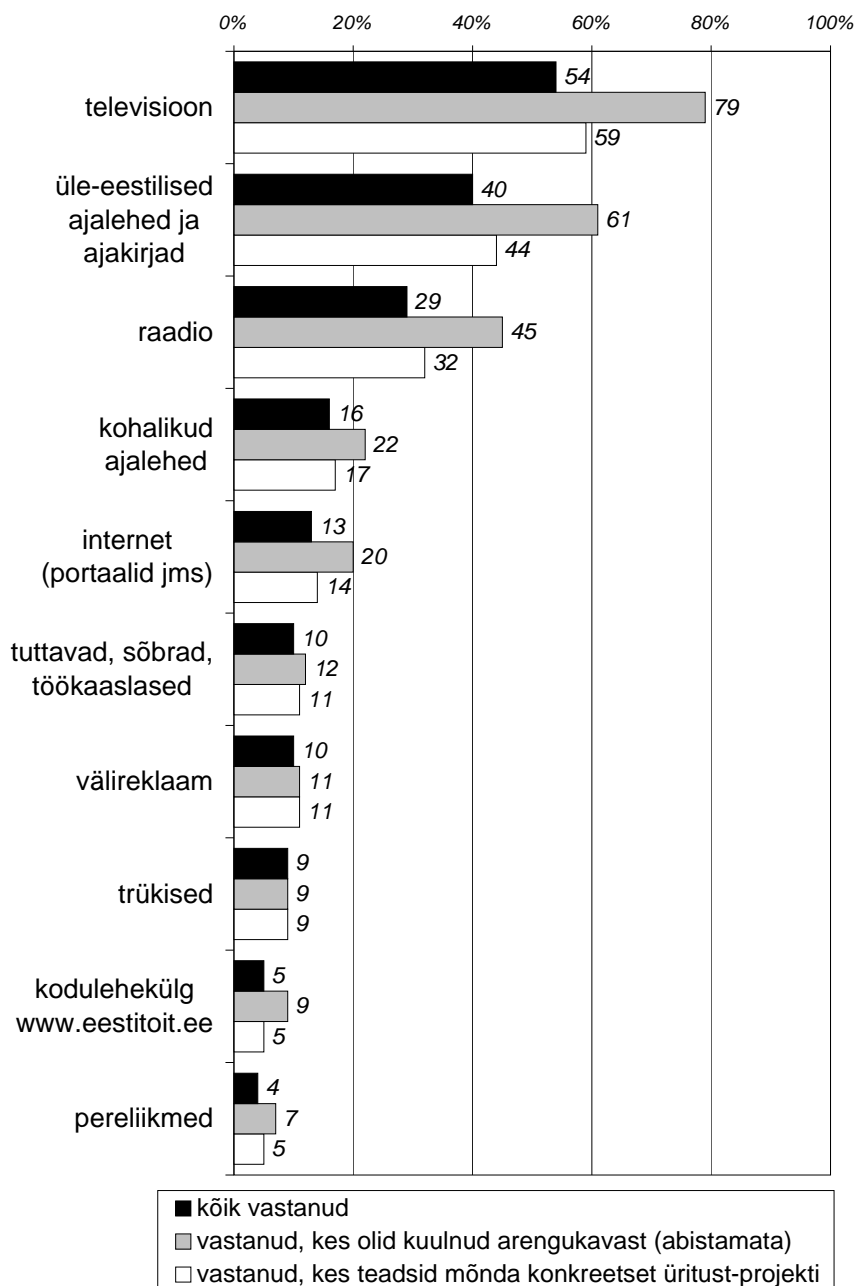
Meediakanalites on esinenud arengukava suhtes mitmeid eri arvamusi alates väga positiivsest vastukajast kuni terava kriitikani. Palusime elanikel, kui arengukava ühel sihtrühmal, avaldada arvamust arengukava tuleviku üle ja märkida, kas oleks vaja jätkata samas suunas, midagi muuta või kavaga tegelemine lõpetada. Kui vastajal puudus seisukoht, siis võis ta kirja panna “ei oska öelda”.

Tulemused näitavad elanikkonna passiivsust – 47% vastanutest puudus omapoolne arvamus, kas ja kuidas arengukavaga edasi minna (vt joonis 5.5). Arvamust omas 53% vastanutest, 32% väljendas arengukavaga jätkamise soovi, 18% muutustega jätkamise ning 3% lõpetamise soovi. Siit saab järeldada, et inimeste suhtumine on pisut eemalolev, kuid positiivne. Lihtsalt see teema ei ole hetkel oluline või on üldises plaanis, raske hinnata. Seotus ja huvi on suuremad, kui ollakse eelnevalt arengukavast kuulnud. Näiteks abistamata arengukavast teadnud elanikest avaldas arvamust 68%, 43% soovitas jätkata samamoodi, 22% jätkata muutustega ja 3% kavaga tegelemine lõpetada.

Kesk- ja Lõuna-Eesti elanikud ning maaelanikud soovivad arengukavaga jätkamist oluliselt enam Põhja- ja Kirde-Eesti elanikest (vt lisa 2.22). Tallinna elanike arvamused jagunesid järgmiselt: 48%-l vastanutest puudus arvamus, 25% toetas jätkamist, 22% muutustega jätkamist

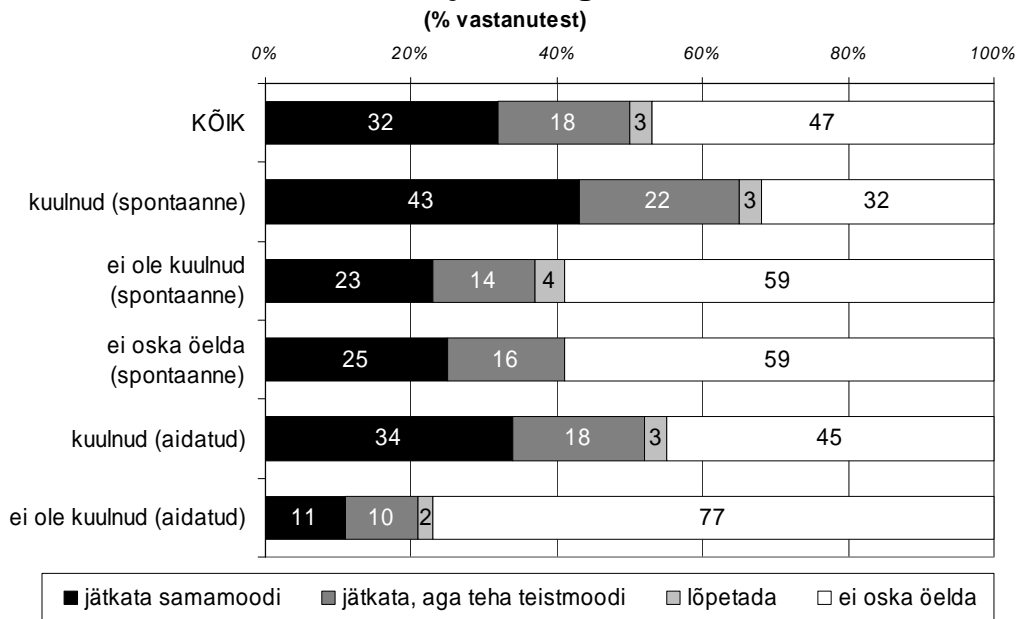
ja 5% lõpetamist. Eestlastest avaldas arvamust 53%, muudest rahvustest 52%. Esimesed väljendasid kava jätkamise osas veidi positiivsemat arvamust: 35% eestlastest ja 25% muudest rahvustest. Muutustega jätkamist pooldas vastavalt 16% ja 21% ning kavaga tegelemise lõpetamist 2% eestlastest ja 6% muudest rahvustest elanikke.

## Kust Te olete saanud teada arengukava "Eesti toit" raames läbiviidud üritustest - projektidest? (% vastanutest)



Joonis 5.4. Tõhusamad infokanalid arengukavast "Eesti toit" teavitamisel

## Kas Teie arvates oleks vaja jätkata arengukavaga "Eesti toit" samas suunas või oleks vaja midagi muuta, teha teistmoodi?



Joonis 5.5. Elanike hinnang arengukava "Eesti toit" jätkamisele

### 5.6. Elanike ettepanekud seoses arengukavaga "Eesti toit"

Arengukava edasisi tegevusi planeerides on oluline teada ja võtta arvesse sihtrühmade arvamust. Käesolevas uuringus avaldasid Eesti elanikud vabas vormis omi mõtteid ja ettepanekuid, millele arengukava elluviimisel edaspidi keskenduda ja mis suunas edasi liikuda. Kokku pani arvamuse kirja 236 inimest, st 21% uuringus osalenutest. Vabad vastused rühmitati sisu alusel ja on toodud järgnevas tabelis 5.6 ning tekstid lisas 4.

Elanike vastustest ilmnis infopuudus ja arengukava raames läbiviidud tegevustest teavitamise vajadus (34% vastustest). Teavitamine puudutab kõiki elanike rühmi, kuid eriti lapsi ja noori (16%), samuti rõhutati tervislikkust (10%) ning info jagamise vajadust mitmetes keeltes (9%), näiteks lisaks eesti keelele kindlasti vene ja inglise keeles. Kui nimetada neli olulisemat märksõna, mis suunas jätkata, siis need oleksid: teavitus, lapsed ja noored, toidu ja toitumise tervislikkus ning venekeelne info. Teavitus ja tegevusvaldkonnad on põimunud, tervislikkusele tähelepanu pööramises sisaldub elanike ettekujutuses teavitamine ja spetsialistide nõuanded.

Suhtumine arengukava jätkamisse oli positiivne, inimesed tahaksid rohkem olla kursis kõikvõimalike projektide ja tegevustega, aga ei ole. Ei piisa ainult arengukava nime mainimisest või logost, oodatakse konkreetseid tegusid, mis näitaks kava vajalikkust. Rohkema teavitamise all peeti silmas elanikele info jagamist eelkõige televisioonis ja raadios, samuti suurtes kaubanduskeskustes, kirjutamist üle-eestilistes ja kohalikes ajalehtedes. Tele- ja raadioinfo võiks

kõlada mitte ainult uudistes, vaid eraldi saadetenähtude teemadel (kokandus, tervislik toit, koolitoit, rahvuslikud retseptid ja toidud jms). Infot võiksid jagada ka firmade esindajad loengute, seminaride ja koolituste vormis. Mainiti teavitamise vajalikkust välisriikides ja programmi tõlke avaldamist venekeelses Postimehes, erinevate tooterühmade ja eesti toitu tutvustavate päevade korraldamist, kaupmeeste koolitamist.

Tabel 5.6. Elanike ettepanekud seoses arengukavaga “Eesti toit” (n=236, % vastanutest)

	% vastanutest
parandada teavitustööd	34
korraldada tegevusi, üritusi lastele ja noortele	16
rohkem tähelepanu tervislikkusele	10
anda enam infot vene ja teistes keeltes	9
mitte rahastada maksumaksja raha eest, riigi raha raiskamine	5
rõhutada eesti oma toitu, mahetoitu	3
kodumaistel toidukaupadel võiksid olla madalamad hinnad	3
riigi edasine toetus on vajalik	2
arendada põllumajandust ja toiduainetööstust	2
pöörata tähelepanu kodumaiste toidukaupade kvaliteedile ja säilitusainete sisaldusele	2
rohkem kokaraamatuid	1
arengukavaga tegelemine võiks olla äriühingute asi	1
tõsta kokanduse eriala kvaliteeti	1
parandada eesti toodete kättesaadavust	1
luua ja haarata kaasa söögikohad	1
luua uudne lähenemine	1
piirata impordi	1
muu	5
ei tea, ükskõik, info on puudulik	6

Eraldi teemana tõusis paljude vastajate ettepanekutes esile mure laste ja noorte toitumisharjumuste pärast, mis seondub tervislikkusega. Soovitati laste ja lastega tegelevate asutuste (lasteaiad, koolid, kutseõppeasutused, koolisööklad) töötajate ja juhtkondade ning lastevanemate koolitamist, kokanduse tunde, nn õige toitumise päevade korraldamist, toidu kui ravimi rolli tutvustamist, rämpstoidu alaseid selgitusi, uuringuid õpilaste toitumiseelistustest, söögikultuuri alast teavet. Kultuurse söömise tutvustamist peeti vajalikuks nii lastele, keskealistele kui vanematele inimestele. Laste ja noorte toitumisharjumuste muutmise teema ulatub kaugemale eesti toidu propageerimisest, kuigi elanike teadvuses seostub eesti toit impordist enam tervislikkuse ja puhtusega.

Varasemate ostueelistuste uuringute kohaselt on tervislikkus kodumaise toidukauba kuvandi osaks. Vald kond on elanikele väga oluline ja nii soovitati antud teemal rohkem avalikkuses rääkida. Näiteks säilitusainete mõjust organismile ja toidu kvaliteedile, tervisele kõige kasulikumast tarbimisviisist, dieettoitudest, tervislikust toidust väiksema ja keskmise palgaga inimestele, tervislikust toidust meditsiinis (ka ida meditsiinis), elukoha lähedal kasvanud toidu ja vähesema säilimisaja kasulikkusest, geneetiliselt muundatud organismide sisaldusest ja tarbimise mõjust jne. Ühtlasi koolitada ka tervishoiuasutuste toitlustusega tegelevaid töötajaid. Tervislikkuse teemaga liitub mahetoidu alane teavitus, mille jätkamist elanikud läbiviidud

projektidest kõige enam soovivad. Mõnede inimeste arvates võiks eesti toit olla naturaalne, vaba säilitusainetest ja hüdrogeniseeritud taimerasvadest ning kõiki toiduaineid võiks toota võimalikult mahedalt.

5% küsimusele vastanutest pidas projektiga jätkamist riiklikul tasemel maksumaksja raha raiskamiseks. Leiti, et miljoneid kroone kulutati mõttetute asjade uurimiseks nagu näiteks rahvuskala väljaselgitamine. Kui ettevõtjate arvates on projekt vajalik, siis võiksid nad omal kulul seda finantseerida. Teatud määral liituvad kriitikaga ka elanikud, kes soovisid projektipõhise põllumajanduse ja toiduainetööstuse arendamise asemel näha selle plaanipärast arendamist (2% küsimusele vastanutest), kelle arvates on see kava äriühingute või erialaseltside ja -liitude asi (1%) või kellel on ükskõik (6%). Soovitati teha pigem vähem projekte, kuid kvaliteetseid ja konkreetseid ning need hoolikalt läbi mõelda, sest projektide paljususe korral sisu hägustub.

# KOKKUVÕTE

## EKI 2007. aasta küsitluse tulemustest:

- Jätkub aeglane suund toidukaupade ostmise sageduse vähenemisele. Täiskasvanud Eesti elanik ostab tüüpiliselt toidukaupu 2-3 korda nädalas (38% vastanutest). Iga päev ostis toitu 25% elanikest, 4-6 korda nädalas - 32% ja üks kord nädalas 5%. 95% elanikest ostis toidukaupu vähemalt kaks korda nädalas. Aastaga on veidi vähenenud igapäevaste toiduostjate osakaal ja suurenenud 2-3 korda nädalas toiduoste tegevate tarbijate osakaal.
- Toidukaupade ostmine toimub järjest enam suurtest toidukauplustest. Väikestest, alla kolme kassaga, toidukauplustest ostmine väheneb, mis viitab kauplusetüübi hääbumisele suurkaupluste ees, suurkaupluste ketide laienemist ja elanike eelistuste muutust. Suurtest toidukauplustest ostis 2007. aastal toidukaupu 78% vastanutest (2006.a 73%, 2005.a 65%), väikestest toidupoodidest 17% (2006.a 21%, 2005.a 26%) ja turgudelt endiselt 3%. Kauplused olid peamiseks toidukaupade ostukohaks üheksale tarbijale kümnest (95%).
- Võrreldes 2006. aastaga tõusis kaupluste osakaal kõikides vaadeldud tooterühmades: liha ja lihatooted, kala ja kalatooted, piim ja piimatooted, kanamunad, jahu ja tangained, kartulid, köögi- ja puuviljad, mahlad ja mesi. Suurem oli kaupluste osakaal jahu ja tangainete (94%), piima- (93%) ja kalatoodete ostudes (89%). Turult ostmise osakaal püsis stabiilsena ja oli suurim liha, kala ja kartulite ostudes, vastavalt 25%, 19% ja 18%. Omatoodangu osakaal oli suurim kartulite (32%), köögiviljade (29%), puuviljade ja marjade (29%) ning mahlade osas (28%). Hulgiladude tähtsus toidukaupade ostukohana oli väga väike piirdudes 1-2%-ga ja ulatus 4%-ni vaid jahu ja tangainete ostudes. Otse tootjalt ostetakse peamiselt mett (60% mee ostudest).
- Tarbijate poolt toiduostukohtadele esitatavad nõuded ei ole aastaga oluliselt muutunud. Toiduostukoha juures väärtustatakse kõige enam kvaliteetsete toidukaupade olemasolu (93% vastanutest pidas väga tähtsaks), ostukoha puhtust ja korralikkust (87%), meeldiva teeninduse olemasolu (78%), soodsaid hindu (68%), vähest ajakulu ostude sooritamisel (68%), laia kodumaiste toidukaupade valikut (64%) ning poe lähedust kodule või töökohale (60%). Tarbija väärtustab järjest enam mugavust, võrreldes 2006. aastaga on olulisemaks muutunud meeldiv teenindus, soodsad hinnad, lähedus kodule või töökohale, pangakaardiga maksmine, pikk lahtioleku aeg ning autoga juurdepääs. Soodsa hinna ootused on muutunud aktuaalsemaks seoses hindade tõusuga, kuid seda kompenseerivad tarbijale olulisemad toiduainete kvaliteet, kaupluse puhtus ja kord ning meeldiv teenindus.
- Toidu ostuotsuse tegemisel on tarbija jaoks määravaimad toidukauba värskus (96% väga tähtis), maitse (93%) ja kvaliteet (92%), kusjuures kvaliteedi hinnang on 2006. aastast veidi langenud (4%-punkti). Väga jälgitakse ka tervislikkust (73%), soodsat hinda (65%) ja toote

koostist (58%). Aastaga on väga tähtsate tegurite hulgast tähtsate hulka langenud toote välimus (52% väga tähtis) ja kodumaine päritolu (50%), mille põhjused peituvad toidukaupade hinnatõusus. Soodne hind ja tuttav kaubamärk on aga muutunud tähtsamaks. Järelikult pööratakse hinnatõusu ajal pigem tagasi vana ja äraproovitu juurde. Ostuvaliku kriteeriumidest on toote kodumaisus alles 9-ndal kohal peale värskust, maitset, kvaliteeti, tervislikkust, soodsat hinda, koostist, toote välimust ja sooduspakkumisi. Tarbijad ei ole omaks võtnud tootjapoolset kodumaisuse tõlgendust, vaid eeldavad kodumaise kaubamärgi kõrval valmistamist Eestis ja kodumaisest toorainest.

- Tarbijad eelistavad endiselt osta kodumaiseid toidukaupu – 73% vastanutest, kuid võrreldes 2006. aastaga on protsent langenud 2%-punkti. Toidukauba päritolumaa pole oluline 26%-le vastanutest ja valdavalt imporditud toidukaupu eelistab osta 1% vastanutest. Peamiseks põhjuseks võib pidada suurt toidukaupade hinnatõusu mitmetes kaubagruppides, eriti aga piima- ja pagaritoodete osas. Ka sissetulekute suurus on siin oluline mõjutaja. Kodumaist väärtustavad enam madalama sissetulekuga tarbijad, kuid piiratud rahaliste võimaluste juures valitakse ostukorvi hinnalt soodsaim kaup. Oma mõju avaldab kindlasti jätkuv “kodumaise” kaubamärgiga toodete valmistamine lähinaabrite juures, mis kutsub esile tarbijate pettumise.
- Kolm tarbijat neljast eelistab osta kodumaist toidukaupa, mis tähendab, et tootjate poolt pakutu on tarbijaile meelepärane. Kodumaisele toidukaubale on iseloomulikud harjumuspärane maitse (jah, alati - 60%), värskus (jah, alati – 55%), usaldusväarsus (55%) ja tervislikkus (48%, kuid värskuse ja tervislikkuse hinnangud on aastaga veidi langenud (2006.a 60% ja 51%). Hinnatõusu taustal on kodumaisele toidukaubale järjest vähem iseloomulik, värskus, tervislikkus, kõrge kvaliteet, lai sortiment ning meeldiv ja sobiv pakend. Ettekujutust kodumaisest toidust, kui tervislikust ja värskest, on kahandanud lisaainete järjest suurem kasutamine, ka ulatuslik pakendamine, mille tõttu tajutud vahe impordiga väheneb. Kodumaise toidukauba seostamine üha vähem kõrge kvaliteediga, hinna ja kvaliteedi käärid ning tajutud sortimendi kitsenemine esitavad samuti tugeva väljakutse tarbija usaldusele.
- Kodumaiste ja imporditud toidukaupade eristamine on muutunud tarbijaile aastaga keerulisemaks, mis on omakorda aidanud kaasa kodumaise toidukauba eelistamise vähenemisele. 85% vastanutest märkis, et kodumaise toidukauba eristamine sissetoodud toidukaubast pole mitte alati lihtne või on raske (76% + 9%). 2006. aastal tões eristamisel raskusi 77% vastanutest. Peamiseks takistuseks on liiga väikeses kirjas tooteinfo kauba pakendil (71%, kelle jaoks polnud eristamine lihtne). Tarbija sooviks teada tooraine päritolumaad, kuid selle väljaselgitamine valmistas raskusi igale teisele tarbijale (49%), kes koges eristamisel raskusi. Järjest rohkem probleeme tekitas tooteinfost tootjamaa või tootja väljaselgitamine (46%, 2006.a 41%). Veidi on paranenud müüjate teadmised kauba päritolust ja vähem on neilt saadud vaeleinformatsiooni. Kodumaiste toodete ja kaubamärkide nimede võõrapärasuse üle kurtis iga neljas eristamisel raskustes olnud tarbija (25%) ning pakendite visuaalse sarnasuse ja imporditud toodete eestipäraste nimede üle iga viies tarbija (20% ja 21%).

- Usaldusväärsemad importtoidukaupade tootjamaad on jätkuvalt Põhjamaad, Läti, Leedu ja Saksamaa. Tarbijad usaldavad mitte valimatult kõiki, vaid üksikuid nimetatud riikidest pärit toidukaupu. Selline valiv tendents kehtib peale ülalnimetatud maade ka Hollandi, Euroopa Liidu, Venemaa, Ukraina ja Poola toidukaupade kohta. Prantsusmaa ja Ameerika Ühendriikide toidukaupade puhul ei oska tarbijad vähese kokkupuute tõttu hinnangut anda. Aastaga ei ole muutunud lähiriikide toidukaupade suurem usaldamine ega identiteedi kinnitamine teatud maadest pärit toidukaupade ostmise kaudu (venekeelne elanikkond Venemaa ja Ukraina). Kuna suuri muutusi maade usaldatavuses seoses toidukaupade ostmisega pole aasta jooksul toimunud, näitab see, et kodumaiste toidukaupade eelistamise langus ja üksikõiksete tarbijate arvu kasv on pigem tagajärg kodumaiste toidukaupade hinnatõusule ja tarbijad on “solvunud”, mitte aga pole suurenenud huvi mingi kindla riigi importtoodete vastu.
- Tootegruppides, kus on eelistatud kodumaised ja sissetoodud toiduained, eelistavad tarbijad valdavalt kodumaiseid toidukaupu impordile. Kuid kodumaise eelistamine on inimeste endi hinnangul aastaga vähenenud, oluline muutus toimus 15-s tootegrupis 20-st uuritust: suitsuvorstid ja singid, kartul, majonees, jogurt, juust, jäätis, linnuliha, värske köögivilj, toiduõli, õlu, keedised ja moosid, kommid ja šokolaadid, mahlad, viin ja makaronitooted. Nii paljudes tootegruppides ei ole varem kodumaise eelistamine vähenenud, kui 2007. aastal. Kodumaiste toodete osakaal oli 2007. aastal suurim sinkide ja suitsuvorstide puhul (88% vastanutest ostis ainult või peamiselt kodumaist), järgnesid jogurtid (81%), jahu ja tangained (81%), kartulid (80%), juustud (79%) ja majoneesid (78%). Juustude osas näib jätkuvad 2006. aastal alanud tendents osta kodumaise kõrval toidulauale imporditud juustu, mida on soodustanud hinnavahe vähenemine ja importjuustude mitmekesisem maitse. Kodumaistele majoneesidele ja jogurtitele lisaks on hakatud rohkem ostma importi, mille üheks põhjuseks võib olla importtoodete aktiivsete reklaamikampaaniate mõju.
- 2007. aastal olid tarbijate hinnangul parema valikuga kodumaised leiva- ja saiatooted (valik on hea - 72%), piim ja piimatooted (69%), jahu ja tangained (64%), maiustused ja kondiitritooted (62%) ning karastusjoogid ja mahlad (59%). Aastaga on paranenud leiva- ja saiatoodete ning jahu ja tangainete valik. Kastmete, liha ja lihasaaduste, kulinaar-, pooltoodete ja valmistoitude, puu- ja köögiviljakonservide, värske köögi-, puuvilja ning kala ja kalasaaduste valikut hinnati rahuldavaks. Kodumaise kala ja kalasaaduste ning värske puuvilja valik oli endiselt tarbijate hinnangul teistest kehvem, iga viies tarbija hindas valikut halvaks (vastavalt 22% ja 20%). Positiivseks võib pidada 2006. aastal toimunud toidukaupade valiku halvenemise peatumist, hinnangud püsisid üldjoontes 2006. aasta tasemel. Halvenes vaid hinnang kulinaartoodete ja valmistoitude valikule. Ilmselt pööravad tarbijad kaubagrupile rohkem tähelepanu ja nõudmised on kasvanud. Oma mõju oli kindlasti valmistoidu hinnatõusul, mistõttu tarbijad tajuvad, et valik on piiratum.
- Kodumaiste toidukaupade kvaliteet on hea, uuritud 12-st tootegrupist olid 8 tarbijate hinnangul hea kvaliteediga: piim ja piimatooted (kvaliteet on hea - 75%), jahu ja tangained (71%), leiva- ja saiatooted (72%), maiustused ja kondiitritooted (67%), karastusjoogid ja

mahlad (63%), liha ja lihatooted (56%), kastmed, majoneesid ja ketšupid (53%) ning puu- ja köögiviljakonservid (41%). Parima kvaliteediga olid teist aastat järjest piim ja piimatooted, kuid häid hinnanguid anti neile aasta möödudes oluliselt vähemate tarbijate poolt (-4%-punkti). Sama ilmnis liha ja lihatoodete puhul (-4%-punkti). Piima ja piimatoodete osas võis langus olla tingitud esiteks hinnatõusust, millel tarbija teadvuses vähene seos kvaliteedi tõusuga ning teiseks võisid üha väiksemad hinnaerinevused kodumaise ja sissetoodud kaupade vahel esile kutsuda viimaste suurema tarbimiskogemuse ja impordi kvaliteedi tajumise samaväärse või isegi paremana. Liha ja lihatoodete kvaliteedi languse taga võib samuti eeldada hinnatõusust tingitud ostukäitumise muutusi, st kõige kallima ja kvaliteetsema hinnaklassi toodete asemel valiti taskukohasemat. Rahuldava kvaliteediga tootegruppideks olid 2007. aastal kodumaised kulinaar- ja pooltooted, kala ja kalatooted, värske köögi- ja puuvili.

- Tarbijate tavapärase käitumise osaks on toidukaupade ostmisel vaadata nende hindu. 99% tarbijatest vaatab ostes, mis toidukaubad maksavad, sh alati 60%, sageli 32% ja harva 7%. Vaid 1% inimesi ei vaata ostes üldse hindu.
- Eesti inimesed teavad üldiselt toidule kuluva rahasumma suurusjärke, kuid vähesed peavad täpset arvestust: 57% vastanutest teab enam-vähem suurusjärke, 14% peab täpset arvestust, 28%-l vastanutest pole toidukuludest aimugi ja 1% ei huvita see teema. Sissetulekute suurus ja vanus on olulisemad tarbijate harjumuste mõjutajad. Sissetulekute vähenedes ja vanuse tõustes (nt pensioniiga) suureneb vajadus kuludest ülevaate saamiseks.
- Valdav osa Eesti tarbijatest sai 2007. aastal osta soovikohaseid toidukaupu, kuid mitte alati (63%), 17% ostis alati meelepärast, 10% ostis väga harva ja 10% ei saanud osta toitu soovikohaselt. Tarbijate hinnangute põhjal pole näha, et perede rahaline olukord oleks hakanud 2007. aastal rohkem piirama soovikohaste toidukaupade ostmist. Kuid tuleb arvestada, et suuremad hinnatõusud toimusid aasta viimasel neljal kuul ning ostuharjumuste muutused ei toimu tavaliselt üleöö. Sissetulekute suurus on väga oluline ostukäitumise mõjutaja. Mida suurem sissetulek, seda suuremad võimalused soovikohast toitumist järgida ja vastupidi, mida väiksem sissetulek, seda suuremaid piiranguid on tarbija sunnitud endale seadma.
- Toidukaupade hinnatõusu mõjul muutusid toidukaupade ostuharjumused tunduvalt 16% tarbijatest, mõned muutused toimusid 60%-l tarbijatest, 23%-l jäid ostuharjumused samaks ja 1% ei märganudki hinnatõusu. Seega valdav osa tarbijaist (76%) koges 2007. aastal muutusi ostukäitumises. Need muutused tähendavad, et tarbijad on hakanud varasemast sagedamini vaatama toiduainete hindu (61% kõigist tarbijaist, 81% tarbijaist, kelle harjumused muutusid) ja ostma odavamat toidukaupa (44% kõigist tarbijaist, 58% tarbijaist, kelle harjumused muutusid). Hinnatõus on pannud ligi kolmandiku elanikest (30%) toidukulude üle varasemast täpsemat arvestust pidama, iga neljas (25%) on hakanud valmistoitude asemel rohkem ise toitu valmistama ja püüab toitu vähem ära visata. Tarbijate vastuste alusel on piim ja

piimatooted, liha ja lihatooted, leiva- ja saiatooted ning kala ja kalatooted need tootegrupid, mille hindu vaadatakse sagedamini ja mille ostmisel püütakse valida odavamad.

