

**SA Eesti Maaülikooli Mahekeskus**

# **MAHETOODETE TARBIJAUURING**

**Aruande koostajad: Pille Vahtramäe, Elen Peetsmann  
Tellija: Põllumajandusministeerium**

**Tartu 2011**

## Sissejuhatus

Käesoleva uuringu eesmärgiks oli saada ülevaade tarbija teadlikkuse kohta mahepõllumajandusest ja mahetoidust ning ökomärgist. Uuringu tellis Põllumajandusministeerium.

Uuring viidi läbi näost-näku intervjuude vormis kahes Tallinna (Tallinna Kaubamaja Toidumaailm, Haabersti Rimi) ja kahes Tartu (Tartu Kaubamaja Toidumaailm, Veeriku Selver) toidukaupluses 30.novembril ja 1.detsembril 2011. aastal.

Kokku küsitleti 180 kauplusekülastajat: 84 Tallinnas ja 96 Tartus. Küsitletute arv oleks olnud veelgi suurem, kuid mitmed vene rahvusest inimesed ei olnud nõus küsitlusele vastama, kuna nad ei pidanud enda teadmisi antud teemal piisavaks.

Töö eesmärgiks oli välja selgitada:

- kuivõrd oskavad tarbijad vahet teha mahe- ja tavatoodetel;
- kas mahetooteid on kauplustes müügil märgatud;
- mille järgi tuntakse ära mahetoitu;
- kas tarbijad oskavad Eesti ökomärki kirjeldada;
- kui paljud on mahetoitu viimase aasta jooksul ostnud;
- miks mahetooteid ei osteta ja miks ostetakse;
- milliseid mahetooteid on ostetud;
- kas ollakse rahul mahetoodete valiku ja kvaliteediga;
- kuivõrd ollakse nõus mahetoote eest kõrgemat hinda maksma võrreldes tavatootega;
- mida peetakse mahetoidu kõrgema hinna põhjuseks;
- kas soovitakse järgmisel aastal mahetoitu osta;
- milliseid ostukanaleid mahetoidu ostul eelistatakse;
- kas mahetoidu kohta olev info ja reklaam on piisav;
- kas ollakse nõus tarbima geneetiliselt muundatud toitu või toitu, mille valmistamisel on kasutatud GM-saadusi.

Saadud andmeid võrreldi võimaluse korral 2007. aastal läbiviidud sarnase uuringu tulemustega.

Vastajate jagunemine sotsiaal-demograafiliste näitajate järgi on toodud lisas 1, vastused üldjaotuse järgi lisas 2 ja vastuste jagunemine mõningate sotsiaal-demograafiliste näitajate järgi lisas 3.

Uuringu korraldaja ja läbiviija: SA Eesti Maaülikooli Mahekeskus

Küsitlajad: Kristiina Tabur, Karl Ander Adami, Kadri Nurk, Karin Zereen, Triin Tanilas, Elen Peetsmann, Merit Mikk

Andmeanalüüs: Pille Vahtramäe

Uuringu tellija: Põllumajandusministeerium

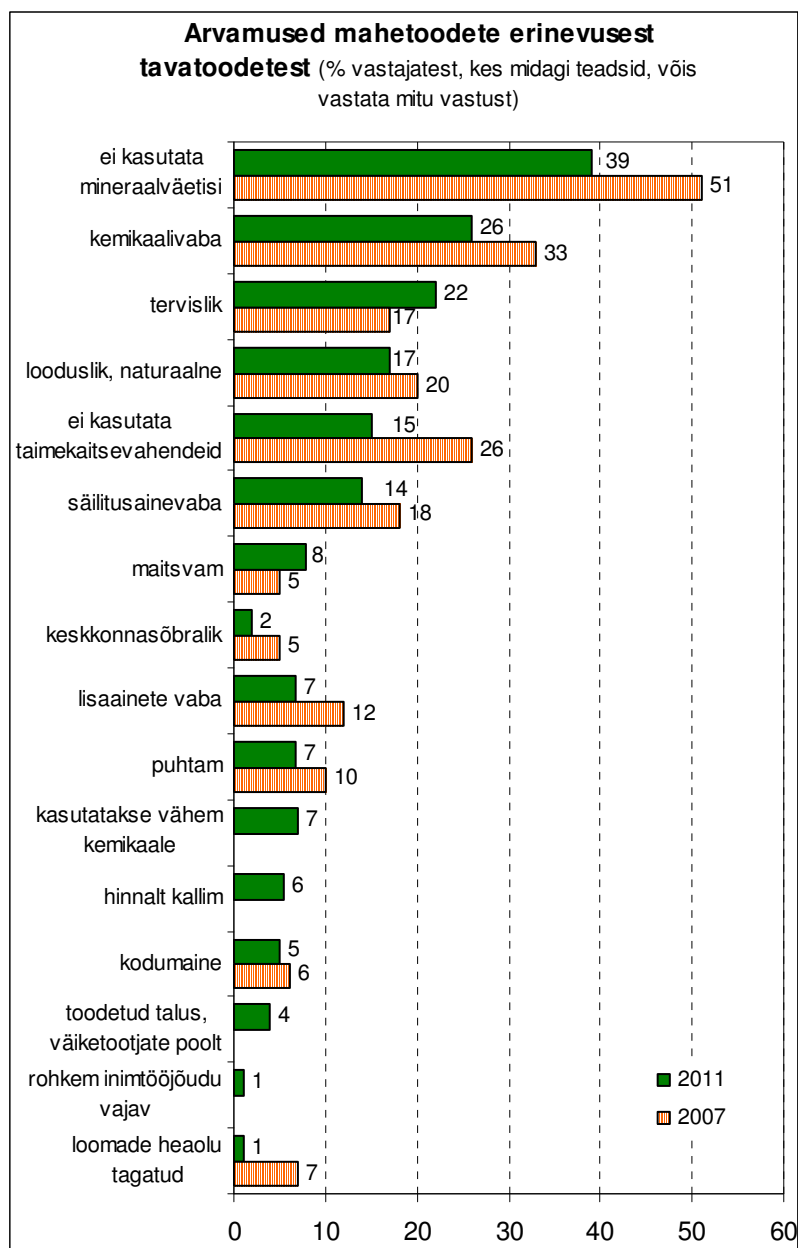
## MAHETOODETE TARBIJAURING

Varasematest Eesti Konjunktuuriinstituudi uuringutest on selgunud, et kodumaiste mahe- toodete sortiment ja müük on aasta-aastalt suurenenud. Samuti on paranenud nende kätte- saadavus, sest mahetooteid müüakse üha enam supermarketites, ökokauplusi on pidevalt üle Eesti juurde tulnud, tekkinud on mitmeid otseturustuskanaleid (võrgustikud, laatadel müük jms). Käesolevas uuringus vaadati, kuivõrd teadlikud on tarbijad mahetoodetest, mil määral neid turumuutusi on märganud ning milline on nende suhtumine mahetoodetega seotud erinevatesse aspektidesse (hind, kvaliteet, valik, ostukavatsused jne).

### **Mahe- ja tavatoidu eristamine**

Küsitluse alguses uuriti kauplusekülastajatelt kuivõrd nad oskavad vahet teha mahe- ja tavatoodetel. Küsimus oli lahtine ning igauks tõi välja erinevusi oma äranägemise järgi ja nii palju kui meelde tuli. Ligi 7% vastajatest ei osanud erisusi öelda või ütlesid, et vahet pole, ülejäänud nimetasid vähemalt ühe erisuse. Neist, kes midagi teadsid, mainisid osad erisusi üldisemalt – nt kemikaalivaba, looduslik, naturaalne, osa aga oskas täpsemalt nimetada, et taimede kasvatamisel ei kasutata mineraalväetisi ja keemilisi taimekaitsevahendeid jne. Nagu ka 2007. aastal, nimetati kõige sagedamini mahe- ja tavatoote erisuseks mineraalväetiste mittekasutamist. Olulisemateks erinevusteks olid veel mahetoodete kemikaalivabadus, tervis- likkus, naturaalsus, taimekaitsevahendite ja säilitusainete mittekasutamine. 7% vastajatest arvas, et mahetoodete kasvatamisel ja tootmisel kasutatakse vähem kemikaale, kui tava- toodete puhul. Loomade heaolu tõsisemat järgimist mahetoodete puhul mainiti seekord märk- sa vähem kui 4 aastat tagasi. Seega maheloomakasvatussaaduste tootjatel tuleb seda aspekti tarbijaile rohkem ja täpsemalt selgitada.

Silma torkas see, et Tartu kauplusekülastajad teadsid mahetoodete erisusi tavatoodetest mõnevõrra täpsemalt, tallinlased olid üldsõnalisemad. Tallinlased nimetasid tartlastest enam erisustena tervislikkust, paremat maitset, puhtust, vähem kemikaalide kasutamist. Tartlased nimetasid pealinlastest sagedamini aga mineraalainete mittekasutamist, kemikaalivabadust. Sama võib öelda erineva haridusega vastajate kohta – alg- ja põhiharidusega tarbijad olid erisuste väljatoomisel üldsõnalisemad (tervislikum, vähem kemikaale, maitsvam, naturaal- sem, looduslikum, puhtam), kesk-, keskeri- ja kõrgharidusega inimesed nimetasid erinevusi detailsemalt.



