



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 2010

Tellija: EV Põllumajandusministeerium

Projektgrupi koosseis: M. Reiman, I. Niklus, V.Savina, P. Jõekalda, S. Randrüt,
P. Liivaauk, K. Nilson, K. Kadarik, A. Vanamõlder

Aruande koostaja: Lia Lepane

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	6
1.1. Toidukaupade ostmise sagedus	6
1.2. Toidukaupade peamised ostukohad	8
1.3. Toiduainete ostukohad kaubagruppide lõikes	9
1.4. Toidu ostuotsust mõjutavad tegurid	19
2. TOIDUKAUPADE EELISTUSED SÕLTUVALT PÄRITOLUST.....	27
2.1. Kodumaine toidukaup tarbijate mõistes.....	27
2.2. Toidukauba müügiahelas kõige suuremat kasu saav lüli elanike hinnangul.....	29
2.3. Üldine ostueelistus - kodumaised või imporditud toidukaubad	30
2.4. Kodumaiste toidukaupade kuvand	33
2.5. Tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule.....	38
2.6. Tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade kvaliteedile.....	43
2.7. Kodumaise ja imporditud toidukauba eristatavus ostmisel.....	47
2.8. Kodumaise- ja importkauba osatähtsus elanike toiduostudes kaubagrupiti.....	51
2.9. Tarbijate usaldus erinevate riikide toidukaupade vastu	59
3. TARBIJATE KÄITUMINE MAJANDUSSURUTISE TINGIMUSTES	64
3.1. Toidukaupade hindade vaatamise harjumus ostmisel	64
3.2. Toidukulude arvestamise harjumused.....	66
3.3. Pere rahalise olukorra mõju toiduostudele.....	68
3.4. Majandussurutise ja toidukaupade hindade muutuse mõju tarbijate ostuharjumustele ...	71
3.5. Toitumisharjumuste muutused toiduainete rühmades.....	80
3.6. Elanike toidukaubaoste, toitumisharjumusi ja valikuid kõige enam mõjutanud info, kampania või sündmus	87
KOKKUVÕTE.....	89
LISA 1. Küsitlustulemuste protsentjaotused.....	95
LISA 2. Küsitlustulemuste protsentjaotused sotsiaal-demograafiliste gruppide lõikes.....	102
LISA 3. Lahtise küsimuse vastuste tekstid	164
LISA 4. Küsitletud kogumi iseloomustus	176

SISSEJUHATUS

Eesti elanike toidukaupade ostueelistusi ning tarbimis- ja toitumisharjumusi on Eesti Konjunktuuriinstituut (EKI) uurinud Põllumajandusministeeriumi tellimusel alates 1996. aastast. Käesoleva tööga selgitati, kuidas muutusid toidukaupade ostmise ja tarbimise harjumused 2009. aastal ning millist mõju avaldasid tarbijate käitumisele toidukaupade hindade muutus ja jätkuv majandussurutis. Kuna tarbijate ostueelistuste uuringuid on läbi viidud juba 14 aastat, esitatakse mitmete küsimuste osas võrdlusandmed varasemate aastatega.

Käesoleva töö ülesanneteks oli selgitada välja:

- toidukaupade ostmise sagedus ja peamised ostukohad;
- igapäevaste toiduainete ostukohad;
- toidukauba ostuotsuse(valiku) tegurid ja nende olulisus;
- toidukauba kodumaiseks määratlemise kriteeriumid tarbijatele;
- milline lüli toidukauba tootmise ahelas saab tarbijate arvates toidukauba müügil suurimat kasu;
- üldine ostueelistus, st kas tarbija eelistab kodumaiseid või imporditud toidukaupu;
- kodumaiste toidukaupade tunnusomadused;
- tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule-sortimendile ja kvaliteedile;
- tarbijate hinnangud kodumaiste ja importtoidukaupade eristatavusele ostmisel ning eristamise keerukuse põhjused;
- kodumaiste ja importtoidukaupade osatähtsuse proportsioonid toidukauba ostudes;
- tarbijate usaldus eri riikidest pärit toidukaupade suhtes;
- tarbijate harjumuste võimalikud muutused seoses toidukaupade hindade muutuse ja majandussurutise jätkumisega, sh toidukaupade hindade jälgimise, toidukulude arvestamise osas, samuti hinnangud pere rahalistele võimalustele soovikohaste toidukaupade ostuks;
- toiduainete tarbimisharjumuste muutused aastal 2009 ja muutuste suund – kas tarbiti rohkem, vähem, sama palju või tarbimise lõpetati.

Uuring viidi läbi kirjaliku ankeetküsitlusena posti teel 11. - 31. jaanuarini 2010 EKI tarbijate panee-li liikmete hulgas. Õigeaegselt ja kvaliteetselt täidetud küsitluslehti laekus kokku 1130. Andme-töötluse käigus rakendati kaalusid regiooni, rahvuse, vanuse ja soo osas, millega viidi vastanute jaotus vastavusse Eesti elanikkonna mudeliga. Küsitlustulemused on esinduslikud ja laiendatavad Eesti täiskasvanud elanikkonnale vanuses 18-74 aastat.

1. TOIDUKAUPADE OSTUEELISTUSED

1.1. Toidukaupade ostmise sagedus

Eesti elanikud ostavad toidukaupu tüüpiliselt 2-3 korda nädalas - 42% vastanutest. Iga teine täiskasvanud elanik (50%) ostab toidukaupu vähemalt 4 korda nädalas, kusjuures 4-6 korda nädalas 32% ja iga päev 18%. Kord nädalas või veelgi harvemini teeb toidukaubaoste 8% vastanutest (vt tabel 1.1).

Tabel 1.1. Toidukaupade ostmise sagedus (% vastanutest)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
iga päev	31	27	24	25	21	18
4-6 korda nädalas	29	31	33	32	33	32
2-3 korda nädalas	34	36	37	38	39	42
1 kord nädalas	5	5	6	5	6	7
harvemini	1	1	0	0	1	1

Toidukaubaoste tegemise sagedus nädalas on endiselt kõrge, kuid jätkuvalt väheneb igapäevaste toiduostude tegijate ja suureneb 2-3 korda nädalas toiduostude tegijate osakaal (vt joonis 1.1). Kui 2004. aastal ostis iga päev toidukaupu 31% elanikest, siis 2009. aastal 18%. 2004. aastal ostis 2-3 korda nädalas toidukaupu 34% elanikest, 2009. aastal aga 42%. Võrreldes 2008. aastaga on igapäevaste toiduostjate osakaal vähenenud 3%-punkti ja 2-3 korda nädalas ostjate osakaal suurenenud 3%-punkti.

Tarbijate ostukäitumist mõjutab oluliselt pere majanduslik olukord. Kuigi kõigis vaadeldud elanike rühmades tehti toidukaubaoste tüüpiliselt 2-3 korda nädalas, on igapäevaseid toiduostjaid suhteliselt rohkem kõige vaesemate ja kõige jõukamate elanike hulgas (vt tabel 1.2).

Peredes, kus kuu netosissetulek pereliikme kohta jääb alla 2001-krooni, teeb 24% vastajarühmast toiduoste iga päev, üle 10 000-kroonise sissetulekuga vastajarühmas 22%, kusjuures Eestis keskmiselt 18%. Põhjused on erinevad – madalaima sissetulekuga vastajatel napib raha ning seepärast püütakse ostukohtadest üles leida soodsama hinnaga toidukaubad, jõukamad tarbijad võivad lubada suuremat vaheldust.

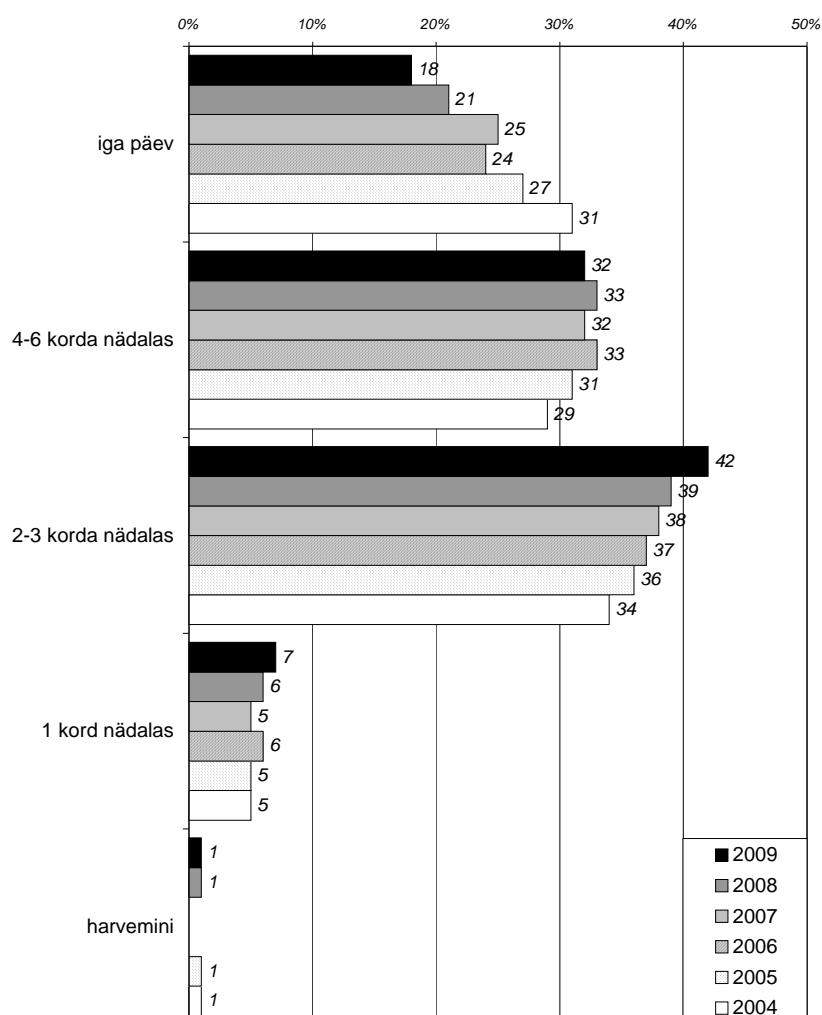
Tabel 1.2. Toidukaupade ostmise sagedus leibkonnaliikme kuu netosissetuleku lõikes (% vastanutest)

	alla 2001 krooni	2001-4000 krooni	4001-6000 krooni	6001-8000 krooni	8001-10 000 krooni	üle 10 000 krooni
iga päev	24	18	19	14	14	22
4-6 korda nädalas	26	32	31	39	28	35
2-3 korda nädalas	40	41	42	42	52	41
1 kord nädalas	9	9	8	5	6	1
harvemini	1	0	0	0	0	1

Ei ole muutunud maainimestele ja vanemate elanikele (üle 65-aastased) iseloomulikum harjumus osta toidukaupu 1 kord nädalas: toiduostukoht ei pruugi asuda lähedal, nõudmised ei ole nii suured, sissetulek on väike ja liikumisvõime piiratud (vt lisa 2.1).

Piirkondlikud ja keelekeskkonnast tingitud erinevused toidukaupade ostusageduses ühtlustuvad. Ka Kirde-Eestis ostetakse nüüd tüüpiliselt toidukaupu 2-3 korda nädalas (32%), kuid näitaja jääb oluliselt alla Eesti keskmisele (42%). Kirde-Eesti piirkonna elanike harjumused muutuvad aeglasemalt, igapäevaste ostjate osakaal püsib samal tasemel 2008. aastaga (2009 - 30%, 2008 - 29%), 4-6 korda nädalas toidukauba ostjaid oli 2009. aastal vähem (2009 - 33%, 2008 - 38% piirkonna elanikest).

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



Joonis 1.1. Toidukaupade ostmise sagedus aastatel 2004-2009

1.2. Toidukaupade peamised ostukohad

Tarbijatel paluti vastata küsimusele: “Millisest ostukohast ostab Teie pere enamasti toidukaupu”. Võimalikest variantidest võisid vastajad valida vaid ühe, mida ta peab peamiseks.

2009. aastal jätkus suurte toidukaupluste osakaalu kasv peamise toidukauba ostukohana -suured toidukauplused olid 82%-le tarbijatest peamiseks toidukaupade ostukohaks, väike toidupood 16%-le ja turud 2%-le tarbijatest. Hulgilaod, autokauplused, talunikud ja tootjad ning netipoed, talu- ja mahetoodete ringid ei ole tarbijatele peamiseks toidukauba ostukohtadeks.

Suurte kaupluste osakaal on aastaga suurenenud 4%-punkti, väikeste kaupluste osakaal vähenenud 2%-punkti võrra. Turgude osakaal püsib teist aastat järjest 2% tasemel (vt tabel 1.3, joonis 1.2). Turud on Eesti inimestele täiendavaks ostukohaks teatud toiduainete rühmades, nt kartuli, köögi- ja puuviljade, marjade osas. Samas ei ole turgude hinnad tarbijate arvates kõige odavamad võrreldes soodushindu pakkuvate suurkauplustega. Hulgiladudest ja autokauplustest tehakse toidukaupade sisseoste, kuid võrreldes suurkauplustega minimaalselt. Väikepoed, turud, hulgilaod ja autokauplused kaotasid 2009. aastal lojaalseid tarbijaid suurtele toidukauplustele, mille kaubavalik rahaldas tarbijat rohkem, mis suutsid tarbijaid köita regulaarsete kampaaniahindadega ja mida leidub üle kogu Eesti igas suuremas linnas või maakonnakeskuses.

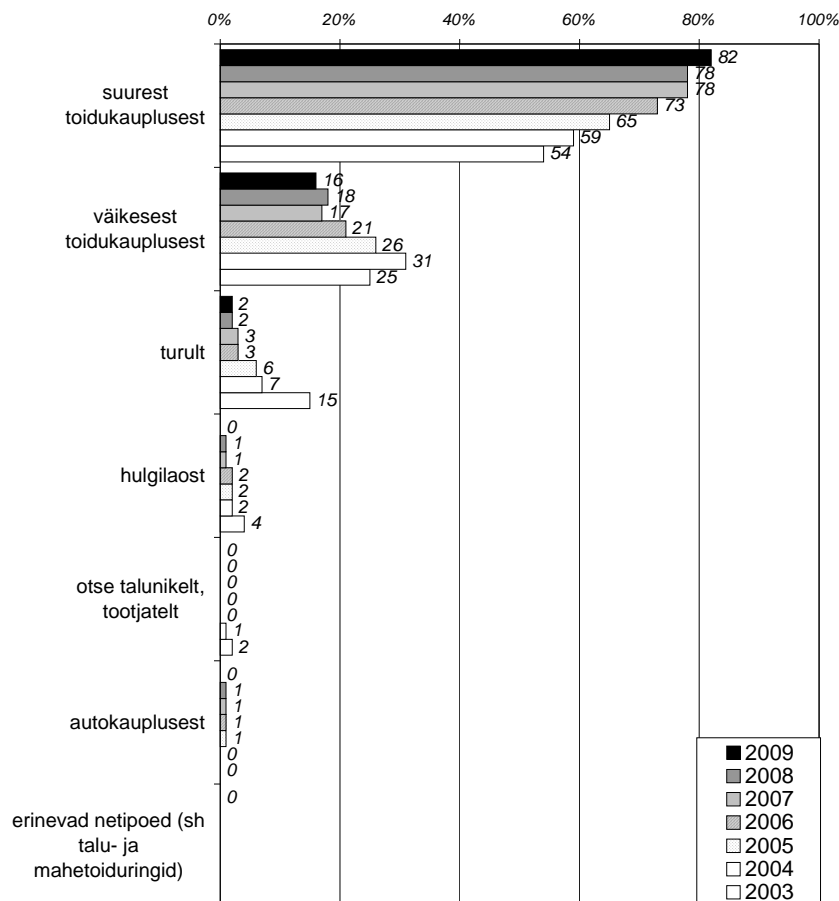
Netipoed ja muud nn mahe- ja talutoiduringid, kust saab öko- või talukauba ette ära tellida ja see tuuakse koju või teatud jaotuspunkti, on Eestis populaarsust võitmas esialgu väga väikeses tarbijasegmendis. Tegemist on pigem täiendava alternatiivse ostukohaga poodidele, mis võib mõjuda positiivse väljundina väiksematele tootjatele-põllumeestele.

Tabel 1.3. Toidukaupade peamine ostukoht (% vastanutest)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
suur toidukauplus (3 või enam kassat)	54	59	65	73	78	78	82
väike toidukauplus (alla 3 kassa)	25	31	26	21	17	18	16
turg	15	7	6	3	3	2	2
hulgiladu	4	2	2	2	1	1	0
autokauplus	-	-	1	1	1	1	0
otse talunikelt, tootjatelt	2	1	0	0	0	0	0
erinevatest netipoodidest (sh talu- ja mahetoiduringid)	-	-	-	-	-	-	0

Suured toidukauplused on aastaid olnud peamiseks toidukauba ostukohaks rohkem Põhja-Eesti, Tallinna ja teiste suuremate linnade tarbijatele, samuti kõrgharidust omavatele ja jõukamatele tarbijatele. See on ka mõistetav, sest suuremates linnades on väikesed poed pidanud kiiremini suurte ees taanduma. Väikesed toidupood on suurte kõrval säilitanud olulise positsiooni eelkõige Kesk-, Lääne- ja Lõuna-Eesti elanikele, väikelinnade ja maaelanikele (vt lisa 2.2).

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



Joonis 1.2. Peamised toidukaupade ostukohad aastatel 2003-2009

1.3. Toiduainete ostukohad kaubagruppide lõikes

Igapäevaste toiduainete ostukohtade struktuuri väljaselgitamiseks paluti tarbijatel märkida 2009. aasta kohta protsentides kaupluste, turgude, talunike, omatoodangu, hulgiladude ning netipoodide, talu- ja mahetoiduringide osakaal liha ja lihatoodete, kala ja kalatoodete, piima ja piimatoodete, kanamunade, kartulite, puu-, köögiviljade ja marjade, mahlade, jahu ja tangainete ning mee ostudes.

Kolmeteistkümnest uuritud toiduainete grupist 12-ne põhiliseks ostukohaks olid kauplused, vaid mett ostetakse peamiselt mesinikelt. 2009. aastal osteti ka kartuleid pigem poest kui kasvatati ise, osteti turgudelt või otse kartulikasvatajatelt. Toiduainete grupid, mille ostud tehakse valda-

valt kauplustest, jäid 2009. aastal samaks võrreldes 2008. aastaga: jahu ja tangained (96%), piimatooted (93%), kalatooted (90%), piim (88%) ja lihatooted (85%, vt joonis 1.3-1.5). Viimase aastaga suurenes kaupluste osakaal liha ja lihatoodete, kala ja kalatoodete, piima, kanamunade, kartulite ja köögivilja ostudes, vähenes aga hea saagiaasta tõttu puuviljade, marjade ja mahlade ostudes.

Turgude tähtsus toidukaupade ostukohana väheneb pidevalt. 2009. aastal oli turu osakaal tootegruppidest suurim liha, kala ja kartulite ostudes, nagu ka 2008. aastal, kuid osakaalud langesid tunduvalt. 2009. aastal tehti turgudel vaid 22% liha ostudest (langus 12%-punkti), 19% kala ostudest (langus 5%-punkti) ja 18% kartuli ostudest (langus 14%-punkti). Kauplused muutusid hinna osas paindlikumaks ja tegid läbi aasta sooduspakkumisi, näiteks värske kala osas. Lahtine kartul maksis kõige vähem just kauplustes, turud ei suutnud kaupluste hinnatasemega konkureerida.

Kuna 2009. aasta oli hea saagiaasta, siis kasvas omatoodangu osakaal kartulite (5%-punkti), köögiviljade (5%-punkti), puuviljade ja marjade (7%-punkti), mahlade (9%-punkti) ning mee osas (5%-punkti). Kartuli, köögivilja, puuviljade ja marjade ostmisel hakkasid varem turult ostjad tegema 2009. aastal sisseoste kauplustes ja osa tarbijaid neid toiduaineid ise kasvatama. Mahlade isevalmistamine suurenes jällegi ning kauplusest ostud vähenesid. Ka mett polnud vaja enam samas mahus turult osta, sest omatoodangut saadi 2009. aastal rohkem kui 2008. aastal.

Otse tootjalt osteti enim mett (56% mee ostudest). See käitumismudel pole aasta jooksul muutunud. Levinud on veel kartuli ostmine otse tootjalt (20% kartuli ostudest).

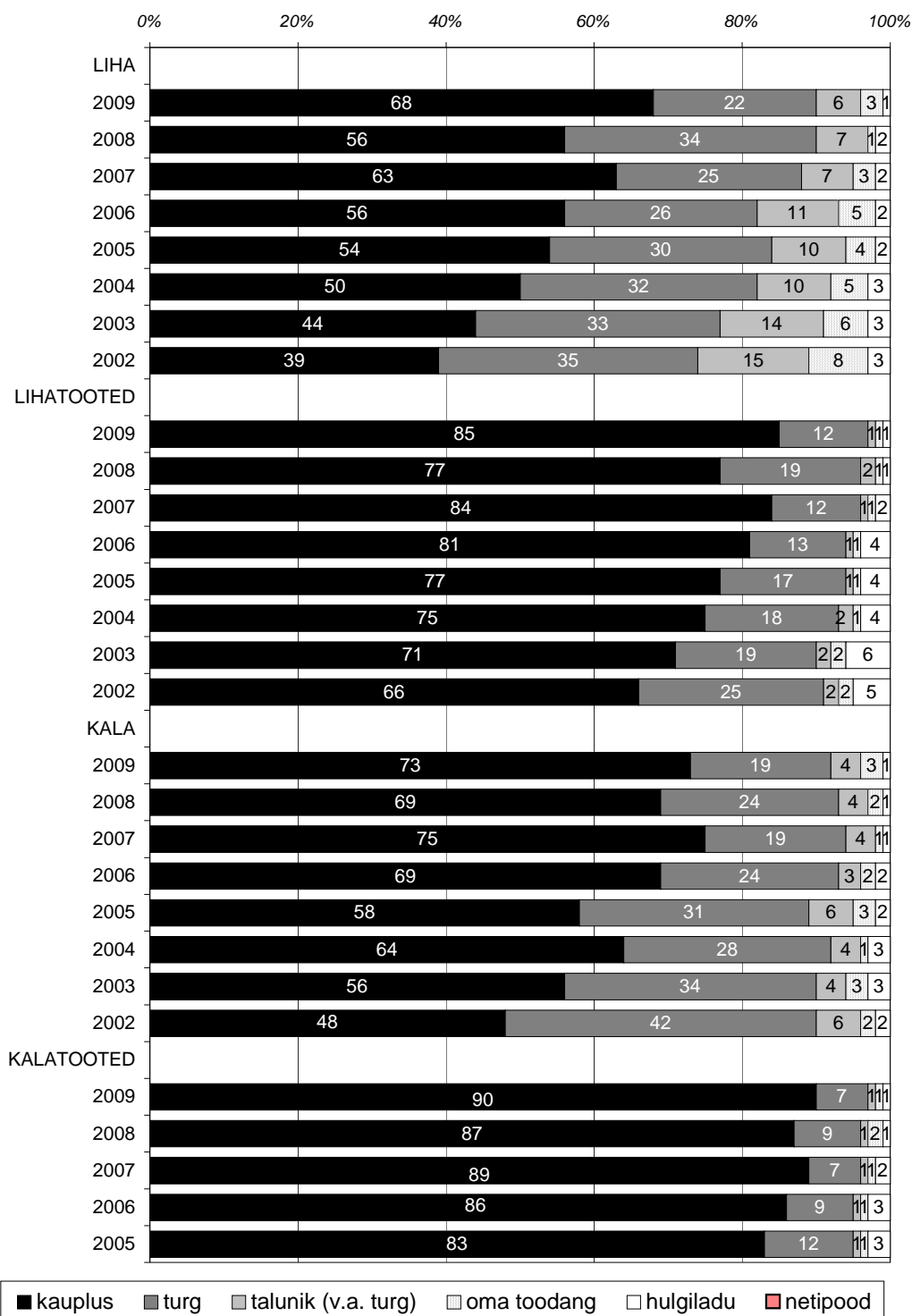
Hulgiladude osakaal toidukaupade ostukohana oli väga väike piirdudes 1-2%-ga liha, kartulite ning jahu ja tangainete ostudest.

Viimasel ajal suurtes linnades levima hakanud netipoodide, sh talu- ja mahetoiduringide populaarsus toiduainete ostukohana oli üldises turumahus väga tagasihoidlik. Selline ostmisviis on populaarne üksikute tarbijate hulgas ega paku esialgu olulist konkurentsi ei poodidele, turgudele, ise tootmisele ega hulgiladudele. Enam osteti sel viisil mett (mee ostudest 1%).

Järgnevalt toiduainete ostukohtadest kaubagruppide lõikes.

Toidukaupade ostukohad (1)

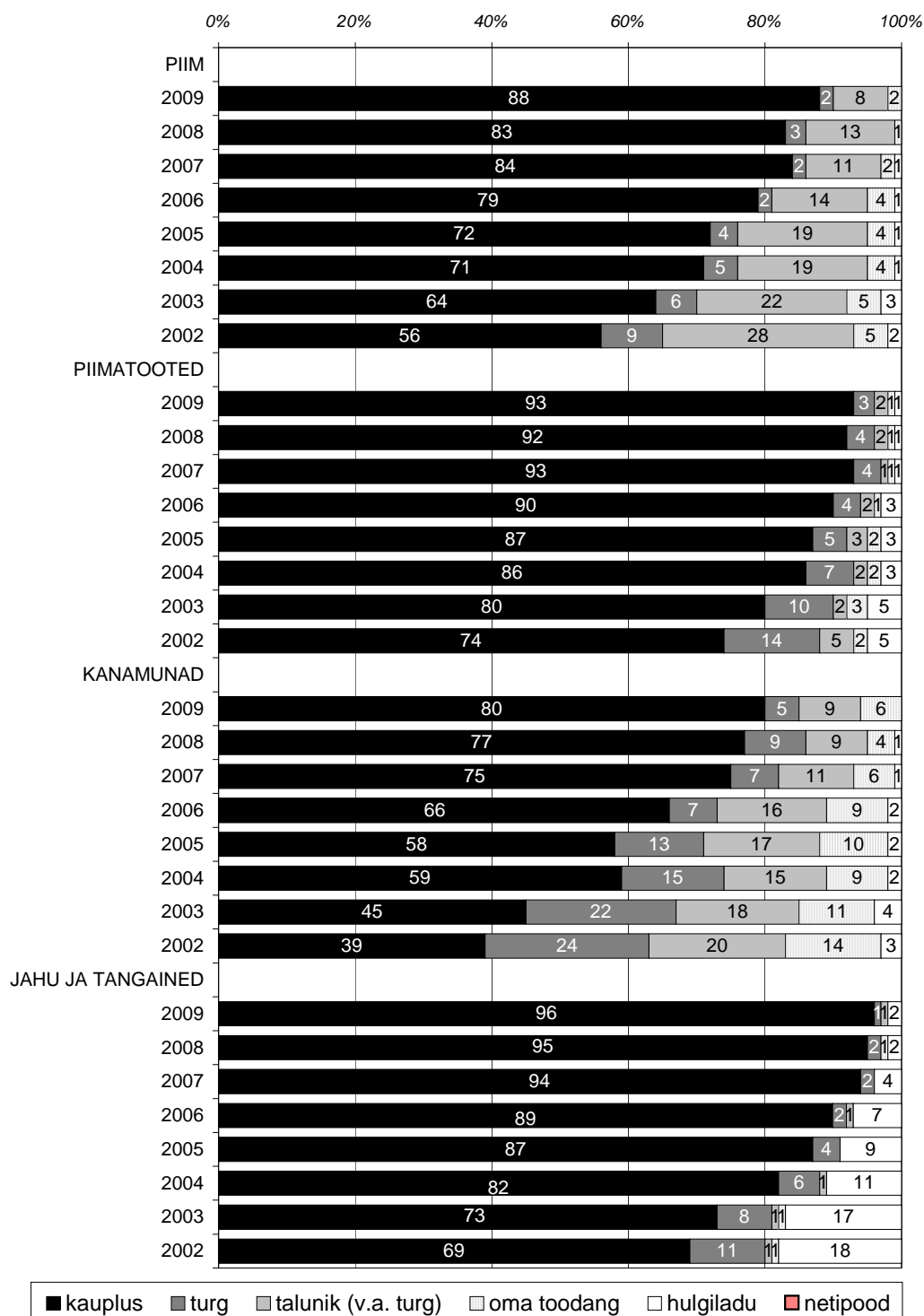
ostukohtade osakaal kaubagrupiti (% ostudest)



Joonis 1.3. Toidukaupade ostukohad kaubagruppide lõikes 2002-2009 (1)

Toidukaupade ostukohad (2)

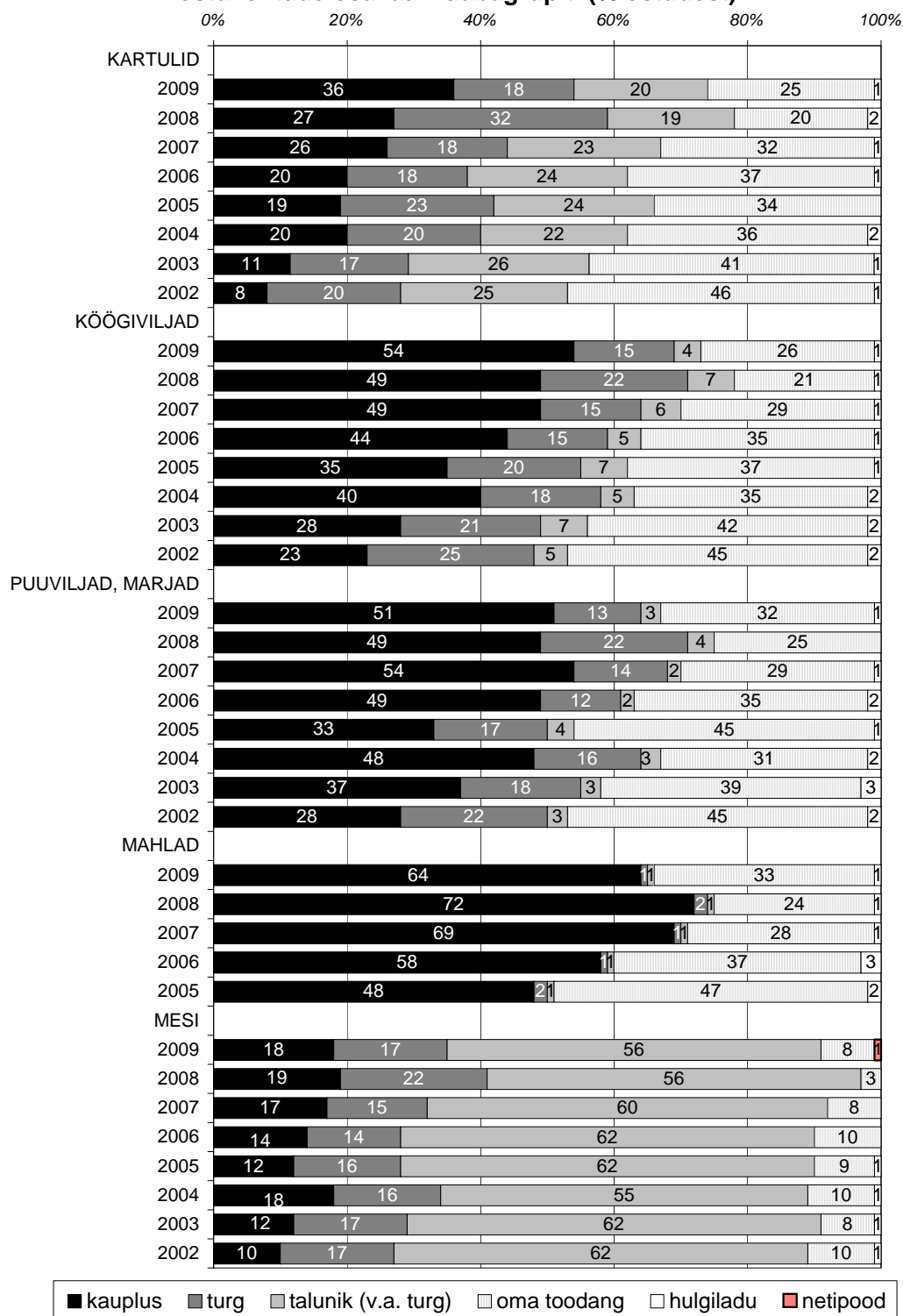
ostukohtade osakaal kaubagrupiteri (% ostudest)



Joonis 1.4. Toidukaupade ostukohad kaubagrupiteri lõikes 2002-2009 (2)

Toidukaupade ostukohad (3)

ostukohtade osakaal kaubagrupiteri (% ostudest)



Joonis 1.5. Toidukaupade ostukohad kaubagrupperi lõikes 2002-2009 (3)

- LIHA JA LIHATOOTED

Kauplused on liha ja lihatoodete ostukohana 2009. aastal oluliselt tarbijate hulgas populaarsust võitnud, kaupluste osakaal liha ostudes oli rekordiline 68% ja lihatoodete ostudes 85%. Võrreldes 2008. aastaga on kaupluste osakaal liha ostukohana suurenenud 12%-punkti ja lihatoodete ostukohana 8%-punkti võrra. Mõlema kaubagrupi osakaal on kõrgeimal tasemel alates 2001. aastast. Turgude osakaal liha ostukohana moodustab 22% (vähenenud aastaga 12%-punkti) ja lihatoodete ostukohana 12% (vähenenud 7%-punkti võrra). Talunike osakaal liha ostudes moodustas 2009. aastal 6% ja omatoodangu osakaal 3%. Lihatoodete ostudes oli nii talunike kui omatoodangu osakaal väga väike (vt tabel 1.4).

Aasta jooksul tegid kauplused palju soodusmüüke, pakkumine ületas nõudlust ja terav konkurents kaupluste vahel mõjutas kaupluste hinnataset. Kuna elanike ostujõud on endiselt madal, siis kaupluste sooduspakkumised ja suurem valik avaldasid tarbijate käitumisele mõju. Liha hinnad turgudel olid 2009. aastal valdavalt madalamad võrreldes kauplustega, kuid turge on vähe ja olemasolevates sageli liha ei müüdagi. Kauplused on paindlikult reageerinud tarbijate muutunud eelistustele: majandussurutise tingimustes püüavad inimesed toidukuludelt kokku hoida ostes vähem valmis- ja pooltoite ning valmistades rohkem ise süüa värsketest toorainetest. Liha ja lihatoodete ostmise netipoodidest on väga väike.

Tabel 1.4. Liha ja lihatoodete ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Netipood (taluring jm)	Kokku
<u>Liha</u>	2009	68	1	22	6	3	0	100%
	2008	56	2	34	7	1	-	100%
	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>	2009	85	1	12	1	1	0	100%
	2008	77	1	19	2	1	-	100%
	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

Piima ja piimatoodete peamiseks ostukohaks olid 2009. aastal kauplused - 88% piima ja 93% piimatoodete ostudest sooritati kauplustes (vt tabel 1.5). Kaupluste osakaal piima ostukohana on aastaga tõusnud 5%-punkti võrra. Talunikelt ostmise osakaal piima ostmisel oli 8%, mis on vähenenud aasta jooksul 5%-punkti. Sellele on kaasa aidanud paljude väikeste piimatootjate

tegevuse lõpetamine madala piimahinna tõttu viimasel aastal. Samal ajal hakati kauplustest rohkem piima ostma, sest hinnatase poodides langes ja toimus kampaaniaid, millega seoses pakuti piima väga odavalt. Huvi talupiima ja taludes valmistatud piimatoodete vastu ei ole tarbijatel kadunud, kuid parema kättesaadavuse ja soodsama hinna tõttu süvenes ostude tegemine kauplustes. Turgude ja omatoodangu osakaal piimatoodete ostudes oli väga väike, piima puhul oli nii turgude kui omatoodangu osakaal 2%, piimatoodete puhul turgude osakaal 3% ja omatoodangu osakaal 1%. Netipoodide kaudu piima ja piimatoodete ostmine on vaid väga väikese sihtrühma eelistus.

Tabel 1.5. Piima ja piimatoodete ostukohade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Netipood (taluring jm)	Kokku
<u>Piim</u>	2009	88	0	2	8	2	0	100%
	2008	83	0	3	13	1	-	100%
	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>	2009	93	1	3	2	1	0	100%
	2008	92	1	4	2	1	-	100%
	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%

• KALA JA KALATOOTED

Kala ja kalatoodete peamiseks ostukohtadeks olid 2009. aastal kauplused. Kaupluste osakaal kalaostudes tõusis ja turgude osakaal vähenes. 73% kalaostudest tehti kauplustes (2008.a. 69%), mis on lähedane 2007. aastale ja 19% kalaostudest tehti turgudel, kuid turgude osakaal langes võrreldes 2008. aastaga 5%-punkti võrra (vt tabel 1.6). Sarnaselt teiste tootegruppidega tegid suured ketikauplused ka värske kala osas aasta läbi pidevalt sooduspakkumisi, mistõttu nende hinnatase muutus konkurentsivõimelisemaks ja tarbijatele atraktiivseks. Turgude tähtsus kala ostukohana on vähenenud ja kaupluste tähtsus tõusnud, mis tähendab ka seda, et kauplused on suutnud üha enam pakkuda tarbijale meelepärast sortimenti.

Kaluritelt kala ostmise osakaal oli 4% ja ise püüdmisel 3%, mis ei ole aastaga suurenenud.

Kalatoodete põhiliseks ostukohaks on üha suuremal määral kauplused - 90% elanike kalatoodete ostudest tehti 2009. aastal kauplustes. Võrreldes 2008. aastaga on kaupluste osakaal suurenenud 3%-punkti võrra. Turgude osakaal moodustas 7% ja suund on vähenemisele (2%-punkti). Kalatoodete ostmine kaluritelt ei ole elanike hulgas muutunud aasta jooksul populaarsemaks, samuti

kalapüük, eelistatakse valdavalt poekaupa. Hulgiladude, kalurite ja omatoodangu osakaal ostukohtade struktuuris oli minimaalne (1%).

Tabel 1.6. Kala ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Kalur	Oma toodang	Netipood (taluring jm)	Kokku
<u>Kala</u>	2009	73	1	19	4	3	0	100%
	2008	69	1	24	4	2	-	100%
	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>	2009	90	1	7	1	1	0	100%
	2008	87	1	9	1	2	-	100%
	2007	89	2	7	1	1	-	100%
	2006	86	3	9	1	1	-	100%
	2005	83	3	12	1	1	-	100%

- KANAMUNAD

Kaupluste positsioon kanamunade müügil on aastaga veelgi paranenud. Kaupluste osakaal kanamunade ostudes ulatus 2009. aastal kõrgeima tasemeni alates 2002. aastast - 80%-ni (2008.a 77%). Turult ostetavate kanamunade osakaal moodustas 5%, talunikelt ostetavate kanamunade osakaal 9% ja omatoodangu osakaal 6% (vt tabel 1.7). Kauplused on pakkunud elanikele imporditud kanamunade kõrval soodsamate hindadega kodumaiste tootjate toodangut, mis on andnud neile konkurentsieelise turgude ees, kus pakendamata munade hind pole oluliselt madalam. Turgude osakaal kanamunade ostudes on vähenenud viimase aastaga 4%-punkti võrra. Talunikelt ostetavate munade ja omatoodangu osakaalu vähenemine on peatunud, 2009. aastal oli talunikelt ostetavate kanamunade osakaal sarnane 2008. aastaga (9%). Omatoodangu osakaal oli 6% (2008.a 4%).

Tabel 1.7. Kanamunade ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Netipood (taluring jm)	Kokku
<u>Kanamunad</u>	2009	80	0	5	9	6	0	100%
	2008	77	1	9	9	4	-	100%
	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

Kartuli põhiliseks ostukohaks olid 2009. aastal esmakordselt kauplused, mitte enam turud või talunikelt otseostud. 2009. aastal suurenes kartuli ostmine kauplustest ja ise oma perele kartuli kasvatamine ning vähenes turgudel ostmine. Kaupluste eelistamine turgudele toimus lisaks paremale kättesaadavusele ka seetõttu, et kauplused alandasid nt lahtise kartuli hinda 2009. aastal ligi 30%, turgudel alanes kartuli hind aga minimaalselt. Aastaga suurenesid kauplustest kartuli ostud 9%-punkti võrra. Turgude osakaal kartuliostudes moodustas 18% (langus 14%-punkti) ja oli taas 2006-2007. aasta tasemel. 2009. aastal suurenes ise oma perele kartuli kasvatamine - 25% (tõus 5%-punkti). Talunikelt ostmine püsis 20% tasemel (vt tabel 1.8). Kartulisaak oli hea, mistõttu omatoodangut saadi rohkem ja turuostud vähenesid. Tarbijad, kes enne ostsid kartulit turult, hakkasid nüüd ostma kauplustest lahtist kartulit, mille hind oli odavam või siis kasvasid seda ise.

Tabel 1.8. Köögi- ja puuviljade ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Netipood (taluring jm)	Kokku
<u>Kartulid</u>	2009	36	1	18	20	25	0	100%
	2008	27	2	32	19	20	-	100%
	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>	2009	54	1	15	4	26	0
2008		49	1	22	7	21	-	100%
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>	2009	51	1	13	3	32	0	100%
	2008	49	0	22	4	25	-	100%
	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%

Köögiviljade, puuviljade ja marjade peamiseks ostukohaks oli 2009. aastal kauplus. Kaupluste osakaal köögiviljaostudes oli 2009. aastal 54%, mis suurenes aastaga 5%-punkti võrra. Turult või talunikult ostmise asemel kasvatati rohkem ise köögivilju, omatoodangu osakaal oli 2009.

aastal 26%, tõus aastaga 5%-punkti. Turult köögiviljade ostmise osakaal oli 15%, mis on 2006-2007. aasta tasemel ja langenud võrreldes 2008. aastaga 7%-punkti võrra.

Puuvilju ja marju osteti 2009. aastal peamiselt kauplustest - 51%, kuid omatoodangu osa suurenes 2009. aastal 7%-punkti võrra ja jõudis 32%-ni. Turu osakaal vähenes 22%-lt 2008. aastal 13%-le 2009. aastal. 2009. aastal korjati marju ja puuvilju palju ise, sh palju marju ka metsast, kuid kui seda ei olnud võimalik teha, siis kaupluste tootevalik suutis pakkuda head alternatiivi, mis vähendas turgude konkurentsivõimet, eriti puuviljade osas.

- MAHLAD

Kuna 2009. aastal oli hea saagiaasta ja elanike ostujõud madal, siis suurenes märgatavalt (9%-punkti) omatoodangu osakaal - 33%-ni. Kauplused olid küll 2009. aastal mahlade peamiseks ostukohaks, kuid osakaal langes tunduvalt (8%-punkti) ja moodustas 64% (vt tabel 1.9). Elanike ostukäitumine natuke muutus, poest ostmise asemel pressiti kodudes ise hulgaliselt mahla. Kodumaise mahla tootmine seetõttu ei kannatanud, küll aga vähenes mahlade impordikogus 2009. aastal. Netipoodidest, talunikelt, turult või hulgiladudest mahla ostmise oli endiselt väikese osakaaluga.

Tabel 1.9. Mahlade ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Netipood (taluring jm)	Kokku
<u>Mahlad</u>	2009	64	1	1	1	33	0	100%
	2008	72	1	2	1	24	-	100%
	2007	69	1	1	1	28	-	100%
	2006	58	3	1	1	37	-	100%
	2005	48	2	2	1	47	-	100%

- JAHU JA TANGAINED

Jahu ja tangaineid osteti uuringus vaadeldud tooterühmadest kõige enam kauplustest - 96%. Kaupluste osakaal on viimase kolme aastaga muutunud minimaalselt, kasvutrend jätkub, aga varasemast aeglasemalt. Hulgiladude osakaal jahu ja tangainete ostudes püsis 2% tasemel. Turgude osakaal on olnud langussuunaline alates 2001. aastast (14%) ja kahanes 2009. aastal 1%-ni (vt tabel 1.10).

Tabel 1.10. Jahu ja tangainete ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Netipood (taluring jm)	Kokku
<u>Jahu ja tangained</u>	2009	96	2	1	1	0	0	100%
	2008	95	2	2	0	1	-	100%
	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

Mee ostmine otse mesinikelt-talunikelt püsis 2008. aasta tasemel - 56% mee ostudest tehti mesinike juures. Turgudelt ostmine vähenes 5%-punkti võrra 17%-ni (2008.a 22%) ja 5%-punkti tõusis omatoodangu osakaal - 8%-ni. Mee ostmine kauplustest peatus ja moodustas 18% (vt tabel 1.11). Meesaak oli 2009. aastal parem võrreldes 2008. aastaga, omatoodang suurenes ja seetõttu turu positsioon mee ostukohana kahanes taas eelmiste aastate tasemele. Eestit tervikuna vaadates oli mesi vaadeldud tooterühmadest ainus, mille tellimine on hakanud levima netipoodide, talukauba- ja mahetoiduringide kaudu, esialgu siiski veel vähesel määral.

Tabel 1.11. Mee ostukohtade jaotus (% tooterühma ostudest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Mesinik -talunik	Oma toodang	Netipood (taluring jm)	Kokku
<u>Mesi</u>	2009	18	0	17	56	8	1	100%
	2008	19	0	22	56	3	-	100%
	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. Toidu ostuotsust mõjutavad tegurid

Eesti tarbijaile olulisi tegureid toidu ostuotsuse või valiku tegemisel selgitati välja hinnangute kaudu kolmeastmelisel skaalal (väga tähtis, mõnevõrra tähtis või ei oma tähtsust) 18 teguri kohta. Skaalapunktidele omistatud väärtuste alusel (väga tähtis=1, mõnevõrra tähtis=2, ei oma tähtsust=3) koostatud aritmeetiliste keskmiste järjestuses (vt tabel 1.12) on arvesse võetud kõiki hinnanguid, nii positiivseid kui negatiivseid. Mida väiksem aritmeetiline keskmine, seda tähtsam on tarbija jaoks konkreetne valikutegur.

Toidukaupade ostuvaliku tegemisel peavad Eesti elanikud jätkuvalt tähtsamaks toidukauba värskust, maitset ja kvaliteeti. Värskest pidas väga tähtsaks 91% vastanutest, maitset 89% ja kvaliteeti 84% vastanutest. Maitset ja kvaliteeti väga oluliseks ostuotsuse mõjutajaks pidavate tarbijate arv on langenud viimaste aastate madalaimale tasemele, kuid need on endiselt koos värskusega kolm olulisemat kriteeriumit toidukauba ostmisel. Väga tähtsateks valikukriteeriumideks on tarbijaile lisaks ülalnimetatutele veel toote tervislikkus (väga tähtis 68%-le vastanutest), soodne hind (väga tähtis 62%) ja sooduspakkumised (väga tähtis 56%). Kõigi nimetatud tegurite keskmine hinnang jääb alla 1,5 palli, mis tähendab, et need on väga tähtsad. Ülejäänud tegureid võib pidada tähtsaks, kuid mitte määravaiks. Sooduspakkumiste tähtsus on majanduskriisi tingimustes tõusnud. Sooduspakkumisi pidas väga tähtsaks 56% vastanutest, mis on kõrgeim tase alates 2002. aastast ja aastaga on sooduspakkumiste tähtsus (“väga oluline” - hinnangud) tõusnud 7%-punkti võrra.

Eestimaist päritolu, mahetoodangut, pakendi mugavust, määrgiseid ja toote pikka säilimisaega - kasutamiskõlblikkust peab ostuvaliku tegemisel väga tähtsaks üha vähem tarbijaid. Näiteks, kui päritolumaa Eesti oli 2003. aastal väga tähtsaks valikukriteeriumiks 61%-le vastanutest, siis 2009. aastal vaid 37%-le vastanutest. Kodumaine päritolu püsib valikukriteeriumide pingereas 10-ndal positsioonil, kuid eestimaine päritolu on nüüd pigem “mõnevõrra tähtis” kui “väga tähtis” (vt joonised 1.6-1.9). Ostuotsuse tegemisel on tarbijatele päritolumaast olulisemad toote värskus, maitse, kvaliteet, tervislikkus, soodne hind, sooduspakkumised, toote välimus, koostis ja tuttav kaubamärk. Mahetoodang on tavapärasest toidukaubast kallim, seepärast on majanduslanguse ajal mitmed tarbijad pidanud ümber hindama oma ostuvaliku kriteeriume. Kui 2004. aastal pidas mahedat tootmisviisi toidukauba ostmisel väga tähtsaks 49% vastanutest, siis 2009. aastal vaid 28%, kusjuures olulisuse hinnang langes 4%-punkti võrra.

Eesti kvaliteedi- ja päritolumäärgised toidukauba pakenditel on tarbijate jaoks veidi vähem tähtsad kui aasta tagasi, väga tähtsaks pidas määrgiseid 36% vastanutest, 2008. aastal 39%.

Hüdrogeenitud taimeraskvade tervislikkusest ja kahjulikkusest toiduainetes räägiti avalikkuses 2009. aastal palju, seepärast uurisime, kuid need teadmised mõjutavad tarbijate ostuotsuseid. Selgus, et hüdrogeenitud taimeraskvade sisaldus on ostuotsuse langetamisel pigem “mõnevõrra oluline” kui “väga oluline” ja veidi vähem tähtis võrreldes geneetiliselt muundatud tooreaine sisalduse või mahetooteaga.

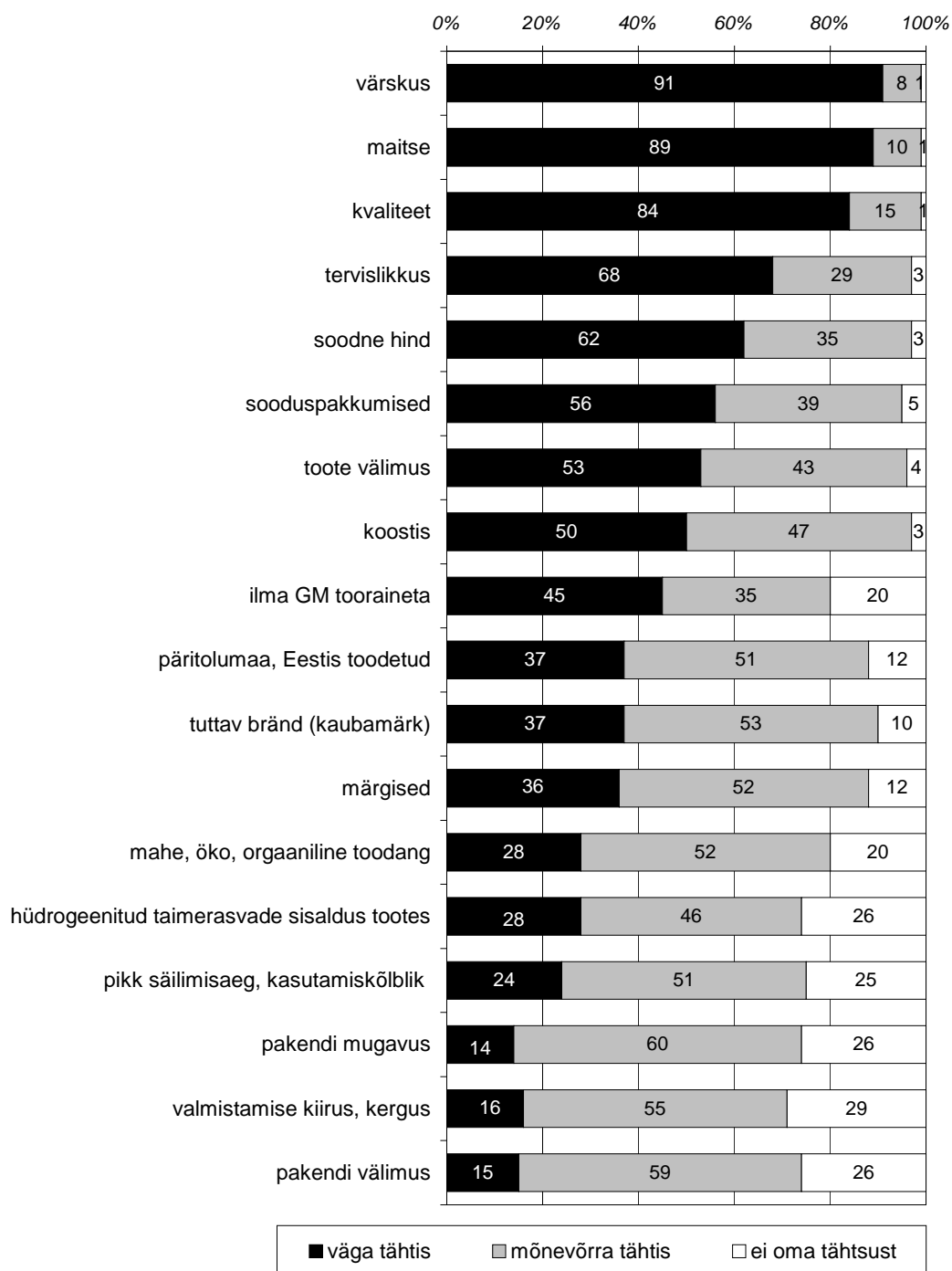
Tabel 1.12. Eesti elanike toidu ostuotsuseid mõjutavad tegurid (“väga tähtis” – vastuste % ja keskmine hinne pallides)

	Väga tähtis (%)								Keskmine hinne	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2008	2009
värskus	-	95	95	92	96	96	91	91	1,10	1,10
maitse	90	91	93	91	92	93	91	89	1,09	1,11
kvaliteet	86	92	92	94	96	92	85	84	1,15	1,17
tervislikkus	62	75	73	69	73	73	67	68	1,35	1,35
soodne hind	61	70	65	67	62	65	61	62	1,42	1,41
sooduspakkumised*	28	31	30	49	50	52	49	56	1,59	1,49
toote välimus	-	50	47	59	56	52	52	53	1,52	1,51
koostis	-	-	-	64	67	58	49	50	1,54	1,53
tuttav bränd (kaubamärk)	24	26	27	25	21	32	38	37	1,70	1,74
päritolumaa, Eestis toodetud	-	61	60	65	58	50	41	37	1,72	1,75
määrgised	-	-	41	39	40	40	39	36	1,73	1,76
ilma GM tooraineta	-	-	58	54	52	50	44	45	1,80	1,76
mahe-, ökotoodang	-	-	49	37	41	40	32	28	1,88	1,92
hüdrogeenitud taimeraskvade sisaldus	-	-	-	-	-	-	-	28	-	1,98
pikk säilimisaeg, kui kaua on kasutamiskõlblik	-	65	37	27	28	29	27	24	1,94	2,01
pakendi mugavus	-	-	24	25	27	28	18	14	2,08	2,11
pakend (välimus)	12	11	16	23	22	20	15	15	2,12	2,12
valmistamise kiirus, kergus	-	23	24	28	26	27	17	16	2,10	2,13

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

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

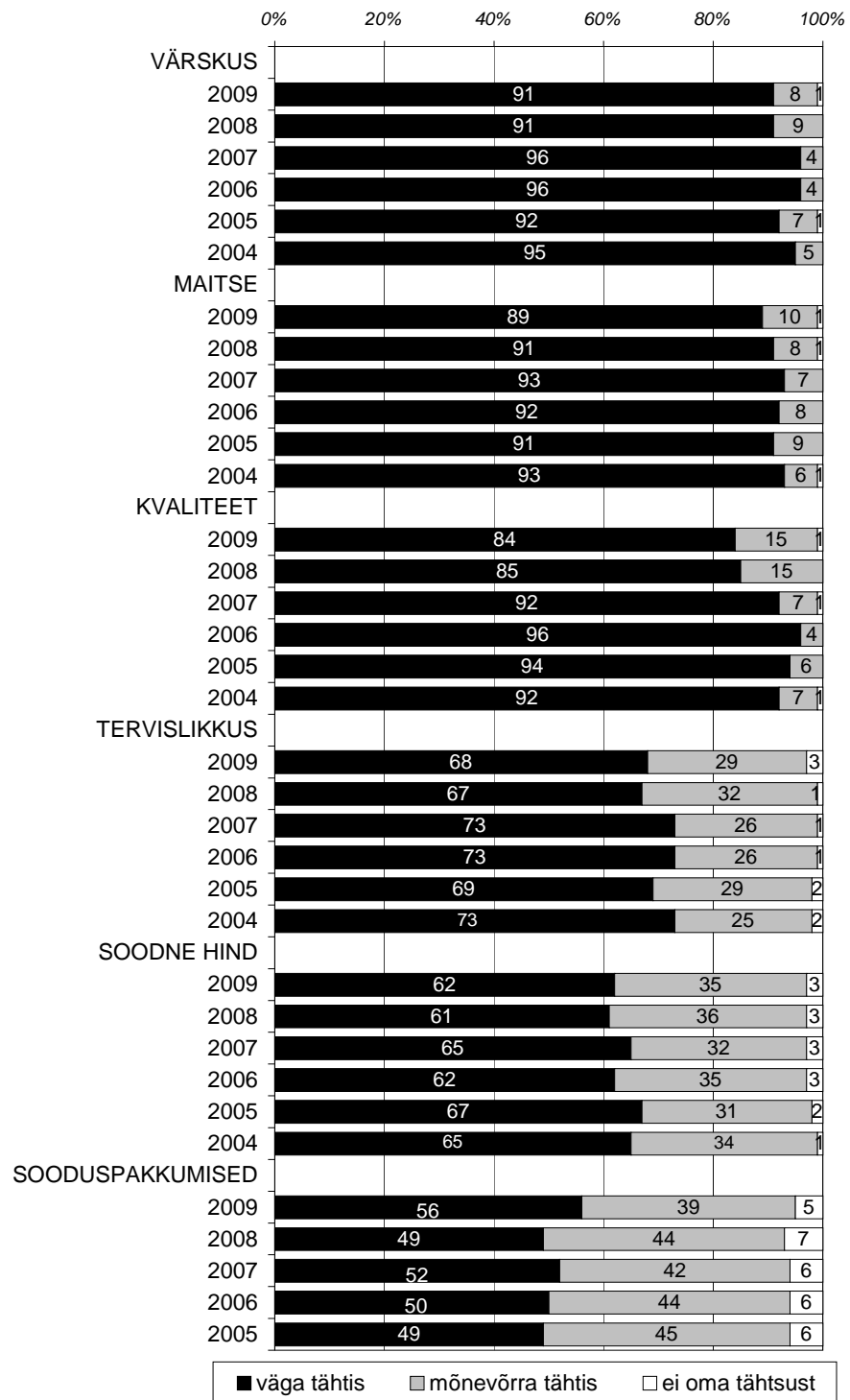
(% vastanutest)



Joonis 1.6. Toidu ostuotsust mõjutavad tegurid Eesti tarbijale 2009. aastal

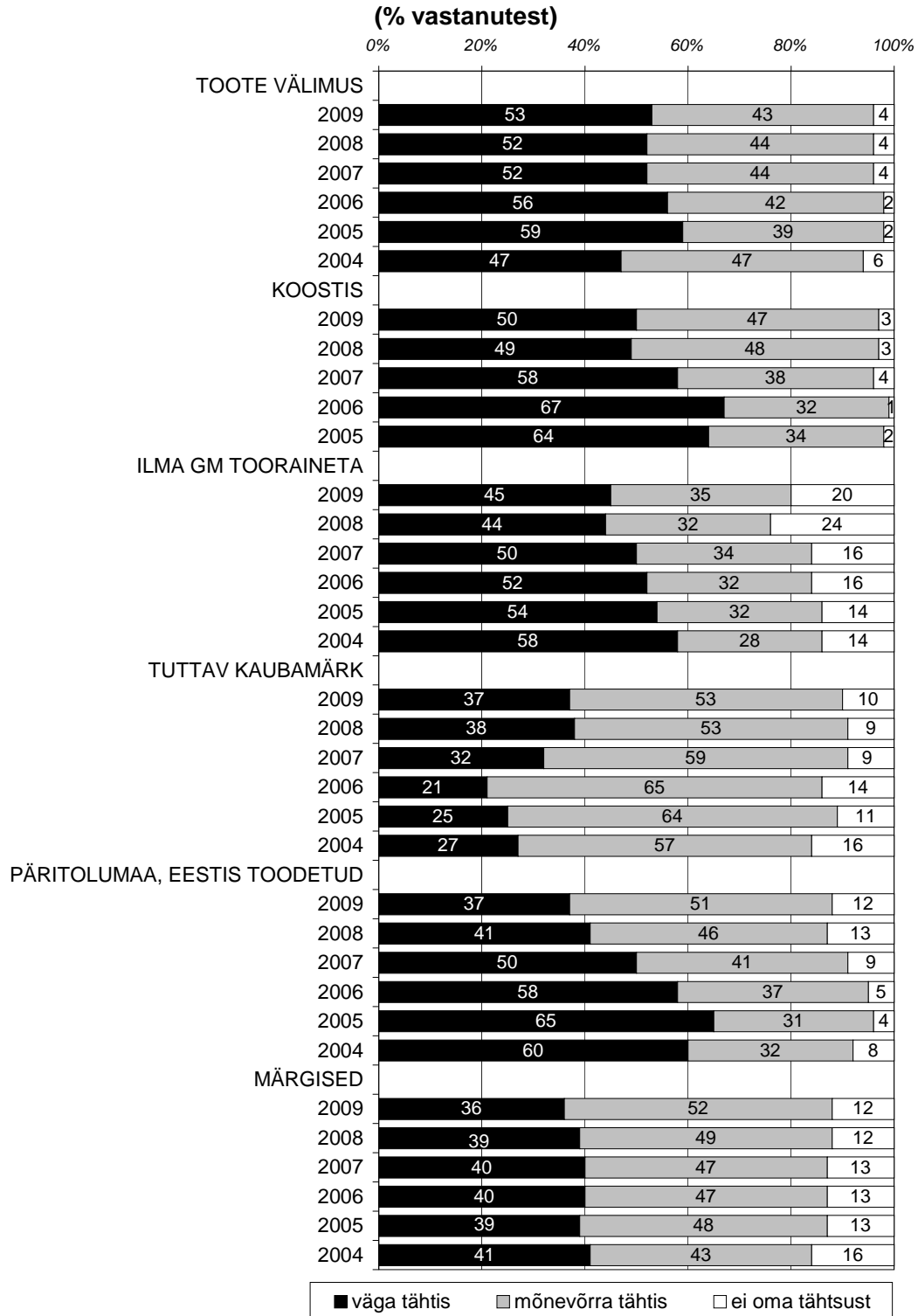
Mis on Teie jaoks toidu ostuotsuse (valiku) tegemisel tähtis? (1)

(% vastanutest)



Joonis 1.7. Toidu ostuotsust mõjutavad tegurid Eesti tarbijale aastatel 2004-2009 (1)

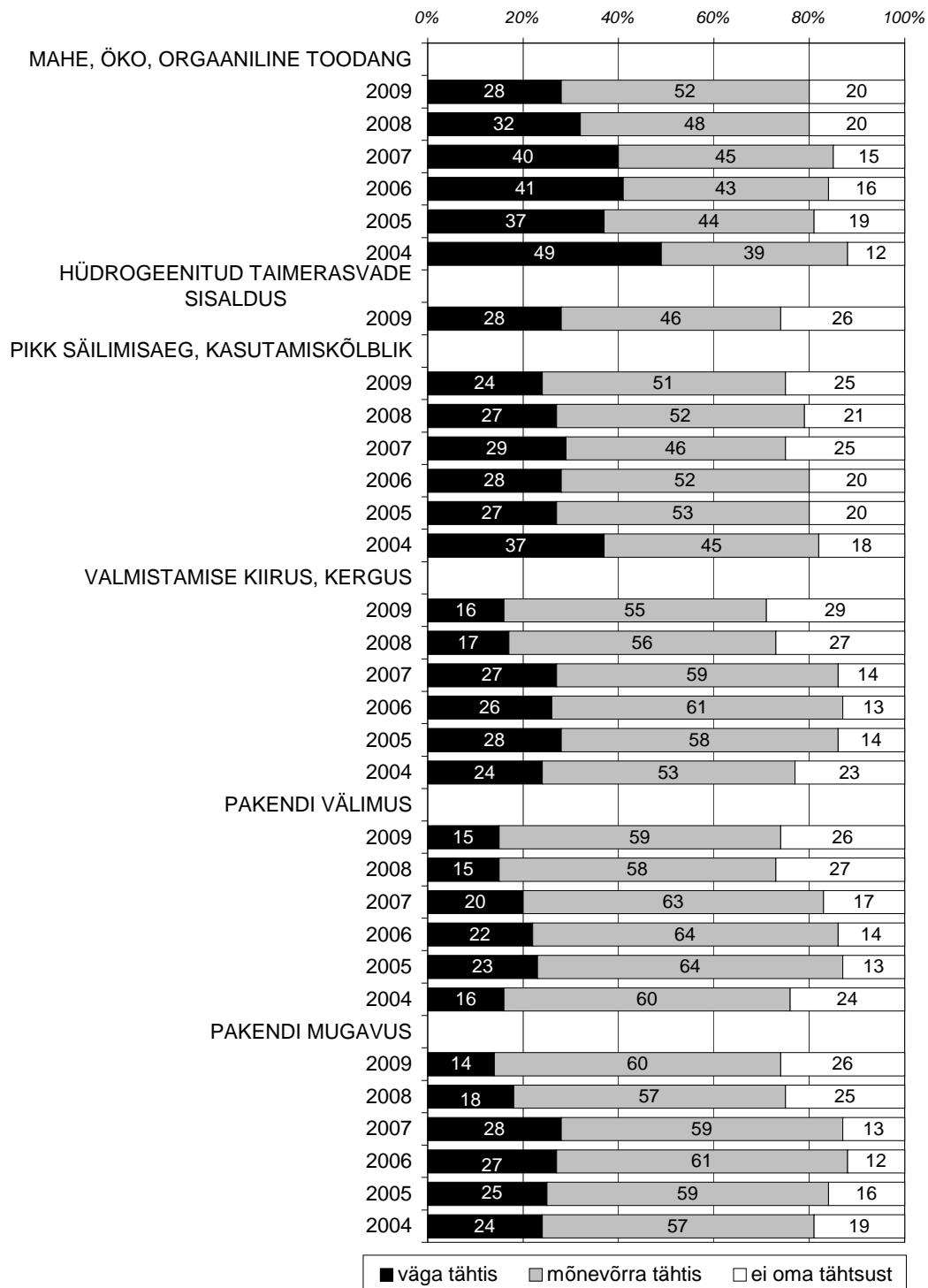
Mis on Teie jaoks toidu ostuotsuse (valiku) tegemisel tähtis? (2)



Joonis 1.8. Toidu ostuotsust mõjutavad tegurid Eesti tarbijale aastatel 2004-2009 (2)

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

(% vastanutest)



Joonis 1.9. Toidu ostuotsust mõjutavad tegurid Eesti tarbijale aastatel 2004-2009 (3)

Varasemate uuringute kohaselt on perede rahalised võimalused olnud majanduslanguse jätkudes väga erinevad, madala sissetulekuga tarbijad on piiranud toidukulutusi oluliselt, kõrgeima sissetulekuga tarbijad on samuti muutnud tarbimis- ja ostuharjumusi, kuid neil on olnud suurem valikuvabadus. Kuidas mõjutab majanduslanguse jätkumine 2009. aastal erinevatesse sotsiaalsesse ja kultuurilistesse rühmadesse kuuluvate tarbijate toidukaupade valikutegureid, sellest madalaima ja kõrgeima sissetulekuga ning eesti-vene kultuurikeskkonda kuuluvate tarbijate näitel (vt tabel 1.13 – 1.14).

Madalaima sissetulekurühma (alla 2001 krooni kuu netosissetulek pereliikme kohta) tarbijatele avaldab toidu ostuotsusele enam mõju toidukauba värskus, maitse, soodne hind, sooduspakkumised, kvaliteet, tervislikkus. Kõrgeima sissetulekuga tarbijatele (üle 10 000 krooni kuu netosissetulek pereliikme kohta) on olulisemad valikutegurid: värskus, maitse, kvaliteet, tervislikkus, toote välimus ja kodumaisus. Hind ja sooduspakkumised on märgatavalt olulisemad vaesematele tarbijatele, jõukamad saavad enam pöörata tähelepanu toodete kvaliteedile, tervislikkusele ja välimusele ning osta kodumaist toodangut.

Tabel 1.13. Elanike toidu ostuotsuseid mõjutavad tegurid madalaimas ja kõrgeimas sissetuleku rühmas (järjestatud “väga tähtis” - vastuste % järgi)

	KÕIK	alla 2001 krooni pereliikme kohta	üle 10 000 krooni pereliikme kohta
1. värskus	91	87 (1.)	95 (1.-2.)
2. maitse	89	88 (2.)	95 (1.-2.)
3. kvaliteet	84	79 (5.)	91 (3.)
4. tervislikkus	68	71 (6.)	69 (4.)
5. soodne hind	62	83 (3.)	40 (8.)
6. sooduspakkumised	56	82 (4.)	31 (10.-11.)
7. toote välimus	53	59 (7.)	54 (5.)
8. koostis	50	52 (8.)	42 (7.)
9. ilma GM tooraineta	45	45 (10.)	33 (9.)
10. tuttav bränd (kaubamärk)	37	37 (11.)	30 (12.)
11. päritolumaa, Eestis toodetud	37	33 (12.-14.)	44 (6.)
12. märgised	36	47 (9.)	31 (10.-11.)
13. mahe-, ökotoodang	28	30 (15.)	20 (13.)
14. hüdrogeenitud taimerasvade sisaldus tootes	28	33 (12.-14.)	17 (14.)
15. pikk säilimisaeg, kui kaua on kasutamiskõlblik	24	33 (12.-14.)	16 (15.-16.)
16. valmistamise kiirus, kergus	16	23 (17.)	12 (17.-18)
17. pakend (välimus)	15	26 (16.)	16 (15.-16.)
18. pakendi mugavus	14	20 (18.)	12 (17.-18)

2009. aastal eesti- ja venekeelses kultuuri- ja keelekeskkonnas elavate tarbijate väärtushinnangud ei lähenenud, venekeelsed tarbijad võtavad endiselt ostuotsuse tegemisel arvesse enam tegureid võrreldes eestlastega, toiduostu protsess on mitmekülgsem (vt tabel 1.14). Kõik tarbijad, vaatamata rahvusele ja kultuurikeskkonnale peavad oluliseks toote värskest, maitset, kvaliteeti ja tervislikkust.