- Kui hinnatõus peaks jätkuma, siis ostukäitumine hakkab muutuma olenevalt hinnatõusu suuruselt. Kriitiliseks piiriks võib praegu pidada vahemikku 11-20%. Kui hinnatõus saab olema 6-10%, siis muutuvad ostuharjumused 58% tarbijatest (jah, kindlasti + pigem jah), 11-20% puhul 84% vastanutest ja üle 20% puhul 92% vastanutest. Mida väiksem on sissetulek, seda kiiremini jõuab kätte piir, mil tõenäolisemalt ostuharjumusi muutma hakatakse. Alla 2000-kroonise sissetulekuga tarbijatel on see väga selgelt 6-10% juures, üle 8000-kroonise sissetulekuga tarbijatel pigem 11-20%, kuid kindlamini üle 20%-lise hinnatõusu juures.
- Arengukava “Eesti toit” spontaanne tunnus ei ole väga suur, 37% vastanutest on arengukavast kuulnud, 50% vastanutest ei ole kuulnud ja 13% ei osanud öelda. Tunnus suureneb, kui vastajat veidi aidata ja anda lisainformatsiooni kava raames läbiviidud üritustest-projektidest. Aidatud tunnus on arengukaval väga kõrge – 89% vastanutest on kuulnud vähemalt ühest läbiviidud projektist või üritusest. Konkreetsetest projektidest teatakse enam kui arengukavast ja mida edukam on avalikkusele suunatud projekt, seda suurem tunnus. Konkreetsetest projektidest teavad elanikud rohkem mitmesugused konkursse (74%), ettevõtete osalemise kodumaistel toidumessidel (66%), mahetoidu tutvustamisi (64%), eestikeelseid koka- ja retseptiraamatuid (62%), kodumaise toidu tutvustamisi välismaal (60%), toidumärgiste tutvustamisi (54%) ja kodumaise toidu tutvustamisi Eestis (51%).
- Elanikud hindasid arengukava “Eesti toit” projekte vajalikeks. Üksikute projektide vajalikkuse hinnang oli vahemikus 63%-94%. Kõige enam peeti vajalikuks ettevõtete osalemise kodumaistel toidumessidel (94% vastanutest) ja mahetoidu tutvustamist (93%). Kaheksa elanikku kümnest peab vajalikuks konkursside korraldamist, toidumärgiste tutvustamist, kutseõppeasutuste õpilaste kutsevõistlusi, eesti toidu tutvustamist välismaal ja Eestis ning kampaaniaid ja võistlusmänge lastele, eestikeelseid kokaraamatuid, koolitusi, seminare erialaspetsialistidele, voldikuid jt infomaterjale ning uuringuid.
- Üldhinnang arengukava “Eesti toit” jätkamisele oli pisut eemalolev, kuid positiivne. 32% vastanutest soovis arengukava jätkamist senisel moel, 18% soovis muutustega jätkamist, 47% puudus arvamus, kuidas edasi minna. Vaid 3% elanikest väljendas lõpetamise soovi. Riigi edasist tegevust peavad elanikud vajalikuks eelkõige mahetoidu tutvustamisel (81% vastanutest), ettevõtete toetamisel osalemaks kodumaistel toidumessidel (79%), eesti toidu tutvustamisel välismaal (75%), konkursside korraldamisel (73%), kampaaniate korraldamisel lastele (71%) ning toidumärgiste tutvustamisel (70%). Projektid, millega jätkamist toetatakse vähem, olid järgmised: eesti toidu arendustegevus, telesaated, eesti- ja muukeelsete kokaraamatute väljaandmine ja retseptide võistlused (33-45% vastanutest). Elanikud sooviksid arengukava projektide kohta rohkem teavet ja teavitada oleks vaja kõiki elanike rühmi, eriti aga lapsi ja noori. Veel rõhutasid elanikud oma vastustes tervisliku toitumise tähtsust ja sellest informeerimist ning info jagamise vajadust mitmetes keeltes. Neli olulisemat suunda oleksid elanike arvates teavitada, lapsed ja noored, toidu ja toitumise tervislikkus ning venekeelne info.

## Küsitlustulemuste protsentjaotused

### TOIDUKAUPADE OSTUEELISTUSED

1. KUI SAGELI OSTAB TEIE PERE TAVALISELT TOIDUKAUPU? Ainult üks vastus!

iga päev	25
4-6 korda nädalas	32
2-3 korda nädalas	38
1 kord nädalas	5
harvemini	0

2. MILLISEST OSTUKOHAOST OSTAB TEIE PERE ENAMASTI TOIDUKAUPU? Ainult üks vastus, märkige vaid **peamine** ostukoht!

suurest toidukauplusest (3 või enam kassat)	78
väikesest toidukauplusest (alla 3 kassa)	17
turult	3
hulgilaost	1
otse talunikelt / tootjatelt	0
autokauplusest	1

3. PALUN MÄRKIGE LIGIKAUDSELT (%-des ostukoha osakaal), KUST TEIE PERE OSTIS 2007. AASTA JOOKSUL JÄRGNEVAID IGAPÄEVASEID TOIDUAINEID? Palun märkige vastused igale reale, ühe rea protsendid peavad kokku liites andma 100%!

	kaup- lusest	hulgi- laost	turult	otse talunikult (v.a turul)	toodame (kasvatame) ise	kokku	ei tarbi üldse
liha	63%	2%	25%	7%	3%	= 100%	3%
lihatooted	84%	2%	12%	1%	1%	= 100%	1%
kala	75%	1%	19%	4%	1%	= 100%	2%
kalatooted	89%	2%	7%	1%	1%	= 100%	2%
piim	84%	1%	2%	11%	2%	= 100%	3%
piimatooted	93%	1%	4%	1%	1%	= 100%	0%
kanamunad	75%	1%	7%	11%	6%	= 100%	1%
kartulid	26%	1%	18%	23%	32%	= 100%	1%
köögiviljad	49%	1%	15%	6%	29%	= 100%	0%
puuviljad, marjad	54%	1%	14%	2%	29%	= 100%	0%
mahlad	69%	1%	1%	1%	28%	= 100%	2%
jahu ja tangained	94%	4%	2%	0%	0%	= 100%	0%
mesi	17 %	0%	15%	60%	8%	= 100%	6%

#### 4. KUI TÄHTSAD ON TEIE JAOKS TOIDUOSTUKOHTADE ALLJÄRGNEVAD OMADUSED?

Palun märkige tähtsus iga nimekirjas oleva omaduse kohta!

	väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
(81) ostukoht on kodule või töökohale lähedal	60	31	9
(82) ostukoht on autoga hästi ligipääsetav	47	29	24
(83) ostukoht on ühistranspordiga hästi ligipääsetav	25	27	48
(84) ostukoht on puhas ja korralik	87	12	1
(85) ostukohas on meeldiv teenindus	78	20	2
(86) ostukohas on soodsad hinnad	68	30	2
(87) ostud saab sooritada vähese ajakuluga	68	29	3
(88) ostukohas saab pangakaardiga maksta	62	25	13
(89) kliendikaardiga saab soodustusi	39	43	18
(90) ostukohas on lai valik kodumaiseid toidukaupu	64	29	7
(91) ostukohas on lai valik imporditud toidukaupu	7	42	51
(92) ostukohas on kvaliteetsed toidukaubad	93	7	0
(93) hea pooltoodete, kulinaaria, valmistoitude valik	44	42	14
(94) ostukoht on pika lahtiolekuajaga	49	37	14
(95) mind huvitava spetsiaalse toidukauba valik (näit. öko-, orgaanilised toidukaubad, lastetoidud, lemmikloomatoidud vms)	29	41	30
(96) toiduostukoha sisemine ruumiline paigutus (piisavad riiulitevahelised kaugused ja liikumisruum, kaubagruppide loogiline paigutus)	52	41	7
(97) lisaks toidukaupadele palju muid kaupu ja teenuseid	31	52	17
(98) söömise võimalus (kohvik, söögikoht jms)	6	24	70
(99) muud vastust märkis 5%			

#### 5. MIS ON TEIE JAOKS TOIDU OSTUOTSUSE (VALIKU) TEGEMISEL TÄHTIS?

Palun märkige tähtsus iga nimekirjas oleva omaduse kohta!

	väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
(100) tuttav bränd (kaubamärk)	32	59	9
(101) kvaliteet	92	7	1
(102) värskus	96	4	0
(103) tervislikkus	73	26	1
(104) maitse	93	7	0
(105) toote välimus	52	44	4
(106) mahe, öko või orgaaniline toodang	40	45	15
(107) GMO-vaba (geneetiliselt muundatud organismideta)	50	34	16
(108) pakendi välimus	20	63	17
(109) pakendi mugavus	28	59	13
(110) märgised (kvaliteedi- ja päritolumärgid, Eestis Kasvatatud, Aus Kaup, Eesti Parim toiduaine jne)	40	47	13
(111) soodne hind	65	32	3
(112) koostis	58	38	4
(113) päritolumaa, et oleks Eestis toodetud	50	41	9
(114) sooduspakkumised	52	42	6
(115) valmistamise kiirus, kergus	27	59	14
(116) pikk säilimisaeg (kui kaua on kasutamiskõlblik)	29	46	25
(117) muud vastust märkis 4%			

## KODUMAISED VÕI IMPORDITUD TOIDUKAUBAD

### 6. KAS TEIE (TEIE PERE) OSTIS 2007. AASTAL VALDAVALT... Ainult üks vastus!

... kodumaiseid toidukaupu	73
... importtoidukaupu	1
... toidukaupade päritolumaa pole oluline	26

### 7. KAS TEIE ARVATES ON OSTMISEL LIHTNE VÕI KEERULINE VAHET TEHA KODUMAISE JA IMPORDITUD TOIDUKAUBA VAHEL? Ainult 1 vastus!

lihtne	10
(119) mitte alati lihtne	76
keeruline (raske)	9
ei oska öelda	5

### 8. KUI KODUMAISE JA IMPORDITUD TOIDUKAUBA ERISTAMINE POLE LIHTNE, SIIS MIS MUUDAB SELLE KEERULISEKS? Võite märkida mitu vastust!

(120) pakendil olevast tooteinfost ei selgu tootjamaa ning tootja	46
(121) pakendil olevast tooteinfost ei selgu kasutatud tooraine päritolumaa	49
(122) pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga	71
(123) kodumaiste toidutoodete ja kaubamärkide nimed on võõrapärase	25
(124) importtoodete nimed ja kaubamärgid on eestipärase	21
(125) müüjatel on vähesed teadmised kauba päritolust	39
(126) kaupade pakendid ei eristu	20
(127) müüjad annavad teadlikult valeinformatsiooni	7
(128) muud vastust märkis 4%	

### 9. MILLISED OMADUSED ON TEIE ARVATES KODUMAISTEL TOIDUKAUPADEL?

Palun märkige **iga omaduse kohta**, mis loetelus kirjas!

	jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
(129) uudne (huvitav) maitse	7	72	4	17
(130) harjumuspärane maitse	60	34	1	5
(131) tervislikkus	48	40	1	11
(132) pikk säilivusaeg	10	56	15	19
(133) lisaainetes vähenenud sisaldus	29	48	5	18
(134) kõrge kvaliteet	41	48	1	10
(135) püsiv kvaliteet	44	41	3	12
(136) lai sortiment	30	52	8	10
(137) soodne hind	18	58	14	10
(138) meeldiv ja sobiv pakend	24	62	3	11
(139) usaldusväarsus	55	36	1	8
(140) värskus	55	39	1	5

### 10. HINNAKE PALUN KODUMAISTE TOIDUKAUPADE VALIKUT-SORTIMENTI KAUPLUSES (TURUL), KUST TE TAVALISELT TOIDUKAUPU OSTATE? Palun märkige **iga kaubaliigi kohta**!

	hea	rahuldav	halb	ei osta
piim ja piimasaadused	69	28	1	2
liha ja lihasaadused	51	44	4	1
kala ja kalasaadused	29	47	22	2
jahu ja tangained	64	33	2	1
leiva- ja saiatooted	72	27	1	0
värsked puuvili	27	50	20	3

	hea	rahuldav	halb	ei osta
värske köögivilja	32	54	9	5
puu- ja köögivilja konservid	29	40	8	23
maiustused, kondiitritooted	62	32	2	4
karastusjoogid, mahlad	59	31	2	8
kastmed (majoneesid, ketšupid)	51	38	4	7
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	37	44	8	11

**11. HINNAKE PALUN KODUMAISTE TOIDUKAUPADE KVALITEETI KAUPLUSES (TURUL), KUST TE TAVALISELT TOIDUKAUPU OSTATE? Palun märkige iga kaubaliigi kohta!**

	hea	rahuldav	halb	ei osta
piim ja piimasaadused	75	22	1	2
liha ja lihasaadused	56	41	1	2
kala ja kalasaadused	41	50	6	3
jahu ja tangained	71	27	1	1
leiva- ja saiatooted	72	27	1	0
värske puuvili	28	58	10	5
värske köögivilja	34	55	5	6
puu- ja köögivilja konservid	41	31	2	26
maiustused, kondiitritooted	67	27	1	5
karastusjoogid, mahlad	63	28	1	8
kastmed (majoneesid, ketšupid)	53	39	2	6
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	40	45	3	12

**12. HINNAKE PALUN, MILLINE ON VALDAVALT KODUMAISTE JA IMPORTKAUPADE OSATÄHTSUS TEIE OSTUDES? Palun märkige üks vastus igale reale!**

	ainult kodumaiseid	peamiselt kodumaiseid	enamvähem võrdselt	peamiselt import	ainult import	ei oska öelda	ei tarbi/osta üldse
(165) juust	30	49	16	3	0	1	1
(166) jogurt	48	33	8	1	1	1	8
(167) jäätis	36	37	18	2	0	2	5
(168) majonees	47	31	11	3	1	1	6
(169) toiduõli	29	28	23	12	5	2	1
(170) linnuliha	37	33	16	5	1	5	3
(171) kalatooted	19	31	35	8	1	4	2
(172) suitsuvorst, sink	57	31	7	1	0	1	3
(173) jahu ja tangained	45	36	14	2	0	3	0
(174) makaronitooted	11	21	35	23	7	2	1
(175) kommid, šokolaadid	20	35	38	4	0	1	2
(176) küpsised, keeksid, koogid	27	39	26	2	0	1	5
(177) värske puuvili	8	14	32	37	4	2	3
(178) värske köögivilja	26	35	24	6	1	2	6
(179) kartul	64	16	4	1	0	1	14
(180) keedised, moosid	27	18	12	2	0	3	38
(181) mahlad	19	29	31	7	1	2	11
(182) mineraalvesi (lauavesi)	33	27	18	4	1	2	15
(183) õlu	35	21	10	1	0	2	31
(184) viin	26	17	12	5	2	3	35

13. MILLISE MAA TOIDUKAUPU USALDATE JULGESTI OSTA? Märkige, palun, vastus iga riigi (riikide) kohta **oma kogemuse põhjal!**

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
(185)	Läti	27	57	3	13
(186)	Leedu	24	52	4	20
(187)	Põhjamaad (Soome, Rootsi, Taani, Norra)	32	46	3	19
(188)	Poola	5	48	25	22
(189)	Holland	14	46	7	33
(190)	Saksamaa	21	49	6	24
(191)	Ameerika Ühendriigid	4	22	19	55
(192)	Venemaa	12	55	13	20
(193)	Prantsusmaa	11	35	5	49
(194)	Ukraina	7	50	13	30
(195)	valmistatud Euroopa Liidus (made in EU)	13	58	5	24

## TOIDUKAUPADE HINNAD JA TARBIMISKÄITUMINE

14. KAS TE TAVALISELT VAATATE TOIDUKAUPU OSTES NENDE HINDU (MIS MAKSAVAD)?

	alati	60
	sageli	32
(196)	harva	7
	üldse mitte	1
	ei oska öelda, ei osta ise süüa	0

15. KAS PEATE OMA TOIDUKULUDE KOHTA ARVESTUST VÕI TEATE KUI PALJU TOIDU PEALE KUUS KULUTATE? Ainult üks vastus!

	jah, pean täpset arvestust, tean täpselt	14
(197)	jah, tean enam-vähem suurusjärke	57
	ei tea, pole arvestust pidanud	28
	ei huvita, pole oluline	1

16. MÕELDES PERE EELARVELE JA TOIDUOSTUDELE, SIIS KUIVÕRD VÕIMALDAB TEIE PERE RAHALINE OLUKORD PRAEGU OSTA SOOVIKOHASEID TOIDUKAUPU?

	jah, ostame alati seda, mis meeldib	17
	üldiselt küll, kuid mitte alati	63
(198)	ostame väga harva seda, mis meeldib	10
	ei, me ei saa osta toitu nii nagu soovime	10
	ei oska öelda	0

17. KAS TEIE TOIDUKAUPADE OSTMISE HARJUMUSED MUUTUSID 2007. AASTAL TOIDUAINETE HINDADE TÕUSU TÕTTU?

	jah, muutusid tunduvalt	16
(199)	jah, toimusid mõned muutused	60
	ei muutunud, ostuharjumused jäid samaks	23
	ei muutunud, ei märganudki toidukaupade hinnatõusu	1

18. KUI TEIE OSTUHARJUMUSED MUUTUSID, SIIS MIL MOEL? Märkige kõik Teie puhul kehtinud vastusvariandid! % kõigist vastanutest ja vastanutest, kelle ostuharjumused muutusid

Väited	% kõigist vastanutest	% vastanutest, kelle ostuharjumused muutusid	Nimetage mõned tooted, mille puhul see kehtib eriti Täpsemalt nimetas tooteid % vastanutest, kes märkis antud põhjust
(200) hakkasin varasemast sagedamini vaatama toiduainete hindu	61	81	53
(202) hakkasin varasemast sagedamini ostma/valima odavamad	44	58	41
(204) hakkasin ostma kallimaid või sama hinnaga import-toiduaineid, mille kvaliteet oli kodumaisest parem	3	4	34
(206) hakkasin kallima kodumaise toidu asemel ostma odavamad importkaupa	13	17	30
(208) valmistoitude ostmise asemel hakkasin rohkem ise süüa tegema	25	33	17
(210) lõuna ajal väljas söömise asemel hakkasin ostma kaasa valmistoite või toitu kodust kaasa võtma	17	23	12
(212) vahetasin söömiskohta	2	3	16
(214) hakkasin rohkem tarbima isekasvatatud toitu	13	18	24
(216) hakkasin rohkem turult toidukaupu ostma	10	14	27
(218) vahetasin oma peamist toiduostukohta (ostukohti)	9	11	26
(220) püüdsin toitu varasemast vähem ära visata ja oma ostusid paremini planeerida	25	33	12
(222) hakkasin toidukulude üle varasemast täpsemat arvestust pidama	30	39	9

19. KUI TOIDUKAUPADE HINNATÕUS PEAKS 2008. AASTAL JÄTKUMA, SIIS KAS SEE HAKKAB TEIE HINNANGUL MÕJUTAMA TEIE TOIDUKAUPADE OSTMISE HARJUMUSI?

Kui toidukaupade hinnad tõusevad 2008. a. ...	jah, kindlasti	pigem jah	pigem ei	kindlasti mitte	ei oska öelda, ei osta ise süüa
(224) ... kuni 5%	11	22	45	21	1
(225) ... 6-10%	21	37	33	8	1
(226) ... 11-20%	49	35	12	3	1
(227) ... üle 20%	75	17	5	2	1

## ARENGUKAVAST "EESTI TOIT"

1. PÖLLUMAJANDUSMINISTEERIUM ON KOOSTÖÖS PARTNERITEGA KOOSTANUD ARENGUKAVA "EESTI TOIT". KAS TE OLETE KUULNUD ARENGUKAVAST "EESTI TOIT"?

	jah	37
(1)	ei	50
	ei oska öelda	13

2. JÄRGNEVALT ESITAME TEILE LOETELU ARENGUKAVA "EESTI TOIT" RAAMES AASTATEL 2006-2007 TOIMUNUD ÜRITUSTEST-PROJEKTIDEST. PALUN MÄRKIGE KÕIKIDE ÜRITUSTE KOHTA, MILLISTEST TE OLETE KUULNUD, MILLISEID PEATE VAJALIKEKS JA MILLISTEGA PEAKS TEIE ARVATES TEGELEMA RIIK KA TULEVIKUS?

Märkige kindlasti **igale reale kolm vastust!**

	olen kuulnud	ei ole kuulnud	pean vajalikuks	ei pea vajalikuks	riik peaks tegelema	riik ei peaks tegelema
(2) Ettevõtete osalemine kodumaistel toidumessidel	66	34	94	6	79	21
(5) Mahetoidu tutvustamine ja tarbijate teavitamine	64	36	93	7	81	19
(8) Toidumärgiste tutvustamine	54	46	85	15	70	30
(11) Eesti toidu tutvustamine välismaal (sh välismessidel osalemine)	60	40	84	16	75	25
(14) Eesti toidu tutvustamine Eestis (näit. piimapäev, Eesti Toidu Päev, moodne Eesti köögi menüü, degustatsioonid jt)	51	49	84	16	63	37
(17) Kampaniad, võistlusmängud ja viktoriinid lastele (näit. koolipiima, leiva-, puu- ja köögivilja söömise kampaania jt)	47	53	84	16	71	29
(20) Koolitused (näit. kohaliku ja traditsioonilise toidu teemal, talutoodete ja turunduse teemal, toiduainete töötlemise, seadusandluse, pakendamise ja kvaliteedi teemal)	27	73	77	23	63	37
(23) Konkursid (näit. Parim Toiduaine, Tunnustatud maitse, Tunnustatud Eesti maitse, Tunnustatud Eesti Maatoit, Parim koolisöökla jms)	74	26	88	12	73	27
(26) Kutseõppeasutuste õpilaste kutsevõistlused (näit. "Aasta noorkokk")	44	56	85	15	62	38
(29) Retseptide võistlused (näit. Oma Pott - hautatud eesti road, piirkondlikud retseptid, ravimteed jms)	27	73	67	33	34	66
(32) Seminarid ja konverentsid erialaspetsialistidele (näit. jätkusuutlik toit, rahvuskööki tutvustav seminar, Eesti toidu tähtsus jms)	24	76	75	25	52	48
(35) Uuringud (näit. Eestit külastavate turistide toidusoovide uuring, piirkondlikud rahvusköögi retseptid, mahetootjate ja mahetoodete turustamise uuring jms)	22	78	70	30	56	44
(38) Eesti toidu arendustegevus (näit. retseptuuri arendus, tänapäevana moodne Eesti köök jms)	22	78	65	35	45	55
(41) Eesti Toidu logo loomine ja tutvustamine	27	73	67	33	61	39
(44) Voldikud ja infomaterjalid (näit. toidumärgised, toiduohutuse põhialused eesti ja vene keeles jms)	27	73	76	24	65	35
(47) Koka- ja retseptiraamatud eesti keeles (näit. "Hautamisretsepte", "Koka-aabits", "Eesti toidu kokaraamat" jms)	62	38	79	21	37	63
(50) Eesti toidu kokaraamatud muudes keeltes	24	76	63	37	38	62
(53) Telesaated (näit. "Jätku leiba!", "Lammast Eestis moodi")	49	51	72	28	44	56

3. KUST TE OLETE SAANUD TEADA ARENGUKAVA "EESTI TOIT" RAAMES LÄBIVIIDUD ÜRITUSTEST - PROJEKTIDEST? Võite märkida mitu vastust!

(56)	televisioonist	54
(57)	raadiost	29
(58)	üle-eestilistest ajalehtedest ja ajakirjadest	40
(59)	kohalikest ajalehtedest	16
(60)	tuttavatelt, sõpradelt, töökaaslastelt	10
(61)	pereliikmetelt	4
(62)	trükistest	9
(63)	internetist (portaalid jms)	13
(64)	"Eesti toidu" koduleheküljelt <a href="http://www.eestitoit.ee">www.eestitoit.ee</a>	5
(65)	välireklaamist (plakatid, kuulutused jms)	10
(66)	ei ole kuulnud kusagilt	22
(67)	mujalt, märkis 1% vastanutest	

4. KAS TEIE ARVATES OLEKS VAJALIK JÄTKATA ARENGUKAVAGA "EESTI TOIT" SAMAS SUUNAS VÕI OLEKS VAJA MIDAGI MUUTA, TEHA TEISTMOODI?

	jätkata samamoodi	32
(68)	jätkata, aga teha teistmoodi	18
	lõpetada	3
	ei oska öelda	47

5. MIDA OLEKS TEIE ARVATES VAJA TEHA TEISTMOODI VÕI MILLISEID PROJEKTE-ÜRITUSI JA KELLELE ARENGUKAVA RAAMES LÄBI VIIA?

(69)	märkis 21% vastanutest	
------	------------------------	--

## Küsitlustulemuste protsentjaotused sotsiaal-demograafiliste gruppide lõikes

Lisa 2.1

Kui sageli ostab Teie pere tavaliselt toidukaupu?