### Mahetoidu märkamine kauplustes

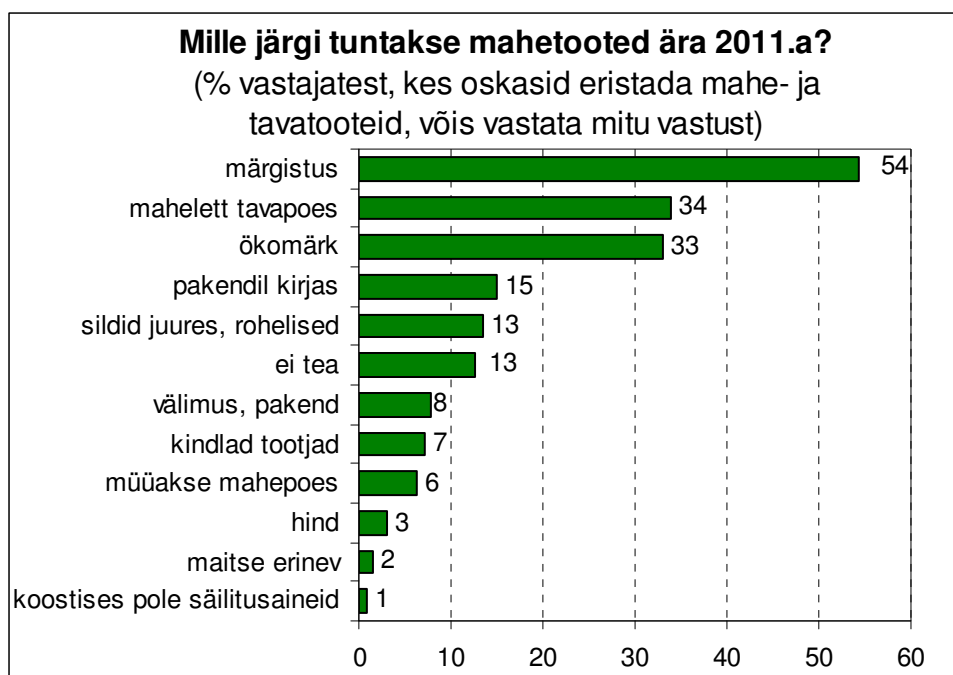
2011. aasta jooksul oli kauplustes mahetooted märganud 82% küsitlusele vastanuist, kes oskasid eristada mahe- ja tavatooted (2007.a 73%). 12% ei olnud märganud ning 6% ei osanud öelda. Seega mahetooted on üha suuremale osale tarbijatest kauplustes silma jäänud. Tallinnas oli mahetooted müügil märganud koguni 91%, Tartus 73%. See on ka loogiline, sest Tallinnas on ökokauplusi rohkem ning mahetoodete peamiseks sihtturuks ongi Eestis Tallinn ning seal on müügiaktiivsus suurem. Ka suuremates ostukeskustes ja supermarketites on viimastel aastatel mahetoodete valik mõnevõrra suurenenud, seda nii Tallinnas kui Tartus – kas eraldi mahetoodete letina või riivilil koos teiste tavatoodetega. 31-70-aastased olid mahetooted rohkem märganud, kui neist nooremad või vanemad.

## Mahetoidu äratundmine

Küsimusele mille järgi tuntakse mahetoodet tavatoodete seast ära, nimetas osa vastajaid üldisi, teised konkreetsemaid tunnuseid. Küsimus oli lahtine, mistõttu igauks nimetas neid tegureid, mis pähe tulid. Vastuste jagunemisel arvestati vaid nende vastajatega, kes mahe- ja tavatoodetel vahet tegid. 54% vastajatest ütles, et nad tunnevad mahetoodet ära märgistuse järgi, mis võib tähendada nii ökomärki kui pakendil olevat sõnalist viidet mahetootele. Ligikaudu kolmandik (34%) eristas mahetooteid selle järgi, et need asuvad kauplustes mahelehtidel. 33% vastajaist otsivad mahetoote väljaselgitamiseks ökomärki, 15% usaldavad pakendil leitavat sõnalist viidet mahetootele. Seega peamiselt eristatakse mahetooteid tavatoodetest tootja poolt pakenditel kasutatavate viidete järgi. See näitab pakendi märgistuse olulisust mahetoodete eristamisel. Mahetootjad peaksid pakendite siltide kujundamisel väga tähelepanelikult jälgima, et kõik maheviited oleksid piisavalt suured, et neid oleks kerge märgata ning et need asuksid alati toote esiküljel, samuti et lisaks tekstilisele viitele kasutataks ökomärki ja nüüd ka kohustuslikku EL ökomärgist.

Tõhusaks abiks mahetoodete äratundmisel on ka kaupluste poolt lisatud eristamisvõimalused – eriletid, spetsiaalsed sildid. Ka neid saab praegusest efektiivsemalt kasutada.

Joonis 2



Tallinlaste jaoks on ökomärk mahetoodete äratundmisel selgelt olulisem, kui tartlaste jaoks. 49% tallinlastest kasutab eristamiseks ökomärki, tartlastest aga vaid 19%. Samas tartlased nimetasid üldiselt märgistust sagedamini (60%) kui pealinlased (47%). Muus osas suuri erinevusi ei olnud.

## **Ökomärgi kirjeldus**

Selgitamaks välja, kui võrd hästi ilma kõrvalise abita tuntakse Eesti ökomärki, lasti intervjueritavatel seda vabas vormis kirjeldada. Vastuste analüüsis kasutati vaid nende vastuseid, kes oskasid mahe- ja tavatoodetel vahet teha. 39% vastajatest väitis, et ei tea seda märki või hetkel ei tule meelde. 41% vastajatest kirjeldas märki õigesti, kasutades mõnda järgmistest väljenditest: roheline, valge kirjaga, ümmargune, lehekesega, öko peale kirjutatud jms. 13% vastajatest oskas nimetada vaid rohelist värvi, muid tunnuseid mitte. 7% vastajatest andis ebamääraseid või lausa valesid vastuseid (nt mainiti korduvalt pääsukesemärki), millest võib järeldada, et nad ei tundnud ökomärki. Seega ligi pooled vastajatest ökomärki seda nägemata ei tunne ja pooled tunnevad hästi või enam-vähem. Kuna uue kujundusega ökomärk on turul alates 2007. aastast ja neid kandvaid tooteid polegi nii palju, eriti tavakauplustes, siis võib märgi tundmist pidada suhteliselt normaalseks. Viimastel aastatel on mahetoodete märgistamine muutunud paremaks ning sortiment on suurenenud. Selline trend on jätkuv ning see annab aluse eeldada, et ökomärgi tuntuski on lähiaastail paranemas.

Kuna tallinlased olid ökomärgiga rohkem kokku puutunud, siis oskasid nad seda ka tartlastest paremini kirjeldada – 48% tallinlastest kirjeldas seda täpsemate väljenditega kui lihtsalt “roheline”, tartlastest 33%. Tartlaste hulgas oli rohkem ka neid, kes ei osanud üldse seda kirjeldada (41%, tallinlastest 36%). Vanuseliselt oskasid teistest täpsemalt ökomärki kirjeldada 31-70-aastased (45-49%), vähem teadsid seda noored kuni 30-aastased ja üle 71-aastased (mõlemad 31%). 83% alg- ja põhiharidusega inimestest ökomärki kirjeldada ei osanud, teised teadsid enam-vähem samal määral.

## **Mahetoidu ostud**

Mahetoidu ostusageduse väljaselgitamiseks küsiti kauplusekülastajailt kas nad on 2011. aasta jooksul mahetooted ostnud. Selgus, et 60% neist, kes oskasid mahe- ja tavatoodetel vahet teha, olid seda teinud, 7% ei olnud selles kindlad ja 33% ei olnud ostnud. Seega mahetoodete ostjate hulk on 4 aastaga veidi suurenenud (2007.a oli ostnud 56%).

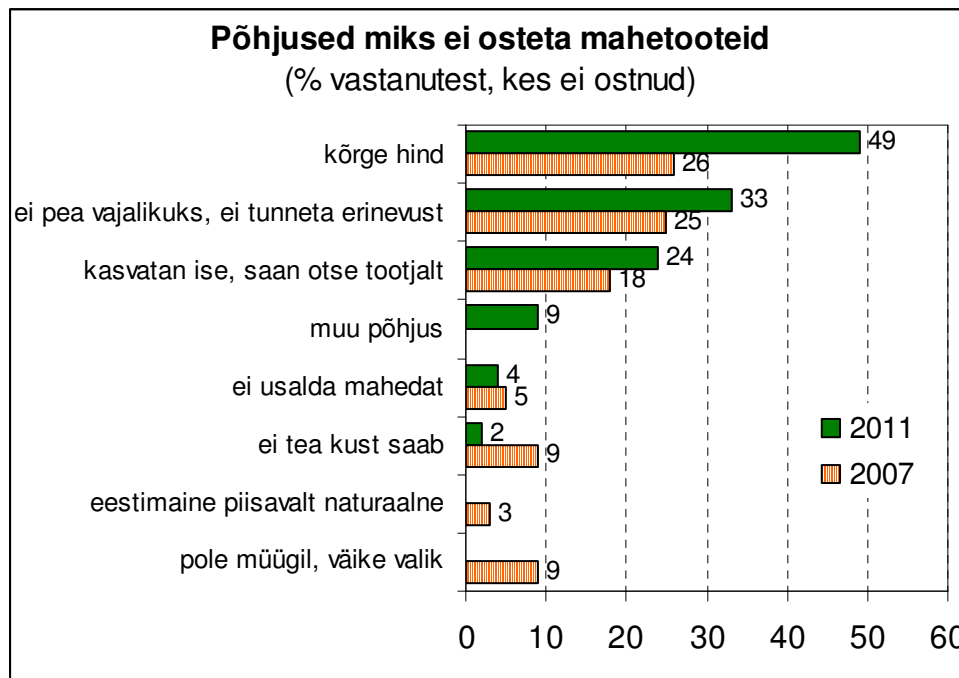
Tallinlastest oli mahetooted 2011. aastal ostnud 73%, tartlastest 49%. Teistest enam oli mahetooted ostnud 31-50-aastased (70%). Erineva haridusega inimeste seas suuri vahesid ei olnud. Keskmisest enam oli mahetoodete ostjaid vastajate seas, kelle kuu netosissetulek pereliikme kohta ületas 390 €. Sealhulgas oli mahetooted ostnud ligikaudu 70% vastajatest, kelle kuu netosissetulek pereliikme kohta ületas 510 €. See ei tähenda veel, et ostud olid sagedased, vähemalt korra enda hinnangul olid nad seda teinud.