Tabel 1.14. Elanike toidu ostuotsuseid mõjutavad tegurid keelekeskkonna järgi (järjestatud “väga tähtis” - vastuste % järgi)

	KÕIK	eestlased	muu rahvus
1. värskus	91	90 (1.-2.)	91 (1.)
2. maitse	89	90 (1.-2.)	90 (2.)
3. kvaliteet	84	82 (3.)	88 (3.)
4. tervislikkus	68	66 (4.)	73 (4.)
5. soodne hind	62	65 (5.)	58 (6.)
6. sooduspakkumised	56	56 (6.)	55 (8.-10.)
7. toote välimus	53	52 (7.)	55 (8.-10.)
8. koostis	50	46 (8.)	59 (5.)
9. ilma GM tooraineta	45	39 (9.)	56 (7.)
10. tuttav bränd (kaubamärk)	37	38 (10.-11.)	33 (15.)
11. päritolumaa, Eestis toodetud	37	38 (10.-11.)	36 (14.)
12. määrgised	36	35 (12.)	39 (13.)
13. mahe-, ökotoodang	28	16 (14.-15.)	55 (8.-10.)
14. hüdrogeenitud taimerasvade sisaldus tootes	28	21 (13.)	43 (11.)
15. pikk säilimisaeg, kui kaua on kasutamiskõlblik	24	16 (14.-15.)	41 (12.)
16. valmistamise kiirus, kergus	16	13 (16.)	21 (17.)
17. pakend (välimus)	15	10 (18.)	25 (16.)
18. pakendi mugavus	14	12 (17.)	19 (18.)

Kui etteantud valikutegurite loetelus puudus vastaja jaoks oluline tegur, siis oli võimalik see juurde lisada. Vaba vastuse vormis märgiti (3% vastanutest) kõige enam säilitus- ja lisaainete ning asovärvide puudumist tootes. Ühtlasi sooviti rohkem infot, millised lisaained või tarbijate kõnepruugis “e-ained” on kahjulikud. Pakenditesse puutuvat mainiti võrreldes 2008. aastaga suhteliselt vähe. Eelistatakse tooteid, mille tarbimisel tekib vähem prügi ja soovitakse erinevate suurustega pakendeid. Valikutegemist takistavad veel väikeses kirjas tooteinfo, valiku piiratus nt väikestes maapoodides, maitselisandite kasutamine ja terviseprobleemidest tingitud piirangud (nt allergikud, kolesterooli taseme jälgimine).

2. TOIDUKAUPADE EELISTUSED SÕLTUVALT PÄRITOLUST

2.1. Kodumaine toidukaup tarbijate mõistes

Elanikel paluti märkida, mis määrab nende jaoks ära, et tegemist kodumaise toidukaubaga ja märkida etteantud kuue vastusvariandi olulisus kolmeastmelisel skaalal: väga oluline, mõnevõrra oluline või ei ole oluline. Skaalapunktidele omistatud väärtuste (väga oluline=1, oluline=2, ei ole oluline=3) alusel arvutati hinnangute aritmeetilised keskmised. Mida väiksem keskmine pallide arv, seda olulisem on kodumaisuse määratlemise kriteerium (vt tabel 2.1 ja joonis 2.1).

Kodumaiseks toidukaubaks määratleb tarbija eeskätt sellise toote, mis on valmistatud Eestis ja kohalikust toorainest, väga oluliseks pidas Eestis tootmist 54% ja kodumaist toorainet 52% vastanutest. Eesti tootja kaubamärk annab 41%-le tarbijatest kindluse, et tegemist on kodumaise kaubaga ning 38% tarbijatest määratleb kodumaisust “pääsukesemärgi”, “Eestis Kasvatatud” või “Eesti Parim Toiduaine” märgi järgi. Kvaliteedi- ja päritolumärgised on tarbija jaoks pigem abiks kodumaise toote väljaselgitamisel kui kodumaisuse kindlad näitajad, sest sagedamini valiti vastuseks “mõnevõrra oluline”. Kui toidukaup on toodetud Eesti retsepti järgi, liigitab 67% täiskasvanud elanikest selle kodumaiseks (väga + mõnevõrra oluline). Kuid kolmandiku jaoks eesti retsepti järgi tootmisest ei piisa, et tarbijad määratleksid toote kodumaiseks. Eesti retsept on seega mõnevõrra oluline, ainult 19% tarbijatest peab seda väga oluliseks.

Tabel 2.1. Toidukauba määratlemine kodumaiseks, kui ... (% vastanutest, väga + mõnevõrra oluline)

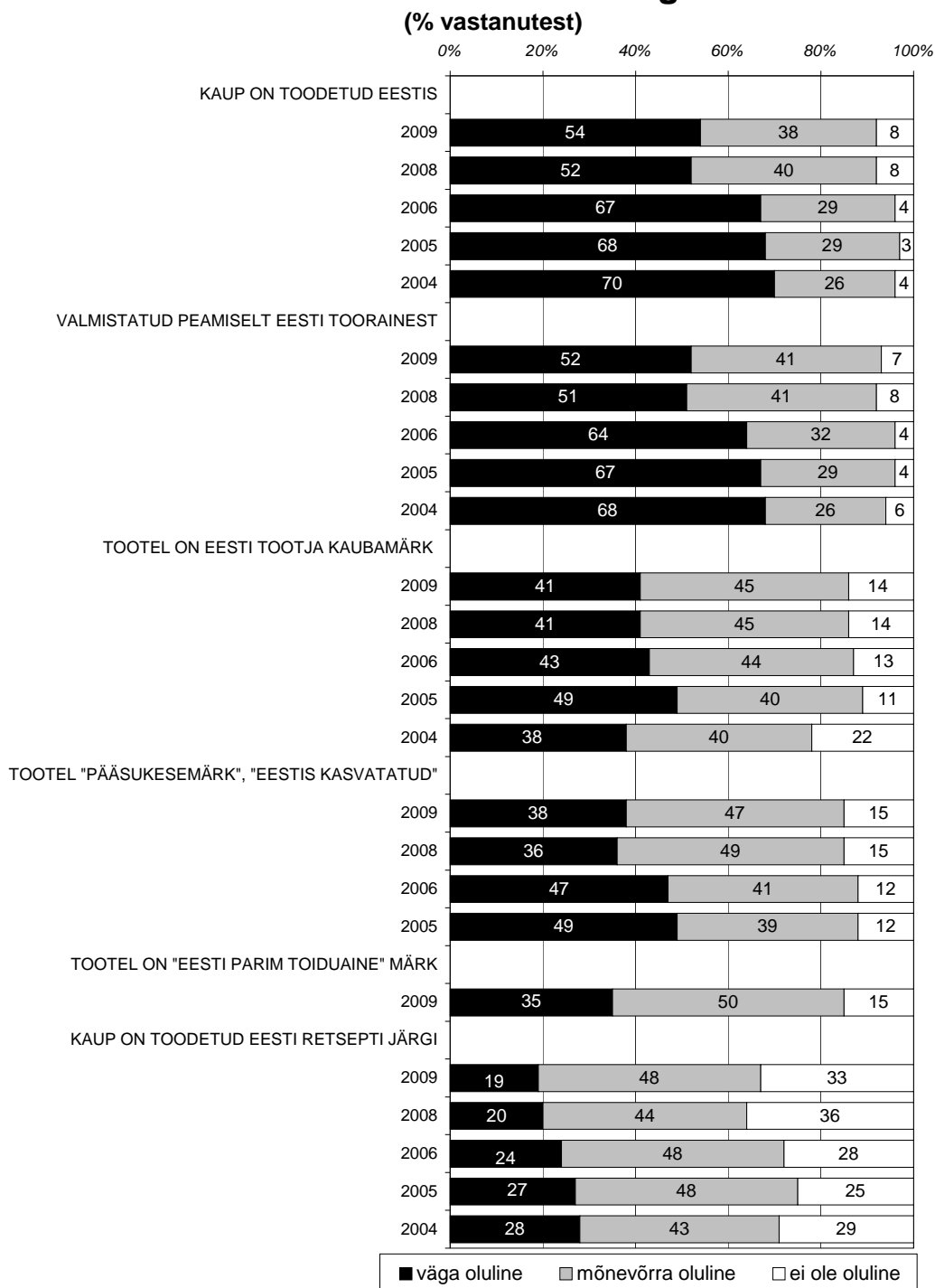
	2004	2005	2006	2008	2009	Keskmine hinne
... kaup on toodetud Eestis	96	97	96	91	92	1,53
... toode on valmistatud eesti toorainest	94	96	96	92	93	1,55
... tootel on eesti tootja kaubamärk (bränd)	78	89	87	86	86	1,74
... tootel on “pääsukesemärk” või “Eestis Kasvatatud” märk	-	88	88	85	85	1,76
... tootel on “Eesti Parim Toiduaine” märk	-	-	-	-	85	1,80
... kaup on toodetud eesti retsepti järgi	71	75	72	64	67	2,15

Uuringu tulemuste järgi ei ole tarbijate hinnangud aastaga oluliselt muutunud. Kaupade Eestis valmistamine ja kodumaine tooraine on tarbijatele endiselt kõige olulisemad kodumaise toote iseloomujooned.

Kodumaine toidukaup on eestlaste identiteedi osaks. Seetõttu on kodumaise tooraine kasutamine ja toote Eestis valmistamine eriti tähtis vanematele Eesti elanikele (üle 65-aastased), kes on läbi aastate oma käitumisega väljendanud suuremat lojaalsust kodumaisele toidukaubale. Ka naised, kes on peredes sagedamini toiduostude tegijad, väärtustavad enim kodumaist toorainet ja kauba tootmist Eestis. Nende tarbijarühmade hinnangud pole aastaga muutunud. Püsib meeste vähesem huvi toiduaine tootjamaa ja kasutatud tooraine päritolu vastu (vt lisa 2.4).

Kvaliteedi- ja päritolumärgiste kasutamine tootjate poolt on osutunud heaks abimeheks kodumaise toote määratlemisel mitte-eestlastele ja vanematele elanikele. Näiteks “Eesti Parim Toiduaine” märki pidas väga oluliseks kodumaise toidukauba määratlemisel 42% mitte-eestlastest ja 32% eestlastest (35% kõigist vastanutest). Eesti tootja kaubamärk on samuti oluline kodumaiseks määratlemisel 42%-le eestlastest ja 37%-le mitte-eestlastest (41% kõigist vastanutest).

Mis määrab Teie jaoks ära, et tegemist on kodumaise toidukaubaga?



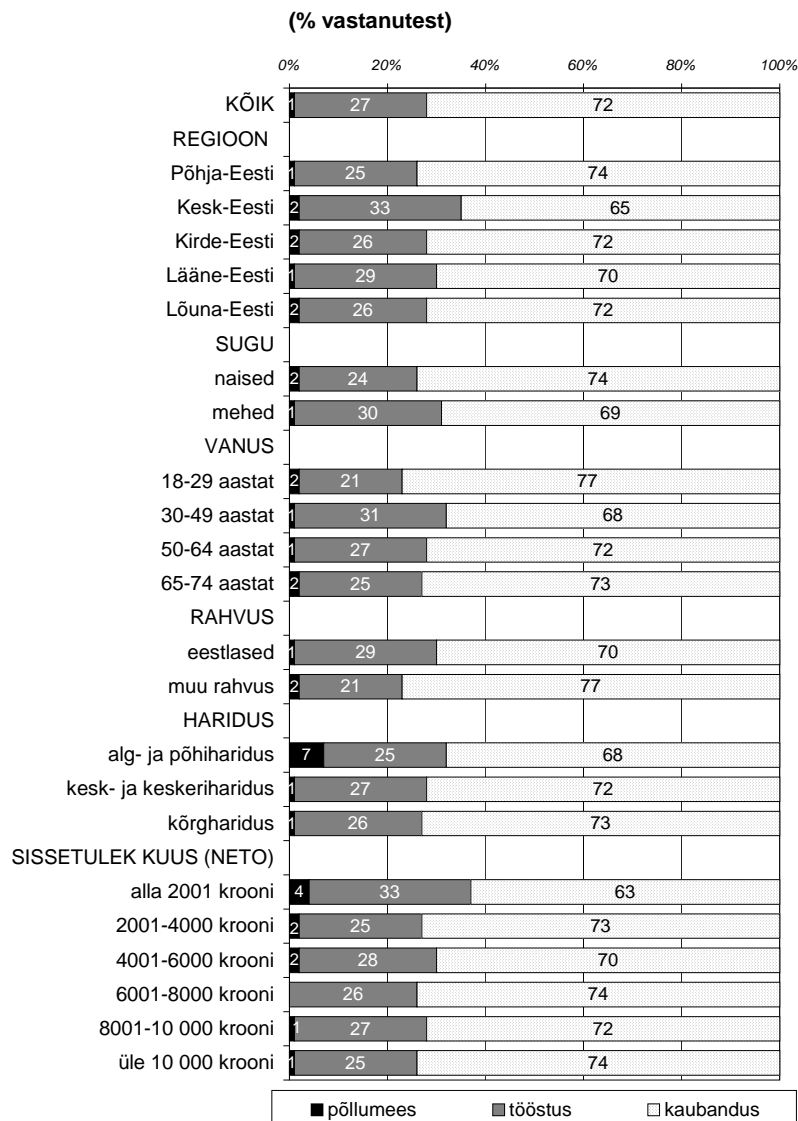
Joonis 2.1. Toidukauba määratlemine kodumaiseks 2004-2009

2.2. Toidukauba müügiahelas kõige suuremat kasu saav lüli elanike hinnangul

Tarbijatele on avalikkuses vähe räägitud toidukauba müügiahelast ja konkreetsetest statistilistest numbritest. Kuid vastajatel on siiski välja kujunenud oma seisukoht, mis peegeldab suuremal või vähemal määral tegelikkust. Vastajatel paluti avaldada arvamust, kes saab Eestis toidukauba müügil kõige suuremat kasu, kas põllumees, tööstus või kaubandus.

Elanike arvates saab toidukauba müügil Eestis kõige suuremat kasu kaubandus (72%). Tööstus saab kõige suuremat kasu 27% vastanute arvates ja põllumees vaid 1% vastanute arvates (vt joonis 2.2). Väljakujunenud avaliku arvamuse kohaselt on põllumees vaeslapse osas, kellele tööstus ja eriti kaubandus liiga teevad. Elanike rühmad on põhimõtteliselt ühel meelel vaatamata erinevale elukohale, soole, vanusele, haridusele ja sissetulekule.

Mida Teie tarbijana arvate, kes saab Eestis toidukauba müügil kõige suuremat kasu, kas põllumees, tööstus või kaubandus?



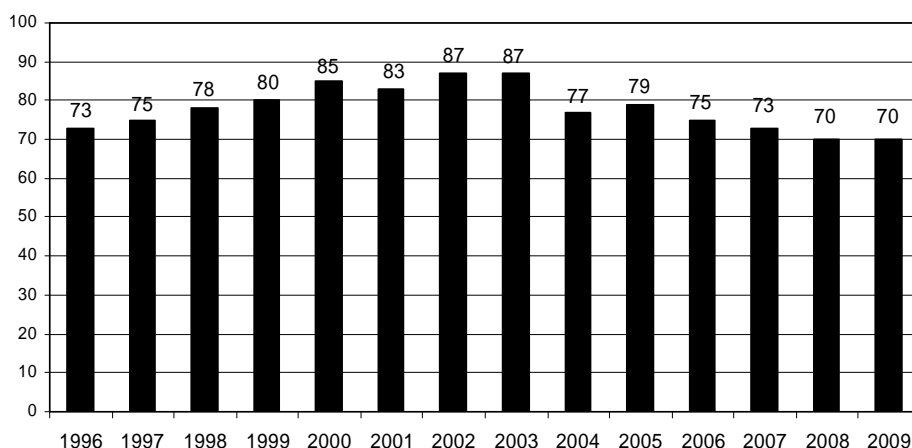
Joonis 2.2. Elanike rühmade hinnangud Eestis toidukauba müügil kõige suuremat kasu saavale lülile

2.3. Üldine ostueelistus - kodumaised või importtoidukaubad

2009. aastal küsiti tarbijatelt 14-ndat aastat järjest pere üldise toidukaupade ostueelistuse kohta.

Tarbijate üldine ostueelistus aasta jooksul ei muutunud. 70% tarbijatest eelistas osta valdavalt kodumaiseid toidukaupu, 28%-le vastanutest polnud toidukauba päritoluma oluline ja 2% eelistas osta sissetoodud toidukaupu. Kodumaiste toodete eelistamise protsent püsis uuringuperioodi madalaim, kuid enam ei langenud (vt tabel 2.2, joonis 2.3).

Kodumaise toidukauba eelistamine
(% vastanutest)



Joonis 2.3. Kodumaise toidukauba eelistamine aastatel 1996-2009

Majandussurutise jätkudes püüdsid pered osta odavamaid tooteid, kasutada sooduspakkumiste võimalusi ja sellega kärpida oma toidukulusid. Kuna 2009. aastal toidukaubad üldiselt odavnesid, sh paljud kodumaised tooted tuntavalt ning kohati enam kui importtooted, siis polnud tarbijatel põhjust oma toidu ostueelistusi kodumaise ja impordi osas muuta. Kindlasti oli ka neid, kes olude sunnil hakkasid varasemast enam eelistama odavaid importtooteid, kuid samas osa tarbijaid tunnetasid, et kodumaiste kaupade ostuga toetavad nad Eesti majandust ja annavad siinsetele inimestele tööd ning ostsid eesti tooteid patriotismist. Kodumaise toidukauba eristamine imporditud toidukaubast aastaga kergemaks ei muutunud ning endiselt tekitas osades tarbijates segadust ja pettumust see, et mõningad Eesti kaubamärki kandvad tooted valmistatakse välismaal või kauba põhitooraine pole kohalikku päritolu. Antud olukorras võib olla rahul, et ükskõikne suhtumine kodumaisesse toitu pole 2009. aastal süvenenud.

Tabel 2.2. Toidukaupade eelistamine päritolu järgi (% vastanutest)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
kodumaiseid toidukaupu	73	75	78	80	85	83	87	87	77	79	75	73	70	70
importtoidukaupu	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	2	2
päritoluma pole oluline	26	24	21	20	14	17	12	13	22	20	25	26	28	28

Kodumaise ja importtoidukauba eelistused varieerusid sõltuvalt tarbija elukohast, soost, vanusest, keelekeskkonnast, haridusest ja sissetulekust (vt joonis 2.4). Rahvuslik enesemääratlus väljendub ka toidu ostueelistustes: 2009. aastal eelistas kodumaist toidukaupa 74% eestlastest ja 64% mitte-eestlastest, ükskõikseid oli 24% eestlastest ja 34% mitte-eestlastest.

Eri vanuses elanike eelistusi iseloomustas 2009. aastal stabiilsus ja säilis ka tendents, et vanuse tõustes kodumaise toidukauba eelistamine kasvab. Vanemate tarbijate lojaalsus kodumaisele toidukaubale oli vanuserühmadest kõrgeim ja püsis 2008. aasta tasemel – 77%. Alla 30-aastastest noortest eelistas osta kodumaist toidukaupa 64%, 30-40-aastastest 70% ja 50-64-aastastest 74% (vt tabel 2.3).

Tabel 2.3. Kodumaise toidukauba eelistajad vanuse lõikes aastatel 1996-2009 (% vanusegrupist)

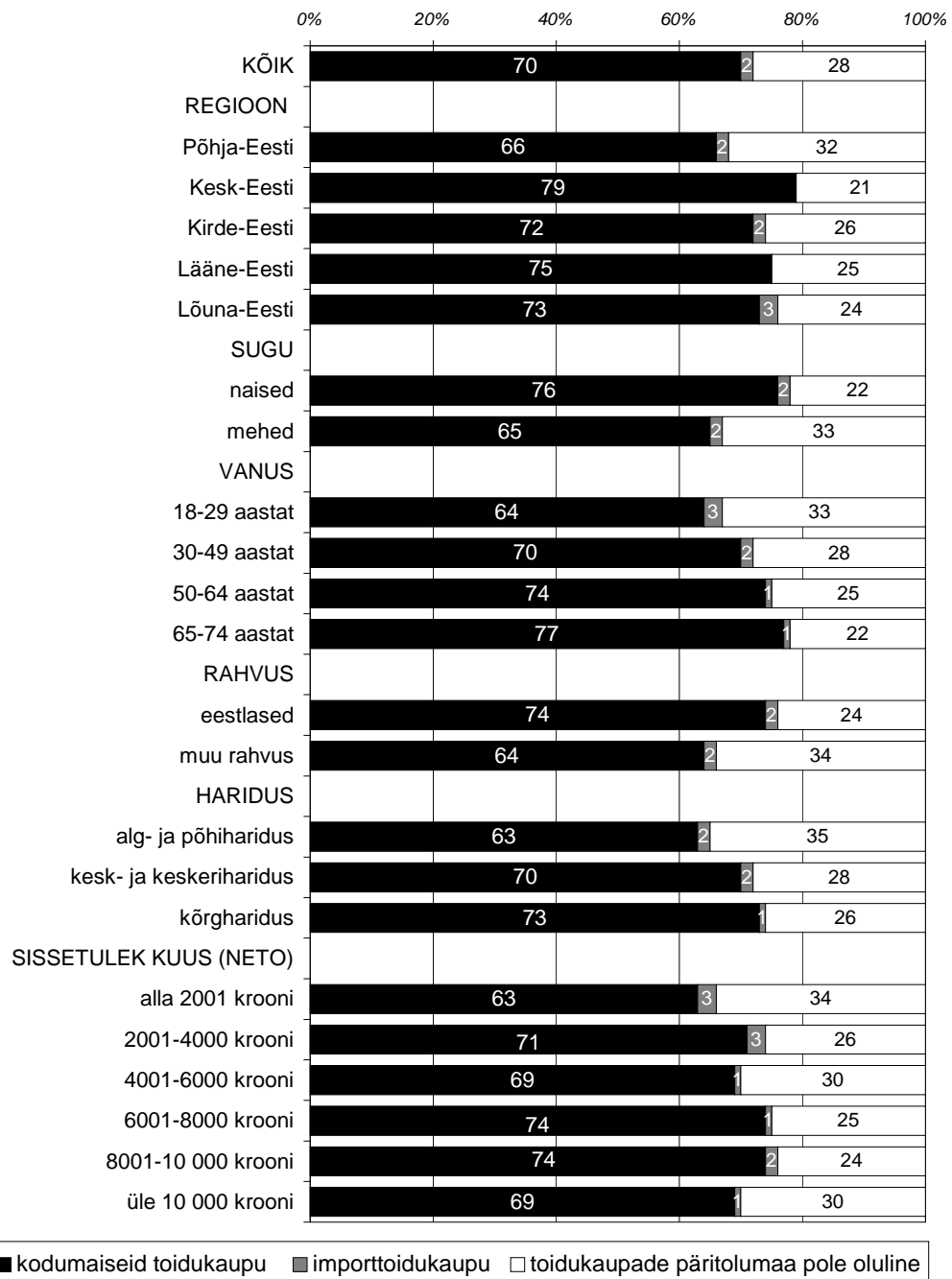
	kõik vastanud	alla 30-aastased	30-49-aastased	50-64-aastased	üle 64-aastased
2009	70	64	70	74	77
2008	70	63	71	74	77
2007	73	67	74	73	82
2006	75	66	78	78	81
2005	79	71	82	81	81
2004	77	67	79	80	85
2003	87	84	87	86	89
2002	87	79	90	89	89
2001	83	75	83	86	92
2000	83	79	83	89	88
1999	80	75	76	85	88
1998	78	70	78	83	82
1997	75	67	74	82	83
1996	73	58	71	81	77

Sissetulekurühmade lõikes oli märgatav madalaima sissetulekuga tarbijarühma suurem ükskõiksus ja vähesem kodumaise eelistamine. Alla 2001-kroonise kuu netosissetulekuga peredest eelistas osta kodumaist kaupa 63%, importi 3% ja päritolumaa polnud oluline 34%-le vastajarühmast. Suurim kodumaise eelistus oli 6000-10 000-kroonise preliikme kuu sissetulekuga vastajate seas. Kõrgeima sissetulekuga (üle 10 000 kr) tarbijatel on toidukauba Eestis valmistamine toote ostuvaliku kriteeriumina vähem olulisem, parem rahaline olukord annab suurema valikuvabaduse. Samuti on jõukamate tarbijate menüü mõnevõrra teistsugune võrreldes nendega, kel tagasihoidlikumad rahalised võimalused, rohkem on ka teiste rahvuste köökide mõjutusi.

Aastaga ei muutunud seos tarbijaelistuste ja haridustaseme vahel: mida madalam oli haridustase, seda tagasihoidlikumaks jäi kodumaise toidukauba eelistamine ja seda suuremaks osutus ükskõiksus päritolumaa suhtes. Näiteks alg- ja põhiharidusega tarbijatest eelistas kodumaiseid toidukaupu 63%, ükskõikseid oli 35%.

Mida lähedasem on kokkupuude toiduostudega, seda enam kalduvad eelistused kodumaise toodangu poole. Tarbijatest, kes teevad suurema osa pere toiduostudest (neid oli 53% kõigist vastanutest) eelistas 75% kodumaiseid toidukaupu. Tarbijatest, kes teevad ligikaudu poole pere toiduostudest (30% kõigist vastanutest) eelistas kodumaist 68%. Tarbijatest, kes teevad alla poole pere toiduostudest (15% kõigist vastanutest) eelistab kodumaist toidukaupa 64% ja toiduoste mittetegevatest tarbijatest (2% kõigist vastanutest) 52%.

Kas Teie (Teie pere) ostis 2009. aastal valdavalt ...? (% vastanutest)



Joonis 2.4. Kodumaise toidukauba eelistamine tarbijarühmades

2.4. Kodumaiste toidukaupade kuvand

Kodumaistele toidukaupadele omistavad tarbijad väärtusi, mis põhinevad kaupade tajutud omadustel. Need omadused on ühtaegu ootused, mis tekitavad ettekujutuse kodumaisest tootest. Alates 1996. aastast on uuritud, millisena tajuvad Eesti tarbijad kodumaist toidukaupa ja kuidas on ettekujutus aastate jooksul muutunud.

Elanikud panid kirja, millised omadused on kodumaistel toidukaupadel valides skaalal ühe vastuse kolmest: jah, alati; jah, mõnikord; ei ole kunagi või arvamuse puudumisel vastates “ei oska öelda”. Skaalapunktidele omistatud väärtuste alusel arvutati omaduste aritmeetilised keskmised pallides (jah, alati=1, jah, mõnikord=2, ei ole kunagi=3). Mida väiksem keskmine pallide arv, seda olulisem on omadus tarbijaile. Kodumaiste toidukaupade kuvandi moodustavad kõige väiksema keskmisega omadused (vt tabel 2.4).

Tabel 2.4. 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	2008	2009	keskmine
värskus	-	-	-	-	-	-	-	59	64	60	60	55	57	57	1,42
harjumuspärane maitse	63	66	66	75	69	72	74	69	74	62	60	60	53	50	1,48
usaldusväärsus	-	-	-	-	-	58	63	64	60	54	55	55	48	50	1,49
tervislikkus	49	63	62	65	59	58	46	48	51	52	51	48	47	46	1,50
püsiv kvaliteet	-	-	-	36	24	32	38	42	46	51	44	44	42	37	1,62
lisaainete vähene sisaldus	63	66	69	70	62	57	52	47	43	38	29	29	36	31	1,68
kõrge kvaliteet	23	26	27	28	27	31	31	34	36	47	44	41	34	30	1,69
meeldiv ja sobiv pakend	12	16	14	23	19	22	20	21	27	23	27	24	26	24	1,79
lai sortiment	-	21	20	25	17	19	25	25	30	33	33	30	22	24	1,86
uudne (huvitav) maitse	-	8	8	14	8	8	8	7	14	10	8	7	8	9	1,99
soodne hind	24	22	23	34	23	27	18	19	27	30	21	18	20	14	2,01
pikk säilivusaeg	8	7	8	8	6	8	10	10	15	13	9	10	13	9	2,11

Kodumaine toidukaup oli 2009. aastal tarbijate ettekujutuses värskes, harjumuspärase maitsega, usaldusväärne ja tervislik. Need neli omadust on püsinud kuvandi kõige iseloomulikumate tunnustena viimased 6 aastat. Värskuse, usaldusväärse ja tervislikkuse hinnang oli lähedane 2008. aastale: kodumaine toidukaup on värskes (jah, alati - 57%), usaldusväärne (50%), tervislik (46%). Harjumuspärane maitse on aga üha vähem kodumaisele toidukaubale iseloomulik, “jah, alati” - vastuste protsent pole alates 1996. aastast olnud kunagi nii madal (50%) ja 2004. aastal alanud langustrend süveneb.

Värskus, harjumuspärane maitse, usaldusväärsus ja tervislikkus on tunnusomadused, mis on kodumaistel toidukaupadel veel tarbijate ettekujutuses alati olemas (“jah, alati” - vastuste osakaal on suurem “jah, mõnikord” - vastuste osakaalust). Ülejäänud omadused on pigem kõiku-

vad, mõnikord olemas, mõnikord mitte, st eesti toidukaubast rääkides ei pruugi nende väidete kasutamine olla usaldusväärne. Harjumuspärase maitse muutumine on juba avaldanud mõju toodete usaldusväärse hinnangutele. Uute toodete maitsete eelnev testimine tavatarbijate hulgas aitaks vähendada pettumisi ja usalduse kaotust.

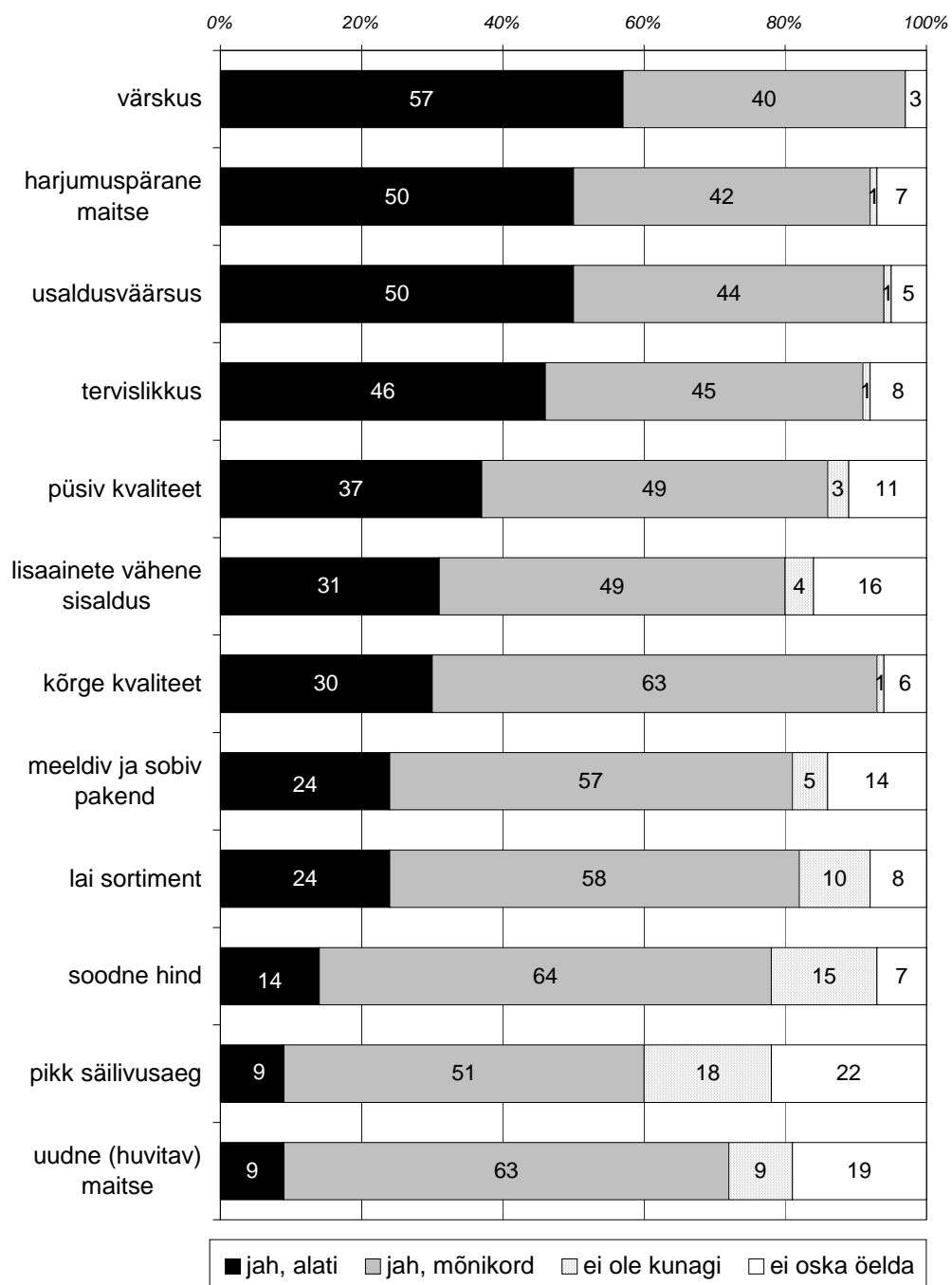
Värskuse ja tervislikkuse hinnangud on püsivad samal tasemel viimased kaks aastat. Kuid aastaga on kodumaine toidukaup üha vähem harjumuspärase maitsega (-3%-punkti), püsiva ja kõrge kvaliteediga (-5 ja -4%-punkti), vähese lisaainete sisaldusega (-5%-punkti) ning soodsa hinnaga (-6%-punkti). Kõik muutused näitavad kahjuks, et praeguses majandusolukorras ei ole suudetud või pole olnud kasulik säilitada toodete senist kvaliteeti. Üheks põhjuseks võib olla tarbijate muutunud ostuharjumused. Osa tarbijaid on pidanud raha kokkuhoiu eesmärgil valida tavapärase toodete asemel ostukorvi odavamaid kodumaiseid tooteid, mille kvaliteet ei rahuldanud ning see tõi kaasa kodumaiste kaupade kvaliteedi üldhinnangu languse.

Kodumaiseid toidukaupu tarbijate hinnangul vähene lisaainete sisaldus ei iseloomusta - 31% elanikest pidas kodumaiseid toidukaupu vähe lisaaineid sisaldavateks (2008.a 36%), 49% arvas, et mõnikord on lisaaineid vähe, mõnikord mitte. Vahepealne olukorra paranemine on asendunud jälle negatiivse trendiga. Põhjuseks võib olla transrasvade temaatikast alguse saanud suurem avalikkuse tähelepanu toidu koostisele, mille tõttu hakati lisaaineid jm koostisosi hoolikamalt jälgima. Tegemist on tarbijate teadlikkuse tõusuga, sest pool- ja valmistooteid, mis lisaaineid toorainest üldiselt rohkem sisaldavad, ei hakatud 2009. aastal hüppeliselt rohkem tarbima, pigem nende tarbimine langes.

Soodne hind pole kodumaisele toidukaubale iseloomulik – vaid 14 % elanikest märkis, et see on alati nii, mis on alates 1996. aastast madalaim näitaja. Piiratud rahaliste võimaluste juures püüavad elanikud osta odavamalt. Kui kodumaine toit juhtub olema kallim ja raha napib, siis vaadatakse sooduspakkumisi, aga alati ei ole ka kohalike tootjate sooduspakkumisi ja sel juhul hinnatakse ümber senised väärtused – kodumaise toodangu asemel sobib ka soodsama hinna ja kvaliteedi suhtega sissetoodud kaup. Sooduspakkumised aitavad elanike huvi kohaliku toidukauba vastu säilitada, kuid ilma kvaliteetse ja maitstva tooteta on see ajutine.

Tarbijate poolt võib positiivseks pidada toidukaupade sortimendi kitsenemise trendi peatumist. Lai valik iseloomustab alati kodumaist toidukaupa 24% elanike arvates (2008. aastal 22%).

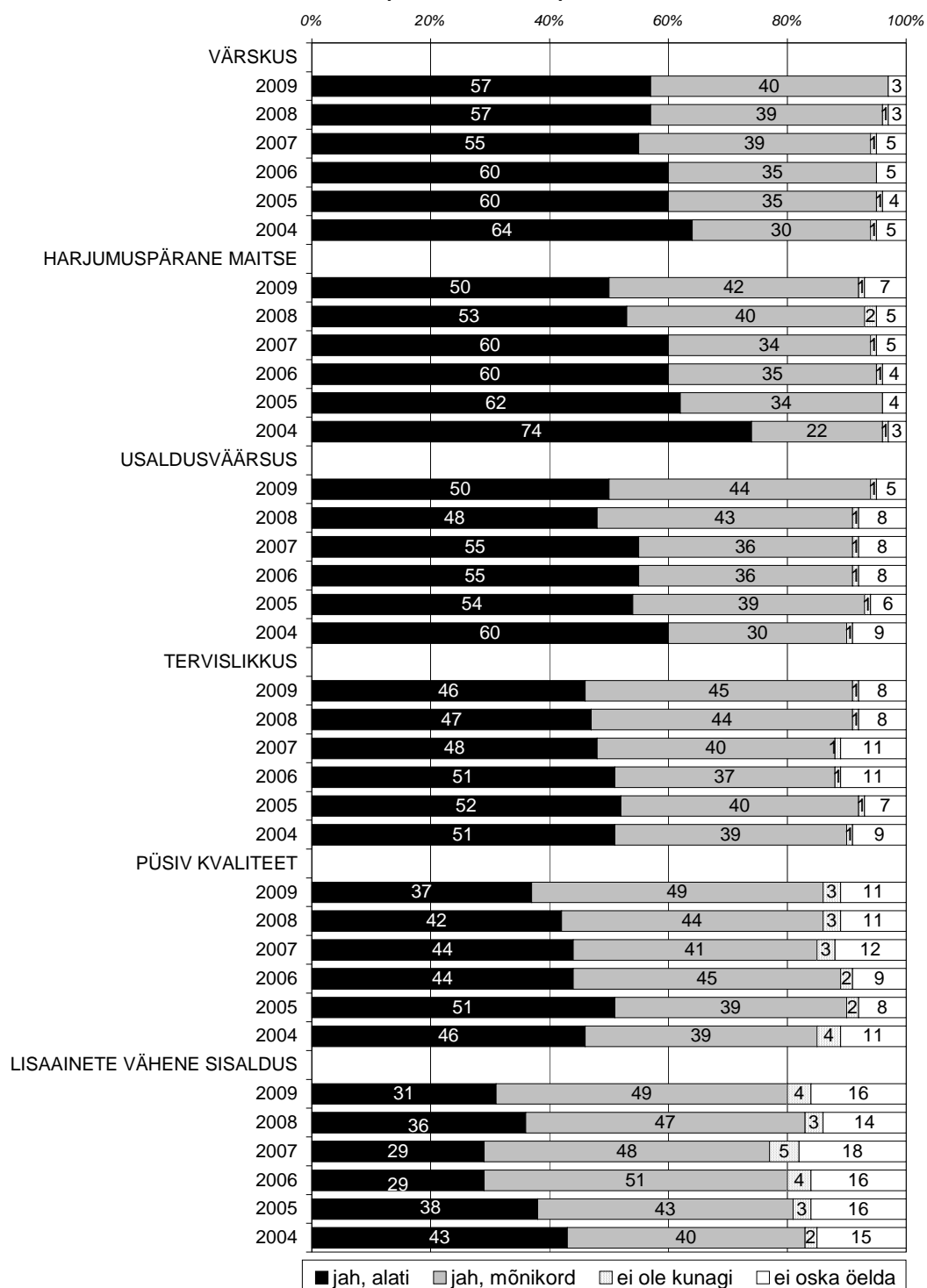
Millised omadused on Teie arvates kodumaistel toidukaupadel? (% vastanutest)



Joonis 2.5. Kodumaiste toidukaupade omadused aastal 2009

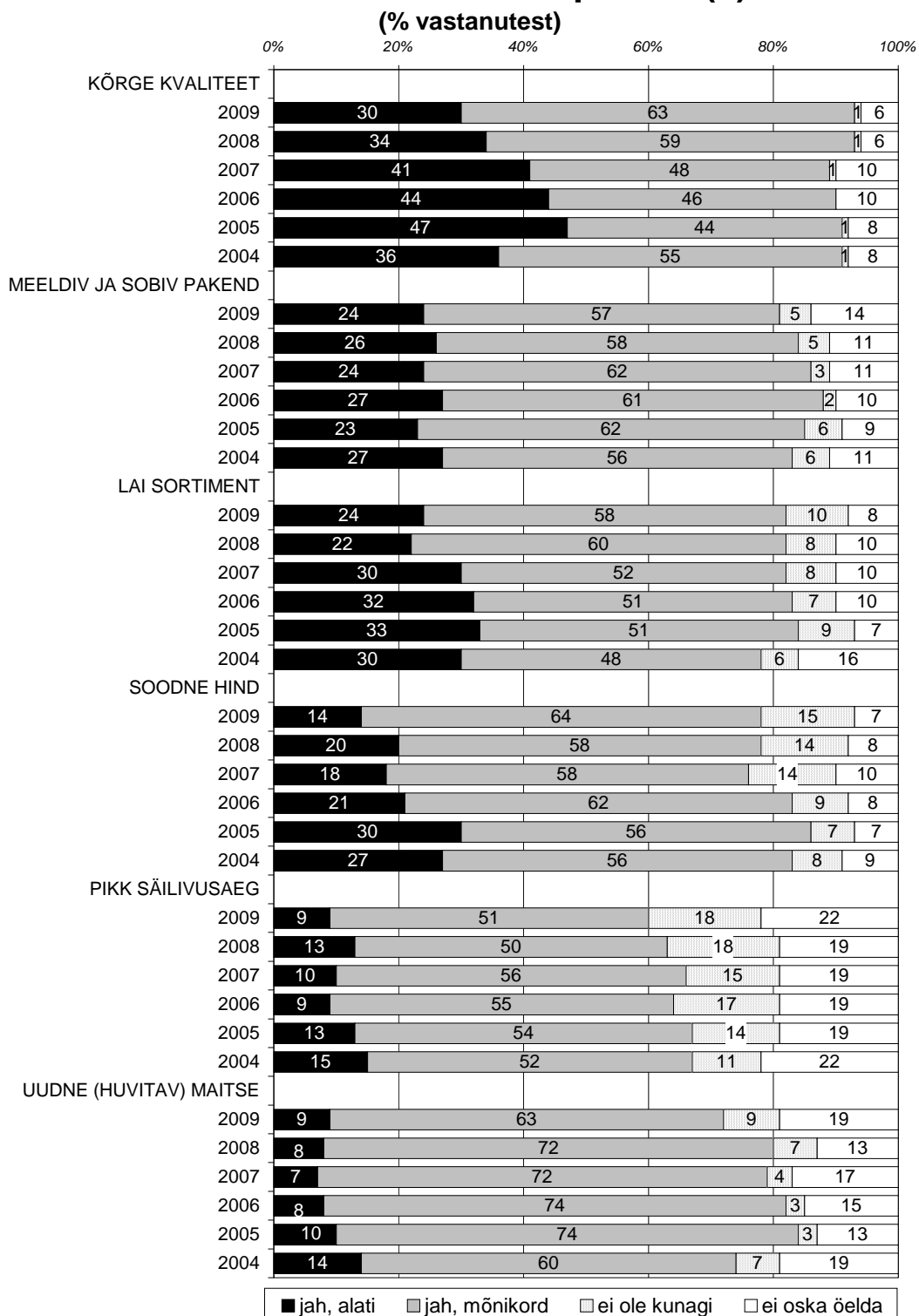
Millised omadused on Teie arvates kodumaistel toidukaupadel? (1)

(% vastanutest)



Joonis 2.6. Kodumaiste toidukaupade omadused aastatel 2004-2009 (1)

Millised omadused on Teie arvates kodumaistel toidukaupadel? (2)



Joonis 2.7. Kodumaiste toidukaupade omadused aastatel 2004-2009 (2)

2.5. Tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule

Kodumaiste toidukaupade valikule on uuringutes pööratud tähelepanu alates 1996. aastast, sest tegemist on ostuvaliku tähtsa mõjutajaga. Elanikel paluti hinnata oma tavapärasest toidukaupade ostukohas 12-nes kaubagrupis kodumaiste toidukaupade valikut-sortimenti. Hindamiseks oli kolm võimalust: valik oli kas hea, rahuldav või halb. Kui kaubagrupi tooteid peres ei ostetud, märgiti vastuseks “ei osta”. Vastusvariantidele omistatud väärtuste põhjal (hea=1, rahuldav=2, halb=3) leiti iga kaubagrupi aritmeetiline keskmine. Mida madalam keskmine, seda enam oldi rahul kaubagrupi tootevalikuga (vt tabel 2.5).

Tabel 2.5. Kodumaiste toidukaupade valikut heaks hinnanute osakaal (% vastanutest ja keskmine hinne pallides)

	Valik on hea (%)												Keskmine hinne	
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2006	2007	2009	2007	2009
leiva- ja saiatooted	62	65	64	65	67	72	74	73	76	69	72	76	1,29	1,25
piim ja piimatooted	58	66	68	68	66	70	77	70	77	70	69	74	1,31	1,26
jahu ja tangained	50	55	54	52	55	62	65	62	64	61	64	64	1,37	1,37
maiustused, kondiitritooted	49	56	56	55	55	60	62	58	63	63	62	58	1,38	1,43
karastusjookid, mahlad	59	62	59	57	60	58	59	55	54	60	59	52	1,39	1,44
liha ja lihatooted	37	42	47	46	43	46	53	50	60	52	51	56	1,52	1,49
kastmed (majoneesid, ketšupid)	-	49	48	45	48	54	46	45	50	50	51	48	1,50	1,54
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	-	-	-	-	-	-	-	35	42	40	37	39	1,67	1,63
puu- ja köögiviljakonservid	-	-	-	-	28	27	30	25	28	27	29	26	1,72	1,77
värske köögivilj	-	-	-	-	-	-	-	36	36	30	32	30	1,75	1,82
kala ja kalatooted	-	21	26	23	23	26	31	25	32	28	29	30	1,94	1,90
värske puuvilj	-	-	-	-	-	-	-	31	30	26	27	23	1,92	2,01

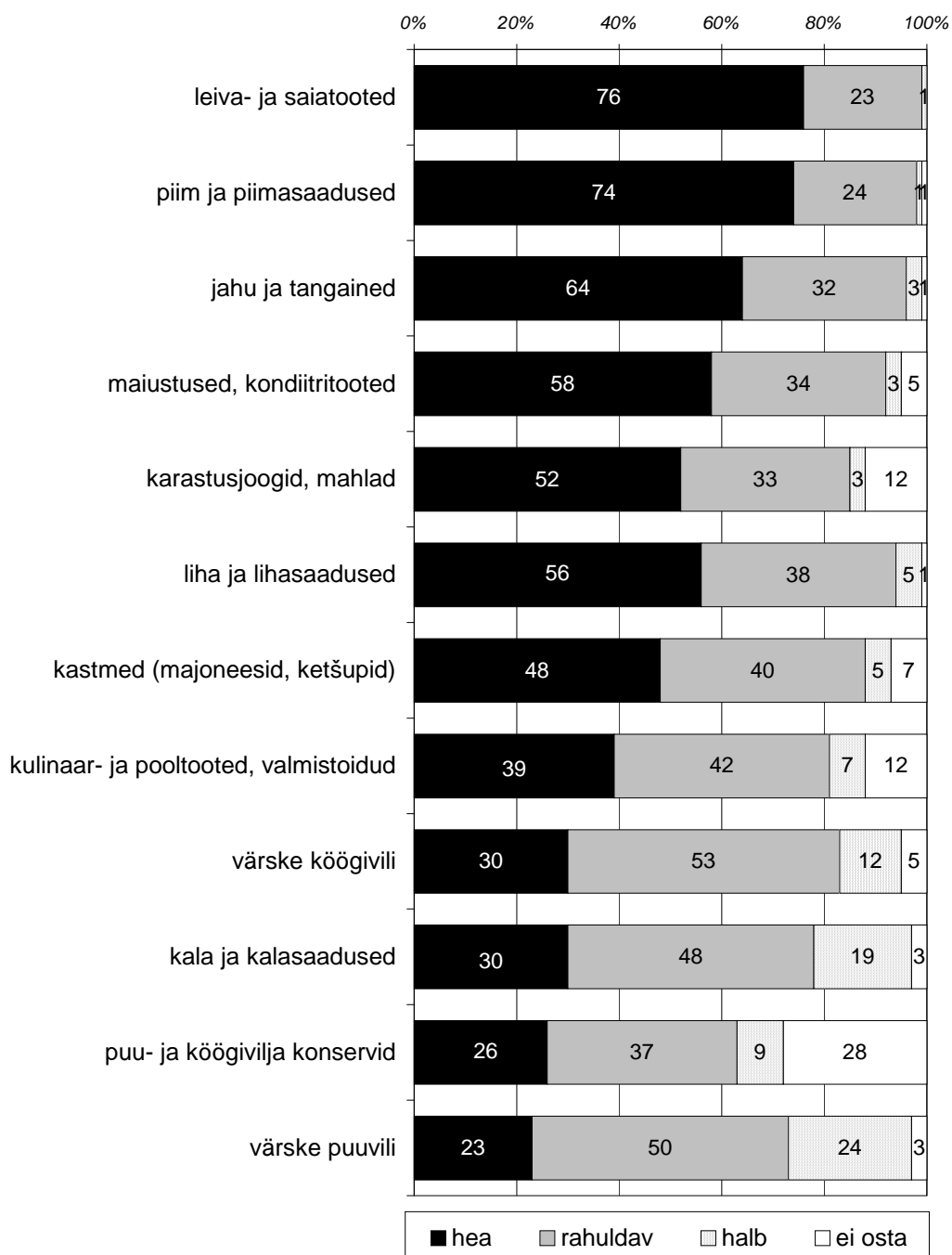
Heaks peavad elanikud leiva- ja saiatoodete, piima ja piimatoodete, jahu ja tangainete, maiustuste ja kondiitritoodete, karastusjookide ja mahlade, liha ja lihatoodete valikut. Nimetatud kaubagruppides domineeris hinnang “hea” ja keskmised hinnangud jäid alla 1,5 palli (vt joonis 2.8). Ülejäänud kaubagruppide valikut, st kastmete, kulinaar-, pooltoodete ja valmistoitude, värske köögivilja, kala ja kalatoodete, puu- ja köögivilja konservide ja värske puuvilja valikut võib pidada rahuldavaks. Keskmine hinnang pallides oli vahemikus 1,54-2,01.

Parima valikuga olid ostukohtades elanike hinnangul leiva- ja saiatooted ning piim ja piimatooted. Kahe aasta jooksul muutus toodete valik nendes kaubagruppides paremaks. Heaks hindas leiva- ja saiatoodete valikut 76% vastanutest (tõus 4%-punkti), piima ja piimatoodete valikut 74% (tõus 5%-punkti). Kui kaks aastat tagasi võis hea valikuga kaubagruppidesse liigitada ka kastmed, siis nüüd on hinnang veidi langenud (-3%-punkti), heaks pidas kastmete valikut 48% elanikest.

Tarbijate rahulolu on paranenud veel ka liha ja lihatoodete valikuga (5%-punkti). Vähem on elanikud rahul kodumaiste maiustuste ja kondiitritoodete valikuga (-4%-punkti), karastusjookide ja mahlade valikuga (-7%-punkti) ning puu- ja köögiviljakonservide valikuga (-3%-punkti). Küpsetamine, hoidistamine ja mahlade valmistamine peredes küll suurenes, kuid nn puhtad mitteostjad, kes poest kaubagrupi tooteid üldse ei osta, ei läinud keskmise hinnangu leidmisel arvesse. Seega on tõenäolisem põhjus hoopis kaupluste tellimuste vähenemises. Kondiitritooted, karastusjoogid ja konservid ei kuulu põhitoiduainete hulka, on kallimad ja ostjaid jagub seega vähem.

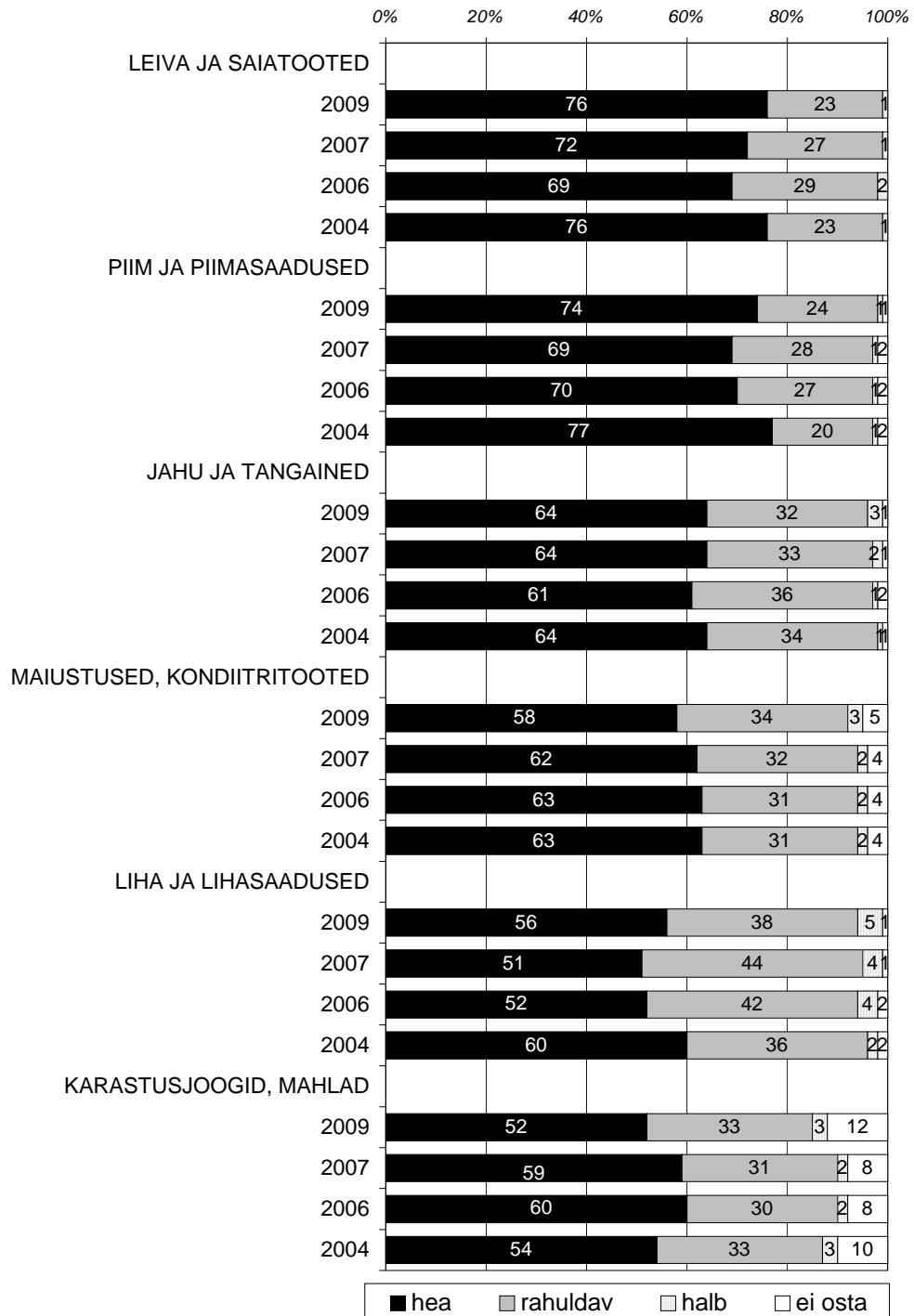
Kõige kehvem on endiselt kodumaise kala ja värskete puuviljade valik. Kala valikut pidas heaks 30% elanikest, värske puuvilja valikut 23% elanikest. Kala ja kalatoodete hinnangut on teataval määral mõjutanud suurkaupluste sooduspakkumised. Värske kodumaiste puuviljade valikut peab 50% elanikest rahuldavaks, 24% halvaks ja 23% heaks. Kahe aastaga on suurenenud negatiivsete hinnangute osakaal (4%-punkti). Kuigi eelmisel aastal oli hea puuviljasaak, ei muutunud sortiment kauplustes laiemaks, aga just kauplused on elanike peamiseks toidukaupade ostukohaks.

Tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule - sortimendile ostukohas (% vastanutest)



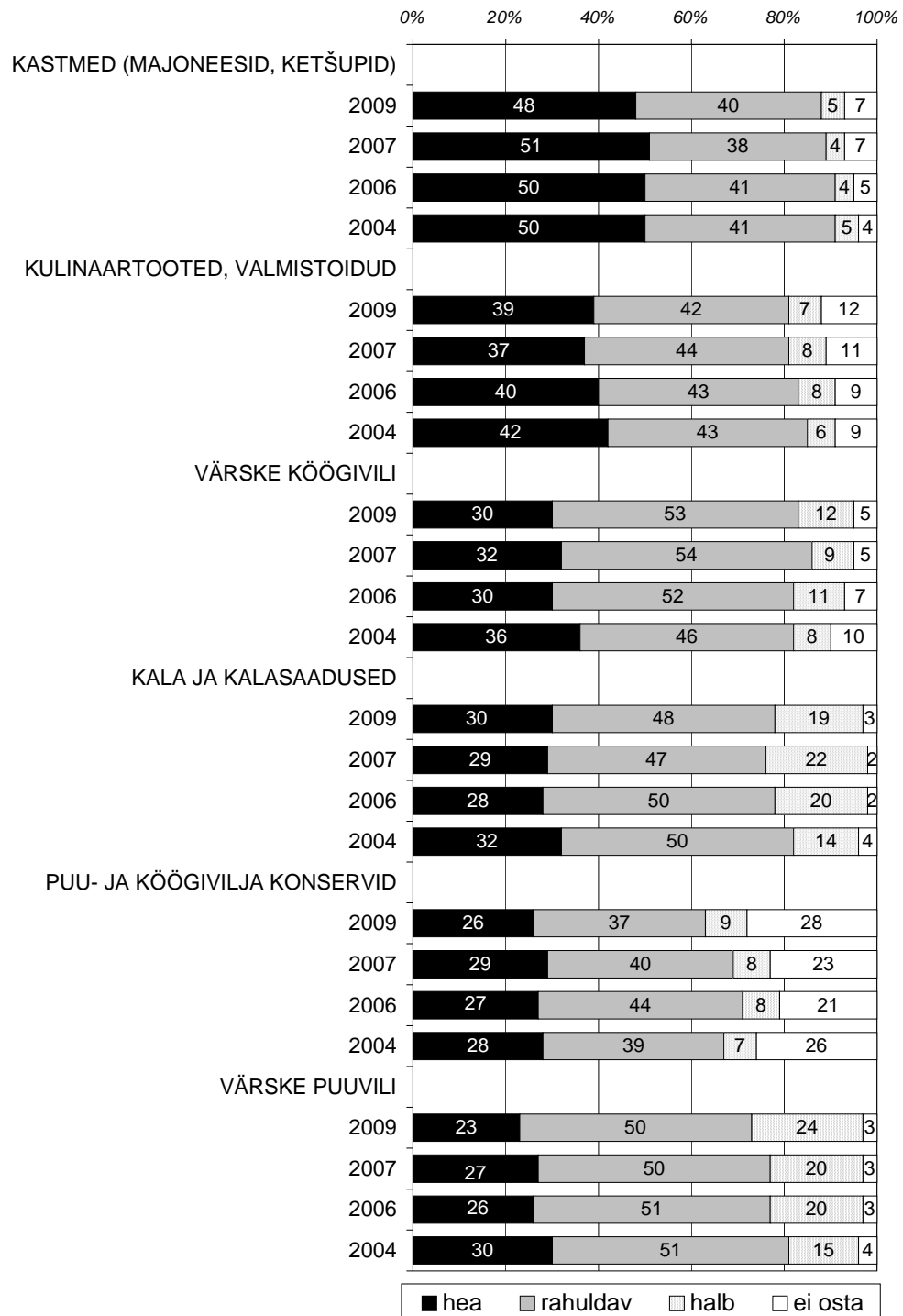
Joonis 2.8. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule ostukohas aastal 2009

Tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule - sortimendile ostukohas (1) (% vastanutest)



Joonis 2.9. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule ostukohas aastatel 2004-2009 (1)

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



Joonis 2.10. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade valikule ostukohas aastatel 2004-2009 (2)

2.6. Tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade kvaliteedile

Toidukauba kvaliteet on üks kolmest olulisemast ostuvaliku kriteeriumist tarbijaile värskuse ja maitse kõrval, mis kodumaiste toidutoodete puhul on mõnikord ootuspärane ja mõnikord mitte. Kuigi kõrge kvaliteet ei ole tarbijate hinnangul kodumaise toidukauba nn tunnusomadus, aitab ta luua ja säilitada eesti toidu kuvandit lisaks toidu värskusele, harjumuspärasele maitsele, usaldusväärsele ja tervislikkusele.

Palusime vastajatel hinnata kodumaiste toidukaupade kvaliteeti 12-s kaubagrupis tavapärasel toidukaupade ostukohas andes hinnangu kolmeastmelisel skaalal: hea, rahuldav või halb. Kui mõne kaubagrupi tooteid aasta jooksul ei ostetud, siis märgiti vastuseks "ei osta". Vastusvariantidele omistati arvulised väärtused (hea=1, rahuldav=2, halb=3), mille aritmeetilised keskmised näitavad üldist kvaliteedi hinnangut, kusjuures on arvestatud kõiki skaalapunkte. Mida madalam keskmine, seda kvaliteetsemaks hindasid tarbijad kaubagrupi tooteid (vt tabel 2.6).

Tabel 2.6. Kodumaiste toidukaupade kvaliteeti heaks hinnanute osakaal (% vastanutest ja keskmine hinne pallides)

	Kvaliteet on hea			Keskmine hinne	
	2006	2007	2009	2007	2009
piim ja piimasaadused	79	75	77	1,24	1,22
leiva- ja saiatooted	72	72	77	1,29	1,23
jahu ja tangained	71	71	73	1,28	1,27
maiustused, kondiitritooted	67	67	61	1,31	1,37
karastusjoogid, mahlad	61	63	55	1,33	1,39
liha ja lihasaadused	60	56	59	1,44	1,41
kastmed (majoneesid, ketšupid)	55	53	52	1,45	1,47
puu- ja köögivilja konservid	40	41	37	1,48	1,50
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	44	40	39	1,58	1,59
kala ja kalasaadused	42	41	40	1,63	1,65
värsked köögiviljad	35	34	34	1,68	1,71
värsked puuviljad	27	28	25	1,82	1,86

Hea kvaliteediga kodumaised tooted olid tarbijate hinnangul 7-s kaubagrupis: piim ja piimatooted (77%), leiva- ja saiatooted (77%), jahu ja tangained (73%), maiustused ja kondiitritooted (61%), liha ja lihatooted (59%), karastusjoogid ja mahlad (55%) ning kastmed, majoneesid ja ketšupid (52%). Piim ja piimatooted olid taas parima kvaliteediga, kuid leiva- ja saiatoodete kvaliteeti hinnati 2009. aastal samaväärselt heaks. Tarbijad olid leiva ja saiatoodete kvaliteediga rohkem rahul kui 2007. aastal, häid hinnanguid anti varasemast rohkem (5%-punkti, vt joonis 2.11-2.12). Tõus võib olla tingitud tarbimiskäitumise muutusest, nõ taasavastatud vanast: kondiitritoodete, saiakeste ja maiustuste asemel hakati rohkem leiba ja saia sööma ning nende kvaliteediga jäädgi rahule.

Liha ja lihatoodete kvaliteet tõusis 2006. aasta tasemele ja 2007. aasta langus ületati. Tarbijad on kallimate ja kvaliteetsemate toodete asemel valitud toidukaupadega leppinud, valmistoodete ostmine on vähenenud ja on hakatud ise rohkem värsket toorainest lihatooted valmistama.

Hea kvaliteediga kaubagruppidest on vähenenud rahulolu maiustuste ja kondiitritoodete ning karastusjookide ja mahlade kvaliteediga (-6%-punkti ja -8%-punkti). Siin võib olla kaks seletust. Esiteks tarbija psühholoogia: kui mingil põhjusel (kallis, raha vähe, kokkuhoiu püüd) ei ole võimalik osta, siis sisemist vastuolu vältides hindab tarbija väärtused ümber ja ütleb, et tooted polegi nii head. Kuid võib ka olla, et tootjad on vähenenud nõudluse tõttu muutnud toodete toorainet või muid koostisosi ja/või muutnud tootevalikut.

Rahuldava kvaliteediga kaubagruppideks olid 2009. aastal kodumaised kala ja kalatooted (kvaliteet on rahuldav – 50% vastanutest), kulinaar- ja pooltooted ning valmistoidud (42% vastanutest), värske köögivilja (53%) ja värske puuvili (59%). Puu- ja köögivilja konservide puhul oli keskmine hinnang hea-rahuldava kvaliteedi piiril: 37% tarbijatest hindas kvaliteeti heaks, 30% rahuldavaks ja 2% halvaks, ülejäänud 31% ei andnud hinnangut, sest ei ostnud aasta jooksul tooteid.

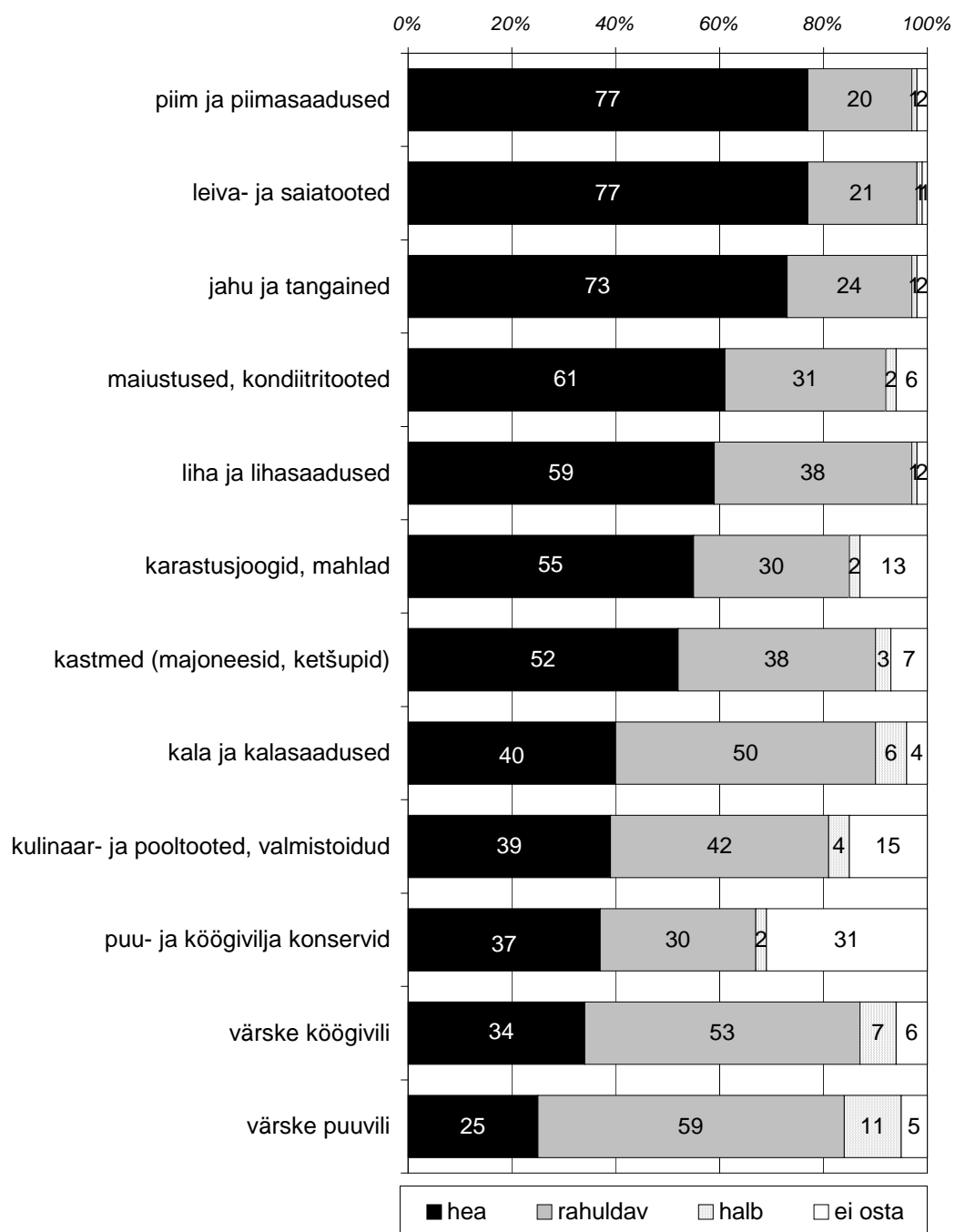
Kõige vähem olid elanikud rahul kodumaise värske köögivilja ja värske puuvilja kvaliteediga. Tarbija sooviks ideaalis saada aasta läbi värsket kvaliteetset kodumaist köögi- ja puuvilja, kuid Eesti geograafilise asendi tõttu on tegemist sesoonsete kaupadega. Kui aasta läbi tootmis- või säilitustingimused ei ole piisavad, siis kaubandus ja tootjad saaksid vähemalt suve-sügishooajal tarbijate soovidele enam vastu tulla.

