



EESTI KONJUNKTUURIINSTITUUT

ESTONIAN INSTITUTE
OF ECONOMIC RESEARCH

Rävala 6 19080 Tallinn Estonia tel +372 681 4650 fax +372 667 8399 E-mail eki@ki.ee

**Elanike toitumisharjumused ja
toidukaupade ostueelistused
sõltuvalt kaupade päritolust
(kodumaine või import)**

Tallinn 2003

Projektgrupi koosseis: E. Ahermaa, M. Josing, P. Liivaaug, M. Reiman
Vastutav täitja: Oliver Parts

Eesti Konjunktuuriinstituut
Rävala 6 19080 Tallinn
Tel 681 4650
Fax 667 8399
E-mail: eki@ki.ee
<http://www.ki.ee>

Copyright © Eesti Konjunktuuriinstituut

Sisukord

Sissejuhatus	4
1. Elanike toitumisharjumused	5
2. Tervisliku toitumise levik ja tähtsus elanikele	11
3. Toiduohutuse aktuaalsed probleemid	17
4. Toidukaupade ostueelistused ja elanike ostukäitumine.....	20
4.1. Toidukaupade eelistused sõltuvalt kaupade päritolust	20
4.2. Toidukaupade ostukohtade eelistused	31
4.3. Rahulolu kodumaiste toidukaupade valiku ja väljapanekuga	38
4.4. Rahulolu kodumaiste toidukaupade omaduste ja kvaliteediga.....	42
4.5. Kodumaiste toidukaupade konkurentsivõime suurendamise võimalused	47
5. Elanike tunnustatumad kodumaised toidukaubatootjad	54
Kokkuvõte	58

Lisad:

1. Küsitlustulemuste protsentjaotused	61
2. Küsitlustulemuste protsentjaotused sotsiaal-demograafiliste gruppide lõikes:.....	71
2.1. Elanike hinnang oma toitumisele.....	71
2.2. Elanike toitumisharjumuste muutumine 2002. aastal.....	74
2.3. Toidu tervislikkuse jälgimine selle ostmisel ja söömisel.....	81
2.4. Toidukaupade päritolumaa eelistused.....	82
2.4.1. Ainult kodumaiste toidukaupade ostjad vanuse lõikes	83
2.4.2. Ainult kodumaiste toidukaupade ostjad sissetuleku lõikes	84
2.4.3. Ainult kodumaiste toidukaupade ostjad regiooni lõikes	85
2.4.4. Ainult kodumaiste toidukaupade ostjad elukoha lõikes.....	86
2.5. Toidukauba päritolu määramine.....	87
2.6. Toidukauba etiketi vaatamise sagedus	88
2.7. Toidukaupade ostukohad.....	89
2.8. Elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade väljapanekuga	101
2.9. Elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade valikuga (sõltuvalt elukohast)	102
2.10. Elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade valikuga (sõltuvalt regioonist)	102
2.11. Elanike avatus uutele kodumaistele toidukaupadele	103
2.12. Elanike eelistatuimad reklaamikanalid sõltuvalt vanusest	104
3. Küsitletud kogumi iseloomustus	105

Sissejuhatus

Käesolev töö on teostatud Põllumajandusministeeriumi tellimusel ja läbi viidud Eesti Konjunkturiinstituudi (EKI) poolt ajavahemikul november 2002. a - veebruar 2003. a.

Töö **eesmärkideks** oli uurida tegureid, mis kujundavad ja mõjutavad elanike toitumisharjumusi, toidu tervislikkust, toiduohutust ning toidukaupade ostueelistusi sõltuvalt kaupade päritolust. Uuringu tulemusi on võrreldud EKI analoogiliste uurimistöödega.

Käesoleva **töö ülesanded** olid järgnevad:

- analüüsida Eesti elanike rahulolu oma toidu ja toitumisharjumustega;
- uurida tervisliku toitumise levikut ja tähtsust elanikele;
- uurida elanike hinnangut toiduhügieeni olukorrale Eesti toitlustus- ja ostukohtades;
- uurida toidukaupade päritolu tähtsust elanikele;
- selgitada välja kodumaiste ja importtoidukaupade osatähtsus elanike ostudes;
- uurida elanike ostukäitumist ja ostukohtade eelistusi;
- analüüsida kodumaistele toidukaupadele antud hinnangute, hoiakute ja tarbimiskäitumise muutumist ajavahemikul 1996-2002;
- analüüsida elanike hinnanguid kodumaiste toidukaupade kvaliteedile (maitseomadused, pakend, hind jne);
- kirjeldada elanike hinnanguid kodumaiste toidukaupade väljapanekule kauplustes;
- uurida tegureid, mis mõjutavad elanikke uusi toidutooteid ostma;
- analüüsida uute toodete võimalikke reklaamikanaleid, kust tarbijad saaksid kätte kõige operatiivsema info ettevõtete uute (tervislike) toodete kohta;
- selgitada välja elanike hulgas enam tunnustust leidnud Eesti toidukaupade tootjad ning kodumaiste tootjate kõige meeldejäävamad toidutooted;
- selgitada välja elanike ettepanekud kodumaiste toidukaupade konkurentsivõime tõstmiseks.