## **Mahetoidu ostu takistavad tegurid mitteostjatel**

Neil, kes mahetooted ei ostnud, paluti nimetada miks seda ei tehtud, valikvariante ette ei antud. Põhiliseks põhjuseks miks mahetooted 2011. aastal ei ostetud, oli kõrge hind. Hinnargument on 4 viimase aastaga muutunud varasemast olulisemaks takistuseks mahetoodete ostul. See on ka mõistetav, sest elanike ostujõud on majanduskriisi aastail langenud, 2007. aastal oli aga alles majandusbuum ning ostujõud ja tarbimisuljus oli suurem. Kolmandik

mahetooteid mitteostnutest ei tunneta nende erinevust tavatoodetest või ei pea nende ostmist lihtsalt vajalikuks. Neljandik ei osta seetõttu, et kasvatab neid ise või saab tootjalt otse. Mahetoodete valikut ostu piiravaks teguriks ei nimetanud käesoleval aastal keegi, 2007. aastal takistas see mahetoodete ostu ligi kümnendikul mahetoodete mitteostjatest. Seega, kes soovib, see leiab turult mahetooted ka üles. Muu põhjusena toodi nt seda, et ei tehta enamasti ise sisseoste või et teadlikult pole ostnud. Mahetoodete ostu takistavad tegurid olid 2011. aastal praktiliselt samad mis 2007. aastal.

Joonis 3



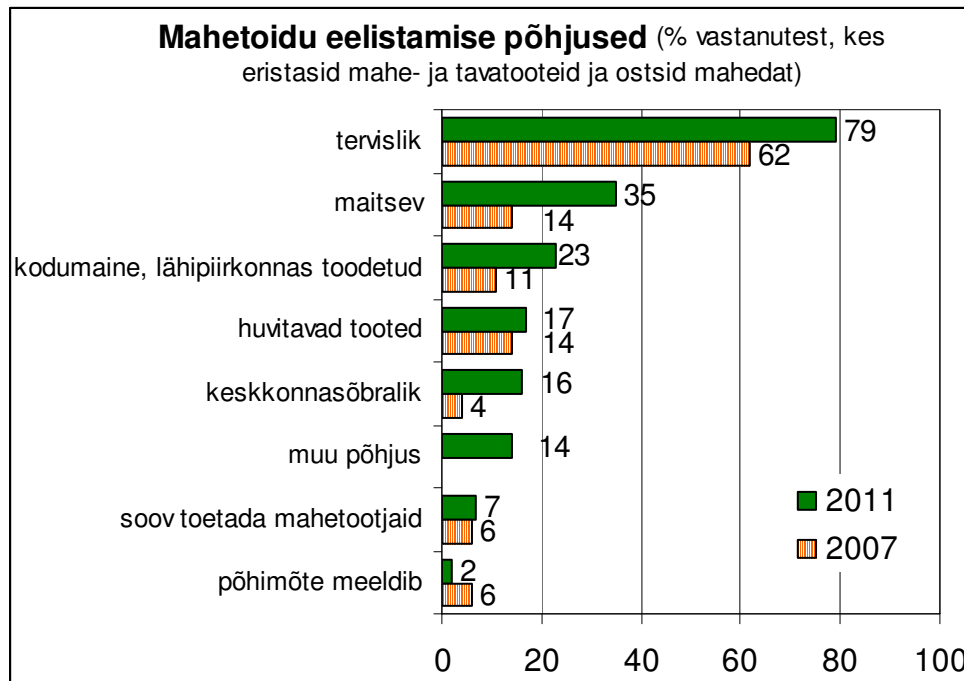
### Mahetoodete ostu põhjused

Mahe- ja tavatoidul vahet tegijatel ja mahetoidu ostjatel küsiti põhjuseid, miks mahetoitu ostetakse. Selgus, et neid ostetakse põhiliselt seetõttu, et mahetooteid peetakse tervislikumaks (79%). See oli olulisim ajend nii 2007. kui ka 2011. aastal ning see motiiv edestas kõiki teisi argumente märgatavalt. Tugevateks mahetoodete ostuargumentideks olid ka maitse (35%), kodumaisus (23%) ja huvitavad tooted (17%). Vabade vastuste seas nimetati korduvalt ka seda, et tavatootena pole mõnda asja saada (nt speltajahust tooted, mõnel pool kama), mistõttu osteti mahetoitu. Samuti osteti mahedat pärast omakasvatatu otsalõppemist. Kui 4 aastat tagasi ei olnud keskkonna argument mahetoodete ostul kuigi tugev, siis 2011. aastal on mahetoodete keskkonnasõbralikkuse tähtsus märgatavalt kasvanud.

Tallinlased ostavad mahetooteid keskmisest enam seetõttu, et tooted on huvitavad (20%), tartlased aga seetõttu, et need on kodumaised või lähipiirkonnast pärit (30%). Jõukamad tarbijad (kuu netosissetulek pereliikme kohta üle 630 €) tõid teistest sagedamini mahetoodete ostupõhjuseks soovi toetada mahetalunikke ja -väikeettevõtjaid (15%) ning keskkonnasõbralikkust (27%). Huvitavate toodete ja toodete kodumaisuse tõttu ostavad mahetoitu teistest sagedamini tarbijad, kelle kuu netosissetulek pereliikme kohta jäi vahemikku 511-629 €

(33%). Tervislikkus oli konkurentsivõimelisim mahetoodete ostuargument kõigis vanusegruppides. Kuni 30-aastaste jaoks olid järgmised ostumotiivid maitsevus (40% ostjatest), kodumaisus (30%) ja keskkonnasõbralikkus (17%). 31-50-aastastel järgnes tervislikkusele maitsevus (34%) ja huvitavad tooted (25%), 51-70-aastastel maitsevus (29%) ja kodumaisus (24%).