(% vastanutest)

		iga päev	4-6 korda nädalas	2-3 korda nädalas	1 kord nädalas	harve- mini
<b>Keskmiselt</b>		<b>25</b>	<b>32</b>	<b>38</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	21	34	40	4	1
	Kesk-Eesti	20	28	44	8	0
	Kirde-Eesti	39	33	25	3	0
	Lääne-Eesti	21	34	39	5	1
	Lõuna-Eesti	26	29	39	6	0
<b>Elukoht</b>	Tallinn	22	37	36	4	1
	suured linnad	36	31	31	2	0
	väikelinnad	29	36	32	3	0
	alevik, maa	16	25	49	9	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	20	31	43	6	0
	muu rahvus	35	33	28	3	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	30	32	35	2	1
	30 - 49 aastased	27	36	34	3	0
	50 - 64 aastased	19	30	43	8	0
	65 - 74 aastased	17	23	49	11	0
<b>Sugu</b>	naised	23	33	39	5	0
	mehed	26	30	38	6	0
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	24	18	48	10	0
	kesk ja -eriharidus	28	31	36	5	0
	kõrgharidus	19	36	41	3	1
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	28	22	36	11	3
	2001 - 4000 kr	30	26	38	6	0
	4001 - 6000 kr	25	36	32	6	1
	6001- 8000 kr	21	34	42	3	0
	üle 8000 kr	16	37	44	3	0

### Perede toidukaupade peamised ostukohad

(% vastanutest)

		suur toidu- kauplus	väike toidu- kauplus	turg	hulgi- ladu	talunik/ tootja	auto- kauplus
<b>Keskmiselt</b>		<b>78</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	85	9	4	1	0	1
	Kesk-Eesti	61	36	1	0	0	2
	Kirde-Eesti	87	11	1	1	0	0
	Lääne-Eesti	73	24	2	1	0	0
	Lõuna-Eesti	71	25	2	0	1	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	89	4	5	1	0	1
	suured linnad	92	5	2	1	0	0
	väikelinnad	78	21	0	1	0	0
	alevik, maa	57	40	1	0	0	2
<b>Rahvus</b>	eestlased	75	21	2	1	0	1
	muu rahvus	85	9	4	1	0	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	83	13	3	0	0	1
	30 - 49 aastased	80	18	2	0	0	0
	50 - 64 aastased	75	19	3	1	1	1
	65 - 74 aastased	73	21	4	0	0	2
<b>Sugu</b>	naised	80	16	3	0	0	1
	mehed	78	19	2	1	0	0
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	54	37	4	0	1	4
	kesk ja -eriharidus	78	19	2	1	0	0
	kõrgharidus	87	9	3	0	0	1
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	68	23	3	0	0	6
	2001 - 4000 kr	69	25	4	1	0	1
	4001 - 6000 kr	80	16	2	1	0	1
	6001- 8000 kr	83	14	2	0	0	1
	üle 8000 kr	89	9	1	1	0	0

### Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

#### Ostukoht on kodule või töökohale lähedal

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>60</b>	<b>31</b>	<b>9</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	61	31	8
	Kesk-Eesti	61	32	7
	Kirde-Eesti	56	30	14
	Lääne-Eesti	53	36	11
	Lõuna-Eesti	64	29	7
<b>Elukoht</b>	Tallinn	62	32	6
	suured linnad	57	35	8
	väikelinnad	58	33	9
	alevik, maa	62	26	12
<b>Rahvus</b>	eestlased	61	31	8
	muu rahvus	58	32	10
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	61	31	8
	30 - 49 aastased	57	34	9
	50 - 64 aastased	57	32	11
	65 - 74 aastased	71	21	8
<b>Sugu</b>	naised	63	29	8
	mehed	58	33	9
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	75	12	13
	kesk ja -eriharidus	59	32	9
	kõrgharidus	58	34	8
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	60	26	14
	2001 - 4000 kr	65	24	11
	4001 - 6000 kr	60	32	8
	6001- 8000 kr	56	36	8
	üle 8000 kr	55	38	7

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukoht on autoga hästi ligipääsetav

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>47</b>	<b>29</b>	<b>24</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	51	24	25
	Kesk-Eesti	46	40	14
	Kirde-Eesti	39	24	37
	Lääne-Eesti	51	30	19
	Lõuna-Eesti	41	36	23
<b>Elukoht</b>	Tallinn	49	24	27
	suured linnad	38	31	31
	väikelinnad	39	33	28
	alevik, maa	55	30	15
<b>Rahvus</b>	eestlased	49	30	21
	muu rahvus	40	27	33
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	45	31	24
	30 - 49 aastased	52	28	20
	50 - 64 aastased	45	29	26
	65 - 74 aastased	33	30	37
<b>Sugu</b>	naised	45	28	27
	mehed	47	31	22
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	43	33	24
	kesk ja -eriharidus	41	32	27
	kõrgharidus	55	24	21
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	46	39	15
	2001 - 4000 kr	38	31	31
	4001 - 6000 kr	41	28	31
	6001- 8000 kr	50	30	20
	üle 8000 kr	62	23	15

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukoht on ühistranspordiga hästi ligipääsetav

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>25</b>	<b>27</b>	<b>48</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	33	30	37
	Kesk-Eesti	23	19	58
	Kirde-Eesti	20	27	53
	Lääne-Eesti	17	25	58
	Lõuna-Eesti	20	26	54
<b>Elukoht</b>	Tallinn	37	31	32
	suured linnad	21	29	50
	väikelinnad	16	23	61
	alevik, maa	21	23	56
<b>Rahvus</b>	eestlased	24	24	52
	muu rahvus	27	33	40
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	19	33	48
	30 - 49 aastased	23	23	54
	50 - 64 aastased	29	28	43
	65 - 74 aastased	38	25	37
<b>Sugu</b>	naised	28	27	45
	mehed	22	26	52
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	28	29	43
	kesk ja -eriharidus	27	28	45
	kõrgharidus	22	25	53
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	28	14	58
	2001 - 4000 kr	29	28	43
	4001 - 6000 kr	29	28	43
	6001- 8000 kr	15	32	53
	üle 8000 kr	23	22	55

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukoht on puhas ja korralik

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>87</b>	<b>12</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	87	11	2
	Kesk-Eesti	88	11	1
	Kirde-Eesti	80	19	1
	Lääne-Eesti	91	9	0
	Lõuna-Eesti	89	10	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	88	10	2
	suured linnad	82	16	2
	väikelinnad	90	10	0
	alevik, maa	87	12	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	90	9	1
	muu rahvus	80	18	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	89	9	2
	30 - 49 aastased	89	10	1
	50 - 64 aastased	82	17	1
	65 - 74 aastased	83	15	2
<b>Sugu</b>	naised	91	8	1
	mehed	81	17	2
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	84	13	3
	kesk ja -eriharidus	87	12	1
	kõrgharidus	87	11	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	86	9	5
	2001 - 4000 kr	82	17	1
	4001 - 6000 kr	85	14	1
	6001- 8000 kr	91	8	1
	üle 8000 kr	92	7	1

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukohas on meeldiv teenindus

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>78</b>	<b>20</b>	<b>2</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	74	24	2
	Kesk-Eesti	80	19	1
	Kirde-Eesti	75	24	1
	Lääne-Eesti	86	13	1
	Lõuna-Eesti	82	16	2
<b>Elukoht</b>	Tallinn	73	26	1
	suured linnad	77	22	1
	väikelinnad	82	17	1
	alevik, maa	83	14	3
<b>Rahvus</b>	eestlased	82	17	1
	muu rahvus	71	27	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	79	20	1
	30 - 49 aastased	79	19	2
	50 - 64 aastased	76	22	2
	65 - 74 aastased	80	19	1
<b>Sugu</b>	naised	82	17	1
	mehed	74	24	2
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	85	12	3
	kesk ja -eriharidus	79	20	1
	kõrgharidus	76	21	3
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	80	15	5
	2001 - 4000 kr	78	21	1
	4001 - 6000 kr	75	24	1
	6001- 8000 kr	80	16	4
	üle 8000 kr	82	17	1

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukohas on soodsad hinnad

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>68</b>	<b>30</b>	<b>2</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	62	35	3
	Kesk-Eesti	70	29	1
	Kirde-Eesti	73	25	2
	Lääne-Eesti	70	29	1
	Lõuna-Eesti	75	25	0
<b>Elukoht</b>	Tallinn	60	36	4
	suured linnad	72	27	1
	väikelinnad	68	31	1
	alevik, maa	75	24	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	69	30	1
	muu rahvus	68	29	3
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	62	33	5
	30 - 49 aastased	65	34	1
	50 - 64 aastased	74	25	1
	65 - 74 aastased	81	19	0
<b>Sugu</b>	naised	68	31	1
	mehed	69	29	2
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	76	24	0
	kesk ja -eriharidus	71	27	2
	kõrgharidus	62	36	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	82	18	0
	2001 - 4000 kr	75	24	1
	4001 - 6000 kr	77	22	1
	6001- 8000 kr	66	33	1
	üle 8000 kr	47	48	5

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostud saab sooritada vähese ajakuluga

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>68</b>	<b>29</b>	<b>3</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	69	27	4
	Kesk-Eesti	62	35	3
	Kirde-Eesti	74	22	4
	Lääne-Eesti	67	31	2
	Lõuna-Eesti	66	32	2
<b>Elukoht</b>	Tallinn	68	29	3
	suured linnad	74	22	4
	väikelinnad	61	37	2
	alevik, maa	68	28	4
<b>Rahvus</b>	eestlased	70	28	2
	muu rahvus	65	30	5
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	64	34	2
	30 - 49 aastased	73	23	4
	50 - 64 aastased	71	27	2
	65 - 74 aastased	57	39	4
<b>Sugu</b>	naised	69	29	2
	mehed	68	28	4
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	67	27	6
	kesk ja -eriharidus	67	30	3
	kõrgharidus	70	27	3
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	58	37	5
	2001 - 4000 kr	66	30	4
	4001 - 6000 kr	69	28	3
	6001- 8000 kr	69	28	3
	üle 8000 kr	73	26	1

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukohas saab pangakaardiga maksta

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>62</b>	<b>25</b>	<b>13</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	63	24	13
	Kesk-Eesti	71	17	12
	Kirde-Eesti	64	24	12
	Lääne-Eesti	60	29	11
	Lõuna-Eesti	58	29	13
<b>Elukoht</b>	Tallinn	64	23	13
	suured linnad	61	25	14
	väikelinnad	60	28	12
	alevik, maa	62	26	12
<b>Rahvus</b>	eestlased	66	22	12
	muu rahvus	55	30	15
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	80	17	3
	30 - 49 aastased	69	23	8
	50 - 64 aastased	51	34	15
	65 - 74 aastased	28	29	43
<b>Sugu</b>	naised	64	23	13
	mehed	60	27	13
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	58	28	14
	kesk ja -eriharidus	61	25	14
	kõrgharidus	67	23	10
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	72	23	5
	2001 - 4000 kr	51	26	23
	4001 - 6000 kr	59	28	13
	6001- 8000 kr	65	28	7
	üle 8000 kr	79	15	6

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Kliendikaardiga saab soodustusi

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>39</b>	<b>43</b>	<b>18</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	33	46	21
	Kesk-Eesti	51	35	14
	Kirde-Eesti	48	34	18
	Lääne-Eesti	43	45	12
	Lõuna-Eesti	39	46	15
<b>Elukoht</b>	Tallinn	33	48	19
	suured linnad	41	44	15
	väikelinnad	44	41	15
	alevik, maa	41	40	19
<b>Rahvus</b>	eestlased	37	46	17
	muu rahvus	44	38	18
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	42	42	16
	30 - 49 aastased	39	46	15
	50 - 64 aastased	40	44	16
	65 - 74 aastased	32	36	32
<b>Sugu</b>	naised	39	45	16
	mehed	40	41	19
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	51	31	18
	kesk ja -eriharidus	42	40	18
	kõrgharidus	33	51	16
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	59	32	9
	2001 - 4000 kr	43	37	20
	4001 - 6000 kr	41	40	19
	6001- 8000 kr	30	54	16
	üle 8000 kr	36	49	15

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukohas on lai valik kodumaiseid toidukaupu

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>64</b>	<b>29</b>	<b>7</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	60	30	10
	Kesk-Eesti	64	32	4
	Kirde-Eesti	62	33	5
	Lääne-Eesti	77	20	3
	Lõuna-Eesti	64	29	7
<b>Elukoht</b>	Tallinn	58	32	10
	suured linnad	62	32	6
	väikelinnad	71	23	6
	alevik, maa	68	27	5
<b>Rahvus</b>	eestlased	68	28	4
	muu rahvus	56	31	13
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	55	33	12
	30 - 49 aastased	63	31	6
	50 - 64 aastased	69	25	6
	65 - 74 aastased	72	24	4
<b>Sugu</b>	naised	68	27	5
	mehed	59	32	9
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	69	26	5
	kesk ja -eriharidus	60	33	7
	kõrgharidus	69	24	7
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	72	19	9
	2001 - 4000 kr	61	33	6
	4001 - 6000 kr	61	30	9
	6001- 8000 kr	65	26	9
	üle 8000 kr	67	28	5

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukohas on lai valik imporditud toidukaupu

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>7</b>	<b>42</b>	<b>51</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	8	39	53
	Kesk-Eesti	6	49	45
	Kirde-Eesti	5	41	54
	Lääne-Eesti	6	42	52
	Lõuna-Eesti	7	47	46
<b>Elukoht</b>	Tallinn	9	40	51
	suured linnad	6	47	47
	väikelinnad	9	45	46
	alevik, maa	4	40	56
<b>Rahvus</b>	eestlased	7	44	49
	muu rahvus	7	38	55
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	12	44	44
	30 - 49 aastased	6	43	51
	50 - 64 aastased	5	41	54
	65 - 74 aastased	3	37	60
<b>Sugu</b>	naised	7	41	52
	mehed	6	44	50
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	7	45	48
	kesk ja -eriharidus	5	43	52
	kõrgharidus	10	41	49
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	5	37	58
	2001 - 4000 kr	7	44	49
	4001 - 6000 kr	4	41	55
	6001 - 8000 kr	6	37	57
	üle 8000 kr	11	46	43

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukohas on kvaliteetsed toidukaubad

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>93</b>	<b>7</b>	<b>0</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	95	5	0
	Kesk-Eesti	95	5	0
	Kirde-Eesti	91	9	0
	Lääne-Eesti	91	9	0
	Lõuna-Eesti	91	9	0
<b>Elukoht</b>	Tallinn	95	5	0
	suured linnad	90	10	0
	väikelinnad	94	6	0
	alevik, maa	92	8	0
<b>Rahvus</b>	eestlased	93	7	0
	muu rahvus	92	8	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	94	6	0
	30 - 49 aastased	95	5	0
	50 - 64 aastased	90	10	0
	65 - 74 aastased	91	8	1
<b>Sugu</b>	naised	94	6	0
	mehed	91	9	0
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	86	13	1
	kesk ja -eriharidus	93	7	0
	kõrgharidus	94	6	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	94	6	0
	2001 - 4000 kr	90	10	0
	4001 - 6000 kr	91	8	1
	6001- 8000 kr	94	6	0
	üle 8000 kr	97	3	0

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Hea pooltoodete, kulinaaria, valmistoitude valik

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>44</b>	<b>42</b>	<b>14</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	41	43	16
	Kesk-Eesti	54	35	11
	Kirde-Eesti	47	35	18
	Lääne-Eesti	44	44	12
	Lõuna-Eesti	42	45	13
<b>Elukoht</b>	Tallinn	43	41	16
	suured linnad	47	39	14
	väikelinnad	49	39	12
	alevik, maa	38	48	14
<b>Rahvus</b>	eestlased	44	44	12
	muu rahvus	44	38	18
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	44	42	14
	30 - 49 aastased	44	43	13
	50 - 64 aastased	45	41	14
	65 - 74 aastased	41	41	18
<b>Sugu</b>	naised	45	41	14
	mehed	43	43	14
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	55	30	15
	kesk ja -eriharidus	42	43	15
	kõrgharidus	44	43	13
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	48	33	19
	2001 - 4000 kr	41	40	19
	4001 - 6000 kr	41	46	13
	6001- 8000 kr	46	41	13
	üle 8000 kr	46	44	10

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Ostukoht on pika lahtiolekuajaga

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>49</b>	<b>37</b>	<b>14</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	50	37	13
	Kesk-Eesti	55	28	17
	Kirde-Eesti	55	33	12
	Lääne-Eesti	40	42	18
	Lõuna-Eesti	45	40	15
<b>Elukoht</b>	Tallinn	52	36	12
	suured linnad	52	36	12
	väikelinnad	54	33	13
	alevik, maa	39	41	20
<b>Rahvus</b>	eestlased	45	39	16
	muu rahvus	57	32	11
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	60	34	6
	30 - 49 aastased	54	37	9
	50 - 64 aastased	40	39	21
	65 - 74 aastased	25	38	37
<b>Sugu</b>	naised	46	39	15
	mehed	52	34	14
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	49	30	21
	kesk ja -eriharidus	48	37	15
	kõrgharidus	48	40	12
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	61	30	9
	2001 - 4000 kr	43	37	20
	4001 - 6000 kr	46	39	15
	6001- 8000 kr	45	42	13
	üle 8000 kr	58	32	10

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Mind huvitava spetsiaalse toidukauba valik

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>29</b>	<b>41</b>	<b>30</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	31	38	31
	Kesk-Eesti	25	44	31
	Kirde-Eesti	46	33	21
	Lääne-Eesti	18	49	33
	Lõuna-Eesti	21	45	34
<b>Elukoht</b>	Tallinn	31	36	33
	suured linnad	32	42	26
	väikelinnad	31	40	29
	alevik, maa	23	44	33
<b>Rahvus</b>	eestlased	21	45	34
	muu rahvus	46	33	21
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	31	47	22
	30 - 49 aastased	29	39	32
	50 - 64 aastased	28	40	32
	65 - 74 aastased	25	33	42
<b>Sugu</b>	naised	33	40	27
	mehed	24	42	34
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	36	36	28
	kesk ja -eriharidus	30	40	30
	kõrgharidus	26	42	32
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	35	33	32
	2001 - 4000 kr	34	36	30
	4001 - 6000 kr	26	42	32
	6001- 8000 kr	26	42	32
	üle 8000 kr	26	47	27

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Toiduostukoha sisemine ruumiline paigutus

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>52</b>	<b>41</b>	<b>7</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	49	43	8
	Kesk-Eesti	56	39	5
	Kirde-Eesti	62	29	9
	Lääne-Eesti	51	42	7
	Lõuna-Eesti	50	44	6
<b>Elukoht</b>	Tallinn	50	43	7
	suured linnad	56	37	7
	väikelinnad	54	39	7
	alevik, maa	50	42	8
<b>Rahvus</b>	eestlased	53	40	7
	muu rahvus	52	41	7
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	56	38	6
	30 - 49 aastased	54	40	6
	50 - 64 aastased	48	44	8
	65 - 74 aastased	46	41	13
<b>Sugu</b>	naised	55	40	5
	mehed	48	42	10
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	52	38	10
	kesk ja -eriharidus	53	40	7
	kõrgharidus	50	43	7
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	62	30	8
	2001 - 4000 kr	48	44	8
	4001 - 6000 kr	49	42	9
	6001- 8000 kr	49	43	8
	üle 8000 kr	62	35	3

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Lisaks toidukaupadele palju muid kaupu ja teenuseid

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>31</b>	<b>52</b>	<b>17</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	32	49	19
	Kesk-Eesti	31	53	16
	Kirde-Eesti	38	48	14
	Lääne-Eesti	26	59	15
	Lõuna-Eesti	26	59	15
<b>Elukoht</b>	Tallinn	33	47	20
	suured linnad	29	56	15
	väikelinnad	25	60	15
	alevik, maa	33	52	15
<b>Rahvus</b>	eestlased	26	55	19
	muu rahvus	41	47	12
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	32	51	17
	30 - 49 aastased	28	58	14
	50 - 64 aastased	32	52	16
	65 - 74 aastased	33	43	24
<b>Sugu</b>	naised	33	52	15
	mehed	28	53	19
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	43	36	21
	kesk ja -eriharidus	32	55	13
	kõrgharidus	25	53	22
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	38	51	11
	2001 - 4000 kr	33	49	18
	4001 - 6000 kr	28	56	16
	6001- 8000 kr	29	56	15
	üle 8000 kr	31	51	18

## Toiduostukohtade omaduste tähtsus tarbijaile

(% vastanutest)

### Söömise võimalus (kohvik, söögikoht jms)

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>6</b>	<b>24</b>	<b>70</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	5	25	70
	Kesk-Eesti	4	30	66
	Kirde-Eesti	10	25	65
	Lääne-Eesti	5	18	77
	Lõuna-Eesti	4	24	72
<b>Elukoht</b>	Tallinn	6	23	71
	suured linnad	6	23	71
	väikelinnad	4	25	71
	alevik, maa	6	26	68
<b>Rahvus</b>	eestlased	4	22	74
	muu rahvus	8	30	62
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	8	28	64
	30 - 49 aastased	4	25	71
	50 - 64 aastased	6	26	68
	65 - 74 aastased	4	11	85
<b>Sugu</b>	naised	6	25	69
	mehed	5	24	71
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	13	23	64
	kesk ja -eriharidus	5	27	68
	kõrgharidus	5	19	76
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	6	20	74
	2001 - 4000 kr	8	22	70
	4001 - 6000 kr	4	26	70
	6001- 8000 kr	4	26	70
	üle 8000 kr	5	24	71

### Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid

(% vastanutest)

#### Tuttav bränd (kaubamärk)

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>32</b>	<b>59</b>	<b>9</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	30	60	10
	Kesk-Eesti	41	53	6
	Kirde-Eesti	33	58	9
	Lääne-Eesti	26	65	9
	Lõuna-Eesti	34	57	9
<b>Elukoht</b>	Tallinn	30	61	9
	suured linnad	31	60	9
	väikelinnad	39	51	10
	alevik, maa	30	61	9
<b>Rahvus</b>	eestlased	33	59	8
	muu rahvus	31	58	11
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	34	56	10
	30 - 49 aastased	31	61	8
	50 - 64 aastased	33	59	8
	65 - 74 aastased	30	56	14
<b>Sugu</b>	naised	35	57	8
	mehed	29	61	10
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	38	48	14
	kesk ja -eriharidus	34	56	10
	kõrgharidus	29	64	7
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	41	47	12
	2001 - 4000 kr	32	58	10
	4001 - 6000 kr	32	58	10
	6001- 8000 kr	29	64	7
	üle 8000 kr	35	58	7

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**Kvaliteet**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>92</b>	<b>7</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	92	7	1
	Kesk-Eesti	94	6	0
	Kirde-Eesti	95	4	1
	Lääne-Eesti	89	10	1
	Lõuna-Eesti	93	6	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	93	6	1
	suured linnad	95	5	0
	väikelinnad	91	8	1
	alevik, maa	91	9	0
<b>Rahvus</b>	eestlased	92	8	0
	muu rahvus	95	4	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	96	4	0
	30 - 49 aastased	93	7	0
	50 - 64 aastased	91	8	1
	65 - 74 aastased	89	9	2
<b>Sugu</b>	naised	96	4	0
	mehed	89	10	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	86	11	3
	kesk ja -eriharidus	92	7	1
	kõrgharidus	94	6	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	94	6	0
	2001 - 4000 kr	91	8	1
	4001 - 6000 kr	94	5	1
	6001- 8000 kr	91	9	0
	üle 8000 kr	95	5	0

## Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid

(% vastanutest)

### Värskus

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>96</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	95	5	0
	Kesk-Eesti	94	6	0
	Kirde-Eesti	97	3	0
	Lääne-Eesti	95	5	0
	Lõuna-Eesti	97	2	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	95	5	0
	suured linnad	97	3	0
	väikelinnad	96	3	1
	alevik, maa	95	5	0
<b>Rahvus</b>	eestlased	96	4	0
	muu rahvus	95	5	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	98	2	0
	30 - 49 aastased	96	4	0
	50 - 64 aastased	95	5	0
	65 - 74 aastased	93	6	1
<b>Sugu</b>	naised	98	2	0
	mehed	94	6	0
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	94	5	1
	kesk ja -eriharidus	96	4	0
	kõrgharidus	96	4	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	96	4	0
	2001 - 4000 kr	95	5	0
	4001 - 6000 kr	95	4	1
	6001- 8000 kr	96	4	0
	üle 8000 kr	98	2	0

## Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid

(% vastanutest)

### Tervislikkus

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>73</b>	<b>26</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	70	28	2
	Kesk-Eesti	67	33	0
	Kirde-Eesti	79	20	1
	Lääne-Eesti	75	23	2
	Lõuna-Eesti	75	24	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	70	28	2
	suured linnad	78	22	0
	väikelinnad	72	26	2
	alevik, maa	73	26	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	71	28	1
	muu rahvus	78	20	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	70	27	3
	30 - 49 aastased	71	28	1
	50 - 64 aastased	76	24	0
	65 - 74 aastased	77	21	2
<b>Sugu</b>	naised	76	22	2
	mehed	68	31	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	72	25	3
	kesk ja -eriharidus	73	25	2
	kõrgharidus	72	28	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	80	20	0
	2001 - 4000 kr	74	25	1
	4001 - 6000 kr	75	23	2
	6001- 8000 kr	70	28	2
	üle 8000 kr	67	32	1

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**Maitse**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>93</b>	<b>7</b>	<b>0</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	93	7	0
	Kesk-Eesti	95	5	0
	Kirde-Eesti	91	8	1
	Lääne-Eesti	92	8	0
	Lõuna-Eesti	92	7	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	93	7	0
	suured linnad	93	7	0
	väikelinnad	92	8	0
	alevik, maa	92	7	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	93	7	0
	muu rahvus	93	7	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	97	3	0
	30 - 49 aastased	94	6	0
	50 - 64 aastased	89	11	0
	65 - 74 aastased	88	10	2
<b>Sugu</b>	naised	95	5	0
	mehed	89	10	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	88	9	3
	kesk ja -eriharidus	93	7	0
	kõrgharidus	94	6	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	92	8	0
	2001 - 4000 kr	91	8	1
	4001 - 6000 kr	91	9	0
	6001- 8000 kr	93	7	0
	üle 8000 kr	98	2	0

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**Toote välimus**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>52</b>	<b>44</b>	<b>4</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	48	47	5
	Kesk-Eesti	53	43	4
	Kirde-Eesti	60	34	6
	Lääne-Eesti	56	42	2
	Lõuna-Eesti	51	46	3
<b>Elukoht</b>	Tallinn	48	47	5
	suured linnad	55	40	5
	väikelinnad	53	46	1
	alevik, maa	53	42	5
<b>Rahvus</b>	eestlased	50	46	4
	muu rahvus	55	39	6
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	47	50	3
	30 - 49 aastased	51	44	5
	50 - 64 aastased	58	38	4
	65 - 74 aastased	52	43	5
<b>Sugu</b>	naised	55	42	3
	mehed	48	46	6
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	58	38	4
	kesk ja -eriharidus	52	44	4
	kõrgharidus	50	46	4
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	62	35	3
	2001 - 4000 kr	57	38	5
	4001 - 6000 kr	48	47	5
	6001- 8000 kr	51	47	2
	üle 8000 kr	47	48	5

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**Mahe, öko või orgaaniline toodang**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>40</b>	<b>45</b>	<b>15</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	39	45	16
	Kesk-Eesti	31	48	21
	Kirde-Eesti	71	24	5
	Lääne-Eesti	30	53	17
	Lõuna-Eesti	31	53	16
<b>Elukoht</b>	Tallinn	39	44	17
	suured linnad	53	37	10
	väikelinnad	40	47	13
	alevik, maa	31	51	18
<b>Rahvus</b>	eestlased	28	53	19
	muu rahvus	67	27	6
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	37	42	21
	30 - 49 aastased	39	47	14
	50 - 64 aastased	42	47	11
	65 - 74 aastased	43	43	14
<b>Sugu</b>	naised	41	44	15
	mehed	38	47	15
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	46	38	16
	kesk ja -eriharidus	41	46	13
	kõrgharidus	36	47	17
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	62	30	8
	2001 - 4000 kr	47	41	12
	4001 - 6000 kr	41	45	14
	6001- 8000 kr	33	50	17
	üle 8000 kr	27	52	21

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**GMO-vaba**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>50</b>	<b>34</b>	<b>16</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	48	33	19
	Kesk-Eesti	39	44	17
	Kirde-Eesti	65	25	10
	Lääne-Eesti	52	33	15
	Lõuna-Eesti	46	38	16
<b>Elukoht</b>	Tallinn	52	29	19
	suured linnad	56	33	11
	väikelinnad	46	39	15
	alevik, maa	45	37	18
<b>Rahvus</b>	eestlased	44	36	20
	muu rahvus	65	28	7
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	41	40	19
	30 - 49 aastased	49	33	18
	50 - 64 aastased	58	30	12
	65 - 74 aastased	54	32	14
<b>Sugu</b>	naised	50	35	15
	mehed	50	32	18
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	43	41	16
	kesk ja -eriharidus	49	36	15
	kõrgharidus	51	30	19
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	58	26	16
	2001 - 4000 kr	53	34	13
	4001 - 6000 kr	55	30	15
	6001- 8000 kr	42	40	18
	üle 8000 kr	40	36	24

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**Pakendi välimus**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>20</b>	<b>63</b>	<b>17</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	18	63	19
	Kesk-Eesti	26	58	16
	Kirde-Eesti	35	55	10
	Lääne-Eesti	14	73	13
	Lõuna-Eesti	16	63	21
<b>Elukoht</b>	Tallinn	18	63	19
	suured linnad	24	61	15
	väikelinnad	20	66	14
	alevik, maa	20	61	19
<b>Rahvus</b>	eestlased	16	64	20
	muu rahvus	29	60	11
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	21	63	16
	30 - 49 aastased	19	63	18
	50 - 64 aastased	19	65	16
	65 - 74 aastased	21	60	19
<b>Sugu</b>	naised	18	64	18
	mehed	22	62	16
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	35	53	12
	kesk ja -eriharidus	20	65	15
	kõrgharidus	16	62	22
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	31	57	12
	2001 - 4000 kr	23	63	14
	4001 - 6000 kr	18	63	19
	6001- 8000 kr	16	66	18
	üle 8000 kr	17	63	20

## Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid

(% vastanutest)

### Pakendi mugavus

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>28</b>	<b>59</b>	<b>13</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	26	61	13
	Kesk-Eesti	30	56	14
	Kirde-Eesti	38	53	9
	Lääne-Eesti	27	57	16
	Lõuna-Eesti	24	64	12
<b>Elukoht</b>	Tallinn	24	61	15
	suured linnad	27	61	12
	väikelinnad	29	58	13
	alevik, maa	31	58	11
<b>Rahvus</b>	eestlased	26	61	13
	muu rahvus	31	58	11
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	28	59	13
	30 - 49 aastased	28	61	11
	50 - 64 aastased	27	60	13
	65 - 74 aastased	26	58	16
<b>Sugu</b>	naised	25	62	13
	mehed	31	57	12
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	44	41	15
	kesk ja -eriharidus	28	62	10
	kõrgharidus	23	59	18
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	40	45	15
	2001 - 4000 kr	31	59	10
	4001 - 6000 kr	25	61	14
	6001- 8000 kr	26	58	16
	üle 8000 kr	23	65	12

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**Märgised**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>40</b>	<b>47</b>	<b>13</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	33	50	17
	Kesk-Eesti	53	41	6
	Kirde-Eesti	51	38	11
	Lääne-Eesti	39	45	16
	Lõuna-Eesti	39	50	11
<b>Elukoht</b>	Tallinn	31	53	16
	suured linnad	42	47	11
	väikelinnad	44	44	12
	alevik, maa	44	42	14
<b>Rahvus</b>	eestlased	41	47	12
	muu rahvus	37	45	18
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	32	46	22
	30 - 49 aastased	39	47	14
	50 - 64 aastased	41	50	9
	65 - 74 aastased	57	37	6
<b>Sugu</b>	naised	42	47	11
	mehed	37	46	17
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	58	28	14
	kesk ja -eriharidus	41	45	14
	kõrgharidus	34	53	13
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	65	19	16
	2001 - 4000 kr	44	45	11
	4001 - 6000 kr	37	49	14
	6001 - 8000 kr	39	45	16
	üle 8000 kr	30	55	15

