

Toidukaupade jaekaubanduse ülevaade 2005. aasta

Nõudlus põllumajandussaaduste järele välisturgudel on kord suurem kord väiksem ning seetõttu ei tohi põllumajandussaaduste töötledajad siseturu vastu huvi kaotada. Põllumajandussaadusi töötlevatele ettevõtetele on tähtis olla kursis asjaoludega, millised mõjutavad tarbijate toitumisharjumusi, ostueelistusi ning arvamuste muutumisi. Otstarbekas on uute toodete väljatöötamisel lähtuda tarbija huvidest. Eesti toidukaupade turul toimub tihe konkurents suurte kaubanduskettide vahel. Sisseveetavad kaubad omavad jätkuvalt olulist kohta kaupade sortimendis ja elanike ostudes.

Konjunktuuriinstituudi (EKI) 2005. aastal läbi viidud küsitlus¹ näitas, et kodumaiseid toidukaupu eelistas 79% vastanutest (2004. aastal vastavalt 77%). Üha enam tähelepanu pööratakse kaubamärkidele (kaubamarki pidas oluliseks 89% vastanutest). Märke "Pääsukesemärk" ja "Eestis kasvatatud" peetakse kvaliteetse toote garantiiks. Tarbijate jaoks on kodumaiste toodete olulisteks eelisteks harjumuspärased maitseomadused, värskus, suurem usaldusväärsus, tervislikkus, püsiv ja kõrge kvaliteet. Tähtsaks pidas neid näitajaid valdav enamus, üle 90% vastanutest. Uurimuse põhjal tajusid tarbijad usaldusväärsemana geograafiliselt lähedal asuvatest riikidest - Soomest, Rootsist, Taanist, Norrast, Lätist ja Leedust pärit toidukaupu Kõiki toidukaupu, mis on pärit nendest riikidest, usaldas 18-28% vastanutest. Üksikuid Venemaa ja Ukraina toidukaupu usaldas iga teine täiskasvanu.

EKI poolt teostatud uuringust selgus, et toidukaupade ostmisel on tervislikkuse jälgimine tavapärane ostukäitumise osa. Tervislikkusele pööras tähelepanu 70% vastanutest. 2003.aastal oli vastav näitaja aga isegi kõrgem - 76%. Kõige suuremaks probleemiks tervislikkuse jälgimisel pidasid tarbijad info kehva loetavust pakendil, nimetatud toidukaupade müügikohtade vähesust ja kõrgemat hinda. 2005. aastal olid 74%-l vastanutest (17%-l alati ja 57%-l üldiselt) olemas rahalised võimalused meepeärase tervisliku toidu ostmiseks. Geneetiliselt muundatud organismide puudumist ostetavas toidus pidas oluliseks (väga oluliseks + mõnevõrra oluliseks) 86% vastanutest ja väga tähtsaks iga teine (54%). 81% (väga tähtis + mõnevõrra tähtis) vastanutest tähtsustas valiku tegemisel mahetootmist (2004.aastal 88%).

Nimetatud uuringus püüti selgitada ka tarbimisharjumuste muutusi. Vastustest selgus, et järgmisel aastal soovitakse samal tasemel tarbida mune, leiba, jahu, kartuleid, piima ja juustu. Tulemused näitasid soovi tarbida rohkem värsket kala, puu- ja köögivilja (65%, 57% ja 52%). Ligi veerand elanikkonnast sooviks vähem tarbida lihakonserve. Ka valmistoitude ja kulinaartoodete tarbimine võiks tarbijate hinnangul väheneda, kuid siin teeb oma korrektiive kiire elurütm. Täiskasvanud elanikkonnast soovib iga teine vähendada maiustuste ning suhkrut sisaldavate karastusjookide tarbimist.

Uuringu tulemused näitavad, et 94% vastanutest käib toidukaupu ostmas vähemalt kaks korda nädalas ja ainult 6% kord nädalas või harvemini. Enamik tarbijaid (2003.aastal - 54% vastanutest; 2005.aastal - 65% vastanutest) eelistab ostusid sooritada suurtes toidukauplustes, väikestes kauplustes vaid 26% ja turul 6% küsitletutest. Toiduostukohtade

¹ EKI "Elanike toitumisharjumused ja toidukaupade ostueelistused" Tallinn 2006

valikul peavad tarbijad oluliseks kvaliteetsete toidukaupade olemasolu (91% vastanutest), ostukoha puhtust (87%), meeldivat teenindust (79%), soodsaid hindu (75%) ja ostukoha lähedust (60%).

Uurimistulemused näitavad kaupluste osakaalu tõusu liha ja lihatoodete, piima ja piimatoodete, jahu ja tangainete ning suhkru ostmisel. Kaupluste osakaal on vähenenud kala, köögiviljade, puuviljade ja marjade, mee, kanamunade ning kartulite ostmisel. Turult ja hulgilaost ostmise osakaal on üldiselt vähenenud, kuid osade toidukaupade puhul on näha ka vastupidist trendi. Nii on märgata kala, kartulite, köögiviljade ja mee osas turu osakaalu suurenemist.

Uuringu tulemused näitasid olulisi puudusi pakenditel olevas tooteinfos. Mainiti mitterahuldavat loetavust, samuti loodavad kasutajad pakendilt leida tootja ja tootjamaa nimetust.