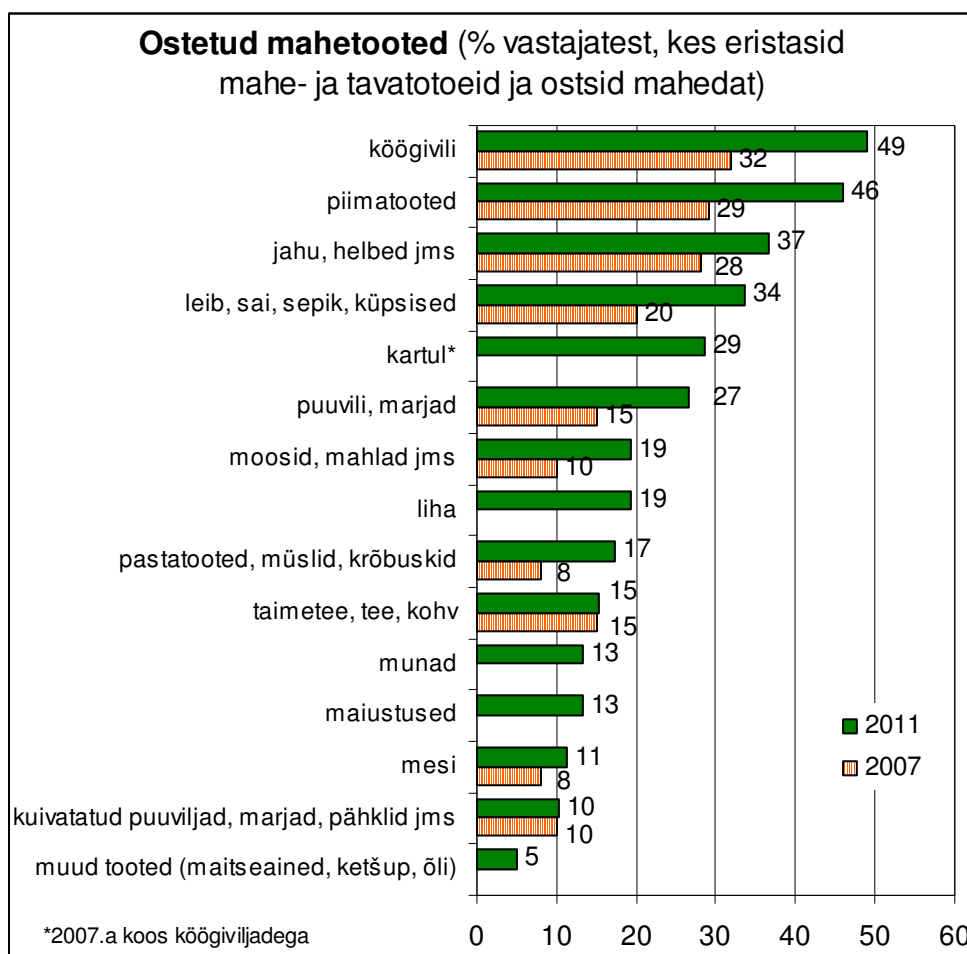
Joonis 4



### Ostetud mahetooted

Ligi pooled mahetoodete ostjatest olid 2011. aastal ostnud maheköögivilju ja –piimatooteid. Veidi üle kolmandiku olid ostnud teraviljatooteid, veerand ostjatest ostsid puuvilja ja marju, viiendik moose ja mahlu ning liha. Teisi tooteid ostis vähem mahehuvilisi. Võrreldes 2007. aastaga on ostetud mahetoodete pingerida üsna sarnane, kuid mahetoodete tarbijate hulk on iga tootegrupi puhul kasvanud. Seda on võimaldanud nii tootevaliku kui mahetoodete kättesaadavuse paranemine. Igal aastal on turule tulnud uusi mahetooteid ning alates 2008. aastast on võimalik osta ka maheliha. Mahetooteid ostnud tallinlasi oli praktiliselt iga tootegrupi puhul selgelt enam kui tartlaste seas, v.a pastatooted, müsliid, krõbuskid, mille ostjate osakaal oli tartlaste seas suurem. Kõige suurem oli erinevus kahe linna vahel maheliha ostmisel – tallinlastest oli seda ostnud 31% mahetoodete ostjatest, Tartus aga vaid 5%. Siin on tõenäoliselt tegemist maheliha kättesaadavuse suure erinevusega. Tartust saab maheliha osta vaid ökopoodidest, Lõunakeskuse taluturul ja Lõuna-Eesti Toiduvõrgustikult, Tallinnas on müügiõrgustik laiem, on rohkem ökopoode ja maheliha võib leida ka suurematest poodidest, nt Haabersti Rimist. Suur oli erinevus ka puuvilja ja marjade (Tln 31%, Trt 18%), piimatoodete (Tln 53%, Trt 34%), köögivilja (Tln 53%, Trt 41%), leiva, sepiku, saia ja küpsiste (Tln 38%, Trt 25%) ning munade (Tln 18%, Trt 7%) osas.





### Hinnangud valikule ja kvaliteedile

Uuringus paluti mahetoodete eristajatel ja ostjatel hinnata kauplustes pakutava mahetoidu valikut ja kvaliteeti. Valiku osas oldi kriitilisemad kui kvaliteedi osas (tabel 1). Kui kvaliteedi osas olid pealinlaste ja tartlaste hinnangud väga sarnased, siis valikuga olid tallinlased rahul enam kui tartlased – enamasti rahul oli 46% tallinlastest ja 33% tartlastest, enamasti mitte rahul oli 15% tallinlastest ja 28% tartlastest. Selle põhjuseks on tõenäoliselt asjaolu, et Tallinnas on spetsiaalseid ökopoode, kus on lai valik erinevaid mahetooteid, tunduvalt rohkem kui Tartus. Vastajad märkisid mitmel korral, et sooviksid ka ostukeskustest ja supermarketitest saada laiemat valikut mahetooteid.

Tabel 1

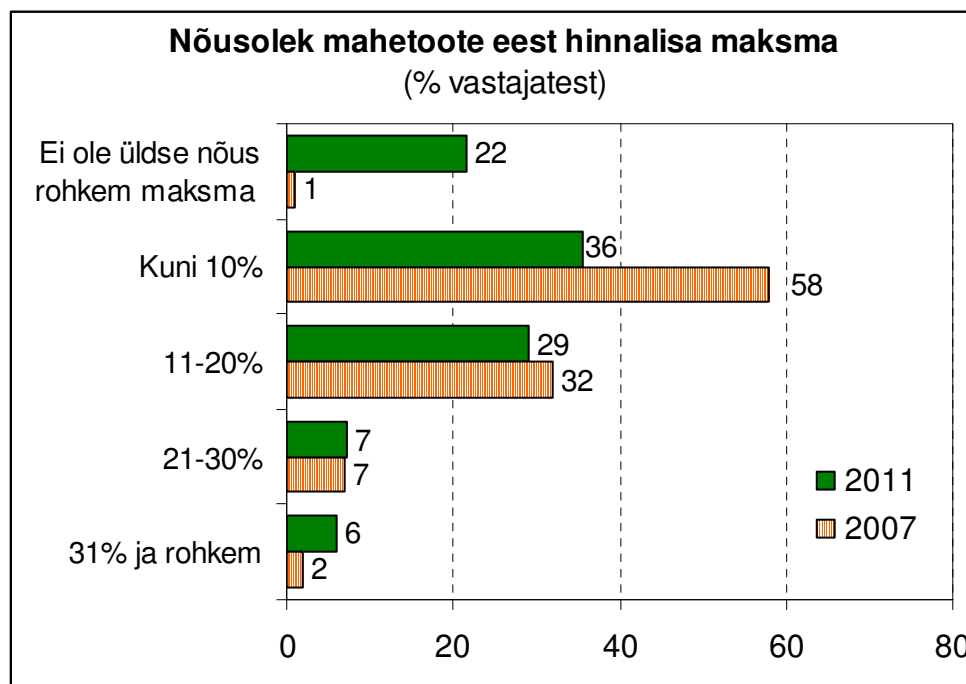
Rahulolu kauplustes pakutavate mahetoodete valiku ja kvaliteediga 2011.a  
(% vastajatest, kes eristasid mahe- ja tavatooteid ja ostsid mahedat)

	valik	kvaliteet
Jah, enamasti	40	78
Mõnikord olen, mõnikord mitte	39	20
Enamasti mitte	21	2

### Aktsepteeritav mahetoodete hinnalisa

Mahetooted on kauplustes reeglina kallimad kui tavatooted. Kõigilt küsitletud kaupluseküllastajatelt uuriti kas ja kuivõrd nad on mahetoodete eest nõus rohkem maksta kui tavatoodete eest. Suurem osa (36%) küsitlusele vastajaist oli nõus mahetoodete eest maksta kuni 10% kõrgemat hinda, 29% vastajatest aktsepteeris kuni 20%-list hinnalisa. Võrreldes majandusbuumi aegse 2007. aastaga on tarbijate valmisolek mahetoote eest rohkem maksta tunduvalt vähenenud – koguni 22% neist pole nõus maksta mingit hinnalisa (2007.a 1%). Samas on suurenenud ka nende osa, kes on valmis mahetooteid ostma enam kui 30% tavatootest kallimalt, mis näitab mahetoidu püsiklientuuri laienemist.

Joonis 6



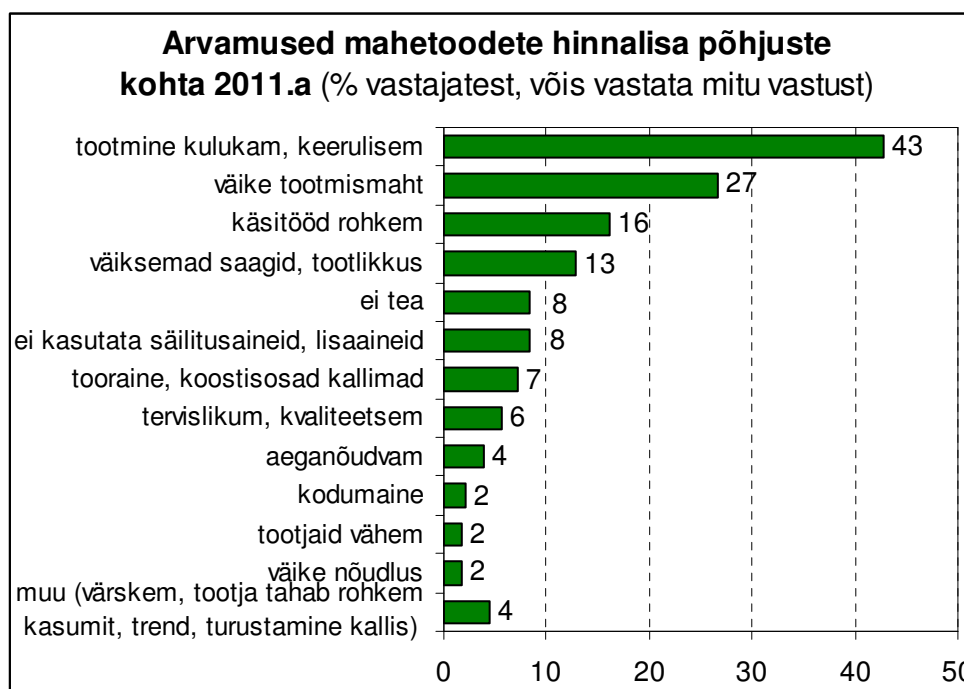
Linnade vahel ilmsid mõningad erinevused – tallinlaste seas oli enam neid, kes olid mahetoote eest nõus maksta kuni 20% enam (Tln 37%, Trt 21%), tartlased piirdusid meeleldi sama hinna (Tln 17%, Trt 27%) või kuni 10%-lise hinnalisaga (Tln 34%, Trt 38%). Ka vanuselisel ja erinevate sissetulekute taseme poolest oli valmisolekus mahetoote eest kõrgemat hinda maksta erinevusi. Mida nooremad inimesed, seda rohkem oli neid, kes olid nõus hinnalisa maksta. Inimesed, kelle sissetulek pereliikme kohta kuus oli suurem kui 390

€, olid keskmisest sagedamini nõus mahetoodete eest rohkem maksma, kui väiksemate sissetulekutega tarbijad.