Töö baseerub Eesti elanike küsitlusel. Küsitlus viidi läbi EKI tarbijapaneeli liikmete hulgas. Küsitluslehed, mis eelnevalt kooskõlastati tellijaga, saadeti elanikele laiali posti teel. Kokku laekus õigeaegselt ja kvaliteetselt täidetud küsitluslehti 781.

Alljärgnevas aruandes on ära toodud küsitluse tulemused vastavalt püstitatud eesmärkidele ja ülesannetele. Küsitluse tulemused on antud probleemi uurimiseks piisavalt representatiivsed (soo, rahvuse, elukoha, regiooni, hariduse, vanuse (16-75) ja pere kuu netosissetuleku järgi) ja seega laiendatavad kogu Eestile.

Lisaks võrreldakse antud töö tulemusi Communications and Food Standards Agency (COI) poolt tellitud 2001. aasta Suurbritannia uuringuga “Consumer Attitudes to Food Standards”, mille viis läbi Taylor Nelson Sofres plc. Ostuotsuse langetamise kriteeriumite osas kasutatakse võrdlustes The Institute of European Food Studies uuringut “Attityder till hälsa och livsmedel”. Leibkonna liikmete kulutuste osas kasutatakse Eesti Statistikaameti uuringute tulemusi.

1. Elanike toitumisharjumused

Elanike toidukaupade ostueelistused on tihedas seoses elanike toitumisharjumustega. Käesolevas peatükis analüüsitakse elanike hinnanguid oma toitumise kohta, lisaks jaotatakse Eesti elanikkond toitumistüüpidesse, lähtudes nende toitumiseripäradest. Vaatluse all on ka muutused elanikkonna toitumisharjumustes ning tegurid, mis on otseselt mõjutanud toitumisharjumuste muutumist 2002. aasta jooksul.

Igapäevase toitumise analüüsis uuriti elanike toidu koguse, mitmekesisuse ja tervislikkuse muutumist 2002. aasta jooksul. Elanike rahulolu mõõdeti neljaastmelise skaala alusel: väga hea, hea, rahuldav ja halb. Tulemused koos eelnevate aastate võrdlustega on esitatud tabelis 1.1.

Tabel 1.1. Perede hinnang oma toitumisele (% vastajatest)

	2000			2001			2002		
	Kogus	Mitme- kesisus	Tervis- likkus	Kogus	Mitme- kesisus	Tervis- likkus	Kogus	Mitme- kesisus	Tervis- likkus
väga hea	10	6	4	8	7	3	14	6	4
hea	27	22	22	43	27	26	45	34	29
rahuldav	57	48	50	45	52	59	38	51	54
halb	5	23	15	4	13	8	2	8	7
ei oska öelda	1	1	9	0	1	4	1	1	6

Tulemustest järeldub, et elanike hinnang oma toitumisele on paranenud nii toidu koguse, mitmekesisuse kui ka tervislikkuse poolest. Siiski on elanikud rohkem rahul oma toidu kogusega kui mitmekesisuse ja tervislikkusega. 2000. aastal hindas 27% inimestest oma toidu kogust heaks, 2001. aastal 43% ja 2002. aastal 45%. Seega elanike rahulolu oma toidu koguse suhtes on suurenenud viimase kolme aasta jooksul 18%-punkti. Samuti on suurenenud elanike rahulolu toidu mitmekesisuse suhtes (viimase kolme aasta jooksul 12%-punkti). 2000. aastal hindas oma toidu mitmekesisust heaks 22% elanikest, 2001. aastal 27% ja 2002. aastal 34%.

Arvamused oma toitumise kohta sõltuvad vastaja sissetulekust, rahvusest ja vanusest (vt lisa 2.1). Positiivsemaid hinnanguid andsid suurema sissetulekuga, kõrgharidusega ja nooremad vastanud. Näiteks kui suurema sissetulekuga grupis hindasid oma toidu mitmekesisust halvaks vaid üksikud küsitletud, siis alla 2000-kroonise tuluga peredest peaaegu iga viies.

Uurimistöö käigus analüüsiti Eesti elanikkonna jagunemist toitumistüüpidesse (vt tabel 1.2).

Tabel 1.2. Elanikkonna jagunemine toitumistüüpidesse (% vastanutest)

	Eesti (2002)	Suurbritannia (2001)
sööb enamikke toiduaineid	95	80
on täielikult taimetoitlane (ei söö liha ega kala)	0	4
on peamiselt taimetoitlane (sööb kala, kuid mitte liha)	3	6
on spetsiaalsel dieedil	2	10

Tulemustest selgub, et taimetoitlus on Eestis suhteliselt vähe levinud. Taimetoitlusest domineerib tarbijatüüp, kes sööb küll kala, kuid mitte liha (3%). 2% elanikest on aga spetsiaalsel dieedil, mis on enamasti seotud erinevate haigustega (nt diabeet, kõrgvererõhutõbi, kõrgeenenud kolesteroolitase või nende ennetamisega).

Taimetoitluse ja dieedi pidamine on eestimaalastest olulisem brittidele, kuna Suurbritannias on täielikult taimetoitlasi 4%, peamiselt taimetoitlasi 6% ning spetsiaalsel dieedil olevaid isikuid 10% elanikkonnast.