Ka toodete kvaliteedi hinnangud olid eri vanuse, soo, elukoha, hariduse ja sissetulekuga tarbijate hulgas samasuunalised, kuid väikeste eripäradega (vt lisa 2.9). Enim mõjutas hinnanguid pere sissetulekute suurus (vt tabel 2.7). Jõukamad tarbijad, kelle kuu netosissetulek ületas 10 000 krooni pereliikme kohta, hindasid kõrgemalt pea kõikide kaubagruppide kvaliteeti, v.a kodumaiste kastmete, puu- ja köögiviljakonservide, kulinaar- ja pooltoidude, värske köögi- ja puuvilja osas. Suuremad sissetulekud võimaldavad osta kvaliteetsemaid tooteid, vähemate rahaliste võimaluste juures võib toidu kvaliteet olla madalam ja ühekülgsem.

Tabel 2.7. Kodumaiste toidukaupade kvaliteedi hinnangud madalaimas ja kõrgeimas sissetuleku rühmas (“hea” – vastuste %)

	KÕIK	alla 2001 krooni pereliikme kohta	üle 10 000 krooni pereliikme kohta
piim ja piimasaadused	77	67	83
leiva- ja saiatooted	77	70	81
jahu ja tangained	73	62	75
maiustused, kondiitritooted	61	56	65
karastusjoogid, mahlad	55	54	57
liha ja lihasaadused	59	54	64
kastmed (majoneesid, ketšupid)	52	50	49
puu- ja köögivilja konservid	37	42	40
kala ja kalasaadused	40	43	47
kulinaar- ja pooltoided, valmistoidud	39	43	43
värske köögivilja	34	35	35
värske puuvili	25	27	21

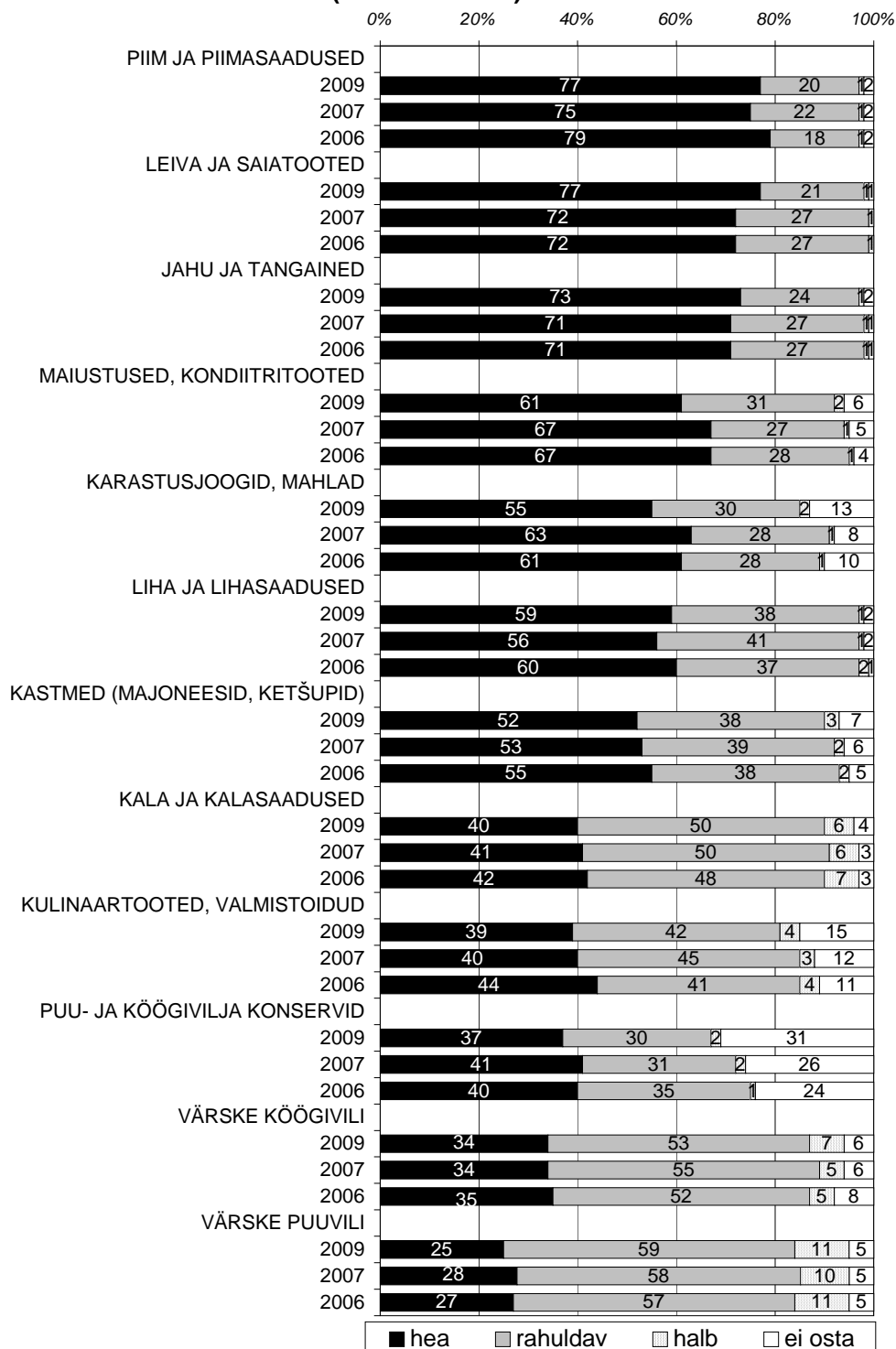
Tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade kvaliteedile ostukohas (% vastanutest)



Joonis 2.11. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade kvaliteedile ostukohas aastal 2009

Tarbijate hinnangud kodumaiste toidukaupade kvaliteedile ostukohas

(% vastanutest)



Joonis 2.12. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade kvaliteedile aastatel 2006-2009

2.7. Kodumaise ja imporditud toidukauba eristatavus ostmisel

Eesti tarbijate kodumaise toidukauba eelistus püsib 70% tasemel. Kui on kindel soov osta kodumaist toidukaupa, siis püütakse selgust saada eeskätt selles, kus on toode pärit ja kust on pärit toote valmistamiseks kasutatud tooraine. Vaatamata eelistustele ei õnnestu alati eelistuste järgimine ja seda mitte ainult rahalistel põhjustel. Tarbijatel on varasemate uuringute põhjal raske vahet teha kodumaise ja importtoodangu vahel, kuna tooteinfo on pakendil liiga väikeses kirjas, sealt kas ei osata välja lugeda tootjamaad, tootjat ja tooraine päritolu või see info puudub. Toodete eristatavus peaks aga vägagi huvitama kohalikke tootjaid, sest kuidas muidu säilitada lojaalseid tarbijaid, kes aitavad oma teadlike valikutega eestimaisel toidutööstusel suure konkurentsi tingimustes püsima jääda.

Kodumaise ja sissetoodud toidukauba eristatavuse probleemi on vaadeldud tarbijauuringutes alates 1999. aastast. Kas 2009. aastal olukord paranes või halvenes ja milliste raskustega puututi kokku, sellest alljärgnevalt.

89% elanikest tunnetas 2009. aastal, et kodumaiste ja sissetoodud toidukaupade eristamine polnud alati lihtne või see osutus keeruliseks: mitte alati lihtne polnud eristamine 78% elanike jaoks ja keeruline oli see 11% elanike jaoks. Tüüpilise, “mitte alati lihtne” - vastuse kõrval elanike arvamused polariseerusid: veidi suurenes elanike arv, kelle jaoks eristamine muutus raskemaks ja suurenes ka elanike arv, kelle jaoks eristamine muutus lihtsamaks (vt tabel 2.8, joonis 2.13).

Endiselt kogesid eristamisel rohkem raskusi vanemad, üle 65-aastased elanikud, ja kõige vähem suurima sissetulekuga elanikud, kelle jaoks on toote päritolumaa toiduostude tegemisel üldse vähem tähtsam (vt lisa 2.10).

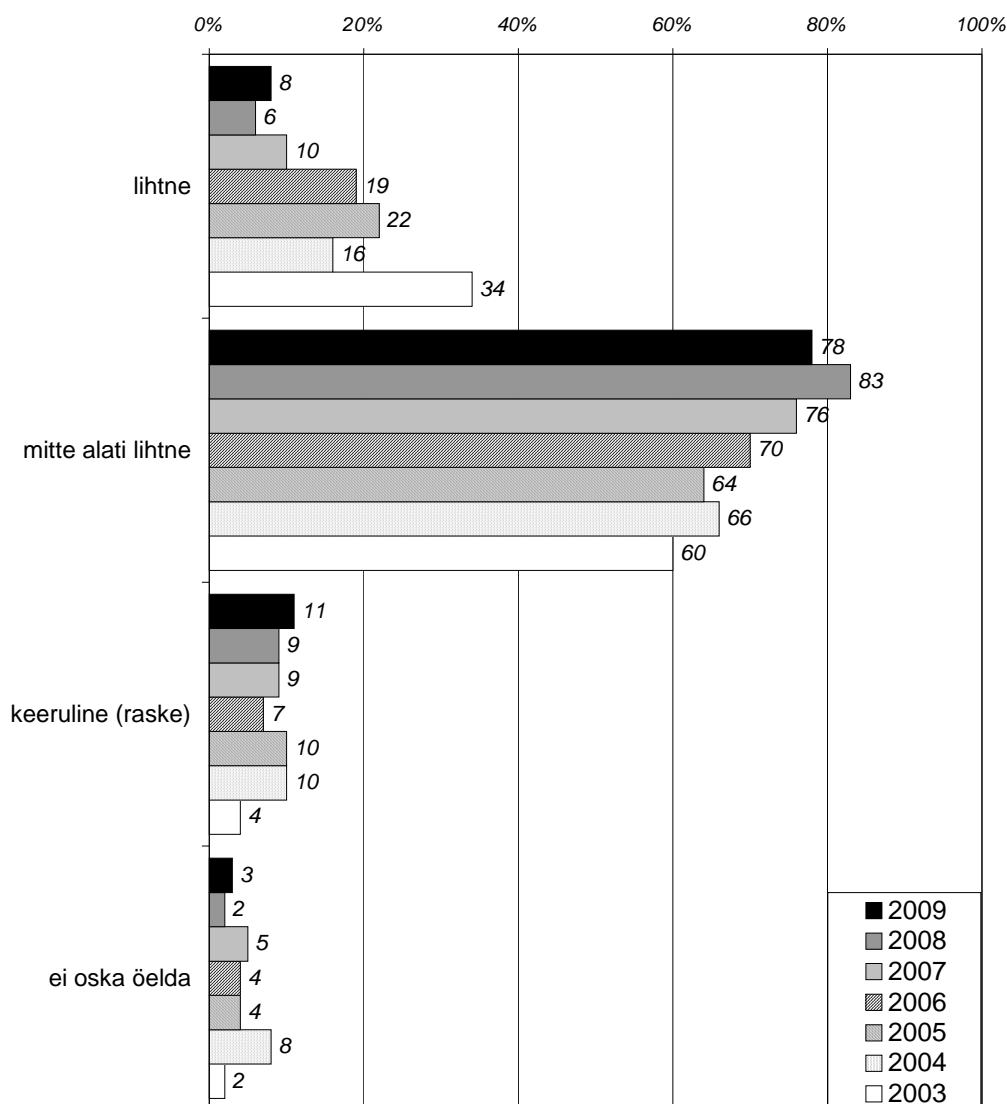
Tabel 2.8. Kodumaise ja imporditud toidukauba eristatavus ostmisel: lihtsus või keerulisus kauba päritolu määramisel (% vastanutest)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
lihtne	33	32	30	21	34	16	22	19	10	6	8
mitte alati lihtne	60	61	63	67	60	66	64	70	76	83	78
keeruline, raske	3	4	5	8	4	10	10	7	9	9	11
ei oska öelda	4	3	2	4	2	8	4	4	5	2	3

Elanikel, kelle jaoks kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine polnud lihtne, paluti lisaks märkida, mis muudab selle keeruliseks.

Suurimaks takistuseks on elanikele läbi aastate olnud väikeses kirjas tooteinfo. 2009. aastal probleem kahjuks süvenes, tooteinfo liiga väikese kirja üle kurtis 71% vastanutest, kelle jaoks eristamine polnud lihtne (+3%-punkti, vt tabel 2.9). Kirja suuruses pole aasta jooksul toimunud märgatavat paranemist, mille põhjuseid tuleks otsida üleüldisest turunduskulude kokkuhoiust. Väikeses kirjas info on peamine probleem kõigis vanuserühmades, kuid eelkõige üle 50-aastastele elanikele (vt lisa 2.11).

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



Joonis 2.13. Kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine ostmisel aastatel 2003-2009

Teise suurema takistusena nimetati tooraine päritolumaa väljaselgitamist pakendil olevast tooteinfost. Seda märkis 56% vastanutest, kelle jaoks kodumaise- ja imporditud toidukauba eristamine polnud lihtne. Aasta jooksul probleem vaid süvenes (+7%-punkti). Tooraine päritolumaa on tarbija jaoks eestimaise toidukauba määratlemise üheks põhialuseks. Kuid tootjatel ei ole praegu kohustust seda pakendile kirja panna. Tarbijat abistatakse päritolumärgiste kasutamise (Eestis Kasvatatud, Tunnustatud Eesti Maitse), kuid kõik tootjad neid ei kasuta, kõik tooted ei saaks sissetoodud põhitooraine või välismaal tootmise pärast märgiseid kanda ja tarbija peaks erinevates märkides hästi orienteeruma.

Olukord tootja ja tootjamaa väljaselgitamisega ei ole samuti paranenud – probleemi tunnistas 49% vastanutest (2008.a. 44%). Tarbijates tekitab selline olukord pettumust ja segadust. Näiteks kauplusekettide kaubamärkidega (*private label*) toodete arv järjest suureneb, kuid alati pole seliste toode pakenditel märgitud tootjat ja tootjamaad. Pakendil toodud infotelefonile helistamine on aga tüütu ja ei õnnestu alati esimesel korral. Kodumaisus märgilises tähenduses on aga tarbijaile kaupluseketi kaubamärgist selgelt tugevama mõjuga.

Paremaks on läinud olukord müüjate kompetentsusega, müüjate väheseid teadmisi kaupade päritolust märkis 34% ja teadliku valeinformatsiooni andmist 8% vastanutest, kelle jaoks eristamine polnud lihtne (võrreldes 2008. aastaga -8%-punkti ja -5%-punkti). Tarbijad on aasta jooksul kas harjunud kodumaiste toodete võõrapäraste nimedega või on võõrkeelsete nimetuste asemel rohkem silma hakanud eestikeelseid. Probleemid võõrapäraste kaubamärkide ja tootenimedega on hakanud vähenema (vt tabel 2.9).

Tabel 2.9. Tegurid, mis muudavad toidukauba päritolu määramise keeruliseks (% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne, võis märkida mitu vastust, n=1045)

Takistav tegur	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga	50	66	70	66	72	71	68	71
pakendil olevast tooteinfost ei selgu kasutatud tooraine päritolumaa	-	-	-	59	52	49	49	56
pakendil olevast tooteinfost ei selgu tootjamaa ja tootja	-	-	-	48	41	46	44	49
müüjatel on väheseid teadmised kauba päritolust	30	34	43	40	41	39	42	34
kodumaiste toidutoodete ja kaubamärkide nimed on võõrapärased	-	49	42	35	26	25	37	31
importtoodete nimed ja kaubamärgid on eestipärased	-	21	20	21	18	21	29	24
kaupade pakendid ei eristu	-	27	23	24	15	20	26	23
müüjad annavad teadlikult valeinformatsiooni	10	7	11	13	11	7	13	8
muu	4	4	5	3	4	4	4	4

Müüjate poolt teadlikult valeinformatsiooni andmine on jätkuvalt probleemiks Kirde-Eestis (märkis 17% Kirde-Eesti elanikest, kellel esines päritolu määramisel raskusi). Kirde-Eesti elanikud tõid teravamalt esile müüjate väheseid teadmisi kauba päritolust (43%). Valeinformatsiooni ja müüjate väheseid teadmisi märkisid eelmise uuringuga sarnaselt rohkem mitte-eestlased ja üle 50-aastased elanikud, mis tähendab, et müüjate keele- ja vanemate inimestega suhtlemisoskus ei ole paranenud.

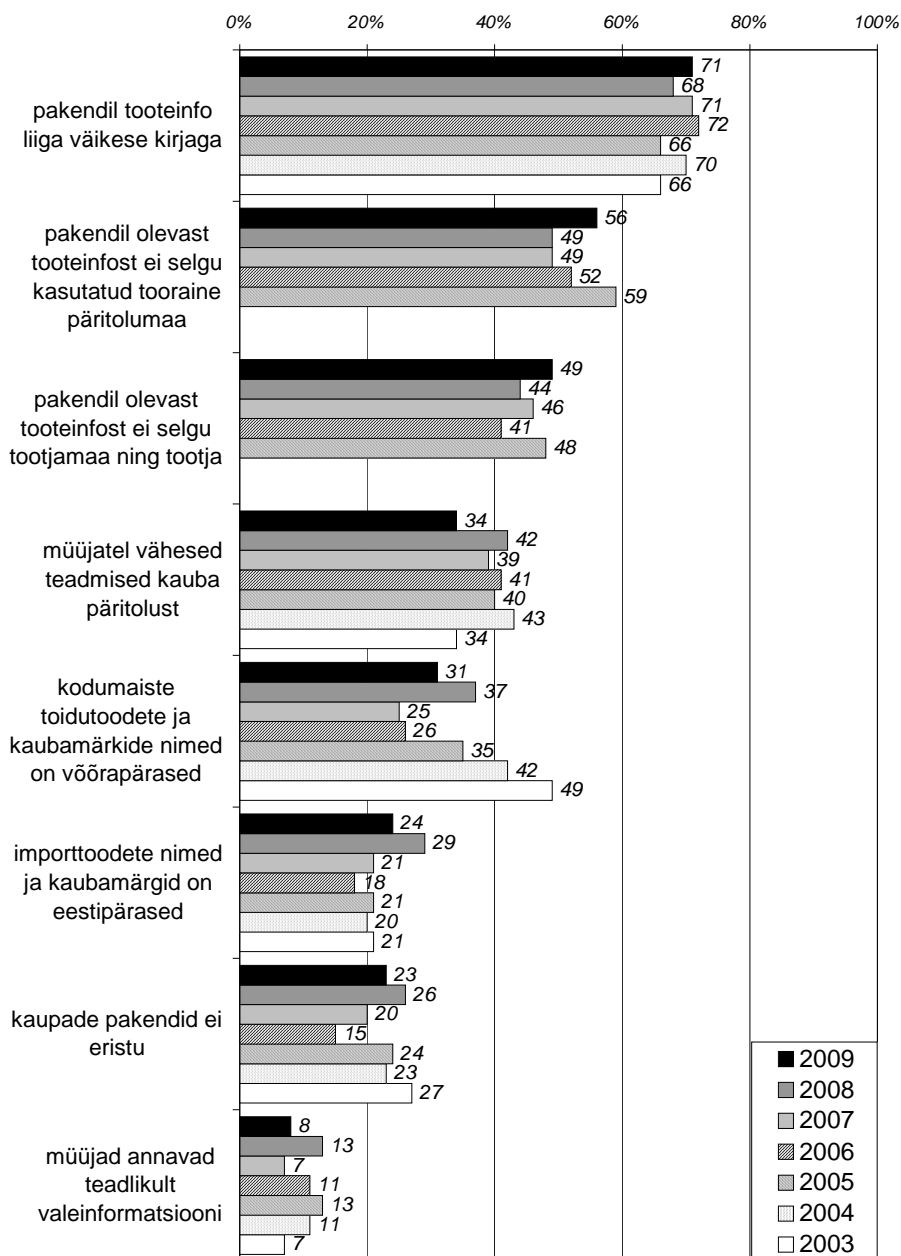
Võõrapärased kodumaiste toodete nimed tekitab segadust eeskätt maaelanike ja eestlaste hulgas.

Muude põhjustena nimetasid elanikud venekeelse info ja tõlke puudumist, info küsimise võimaluse puudumist (müüjad hõivatud, neid on vähe või on ükskõiksed), ainult pakendaja äramärkimist etiketil. Kui ostetakse Eesti firma toode, mis sisaldab nt välismaa liha, siis tunnevad tarbijad end petetuna (mainiti nt Rakvere LK ja Poola liha). Külmutatud lihal ja kalal pole sageli lisatud toote päritolumaad. Mõnes poes etikettidel kohatud väike ring Eesti lipuga

meeldiks tarbijatele kodumaise toidukauba märgistusena väga, see aitaks selgitada kauba päritolu ilma lähemalt uurimata. Ikka esineb ka tooteinfo kinnikatmist muude etikettidega. Osa tarbijaid on vajaliku tooteinfo lugemiseks hakanud käima poes luubiga.

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

(% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne, n=1045)



Joonis 2.14. Põhjused, miks kodumaise toidukauba eristamine importkaubast on keeruline aastatel 2003-2009

2.8. Kodumaise- ja importkauba osatähtsus elanike toiduostudes kaubagrupiti

2009. aastal vaadeldi üldise ostueelistuse kõrval kodumaise ja imporditud toidukauba osatähtsusi elanike toiduostudes 18 kaubagrupis. Iga kaubagrupi kohta paluti elanikel hinnata, kas ostetakse ainult kodumaiseid, peamiselt kodumaiseid, enam-vähem võrdset kodumaiseid ja importkaupu, peamiselt importi või ainult sissetoodud toidukaupu. Eraldi variandina pandi kirja toodete mittetarbimine või mitteostmine. Kodumaise ja imporditud toidukaupade osakaalud kaubagruppides on toodud tabelis 2.10 ja joonistel 2.15-2.18.

Tabel 2.10. Kodumaise toidukauba ostmine aastatel 1996-2009 (% vastanutest, kes ostavad ainult + peamiselt kodumaist toidukaupa*)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
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)	86 (53)	87 (54)
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)	83 (51)	82 (49)
kartul	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93 (75)	87 (68)	80 (64)	85 (66)	81 (60)
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)	79 (34)	81 (34)
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)	81 (53)	79 (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)	76 (41)	77 (39)
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)	67 (37)	72 (39)
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)	73 (32)	71 (32)
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)	62 (25)	64 (27)
õlu	79 (54)	83 (56)	-	-	-	-	71 (52)	65 (42)	65 (43)	60 (36)	62 (41)	56 (35)	58 (35)	58 (33)
värsked köögivilid	85 (60)	84 (59)	80 (47)	82 (52)	80 (50)	84 (51)	82 (48)	74 (35)	67 (33)	78 (41)	63 (29)	61 (26)	60 (26)	57 (21)
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)	51 (17)	53 (16)
toiduõli	-	-	-	-	-	48 (23)	58 (31)	61 (29)	63 (34)	66 (37)	63 (35)	57 (29)	54 (27)	52 (25)
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)	45 (19)	48 (17)
kalatooted	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50 (19)	48 (18)	47 (16)
keedised, moosid	-	-	-	-	-	69 (49)	52 (29)	46 (29)	48 (28)	71 (50)	58 (36)	45 (27)	55 (35)	45 (25)
viin	69 (45)	69 (45)	-	-	-	-	60 (42)	60 (39)	53 (34)	50 (30)	45 (29)	43 (26)	41 (22)	37 (19)
värsked puuviljad	31 (14)	29 (14)	19 (10)	24 (12)	32 (15)	32 (15)	40 (17)	29 (11)	23 (9)	39 (17)	18 (7)	22 (8)	20 (7)	22 (7)

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

Tarbivad eelistasid 2009. aastal suuremas osas vaadeldud kaubagruppides kodumaiseid toidukaupu impordile, erandiks vaid värsked puuviljad, kus eelis oli impordil.

Kodumaiste toidukaupade osakaal oli suurim suitsuvorstide ja sinkide grupis, kus ainult või peamiselt kodumaiseid tooteid eelistas kokku 87% elanikest. Peatus alates 1999. aastast ilmnud kodumaise eelistamise osakaalu langus.

Üle 70% ulatus kodumaiste toodete eelistamine jogurti (82%), kartuli (81%), juustu (81%), majoneesi (79%), jahu ja tangainete (77%), linnuliha (72%) ja jäätise (71%) kaubagruppides. 2009. aastal vähenes kodumaise kartuli eelistamine (-4%-punkti), osa 2008. aastal kartulit ostnud elanikest kasvas seda nüüd ise. Vähenes ka kodumaise majoneesi ostjate arv (-5%-punkti), selle kõrval hakati rohkem ostma importi. Huvi on suurenenud kodumaise linnuliha vastu (+5%-punkti). Eesti linnuliha eelistamise tase on sarnane 2005. aastale, mil see oli uuringuperioodi (1996-2009) kõrgeim. AS Tallegg on oma tootmismahu viinud taas haiguspuhangute eelsele tasemele ning pakkumine on taas suurenenud ja sellega ka kodumaise linnuliha eelistamine. Juustude ja jäätiste osas pole aastaga kodumaise eelistamine oluliselt muutunud.

Värske kodumaise köögivilja eelistamise tase on alates 1996. aastast madalaimal tasemel – 57% (2008.a 60%). Tarbijad ostavad rohkem kodumaise kõrval importköögivilja ja kasvatavad köögivilja ise. Kodumaise köögivilja eelistamine on langenud alates 2005. aastast. Põhjuseid on mitmeid. Tarbijad on hakanud porgandi-kapsa-kaalika kõrval eelistama köögivilju, mida Eestis aasta läbi ei kasvatata ega säilitata (nt brokkoli, suvekõrvits jm), köögiviljadega asendatakse lihatooteid, köögiviljad on odavamad ja tervislikumad jne. Kodumaiste köögiviljade valik jääb talvel ühekülgselt, mis soodustab importköögivilja ostusid. Tarbijate sellised eelistused on selgeks märgiks, et köögiviljade hoiutingimuste parandamisele võiks rohkem tähelepanu pöörata.

Ainus kaubagrupp, kus importtoodete ostjate osakaal ületas kodumaise ostjate osakaalu, oli värske puuvili. Värske puuvilja puhul eelistas importi 39% vastanutest, võrdselt kodumaist ja importi 34% ning kodumaist 22% vastanutest.

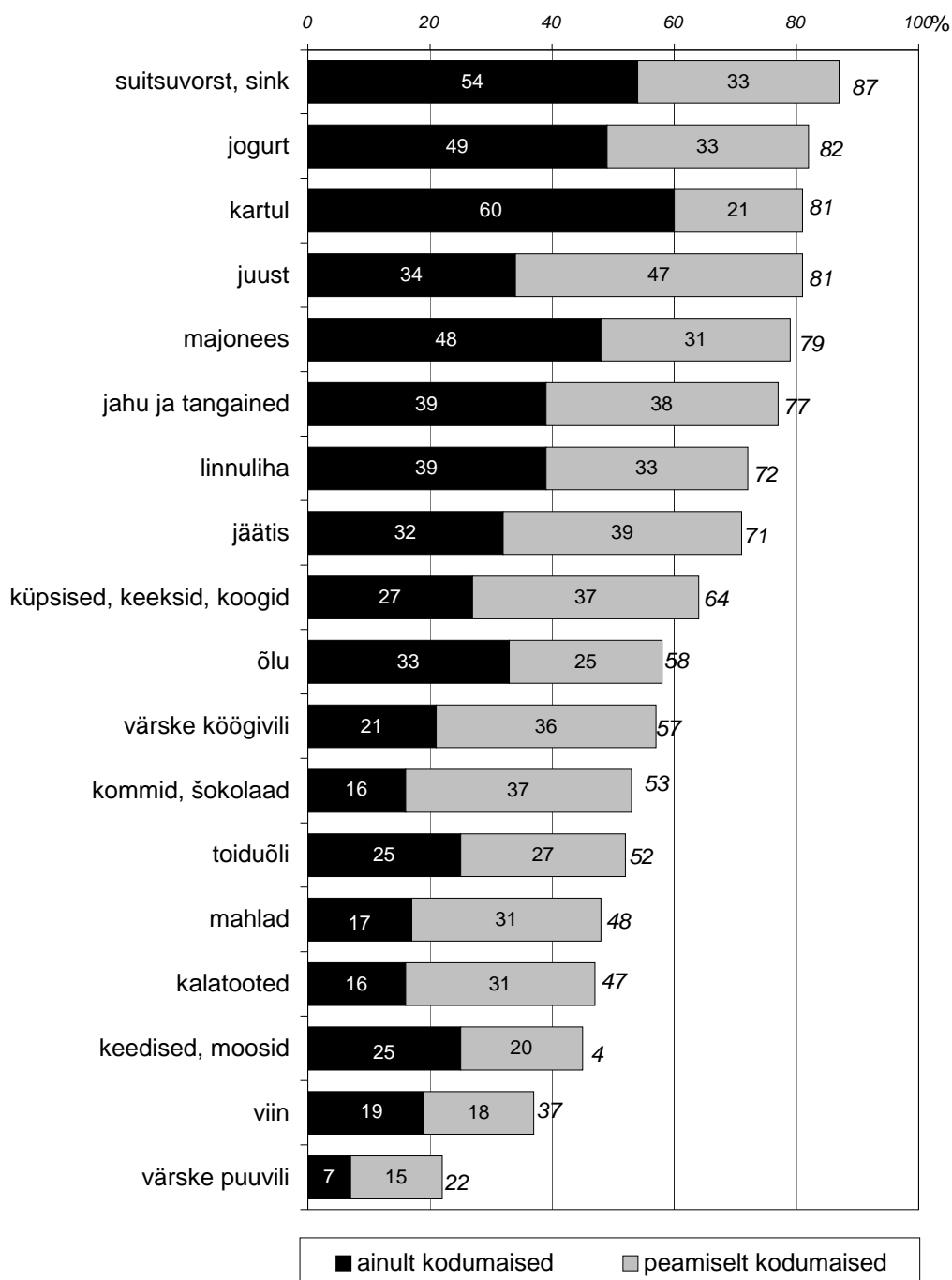
Mahlade osas on eelistus kaldunud aasta jooksul rohkem kodumaise suunas, impordi ostmise vähenes ja osa seniseid mahla ostjaid valmistasid ostmise asemel ise kodus mahla. Sama trendi näitavad ka tootmis- ja väliskaubandusstatistika andmed. Kodumaist mahla ostis 48% (+3%-punkti), võrdselt kodumaist ja importi 28% (-5%-punkti), importi 8% (-3%-punkti) vastanutest. Mooside puhul valmistasid elanikud samuti varasematest aastatest rohkem hoidiseid, seetõttu kodumaiste mooside ostmise vähenes oluliselt (10%-punkti).

Kodumaise ja imporditud kalatoodete ostmise osakaalud 2009. aastal ei muutunud. Toiduõli osas polnud aasta jooksul toimunud muutused samuti statistiliselt olulised, kuid kodumaise toiduõli eelistamine väheneb pidevalt. Mitmed sissetoodud toiduõlid on kodumaise rapsiõliga võrreldes odavamad ning pakuvad eesti toodangule tugevat konkurentsi. Kommide ja šokolaa-dide ning küpsiste, keekside ja kookide ostjate hulgas säilisid kodumaise-impordi proportsioonid enam-vähem 2008. aasta tasemel.

Tarbijate eelistused kodumaise ja importkauba kohta erinevates kaubagruppides olid mõjutatud vastaja elukohast, vanusest, soost, keelekeskkonnast ja sissetuleku suuruselt (vt lisa 2.12, joonised 2.19-2.20). Kodumaiste toodete osakaal püsis suurem Kesk-Eestis ja eestlaste hulgas, väiksem oli see Tallinnas ja venekeelse elanikkonna hulgas. Eestlastele on kodumaise toidukauba ostmise vä-

ga tähtis. See suundumus pole muutunud ja väljendus eriti juustu, jogurti, jäätise, toiduõli, suitsu-
vorsti ja singi, värskes köögivilja, keediste ja mooside, mahlade, õlu ja viina ostudes.

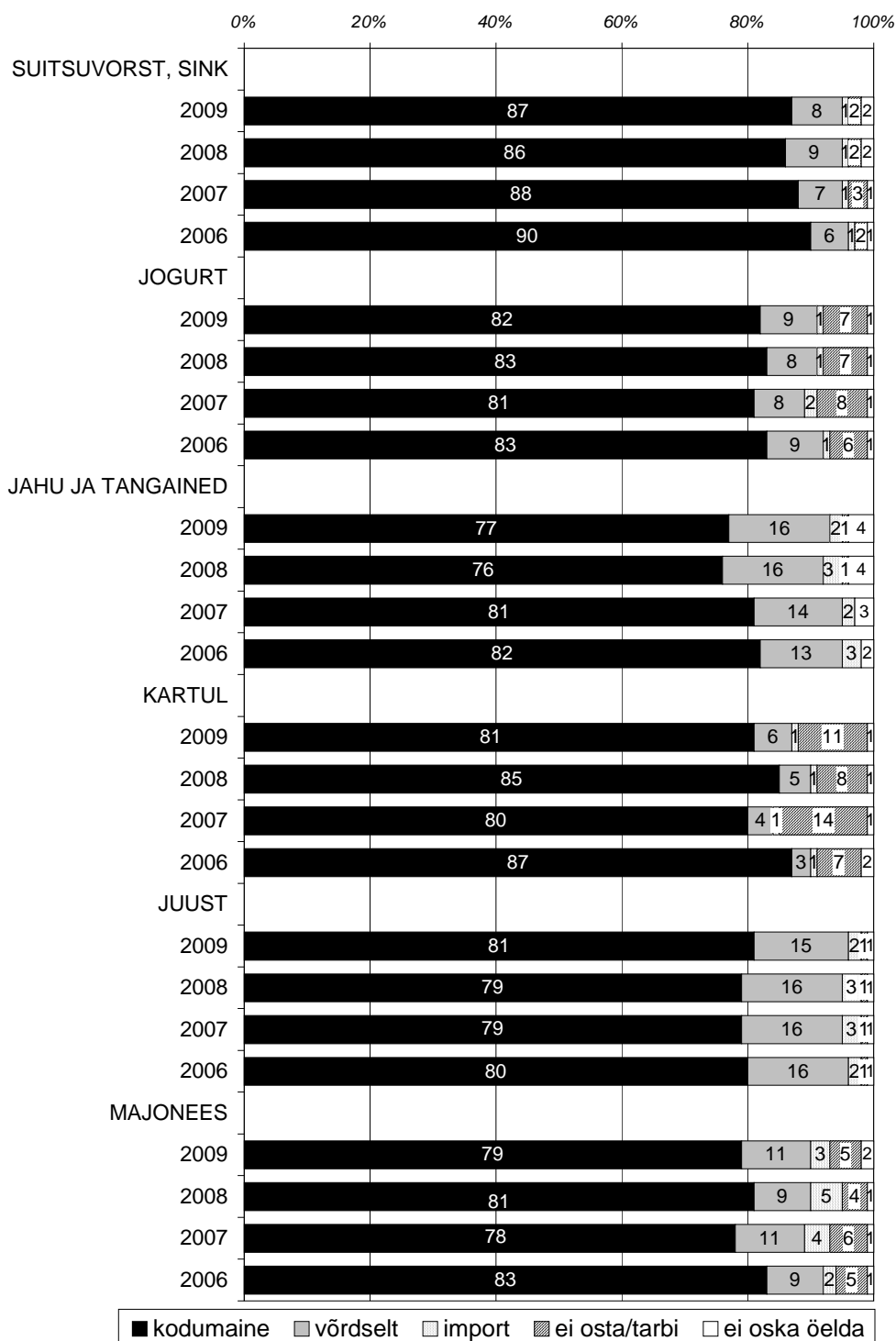
Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes (% vastanutest)



Joonis 2.15. Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes aastal 2009

Kodumaiste ja importkaupade osatähtsus toidukauba ostudes 2006-2009 (1)

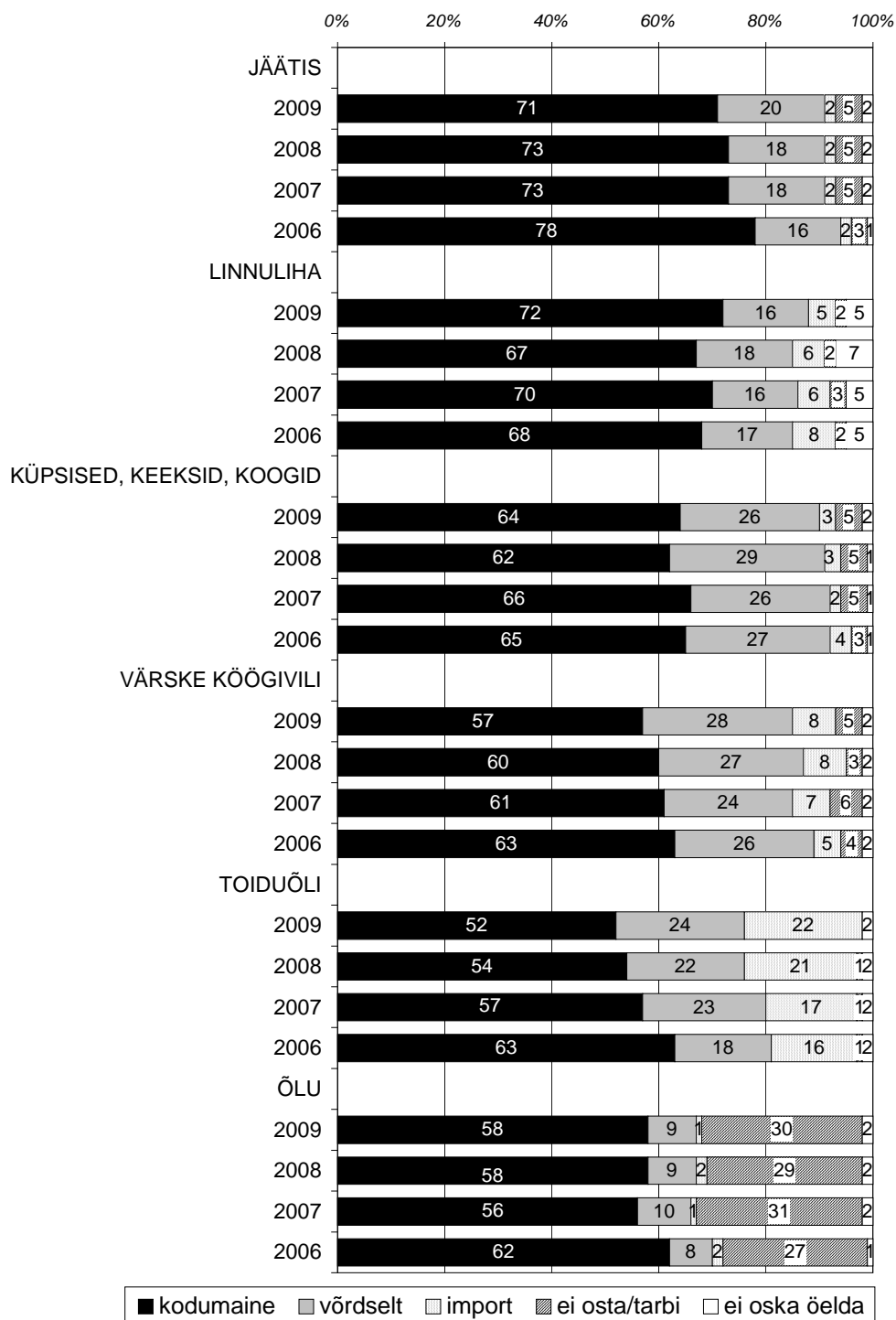
(% vastanutest)



Joonis 2.16 Kodumaiste ja importtoidukaupade osatähtsus ostudes aastatel 2006-2009 (1)

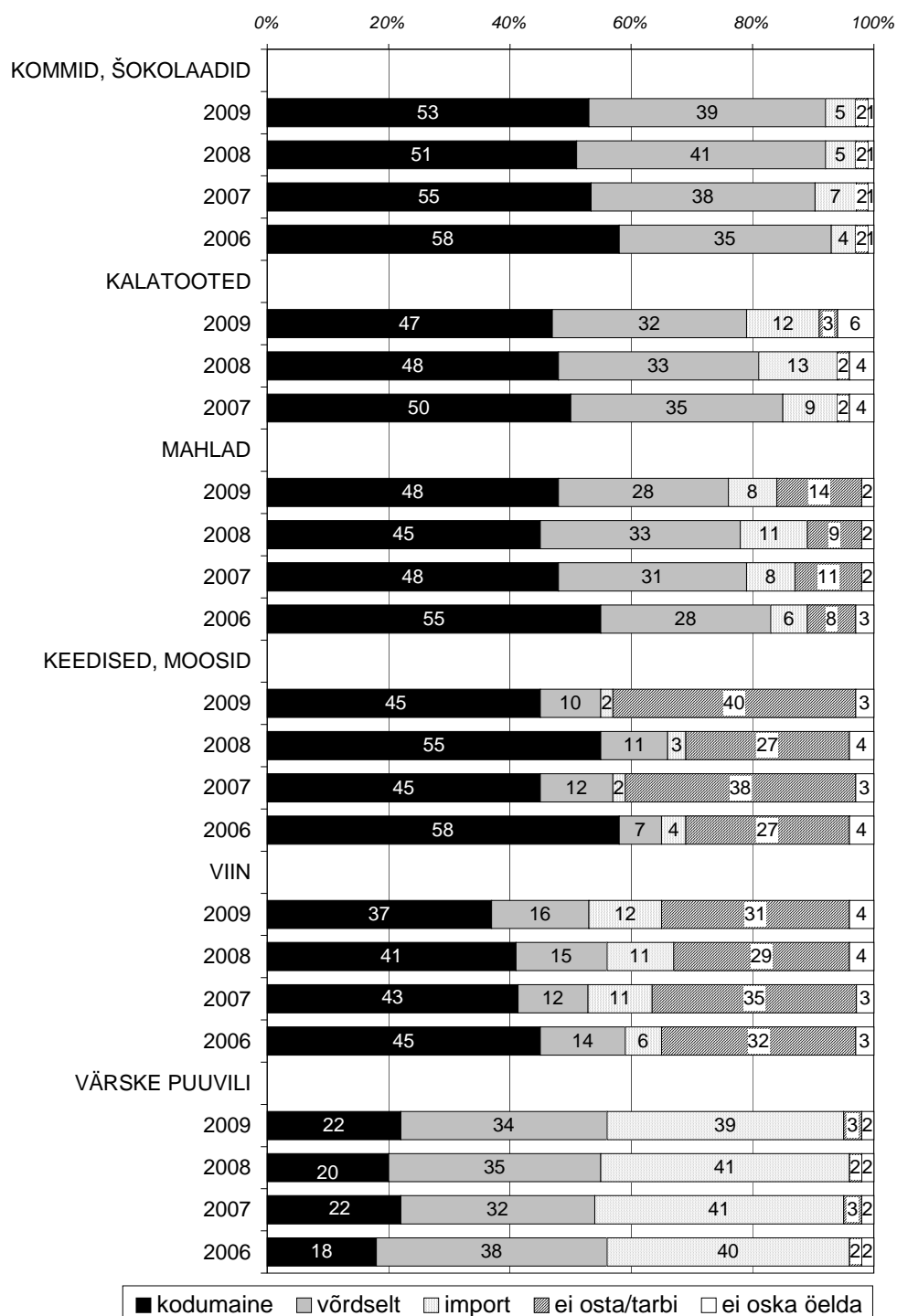
Kodumaiste ja importkaupade osatähtsus toidukauba ostudes 2006-2009 (2)

(% vastanutest)



Joonis 2.17. Kodumaiste ja importtoidukaupade osatähtsus ostudes aastatel 2006-2009 (2)

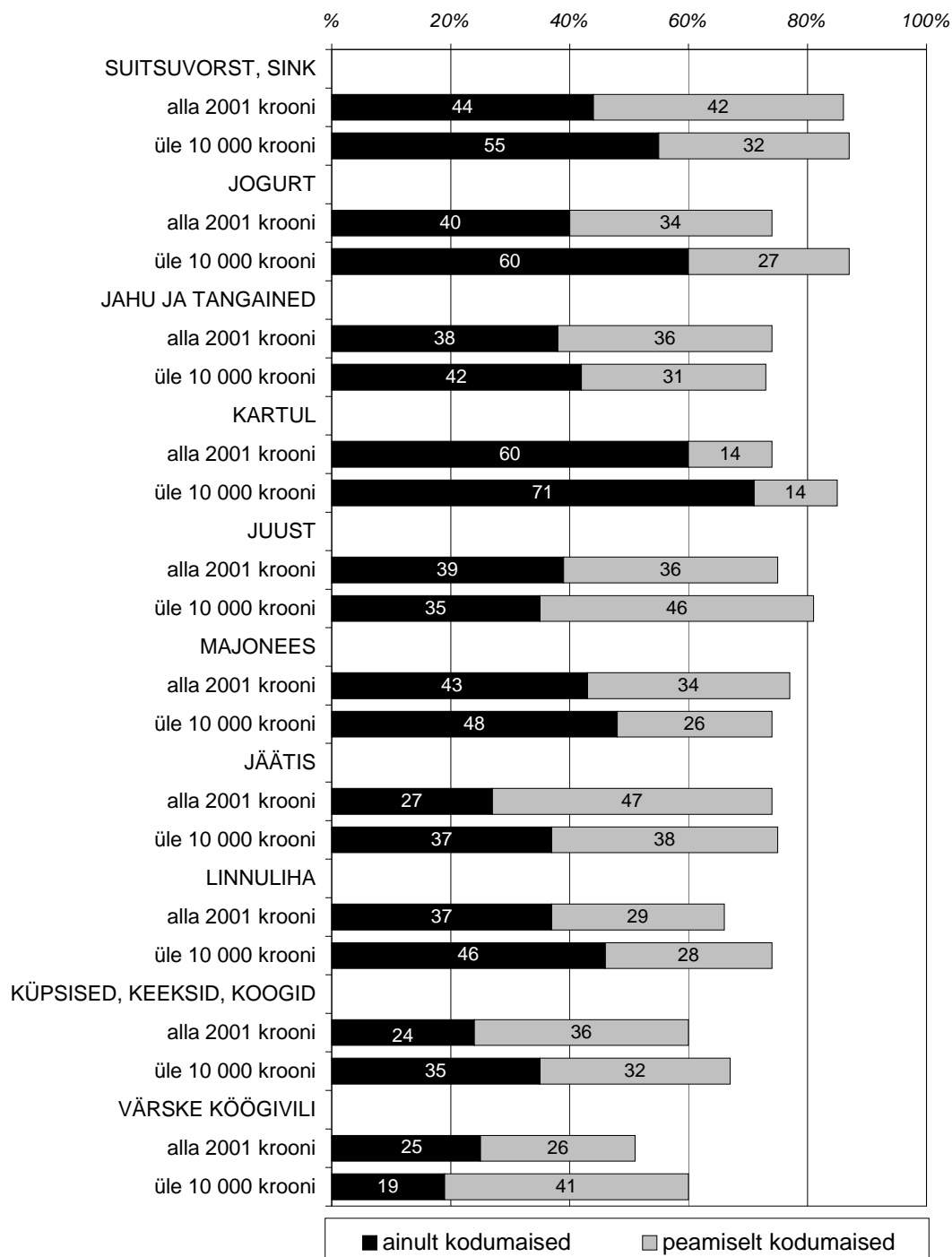
Kodumaiste ja importkaupade osatähtsus toidukauba ostudes 2006-2009 (3) (% vastanutest)



Joonis 2.18. Kodumaiste ja importtoidukaupade osatähtsus ostudes aastatel 2006-2009 (3)

Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes sissetulekute lõikes (1)

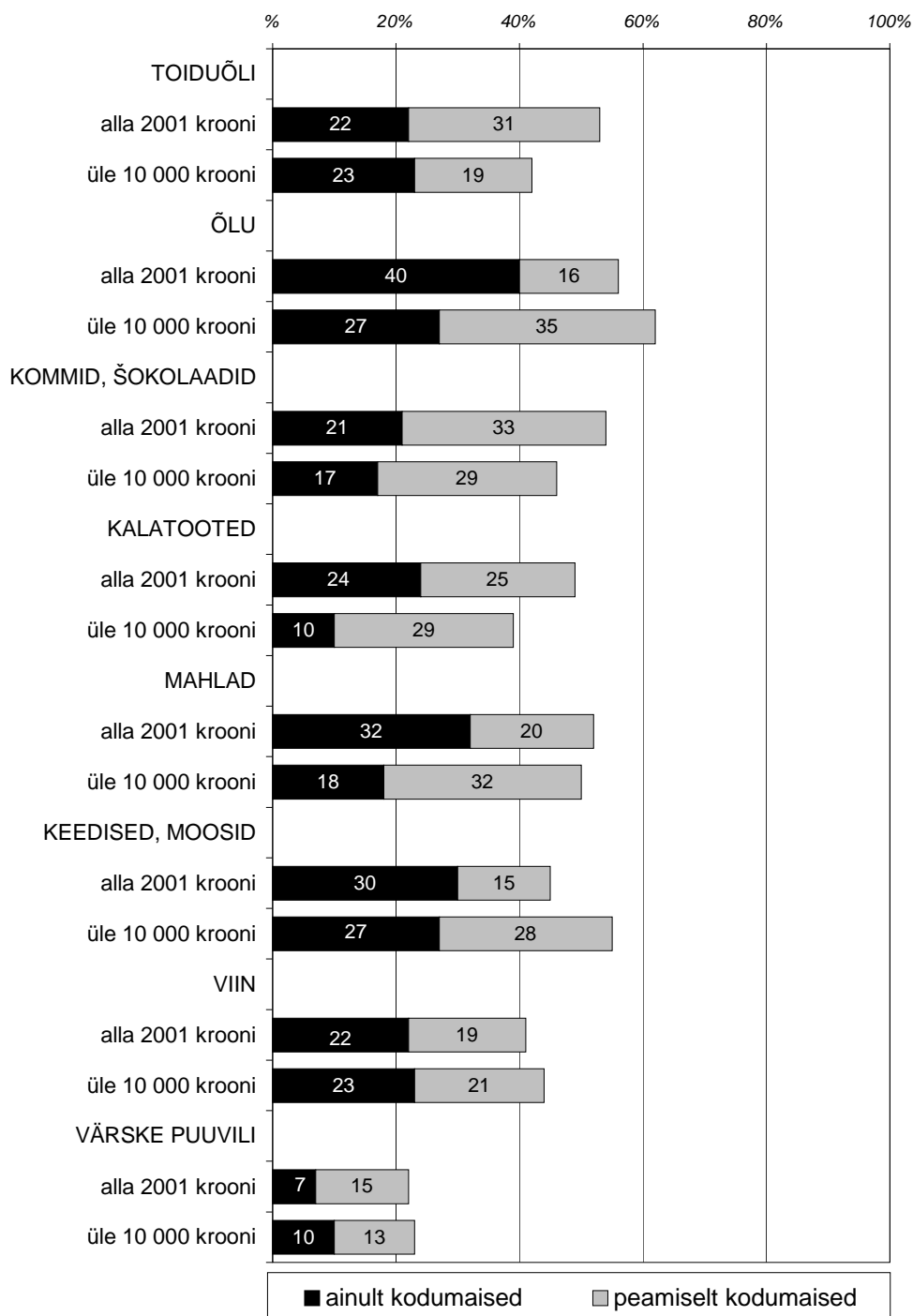
(% vastanutest madalaimas ja kõrgeimas sissetulekugrupis)



Joonis 2.19. Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes kõrgeimas ja madalaimas sissetuleku grupis 2009. aastal (1)

Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes sissetulekute lõikes (2)

(% vastanutest madalaimas ja kõrgeimas sissetulekugrupis)



Joonis 2.20. Kodumaiste toidukaupade osatähtsus ostudes kõrgeimas ja madalaimas sissetuleku grupis 2009. aastal (2)

2.9. Tarbijate usaldus erinevate riikide toidukaupade vastu

Viiendat aastat järjest on tarbijauuringute raames selgitatud, milliste riikide toidukaupu Eesti tarbijad usaldavad osta. 2009. aastal avaldasid elanikud oma arvamust 12-ne riigi kohta, kust toidukaupu Eestisse sisse tuuakse. Iga maa kohta märgiti, kas usaldatakse osta kõiki toidukaupu, üksikuid toidukaupu, ei usaldata ühtegi või pole selle maa tooteid tarbitud ega osata seetõttu vastata.

Usaldatakse kõige enam kodumaiseid toidukaupu – 99% vastanutest usaldas kõiki või üksikuid eesti toidukaupu, sh 87% kõiki. Teistes riikides toodetud toidukaupade suhtes vastati enamasti, et usaldatakse üksikuid toidukaupu. Ameerika Ühendriikide ja Prantsusmaa toidukaupade kohta aga sagedamini “ei oska öelda, pole tarbinud”. Traditsiooniliselt oli usaldus suurim lähiriikidest - Lätist, Leedust, Põhjamaadest – sissetoodud toidukaupade vastu (vt tabel 2.11, joonised 2.21-2.22), neid on meie turul ka rohkem müügil.

Põhjamaade asemel oli usaldusväärseim importtoidukauba tootjamaa 2009. aastal Läti, mille tootjate kaupu usaldas 89% elanikest, järgnesid Leedu 85%, Põhjamaad 83% ja Euroopa Liit 76%-ga. Läti ja Leedu toodete vastu usaldus suurenes, sest tõenäoliselt osteti neid madala hinna tõttu varasemast enam ning nii mõnigi Eestis tegutsev ettevõtte on samas kontsernis suurte toidutööstusettevõtete teistes Baltimaades, mis samuti suurendab nende ettevõtete usaldust. Vähenes Põhjamaade (83%, -5%-punkti), Euroopa Liidu (76%, -7%-punkti), Prantsusmaa (49%, -8%-punkti) ja Ameerika Ühendriikides toodetud toidukaupade usaldamine (25%, -12%-punkti). Kirjeldatud muutused eelistustes toimusid nii eesti- kui venekeelse elanikkonna hulgas. Põhjamaade ja Euroopa Liidu toidukaupade usalduse languse taga on toodete kõrgem hind, Prantsusmaa ja USA puhul on põhjuseks vähenenud tarbimiskogemus. Ameerika Ühendriikide toidukaupade usaldamine oli vaadeldud riikidest madalaim. “Euroopa Liidus toodetud” tundub Eesti elanikele liiga ebamäärane, tahetakse teada, kus konkreetselt on toode pärit.

Venemaa, Poola ja Ukraina kaupade usaldamine suurenes aastaga oluliselt. Venemaa toidukaupu usaldas 74% (+10%-punkti), Poola toidukaupu 67% (+5%-punkti) ja Ukraina toidukaupu 61% (+3%-punkti). Tooted on taskukohasemad osta ja turul esineb teatud nostalgias mõlemas rahvusgrupis. Lisaks jälgivad elanikud vägagi lisaainete sisaldusi ja venemaa, ukraina tooted sisaldavad tarbijate ettekujutuses neid vähem ja on seega tervislikumad.

Hollandist ja Saksamaalt pärit toidukaupade usaldamine jäi samale tasemele 2008. aastaga.

Eesti- ja venekeelsete tarbijate eelistused on samasuunalised, kuid lähedus kultuuriruumi ja identiteediga on oluline mõjutaja. Eestlased usaldavad eelkõige kodumaiseid ning lõuna- ja põhjanaaberriike toidukaupu, vene keelt kõnelevad tarbijad aga peale kodumaiste eelkõige Venemaa, Läti, Leedu, Saksamaa ja Põhjamaade toidukaupu. Saksamaa on mitte-eestlaste seas Põhjamaadega sama populaarne. Mitte-eestlased usaldavad võrreldes eestlastega rohkem Ukraina toidukaupu, eestlased aga Poola ja Hollandi toidukaupu. Lisaks kultuurilisele lähedusele ja seeläbi identiteedi kinnitamisele väljenduvad elanike eelistustes tahes tahtmata ka poliitilised seisukohad ja meedia poolt kujundatud eelarvamused riikide kohta (nt Poola kuvand venekeelses meedias).

Tabel 2.11. Toidukaupade päritolumaad ja tarbijate usaldus keelekeskkonna lõikes (% vastanustest, kes usaldavad kõiki või üksikuid toidukaupu)

Toidukauba päritolumaad	Kultuuri- ja keelekeskkond	2005	2006	2007	2008	2009
Eesti	kokku	-	-	-	96 (80)	99 (87)
	eesti	-	-	-	99 (83)	100 (91)
	muu	-	-	-	100 (74)	100 (79)
Läti	kokku	81 (21)	83 (27)	84 (27)	88 (26)	89 (24)
	eesti	80 (20)	81 (24)	83 (25)	88 (27)	88 (20)
	muu	84 (23)	87 (33)	86 (31)	86 (24)	92 (31)
Leedu	kokku	73 (18)	77 (24)	76 (24)	83 (22)	85 (25)
	eesti	69 (16)	71 (19)	73 (21)	83 (22)	82 (19)
	muu	84 (23)	87 (33)	82 (32)	85 (23)	91 (35)
Põhjamaad (Soome, Rootsi, Taani, Norra)	kokku	79 (28)	82 (32)	78 (32)	88 (44)	83 (37)
	eesti	80 (31)	82 (34)	82 (36)	91 (49)	85 (40)
	muu	75 (18)	82 (28)	68 (22)	82 (33)	78 (31)
Valmistatud EL-is*	kokku	-	-	71 (13)	83 (24)	76 (16)
	eesti	-	-	71 (14)	85 (26)	79 (16)
	muu	-	-	70 (13)	78 (19)	71 (15)
Saksamaa	kokku	68 (16)	70 (21)	70 (21)	72 (24)	74 (25)
	eesti	65 (14)	67 (20)	68 (20)	71 (23)	72 (23)
	muu	77 (20)	77 (25)	74 (23)	75 (26)	78 (28)
Venemaa	kokku	68 (9)	69 (11)	67 (12)	64 (13)	74 (13)
	eesti	57 (3)	58 (6)	57 (4)	52 (5)	64 (6)
	muu	94 (23)	92 (20)	90 (29)	90 (29)	93 (25)
Poola	kokku	54 (4)	55 (6)	53 (5)	62 (8)	67 (8)
	eesti	53 (4)	58 (6)	59 (6)	69 (10)	73 (9)
	muu	57 (5)	47 (4)	40 (2)	47 (2)	54 (4)
Holland	kokku	56 (10)	58 (14)	60 (14)	65 (19)	64 (13)
	eesti	54 (9)	57 (14)	59 (14)	67 (21)	67 (15)
	muu	61 (13)	59 (14)	61 (14)	61 (14)	57 (9)
Ukraina	kokku	56 (6)	57 (8)	57 (7)	58 (6)	61 (7)
	eesti	49 (4)	48 (6)	49 (5)	51 (5)	55 (5)
	muu	78 (14)	75 (13)	76 (12)	73 (8)	73 (11)
Prantsusmaa*	kokku	-	47 (11)	46 (11)	57 (16)	49 (12)
	eesti	-	43 (10)	47 (12)	56 (17)	48 (12)
	muu	-	53 (11)	45 (9)	59 (14)	50 (10)
Ameerika Ühendriigid	kokku	33 (4)	31 (4)	26 (4)	37 (6)	25 (5)
	eesti	33 (4)	31 (5)	30 (5)	40 (7)	25 (5)
	muu	31 (3)	31 (3)	19 (2)	27 (2)	22 (2)

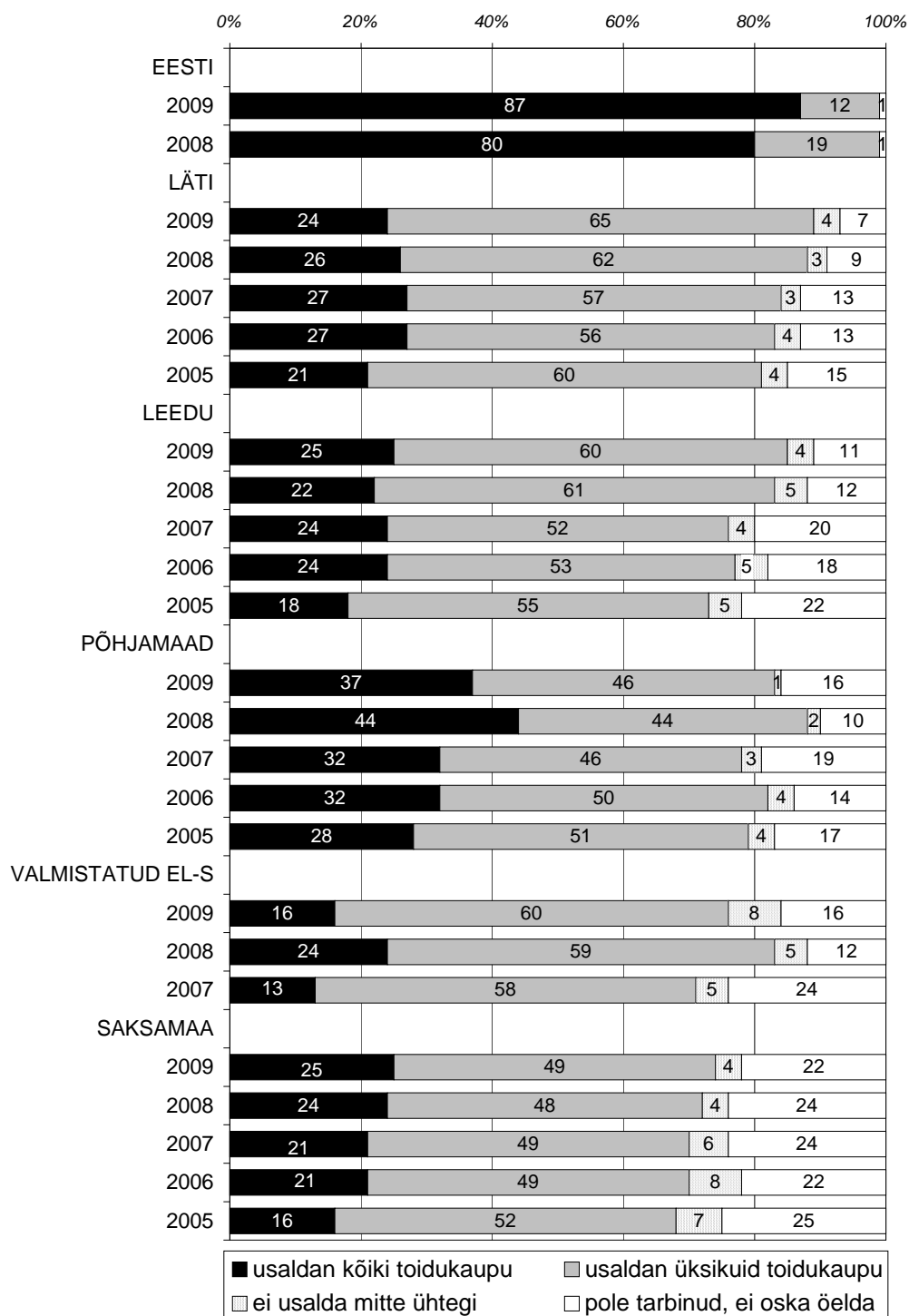
* Prantsusmaa toidukaupade usaldusvärsust küsiti esimest korda 2006. aastal, EL-is valmistatu kohta 2007. aastal ja Eesti kohta 2008. aastal; rasvaselt on märgistatud olulised muutused võrreldes 2008.aastaga.

Usaldus toidukaupade tootjariikide suhtes on eri vanuses tarbijatel erinev, kuid see sõltub riigist. Näiteks 18-30-aastased noored usaldavad kodumaise kõrval kõige rohkem Põhjamaade, Läti, Euroopa Liidu ja Saksamaa toidukaupu. Kuid Põhjamaadest, Euroopa Liidust, Prantsusmaalt ja Ameerika Ühendriikidest pärit toidukaupade usaldamine langes aastaga noorte hulgas oluliselt, Venemaalt, Poolast ja Ukrainast toidukaupade usaldamine aga tõusis. Siin on mõjutajaks ka see, et viimastest pärit tooted on valdavalt odavamad ning seegi suunab eelistusi. Prantsusmaalt ja Ameerika Ühendriikidest pärit toidukauba vastu tunnevad noored aga endiselt teiste vanuserühmadega võrreldes rohkem huvi. Noorte püüe erineda ja suurem vastuvõtlikkus eri maade toidukultuuridele on säilinud. Praegune majanduslik olukord avaldab aga mõju kogu elanikkonnale, mitte ainult teatud vanuses tarbijatele ja seetõttu usaldatakse venemaa, poola, ukraina toidukaupu varasemast enam.

Tabel 2.12. Toidukaupade päritolumaade usaldamine vanuserühmades 2009. a. (“usaldan kõiki” + “usaldan üksikuid toidukaupu” - % vastanutest)

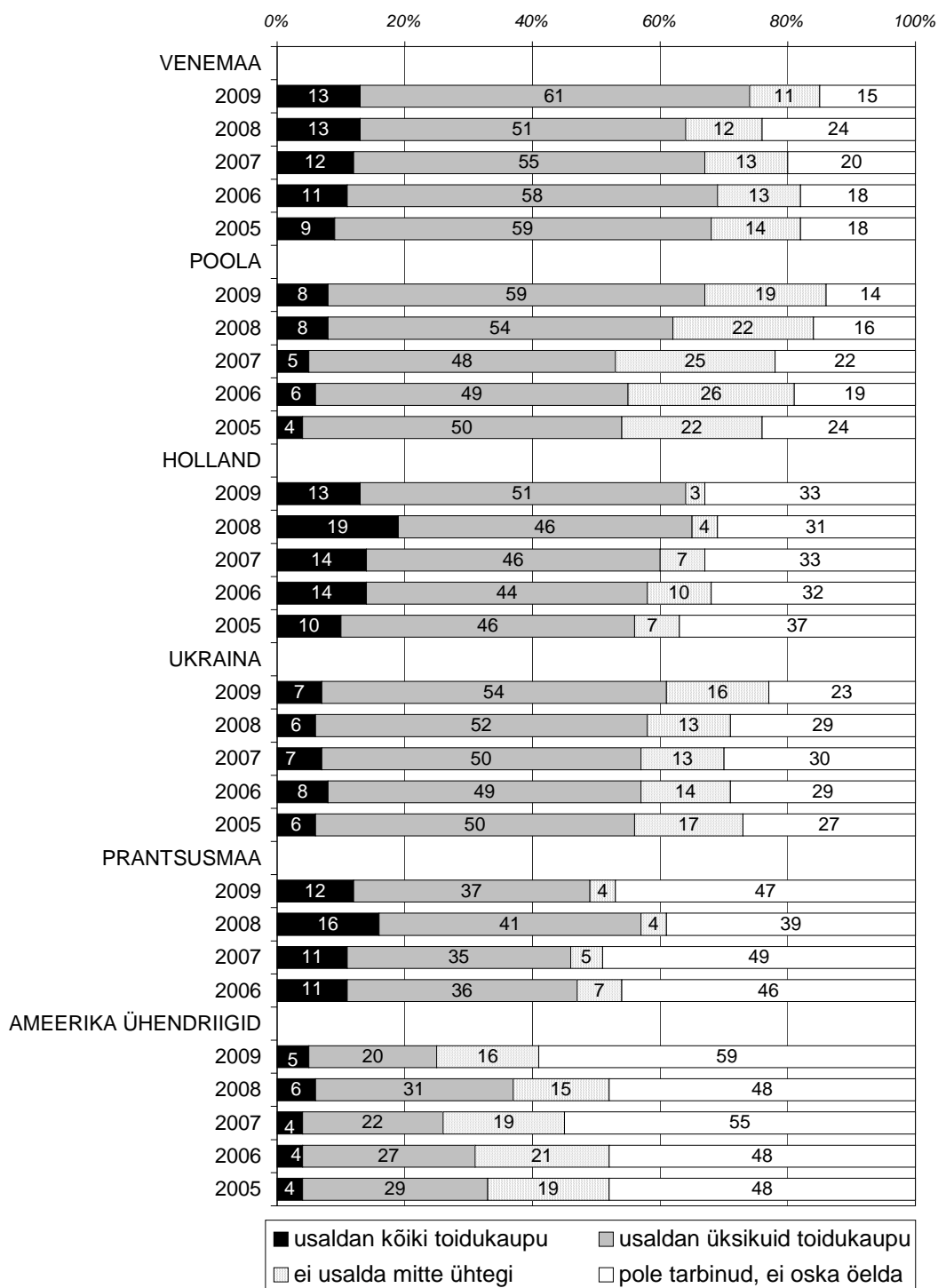
	KÕIK			18-29 aastat			30-49 aastat			50-64 aastat			üle 65 aasta		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Eesti	-	99	99	-	99	100	-	99	100	-	97	99	-	99	100
Läti	84	88	89	83	85	87	87	90	91	81	87	91	79	91	85
Leedu	76	83	85	71	79	81	82	86	87	73	83	87	72	85	83
Põhjamaad	78	88	83	80	94	87	85	90	89	72	82	78	66	80	70
Euroopa Liit	71	83	76	78	93	84	77	86	81	65	73	69	52	73	59
Saksamaa	70	72	74	73	80	80	77	76	79	64	65	68	56	60	58
Venemaa	67	64	74	70	69	74	70	65	78	65	63	73	56	52	61
Poola	53	62	67	51	60	67	58	65	70	47	57	67	58	64	60
Holland	60	65	64	61	72	67	66	66	70	54	59	60	48	62	46
Ukraina	57	58	61	56	52	59	60	65	67	58	54	58	49	55	50
Prantsusmaa	46	57	49	53	70	60	51	59	58	39	51	37	31	40	23
Ameerika Ühendriigid	26	37	25	31	51	40	29	37	27	20	27	14	19	25	9

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



Joonis 2.21. Toidukaupade päritolumaad ja tarbija usaldus aastatel 2005-2009 (1)

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



Joonis 2.22. Toidukaupade päritolumaad ja tarbija usaldus aastatel 2005-2009 (2)

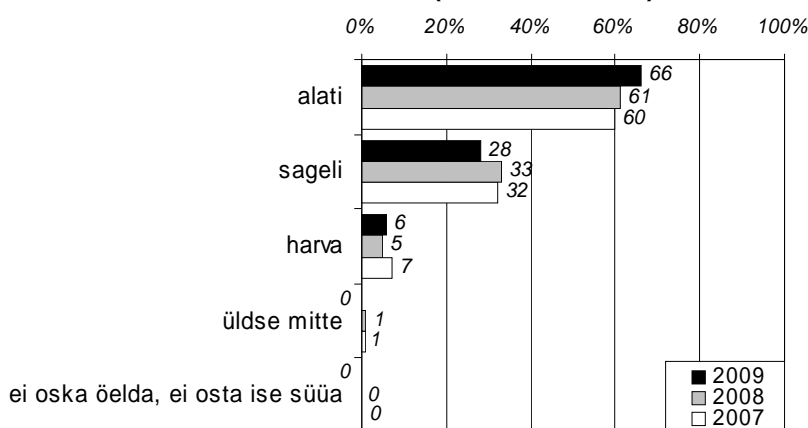
3. TARBIJATE KÄITUMINE MAJANDUSSURUTISE TINGIMUSTES

3.1. Toidukaupade hindade vaatamise harjumus ostmisel

Statistikaameti tarbijahinnaindeksi andmetel odavnesid toiduained ja mittealkohoolsed joogid 2009. aastal 4% võrra.¹ Alkohoolsed joogid ja tubakas kallinesid 2009. aastal 10,7%. Kuid ka keskmine palk oli 2009. aastal ligikaudu 4-5% madalam kui eelmisel aastal ja lisaks oli Eestis üle 100 tuhande töötu. Järgnevalt selgitame, kas tarbijad jätkasid paari viimase aasta jooksul väljakujunenud käitumis- ja tarbimisharjumustega või neid muudeti.