### Mahetoodete hinnalisa põhjused

Mahetoidu kõrgemat hinda võrreldes tavatootega põhjendati enamasti kulukama ja keerulisema tootmise (43%), väiksema tootmismahu (27%), käsitöömahukuse (16%) ning väiksemate saakide ja tootlikkusega (13%). Vaid 8% vastajatest ei osanud ühtki põhjust nimetada. Seega valdavalt tunnetavad Eesti tarbijad mahetoodete hinnalisa põhjendatust.

Joonis 7



### Mahetoodete ostukavatsused

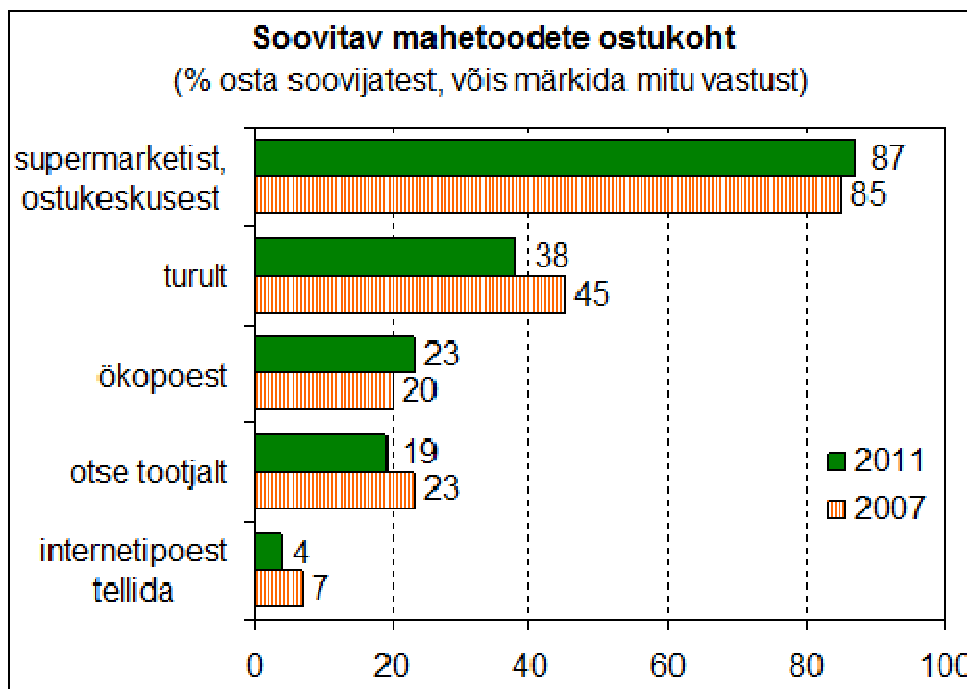
Mahetoodete tarbijaskond Eestis järgmisel aastal eeldatavalt laieneb. 73% küsitlusele vastanutest kavatses järgmisel aastal mahetooteid osta, 18% ei ole selles kindel ning 9% ei soovi neid osta. Tallinlased olid oma ostusoovis märksa kindlamad kui tartlased, mahetooteid kavatses järgmisel aastal osta Tallinnas 82% ja Tartus 66% vastajatest, võibolla ostavad vastavalt 10% ja 25% vastajaist. Mahetoodetest mittehuvitatute hulk oli mõlemas linnas praktiliselt sama. Enim potentsiaalseid mahetoodete ostjaid on 31-70-aastaste tarbijate seas, neist ligi 80% kavatses järgmise aasta jooksul mahetooteid osta. Nooremate ja vanemate hulgas jäi see osakaal alla 70%, nende seas on rohkem kahtlejaid (23-25%). Sissetulekute poolest on lähema aasta jooksul enam mahetoodete ostjaid (77-84%) 391-630 € sissetulekurühmas (neto kuus pereliikme kohta). Teistes sissetulekurühmades on rohkem kahtlejaid ja mahetoodete mitteostjaid.

Kuigi inimeste soovid ja tegelik käitumine alati ei kattu, võib siiski öelda, et mahetoodete potentsiaalseid tarbijaid, kes põhimõtteliselt sooviks neid osta, on Eestis rohkesti. Paljude jaoks on takistavaks teguriks mahetoodete hind, nagu eespool selgus. Seetõttu jäävad mahetoodete ostud paljudel harvaks. Kuid suure osa tarbijate meelestatus lubab tarbijate jõukuse kasvades mahetoodetele müügikasvu.

### Mahetoodete ostukoht

Neilt, kes mahetooteid tulevikus osta kavatsesid, küsiti kust kohast nad seda meeleldi teeksid. Vastata võis mitu vastust. Selgus, et jätkuvalt soovitakse mahetooteid osta enim supermarketitest ja ostukeskustest (87% osta soovijatest), sest seal tehakse suurem osa igapäevastest ostudest. Samuti on ostukeskused kauem lahti ja need töö ja kodu vahepeale. 38% tarbijate jaoks oli oluliseks ostukohaks turud, 23%-le ökopoed ning 19% sooviks neid osta otse tootjalt. Suuri muutusi viimase 4 aasta jooksul siin toimunud ei ole. Vaid turgudelt osta soovijate hulk on 7%-punkti võrra vähenenud, muude ostukohtade osas on muutused väiksemad.

Joonis 8



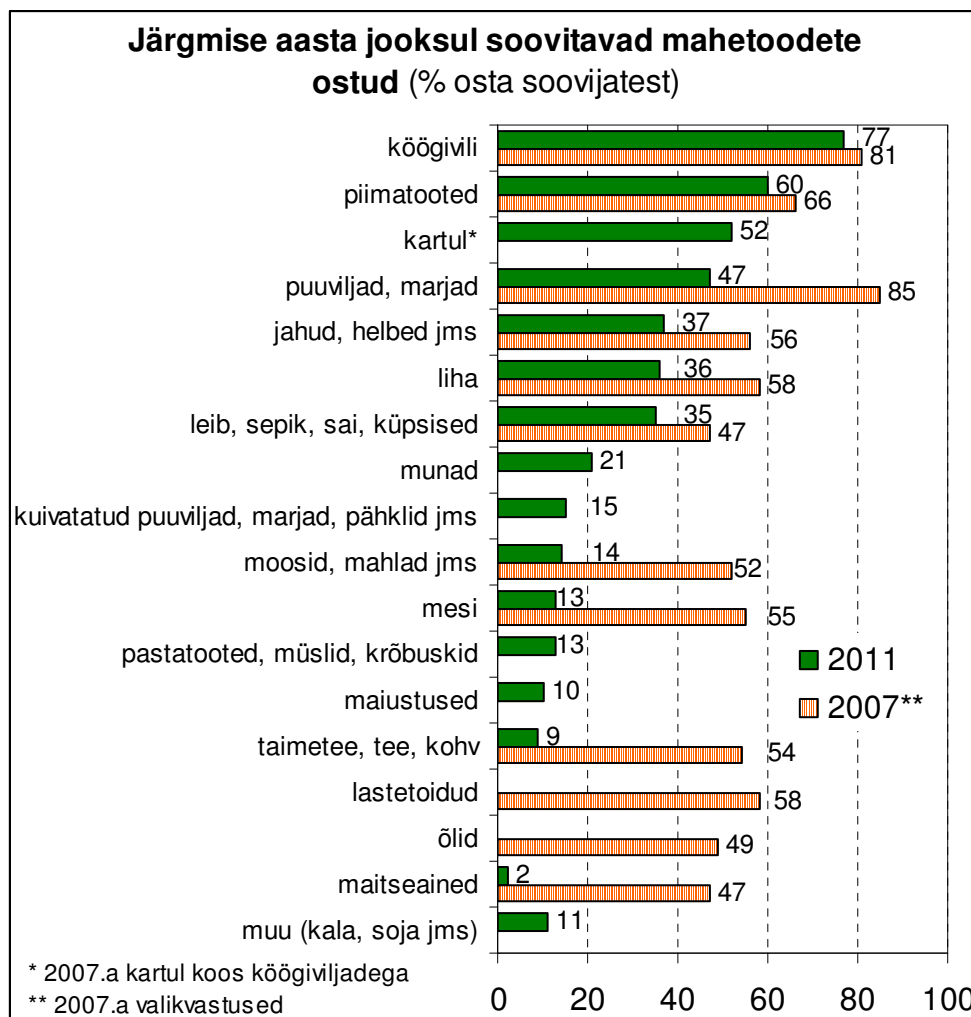
Linnade vahel erinevusi ostukeskuste, ökopoodide ja interneti osas ei olnud. Tallinlased soovisid tartlastest enam mahetooteid osta otse tootjatelt (vastavalt 22% ja 16% osta soovijaist), tartlased aga pealinlastest enam turult (vastavalt 41% ja 35%). Ostukohtade osas oli erinevusi ka vanusegrupiti – kuni 50-aastaste seas oli keskmisest rohkem supermarketite ja ostukeskuste eelistajaid (89-90% osta soovijatest), üle 71-aastaste seas turgudelt osta soovijaid (67%). 31-50-aastasest 30% soovisid mahetooteid osta ökokauplustest, kuni 30-aastaste seas oli neid vaid 15%. Otse tootjatelt soovisid mahetooteid keskmisest rohkem osta 31-70-aastased (25-26%), teised vähem.