EKI uuris elanike toitumisharjumustes ka seda, milliseid toiduaineid ja kui sageli eestimaalased söövad. Selle tulemused on kokkuvõetud tabelis 1.3.

Tabel 1.3. Erinevate toiduainete söömise sagedus (% vastanutest)

	Söön regulaarselt (vähemalt 2-3 korda nädalas)	Söön mõnikord (vähemalt 2-3 korda kuus)	Praktiliselt ei söö (kord kuus või harvem)
piimatooted	86	12	2
värske köögi- ja puuvili	73	24	3
sealiha ja sealihatooted	43	42	15
kanaliha ja kanalihatooted	34	56	10
kala ja kalatooted	29	53	18
veiseliha ja veiselihatooted	16	43	41

Tabelist 1.3 järeldub, et kõige regulaarsemalt söövad eestimaalased piimatooteid (86%) ja värsket köögi- ja puuvilja (73%), kuid harvemini süüakse lihasaadusi.

Teatavasti on inimese toitumisharjumused tihedalt seotud ka toitlustusettevõtete valiku ja külastatavusega, mistõttu EKI uuris, milliseid toitlustuskohti ja kui sageli Eesti elanikud külastavad. Tulemused on ära toodud tabelis 1.4.

Tabel 1.4. Toitlustusettevõtete külastamise sagedus (% vastanutest)

	Külastab regulaarselt (vähemalt 2-3 korda nädalas)	Külastab mõnikord (vähemalt 2-3 korda kuus)	Praktiliselt ei külasta (kord kuus või harvem)
sööklad	10	12	78
valmistoidu kaasa ostmise kohad	5	19	76
kohvikud	4	23	73
pubid, baarid	4	16	80
kiirtoidu söögikohad	2	13	85
restoranid	0	5	95

Tulemuste analüüsimisel selgub, et kõige suurem klientuur on söökladel, mida külastab 10% elanikkonnast regulaarselt. Kõige vähem külastatakse aga restorane. Selliseid tarbijaid, kes regulaarselt (nädalas 2-3 korda) restoranis käiksid EKI valimisse ei sattunud. Sööklate kõige regulaarsem külastatavus tuleneb elanike vajadusest töö- või koolilõunate järele ning selleks sobivad paremini odavamad söögikohad – sööklad. Kokkuvõtvalt võib öelda, et pooled eestimaalastest kasutavad ühiskondlikku toitlustusteenust, kusjuures regulaarselt (vähemalt 2-3 korda nädalas) teeb seda 17% täiskasvanud elanikest.

Kiirtoidu söögikohti eelistavad eestimaalastest rohkem britid (15% kasutab regulaarselt), kuid sööklate külastatavus on nii Eestis kui Suurbritannias võrdne (regulaarselt 10%).

Töö käigus analüüsiti ka elanike toitumisharjumuste muutumist, et välja selgitada, kuidas on elanike toitumisharjumused muutunud 2002. aasta jooksul ning analüüsida toimunud muutuste põhjusi. Tabel 1.5 võtab kokku Eesti elanike toitumisharjumuste muutumise 2002. aastal.

Tabel 1.5. Toitumisharjumuste muutumine (% vastanutest)

	Suurenenud	Ei ole muutunud	Vähenenud
kodus tehtud toitude söömine	27	67	6
toidu mitmekesisus	23	68	9
toidu tervislikkus	21	72	7
kauplustes pakutavate valmistoitude söömine	13	54	33
erinevate rahvuste toitude söömine	8	59	33
väljas söömine (kohvik, restoran jne)	7	48	45
toidu kogus	6	83	11
muu	2		

Tulemustest järeldub, et 2002. aastal on suurenenud kodus tehtud toitude söömine (27%), toidu mitmekesisus (23%) ja toidu tervislikkus (21%). Vähenenud on aga väljas söömine ja erinevate rahvuste toitude söömine. Vaba vastusena (muu) märgiti peamiselt seda, et suurenenud on toorsalatite söömine ning toitumisharjumusi on mõjutanud uus töökeskkond.

Sotsiaal-demograafiliste eripärade poolest on inimeste rahulolu toitumisega 2002. aastal suurenenud peamiselt nooremate, suurema sissetulekuga ning kõrgharidusega elanike hulgas. Näiteks on toidu mitmekesisus suurenenud kõrgemas tulugrupis 34% vastanutest, samas kui madalama sissetulekuga elanikel on see suurenenud 16% vastanutest. Valmistoitude söömine on suurenenud nendes peredes, kus pere kuusissetulek ületab 8000 krooni, väiksema sissetulekuga peredes on see vähenenud (vt lisa 2.2).

Eesti Statistikaameti leibkonnauuringu järgi kulutas leibkonnaliige 2001. aastal väljas söömisele keskmiselt 947 krooni. Kulutused väljas söömisele olid leibkonnaliikme kohta kõige kõrgemad Tallinnas (keskmiselt 1291 krooni) ning kõige madalamad Ida-Virumaal (keskmiselt 510 krooni). Omatoodeid või tasuta saadud toidu ja alkoholivabade jookide maksumus leibkonna liikme kohta oli 2001. aastal keskmiselt 1398 krooni. Omatoodeid või tasuta saadud toidu osatähtsus oli kõrgeim Võrumaal (keskmiselt 2374 krooni) ja madalaim Tallinnas (keskmiselt 710 krooni).