Elanike hinnatundlikkus on viimastel aastatel olnud väga kõrge. 2009. aastal pöörati hindadele suuremat tähelepanu kui kunagi varem, hinnatundlikkus süvenes. Toidukaupade hindu vaatasid ostmisel kõik elanikud, sh alati 66%, sageli 28% ja harva 8% (vt joonis 3.1). Aastaga suurenes nende elanike hulk +5%-punkti, kes vaatasid hindu alati.

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



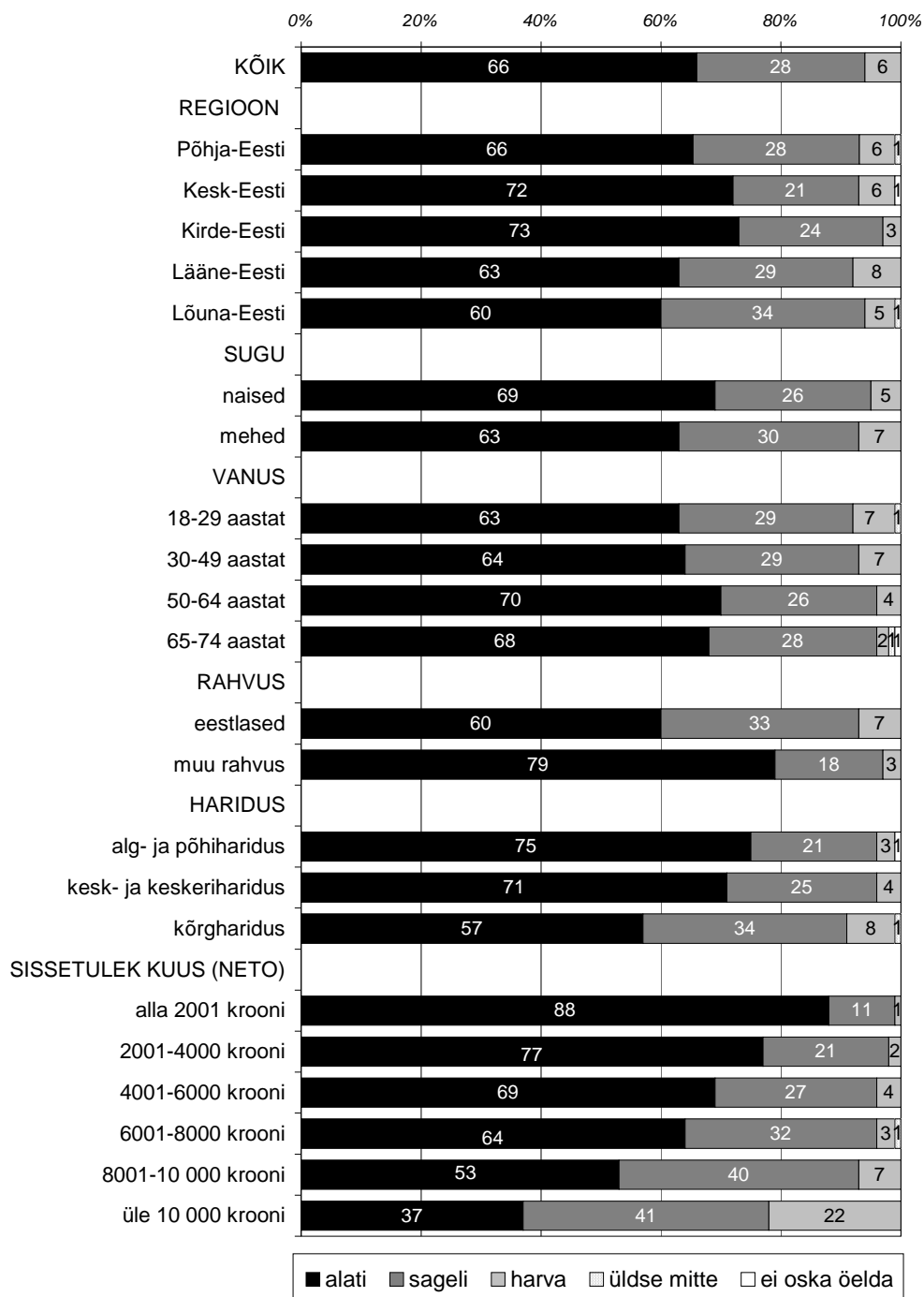
Joonis 3.1. Toidukaupade hindade vaatamise harjumused 2007-2009

Elanike harjumusi ostmisel toidukaupade hindu vaadata mõjutasid vastaja elukoht, keelekeskkond, vanus, haridus ja sissetulek (vt joonis 3.2). Sissetulekute suurust võib pidada neist olulisimaks. Kesk- ja Kirde-Eesti elanikud, mitte-eestlased, üle 50-aastased, alg- ja põhiharidusega ning alla 4000-kroonise kuu netosissetulekuga elanikel on alati hindade jälgimine enam harjumuseks. Nimetatud elanike rühmad olid ka varasematel aastatel tähelepanelikumad, kuid see harjumus on aastaga süvenenud. Näiteks eestlastest vaatab alati hindu 60%, mitte-eestlastest 79% (2008.a eestlastest 54% ja mitte-eestlastest 75%).

¹ vt Statistikaamet, tarbijahinnaindeks, <http://www.stat.ee/34194>. Tarbijahinnaindeks - indeks, mis iseloomustab tarbekaupade ja tasuliste teenuste hindade muutust.

Jõukamad tarbijad (sissetulekute suurus üle 10 000 krooni kuu netosissetulek pereliikme kohta) olid ainsad, kes vaatasid tüüpiliselt toidukaupade hindu sageli, mitte alati nagu kõik teised elanike rühmad. Hindadele pööravad nad toiduoste tehes kõige vähem tähelepanu. Jõukamatest tarbijatest vaatas alati hindu 37%, sageli 41% ja harva 22%. Väikseima sissetulekuga tarbijatest (alla 2001 krooni) vaatas alati hindu 88%, sageli 11% ja harva vaid 1%.

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



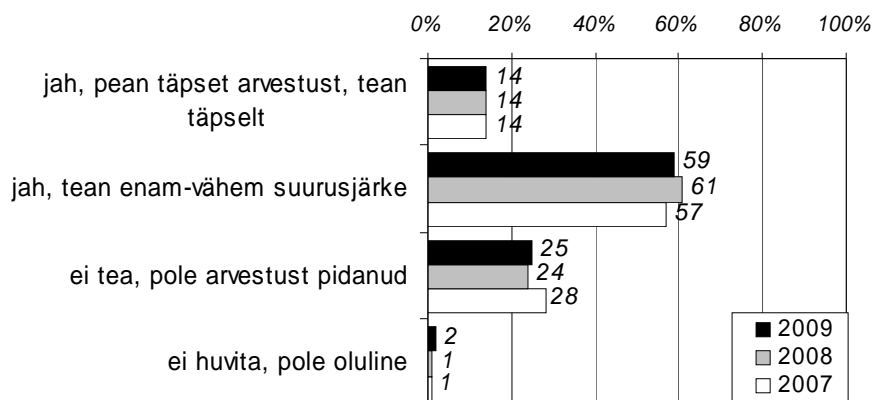
Joonis 3.2. Toidukaupade hindade vaatamise harjumused tarbijarühmade lõikes 2009. aastal

3.2. Toidukulude arvestamise harjumused

Toidukulude arvestamisega pole Eesti tarbijad väga täpsed, teatakse enam-vähem suurusjärke. 2009. aastal majanduslangus süvenes, mistõttu suurenes tarbijate hinnatundlikkus ja toidukaupade hindade jälgimine muutus paljudel ostuprotsessi lahutamatuks osaks. Kas see tõi kaasa hoolikama arvepidamise oma toidukulude kohta, selgitasime küsimusega: "Kas peate oma toidukulude kohta arvestust või teate kui palju toidu peale kuus kulutate?"

Toidukulude arvestamise harjumused pole 2009. aasta jooksul oluliselt muutunud. 73% elanikest pidas toidukulude kohta arvestust, sh 59% teadis enam-vähem suurusjärke ja 14% pidas täpset arvestust. Iga neljas elanik (25%) toidukulude arvestust ei pidanud ja 2% vastanutest jättis see teema ükskõikseks, seda ei peetud oluliseks (vt joonis 3.3).

Kas peate oma toidukulude kohta arvestust või teate, kui palju kuus toidu peale kulutate? (% vastanutest)



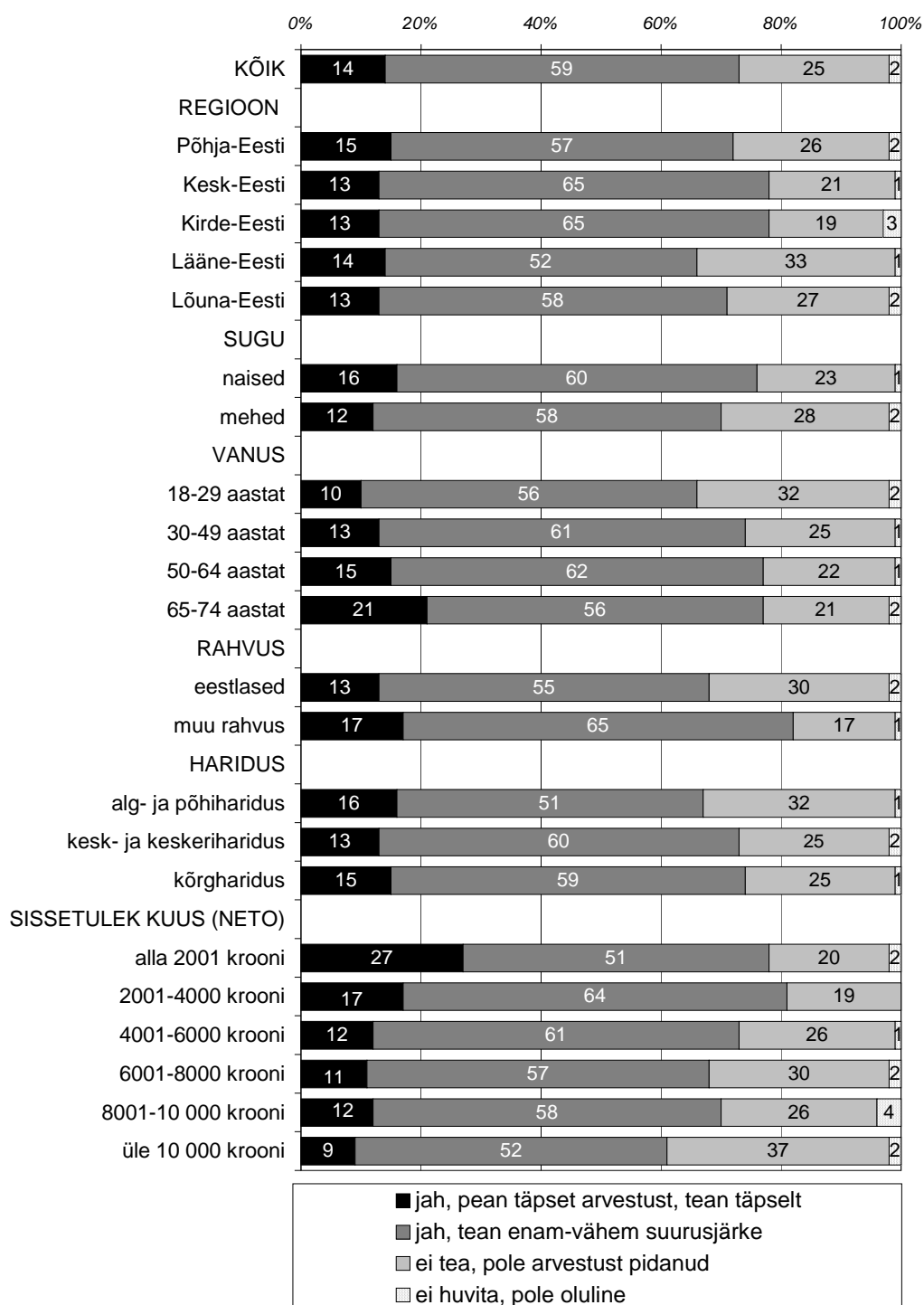
Joonis 3.3. Toidukulude arvestamise harjumused aastatel 2007-2009

Enam-vähem toidukulude suurusjärkude teadmine oli tüüpiline vastus igas elanikkonna rühmas sõltumata vanusest, soost, rahvusest või haridusest või sissetulekust (vt. joonis 3.4). Kuigi nii eesti kui vene keelt kõnelevad tarbijad teavad tüüpiliselt toidukulude suurusjärke, on arvestamine jätkuvalt harjumuspärasem mitte-eestlastele ja mitte ainult väiksema sissetulekuga mitte-eestlastele. Toidukulusid arvestas 82% vene- ja 68% eestikeelsest elanikkonnast, mis ei erine oluliselt 2008. aasta tasemest.

Harjumustes esines eripära vastavalt sissetuleku suurusele. Kui väikseima sissetulekuga tarbijatest (alla 2001 krooni) arvestab toidukulusid 78%, neist 27% alati, siis jõukaimatest (üle 10 000 krooni) vaid 61%, kusjuures 9% alati. Seega täpset arvestust peavad pigem madalama sissetulekuga ja arvestust ei kipu pidama pigem kõrgema sissetulekuga elanikud. See tendents püsib. 37% kõrgeima sissetulekuga tarbijatest ei pea toidukulude üle arvestust, sest saavad ilma

hakkama. Muretumad on ka alla 30-aastased noored, kellest ligi kolmandik (32%) ei arvesta toidukulusid ja vaid 10% peab täpset arvestust. 30-49-aastastest ei arvesta toidukulusid iga neljas (25%), 50-64-aastastest iga viiest (22%) ja üle 65-aastastest samuti iga viies (21%). Vanuse tõustes on elanikud sunnitud harjumusi muutma, kuna sissetulek väheneb.

Kas peate oma toidukulude kohta arvestust või teate, kui palju toidu peale kuus kulutate? (% vastanutest)



Joonis 3.4. Eesti tarbijate toidukulude arvestamise harjumused 2009. aastal

3.3. Pere rahalise olukorra mõju toiduostudele

2009. aastal suurenes Eestis töötus plahvatuslikult ja ka keskmine palk vähenes. Statistikaameti andmetel oli töötuid 2009. aastal kokku 106,7 tuhat, võrlduseks 2008. aastal oli töötuid 53,5 tuhat. Keskmine brutokuupalk oli 2008. aastal 12 819 krooni, 2009. aastal aga 12 223 krooni². Selline töötute arvu suurenemine ja keskmise brutokuupalga langus avaldab varasemast suuremat survet perele rahalisele olukorrale. Järgnevalt sellest, mil määral on pered olukorraga kohanenud ja kuivõrd need Eesti ühiskonnas toimuvad muutused on mõjutanud pere eelarves toidukaupade ostmist.

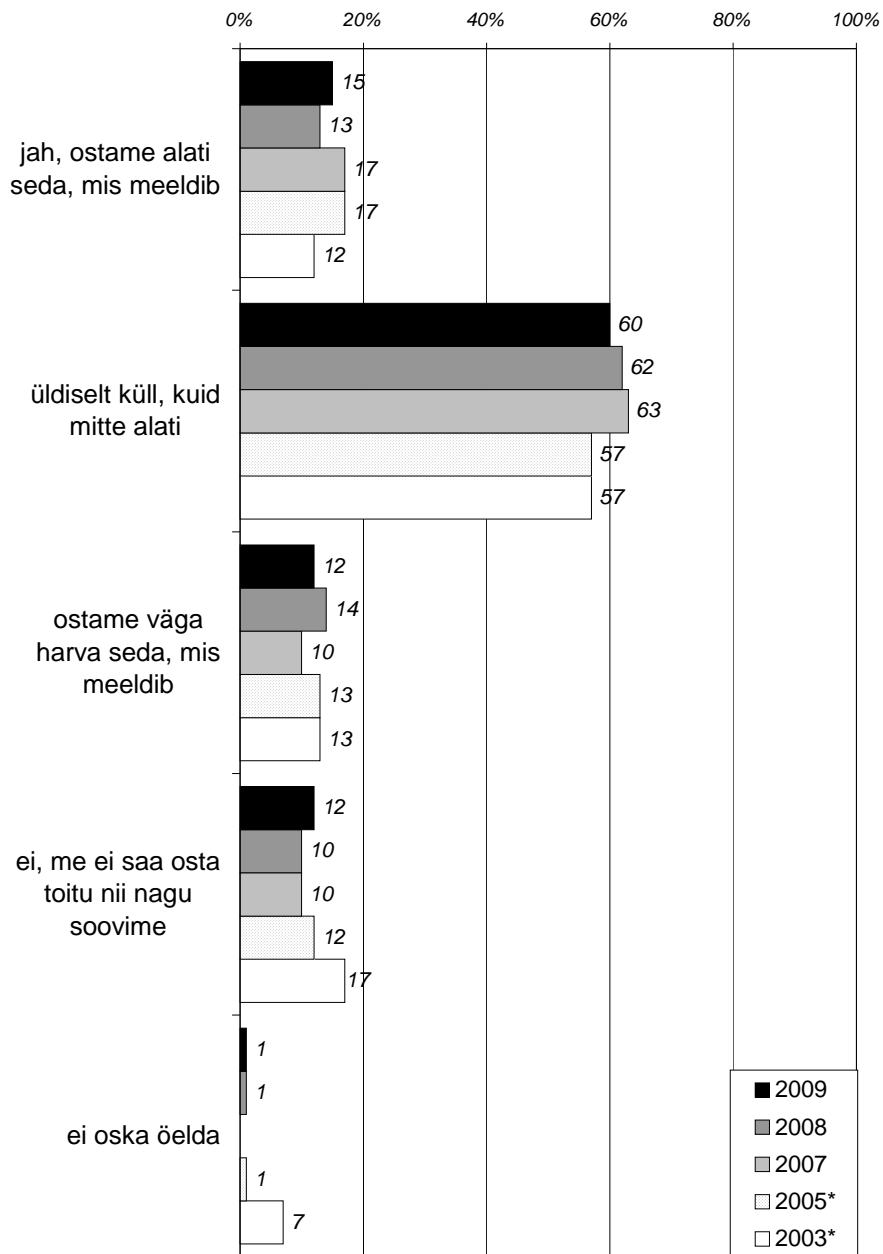
Uuringu tulemuste kohaselt ostis 60% elanikest soovikohast toidukaupa piirangutega, 15% elanikest ostis alati meelepäraseid toidukaupu, 12% ostis väga harva meelepäraseid toidukaupu, 12% ei saanud üldse osta soovitud toitu ja 1% ei soovinud oma käitumist avaldada. Ostuharjumused ei muutunud oluliselt võrreldes 2008. aastaga, pigem toimus kohanemine ja jätkati juba uute, väljakujunenud harjumustega (vt joonis 3.5). Perele rahalise olukorra muutumine tõi suuremad muutused ostuharjumustes kaasa just 2008. aastal, 2009. aastal enam olulisi muutusi ei toimunud.

Käitumine erineb aga väga oluliselt sõltuvalt pere eelarve suurusest, igakuise sissetuleku suuruselt (vt joonis 3.6). Väikseima sissetulekuga tarbijatest, kelle kuu netosissetulek pereliikme kohta jäi alla 2001 krooni, ei saanud 68% osta soovikohast toitu ja nii vastati tüüpiliselt "ei, me ei saa osta toitu nii nagu soovime" (39%), millele lisandusid harva soovikohase toidu ostjad (29%). Soovikohast toitu võis perele lubada ligikaudu iga kolmas elanik (31%=1% alati+30% piirangutega). Jõukamate tarbijate ostukäitumine (kuu netosissetulek pereliikme kohta ületas 10 000 kr) erines vaesemate omast kardinaalselt. 47% jõukamatest tarbijatest ostis alati soovikohast toidukaupa, 52% ostis soovikohast toidukaupa piirangutega ja vaid 1% ostis harva meelepärast. Soovikohaselt said toidukaupa osta seega peaaegu kõik sellest vastajarühmast - 99%. Jõukamate tarbijate piirangud käitumises avalduvad selles, et meelepärast ei lubata endale mitte alati.

Üle 65-aastastel elanikel, maainimestel, madalama hariduse ja väiksema sissetulekuga tarbijatel ning mitte-eestlastel oli uuringu järgi keerulisem rahalise olukorra tõttu soovitud toidukaupa osta (vt lisa 2.16).

² <http://www.stat.ee/index.php?id=37201&highlight=töötus>, <http://www.stat.ee/index.php?id=36716&highlight=keskmise,brutopalk>

Mõeldes pere eelarvele ja toiduostudele, siis kuivõrd võimaldab teie pere rahaline olukord praegu osta soovikohaseid toidukaupu?
 (% vastanutest)

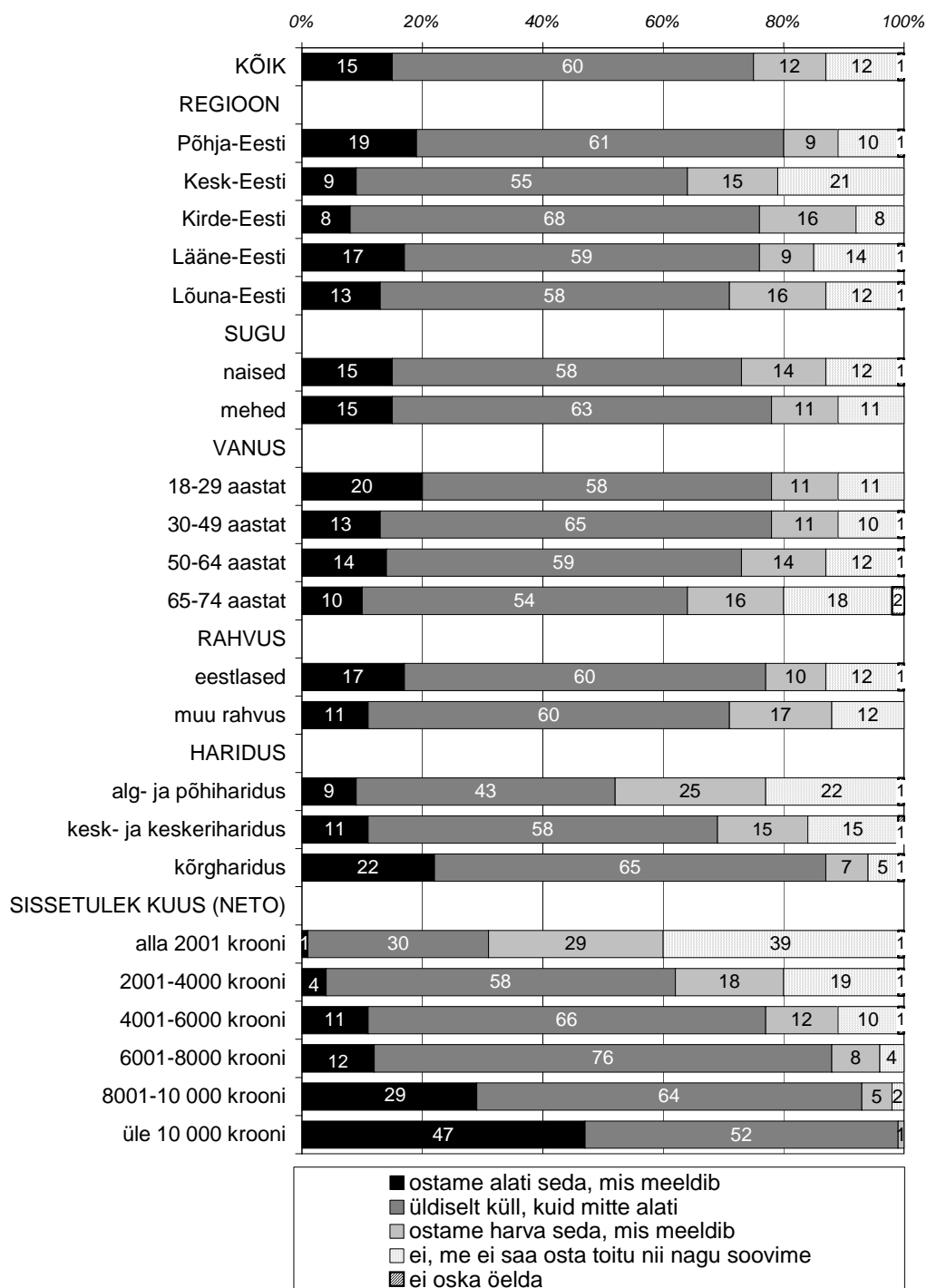


* 2003, 2005. aastal küsiti tervisliku toidu ostuvimaluste kohta

Joonis 3.5. Pere rahalise olukorra mõju toiduostudele aastatel 2003-2009

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

(% vastanutest)



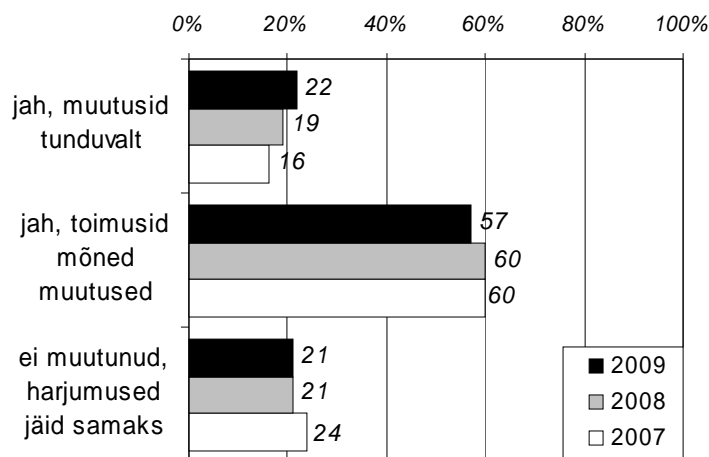
Joonis 3.6. Pere rahalise olukorra mõju toiduostudele aastal 2009

3.4. Majandussurutise ja toidukaupade hindade muutuse mõju tarbijate ostuharjumustele

Kolmandat aastat järjest selgitati majandussurutise ja toidukaupade hindade muutuse mõju Eesti elanike toidukaupade ostu- ja tarbimisharjumustele. Perede raskema rahalise seisu tõttu võidi 2009. aastal toidukulusid veelgi enam piirata. Elanikel paluti hinnata, kas nende toidukaupade ostu- ja tarbimisharjumused muutusid 2009. aastal toidukaupade hindade muutuse ja/või majandussurutise tõttu.

Toidukaupade ostu- ja tarbimisharjumusi muutis 2009. aastal 79% elanikest, kusjuures 57% tegi mõningaid korrektsioone ja 22% muutis harjumusi tunduvalt. Harjumused jäid samaks 21%-l vastanutest. Aasta möödudes jäi harjumuste muutjate ja mittemuutjate osakaal samaks, kuid väike nihe toimus “muutjate” rühmas. Veidi suurenes (+3%-punkti) harjumusi tunduvalt muutnud elanike osakaal ja samavõrra vähenes mõningaid muutusi teinud elanike osakaal (vt joonis 3.7-3.8, lisa 2.18).

Kas teie toidukaupade ostmise ja tarbimisharjumused muutusid 2009.a. toidukaupade hindade muutuse ja majandussurutise tõttu? (% vastanutest)



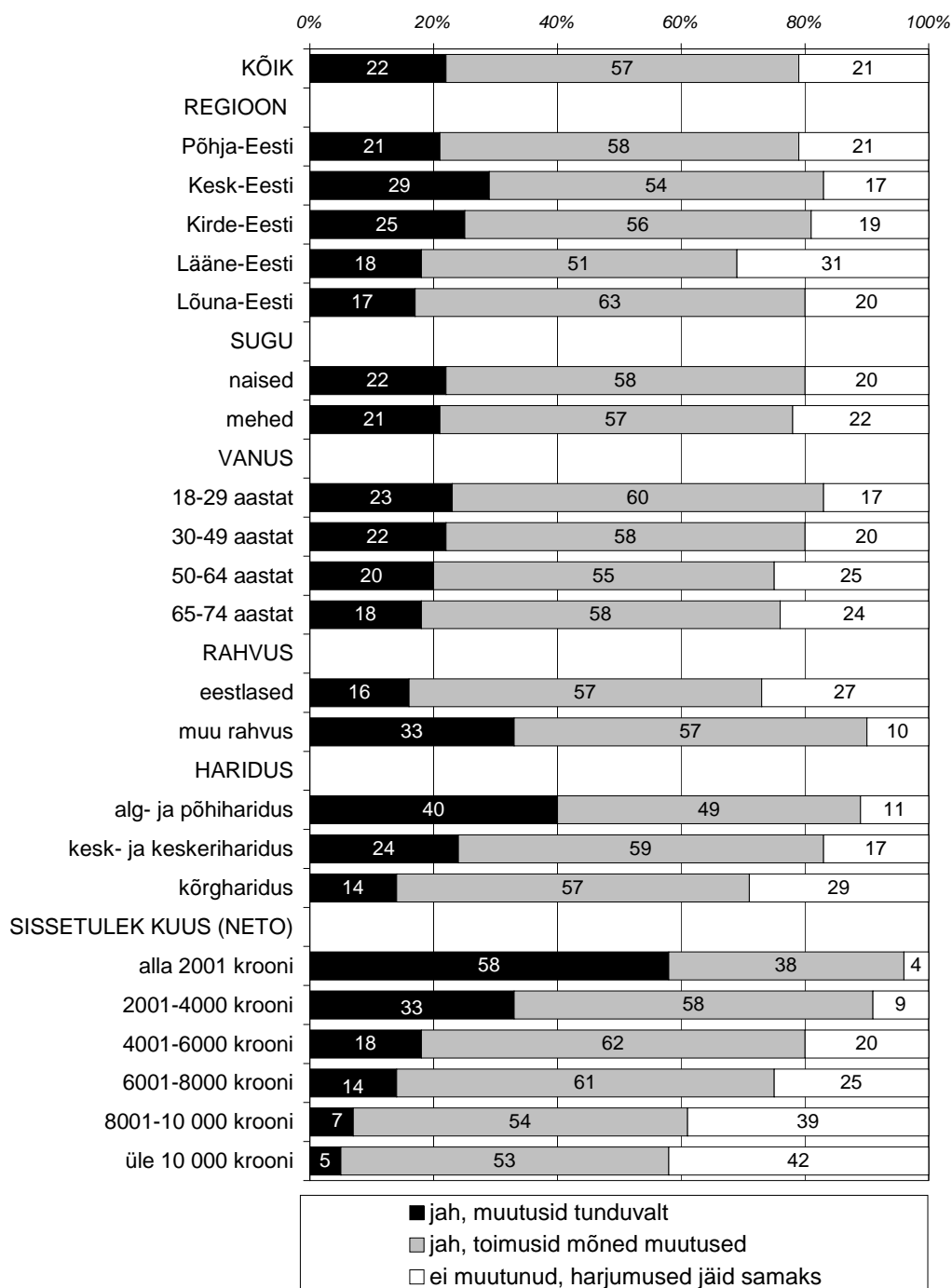
Joonis 3.7. Toidukaupade ostuharjumused ning majandussurutise ja toidukaupade hindade muutus aastatel 2007-2009

Väljakujunenud harjumusi muutsid mõningal määral kõik elanikkonna rühmad, see oli sagedamini valitud vastusvariantiks igas elanikkonna rühmas, v.a väikseima sissetulekuga tarbijarühmas, kus sagedamini tõdeti suuri muutusi. Vastuseid mõjutas kõige enam vastaja sissetuleku suurus, haridus ja rahvus-keelekeskkond.

Harjumusi sunnib muutma väiksem sissetulek – see seos on kehtinud kõigil aastatel, mil teemat on vaadeldud. Väikseima sissetulekuga tarbijarühmast muutis harjumusi 96%, sh 58% tunduvalt ja

38% tegi mõningaid muutusi. Harjumusi ei muutnud vaid 4% tarbijarühmast. Suurima sissetulekuga tarbijarühm tundis end 2009. aastal kindlamini, harjumusi muutis märgatavalt vähem inimesi - 58% (2008.a 66%), sh 5% tunduvalt ja 53% natukene. Harjumused jäid samaks 42% jõukamatest (2008.a. 34%).

Kas Teie toidukaupade ostmise harjumused muutusid 2009. aastal toiduainete hindade muutuse ja majandussurutise tõttu? (% vastanutest)



Joonis 3.8. Toidukaupade ostuharjumuste muutused 2009. aastal hindade muutuse ja majandussurutise tõttu

Säilisid ka kultuurikeskkonna erinevused. Vene keelt kõnelevatest tarbijatest muutis harjumusi 90% (sh 33% tuntavalt), eestlastest aga 73% (sh 73% tuntavalt). Teatavasti on eesti- ja venekeelsete elanike sissetulekute tase pisut erinev, mis võib olla üheks põhjuseks ning kindlasti ka rahvuslik eripära, mis eestlaste puhul avaldub vaikumisi suurema taluvuse ja kohanemisega.

Mida madalam haridustase, seda enam oldi sunnitud muutma väljakujunenud harjumusi. Madalam haridustase tähendab reeglina ka väiksemat sissetulekut. Alg- ja põhiharidusega vastanutest muutis väljakujunenud harjumusi 89% (sh 40% tunduvalt), kõrgharidusega vastanutest 71% (sh 14% tunduvalt).

Kõigilt elanikelt küsiti, mil moel nende ostu- või tarbimisharjumused muutusid. Etteantud vastusvariantidest tuli valida need, mis kehtisid vastaja enda puhul ja tuua mõni näide. Selleks, et hinnata muutuste ulatust kogu täiskasvanud elanikkonnas, on joonistel esitatud nii harjumuste muutjate (n=879) kui kõigi vastanute (n=1130) vastuste protsentjaotused (vt joonis 3.9-3.11).

2009. aastal jälgisid elanikud sagedamini toiduainete hindu (64% kõigist vastanutest) ja püüdsid osta odavamalt (49%). 2009. aastale oli iseloomulik söögivalmistamise ja toidu isekasvatamise populaarsuse tõus ning kallimate toiduainete ja söögikohtade asendamine odavamatega. Valmistoidude ostmise asemel valmistas ise söögi üle kolmandiku elanikest (36%, 2008.a 33%). Kolmandik elanikest vähendas ostetava toidu kogust (34%) ning kolm elanikku kümnest püüdis toitu varasemast vähem ära visata ja ostusid paremini planeerida (29%). Iga neljas vähendas oluliselt või lõpetas lõuna ajal väljas söömise (26%) või asendas kallimad toiduained odavamatega (24%, 2008.a 19%). Iga viies käis poes harvemini (23%), pidas toidukulude üle varasemast täpsemat arvestust (22%) ja hakkas rohkem tarbima isekasvatatud toitu (22%). Kallima kodumaise toidukauba asemel hakkasid odavamalt importkaupa ostma vähesed (15%). Toidukaubaoste hakkas tegema turult 12%, talunikult korraka kogu talvekartuli ostis 11%, peamist toiduostukohta vahetas 9% tarbijaist. Söögikoha vahetamine polnud väga massiline, kuid see-eest aastale iseloomulik (11%, 2008.a 2%). Valiku kallimate ja kvaliteetsemate sissetoodud toiduainete kasuks tegid üksikud tarbijad (2%).

Elanike rühmade tulemusi analüüvides tuleb esmalt tõdeda, et suuremaid muutusi tegid aga alla 4000-kroonise sissetulekuga ja väiksema haridusega elanikud, mitte-eestlased ja Kirde-Eesti elanikud (vt lisa 2.18). Täpselt sama kehtis 2008. aastal. Näiteks vaatasid mitte-eestlased oluliselt sagedamini toidukaupade hindu, ostsid odavamalt, vähendasid ostukoguseid, muutsid menüüd asendades teatud toiduained odavamatega, valisid kallima kodumaise asemel odavama importkauba, hakkasid rohkem ise süüa tegema, vähendasid väljas söömist või lõpetasid selle sootuks, vahetasid söögikohta ja hakkasid toidukulude üle varasemast täpsemat arvestust pidama.

Hindade tähelepanelikum jälgimine oli 2009. aastal kõige sagedamini esinenud muutus elanike harjumustes (märkis 64% kõigist elanikest). Vaba vastuse vormis nimetas üht või mitut tooterühma 313 vastajat, mille osas hindu jälgiti. Enim jälgiti liha ja lihatoodete (53%), piima ja piima-

toodete (51%), pagaritoodete, leiva, saia (15%), kala ja kalatoodete (13%), puu- ja köögiviljade (7%) ja alkoholi (7%) hindu. 9% vastanutest märkis, et hakkas hoolikamalt jälgima kõikide toidukaupade hindu. Kuivainete, maiustuste, kanamunade, toidurasvade, kohvi ja mahlade hindade jälgimist tuli ette vähesemal määral. Sagedamini nimetatud tootegruppide järjestus on sarnane varasematele uuringutele, põhitoiduainete hinnad pälvivad suuremat tähelepanu. Väike rõhuasetuse muutus toimus siiski piima- ja lihatoodete osas. Kui varem oli peatähelepanu piima ja piimatoodete hindadel, siis nüüd liha ja lihatoodete hindadel. Põhjuseks on piima hinna soodsamaks muutumine, liha osas polnud hinnamuutus märgatav.

49% elanikest hakkas varasemast sagedamini ostma odavamalt toidukaupa. Konkreetseid tootegruppe pani näitena kirja 220 vastanut. Odavamalt hakati ostma piima ja piimatooteid (32%, 2008.a 61%), liha ja lihatooteid (30%), leiva- ja saiatooteid (14%), kuivaineid (9%), puu- ja köögivilju (8%) ning kala ja kalatooteid (6%). 19% vastanutest märkis, et odavamalt osteti kõiki toidukaupu. Odavamate maiustuste, alkoholi, kanamunade, rasvainete, kohvi ja mahlade ostjaid oli vähem. Piima hind on aastaga muutunud soodsamaks, mistõttu vähem tarbijaid otsib odavama hinnaga piima ja piimatooteid.

Ostetava toidu kogust vähendas kolmandik elanikest (34%), neist 133 nimetas täpsemalt mõne tootegrupi. Protsent oli veelgi suurem väikese sissetulekuga peredes (51% alla 2001-kroonise ja 44% 2001-4000-kroonise sissetulekuga peredes), kes hoiavad niigi nappi raha kokku toidukoguseid piirates. Vähesem toidukogus puudutas eelkõige liha ja lihatooteid (40% lahtisele küsimusele vastanutest), piimatooteid (22%), maiustusi (14%), puu- ja köögivilju (11%), kala ja kalatooteid (10%), pagaritooteid (8%) ja mahlu. Lisaks nimetati kuivaineid, alkoholi, rasvaineid, valmistoite ja vett. Valmistoitude ostmise asemel püüti ise toitu valmistada ja loobuda nn rämpstoitudest, näsimistest.

Menüüdes asendas tavapäraseid toiduaineid odavamatega iga neljas elanik (24%, 2008.a 19%). Odavamate alternatiivide otsimine muutus 2009. aastal populaarsemaks. Oma valikuid selgitas 62 inimest. Peamiselt asendati liha ja lihatooteid (26% küsimusele vastanutest), piimatooteid (15%), kala (11%), kuivaineid (10%), leiba-saia (7%). Liha asemel hakati rohkem ostma hakkliha, suitsuvorstide asemel liha, liha asemel subprodukte jms. Piimatoodete juures asendati juustete, tetrapakis piima asemel valiti kilepiim. Leiba, saia hakati ise kodus küpsetama. Kalatoodete tarbimist piirati, asendati konservkalaga, kala osteti rohkem soodusmüükidelt. Võileibade asemel keedeti putru, loobuti hommikuti pirukate ostmisest, ostetud kartulite asemel valiti menüüsse makaronid või hakati kodus ise kartuleid keetma, rohkem tangaineid kasutama, kommid ja küpsiste asemel jogurtit sööma.

Kvaliteedilt paremaid ja kallima või sama hinnaga imporditud toiduaineid hakkas ostma väga vähe tarbijaid (2%). Konkreetseid tootegruppe nimetas vaid 8 inimest. Ostma hakati rohkem sissetoodud puuvilju-marju (38%), köögivilju (25%), kuivaineid (25%) ning piimatooteid (13%), kusjuures huvi imporditud piimatoodete vastu on aastaga tunduvalt kahanenud. Statistikaameti väliskaubandusandmete järgi on impordikogused vähenenud osades piimatoodete

gruppides (nt jogurt, riivitud juust, sinihallitusjuust), osades aga on suurenenud (juust, jäätis, värske juust- kohupiim).

Kallima kodumaise toidu asemel hakkas odavamalt importtoidukaupa ostma 15% elanikest. Nimetati (52 vastanut) enamasti imporditud köögivilju (35%), puuvilju-marju (17%), piimatooteid (17%), liha ja lihatooteid (15%), kala (8%), rasvaineid (8%), kana (6%) ja mahlu (6%). Muudest tootegruppidest märgiti kanamune, kuivaineid, alkoholi, maiustusi, konserve. Tõdeti, et hind määrab nüüd toote päritolu asemel eelistuse.

Valmistoitude asemel ise toidu valmistamine 2009. aastal pisut suurenes, ise hakkas rohkem süüa tegema üle kolmandiku elanikest (36%, 2008.a 33%). Täpsemalt kirjeldas oma tegevust 73 inimest. Lihtsalt kodus söögitegemist nimetas 26% lahtisele küsimusele vastanutest. See tähendas kartuli keetmist, koduse toidu tööle kaasavõtmist, ka vanaema palkamist söögitegijana jms. Elanikud valmistavad kodus valmistoidu ostmise asemel rohkem lihast tooteid (21%) ja salateid (18%). Osa elanikke ostab valmistoidu asemel pooltoite (16%). Nimetati veel köögiviljatoite (11%), suppe (11%), kana (7%), küpsetisi ja kooke (6%), putrusid (6%), kastmeid (3) ja kala (3%).

Lõuna ajal väljas söömist vähendanud või lõpetanud elanikke oli 2009. aastal 26%. Lahtisele küsimusele vastanutest (67 inimest) nimetas 64%, et nad võtavad nüüd toidu kodust kaasa, jätavad lõuna vahele (6%), söövad kodus (4%), söövad võileibu (2%) või ei söö üldse väljas (2%). Osa elanikke ei söö enam kallites kohtades, samuti on ära jäänud väljas sõpradega söömas käimine. Kui väljas süüakse, siis mitmekäigulise eine asemel tellitakse põhiroog või supp ja vähendatakse koguseid, nt palutakse pool portsjonit. Kui vahetati söögikohta (11% elanikest), siis tähendas see väga üheselt kodus söömist (74% lahtisele küsimusele vastanutest).

Käesolevas töös juba märgitud toidu isekasvatamise tõus avaldus ka antud küsimuses. Isekasvatatud toitu hakkas rohkem tarbima 22% elanikest (2008.a 16%). Sagedamini nimetati (näite pani kirja 80 inimest) köögivilju (78%), puuvilju-marju (29%), mahlu (14%), liha (5%), maitserohelist (4%). Eraldi toodi välja konserveerimine ja hoidistamine (11%), nt valmistati moose, kompotte, tehti sisse tomateid, köögivilju, õunu, kurke, pressiti mahla jms. Isekasvatatud toidu alla liigitati seenelkäimine ja metsamarjade korjamine ning sissetegemine, samuti ise kala püüdmine, leiva ja kohupiima valmistamine.

Kui hakati rohkem turgudelt toidukaupu ostma (12% kõigist vastanutest), siis sealt osteti nüüd rohkem köögivilju (46%, näite toonutest, keda oli 37), liha ja lihatooteid (38%), puuvilju-marju (19%), kala (14%), mett (11%), piima ja piimatooteid (8%) ning kanamune (5%). Turgude hinnatase oli suvehooajal soodsam, mis võimaldas toidukaubaostudelt raha kokku hoida. Osade tarbijate jaoks võib turg tunduda odavam ostukohana kui toidukauplus, kuigi sageli see seda enam ei ole. Osades tootegruppides või hooajaliselt võib turult ostes aga kokkuhoidu saada.

Iga viies elanik käis 2009. aastal poes harvemini (23% kõigist elanikest). See tähendas kordade vähendamist nädalas ja korraga enama koguse ostmist, nõ etteostmist ja täpse ostunimekirja alusel ostmist. Peamise ostukoha vahetust nimetas 9% kõigist elanikest. Näiteks Rimi asemel valiti Maxima, Selver, Prisma; Selveri asemel Maxima; Säästumarketi ja Selveri asemel Konsum,

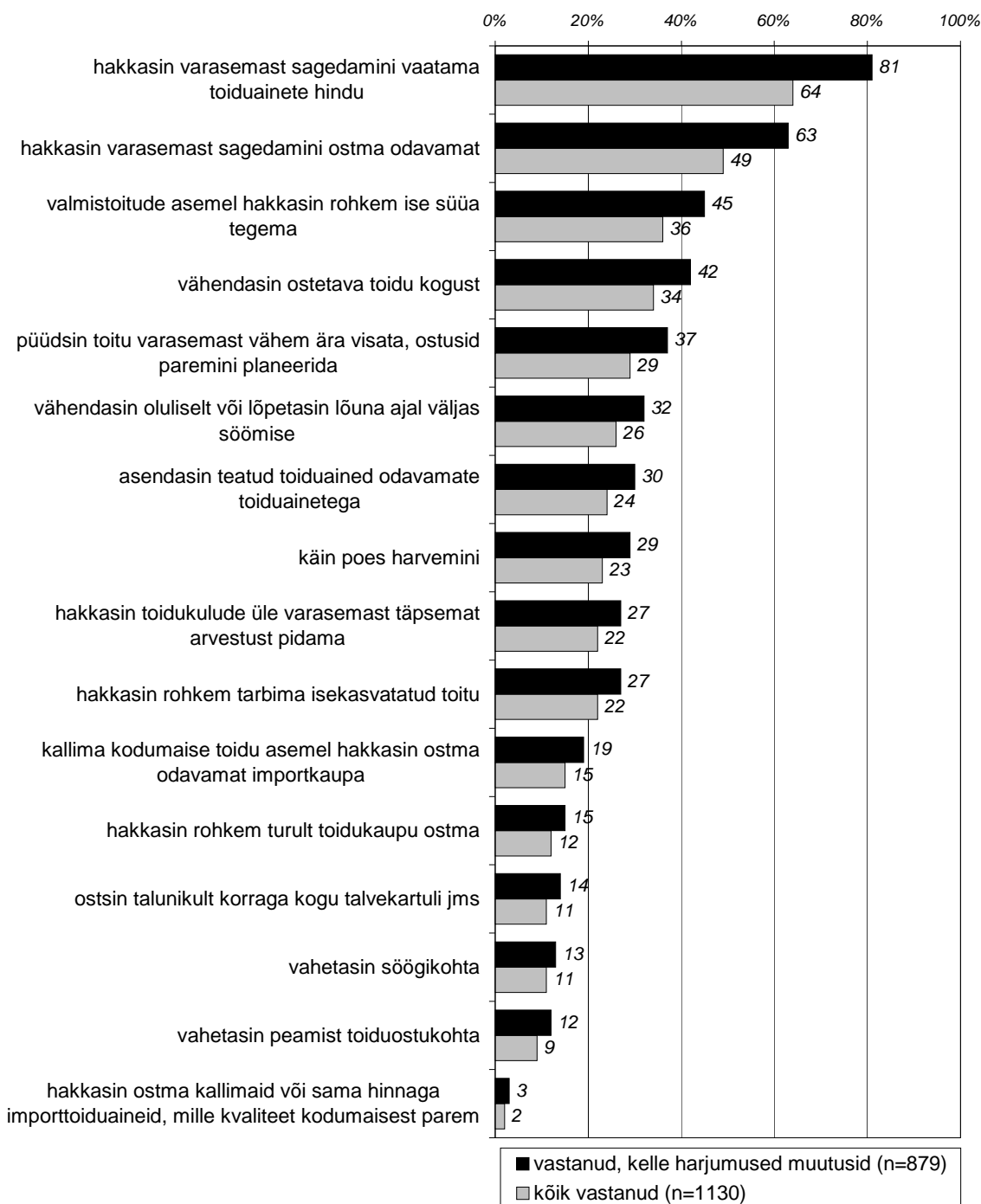
Tallinna Kaubamaja või kodupoe asemel Säästumarket. Suurimad klientide võitjad olid elanike endi vastuste põhjal Maxima ja Säästumarket. Kallima maapoe, turu või väikepoe asemel hakati toiduoste tegema suurtes ketipoodides, kus saab kasutada sooduspakkumiste võimalusi. Osa elanikke märkis, et kindlat lemmikpoodi neil polegi, ostetakse sealt, kust saab odavamalt.

Toidu harvemat äraviskamist ja ostude paremat planeerimist märkis 29% elanikest. Tootegrup-
pide näidete alusel visati vähem ära saia ja leiba (29%), liha ja lihatooteid (16%), piimatooteid (13%), kõiki toiduaineid (13%), köögivilju (5%) ja puuvilju-marju (3%). Toitu osteti korraka vähem, püüti kõik ära süüa või kui jäi üle, siis anti koduloomadele.

Toidukulude täpsema arvestamise all pidasid elanikud silmas ostunimekirja koostamist ja kindla summa määramist kulutusteks. Ühtlasi ka oma soovide piiramist, magusast ja maiustustest loobumist, täpsete ostukoguste määratlemist leivale-saiale, liha-, piima- ja kalatoodetele (nt inimese kohta tükide, viilude arvestamine). Korraka talvekartuli ostmine talunikelt oli endiselt hea viis kokku hoida, kuid mitte kõik elanikud ei saanud seda endale lubada. Rahanappuse tõttu püüti vähendada korraka väljaantavat summat, nt talunikult osteti poole talve varu.

Kui Teie harjumused muutusid, siis mil moel?

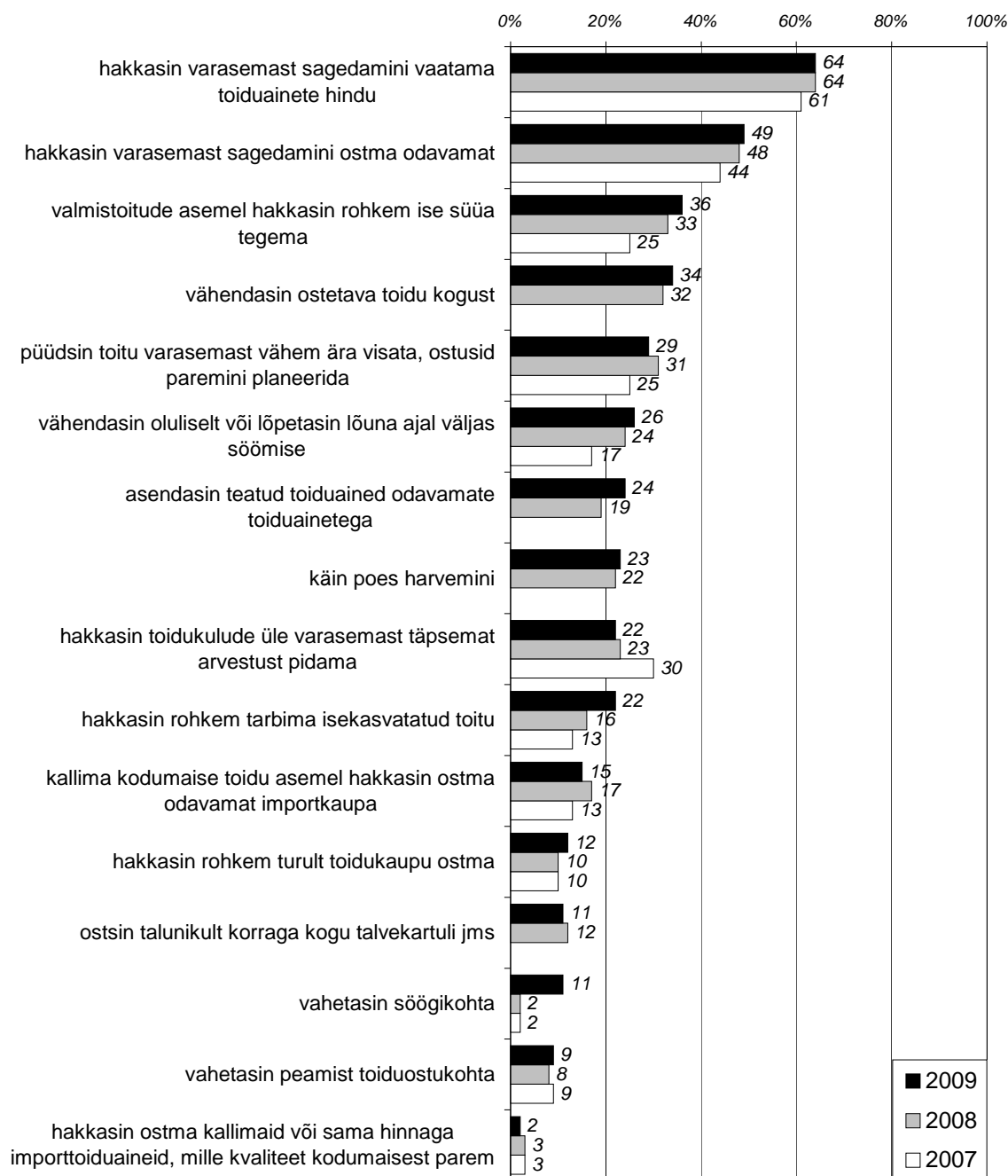
(% kõigist vastanutest ja vastanutest, kelle harjumused muutusid)



Joonis 3.9. Toidukaupade hindade muutuse ja majandussurutise tõttu toimunud ostuharjumuste muutused 2009. aastal

Kui Teie harjumused muutusid, siis mil moel?

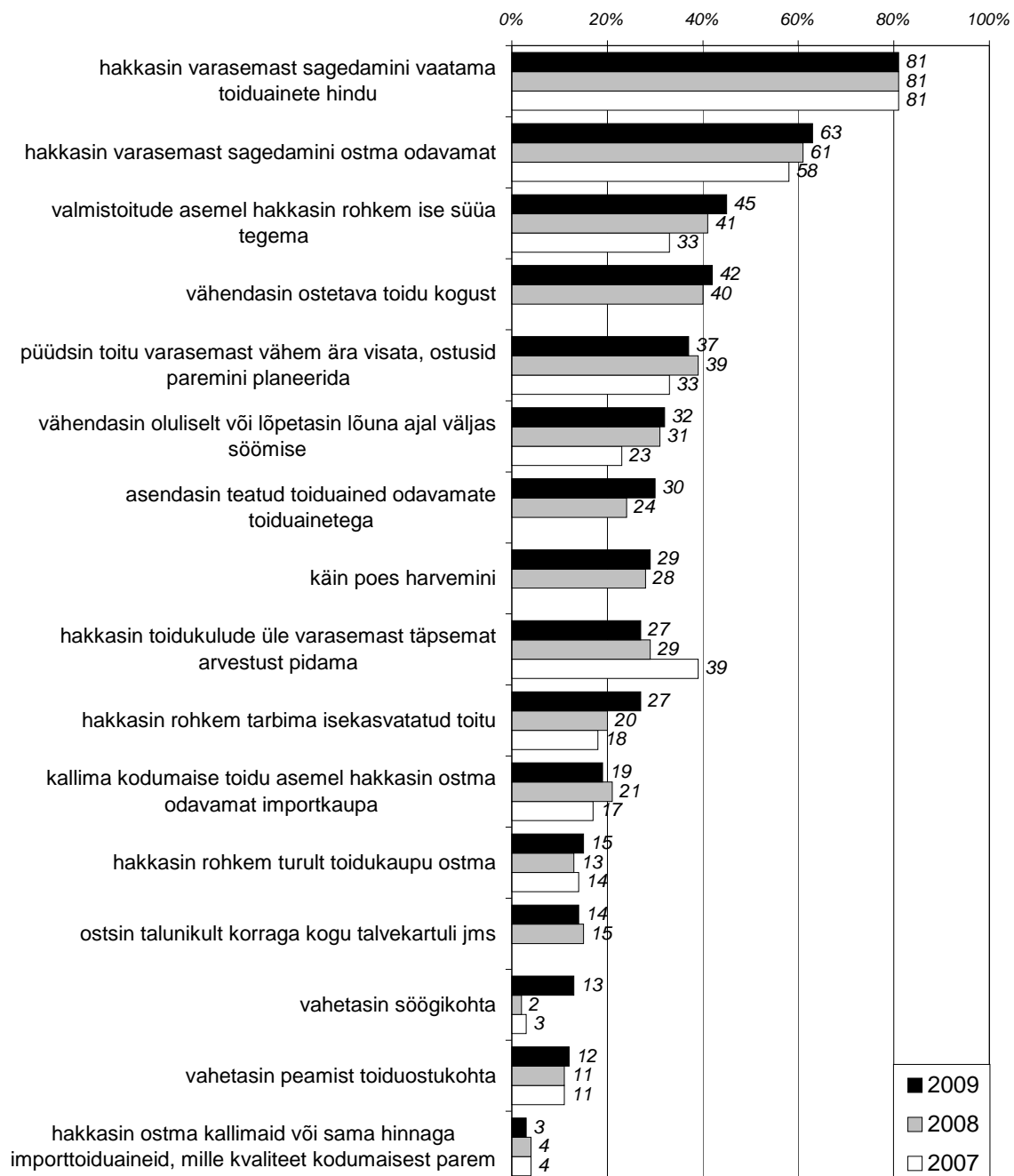
(% kõigist vastanutest aastatel 2007-2009)



Joonis 3.10. Toidukaupade hindade muutuse ja majandussurutise tõttu toimunud ostuharjumuste muutused 2007-2009

Kui Teie harjumused muutusid, siis mil moel?

(% vastanutest, kelle harjumused muutusid aastatel 2007-2009)



Joonis 3.11. Toidukaupade hindade muutuse ja majandussurutise tõttu toimunud ostuharjumuste muutused 2007-2009

3.5. Toitumisharjumuste muutused toiduainete rühmades

Üldise harjumuste muutuste näitaja kõrval analüüsiti töös konkreetseid toitumisharjumuste muutusi 34-s toiduaine rühmas. Selleks paluti elanikel võrrelda 2009. aasta toitumisharjumusi 2008. aastaga ja märkida iga toiduaine kohta, kas seda tarbiti rohkem, sama palju, vähem, tarbimine lõpetati või ei tarbitud seda toiduainet üldse.

Esmalt toiduainetest, mille tarbimisharjumusi muutsid elanikud kõige vähem (vt joonis 3.12). Kolm tarbijat neljast ehk üle 75% elanikest jätkas samamoodi leiva, kanamunade, kartuli ja köögiviljade tarbimist. Lisaks ülalnimetatule kuulusid nn stabiilse tarbimisega rühma veel hapukoor, sai, joogipiim, makaronitooted, puuviljad, või jm piimarasvamäärded, juust, linnuliha, keefir ja hapupiim, sealih, kohupiim ja kodujuust, mahlad ja mahlajoogid, värske kala ja kulinaariatooted kalast. Aastaga on tarbimine stabiliseerunud joogipiima, värske kala ja eriti juustude rühmas.

Kui ostukoguseid muudeti, siis muutuste suuna hindamiseks leiti hinnangute saldo %-punktides, kus "tarbisin rohkem" vastanute osakaalust lahutati "tarbisin vähem + lõpetasin tarbimise" vastanute osakaalud (vt joonised 3.13-3.14).

2009. aastal jätkus üldiselt toidukaupade tarbimise vähendamine elanike poolt, vaid köögiviljade osas oli saldo positiivne. Köögiviljade tarbimise suurendajaid oli teist aastat järjest rohkem kui tarbimise vähendajaid. Kõige rohkem vähendati kondiitritoodete, kookide ja muude maiustuste tarbimist. Suuresti vähenes ka lihast kulinaariatoodete, suhkrut sisaldavate kulinaariatoodete, kohukeste, vorstitoodete, alkoholsete jookide, kalakonservide, sinkide ja veiseliha tarbimine. Ehk kokku hoiti eelkõige liha, kulinaariatoodete, magusa, alkoholi ja karastusjookide arvelt. Aasta tagasi kuulusid siia rühma ka juustud ja sealih, kuid nendes tooterühmades pole langus enam süvenenud. Tarbimise vähenemine ei jätkunud sama intensiivsusega sinkide, sealih, juustude, joogipiima, linnuliha, kanamunade ja leiva osas, kui eelmisel aastal. Tarbimise vähenemine süvenes aga suhkrut sisaldavate karastusjookide, alkoholsete jookide, kalakonservide, müsli ja teraviljahelveste, keefiri ja hapupiima ning puuviljade osas.

Tarbimisest loobumist nimetati harva. Suhteliselt sagedamini märgiti seda lihast kulinaariatoodete (12% elanikest), suhkrut sisaldavate karastusjookide (11%), kohukeste (9%), veiseliha (8%), kalakonservide (7%), müsli ja teraviljahelveste (7%) ja rõõsa koore (6%) puhul.

Majanduslanguse tingimustes vähendati seega tarbimist pea kõigis toiduainete gruppides, rohkem aga kallimate liha ja lihatoodete, kulinaariatoodete, alkoholi ning enam töödeldud kondiitritoodete, maiustuste ja piimatoodete osas. Tendents ei ole aastaga muutunud. Ei muutunud ka harjumuste muutmise seos sissetuleku suurusega.

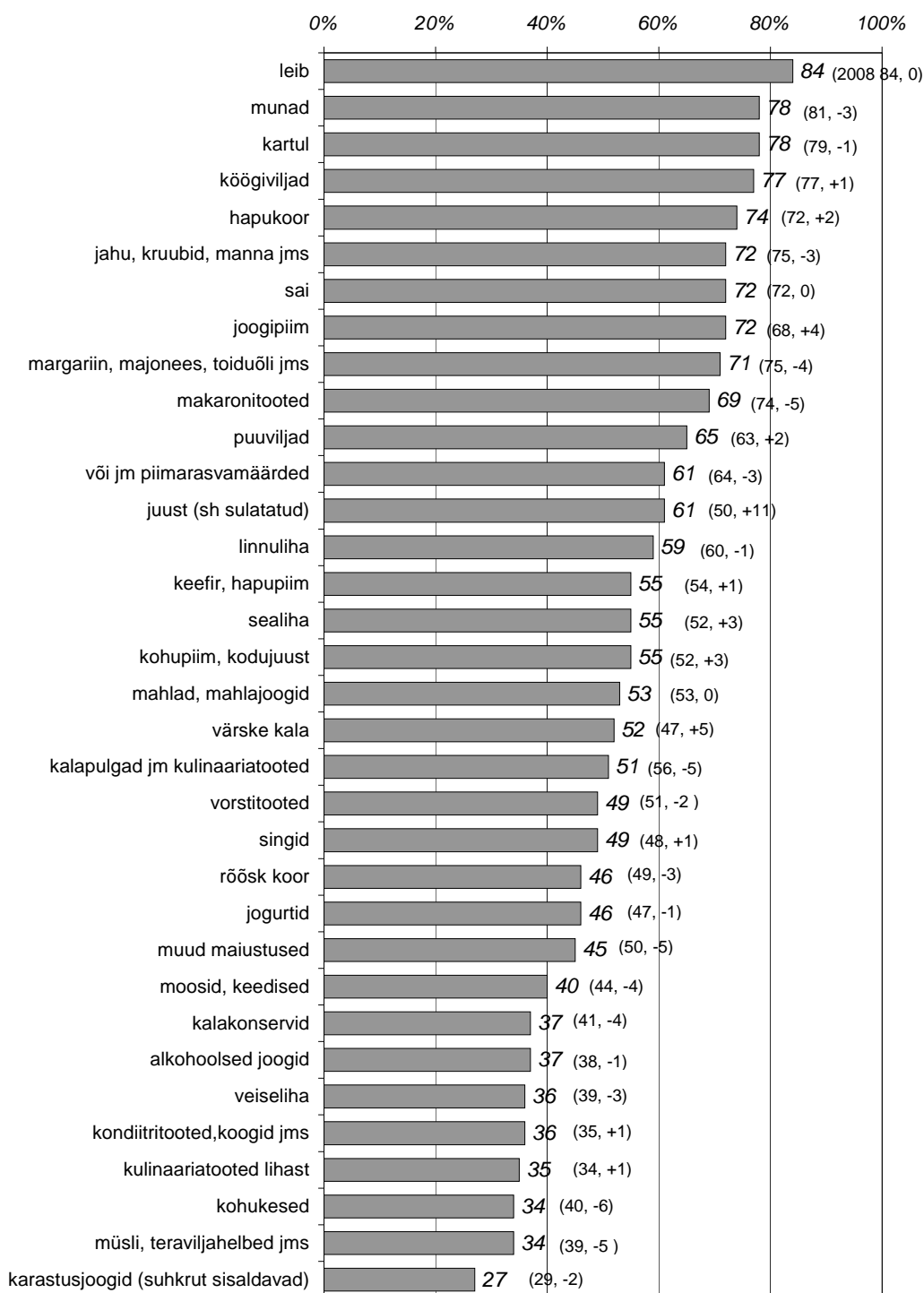
Mida väiksem oli pere sissetulek, seda suuremaid muutusi pidid tarbijad oma harjumustes tegema (vt joonised 3.15-3.16, lisa 2.19). Vaesemad (alla 2001-kroonise kuu netosissetulekuga pereliikme kohta) elanikud piirasid palju maiustuste ja kondiitritoodete kõrval kohupiima, kee-

firi ja hapupiima, kalakonservide, karastusjookide, sinkide ja kohukeste tarbimist, suurendati aga kartuli tarbimist. Kõige vähem muudeti aasta jooksul köögiviljade, leiva, kanamunade, saia, kuivainete tarbimist. Toiduvalik muutus märgatavalt kitsamaks, eriti piima- ja lihatoodete valik, vähestel kuulub sinna kohupiim, keefir ja hapupiim. Põhitoiduaineteks on kartul, köögiviljad, kanamunad, leib, sai ja joogipiim. Vaesemate elanike toiduvalik on üha piiratum ja ühekülgsem nii sortimendi kui koguste poolest.

Jõukamad elanikud (üle 10 000-kroonise kuu netosissetulekuga pereliikme kohta) seevastu vähendasid tarbimist oluliselt vähem, peamiselt nn mittetervislike toiduainete osas, nt karastusjoogid, maiustused, kondiitritooted, aga ka vorstitooted, lihast kulinaariatooted ja kohukesed. 2009. aastal suurendas see tarbijarühm võrreldes 2008. aastaga köögiviljade, värsket kala, linnuliha ja puuviljade tarbimist. Ka sellel rühmal oli valdavaks tarbimise piiramine, kuid piiranguid tehes muutus toiduvalik pigem tervislikumaks.