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**Soodne hind**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>65</b>	<b>32</b>	<b>3</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	56	39	5
	Kesk-Eesti	74	26	0
	Kirde-Eesti	68	30	2
	Lääne-Eesti	70	29	1
	Lõuna-Eesti	74	25	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	54	41	5
	suured linnad	65	33	2
	väikelinnad	70	29	1
	alevik, maa	74	24	2
<b>Rahvus</b>	eestlased	67	31	2
	muu rahvus	59	36	5
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	59	35	6
	30 - 49 aastased	62	36	2
	50 - 64 aastased	69	30	1
	65 - 74 aastased	80	18	2
<b>Sugu</b>	naised	67	31	2
	mehed	63	33	4
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	75	21	4
	kesk ja -eriharidus	70	27	3
	kõrgharidus	57	42	1
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	88	12	0
	2001 - 4000 kr	74	24	2
	4001 - 6000 kr	71	26	3
	6001- 8000 kr	61	39	0
	üle 8000 kr	43	51	6

## Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid

(% vastanutest)

### Koostis

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>58</b>	<b>38</b>	<b>4</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	54	42	4
	Kesk-Eesti	58	39	3
	Kirde-Eesti	64	30	6
	Lääne-Eesti	59	38	3
	Lõuna-Eesti	61	36	3
<b>Elukoht</b>	Tallinn	51	44	5
	suured linnad	66	31	3
	väikelinnad	59	39	2
	alevik, maa	59	36	5
<b>Rahvus</b>	eestlased	57	40	3
	muu rahvus	61	33	6
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	56	38	6
	30 - 49 aastased	56	40	4
	50 - 64 aastased	59	38	3
	65 - 74 aastased	65	32	3
<b>Sugu</b>	naised	61	37	2
	mehed	55	39	6
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	60	32	8
	kesk ja -eriharidus	58	39	3
	kõrgharidus	58	38	4
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	62	34	4
	2001 - 4000 kr	63	33	4
	4001 - 6000 kr	60	35	5
	6001- 8000 kr	52	45	3
	üle 8000 kr	51	44	5

## Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid

(% vastanutest)

### Päritolumaa, et oleks Eestis toodetud

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>50</b>	<b>41</b>	<b>9</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	47	43	10
	Kesk-Eesti	56	36	8
	Kirde-Eesti	57	37	6
	Lääne-Eesti	49	43	8
	Lõuna-Eesti	49	42	9
<b>Elukoht</b>	Tallinn	44	46	10
	suured linnad	50	42	8
	väikelinnad	54	37	9
	alevik, maa	55	38	7
<b>Rahvus</b>	eestlased	52	41	7
	muu rahvus	46	42	12
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	39	47	14
	30 - 49 aastased	46	45	9
	50 - 64 aastased	58	37	5
	65 - 74 aastased	70	27	3
<b>Sugu</b>	naised	52	41	7
	mehed	47	42	11
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	62	31	7
	kesk ja -eriharidus	48	42	10
	kõrgharidus	51	42	7
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	54	37	9
	2001 - 4000 kr	50	43	7
	4001 - 6000 kr	51	38	11
	6001- 8000 kr	54	38	8
	üle 8000 kr	43	49	8

**Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid**  
(% vastanutest)

**Sooduspakkumised**

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>52</b>	<b>42</b>	<b>6</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	45	46	9
	Kesk-Eesti	57	39	4
	Kirde-Eesti	62	34	4
	Lääne-Eesti	52	44	4
	Lõuna-Eesti	53	42	5
<b>Elukoht</b>	Tallinn	45	47	8
	suured linnad	57	40	3
	väikelinnad	55	40	5
	alevik, maa	52	41	7
<b>Rahvus</b>	eestlased	48	46	6
	muu rahvus	59	35	6
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	52	38	10
	30 - 49 aastased	47	49	4
	50 - 64 aastased	56	39	5
	65 - 74 aastased	56	38	6
<b>Sugu</b>	naised	51	44	5
	mehed	51	41	8
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	67	25	8
	kesk ja -eriharidus	57	38	5
	kõrgharidus	39	54	7
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	85	11	4
	2001 - 4000 kr	60	37	3
	4001 - 6000 kr	52	41	7
	6001- 8000 kr	47	45	8
	üle 8000 kr	34	57	9

## Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid

(% vastanutest)

### Valmistamise kiirus, kergus

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>27</b>	<b>59</b>	<b>14</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	25	59	16
	Kesk-Eesti	38	46	16
	Kirde-Eesti	32	59	9
	Lääne-Eesti	23	64	13
	Lõuna-Eesti	24	61	15
<b>Elukoht</b>	Tallinn	26	58	16
	suured linnad	28	61	11
	väikelinnad	29	57	14
	alevik, maa	25	59	16
<b>Rahvus</b>	eestlased	26	59	15
	muu rahvus	29	59	12
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	30	54	16
	30 - 49 aastased	23	63	14
	50 - 64 aastased	28	60	12
	65 - 74 aastased	26	58	16
<b>Sugu</b>	naised	27	60	13
	mehed	26	59	15
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	40	50	10
	kesk ja -eriharidus	27	58	15
	kõrgharidus	23	62	15
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	38	52	10
	2001 - 4000 kr	26	59	15
	4001 - 6000 kr	29	57	14
	6001- 8000 kr	25	61	14
	üle 8000 kr	22	62	16

## Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid

(% vastanutest)

### Pikk säilimisaeg (kui kaua on kasutamiskõlblik)

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
<b>Keskmiselt</b>		<b>29</b>	<b>46</b>	<b>25</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	28	45	27
	Kesk-Eesti	38	42	20
	Kirde-Eesti	46	41	13
	Lääne-Eesti	25	48	27
	Lõuna-Eesti	21	50	29
<b>Elukoht</b>	Tallinn	28	42	30
	suured linnad	35	46	19
	väikelinnad	31	49	20
	alevik, maa	26	48	26
<b>Rahvus</b>	eestlased	22	47	31
	muu rahvus	45	43	12
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	30	46	24
	30 - 49 aastased	23	46	31
	50 - 64 aastased	32	47	21
	65 - 74 aastased	47	38	15
<b>Sugu</b>	naised	27	47	26
	mehed	32	45	23
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	59	25	16
	kesk ja -eriharidus	31	47	22
	kõrgharidus	20	48	32
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	55	30	15
	2001 - 4000 kr	37	43	20
	4001 - 6000 kr	26	51	23
	6001 - 8000 kr	25	48	27
	üle 8000 kr	20	46	34

**Kas Teie (Teie pere) ostis 2007. aastal valdavalt ...**

(% vastanutest)

		kodumaiseid toidukaupu	import- toidukaupu	päritolumaa pole oluline
<b>Keskmiselt</b>		<b>73</b>	<b>1</b>	<b>26</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	70	0	30
	Kesk-Eesti	78	0	22
	Kirde-Eesti	73	2	25
	Lääne-Eesti	76	0	24
	Lõuna-Eesti	75	1	24
<b>Elukoht</b>	Tallinn	69	1	30
	suured linnad	71	2	27
	väikelinnad	77	0	23
	alevik, maa	77	0	23
<b>Rahvus</b>	eestlased	78	0	22
	muu rahvus	64	1	35
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	67	1	32
	30 - 49 aastased	74	1	25
	50 - 64 aastased	73	0	27
	65 - 74 aastased	82	0	18
<b>Sugu</b>	naised	76	0	24
	mehed	70	1	29
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	68	5	27
	kesk ja -eriharidus	70	1	29
	kõrgharidus	79	0	21
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	67	0	33
	2001 - 4000 kr	72	2	26
	4001 - 6000 kr	73	0	27
	6001- 8000 kr	76	0	24
	üle 8000 kr	76	0	24

**Kas Teie arvates on ostmisel lihtne või keeruline vahet teha kodumaise ja imporditud toidukauba vahel?**

(% vastanutest)

		lihtne	mitte alati lihtne	keeruline (raske)	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>10</b>	<b>76</b>	<b>9</b>	<b>5</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	11	74	10	5
	Kesk-Eesti	8	80	10	2
	Kirde-Eesti	9	79	8	4
	Lääne-Eesti	7	82	7	4
	Lõuna-Eesti	10	74	9	7
<b>Elukoht</b>	Tallinn	13	70	12	5
	suured linnad	10	78	8	4
	väikelinnad	9	81	6	4
	alevik, maa	7	77	9	7
<b>Rahvus</b>	eestlased	10	76	10	4
	muu rahvus	10	74	8	8
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	12	72	9	7
	30 - 49 aastased	11	79	7	3
	50 - 64 aastased	7	78	9	6
	65 - 74 aastased	7	74	15	4
<b>Sugu</b>	naised	11	76	9	4
	mehed	9	74	10	7
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	4	74	10	12
	kesk ja -eriharidus	10	76	9	5
	kõrgharidus	11	77	9	3
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	4	82	8	6
	2001 - 4000 kr	8	78	8	6
	4001 - 6000 kr	11	72	9	8
	6001- 8000 kr	7	81	11	1
	üle 8000 kr	16	72	10	2

**Kui kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine pole lihtne, siis mis muudab selle keeruliseks?**

(% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne)

		pakendil olevast tooteinfost ei selgu tootjamaa ja tootja	pakendil olevast tooteinfost ei selgu kasutatud tooraine päritolumaa	pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga	kodumaiste toidutoodete ja kaubamärkide nimed on võõrapäraseks
<b>Keskmiselt</b>		<b>46</b>	<b>49</b>	<b>71</b>	<b>25</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	51	54	67	22
	Kesk-Eesti	50	43	76	39
	Kirde-Eesti	44	48	72	15
	Lääne-Eesti	45	38	76	34
	Lõuna-Eesti	40	47	72	26
<b>Elukoht</b>	Tallinn	50	57	67	23
	suured linnad	44	50	69	18
	väikelinnad	49	42	71	24
	alevik, maa	42	43	77	33
<b>Rahvus</b>	eestlased	49	48	74	30
	muu rahvus	42	49	64	13
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	49	45	58	24
	30 - 49 aastased	46	52	66	21
	50 - 64 aastased	42	46	85	24
	65 - 74 aastased	52	49	85	40
<b>Sugu</b>	naised	48	48	72	26
	mehed	44	49	71	24
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	35	33	76	43
	kesk ja -eriharidus	45	46	71	25
	kõrgharidus	52	58	70	20
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	42	36	63	28
	2001 - 4000 kr	45	43	72	24
	4001 - 6000 kr	44	49	75	27
	6001- 8000 kr	51	52	74	25
	üle 8000 kr	48	59	65	21

**Kui kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine pole lihtne, siis mis muudab selle keeruliseks?**

(% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne)

		import- toodete nimed ja kaubamärgid on eestipärasead	müüjatel on väheseid teadmised kauba päritolust	kaupade pakendid ei eristu	müüjad annavad teadlikult valeinformatsiooni
<b>Keskmiselt</b>		<b>21</b>	<b>39</b>	<b>20</b>	<b>7</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	22	41	21	9
	Kesk-Eesti	17	38	20	8
	Kirde-Eesti	15	53	16	16
	Lääne-Eesti	22	35	27	1
	Lõuna-Eesti	23	30	18	4
<b>Elukoht</b>	Tallinn	21	41	23	10
	suured linnad	24	39	16	9
	väikelinnad	19	38	21	5
	alevik, maa	19	38	21	4
<b>Rahvus</b>	eestlased	23	35	22	5
	muu rahvus	15	48	16	14
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	26	37	22	6
	30 - 49 aastased	19	39	18	8
	50 - 64 aastased	18	41	20	8
	65 - 74 aastased	19	40	23	7
<b>Sugu</b>	naised	21	40	21	7
	mehed	21	38	20	8
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	16	43	25	10
	kesk ja -eriharidus	20	39	20	8
	kõrgharidus	23	37	20	6
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	16	50	28	14
	2001 - 4000 kr	20	45	21	8
	4001 - 6000 kr	22	33	16	6
	6001- 8000 kr	23	33	20	7
	üle 8000 kr	19	41	20	8

**Kodumaiste toidukaupade omadused**

(% vastanutest)

**Uudne (huvitav) maitse**

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>7</b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	5	72	7	16
	Kesk-Eesti	8	64	2	26
	Kirde-Eesti	11	72	4	13
	Lääne-Eesti	6	75	1	18
	Lõuna-Eesti	6	74	1	19
<b>Elukoht</b>	Tallinn	5	71	8	16
	suured linnad	8	74	3	15
	väikelinnad	11	72	1	16
	alevik, maa	4	74	1	21
<b>Rahvus</b>	eestlased	5	75	2	18
	muu rahvus	9	68	7	16
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	6	75	4	15
	30 - 49 aastased	5	77	5	13
	50 - 64 aastased	8	69	3	20
	65 - 74 aastased	9	57	2	32
<b>Sugu</b>	naised	7	74	3	16
	mehed	6	70	5	19
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	11	66	1	22
	kesk ja -eriharidus	7	72	3	18
	kõrgharidus	5	75	5	15
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	16	63	0	21
	2001 - 4000 kr	5	74	3	18
	4001 - 6000 kr	6	69	4	21
	6001- 8000 kr	6	73	4	17
	üle 8000 kr	8	76	4	12

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Harjumuspärane maitse

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>60</b>	<b>34</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	61	34	0	5
	Kesk-Eesti	47	44	2	7
	Kirde-Eesti	62	32	2	4
	Lääne-Eesti	58	32	0	10
	Lõuna-Eesti	64	31	0	5
<b>Elukoht</b>	Tallinn	57	37	0	6
	suured linnad	61	33	1	5
	väikelinnad	62	32	1	5
	alevik, maa	61	32	1	6
<b>Rahvus</b>	eestlased	60	33	1	6
	muu rahvus	58	36	1	5
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	54	41	0	5
	30 - 49 aastased	59	35	1	5
	50 - 64 aastased	66	27	1	6
	65 - 74 aastased	63	28	1	8
<b>Sugu</b>	naised	60	33	1	6
	mehed	60	35	0	5
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	50	39	1	10
	kesk ja -eriharidus	59	34	1	6
	kõrgharidus	63	32	1	4
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	47	49	0	4
	2001 - 4000 kr	60	32	1	7
	4001 - 6000 kr	59	33	1	7
	6001- 8000 kr	63	34	0	3
	üle 8000 kr	63	33	0	4

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Tervislikkus

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>48</b>	<b>40</b>	<b>1</b>	<b>11</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	44	46	0	10
	Kesk-Eesti	42	38	2	18
	Kirde-Eesti	55	33	3	9
	Lääne-Eesti	53	37	0	10
	Lõuna-Eesti	50	38	1	11
<b>Elukoht</b>	Tallinn	42	47	1	10
	suured linnad	46	43	2	9
	väikelinnad	55	32	1	12
	alevik, maa	49	37	1	13
<b>Rahvus</b>	eestlased	47	41	1	11
	muu rahvus	50	38	2	10
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	45	47	2	6
	30 - 49 aastased	44	44	1	11
	50 - 64 aastased	52	35	1	12
	65 - 74 aastased	58	22	1	19
<b>Sugu</b>	naised	50	41	1	8
	mehed	45	40	1	14
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	54	32	1	13
	kesk ja -eriharidus	49	39	1	11
	kõrgharidus	46	44	1	9
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	52	30	5	13
	2001 - 4000 kr	52	34	1	13
	4001 - 6000 kr	50	40	0	10
	6001- 8000 kr	46	44	0	10
	üle 8000 kr	42	48	1	9

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Pikk säilivusaeg

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>10</b>	<b>56</b>	<b>15</b>	<b>19</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	9	57	15	19
	Kesk-Eesti	11	50	14	25
	Kirde-Eesti	15	63	13	9
	Lääne-Eesti	6	48	24	22
	Lõuna-Eesti	10	56	13	21
<b>Elukoht</b>	Tallinn	8	57	16	19
	suured linnad	10	62	14	14
	väikelinnad	13	57	15	15
	alevik, maa	9	51	15	25
<b>Rahvus</b>	eestlased	7	54	16	23
	muu rahvus	16	59	14	11
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	8	57	20	15
	30 - 49 aastased	6	57	15	22
	50 - 64 aastased	12	56	12	20
	65 - 74 aastased	22	49	11	18
<b>Sugu</b>	naised	9	55	16	20
	mehed	11	56	15	18
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	25	49	8	18
	kesk ja -eriharidus	10	58	14	18
	kõrgharidus	6	54	18	22
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	23	45	19	13
	2001 - 4000 kr	12	56	12	20
	4001 - 6000 kr	12	53	16	19
	6001- 8000 kr	6	63	14	17
	üle 8000 kr	4	58	17	21

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Lisainete vähene sisaldus

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>29</b>	<b>48</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	28	48	5	19
	Kesk-Eesti	29	43	7	21
	Kirde-Eesti	30	47	7	16
	Lääne-Eesti	30	49	4	17
	Lõuna-Eesti	30	48	5	17
<b>Elukoht</b>	Tallinn	25	51	5	19
	suured linnad	28	47	6	19
	väikelinnad	32	49	6	13
	alevik, maa	33	42	5	20
<b>Rahvus</b>	eestlased	30	49	3	18
	muu rahvus	26	47	10	17
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	25	49	9	17
	30 - 49 aastased	24	52	5	19
	50 - 64 aastased	31	46	4	19
	65 - 74 aastased	49	33	2	16
<b>Sugu</b>	naised	31	48	4	17
	mehed	26	48	7	19
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	34	36	11	19
	kesk ja -eriharidus	30	47	5	18
	kõrgharidus	27	50	5	18
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	38	43	10	9
	2001 - 4000 kr	33	43	5	19
	4001 - 6000 kr	27	48	5	20
	6001- 8000 kr	28	51	4	17
	üle 8000 kr	25	53	5	17

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Kõrge kvaliteet

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>41</b>	<b>48</b>	<b>1</b>	<b>10</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	40	49	1	10
	Kesk-Eesti	35	51	0	14
	Kirde-Eesti	51	37	2	10
	Lääne-Eesti	37	49	2	12
	Lõuna-Eesti	41	49	0	10
<b>Elukoht</b>	Tallinn	40	49	1	10
	suured linnad	40	47	2	11
	väikelinnad	46	45	1	8
	alevik, maa	39	48	0	13
<b>Rahvus</b>	eestlased	40	49	0	11
	muu rahvus	44	44	2	10
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	43	46	1	10
	30 - 49 aastased	35	53	1	11
	50 - 64 aastased	43	46	1	10
	65 - 74 aastased	51	35	1	13
<b>Sugu</b>	naised	43	48	0	9
	mehed	39	47	2	12
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	41	38	1	20
	kesk ja -eriharidus	41	46	1	12
	kõrgharidus	40	54	0	6
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	51	39	2	8
	2001 - 4000 kr	40	43	1	16
	4001 - 6000 kr	40	50	1	9
	6001- 8000 kr	39	51	1	9
	üle 8000 kr	41	52	0	7

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Püsiv kvaliteet

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>44</b>	<b>41</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	44	43	3	10
	Kesk-Eesti	35	49	3	13
	Kirde-Eesti	50	35	4	11
	Lääne-Eesti	41	41	3	15
	Lõuna-Eesti	43	40	3	14
<b>Elukoht</b>	Tallinn	44	43	3	10
	suured linnad	43	41	3	13
	väikelinnad	44	44	1	11
	alevik, maa	44	39	3	14
<b>Rahvus</b>	eestlased	43	42	3	12
	muu rahvus	44	41	3	12
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	46	40	4	10
	30 - 49 aastased	41	44	4	11
	50 - 64 aastased	45	41	1	13
	65 - 74 aastased	43	38	2	17
<b>Sugu</b>	naised	44	40	3	13
	mehed	42	44	3	11
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	41	36	3	20
	kesk ja -eriharidus	41	43	3	13
	kõrgharidus	48	41	3	8
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	48	33	8	11
	2001 - 4000 kr	41	41	2	16
	4001 - 6000 kr	42	41	4	13
	6001- 8000 kr	43	44	3	10
	üle 8000 kr	49	43	1	7

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Lai sortiment

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>30</b>	<b>52</b>	<b>8</b>	<b>10</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	28	55	8	9
	Kesk-Eesti	24	55	13	8
	Kirde-Eesti	44	41	7	8
	Lääne-Eesti	27	50	10	13
	Lõuna-Eesti	29	55	6	10
<b>Elukoht</b>	Tallinn	26	54	10	10
	suured linnad	39	46	8	7
	väikelinnad	28	54	7	11
	alevik, maa	29	52	8	11
<b>Rahvus</b>	eestlased	27	55	8	10
	muu rahvus	36	44	10	10
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	30	51	12	7
	30 - 49 aastased	28	56	8	8
	50 - 64 aastased	30	49	6	15
	65 - 74 aastased	33	49	5	13
<b>Sugu</b>	naised	32	52	6	10
	mehed	27	53	11	9
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	42	43	5	10
	kesk ja -eriharidus	30	51	8	11
	kõrgharidus	25	58	10	7
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	36	52	8	4
	2001 - 4000 kr	33	47	7	13
	4001 - 6000 kr	27	53	7	13
	6001- 8000 kr	29	53	10	8
	üle 8000 kr	29	58	8	5

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Soodne hind

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>18</b>	<b>58</b>	<b>14</b>	<b>10</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	16	60	15	9
	Kesk-Eesti	22	54	12	12
	Kirde-Eesti	24	54	13	9
	Lääne-Eesti	17	62	13	8
	Lõuna-Eesti	19	57	14	10
<b>Elukoht</b>	Tallinn	15	59	16	10
	suured linnad	21	54	16	9
	väikelinnad	20	59	12	9
	alevik, maa	19	60	11	10
<b>Rahvus</b>	eestlased	17	62	12	9
	muu rahvus	21	49	19	11
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	14	58	19	9
	30 - 49 aastased	13	64	14	9
	50 - 64 aastased	22	57	11	10
	65 - 74 aastased	38	42	10	10
<b>Sugu</b>	naised	18	59	12	11
	mehed	19	57	16	8
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	39	39	12	10
	kesk ja -eriharidus	20	55	14	11
	kõrgharidus	12	66	14	8
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	29	54	11	6
	2001 - 4000 kr	22	53	14	11
	4001 - 6000 kr	20	52	17	11
	6001- 8000 kr	14	65	12	9
	üle 8000 kr	12	67	13	8

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Meeldiv ja sobiv pakend

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>24</b>	<b>62</b>	<b>3</b>	<b>11</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	22	64	3	11
	Kesk-Eesti	21	69	1	9
	Kirde-Eesti	31	55	6	8
	Lääne-Eesti	20	61	3	16
	Lõuna-Eesti	26	59	3	12
<b>Elukoht</b>	Tallinn	20	65	4	11
	suured linnad	24	65	4	7
	väikelinnad	28	57	2	13
	alevik, maa	24	59	3	14
<b>Rahvus</b>	eestlased	22	63	2	13
	muu rahvus	27	60	5	8
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	22	63	6	9
	30 - 49 aastased	22	64	3	11
	50 - 64 aastased	26	59	1	14
	65 - 74 aastased	27	55	5	13
<b>Sugu</b>	naised	25	60	3	12
	mehed	22	64	3	11
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	30	51	5	14
	kesk ja -eriharidus	26	59	3	12
	kõrgharidus	18	69	3	10
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	23	57	13	7
	2001 - 4000 kr	25	60	3	12
	4001 - 6000 kr	27	56	3	14
	6001- 8000 kr	25	59	4	12
	üle 8000 kr	16	74	1	9

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Usaldusväärsus

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>55</b>	<b>36</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	54	37	2	7
	Kesk-Eesti	45	44	0	11
	Kirde-Eesti	67	27	1	5
	Lääne-Eesti	49	37	2	12
	Lõuna-Eesti	53	37	1	9
<b>Elukoht</b>	Tallinn	56	35	2	7
	suured linnad	53	37	1	9
	väikelinnad	60	33	1	6
	alevik, maa	51	38	1	10
<b>Rahvus</b>	eestlased	53	37	1	9
	muu rahvus	58	33	2	7
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	55	35	2	8
	30 - 49 aastased	51	41	1	7
	50 - 64 aastased	57	34	1	8
	65 - 74 aastased	61	26	0	13
<b>Sugu</b>	naised	59	34	1	6
	mehed	51	38	1	10
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	50	32	1	17
	kesk ja -eriharidus	55	34	1	10
	kõrgharidus	56	39	1	4
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	59	27	4	10
	2001 - 4000 kr	53	37	1	9
	4001 - 6000 kr	52	36	2	10
	6001- 8000 kr	53	38	1	8
	üle 8000 kr	61	34	0	5

## Kodumaiste toidukaupade omadused

(% vastanutest)

### Värskus

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>55</b>	<b>39</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	55	40	0	5
	Kesk-Eesti	44	46	1	9
	Kirde-Eesti	63	32	1	4
	Lääne-Eesti	53	43	1	3
	Lõuna-Eesti	58	37	1	4
<b>Elukoht</b>	Tallinn	55	40	0	5
	suured linnad	58	37	1	4
	väikelinnad	59	36	0	5
	alevik, maa	52	42	1	5
<b>Rahvus</b>	eestlased	55	39	1	5
	muu rahvus	57	39	0	4
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	57	39	0	4
	30 - 49 aastased	48	47	0	5
	50 - 64 aastased	61	34	1	4
	65 - 74 aastased	67	27	0	6
<b>Sugu</b>	naised	58	38	0	4
	mehed	52	41	1	6
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	70	25	1	4
	kesk ja -eriharidus	55	39	0	6
	kõrgharidus	53	43	1	3
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	66	26	0	8
	2001 - 4000 kr	54	41	1	4
	4001 - 6000 kr	54	39	1	6
	6001- 8000 kr	52	41	1	6
	üle 8000 kr	58	38	0	4

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Piim ja piimasaadused**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>69</b>	<b>28</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	72	26	1	1
	Kesk-Eesti	60	35	4	1
	Kirde-Eesti	69	28	1	2
	Lääne-Eesti	65	30	1	4
	Lõuna-Eesti	67	30	1	2
<b>Elukoht</b>	Tallinn	73	26	0	1
	suured linnad	72	24	1	3
	väikelinnad	65	32	2	1
	alevik, maa	63	32	2	3
<b>Rahvus</b>	eestlased	70	27	1	2
	muu rahvus	67	31	1	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	76	22	1	1
	30 - 49 aastased	70	29	1	0
	50 - 64 aastased	65	31	1	3
	65 - 74 aastased	61	34	1	4
<b>Sugu</b>	naised	72	26	1	1
	mehed	66	31	1	2
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	55	41	0	4
	kesk ja -eriharidus	68	29	1	2
	kõrgharidus	74	25	1	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	61	37	1	1
	2001 - 4000 kr	59	37	1	3
	4001 - 6000 kr	72	26	1	1
	6001- 8000 kr	72	23	2	3
	üle 8000 kr	80	20	0	0

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Liha ja lihasaadused**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>51</b>	<b>44</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	52	42	4	2
	Kesk-Eesti	45	50	3	2
	Kirde-Eesti	50	48	2	0
	Lääne-Eesti	47	45	7	1
	Lõuna-Eesti	53	41	4	2
<b>Elukoht</b>	Tallinn	52	42	4	2
	suured linnad	54	44	2	0
	väikelinnad	49	46	3	2
	alevik, maa	48	44	6	2
<b>Rahvus</b>	eestlased	51	43	4	2
	muu rahvus	51	44	3	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	55	38	5	2
	30 - 49 aastased	46	48	5	1
	50 - 64 aastased	54	41	3	2
	65 - 74 aastased	49	47	2	2
<b>Sugu</b>	naised	51	42	5	2
	mehed	51	45	3	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	50	42	5	3
	kesk ja -eriharidus	52	44	3	1
	kõrgharidus	50	43	5	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	50	36	9	5
	2001 - 4000 kr	46	48	4	2
	4001 - 6000 kr	49	48	2	1
	6001- 8000 kr	57	38	5	0
	üle 8000 kr	57	37	4	2

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Kala ja kalasaadused**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>29</b>	<b>47</b>	<b>22</b>	<b>2</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	27	46	25	2
	Kesk-Eesti	19	48	26	7
	Kirde-Eesti	36	43	18	3
	Lääne-Eesti	24	50	23	3
	Lõuna-Eesti	33	46	19	2
<b>Elukoht</b>	Tallinn	26	47	26	1
	suured linnad	36	44	17	3
	väikelinnad	26	51	20	3
	alevik, maa	28	44	24	4
<b>Rahvus</b>	eestlased	27	46	25	2
	muu rahvus	33	47	17	3
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	37	48	14	1
	30 - 49 aastased	24	43	30	3
	50 - 64 aastased	28	48	21	3
	65 - 74 aastased	27	50	21	2
<b>Sugu</b>	naised	26	48	24	2
	mehed	31	46	20	3
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	28	57	12	3
	kesk ja -eriharidus	30	48	19	3
	kõrgharidus	26	42	30	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	32	46	17	5
	2001 - 4000 kr	26	50	21	3
	4001 - 6000 kr	25	49	23	3
	6001- 8000 kr	34	40	25	1
	üle 8000 kr	31	43	23	3