Tabel 1.6. Toitumisharjumuste muutumise põhjused (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

	2002
toidukaupade valik on rikastunud	29
teadlikkus (informeeritus) tervislikust toitumisest on tõusnud	26
majanduslikud võimalused on halvenenud	19
omatoodeid toidu osakaal on suurenenud	18
haiguse või selle ennetamise pärast	12
majanduslikud võimalused on paranenud	13
elustiil, elutempo on muutunud	9
omatoodeid toidu osakaal on vähenenud	4
võtsin omaks sõprade, lähisugulaste toitumistavad	3

Tulemusi analüüsisel selgub, et elanike toitumisharjumusi on eelkõige mõjutanud järgmised tegurid: toidukaupade valiku rikastumine (29%) ning teadlikkuse suurenemine tervisliku toitumise vallas (26%). Toitumisharjumusi on vähem mõjutanud lähisugulaste/sõprade toitumistavade ülevõtmine (3%) ning vähenenud omatoodetud toidu osakaal (4%).

2. Tervisliku toitumise levik ja tähtsus elanikele

Tervislik toitumine võidab iga aastaga järjest rohkem populaarsust. Järelikult on elanike teadmised tervislikust toitumisest paranenud ning suudetakse enam teadvustada oma tervise otsest seost isiklike toitumisharjumustega. Käesolevas peatükis vaadeldakse tervisliku toitumise levikut ja tähtsust elanikele ning tuuakse välja tendentsid võrreldes 2001. aastaga.

Tabel 2.1. Tervisliku toitumise tähendus elanikele (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

	2001	2002
korrapärane söömine	64	61
tasakaalustatud toitumine	59	54
rasvade mõõdukas tarbimine	37	48
mineraalainete ja vitamiinide sobiv sisaldus	55	42
süsivesikute (magusa) piiramine	20	29
soola tarbimise piiramine	24	27
kalorite sobiv hulk	25	26
vähem söömist	7	16
rohkem söömist	1	2

Tulemusi vaadeldes nähtub, et elanikele tähendab tervislik toitumine jätkuvalt korrapärast (61%) ja tasakaalustatud söömist (54%). Võrreldes 2001. aastaga, on elanike arvates rasvade mõõdukas tarbimine (11%-punkti võrra) tähtsam ning vähem tähtsamaks on muutunud mineraalainete ja vitamiinide sobiv sisaldus (13%-punkti võrra). Samuti on suurenenud elanike osakaal, kes peavad tervislikuks toitumiseks süsivesikute (magusa) piiramist (võrreldes 2001. aastaga kasv 9%-punkti). Eakamate inimeste hulgas on vähem elanikke, kellele tähendab tervislik toitumine seda, et toit peab sisaldama sobivas koguses mineraalaineid ja vitamiine.

Lisaks märgiti, et tervisliku toitumisega seondub puu- ja juurvilja rohke söömine, rohke mahlade ja mineraalvee joomine, kodumaiste toidukaupade eelistamine ning konservante sisaldavate toitude söömise piiramine.

Käesoleva töö üheks ülesandeks oli jälgida toidu tervislikkuse olulisust elanikele. Tabelis 2.2 on esitatud tulemused.

Tabel 2.2. Tervislikkuse jälgimine toidukaupade ostmisel (% vastanutest)

alati	13
tavaliselt	55
harva	29
mitte kunagi	3

Tulemustest järeldub et 68% elanikest tunneb enamasti huvi toidukauba tervislikkuse suhtes. Hea on see, et neid inimesi on suhteliselt vähe, keda toidu tervislikkus üldse ei huvita (3%). Seega on tervislikkus toidukauba valikul tähtsaks teguriks. Toidu ostmisel ja söömisel jälgivad toidu tervislikkust enam suurema sissetulekuga inimesed (74%, vt lisa 2.3).

Samuti uuriti, millised tegurid takistavad elanikel tervislikke toidukaupu osta. Tulemused on ära toodud tabelis 2.3.

Tabel 2.3. Toidu ostmisel tervislikkuse jälgimist takistanud tegurid (% jälgijatest, võis märkida mitu vastust)

ebapiisav tooteinfo pakenditel	41
ettevõtted ei tee piisavalt reklaami	38
müüjad pole kursis tervislike toodete olemasoluga	25
tervislik kaup on ostukohtades raskesti leitav	25
tootjad ei paku piisavalt tervislikke tooteid	21
ei oska eristada tervislikku toitu ebatervislikust	16
tervislik kaup pole mulle meelepärase maitsega	11
muu	5

Tulemustest järeldub, et toidu tervislikkuse jälgimine pole alati lihtne. Seda takistab ebapiisav tooteinfo pakenditel (41%) ja see, et ettevõtted ei tee tervislikele toodetele piisavalt reklaami (38%). Viimase all tuleb tõenäoliselt mõista, et ettevõtted ei rõhuta oma reklaamides piisavalt toidutoodete tervislikkust ning elanike jaoks ei eristu tervislikum toode tavalisest. Probleemiks on, et müüjad pole kursis tervislike toodetega (märkis 25%) ega oska neid elanikele soovitada. Järelikult vajavad müüjad spetsiaalset toidukaupadealast koolitust, et nad oleksid teadlikud erinevate toidutoodete eripäradest ja tervislikkusest ning oskaksid neid vajadusel ka elanikele soovitada.