### Mahetoodete ostusoovid tootegrupiti

Kauplusekülastajate intervjuudes küsiti mahetooteid osta soovijailt ka seda, milliseid mahetooteid järgmise aasta jooksul osta kavatsetakse. Kui 2007. aastal loeti tootegrupid vastajaile ette, siis seekord mitte. Seega 2007. aasta uuringus oli tegemist nn aidatud vastustega, 2011. aastal märgiti vaid need tootegrupid, mida vastajad ise ütlesid. Sellest ka kohati suur erinevus pakutud tootegruppide esinemissagedustes. Nende kahe aasta andmeid tuleks seega võrrelda pigem tootegruppide pingerea osas, mitte niivõrd vastuste esinemissageduste osas.

Mõlemal aastal olid enamsoovitud mahetoodeteks köögivilid, piimatooted ning puuvili ja marjad. Üle kolmandiku vastajatest nimetas 2011. aastal ka jahusid ja helbed, liha ja pagari-tooteid. Teiste toodete huvilisi oli vähem. Mitmed vastajad sooviksid osta mahetoodetena kõiki põhitoiduaineid.

Joonis 9



### **Teavitustöö ja reklaami piisavus**

Mahetoidu teavitustööd ja reklaami pidas piisavaks 30% ja mittepiisavaks 55% vastajatest, ülejäänud ei osanud öelda. Linnade vahel erinevusi siin polnud. Vanuseliselt oli üle 50-aastaste seas keskmisest rohkem teavitustööd ja reklaami piisavaks hinnanud. Kuid rahulolematuid oli kuni 70-aastaste hulgas igas vanusegrupis selgelt rohkem kui rahulolevaid.

Viimasel aastal on ajakirjanduses ja ka televisioonis mahepõllumajanduste ja mahetoitu käsitletud üksikute temadena, kuid laiahaardelist tarbijale suunatud terviklikku kampaaniat ei ole toimunud. Järjepidevamalt on mahepõllumajanduse teemat kajastanud viimasel aastal Eesti Toidu rubriik DELFis.

Seega tuleb maheturu kiiremaks arenguks jätkata ja parandada tarbija informeerimist mahe- toodetest – tootmis- põhimõtetest, uutest toodetest, müügikohtadest, märgistusest, mõjust keskkonnale jms. Kasutada tuleks kõiki erinevaid kanaleid: televisioon, ajakirjandus, raadio, seminarid erinevatele sihtgruppidele jne.

### **Nõusolek geneetiliselt muundatud toidu ja toidu, mille tootmisel on kasutatud GM saadusi, söömiseks**

Lisaks mahetoodetele küsiti kauplusekülastajatelt ka seda, kas nad on nõus sööma geneetiliselt muundatud (GM) toitu ja toitu, mille tootmisel on kasutatud GM-saadusi, nt looma- sööta. Mõlema tootegrupi osas olid vastused sarnased – 63% ei soovi sellist toitu süüa, 21-22% soovib, ülejäänud ei osanud öelda. GM-toidu osas olid tartlased positiivsemalt meelestatud – 27% oli nõus neid sööma (tallinlastest 15%), pealinlaste hulgas oli aga keskmisest enam kahtlejaid (20%, tartlastest 11%). Ka toidu puhul, mille tootmisel on kasutatud GM saadusi olid tartlased leplikumad – 26% oli nõus neid sööma (tallinlastest 15%). Samas oli tallinlaste seas keskmisest rohkem sellise toidu vastaseid – 68% ei olnud nõus seda sööma (tartlastest 58%).

Tabel 2

Elanike nõusolek tarbida geneetiliselt muundatud (GM) toitu ja toitu, mille tootmisel on kasutatud GM-saadusi, nt sööta (% vastajatest).

	GM toit	Toit, mille tootmisel on kasutatud GM saadusi
Jah	22	21
Ei	63	63
ei oska öelda	15	16

Selgelt eristusid noored kuni 30-aastased, kellest 35% olid nõus sööma nii GM toitu, kui toitu, mille tootmisel on kasutatud GM saadusi, 48-49% ei olnud nõus, ülejäänutel arvamus puudus. Kõige rohkem GM-toidu vastaseid oli vanimas vanusegrupis (üle 71-aastased), kellest vaid 8% olid nõus sellist toitu sööma, 84% ei olnud nõus sööma GM-toitu ja 77% ei olnud nõus sööma toitu, mille tootmisel on kasutatud GM saadusi. Keskmisest kriitilisemad olid GM-toitude suhtes ka 31-50-aastased. 51-70-aastaste seas oli keskmisest enam neid (22-25%), kel arvamus puudus. Kõrgharidusega vastajaist ligikaudu veerand (24-27%) oli neid

toitusid nõus sööma, kesk- ja keskeri haridusega inimeste seas oli selliseid 14-16%. Viimaste hulgast iga viies ei osanud oma seisukohta öelda. Mida haritum vastaja, seda kindlamalt oli tal arvamus välja kujunenud, kas siis poolt või vastu.

## Kokkuvõte

Käesolevast uuringust selgus, et mahetooteid eristasid tarbijad tavatoodetest põhiliselt selle järgi, et mahetooteid kasvatatakse mineraalväetisteta. Samuti mainiti mahetoodete erisusena sagedamini ära nende kemikaalivabadust, tervislikkust, naturaalsust, taimekaitsevahendite ja säilitusainete mittekasutamist.

Suuremale osale kauplusekülastajaist (82%), kes oskasid mahe- ja tavatoodetel vahet teha, olid mahetooded 2011. aastal silma jäänud. Seda on rohkem kui 2007. aastal. 54% neist tundsid mahetoodet teiste seast ära märgistuse järgi, 34% ökomärgi järgi ja 15% pakendil oleva tekstiviite järgi.

Eesti riiklikku ökomärki oskas ilma kõrvalise abita vähem või rohkem kirjeldada 54% vastajatest, sh 41% kirjeldas seda detailselt ja õigesti, 13% oskas nimetada vaid rohelist värvi. Ülejäänud kas ei osanud või andsid väga ebamääraseid või valesid vastuseid.

2011. aastal oli mahetooteid ostnud 60% vastajatest (2007.a 56%), kes oskas mahe- ja tavatoodetel vahet teha, 7% kahtles, kas oli ostnud, 33% ei olnud ostnud. Mitteostmise peamise põhjusena toodi ära mahetoodete kõrge hind (49% mitteostjatest). Kolmandik mitteostjatest ei pea aga mahetoodete ostmist vajalikuks, neljandik kasvatab neid ise või saab tootjalt otse. Mahetooteid ostetakse aga peamiselt seetõttu, et neid peetakse tervislikuks (79% ostjatest). See oli olulisim ajend nii 2007. kui ka 2011. aastal. Tugevateks mahetoodete ostuargumentideks olid ka maitse, kodumaisus ja huvitavad tooted. Mahetoodetest osteti peamiselt köögivilju, piimatooteid, teraviljatooteid, puuvilju ja marju ning moose ja mahlu.

Mahetoodete valikuga kauplustes oli enamasti rahul 40%, mõnikord rahul 39% ja enamasti ei olnud rahul 21% mahetoodete ostjatest. Mahetoodete kvaliteedihinnangud olid kõrgemad kui valikul – 78% ostjatest oli enamasti rahul, 20% mõnikord rahul ja 2% enamasti mitterahul. Seega tarbijad on mahetoodet hästi vastu võtnud, probleeme nende ostmisel tekitab peamiselt kõrge hind. 2011. aastal ei olnud 22% vastajatest nõus mahetoodete eest mingit hinnalisa maksma, 2007. aastal vaid 1%. Suurem osa (36%) küsitlusele vastajaist oli nõus mahetoodete eest maksma kuni 10% kõrgemat hinda, 29% vastajatest aktsepteeris kuni 20%-list hinnalisa, ülejäänud olid nõus ka suurema hinnalisaga. Enamik vastajaid tunnetasid mahetoodete hinnalisa põhjendatust (suuremad tootmiskulud, väiksem tootlikkus jms), vaid 8% ei osanud selle põhjuseid nimetada.

Küsitlusest selgus, et mahetoodete tarbijaskond on Eestis veelgi laienemas – 73% vastanutest plaanib järgmisel aastal mahetooteid osta, 9% ei soovi seda, ülejäänud polnud kindlad. Seega on Eesti tarbijad suhteliselt mahetoodete pooldajad ning ostujõu edenedes ostetakse mahetooteid kindlasti sagedamini kui praegu. Suurem osa mahetoodete tarbijaist soovib mahetoitu osta supermarketitest või ostukeskustest (87% osta soovijatest). Kuid mahekliente peaks jaguma ka turgudele (38% osta soovijaist), ökopoodidele (23%) ja otse tootjatelt ostma (19%).



Nii 2007. kui ka 2011. aastal sooviti mahetoodetest enam osta köögivilja, piimatooteid, puuvilju ja marju, aga ka jahusid ja helbeid, liha ja pagaritooteid. Teiste toodete huvilisi oli vähem.

Mahetoidu teavitustöö ja reklaami osas on veel palju ära teha, sest 55% küsitlusele vastajatest pidas seda praegu veel ebapiisavaks. 30% vastajatest on praeguse informeeritusega rahul.

Lisaks mahetoidule küsiti kauplusekülastajatelt ka seda, kas nad on nõus sööma geneetiliselt muundatud (GM) toitu ja toitu, mille tootmisel on kasutatud GM-saadusi, nt loomakasvatuses GMO-sööta. Selgus, et 63% vastanutest ei soovi sellist toitu süüa, veidi üle 20% soovib, ülejäänud ei osanud öelda.