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Jahu ja tangained**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>64</b>	<b>33</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	63	35	1	1
	Kesk-Eesti	59	37	3	1
	Kirde-Eesti	69	28	2	1
	Lääne-Eesti	66	32	2	0
	Lõuna-Eesti	65	33	2	0
<b>Elukoht</b>	Tallinn	63	35	1	1
	suured linnad	67	30	3	0
	väikelinnad	67	30	2	1
	alevik, maa	63	36	1	0
<b>Rahvus</b>	eestlased	62	35	2	1
	muu rahvus	68	29	2	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	67	30	2	1
	30 - 49 aastased	62	36	2	0
	50 - 64 aastased	63	34	2	1
	65 - 74 aastased	68	30	1	1
<b>Sugu</b>	naised	67	32	1	0
	mehed	61	35	3	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	61	39	0	0
	kesk ja -eriharidus	65	32	2	1
	kõrgharidus	63	34	2	1
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	51	47	2	0
	2001 - 4000 kr	67	32	1	0
	4001 - 6000 kr	65	31	3	1
	6001- 8000 kr	61	37	1	1
	üle 8000 kr	67	30	1	2

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Leiva- ja saiatooted**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>72</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	72	25	3	0
	Kesk-Eesti	60	39	1	0
	Kirde-Eesti	74	24	1	1
	Lääne-Eesti	75	25	0	0
	Lõuna-Eesti	71	28	1	0
<b>Elukoht</b>	Tallinn	72	25	3	0
	suured linnad	74	25	1	0
	väikelinnad	72	28	0	0
	alevik, maa	70	29	1	0
<b>Rahvus</b>	eestlased	73	26	1	0
	muu rahvus	69	29	2	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	77	22	1	0
	30 - 49 aastased	73	27	0	0
	50 - 64 aastased	68	29	3	0
	65 - 74 aastased	67	31	2	0
<b>Sugu</b>	naised	74	25	1	0
	mehed	70	29	1	0
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	63	37	0	0
	kesk ja -eriharidus	69	29	2	0
	kõrgharidus	78	21	1	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	62	38	0	0
	2001 - 4000 kr	68	31	1	0
	4001 - 6000 kr	74	25	1	0
	6001- 8000 kr	75	24	1	0
	üle 8000 kr	77	21	2	0

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Värske puuvili**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>27</b>	<b>50</b>	<b>20</b>	<b>3</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	24	50	25	1
	Kesk-Eesti	25	51	18	6
	Kirde-Eesti	36	47	14	3
	Lääne-Eesti	26	53	17	4
	Lõuna-Eesti	30	50	16	4
<b>Elukoht</b>	Tallinn	24	51	24	1
	suured linnad	33	48	16	3
	väikelinnad	29	55	15	1
	alevik, maa	26	47	21	6
<b>Rahvus</b>	eestlased	27	48	22	3
	muu rahvus	29	54	15	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	29	48	22	1
	30 - 49 aastased	27	47	24	2
	50 - 64 aastased	25	56	15	4
	65 - 74 aastased	31	48	12	9
<b>Sugu</b>	naised	29	47	21	3
	mehed	26	54	18	2
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	30	54	10	6
	kesk ja -eriharidus	29	50	18	3
	kõrgharidus	25	48	25	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	34	43	18	5
	2001 - 4000 kr	29	51	15	5
	4001 - 6000 kr	27	49	22	2
	6001- 8000 kr	25	53	21	1
	üle 8000 kr	26	48	25	1

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Värske köögivilj**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>32</b>	<b>54</b>	<b>9</b>	<b>5</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	32	58	8	2
	Kesk-Eesti	28	50	8	14
	Kirde-Eesti	46	47	4	3
	Lääne-Eesti	26	55	10	9
	Lõuna-Eesti	28	53	11	8
<b>Elukoht</b>	Tallinn	32	59	8	1
	suured linnad	38	53	6	3
	väikelinnad	29	55	11	5
	alevik, maa	29	48	10	13
<b>Rahvus</b>	eestlased	29	53	11	7
	muu rahvus	37	57	4	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	34	54	10	2
	30 - 49 aastased	29	56	11	4
	50 - 64 aastased	34	54	6	6
	65 - 74 aastased	31	50	3	16
<b>Sugu</b>	naised	31	55	9	5
	mehed	33	54	8	5
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	33	52	5	10
	kesk ja -eriharidus	34	52	8	6
	kõrgharidus	28	59	10	3
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	25	61	5	9
	2001 - 4000 kr	33	51	6	10
	4001 - 6000 kr	32	55	10	3
	6001- 8000 kr	31	56	9	4
	üle 8000 kr	31	56	11	2

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Puu- ja köögivilja konservid**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>29</b>	<b>40</b>	<b>8</b>	<b>23</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	29	44	9	18
	Kesk-Eesti	25	40	8	27
	Kirde-Eesti	37	36	4	23
	Lääne-Eesti	26	40	8	26
	Lõuna-Eesti	30	35	8	27
<b>Elukoht</b>	Tallinn	29	44	9	18
	suured linnad	36	34	7	23
	väikelinnad	31	37	8	24
	alevik, maa	26	40	8	26
<b>Rahvus</b>	eestlased	28	40	9	23
	muu rahvus	33	40	5	22
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	30	42	10	18
	30 - 49 aastased	32	43	9	16
	50 - 64 aastased	30	37	6	27
	65 - 74 aastased	23	31	3	43
<b>Sugu</b>	naised	31	40	7	22
	mehed	28	40	9	23
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	24	46	2	28
	kesk ja -eriharidus	29	39	7	25
	kõrgharidus	32	41	9	18
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	22	45	7	26
	2001 - 4000 kr	32	37	5	26
	4001 - 6000 kr	28	44	6	22
	6001- 8000 kr	28	38	13	21
	üle 8000 kr	31	38	10	21

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Maiustused, kondiitritooted**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>62</b>	<b>32</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	66	28	3	3
	Kesk-Eesti	49	47	1	3
	Kirde-Eesti	61	30	3	6
	Lääne-Eesti	61	31	3	5
	Lõuna-Eesti	60	35	1	4
<b>Elukoht</b>	Tallinn	67	27	3	3
	suured linnad	60	30	3	7
	väikelinnad	60	34	2	4
	alevik, maa	57	38	2	3
<b>Rahvus</b>	eestlased	61	34	2	3
	muu rahvus	62	29	3	6
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	71	24	1	4
	30 - 49 aastased	60	36	2	2
	50 - 64 aastased	55	35	4	6
	65 - 74 aastased	57	35	1	7
<b>Sugu</b>	naised	62	31	2	5
	mehed	61	34	2	3
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	54	41	1	4
	kesk ja -eriharidus	62	30	3	5
	kõrgharidus	61	34	2	3
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	51	45	2	2
	2001 - 4000 kr	56	33	3	8
	4001 - 6000 kr	65	32	1	2
	6001- 8000 kr	62	35	1	2
	üle 8000 kr	68	24	4	4

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Karastusjoogid, mahlad**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>59</b>	<b>31</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	60	32	4	4
	Kesk-Eesti	58	34	0	8
	Kirde-Eesti	58	30	2	10
	Lääne-Eesti	57	28	1	14
	Lõuna-Eesti	58	30	2	10
<b>Elukoht</b>	Tallinn	59	33	4	4
	suured linnad	61	26	3	10
	väikelinnad	62	29	1	8
	alevik, maa	55	34	1	10
<b>Rahvus</b>	eestlased	58	32	2	8
	muu rahvus	61	29	3	7
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	68	25	3	4
	30 - 49 aastased	63	29	3	5
	50 - 64 aastased	50	39	1	10
	65 - 74 aastased	47	31	1	21
<b>Sugu</b>	naised	60	30	2	8
	mehed	58	33	2	7
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	57	32	0	11
	kesk ja -eriharidus	59	31	2	8
	kõrgharidus	61	30	3	6
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	60	30	0	10
	2001 - 4000 kr	55	33	1	11
	4001 - 6000 kr	59	30	3	8
	6001- 8000 kr	60	30	3	7
	üle 8000 kr	63	30	3	4

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Kastmed (majoneesid, ketšupid)**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>51</b>	<b>38</b>	<b>4</b>	<b>7</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	50	37	5	8
	Kesk-Eesti	46	47	3	4
	Kirde-Eesti	54	39	3	4
	Lääne-Eesti	54	40	2	4
	Lõuna-Eesti	50	37	5	8
<b>Elukoht</b>	Tallinn	48	38	6	8
	suured linnad	53	38	4	5
	väikelinnad	50	41	2	7
	alevik, maa	53	38	4	5
<b>Rahvus</b>	eestlased	51	39	4	6
	muu rahvus	50	37	5	8
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	55	32	6	7
	30 - 49 aastased	52	38	5	5
	50 - 64 aastased	44	45	3	8
	65 - 74 aastased	49	40	2	9
<b>Sugu</b>	naised	51	38	4	7
	mehed	51	39	4	6
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	49	44	0	7
	kesk ja -eriharidus	50	40	4	6
	kõrgharidus	52	35	6	7
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	47	40	3	10
	2001 - 4000 kr	50	41	3	6
	4001 - 6000 kr	51	40	4	5
	6001- 8000 kr	49	39	8	4
	üle 8000 kr	54	30	5	11

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>37</b>	<b>44</b>	<b>8</b>	<b>11</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	41	44	6	9
	Kesk-Eesti	34	51	7	8
	Kirde-Eesti	35	46	6	13
	Lääne-Eesti	26	52	11	11
	Lõuna-Eesti	38	37	10	15
<b>Elukoht</b>	Tallinn	39	46	6	9
	suured linnad	38	44	7	11
	väikelinnad	37	49	3	11
	alevik, maa	33	41	12	14
<b>Rahvus</b>	eestlased	37	44	9	10
	muu rahvus	38	44	5	13
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	44	42	10	4
	30 - 49 aastased	39	45	8	8
	50 - 64 aastased	30	46	6	18
	65 - 74 aastased	30	41	6	23
<b>Sugu</b>	naised	39	42	8	11
	mehed	35	47	7	11
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	31	45	9	15
	kesk ja -eriharidus	38	42	8	12
	kõrgharidus	37	47	7	9
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	27	57	1	15
	2001 - 4000 kr	30	46	8	16
	4001 - 6000 kr	39	43	8	10
	6001- 8000 kr	39	47	7	7
	üle 8000 kr	44	39	9	8

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Piim ja piimasaadused**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>75</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	76	22	1	1
	Kesk-Eesti	63	35	0	2
	Kirde-Eesti	78	21	0	1
	Lääne-Eesti	76	22	0	2
	Lõuna-Eesti	76	20	1	3
<b>Elukoht</b>	Tallinn	76	22	1	1
	suured linnad	80	18	0	2
	väikelinnad	73	26	0	1
	alevik, maa	71	24	1	4
<b>Rahvus</b>	eestlased	77	21	0	2
	muu rahvus	71	27	1	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	78	19	1	2
	30 - 49 aastased	79	21	0	0
	50 - 64 aastased	70	26	1	3
	65 - 74 aastased	67	28	0	5
<b>Sugu</b>	naised	78	20	1	1
	mehed	71	26	0	3
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	56	38	0	6
	kesk ja -eriharidus	73	25	0	2
	kõrgharidus	82	15	1	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	68	29	3	0
	2001 - 4000 kr	68	29	0	3
	4001 - 6000 kr	76	23	0	1
	6001- 8000 kr	78	18	1	3
	üle 8000 kr	83	16	0	1

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Liha ja lihasaadused**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>56</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	58	40	1	1
	Kesk-Eesti	51	46	1	2
	Kirde-Eesti	58	41	0	1
	Lääne-Eesti	53	44	0	3
	Lõuna-Eesti	55	40	2	3
<b>Elukoht</b>	Tallinn	57	41	1	1
	suured linnad	57	41	1	1
	väikelinnad	58	40	0	2
	alevik, maa	53	42	2	3
<b>Rahvus</b>	eestlased	56	41	1	2
	muu rahvus	58	40	0	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	61	35	1	3
	30 - 49 aastased	54	44	1	1
	50 - 64 aastased	57	40	1	2
	65 - 74 aastased	50	46	2	2
<b>Sugu</b>	naised	56	41	1	2
	mehed	57	41	1	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	51	45	2	2
	kesk ja -eriharidus	54	43	1	2
	kõrgharidus	59	38	1	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	61	34	0	5
	2001 - 4000 kr	47	50	1	2
	4001 - 6000 kr	61	38	1	0
	6001- 8000 kr	58	40	2	0
	üle 8000 kr	59	37	1	3

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Kala ja kalasaadused**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>41</b>	<b>50</b>	<b>6</b>	<b>3</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	40	51	6	3
	Kesk-Eesti	35	53	8	4
	Kirde-Eesti	41	48	7	4
	Lääne-Eesti	37	55	2	6
	Lõuna-Eesti	48	44	5	3
<b>Elukoht</b>	Tallinn	39	51	7	3
	suured linnad	42	49	6	3
	väikelinnad	44	49	4	3
	alevik, maa	41	49	5	5
<b>Rahvus</b>	eestlased	43	48	6	3
	muu rahvus	37	54	6	3
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	51	41	4	4
	30 - 49 aastased	38	52	7	3
	50 - 64 aastased	37	55	5	3
	65 - 74 aastased	36	54	7	3
<b>Sugu</b>	naised	44	47	6	3
	mehed	38	53	5	4
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	37	51	7	5
	kesk ja -eriharidus	40	52	5	3
	kõrgharidus	44	45	7	4
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	44	46	4	6
	2001 - 4000 kr	35	54	7	4
	4001 - 6000 kr	40	51	5	4
	6001- 8000 kr	44	50	6	0
	üle 8000 kr	48	42	6	4

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Jahu ja tangained**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>71</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	70	29	0	1
	Kesk-Eesti	68	30	1	1
	Kirde-Eesti	72	28	0	0
	Lääne-Eesti	83	16	0	1
	Lõuna-Eesti	72	26	1	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	68	29	1	2
	suured linnad	72	27	0	1
	väikelinnad	75	23	1	1
	alevik, maa	72	27	0	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	73	26	0	1
	muu rahvus	69	29	1	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	74	24	0	2
	30 - 49 aastased	71	28	1	0
	50 - 64 aastased	72	27	0	1
	65 - 74 aastased	69	29	1	1
<b>Sugu</b>	naised	74	26	0	0
	mehed	69	28	1	2
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	62	38	0	0
	kesk ja -eriharidus	72	27	0	1
	kõrgharidus	73	24	1	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	68	32	0	0
	2001 - 4000 kr	73	27	0	0
	4001 - 6000 kr	70	27	2	1
	6001- 8000 kr	72	26	0	2
	üle 8000 kr	73	24	0	3

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Leiva- ja saiatooted**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>72</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	74	25	1	0
	Kesk-Eesti	65	33	2	0
	Kirde-Eesti	68	30	2	0
	Lääne-Eesti	81	19	0	0
	Lõuna-Eesti	68	30	1	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	74	25	1	0
	suured linnad	69	29	2	0
	väikelinnad	71	28	1	0
	alevik, maa	71	27	1	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	73	26	1	0
	muu rahvus	69	28	3	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	77	21	1	1
	30 - 49 aastased	74	26	0	0
	50 - 64 aastased	66	31	3	0
	65 - 74 aastased	63	36	1	0
<b>Sugu</b>	naised	76	23	1	0
	mehed	67	31	1	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	60	39	1	0
	kesk ja -eriharidus	71	27	2	0
	kõrgharidus	74	24	1	1
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	63	36	1	0
	2001 - 4000 kr	68	30	2	0
	4001 - 6000 kr	74	24	2	0
	6001- 8000 kr	72	28	0	0
	üle 8000 kr	76	22	1	1

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Värske puuvili**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>28</b>	<b>58</b>	<b>10</b>	<b>5</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	25	58	14	3
	Kesk-Eesti	22	61	9	8
	Kirde-Eesti	39	52	5	4
	Lääne-Eesti	31	59	4	6
	Lõuna-Eesti	25	58	10	7
<b>Elukoht</b>	Tallinn	24	59	15	2
	suured linnad	34	56	6	4
	väikelinnad	30	59	9	2
	alevik, maa	25	57	8	10
<b>Rahvus</b>	eestlased	26	57	11	6
	muu rahvus	31	59	8	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	30	57	10	3
	30 - 49 aastased	26	57	14	3
	50 - 64 aastased	26	63	7	4
	65 - 74 aastased	30	49	6	15
<b>Sugu</b>	naised	30	56	9	5
	mehed	25	58	12	5
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	35	50	6	9
	kesk ja -eriharidus	27	59	9	5
	kõrgharidus	26	57	13	4
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	35	48	12	5
	2001 - 4000 kr	29	57	6	8
	4001 - 6000 kr	26	59	12	3
	6001- 8000 kr	26	60	10	4
	üle 8000 kr	27	57	14	2

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Värske köögivili**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>34</b>	<b>55</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	35	59	4	2
	Kesk-Eesti	31	56	2	11
	Kirde-Eesti	42	53	2	3
	Lääne-Eesti	36	50	4	10
	Lõuna-Eesti	29	51	8	12
<b>Elukoht</b>	Tallinn	34	59	5	2
	suured linnad	39	54	4	3
	väikelinnad	31	58	4	7
	alevik, maa	34	47	5	14
<b>Rahvus</b>	eestlased	34	53	5	8
	muu rahvus	35	59	4	2
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	38	54	6	2
	30 - 49 aastased	34	56	6	4
	50 - 64 aastased	32	58	1	9
	65 - 74 aastased	32	48	1	19
<b>Sugu</b>	naised	35	54	4	7
	mehed	33	56	5	6
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	37	46	3	14
	kesk ja -eriharidus	35	52	5	8
	kõrgharidus	33	60	4	3
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	31	52	6	11
	2001 - 4000 kr	32	53	3	12
	4001 - 6000 kr	35	54	7	4
	6001- 8000 kr	34	57	4	5
	üle 8000 kr	37	59	3	1

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Puu- ja köögivilja konservid**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>41</b>	<b>31</b>	<b>2</b>	<b>26</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	42	36	2	20
	Kesk-Eesti	38	31	1	30
	Kirde-Eesti	39	34	1	26
	Lääne-Eesti	42	25	1	32
	Lõuna-Eesti	40	25	4	31
<b>Elukoht</b>	Tallinn	40	38	2	20
	suured linnad	44	25	3	28
	väikelinnad	42	34	0	24
	alevik, maa	40	27	2	31
<b>Rahvus</b>	eestlased	42	30	2	26
	muu rahvus	39	34	3	24
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	47	28	3	22
	30 - 49 aastased	44	35	2	19
	50 - 64 aastased	36	33	1	30
	65 - 74 aastased	31	24	2	43
<b>Sugu</b>	naised	43	30	2	25
	mehed	39	33	2	26
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	32	37	2	29
	kesk ja -eriharidus	39	32	2	27
	kõrgharidus	47	30	1	22
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	31	39	0	30
	2001 - 4000 kr	38	32	3	27
	4001 - 6000 kr	44	28	2	26
	6001- 8000 kr	40	33	3	24
	üle 8000 kr	45	30	1	24

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Maiustused, kondiitritooted**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>67</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	68	27	1	4
	Kesk-Eesti	62	33	2	3
	Kirde-Eesti	64	27	1	8
	Lääne-Eesti	68	26	1	5
	Lõuna-Eesti	67	25	2	6
<b>Elukoht</b>	Tallinn	69	26	1	4
	suured linnad	63	27	2	8
	väikelinnad	66	28	0	6
	alevik, maa	69	26	1	4
<b>Rahvus</b>	eestlased	69	26	1	4
	muu rahvus	64	28	1	7
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	76	20	0	4
	30 - 49 aastased	67	28	2	3
	50 - 64 aastased	62	30	2	6
	65 - 74 aastased	62	28	0	10
<b>Sugu</b>	naised	69	25	1	5
	mehed	64	29	2	5
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	58	37	1	4
	kesk ja -eriharidus	66	26	2	6
	kõrgharidus	68	27	1	4
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	65	30	3	2
	2001 - 4000 kr	63	28	1	8
	4001 - 6000 kr	69	25	1	5
	6001- 8000 kr	66	30	1	3
	üle 8000 kr	72	23	1	4

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Karastusjoogid, mahlad**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>63</b>	<b>28</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	64	31	1	4
	Kesk-Eesti	58	33	0	9
	Kirde-Eesti	61	28	0	11
	Lääne-Eesti	60	25	1	14
	Lõuna-Eesti	64	23	1	12
<b>Elukoht</b>	Tallinn	64	30	2	4
	suured linnad	62	26	1	11
	väikelinnad	60	32	1	7
	alevik, maa	64	25	0	11
<b>Rahvus</b>	eestlased	63	27	1	9
	muu rahvus	61	31	1	7
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	74	20	1	5
	30 - 49 aastased	66	29	1	4
	50 - 64 aastased	55	34	0	11
	65 - 74 aastased	48	30	0	22
<b>Sugu</b>	naised	63	27	1	9
	mehed	62	29	1	8
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	56	32	0	12
	kesk ja -eriharidus	62	29	1	8
	kõrgharidus	65	26	1	8
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	68	22	0	10
	2001 - 4000 kr	56	32	0	12
	4001 - 6000 kr	62	29	2	7
	6001- 8000 kr	63	28	0	9
	üle 8000 kr	71	24	1	4

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Kastmed (majoneesid, ketšupid)**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>53</b>	<b>39</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	51	40	2	7
	Kesk-Eesti	49	45	0	6
	Kirde-Eesti	58	37	1	4
	Lääne-Eesti	64	31	1	4
	Lõuna-Eesti	52	38	2	8
<b>Elukoht</b>	Tallinn	51	40	2	7
	suured linnad	53	40	2	5
	väikelinnad	52	38	2	8
	alevik, maa	58	36	0	6
<b>Rahvus</b>	eestlased	55	38	1	6
	muu rahvus	51	40	2	7
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	57	35	2	6
	30 - 49 aastased	55	39	2	4
	50 - 64 aastased	49	41	1	9
	65 - 74 aastased	50	38	1	11
<b>Sugu</b>	naised	56	36	1	7
	mehed	50	42	2	6
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	48	45	0	7
	kesk ja -eriharidus	53	40	2	5
	kõrgharidus	56	35	1	8
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	49	39	2	10
	2001 - 4000 kr	51	41	1	7
	4001 - 6000 kr	54	40	2	4
	6001- 8000 kr	52	42	1	5
	üle 8000 kr	60	29	2	9

**Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust Te tavaliselt toidukaupu ostate?**

(% vastanutest)

**Kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud**

		hea	rahuldav	halb	ei osta
<b>Keskmiselt</b>		<b>40</b>	<b>45</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	41	47	3	9
	Kesk-Eesti	35	53	3	9
	Kirde-Eesti	41	39	5	15
	Lääne-Eesti	41	41	3	15
	Lõuna-Eesti	39	42	4	15
<b>Elukoht</b>	Tallinn	40	48	3	9
	suured linnad	41	41	5	13
	väikelinnad	41	45	2	12
	alevik, maa	39	42	3	16
<b>Rahvus</b>	eestlased	41	45	3	11
	muu rahvus	38	44	4	14
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	50	40	4	6
	30 - 49 aastased	41	46	4	9
	50 - 64 aastased	34	47	1	18
	65 - 74 aastased	32	41	2	25
<b>Sugu</b>	naised	42	44	3	11
	mehed	37	46	4	13
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	33	43	5	19
	kesk ja -eriharidus	39	46	3	12
	kõrgharidus	43	45	2	10
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	35	49	1	15
	2001 - 4000 kr	35	45	3	17
	4001 - 6000 kr	38	45	4	13
	6001- 8000 kr	46	44	3	7
	üle 8000 kr	47	41	3	9

**Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad**

(% vastanutest)

**Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmine regiooni lõikes**

	<b>Keskmiselt</b>	Põhja- Eesti	Kesk- Eesti	Kirde- Eesti	Lääne- Eesti	Lõuna- Eesti
juust	<b>79</b>	76	87	73	82	81
jogurt	<b>81</b>	83	82	69	83	85
jäätis	<b>72</b>	76	70	63	69	74
majonees	<b>78</b>	78	81	79	80	74
toiduõli	<b>57</b>	45	74	45	75	67
linnuliha	<b>70</b>	74	60	64	69	72
kalatooted	<b>50</b>	41	52	58	62	56
suitsuvorst, sink	<b>88</b>	86	90	80	92	92
jahu ja tangained	<b>81</b>	79	83	78	87	85
makaronitooted	<b>32</b>	25	35	42	37	35
kommid, šokolaadid	<b>55</b>	55	52	61	54	52
küpsised, keeksid, koogid	<b>66</b>	69	60	62	68	63
värske puuvili	<b>22</b>	19	18	31	19	24
värske köögivili	<b>61</b>	60	59	67	64	57
kartul	<b>80</b>	86	76	87	70	71
keedised, moosid	<b>45</b>	45	51	33	52	47
mahlad	<b>48</b>	46	51	48	56	47
mineraalvesi (lauavesi)	<b>60</b>	54	63	64	65	65
õlu	<b>56</b>	56	59	45	60	59
viin	<b>43</b>	39	54	33	49	46

**Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad**  
(% vastanutest)

**Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmine elukoha lõikes**

	<b>Keskmiselt</b>	Tallinn	suured linnad	väike-linnad	maa
juust	<b>79</b>	76	75	83	81
jogurt	<b>81</b>	82	73	84	86
jäätis	<b>72</b>	74	66	73	74
majonees	<b>78</b>	76	73	79	81
toiduõli	<b>57</b>	43	47	63	76
linnuliha	<b>70</b>	75	67	70	67
kalatooted	<b>50</b>	37	53	57	57
suitsuvorst, sink	<b>88</b>	85	82	90	94
jahu ja tangained	<b>81</b>	77	76	84	87
makaronitooted	<b>32</b>	23	33	36	40
kommid, šokolaadid	<b>55</b>	52	53	58	58
küpsised, keeksid, koogid	<b>66</b>	69	61	66	67
värske puuvili	<b>22</b>	18	26	23	23
värske köögivili	<b>61</b>	57	58	68	62
kartul	<b>80</b>	87	86	82	67
keedised, moosid	<b>45</b>	45	38	48	49
mahlad	<b>48</b>	43	44	53	54
mineraalvesi (lauavesi)	<b>60</b>	52	63	64	63
õlu	<b>56</b>	54	52	56	60
viin	<b>43</b>	36	33	47	53

## Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad

(% vastanutest)

### Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmine vanuse lõikes

	<b>Keskmiselt</b>	18 – 29 aastased	30 – 49 aastased	50 - 64 aastased	65 - 74 aastased
juust	<b>79</b>	78	79	77	83
jogurt	<b>81</b>	86	82	79	73
jäätis	<b>72</b>	73	74	70	70
majonees	<b>78</b>	75	78	81	78
toiduõli	<b>57</b>	56	53	56	72
linnuliha	<b>70</b>	71	72	69	67
kalatooted	<b>50</b>	52	45	55	54
suitsuvorst, sink	<b>88</b>	83	87	92	89
jahu ja tangained	<b>81</b>	80	80	81	83
makaronitooted	<b>32</b>	31	25	37	43
kommid, šokolaadid	<b>55</b>	55	55	55	56
küpsised, keeksid, koogid	<b>66</b>	70	63	65	69
värske puuvili	<b>22</b>	24	20	21	28
värske köögivili	<b>61</b>	59	60	61	64
kartul	<b>80</b>	84	79	79	77
keedised, moosid	<b>45</b>	52	48	40	37
mahlad	<b>48</b>	57	46	44	44
mineraalvesi (lauavesi)	<b>60</b>	65	65	55	45
õlu	<b>56</b>	56	61	52	46
viin	<b>43</b>	38	46	42	42

## Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad

(% vastanutest)

### Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmine rahvuse ja soo lõikes

	<b>Keskmiselt</b>	eestlased	muu rahvus	naised	mehed
juust	<b>79</b>	83	69	81	75
jogurt	<b>81</b>	86	70	84	80
jäätis	<b>72</b>	76	62	74	72
majonees	<b>78</b>	79	76	79	76
toiduõli	<b>57</b>	66	34	58	55
linnuliha	<b>70</b>	73	64	72	67
kalatooted	<b>50</b>	51	48	51	50
suitsuvorst, sink	<b>88</b>	93	78	89	85
jahu ja tangained	<b>81</b>	84	75	84	78
makaronitooted	<b>32</b>	32	33	31	34
kommid, šokolaadid	<b>55</b>	56	53	57	52
küpsised, keeksid, koogid	<b>66</b>	69	61	68	66
värske puuvili	<b>22</b>	21	24	20	24
värske köögivili	<b>61</b>	63	54	62	61
kartul	<b>80</b>	77	87	80	79
keedised, moosid	<b>45</b>	53	27	46	45
mahlad	<b>48</b>	54	38	52	44
mineraalvesi (lauavesi)	<b>60</b>	64	52	63	56
õlu	<b>56</b>	62	41	50	61
viin	<b>43</b>	52	21	39	46

## Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad

(% vastanutest)

### Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmine leibkonnaliikme kuu netosissetuleku lõikes