Vaba vastusena (muu) märgiti peamiselt, et probleemideks tervislikkuse jälgimisel on liiga rohke kiirtoidu reklaam; kohalikud kauplused pole piisavalt varustatud tervislike toodetega ning toidukauba etiketilt ei loe välja, kui palju on lisatud säilitusaineid.

Antud uuringu raames uuriti ka elanike toidu tervislikkuse muutumist 2002. aasta jooksul, nende tulemused on esitatud tabelis 2.4.

Tabel 2.4. Toidu tervislikkuse muutumine (% vastanutest)

	Eesti (2002)	Suurbritannia (2001)
toit on tervislikum	25	38
toidu tervislikkus pole muutunud	70	55
toit on vähem tervislik	5	7

Nagu selgub, siis pole enamuse Eesti tarbijate arvates toidu tervislikkus muutunud (70%). Positiivne on, et neid, kelle toit on tervislikum (25%), leidub rohkem kui neid, kelle toidu tervislikkus 2002. aasta jooksul vähenes (5%). Toidu tervislikkus on 2002. aastal vähenenud rohkem eakamatel elanikel, suurenenud aga peamiselt linnades elavatel ja kõrgema sissetulekuga elanikel. Mitte-eestlaste toidu tervislikkus on aastaga rohkem suurenenud kui eestlastel.

Eestis on aga 13%-punkti võrra vähem elanikke, kes leidsid, et nende toit on aasta jooksul muutunud tervislikumaks kui Suurbritannias (38%).

Järgnevalt uuritakse, milliseid toiduaineid söövad inimesed vähem, rohkem või sama palju võrreldes 2001. aastaga. Tulemused on esitatud tabelis 2.5.

Tabel 2.5. Toiduainete tarbimise muutumine (% vastanutest)

	Rohkem	Sama palju	Vähem	Ei söö üldse
puuviljad	31	56	12	1
köögiviljad ja salatid	29	65	6	0
piimatooted	21	67	11	1
kalatooted	16	57	24	3
leiva- ja muud teraviljatooted	9	80	11	0
kartulid	9	71	19	1
lihatooted	6	64	27	3
suhkrut sisaldavad toidud/joogid (maiustused, koogid, karastusjoogid jne)	6	41	47	6
rasva sisaldavad toidud (või, margariin, majonees jne)	2	57	38	3

2002. aastal on suurenenud puu- ja köögiviljade ning piimatoodete tarbimine. Oluliselt on vähenenud suhkrut sisaldavate jookide ja toitade (maiustused, koogid, karastusjoogid jne) tarbimine (47%) ning rasva sisaldavate toitade (või, margariin, majonees jne) söömine (38%).

Eestis on sarnases mahus Suurbritanniaga suurenenud puu- ja köögivilja söömine (30%-33%), kuid näiteks piimatoodete osas on Eestis tarbimise kasv (21%) märgatavam kui Suurbritannias (14%). Eestis on rohkem vähenenud rasva ja suhkrut sisaldavate toitade söömine kui Suurbritannias.

Elanikud tegid ka ettepanekuid, milliseid toiduaineid peaksid eestimaalased sööma rohkem, sama palju või vähem. Tulemused on kajastatud tabelis 2.6.

Tabel 2.6. Elanike toitumissoovitused eestimaalastele (% vastanutest)

	Sööma rohkem	Sööma sama palju	Sööma vähem
köögiviljad	88	11	1
puuviljad	88	11	1
kalatooted	71	27	2
piimatooted	60	38	2
leiva- ja muud teraviljatooted	30	60	10
kartulid	10	73	17
lihatooted	10	57	33
suhkrut sisaldavad toidud/joogid	1	16	83
rasva sisaldavad toidud	1	23	76

Tulemustest järeldub, et elanike arvates peaksid eestimaalased sööma rohkem köögi- ja puuvilju (võrdselt 88%) ning kala- ja piimatoodeteid (vastavalt 71% ja 60%). Kuid kõige rohkem tuleks vähendada suhkrut sisaldavate toitade ja jookide tarbimist (88%) nagu maiustused, karastusjoogid ja koogid. Tervisliku toitumise spetsialiste sellised õiged soovitused ainult rõõmustavad.

Tervisliku toitumise blokkis uuriti elanikelt ka võimalikke põhjusi, miks osa inimesi ei pea lugu tervislikust toitumisest. Tulemused on esitatud tabelis 2.7.

Tabel 2.7. Tervislikku toitumist takistavad tegurid (% vastanutest)

	Jah, kindlasti	Mõne- võrra	Kindlasti mitte	Ei oska öelda
raha vähesus	71	21	4	4
hoolimatus, ükskõiksus	48	37	8	7
teadmiste vähesus	31	46	13	10
muu	3			

Tulemustest nähtub, et elanike arvates takistab tervislikult toitumast raha vähesus (71%) ning sellele järgneb inimeste hoolimatus, ükskõiksus (48%). Võrreldes 2001. aasta küsitlustulemustega, elanike hinnangud pole oluliselt muutunud.