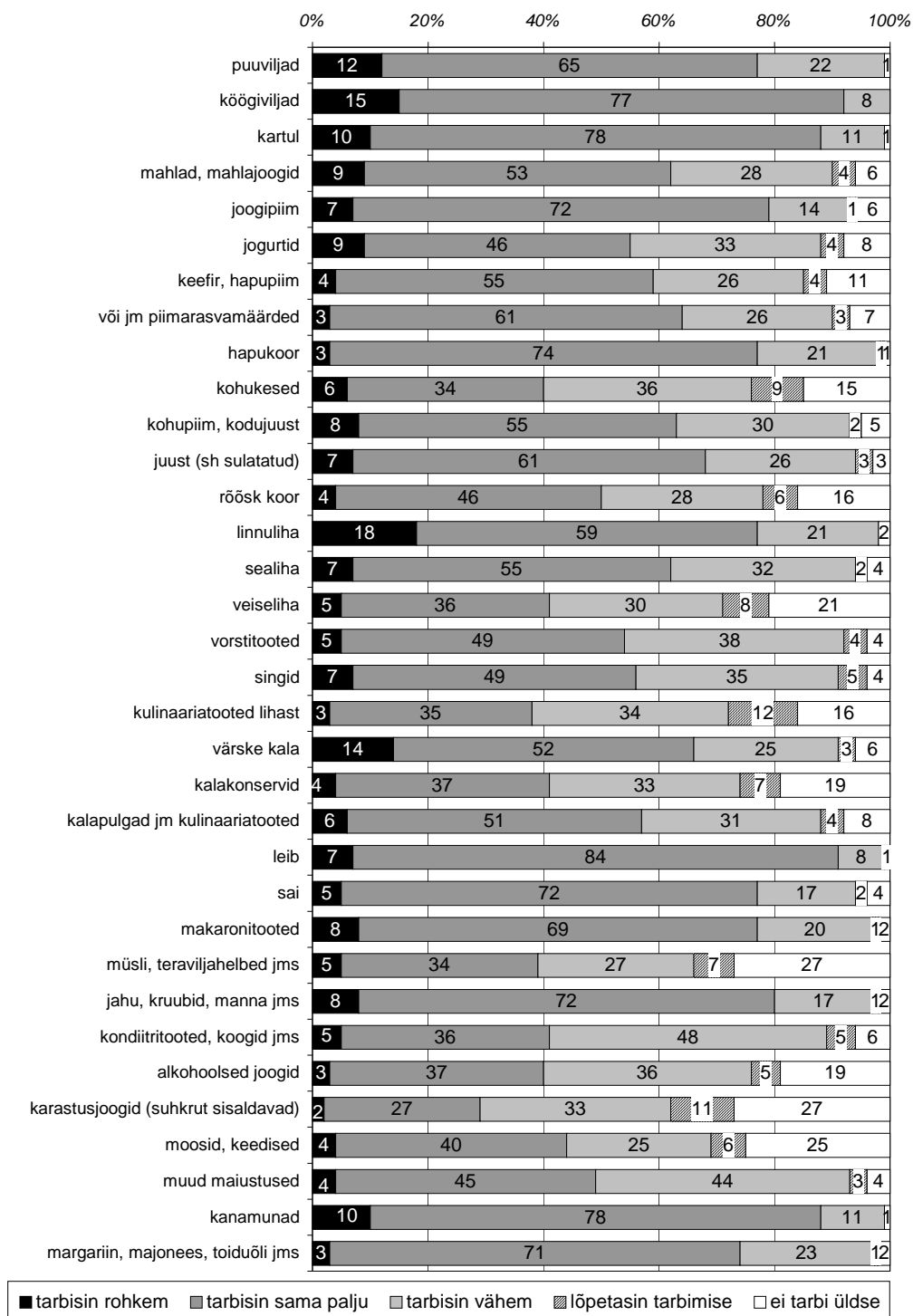
Toiduained, mida tarbiti 2009. aastal sama palju kui 2008. aastal

("tarbisin sama palju" -% vastanutest 2009 ja 2008, muutus %-punktides)



Joonis 3.12. Toiduained, mille tarbimine jäi 2009. aastal samaks võrreldes 2008. aastaga

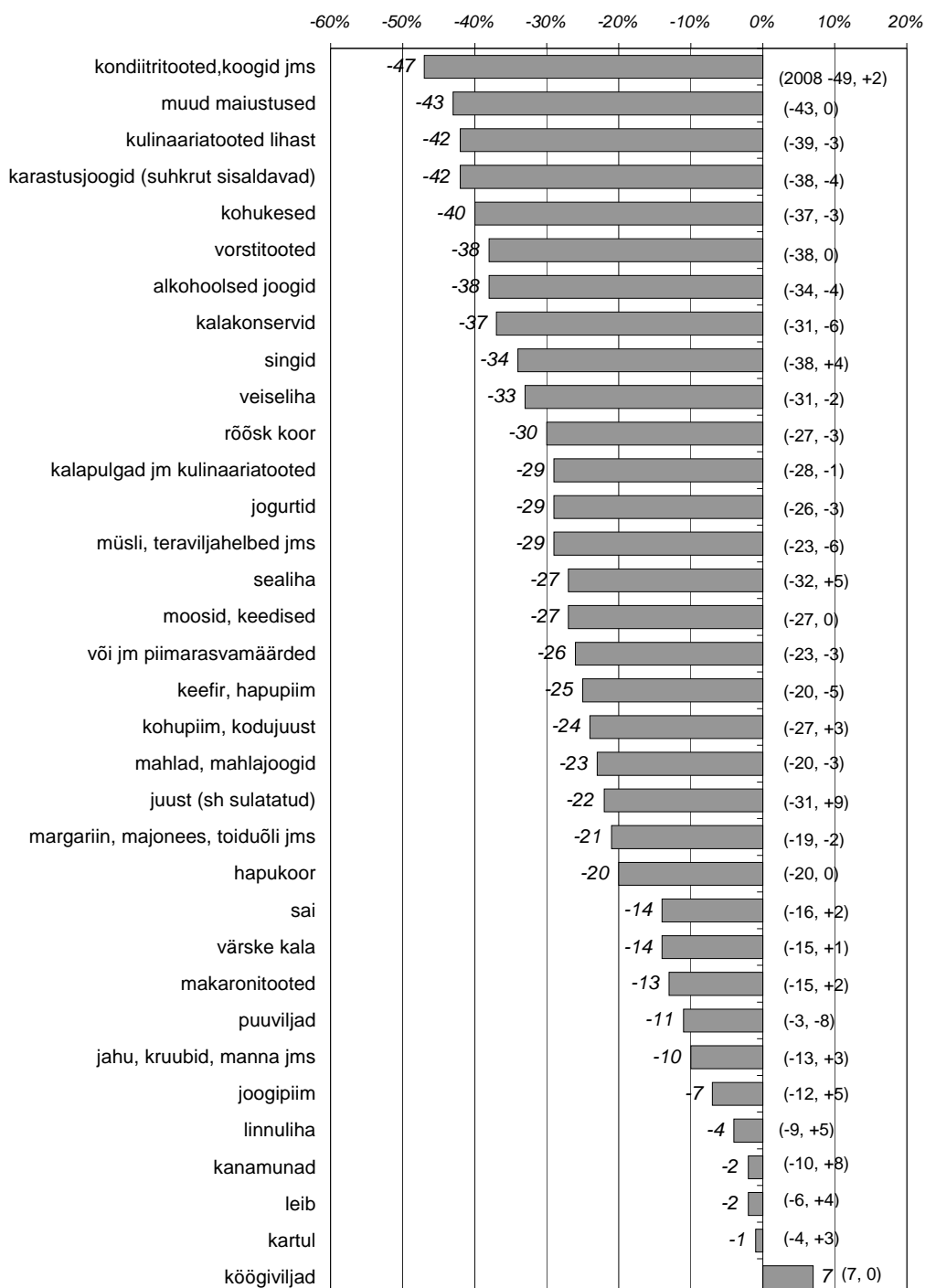
Muutused toitumisharjumustes 2009. aastal võrreldes 2008. aastaga (% kõigist vastanutest)



Joonis 3.13. Muutused toitumisharjumustes 2009. aastal võrreldes 2008. aastaga

Toitumisharjumuste muutuse suund 2009. aastal (saldo)

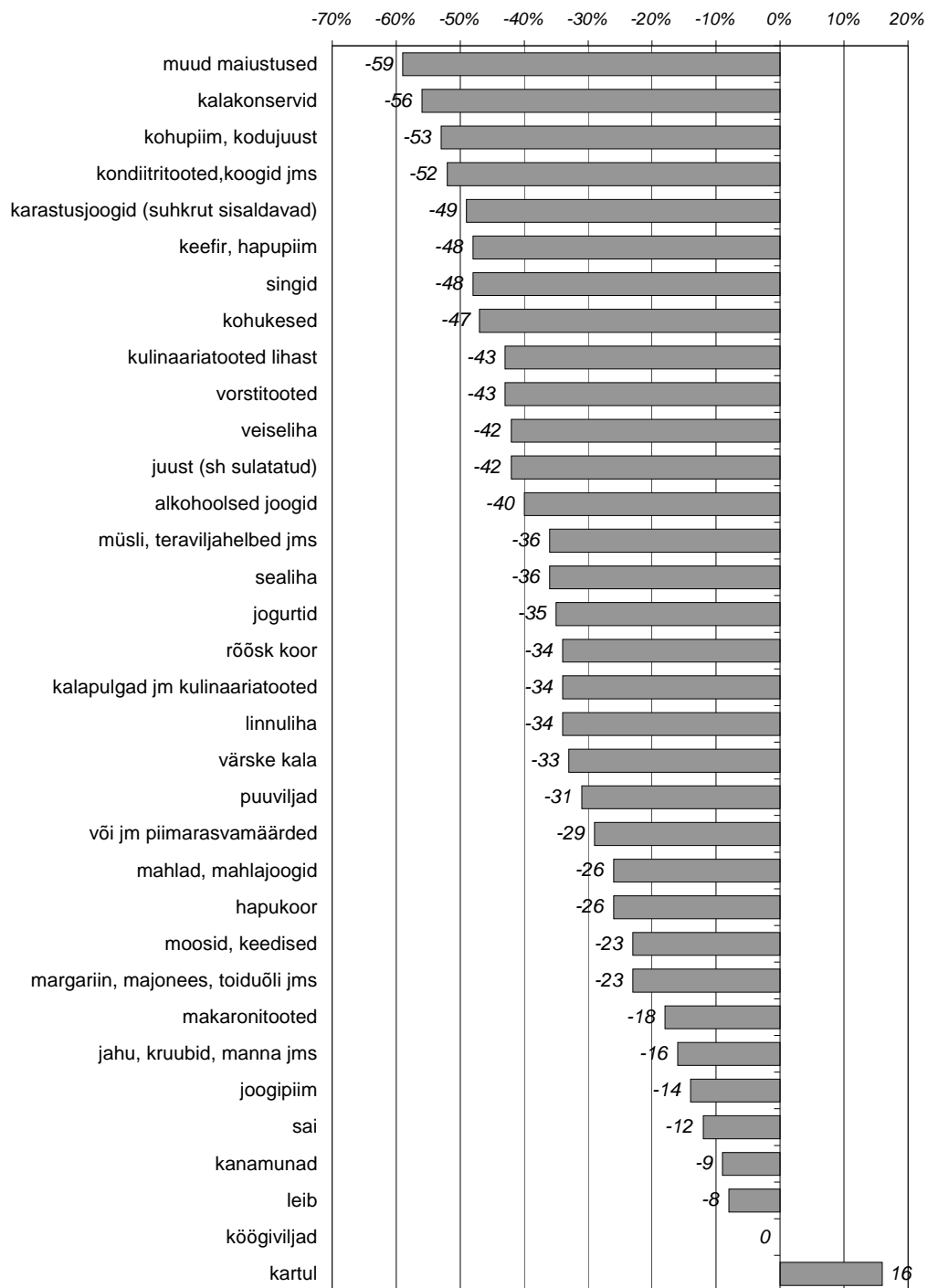
("tarbisin rohkem" - "tarbisin vähem või lõpetasin tarbimise" = saldod %-punktides 2009 ja 2008, muutus %-punktides)



Joonis 3.14. Toitumisharjumuste muutuse suund 2009. aastal (saldo)

Toitumisharjumuste muutuse suund 2009. aastal (saldo)

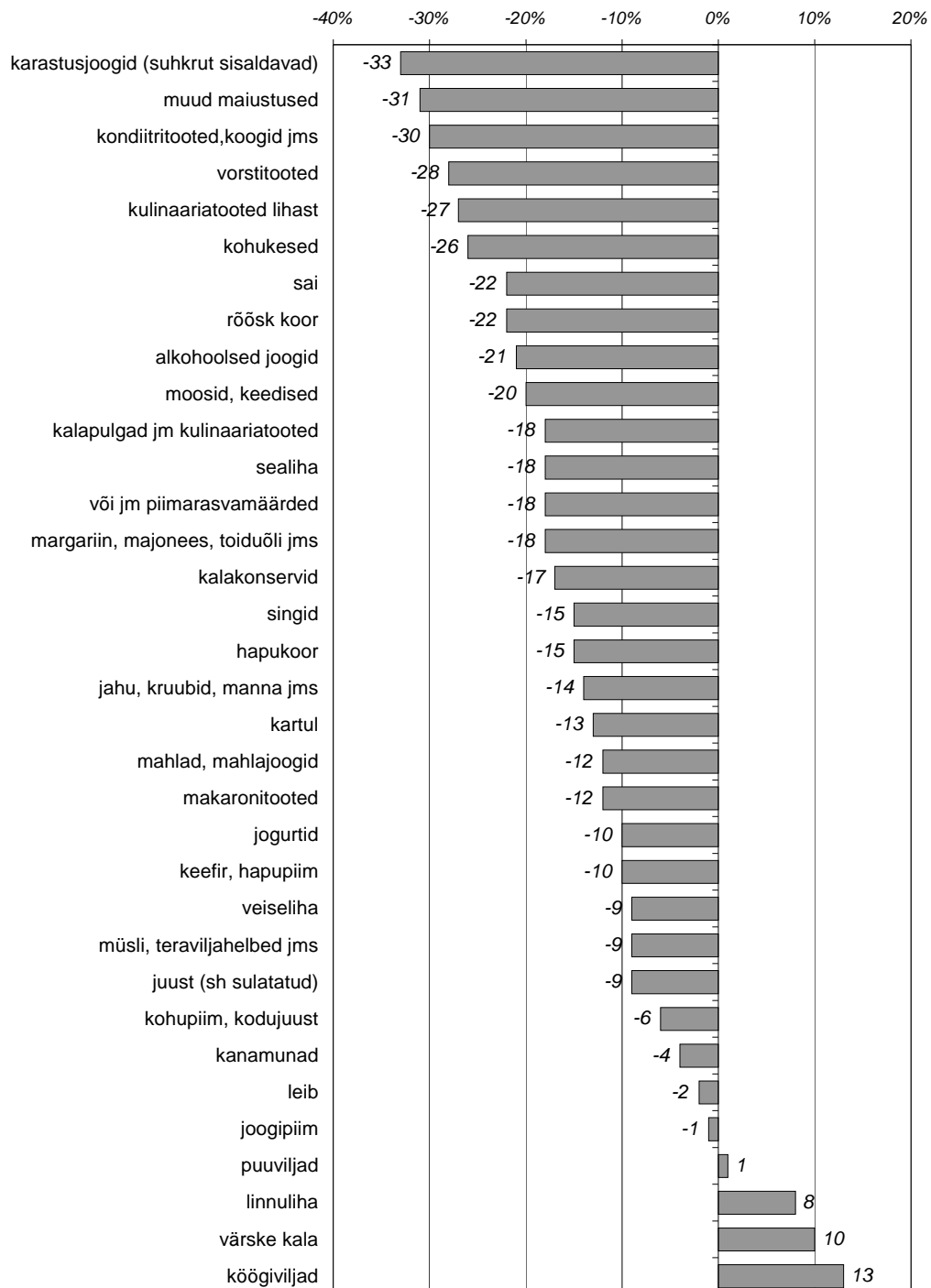
("tarbisin rohkem" - "tarbisin vähem või lõpetasin tarbimise" = saldod %-punktides 2009, alla 2001-kroonise kuu netosissetulekuga elanikud)



Joonis 3.15. Toitumisharjumuste muutuse suund 2009. aastal (saldo) alla 2001-kroonise kuu netosissetulekuga elanikel

Toitumisharjumuste muutuse suund 2009. aastal (saldo)

("tarbisin rohkem" - "tarbisin vähem või lõpetasin tarbimise" = saldod %-punktides 2009, üle 10 000-kroonise kuu netosissetulekuga elanikud)



Joonis 3.16. Toitumisharjumuste muutuse suund 2009. aastal (saldo) üle 10 000-kroonise kuu netosissetulekuga elanikel

3.6. Elanike toidukaubaoste, toitumisharjumusi ja valikuid kõige enam mõjutanud info, kampaania või sündmus

Elanikel paluti vabas vormis oma sõnadega kirjeldada, milline toidualane info, kampaania, olukord või muu sündmus mõjutas 2009. aastal kõige enam nende toidukaubaoste, toitumisharjumusi ja valikuid. Küsimusele vastas 708 inimest ehk 63% kõigist küsitlusele vastanutest.

Toidualase info, kampaania, olukorra või mõne sündmuse mõju toidukaubaostudele ja toitumisharjumustele 2009. aastal tunnistas 84% vastanutest, 16% vastanute väitel ei mõjutanud neid miski (vt tabel 3.1).

Tabel 3.1. Elanike toidukaubaoste, toitumisharjumusi ja valikuid kõige enam mõjutanud tegurid (% lahtisele küsimusele vastanutest, n=708)

	arv	protsent vastanutest
mõju olemasolu tões	594	84
ei mõjutanud midagi	114	16
kampaaniad, allahindlused, reklaamlehed	239	34
majandussurutis, rahapuudus	145	21
tervis ja toidu tervislikkus	139	20
meedia (TV, ajalehed, raadio)	36	5
kodumaine kaup (sh pääsukesemärk, Eestis Kasvatatud, turukaup jms)	29	4
degusteerimine, kaupade tutvustus poodides	15	2
piima hind (soodsam)	12	2
lapse sünd, rasedus	9	1
turg (turult ostmine, turu avamine Nõmmel)	6	1
muu (sortiment, pereliikmete arvu vähenemine, lahutus, uued tooted, aasta parim toode, Toidumessil nähtu, toidu koostise-maitse muutus, katse-eksituse meetod, hindade erinevus kassas, riiulil, sea- ja linnugripi kartus jms)	37	5

2009. aasta läbivaks märksõnaks võiks uuringu andmetel olla toidukaupluste sooduspakkumised ja sooduskampaaniad ehk toidukauba hind. Suur osa tarbijaid hakkas toiduoste tegema sooduspakkumiste ja kampaaniahindade järgi, külastama toidupoodi vastavalt sellele, kus saab osta mingit toidukaupa soodsama hinnaga. Põhiliseks toidukaubaostude mõjutajaks võib pidada kaupluste reklaamlehti või muude meediakanalite kaudu levitatud infot sooduskampaaniate ja sooduspakkumiste ning allahindluste kohta (märkis 34% küsimusele vastanutest). Kuna raha kulutusteks oli tarbijatel senisest vähem, ei väljendunud kodumaise toidukauba suhtes üldine soodne hoiak alati ostudes. Rahanappuse tõttu osteti odavamad olenemata toidukauba päritolumaast. Seetõttu võis eelis olla importkaupadel. Kuid konkurents sundis ka kodumaiseid tootjaid hindu langetama ja pakkuma soodsamate hindadega kaupa.

Tarbijatele mõjusid sooduskampaaniad kalale (eriti perioodilised) ja teistele kvaliteetsetele toidukaupadele kehtestatud kampaaniahinnad suurtes kauplustes (Selver, Rimi, Prisma, Konsum, Maxima, Säästumarket jt). Soodusmüükide ajal osteti toidukaupu varuks. Väiksema sissetulekuga elanikele andsid kampaaniahinnad võimaluse toidulauda mitmekülgsemaks muuta ja osta

kvaliteetsemat toidukaupa. Suunatud kampaaniatest nimetati alkoholivastast kampaaniat, mis pani inimesed mõtlema ja tarbitud alkoholi koguseid lugema.

Teatud mõttes omandasid kampaania mõõdu ka transrasvade temaatika tõstatamine Evelin Ilvese poolt ja nn piimasõda, mille tagajärjena piima hind alanes ja tarbimine suurenes (märkis 2% küsimusele vastanutest).

Teise suurema harjumuste ja ostuvalikute mõjurina võib välja tuua praeguse majanduslanguse ja rahapuuduse (märkis 21% küsimusele vastanutest). Tegelikult on see olnud sooduspakkumiste populaarsuse põhjuseks. 2009. aastal süvenes tööpuudus, pere sissetulekud vähenesid, sest palgakärped muutusid ettevõtetes-asutustes üldlevinud kokkuhoiu meetodiks. Toiduostudeks kasutatava rahasumma vähenemist tingisid ka pensionilejäämine ja pensionitõusu vähenemine. Kuna korteriüürid, kütted, teenused ja mitmed muud kaubad kallinesid, lisaks veel käibemaksu tõus, siis pidid elanikud kusagilt raha kokku hoidma. Peale püsikaupade ostude piiramise oli kokkuhoiuallikaks suuresti toit. Eestis elavad paljudes peredes täiskasvanud töölkäivad lapsed koos vanematega. Tööpuuduse ja väiksema palga tingimustes tuginesid ka nemad tihti peale pensionärist vanematele, kes toiduvalmistamise ja toiduostud enda peale võtsid.

Perede üldise rahandusliku seisu muutuse hindamiseks palusime kõigil küsitluses osalenutel avaldada, kui palju nende pere või leibkonna sissetulek muutus 2009. aastal. Tulemuste järgi vähenes sissetulek 63%-l vastanutest, see ei muutunud 30%-l ja kasvas 7%-l vastanutest. Kui sissetulek vähenes, siis 8%-l vastanutest kuni 5%, 15%-l vastanutest 6-10%, 18%-l vastanutest 11-20% ja 22%-l vastanutest vähenes sissetulek üle 21%. Kui sissetulek suurenes, siis 3%-l vastanutest kuni 5%, 2%-l vastanutest 6-10%, 1%-l vastanutest 11-20% ja 1%-l vastanutest rohkem kui 21%.

Kolmas suurem toitumisharjumuste mõjutaja oli tervis ja püüdlused toituda tervislikult (märkis 20% küsimusele vastanutest). Elanikud hindasid ümber seniseid põhimõtteid tervise halvenemise, ülekaalulisuse, haigestumise tõttu. Transrasvade temaatika muutus väga oluliseks ja nende olemasolu hakati tähelepanelikult jälgima, mis tõi kaasa muutused. Endiselt püsib kõrgendatud tähelepanu lisa-, värv- ja säilitusainete vastu. Tarbijad uurivad hoolikalt ka toiduainete toiteväärtusi, kaloreid, toiduainete kasulikkust, suhkru sisaldust, geneetiliselt muundatud toorainete sisaldust. Varasemast sagedamini jälgitakse ostetava toote kvaliteeti – tarbijate hinnangul on sagenenud riknenud kauba müük, kuigi kasutamise tähtaeg pole veel möödunud.

Väljakujunenud harjumusi mõjutasid tervisliku eluviisi kampaaniad (nt Tervise Arengu Instituudi “Vali rohelised! Vali punased”), loengud, toidu ja terviseemalised artiklid, Terviselehes jm trükimeedias ilmuvad materjalid, tervise ja toitumisteemalised telesaated, toitumisalased ja e-ainete alased raamatud, arstide ja tervisenõustajate nõuanded, ökoloogilise ja puhta toidu tarbimise soovid.

KOKKUVÕTE

EKI 2009. aasta küsitluse tulemustest:

- Toidukaubaostude tegemise sagedus nädalas oli endiselt kõrge, kuid aastaga vähenes iga-päevaste ostjate ja suurenes 2-3 korda nädalas toiduostude tegijate osakaal. Eesti elanikud ostavad toidukaupu tüüpiliselt 2-3 korda nädalas (42% vastanutest). Iga teine täiskasvanud elanik (50%) ostab toidukaupu vähemalt 4 korda nädalas, 32% elanikest 4-6 korda nädalas ja 18% iga päev. Kord nädalas või veelgi harvemini teeb toidukaubaoste vaid 8% vastanutest. Majanduslanguse tingimustes püüti kokkuhoidlikumalt hakkama saada, osteti enam suurematest toidupoodidest ning piirkondlikud ja keelekeskkonnast tingitud erinevused ühtlustusid.
- Suured toidukauplused olid 82%-le tarbijatest peamiseks toidukaupade ostukohaks, väike toidupood 16%-le ja turud 2%-le tarbijatest. Hulgilaod, autokauplused, talunikud ja tootjad ning netipoed, talu- ja mahetoodete ringid olid kaupluste kõrval vähemtähtsad. Suurte kaupluste osakaal on aastaga suurenenud 4%-punkti, väikeste kaupluste osakaal vähenenud 2%-punkti võrra. Turgude osakaal püsib teist aastat järjest 2% tasemel. Turud on Eesti inimestele täiendavaks ostukohaks teatud toiduainete rühmades, nt kartuli, köögi- ja puuviljade, marjade, kala osas.
- Viimasel ajal suurtes linnades levima hakanud netipoodide, sh talu- ja mahetoiduringide populaarsus toiduainete ostukohana oli väga tagasihoidlik. Selline ostmisviis on populaarne üksikute tarbijate hulgas ega paku esialgu konkurentsi ei poodidele, turgudele, ise tootmisele ega hulgiladudele. Enam osteti sel viisil mett (mee ostudest 1%).
- Toiduainete põhiliseks ostukohaks olid 2009. aastal kauplused, vaid mett osteti peamiselt mesinikelt. Ka kartuleid osteti pigem poest kui kasvatati ise või osteti turult. Toiduainete grupid, mille ostud tehakse valdavalt kauplustest, jäid 2009. aastal samaks võrreldes 2008. aastaga: jahu ja tangained (96%), piimatooted (93%), kalatooted (90%), piim (88%) ja lihatooted (85%). Suurenes kaupluste osakaal liha ja lihatoodete, kala ja kalatoodete, piima, kanamunade, kartulite ja köögivilja ostudes, vähenes aga hea saagiaasta tõttu puuviljade, marjade ja mahlade ostudes. Turgude tähtsus toidukaupade ostukohana väheneb pidevalt, turud ei ole viimastel aastatel suutnud konkureerida kaupluste hinnatasemega enamikes toote-gruppides. Suurim oli turgude osakaal liha, kala ja kartulite ostudes, kuid see vähenes aastaga oluliselt. Kauplused muutusid hinna osas paindlikemateks ja tegid läbi aasta regulaarselt sooduspakkumisi. Kartuli, köögivilja, puuviljade ja marjade ostmisel hakkasid varem turult ostjad tegema rohkem sisseoste kauplustes ja osa tarbijaid neid ise kasvatama. Hea saagiaasta tõttu suurenes omatoodangu osakaal kartulite, köögiviljade, puuviljade ja marjade, mahlade ning mee grupis. Mahlade poestostmise asemel suurenes isevalmistamine.

- Toidukaupade ostuvaliku tegemisel pidasid Eesti elanikud endiselt tähtsaimaks toidukauba värskust, maitset ja kvaliteeti. Värskus pidas väga tähtsaks 91% vastanutest, maitset 89% ja kvaliteeti 84% vastanutest. Need kolm kriteeriumi ei muutunud aastaga oluliselt. Väga tähtsateks valikukriteeriumideks olid tarbijaile veel toote tervislikkus (väga tähtis 68%-le vastanutest), soodne hind (väga tähtis 62%) ja sooduspakkumised (väga tähtis 56%). Sooduspakkumiste tähtsus oli kõrgeimal tasemel alates 2002. aastast ja tõusnud aastaga 7%-punkti võrra. Eestimaist päritolu, mahetoodangut, pakendi mugavust, märgiseid ja toote pikka säilimisaega - kasutamiskõlblikkust pidas ostuvaliku tegemisel väga tähtsaks üha vähem tarbijaid. Näiteks, kui päritolumaa Eesti oli 2003. aastal väga tähtsaks valikukriteeriumiks 61%-le vastanutest, siis 2009. aastal vaid 37%-le vastanutest. Kodumaine päritolu püsib valikukriteeriumide pingereas 10-ndal positsioonil, kuid eestimaine päritolu on nüüd pigem “mõnevõrra tähtis” kui “väga tähtis”. Ostuotsuse tegemisel on tarbijatele päritolumaast olulisemad toote värskus, maitse, kvaliteet, tervislikkus, soodne hind, sooduspakkumised, toote välimus, koostis ja tuttav kaubamärk.
- Kodumaiseks toidukaubaks määratlevad elanikud eeskätt toote, mis on valmistatud Eestis ja kohalikust toorainest: see on oluline (väga + mõnevõrra) 92%-le ja 93%-le vastanutest, kusjuures väga oluliseks pidas Eestis tootmist 54% ja kodumaist toorainet 52% vastanutest. Eesti tootja kaubamärk annab 86%-le tarbijatest kindluse, et tegemist on kodumaise kaubaga ning 85% tarbijatest määratleb kodumaisust “pääsukesemärgi”, “Eestis Kasvatatud” või “Eesti Parim Toiduaine” märgi järgi. Kvaliteedi- ja päritolumärgised on aga pigem abiks kodumaise toote väljaselgitamisel, sagedamini valiti vastuseks “mõnevõrra oluline”. Eesti retseptist ei piisa toote kodumaiseks liigitamiseks, ainult 19% tarbijatest pidas seda väga oluliseks. Tarbijate hinnangud ei ole aastaga oluliselt muutunud.
- Elanike arvates saab toidukauba müügil Eestis kõige suuremat kasu kaubandus (72%). Tööstus saab kõige suuremat kasu 27% vastanute arvates ja põllumees vaid 1% vastanute arvates. Väljakujunenud avaliku arvamuse kohaselt on põllumees vaeslapse osas, kellele tööstus ja eriti kaubandus liiga teevad.
- Tarbijate üldine ostueelistus ei muutunud aasta jooksul. 70% tarbijatest eelistas osta valdavalt kodumaiseid toidukaupu, 28%-le vastanutest polnud toidukauba päritolumaa oluline ja 2% eelistas osta sissetoodud toidukaupu. Kodumaiste toodete eelistamise protsent püsis 2009. aastal madalaimal tasemel, kuid enam ei langenud. Tarbijatel polnud põhjust muuta omaks võetud väärtusi, püüti osta odavamaid tooteid, kasutada sooduspakkumiste võimalusi ja sellega kärpida toidukulusid. Perede rahalised võimalused vähenesid, kodumaine toidukaup odavnes võrreldes aastatagusega. Tarbijad puutusid endiselt kokku mõnede Eesti tootjate erineva arusaamaga kodumaisest toidukaubast – Eesti kaubamärki kandvaid tooteid valmistatakse välismaal ja kauba põhitooraine pole kohalikku päritolu, mis tekitab pettumust. Üldiselt võib olla rahul, et ükskõikne suhtumine kodumaisesse toitu 2009. aastal ei süvenenud.

- Kodumaine toidukaup oli 2009. aastal tarbijate ettekujutuses värske, harjumuspärase maitsega, usaldusväärne ja tervislik. Need neli omadust on püsinud kuvandi kõige iseloomulikemate tunnustena viimased 6 aastat. Värskuse, usaldusvärsuse ja tervislikkuse hinnang oli lähedane 2008. aastale: kodumaine toidukaup on värske (jah, alati - 57%), usaldusväärne (50%), tervislik (46%). Harjumuspärane maitse oli üha vähem kodumaisele toidukaubale iseloomulik, “jah, alati” - vastuste protsent pole alates 1996. aastast olnud kunagi nii madal (50%) ja 2004. aastast alanud langustrend süveneb. Harjumuspärase maitse muutumine on juba avaldanud mõju kodumaiste toodete usaldusvärsuse hinnangutele. Kuid aastaga on kodumaine toidukaup ka üha vähem püsiva ja kõrge kvaliteediga (-5 ja -4%-punkti), vähesel lisaainetel sisaldusega (-5%-punkti) ning soodsa hinnaga (-6%-punkti). See näitab ühelt poolt, et tootjatel pole olnud kasumlik säilitada toodete senist kvaliteeti või turule on toodud odavamad vähemkvaliteetsed toidukaubad. Teiselt poolt on tarbijad muutnud ostuharjumusi - ostukorvi valitakse soodsamad aga vähemkvaliteetsemad kodumaised tooted või soodsama hinna ja kvaliteedi suhtega sissetoodud kaup. Tootjad suurendavad nende toodete pakkumist, millele on suurem nõudlus.
- Järjest vähem tarbijaid arvab, et kodumaised toidukaubad sisaldavad vähe lisaaaineid. 31% elanikest pidas kodumaiseid toidukaupu vähe lisaaaineid sisaldavateks (2008.a 36%), 49% arvab, et mõnikord on lisaaaineid vähe, mõnikord mitte. Vahepealne olukorra paranemine on asendunud jälle langusega. Põhjuseks võib olla transrasvade temaatikast alguse saanud suurem avalikkuse tähelepanu toidu koostisele, mille tõttu hakati lisaaaineid jm koostisosi hoolikamalt jälgima. Tegemist on tarbijate teadlikkuse tõusuga, sest pool- ja valmistooteid ei hakatud hüppeliselt rohkem tarbima.
- Heaks peavad elanikud leiva- ja saiatoodete, piima ja piimatoodete, jahu ja tangainete, maiustuste ja kondiitritoodete, karastusjookide ja mahlade, liha ja lihatoodete valikut. Nimetatud kaubagruppides domineeris hinnang “hea”. Ülejäänud kaubagruppide valikut, st kastmete, kulinaar-, pooltoodete ja valmistoitude, värske köögivilja, kala ja kalatoodete, puu- ja köögivilja konservide ja värske puuvilja valikut võib pidada rahuldavaks. Parima valikuga olid ostukohtades elanike hinnangul leiva- ja saiatooted ning piim ja piimatooted. Kahe aasta jooksul muutus toodete valik nendes kaubagruppides paremaks. Heaks hindas leiva- ja saiatoodete valikut 76% vastanutest (tõus 4%-punkti), piima ja piimatoodete valikut 74% (tõus 5%-punkti).
- Hea kvaliteediga kodumaised tooted olid tarbijate hinnangul 7-s kaubagrupis: piim ja piimatooted (77%), leiva- ja saiatooted (77%), jahu ja tangained (73%), maiustused ja kondiitritooted (61%), liha ja lihatooted (59%), karastusjoogid ja mahlad (55%) ning kastmed, majoneesid ja ketšupid (52%). Piim ja piimatooted olid taas parima kvaliteediga, kuid leiva- ja saiatoodete kvaliteeti hinnati samaväärselt heaks. Tarbijad olid leiva ja saiatoodete kvaliteediga rohkem rahul kui 2007. aastal, häid hinnanguid anti varasemast rohkem. Kondiitritoodete, saiakeste ja maiustuste asemel hakati rohkem leiba ja saia sööma ning nende kvaliteediga jäädgi rahule. Tarbijad on kallimate ja kvaliteetsemate toodete asemel valitud toidukaupadega leppinud, valmistoodete ostmine on vähenenud ja on hakatud ise rohkem värskest

toorainest lihatooteid valmistama. Vähenes rahulolu maiustuste ja kondiitritoodete ning karustusjookide ja mahlade kvaliteediga. Rahuldava kvaliteediga kaubagruppideks olid 2009. aastal kodumaised kala ja kalatooted (kvaliteet on rahuldav – 50% vastanutest), kulinaar- ja pooltooted ning valmistoidud (42% vastanutest), värsked köögiviljad (53%) ja värsked puuviljad (59%). Kõige vähem olid elanikud rahul kodumaise värsked köögiviljad ja värsked puuviljad kvaliteediga.

- Kodumaiste ja sissetoodud kaupade eristamine ei ole elanikele lihtne. 89% elanikest tunnetas 2009. aastal, et kodumaiste ja sissetoodud toidukaupade eristamine polnud alati lihtne või see osutus keeruliseks: mitte alati lihtne polnud eristamine 78% vastanute ja keeruline oli see 11% vastanute hinnangul. Aastaga suurenes elanike arv, kelle jaoks eristamine muutus raskemaks ja suurenes ka elanike arv, kelle jaoks eristamine muutus lihtsamaks. Endiselt kogesid eristamisel rohkem raskusi vanemad, üle 65-aastased elanikud ja kõige vähem suurima sissetulekuga elanikud, kelle jaoks on toote päritolumaad toiduostude tegemisel vähem oluline.
- Suurimaks takistuseks kaupade eristamisel on elanikele läbi aastate olnud väikeses kirjas tooteinfo. 2009. aastal probleem kahjuks süvenes, tooteinfo liiga väikese kirja üle kurtis 71% vastanutest, kelle jaoks eristamine polnud lihtne (+3%-punkti). Raskusi tooraine päritolumaad väljaselgitamisel märkis 56% vastanutest, aasta jooksul probleem vaid süvenes (+7%-punkti). Olukord tootja ja tootjamaad väljaselgitamisega ei ole samuti paranenud – probleemi tunnistas 49% vastanutest (2008.a. 44%). Tarbijates tekitab selline olukord pettumust ja segadust. Paremaks on läinud olukord müüjate kompetentsusega, müüjate väheseid teadmisi kaupade päritolust märkis 34% ja teadliku valeinformatsiooni andmist 8% vastanutest.
- Importkauba tootjamaadest usaldati kõige enam lähiriikidest - Lätist, Leedust ja Põhjamaadest pärit toidukaupu. Usaldusväärseim importtoidukauba tootjamaad oli 2009. aastal Põhjamaade asemel Läti (kaupu usaldas vastavalt 83% ja 89% elanikest), järgnesid Leedu (85%), Põhjamaad (83%) ja muu Euroopa Liit (76%). Vähenes Põhjamaades, Euroopa Liidus, Prantsusmaal ja Ameerika Ühendriikides toodetud toidukaupade usaldamine. Kirjeldatud muutused eelistustes toimusid nii eesti- kui venekeelse elanikkonna hulgas. Põhjamaade ja Euroopa Liidu toidukaupade usalduse languse taga on toodete kõrgem hind, Prantsusmaa ja Ameerika Ühendriikide puhul vähenenud tarbimiskogemus. “Euroopa Liidus toodetud” tundub Eesti elanikele liiga ebamäärane, tahetakse teada, kus konkreetselt on toode pärit. Venemaa, Poola ja Ukraina kaupade usaldamine suurenes aastaga oluliselt.
- Toidukaupades osas, kus oli sortimendis olemas nii kodumaine kui importtoodang, eelistasid tarbijad valdavalt kodumaiseid toidukaupu impordile, erandiks vaid värsked puuviljad, kus eelistati importi. Kodumaiste toidukaupade osakaal oli suurim suitsuvorstide ja sinkide grupis, kus ainult või peamiselt kodumaiseid tooteid eelistas kokku 87% elanikest ja kus kodumaise eelistamise osakaalu langus peatus. Üle 70% ulatus kodumaiste toodete eelistamine jogurti (82%), kartuli (81%), juustu (81%), majoneesi (79%), jahu ja tangainete (77%), linnuliha (72%) ja jäätise (71%) kaubagruppides. Huvi suurenes kodumaise linnuliha vastu, võimalusel loobuti impordist kodumaise kasuks. Eesti linnuliha eelistamise tase oli sarnane

2005. aastale, mil see oli uuringuperioodi (1996-2009) kõrgeim. Linnuliha oli soodsam võrreldes sea- või loomalihaga. Värske kodumaise köögivilja eelistamise tase oli madalaimal tasemel alates 1996. aastast – 57% (2008.a 60%). Tarbijad ostsid kodumaise kõrval rohkem importköögivilja ja kasvatasid köögivilja ise. Mahlade osas kaldus eelistus aasta jooksul rohkem kodumaise suunas, impordi ostmine vähenes ja osa seniseid mahlaostjaid valmistas ise kodus mahla.

- Elanike hinnatundlikkus on viimastel aastatel olnud väga kõrge. 2009. aastal pöörati hindadele suuremat tähelepanu kui kunagi varem, hinnatundlikkus süvenes. Toidukaupade hindu vaatasid ostmisel kõik elanikud, sh alati 66%, sageli 28% ja harva 8%. Hinnatõus küll peatus, kuid sissetulekud vähenesid. Selline olukord tõi kaasa teravdatud tähelepanu hindadele, üha rohkem elanikke vaatas hindu alati.
- Toidukulude arvestamise harjumused ei muutunud aastaga. 73% elanikest pidas toidukulude kohta arvestust, sh 59% teadis enam-vähem suurusjärke ja 14% pidas täpset arvestust. Iga neljas elanik (25%) toidukulude arvestust ei pidanud ja 2% vastanutest jättis see teema üs kõikseks, seda ei peetud oluliseks.
- 60% elanikest otsid 2009. aastal soovikohast toidukaupa piirangutega, 15% elanikest ostis alati meelepäraseid toidukaupu, 12% ostis väga harva meelepäraseid toidukaupu ja 12% ei saanud üldse osta soovitud toitu. 1% ei soovinud oma käitumist avaldada. Perede rahalise olukorra muutumine tõi suuremad muutused ostuharjumustes kaasa just 2008. aastal. 2009. aastal toimus kohanemine, jätkati juba kokkuhoidlikumate ja piiratud tarbimisharjumustega, hüppelist muutust enam ei toimunud. Käitumine erines sõltuvalt pere sissetuleku suuruselt. Väikseima sissetulekuga tarbijatest ei saanud 68% osta soovikohast toitu, seda võis perele lubada ligikaudu iga kolmas (31%). Jõukamate tarbijatest otsid soovikohaselt toidukaupu peaaegu kõik (99%). Jõukamate tarbijate käitumise piirangud majanduslanguse tingimustes avaldusid selles, et meelepärast ei lubata endale mitte alati.
- Toidukaupade ostu- ja tarbimisharjumusi muutis majandussurutise tõttu 79% elanikest, kusujuures 57% tegi mõningaid korrektiive ja 22% muutis harjumusi tunduvalt. Harjumused jäid samaks 21%-l vastanutest. Aasta möödudes jäi harjumuste muutjate ja mittemuutjate osakaal samaks, kuid väike nihe toimus “muutjate” rühmas. Veidi suurenes (+3%-punkti) harjumusi tunduvalt muutnud elanike osakaal ja samavõrra vähenes mõningaid muutusi teinud elanike osakaal.
- Elanikud hakkasid jälgima sagedamini toiduainete hindu (64% kõigist vastanutest) ja püüdsid osta odavamalt (49%). 2009. aastale oli iseloomulik söögivalmistamise ja toidu isekasvatamise populaarsuse tõus ning kallimate toiduainete ja söögikohtade asendamine odavamatega. Valmistoidude ostmise asemel valmistas ise söögi üle kolmandiku elanikest (36%, 2008.a 33%). Kolmandik elanikest vähendas ostetava toidu kogust (34%) ning kolm elanikku kümnest püüdis toitu varasemast vähem ära visata ja ostusid paremini planeerida (29%). Iga

neljas vähendas oluliselt või lõpetas lõuna ajal väljas söömise (26%) või asendas kallimad toiduained odavamatega (24%, 2008.a 19%). Iga viies käis poes harvemini (23%) ja hakkas rohkem tarbima isekasvatatud toitu (22%). Vähesed tarbijad hakkasid ostma kallima kodumaise toidukauba asemel odavat importkaupa (15%), tegema toidukaubaoste turult (12%) või vahetasid peamist toiduostukohta (9%).

- Majanduslanguse tingimustes vähendati tarbimist pea kõigis toiduainete gruppides, vaid köögiviljade osas oli saldo positiivne, tarbimist suurendati. Köögiviljade tarbimise suurendajaid oli teist aastat järjest rohkem kui tarbimise vähendajaid. Kõige rohkem vähendati kondiitritoodete, kookide ja muude maiustuste tarbimist. Suuresti vähenes ka lihast kulinaariatoodete, suhkrut sisaldavate kulinaariatoodete, kohukeste, vorstitudete, alkoholsete jookide, kalakonservide, sinkide ja veiseliha tarbimine. Aasta tagasi kuulusid siia rühma ka juustud ja sealiha, kuid nendes tooterühmades pole langus enam süvenenud. Tarbimise vähenemine ei jätkunud sama intensiivsusega sinkide, sealiha, juustude, joogipiima, linnuliha, kanamunade ja leiva osas, vähenemine, kuid süvenes suhkrut sisaldavate karastusjookide, alkoholsete jookide, kalakonservide, müsli ja teraviljahelveste, keefiri ja hapupiima ning puuviljade osas.
- Mida väiksem oli pere sissetulek, seda suuremaid muutusi pidid tarbijad oma harjumustes tegema. Vaesemate elanike toiduvalik muutus märgatavalt piiratumaks ja ühekülgsemaks nii sortimendi kui koguste poolest kitsamaks, eriti puudutas see piima- ja lihatoodete valikut, vähestel kuulub sinna veel kohupiim, keefir ja hapupiim. Põhitoiduaineteks olid neil kartul, köögiviljad, kanamunad, leib, sai ja joogipiim. Jõukamad elanikud vähendasid tarbimist oluliselt vähem, peamiselt nn mittetervislike toiduainete osas, nt karastusjoogid, maiustused, kondiitritooted, aga ka vorstitudete, lihast kulinaariatooted ja kohukesed. 2009. aastal suurendas see tarbijarühm võrreldes 2008. aastaga köögiviljade, värsket kala, linnuliha ja puuviljade tarbimist.
- 2009. aastal tunnistas 84% vastanutest mõne toidualase info, kampaania, olukorra või mõne sündmuse mõju toidukaubaostudele ja toitumisharjumustele. Aasta märksõnaks oli toidukauba hind ja põhilisteks tarbimiskäitumise muutuse mõjutajateks toidukaupluste sooduspakkumised, sooduskampaaniad, kaupluste reklaamlehed või muude meediakanalite kaudu levitatud info allahindluste kohta. Teise suurema mõjurina võib välja tuua rahapuudust, töötuse kasvu ja masu, sellest ka suur huvi sooduspakkumiste vastu. Kolmandaks mõjutajaks oli elanike tervise teema ja püüd toituda tervislikult. Hinnati ümber seniseid põhimõtteid tervise halvenemise, ülekaalulisuse, haigestumise kohta. Transrasvade temaatikat panid paljud tähele, mistõttu suurenes tähelepanu toidu koostise vastu.

Küsitlustulemuste protsentjaotused

TOIDUKAUPADE OSTUEELISTUSED

1. KUI SAGELI OSTAB TEIE PERE TAVALISELT TOIDUKAUPU? (% vastanutest)

iga päev	18
4-6 korda nädalas	32
2-3 korda nädalas	42
1 kord nädalas	7
harvemini	1

2. MILLISEST OSTUKOHAST OSTAB TEIE PERE ENAMASTI TOIDUKAUPU? (% vastanutest)

suurest toidukauplusest (3 või enam kassat)	82
väikesest toidukauplusest (alla 3 kassa)	16
turul	2
hulgi-laost	0
otse talunikelt / tootjatelt	0
autokauplusest	0
erinevatest netipoodidest (sh talu- ja mahetoiduringid)	0

3. PALUN MÄRKIGE LIGIKAUDSELT (%-des ostukoha osakaal), KUST TEIE PERE OSTIS 2009. AASTA JOOKSUL JÄRGNEVAID IGAPÄEVASEID TOIDUAINEID? (% vastanutest)

	kaup- lusest	hulgi- laost	turul	otse talunikult (v.a turul)	toodame (kasvata- me) ise	netipoest (sh talu- ja mahetoidu- ringid)	kokku	ei tarbi üldse
liha	68	1	22	6	3	0 = 100%	3	
lihatooted	85	1	12	1	1	0 = 100%	1	
kala	73	1	19	4	3	0 = 100%	2	
kalatooted	90	1	7	1	1	0 = 100%	4	
piim	88	0	2	8	2	0 = 100%	2	
piimatooted	93	1	3	2	1	0 = 100%	1	
kanamunad	80	0	5	9	6	0 = 100%	1	
kartulid	36	1	18	20	25	0 = 100%	1	
köögiviljad	54	1	15	4	26	0 = 100%	0	
puuviljad, marjad	51	1	13	3	32	0 = 100%	0	
mahlad	64	1	1	1	33	0 = 100%	2	
jahu ja tangained	96	2	1	1	0	0 = 100%	0	
mesi	18	0	17	56	8	1 = 100%	5	




4. MIS ON TEIE JAOKS TOIDU OSTUOTSUSE (VALIKU) TEGEMISEL TÄHTIS? (% vastanutest)

	väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
märgised (kvaliteedi- ja päritolumärgid, nt Eestis Kasvatatud, Aus Kaup, Eesti Parim Toiduaine, Tunnustatud Eesti Maitse jms)	36	52	12
ilma GM (geneetiliselt muundatud) tooraineta	45	35	20
mahe, öko või orgaaniline toodang	28	52	20
tuttav bränd (kaubamärk)	37	53	10
tervislikkus	68	29	3
soodne hind	62	35	3
sooduspakkumised	56	39	5
kvaliteet	84	15	1
maitse	89	10	1
värskus	91	8	1
koostis	50	47	3
päritolumaa, et oleks Eestis toodetud	37	51	12
toote välimus	53	43	4
pikk säilimisaeg (kui kaua on kasutamiskõlblik)	24	51	25
valmistamise kiirus, kergus	16	55	29
pakendi välimus	15	59	26
pakendi mugavus	14	60	26
hüdrogeenitud taimeraskvade sisaldus tootes	28	46	26
muud vastust märkis 3% vastanutest			

KODUMAISED VÕI IMPORDITUD TOIDUKAUBAD

5. MIS MÄÄRAB TEIE JAOKS ÄRA, ET TEGEMIST ON KODUMAISE TOIDUKAUBAGA?

(% vastanutest)

	väga oluline	mõnevõrra oluline	ei ole oluline
toode on peamiselt valmistatud Eesti toorainest	52	41	7
kaup on toodetud Eestis	54	38	8
kaup on toodetud Eesti retsepti järgi	19	48	33
tootel on Eesti tootja kaubamärk (bränd)	41	45	14
tootel on "pääsukesemärk"  või "Eestis Kasvatatud" märk 	38	47	15
tootel on "Eesti Parim Toiduaine" märk 	35	50	15

6. MIDA TEIE TARBIJANA ARVATE, KES SAAB EESTIS TOIDUKAUBA MÜÜGIL KÕIGE SUUREMAT KASU, KAS PÕLLUMEESE, TÖÖSTUS VÕI KAUBANDUS? (% vastanutest)

põllumees	1
tööstus	27
kaubandus	72

7. KAS TEIE (TEIE PERE) OSTIS 2009. AASTAL VALDAVALT... (% vastanutest)

... kodumaiseid toidukaupu	70
... imporditud toidukaupu	2
... toidukaupade päritolumaa pole oluline	28

8. MILLISED OMADUSED ON TEIE ARVATES **KODUMAISTEL TOIDUKAUPADEL?**

(% vastanutest)

	jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
kõrge kvaliteet	30	63	1	6
lai sortiment	24	58	10	8
usaldusväärsus	50	44	1	5
värskus	57	40	0	3
tervislikkus	46	45	1	8
lisaainete vähene sisaldus	31	49	4	16
soodne hind	14	64	15	7
uudne (huvitav) maitse	9	63	9	19
harjumuspärane maitse	50	42	1	7
pikk säilivusaeg	9	51	18	22
püsiv kvaliteet	37	49	3	11
meeldiv ja sobiv pakend	24	57	5	14

9. HINNAKE PALUN **KODUMAISTE TOIDUKAUPADE VALIKUT-SORTIMENTI**

KAUPLUSES (TURUL), KUST TE TAVALISELT TOIDUKAUPU OSTATE? (% vastanutest)

	hea	rahuldav	halb	ei osta
piim ja piimasaadused	74	24	1	1
liha ja lihasaadused	56	38	5	1
kala ja kalasaadused	30	48	19	3
jahu ja tangained	64	32	3	1
leiva- ja saiatooted	76	23	1	0
värsked puuvili	23	50	24	3
värsked köögiviljad	30	53	12	5
puu- ja köögivilja konservid	26	37	9	28
maiustused, kondiitritooted	58	34	3	5
karastusjoogid, mahlad	52	33	3	12
kastmed (majoneesid, ketšupid)	48	40	5	7
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	39	42	7	12

10. HINNAKE PALUN **KODUMAISTE TOIDUKAUPADE KVALITEETI**

(TURUL), KUST TE TAVALISELT TOIDUKAUPU OSTATE? (% vastanutest)

	hea	rahuldav	halb	ei osta
piim ja piimasaadused	77	20	1	2
liha ja lihasaadused	59	38	1	2
kala ja kalasaadused	40	50	6	4
jahu ja tangained	73	24	1	2
leiva- ja saiatooted	77	21	1	1
värsked puuvili	25	59	11	5
värsked köögiviljad	34	53	7	6
puu- ja köögivilja konservid	37	30	2	31
maiustused, kondiitritooted	61	31	2	6
karastusjoogid, mahlad	55	30	2	13
kastmed (majoneesid, ketšupid)	52	38	3	7
kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud	39	42	4	15

11. KAS TEIE ARVATES ON OSTMISEL LIHTNE VÕI KEERULINE VAHET TEHA KODUMAISE JA IMPORDITUD TOIDUKAUBA VAHEL? (% vastanutest)

lihtne	8
mitte alati lihtne	78
keeruline (raske)	11
ei oska öelda	3

12. KUI KODUMAISE JA IMPORDITUD TOIDUKAUBA ERISTAMINE **POLE LIHTNE**, SIIS MIS MUUDAB SELLE KEERULISEKS? (% vastanutest, kelle jaoks eristamine ei ole lihtne)

kodumaiste toidutoodete ja kaubamärkide nimed on võõrapärased	31
importtoodete nimed ja kaubamärgid on eestipärased	24
kaupade pakendid ei eristu	23
pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga	71
pakendil olevast tooteinfost ei selgu tootjamaa ning tootja	49
pakendil olevast tooteinfost ei selgu kasutatud tooraine päritolumaa	56
müüjad annavad teadlikult valeinformatsiooni	8
müüjatel on vähesed teadmised kauba päritolust	34
muud vastust märkis 4% vastanutest	

13. HINNAKE PALUN, MILLINE ON VALDAVALT **KODUMAISTE JA IMPORTKAUPADE OSATÄHTSUS** TEIE OSTUDES? (% vastanutest)

	ainult kodumaiseid	peamiselt kodumaiseid	enam-vähem võrdselt	peamiselt import	ainult import	ei oska öelda	ei tarbi/osta üldse
juust	34	47	15	2	0	1	1
jogurt	49	33	9	1	0	1	7
jäätis	32	39	20	2	0	2	5
majonees	48	31	11	2	1	2	5
toiduõli	25	27	24	16	6	2	0
linnuliha	39	33	16	4	1	5	2
kalatooted	16	31	32	11	1	6	3
suitsuvorst, sink	54	33	8	1	0	2	2
jahu ja tangained	39	38	16	2	0	4	1
kommid, šokolaadid	16	37	39	5	0	1	2
küpsised, keeksid, koogid	27	37	26	3	0	2	5
värske puuvili	7	15	34	36	3	2	3
värske köögivili	21	36	28	8	0	2	5
kartul	60	21	6	1	0	1	11
keedised, moosid	25	20	10	2	0	3	40
mahlad	17	31	28	7	1	2	14
õlu	33	25	9	1	0	2	30
viin	19	18	16	8	4	4	31

14. MILLISE MAA TOIDUKAUPU USALDATE/JULGETE OSTA? (% vastanutest)

	usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Ameerika Ühendriigid	5	20	16	59
Eesti	87	12	0	1
Holland	13	51	3	33
Leedu	25	60	4	11
Läti	24	65	4	7
Poola	8	59	19	14
Prantsusmaa	12	37	4	47
Põhjamaad (Soome, Rootsi, Taani, Norra)	37	46	1	16
Saksamaa	25	49	4	22
valmistatud Euroopa Liidus (made in EU)	16	60	8	16
Venemaa	13	61	11	15
Ukraina	7	54	16	23

TARBIJATE KÄITUMINE MAJANDUSSURUTISE TINGIMUSTES

1. KAS TE TAVALISELT VAATATE TOIDUKAUPU OSTES NENDE HINDU? (% vastanutest)

alati	66
sageli	28
harva	6
üldse mitte	0
ei oska öelda, ei osta ise süüa	0

2. KAS PEATE OMA TOIDUKULUDE KOHTA ARVESTUST VÕI TEATE KUI PALJU TOIDU PEALE KUUS KULUTATE? (% vastanutest)

jah, pean täpselt arvestust, tean täpselt	14
jah, tean enam-vähem suurusjärke	59
ei tea, pole arvestust pidanud	25
ei huvita, pole oluline	2

3. MÕELDES PERE EELARVELE JA TOIDUOSTUDELE, SIIS KUIVÕRD VÕIMALDAB TEIE PERE RAHALINE OLUKORD PRAEGU OSTA SOOVIKOHASEID TOIDUKAUPU? (% vastanutest)

jah, ostame alati seda, mis meeldib	15
üldiselt küll, kuid mitte alati	60
ostame väga harva seda, mis meeldib	12
ei, me ei saa osta toitu nii nagu soovime	12
ei oska öelda	1

4. KAS TEIE TOIDUKAUPADE OSTMISE JA TARBIMISHARJUMUSED MUUTUSID 2009. AASTAL TOIDUKAUPADE HINDADE MUUTUSE (HINNATÕUSU) JA MAJANDUSSURUTISE TÕTTU? (% vastanutest)

jah, muutused tunduvat	22
jah, toimusid mõned muutused	57
ei muutunud, harjumused jäid samaks	21

5. KUI TEIE HARJUMUSED MUUTUSID, SIIS MIL MOEL? (% kõigist vastanutest ja vastanutest, kelle harjumused muutusid)

Väited	% kõigist vastanutest	% vastanutest, kelle harjumused muutusid	nimetage konkreetselt mõned tooted, mille puhul see kehtib eriti (% vastanutest, kelle harjumused muutusid)
hakkasin varasemast sagedamini vaatama toiduainete hindu	64	81	36
hakkasin varasemast sagedamini ostma odavamalt kaupa	49	63	3
vähendasin ostetava toidu kogust	34	42	15
asendasin teatud toiduained odavamate toiduainetega, muutsin menüüd	24	30	7
hakkasin ostma kallimaid või sama hinnaga importtoiduaineid, mille kvaliteet oli kodumaisest parem	2	3	1
hakkasin kallima kodumaise toidu asemel ostma odavamalt importkaupa	15	19	6
valmistoitude ostmise asemel hakkasin rohkem ise süüa tegema	36	45	8
vähendasin oluliselt või lõpetasin lõuna ajal väljas söömise (hakkasin ostma kaasa valmisoiu, toitu kodust kaasa võtma või jätsin lõuna vahele)	25	32	8
vahetasin söögikohta (soodsama hinnaga toitlustuskoha vastu, väljas söömise asemel süüa kodus)	11	13	3
hakkasin rohkem tarbima isekasvatatud toitu	22	27	9
hakkasin rohkem turult toidukaupa ostma	12	15	4
käin poes harvemini	23	29	4
vahetasin oma peamist toiduostukohta või ostukohti	9	12	4
püüdsin toitu varasemast vähem ära visata ja oma ostusid paremini planeerida	29	37	4
hakkasin toidukulude üle varasemast täpsemat arvestust pidama	22	27	3
ostsin talunikult korraga kogu talvekartuli, -porgandi, -kapsa vms	11	14	5
muud vastust märkis 4% vastanutest			

6. KAS JA MILLISEID MUUTUSI TE TEGITE 2009. AASTAL OMA TOITUMISHARJUMUSTES VÕRRELDES 2008. AASTAGA? (% vastanutest)

	tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
puuviljad	12	65	22	0	1
köögiljad	15	77	8	0	0
kartul	10	78	11	0	1
mahlad, mahlajoogid	9	53	28	4	6
joogipiim	7	72	14	1	6
jogurtid	9	46	33	4	8
keefir, hapupiim jms	4	55	26	4	11
või ja muud piimarasvamäärded	3	61	26	3	7
hapukoor	3	74	21	1	1
kohukesed	6	34	36	9	15
kohupiim, kodujuust	8	55	30	2	5
juust, sulatatud juust	7	61	26	3	3
rõõsk koor (10%, 35%, 38%)	4	46	28	6	16
linnuliha	18	59	21	0	2
sealiha	7	55	32	2	4
veiseliha	5	36	30	8	21
vorstitooted	5	49	38	4	4
singid	7	49	35	5	4
kulinaariatooted lihast	3	35	34	12	16
värske kala	14	52	25	3	6
kalakonservid	4	37	33	7	19
kalapulgad jms kulinaariatooted (sh soolaheeringas, vürtsikilu)	6	51	31	4	8
leib	7	84	8	1	0
sai	5	72	17	2	4
makaronitooted	8	69	20	1	2
müsli, teraviljahelbed jms	5	34	27	7	27
jahu, kruubid, tangud, manna jms	8	72	17	1	2
kondiitritooted, koogid, küpsetised, küpsised jms	5	36	48	5	6
alkohoolsed joogid	3	37	36	5	19
suhkrut sisaldavad karastusjoogid	2	27	33	11	27
moosid, keedised	4	40	25	6	25
muud maiustused (kommid jms)	4	45	44	3	4
munad	10	78	11	0	1
margariin, majonees, toiduõli jms rasva sisaldavad toiduained	3	71	23	1	2
muud vastust märkis 3% vastanutest	20	28	27	15	10

7. MILLINE TOIDUALANE INFO, KAMPAANIA, OLUKORD VM SÜNDMUS MÕJUTAS TEIE TOIDUKAUPADE OSTE, TOITUMISHARJUMUSI JA VALIKUID 2009. AASTAL KÕIGE ENAM?