	<b>Keskmiselt</b>	alla 2001 krooni	2001 – 4000 krooni	4001 – 6000 krooni	6001 – 8000 krooni	üle 8000 krooni
juust	<b>79</b>	74	78	79	82	79
jogurt	<b>81</b>	85	74	77	91	86
jäätis	<b>72</b>	72	65	71	78	80
majonees	<b>78</b>	81	78	79	82	72
toiduõli	<b>57</b>	55	62	59	57	47
linnuliha	<b>70</b>	69	66	70	70	77
kalatooted	<b>50</b>	59	51	52	47	46
suitsuvorst, sink	<b>88</b>	95	85	88	90	87
jahu ja tangained	<b>81</b>	83	81	83	80	80
makaronitooted	<b>32</b>	54	38	33	30	17
kommid, šokolaadid	<b>55</b>	41	57	52	62	53
küpsised, keeksid, koogid	<b>66</b>	68	62	62	78	68
värske puuvili	<b>22</b>	38	28	21	17	14
värske köögivili	<b>61</b>	65	60	59	59	63
kartul	<b>80</b>	76	76	80	85	83
keedised, moosid	<b>45</b>	40	40	45	45	55
mahlad	<b>48</b>	55	40	50	55	51
mineraalvesi (lauavesi)	<b>60</b>	71	55	62	62	62
õlu	<b>56</b>	48	52	53	59	65
viin	<b>43</b>	36	40	43	46	46

**Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?**

(% vastanutest)

**Läti**

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>27</b>	<b>57</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	25	58	4	13
	Kesk-Eesti	25	56	2	17
	Kirde-Eesti	30	58	2	10
	Lääne-Eesti	29	57	2	12
	Lõuna-Eesti	27	55	2	16
<b>Elukoht</b>	Tallinn	26	56	5	13
	suured linnad	31	59	0	10
	väikelinnad	29	56	2	13
	alevik, maa	23	57	3	17
<b>Rahvus</b>	eeslased	25	58	3	14
	muu rahvus	31	55	3	11
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	22	61	4	13
	30 - 49 aastased	27	60	3	10
	50 - 64 aastased	29	52	3	16
	65 - 74 aastased	30	49	1	20
<b>Sugu</b>	naised	27	57	2	14
	mehed	26	57	4	13
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	18	57	4	21
	kesk ja -eriharidus	26	57	3	14
	kõrgharidus	30	56	3	11
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	21	59	3	17
	2001 - 4000 kr	24	58	3	15
	4001 - 6000 kr	30	54	3	13
	6001- 8000 kr	24	61	2	13
	üle 8000 kr	29	56	5	10

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Leedu

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>24</b>	<b>52</b>	<b>4</b>	<b>20</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	24	54	5	17
	Kesk-Eesti	24	44	4	28
	Kirde-Eesti	33	56	2	9
	Lääne-Eesti	24	49	5	22
	Lõuna-Eesti	18	52	3	27
<b>Elukoht</b>	Tallinn	25	51	6	18
	suured linnad	30	55	2	13
	väikelinnad	23	53	5	19
	alevik, maa	19	49	3	29
<b>Rahvus</b>	eestlased	21	52	4	23
	muu rahvus	32	50	4	14
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	21	50	5	24
	30 - 49 aastased	25	57	4	14
	50 - 64 aastased	24	49	4	23
	65 - 74 aastased	28	44	3	25
<b>Sugu</b>	naised	24	52	4	20
	mehed	24	52	4	20
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	16	50	2	32
	kesk ja -eriharidus	23	53	4	20
	kõrgharidus	27	52	4	17
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	21	48	7	24
	2001 - 4000 kr	22	54	3	21
	4001 - 6000 kr	29	49	4	18
	6001- 8000 kr	24	53	3	20
	üle 8000 kr	21	53	6	20

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Põhjamaad (Soome, Rootsi, Taani, Norra)

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>32</b>	<b>46</b>	<b>3</b>	<b>19</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	41	44	4	11
	Kesk-Eesti	31	49	2	18
	Kirde-Eesti	13	53	5	29
	Lääne-Eesti	30	45	6	19
	Lõuna-Eesti	28	44	1	27
<b>Elukoht</b>	Tallinn	44	43	4	9
	suured linnad	22	53	4	21
	väikelinnad	28	48	4	20
	alevik, maa	29	42	2	27
<b>Rahvus</b>	eestlased	36	46	2	16
	muu rahvus	22	46	7	25
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	37	43	3	17
	30 - 49 aastased	37	48	3	12
	50 - 64 aastased	24	48	4	24
	65 - 74 aastased	24	42	2	32
<b>Sugu</b>	naised	32	46	3	19
	mehed	32	45	4	19
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	15	37	8	40
	kesk ja -eriharidus	29	46	3	22
	kõrgharidus	42	46	4	8
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	10	55	8	27
	2001 - 4000 kr	20	47	4	29
	4001 - 6000 kr	32	48	2	18
	6001- 8000 kr	40	43	2	15
	üle 8000 kr	49	40	4	7

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Poola

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>5</b>	<b>48</b>	<b>25</b>	<b>22</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	4	52	26	18
	Kesk-Eesti	9	49	16	26
	Kirde-Eesti	3	32	42	23
	Lääne-Eesti	5	64	12	19
	Lõuna-Eesti	6	46	21	27
<b>Elukoht</b>	Tallinn	4	51	27	18
	suured linnad	4	44	32	20
	väikelinnad	8	46	24	22
	alevik, maa	5	51	17	27
<b>Rahvus</b>	eestlased	6	53	18	23
	muu rahvus	2	38	40	20
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	6	45	27	22
	30 - 49 aastased	4	54	27	15
	50 - 64 aastased	5	42	26	27
	65 - 74 aastased	6	52	10	32
<b>Sugu</b>	naised	5	48	24	23
	mehed	4	51	25	20
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	6	48	9	37
	kesk ja -eriharidus	5	46	26	23
	kõrgharidus	5	53	26	16
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	6	46	25	23
	2001 - 4000 kr	4	45	23	28
	4001 - 6000 kr	4	53	24	19
	6001- 8000 kr	5	50	26	19
	üle 8000 kr	8	48	25	19

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Holland

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>14</b>	<b>46</b>	<b>7</b>	<b>33</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	17	49	8	26
	Kesk-Eesti	11	46	5	38
	Kirde-Eesti	9	48	9	34
	Lääne-Eesti	17	39	6	38
	Lõuna-Eesti	10	44	7	39
<b>Elukoht</b>	Tallinn	18	48	8	26
	suured linnad	10	50	8	32
	väikelinnad	15	43	8	34
	alevik, maa	11	45	4	40
<b>Rahvus</b>	eestlased	14	45	6	35
	muu rahvus	14	47	10	29
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	17	44	6	33
	30 - 49 aastased	15	51	8	26
	50 - 64 aastased	11	43	9	37
	65 - 74 aastased	8	40	4	48
<b>Sugu</b>	naised	12	47	7	34
	mehed	16	45	7	32
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	9	40	7	44
	kesk ja -eriharidus	12	46	6	36
	kõrgharidus	19	47	9	25
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	9	46	12	33
	2001 - 4000 kr	10	41	7	42
	4001 - 6000 kr	11	50	8	31
	6001- 8000 kr	14	50	7	29
	üle 8000 kr	25	44	5	26

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Saksamaa

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>21</b>	<b>49</b>	<b>6</b>	<b>24</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	23	50	8	19
	Kesk-Eesti	21	45	5	29
	Kirde-Eesti	16	58	5	21
	Lääne-Eesti	22	42	5	31
	Lõuna-Eesti	19	48	5	28
<b>Elukoht</b>	Tallinn	24	49	8	19
	suured linnad	21	57	4	18
	väikelinnad	22	46	9	23
	alevik, maa	16	46	4	34
<b>Rahvus</b>	eestlased	20	48	6	26
	muu rahvus	23	51	6	20
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	27	46	5	22
	30 - 49 aastased	22	55	7	16
	50 - 64 aastased	17	47	8	28
	65 - 74 aastased	12	44	3	41
<b>Sugu</b>	naised	21	46	6	27
	mehed	21	53	6	20
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	11	38	6	45
	kesk ja -eriharidus	19	51	5	25
	kõrgharidus	27	49	8	16
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	11	47	9	33
	2001 - 4000 kr	16	46	6	32
	4001 - 6000 kr	22	53	4	21
	6001- 8000 kr	23	50	8	19
	üle 8000 kr	29	47	6	18

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Ameerika Ühendriigid

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>4</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>55</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	4	26	22	48
	Kesk-Eesti	4	18	10	68
	Kirde-Eesti	1	20	24	55
	Lääne-Eesti	7	17	17	59
	Lõuna-Eesti	4	22	13	61
<b>Elukoht</b>	Tallinn	3	25	24	48
	suured linnad	2	24	21	53
	väikelinnad	5	17	16	62
	alevik, maa	5	22	13	60
<b>Rahvus</b>	eestlased	5	25	14	56
	muu rahvus	2	17	30	51
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	7	24	19	50
	30 - 49 aastased	3	26	21	50
	50 - 64 aastased	2	18	20	60
	65 - 74 aastased	2	17	8	73
<b>Sugu</b>	naised	3	19	18	60
	mehed	5	26	19	50
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	7	17	14	62
	kesk ja -eriharidus	3	23	17	57
	kõrgharidus	4	24	23	49
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	2	16	18	64
	2001 - 4000 kr	2	20	14	64
	4001 - 6000 kr	2	21	23	54
	6001- 8000 kr	4	23	21	52
	üle 8000 kr	8	30	17	45

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Venemaa

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>12</b>	<b>55</b>	<b>13</b>	<b>20</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	12	56	17	15
	Kesk-Eesti	11	43	12	34
	Kirde-Eesti	27	61	6	6
	Lääne-Eesti	8	50	14	28
	Lõuna-Eesti	6	56	11	27
<b>Elukoht</b>	Tallinn	14	55	16	15
	suured linnad	19	63	6	12
	väikelinnad	11	49	15	25
	alevik, maa	6	50	15	29
<b>Rahvus</b>	eestlased	4	53	17	26
	muu rahvus	29	61	4	6
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	12	58	15	15
	30 - 49 aastased	13	57	14	16
	50 - 64 aastased	11	54	12	23
	65 - 74 aastased	12	44	10	34
<b>Sugu</b>	naised	11	54	14	21
	mehed	13	56	13	18
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	8	45	9	38
	kesk ja -eriharidus	12	56	12	20
	kõrgharidus	13	55	16	16
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	17	61	7	15
	2001 - 4000 kr	15	53	9	23
	4001 - 6000 kr	14	56	11	19
	6001- 8000 kr	6	56	18	20
	üle 8000 kr	9	53	20	18

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Prantsusmaa

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>11</b>	<b>35</b>	<b>5</b>	<b>49</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	14	41	5	40
	Kesk-Eesti	9	30	5	56
	Kirde-Eesti	6	33	5	56
	Lääne-Eesti	11	30	4	55
	Lõuna-Eesti	10	30	3	57
<b>Elukoht</b>	Tallinn	14	42	4	40
	suured linnad	12	35	5	48
	väikelinnad	10	30	5	55
	alevik, maa	8	32	3	57
<b>Rahvus</b>	eestlased	12	35	4	49
	muu rahvus	9	36	6	49
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	16	37	4	43
	30 - 49 aastased	13	38	5	44
	50 - 64 aastased	5	34	5	56
	65 - 74 aastased	6	25	1	68
<b>Sugu</b>	naised	12	33	4	51
	mehed	10	37	5	48
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	5	20	6	69
	kesk ja -eriharidus	9	33	4	54
	kõrgharidus	16	42	4	38
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	2	33	7	58
	2001 - 4000 kr	6	26	5	63
	4001 - 6000 kr	9	36	6	49
	6001- 8000 kr	14	42	2	42
	üle 8000 kr	21	43	3	33

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### Ukraina

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>7</b>	<b>50</b>	<b>13</b>	<b>30</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	6	53	16	25
	Kesk-Eesti	7	43	12	38
	Kirde-Eesti	9	65	6	20
	Lääne-Eesti	10	42	10	38
	Lõuna-Eesti	5	44	15	36
<b>Elukoht</b>	Tallinn	6	52	17	25
	suured linnad	9	58	7	26
	väikelinnad	8	44	15	33
	alevik, maa	5	48	12	35
<b>Rahvus</b>	eestlased	5	44	14	37
	muu rahvus	12	64	11	13
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	6	50	13	31
	30 - 49 aastased	8	52	14	26
	50 - 64 aastased	7	51	14	28
	65 - 74 aastased	6	43	10	41
<b>Sugu</b>	naised	6	46	15	33
	mehed	8	55	11	26
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	10	45	8	37
	kesk ja -eriharidus	7	51	13	29
	kõrgharidus	6	50	15	29
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	10	50	11	29
	2001 - 4000 kr	8	51	11	30
	4001 - 6000 kr	6	56	10	28
	6001- 8000 kr	5	44	19	32
	üle 8000 kr	8	47	16	29

## Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

### valmistatud Euroopa Liidus (made in EU)

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>13</b>	<b>58</b>	<b>5</b>	<b>24</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	13	63	4	20
	Kesk-Eesti	12	55	7	26
	Kirde-Eesti	12	55	5	28
	Lääne-Eesti	17	52	6	25
	Lõuna-Eesti	13	55	6	26
<b>Elukoht</b>	Tallinn	14	63	4	19
	suured linnad	13	61	5	21
	väikelinnad	13	53	7	27
	alevik, maa	13	54	6	27
<b>Rahvus</b>	eestlased	14	57	6	23
	muu rahvus	13	57	5	25
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	22	56	3	19
	30 - 49 aastased	13	64	6	17
	50 - 64 aastased	9	56	7	28
	65 - 74 aastased	7	45	4	44
<b>Sugu</b>	naised	14	54	6	26
	mehed	13	62	5	20
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	13	40	4	43
	kesk ja -eriharidus	13	58	5	24
	kõrgharidus	14	63	6	17
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	17	50	5	28
	2001 - 4000 kr	14	50	5	31
	4001 - 6000 kr	9	65	6	20
	6001- 8000 kr	14	60	7	19
	üle 8000 kr	17	60	4	19

**Kas Te tavaliselt vaatate toidukaupu ostes nende hindu (mis maksavad)?**  
(% vastanutest)

		alati	sageli	harva	üldse mitte	ei oska öelda, ei osta ise süüa
<b>Keskmiselt</b>		<b>60</b>	<b>32</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	53	34	10	3	0
	Kesk-Eesti	59	35	6	0	0
	Kirde-Eesti	74	22	3	1	0
	Lääne-Eesti	55	35	8	1	1
	Lõuna-Eesti	64	30	5	0	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	55	31	11	3	0
	suured linnad	69	26	4	1	0
	väikelinnad	60	34	4	1	1
	alevik, maa	57	34	7	1	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	53	36	9	1	1
	muu rahvus	75	21	2	2	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	55	32	11	2	0
	30 - 49 aastased	55	37	7	1	0
	50 - 64 aastased	65	29	4	1	1
	65 - 74 aastased	73	21	6	0	0
<b>Sugu</b>	naised	60	32	6	2	0
	mehed	59	31	8	1	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	68	24	6	0	2
	kesk ja -eriharidus	65	29	5	1	0
	kõrgharidus	50	38	10	2	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	80	16	1	3	0
	2001 - 4000 kr	75	22	2	0	1
	4001 - 6000 kr	62	30	8	0	0
	6001- 8000 kr	46	46	7	1	0
	üle 8000 kr	42	39	16	3	0

**Kas peate oma toidukulude kohta arvestust või arvestust või teate, kui palju toidu peale kuus kulutate?**

(% vastanutest)

		jah, pean täpset arvestust, tean täpselt	jah, tean enam-vähem suurusjärke	ei tea, pole arvestust pidanud	ei huvita, pole oluline
<b>Keskmiselt</b>		<b>14</b>	<b>57</b>	<b>28</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	15	57	27	1
	Kesk-Eesti	18	53	29	0
	Kirde-Eesti	16	57	26	1
	Lääne-Eesti	12	52	34	2
	Lõuna-Eesti	11	59	29	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	17	56	26	1
	suured linnad	13	57	29	1
	väikelinnad	16	52	31	1
	alevik, maa	11	58	29	2
<b>Rahvus</b>	eestlased	12	54	32	2
	muu rahvus	18	61	21	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	10	55	33	2
	30 - 49 aastased	10	57	31	2
	50 - 64 aastased	17	60	23	0
	65 - 74 aastased	26	51	22	1
<b>Sugu</b>	naised	15	57	27	1
	mehed	13	56	30	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	20	50	26	4
	kesk ja -eriharidus	14	56	29	1
	kõrgharidus	12	58	28	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	29	50	21	0
	2001 - 4000 kr	18	58	23	1
	4001 - 6000 kr	13	59	27	1
	6001- 8000 kr	9	56	34	1
	üle 8000 kr	9	53	35	3

**Mõeldes pere eelarvele ja toiduostudele, siis kuivõrd võimaldab teie pere rahaline olukord praegu osta soovikohaseid toidukaupu?**

(% vastanutest)

		jah, ostame alati seda, mis meeldib	üldiselt küll, kuid mitte alati	ostame väga harva seda, mis meeldib	ei, me ei saa osta toitu nii nagu soovime	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>17</b>	<b>63</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	23	64	6	7	0
	Kesk-Eesti	7	61	16	15	1
	Kirde-Eesti	11	65	15	9	0
	Lääne-Eesti	17	59	12	12	0
	Lõuna-Eesti	13	62	11	13	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	24	62	6	8	0
	suured linnad	16	62	13	9	0
	väikelinnad	11	68	10	11	0
	alevik, maa	12	61	13	13	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	18	62	9	10	1
	muu rahvus	13	65	13	9	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	24	63	8	5	0
	30 - 49 aastased	18	65	9	8	0
	50 - 64 aastased	10	63	12	14	1
	65 - 74 aastased	9	57	15	18	1
<b>Sugu</b>	naised	17	62	10	11	0
	mehed	16	64	10	9	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	10	49	17	22	2
	kesk ja -eriharidus	12	65	11	12	0
	kõrgharidus	25	65	6	4	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	5	36	29	30	0
	2001 - 4000 kr	7	59	17	17	0
	4001 - 6000 kr	11	69	10	9	1
	6001- 8000 kr	19	74	3	3	1
	üle 8000 kr	40	59	0	1	0

### Kas teie toidukaupade ostuharjumused muutusid 2007. aastal toiduainete hindade tõusu tõttu?

(% vastanutest)

		jah, muutusid tunduvalt	jah, toimusid mõned muutused	ei muutunud, ostuharju- mused jäid samaks	ei muutunud, ei märganudki toidu- kaupade hinnatõusu
<b>Keskmiselt</b>		<b>16</b>	<b>60</b>	<b>23</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	14	57	27	2
	Kesk-Eesti	21	58	21	0
	Kirde-Eesti	23	66	10	1
	Lääne-Eesti	14	51	35	0
	Lõuna-Eesti	13	65	21	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	14	58	26	2
	suured linnad	18	67	14	1
	väikelinnad	18	56	26	0
	alevik, maa	13	60	26	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	12	57	30	1
	muu rahvus	25	66	8	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	14	57	27	2
	30 - 49 aastased	12	63	24	1
	50 - 64 aastased	17	60	23	0
	65 - 74 aastased	25	59	16	0
<b>Sugu</b>	naised	17	59	23	1
	mehed	13	63	23	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	32	56	11	1
	kesk ja -eriharidus	18	61	21	0
	kõrgharidus	7	61	30	2
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	49	43	8	0
	2001 - 4000 kr	22	65	13	0
	4001 - 6000 kr	15	68	17	0
	6001- 8000 kr	10	56	34	0
	üle 8000 kr	3	52	41	4

### Kui teie ostuharjumused muutusid, siis mil moel?

(% kõigist vastanutest)

		hakkasin varasemast sagedamini vaatama toiduainete hindu	hakkasin varasemast sagedamini ostma/valima odavamalt	hakkasin ostma kallimaid või sama hinnaga importtoiduaineid, mille kvaliteet kodumaisest parem	hakkasin kallima kodumaise toidu asemel ostma odavamalt import	Valmis-toitude ostmise asemel hakkasin rohkem ise süüa tegema	lõuna ajal väljas söömise asemel hakkasin ostma valmis-toitu või toitu kodust kaasa võtma
<b>Keskmiselt</b>		<b>61</b>	<b>44</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>25</b>	<b>17</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	57	41	5	12	21	18
	Kesk-Eesti	56	52	2	13	27	15
	Kirde-Eesti	73	47	4	20	33	23
	Lääne-Eesti	56	36	2	10	24	16
	Lõuna-Eesti	66	48	1	11	26	14
<b>Elukoht</b>	Tallinn	57	40	6	14	22	19
	suured linnad	67	46	3	19	31	21
	väikelinnad	64	48	2	10	27	13
	alevik, maa	60	43	2	8	23	14
<b>Rahvus</b>	eestlased	55	42	2	9	21	13
	muu rahvus	76	49	6	22	33	26
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	57	33	2	10	25	22
	30 - 49 aastased	59	42	4	13	23	18
	50 - 64 aastased	67	50	3	17	29	16
	65 - 74 aastased	65	60	3	11	21	6
<b>Sugu</b>	naised	62	45	3	12	25	13
	mehed	61	43	4	14	24	21
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	71	59	2	11	32	18
	kesk- ja -eriharidus	64	46	3	15	27	18
	kõrgharidus	54	36	4	10	19	15
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	83	69	2	25	47	32
	2001 - 4000 kr	71	54	2	15	26	15
	4001 - 6000 kr	67	53	5	13	27	17
	6001 - 8000 kr	49	34	3	11	21	19
	üle 8000 kr	44	19	4	7	17	14

**Kui teie ostuharjumused muutusid, siis mil moel?**  
(% kõigist vastanutest)

		vahetasin söömis-kohta	hakkasin rohkem tarbima isekasvatatud toitu	hakkasin rohkem turult toidukaupu ostma	vahetasin oma peamist toiduostu-kohta (ostukohti)	püüdsin toitu varasemast vähem ära visata ja oma ostusid paremini planeerida	hakkasin toidu-kulude üle varasemast täpsemat arvestust pidama
<b>Keskmiselt</b>		<b>2</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>25</b>	<b>30</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	3	5	11	9	24	27
	Kesk-Eesti	2	19	4	9	29	25
	Kirde-Eesti	2	21	17	11	25	53
	Lääne-Eesti	1	16	7	6	23	20
	Lõuna-Eesti	2	19	10	8	26	25
<b>Elukoht</b>	Tallinn	3	6	12	9	27	27
	suured linnad	3	18	13	8	26	40
	väikelinnad	1	13	9	8	24	31
	alevik, maa	2	19	7	8	23	24
<b>Rahvus</b>	eestlased	2	12	7	7	25	20
	muu rahvus	3	15	17	12	25	50
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	2	14	7	11	27	26
	30 - 49 aastased	3	11	8	7	26	24
	50 - 64 aastased	2	14	14	9	23	36
	65 - 74 aastased	3	18	17	7	22	38
<b>Sugu</b>	naised	2	12	10	9	27	29
	mehed	2	15	11	8	23	29
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	1	23	16	9	26	40
	kesk ja -eriharidus	2	15	11	10	25	32
	kõrgharidus	3	9	7	6	25	23
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	7	29	21	18	33	60
	2001 - 4000 kr	2	15	14	8	21	40
	4001 - 6000 kr	2	15	11	10	30	32
	6001- 8000 kr	3	8	7	8	25	16
	üle 8000 kr	2	8	5	6	23	13

## Kui teie ostuharjumused muutusid, siis mil moel?

(% vastanutest, kelle toidukaupade ostuharjumused muutusid hindade tõusu tõttu 2007, n=854)

		hakkasin varasemast sagedamini vaatama toiduainete hindu	hakkasin varasemast sagedamini ostma/valima odavamalt	hakkasin ostma kallimaid või sama hinnaga importtoiduaineid, mille kvaliteet kodumaisest parem	hakkasin kallima kodumaise toidu asemel ostma odavamalt import	Valmistoitude ostmise asemel hakkasin rohkem ise süüa tegema	lõuna ajal väljas söömise asemel hakkasin ostma valmistoitu või toitu kodust kaasa võtma
<b>Keskmiselt</b>		<b>81</b>	<b>58</b>	<b>4</b>	<b>17</b>	<b>33</b>	<b>23</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	80	57	7	16	29	25
	Kesk-Eesti	71	65	3	17	34	19
	Kirde-Eesti	81	53	4	22	37	26
	Lääne-Eesti	85	56	3	15	36	24
	Lõuna-Eesti	85	61	1	14	34	18
<b>Elukoht</b>	Tallinn	78	56	8	20	30	27
	suured linnad	79	55	3	22	37	25
	väikelinnad	87	65	2	14	37	18
	alevik, maa	82	59	2	11	31	19
<b>Rahvus</b>	eestlased	79	61	3	12	31	19
	muu rahvus	84	53	7	24	36	29
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	81	46	2	14	35	31
	30 - 49 aastased	79	56	6	17	31	24
	50 - 64 aastased	87	64	4	21	37	21
	65 - 74 aastased	78	72	4	13	25	7
<b>Sugu</b>	naised	82	59	4	15	33	18
	mehed	81	56	5	18	32	28
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	81	67	3	13	36	21
	kesk- ja -eriharidus	82	59	4	18	34	23
	kõrgharidus	81	54	5	15	28	23
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	90	75	3	27	51	35
	2001 - 4000 kr	82	62	2	17	30	17
	4001 - 6000 kr	82	65	6	16	33	21
	6001- 8000 kr	76	52	4	17	33	29
	üle 8000 kr	80	34	7	13	31	25

### Kui teie ostuharjumused muutusid, siis mil moel?

(% vastanustest, kelle toidukaupade ostuharjumused muutusid hindade tõusu tõttu 2007, n=854)

		vahetasin söömis-kohta	hakkasin rohkem tarbima isekasvatatud toitu	hakkasin rohkem turult toidukaupu ostma	Vahetasin oma peamist toiduostu-kohta (ostukohti)	püüdsin toitu varasemast vähem ära visata ja oma ostusid paremini planeerida	hakkasin toidu- kulude üle varasemast täpsemat arvestust pidama
<b>Keskmiselt</b>		<b>3</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>33</b>	<b>39</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	4	8	15	12	34	38
	Kesk-Eesti	2	24	5	11	36	31
	Kirde-Eesti	2	23	18	12	28	59
	Lääne-Eesti	2	25	11	9	36	31
	Lõuna-Eesti	2	24	13	10	33	32
<b>Elukoht</b>	Tallinn	4	8	16	13	37	37
	suured linnad	3	21	16	10	30	47
	väikelinnad	1	18	13	11	33	42
	alevik, maa	2	26	9	11	32	32
<b>Rahvus</b>	eestlased	3	18	11	10	37	30
	muu rahvus	4	17	19	13	27	55
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	3	19	9	16	38	37
	30 - 49 aastased	3	15	11	9	35	32
	50 - 64 aastased	2	19	18	12	30	46
	65 - 74 aastased	4	22	20	8	26	46
<b>Sugu</b>	naised	3	16	13	11	36	39
	mehed	3	20	14	11	30	39
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	1	26	18	10	30	46
	kesk ja -eriharidus	2	19	15	13	32	40
	kõrgharidus	4	13	11	9	37	34
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	7	31	23	19	36	66
	2001 - 4000 kr	2	18	16	9	24	47
	4001 - 6000 kr	3	19	13	12	36	39
	6001- 8000 kr	4	12	11	12	38	24
	üle 8000 kr	3	14	9	11	42	23

**Kui toidukaupade hinnatõus peaks 2008. aastal jätkuma, siis kas see hakkab teie hinnangul mõjutama teie toidukaupade ostmise harjumusi?**

(% vastanutest)

**Kui toidukaupade hinnad tõusevad 2008. a. kuni 5%**

		jah, kindlasti	pigem jah	pigem ei	kindlasti mitte	ei oska öelda, ei osta ise süüa
<b>Keskmiselt</b>		<b>11</b>	<b>22</b>	<b>45</b>	<b>21</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	10	20	45	24	1
	Kesk-Eesti	14	19	47	19	1
	Kirde-Eesti	16	19	49	16	0
	Lääne-Eesti	6	23	47	23	1
	Lõuna-Eesti	9	26	43	20	2
<b>Elukoht</b>	Tallinn	11	19	46	24	0
	suured linnad	13	24	46	15	2
	väikelinnad	14	19	42	25	0
	alevik, maa	8	25	45	21	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	8	21	45	25	1
	muu rahvus	17	23	45	15	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	6	22	46	25	1
	30 - 49 aastased	12	17	46	24	1
	50 - 64 aastased	12	26	43	18	1
	65 - 74 aastased	16	29	40	13	2
<b>Sugu</b>	naised	11	24	45	20	0
	mehed	10	18	47	24	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	22	29	31	14	4
	kesk ja -eriharidus	12	25	43	19	1
	kõrgharidus	7	15	51	26	1
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	20	29	41	10	0
	2001 - 4000 kr	18	29	40	11	2
	4001 - 6000 kr	11	24	45	19	1
	6001- 8000 kr	6	17	49	27	1
	üle 8000 kr	3	10	48	38	1

**Kui toidukaupade hinnatõus peaks 2008. aastal jätkuma, siis kas see hakkab teie hinnangul mõjutama teie toidukaupade ostmise harjumusi?**

(% vastanutest)