Vaba vastusena (muu) vastati peamiselt, et tervislikuma toidu valmistamiseks kulub rohkem aega, toitlustusasutused ei paku töölõunateks piisavalt tervislikku toitu, inimeste toitumisharjumused on jäigad muutusteks ning kiire elutempo tõttu eelistatakse kauplustest osta valmistoite.

Käesoleva peatüki kokkuvõtteks võib öelda, et Eesti elanikud on saanud aru tervisliku toitumise vajalikkusest ja uuringutulemuste põhjal võib väita, et tervisliku toitumise populaarsus kasvab. Positiivne on ka see, et perede majanduslikud võimalused on mõnevõrra paranenud tervisliku toidu ostmiseks ja söömiseks, ehkki raha vähesus on jätkuvalt aktuaalseks probleemiks.

3. Toiduohutuse aktuaalsed probleemid

Käesolevas peatükis võetakse vaatluse alla toiduohutusega seonduv: nii toiduga seotud üldised ohud kui ka toiduhügieeni probleemid Eestis toiduga tegelevates kohtades (toitlustusettevõtted, toidukaupade tootjad ning toidukaupade müügikohad).

Elanike hinnangute välja selgitamiseks toiduohutuse olukorra suhtes, uuriti respondentidelt, kuidas nende arvates on 2002. aasta jooksul muutunud toiduohutuse olukord Eestis. Tulemused on ära toodud tabelis 3.1.

Tabel 3.1. Elanike hinnang viimase aasta jooksul toimunud muutustele toiduohutuse olukorras (% vastanutest)

	Eesti (2002)	Suurbritannia (2001)
olukord on palju parem	9	7
olukord on veidi parem	36	41
olukord pole muutunud	25	29
olukord on veidi halvem	4	12
olukord on palju halvem	2	6
ei oska öelda	24	4

Eesti elanike arvates on olukord toiduohutuse alal oluliselt paranemas. 45% elanikest nägi toiduohutuse olukorra paranemist ja 6% halvenemist.

Eesti elanike arvamused võrreldes brittide omadega on toiduohutuse alal võrdlemisi sarnased, kuigi Suurbritannias on nende elanike osakaal 3 korda suurem, kes arvasid, et toiduohutuse olukord on muutunud veidi halvemaks (12%). Samas ei oska iga neljas eestimaalane oma arvamust toiduohutuse suhtes avaldada.

Elanikelt uuriti, kuidas on nende arvates Eestis toiduga tegelevates kohtades (toiduainetööstused, toitlustusettevõtted ja ostukohad) toiduhügieeni olukord. Antud tulemused on esitatud tabelis 3.2.

Tabel 3.2. Toiduohutuse olukord Eestis toiduga tegelevates kohtades (% vastanutest)

	Väga hea	Hea	Rahuldav	Halb	Ei oska öelda
piimatööstused	10	36	17	0	37
restoranid	10	28	12	1	49
suured kauplused (üle 3 kassa)	6	48	33	1	12
lihatööstused	5	27	26	4	38
kalatööstused	2	19	30	5	44
koolisööklad	2	15	37	13	33
baarid, pubid	2	19	27	5	47
kohvikud	2	27	28	2	41
asutuste sööklad	1	16	32	5	46
kiirtoidu söögikohad	1	12	30	11	46
valmistoidu kaasa ostmise kohad	1	21	36	3	39
väikekauplused (kuni 3 kassat)	1	19	51	17	12
turud	1	5	38	46	10

Analüüsidest tulemusi on elanike hinnangutel toiduhügieeni olukord väga hea või hea suurtes kauplustes (54%), piimatööstustes (46%) ja restoranides (38%). Halb on olukord eelkõige turul (46% küsitletute hinnangul) ja osalt ka väikekauplustes (alla kolme kassa, 17% küsitletute hinnangul).

Lisaks uuriti, milliseid toiduga seonduvaid võimalikke ohte elanikud oma tervisele kõige olulisemaks hindavad. See on vajalik, kuna keskkonna jätkuva saastumise, taime- ja loomakasvatuse intensiivistamise ning toiduainetööstuses lisainete kasutamisega võib toit kahjustada elanike tervist. Tabelis 3.3 on kokku võetud elanike hinnangud.

Tabel 3.3. Toiduga kaasnedavate ohtude olulisus elanikele (% vastanutest)

	Väga oluline	Mõnevõrra oluline	Ei ole oluline
toidu bakteriaalne saastatus (salmonelloos)	93	5	2
hullulehmatõbi	87	8	5
kiiritatud toit	86	9	5
mikrobioloogiline saastatus (toidumürgitus)	85	13	2
keskkonnareostuse produktid (raskemetallid jne)	79	19	2
pestitsiidid (taimekaitsevahendid)	66	30	4
geneetiliselt muundatud organismid (GMO)	66	25	9
antibiootikumid lihas	65	30	5
toiduallergia	60	27	13
loomade kasvuhormoonid	59	33	8
toidu lisaained (konservandid, värvained)	58	35	7
loomadele antud toit	46	46	8
muu	1		