## Vastajate sotsiaaldemograafilised näitajad (% vastajatest)

	2011	2007
Sugu		
Naine	67	83
Mees	33	17
Vanus		
kuni 30	35	36
31-50	38	33
51-70	20	25
üle 71	7	6
Rahvus		
Eestlane	92	...
venelane	6	...
muu	2	...
Haridus		
alg- või põhiharidus	3	4
kesk- või keskeriharidus	47	50
kõrgharidus	50	46
Netosissetulek      pereliikme		
kohta kuus		
kuni 130 €	5	6
131-260 €	11	19
261-390 €	24	25
391-510 €	20	18
511-629 €	18	32
üle 630 €	22	

## 2011. aasta küsitluse vastuste jagunemine üldjaotuste kaupa

### 1. Mille poolest erineb mahetoit tavatoidust Teie arvates? (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)

Ei kasutada mineraalväetisi	39
Kemikaalivaba	26
Tervislik	22
Looduslik, naturaalne	17
Ei kasutada taimekaitsevahendeid	15
Säilitusainevaba	14
Maitsvam	8
Keskkonnasõbralik	2
Lisaainete vaba	7
Puhtam	7
Kasutatakse vähem kemikaale	7
Hinnalt kallim	6
Kodumaine	5
Toodetud talus, väiketootjate poolt	4
Rohkem inimtööjõudu vajav	1
Loomade heaolu tagatud	1

### 2. Kas olete kauplustes mahetoidutooteid 2011. aasta jooksul märganud? (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)

Jah	82
Ei	12
Ei oska öelda	6

### 3. Mille järgi tunnete ära mahetoidu? (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)

Märgistus	54
Mahelett tavapoes	34
Ökomärk	33
Pakendil kirjas	15
Sildid juures, rohelised	13
Ei tea	13
Välimus, pakend	8
Kindlad tootjad	7
Müüakse mahepoes	6
Hind	3
Maitse erinev	2
Koostises pole säilitusaineid	1

### 4. Palun kirjeldage Eesti ökomärki (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)

Roheline, lehega, ökokiri	41
Ei oska öelda	39
Roheline	13
Ebamäärane, vale vastus (nt pääsukesemärk)	7

**5. Kas olete mahetoitu 2011. aasta jooksul ostnud? (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)**

Jah	60
Ei	33
Ei oska öelda	7

**6. Kui ei, siis miks Te ei osta mahetoidutooteid? Võis märkida mitu vastust. (% mitteostnutest)**

Kõrge hind	49
Ei pea vajalikuks, ei tunneta erinevust	33
Kasvatan ise, saan otse tootjalt	24
Muu põhjus	9
Ei usalda mahedat	4
Ei tea kust saab	2

**7. Kui olete ostnud, siis mis on põhjuseks, miks ostate mahetoitu? Võis märkida mitu vastust. (% vastanutest, kes oskas mahedat eristada ja ostis)**

Tervislik	79
Maitsev	35
Kodumaine, lähipiirkonnas toodetud	23
Huvitavad tooted	17
Keskkonnasõbralik	16
Muu põhjus	14
Soov toetada mahetootjaid	7
Põhimõtte meeldib	2

**8. Milliseid mahetoidutooteid olete viimase aasta jooksul ostnud? Võis märkida mitu vastust. (% vastanutest, kes oskas mahedat eristada ja ostis)**

Köögivil	49
Piimatooted	46
Jahu, helbed jms	37
Leib, sai, sepik, küpsised	34
Kartul	29
Puuvili, marjad	27
Moosid, mahlad jms	19
Liha	19
Pastatooted, müsliid, krõbuskid	17
Taimetee, tee, kohv	15
Munad	13
Maiustused	13
Mesi	11
Kuivatatud puuviljad, marjad, pähklid jms	10
Muud tooted (maitseained, ketšup, õli)	5

**9. Kas olete üldiselt rahul kauplustes pakutava mahetoidu valiku ja kvaliteediga? (% vastanutest, kes oskas mahedat eristada ja ostis)**

	valikuga	kvaliteediga
Jah, enamasti	40	78
Mõnikord olen, mõnikord mitte	39	20
Enamasti mitte	21	2

**10. Kas ja kui palju olete nõus mahetoote eest maksma rohkem kui tavatoote eest?**

Ainult üks vastus. (% vastanutest)

Ei ole üldse nõus rohkem maksma	22
Kuni 10%	36
11-20%	29
21-30%	7
31-50%	4
Üle 50%	2

**11. Mis on Teie arvates mahetoidutoodete hinnalisa põhjuseks? Võis vastata mitu vastust.**

(% vastanutest)

Tootmine kulukam, keerulisem	43
Väike tootmismah	27
Käsitööd rohkem	16
Väiksemad saagid, tootlikkus	13
Ei tea	8
Ei kasutata säilitusaineid, lisaaineid	8
Tooraine, koostisosad kallimad	7
Tervislikum, kvaliteetsem	6
Aeganõudvam	4
Kodumaine	2
Tootjaid vähem	2
Väike nõudlus	2
Muu (värskem, tootja tahab rohkem kasumit, trend, turustamine kallis)	4

**12. Kas soovite järgmise aasta jooksul mahetoitu osta? (% vastanutest)**

Jah	73
Ei	9
Võibolla	18

**13. Kust soovite osta mahetoitu? Võis märkida mitu vastust. (% osta soovijatest)**

Supermarketist, ostukeskusest	87
Turult	38
Ökopoest	23
Otse tootjalt	19
Internetipoest tellida	4

**14. Milliseid mahetoidutooteid Te soovite osta? Võis märkida mitu vastust. (% osta soovijatest)**

Köögivilid	77
Piimatooted	60
Kartul	52
Puuviljad, marjad	47
Jahud, helbed jms	37
Liha	36
Leib, sepik, sai, küpsised	35
Munad	21
Kuivatatud puuviljad, marjad, pähklid jms	15
Moosid, mahlad jms	14
Mesi	13
Pastatooted, müsliid, krõbuskid	13
Maiustused	10
Taimetee, tee, kohv	9
Maitseained	2
Muu (kala, soja jms)	11

**15. Kas Teie arvates on Eestis mahetoidule tehtav reklaam/teavitustöö piisav? (% vastanutest)**

Jah	30
Ei	55
Ei oska öelda	15

**16. Kas oleksite nõus tarbima geneetiliselt muundatud toitu? (% vastanutest)**

Jah	22
Ei	63
Ei oska öelda	15

**17. Kas oleksite nõus tarbima toitu, mille tootmisel on kasutatud GM saadusi, näiteks loomakasvatustes GMO-sööta? (% vastanutest)**

Jah	21
Ei	63
Ei oska öelda	16

### Vastuste jagunemine mõningate sotsiaal-demograafiliste näitajate järgi

**1. Mille poolest erineb mahetoit tavatoidust Teie arvates? (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)**

	keskm	Kaupluse asukoht		Vanus				Haridus		
		Tallinn	Tartu	Kuni 30	31-50	51-70	Üle 71	Alg- ja põhi	Kesk- ja keskeri	Kõrg
Ei kasutata mineraalväetisi	39	34	44	41	28	45	69	0	41	40
Tervislik	22	26	19	29	18	26	8	33	25	20
Vähem kemikaale	7	10	3	3	7	13	0	17	4	8
Toodetud talus, väiketootjate poolt	4	3	5	5	4	0	0	0	1	6
Rohkem inimtööjõudu vajav	1	3	0	2	0	3	0	0	1	1
Looduslik, naturaalne	17	18	16	21	12	16	23	33	16	16
Kodumaine	5	5	6	3	6	3	15	0	7	5
Säilitusainevaba	14	16	16	16	13	13	8	17	20	8
Lisainete vaba	7	9	6	2	10	10	8	0	7	8
Hinnalt kallim	6	5	7	3	7	6	8	0	7	6
Maitsvam	8	14	3	9	9	6	8	17	9	7
Keskkonnasõbralik	2	1	3	5	1	0	0	0	0	5
Ei kasutata taimemürke	15	15	16	16	13	13	31	0	9	22
Kemikaalivaba	26	23	30	29	28	13	31	0	28	26
Loomade heaolu tagatud	1	0	2	2	1	0	0	0	1	1
Puhtam	7	13	2	2	15	3	0	17	8	6

**2. Kas olete kauplustes mahetoidutooteid 2011. aasta jooksul märganud? (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)**

	jah	ei	ei oska öelda
Keskmine	82	12	6
Kaupluse asukoht			
Tallinn	91	4	5
Tartu	73	20	7
Vanus			
kuni 30	74	19	7
31-50	89	9	2
52-70	81	9	6
üle 71	69	8	23

**3. Mille järgi tunnete ära mahetoidu? (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)**

	keskm	Tallinn	Tartu
Märgistus	54	60	47
Mahelett tavapoes	34	18	15
Ökomärk	33	19	49
Pakendil kirjas	15	15	14
Sildid juures, rohelised	13	9	7
Ei tea	13	0	0
Välimus, pakend	8	7	3
Kindlad tootjad	7	3	7
Müüakse mahepoes	6	1	3
Hind	3	4	0
Maitse erinev	2	0	2
Koostises pole säilitusaineid	1	60	47

**4. Palun kirjeldage Eesti ökomärki (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)**

	keskm	Kauplus		Vanus				Haridus		
		Tallinn	Tartu	kuni 30	31-50	51-70	üle 71	alg, põhi	kesk, keskeri	kõrg
Roheline, lehega, ökokiri	41	48	33	31	49	45	31	17	44	39
Ei oska öelda	39	36	41	43	30	58	46	83	35	40
Roheline	13	10	16	16	18	6	0	0	12	15
Ebamäärane, vale vastus (nt pääsukesemärk)	7	6	9	10	4	6	23	0	9	7