Palun kirjutage!

vaba vastusega küsimus, vastust märkis 63%

LISA 2

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	harvemini
Keskmiselt		18	32	42	7	1
Regioon	Põhja-Eesti	16	37	41	6	0
	Kesk-Eesti	19	27	46	8	0
	Kirde-Eesti	30	33	32	4	1
	Lääne-Eesti	14	32	42	10	2
	Lõuna-Eesti	18	26	48	8	0
Elukoht	Tallinn	17	39	39	5	0
	suured linnad	28	26	42	3	1
	väikelinnad	21	35	37	7	0
	alevik, maa	11	28	48	12	1
Rahvus	eestlased	16	32	44	8	0
	muu rahvus	24	34	37	4	1
Vanus	18 - 29 aastased	22	34	40	4	0
	30 - 49 aastased	17	36	40	6	1
	50 - 64 aastased	18	31	44	7	0
	65 - 74 aastased	15	21	48	15	1
Sugu	naised	17	32	43	7	1
	mehed	20	33	40	7	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	13	21	50	14	2
	kesk ja -eriharidus	19	32	42	7	0
	kõrgharidus	18	34	43	5	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	24	26	40	9	1
	2001 - 4000 kr	18	32	41	9	0
	4001 - 6000 kr	19	31	42	8	0
	6001 - 8000 kr	14	39	42	5	0
	8001 - 10 000 kr	14	28	52	6	0
	üle 10 000 kr	22	35	41	1	1

Lisa 2.2

Perede toidukaupade peamised ostukohad
(% vastanutest)

		suur toidu-kauplus	väike toidu-kauplus	turg	hulgiladu	talunik/tootja	auto-kauplus	netipoed (talu- ja mahetoidu ringid)
Keskmiselt		82	16	2	0	0	0	0
Regioon	Põhja-Eesti	88	10	2	0	0	0	0
	Kesk-Eesti	67	30	0	0	1	2	0
	Kirde-Eesti	84	14	1	0	0	0	1
	Lääne-Eesti	77	21	1	0	1	0	0
	Lõuna-Eesti	78	20	2	0	0	0	0
Elukoht	Tallinn	93	5	2	0	0	0	0
	suured linnad	93	4	3	0	0	0	0
	väikelinnad	78	21	1	0	0	0	0
	alevik, maa	64	34	1	0	0	1	0
Rahvus	eestlased	80	19	1	0	0	0	0
	muu rahvus	87	10	2	0	0	0	1
Vanus	18 - 29 aastased	82	17	1	0	0	0	0
	30 - 49 aastased	84	15	1	0	0	0	0
	50 - 64 aastased	81	17	1	0	0	1	0
	65 - 74 aastased	76	17	5	0	1	0	1
Sugu	naised	82	17	1	0	0	0	0
	mehed	83	15	2	0	0	0	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	57	32	8	0	1	2	0
	kesk ja -eriharidus	81	18	1	0	0	0	0
	kõrgharidus	89	10	1	0	0	0	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	64	31	2	0	1	2	0
	2001 - 4000 kr	77	21	1	0	0	1	0
	4001 - 6000 kr	82	16	2	0	0	0	0
	6001 - 8000 kr	85	14	0	1	0	0	0
	8001 - 10 000 kr	91	6	2	0	0	0	1
	üle 10 000 kr	92	8	0	0	0	0	0

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

märgised (kvaliteedi- ja päritolumärgid)

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt		36	52	12
Regioon	Põhja-Eesti	33	53	14
	Kesk-Eesti	42	52	6
	Kirde-Eesti	43	46	11
	Lääne-Eesti	38	52	10
	Lõuna-Eesti	35	53	12
Elukoht	Tallinn	32	52	16
	suured linnad	37	50	13
	väikelinnad	41	52	7
	alevik, maa	36	54	10
Rahvus	eestlased	35	54	11
	muu rahvus	39	47	14
Vanus	18 - 29 aastased	28	59	13
	30 - 49 aastased	34	53	13
	50 - 64 aastased	42	48	10
	65 - 74 aastased	49	39	12
Sugu	naised	38	53	9
	mehed	35	50	15
Haridus	alg- ja põhiharidus	44	41	15
	kesk ja -eriharidus	38	50	12
	kõrgharidus	32	56	12
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	47	36	17
	2001 - 4000 kr	34	53	13
	4001 - 6000 kr	38	51	11
	6001 - 8000 kr	35	54	11
	8001 - 10 000 kr	35	50	15
	üle 10 000 kr	31	61	8

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

ilma GM (geneetiliselt muundatud) tooraineta

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt		45	35	20
Regioon	Põhja-Eesti	44	35	21
	Kesk-Eesti	40	35	25
	Kirde-Eesti	53	37	10
	Lääne-Eesti	48	32	20
	Lõuna-Eesti	42	36	22
Elukoht	Tallinn	44	36	20
	suured linnad	49	36	15
	väikelinnad	43	35	22
	alevik, maa	43	34	23
Rahvus	eestlased	39	37	24
	muu rahvus	56	32	12
Vanus	18 - 29 aastased	36	37	27
	30 - 49 aastased	44	36	20
	50 - 64 aastased	49	34	17
	65 - 74 aastased	53	34	13
Sugu	naised	45	36	19
	mehed	44	35	21
Haridus	alg- ja põhiharidus	34	27	39
	kesk ja -eriharidus	48	34	18
	kõrgharidus	41	38	21
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	45	29	26
	2001 - 4000 kr	50	33	17
	4001 - 6000 kr	43	37	20
	6001 - 8000 kr	49	34	17
	8001 - 10 000 kr	42	34	24
	üle 10 000 kr	33	40	27

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

mahe, öko või orgaaniline toodang

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt		28	52	20
Regioon	Põhja-Eesti	28	51	21
	Kesk-Eesti	23	55	22
	Kirde-Eesti	57	36	7
	Lääne-Eesti	21	56	23
	Lõuna-Eesti	19	58	23
Elukoht	Tallinn	28	52	20
	suured linnad	40	45	15
	väikelinnad	30	48	22
	alevik, maa	19	59	22
Rahvus	eestlased	16	59	25
	muu rahvus	55	37	8
Vanus	18 - 29 aastased	22	52	26
	30 - 49 aastased	24	57	19
	50 - 64 aastased	36	46	18
	65 - 74 aastased	38	48	14
Sugu	naised	28	52	20
	mehed	29	51	20
Haridus	alg- ja põhiharidus	28	44	28
	kesk ja -eriharidus	32	48	20
	kõrgharidus	23	58	19
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	30	46	24
	2001 - 4000 kr	34	46	20
	4001 - 6000 kr	29	52	19
	6001 - 8000 kr	27	51	22
	8001 - 10 000 kr	24	60	16
	üle 10 000 kr	20	56	24

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

tuttav bränd (kaubamärk)

		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt		37	53	10
Regioon	Põhja-Eesti	35	54	11
	Kesk-Eesti	39	57	4
	Kirde-Eesti	39	51	10
	Lääne-Eesti	38	53	9
	Lõuna-Eesti	36	53	11
Elukoht	Tallinn	33	54	13
	suured linnad	37	56	7
	väikelinnad	38	53	9
	alevik, maa	39	51	10
Rahvus	eestlased	38	53	9
	muu rahvus	33	54	13
Vanus	18 - 29 aastased	40	54	6
	30 - 49 aastased	36	54	10
	50 - 64 aastased	37	53	10
	65 - 74 aastased	29	53	18
Sugu	naised	34	56	10
	mehed	39	51	10
Haridus	alg- ja põhiharidus	23	59	18
	kesk ja -eriharidus	39	51	10
	kõrgharidus	35	56	9
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	37	44	19
	2001 - 4000 kr	30	60	10
	4001 - 6000 kr	39	49	12
	6001 - 8000 kr	46	49	5
	8001 - 10 000 kr	35	54	11
	üle 10 000 kr	30	63	7

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

tervislikkus			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			68	29	3
Regioon	Põhja-Eesti		67	29	4
	Kesk-Eesti		73	26	1
	Kirde-Eesti		76	23	1
	Lääne-Eesti		64	34	2
	Lõuna-Eesti		65	31	4
Elukoht	Tallinn		69	28	3
	suured linnad		73	25	2
	väikelinnad		67	30	3
	alevik, maa		65	32	3
Rahvus	eestlased		66	31	3
	muu rahvus		73	24	3
Vanus	18 - 29 aastased		63	33	4
	30 - 49 aastased		66	31	3
	50 - 64 aastased		73	25	2
	65 - 74 aastased		74	23	3
Sugu	naised		71	28	1
	mehed		65	30	5
Haridus	alg- ja põhiharidus		60	33	7
	kesk ja -eriharidus		66	31	3
	kõrgharidus		72	26	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		71	26	3
	2001 - 4000 kr		64	33	3
	4001 - 6000 kr		67	29	4
	6001 - 8000 kr		74	25	1
	8001 - 10 000 kr		68	31	1
	üle 10 000 kr		69	28	3

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

soodne hind			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			62	35	3
Regioon	Põhja-Eesti		58	38	4
	Kesk-Eesti		72	25	3
	Kirde-Eesti		59	40	1
	Lääne-Eesti		63	35	2
	Lõuna-Eesti		66	32	2
Elukoht	Tallinn		57	39	4
	suured linnad		60	38	2
	väikelinnad		62	34	4
	alevik, maa		70	29	1
Rahvus	eestlased		65	33	2
	muu rahvus		58	39	3
Vanus	18 - 29 aastased		61	38	1
	30 - 49 aastased		61	35	4
	50 - 64 aastased		64	34	2
	65 - 74 aastased		63	33	4
Sugu	naised		62	36	2
	mehed		62	34	4
Haridus	alg- ja põhiharidus		77	22	1
	kesk ja -eriharidus		67	31	2
	kõrgharidus		53	43	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		83	17	0
	2001 - 4000 kr		66	31	3
	4001 - 6000 kr		65	34	1
	6001 - 8000 kr		63	37	0
	8001 - 10 000 kr		52	43	5
	üle 10 000 kr		40	50	10

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

sooduspakkumised			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			56	39	5
Regioon	Põhja-Eesti		52	42	6
	Kesk-Eesti		71	23	6
	Kirde-Eesti		54	44	2
	Lääne-Eesti		58	35	7
	Lõuna-Eesti		55	42	3
Elukoht	Tallinn		52	42	6
	suured linnad		55	40	5
	väikelinnad		58	39	3
	alevik, maa		58	37	5
Rahvus	eestlased		56	39	5
	muu rahvus		55	41	4
Vanus	18 - 29 aastased		56	38	6
	30 - 49 aastased		57	39	4
	50 - 64 aastased		56	39	5
	65 - 74 aastased		50	45	5
Sugu	naised		57	40	3
	mehed		54	39	7
Haridus	alg- ja põhiharidus		71	25	4
	kesk ja -eriharidus		61	36	3
	kõrgharidus		46	47	7
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		82	17	1
	2001 - 4000 kr		62	35	3
	4001 - 6000 kr		55	41	4
	6001 - 8000 kr		58	40	2
	8001 - 10 000 kr		48	40	12
	üle 10 000 kr		31	56	13

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

kvaliteet			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			84	15	1
Regioon	Põhja-Eesti		85	14	1
	Kesk-Eesti		84	15	1
	Kirde-Eesti		91	9	0
	Lääne-Eesti		84	16	0
	Lõuna-Eesti		77	22	1
Elukoht	Tallinn		86	14	0
	suured linnad		85	15	0
	väikelinnad		81	18	1
	alevik, maa		83	16	1
Rahvus	eestlased		82	17	1
	muu rahvus		88	12	0
Vanus	18 - 29 aastased		87	13	0
	30 - 49 aastased		84	15	1
	50 - 64 aastased		82	17	1
	65 - 74 aastased		82	17	1
Sugu	naised		86	14	0
	mehed		81	18	1
Haridus	alg- ja põhiharidus		69	27	4
	kesk ja -eriharidus		83	16	1
	kõrgharidus		87	13	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		79	19	2
	2001 - 4000 kr		80	19	1
	4001 - 6000 kr		85	14	1
	6001 - 8000 kr		84	16	0
	8001 - 10 000 kr		83	16	1
	üle 10 000 kr		91	9	0

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

maitse			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			89	10	1
Regioon	Põhja-Eesti		91	8	1
	Kesk-Eesti		91	8	1
	Kirde-Eesti		88	12	0
	Lääne-Eesti		93	7	0
	Lõuna-Eesti		87	12	1
Elukoht	Tallinn		90	9	1
	suured linnad		87	13	0
	väikelinnad		89	10	1
	alevik, maa		91	8	1
Rahvus	eestlased		90	9	1
	muu rahvus		90	10	0
Vanus	18 - 29 aastased		93	7	0
	30 - 49 aastased		90	9	1
	50 - 64 aastased		89	11	0
	65 - 74 aastased		85	13	2
Sugu	naised		92	7	1
	mehed		87	12	1
Haridus	alg- ja põhiharidus		86	8	6
	kesk ja -eriharidus		88	12	0
	kõrgharidus		92	7	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		88	10	2
	2001 - 4000 kr		86	13	1
	4001 - 6000 kr		89	10	1
	6001 - 8000 kr		93	7	0
	8001 - 10 000 kr		91	8	1
	üle 10 000 kr		95	5	0

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

värskus			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			91	8	1
Regioon	Põhja-Eesti		91	8	1
	Kesk-Eesti		90	10	0
	Kirde-Eesti		93	6	1
	Lääne-Eesti		93	7	0
	Lõuna-Eesti		89	10	1
Elukoht	Tallinn		93	7	0
	suured linnad		93	6	1
	väikelinnad		90	9	1
	alevik, maa		89	10	1
Rahvus	eestlased		90	9	1
	muu rahvus		91	8	1
Vanus	18 - 29 aastased		95	5	0
	30 - 49 aastased		89	10	1
	50 - 64 aastased		91	8	1
	65 - 74 aastased		90	9	1
Sugu	naised		94	6	0
	mehed		88	11	1
Haridus	alg- ja põhiharidus		89	8	3
	kesk ja -eriharidus		91	9	0
	kõrgharidus		92	7	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		87	13	0
	2001 - 4000 kr		88	11	1
	4001 - 6000 kr		91	8	1
	6001 - 8000 kr		95	5	0
	8001 - 10 000 kr		93	6	1
	üle 10 000 kr		95	5	0

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

koostis		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt		50	47	3
Regioon	Põhja-Eesti	51	47	2
	Kesk-Eesti	43	57	0
	Kirde-Eesti	56	42	2
	Lääne-Eesti	48	48	4
	Lõuna-Eesti	50	45	5
Elukoht	Tallinn	51	46	3
	suured linnad	53	45	2
	väikelinnad	49	46	5
	alevik, maa	47	51	2
Rahvus	eestlased	46	51	3
	muu rahvus	59	39	2
Vanus	18 - 29 aastased	44	51	5
	30 - 49 aastased	49	49	2
	50 - 64 aastased	55	43	2
	65 - 74 aastased	55	40	5
Sugu	naised	53	45	2
	mehed	46	50	4
Haridus	alg- ja põhiharidus	48	47	5
	kesk ja -eriharidus	49	48	3
	kõrgharidus	52	45	3
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	52	43	5
	2001 - 4000 kr	46	50	4
	4001 - 6000 kr	49	48	3
	6001 - 8000 kr	58	40	2
	8001 - 10 000 kr	56	42	2
	üle 10 000 kr	42	56	2

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

päritolumaal, et oleks Eestis toodetud		väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt		37	51	12
Regioon	Põhja-Eesti	35	50	15
	Kesk-Eesti	41	49	10
	Kirde-Eesti	46	45	9
	Lääne-Eesti	40	49	11
	Lõuna-Eesti	34	55	11
Elukoht	Tallinn	34	51	15
	suured linnad	41	47	12
	väikelinnad	37	50	13
	alevik, maa	38	53	9
Rahvus	eestlased	38	52	10
	muu rahvus	36	47	17
Vanus	18 - 29 aastased	35	49	16
	30 - 49 aastased	32	55	13
	50 - 64 aastased	40	50	10
	65 - 74 aastased	53	39	8
Sugu	naised	39	50	11
	mehed	36	50	14
Haridus	alg- ja põhiharidus	46	41	13
	kesk ja -eriharidus	39	48	13
	kõrgharidus	33	56	11
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	33	50	17
	2001 - 4000 kr	35	54	11
	4001 - 6000 kr	36	50	14
	6001 - 8000 kr	38	52	10
	8001 - 10 000 kr	41	48	11
	üle 10 000 kr	44	44	12

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

toote välimus			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			53	43	4
Regioon	Põhja-Eesti		52	43	5
	Kesk-Eesti		58	40	2
	Kirde-Eesti		60	36	4
	Lääne-Eesti		52	44	4
	Lõuna-Eesti		51	45	4
Elukoht	Tallinn		52	43	5
	suured linnad		57	39	4
	väikelinnad		56	39	5
	alevik, maa		51	46	3
Rahvus	eestlased		52	44	4
	muu rahvus		55	40	5
Vanus	18 - 29 aastased		55	39	6
	30 - 49 aastased		50	45	5
	50 - 64 aastased		58	41	1
	65 - 74 aastased		51	44	5
Sugu	naised		56	41	3
	mehed		52	43	5
Haridus	alg- ja põhiharidus		60	33	7
	kesk ja -eriharidus		53	43	4
	kõrgharidus		51	45	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		59	34	7
	2001 - 4000 kr		53	41	6
	4001 - 6000 kr		54	42	4
	6001 - 8000 kr		50	48	2
	8001 - 10 000 kr		49	48	3
	üle 10 000 kr		54	42	4

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

pikk säilimisaeg (kui kaua on kasutamiskõlblik)			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			24	51	25
Regioon	Põhja-Eesti		24	49	27
	Kesk-Eesti		28	53	19
	Kirde-Eesti		36	46	18
	Lääne-Eesti		14	58	28
	Lõuna-Eesti		20	51	29
Elukoht	Tallinn		23	50	27
	suured linnad		26	52	22
	väikelinnad		23	50	27
	alevik, maa		24	52	24
Rahvus	eestlased		16	55	29
	muu rahvus		41	43	16
Vanus	18 - 29 aastased		20	51	29
	30 - 49 aastased		19	51	30
	50 - 64 aastased		31	50	19
	65 - 74 aastased		34	52	14
Sugu	naised		24	50	26
	mehed		24	52	24
Haridus	alg- ja põhiharidus		38	41	21
	kesk ja -eriharidus		26	52	22
	kõrgharidus		19	51	30
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		33	43	24
	2001 - 4000 kr		27	49	24
	4001 - 6000 kr		25	52	23
	6001 - 8000 kr		20	56	24
	8001 - 10 000 kr		25	45	30
	üle 10 000 kr		16	55	29

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

valmistamise kiirus, kergus			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			16	55	29
Regioon	Põhja-Eesti		17	55	28
	Kesk-Eesti		16	55	29
	Kirde-Eesti		21	53	26
	Lääne-Eesti		14	59	27
	Lõuna-Eesti		11	56	33
Elukoht	Tallinn		19	54	27
	suured linnad		18	54	28
	väikelinnad		15	56	29
	alevik, maa		12	58	30
Rahvus	eestlased		13	56	31
	muu rahvus		21	56	23
Vanus	18 - 29 aastased		14	54	32
	30 - 49 aastased		16	55	29
	50 - 64 aastased		19	56	25
	65 - 74 aastased		14	59	27
Sugu	naised		16	54	30
	mehed		16	57	27
Haridus	alg- ja põhiharidus		16	46	38
	kesk ja -eriharidus		16	58	26
	kõrgharidus		15	54	31
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		23	55	22
	2001 - 4000 kr		14	55	31
	4001 - 6000 kr		16	55	29
	6001 - 8000 kr		14	58	28
	8001 - 10 000 kr		22	49	29
	üle 10 000 kr		12	61	27

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

pakendi välimus			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			15	59	26
Regioon	Põhja-Eesti		14	62	24
	Kesk-Eesti		13	52	35
	Kirde-Eesti		28	56	16
	Lääne-Eesti		14	53	33
	Lõuna-Eesti		10	60	30
Elukoht	Tallinn		15	62	23
	suured linnad		19	58	23
	väikelinnad		14	58	28
	alevik, maa		13	55	32
Rahvus	eestlased		10	60	30
	muu rahvus		25	57	18
Vanus	18 - 29 aastased		18	54	28
	30 - 49 aastased		13	58	29
	50 - 64 aastased		14	67	19
	65 - 74 aastased		16	54	30
Sugu	naised		16	58	26
	mehed		14	60	26
Haridus	alg- ja põhiharidus		19	46	35
	kesk ja -eriharidus		15	59	26
	kõrgharidus		13	60	27
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		26	36	38
	2001 - 4000 kr		13	61	26
	4001 - 6000 kr		16	57	27
	6001 - 8000 kr		12	64	24
	8001 - 10 000 kr		13	60	27
	üle 10 000 kr		16	61	23

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

pakendi mugavus			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			14	60	26
Regioon	Põhja-Eesti		15	61	24
	Kesk-Eesti		13	60	27
	Kirde-Eesti		21	59	20
	Lääne-Eesti		13	58	29
	Lõuna-Eesti		11	61	28
Elukoht	Tallinn		17	59	24
	suured linnad		15	62	23
	väikelinnad		11	63	26
	alevik, maa		14	58	28
Rahvus	eestlased		12	60	28
	muu rahvus		19	61	20
Vanus	18 - 29 aastased		13	63	24
	30 - 49 aastased		13	61	26
	50 - 64 aastased		18	59	23
	65 - 74 aastased		14	55	31
Sugu	naised		15	60	25
	mehed		14	60	26
Haridus	alg- ja põhiharidus		18	55	27
	kesk ja -eriharidus		15	60	25
	kõrgharidus		13	60	27
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		20	58	22
	2001 - 4000 kr		13	62	25
	4001 - 6000 kr		13	56	31
	6001 - 8000 kr		16	58	26
	8001 - 10 000 kr		17	61	22
	üle 10 000 kr		12	68	20

Elanike toiduostuotsuse (valiku) tegemise kriteeriumid
(% vastanutest)

hüdrogeenitud taimeraskvade sisaldus tootes			väga tähtis	mõnevõrra tähtis	ei oma tähtsust
Keskmiselt			28	46	26
Regioon	Põhja-Eesti		29	43	28
	Kesk-Eesti		22	46	32
	Kirde-Eesti		40	46	14
	Lääne-Eesti		23	53	24
	Lõuna-Eesti		24	50	26
Elukoht	Tallinn		31	41	28
	suured linnad		31	51	18
	väikelinnad		29	46	25
	alevik, maa		21	50	29
Rahvus	eestlased		21	49	30
	muu rahvus		43	42	15
Vanus	18 - 29 aastased		18	45	37
	30 - 49 aastased		28	46	26
	50 - 64 aastased		36	45	19
	65 - 74 aastased		34	55	11
Sugu	naised		31	46	23
	mehed		25	46	29
Haridus	alg- ja põhiharidus		33	34	33
	kesk ja -eriharidus		30	48	22
	kõrgharidus		24	46	30
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		33	37	30
	2001 - 4000 kr		32	48	20
	4001 - 6000 kr		30	49	21
	6001 - 8000 kr		25	51	24
	8001 - 10 000 kr		23	45	32
	üle 10 000 kr		17	43	40

Mis määrab teie jaoks ära, et tegemist on kodumaise toidukaubaga?
(% vastanutest)

toode on peamiselt valmistatud Eesti toorainest

		väga oluline	mõnevõrra oluline	ei ole oluline
Keskmiselt		52	41	7
Regioon	Põhja-Eesti	50	39	11
	Kesk-Eesti	50	47	3
	Kirde-Eesti	51	44	5
	Lääne-Eesti	55	40	5
	Lõuna-Eesti	58	38	4
Elukoht	Tallinn	50	39	11
	suured linnad	53	43	4
	väikelinnad	54	39	7
	alevik, maa	53	42	5
Rahvus	eestlased	57	38	5
	muu rahvus	42	46	12
Vanus	18 - 29 aastased	51	42	7
	30 - 49 aastased	48	42	10
	50 - 64 aastased	53	42	5
	65 - 74 aastased	65	31	4
Sugu	naised	55	39	6
	mehed	49	42	9
Haridus	alg- ja põhiharidus	60	29	11
	kesk ja -eriharidus	52	40	8
	kõrgharidus	52	42	6
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	50	39	11
	2001 - 4000 kr	45	46	9
	4001 - 6000 kr	53	41	6
	6001 - 8000 kr	58	36	6
	8001 - 10 000 kr	54	38	8
	üle 10 000 kr	57	36	7

Mis määrab teie jaoks ära, et tegemist on kodumaise toidukaubaga?
(% vastanutest)

kaup on toodetud Eestis

		väga oluline	mõnevõrra oluline	ei ole oluline
Keskmiselt		54	38	8
Regioon	Põhja-Eesti	50	40	10
	Kesk-Eesti	59	34	7
	Kirde-Eesti	61	32	7
	Lääne-Eesti	53	40	7
	Lõuna-Eesti	57	39	4
Elukoht	Tallinn	48	42	10
	suured linnad	58	35	7
	väikelinnad	58	34	8
	alevik, maa	57	38	5
Rahvus	eestlased	58	37	5
	muu rahvus	47	40	13
Vanus	18 - 29 aastased	55	39	6
	30 - 49 aastased	52	37	11
	50 - 64 aastased	53	41	6
	65 - 74 aastased	64	32	4
Sugu	naised	58	37	5
	mehed	50	39	11
Haridus	alg- ja põhiharidus	56	36	8
	kesk ja -eriharidus	54	38	8
	kõrgharidus	55	38	7
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	50	40	10
	2001 - 4000 kr	52	38	10
	4001 - 6000 kr	51	42	7
	6001 - 8000 kr	63	32	5
	8001 - 10 000 kr	56	36	8
	üle 10 000 kr	62	33	5

Mis määrab teie jaoks ära, et tegemist on kodumaise toidukaubaga?
(% vastanutest)

kaup on toodetud Eesti retsepti järgi		väga oluline	mõnevõrra oluline	ei ole oluline
Keskmiselt		19	48	33
Regioon	Põhja-Eesti	14	46	40
	Kesk-Eesti	25	52	23
	Kirde-Eesti	21	52	27
	Lääne-Eesti	23	44	33
	Lõuna-Eesti	19	50	31
Elukoht	Tallinn	14	46	40
	suured linnad	21	46	33
	väikelinnad	21	51	28
	alevik, maa	21	49	30
Rahvus	eestlased	19	50	31
	muu rahvus	18	45	37
Vanus	18 - 29 aastased	9	53	38
	30 - 49 aastased	16	45	39
	50 - 64 aastased	23	49	28
	65 - 74 aastased	36	46	18
Sugu	naised	18	49	33
	mehed	19	48	33
Haridus	alg- ja põhiharidus	37	36	27
	kesk ja -eriharidus	20	49	31
	kõrgharidus	13	49	38
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	28	42	30
	2001 - 4000 kr	15	55	30
	4001 - 6000 kr	19	45	36
	6001 - 8000 kr	23	46	31
	8001 - 10 000 kr	21	45	34
	üle 10 000 kr	9	50	41

Mis määrab teie jaoks ära, et tegemist on kodumaise toidukaubaga?
(% vastanutest)

tootel on Eesti tootja kaubamärk (bränd)		väga oluline	mõnevõrra oluline	ei ole oluline
Keskmiselt		41	45	14
Regioon	Põhja-Eesti	38	45	17
	Kesk-Eesti	47	44	9
	Kirde-Eesti	46	42	12
	Lääne-Eesti	39	48	13
	Lõuna-Eesti	39	47	14
Elukoht	Tallinn	37	47	16
	suured linnad	38	47	15
	väikelinnad	43	42	15
	alevik, maa	44	45	11
Rahvus	eestlased	42	46	12
	muu rahvus	37	43	20
Vanus	18 - 29 aastased	36	52	12
	30 - 49 aastased	39	45	16
	50 - 64 aastased	43	42	15
	65 - 74 aastased	51	36	13
Sugu	naised	40	48	12
	mehed	41	42	17
Haridus	alg- ja põhiharidus	50	32	18
	kesk ja -eriharidus	41	44	15
	kõrgharidus	38	49	13
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	36	41	23
	2001 - 4000 kr	37	49	14
	4001 - 6000 kr	42	44	14
	6001 - 8000 kr	47	44	9
	8001 - 10 000 kr	43	37	20
	üle 10 000 kr	37	51	12

Mis määrab teie jaoks ära, et tegemist on kodumaise toidukaubaga?
(% vastanutest)

tootel on "pääsukesemärk" või "Eestis Kasvatatud" märk

		väga oluline	mõnevõrra oluline	ei ole oluline
Keskmiselt		38	47	15
Regioon	Põhja-Eesti	38	46	16
	Kesk-Eesti	38	53	9
	Kirde-Eesti	49	37	14
	Lääne-Eesti	37	49	14
	Lõuna-Eesti	35	51	14
Elukoht	Tallinn	37	47	16
	suured linnad	41	42	17
	väikelinnad	41	44	15
	alevik, maa	36	53	11
Rahvus	eestlased	37	50	13
	muu rahvus	41	41	18
Vanus	18 - 29 aastased	33	54	13
	30 - 49 aastased	37	47	16
	50 - 64 aastased	40	45	15
	65 - 74 aastased	51	37	12
Sugu	naised	41	47	12
	mehed	36	47	17
Haridus	alg- ja põhiharidus	47	37	16
	kesk ja -eriharidus	38	48	14
	kõrgharidus	38	47	15
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	40	43	17
	2001 - 4000 kr	37	47	16
	4001 - 6000 kr	36	50	14
	6001 - 8000 kr	45	44	11
	8001 - 10 000 kr	41	42	17
	üle 10 000 kr	35	51	14

Mis määrab teie jaoks ära, et tegemist on kodumaise toidukaubaga?
(% vastanutest)

tootel on "Eesti Parim Toiduaine" märk

		väga oluline	mõnevõrra oluline	ei ole oluline
Keskmiselt		35	50	15
Regioon	Põhja-Eesti	32	51	17
	Kesk-Eesti	35	56	9
	Kirde-Eesti	47	40	13
	Lääne-Eesti	31	54	15
	Lõuna-Eesti	34	52	14
Elukoht	Tallinn	33	49	18
	suured linnad	39	46	15
	väikelinnad	43	44	13
	alevik, maa	29	59	12
Rahvus	eestlased	32	54	14
	muu rahvus	42	42	16
Vanus	18 - 29 aastased	32	54	14
	30 - 49 aastased	32	52	16
	50 - 64 aastased	38	47	15
	65 - 74 aastased	44	44	12
Sugu	naised	38	51	11
	mehed	32	49	19
Haridus	alg- ja põhiharidus	45	41	14
	kesk ja -eriharidus	35	51	14
	kõrgharidus	34	50	16
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	38	42	20
	2001 - 4000 kr	32	55	13
	4001 - 6000 kr	36	49	15
	6001 - 8000 kr	43	46	11
	8001 - 10 000 kr	33	49	18
	üle 10 000 kr	31	53	16

Mida Teie tarbijana arvate, kes saab Eestis toidukauba müügil kõige suuremat kasu, kas põllumees, tööstus või kaubandus?
(% vastanutest)

		põllumees	tööstus	kaubandus
Keskmiselt		1	27	72
Regioon	Põhja-Eesti	1	25	74
	Kesk-Eesti	2	33	65
	Kirde-Eesti	2	26	72
	Lääne-Eesti	1	29	70
	Lõuna-Eesti	2	26	72
Elukoht	Tallinn	1	24	75
	suured linnad	1	21	78
	väikelinnad	2	31	67
	alevik, maa	2	30	68
Rahvus	eestlased	1	29	70
	muu rahvus	2	21	77
Vanus	18 - 29 aastased	2	21	77
	30 - 49 aastased	1	31	68
	50 - 64 aastased	1	27	72
	65 - 74 aastased	2	25	73
Sugu	naised	2	24	74
	mehed	1	30	69
Haridus	alg- ja põhiharidus	7	25	68
	kesk ja -eriharidus	1	27	72
	kõrgharidus	1	26	73
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	4	33	63
	2001 - 4000 kr	2	25	73
	4001 - 6000 kr	2	28	70
	6001 - 8000 kr	0	26	74
	8001 - 10 000 kr	1	27	72
	üle 10 000 kr	1	25	74

Kas Teie (Teie pere) ostis 2009. aastal valdavalt ...
(% vastanutest)

		kodumaiseid toidukaupu	importtoidukaupu	päritoluma pole oluline
Keskmiselt		70	2	28
Regioon	Põhja-Eesti	66	2	32
	Kesk-Eesti	79	0	21
	Kirde-Eesti	72	2	26
	Lääne-Eesti	75	0	25
	Lõuna-Eesti	73	3	24
Elukoht	Tallinn	65	2	33
	suured linnad	69	2	29
	väikelinnad	77	2	21
	alevik, maa	74	1	25
Rahvus	eestlased	74	2	24
	muu rahvus	64	2	34
Vanus	18 - 29 aastased	64	3	33
	30 - 49 aastased	70	2	28
	50 - 64 aastased	74	1	25
	65 - 74 aastased	77	1	22
Sugu	naised	76	2	22
	mehed	65	2	33
Haridus	alg- ja põhiharidus	63	2	35
	kesk ja -eriharidus	70	2	28
	kõrgharidus	73	1	26
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	63	3	34
	2001 - 4000 kr	71	3	26
	4001 - 6000 kr	69	1	30
	6001 - 8000 kr	74	1	25
	8001 - 10 000 kr	74	2	24
	üle 10 000 kr	69	1	30

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

kõrge kvaliteet		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		30	63	1	6
Regioon	Põhja-Eesti	28	66	1	5
	Kesk-Eesti	30	64	0	6
	Kirde-Eesti	33	61	1	5
	Lääne-Eesti	34	58	1	7
	Lõuna-Eesti	32	59	1	8
Elukoht	Tallinn	27	66	1	6
	suured linnad	30	62	0	8
	väikelinnad	35	58	2	5
	alevik, maa	31	63	0	6
Rahvus	eestlased	31	63	0	6
	muu rahvus	30	62	2	6
Vanus	18 - 29 aastased	30	67	0	3
	30 - 49 aastased	28	64	2	6
	50 - 64 aastased	32	61	0	7
	65 - 74 aastased	34	54	1	11
Sugu	naised	32	61	1	6
	mehed	29	63	1	7
Haridus	alg- ja põhiharidus	38	45	0	17
	kesk ja -eriharidus	31	62	1	6
	kõrgharidus	28	66	1	5
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	32	60	2	6
	2001 - 4000 kr	30	63	2	5
	4001 - 6000 kr	30	59	1	10
	6001 - 8000 kr	31	65	1	3
	8001 - 10 000 kr	33	61	0	6
	üle 10 000 kr	26	69	1	4

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

lai sortiment		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		24	58	10	8
Regioon	Põhja-Eesti	22	56	14	8
	Kesk-Eesti	20	62	8	10
	Kirde-Eesti	25	61	5	9
	Lääne-Eesti	35	53	6	6
	Lõuna-Eesti	23	57	12	8
Elukoht	Tallinn	21	57	14	8
	suured linnad	25	57	8	10
	väikelinnad	25	57	11	7
	alevik, maa	24	60	8	8
Rahvus	eestlased	23	60	10	7
	muu rahvus	26	54	10	10
Vanus	18 - 29 aastased	21	59	16	4
	30 - 49 aastased	24	59	10	7
	50 - 64 aastased	24	57	8	11
	65 - 74 aastased	26	56	5	13
Sugu	naised	27	56	9	8
	mehed	21	59	12	8
Haridus	alg- ja põhiharidus	33	40	10	17
	kesk ja -eriharidus	26	55	10	9
	kõrgharidus	19	65	11	5
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	32	48	5	15
	2001 - 4000 kr	28	54	11	7
	4001 - 6000 kr	22	57	11	10
	6001 - 8000 kr	20	63	9	8
	8001 - 10 000 kr	23	57	13	7
	üle 10 000 kr	17	68	12	3

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

usaldusväärsus		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		50	44	1	5
Regioon	Põhja-Eesti	45	50	1	4
	Kesk-Eesti	48	45	2	5
	Kirde-Eesti	60	36	0	4
	Lääne-Eesti	58	36	1	5
	Lõuna-Eesti	49	42	2	7
Elukoht	Tallinn	46	49	1	4
	suured linnad	52	42	1	5
	väikelinnad	52	41	2	5
	alevik, maa	51	42	1	6
Rahvus	eestlased	50	43	1	6
	muu rahvus	50	45	1	4
Vanus	18 - 29 aastased	50	45	3	2
	30 - 49 aastased	48	47	1	4
	50 - 64 aastased	52	41	0	7
	65 - 74 aastased	49	38	2	11
Sugu	naised	52	43	0	5
	mehed	48	45	2	5
Haridus	alg- ja põhiharidus	54	28	7	11
	kesk ja -eriharidus	50	44	1	5
	kõrgharidus	49	46	1	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	50	42	4	4
	2001 - 4000 kr	52	42	2	4
	4001 - 6000 kr	48	44	1	7
	6001 - 8000 kr	53	41	1	5
	8001 - 10 000 kr	48	46	1	5
	üle 10 000 kr	43	52	2	3

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

värskus		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		57	40	0	3
Regioon	Põhja-Eesti	54	43	0	3
	Kesk-Eesti	53	46	0	1
	Kirde-Eesti	65	32	0	3
	Lääne-Eesti	60	36	1	3
	Lõuna-Eesti	57	40	0	3
Elukoht	Tallinn	54	43	0	3
	suured linnad	61	36	0	3
	väikelinnad	60	37	1	2
	alevik, maa	54	43	0	3
Rahvus	eestlased	56	41	0	3
	muu rahvus	58	39	0	3
Vanus	18 - 29 aastased	59	40	0	1
	30 - 49 aastased	49	47	1	3
	50 - 64 aastased	62	35	0	3
	65 - 74 aastased	65	30	0	5
Sugu	naised	60	38	0	2
	mehed	53	43	1	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	67	28	0	5
	kesk ja -eriharidus	58	38	0	4
	kõrgharidus	51	46	1	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	56	38	0	6
	2001 - 4000 kr	63	35	1	1
	4001 - 6000 kr	54	40	0	6
	6001 - 8000 kr	55	44	0	1
	8001 - 10 000 kr	60	39	0	1
	üle 10 000 kr	48	49	1	2

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

tervislikkus

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		46	45	1	8
Regioon	Põhja-Eesti	40	51	1	8
	Kesk-Eesti	49	46	0	5
	Kirde-Eesti	54	36	0	10
	Lääne-Eesti	52	39	0	9
	Lõuna-Eesti	48	45	1	6
Elukoht	Tallinn	39	51	1	9
	suured linnad	51	40	0	9
	väikelinnad	50	44	1	5
	alevik, maa	50	43	0	7
Rahvus	eestlased	46	47	0	7
	muu rahvus	48	42	1	9
Vanus	18 - 29 aastased	47	49	1	3
	30 - 49 aastased	41	51	1	7
	50 - 64 aastased	50	40	0	10
	65 - 74 aastased	57	30	1	12
Sugu	naised	49	45	0	6
	mehed	44	45	1	10
Haridus	alg- ja põhiharidus	65	17	0	18
	kesk ja -eriharidus	50	41	1	8
	kõrgharidus	39	55	1	5
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	59	31	1	9
	2001 - 4000 kr	47	44	0	9
	4001 - 6000 kr	50	40	0	10
	6001 - 8000 kr	48	44	2	6
	8001 - 10 000 kr	50	48	0	2
	üle 10 000 kr	23	72	1	4

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

lisaainete vähene sisaldus

		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		31	49	4	16
Regioon	Põhja-Eesti	28	49	5	18
	Kesk-Eesti	32	51	4	13
	Kirde-Eesti	38	45	1	16
	Lääne-Eesti	33	48	4	15
	Lõuna-Eesti	30	50	4	16
Elukoht	Tallinn	28	52	5	15
	suured linnad	32	46	3	19
	väikelinnad	32	50	4	14
	alevik, maa	32	48	2	18
Rahvus	eestlased	31	49	3	17
	muu rahvus	30	49	6	15
Vanus	18 - 29 aastased	29	52	4	15
	30 - 49 aastased	27	52	5	16
	50 - 64 aastased	32	48	2	18
	65 - 74 aastased	44	34	3	19
Sugu	naised	32	49	3	16
	mehed	30	49	4	17
Haridus	alg- ja põhiharidus	47	30	2	21
	kesk ja -eriharidus	32	47	4	17
	kõrgharidus	27	53	5	15
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	40	39	4	17
	2001 - 4000 kr	27	48	4	21
	4001 - 6000 kr	35	46	3	16
	6001 - 8000 kr	36	49	5	10
	8001 - 10 000 kr	26	53	6	15
	üle 10 000 kr	20	59	3	18

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

soodne hind			jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt			14	64	15	7
Regioon	Põhja-Eesti		8	66	17	9
	Kesk-Eesti		17	53	22	8
	Kirde-Eesti		21	66	7	6
	Lääne-Eesti		17	65	15	3
	Lõuna-Eesti		16	63	15	6
Elukoht	Tallinn		10	65	16	9
	suured linnad		17	64	13	6
	väikelinnad		17	64	13	6
	alevik, maa		15	61	17	7
Rahvus	eestlased		12	66	16	6
	muu rahvus		18	60	13	9
Vanus	18 - 29 aastased		7	67	22	4
	30 - 49 aastased		12	65	15	8
	50 - 64 aastased		16	64	12	8
	65 - 74 aastased		30	54	8	8
Sugu	naised		15	64	14	7
	mehed		13	64	16	7
Haridus	alg- ja põhiharidus		33	35	18	14
	kesk ja -eriharidus		16	64	13	7
	kõrgharidus		8	68	18	6
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		28	59	5	8
	2001 - 4000 kr		19	58	16	7
	4001 - 6000 kr		12	66	13	9
	6001- 8000 kr		10	66	19	5
	8001 -10 000 kr		12	64	18	6
	üle 10 000 kr		8	67	19	6

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

uudne (huvitav) maitse			jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt			9	63	9	19
Regioon	Põhja-Eesti		10	59	11	20
	Kesk-Eesti		9	64	13	14
	Kirde-Eesti		17	62	6	15
	Lääne-Eesti		6	70	11	13
	Lõuna-Eesti		7	64	5	24
Elukoht	Tallinn		10	58	12	20
	suured linnad		9	64	8	19
	väikelinnad		15	60	7	18
	alevik, maa		5	70	8	17
Rahvus	eestlased		7	65	9	19
	muu rahvus		14	58	9	19
Vanus	18 - 29 aastased		8	63	13	16
	30 - 49 aastased		11	65	8	16
	50 - 64 aastased		8	65	8	19
	65 - 74 aastased		10	56	5	29
Sugu	naised		10	64	6	20
	mehed		9	62	12	17
Haridus	alg- ja põhiharidus		14	52	11	23
	kesk ja -eriharidus		10	65	8	17
	kõrgharidus		8	63	9	20
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr		17	57	3	23
	2001 - 4000 kr		12	59	9	20
	4001 - 6000 kr		7	65	9	19
	6001- 8000 kr		9	68	9	14
	8001 -10 000 kr		8	58	13	21
	üle 10 000 kr		6	67	9	18

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

harjumuspärane maitse		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		50	42	1	7
Regioon	Põhja-Eesti	48	44	1	7
	Kesk-Eesti	52	41	1	6
	Kirde-Eesti	54	40	3	3
	Lääne-Eesti	48	43	3	6
	Lõuna-Eesti	50	42	1	7
Elukoht	Tallinn	49	44	1	6
	suured linnad	57	36	2	5
	väikelinnad	46	46	2	6
	alevik, maa	47	43	1	9
Rahvus	eestlased	50	42	1	7
	muu rahvus	49	43	2	6
Vanus	18 - 29 aastased	46	48	3	3
	30 - 49 aastased	46	45	1	8
	50 - 64 aastased	56	37	1	6
	65 - 74 aastased	53	36	1	10
Sugu	naised	52	40	1	7
	mehed	47	45	2	6
Haridus	alg- ja põhiharidus	47	38	4	11
	kesk ja -eriharidus	50	41	1	8
	kõrgharidus	51	44	1	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	53	38	0	9
	2001 - 4000 kr	43	47	3	7
	4001 - 6000 kr	53	39	1	7
	6001 - 8000 kr	56	38	1	5
	8001 -10 000 kr	50	44	1	5
	üle 10 000 kr	44	50	2	4

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

pikk säilivusaeg		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		9	51	18	22
Regioon	Põhja-Eesti	6	50	20	24
	Kesk-Eesti	14	47	14	25
	Kirde-Eesti	18	56	13	13
	Lääne-Eesti	8	55	14	23
	Lõuna-Eesti	7	50	22	21
Elukoht	Tallinn	7	51	19	23
	suured linnad	14	52	15	19
	väikelinnad	9	52	18	21
	alevik, maa	9	50	18	23
Rahvus	eestlased	6	53	18	23
	muu rahvus	15	49	18	18
Vanus	18 - 29 aastased	6	52	22	20
	30 - 49 aastased	7	52	17	24
	50 - 64 aastased	11	52	16	21
	65 - 74 aastased	20	46	15	19
Sugu	naised	11	51	16	22
	mehed	7	52	20	21
Haridus	alg- ja põhiharidus	20	38	21	21
	kesk ja -eriharidus	10	51	18	21
	kõrgharidus	5	56	17	22
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	20	40	20	20
	2001 - 4000 kr	10	54	18	18
	4001 - 6000 kr	9	52	18	21
	6001 - 8000 kr	7	53	17	23
	8001 -10 000 kr	11	47	18	24
	üle 10 000 kr	2	53	18	27

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

püsiv kvaliteet		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		37	49	3	11
Regioon	Põhja-Eesti	34	50	4	12
	Kesk-Eesti	34	52	1	13
	Kirde-Eesti	48	43	1	8
	Lääne-Eesti	40	50	2	8
	Lõuna-Eesti	35	50	4	11
Elukoht	Tallinn	36	50	4	10
	suured linnad	43	48	1	8
	väikelinnad	39	47	4	10
	alevik, maa	32	49	4	15
Rahvus	eestlased	36	50	3	11
	muu rahvus	40	46	2	12
Vanus	18 - 29 aastased	31	56	3	10
	30 - 49 aastased	32	55	3	10
	50 - 64 aastased	47	39	3	11
	65 - 74 aastased	44	38	2	16
Sugu	naised	39	48	3	10
	mehed	35	50	3	12
Haridus	alg- ja põhiharidus	43	37	5	15
	kesk ja -eriharidus	39	45	4	12
	kõrgharidus	33	56	2	9
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	51	34	5	10
	2001 - 4000 kr	37	47	4	12
	4001 - 6000 kr	38	46	4	12
	6001 - 8000 kr	36	56	1	7
	8001 - 10 000 kr	35	52	0	13
	üle 10 000 kr	31	53	4	12

Kodumaiste toidukaupade omadused
(% vastanutest)

meeldiv ja sobiv pakend		jah, alati	jah, mõnikord	ei ole kunagi	ei oska öelda
Keskmiselt		24	57	5	14
Regioon	Põhja-Eesti	20	58	6	16
	Kesk-Eesti	25	53	8	14
	Kirde-Eesti	34	52	4	10
	Lääne-Eesti	29	50	7	14
	Lõuna-Eesti	20	65	3	12
Elukoht	Tallinn	22	55	6	17
	suured linnad	26	58	3	13
	väikelinnad	23	61	7	9
	alevik, maa	24	56	5	15
Rahvus	eestlased	23	58	4	15
	muu rahvus	26	55	8	11
Vanus	18 - 29 aastased	22	63	5	10
	30 - 49 aastased	22	57	6	15
	50 - 64 aastased	28	53	4	15
	65 - 74 aastased	24	53	7	16
Sugu	naised	26	57	4	13
	mehed	22	56	7	15
Haridus	alg- ja põhiharidus	30	36	10	24
	kesk ja -eriharidus	25	56	6	13
	kõrgharidus	22	62	3	13
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	31	52	5	12
	2001 - 4000 kr	26	60	5	9
	4001 - 6000 kr	25	52	4	19
	6001 - 8000 kr	19	60	7	14
	8001 - 10 000 kr	23	58	4	15
	üle 10 000 kr	19	64	7	10

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

piim ja piimasaadused

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		74	24	1	1
Regioon	Põhja-Eesti	75	23	1	1
	Kesk-Eesti	68	30	0	2
	Kirde-Eesti	74	25	1	0
	Lääne-Eesti	75	23	1	1
	Lõuna-Eesti	75	24	1	0
Elukoht	Tallinn	76	23	0	1
	suured linnad	77	21	1	1
	väikelinnad	74	24	1	1
	alevik, maa	69	29	1	1
Rahvus	eestlased	75	23	1	1
	muu rahvus	73	26	1	0
Vanus	18 - 29 aastased	70	29	1	0
	30 - 49 aastased	77	21	1	1
	50 - 64 aastased	75	23	1	1
	65 - 74 aastased	70	27	0	3
Sugu	naised	77	21	1	1
	mehed	70	28	1	1
Haridus	alg- ja põhiharidus	71	24	1	4
	kesk ja -eriharidus	71	27	1	1
	kõrgharidus	78	21	0	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	69	29	1	1
	2001 - 4000 kr	71	26	2	1
	4001 - 6000 kr	73	26	0	1
	6001 - 8000 kr	77	20	1	2
	8001 - 10 000 kr	73	24	1	2
	üle 10 000 kr	83	17	0	0

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

liha ja lihasaadused

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		56	38	5	1
Regioon	Põhja-Eesti	55	39	5	1
	Kesk-Eesti	56	36	6	2
	Kirde-Eesti	53	45	2	0
	Lääne-Eesti	63	29	8	0
	Lõuna-Eesti	54	38	5	3
Elukoht	Tallinn	54	39	5	2
	suured linnad	55	39	4	2
	väikelinnad	59	36	4	1
	alevik, maa	53	40	6	1
Rahvus	eestlased	58	36	4	2
	muu rahvus	50	43	6	1
Vanus	18 - 29 aastased	54	36	8	2
	30 - 49 aastased	56	37	6	1
	50 - 64 aastased	56	40	3	1
	65 - 74 aastased	53	45	1	1
Sugu	naised	55	39	4	2
	mehed	57	37	5	1
Haridus	alg- ja põhiharidus	61	35	2	2
	kesk ja -eriharidus	51	43	5	1
	kõrgharidus	59	33	6	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	63	29	7	1
	2001 - 4000 kr	55	41	3	1
	4001 - 6000 kr	47	47	5	1
	6001 - 8000 kr	61	30	7	2
	8001 - 10 000 kr	54	40	4	2
	üle 10 000 kr	65	29	4	2

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

kala ja kalasaadused

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		30	48	19	3
Regioon	Põhja-Eesti	27	49	21	3
	Kesk-Eesti	29	47	21	3
	Kirde-Eesti	34	47	18	1
	Lääne-Eesti	32	46	19	3
	Lõuna-Eesti	30	50	17	3
Elukoht	Tallinn	29	48	20	3
	suured linnad	34	46	17	3
	väikelinnad	31	49	19	1
	alevik, maa	27	47	22	4
Rahvus	eestlased	30	47	20	3
	muu rahvus	29	50	18	3
Vanus	18 - 29 aastased	33	39	23	5
	30 - 49 aastased	28	50	21	1
	50 - 64 aastased	31	49	18	2
	65 - 74 aastased	28	55	11	6
Sugu	naised	26	49	22	3
	mehed	34	46	17	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	47	40	4	9
	kesk ja -eriharidus	29	50	18	3
	kõrgharidus	28	45	24	3
Leibkonnaliikme netosissetulek koos	alla 2001 kr	42	39	13	6
	2001 - 4000 kr	28	51	17	4
	4001 - 6000 kr	26	50	21	3
	6001- 8000 kr	32	46	20	2
	8001 -10 000 kr	25	54	18	3
	üle 10 000 kr	33	38	27	2

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

jahu ja tangained

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		64	32	3	1
Regioon	Põhja-Eesti	64	31	3	2
	Kesk-Eesti	59	38	2	1
	Kirde-Eesti	68	30	0	2
	Lääne-Eesti	68	29	2	1
	Lõuna-Eesti	63	32	4	1
Elukoht	Tallinn	66	29	3	2
	suured linnad	64	32	1	3
	väikelinnad	68	31	1	0
	alevik, maa	60	36	4	0
Rahvus	eestlased	63	33	3	1
	muu rahvus	67	30	2	1
Vanus	18 - 29 aastased	60	33	5	2
	30 - 49 aastased	63	33	3	1
	50 - 64 aastased	67	32	0	1
	65 - 74 aastased	70	27	0	3
Sugu	naised	69	27	3	1
	mehed	59	37	2	2
Haridus	alg- ja põhiharidus	71	27	0	2
	kesk ja -eriharidus	64	32	3	1
	kõrgharidus	64	32	2	2
Leibkonnaliikme netosissetulek koos	alla 2001 kr	64	28	7	1
	2001 - 4000 kr	66	29	3	2
	4001 - 6000 kr	62	35	2	1
	6001- 8000 kr	66	30	3	1
	8001 -10 000 kr	67	31	0	2
	üle 10 000 kr	62	34	2	2

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

leiva- ja saiatooted

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		76	23	1	0
Regioon	Põhja-Eesti	77	23	0	0
	Kesk-Eesti	79	20	0	1
	Kirde-Eesti	75	24	1	0
	Lääne-Eesti	77	20	3	0
	Lõuna-Eesti	74	24	2	0
Elukoht	Tallinn	77	22	1	0
	suured linnad	78	20	2	0
	väikelinnad	75	24	1	0
	alevik, maa	74	25	1	0
Rahvus	eestlased	76	23	1	0
	muu rahvus	76	23	1	0
Vanus	18 - 29 aastased	77	20	3	0
	30 - 49 aastased	76	23	1	0
	50 - 64 aastased	78	21	1	0
	65 - 74 aastased	70	29	0	1
Sugu	naised	79	20	1	0
	mehed	73	26	1	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	71	28	0	1
	kesk ja -eriharidus	76	22	2	0
	kõrgharidus	76	22	1	1
Leibkonnaliikme netosissetulek koos	alla 2001 kr	72	27	1	0
	2001 - 4000 kr	74	24	2	0
	4001 - 6000 kr	72	27	1	0
	6001- 8000 kr	81	18	1	0
	8001 -10 000 kr	81	18	0	1
	üle 10 000 kr	81	18	1	0

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

värske puuvili

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		23	50	24	3
Regioon	Põhja-Eesti	22	50	26	2
	Kesk-Eesti	22	46	27	5
	Kirde-Eesti	32	53	13	2
	Lääne-Eesti	27	49	20	4
	Lõuna-Eesti	18	50	26	6
Elukoht	Tallinn	20	52	26	2
	suured linnad	29	50	19	2
	väikelinnad	22	51	24	3
	alevik, maa	24	46	24	6
Rahvus	eestlased	22	47	27	4
	muu rahvus	25	55	18	2
Vanus	18 - 29 aastased	23	43	32	2
	30 - 49 aastased	18	54	26	2
	50 - 64 aastased	27	50	18	5
	65 - 74 aastased	31	51	11	7
Sugu	naised	24	49	24	3
	mehed	22	51	24	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	29	43	20	8
	kesk ja -eriharidus	25	51	20	4
	kõrgharidus	20	48	30	2
Leibkonnaliikme netosissetulek koos	alla 2001 kr	28	45	21	6
	2001 - 4000 kr	20	58	18	4
	4001 - 6000 kr	25	48	23	4
	6001- 8000 kr	23	52	23	2
	8001 -10 000 kr	23	44	27	6
	üle 10 000 kr	20	41	38	1

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

värske köögivilja		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		30	53	12	5
Regioon	Põhja-Eesti	28	59	12	1
	Kesk-Eesti	31	45	16	8
	Kirde-Eesti	36	54	6	4
	Lääne-Eesti	33	44	16	7
	Lõuna-Eesti	26	53	13	8
Elukoht	Tallinn	27	60	12	1
	suured linnad	34	51	10	5
	väikelinnad	30	52	13	5
	alevik, maa	29	48	14	9
Rahvus	eestlased	28	52	14	6
	muu rahvus	33	54	10	3
Vanus	18 - 29 aastased	31	54	13	2
	30 - 49 aastased	25	56	16	3
	50 - 64 aastased	32	52	10	6
	65 - 74 aastased	35	46	6	13
Sugu	naised	29	53	13	5
	mehed	30	54	12	4
Haridus	alg- ja põhiharidus	31	53	7	9
	kesk ja -eriharidus	30	55	10	5
	kõrgharidus	28	53	16	3
Leibkonnaliikme netosissetulek koos	alla 2001 kr	36	49	9	6
	2001 - 4000 kr	27	58	10	5
	4001 - 6000 kr	29	53	13	5
	6001- 8000 kr	30	53	13	4
	8001 -10 000 kr	32	45	18	5
	üle 10 000 kr	26	60	13	1

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

puu- ja köögivilja konservid		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		26	37	9	28
Regioon	Põhja-Eesti	26	40	9	25
	Kesk-Eesti	22	38	12	28
	Kirde-Eesti	31	33	5	31
	Lääne-Eesti	29	37	8	26
	Lõuna-Eesti	21	36	11	32
Elukoht	Tallinn	26	42	8	24
	suured linnad	28	32	9	31
	väikelinnad	25	36	11	28
	alevik, maa	24	38	8	30
Rahvus	eestlased	24	38	10	28
	muu rahvus	28	39	6	27
Vanus	18 - 29 aastased	26	35	14	25
	30 - 49 aastased	25	43	10	22
	50 - 64 aastased	28	38	5	29
	65 - 74 aastased	20	28	4	48
Sugu	naised	27	36	9	28
	mehed	24	40	8	28
Haridus	alg- ja põhiharidus	31	20	9	40
	kesk ja -eriharidus	27	39	8	26
	kõrgharidus	23	38	10	29
Leibkonnaliikme netosissetulek koos	alla 2001 kr	29	42	7	22
	2001 - 4000 kr	30	38	5	27
	4001 - 6000 kr	22	39	8	31
	6001- 8000 kr	25	35	13	27
	8001 -10 000 kr	22	36	12	30
	üle 10 000 kr	26	36	10	28

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

maistused, kondiitritooted

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		58	34	3	5
Regioon	Põhja-Eesti	56	36	4	4
	Kesk-Eesti	62	30	5	3
	Kirde-Eesti	59	29	3	9
	Lääne-Eesti	60	30	4	6
	Lõuna-Eesti	55	38	3	4
Elukoht	Tallinn	56	36	4	4
	suured linnad	59	31	3	7
	väikelinnad	58	35	3	4
	alevik, maa	59	33	3	5
Rahvus	eestlased	58	35	3	4
	muu rahvus	57	33	4	6
Vanus	18 - 29 aastased	60	31	6	3
	30 - 49 aastased	58	36	4	2
	50 - 64 aastased	58	33	2	7
	65 - 74 aastased	50	36	1	13
Sugu	naised	58	33	3	6
	mehed	57	35	4	4
Haridus	alg- ja põhiharidus	58	27	5	10
	kesk ja -eriharidus	59	33	3	5
	kõrgharidus	55	37	4	4
Leibkonnaliikme netosissetulek koos	alla 2001 kr	56	32	4	8
	2001 - 4000 kr	57	32	5	6
	4001 - 6000 kr	55	37	2	6
	6001- 8000 kr	65	30	2	3
	8001 -10 000 kr	57	35	4	4
	üle 10 000 kr	57	37	3	3

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

karastusjoogid, mahlad

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		52	33	3	12
Regioon	Põhja-Eesti	53	34	3	10
	Kesk-Eesti	46	37	2	15
	Kirde-Eesti	52	31	4	13
	Lääne-Eesti	58	30	1	11
	Lõuna-Eesti	51	34	2	13
Elukoht	Tallinn	53	33	4	10
	suured linnad	56	31	0	13
	väikelinnad	50	36	4	10
	alevik, maa	51	34	2	13
Rahvus	eestlased	53	33	3	11
	muu rahvus	51	34	3	12
Vanus	18 - 29 aastased	58	35	4	3
	30 - 49 aastased	59	32	2	7
	50 - 64 aastased	47	36	2	15
	65 - 74 aastased	36	30	1	33
Sugu	naised	55	30	2	13
	mehed	50	37	3	10
Haridus	alg- ja põhiharidus	50	24	2	24
	kesk ja -eriharidus	51	35	2	12
	kõrgharidus	55	33	3	9
Leibkonnaliikme netosissetulek koos	alla 2001 kr	53	34	1	12
	2001 - 4000 kr	51	34	2	13
	4001 - 6000 kr	49	34	2	15
	6001- 8000 kr	55	30	5	10
	8001 -10 000 kr	57	32	4	7
	üle 10 000 kr	53	36	5	6

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

kastmed (majoneesid, ketšupid)

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		48	40	5	7
Regioon	Põhja-Eesti	49	38	6	7
	Kesk-Eesti	45	38	7	10
	Kirde-Eesti	51	37	3	9
	Lääne-Eesti	51	39	5	5
	Lõuna-Eesti	44	46	5	5
Elukoht	Tallinn	45	40	7	8
	suured linnad	50	41	3	6
	väikelinnad	48	40	5	7
	alevik, maa	48	40	5	7
Rahvus	eestlased	45	42	6	7
	muu rahvus	52	36	5	7
Vanus	18 - 29 aastased	49	34	9	8
	30 - 49 aastased	49	41	5	5
	50 - 64 aastased	47	45	3	5
	65 - 74 aastased	44	40	1	15
Sugu	naised	48	41	4	7
	mehed	47	40	6	7
Haridus	alg- ja põhiharidus	51	36	5	8
	kesk ja -eriharidus	49	41	4	6
	kõrgharidus	45	40	7	8
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	49	39	3	9
	2001 - 4000 kr	50	38	7	5
	4001 - 6000 kr	46	43	4	7
	6001- 8000 kr	50	38	7	5
	8001 -10 000 kr	48	39	3	10
	üle 10 000 kr	44	41	5	10

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade valikut – sortimenti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		39	42	7	12
Regioon	Põhja-Eesti	40	42	7	11
	Kesk-Eesti	33	49	9	9
	Kirde-Eesti	33	43	4	20
	Lääne-Eesti	44	39	7	10
	Lõuna-Eesti	40	41	6	13
Elukoht	Tallinn	38	45	7	10
	suured linnad	45	36	3	16
	väikelinnad	35	51	5	9
	alevik, maa	37	38	10	15
Rahvus	eestlased	40	42	7	11
	muu rahvus	36	43	6	15
Vanus	18 - 29 aastased	42	42	9	7
	30 - 49 aastased	39	46	7	8
	50 - 64 aastased	38	40	6	16
	65 - 74 aastased	32	35	3	30
Sugu	naised	39	41	7	13
	mehed	38	43	7	12
Haridus	alg- ja põhiharidus	37	38	7	18
	kesk ja -eriharidus	39	43	6	12
	kõrgharidus	38	43	7	12
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	39	37	10	14
	2001 - 4000 kr	34	46	7	13
	4001 - 6000 kr	39	42	6	13
	6001- 8000 kr	43	38	7	12
	8001 -10 000 kr	41	42	5	12
	üle 10 000 kr	35	50	4	11

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

piim ja piimasaadused

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		77	20	1	2
Regioon	Põhja-Eesti	81	17	0	2
	Kesk-Eesti	73	23	0	4
	Kirde-Eesti	69	29	1	1
	Lääne-Eesti	79	19	1	1
	Lõuna-Eesti	78	21	0	1
Elukoht	Tallinn	81	17	0	2
	suured linnad	79	20	0	1
	väikelinnad	76	21	1	2
	alevik, maa	73	25	0	2
Rahvus	eestlased	79	19	0	2
	muu rahvus	74	24	1	1
Vanus	18 - 29 aastased	76	23	0	1
	30 - 49 aastased	81	17	1	1
	50 - 64 aastased	78	20	1	1
	65 - 74 aastased	70	26	0	4
Sugu	naised	79	18	1	2
	mehed	76	23	0	1
Haridus	alg- ja põhiharidus	74	20	0	6
	kesk ja -eriharidus	73	25	1	1
	kõrgharidus	85	14	0	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	67	27	2	4
	2001 - 4000 kr	77	21	1	1
	4001 - 6000 kr	73	25	0	2
	6001 - 8000 kr	85	14	0	1
	8001 - 10 000 kr	81	16	1	2
	üle 10 000 kr	83	17	0	0

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

liha ja lihasaadused

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		59	38	1	2
Regioon	Põhja-Eesti	60	38	1	1
	Kesk-Eesti	59	36	1	4
	Kirde-Eesti	56	43	1	0
	Lääne-Eesti	62	34	3	1
	Lõuna-Eesti	58	39	1	2
Elukoht	Tallinn	60	38	1	1
	suured linnad	58	39	2	1
	väikelinnad	61	35	2	2
	alevik, maa	57	40	1	2
Rahvus	eestlased	62	35	1	2
	muu rahvus	53	45	1	1
Vanus	18 - 29 aastased	58	38	2	2
	30 - 49 aastased	62	36	1	1
	50 - 64 aastased	58	39	1	2
	65 - 74 aastased	53	45	1	1
Sugu	naised	57	40	1	2
	mehed	61	36	2	1
Haridus	alg- ja põhiharidus	64	31	3	2
	kesk ja -eriharidus	53	45	1	1
	kõrgharidus	66	31	1	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	54	42	1	3
	2001 - 4000 kr	58	40	1	1
	4001 - 6000 kr	55	43	1	1
	6001 - 8000 kr	63	35	1	1
	8001 - 10 000 kr	65	33	0	2
	üle 10 000 kr	64	32	2	2

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

kala ja kalasaadused

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		40	50	6	4
Regioon	Põhja-Eesti	40	50	6	4
	Kesk-Eesti	35	52	9	4
	Kirde-Eesti	33	57	8	2
	Lääne-Eesti	41	52	3	4
	Lõuna-Eesti	45	46	5	4
Elukoht	Tallinn	40	50	7	3
	suured linnad	39	50	7	4
	väikelinnad	44	48	5	3
	alevik, maa	38	51	6	5
Rahvus	eestlased	43	48	5	4
	muu rahvus	33	55	8	4
Vanus	18 - 29 aastased	43	44	7	6
	30 - 49 aastased	44	49	5	2
	50 - 64 aastased	33	58	7	2
	65 - 74 aastased	36	52	5	7
Sugu	naised	41	50	5	4
	mehed	39	51	7	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	52	35	2	11
	kesk ja -eriharidus	36	52	9	3
	kõrgharidus	44	48	4	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	43	37	13	7
	2001 - 4000 kr	39	49	7	5
	4001 - 6000 kr	35	56	5	4
	6001 - 8000 kr	40	53	5	2
	8001 - 10 000 kr	42	49	5	4
	üle 10 000 kr	47	46	5	2

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

jahu ja tangained

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		73	24	1	2
Regioon	Põhja-Eesti	72	25	1	2
	Kesk-Eesti	75	22	1	2
	Kirde-Eesti	73	26	0	1
	Lääne-Eesti	72	24	2	2
	Lõuna-Eesti	72	24	2	2
Elukoht	Tallinn	74	22	1	3
	suured linnad	74	23	0	3
	väikelinnad	68	28	2	2
	alevik, maa	72	25	2	1
Rahvus	eestlased	72	25	1	2
	muu rahvus	74	23	2	1
Vanus	18 - 29 aastased	70	24	3	3
	30 - 49 aastased	74	23	1	2
	50 - 64 aastased	70	29	0	1
	65 - 74 aastased	74	22	1	3
Sugu	naised	77	20	1	2
	mehed	68	29	1	2
Haridus	alg- ja põhiharidus	75	21	1	3
	kesk ja -eriharidus	70	26	2	2
	kõrgharidus	75	23	0	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	62	28	4	6
	2001 - 4000 kr	73	24	2	1
	4001 - 6000 kr	70	27	1	2
	6001 - 8000 kr	76	21	1	2
	8001 - 10 000 kr	77	21	0	2
	üle 10 000 kr	75	23	0	2

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

leiva- ja saiatooted

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		77	21	1	1
Regioon	Põhja-Eesti	77	21	1	1
	Kesk-Eesti	78	18	2	2
	Kirde-Eesti	75	25	0	0
	Lääne-Eesti	80	18	2	0
	Lõuna-Eesti	77	21	1	1
Elukoht	Tallinn	80	19	0	1
	suured linnad	79	20	1	0
	väikelinnad	76	22	1	1
	alevik, maa	76	23	1	0
Rahvus	eestlased	78	20	1	1
	muu rahvus	77	22	1	0
Vanus	18 - 29 aastased	78	20	1	1
	30 - 49 aastased	78	20	1	1
	50 - 64 aastased	76	23	1	0
	65 - 74 aastased	77	21	1	1
Sugu	naised	81	17	1	1
	mehed	73	25	1	1
Haridus	alg- ja põhiharidus	68	29	0	3
	kesk ja -eriharidus	78	21	1	0
	kõrgharidus	79	19	1	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	70	26	2	2
	2001 - 4000 kr	76	23	1	0
	4001 - 6000 kr	75	23	1	1
	6001 - 8000 kr	84	15	1	0
	8001 - 10 000 kr	82	17	0	1
	üle 10 000 kr	81	19	0	0

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

värske puuvili

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		25	59	11	5
Regioon	Põhja-Eesti	24	61	12	3
	Kesk-Eesti	20	62	11	7
	Kirde-Eesti	35	55	7	3
	Lääne-Eesti	25	54	15	6
	Lõuna-Eesti	22	59	11	8
Elukoht	Tallinn	23	63	11	3
	suured linnad	32	56	8	4
	väikelinnad	26	56	14	4
	alevik, maa	21	59	12	8
Rahvus	eestlased	23	59	12	6
	muu rahvus	30	58	9	3
Vanus	18 - 29 aastased	25	60	11	4
	30 - 49 aastased	23	61	12	4
	50 - 64 aastased	24	58	11	7
	65 - 74 aastased	29	54	9	8
Sugu	naised	27	57	11	5
	mehed	23	59	12	6
Haridus	alg- ja põhiharidus	33	47	7	13
	kesk ja -eriharidus	26	57	12	5
	kõrgharidus	22	64	11	3
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	27	52	12	9
	2001 - 4000 kr	27	58	9	6
	4001 - 6000 kr	22	61	12	5
	6001 - 8000 kr	26	59	13	2
	8001 - 10 000 kr	28	55	11	6
	üle 10 000 kr	21	67	10	2

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

värsked köögiviljad		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		34	53	7	6
Regioon	Põhja-Eesti	36	54	8	2
	Kesk-Eesti	26	61	5	8
	Kirde-Eesti	37	52	5	6
	Lääne-Eesti	32	51	7	10
	Lõuna-Eesti	33	51	7	9
Elukoht	Tallinn	36	56	7	1
	suured linnad	37	53	5	5
	väikelinnad	33	55	7	5
	alevik, maa	29	52	7	12
Rahvus	eestlased	33	54	6	7
	muu rahvus	36	53	8	3
Vanus	18 - 29 aastased	41	49	6	4
	30 - 49 aastased	31	57	8	4
	50 - 64 aastased	30	57	7	6
	65 - 74 aastased	37	45	5	13
Sugu	naised	34	52	8	6
	mehed	34	55	6	5
Haridus	alg- ja põhiharidus	44	41	3	12
	kesk ja -eriharidus	34	54	6	6
	kõrgharidus	32	56	8	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	35	49	7	9
	2001 - 4000 kr	35	55	5	5
	4001 - 6000 kr	31	53	9	7
	6001 - 8000 kr	34	51	8	7
	8001 - 10 000 kr	39	49	6	6
	üle 10 000 kr	35	59	5	1

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

puu- ja köögivilja konservid		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		37	30	2	31
Regioon	Põhja-Eesti	36	35	2	27
	Kesk-Eesti	40	27	4	29
	Kirde-Eesti	35	28	3	34
	Lääne-Eesti	46	22	1	31
	Lõuna-Eesti	34	29	1	36
Elukoht	Tallinn	35	36	2	27
	suured linnad	35	28	2	35
	väikelinnad	39	30	3	28
	alevik, maa	38	26	2	34
Rahvus	eestlased	38	30	1	31
	muu rahvus	35	31	4	30
Vanus	18 - 29 aastased	41	28	2	29
	30 - 49 aastased	41	32	3	24
	50 - 64 aastased	35	32	1	32
	65 - 74 aastased	24	26	0	50
Sugu	naised	38	30	1	31
	mehed	34	31	4	31
Haridus	alg- ja põhiharidus	35	23	0	42
	kesk ja -eriharidus	36	32	3	29
	kõrgharidus	38	29	2	31
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	42	25	4	29
	2001 - 4000 kr	40	30	2	28
	4001 - 6000 kr	33	31	2	34
	6001 - 8000 kr	37	30	4	29
	8001 - 10 000 kr	31	35	0	34
	üle 10 000 kr	40	29	1	30

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

maiustused, kondiitritooted		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		61	31	2	6
Regioon	Põhja-Eesti	61	32	2	5
	Kesk-Eesti	60	29	6	5
	Kirde-Eesti	60	28	2	10
	Lääne-Eesti	66	23	3	8
	Lõuna-Eesti	59	35	1	5
Elukoht	Tallinn	61	33	2	4
	suured linnad	57	32	2	9
	väikelinnad	59	31	4	6
	alevik, maa	66	27	2	5
Rahvus	eestlased	62	31	2	5
	muu rahvus	60	30	3	7
Vanus	18 - 29 aastased	62	30	4	4
	30 - 49 aastased	65	30	2	3
	50 - 64 aastased	59	31	2	8
	65 - 74 aastased	51	32	0	17
Sugu	naised	62	29	2	7
	mehed	59	33	3	5
Haridus	alg- ja põhiharidus	59	24	3	14
	kesk ja -eriharidus	61	31	2	6
	kõrgharidus	61	32	2	5
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	56	32	2	10
	2001 - 4000 kr	61	28	4	7
	4001 - 6000 kr	59	33	1	7
	6001 - 8000 kr	67	26	4	3
	8001 - 10 000 kr	55	37	3	5
	üle 10 000 kr	65	30	1	4

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

karastusjoogid, mahlad		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		55	30	2	13
Regioon	Põhja-Eesti	55	33	1	11
	Kesk-Eesti	55	25	3	17
	Kirde-Eesti	53	30	3	14
	Lääne-Eesti	60	21	4	15
	Lõuna-Eesti	55	30	2	13
Elukoht	Tallinn	53	34	1	12
	suured linnad	54	29	2	15
	väikelinnad	59	27	3	11
	alevik, maa	55	27	3	15
Rahvus	eestlased	58	27	2	13
	muu rahvus	50	34	2	14
Vanus	18 - 29 aastased	62	30	4	4
	30 - 49 aastased	62	28	2	8
	50 - 64 aastased	49	33	1	17
	65 - 74 aastased	37	26	0	37
Sugu	naised	55	29	2	14
	mehed	55	30	3	12
Haridus	alg- ja põhiharidus	51	18	2	29
	kesk ja -eriharidus	53	31	3	13
	kõrgharidus	59	29	2	10
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	54	28	3	15
	2001 - 4000 kr	56	29	2	13
	4001 - 6000 kr	48	32	3	17
	6001 - 8000 kr	61	25	3	11
	8001 - 10 000 kr	60	27	2	11
	üle 10 000 kr	57	33	2	8

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

kastmed (majoneesid, ketšupid)

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		52	38	3	7
Regioon	Põhja-Eesti	53	38	2	7
	Kesk-Eesti	45	42	4	9
	Kirde-Eesti	50	38	3	9
	Lääne-Eesti	62	31	2	5
	Lõuna-Eesti	52	38	3	7
Elukoht	Tallinn	49	41	2	8
	suured linnad	54	37	3	6
	väikelinnad	54	34	4	8
	alevik, maa	53	39	2	6
Rahvus	eestlased	52	38	3	7
	muu rahvus	53	37	3	7
Vanus	18 - 29 aastased	52	36	4	8
	30 - 49 aastased	56	36	3	5
	50 - 64 aastased	49	42	3	6
	65 - 74 aastased	44	40	1	15
Sugu	naised	54	37	2	7
	mehed	51	39	3	7
Haridus	alg- ja põhiharidus	53	36	2	9
	kesk ja -eriharidus	52	39	3	6
	kõrgharidus	52	36	3	9
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	50	36	2	12
	2001 - 4000 kr	53	37	4	6
	4001 - 6000 kr	50	40	2	8
	6001 - 8000 kr	55	38	2	5
	8001 - 10 000 kr	55	33	3	9
	üle 10 000 kr	49	39	4	8

Hinnake palun kodumaiste toidukaupade kvaliteeti kaupluses (turul), kust te tavaliselt toidukaupu ostate?
(% vastanutest)

kulinaar- ja pooltooted, valmistoidud

		hea	rahuldav	halb	ei osta
Keskmiselt		39	42	4	15
Regioon	Põhja-Eesti	37	45	5	13
	Kesk-Eesti	44	39	6	11
	Kirde-Eesti	38	38	4	20
	Lääne-Eesti	45	36	6	13
	Lõuna-Eesti	39	42	2	17
Elukoht	Tallinn	37	47	5	11
	suured linnad	40	40	3	17
	väikelinnad	44	39	5	12
	alevik, maa	38	40	4	18
Rahvus	eestlased	41	41	4	14
	muu rahvus	36	43	4	17
Vanus	18 - 29 aastased	43	43	5	9
	30 - 49 aastased	44	41	5	10
	50 - 64 aastased	35	43	4	18
	65 - 74 aastased	30	36	1	33
Sugu	naised	39	42	4	15
	mehed	40	41	5	14
Haridus	alg- ja põhiharidus	37	32	7	24
	kesk ja -eriharidus	40	40	5	15
	kõrgharidus	38	46	3	13
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	43	34	5	18
	2001 - 4000 kr	38	42	4	16
	4001 - 6000 kr	40	43	3	14
	6001 - 8000 kr	38	41	6	15
	8001 - 10 000 kr	36	45	4	15
	üle 10 000 kr	43	39	6	12