**Kui toidukaupade hinnad tõusevad 2008. a. 6-10%**

		jah, kindlasti	pigem jah	pigem ei	kindlasti mitte	ei oska öelda, ei osta ise süüa
<b>Keskmiselt</b>		<b>21</b>	<b>37</b>	<b>33</b>	<b>8</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	21	34	33	11	1
	Kesk-Eesti	24	37	29	9	1
	Kirde-Eesti	23	45	27	5	0
	Lääne-Eesti	18	33	44	4	1
	Lõuna-Eesti	23	39	31	6	1
<b>Elukoht</b>	Tallinn	22	34	34	10	0
	suured linnad	21	46	26	6	1
	väikelinnad	27	31	35	7	0
	alevik, maa	18	37	36	8	1
<b>Rahvus</b>	eestlased	20	35	35	9	1
	muu rahvus	24	42	27	7	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	21	30	38	10	1
	30 - 49 aastased	19	36	35	10	0
	50 - 64 aastased	24	43	28	4	1
	65 - 74 aastased	28	43	23	4	2
<b>Sugu</b>	naised	25	36	33	6	0
	mehed	17	39	33	10	1
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	41	29	21	5	4
	kesk ja -eriharidus	24	39	30	6	1
	kõrgharidus	14	33	40	13	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	46	38	14	2	0
	2001 - 4000 kr	29	41	24	4	2
	4001 - 6000 kr	24	40	29	7	0
	6001- 8000 kr	14	36	40	9	1
	üle 8000 kr	9	29	48	14	0

**Kui toidukaupade hinnatõus peaks 2008. aastal jätkuma, siis kas see hakkab teie hinnangul mõjutama teie toidukaupade ostmise harjumusi?**

(% vastanutest)

**Kui toidukaupade hinnad tõusevad 2008. a. 11-20%**

		jah, kindlasti	pigem jah	pigem ei	kindlasti mitte	ei oska öelda, ei osta ise süüa
<b>Keskmiselt</b>		<b>49</b>	<b>35</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	44	37	14	4	1
	Kesk-Eesti	53	30	13	3	1
	Kirde-Eesti	62	27	10	0	1
	Lääne-Eesti	40	43	15	1	1
	Lõuna-Eesti	54	36	6	2	2
<b>Elukoht</b>	Tallinn	45	36	16	3	0
	suured linnad	60	29	9	1	1
	väikelinnad	49	41	9	1	0
	alevik, maa	47	36	11	4	2
<b>Rahvus</b>	eestlased	46	37	13	3	1
	muu rahvus	58	31	10	0	1
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	46	37	13	3	1
	30 - 49 aastased	44	37	15	3	1
	50 - 64 aastased	57	34	8	1	0
	65 - 74 aastased	59	30	7	2	2
<b>Sugu</b>	naised	53	34	12	1	0
	mehed	44	38	12	4	2
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	59	28	5	4	4
	kesk ja -eriharidus	54	34	9	2	1
	kõrgharidus	40	39	17	4	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	78	18	0	4	0
	2001 - 4000 kr	59	30	8	1	2
	4001 - 6000 kr	54	35	8	2	1
	6001- 8000 kr	37	47	14	1	1
	üle 8000 kr	35	37	22	6	0

**Kui toidukaupade hinnatõus peaks 2008. aastal jätkuma, siis kas see hakkab teie hinnangul mõjutama teie toidukaupade ostmise harjumusi?**

(% vastanutest)

**Kui toidukaupade hinnad tõusevad 2008. a. üle 20%**

		jah, kindlasti	pigem jah	pigem ei	kindlasti mitte	ei oska öelda, ei osta ise süüa
<b>Keskmiselt</b>		<b>75</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	71	18	7	3	1
	Kesk-Eesti	71	14	12	2	1
	Kirde-Eesti	79	18	2	1	0
	Lääne-Eesti	69	24	5	1	1
	Lõuna-Eesti	83	11	2	2	2
<b>Elukoht</b>	Tallinn	73	18	7	2	0
	suured linnad	80	14	4	1	1
	väikelinnad	76	17	4	2	1
	alevik, maa	73	18	5	2	2
<b>Rahvus</b>	eestlased	71	19	7	2	1
	muu rahvus	81	14	3	2	0
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	75	16	5	2	2
	30 - 49 aastased	71	18	7	3	1
	50 - 64 aastased	76	18	4	1	1
	65 - 74 aastased	78	15	3	2	2
<b>Sugu</b>	naised	77	15	6	2	0
	mehed	70	20	5	3	2
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	83	9	1	3	4
	kesk ja -eriharidus	78	15	4	2	1
	kõrgharidus	67	22	9	2	0
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	90	6	0	4	0
	2001 - 4000 kr	81	13	3	1	2
	4001 - 6000 kr	81	14	2	2	1
	6001- 8000 kr	67	24	6	2	1
	üle 8000 kr	63	22	13	2	0

**Põllumajandusministeerium on koostöös partneritega koostanud arengukava “Eesti toit”.  
Kas te olete kuulnud arengukavast “Eesti toit”?**

(% vastanutest)

		jah	ei	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>37</b>	<b>50</b>	<b>13</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	39	50	11
	Kesk-Eesti	41	39	20
	Kirde-Eesti	25	68	7
	Lääne-Eesti	34	51	15
	Lõuna-Eesti	42	43	15
<b>Elukoht</b>	Tallinn	40	50	10
	suured linnad	30	61	9
	väikelinnad	35	51	14
	alevik, maa	42	41	17
<b>Rahvus</b>	eestlased	43	42	15
	muu rahvus	25	68	7
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	28	64	8
	30 - 49 aastased	41	48	11
	50 - 64 aastased	41	43	16
	65 - 74 aastased	39	41	20
<b>Sugu</b>	naised	39	47	14
	mehed	36	52	12
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	30	45	25
	kesk ja -eriharidus	33	54	13
	kõrgharidus	45	45	10
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	36	52	12
	2001 - 4000 kr	33	52	15
	4001 - 6000 kr	34	50	16
	6001- 8000 kr	39	51	10
	üle 8000 kr	47	45	8

### Kas te olete kuulnud arengukavast “Eesti toit”?

(% vastanutest, kes oli kuulnud mõnest arengukava raames aastatel 2006-2007 toimunud projektist-üritusest ehk seega ka arengukavast)

		jah	ei
<b>Keskmiselt</b>		<b>89</b>	<b>11</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	92	8
	Kesk-Eesti	91	9
	Kirde-Eesti	73	27
	Lääne-Eesti	93	7
	Lõuna-Eesti	90	10
<b>Elukoht</b>	Tallinn	91	9
	suured linnad	82	18
	väikelinnad	89	11
	alevik, maa	92	8
<b>Rahvus</b>	eestlased	94	6
	muu rahvus	78	22
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	89	11
	30 - 49 aastased	92	8
	50 - 64 aastased	88	12
	65 - 74 aastased	83	17
<b>Sugu</b>	naised	91	9
	mehed	86	14
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	78	22
	kesk ja -eriharidus	87	13
	kõrgharidus	94	6
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	87	13
	2001 - 4000 kr	82	18
	4001 - 6000 kr	91	9
	6001- 8000 kr	91	9
	üle 8000 kr	97	3

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Ettevõtete osalemine kodumaistel toidumessidel**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>66</b>	<b>94</b>	<b>79</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	62	93	74
	Kesk-Eesti	79	93	81
	Kirde-Eesti	50	94	84
	Lääne-Eesti	81	94	83
	Lõuna-Eesti	70	96	81
<b>Elukoht</b>	Tallinn	61	94	74
	suured linnad	59	95	83
	väikelinnad	69	94	80
	alevik, maa	75	93	80
<b>Rahvus</b>	eestlased	75	94	77
	muu rahvus	45	92	83
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	56	91	78
	30 - 49 aastased	70	95	76
	50 - 64 aastased	70	95	80
	65 - 74 aastased	66	94	86
<b>Sugu</b>	naised	69	94	81
	mehed	62	93	76
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	60	86	85
	kesk ja -eriharidus	64	94	82
	kõrgharidus	70	95	72
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	64	87	86
	2001 - 4000 kr	62	93	82
	4001 - 6000 kr	65	95	81
	6001- 8000 kr	71	95	83
	üle 8000 kr	69	93	66

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Mahetoidu tutvustamine ja tarbijate teavitamine**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>64</b>	<b>93</b>	<b>81</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	62	93	81
	Kesk-Eesti	72	91	81
	Kirde-Eesti	40	95	85
	Lääne-Eesti	78	93	80
	Lõuna-Eesti	70	92	79
<b>Elukoht</b>	Tallinn	61	92	80
	suured linnad	49	93	82
	väikelinnad	64	95	86
	alevik, maa	76	92	78
<b>Rahvus</b>	eestlased	75	92	78
	muu rahvus	38	95	89
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	59	94	84
	30 - 49 aastased	64	92	80
	50 - 64 aastased	65	93	79
	65 - 74 aastased	68	91	79
<b>Sugu</b>	naised	64	94	81
	mehed	63	91	80
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	58	94	83
	kesk ja -eriharidus	61	92	83
	kõrgharidus	70	93	79
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	59	93	87
	2001 - 4000 kr	58	92	81
	4001 - 6000 kr	62	94	84
	6001- 8000 kr	64	94	82
	üle 8000 kr	74	91	76

**Millistest arengukava "Eesti toit" raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Toidumärgiste tutvustamine**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>54</b>	<b>85</b>	<b>70</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	52	86	69
	Kesk-Eesti	66	86	69
	Kirde-Eesti	27	78	65
	Lääne-Eesti	63	86	66
	Lõuna-Eesti	63	86	78
<b>Elukoht</b>	Tallinn	51	85	67
	suured linnad	41	84	73
	väikelinnad	56	82	69
	alevik, maa	64	88	73
<b>Rahvus</b>	eestlased	68	90	74
	muu rahvus	19	72	60
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	48	82	70
	30 - 49 aastased	55	86	68
	50 - 64 aastased	56	85	71
	65 - 74 aastased	56	89	75
<b>Sugu</b>	naised	57	87	72
	mehed	50	83	69
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	54	87	81
	kesk ja -eriharidus	50	83	69
	kõrgharidus	60	88	70
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	43	74	74
	2001 - 4000 kr	48	84	70
	4001 - 6000 kr	54	86	73
	6001- 8000 kr	58	90	72
	üle 8000 kr	60	84	66

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Eesti toidu tutvustamine välismaal (sh välismessidel osalemine)**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>60</b>	<b>84</b>	<b>75</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	57	84	74
	Kesk-Eesti	71	83	83
	Kirde-Eesti	33	87	78
	Lääne-Eesti	64	86	78
	Lõuna-Eesti	73	83	73
<b>Elukoht</b>	Tallinn	54	84	71
	suured linnad	46	85	76
	väikelinnad	63	85	77
	alevik, maa	72	85	79
<b>Rahvus</b>	eestlased	72	85	76
	muu rahvus	29	82	73
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	51	84	73
	30 - 49 aastased	62	88	75
	50 - 64 aastased	63	80	76
	65 - 74 aastased	62	85	83
<b>Sugu</b>	naised	62	86	77
	mehed	56	82	73
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	53	78	86
	kesk ja -eriharidus	57	83	76
	kõrgharidus	64	88	74
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	44	82	70
	2001 - 4000 kr	57	82	76
	4001 - 6000 kr	59	82	74
	6001- 8000 kr	70	89	79
	üle 8000 kr	59	87	74

**Millistest arengukava "Eesti toit" raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Eesti toidu tutvustamine Eestis**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>51</b>	<b>84</b>	<b>63</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	45	81	57
	Kesk-Eesti	62	84	69
	Kirde-Eesti	28	80	61
	Lääne-Eesti	64	91	71
	Lõuna-Eesti	65	88	70
<b>Elukoht</b>	Tallinn	44	80	56
	suured linnad	40	86	67
	väikelinnad	60	85	65
	alevik, maa	60	85	68
<b>Rahvus</b>	eestlased	61	86	64
	muu rahvus	27	78	61
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	43	80	61
	30 - 49 aastased	51	85	62
	50 - 64 aastased	55	83	66
	65 - 74 aastased	60	92	67
<b>Sugu</b>	naised	55	87	66
	mehed	47	80	60
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	49	80	65
	kesk ja -eriharidus	49	84	65
	kõrgharidus	54	85	60
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	43	75	57
	2001 - 4000 kr	49	84	70
	4001 - 6000 kr	49	85	66
	6001- 8000 kr	58	87	62
	üle 8000 kr	51	81	54

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Kampaaniad, võistlusmängud ja viktoriinid lastele**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>47</b>	<b>84</b>	<b>71</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	42	80	65
	Kesk-Eesti	53	88	75
	Kirde-Eesti	23	83	69
	Lääne-Eesti	58	88	71
	Lõuna-Eesti	62	87	79
<b>Elukoht</b>	Tallinn	40	78	62
	suured linnad	36	85	72
	väikelinnad	53	88	76
	alevik, maa	58	86	75
<b>Rahvus</b>	eestlased	58	86	72
	muu rahvus	21	79	67
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	47	83	70
	30 - 49 aastased	47	85	75
	50 - 64 aastased	45	79	65
	65 - 74 aastased	49	87	69
<b>Sugu</b>	naised	51	88	74
	mehed	42	78	66
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	44	79	64
	kesk ja -eriharidus	44	84	72
	kõrgharidus	52	83	70
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	50	85	71
	2001 - 4000 kr	40	83	73
	4001 - 6000 kr	48	80	67
	6001- 8000 kr	58	91	76
	üle 8000 kr	44	81	67

**Millistest arengukava "Eesti toit" raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Koolitused**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>27</b>	<b>77</b>	<b>63</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	28	76	60
	Kesk-Eesti	32	78	68
	Kirde-Eesti	7	76	63
	Lääne-Eesti	36	79	66
	Lõuna-Eesti	31	80	63
<b>Elukoht</b>	Tallinn	25	77	61
	suured linnad	18	80	61
	väikelinnad	32	75	66
	alevik, maa	32	77	63
<b>Rahvus</b>	eestlased	32	79	62
	muu rahvus	14	74	63
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	24	76	58
	30 - 49 aastased	27	77	62
	50 - 64 aastased	27	78	64
	65 - 74 aastased	35	80	72
<b>Sugu</b>	naised	27	79	62
	mehed	27	76	63
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	24	77	71
	kesk ja -eriharidus	25	76	65
	kõrgharidus	32	79	58
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	26	75	61
	2001 - 4000 kr	25	77	64
	4001 - 6000 kr	25	79	67
	6001- 8000 kr	33	77	63
	üle 8000 kr	27	77	56

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Konkursid**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>74</b>	<b>88</b>	<b>73</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	75	86	72
	Kesk-Eesti	85	91	74
	Kirde-Eesti	36	84	69
	Lääne-Eesti	87	89	70
	Lõuna-Eesti	84	91	81
<b>Elukoht</b>	Tallinn	74	85	71
	suured linnad	59	87	73
	väikelinnad	78	93	77
	alevik, maa	83	87	74
<b>Rahvus</b>	eestlased	90	89	76
	muu rahvus	37	83	67
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	72	86	70
	30 - 49 aastased	78	86	73
	50 - 64 aastased	71	89	75
	65 - 74 aastased	71	92	78
<b>Sugu</b>	naised	77	91	78
	mehed	71	83	68
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	68	86	71
	kesk ja -eriharidus	70	87	73
	kõrgharidus	82	89	74
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	57	83	57
	2001 - 4000 kr	63	88	72
	4001 - 6000 kr	74	86	75
	6001- 8000 kr	83	90	81
	üle 8000 kr	86	87	69

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Kutseõppeasutuste õpilaste kutsevõistlused**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>44</b>	<b>85</b>	<b>62</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	38	81	56
	Kesk-Eesti	55	87	60
	Kirde-Eesti	39	86	65
	Lääne-Eesti	57	90	68
	Lõuna-Eesti	46	87	68
<b>Elukoht</b>	Tallinn	36	81	55
	suured linnad	43	85	64
	väikelinnad	49	88	70
	alevik, maa	50	87	63
<b>Rahvus</b>	eestlased	49	85	61
	muu rahvus	32	84	65
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	34	75	60
	30 - 49 aastased	45	86	60
	50 - 64 aastased	49	90	64
	65 - 74 aastased	53	90	70
<b>Sugu</b>	naised	47	88	66
	mehed	41	81	57
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	41	76	70
	kesk ja -eriharidus	45	85	63
	kõrgharidus	43	85	59
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	44	82	59
	2001 - 4000 kr	48	85	63
	4001 - 6000 kr	43	83	63
	6001- 8000 kr	48	89	62
	üle 8000 kr	35	81	60

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Retseptide võistlused**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>27</b>	<b>67</b>	<b>34</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	24	68	32
	Kesk-Eesti	34	61	30
	Kirde-Eesti	16	68	38
	Lääne-Eesti	34	65	31
	Lõuna-Eesti	33	67	37
<b>Elukoht</b>	Tallinn	22	68	30
	suured linnad	19	70	38
	väikelinnad	35	63	37
	alevik, maa	34	65	33
<b>Rahvus</b>	eestlased	31	64	29
	muu rahvus	17	74	44
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	26	65	35
	30 - 49 aastased	26	62	30
	50 - 64 aastased	29	74	38
	65 - 74 aastased	30	70	36
<b>Sugu</b>	naised	28	69	35
	mehed	26	64	32
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	27	67	43
	kesk ja -eriharidus	28	66	35
	kõrgharidus	26	68	30
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	28	60	37
	2001 - 4000 kr	27	70	41
	4001 - 6000 kr	26	68	33
	6001- 8000 kr	32	66	30
	üle 8000 kr	26	64	27

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Seminarid ja konverentsid erialaspetsialistidele**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>24</b>	<b>75</b>	<b>52</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	21	76	49
	Kesk-Eesti	32	74	53
	Kirde-Eesti	12	65	44
	Lääne-Eesti	32	79	53
	Lõuna-Eesti	28	77	61
<b>Elukoht</b>	Tallinn	20	76	48
	suured linnad	18	70	51
	väikelinnad	27	79	58
	alevik, maa	30	75	53
<b>Rahvus</b>	eestlased	27	77	53
	muu rahvus	16	71	49
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	22	70	48
	30 - 49 aastased	21	74	48
	50 - 64 aastased	28	80	56
	65 - 74 aastased	28	78	63
<b>Sugu</b>	naised	23	76	53
	mehed	24	74	51
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	28	66	64
	kesk ja -eriharidus	23	73	53
	kõrgharidus	24	80	47
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	29	77	57
	2001 - 4000 kr	25	71	58
	4001 - 6000 kr	21	78	53
	6001- 8000 kr	26	77	50
	üle 8000 kr	22	74	42

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Uuringud**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>22</b>	<b>70</b>	<b>56</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	24	75	58
	Kesk-Eesti	24	66	51
	Kirde-Eesti	11	70	48
	Lääne-Eesti	24	66	52
	Lõuna-Eesti	24	66	58
<b>Elukoht</b>	Tallinn	24	73	57
	suured linnad	14	67	50
	väikelinnad	20	73	57
	alevik, maa	27	68	57
<b>Rahvus</b>	eestlased	27	69	56
	muu rahvus	11	72	56
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	24	69	61
	30 - 49 aastased	21	70	51
	50 - 64 aastased	25	72	54
	65 - 74 aastased	18	70	61
<b>Sugu</b>	naised	22	72	56
	mehed	22	68	55
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	22	71	68
	kesk ja -eriharidus	20	67	53
	kõrgharidus	27	75	58
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	21	65	52
	2001 - 4000 kr	18	70	55
	4001 - 6000 kr	21	70	56
	6001- 8000 kr	25	70	54
	üle 8000 kr	28	73	58

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Eesti toidu arendustegevus**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>22</b>	<b>65</b>	<b>45</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	21	63	42
	Kesk-Eesti	24	69	49
	Kirde-Eesti	12	62	46
	Lääne-Eesti	27	71	48
	Lõuna-Eesti	26	65	45
<b>Elukoht</b>	Tallinn	22	63	42
	suured linnad	18	66	48
	väikelinnad	21	67	45
	alevik, maa	26	66	44
<b>Rahvus</b>	eestlased	25	66	43
	muu rahvus	15	62	47
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	22	63	49
	30 - 49 aastased	22	63	40
	50 - 64 aastased	22	67	44
	65 - 74 aastased	23	70	50
<b>Sugu</b>	naised	23	65	45
	mehed	21	65	43
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	29	71	56
	kesk ja -eriharidus	21	62	44
	kõrgharidus	22	70	43
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	27	68	44
	2001 - 4000 kr	20	64	45
	4001 - 6000 kr	22	63	46
	6001- 8000 kr	23	64	43
	üle 8000 kr	22	70	43

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Eesti Toidu logo loomine ja tutvustamine**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>27</b>	<b>67</b>	<b>61</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	25	64	56
	Kesk-Eesti	37	72	68
	Kirde-Eesti	21	78	72
	Lääne-Eesti	34	65	60
	Lõuna-Eesti	28	64	61
<b>Elukoht</b>	Tallinn	25	64	56
	suured linnad	23	69	65
	väikelinnad	30	68	62
	alevik, maa	31	67	64
<b>Rahvus</b>	eestlased	31	65	60
	muu rahvus	18	70	63
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	29	66	63
	30 - 49 aastased	25	63	55
	50 - 64 aastased	28	71	65
	65 - 74 aastased	29	70	67
<b>Sugu</b>	naised	26	68	59
	mehed	28	65	63
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	33	74	76
	kesk ja -eriharidus	26	67	61
	kõrgharidus	28	65	58
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	31	71	58
	2001 - 4000 kr	29	69	64
	4001 - 6000 kr	25	68	64
	6001- 8000 kr	24	64	56
	üle 8000 kr	29	64	59

**Millistest arengukava "Eesti toit" raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Voldikud ja infomaterjalid**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>27</b>	<b>76</b>	<b>65</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	29	76	63
	Kesk-Eesti	29	73	64
	Kirde-Eesti	16	85	75
	Lääne-Eesti	28	71	60
	Lõuna-Eesti	28	73	64
<b>Elukoht</b>	Tallinn	32	77	63
	suured linnad	20	81	66
	väikelinnad	23	78	70
	alevik, maa	29	70	61
<b>Rahvus</b>	eestlased	28	70	60
	muu rahvus	25	90	75
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	28	78	67
	30 - 49 aastased	26	77	66
	50 - 64 aastased	28	76	62
	65 - 74 aastased	25	70	58
<b>Sugu</b>	naised	25	76	66
	mehed	29	75	63
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	21	71	65
	kesk ja -eriharidus	26	77	65
	kõrgharidus	30	76	64
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	24	78	63
	2001 - 4000 kr	24	79	65
	4001 - 6000 kr	27	78	71
	6001- 8000 kr	25	69	58
	üle 8000 kr	33	76	62

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Koka- ja retseptiraamatud eesti keeles**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>62</b>	<b>79</b>	<b>37</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	61	77	32
	Kesk-Eesti	77	84	40
	Kirde-Eesti	35	63	34
	Lääne-Eesti	74	86	38
	Lõuna-Eesti	69	85	44
<b>Elukoht</b>	Tallinn	59	75	31
	suured linnad	49	72	35
	väikelinnad	68	83	43
	alevik, maa	71	85	40
<b>Rahvus</b>	eestlased	72	84	34
	muu rahvus	39	66	43
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	63	79	38
	30 - 49 aastased	61	76	31
	50 - 64 aastased	61	81	40
	65 - 74 aastased	67	84	45
<b>Sugu</b>	naised	64	81	39
	mehed	60	77	34
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	57	83	52
	kesk ja -eriharidus	63	81	41
	kõrgharidus	63	75	27
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	51	72	43
	2001 - 4000 kr	58	79	42
	4001 - 6000 kr	64	80	41
	6001- 8000 kr	63	79	34
	üle 8000 kr	68	79	25

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Eesti toidu kokaraamatud muudes keeltes**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>24</b>	<b>63</b>	<b>38</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	22	65	39
	Kesk-Eesti	21	57	36
	Kirde-Eesti	24	67	46
	Lääne-Eesti	26	56	31
	Lõuna-Eesti	26	64	38
<b>Elukoht</b>	Tallinn	22	65	38
	suured linnad	21	65	40
	väikelinnad	23	64	39
	alevik, maa	28	59	37
<b>Rahvus</b>	eestlased	24	59	33
	muu rahvus	22	72	52
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	22	63	39
	30 - 49 aastased	24	65	37
	50 - 64 aastased	25	64	40
	65 - 74 aastased	22	56	38
<b>Sugu</b>	naised	22	65	37
	mehed	25	61	40
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	23	65	49
	kesk ja -eriharidus	23	60	40
	kõrgharidus	24	68	34
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	32	51	37
	2001 - 4000 kr	24	61	40
	4001 - 6000 kr	21	66	43
	6001- 8000 kr	23	62	38
	üle 8000 kr	25	67	31

**Millistest arengukava “Eesti toit” raames aastatel 2006-2007 toimunud üritustest-  
projektidest olete kuulnud, milliseid peate vajalikeks ja millistega peaks teie arvates  
tegelema riik ka tulevikus?**

(% vastanutest)

**Telesaated**

		on kuulnud (% vastanutest)	peab vajalikuks (% vastanutest)	riik peaks tegelema (% vastanutest)
<b>Keskmiselt</b>		<b>49</b>	<b>72</b>	<b>44</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	43	67	38
	Kesk-Eesti	56	76	55
	Kirde-Eesti	28	58	36
	Lääne-Eesti	58	80	55
	Lõuna-Eesti	61	82	51
<b>Elukoht</b>	Tallinn	44	64	35
	suured linnad	34	68	39
	väikelinnad	53	79	48
	alevik, maa	61	80	56
<b>Rahvus</b>	eestlased	56	75	45
	muu rahvus	31	64	43
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	47	65	40
	30 - 49 aastased	47	70	42
	50 - 64 aastased	48	77	48
	65 - 74 aastased	56	85	57
<b>Sugu</b>	naised	53	78	48
	mehed	44	65	40
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	54	76	59
	kesk ja -eriharidus	49	70	45
	kõrgharidus	48	75	40
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	45	72	38
	2001 - 4000 kr	45	71	51
	4001 - 6000 kr	48	72	47
	6001 - 8000 kr	53	75	47
	üle 8000 kr	51	71	33

**Kust te olete saanud teada arengukava “Eesti toit” raames läbiviidud üritustest-  
projektidest?**

(% vastanutest)

		televisi- oonist	raadiost	üle- eestilis- test ajalehte- dest ja ajakirja- dest	kohali- kest ajalehte- dest	tuttava- telt, sõpra- delt, töökaas- lastelt	pere- liikme- telt
<b>Keskmiselt</b>		<b>54</b>	<b>29</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>4</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	49	27	39	14	10	4
	Kesk-Eesti	70	38	45	18	10	6
	Kirde-Eesti	30	22	23	19	6	4
	Lääne-Eesti	71	33	44	18	8	6
	Lõuna-Eesti	64	31	47	16	13	3
<b>Elukoht</b>	Tallinn	45	26	36	15	10	5
	suured linnad	41	22	31	19	8	3
	väikelinnad	61	31	44	12	12	4
	alevik, maa	70	36	47	18	10	5
<b>Rahvus</b>	eestlased	67	33	48	13	9	5
	muu rahvus	26	20	21	23	11	3
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	51	20	37	13	12	5
	30 - 49 aastased	54	26	41	17	10	4
	50 - 64 aastased	54	35	40	17	9	5
	65 - 74 aastased	62	45	41	17	7	2
<b>Sugu</b>	naised	56	26	44	15	9	5
	mehed	52	33	35	17	11	3
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	55	38	30	24	6	2
	kesk ja -eriharidus	52	27	37	16	11	5
	kõrgharidus	58	30	46	14	9	4
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	50	31	36	23	14	2
	2001 - 4000 kr	50	29	37	17	8	4
	4001 - 6000 kr	52	26	37	17	9	5
	6001- 8000 kr	63	36	46	14	8	2
	üle 8000 kr	56	25	43	14	13	8

**Kust te olete saanud teada arengukava “Eesti toit” raames läbiviidud üritustest-  
projektidest?**

(% vastanutest)

		trükistest	internetist	“Eesti toidu” kodulehe- küljelt	välirek- laamist	ei ole kuulnud kusagilt
<b>Keskmiselt</b>		<b>9</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>22</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	7	13	4	12	21
	Kesk-Eesti	10	14	5	7	12
	Kirde-Eesti	5	7	5	11	41
	Lääne-Eesti	11	15	4	6	18
	Lõuna-Eesti	12	12	5	8	17
<b>Elukoht</b>	Tallinn	7	14	5	11	23
	suured linnad	7	9	3	12	33
	väikelinnad	8	13	5	5	21
	alevik, maa	12	13	6	9	13
<b>Rahvus</b>	eestlased	11	14	5	8	15
	muu rahvus	3	10	4	14	37
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	8	19	5	12	28
	30 - 49 aastased	9	14	5	11	21
	50 - 64 aastased	8	9	4	9	19
	65 - 74 aastased	11	3	3	4	19
<b>Sugu</b>	naised	10	16	4	10	21
	mehed	7	9	5	9	23
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	7	2	5	0	23
	kesk ja -eriharidus	8	11	4	10	23
	kõrgharidus	10	17	5	12	20
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	10	13	10	18	25
	2001 - 4000 kr	9	9	3	7	26
	4001 - 6000 kr	7	8	3	10	23
	6001- 8000 kr	10	17	5	12	15
	üle 8000 kr	9	20	7	9	19