Tulemusi tõlgendades nähtub, et elanike hinnangute hierarhia ei ole loogilises seoses elanikke tegelikkuses ähvardavate ohtudega. Kõige olulisemateks ohuallikateks pidasid elanikud toidu bakteriaalset saastatust (93%) ja hullulehmatõbe (87%). Mõnevõrra väiksemate ohuallikatena hinnati loomadele antud toitu (46%) ja loomade kasvuhormoone (59%). Tegelikkuses esinevad toiduallergia ja ülearused lisaained toidus palju suurema tõenäosusega kui hullulehmatõbi. Hullulehmatõvest on aga ajakirjanduses palju ja emotsionaalselt kirjutatud, allergia aga saanud paljusid lapsi saatvaks tüütuks tervisehädaks.

Võrreldes 2001. aastaga, on elanikud kõiki toiduga kaasnedavate ohtude rohkem teadvustama hakanud, järelikult on elanikud oma tervist kõrgemalt hindama hakanud ning pööravad enam tähelepanu võimalikele riskiteguritele.

Vaba vastusena (muu) märgiti veel, et ohuallikateks on loomade stress enne hukkamist; väikestes poodides ja turgudel segatakse vana ja uus kaup segamini; säilivusaja ületanud toit; väikestes toidutööstustes on puudulik töajõu tervisekontroll ning lahti lõigatud puu- ja köögiviljade puhul on ohuks mikroobide sattumine söödavale pinnale.

Sarnaselt eestimaalastega tunnevad ka britid muret toiduga kaasnedavate ohtude suhtes, aga mitte nii kriitiliselt kui Eesti elanikud. Kõige olulisemateks ohtudeks hinnatakse Suurbritannias hullulehmatõbe (37%) ning GMO kasutamise (37%) võimalikke riske tervisele.

Käesoleva peatüki kokkuvõtteks võib öelda, et toiduohutuse olukord Eestis on 2002. aasta jooksul mõnevõrra paranenud. Samuti on inimesed hakanud kriitilisemalt hindama toiduga kaasnedavate ohtude riske oma tervisele. Teadlikkus reaalsest ohtudest on aga ikkagi veel madal.

4. Toidukaupade ostueelistused ja elanike ostukäitumine

Käesolevas peatükis analüüsitakse elanike ostueelistusi sõltuvalt kaupade päritolust (kodumaine või import), vaadeldakse toidukaupade ostukohtade eelistusi, mõõdetakse elanike rahulolu toidukaupade kvaliteedi, valiku ja väljapaneku suhtes ning uuritakse uute toidutoodete ostmist mõjutavaid faktoreid. Samuti tutvustatakse töös elanike poolt tunnustatud kodumaiseid toidukaubatootjaid ja tooteid. Analüüsitakse ka elanike ettepanekuid toiduainetööstustele kodumaiste toidukaupade konkurentsivõime tõstmiseks, lisaks tõlgendatakse tegureid, mis määravad elanike ostukäitumist ja -hoiakuid toidukaupade suhtes.

4.1. Toidukaupade eelistused sõltuvalt kaupade päritolust

Eesti toidukaupade turg on aastast aastasse rikastunud kvaliteetsete ja importkaupadele tõsisest konkurentsi pakkuvate kodumaiste toodetega. Kodumaiste firmade pidev töö sortimendi laiendamisel ja toidukaupade kvaliteedi parandamisel on leidnud elanike hulgas iga aastaga üha suuremat tunnustust, näiteks eelistas 1996. aastal 73% elanikest kodumaist toidukaupa ning 2002. aastaks oli nende elanike osakaal kasvanud veel 14%-punkti võrra. Oma osa on selles ka tervisliku toitumise suurenenud levikul ja eestimaalastes juurdunud hoiakus, et kodumaised toidukaupad on tervislikumad ja usaldusväärsemad.

Antud uurimistöö üheks alaeesmärgiks oli elanike hinnangute väljaselgitamine kodumaiste toidukaupade suhtes. Tulemused on esitatud tabelis 4.1.1.

Tabel 4.1.1. Elanike eelistused toidukaupade päritolu suhtes (% vastanutest)

eelistab kodumaiseid toidukaupu	87
eelistab importtoidukaupu	1
toidukaupade päritolumaad pole oluline	12

Tulemustest järeldub, et jätkuvalt eelistab eestimaalane kodumaist toidukaupa ja aasta-aastalt nende tarbijate arvelt, kes toidu päritolumaale seni tähelepanu pole pööranud. Viimase seitsme aasta (1996-2002) jooksul on importtoidukaupade eelistanute osakaal olnud stabiilne, see on kõikunud 1% piires.

Kodumaiste toidukaupade eelistamine sõltub vastaja vanusest (vt lisa 2.4). Alla 30-aastaste vanusegrupis eelistab kodumaiseid toidukaupu 79% küsitletutest, kuid vanemates vanusegruppides püsib eelistus 90% ligikal. Olulisem muutus päritolu eelistustes on toimunud vanusegrupis 30-49, kus kodumaiseid toidukaupu eelistavate elanike osakaal on suurenenud aastaga 7%-punkti võrra (vt tabel 4.1.2).