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
Keskmiselt		8	78	11	3
Regioon	Põhja-Eesti	7	82	10	1
	Kesk-Eesti	6	78	13	3
	Kirde-Eesti	15	75	7	3
	Lääne-Eesti	6	77	12	5
	Lõuna-Eesti	6	76	14	4
Elukoht	Tallinn	7	82	10	1
	suured linnad	10	77	10	3
	väikelinnad	10	75	11	4
	alevik, maa	5	80	12	3
Rahvus	eestlased	6	79	12	3
	muu rahvus	12	77	9	2
Vanus	18 - 29 aastased	8	77	13	2
	30 - 49 aastased	9	81	8	2
	50 - 64 aastased	7	81	10	2
	65 - 74 aastased	5	74	16	5
Sugu	naised	9	78	10	3
	mehed	7	78	12	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	4	81	9	6
	kesk ja -eriharidus	9	78	10	3
	kõrgharidus	7	79	12	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	7	80	9	4
	2001 - 4000 kr	7	82	9	2
	4001 - 6000 kr	9	73	14	4
	6001 - 8000 kr	8	82	10	0
	8001 - 10 000 kr	8	74	13	5
	üle 10 000 kr	6	86	8	0

Kui kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine pole lihtne, siis mis muudab selle keeruliseks?
(% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne, n=1045)

		kodumaiste toidutoodete ja kaubamärkide nimed on võõrapärased	importtoodete nimed ja kaubamärgid on eestipärased	kaupade pakendid ei eristu	pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga
Keskmiselt		31	24	23	71
Regioon	Põhja-Eesti	29	26	24	68
	Kesk-Eesti	33	26	31	81
	Kirde-Eesti	18	22	20	67
	Lääne-Eesti	35	22	18	72
	Lõuna-Eesti	37	22	22	76
Elukoht	Tallinn	27	27	25	70
	suured linnad	28	23	18	67
	väikelinnad	28	26	23	70
	alevik, maa	38	20	25	76
Rahvus	eestlased	35	26	24	72
	muu rahvus	21	19	21	70
Vanus	18 - 29 aastased	32	25	33	63
	30 - 49 aastased	28	25	24	65
	50 - 64 aastased	31	21	17	82
	65 - 74 aastased	34	26	16	85
Sugu	naised	31	23	23	73
	mehed	30	25	23	70
Haridus	alg- ja põhiharidus	33	16	16	82
	kesk ja -eriharidus	33	25	21	74
	kõrgharidus	28	24	29	66
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	26	15	11	72
	2001 - 4000 kr	34	22	21	72
	4001 - 6000 kr	32	25	20	76
	6001 - 8000 kr	29	31	33	69
	8001 - 10 000 kr	28	29	29	70
	üle 10 000 kr	28	20	27	61

Kui kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine pole lihtne, siis mis muudab selle keeruliseks? järg
(% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne, n=1045)

		pakendil olevast tooteinfost ei selgu tootjamaa ja tootja	pakendil olevast tooteinfost ei selgu kasutatud tooraine päritolumaad	müüjad annavad teadlikult valeinformatsiooni	müüjatel on vähesed teadmised kauba päritolust
Keskmiselt		49	56	8	34
Regioon	Põhja-Eesti	52	59	9	33
	Kesk-Eesti	41	46	5	37
	Kirde-Eesti	48	58	17	43
	Lääne-Eesti	44	55	4	35
	Lõuna-Eesti	49	55	6	30
Elukoht	Tallinn	52	62	10	33
	suured linnad	48	61	12	38
	väikelinnad	44	49	8	32
	alevik, maa	48	51	4	35
Rahvus	eestlased	48	57	5	33
	muu rahvus	50	54	17	38
Vanus	18 - 29 aastased	52	46	8	27
	30 - 49 aastased	48	62	7	33
	50 - 64 aastased	44	59	9	40
	65 - 74 aastased	51	53	11	40
Sugu	naised	49	57	8	34
	mehed	48	55	9	34
Haridus	alg- ja põhiharidus	33	44	11	35
	kesk ja -eriharidus	48	56	10	36
	kõrgharidus	52	59	5	31
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	43	50	11	37
	2001 - 4000 kr	50	58	11	37
	4001 - 6000 kr	49	53	7	33
	6001 - 8000 kr	45	58	9	38
	8001 - 10 000 kr	51	56	9	27
	üle 10 000 kr	49	63	3	32

Lisa 2.12

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad
(% vastanutest)

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmine regiooni lõikes

	Keskmiselt	Põhja-Eesti	Kesk-Eesti	Kirde-Eesti	Lääne-Eesti	Lõuna-Eesti
juust	81	80	87	82	84	78
jogurt	82	82	90	77	84	83
jäätis	71	73	76	61	71	74
majonees	79	78	85	80	80	76
toiduõli	52	44	65	40	69	57
linnuliha	72	75	72	71	70	68
kalatooted	47	38	50	55	55	53
suitsuvorst, sink	87	84	92	86	91	90
jahu ja tangained	77	74	80	76	76	82
makaronitooted	32	24	44	40	33	33
kommid, šokolaadid	53	50	66	62	48	51
küpsised, keeksid, koogid	64	65	69	61	58	61
värske puuvili	22	18	20	26	25	23
värske köögivili	57	53	65	56	60	59
kartul	81	87	79	78	71	80
keedised, moosid	45	45	52	33	46	49
mahlad	48	46	58	42	53	50
õlu	58	58	67	48	59	59
viin	37	32	56	26	43	41

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad
(% vastanutest)

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmise elukoha lõikes

	Keskmiselt	Tallinn	suured linnad	väikelinnad	maa
juust	81	79	75	86	85
jogurt	82	81	76	84	87
jäätis	71	72	69	69	77
majonees	79	76	78	81	81
toiduõli	52	42	44	55	65
linnuliha	72	74	72	74	69
kalatooted	47	33	51	54	55
suitsuvorst, sink	87	81	87	92	92
jahu ja tangained	77	71	76	84	79
makaronitooted	32	22	33	41	36
kommid, šokolaadid	53	49	52	55	59
küpsised, keeksid, koogid	64	63	64	63	64
värske puuvili	22	18	23	26	23
värske köögivili	57	53	53	61	62
kartul	81	86	82	81	76
keedised, moosid	45	44	40	44	51
mahlad	48	43	45	53	55
õlu	58	54	51	61	64
viin	37	30	31	42	46

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad
(% vastanutest)

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmise vanuse lõikes

	Keskmiselt	18 – 29 aastased	30 – 49 aastased	50 - 64 aastased	65 - 74 aastased
juust	81	79	83	81	81
jogurt	82	86	85	80	69
jäätis	71	73	76	67	67
majonees	79	76	80	82	76
toiduõli	52	48	50	56	58
linnuliha	72	72	69	78	71
kalatooted	47	48	40	55	49
suitsuvorst, sink	87	83	89	89	85
jahu ja tangained	77	76	76	80	79
makaronitooted	32	32	22	39	47
kommid, šokolaadid	53	54	50	57	57
küpsised, keeksid, koogid	64	59	62	69	66
värske puuvili	22	24	16	24	28
värske köögivili	57	49	55	66	62
kartul	81	81	82	83	77
keedised, moosid	45	52	50	38	30
mahlad	48	53	49	46	40
õlu	58	69	56	58	45
viin	37	42	35	37	35

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad
(% vastanutest)

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmise rahvuse ja soo lõikes

	Keskmiselt	eestlased	muu rahvus	naised	mehed
juust	81	85	74	82	80
jogurt	82	87	73	83	80
jäätis	71	77	60	75	67
majonees	79	79	80	80	77
toiduõli	52	60	35	55	51
linnuliha	72	74	72	74	70
kalatooted	47	48	45	48	45
suitsuvorst, sink	87	91	79	88	86
jahu ja tangained	77	79	73	79	75
makaronitooted	32	31	35	31	34
kommid, šokolaadid	53	55	51	54	53
küpsised, keeksid, koogid	64	65	60	64	65
värske puuvili	22	22	23	22	21
värske köögivili	57	61	49	56	58
kartul	81	82	81	82	80
keedised, moosid	45	52	31	41	49
mahlad	48	52	40	49	47
õlu	58	64	46	49	68
viin	37	47	18	33	42

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostjad
(% vastanutest)

Ainult ja peamiselt kodumaiste toidukaupade ostmine leibkonnaliikme kuu netosissetuleku lõikes

	Keskmiselt	alla 2001 krooni	2001-4000 krooni	4001-6000 krooni	6001-8000 krooni	8001-10 000 krooni	üle 10 000 krooni
juust	81	75	81	82	81	83	81
jogurt	82	74	83	76	87	84	87
jäätis	71	74	71	69	72	73	75
majonees	79	77	83	79	79	78	74
toiduõli	52	53	51	56	49	54	42
linnuliha	72	66	69	71	75	81	74
kalatooted	47	49	54	48	44	39	39
suitsuvorst, sink	87	86	85	88	92	90	87
jahu ja tangained	77	74	74	76	83	82	73
makaronitooted	32	43	35	34	32	23	21
kommid, šokolaadid	53	54	52	54	61	52	46
küpsised, keeksid, koogid	64	60	61	62	65	67	67
värske puuvili	22	30	23	20	18	15	23
värske köögivili	57	51	60	58	54	52	60
kartul	81	74	82	84	81	80	85
keedised, moosid	45	45	44	40	46	49	55
mahlad	48	52	44	47	52	49	50
õlu	58	56	52	54	68	66	62
viin	37	41	35	34	37	41	44

Lisa 2.13

Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?
(% vastanutest)

Ameerika Ühendriigid

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		5	20	16	49
Regioon	Põhja-Eesti	4	24	15	57
	Kesk-Eesti	8	17	10	65
	Kirde-Eesti	0	22	38	40
	Lääne-Eesti	4	21	10	65
	Lõuna-Eesti	6	14	11	69
Elukoht	Tallinn	4	25	17	54
	suured linnad	4	17	22	57
	väikelinnad	3	20	17	60
	alevik, maa	7	17	11	65
Rahvus	eestlased	5	20	9	66
	muu rahvus	2	20	31	47
Vanus	18 - 29 aastased	8	32	15	45
	30 - 49 aastased	5	22	17	56
	50 - 64 aastased	1	13	16	70
	65 - 74 aastased	3	6	15	76
Sugu	naised	2	19	16	63
	mehed	7	22	16	55
Haridus	alg- ja põhiharidus	2	13	11	74
	kesk ja -eriharidus	3	20	19	58
	kõrgharidus	7	21	13	59
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	3	21	16	60
	2001 - 4000 kr	3	16	20	61
	4001 - 6000 kr	3	20	18	59
	6001 - 8000 kr	6	24	15	55
	8001 - 10 000 kr	8	17	10	65
	üle 10 000 kr	9	26	8	57

Millise maa toidukaupu usaldade julgesti osta?

(% vastanutest)

Eesti

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		87	12	0	1
Regioon	Põhja-Eesti	85	15	0	0
	Kesk-Eesti	92	7	0	1
	Kirde-Eesti	85	15	0	0
	Lääne-Eesti	90	9	1	0
	Lõuna-Eesti	90	9	0	1
Elukoht	Tallinn	85	15	0	0
	suured linnad	87	13	0	0
	väikelinnad	87	12	0	1
	alevik, maa	91	8	0	1
Rahvus	eestlased	91	8	0	1
	muu rahvus	79	21	0	0
Vanus	18 - 29 aastased	86	14	0	0
	30 - 49 aastased	87	13	0	0
	50 - 64 aastased	89	10	0	1
	65 - 74 aastased	90	10	0	0
Sugu	naised	91	9	0	0
	mehed	85	15	0	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	90	8	0	2
	kesk ja -eriharidus	88	12	0	0
	kõrgharidus	87	13	0	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	84	13	1	2
	2001 - 4000 kr	92	8	0	0
	4001 - 6000 kr	85	15	0	0
	6001 - 8000 kr	87	12	1	0
	8001 - 10 000 kr	91	7	1	1
	üle 10 000 kr	85	15	0	0

Millise maa toidukaupu usaldade julgesti osta?

(% vastanutest)

Holland

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		13	51	3	33
Regioon	Põhja-Eesti	13	52	4	31
	Kesk-Eesti	12	58	3	27
	Kirde-Eesti	11	44	5	40
	Lääne-Eesti	20	49	5	26
	Lõuna-Eesti	12	49	2	37
Elukoht	Tallinn	13	55	3	29
	suured linnad	13	46	4	37
	väikelinnad	11	50	5	34
	alevik, maa	16	49	2	33
Rahvus	eestlased	15	52	3	30
	muu rahvus	9	48	5	38
Vanus	18 - 29 aastased	14	53	3	30
	30 - 49 aastased	15	55	3	27
	50 - 64 aastased	13	47	4	36
	65 - 74 aastased	7	39	5	49
Sugu	naised	12	45	4	39
	mehed	15	56	3	26
Haridus	alg- ja põhiharidus	9	49	5	37
	kesk ja -eriharidus	10	52	4	34
	kõrgharidus	19	47	3	31
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	10	53	2	35
	2001 - 4000 kr	11	46	4	39
	4001 - 6000 kr	12	47	3	38
	6001 - 8000 kr	15	59	3	23
	8001 - 10 000 kr	14	49	4	33
	üle 10 000 kr	20	58	4	18

Millise maa toidukaupu usaldade julgesti osta?
(% vastanutest)

Leedu

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		25	60	4	11
Regioon	Põhja-Eesti	26	60	4	10
	Kesk-Eesti	21	56	4	19
	Kirde-Eesti	33	61	2	4
	Lääne-Eesti	20	59	6	15
	Lõuna-Eesti	20	63	6	11
Elukoht	Tallinn	27	60	5	8
	suured linnad	31	61	4	4
	väikelinnad	23	60	5	12
	alevik, maa	18	60	4	18
Rahvus	eestlased	19	63	5	13
	muu rahvus	35	56	4	5
Vanus	18 - 29 aastased	20	61	5	14
	30 - 49 aastased	27	60	4	9
	50 - 64 aastased	26	61	5	8
	65 - 74 aastased	22	61	2	15
Sugu	naised	24	63	3	10
	mehed	25	59	5	11
Haridus	alg- ja põhiharidus	21	51	5	23
	kesk ja -eriharidus	24	62	5	9
	kõrgharidus	26	61	3	10
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	22	60	2	16
	2001 - 4000 kr	30	56	5	9
	4001 - 6000 kr	25	61	4	10
	6001 - 8000 kr	23	63	4	10
	8001 - 10 000 kr	22	63	3	12
	üle 10 000 kr	19	63	7	11

Millise maa toidukaupu usaldade julgesti osta?
(% vastanutest)

Läti

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		24	65	4	7
Regioon	Põhja-Eesti	23	66	3	8
	Kesk-Eesti	20	65	3	12
	Kirde-Eesti	29	66	3	2
	Lääne-Eesti	22	65	5	8
	Lõuna-Eesti	24	65	4	7
Elukoht	Tallinn	23	65	4	8
	suured linnad	29	63	4	4
	väikelinnad	24	65	4	7
	alevik, maa	20	67	3	10
Rahvus	eestlased	20	68	3	9
	muu rahvus	31	61	4	4
Vanus	18 - 29 aastased	19	68	2	11
	30 - 49 aastased	26	65	4	5
	50 - 64 aastased	26	65	4	5
	65 - 74 aastased	21	64	2	13
Sugu	naised	24	66	3	7
	mehed	23	65	4	8
Haridus	alg- ja põhiharidus	18	61	4	17
	kesk ja -eriharidus	24	65	4	7
	kõrgharidus	25	65	3	7
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	26	60	3	11
	2001 - 4000 kr	25	63	4	8
	4001 - 6000 kr	24	67	3	6
	6001 - 8000 kr	24	65	4	7
	8001 - 10 000 kr	22	67	3	8
	üle 10 000 kr	19	68	5	8

Millise maa toidukaupu usaldade julgesti osta?
(% vastanutest)

Poola					
		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		8	59	19	14
Regioon	Põhja-Eesti	8	59	22	11
	Kesk-Eesti	7	57	15	21
	Kirde-Eesti	3	56	29	12
	Lääne-Eesti	11	60	14	15
	Lõuna-Eesti	9	60	15	16
Elukoht	Tallinn	7	59	24	10
	suured linnad	8	56	21	15
	väikelinnad	7	58	21	14
	alevik, maa	8	64	12	16
Rahvus	eestlased	9	64	13	14
	muu rahvus	4	50	34	12
Vanus	18 - 29 aastased	10	57	18	15
	30 - 49 aastased	7	63	20	10
	50 - 64 aastased	7	60	19	14
	65 - 74 aastased	5	55	20	20
Sugu	naised	6	62	18	14
	mehed	9	57	21	13
Haridus	alg- ja põhiharidus	9	54	7	30
	kesk ja -eriharidus	6	60	21	13
	kõrgharidus	10	59	20	11
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	7	56	18	19
	2001 - 4000 kr	6	56	21	17
	4001 - 6000 kr	8	62	19	11
	6001 - 8000 kr	4	60	23	13
	8001 - 10 000 kr	12	58	16	14
	üle 10 000 kr	9	64	16	11

Millise maa toidukaupu usaldade julgesti osta?
(% vastanutest)

Prantsusmaa					
		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		12	37	4	47
Regioon	Põhja-Eesti	13	42	4	41
	Kesk-Eesti	11	34	5	50
	Kirde-Eesti	6	42	5	47
	Lääne-Eesti	12	33	5	50
	Lõuna-Eesti	12	29	2	57
Elukoht	Tallinn	13	44	4	39
	suured linnad	11	36	4	49
	väikelinnad	11	34	3	52
	alevik, maa	11	32	4	53
Rahvus	eestlased	12	36	4	48
	muu rahvus	10	40	3	47
Vanus	18 - 29 aastased	15	45	3	37
	30 - 49 aastased	14	44	4	38
	50 - 64 aastased	8	29	3	60
	65 - 74 aastased	6	17	5	72
Sugu	naised	10	35	4	51
	mehed	14	39	4	43
Haridus	alg- ja põhiharidus	3	15	4	78
	kesk ja -eriharidus	9	37	3	51
	kõrgharidus	17	42	4	37
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	4	27	6	63
	2001 - 4000 kr	9	37	4	50
	4001 - 6000 kr	11	32	3	54
	6001 - 8000 kr	13	45	4	38
	8001 - 10 000 kr	14	36	3	47
	üle 10 000 kr	20	45	5	30

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
Keskmiselt		37	46	1	16
Regioon	Põhja-Eesti	39	47	2	12
	Kesk-Eesti	37	47	3	13
	Kirde-Eesti	34	45	0	21
	Lääne-Eesti	41	42	2	15
	Lõuna-Eesti	33	48	0	19
Elukoht	Tallinn	40	46	2	12
	suured linnad	36	46	0	18
	väikelinnad	33	49	2	16
	alevik, maa	37	45	1	17
Rahvus	eestlased	40	45	1	14
	muu rahvus	31	47	2	20
Vanus	18 - 29 aastased	44	43	0	13
	30 - 49 aastased	42	47	1	10
	50 - 64 aastased	31	47	2	20
	65 - 74 aastased	23	47	1	29
Sugu	naised	34	46	1	19
	mehed	41	46	1	12
Haridus	alg- ja põhiharidus	22	47	2	29
	kesk ja -eriharidus	34	49	1	16
	kõrgharidus	44	42	1	13
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	31	39	1	29
	2001 - 4000 kr	31	50	2	17
	4001 - 6000 kr	34	48	1	17
	6001 - 8000 kr	44	45	1	10
	8001 -10 000 kr	40	42	3	15
	üle 10 000 kr	48	45	0	7

Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?

(% vastanutest)

Saksamaa

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		25	49	4	22
Regioon	Põhja-Eesti	27	51	5	17
	Kesk-Eesti	22	51	3	24
	Kirde-Eesti	21	50	2	27
	Lääne-Eesti	28	45	4	23
	Lõuna-Eesti	23	47	2	28
Elukoht	Tallinn	28	51	5	16
	suured linnad	24	49	3	24
	väikelinnad	24	48	3	25
	alevik, maa	21	49	2	28
Rahvus	eestlased	23	49	4	24
	muu rahvus	28	50	2	20
Vanus	18 - 29 aastased	27	53	2	18
	30 - 49 aastased	29	50	4	17
	50 - 64 aastased	18	50	3	29
	65 - 74 aastased	17	41	5	37
Sugu	naised	21	50	4	25
	mehed	29	49	3	19
Haridus	alg- ja põhiharidus	14	34	7	45
	kesk ja -eriharidus	22	53	2	23
	kõrgharidus	30	47	5	18
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	22	44	3	31
	2001 - 4000 kr	22	51	2	25
	4001 - 6000 kr	23	47	3	27
	6001 - 8000 kr	30	52	4	14
	8001 -10 000 kr	27	44	6	23
	üle 10 000 kr	28	54	7	11

Millise maa toidukaupu usaldade julgesti osta?

(% vastanutest)

valmistatud Euroopa Liidus (made in EU)

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		16	60	8	16
Regioon	Põhja-Eesti	17	61	10	12
	Kesk-Eesti	13	64	4	19
	Kirde-Eesti	10	55	9	26
	Lääne-Eesti	18	56	9	17
	Lõuna-Eesti	17	61	7	15
Elukoht	Tallinn	16	62	11	11
	suured linnad	15	56	9	20
	väikelinnad	15	62	4	19
	alevik, maa	16	59	8	17
Rahvus	eestlased	16	63	7	14
	muu rahvus	15	56	10	19
Vanus	18 - 29 aastased	21	63	6	10
	30 - 49 aastased	19	62	10	9
	50 - 64 aastased	9	60	9	22
	65 - 74 aastased	9	50	6	35
Sugu	naised	15	58	8	19
	mehed	16	64	8	12
Haridus	alg- ja põhiharidus	17	44	3	36
	kesk ja -eriharidus	15	60	8	17
	kõrgharidus	17	64	9	10
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	20	45	11	24
	2001 - 4000 kr	14	59	7	20
	4001 - 6000 kr	14	61	8	17
	6001 - 8000 kr	17	59	13	11
	8001 -10 000 kr	17	67	4	12
	üle 10 000 kr	16	67	8	9

Millise maa toidukaupu usaldade julgesti osta?

(% vastanutest)

Venemaa

		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		13	61	11	15
Regioon	Põhja-Eesti	12	63	14	11
	Kesk-Eesti	8	65	9	18
	Kirde-Eesti	21	69	5	5
	Lääne-Eesti	10	54	12	24
	Lõuna-Eesti	11	56	11	22
Elukoht	Tallinn	12	65	14	9
	suured linnad	18	61	5	16
	väikelinnad	12	56	14	18
	alevik, maa	8	63	11	18
Rahvus	eestlased	6	58	15	21
	muu rahvus	25	68	4	3
Vanus	18 - 29 aastased	12	62	11	15
	30 - 49 aastased	13	65	11	11
	50 - 64 aastased	11	62	12	15
	65 - 74 aastased	14	47	12	27
Sugu	naised	12	60	11	17
	mehed	12	64	12	12
Haridus	alg- ja põhiharidus	11	49	10	30
	kesk ja -eriharidus	13	63	12	12
	kõrgharidus	12	62	11	15
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	9	64	8	19
	2001 - 4000 kr	16	61	11	12
	4001 - 6000 kr	14	61	9	16
	6001 - 8000 kr	10	64	14	12
	8001 -10 000 kr	16	50	12	22
	üle 10 000 kr	7	67	14	12

Millise maa toidukaupu usaldate julgesti osta?
(% vastanutest)

Ukraina		usaldan kõiki toidukaupu	usaldan üksikuid toidukaupu	ei usalda mitte ühtegi	pole tarbinud, ei oska öelda
Keskmiselt		7	54	16	23
Regioon	Põhja-Eesti	6	59	19	16
	Kesk-Eesti	2	49	18	31
	Kirde-Eesti	8	63	14	15
	Lääne-Eesti	10	46	14	30
	Lõuna-Eesti	10	43	14	33
Elukoht	Tallinn	6	59	21	14
	suured linnad	9	54	13	24
	väikelinnad	6	52	16	26
	alevik, maa	7	49	14	30
Rahvus	eestlased	5	50	15	30
	muu rahvus	11	62	19	8
Vanus	18 - 29 aastased	8	51	14	27
	30 - 49 aastased	8	59	16	17
	50 - 64 aastased	5	53	20	22
	65 - 74 aastased	8	42	17	33
Sugu	naised	6	52	17	25
	mehed	8	55	16	21
Haridus	alg- ja põhiharidus	9	34	13	44
	kesk ja -eriharidus	7	56	17	20
	kõrgharidus	8	52	17	23
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	4	54	17	25
	2001 - 4000 kr	7	59	15	19
	4001 - 6000 kr	7	54	16	23
	6001 - 8000 kr	7	51	20	22
	8001 -10 000 kr	14	48	10	28
	üle 10 000 kr	5	49	21	25

Lisa 2.14

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

		alati	sageli	harva	üldse mitte	ei oska öelda, ei osta ise süüa
Keskmiselt		66	28	6	0	0
Regioon	Põhja-Eesti	66	28	6	0	0
	Kesk-Eesti	72	21	6	0	1
	Kirde-Eesti	73	24	3	0	0
	Lääne-Eesti	63	29	8	0	0
	Lõuna-Eesti	60	34	5	1	0
Elukoht	Tallinn	67	26	7	0	0
	suured linnad	65	29	5	1	0
	väikelinnad	68	29	3	0	0
	alevik, maa	66	28	6	0	0
Rahvus	eestlased	60	33	7	0	0
	muu rahvus	79	18	3	0	0
Vanus	18 - 29 aastased	63	29	7	1	0
	30 - 49 aastased	64	29	7	0	0
	50 - 64 aastased	70	26	4	0	0
	65 - 74 aastased	68	28	2	1	1
Sugu	naised	69	26	5	0	0
	mehed	63	30	7	0	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	75	21	3	0	1
	kesk ja -eriharidus	71	25	4	0	0
	kõrgharidus	57	34	8	1	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	88	11	1	0	0
	2001 - 4000 kr	77	21	2	0	0
	4001 - 6000 kr	69	27	4	0	0
	6001 - 8000 kr	64	32	3	1	0
	8001 -10 000 kr	53	40	7	0	0
	üle 10 000 kr	37	41	22	0	0

Kas peate oma toidukulude kohta arvestust või arvestust või teate, kui palju toidu peale kuus kulutate?
(% vastanutest)

		jah, pean täpselt arvestust, tean täpselt	jah, tean enam-vähem suurusjärke	ei tea, pole arvestust pidanud	ei huvita, pole oluline
Keskmiselt		14	59	25	2
Regioon	Põhja-Eesti	15	57	26	2
	Kesk-Eesti	13	65	21	1
	Kirde-Eesti	13	65	19	3
	Lääne-Eesti	14	52	33	1
	Lõuna-Eesti	13	58	27	2
Elukoht	Tallinn	17	56	25	2
	suured linnad	14	63	21	2
	väikelinnad	13	59	26	2
	alevik, maa	11	58	30	1
Rahvus	eestlased	13	55	30	2
	muu rahvus	17	65	17	1
Vanus	18 - 29 aastased	10	56	32	2
	30 - 49 aastased	13	61	25	1
	50 - 64 aastased	15	62	22	1
	65 - 74 aastased	21	56	21	2
Sugu	naised	16	60	23	1
	mehed	12	58	28	2
Haridus	alg- ja põhiharidus	16	51	32	1
	kesk ja -eriharidus	13	60	25	2
	kõrgharidus	15	59	25	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	27	51	20	2
	2001 - 4000 kr	17	64	19	0
	4001 - 6000 kr	12	61	26	1
	6001 - 8000 kr	11	57	30	2
	8001 -10 000 kr	12	58	26	4
	üle 10 000 kr	9	52	37	2

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
Keskmiselt		15	60	12	12	1
Regioon	Põhja-Eesti	19	61	9	10	1
	Kesk-Eesti	9	55	15	21	0
	Kirde-Eesti	8	68	16	8	0
	Lääne-Eesti	17	59	9	14	1
	Lõuna-Eesti	13	58	16	12	1
Elukoht	Tallinn	19	62	9	9	1
	suured linnad	17	60	13	10	0
	väikelinnad	10	60	17	12	1
	alevik, maa	12	60	12	15	1
Rahvus	eestlased	17	60	10	12	1
	muu rahvus	11	60	17	12	0
Vanus	18 - 29 aastased	20	58	11	11	0
	30 - 49 aastased	13	65	11	10	1
	50 - 64 aastased	14	59	14	12	1
	65 - 74 aastased	10	54	16	18	2
Sugu	naised	15	58	14	12	1
	mehed	15	63	11	11	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	9	43	25	22	1
	kesk ja -eriharidus	11	58	15	15	1
	kõrgharidus	22	65	7	5	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	1	30	29	39	1
	2001 - 4000 kr	4	58	18	19	1
	4001 - 6000 kr	11	66	12	10	1
	6001 - 8000 kr	12	76	8	4	0
	8001 -10 000 kr	29	64	5	2	0
	üle 10 000 kr	47	52	1	0	0

Kas teie toidukaupade ostmise ja tarbimisharjumused muutusid 2009. aastal toidukaupade hindade muutuse (hinnatõusu) ja majandussurutise tõttu? (% vastanutest)

		jah, muutusid tunduvalt	jah, toimusid mõned muutused	ei muutunud, harjumused jäid samaks
Keskmiselt		22	57	21
Regioon	Põhja-Eesti	21	58	21
	Kesk-Eesti	29	54	17
	Kirde-Eesti	25	56	19
	Lääne-Eesti	18	51	31
	Lõuna-Eesti	17	63	20
Elukoht	Tallinn	22	57	21
	suured linnad	20	56	24
	väikelinnad	25	57	18
	alevik, maa	19	59	22
Rahvus	eestlased	16	57	27
	muu rahvus	33	57	10
Vanus	18 - 29 aastased	23	60	17
	30 - 49 aastased	22	58	20
	50 - 64 aastased	20	55	25
	65 - 74 aastased	18	58	24
Sugu	naised	22	58	20
	mehed	21	57	22
Haridus	alg- ja põhiharidus	40	49	11
	kesk ja -eriharidus	24	59	17
	kõrgharidus	14	57	29
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	58	38	4
	2001 - 4000 kr	33	58	9
	4001 - 6000 kr	18	62	20
	6001 - 8000 kr	14	61	25
	8001 - 10 000 kr	7	54	39
	üle 10 000 kr	5	53	42

Kui teie harjumused muutusid, siis mil moel? (% vastanutest)

		hakkasin varasemast sagedamini vaatama toiduainete hindu	hakkasin varasemast sagedamini ostma odavamalt kaupa	vähendasin ostetava toidu kogust	asendasin teatud toiduained teiste toiduainetega, muutsin menüüd	hakkasin ostma kallimaid või sama hinnaga importtoiduaineid, mille kvaliteet oli kodumaisest parem	hakkasin kallima kodumaise toidu asemel ostma odavamalt importkaupa
Keskmiselt		64	49	34	24	2	15
Regioon	Põhja-Eesti	62	46	34	22	3	15
	Kesk-Eesti	64	56	36	28	2	15
	Kirde-Eesti	71	55	44	30	5	14
	Lääne-Eesti	56	40	22	14	0	10
	Lõuna-Eesti	66	52	31	24	1	16
Elukoht	Tallinn	61	48	34	24	3	15
	suured linnad	63	51	37	22	2	17
	väikelinnad	68	53	33	29	3	13
	alevik, maa	63	46	30	20	1	13
Rahvus	eestlased	58	45	27	20	2	13
	muu rahvus	75	58	47	32	4	18
Vanus	18 - 29 aastased	67	51	34	21	1	16
	30 - 49 aastased	63	48	33	25	3	17
	50 - 64 aastased	61	48	34	23	3	10
	65 - 74 aastased	65	50	35	26	2	12
Sugu	naised	64	50	34	23	2	13
	mehed	62	48	33	24	2	16
Haridus	alg- ja põhiharidus	63	60	45	35	0	11
	kesk ja -eriharidus	71	54	33	28	2	18
	kõrgharidus	54	39	32	15	3	11
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	85	75	51	51	1	28
	2001 - 4000 kr	75	64	44	35	3	20
	4001 - 6000 kr	65	48	31	20	3	15
	6001 - 8000 kr	58	44	30	15	3	9
	8001 - 10 000 kr	45	30	25	13	1	5
	üle 10 000 kr	45	27	19	11	3	10

Kui teie harjumused muutusid, siis mil moel? järg
(% vastanutest)

		valmis- toitude ostmise asemel hakkasin rohkem ise süüa tegema	vähendasin oluliselt või lõpetasin lõuna ajal väljas söömise	vahetasin söömis- kohta	hakkasin rohkem tarbima isekasvatatud toitu	hakkasin rohkem turult toidukaupu ostma	käin poes harvemini
Keskmiselt		36	26	11	22	12	23
Regioon	Põhja-Eesti	36	30	12	14	13	20
	Kesk-Eesti	39	25	7	36	4	32
	Kirde-Eesti	42	27	14	22	12	26
	Lääne-Eesti	27	20	7	22	7	21
	Lõuna-Eesti	33	20	9	31	14	22
Elukoht	Tallinn	37	30	12	14	13	21
	suured linnad	37	25	13	19	15	21
	väikelinnad	36	28	9	27	6	26
	alevik, maa	33	20	8	31	11	23
Rahvus	eestlased	32	21	9	23	11	22
	muu rahvus	44	34	14	20	11	24
Vanus	18 - 29 aastased	41	36	14	24	12	28
	30 - 49 aastased	36	26	11	20	13	24
	50 - 64 aastased	32	23	9	22	7	20
	65 - 74 aastased	31	10	7	24	16	17
Sugu	naised	37	25	8	22	12	25
	mehed	34	26	13	22	10	20
Haridus	alg- ja põhiharidus	42	19	11	20	12	30
	kesk ja -eriharidus	39	28	12	26	12	26
	kõrgharidus	30	23	9	16	11	17
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	45	32	9	41	11	43
	2001 - 4000 kr	44	27	13	25	13	32
	4001 - 6000 kr	37	24	9	21	14	19
	6001 - 8000 kr	31	29	10	22	9	16
	8001 - 10 000 kr	22	21	9	16	4	17
	üle 10 000 kr	28	21	12	9	13	13

Kui teie harjumused muutusid, siis mil moel? järg
(% vastanutest)

		vahetasin oma peamist toiduostukohta või ostukohti	püüdsin toitu varasemast vähem ära visata ja oma ostusid paremini planeerida	hakkasin toidukulude üle varasemast täpsemat arvestust pidama	ostsin talunikult korruga kogu talvekartuli, - porgandi, -kapsa vms
Keskmiselt		9	29	22	11
Regioon	Põhja-Eesti	9	29	23	12
	Kesk-Eesti	11	32	18	13
	Kirde-Eesti	8	26	39	6
	Lääne-Eesti	10	22	10	8
	Lõuna-Eesti	9	34	16	13
Elukoht	Tallinn	8	29	24	12
	suured linnad	9	31	30	8
	väikelinnad	9	29	20	13
	alevik, maa	11	28	15	11
Rahvus	eestlased	9	28	14	12
	muu rahvus	11	31	38	10
Vanus	18 - 29 aastased	11	34	18	10
	30 - 49 aastased	11	28	20	11
	50 - 64 aastased	7	29	25	11
	65 - 74 aastased	7	25	26	14
Sugu	naised	8	30	22	11
	mehed	10	28	21	12
Haridus	alg- ja põhiharidus	10	30	23	16
	kesk ja -eriharidus	10	28	24	13
	kõrgharidus	8	30	18	8
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	15	32	37	6
	2001 - 4000 kr	11	31	30	16
	4001 - 6000 kr	8	29	22	10
	6001 - 8000 kr	12	31	22	15
	8001 - 10 000 kr	6	19	8	8
	üle 10 000 kr	7	28	6	7

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

puuviljad

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		12	65	22	0	1
Regioon	Põhja-Eesti	10	67	23	0	0
	Kesk-Eesti	13	60	26	0	1
	Kirde-Eesti	10	66	24	0	0
	Lääne-Eesti	10	72	16	1	1
	Lõuna-Eesti	15	64	20	0	1
Elukoht	Tallinn	10	67	23	0	0
	suured linnad	10	65	25	0	0
	väikelinnad	12	66	21	0	1
	alevik, maa	13	65	20	1	1
Rahvus	eestlased	12	68	19	0	1
	muu rahvus	11	59	29	1	0
Vanus	18 - 29 aastased	13	68	19	0	0
	30 - 49 aastased	11	66	23	0	0
	50 - 64 aastased	13	63	22	1	1
	65 - 74 aastased	7	65	25	1	2
Sugu	naised	13	66	21	0	0
	mehed	10	66	23	0	1
Haridus	alg- ja põhiharidus	12	60	25	1	2
	kesk ja -eriharidus	11	63	25	0	1
	kõrgharidus	13	69	18	0	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	14	53	33	0	0
	2001 - 4000 kr	8	62	28	1	1
	4001 - 6000 kr	13	60	26	0	1
	6001 - 8000 kr	10	71	19	0	0
	8001 - 10 000 kr	17	77	6	0	0
	üle 10 000 kr	12	76	11	0	1

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

köögiviljad

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		15	77	8	0	0
Regioon	Põhja-Eesti	13	78	9	0	0
	Kesk-Eesti	21	72	6	1	0
	Kirde-Eesti	9	83	8	0	0
	Lääne-Eesti	17	76	6	1	0
	Lõuna-Eesti	19	75	6	0	0
Elukoht	Tallinn	12	78	10	0	0
	suured linnad	15	78	7	0	0
	väikelinnad	11	82	7	0	0
	alevik, maa	21	74	5	0	0
Rahvus	eestlased	18	77	5	0	0
	muu rahvus	9	78	13	0	0
Vanus	18 - 29 aastased	17	76	7	0	0
	30 - 49 aastased	16	77	7	0	0
	50 - 64 aastased	12	79	9	0	0
	65 - 74 aastased	11	78	11	0	0
Sugu	naised	19	74	7	0	0
	mehed	11	81	8	0	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	19	73	7	1	0
	kesk ja -eriharidus	14	78	8	0	0
	kõrgharidus	15	78	7	0	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	15	70	15	0	0
	2001 - 4000 kr	15	76	9	0	0
	4001 - 6000 kr	15	77	8	0	0
	6001 - 8000 kr	13	80	7	0	0
	8001 - 10 000 kr	14	86	0	0	0
	üle 10 000 kr	19	75	6	0	0

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

kartul

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		10	78	11	0	1
Regioon	Põhja-Eesti	8	79	12	0	1
	Kesk-Eesti	17	78	4	0	1
	Kirde-Eesti	6	80	13	0	1
	Lääne-Eesti	13	74	10	1	1
	Lõuna-Eesti	12	76	10	0	2
Elukoht	Tallinn	7	78	13	1	1
	suured linnad	7	77	15	0	1
	väikelinnad	14	76	9	0	1
	alevik, maa	14	79	6	0	1
Rahvus	eestlased	12	79	8	0	1
	muu rahvus	6	77	15	1	1
Vanus	18 - 29 aastased	17	71	10	1	1
	30 - 49 aastased	10	80	9	0	1
	50 - 64 aastased	7	79	13	0	1
	65 - 74 aastased	3	81	15	0	1
Sugu	naised	11	76	12	0	1
	mehed	9	82	9	0	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	13	77	9	0	1
	kesk ja -eriharidus	12	78	9	0	1
	kõrgharidus	8	78	13	0	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	24	68	8	0	0
	2001 - 4000 kr	11	81	8	0	0
	4001 - 6000 kr	11	76	11	1	1
	6001 - 8000 kr	7	79	12	0	1
	8001 - 10 000 kr	6	84	10	0	0
	üle 10 000 kr	5	75	18	0	2

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

mahlad, mahlajoogid

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		9	53	28	4	6
Regioon	Põhja-Eesti	9	51	29	4	7
	Kesk-Eesti	8	51	38	2	1
	Kirde-Eesti	7	48	29	6	10
	Lääne-Eesti	12	55	24	3	6
	Lõuna-Eesti	9	61	25	2	3
Elukoht	Tallinn	10	51	28	4	7
	suured linnad	9	48	30	5	8
	väikelinnad	10	51	30	4	5
	alevik, maa	7	62	25	2	4
Rahvus	eestlased	9	58	28	2	3
	muu rahvus	9	44	28	8	11
Vanus	18 - 29 aastased	12	54	30	2	2
	30 - 49 aastased	9	55	29	4	3
	50 - 64 aastased	8	52	28	4	8
	65 - 74 aastased	6	47	23	7	17
Sugu	naised	11	48	30	5	6
	mehed	7	59	26	3	5
Haridus	alg- ja põhiharidus	10	35	36	4	15
	kesk ja -eriharidus	8	54	28	4	6
	kõrgharidus	10	57	27	3	3
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	12	39	38	5	6
	2001 - 4000 kr	6	45	35	7	7
	4001 - 6000 kr	9	53	28	3	7
	6001 - 8000 kr	9	59	25	3	4
	8001 - 10 000 kr	11	65	19	1	4
	üle 10 000 kr	11	62	22	1	4

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

joogipiim

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		7	72	14	1	6
Regioon	Põhja-Eesti	7	70	15	1	7
	Kesk-Eesti	13	64	17	2	4
	Kirde-Eesti	6	73	15	0	6
	Lääne-Eesti	7	79	10	1	3
	Lõuna-Eesti	8	73	12	1	6
Elukoht	Tallinn	6	69	16	2	7
	suured linnad	7	72	15	1	5
	väikelinnad	7	76	12	1	4
	alevik, maa	11	72	11	0	6
Rahvus	eestlased	9	72	12	1	6
	muu rahvus	6	70	17	2	5
Vanus	18 - 29 aastased	9	70	13	0	8
	30 - 49 aastased	9	73	13	1	4
	50 - 64 aastased	6	71	17	1	5
	65 - 74 aastased	4	74	11	2	9
Sugu	naised	9	71	14	1	5
	mehed	6	72	14	1	7
Haridus	alg- ja põhiharidus	4	68	17	1	10
	kesk ja -eriharidus	7	70	15	1	7
	kõrgharidus	9	75	11	1	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	9	63	21	2	5
	2001 - 4000 kr	7	72	16	0	5
	4001 - 6000 kr	10	68	13	2	7
	6001 - 8000 kr	4	77	12	1	6
	8001 - 10 000 kr	5	79	12	2	2
	üle 10 000 kr	8	75	9	0	8

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

jogurtid

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		9	46	33	4	8
Regioon	Põhja-Eesti	9	48	32	5	6
	Kesk-Eesti	11	38	34	7	10
	Kirde-Eesti	9	37	39	4	11
	Lääne-Eesti	11	54	27	3	5
	Lõuna-Eesti	6	46	36	2	10
Elukoht	Tallinn	10	50	29	5	6
	suured linnad	8	47	32	3	10
	väikelinnad	10	43	33	4	10
	alevik, maa	7	41	40	4	8
Rahvus	eestlased	9	50	33	2	6
	muu rahvus	8	38	34	8	12
Vanus	18 - 29 aastased	12	50	31	1	6
	30 - 49 aastased	8	49	34	4	5
	50 - 64 aastased	8	41	35	6	10
	65 - 74 aastased	5	35	35	6	19
Sugu	naised	10	45	33	3	9
	mehed	7	46	34	5	8
Haridus	alg- ja põhiharidus	9	30	35	9	17
	kesk ja -eriharidus	9	40	37	5	9
	kõrgharidus	8	57	28	2	5
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	13	27	40	8	12
	2001 - 4000 kr	6	36	43	5	10
	4001 - 6000 kr	8	42	34	5	11
	6001 - 8000 kr	13	46	33	4	4
	8001 - 10 000 kr	8	71	17	1	3
	üle 10 000 kr	10	66	20	0	4

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

keefir, hapupiim jms

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		4	55	26	4	11
Regioon	Põhja-Eesti	5	58	23	3	11
	Kesk-Eesti	5	50	25	6	14
	Kirde-Eesti	2	57	28	4	9
	Lääne-Eesti	5	56	24	2	13
	Lõuna-Eesti	5	50	30	4	11
Elukoht	Tallinn	4	58	23	4	11
	suured linnad	4	56	26	3	11
	väikelinnad	5	49	28	5	13
	alevik, maa	4	55	27	3	11
Rahvus	eestlased	5	56	26	2	11
	muu rahvus	3	52	26	6	13
Vanus	18 - 29 aastased	5	50	27	4	14
	30 - 49 aastased	4	59	25	3	9
	50 - 64 aastased	5	57	25	3	10
	65 - 74 aastased	4	48	27	6	15
Sugu	naised	7	51	25	4	13
	mehed	2	60	26	3	9
Haridus	alg- ja põhiharidus	6	41	31	5	17
	kesk ja -eriharidus	4	53	28	4	11
	kõrgharidus	5	59	22	3	11
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	3	36	41	10	10
	2001 - 4000 kr	4	51	29	4	12
	4001 - 6000 kr	5	54	22	5	14
	6001 - 8000 kr	4	60	31	1	4
	8001 - 10 000 kr	3	68	19	3	7
	üle 10 000 kr	7	61	17	0	15

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

või ja muud piimarasvamäärde

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		3	61	26	3	7
Regioon	Põhja-Eesti	5	62	22	5	6
	Kesk-Eesti	2	56	32	2	8
	Kirde-Eesti	2	54	34	3	7
	Lääne-Eesti	1	64	28	2	5
	Lõuna-Eesti	4	63	24	3	6
Elukoht	Tallinn	5	60	24	5	6
	suured linnad	4	65	25	2	4
	väikelinnad	0	60	30	3	7
	alevik, maa	3	63	25	2	7
Rahvus	eestlased	3	66	23	2	6
	muu rahvus	3	53	31	7	6
Vanus	18 - 29 aastased	3	61	27	1	8
	30 - 49 aastased	5	62	23	5	5
	50 - 64 aastased	2	62	26	4	6
	65 - 74 aastased	1	56	31	4	8
Sugu	naised	4	60	25	3	8
	mehed	3	62	26	4	5
Haridus	alg- ja põhiharidus	7	54	27	3	9
	kesk ja -eriharidus	3	60	27	4	6
	kõrgharidus	3	63	24	3	7
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	3	57	27	5	8
	2001 - 4000 kr	2	56	31	5	6
	4001 - 6000 kr	5	58	27	4	6
	6001 - 8000 kr	2	65	25	2	6
	8001 - 10 000 kr	5	69	18	2	6
	üle 10 000 kr	2	72	19	1	6

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

hapukoos

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		3	74	21	1	1
Regioon	Põhja-Eesti	3	75	19	1	2
	Kesk-Eesti	4	66	28	1	1
	Kirde-Eesti	2	74	23	1	0
	Lääne-Eesti	3	75	22	0	0
	Lõuna-Eesti	2	74	21	1	2
Elukoht	Tallinn	3	75	19	1	2
	suured linnad	3	77	19	1	0
	väikelinnad	2	70	26	1	1
	alevik, maa	3	74	22	0	1
Rahvus	eestlased	2	77	19	1	1
	muu rahvus	3	69	25	1	2
Vanus	18 - 29 aastased	3	78	17	0	2
	30 - 49 aastased	3	74	20	2	1
	50 - 64 aastased	3	72	23	1	1
	65 - 74 aastased	2	63	31	1	3
Sugu	naised	3	74	21	1	1
	mehed	2	73	22	1	2
Haridus	alg- ja põhiharidus	5	70	23	1	1
	kesk ja -eriharidus	3	70	25	1	1
	kõrgharidus	2	78	17	1	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	3	68	29	0	0
	2001 - 4000 kr	3	71	25	1	0
	4001 - 6000 kr	4	70	22	2	2
	6001 - 8000 kr	0	77	21	1	1
	8001 - 10 000 kr	1	84	13	1	1
	üle 10 000 kr	1	78	16	0	5

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

kohukesed

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		6	34	36	9	15
Regioon	Põhja-Eesti	5	35	37	9	14
	Kesk-Eesti	5	26	41	10	18
	Kirde-Eesti	10	36	33	11	10
	Lääne-Eesti	9	34	31	8	18
	Lõuna-Eesti	5	32	36	11	16
Elukoht	Tallinn	5	37	34	9	15
	suured linnad	7	40	31	13	9
	väikelinnad	8	29	41	9	13
	alevik, maa	4	29	40	7	20
Rahvus	eestlased	5	34	35	8	18
	muu rahvus	8	34	37	12	9
Vanus	18 - 29 aastased	10	32	40	10	8
	30 - 49 aastased	5	40	39	6	10
	50 - 64 aastased	4	30	32	13	21
	65 - 74 aastased	2	26	29	11	32
Sugu	naised	7	30	36	10	17
	mehed	5	37	37	9	12
Haridus	alg- ja põhiharidus	6	27	31	11	25
	kesk ja -eriharidus	6	32	37	10	15
	kõrgharidus	5	38	36	8	13
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	11	18	46	12	13
	2001 - 4000 kr	6	28	40	11	15
	4001 - 6000 kr	4	36	33	10	17
	6001 - 8000 kr	3	37	40	10	10
	8001 - 10 000 kr	6	39	31	7	17
	üle 10 000 kr	9	41	29	6	15

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

kohupim, kodujuust

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		8	55	30	2	5
Regioon	Põhja-Eesti	8	58	28	1	5
	Kesk-Eesti	9	43	35	6	7
	Kirde-Eesti	6	55	33	1	5
	Lääne-Eesti	10	57	22	4	7
	Lõuna-Eesti	7	55	32	2	4
Elukoht	Tallinn	9	59	27	1	4
	suured linnad	7	53	33	2	5
	väikelinnad	10	49	34	3	4
	alevik, maa	6	56	28	3	7
Rahvus	eestlased	8	57	28	2	5
	muu rahvus	8	50	34	2	6
Vanus	18 - 29 aastased	10	54	28	3	5
	30 - 49 aastased	7	57	30	2	4
	50 - 64 aastased	7	55	30	2	6
	65 - 74 aastased	9	52	33	0	6
Sugu	naised	9	54	30	2	5
	mehed	6	56	30	2	6
Haridus	alg- ja põhiharidus	8	42	34	5	11
	kesk ja -eriharidus	8	51	33	3	5
	kõrgharidus	8	63	24	1	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	6	26	48	11	9
	2001 - 4000 kr	8	50	34	3	5
	4001 - 6000 kr	9	54	29	2	6
	6001 - 8000 kr	8	57	33	0	2
	8001 - 10 000 kr	4	77	18	0	1
	üle 10 000 kr	11	66	17	0	6

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

juust, sulatatud juust

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		7	61	26	3	3
Regioon	Põhja-Eesti	5	66	23	3	3
	Kesk-Eesti	9	55	27	2	7
	Kirde-Eesti	6	56	32	4	2
	Lääne-Eesti	8	65	22	1	4
	Lõuna-Eesti	7	58	29	3	3
Elukoht	Tallinn	6	64	23	4	3
	suured linnad	7	56	29	4	4
	väikelinnad	8	60	27	2	3
	alevik, maa	6	63	27	1	3
Rahvus	eestlased	6	66	24	2	2
	muu rahvus	8	49	31	6	6
Vanus	18 - 29 aastased	8	60	27	2	3
	30 - 49 aastased	7	63	24	3	3
	50 - 64 aastased	6	62	26	4	2
	65 - 74 aastased	3	57	31	3	6
Sugu	naised	7	60	26	3	4
	mehed	6	62	26	3	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	11	42	32	4	11
	kesk ja -eriharidus	7	57	29	4	3
	kõrgharidus	6	70	21	2	1
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	6	40	47	1	6
	2001 - 4000 kr	9	49	33	5	4
	4001 - 6000 kr	5	67	23	3	2
	6001 - 8000 kr	5	66	25	2	2
	8001 - 10 000 kr	6	75	15	1	3
	üle 10 000 kr	9	72	17	1	1

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

rõõsk koor (10%, 35%, 38%)

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		4	46	28	6	16
Regioon	Põhja-Eesti	5	51	23	6	15
	Kesk-Eesti	1	42	28	8	21
	Kirde-Eesti	4	38	35	9	14
	Lääne-Eesti	3	47	28	5	17
	Lõuna-Eesti	2	46	31	4	17
Elukoht	Tallinn	6	52	22	7	13
	suured linnad	4	45	32	6	13
	väikelinnad	3	40	31	7	19
	alevik, maa	1	46	29	5	19
Rahvus	eestlased	3	49	27	4	17
	muu rahvus	6	41	28	11	14
Vanus	18 - 29 aastased	4	47	26	5	18
	30 - 49 aastased	4	47	26	6	17
	50 - 64 aastased	4	46	30	6	14
	65 - 74 aastased	2	43	31	8	16
Sugu	naised	3	46	28	8	15
	mehed	4	46	28	5	17
Haridus	alg- ja põhiharidus	7	34	28	7	24
	kesk ja -eriharidus	3	43	29	7	18
	kõrgharidus	4	54	25	5	12
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	5	32	27	12	24
	2001 - 4000 kr	3	41	34	9	13
	4001 - 6000 kr	5	43	28	7	17
	6001 - 8000 kr	1	53	28	4	14
	8001 - 10 000 kr	6	51	22	1	20
	üle 10 000 kr	2	63	21	3	11

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

linnuliha

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		18	59	21	0	2
Regioon	Põhja-Eesti	21	62	17	0	0
	Kesk-Eesti	15	51	28	1	5
	Kirde-Eesti	8	65	24	0	3
	Lääne-Eesti	16	64	18	1	1
	Lõuna-Eesti	20	54	23	0	3
Elukoht	Tallinn	20	61	19	0	0
	suured linnad	11	65	21	1	2
	väikelinnad	18	60	20	0	2
	alevik, maa	19	53	24	0	4
Rahvus	eestlased	20	58	18	1	3
	muu rahvus	11	62	27	0	0
Vanus	18 - 29 aastased	21	57	19	1	2
	30 - 49 aastased	17	62	20	0	1
	50 - 64 aastased	18	59	21	0	2
	65 - 74 aastased	11	56	26	0	7
Sugu	naised	20	59	19	0	2
	mehed	14	62	22	0	2
Haridus	alg- ja põhiharidus	18	46	28	0	8
	kesk ja -eriharidus	16	58	25	0	1
	kõrgharidus	20	63	14	1	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	15	35	49	0	1
	2001 - 4000 kr	15	54	29	0	2
	4001 - 6000 kr	17	61	18	1	3
	6001 - 8000 kr	21	67	12	0	0
	8001 - 10 000 kr	17	70	11	1	1
	üle 10 000 kr	21	64	13	0	2

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

sealiha

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		7	55	32	2	4
Regioon	Põhja-Eesti	8	54	31	3	4
	Kesk-Eesti	11	52	36	0	1
	Kirde-Eesti	7	53	34	3	3
	Lääne-Eesti	5	63	28	2	2
	Lõuna-Eesti	6	56	31	2	5
Elukoht	Tallinn	8	53	30	4	5
	suured linnad	7	54	32	3	4
	väikelinnad	8	58	31	1	2
	alevik, maa	6	54	35	1	4
Rahvus	eestlased	6	57	32	1	4
	muu rahvus	11	48	32	4	5
Vanus	18 - 29 aastased	11	58	26	2	3
	30 - 49 aastased	7	56	31	2	4
	50 - 64 aastased	5	55	34	3	3
	65 - 74 aastased	5	42	41	3	9
Sugu	naised	6	52	34	3	5
	mehed	8	59	29	1	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	15	42	30	3	10
	kesk ja -eriharidus	7	54	34	2	3
	kõrgharidus	6	57	30	2	5
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	10	40	42	4	4
	2001 - 4000 kr	4	51	37	3	5
	4001 - 6000 kr	9	52	31	3	5
	6001 - 8000 kr	8	60	29	1	2
	8001 - 10 000 kr	6	66	26	0	2
	üle 10 000 kr	8	62	26	0	4

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

veiseliha

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		5	36	30	8	21
Regioon	Põhja-Eesti	5	39	32	9	15
	Kesk-Eesti	7	33	19	6	35
	Kirde-Eesti	7	36	37	12	8
	Lääne-Eesti	2	40	25	6	27
	Lõuna-Eesti	3	29	29	5	34
Elukoht	Tallinn	5	42	32	9	12
	suured linnad	5	40	31	8	16
	väikelinnad	6	34	29	6	25
	alevik, maa	4	28	27	7	34
Rahvus	eestlased	3	38	27	6	26
	muu rahvus	8	31	36	12	13
Vanus	18 - 29 aastased	7	42	26	7	18
	30 - 49 aastased	4	39	29	8	20
	50 - 64 aastased	5	31	32	8	24
	65 - 74 aastased	2	25	35	10	28
Sugu	naised	7	31	27	9	26
	mehed	3	41	33	6	17
Haridus	alg- ja põhiharidus	3	20	25	8	44
	kesk ja -eriharidus	5	31	33	10	21
	kõrgharidus	6	45	26	5	18
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	7	13	30	19	31
	2001 - 4000 kr	4	25	35	12	24
	4001 - 6000 kr	5	32	31	8	24
	6001 - 8000 kr	4	42	34	5	15
	8001 - 10 000 kr	5	53	22	2	18
	üle 10 000 kr	8	62	16	1	13

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

vorstitooted

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		5	49	38	4	4
Regioon	Põhja-Eesti	4	51	36	4	5
	Kesk-Eesti	8	48	39	2	3
	Kirde-Eesti	6	48	39	4	3
	Lääne-Eesti	4	56	35	4	1
	Lõuna-Eesti	3	46	45	3	3
Elukoht	Tallinn	4	50	37	3	6
	suured linnad	4	48	40	5	3
	väikelinnad	6	45	43	4	2
	alevik, maa	4	54	36	3	3
Rahvus	eestlased	3	52	37	4	4
	muu rahvus	7	43	43	3	4
Vanus	18 - 29 aastased	6	54	33	4	3
	30 - 49 aastased	4	49	40	3	4
	50 - 64 aastased	4	50	41	2	3
	65 - 74 aastased	4	42	42	7	5
Sugu	naised	4	47	39	5	5
	mehed	5	53	38	2	2
Haridus	alg- ja põhiharidus	8	50	33	6	3
	kesk ja -eriharidus	5	48	41	3	3
	kõrgharidus	3	52	36	4	5
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	8	38	47	4	3
	2001 - 4000 kr	5	39	51	3	2
	4001 - 6000 kr	6	49	37	4	4
	6001 - 8000 kr	4	54	36	3	3
	8001 - 10 000 kr	1	69	27	1	2
	üle 10 000 kr	2	59	25	5	9

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

singid

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		7	49	35	5	4
Regioon	Põhja-Eesti	7	52	32	5	4
	Kesk-Eesti	8	50	34	4	4
	Kirde-Eesti	6	42	41	6	5
	Lääne-Eesti	4	59	30	5	2
	Lõuna-Eesti	7	42	42	5	4
Elukoht	Tallinn	7	52	31	5	5
	suured linnad	7	47	35	7	4
	väikelinnad	8	43	42	5	2
	alevik, maa	5	52	36	3	4
Rahvus	eestlased	5	54	34	4	3
	muu rahvus	9	37	40	8	6
Vanus	18 - 29 aastased	6	53	32	6	3
	30 - 49 aastased	8	49	37	3	3
	50 - 64 aastased	6	50	35	6	3
	65 - 74 aastased	4	41	40	7	8
Sugu	naised	7	49	34	6	4
	mehed	6	49	37	4	4
Haridus	alg- ja põhiharidus	5	42	39	8	6
	kesk ja -eriharidus	6	47	39	5	3
	kõrgharidus	9	53	30	4	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	10	24	45	13	8
	2001 - 4000 kr	5	34	49	9	3
	4001 - 6000 kr	7	49	35	4	5
	6001 - 8000 kr	8	58	33	0	1
	8001 - 10 000 kr	7	67	21	1	4
	üle 10 000 kr	8	68	19	4	1

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

kulinaariatooted liha

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		3	35	34	12	16
Regioon	Põhja-Eesti	3	40	29	11	17
	Kesk-Eesti	3	33	39	10	15
	Kirde-Eesti	5	26	33	19	17
	Lääne-Eesti	2	38	38	9	13
	Lõuna-Eesti	3	30	38	11	18
Elukoht	Tallinn	3	40	28	12	17
	suured linnad	3	27	36	16	18
	väikelinnad	6	35	34	13	12
	alevik, maa	1	34	39	7	19
Rahvus	eestlased	1	40	36	8	15
	muu rahvus	7	26	28	19	20
Vanus	18 - 29 aastased	4	44	32	9	11
	30 - 49 aastased	3	36	39	10	12
	50 - 64 aastased	4	28	30	15	23
	65 - 74 aastased	0	25	28	17	30
Sugu	naised	3	31	35	11	20
	mehed	3	39	33	12	13
Haridus	alg- ja põhiharidus	3	32	37	8	20
	kesk ja -eriharidus	4	31	33	14	18
	kõrgharidus	3	40	33	10	14
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	7	21	29	21	22
	2001 - 4000 kr	3	23	40	16	18
	4001 - 6000 kr	3	34	32	13	18
	6001 - 8000 kr	4	37	37	7	15
	8001 - 10 000 kr	0	49	34	4	13
	üle 10 000 kr	3	56	24	6	11

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

värske kala

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		14	52	25	3	6
Regioon	Põhja-Eesti	15	53	22	3	7
	Kesk-Eesti	6	53	33	4	4
	Kirde-Eesti	10	51	30	3	6
	Lääne-Eesti	15	55	20	3	7
	Lõuna-Eesti	16	47	27	3	7
Elukoht	Tallinn	17	52	21	3	7
	suured linnad	13	50	28	3	6
	väikelinnad	12	52	28	4	4
	alevik, maa	12	53	26	3	6
Rahvus	eestlased	14	54	24	2	6
	muu rahvus	14	46	28	5	7
Vanus	18 - 29 aastased	15	49	26	2	8
	30 - 49 aastased	12	54	25	4	5
	50 - 64 aastased	19	51	23	2	5
	65 - 74 aastased	7	52	26	4	11
Sugu	naised	14	52	25	2	7
	mehed	13	52	25	4	6
Haridus	alg- ja põhiharidus	8	44	26	5	17
	kesk ja -eriharidus	13	50	28	3	6
	kõrgharidus	16	55	20	3	6
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	9	41	35	7	8
	2001 - 4000 kr	13	44	30	4	9
	4001 - 6000 kr	12	52	27	3	6
	6001 - 8000 kr	15	51	28	1	5
	8001 - 10 000 kr	13	67	14	1	5
	üle 10 000 kr	22	60	9	3	6

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

kalakonservid

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		4	37	33	7	19
Region	Põhja-Eesti	4	39	28	8	21
	Kesk-Eesti	4	36	37	5	18
	Kirde-Eesti	4	26	44	9	17
	Lääne-Eesti	3	37	32	4	24
	Lõuna-Eesti	4	38	34	8	16
Elukoht	Tallinn	4	39	27	9	21
	suured linnad	2	34	36	12	16
	väikelinnad	5	36	36	4	19
	alevik, maa	4	36	36	4	20
Rahvus	eestlased	3	42	31	5	19
	muu rahvus	6	27	37	11	19
Vanus	18 - 29 aastased	6	38	24	7	25
	30 - 49 aastased	4	40	36	5	15
	50 - 64 aastased	3	34	36	8	19
	65 - 74 aastased	1	31	36	11	21
Sugu	naised	2	36	33	7	22
	mehed	5	38	33	7	17
Haridus	alg- ja põhiharidus	3	23	43	7	24
	kesk ja -eriharidus	4	34	36	8	18
	kõrgharidus	3	42	29	5	21
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	5	15	46	15	19
	2001 - 4000 kr	2	30	41	9	18
	4001 - 6000 kr	4	36	31	8	21
	6001 - 8000 kr	5	39	34	6	16
	8001 - 10 000 kr	7	44	27	2	20
	üle 10 000 kr	5	52	19	3	21

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

kalapulgad jms kulinaariatooted (sh soolaheeringas, vürtsikilu)

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		6	51	31	4	8
Region	Põhja-Eesti	6	53	30	2	9
	Kesk-Eesti	5	39	44	5	7
	Kirde-Eesti	6	43	37	8	6
	Lääne-Eesti	6	59	26	2	7
	Lõuna-Eesti	8	55	27	2	8
Elukoht	Tallinn	5	53	29	3	10
	suured linnad	8	47	31	7	7
	väikelinnad	5	52	33	4	6
	alevik, maa	6	53	32	1	8
Rahvus	eestlased	6	55	29	2	8
	muu rahvus	7	43	35	6	9
Vanus	18 - 29 aastased	9	46	30	2	13
	30 - 49 aastased	5	58	31	2	4
	50 - 64 aastased	6	50	32	5	7
	65 - 74 aastased	4	46	33	5	12
Sugu	naised	6	52	32	2	8
	mehed	7	50	30	5	8
Haridus	alg- ja põhiharidus	11	40	37	2	10
	kesk ja -eriharidus	5	51	33	3	8
	kõrgharidus	6	53	28	4	9
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	9	37	39	4	11
	2001 - 4000 kr	5	50	37	4	4
	4001 - 6000 kr	7	51	30	4	8
	6001 - 8000 kr	4	53	32	3	8
	8001 - 10 000 kr	7	62	22	3	6
	üle 10 000 kr	7	55	24	1	13

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

leib

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		7	84	8	1	0
Regioon	Põhja-Eesti	6	84	9	1	0
	Kesk-Eesti	8	80	10	2	0
	Kirde-Eesti	7	84	9	0	0
	Lääne-Eesti	9	82	8	0	1
	Lõuna-Eesti	8	83	8	0	1
Elukoht	Tallinn	6	84	9	1	0
	suured linnad	10	80	9	0	1
	väikelinnad	7	85	8	0	0
	alevik, maa	6	86	7	1	0
Rahvus	eestlased	8	85	7	0	0
	muu rahvus	6	81	12	1	0
Vanus	18 - 29 aastased	7	82	9	1	1
	30 - 49 aastased	7	83	9	0	1
	50 - 64 aastased	8	83	8	1	0
	65 - 74 aastased	5	88	7	0	0
Sugu	naised	8	83	8	0	1
	mehed	6	84	9	1	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	9	83	8	0	0
	kesk ja -eriharidus	7	82	10	0	1
	kõrgharidus	7	85	7	1	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	9	74	17	0	0
	2001 - 4000 kr	9	83	8	0	0
	4001 - 6000 kr	5	86	8	1	0
	6001 - 8000 kr	3	87	9	0	1
	8001 -10 000 kr	10	85	4	0	1
	üle 10 000 kr	8	82	9	1	0

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

sai

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		5	72	17	2	4
Regioon	Põhja-Eesti	3	72	17	3	5
	Kesk-Eesti	8	70	14	5	3
	Kirde-Eesti	7	79	11	1	2
	Lääne-Eesti	3	71	23	3	0
	Lõuna-Eesti	6	68	19	1	6
Elukoht	Tallinn	3	74	15	3	5
	suured linnad	6	74	15	2	3
	väikelinnad	4	67	21	4	4
	alevik, maa	7	71	17	2	3
Rahvus	eestlased	4	71	19	2	4
	muu rahvus	6	76	12	2	4
Vanus	18 - 29 aastased	3	74	18	2	3
	30 - 49 aastased	6	73	15	2	4
	50 - 64 aastased	5	70	18	3	4
	65 - 74 aastased	4	67	17	4	8
Sugu	naised	4	70	18	3	5
	mehed	5	75	16	1	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	13	60	20	3	4
	kesk ja -eriharidus	5	73	17	3	2
	kõrgharidus	4	72	16	2	6
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	9	66	19	2	4
	2001 - 4000 kr	7	72	16	2	3
	4001 - 6000 kr	5	73	14	3	5
	6001 - 8000 kr	0	76	17	4	3
	8001 -10 000 kr	5	70	18	1	6
	üle 10 000 kr	3	67	23	2	5

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

makaronitooted

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		8	69	20	1	2
Regioon	Põhja-Eesti	10	68	20	1	1
	Kesk-Eesti	8	64	27	0	1
	Kirde-Eesti	9	71	19	0	1
	Lääne-Eesti	4	77	17	1	1
	Lõuna-Eesti	6	70	19	2	3
Elukoht	Tallinn	10	68	20	1	1
	suured linnad	7	73	16	2	2
	väikelinnad	9	67	22	0	2
	alevik, maa	6	71	22	0	1
Rahvus	eestlased	6	70	21	1	2
	muu rahvus	11	68	19	1	1
Vanus	18 - 29 aastased	9	69	21	0	1
	30 - 49 aastased	10	72	18	0	0
	50 - 64 aastased	6	71	19	1	3
	65 - 74 aastased	4	65	26	2	3
Sugu	naised	9	67	21	1	2
	mehed	7	72	19	1	1
Haridus	alg- ja põhiharidus	11	66	19	1	3
	kesk ja -eriharidus	8	68	22	1	1
	kõrgharidus	8	71	18	1	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	9	62	26	1	2
	2001 - 4000 kr	11	69	19	0	1
	4001 - 6000 kr	10	65	22	1	2
	6001 - 8000 kr	4	74	21	1	0
	8001 - 10 000 kr	3	76	19	1	1
	üle 10 000 kr	6	72	17	1	4

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

müslid, teraviljahelbed jms

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		5	34	27	7	27
Regioon	Põhja-Eesti	7	36	23	7	27
	Kesk-Eesti	3	30	36	6	25
	Kirde-Eesti	5	26	25	12	32
	Lääne-Eesti	5	41	29	6	19
	Lõuna-Eesti	4	34	29	6	27
Elukoht	Tallinn	7	35	22	8	28
	suured linnad	6	32	23	10	29
	väikelinnad	5	32	29	6	28
	alevik, maa	4	36	33	5	22
Rahvus	eestlased	5	40	29	5	21
	muu rahvus	5	23	22	12	38
Vanus	18 - 29 aastased	6	38	27	6	23
	30 - 49 aastased	6	37	27	7	23
	50 - 64 aastased	3	31	27	9	30
	65 - 74 aastased	4	29	23	8	36
Sugu	naised	5	35	25	9	26
	mehed	5	34	28	6	27
Haridus	alg- ja põhiharidus	2	24	27	9	38
	kesk ja -eriharidus	6	28	27	9	30
	kõrgharidus	5	46	25	5	19
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	7	14	27	16	36
	2001 - 4000 kr	3	27	36	11	23
	4001 - 6000 kr	6	32	23	7	32
	6001 - 8000 kr	3	36	33	6	22
	8001 - 10 000 kr	3	56	14	2	25
	üle 10 000 kr	12	46	19	2	21

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

jahu, kruubid, tangud, manna jms

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		8	72	17	1	2
Region	Põhja-Eesti	7	73	17	1	2
	Kesk-Eesti	11	66	19	1	3
	Kirde-Eesti	5	67	26	1	1
	Lääne-Eesti	8	72	19	0	1
	Lõuna-Eesti	10	75	12	1	2
Elukoht	Tallinn	6	73	18	1	2
	suured linnad	11	65	21	1	2
	väikelinnad	6	74	16	0	4
	alevik, maa	9	73	16	1	1
Rahvus	eestlased	8	74	15	1	2
	muu rahvus	7	67	23	1	2
Vanus	18 - 29 aastased	9	71	17	1	2
	30 - 49 aastased	9	73	16	0	2
	50 - 64 aastased	7	73	19	0	1
	65 - 74 aastased	5	70	20	2	3
Sugu	naised	9	71	17	1	2
	mehed	7	72	18	1	2
Haridus	alg- ja põhiharidus	6	66	23	3	2
	kesk ja -eriharidus	9	71	19	0	1
	kõrgharidus	7	75	14	1	3
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	12	58	26	2	2
	2001 - 4000 kr	9	70	19	1	1
	4001 - 6000 kr	10	73	15	0	2
	6001 - 8000 kr	6	74	19	0	1
	8001 - 10 000 kr	5	78	16	0	1
	üle 10 000 kr	2	76	15	1	6

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?