**Kas Teie arvates oleks vaja jätkata arengukavaga “Eesti toit” samas suunas või oleks vaja midagi muuta, teha teistmoodi?**

(% vastanutest)

		jätkata samamoodi	jätkata, aga teha teistmoodi	lõpetada	ei oska öelda
<b>Keskmiselt</b>		<b>32</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>47</b>
<b>Regioon</b>	Põhja-Eesti	28	20	5	47
	Kesk-Eesti	40	9	2	49
	Kirde-Eesti	22	23	5	50
	Lääne-Eesti	34	16	1	49
	Lõuna-Eesti	40	15	1	44
<b>Elukoht</b>	Tallinn	25	22	5	48
	suured linnad	30	20	3	47
	väikelinnad	35	14	2	49
	alevik, maa	38	14	2	46
<b>Rahvus</b>	eestlased	35	16	2	47
	muu rahvus	25	21	6	48
<b>Vanus</b>	18 - 29 aastased	32	15	4	49
	30 - 49 aastased	32	18	4	46
	50 - 64 aastased	30	20	1	49
	65 - 74 aastased	31	19	1	49
<b>Sugu</b>	naised	35	17	2	46
	mehed	28	19	4	49
<b>Haridus</b>	alg- ja põhiharidus	30	15	0	55
	kesk ja -eriharidus	31	17	3	49
	kõrgharidus	32	19	4	45
<b>Leibkonnaliikme netosissetulek kuus</b>	alla 2001 kr	44	18	6	32
	2001 - 4000 kr	34	15	2	49
	4001 - 6000 kr	28	18	4	50
	6001 - 8000 kr	31	19	3	47
	üle 8000 kr	30	20	1	49

## Elanike ettepanekud arengukava “Eesti toit” osas

(n=236, % vastanutest)

### Parandada teavitustööd (34%):

- Suurtes kaubakeskustes ostjatele kohapeal.
- Projekte, üritusi läbi viia.
- Tuua rahvale lähemale.
- Kirjutada rohkem, avalikus teles teha saateid, raadios rääkida.
- Rohkem tähelepanu koolitusele ja kutseharidusele.
- Tootjatel (keelata, piirata) kemikaalide kasutust.
- Minu arvates võiks olla suurem reklaam ja üritusi korraldada temaatiliselt.
- TV-s ülekantavatele kokandussaadetele anda rohkem aega. Hommikuterevisiooni kokasaates saatejuhtidel mitte segada koka tööd. See on ebahügieeniline ja vastik.
- Teavitus Eesti TV kaudu.
- Rohkem peaks infot meedias olema.
- Kaubakeskustes viia sagedamini läbi kohaliku toodangu degusteerimisi ja küsida elanike arvamust selle kohta.
- Rohkem loenguid, seminare, reklaami (kauplustes) firma esindajate poolt.
- Rohkemat teavitamist kõikidest ettevõtmistest teles, raadios.
- Ajalehtedes trükkida retsepte.
- Jätka rahvuslike lihtsate toitude tutvustamist.
- Veelgi rohkem, julgemini reklaamida igal moel eesti toitu ja rahvuskööki.
- Ei oska öelda, rohkem reklaami teles ja raadios.
- Rohkem teavitamist rahvale läbiviidavatest üritustest, mis on suunatud kodumaise toidu tutvustamisele ja selle kasulikkuse põhjendamisele.
- Läbi viia üritusi konkreetsemalt sihtrühmade kaupa.
- Kaupmehed ei tea, kust kaup sisse tuleb. Praegu tulevad kaubad välisriigist.
- Nii teha, et rahvas teaks.
- Suuremates toidukauplustes viia läbi tutvustusi ja degusteerimisi.
- Ehk peaks seda läbi viima teistes riikides.
- Rohkem teavitust.
- Katsuda kuidagi lihtsale inimesele ligemale tuua.
- Avada programm ajalehes Postimees vene keeles.
- Läbiviidavate ürituste kohta anda rohkem infot massinformatsiooni kanalite kaudu.
- Televisioonis rohkem tutvustada.
- Bukletid ja infolehed, üritused koos toiduretseptide jagamisega, teha üritus kaasaegsemaks, rohkem kalatoite.
- Eesti elanikele.
- Antud üritus on vaja elanikeni viia kasutades intensiivsemalt massikommunikatsiooni vahendeid.
- Korraldada konkursse suurtes poodides.
- Tutvustada laialdasemalt (televisioon, raadio), koolides.
- Rohkem kuuldavamalt.
- Degustatsioonide valik võiks suurened ka eesti toitade suunas (mitte ainult leib-sai, nagu nt Raplas). Koolides võiks riigi- või omavalitsuste toetusel korraldada puu- või juurviljade päevi (maal on siiski väga palju vaeseid peresid).
- Konkreetsemale sihtgrupile suunatud reklaamikampaania ja teavitamine. Kindlasti kaasata lasteasutusi projektis osalemiseks ja läbiviimiseks. Kaasata KOV kultuurikeskused.
- Tutvustada eesti kööki läbi erinevate võõrkeelsete kokaraamatute; populariseerida kodumaiste toiduainete kasutamist/tarbimist, kuigi nad on kallimad, kui odavad Säästupoodides pakutavad imporditud tooted.

- Televisioon võiks anda sellistest projektidest-üritustest teada ja seda võiks kasvõi natuke üle kanda uudistesaaates (Reporter).
- Televiisorist vastavaid saateid, mitte uudistest.
- Kõike samamoodi teha, aga võiks lihtsalt välismaale ka eesti tooteid (kõiki) levitada.
- Rohkem presentatsioone.
- Teha tarbijale rohkem üritusi, kaasata raadio ja televisioon.
- Rohkem reklaami ja infot selle ürituse kohta.
- Reklaam suurtes kauplustes, koolides.
- Rohkem degusteerimisi et tarbijani jõuda.
- Koolitada tuleks kaupmehi, et nad oleksid võimelised jagama tõest informatsiooni tarbijatele.
- Portaali tutvustamine [www.eestitoit.ee](http://www.eestitoit.ee).
- Tuleks laiemat kõlapinda saavutada.
- Laiemalt inimestele tutvustada.
- Oleks vaja intensiivsemalt, energilisemalt ja palju rohkem tegutseda.
- Rohkem reklaami, et asi inimesteni jõuaks.
- Vähekindlustatud elanikele vähe informatsiooni; eriti on probleemid infoallikatega.
- Elanike teavitamine toimuvast, mis toimub? Kus toimub? Mis on eesmärk?
- Arvan, et programmis võiks tutvustada erinevate rahvuste toite, mis on valmistatud kodumaistest toodetest.
- TV ja raadio tutvustus.
- Teavitustööd kauplustes, silmatorkavad märgistused riulitel, peamine on teha eestimaine kaup lihtsalt leitavaks.
- Kogu tähelepanu tuleb suunata laste harimisele ja kohaliku toidu propageerimisele.
- Sagedamini kirjutada kohalikes lehtedes.
- Rohkem voldikuid ja ka teavet kohalikes ajalehtedes.
- Reklaam.
- Projekte teha abiturientidele, anda edasi eesti toidu valmistamisõpetust.
- Kampania tuua lähemale igale eesti perele.
- Rohkem korraldada näitus-müüke poodides koos degusteerimisega ja retseptidega. RIMI oskab seda väga hästi teha.
- Rohkem kampaniaid suurtes kauplustes; plakatid tänaval, internetis info.
- Moodustada ringe "Eesti köök" lastele ja täiskasvanutele.
- Ka eestlastele tuleb uuesti oma rahvuskööki tutvustada.
- Kindlasti tuleks rohkem harida lapsi, nemad on tulevikus selle toodangu kasutajad. Harida tuleks ka tavainimest - seda rohkem TV kaudu.
- Mingid pudrupäevad ostukeskustes, kala (räime) päevad, kus mõni kokk näitaks, kuidas valmistada
- Jätkata reklaami ja teha samamoodi.
- Moodustada ringe "Eesti köök" lastele ja täiskasvanutele.
- Rohkem teavitust. Kuna töötan toiduainete tootmises, siis tean rohkem, tavainimene teab ikkagi liiga vähe.
- Toitlustusettevõttes teha "Eesti Toit" raames tutvustavaid päevi.
- Rohkem televisioonis kajastada.
- Rohkem tutvustamist ka tavakodanikele nii linnas, kui maal - uute toodete tutvustus; kvaliteetmärgiga tähistatud.
- Rohkem reklaamida, sooviks rohkem neist kuulda – teada.
- Põhjalikumalt, rohkem reklaami.
- Tuua arengukava "Eesti toit" rahvale lähemale, paljudest arengukava osadest pole midagi kuulnudki.
- Teles rohkem saateid sel teemal. Ehk mõni viktoriini saade näit. (nagu nõukogude ajal oli, koolid võistlesid) õpilastele.
- Noortele.
- Presentatsiooni ja degusteerimised suurtes kaubakeskustes; rohkem infot teistes keeltes turistide jaoks.

### **Korraldada tegevusi, üritusi lastele ja noortele (16%):**

- Koolides läbi viia. Teha koolis kokanduse tunde.
- Erialaspetsialistidele, õppuritele.
- Pedagoogid koolis, lasteaedades.
- Koolides, kuulutused, kohalik ajaleht.
- Kampaniaid võiks läbi viia koolides, lasteaedades, kindlasti ka vabariigi äärealadel.
- Kutsekoolide õpilastele.
- Rohkem noortele (koolis kodunduse tundides eesti toidu ja selle eeliste tutvustamine).
- Palju rohkem üritusi laste ja noorukite toitumisharjumuste muutmiseks ja tervisliku toidu tutvustamiseks.
- Teha üritusi koolides. See aitaks kujundada lastes paremaid harjumusi ja lapsed võtaksid paremini omaks kodumaise päritoluga tooteid. Lapsed teaksid, missugused on kodumaised toiduained ja toidud.
- Lastele võiks koolis korraldada õige toitumise päevi ja selle raames keelata koolis krõpsude, pulgakommide jne müük.
- Puudub koolisööklatele suunatud tegevus.
- Võiks kaasata projekti rohkem koolilapsi.
- Koolides ja noortele peredele. Kõik, mis Eestis kasvab, sobib süüa odavamalt ja ka ennast ravida ravimtaimedega (teed jms).
- Lastevanemate koolitus, et lapsed sööksid vähem rämpstoitu, keelata koolides rämpstoidu (krõpsud, coca cola jne) müük.
- Koolides, õppeasutustes.
- Reklaam suurtes kauplustes, koolides.
- Veelgi rohkem lastele mõeldud üritusi tervislikku ja eestimaist toitu tutvustada kaasaegselt ja laste/noortepäraselt.
- Koolides.
- Koolitada lasteaegade, koolide kokkasid ja juhtkondi. Toit, mida pakutakse lasteaedades ei ole praegu kaugeltki tervislik ega ka eestimaine.
- Kaasata üldhariduskooli õpilasi.
- Projekte-üritusi koolilastele.
- Lastevanemate koolitus rämpstoidust, laste toidulaualt selle kadumine, lihtsate toitude käibelevõtt. Arstide, tervisetalituste uuringute tulemuste teavitamine koolis tervisliku elulaadi headest omadustest, pole kasu targast invaliidist või surnust...
- Alustada selleteemalisi tegevusi lasteaedades/koolides. "Sööklates" viia sisse "Eesti toit" raames toidud jne.
- Poleks paha lülitada nendesse üritustesse Eesti koolid.
- Koolides läbi viia uuringud õpilaste toitumiseelistustest ja laste toitumisharjumuste paremaks muutmine.
- Tuleks rääkida lasteaedades, koolides ja teles reklaamidena.
- Õpetada lapsi kultuurselt sööma s.h on hääbumas restoranikultuur. Palju räägitakse toidust, kuid söömisest, söögikultuurist ei tea isegi vanemad inimesed (40-50.a.-sed).
- Noortele, vanematele, koolilastele, lasteaia! Igal pool ja kuuldavalt - nähtavalt! Eesti noored ja lapsed on juba liiga ümmargused "ameeriklased", suhkruhaiged, allergilised, nägemispuudega jne. Minu noorusajal oli allergia väga-väga haruldane.
- Rohkem suunata noortele ja lastele infot neile vastuvõetavas keeles ja stiilis.
- ETV-s tutvustada rohkem eesti rahva toitumise valmistamist noorematele (20a) lastesaadete programmis. Noored söövad kohutavalt palju rämpstoitu. Mis nendest saab?
- Töötan lasteaia. Tutvustada raamatute kaudu eesti toitu juba eelkoolieas. Soovitan lastele raamatut "Eesti Toit".
- Retsepte ja uuringuid vähem, rohkem tervisliku toitumise koolitusi lastele ja vanematele.
- Sihtrühmaks võtta rohkem nooremaid (kooliõpilasi).
- Üritusi noortele.
- Kogu tähelepanu tuleb suunata laste harimisele ja kohaliku toidu propageerimisele.
- Moodustada ringe "Eesti köök" lastele ja täiskasvanutele.

- Kindlasti tuleks rohkem harida lapsi, nemad on tulevikus selle toodangu kasutajad. Harida tuleks ka tavainimest - seda rohkem TV kaudu.

### **Rohkem tähelepanu tervislikkusele (10%):**

- Tehku 1 programm eesti toitude tutvustamisest ja "Kontrollkaup", mida uuritakse laboris. Siis saab teada, kui väärt kaup Eestis on. Rääkige rohkem TV kanalites.
- Tutvustada säilitusainete mõju organismile ja toidu enda kvaliteedile.
- Tervislikust toitumisest kooliõpilastele, telesaateid-dialooge.
- Kokaraamatuid on hulk ka ilma riigi abita. ET ei erine naabrite omast. Põhiline on toiduainete kvaliteet ja tervisele kõige kasulikum tarbimisviis. Seetõttu rahva harimine vajalik, aga et see just eesti toit on- see on imelik.
- Rohkem informeerida dieettoitude ja tervislike toitude kohta. Teha koolitusi.
- Tuleks suunata praktilisi õppepäevi koolide ja tervishoiuasutuste toitlustusega tegelevatele isikutele.
- Võiks rohkem reklaamida tervislikku toitu, et inimesed sööks tervislikult. Teha rohkem tutvustavaid üritusi, levitada rohkem materjale.
- Rohkem teha lastele selgeks, miks eesti toit on parem ja tervislikum.
- Propageerida tervislikku eluviisi ja tervislikku toitu ilma konservantideta, maitseparandajateta.
- Tuleks rääkida tervislikust toitumisest *Ajurveeda* ehk ida meditsiini näitel, mis tegeleb inimesega energeetilisel tasandil. Toit kui medikament. Praegu on kõik liiga naudingute ja kõhu täissöömise keskne.
- Televisioonis - lastele ja lastevanematele mitu aastat, aastaid järjest: tervislik toit keskmisele eesti perele (keskmise- ja väiksepalgalistele).
- Noortele, vanematele, koolilastele, lasteaia! Igal pool ja kuuldavalt - nähtavalt! Eesti noored ja lapsed on juba liiga ümmargused "ameeriklased", suhkruhaiged, allergilised, nägemispuudega jne. Minu noorusajal oli allergia väga-väga haruldane.
- Meedias avaldatud arstide soovitude kooskõlastamine erinevate toiduainete kasutamise kohta - kes soovib loobuda nt piimast, munast, võist, kes ütleb - neid peab igal juhul tarbima, olenemata tervislikust seisundist.
- Propageerida rohkem tervislikku toitu, eriti laste hulgas.
- Oluline on tervislikum toit koolides.
- Pean oluliseks lastele-noortele eesti toidu tutvustamist ja tarbimisharjumuste kujundamist, et vähendada nn krõpsu-pepsi tarbimist.
- Rohkem infot tervislikust eluviisist - voldikud, internetileheküljed.
- Noorte toitumist tervislikumaks muuta vms.
- Inimesed peaksid aru saama, et kõige parem toit on oma elukoha lähedal kasvanud toit ja mida väiksem toitaine säilimisaeg on, seda tervislikum ta on.
- Toidu kasulikkus meditsiini seisukohalt.
- Peamine tähelepanu ikka laste tervislikule toitumisele, rohkem infot vene keelt kõnelevale elanikkonnale.
- Jälgida eesti toidu kvaliteeti ja tootmist ilma kahjulike lisanditeta.
- Kaitsta Eesti turgu GMO sissetungi eest; juhtida tarbija tähelepanu GMO sisaldusega kaupadele vältimaks nende ostmist teadmatusest.
- Kuna meil on palju suhkruhaiged, siis töötada välja programm kaupluste varustamiseks diabeetikutele mõeldud toodetega.

### **Anda enam infot vene ja teistes keeltes (9%):**

- Soovitav on välja lasta raamatuid retseptidega vene keeles.
- Tarvis oleks seda kõike ka vene keeles.
- Rohkem infot vene keeles.
- Rohkem infot vene keeles.
- Rohkem infot venekeelses programmis.
- Vene keeles!
- Teha rohkem kättesaadavaks venekeelsele elanikkonnale, vähemkindlustatud elanikele; kasulikuks inimestele, kellel on suhkruhaigus.
- Tuleks läbi viia ka vene keeles.

- Projektid ka venekeelsele elanikkonnale.
- Seda kõike tuleks ka vene keeles rohkem reklaamida.
- Anda infot vene keeles.
- Rohkem viia läbi programme vene keeles.
- Televiisorist vene keeles.
- Vene keeles on vähe infot.
- Anda rohkem venekeelset infot, või kindlustada telesaated sünkroontõlkega.
- Teha rohkem projekte ka venekeelsele elanikkonnale. Info tootel peaks olema ka vene keeles.
- Teha reklaamikampaaniaid kahes keeles.
- Üritused teistes keeltes.
- Rohkem infot erinevates keeltes.
- Mitmekeelne info selle tegevuse kohta puudub.
- Et kogu info oleks kättesaadav ka teisest rahvusest inimestele.
- Mitmes keeles: eesti, vene, inglise.

### **Mitte rahastada maksumaksja raha eest, riigi raha raiskamine (5%):**

- Lõpetada riiklikul tasemel. Kui ettevõtjad soovivad - palun, aga omal kulul.
- Mõningaid asju pole tarvis teha riigi kulul, st maksumaksja kulul.
- Ei oleks tarvis selliseid kampaaniaid maksumaksja raha raiskamisega nagu tegi eelmine põllumajandusminister Ester Tuiksoo.
- Lõpetada miljonite kulutamine mõttetute asjade uurimiseks (nagu oli Eesti rahvuskala uuring).
- Mõttetu riigi raha kulutamine.
- “Welcome to Estonia” läks ju puusse! Miljonid läksid kellegi tasku - tulu ei midagi. Enne tuleb mõelda!
- Mõttetu raha raiskamine.
- On vast tähtsamaid projekte, kuhu see rahakapital paigutada.
- Minu arvates Tuiksoo nimi seoses arengukavaga ET rikkus selle maine ära.
- Toita kodutuid ja küsida, kuidas meeldib. Mitte Tuiksoo moodi rahaahnusest ajendatult riigi raha väljapumpamist!
- Tavainimesele kasulikke ja mõistetavaid projekte. Osa Tuiksoo projekte olid mõistmatud ja arutud raha tulde loopimised.

### **Rõhutada eesti oma toitu, mahetoitu (3%):**

- Tuleb toota ja kasutada eestimaist toitu.
- Kasutada Eestis kasvatatud juurvilju, puuvilju, köögivilju, piima-, liha- ja kalatooteid.
- Rõhuasetus peaks olema Eesti toidu naturaalsusele – valmistatud naturaalsestest komponentidest, mis ei sisalda hüdrogeniseeritud taimeraska ega E-aineid.
- Eestlased peaks sööma Eestis kasvatatud toitu ja Eesti toit peaks olema võimalikult mahe.
- Rohkem arvestada ostujõudlust, vähem vürtsikaid välismaiseid maitseaineid, eestlastele on omane mahetoit.
- Riiklik laiem süstemaatiline tegevus kõigi toiduaine liikide alal – puu- ja juurviljad, mesi jne.
- Kindlasti rohkem tähelepanu mahetoidule, seda propageerida ja eelistada (maksud, toetused).
- Tutvustada rohkem põllumajandussaadusi, mahepõllumajandus ja tooted.

### **Kodumaistel toidukaupadel võiksid olla madalamad hinnad (3%):**

- Projekt, kuidas hindu alandada ja hinnatõusu peatada.
- Et ikka tavaline inimene tavalise palgaga (väikse sissetulekuga) jõuaks seda head ja paremat kvaliteetset kaupa osta.
- Maal elavad inimesed ei oma rahalisi vahendeid, et kasutada restoranide ja toitlustusettevõtete teenuseid. See suur jutt toitlustuse kultuuri muutusest on võib olla linnainimestele ja rikastele. Maainimene ja vaene keedab ja küpsetab esisade kombel.
- Vaja oleks mõelda, kuidas toota kodumaist toodet odavamalt. Dotatsiooni juba praeguste hindade juures üle 2 miljardi.
- Alandada hindu kolmele.
- See raha, mis kulutatakse igasugustele totratele programmidele, võiks kulutada toidukaupade hindade alandamiseks. Küll inimesed ise otsustavad, mida osta ja hea kaup reklaamib ennast ise.

**Riigi edasine toetus on vajalik (2%):**

- Riik peaks rohkem toetama.
- Riik peaks raha kulutama mitte toidu reklaamimisele, aga ökoloogiliselt puhta eesti toidu tootmisele. Turul on selline kaup kättesaadav vähestele. Miks on Läti ja Leedu kaup odavam kui meie kohalik toodang?
- Riigil on vaja leida võimalusi palgatõusuks, sel juhul ka toidu tarbimine muutuks. Projektid kõhtu ei täida!
- Et riik toetaks seda programmi (laste, kooliõpilaste ja vanurite jaoks).
- Valitsus võiks väliskomandeeringute asemel tegelda selle programmiga.

**Arendada põllumajandust ja toiduainetööstust (2%):**

- Vaja taastada põhitoiduainete tootmine Eestis (suhkur, linnuliha, lambaliha) ning muuta nende hind ka vaesematele kihtidele kättesaadavaks.
- Projektipõhisele "Eesti toidule" eelistan plaanipärast põllumajanduse ja toiduainetööstuse arenemist.
- Anda rohkem võimalusi väiketalunikel oma toodangut realiseerida.
- Suunata toetused eesti toidu pakkujatele, jätkata vajalike ja ennast tõestanud eesti toidu arengukava tegevustele.

**Pöörata tähelepanu kodumaiste toidukaupade kvaliteedile ja säilitusainete sisaldusele (2%):**

- Pole tarvis korraldada seminare, vaid on vaja mõelda kodumaise kauba kvaliteedi üle, kuidas vähendada lisaaineid nendes.
- Kontrollida liha-piimatoodete kvaliteeti; mitte lubada röövellikku hinnatõusu.
- E-ainete selgitust, osakaalu toiduainetes (vorstitooded, konservid jne).
- Keemia toidus, väetised, säilitusained.

**Rohkem kokaraamatuid (1%):**

- Leida võimalusi koka- ja retseptiraamatute hinna vähendamiseks.
- Kokaraamatuid lihtsamatele toitudele.
- Luua uusi retsepte.

**Arengukavaga tegelemine võiks olla äriühingute asi (1%):**

- Riigi asemel tuleks rohkem teha tootjafirmadel, eriaseltsidel ja -liitudel. Need ei võtaks ette nii naeruväärseid üritusi nagu rahvuskala otsimine (riikliku üritusena!).
- Kõigeaegselt ei peaks tegelema riik (riigiasutused). Kommertslikumad asjad jätta äriühingutele.
- Vähendada riigi osa ja suurendada ametiliitude osa. EL ei saa see olla riiklik programm.

**Tõsta kokanduse eriala kvaliteeti (1%):**

- Võiks ka rohkem panustada kohalikele kokanduse õppimise võimalustele, püüda tõsta kokanduse eriala õpetamise kvaliteeti.
- Vajalik on tõsta toidu valmistamise ja realiseerimise valdkonnas töötavate inimeste kvalifikatsiooni.

**Parandada eesti toodete kättesaadavust (1%):**

- Probleemiks on minu arvates Eesti toidu (juurviljade, puuviljade, kala, liha) parema ja laialdasema kättesaadavuse tagamine. Reklaamist üksi on vähe abi.
- Vaja oleks teha eesti toidukaubad odavamaks ja kättesaadavamaks Eesti elanikule, Ida-Virumaal on väga väikesed palgad.

**Luua ja haarata kaasa söögikohad (1%):**

- Kaasa haarata kõik asutused, kus valmistatakse toitu, arvestada nendes töötavate inimeste arvamusega, viia läbi küsitlus toiduainete kvaliteedi ja eelistuste kohta.
- Avada Tallinna kesklinnas väikseid odavamaid söögikohta maitstva eesti (liha)toiduga.

**Luua uudne lähenemine (1%):**

- Leida midagi uut ja huvitavat.
- Kaasaegne lähenemine, mitte ainult traditsiooni rõhutada, vaid mõelda just kaasaegsemale kasutusele. Näiteks müsli kipub kama välja tõrjuma, aga kama pakend on vilets, retseptid ei levi.

### **Piirata importi (1%):**

- Kohalikke tootjaid toetada, soodustada. Importtoiduainetele rangem kontroll, tollid vms. Koolides propageerida tööd põllumajanduses, elu maal.
- Eesti toidu konkurentsivõimelisemaks muutmiseks tuleks piirata importkauba sissetoomist (EL tõttu keeruline aga siiski).

### **Muu (5%)**

- Parandada pensionäride olukorda.
- Pensioni tõsta, kui raha ei jätku, ei aita ükski kava.
- Võiks jääda selleni, et igas söögikohas oleks Eesti toit ühe menüü osana.
- Ettevõtetele ja tooraine tootjatele.
- Selleks on spetsiaalsed inimesed.
- Selge ja ühemõtteline märgistus poes.
- Laiemalt toota kodumaiseid kulinaartooteid.
- Rõhutada iga piirkonna omapära.
- Piisab praegusest.
- Toetan arengukava ja selle tegevusi sest vajalik on tarbijate teadlikkuse tõstmine ning lastele suunatud tegevus on igati õigustatud.
- Tuleb teha vähe aga kvaliteetseid. Liiga palju erinevaid projekte hägustab eelnevaid või järgnevaid projektide teemasid ja sisu.

### **Ei tea, ükskõik, info on puudulik (6%):**

- Ei oska öelda, aga liiga palju riigi raha raisatakse selle peale.
- Kui päris aus olla, pole seda kuskilt lugeda küll!
- Jätan targemate otsustada.
- Minu jaoks ei ole oluline.
- Ei oska kommenteerida, info puudulik.
- Üldse ei pea vajalikuks seda arendada, nagunii neid toite keegi ei söö, see pole kellelegi vajalik.
- Ei ole sellele mõelnud ega puudust tundnud.
- Ei tea, kus see programm on.
- Ei oska öelda, kuna pole eelmist projekti näinud.
- Olen arengukavaga "Eesti toit" väga vähe kursis.
- Milleks?
- Ükskõik.
- Minu jaoks pole see tähtis aga kui selline programm eksisteerib, siis see on väga hea.
- Kuna minuni pole see info jõudnud, siis on tegemist kas vähese või ebahuvitava reklaamiga.

## Küsitletud kogumi iseloomustus

Eesti tarbijate paneeli küsitlus, vastanuid kokku 1131 vanuses 18-74 aastat.

### Regiooni järgi<sup>3</sup>:

Põhja-Eesti	41%
Kesk-Eesti	9%
Kirde-Eesti	14%
Lääne-Eesti	12%
Lõuna-Eesti	24%

### Elukoha järgi:

Tallinn	31%
suurlinn	21%
väikelinn	19%
alevik, maa	29%

### Rahvuse järgi:

estlased	69%
mitte-estlased	31%

### Vanuse järgi:

alla 30-aastased	25%
30 - 49 aastased	37%
50 - 64 aastased	25%
65 - 74 aastased	13%

### Soo järgi:

naised	54%
mehed	46%

### Hariduse järgi:

algharidus või põhiharidus (kuni 9 kl)	8%
keskharidus (k.a keskeriharidus)	58%
kõrgharidus (k.a magister, doktor)	34%

### Kuu netosissetulek leibkonnaliikme kohta:

alla 2001 krooni	5%
2001- 4000 krooni	30%
4001- 6000 krooni	27%
6001-8000 krooni	18%
üle 8000 krooni	20%

<sup>3</sup> Vabariigi Valitsuse 3. aprilli 2001. aasta määrusega nr 126 kinnitatud Eesti piirkondlike üksuste statistilise klassifikaatori 3.tasemel esitatud maakondade grupid:

Põhja-Eesti: Harju maakond (sh Tallinn)

Kesk-Eesti: Järva, Lääne-Viru ja Rapla maakond

Kirde-Eesti: Ida-Viru maakond

Lääne-Eesti: Hiiu, Lääne, Pärnu ja Saare maakond

Lõuna-Eesti: Jõgeva, Põlva, Tartu, Valga, Viljandi ja Võru maakond