**5. Kas olete mahetoitu 2011. aasta jooksul ostnud? (% vastajatest, kes oskasid mahedat eristada)**

	jah	ei	ei oska öelda
Keskm	60	33	7
Kaupluse asukoht			
Tallinn	73	18	9
Tartu	49	47	4
Vanus			
kuni 30	51	37	12
31-50	70	25	5
51-70	55	42	3
üle 71	62	38	0
Haridus			
alg, põhi	60	40	0
kesk, keskeri	57	36	7
Kõrg	62	31	7
Netosissetulek pereliikme kohta kuus			
kuni 130 €	50	50	0
131-260 €	53	35	12
261-390 €	47	43	10
391-510 €	61	36	3



511-629 €	68	28	4
üle 630 €	71	21	8

**6. Kui ei, siis miks Te ei osta mahetoidutooteid?** Võis märkida mitu vastust. (% mitteostnutest)

	keskm	Tallinn	Tartu
Kõrge hind	49	54	48
Ei pea vajalikuks, ei tunneta erinevust	33	31	33
Kasvatan ise, saan otse tootjalt	24	31	21
Ei usalda mahedat	4	0	5
Ei tea kust saab	2	0	2
Muu põhjus	9	8	10

**7. Kui olete ostnud, siis mis on põhjuseks, miks ostate mahetoitu?** Võis märkida mitu vastust. (% vastanutest, kes oskas mahedat eristada ja ostis)

	Keskm	Kauplus		Vanus				Netosissetulek pereliikme kohta kuus					
		Tallinn	Tartu	kuni 30	31-50	51-70	üle 71	kuni 130 €	131-260 €	261-390 €	391-510 €	511-629 €	üle 630 €
Tervislik	79	80	75	77	77	76	88	100	78	79	81	61	81
Maitsev	35	35	34	40	34	29	25	0	11	26	38	44	38
Huvitavad tooted	17	20	14	10	25	12	13	33	0	21	14	33	12
Kodumaine, lähipiirkonnas toodetud	23	18	30	30	20	24	13	0	33	11	29	33	23
Soov toetada mahetootjaid	7	4	11	10	7	6	0	0	11	0	5	6	15
Keskonnasõbralik	16	15	18	17	20	12	0	0	11	16	10	17	27
Põhimõtte meeldib	2	2	2	3	2	0	0	0	0	5	5	0	0
Muu põhjus	14	16	11	7	20	18	0	0	22	16	14	0	15

**8. Milliseid mahetoidutooteid olete viimase aasta jooksul ostnud?** Võis märkida mitu vastust. (% vastanutest, kes oskas mahedat eristada ja ostis)

	keskm	Tallinn	Tartu
Köögivilid	49	53	41
Piimatooted	46	53	34
Jahu, helbed jms	37	38	32
Leib, sai, sepik, küpsised	34	38	25
Kartul*	29	29	25
Puuvili, marjad	27	31	18
Moosid, mahlad jms	19	24	14
Liha	19	31	5
Pastatooted, müsliid, krõbuskid	17	16	18
Taimetee, tee, kohv	15	20	9
Munad	13	18	7
Maiustused	13	24	0
Mesi	11	13	9
Kuivatatud puuviljad, marjad, pähklid jms	10	15	5

Muud tooted (maitseained, ketšup, õli) 5 5 5

**9. Kas olete üldiselt rahul kauplustes pakutava mahetoidu valiku ja kvaliteediga? (% vastanutest, kes oskas mahedat eristada ja ostis)**

	keskm	Tallinn	Tartu
<b>Valikuga</b>			
Jah, enamasti	40	46	33
Mõnikord olen, mõnikord mitte	39	39	39
Enamasti mitte	21	15	28
<b>Kvaliteediga</b>			
Jah, enamasti	78	78	79
Mõnikord olen, mõnikord mitte	20	20	19
Enamasti mitte	2	2	2

**10. Kas ja kui palju olete nõus mahetoote eest maksuma rohkem kui tavatoote eest?**

Ainult üks vastus. (% vastanutest)

	Ei ole üldse nõus rohkem maksuma	Kuni 10% rohkem	11-20% rohkem	21-30% rohkem	31-50% rohkem	Üle 50% rohkem
keskm	22	36	29	7	4	2
<b>Kauplus</b>						
Tallinn	17	34	37	6	5	1
Tartu	27	38	21	9	3	2
<b>Vanus</b>						
kuni 30	18	47	23	6	5	1
31-50	18	29	38	9	3	3
51-70	30	30	28	6	6	0
üle 71	38	38	16	8	0	0
<b>Netosissetulek pereliikme kohta kuus</b>						
kuni 130 €	50	37	13	0	0	0
131-260 €	26	53	16	0	5	0
261-390 €	33	41	17	2	7	0
391-510 €	12	43	36	6	3	0
511-629 €	16	28	37	16	0	3
üle 630 €	16	26	37	11	5	5

**11. Mis on Teie arvates mahetoidutoodete hinnalisa põhjuseks? Võis vastata mitu vastust.**  
(% vastanutest)

	keskm	Tallinn	Tartu
Tootmine kulukam, keerulisem	43	37	48
Väike tootmismah	27	23	30
Tervislikum, kvaliteetsem	6	8	3
Tooraine, koostisosad kallimad	7	11	4
Ei tea	8	8	8
Käsitööd rohkem	16	23	10
Aeganõudvam	4	2	5
Ei kasutata säilitusaineid, lisaaineid	8	7	9
Värskem	1	2	0
Kasumid väiksed	1	1	0
Turustamine kallid	1	1	0
Väiksemad saigid, tootlikkus	13	15	10
Kodumaine	2	1	3
Tootjaid vähem	2	2	1
Väike nõudlus	2	1	2
Tootja tahab rohkem kasumit	1	0	2
Trend	1	0	2

**12. Kas soovite järgmise aasta jooksul mahetoitu osta? (% vastanutest)**

	jah	ei	võibolla
keskm	73	9	18
Kaupluse asukoht			
Tallinn	82	8	10
Tartu	66	9	25
Vanus			
Kuni 30	65	10	25
31-50	79	6	15
51-70	78	14	8
Üle 71	69	8	23
Netosissetulek pereliikme kohta kuus			
kuni 130 €	74	13	13
131-260 €	70	5	25
261-390 €	64	14	22
391-510 €	77	9	14
511-629 €	84	3	13
üle 630 €	71	11	18

**13. Kust soovite osta mahetoitu? Võis märkida mitu vastust. (% osta soovijatest)**

	supermarketist, ostukeskusest	Turult	Ökopoest	Otse tootjalt	Internetipoest tellida
keskm	87	38	23	19	4
Kaupluse asukoht					
Tallinn	87	23	35	4	22
Tartu	87	22	41	3	16
Vanus					
Kuni 30	90	15	34	2	10
31-50	89	30	37	6	26
51-70	82	21	36	4	25
Üle 71	78	22	67	0	0
Netosissetulek pereliikme kohta kuus					
kuni 130 €	90	15	34	2	10
131-260 €	86	29	21	0	7
261-390 €	70	19	37	4	30
391-510 €	100	22	30	0	11
511-629 €	85	19	48	11	15
üle 630 €	100	22	48	4	26

**14. Milliseid mahetoidutooteid Te soovite osta? Võis märkida mitu vastust. (% osta soovijatest)**

Köögivilid	77
Piimatooted	60
Kartul	52
Puuviljad, marjad	47
Jahud, helbed jms	37
Liha	36
Leib, sepik, sai, küpsised	35
Munad	21
Kuivatatud puuviljad, marjad, pähklid jms	15
Moosid, mahlad jms	14
Mesi	13
Pastatooted, müsliid, krõbuskid	13
Maiustused	10
Taimetee, tee, kohv	9
Maitseained	2
Muu (kala, soja jms)	11

**15. Kas Teie arvates on Eestis mahetoidule tehtav reklaam/teavitustöö piisav? (% vastanutest)**

	Keskm	Kaupluse asukoht		Vanus			
		Tallinn	Tartu	kuni 30	31-50	51-70	üle 71

jah	30	32	28	27	26	39	38
ei	55	54	56	59	55	55	38
ei oska öelda	15	14	16	14	19	6	22

**16. Kas oleksite nõus tarbima geneetiliselt muundatud toitu? (% vastanutest)**

	Keskm	Kaupluse asukoht		Vanus				Haridus		
		Tallinn	Tartu	kuni 30	31-50	51-70	üle 71	alg, põhi	kesk, keskeri	kõrg
jah	22	15	27	35	15	17	8	50	14	27
ei	63	64	61	48	75	58	84	17	68	61
ei oska öelda	15	20	11	17	10	25	8	33	18	12

**17. Kas oleksite nõus tarbima toitu, mille tootmisel on kasutatud GM saadusi, näiteks loomakasvatuses GMO-sööta? (% vastanutest)**

	Keskm	Kaupluse asukoht		Vanus				Haridus		
		Tallinn	Tartu	kuni 30	31-50	51-70	üle 71	alg, põhi	kesk, keskeri	kõrg
jah	21	15	26	35	16	11	8	50	16	24
ei	63	68	58	49	71	67	77	17	63	66
ei oska öelda	16	17	16	16	13	22	15	33	21	10