(% vastanutest)

kondiitritooted, koogid, küpsised, küpsised jms

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		5	36	48	5	6
Region	Põhja-Eesti	7	41	41	6	5
	Kesk-Eesti	5	27	59	6	3
	Kirde-Eesti	6	32	46	6	10
	Lääne-Eesti	7	38	47	5	3
	Lõuna-Eesti	3	36	52	2	7
Elukoht	Tallinn	6	42	41	5	6
	suured linnad	6	34	46	6	8
	väikelinnad	8	34	48	5	5
	alevik, maa	2	34	56	4	4
Rahvus	eestlased	3	40	48	4	5
	muu rahvus	10	29	47	6	8
Vanus	18 - 29 aastased	9	40	44	5	2
	30 - 49 aastased	5	39	50	3	3
	50 - 64 aastased	4	32	51	5	8
	65 - 74 aastased	2	28	46	10	14
Sugu	naised	6	34	47	6	7
	mehed	5	40	47	4	4
Haridus	alg- ja põhiharidus	5	24	53	6	12
	kesk ja -eriharidus	6	34	49	5	6
	kõrgharidus	5	42	45	4	4
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	10	18	49	13	10
	2001 - 4000 kr	5	25	62	3	5
	4001 - 6000 kr	5	36	45	7	7
	6001 - 8000 kr	5	41	47	2	5
	8001 - 10 000 kr	6	52	38	2	2
	üle 10 000 kr	5	56	29	6	4

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

alkohoolsed joogid

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		3	37	36	5	19
Region	Põhja-Eesti	5	42	33	4	16
	Kesk-Eesti	1	38	35	11	15
	Kirde-Eesti	1	30	38	9	22
	Lääne-Eesti	4	32	38	3	23
	Lõuna-Eesti	2	34	38	4	22
Elukoht	Tallinn	4	44	31	5	16
	suured linnad	3	30	41	6	20
	väikelinnad	3	37	33	8	19
	alevik, maa	1	34	40	3	22
Rahvus	eestlased	2	41	35	4	18
	muu rahvus	5	29	38	8	20
Vanus	18 - 29 aastased	7	41	36	5	11
	30 - 49 aastased	2	42	34	5	17
	50 - 64 aastased	1	33	39	5	22
	65 - 74 aastased	1	20	36	8	35
Sugu	naised	3	30	34	6	27
	mehed	4	44	37	5	10
Haridus	alg- ja põhiharidus	5	19	39	9	28
	kesk ja -eriharidus	3	33	41	5	18
	kõrgharidus	3	44	30	5	18
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	2	23	34	8	33
	2001 - 4000 kr	3	24	40	10	23
	4001 - 6000 kr	3	36	34	5	22
	6001 - 8000 kr	2	45	42	2	9
	8001 - 10 000 kr	1	46	38	2	13
	üle 10 000 kr	7	54	26	2	11

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

suhkrut sisaldavad karastusjoogid

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		2	27	33	11	27
Region	Põhja-Eesti	3	29	29	11	28
	Kesk-Eesti	1	23	42	10	24
	Kirde-Eesti	2	24	30	15	29
	Lääne-Eesti	1	33	35	7	24
	Lõuna-Eesti	3	23	39	10	25
Elukoht	Tallinn	3	29	26	12	30
	suured linnad	2	28	28	14	28
	väikelinnad	2	22	43	12	21
	alevik, maa	2	25	39	7	27
Rahvus	eestlased	2	27	36	9	26
	muu rahvus	4	25	28	15	28
Vanus	18 - 29 aastased	5	34	35	13	13
	30 - 49 aastased	2	29	42	8	19
	50 - 64 aastased	1	21	29	11	38
	65 - 74 aastased	1	15	16	15	53
Sugu	naised	2	23	29	12	34
	mehed	3	31	39	9	18
Haridus	alg- ja põhiharidus	2	19	29	12	38
	kesk ja -eriharidus	2	24	38	12	24
	kõrgharidus	3	31	28	9	29
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	5	13	42	12	28
	2001 - 4000 kr	1	21	35	17	26
	4001 - 6000 kr	2	27	30	11	30
	6001 - 8000 kr	2	28	34	9	27
	8001 - 10 000 kr	1	31	37	5	26
	üle 10 000 kr	5	38	33	5	19

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

moosid, keedised

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		4	40	25	6	25
Regioon	Põhja-Eesti	5	42	21	5	27
	Kesk-Eesti	4	42	27	6	21
	Kirde-Eesti	4	26	26	12	32
	Lääne-Eesti	5	40	25	2	28
	Lõuna-Eesti	3	43	31	5	18
Elukoht	Tallinn	5	42	21	5	27
	suured linnad	3	36	26	10	25
	väikelinnad	7	32	29	6	26
	alevik, maa	3	46	26	3	22
Rahvus	eestlased	4	47	26	4	19
	muu rahvus	4	27	22	10	37
Vanus	18 - 29 aastased	8	42	28	4	18
	30 - 49 aastased	3	45	25	5	22
	50 - 64 aastased	4	36	23	8	29
	65 - 74 aastased	1	26	23	7	43
Sugu	naised	4	38	22	6	30
	mehed	4	42	28	6	20
Haridus	alg- ja põhiharidus	2	30	32	4	32
	kesk ja -eriharidus	4	37	27	7	25
	kõrgharidus	5	45	22	4	24
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	10	28	33	0	29
	2001 - 4000 kr	4	39	22	10	25
	4001 - 6000 kr	3	34	26	7	30
	6001 - 8000 kr	4	40	28	6	22
	8001 - 10 000 kr	7	47	23	0	23
	üle 10 000 kr	4	56	21	3	16

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

muud maiustused (kõmmid jms)

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		4	45	44	3	4
Regioon	Põhja-Eesti	5	51	39	2	3
	Kesk-Eesti	3	42	51	3	1
	Kirde-Eesti	5	39	48	4	4
	Lääne-Eesti	1	45	46	3	5
	Lõuna-Eesti	4	41	48	3	4
Elukoht	Tallinn	5	52	38	2	3
	suured linnad	4	45	42	4	5
	väikelinnad	7	37	49	4	3
	alevik, maa	1	44	51	1	3
Rahvus	eestlased	3	48	44	2	3
	muu rahvus	8	39	44	5	4
Vanus	18 - 29 aastased	9	50	39	1	1
	30 - 49 aastased	2	50	44	2	2
	50 - 64 aastased	4	40	48	4	4
	65 - 74 aastased	2	31	51	5	11
Sugu	naised	5	44	45	2	4
	mehed	3	46	45	3	3
Haridus	alg- ja põhiharidus	4	36	47	2	11
	kesk ja -eriharidus	4	41	49	3	3
	kõrgharidus	4	53	38	2	3
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	8	22	63	4	3
	2001 - 4000 kr	3	34	56	2	5
	4001 - 6000 kr	5	46	41	4	4
	6001 - 8000 kr	4	51	41	2	2
	8001 - 10 000 kr	3	60	34	0	3
	üle 10 000 kr	4	60	32	3	1

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

kanamunad

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		10	78	11	0	1
Regioon	Põhja-Eesti	9	78	12	0	1
	Kesk-Eesti	12	70	18	0	0
	Kirde-Eesti	9	78	12	0	1
	Lääne-Eesti	7	83	9	0	1
	Lõuna-Eesti	12	77	10	1	0
Elukoht	Tallinn	8	80	11	0	1
	suured linnad	12	78	9	1	0
	väikelinnad	8	76	16	0	0
	alevik, maa	11	79	10	0	0
Rahvus	eestlased	10	81	9	0	0
	muu rahvus	10	73	16	0	1
Vanus	18 - 29 aastased	9	79	10	1	1
	30 - 49 aastased	11	78	11	0	0
	50 - 64 aastased	11	75	13	0	1
	65 - 74 aastased	6	81	13	0	0
Sugu	naised	11	77	11	0	1
	mehed	9	79	12	0	0
Haridus	alg- ja põhiharidus	9	78	12	0	1
	kesk ja -eriharidus	10	76	14	0	0
	kõrgharidus	9	82	8	1	0
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	15	61	24	0	0
	2001 - 4000 kr	12	75	13	0	0
	4001 - 6000 kr	10	81	8	0	1
	6001 - 8000 kr	6	83	9	2	0
	8001 - 10 000 kr	10	78	12	0	0
	üle 10 000 kr	7	82	11	0	0

Kas ja milliseid muutusi tegite te 2009. aastal oma toitumisharjumustes võrreldes 2008. aastaga?
(% vastanutest)

margariin, majonees, toiduõli jms rasva sisaldavad toiduained

		tarbisin rohkem	tarbisin sama palju	tarbisin vähem	lõpetasin tarbimise	ei tarbinud üldse
Keskmiselt		3	71	23	1	2
Regioon	Põhja-Eesti	3	76	19	0	2
	Kesk-Eesti	1	69	28	1	1
	Kirde-Eesti	1	70	25	2	2
	Lääne-Eesti	3	74	21	0	2
	Lõuna-Eesti	5	66	26	1	2
Elukoht	Tallinn	4	73	19	1	3
	suured linnad	3	72	22	1	2
	väikelinnad	4	64	27	1	4
	alevik, maa	2	72	24	1	1
Rahvus	eestlased	2	75	21	1	1
	muu rahvus	5	65	25	1	4
Vanus	18 - 29 aastased	2	74	22	1	1
	30 - 49 aastased	3	72	22	1	2
	50 - 64 aastased	4	69	24	0	3
	65 - 74 aastased	2	69	24	1	4
Sugu	naised	3	72	21	1	3
	mehed	3	71	24	1	1
Haridus	alg- ja põhiharidus	6	69	19	2	4
	kesk ja -eriharidus	3	69	25	1	2
	kõrgharidus	2	75	20	1	2
Leibkonnaliikme netosissetulek kuus	alla 2001 kr	5	63	27	1	4
	2001 - 4000 kr	4	68	24	2	2
	4001 - 6000 kr	3	72	22	0	3
	6001 - 8000 kr	1	74	22	1	2
	8001 - 10 000 kr	3	75	21	1	0
	üle 10 000 kr	2	77	20	0	1

Lahtiste küsimuste vastuste tekstid

Milline toidualane info, kampaania, olukord vm sündmus mõjutas teie toidukaupade oste, toitumisharjumusi ja valikuid 2009. aastal kõige enam? (n=708)

Kampaaniad, allahindlused, reklaamlehed – 34%

- Kampaania - toitu tervislikult
- Reklaamlehed
- Toidukaupluste sooduskampaaniad
- Sooduskampaaniad (eriti kala), esitlused kauplustes
- Kvaliteetsele toidukaubale tehtavad n.ö kampaaniahinnad
- Suured sooduskampaaniad
- Perioodilised sooduskampaaniad üksikutele toiduainetele suurtes kaupluskettides
- Kaupluste kampaaniad (odavam osta); kehakaalu langetamine, mul on ülekaal; uute kaupluste juurdetulek (ehitamine); turul kaupade vähesus - sortiment
- Transrasvade diskussioon pani mõtlema toiduainete koostisele. Alkoholi kampaania pani mõtlema enda tarbimisele. Tarbin vähem.
- Saku Originaali allahindlused.
- Mõningal määral mõjutas ostmisi kampaaniad suuremates toidukauplustes.
- Selveri sooduspäevad ja muud sooduskampaaniad.
- Sooduspakkumised
- Mõjutas soodusmüügi kampaania (Taksipäevad).
- Hindu hakkasin poes vaatama, muud midagi.
- Sooduskampaaniad
- Õlle hinna sooduskampaaniad.
- Kui tulevad külalised, sugulased, siis ostan kokku rohkem toidukaupu. Kampaaniate korral ostan toidukaupu ette.
- Odav piim
- Sooduskampaaniad
- Teha sagedamini allahindlusi seismajäänud kaubale
- Kampaaniad (madalad hinnad).
- Kampaaniad
- Kõige enam mõjutasid oste kauplustepoolsed kampaaniad ja erinevad sooduspakkumised.
- Sooduskampaaniad toidukauplustes.
- Kampaania, reklaam.
- Hinnad ja Eestimaal toodetud!
- E. Ilves - transrasvad - hakkasin ka kommipakendeid uurima. Kui pääsen suuremasse linna, kasutan alati erinevaid kampaaniaid (2=3 jne.) ja sooduspakkumisi. Ostan rohkem valmis (nt. tangaineid). Maal soodustusi eriti ei ole. Kui, siis on "parim enne" möödas. Või lausa "kõlblik kuni".
- Selveri kampaaniad
- Maxima reklaamleht postkastis. Ostan odavaid tooteid.
- Kui on kauplustes soodushinnad, siis vahel kutsub rohkem ostma.
- Kõige rohkem mõjutab oste info kauba allahindluste kohta
- Sooduskampaaniad erinevates kauplustes
- Toiduainete allahindlused.
- Sooduspakkumised
- Igasugused soodusmüügid (Säästukaardid, Taksipäevad).
- Sooduskampaaniad
- Säästukaardiga sooduspakkumised. Seal valisin, mis sobis ja sai siis otsustatud.
- Soodushind, kauba peale toiduaineid
- Kaupluste soodusmüügid (näiteks "hinnalõige" Rimis).
- Sooduspakkumised
- Igasugused kampaaniad, nt RIMI - Kriminaalsed hinnad, MAXIMA - maksimaalsed madalamad hinnad
- Kaupluste ostukampaaniad
- Kõik toidukaupade sooduspakkumised.
- Selveri päevad
- Allahindluste reklaamlehed.
- Piimasõda! Pani kõige rohkem mõtlema, kelle toodangut oleme tarbinud, kelle toodangut jään tarbima.
- Enne jõule olev kampaania "Suur saak" vist
- Hinnainfo kaupluses
- Huvitavad kokasaated ja ajakirjad, kaupluste kampaaniad.
- Kampaaniad kauplustes
- Sooduspakkumised.
- Toidukaupade oste mõjutas kõige enam kampaania
- Sooduskampaaniad toidukauplustes, sooduskupongid, kliendikaardi soodustus, hinnakampaaniad.
- Kampaaniad soodushindadega
- Hakkasin rohkem toidukaupa ostma siis, kui kauplustes on hinnakampaaniad ja soodusmüük.
- Suurte toidukaupluste kampaaniad.
- Mitte ükski kampaania ei mõjuta ainult allahindlused. Toitumisharjumused.
- Sooduspakkumised
- Ikka mõjutab! Näiteks värsket kala (vääriskala) ostan ainult kampaania ajal.
- Soodushinnad

- Väike taks
- Kui on sooduskampaaniaid
- Allahindlused
- Sooduskampaaniad
- Maxima sooduskampaaniad
- Jälgin pidevalt lähikaupluste sooduskampaaniaid, ostan soodusasju tagavaraks
- Odavmüügid suurtes kauplustes.
- Reklaamlehed
- Kampaaniad
- Sooduspakkumised
- Soodusmüük, allahindlus
- Hindade languse kampaania
- Ostan ainult kilepiima, on odavam.
- Sooduspakkumised
- Alkoholi ostsin ainult sooduskampaania ajal.
- Kasutan erinevate poekettide pakutavaid kampaaniaid.
- Soodushinnad
- Puuviljade odavam hind, mitmed kampaaniad eri kauplustes
- Soodushindadega kampaaniad
- Sooduspakkumised, alandatud hinnad.
- Kampaaniahinnad Maxima kaupluses.
- Sooduspakkumised, sooduskampaaniad
- Sooduskampaaniate ajal sai rohkem ostetud
- Laadapäevad toidukauplustes - hinnad soodsamad, Säästumarketite kaupade sortiment suurenes tunduvalt, kampaaniad - 2 ühe hinnaga, toitumine - ülekaalulisus - see on õudus!
- Allahindluskampaaniad
- Kaupluste reklaamlehekused koos järgneva hinna ja sortimendi võrdlusega
- Jälgin kaupluste sooduskampaaniaid
- Infopäevad kauplustes
- Kampaania Rimis
- Kuigivõrd muutis ostmist soodushinnad.
- Sooduskampaaniate ajal ostan rohkem kokku. Meemessil-mesi, maasikamessil - maasikad.
- Konsumi Väikese Taksi Päevad - tavaliselt ostetud kauba asemel sai valitud soodushinnaga kaup
- Laadapäevad, Taksipäevad jms.
- Sooduspakkumised pisut.
- On hakanud tulema rohkem reklaame kaupade kohta kauplustest, kus on kampaaniad või allahindlused.
- Reklaam sooduspakkumiste kohta, sest hind on praegu väga oluline
- Reklaamsoodustusi vaatan alati.
- Kampaania ja hinnasoodustused
- Sooduskampaaniad
- Reklaamleht, mis postiga koju tuleb
- Sooduspakkumised
- Reklaamibrošüürid
- Nüüd ostan tihti toiduaineid 50% allahindlusega, samuti vaatan tihti erinevate kaupluste reklaampakkumisi ja kampaaniaid.
- Reklaamid toiduainete allahindlustele
- Sooduskampaaniad
- Kui on odavamalt müügil värske kala (forell, lõhe), kanaliha.
- Kampaania ajal - odavad hinnad
- Rimi kaupluseketi kleepsukampaaniad on mõjutanud selle kaupluse valimist.
- Sooduspakkumised
- Jälgime iganädalasi Maxima ja Säästumarketi sooduspakkumisi
- Mõjutab märk Eesti Parim Toiduaine, Selveri kampaaniad
- Kampaania hind kaupluses, mis oli tavahinnast odavam
- Selver - Selveri laat, Rimi - Tudish Piip
- Konsumi allahindlus
- Sooduskampaaniaid püüdsin alati külastada ja osta sealt endale vajaminevaid kaupu.
- Kõige rohkem loen kirjandusest olevat toiduainete info reklaami ja TV-s olevat poodides olevat allahindlust toidukaupadele.
- Erinevad kampaaniad Maxima ja Konsumi poodides.
- Odavad kampaaniad aasta lõpus
- Väikese Taksi ja Selveri laadapäevad
- Palga vähenemine, sooduskampaaniad
- 1) Kampaania toiduainete hindade alandamiseks, 2) tänu valitsuse mitteusaldamisele (hindade tõstmine, uute maksude kehtestamine, töökohtade vähendamine) oleme mitmetest harjumustest loobunud, hoiame kokku kõiges.
- Hakkasin järjest enam vaatama sooduspakkumisi
- Suured allahindlused, laadad.
- Piima hinna langus - ostsin rohkem piima.
- Kõige rohkem mõjutavad ostu soodushinna.
- Teated allahindlustest
- Sooduskampaaniad - nt Väikese Taksi Päevad
- Kõik toidu reklaamlehed
- Infobuletid, lehed, mida kauplused välja annavad
- Sooduspakkumised
- Erinevad suurte toidupoe kettide sooduskampaaniad (Selver, Rimi jne.). Üldine suund kokkuhoiule ja ökotoodete ning üldse "ökö" eluviisi taasavastamine ühiskonnas.

- Toidukaupade allahindluskampaaniad
- Sooduspakkumised, Rimi, Selver
- Odavmüügi kampaania
- Värske kala allahindluse kampaaniad, värske puuvilja kampaaniad
- Soodusmüük - muidu pensionär ei jõua toitu osta. Pensionär pole Eestis inimene. Arvake ise 4000, peale söögi on muid teenuseid ka vaja, rohud jne.
- Allahindlus, jõulude aeg
- Sooduspakkumised mõjutasid, siis ostsin just juustu, mis on pikema säilivusega toiduaine. Ka ostsin valmis- ja külmutatud kulinaariatooteid varuks.
- Kampaaniad + päeva superpakkumised
- Hinnad langesid, eriti juustul
- Suured allahindlused supermarketites.
- Reklaam, sooduskampaaniad.
- Sooduspakkumised
- Kampaaniad natuke mõjutasid
- Ehk tõesti kampaania, kui olid soodsamad hinnad ja sai ka varutud kõva-külma natuke varuks
- Soodusmüügil
- Kampaaniad kaupluses koos maitsemisega
- Reklaamlehekused SÄÄSTUST ja mujalt
- Allahindlused Maximas purgisuppidele ja maitseainetele
- Ostame alati seda, mis meeldib, ehk mõjutab suurtes poodides tehtav reklaam. On võimalus maitsta.
- Kõikvõimalikud sooduskampaaniad (Väikese Taksi Päevad, Kriminaalselt Väikesed Hinnad jne)
- Allahindlused
- Hinnaalandamised, kampaaniad, sooduspakkumised
- Soodushinna kampaaniad, hinnatõusud
- Soodushinna kampaania.
- Igasugused allahindluse kampaaniad
- Reklaamid, ka otsepostitused nt. Selverilt või Maximalt
- Sooduskampaaniad
- Rimi kampaaniad
- Taksipäevad, soodustused säästukaardiga, hullud päevad
- Ainult allahindlused
- Kaupluste reklaamlehed
- Soodusmüügid ja kaupade tutvustused kaupluses (esitlused).
- Allahindlused Selveris ja Primas
- Reklaam toiduainete allahindluste kohta.
- Eelkõige mõjutas kõike palkade vähenemine. Ostan pidevalt kaupu kampaaniate või sooduspakkumiste ajal.
- Informatsioon allahindlustest
- 1. Hindade kasv; 2. Iganädalased allahindlused poodides
- Odavad müügid
- Suurte supermarketite reklaamlehed: Selver, Maxima, Säästumarket
- Rimi kleebiste kampaania. Olen kõige rohkem seetõttu Rimis käinud.
- Väikse Taksi Päevad Konsumis, Selveris sooduspakkumised
- Eri poodide erinevad kampaaniad.
- Säästu- ja kampaaniakaubad
- Soodusmüügid
- Reklaamlehed toiduainete ja riie allahindluste kohta marketites ja Maximas.
- Reklaam Ülemistes: forell 59 kr, kõik tuttavad tahaksid seda omale osta, aga meil ei ole allahindlust
- Kampaanialehed
- Kaupluse sooduspäevad (soodushinnad) - Maxima tähtpäevadeks.
- Rohkem vaatasin hindu. Ostsin seda, mis odavam.
- Erinevad soodustused, tuttavate soovitusel
- Allahindlus
- Maxima allahindlused
- Allahindluste reklaamid postkastis
- Reklaam televiisoris, reklaamlehed. Väga hea, et reklaam tuuakse posti teel.
- Käin palju poes sooduskampaaniate ajal.
- Kampaaniad
- Kõige enam sooduskampaaniad. Koju postkasti tulev vastav reklaamleht, kust saab infot tuleva sooduspakkumise kohta. Kindlasti kasutan ka kliendikaarti poes, mis võimaldab pakkumise veel soodsamalt saada.
- Käisin poes rohkem sooduskampaaniate ajal - Maxima päevad, Konsumis Väikese Taksi Päevad jne.
- Kanaliha reklaam
- Konsumi soodustused.
- Peamiselt allahindlused.
- Soodusmüügi kampaania
- Lõhe kala hindade alandus Rimides soodustas kala ostmist
- Soodushinnad, partnerkaardid.
- Kampaania tooted, parim enne möödab
- Vaatasin, kus on odava toiduaine kampaania hind ja tarbin seda
- Ostan vastavalt vajadusele, kuid mitte midagi liigset, hoian silma peal säästupakkumistel
- Prisma sooduspakkumised
- Soodusmüügid
- Kampaaniad
- Ostsime rohkem sooduskampaaniate ajal allahinnatud tooteid

- Väga hea kaubavalik kõikide kaupade osas on meil Tamsalus kaupluses Maxima
- Kui hindu allapoole lastakse.
- Lähemalasuva kauplusketi infoleht
- Erinevate poodide säästukampaaniad.
- Laadapäevad, hulgiapäevad jms soodus- ja hulgi kampaaniad.
- Säästukaardi soodustused, igasugused allahindlused Prisma, Selveris, Rimis, ka Säästumarketis ja Maximas.
- Laadapäevad Selverites, nädalalõpu pakkumised selverites. Selverites on soodustuste % suurem kui Rimis ja Prisma.
- Kaupluste oma kampaaniad, reklaamlehed.
- Sooduskampaaniad, Eesti kaubad, mis on oma kategoorias parimad, nagu aasta parim kaup.
- Põhiliselt mõjutab ostu kampaania hind, et saada odavamalt
- Suured allahindlused Selverites ja Rimides
- Soodushinnaga tooteid ostsin tunduvalt rohkem (nt. Taksipäevad- ostsin kaupa rohkelt, mitmeks kuuks ette, nt toiduõli).
- Kõik hetke soodustused või nädala soodustused mõjutavad minu ostu.
- Ostetud kauba kogust mõjutab kaupluses käimasolev kampaania. Eriti madalate hindade puhul ostan kaupa varuks.
- Reklaam
- Reklaam
- Suurte kaupluste allahindlused (Rimi, Selver, Prisma)
- Reklaamikampaaniad, allahindlused.
- Sooduspakkumised ja kampaaniad.
- Rimi kleepsukampaania
- Kaupluste reklaamlehed.
- Rimi kalapäevad
- Kõige rohkem jälgisin toiduainete soodustumüike.
- Hind
- Sooduspakkumised - Säästumarket, Rimi
- Reklaam postkastis või televiisoris, sõprade soovitusel.
- Hindade alandamine
- Sooduspakkumised
- Maxima infoleht
- Juustu hind. Söön väljas vähem ja odavamates kohtades. Ostan nii palju, kui tarbin ja vähem teen impulssoste.
- Eelkõige tervis ja hinnad.
- Kampaaniad kauplustes
- Mõjutab Rimi kleepsude kogumise kampaania. Seetõttu ostsin enamasti toitu Rimist. Mõjutab ka transrasvade skandaal. Seetõttu ostame vähem kohikesi, määrejuustu ja eelistame jälle ehtsat võid (82%).
- Odavamalt reklaamitud kaubad (kohv, jahu, suhkur jne).
- Mõjutavad kampaania hinnad.

Majandussurutis, rahapuudus – 21%

- Palgakärped mõjutasid toitumisharjumusi
- Pole tööd, pole raha, see mõjutab.
- Kõik on väga kallis.
- Pere sissetuleku vähenemine
- Kõige enam mõjutab üldlevinud arusaam majandussurutisest ning vajadusest kokku hoida
- Palk vähenes 2000 krooni võrra.
- Läksime mõlemad mehega pensionile, sissetulekud vähenesid märgatavalt, on rohkem aega kodus süüa valmistada - see on odavam.
- Mõjutab ainult palganumber, mitte reklaam ega muu selline.
- Palga langus
- Ühe perekonnaliikme töölt ära tulemine ja vanaduspensionile jäämine. Minu enda terviseprobleemid ja sellest tulenev toiduainete piiramine.
- Töö kaotus
- Käibemaksu tõus
- Rahaline olukord tingis muutusi ja otsimisi
- Hindade tõus
- Jäin töötuks
- Suvel pole tööd.
- Palk muutus väiksemaks, aga hinnad tõusevad.
- Toiduainete kallinemine, kvaliteet (liigne E-ainete sisaldus), tervislik toitumine
- Majanduslangus
- Masu vähendas ostmist.
- Kuna riik otsustas röövida pensionäridel pensionitõusu (14% asemel anti 5%). Sellest järeldus: kaup kallis ja raha vähe.
- Töötus mõjutab.
- Sissetuleku vähenemine
- Kokkuhoid, kuna hinnatõus oli rahakotile liiga ränk
- Hinnatõusud
- Ostan vastavalt rahakotile ja vajadusele
- Hindade tõus ajab tuju pahaks
- Toidukaupade hinnatõus, küte kallines, rahapuudus.
- Masu
- Materiaalne olukord, vanus.
- Kõige rohkem mõjutab 2009.a. talvel, kui peab kütte hinda maksma maal. Loomulikult ei jätku toidu raha, tuleb kokku hoida + veel muud kulud, elekter jne. Maal on kõigil raske. Küte on kallim kui linnainimestel, kaupluses hind kõrgem. Tuleb sõita linna toitu ostma. Bensiin maksab jne
- Hinnatõusud, kvaliteet ja töötus.
- Hakkasin raha lugema seoses majandussurutisega

- Kriis
- Palk vähenes
- Rahakoti sisu tuleb jagada täiskasvanud lastega, kes uuringu järgi ei kuulu perekonda (on vanemad kui 18 a ja elavad eraldi), aga nende probleemiks on palk ja töö.
- Sissetulekute vähesus
- Ostuvõimetus seoses hindade tõusuga, pere kasvab - 3 last ja üks neist sünnitub, kelle peale ja eriti ravi peale kulub üsna palju raha. Meie pere ei tarbi enam eriti midagi palju.
- Kõige rohkem hinnatõus
- A ja O sooduspakkumine, soov kaalu langetada
- Toidukauba hinnatõus
- Reklaam sooduspakkumiste kohta, sest hind on praegu väga oluline
- Alati ei ole tööd ja palk on vähenenud
- Hinnad
- Kõige enam mõjus mõningane palgakärbe.
- Rahaline seis
- Palka võeti vähemaks.
- Masu mõjutas ilmselt enim, kuna nüüd tuleb ostetavat kaupa ja kaubakogust rohkem jälgida
- Rahakoti suurus
- Majanduskriis
- Sissetulekute vähenemine mõnevõrra
- Majanduskriis
- Töölt koondamine. Olen töötu.
- Töökoha kaotus pensionile minekuga.
- Väike sissetulek, töötan üksi.
- Materiaalne olukord.
- Hinnalangus
- Palga vähenemine, sooduskampaaniad
- Rahapuudus
- Hinnatõus.
- 1) Kampaania toiduainete hindade alandamiseks, 2) tänu valitsuse mitteusaldamisele (hindade tõstmine, uute maksude kehtestamine, töökohtade vähendamine) oleme mitmetest harjumustest loobunud, hoiaime kokku kõiges
- Sissetuleku vähenemine
- Infod ja kampaaniad mulle ei mõju, küll aga õhem rahakott, mis oligi ainuke ja peamine toitumisvalikute mõjutaja
- Üldine majanduslik olukord
- Kriis, palga kärpimine.
- Halvenenud majandusolukord
- Jäin töötuks - koondati.
- Kõikide teenuste hinnatõus. Söögiks jääb vähem raha, makse tõstetakse, palka vähendatakse.
- Jäin töötuks. Naisel alandati palka.
- Erinevad suurte toidupoe kettide sooduskampaaniad (Selver, Rimi jne.). Üldine suund kokkuhoiule ja ökotoodete ning üldse "ökö" eluviisi taasavastamine ühiskonnas.
- Toidud läksid odavamaks
- Üldine majanduslik olukord
- Majanduslik seis
- Majanduse langus - töötus
- Kriis maailmas mõjutas toidukaupade ostu.
- Pere materiaalne olukord
- Töö kaotus
- Töö kaotus sept 2009
- Toiduainete hindade kallinemine ja sissetuleku vähenemine.
- Töö kaotades on sissetulek jäänud väikeseks
- Mõjutas oma tervis ja sissetuleku vähenemine
- Palga langus 20%.
- Pingeline rahaline olukord
- Seoses sissetulekute vähenemisega.
- Töö kaotus
- Masu
- 20% käibemaks
- Hinnatõus
- Töötus
- Majanduslangus - hakkasin rohkem eelistama Eestis toodetud toiduaineid
- Jäin töötuks, pere sissetulek vähenes.
- toidukauba ostule avaldab mõju ainult pere eelarve
- 1. Sissetulekute vähenemine 2. Majanduskriis 3. Hinnatõus toidukaubale, korterile, aktsiiside kasv
- Eelkõige mõjutas kõike palkade vähenemine. Ostan pidevalt kaupu kampaaniate või sooduspakkumiste ajal.
- 1. Hindade kasv; 2. Iganaädalased allahindlused poodides
- Kvaliteet langeb, aga hinnad tõusevad
- Toidukaupade hindade tõus
- Omaette elamine, iseseisev rahaasjade planeerimine
- Jäin töötuks
- Majanduslik kriisiaeg sunnib rohkem arvestama nii toidu ostmisel kui valmistamisel
- Kõige rohkem mõjutas muidugi palk, kõik muutus - toitumisharjumused, kvaliteet, kogus.
- Reklaamid ja kampaaniad ei saa mõjutada kitsikuses elavaid inimesi, kuna selleks pole raha.
- Raha

- Rahakoti paksus otsustab kõik
- Pereliikme töölt koondamine.
- Elukalliduse tõus, hindade tõus
- Palka on alandatud
- Abikaasa haigus sundis tervislikult toituma ning ka majanduslangus paneb mõtlema. Enne söime, mida aga hing ihaldas, samuti proovisime uusi ja importtooteid, viimast enam ei tee.
- Toidukaupade oste mõjutas palga langus
- Pere sissetulek oli suurem, praegu töötab peres 1 inimene, hinnad on tõusnud.
- Palga vähenemine umbes 30%.
- Palga vähenemine 20%
- Hind
- Väike sissetulek
- Meie pensionid ei lase palju süüa. Korteriüür võtab kõik ära.
- Aktsiisi tõus ja käibemaksu tõus.
- Arvan, et majandussurutis, sest raha vähem ja toidud kallid.
- Laste töötus
- Hakkasin kartulit sööma - odav.
- Rahaline olukord mõjutas kõige enam.
- Hinnatõus. Valin odavamad tooted.
- Hindade alandamine
- Kuna meie perekond hakkas vähem raha saama (sissetulek vähenes)
- Toiduainete hinnatõus, majanduslangus.
- Hinnatõus (toidule jään vähem raha)
- Materiaalne olukord, nälja tunne (tase)

Tervis ja toidu tervislikkus – 20%

- Tervise halvenemine
- Transrasvade olemasolu väga paljudes toiduainetes, püüan rohkem infot toitude kohta hankida.
- Vanemaks saades sööme vähem. Muutunud on maitse, püüame süüa rohkem tervislikumalt.
- Kaupluste kampaaniad (odavam osta); kehakaalu langetamine, mul on ülekaal; uute kaupluste juurdetulek (ehitamine); turul kaupade vähesus - sortiment
- Lisa- ja säilitusainete vähendamine (nt Klaabu viiner)
- Transrasvade diskussioon pani mõtlema toiduainete koostisele. Alkoholi kampaania pani mõtlema enda tarbimisele. Tarbin vähem.
- Terve mõistus.
- Informatsioon tervisliku toitumise kohta, saated toiduainete sisalduse ja toiduvalmistamise kohta "Elukeskkond".
- Hakkasime jälgima hüdrogeenitud rasvu.
- Rasvasisaldus valmistoitudes.
- Turule tuli FARMI toorjuust, lõpetasin sulajuustude söömise
- Püüan praegu üle minna juurviljade ja puuviljade peale, et veresuhkur ei tõuseks, olen II tüüpi diabeetik.
- Minu pereliige töötab lihasaaduste laos ja annab informatsiooni valmistamise kohta ja selle kohta, mida osta ja mida mitte.
- Polli õunamahlal turuletulek, ise leiva küpsetamine, leiva küpsetamiseks talust ökojahu ostmine, toitumiskonsultandi nõuanded (allergia, A. Levin), oliivõli ostmine Horvaatiast, oma aiamaa loomine
- Kui kuulen midagi tervislikust või kasulikust toitumisest, püüan seda järgida
- Teemad hüdrogeensetest rasvadest ja E-ainetest.
- E. Ilves - transrasvad - hakkasin ka kommipakendeid uurima. Kui pääsen suuremasse linna, kasutan alati erinevaid kampaaniaid (2=3 jne.) ja sooduspakkumisi. Ostan rohkem valmis (nt. tangaineid). Maal soodustusi eriti ei ole. Kui, siis on "parim enne" möödas. Või lausa "kõlblik kuni".
- Ostan rohkem pääsukesemärgiga, kasvatatud Eestis märgiga tooteid
- Tervislik toit + kodumaine kaup
- Hakkas maitsema kanaliha ananassi ja õuntega või sellest kastmed, valmistan nüüd ka ise süüa.
- Tervislik seisund.
- Seoses kõrge kolesterooli tasemega organismis, püüan vähem tarbida neid toiduaineid, mis seda tõstavad.
- Meedias räägitakse palju tervislikust toitumisest, seetõttu püüan ka perele toitu valmistada vastavalt.
- Ülekaal
- Söön rohkem puu- ja juurvilja, jälgin E-ainete sisaldust.
- Soovitatakse rohkem süüa puu- ja juurvilju.
- Ühe perekonnaliikme töölt ära tulemine ja vanaduspensionile jäämine. Minu enda terviseprobleemid ja sellest tulenev toiduainete piiramine.
- Toitume tervislikumalt, teeme rohkem kodutoitu.
- Loengud tervislikust toitumisest, artiklid jne
- Tervisliku eluviisi kampaania. Kasutan toidus vähem rasvu, kastmeid, suhkrut
- E. Ilvese ajakirjanduses avaldatu
- Toitumise kohta kampaania
- Tervislik seisukord
- Mitte ükski kampaania ei mõjuta ainult allahindlused. Toitumisharjumused.
- Terviseleht
- Pere sööb, kui köht tühi. Ei loe kampaaniad ega reklaamid. Rohkem rõhku pöörame tervislikule toidule
- Söön vähem liha
- Toiduainetes toiduväärtuse sisaldus.
- Toiduainete kallinemine, kvaliteet (liigne E-ainete sisaldus), tervislik toitumine
- Info toiduaine kasulikkuse kohta.
- TAI kampaania (Vali rohelised! Vali punased! jne)., mis kutsus üles juur- ja puuvilju sööma. Tõmbas tähelepanu, oli humoorikas ja mõjus kõigile - lapsest täiskasvanuni).

- Kogu informatsioon tele- raadio vahendusel, ajakirjad ja ajalehed, mis räägivad lihtsast, maitsvast ja peamiselt tervislikust toitumisest.
- Lähtusin toidukaupade ostmisel tervislikkusest ja kaalu jälgimisest, mitte hinnast ja kampaaniast
- Kuna mu 5-aastaselt õel diagnoositi diabeet hakkasin isegi tarbima kodumaist, värsket ning e-aine vaba toitu. Muu ei ole mu harjumusi muutnud.
- Kuulan rohkem oma organismi.
- Tervislik eluviis
- Kuulates ja vaadates TV-st uudiseid toitute valmistamisel toorainete (nt. transrasvade sisaldusest ja selle halvast mõjust tervisele, püüan vältida selliseid tooteid, kus need on olemas (nt kohukesed, jäätis, kompvekid jne)
- Kõrge kolesterool - tarbinis vähem rasvaseid toiduaineid
- Soov toituda tervislikult
- Mõningad toidu ostu muutused on toimunud tervislikel põhjustel.
- Tervise seisundi muutus
- Müügil ei ole puhast koorevõid (Taluvõi) nagu oli nõukogude ajal, igal pool on sees õlid ja sellega rikuvad ära need maitseid, mis olid nõuka ajal eesti toiduainetel nagu kala vorstid (nüüd on vorstid kõik peaaegu ühe maitsega - Laste, Doktor, Tee või isegi Lemmik).
- Kuna hinnad ei tõusnud, siis polnud erilist põhjust kardinaalselt tootumisharjumusi muuta. Kui üldse, siis jälgin tervislikkust.
- Ei oska öelda, et mõni kampaania oleks mind mõjutanud otseselt, kuid pean eelmise aasta "töövõiduks" lapse suunamist gaseeritud jookidelt mahlade ja vee kasutusele.
- Info GM toodetest ja transrasvadest
- 0,5 l Coca-cola sisaldab päevase suhkru normi
- Iseenda teadlikkuse tõus tervislikust toitumisest
- Oma pereliikmete tervislik seisund.
- A ja O sooduspakkumine, soov kaalu langetada
- Spetsialist soovitas tervislikumalt toituda.
- Transrasvad, säilitusained.
- Nn Leedu-Venemaa "piimasõda". Ka meil on palju säilitusaineid piimas, piimatoodetes, lihas ja lihatoodetes
- Inimesel oleks tervisele kõige kasulikum kõike ise kasvatada.
- Tervislikkus, uudsus
- Tervis - vähendasin kolesterooli tõstvate toiduainete tarbimist.
- Lapse saamine ja kehakaalu jälgimine, tervislik eluviis
- Muutsin oma tootumisharjumusi, jälgides "Figuurisõprade" tootumispõhimõtteid
- Mind ei mõjuta kampaaniad, sest näen kohe läbi, kas see toiduaine võib olla tervislik või mitte, on kahju lastest, kes ostavad rämpstoitu
- Tarbin "Musta leiba" palju rohkem.
- Ise teadlikult üritasin tervislikumalt toituda.
- Tervis
- Kartul, köögiviljad
- Reklaam, mis soovitas rohkem puu- ja juurvilju tarbida.
- Info E-ainete sisaldusest ja nende mõjust tervisele
- Kuna jäin lapseootele, hakkasin toituma tervislikumalt ja eelistama kodumaist (eriti mahe) kaupa
- Igasugune info, mis puudutab tervislikku tootumist, mis on pere elustiil.
- Transrasvade kasutamine "Kalevi" kommides. Enam ei osta odavaid komme.
- Raamatud tervislikust tootumisest (A. Luigela) + artiklid ajakirjadest (näit. Naisteleht)
- Püüame rohkem juurvilja, puuvilja ja kala tarvitada. Tervisliku tootumise kampaaniad.
- Tootumisharjumusi mõjutas avastatud diabeet.
- Söön tervislikult sama moodi edasi nagu varem
- Uue poe avamine linnas (erineva toiduvalikuga), raamat (uus info tootumise kohta).
- Avastasin seedripuu õli (100 haiguse ravi).
- Hakkasin lugema kaloreid, mida tarbin ja tegelema spordiga ning toituma tervislikumalt. Nüüd olen 20 kg kergem ja toitu kulub vähem.
- Loengud toiduainetest, mis sisaldavad keemilisi ja säilitusaineid
- Tervislik tootumine - kaalust alla
- Info PH-tootumisest
- Televisoris dokumentaalfilm: aegunud ja külmkapis üle 3 päeva avatud piimatooted on väga ohtlikud
- Erinevad suurte toidupoe kettide sooduskampaaniad (Selver, Rimi jne.). Üldine suund kokkuhoiule ja ökotoodete ning üldse "ökö" eluviisi taasavastamine ühiskonnas.
- Kuulsin raadiost, et õunaseemned on kasulikud, samuti astelpaju pulber. Rosinaid hindan väga kõrgelt ja tarvitan suurel hulgal.
- Transrasvadele hakkasin rohkem tähelepanu osutama. Samuti vähendasin alkoholi tarbimist (seda mitte kampaaniate tõttu ega tervise ja raha pärast, vaid vastutustundest perekonna ees).
- Tüsedus
- Tervislik tootumine
- Transrasvade teema, mille püstitas Evelin Ilves
- Mõjutas oma tervist ja sissetuleku vähenemine
- Tervislikum tootumine.
- Reklaam. Loeng õigest tootumisest (toiduained sisaldavad GMO-d).
- Abikaasa lõpetas sea- ja loomaliha söömise ja sellepärast vähenes liha ostmine.
- Et nii palju transrasvu on meie toiduainetes, ka lastetoitudes! Ei vii enam lastelastele komme! Aitäh Evelin Ilvesele, kes tõstatab probleemi!
- Kampaaniad mind ei mõjuta, pigem mu enese oskus tervislikumalt toituda, kaalus veidi alla võtta.
- Evelin Ilvese transrasvad. Näiteks Eesti kohukestele eelistan Karumsi kohukesti (Läti toode), sest need on piimarasvast.
- Perearsti soovitus, tervise seisund
- Info hüdroomnitid taimerasvade kohta toodetel.
- Raamat e-ainetest, tootumisalased raamatud

- Vene telekanalilt vaatan telesaadet toiduainetest; turult ostan liha ainult tšhe ja sama müüja käest; väga tähelepanelikult valin toidukaupu, millel on hind alandatud, sest tekib küsimus, miks on alandatud
- Info tervislikust toitumisest - juurviljad, puuviljad, ise valmistada sööke, aga ka ökonoomilistel eesmärkidel.
- Veerpalu klassika, transrasvhapped, eelista eestimaist jne
- Perekond Ilves!
- Evelini transrasvade teema
- Ettevõtete info, milliseid lisandeid toiduained sisaldavad
- Vererõhu tõus.
- Kuulsime esimest korda, et on olemas aluselised ja happelised toidud. Oleme püüdnud suurendada aluseliste toiduainete tarbimist. N: köögiviljad, tatar, sidrun
- Lugesin Zilmer, Kokasaar, Vihalemm "Normaalne söömine" - raamatud tasakaalustatud toitumisest ja toiduainete kvaliteedist
- Tervislikkuse kohta käiv info.
- Jälgin GMO olemasolu (otsin õlipudelilt infot), olen proovinud ise leiba küpsetada
- Soov kaalust alla võtta.
- Selgitused E-ainete lisamise kohta; püüan mitte osta kaupa, mis sisaldab konservante ja värvaineid.
- Info meediast tervislike toiduainete kohta
- Abikaasa haigus sundis tervislikult toituma ning ka majanduslangus paneb mõtlema. Enne söime, mida aga hing ihaldas, samuti proovisime uusi ja imporditooteid, viimast enam ei tee.
- Meil on väga palju vastukäivat informatsiooni ja kampaaniaid, järeltuleb oma sisetunde järgi teha. Minu toiduvalikus on palju aastaid juba sees juurviljad, puuviljad, mahlad. Söön vähe poes müüdatavat valmislootu, vorstikesi, viinereid jne. 2009 hakkasime sööma väherasvaseid toite, kuna on tervislikum.
- tervislikumad toidud
- Poest ostetud valmistoidust saadud toidumürgitus, peale juhtunut eriti osta ei julge valmislootu.
- Saated õigest toitumisest ja kaalu langetamisest
- Mihkel Zilmeri loeng teemal "Normaalne söömine!"
- Transrasvad
- Perekonda tuli taimetoitlane
- Tervisliku toitumise artiklid ajakirjanduses. Info PH kohta.
- Lihtsalt lisasin menüüsse juurvilju ja tervislikke toitaineid ning ei osta eriti valmislootu.
- Ilma GMO-ta, naturaalne toode, ilma konservantideta.
- Pigem muutus enda suhtumine mittekasulikesse toiduainetesse.
- Meenus kampaania enne uut aastat, et ei tohi istuda ja palju süüa, parem liikuda. Jõulude ajal tegime jalutuskäigu loodusesse.
- Transrasvade sisaldus maiustustes
- Eelkõige tervis ja hinnad.
- Mõjutas Rimi klepsude kogumise kampaania. Seetõttu ostime enamasti toitu Rimist. Mõjutas ka transrasvade skandaal. Seetõttu ostame vähem kohikesi, määrdetuust ja eelistame jälle ehtsat võid (82%).
- Jogurtid ja teised piimatooted on bakteriga M3
- Terviseajakirjade lugemine, tervisesaadete vaatamine TV-st.
- Muutus toitumissüsteem, menüü (juurvilja, puuvilja, tangud, linnuliha).
- Müügil on väga palju mittekvaliteetseid, riknenud piim-, liha- ja kondiitritooteid, mis kutsuvad esile mürgituse, kuigi kasutamise tähtaeg ei ole veel möödunud.

Ei mõjutanud – 16%

- Ei mõjutanud.
- Ükski kampaania ei mõju. Elame - sööme. Inimene on kõhu ori. Kõik on harjumuspärane
- Mitte mingid!
- Ei mõjutanud, sööma peab ikka.
- Ei mingisugune
- Ei mõjutanud
- Mõjutas ainult söögiisu, sööma ju peab.
- Minu harjumustele pole miski mõjunud
- Mitte miski pole mõjutanud
- Mitte kuidagi pole mõjutanud
- Minuarust ei mõjutanud midagi, otsin seda, mida hing ihaldab, mis maitseb ja ostan põhiliselt Saaremaist toitu.
- Ei pööra reklaamile, kampaaniatele, infole jne üldse mingit tähelepanu
- Ei lähe kaasa ühegi kampaaniaga. Toidualase info võtan teadmiseks, kuid ei torma kohe ostma. Toitumusharjumused jäid samaks.
- Valikute tegemisel ei lähtunud ma ühestki kampaaniast, vaid tegutsesin oma isiklikest arvamustest lähtudes.
- Miski ei mõjutanud
- Ei ole mõjutanud. Teeme toitu kodus, väljas söömas ei käi. Toitu ostame nii palju kui ära kasutame.
- Kõik peamiselt sama.
- Ei huvita eriti, miski ei mõjutanud.
- Siamaani olen oma peaga hakkama saanud, loodan et ka tulevikus. Tegelikult niipalju mõjutab, et reklaamitavat kaupa-teenustoodet ei osta, st kui juba reklaamima (pähe määrima) peab, on tegemist ebakvaliteetse asjaga.
- Kõik jäi samaks.
- Ei mõjutanud midagi
- Mitte miski ei mõjuta
- Miski ei mõjuta
- Kampaaniad ostusid ei mõjutanud
- Ükski kampaania ei mõjuta, reguleerime ise toitumisharjumisi.
- Info ei mõjuta minu toidukaupade ostu, üldiselt.
- Eriti ei mõjutanud
- Ei mõjuta
- Ei mõjutanud ükski kampaania. Ostan ikka oma maitse ja tunde järgi.
- Miski ei mõjutanud

- Ei muutunudki.
- Sellist kampaaniat ei eksisteeri!
- Miski pole mõjutanud.
- Ei mõjuta
- Mitte mingi
- Ei osta toitu kampaaniate pärast
- Ma ei ole mõjutatav.
- Kuna hinnad ei tõusnud, siis polnud erilist põhjust kardinaalselt toitumisharjumusi muuta. Kui üldse, siis jälgin tervislikkust.
- Ei määra
- Ei oska öelda, et mõni kampaania oleks mind mõjutanud otseselt, kuid pean eelmise aasta "töövõiduks" lapse suunamist gaseeritud jookidelt mahlade ja vee kasutusele.
- Midagi ei mõjutanud
- Ei oska öelda, et otseselt mingi olukord vm sündmuse mõjul oleks me tarbimisharjumusi ja toitumisharjumusi muutnud.
- Ei mõjutanud
- Ei mingisugune
- Mitte mingi, toitumine sõltub minu finantsolukorrast
- Minu toitumine ei sõltu kampaaniatest.
- Kampaaniad ja reklaamid ei mõjuta toitumisharjumusi ja valikuid.
- Mind ei mõjuta kampaaniad, sest näen kohe läbi, kas see toidudaine võib olla tervislik või mitte, on kahju lastest, kes ostavad rämpstoitu
- Ei ole elanud kampaaniate nimel ja ei pane neid eriti tähelegi
- Oluliselt pole mõjutanud
- Pole mõjutanud.
- Reklaam ja kampaaniad ei mõjuta meie harjumusi.
- Minu toitumisharjumused on välja kujunenud aastatega ja 2009 aasta jooksul need ei muutunud
- Ma ei lähe reklaami õnge, ostan seda, mis on võimalik ja vajalik. Toetun enda kogemustele. Mõni reklaam käib lausa närvidele (hügieenisidemed).
- Mitte miski nimetatud asjadest ei ole mind mõjutanud
- Ei mõjutanud miski kampaania
- Söön tervislikult sama moodi edasi nagu varem
- Ei ükski
- Ei lähe kampaaniate ohvriks. Hea kaup reklaamib ennast ise. Kulutatud reklaami raha eest võiks parem vähendada antud kaupade hindu.
- Infod ja kampaaniad mulle ei mõju, küll aga õhem rahakott, mis oligi ainuke ja peamine toitumisvalikute mõjutaja
- Ei mingisugune.
- Ei ükski
- Miski ei mõjutanud
- Ei tea, et midagi oleks mõjutanud.
- Väljakujunenud harjumused, iga kampaania ei mõjuta.
- Ei lähtu kampaaniatest oma toidu ostmisel.
- Mitte mingi
- Ei olnud sellist sündmust.
- Muutusi on vähe ja väikesed, pigem isiklikud.
- Ei ole mõjutanud. Püüan osta väljakujunenud harjumuste järgi.
- Ei ela kampaania järgi. Me oleme alati otstarbekalt toitu ostnud ja tarbinud. Väljas söömas pole käinud ja oma harjumusi pole muutunud. Ostame Maximast, turult ja saame veidi omast aiast.
- Ei allu kampaaniatele.
- Maitse ja eelistused on juba välja kujunenud, neid enam naljalt ei mõjuta. Vahel proovin uusi retsepte, aga harjumused on samas jäänud.
- Kampaaniad mind ei mõjuta, pigem mu enese oskus tervislikumalt toituda, kaalus veidi alla võtta.
- Midagi ei mõjutanud
- Ei järgi kampaaniaid
- Pole sellist.
- Ei pööra reklaamile tähelepanu.
- Miski ei mõjutanud.
- Ei ole pööranud tähelepanu
- Ei mõjuta!
- Ei ole mind mõjutanud ei reklaam ega sooduspakkumised. Olen üksik pensionär ja mul on aegade jooksul välja kujunenud oma toidu Tarviduse režiim.
- Ei ole sellist sündmust.
- Mitte miski info
- Miski ei mõjutanud
- Ei mõjutanud üldse
- Ei mõjutanud üldse
- Kampaaniaid ei vaata
- Ei mõjutanud mind ükski kampaania
- Kampaaniad, näitusemüügid, degusteerimised ei huvita.
- Ei mõjuta mingi reklaam ega informatsioon.
- Ei osta reklaami pärast
- Minu toitumisharjumusi ja valikuid ei 2009.a. muutnud mitte mingid kampaaniad
- Ei mõjutanud ükski kampaania.
- Mitte ükski info, kampaania, olukord või muu ei mõjutanud mu harjumusi.
- Ei mõjutanud midagi
- Mitte üks

- Polegi saanud sellist infot, mis mind ja minu perekonda oleks mõjutanud
- Ei mõjutanud
- Ei mõjutanud miski.
- Ei olnud sellist.
- Ei muutnud, säilitan oma harjumused
- Mitte midagi
- Ei mõjutanud
- Ei mõjutanud
- Ei mingi
- Ei mäleta, et mingi kampaania oleks oluliselt minu harjumusi muutnud.
- Ei ole mõjutatav
- Mitte midagi
- Miski ei mõjutanud
- Ei mingsugune
- Ei meenu
- Miski ei mõjutanud, süön ja ostan toiduaineid nii nagu ennegi.
- Oskan ise mõelda

Meedia (TV, ajalehed, raadio) – 5%

- Artiklid, saated tervislikust toitumisest, kodumaisest toidukaubast.
- Televisioon, reklaamid? (afišš)
- Toidukauba ostu eripärasele avaldas mõju raadios ja tv-s info linn- ja seagripi kohta
- Reklaam
- Reklaam, raadio
- Huvitavad kokasaated ja ajakirjad, kaupluste kampaaniad.
- Toidukaupade oste ja toitumisharjumusi mõjutas kõige enam ajalehtedes ja ajakirjades ilmunud artiklid.
- Terviseleht
- Kogu informatsioon tele- raadio vahendusel, ajakirjad ja ajalehed, mis räägivad lihtsast, maitsvast ja peamiselt tervislikust toitumisest.
- Kuulates ja vaadates TV-st uudiseid toitumise valmistamisel toorainete (nt. transrasva sisaldusest ja selle halvast mõjust tervisele, püüan vältida selliseid tooteid, kus need on olemas. (nt. kohukesed, jäätis, kompvõkid jne.)
- Reklaamlehed
- Peale dokumentaalfilmi vaatamist selle kohta, kuidas kasvatatakse ja glaseeritakse aasia riikides kalu, ei osta enam külmutatud kalafilleeid, isegi sel juhul, kui on kirjas "valmistatud Eestis".
- Lapsed on suureks kasvanud ja koos sellega on palju muutunud söögi valik ja söögi ajad. Info linnugripi ja seagripi kohta on mõjutanud toiduvalikut.
- Info GM toodetest ja transrasvadest
- Kõige rohkem loen kirjandusest olevat toiduainete info reklaami ja TV-s olevat poodides olevat allahindlust toidukaupadele
- TV
- Reklaam
- Raamatud tervislikust toitumisest (A. Luigela) + artiklid ajakirjadest (näit. Naisteleht)
- Mõnikord info uute kaupade kohta
- Massimeedia - ajakirjad, ajalehed
- Ajakirjades olevad tutvustused uute toodete kohta
- Telerireklaam
- TV reklaam
- Reklaam. Loeng õigest toitumisest (toiduained sisaldavad GMO-d).
- Uued ja põnevad kokaraamatud ja veebilehed, näiteks Toidutare
- Reklaam televiisoris, reklaamlehed. Väga hea, et reklaam tuuakse posti teel.
- Info meediast tervislike toiduainete kohta
- TV reklaamid, degustatsioonid kauplustes
- Reklaam televisioonis
- Saated õigest toitumisest ja kaalu langetamisest
- reklaam
- Reklaam
- Reklaam postkastis või televiisoris, sõprade soovitusel.
- Tarbisin 2009. A rohkem piima ja piimatooteid, kuna nad muutusid odavamaks. Leiva reklaam mõjutas seda, et hakkasin tarbima teisi leivasorte.
- Reklaam, eesti toidu tähtsus tootjatele.
- Kodumaiste toiduainete reklaamid, laudad

Kodumaine kaup – 4%

- Polli õunamahl turuletulek, ise leiva küpsetamine, leiva küpsetamiseks talust ökojahu ostmine, toitumiskonsultandi nõuanded (allergia, A. Levin), oliivõli ostmine Horvaatiast, oma aiamaa loomine
- Hinnad ja Eestimaal toodetud!
- Ostan rohkem pääsukesemärgiga, kasvatatud Eestis märgiga tooteid
- Tervislik toit + kodumaine kaup
- Soov toetada Eesti majandust ja talunikke.
- Varem vaatasin ainult kauba välimust. Hindade tõustes hakkasin ka hindu vaatama, aga peamiselt ostan Eestis valmistatud ja kasvatatud toitu - liha, linnuliha, mune, kala
- Eelistage Eestimaist! Suurem tähelepanu eesti piimale ja köögi-puuviljale.
- Kuna mu 5-aastaselt õel diagnoositi diabeet hakkasin isegi tarbima kodumaist, värsket ning e-ainevaba toitu. Muu ei ole mu harjumusi muutnud.
- Laada külastused, Nõmme turu taasavamine.

- Hakkasin rohkem tarvitama kodus puuviljadest pressitud mahla.
- Eelista eestimaist.
- Inimesel oleks tervisele kõige kasulikum kõike ise kasvatada.
- Kartul, köögiviljad
- Ei ole meelde jäänud, eesti toidu tarbimise propageerimise
- Mõjutab märk Eesti Parim Toiduaine, Selveri kampaaniad
- Eesti Toidu kampaania, Tunnustatud Eesti maitse
- Kuna jäin lapseootele, hakkasin toituma tervislikumalt ja eelistama kodumaist (eriti mahe) kaupa
- Kodumaiste toidukaupade odavnemine ja seetõttu hakkasime rohkem kodumaist toodangut tarbima
- Parim eestimaine toode.
- Eelista eestimaist.
- Ei ela kampaania järgi. Me oleme alati otstarbekalt toitu ostnud ja tarbinud. Väljas söömas pole käinud ja oma harjumusi pole muutunud. Ostame Maximast, turult ja saame veidi omast aiast.
- Majanduslangus - hakkasin rohkem eelistama Eestis toodetud toiduaineid
- Veerpalu klassika, transrasvhapped, eelista eestimaist jne
- Kasvatasime ise köögiviljad
- Sooduskampaaniad, Eesti kaubad, mis on oma kategoorias parimad, nagu aasta parim kaup.
- Reklaam, eesti toidu tähtsus tootjatele.
- Pääsukesemärk, Eesti parim toiduaine
- Kodumaiste toiduainete reklaamid, laadad

Degusteerimine, kaupade tutvustamine poodides – 2%

- Sooduskampaaniad (eriti kala), esitlused kauplustes
- Degusteerimised kauplustes
- Kaupluses degusteerimine
- Degusteerimised kauplustes
- Näiteks Selveri tootetutvustused, presentatsioonid
- Eksponeerimine degusteerimisega.
- Kui kaupluse riiulile ilmub mõni uus toode, siis mulle meeldib alati uusi tooteid proovida
- Kampaaniad kaupluses koos maitsmisega
- Meeldivad kauplustes (eelkõige Selveris) degusteerimise päevad.
- Presentatsioonid kauplustes
- Ostame alati seda, mis meeldib, ehk mõjutab suurtes poodides tehtav reklaam. On võimalus maitsta.
- Esitlused kauplustes
- Soodusmüügid ja kaupade tutvustused kaupluses (esitlused).
- TV reklaamid, degustatsioonid kauplustes

Piima hind – 2%

- Odav piim
- Piimasõda! Pani kõige rohkem mõtlema, kelle toodangut oleme tarbinud, kelle toodangut jään tarbima.
- Nn Leedu-Venemaa "piimasõda". Ka meil on palju säilitusaineid piimas, piimatoodetes, lihas ja lihatoodetes
- Piima "hinnasõda" - ei ostnud kõige odavamalt.
- Piima hinna langus - ostsin rohkem piima.
- Piima madal hind - ostsin ja tarbin piima rohkem
- Piimahinna kõikumised
- Ajutiselt vähenes piimatoodete ost, seoses ajutise piima kallinemisega.
- Piimahindade langus on meeles.
- Piimasõda, ostsin seda Estiko piima
- Piimahinna langus
- Tarbisin 2009. A rohkem piima ja piimatoodeteid, kuna nad muutusid odavamaks. Leiva reklaam mõjutas seda, et hakkasin tarbima teisi leivasorte.

Lapse sünn, rasedus – 1%

- Lapse sünn
- Lapse saamine ja kehakaalu jälgimine, tervislik eluviis
- Lapse sünn.
- Kuna jäin lapseootele, hakkasin toituma tervislikumalt ja eelistama kodumaist (eriti mahe) kaupa
- Lapse sünn ja tema toitmine
- Lapse sünn
- Rasedus
- Lapse sünn
- Lapseootus

Turg (turu avamine, turult ostmine) - 1%

- Nõmme turu avamine.
- Laada külastused, Nõmme turu taasavamine.
- Nõmme turu rekonstrueerimine, st uus Nõmme turg.
- Ei ela kampaania järgi. Me oleme alati otstarbekalt toitu ostnud ja tarbinud. Väljas söömas pole käinud ja oma harjumusi pole muutunud. Ostame Maximast, turult ja saame veidi omast aiast.
- Vene telekanalilt vaatan telesaadet toiduainetest; turult ostan liha ainult ühe ja sama müüja käest; väga tähelepanelikult valin toidukaupu, millel on hind alandatu, sest tekib küsimus, miks on alandatud
- Nõmme turu avamine

Muu – 5%

- Singi-vorsti lõigud, majonees, moosid, konservid.
- Isiklik kogemus
- Väga väike ja üksluine sortiment väikeses külapoes, hõre bussühendus linnaga, kallis bussipilet. Olen suutnud leppida kehva valikuga kohalikus poes, hea, et see üldse alles on
- Lapsed on mõlemad kodust ära (mõlemad Tartu Ülikoolis).
- Jõulud, uue aasta vastuvõtt
- Värske kala leti avamine lähimas poes
- Lahutus
- Pere vähenemine
- Toidumessil
- Aasta parim toode Rakvere Lihakombinaat.
- Külaliste vastuvõtt
- Elukoha muutus - teised toidupoad.
- Läksin tööle toitlustusse (sööklasse)
- Veidi reisimine ja sealt saadud maitseelamused - kogemused.
- Et keeduvorste tehakse kondimassist "Rakvere KL" ja piimatooted, sest lüpsjad mõned nähtud tekitasid õudust.
- Lahkukolimine
- Lapsed on suureks kasvanud ja koos sellega on palju muutunud söögi valik ja söögi ajad. Info linnugripi ja seagripi koht on mõjutanud toiduvalikut.
- Ei oska öelda
- Ei oska öelda
- Uued grilltooted suvel
- Vastavalt pereliikmete soovidele ja maitsetele, mis aegajalt muutuvad ja uuenevad.
- Maitsemeel on muutunud osade toiduainete suhtes
- Ei tule ühtegi kampaaniat meelde.
- Uue poe avamine linnas (erineva toiduvalikuga), raamat (uus info toitumise kohta).
- Seoses vanadusega tarbin mõnda toiduainet vähem.
- Kaupluses Stockmann on liha ja kala odavamad kui teistes müügikohtades, kusjuures alati värske kaup, sellepärast ostan põhiliselt sealt
- Eesti lihatoodete firmade ost soome firmade poolt. Ei meeldi soomepärase rikutud maitse ja lisandid.
- Jõulud ja peodel on sööki kindlasti rohkem
- Info tuttavatelt
- Ei oska öelda
- Väga paljudes kauplustes puuduvad hinnad. Letis on üks hind, aga kassas tuleb tunduvalt kallimalt maksta.
- Ei oska öelda
- Et Eesti on alkoholi tarbimiselt Euroopas II kohal
- Katse-eksimise meetod
- Olukord, kui pidevalt ostetud ja maitset ja kvaliteedilt sobiv toodang on ühest heast päevast oma esialgset konsistentsi muutnud ja lihtsalt ära lahjendatud-muudetud. N: Pärnu leib, Du Nordi pasteet, sulatatud juust Merevaik, Meie sai, Kalevi kommi kommid "Teekonna", Komeet. Suitsulihad, mis on ainetega ära "mädatatud". Varasemaid lemmikuid enam ei osta. Nimi ei vasta enam varasemale. Sülte ei oska paljud tootjad toota.
- Teine laps hakkas ka päristoitu sööma
- Tööalane info

Küsitletud kogumi iseloomustus

Eesti tarbijate paneeli küsitlus, vastanuid kokku 1130 vanuses 18-74 aastat.

Regiooni järgi³:

Põhja-Eesti	41%
Kesk-Eesti	10%
Kirde-Eesti	14%
Lääne-Eesti	11%
Lõuna-Eesti	24%

Elukoha järgi:

Tallinn	31%
suurlinn	21%
väikelinn	20%
alevik, maa	28%

Rahvuse järgi:

eestlased	68%
mitte-eestlased	32%

Vanuse järgi:

alla 30-aastased	24%
30 - 49 aastased	38%
50 - 64 aastased	24%
65 - 74 aastased	14%

Soo järgi:

naised	52%
mehed	48%

Hariduse järgi:

algharidus või põhiharidus (kuni 9 kl)	7%
keskharidus (k.a keskeriharidus)	54%
kõrgharidus (k.a magister, doktor)	39%

Kuu netosissetulek leibkonnaliikme kohta:

alla 2001 krooni	8%
2001- 4000 krooni	25%
4001- 6000 krooni	30%
6001-8000 krooni	16%
8001-10 000 krooni	10%
üle 10 000 krooni	11%

Pere kuu netosissetulekute muutus 2009.a.:

ei muutunud, jäi samaks	30%
vähenes kuni 5%	8%
vähenes 6-10%	15%
vähenes 11-20%	18%
vähenes rohkem kui 21%	22%
suurenes kuni 5%	3%
suurenes 6-10%	2%
suurenes 11-20%	1%
suurenes rohkem kui 21%	1%

¹ 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