Tabel 4.1.2. Kodumaise toidukauba eelistajad vanuse lõikes (% eelistajatest)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
kuni 29-aastased	58	67	70	75	79	75	79
30-49 aastased	71	74	78	76	83	83	90
50-64 aastased	81	82	83	85	89	86	89
üle 64-aastased	77	83	82	88	88	92	89

Küsitlusega selgitati välja, miks elanikud eelistavad just kodumaiseid toidukaupu. Peamiste argumentidena nimetati, et kodumaised toidukaubad on usaldusväärsemad (57%), paremate maitseomadustega (52%) ning tervislikumad (50%). Eelistusmotiivid võrrelduna eelnevate aastatega on kokku võetud tabelis 4.1.3.

Tabel 4.1.3. Kodumaise toidukauba eelistamise motiivid (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Eesti toidukaup on usaldusväärsem	56	57
Eesti toidukaup on maitsest parem	53	53	56	58	59	49	52
Eesti toidukaup on tervislikum	66	43	50
Eesti majanduse arengu toetamine	38	26	34	31	24	17	19
Eesti elanikele töö ja sissetuleku tagamine	50	39	44	40	30	17	16
Eesti põllumeeste aitamine	29	18	23	23	27	15	15
Eesti toidukaup on soodsama hinnaga	14
Patriotismist	11	7	11	11	13	5	5

Toodust järeldub, et sellised motiivid nagu patriotism (5%) ja soov toetada Eesti põllumehi (15%) mõjutavad vähem kodumaiste toidukaupade ostmist, samuti ei pea suurem osa elanikest kodumaise toidukauba hinda motiveerivaks teguriks. Seega kodumaiste toidukaupade konkurentsieelised importtoidukaupade ees on eelkõige nende usaldusväärsus, paremad maitseomadused ja tervislikkus. Vanemad inimesed hindasid eriti oluliseks Eesti toidukauba usaldusväärust.

Seoses vajadusega selgitada välja kodumaiste ja importtoidukaupade osatähtsus elanike ostudes, uuriti tarbijate reaalset ostukäitumist 24 kaubagrupi osas, millede puhul kaubanduses pakutakse laias sortimendis nii kodumaiseid kui ka importtooteid. Tabelis 4.1.4 on toodud aegread elanike eelistuste kohta perioodil 1996-2002.

Tabel 4.1.4. Kodumaise toidukauba ostmine aastatel 1996-2002 (% vastanutest, kes eelistasid osta kodumaist toidukaupa*)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
naturaaljuust	93 (72)	94 (70)	94 (68)	93 (72)	93 (69)	94 (63)	88 (56)
sulatatud juust	72 (44)	70 (41)	72 (44)	75 (48)	76 (48)	75 (46)	70 (39)
jogurt	62 (34)	71 (43)	72 (46)	81 (55)	85 (58)	85 (59)	81 (54)
jäätis	58 (30)	64 (31)	70 (36)	79 (43)	82 (44)	81 (44)	80 (43)
majonees	72 (46)	79 (28)	79 (54)	84 (57)	83 (54)	86 (59)	86 (56)
kastmed, ketšupid	...	47 (21)	51 (23)	52 (24)	64 (30)	62 (30)	61 (30)
margariin	34 (16)	36 (16)
õli	48 (23)	58 (31)
linnuliha	62 (39)	58 (36)	53 (32)	55 (34)	60 (33)	59 (34)	61 (37)
lihakonservid	61 (36)	70 (43)	65 (41)	65 (38)	64 (38)	64 (31)	55 (30)
suitsuvorst, sink	95 (74)	96 (79)	96 (77)	97 (78)	96 (74)	96 (73)	94 (69)
kalakonservid	88 (61)	87 (63)	85 (61)	89 (60)	89 (60)	89 (56)	80 (54)
jahu ja tangained	70 (47)	72 (44)	70 (23)	70 (44)	75 (43)	73 (43)	77 (46)
kommid, šokolaadid	51 (25)	56 (27)	60 (29)	64 (30)	66 (30)	61 (30)	64 (26)
küpsised, keeksid, koogid	55 (26)	58 (27)	64 (29)	71 (40)	74 (40)	70 (35)	72 (33)
värske puuvili	31 (14)	29 (14)	19 (10)	24 (12)	32 (15)	32 (15)	40 (17)
värske köögivili	85 (60)	84 (59)	80 (47)	82 (52)	80 (50)	84 (51)	82 (48)
köögiviljakonservid	38 (18)	41 (19)	34 (16)	47 (22)	48 (23)	42 (21)	37 (16)
keedised, moosid	69 (49)	52 (37)
mahlad	52 (29)	51 (29)	51 (26)	55 (28)	61 (33)	58 (32)	59 (31)
mineraalvesi (lauavesi)	...	68 (45)	64 (42)	67 (43)	65 (37)	65 (41)	62 (37)
kali	74 (51)	82 (58)	82 (62)	74 (52)
õlu	79 (54)	83 (56)	71 (52)
viin	69 (45)	69 (45)	60 (42)

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

Tabelist 4.1.4 nähtub, et 2002. aastal eelistasid elanikud kodumaiste toidukaupadena osta suitsuvorsti (94%), naturaaljuustu (88%), majoneesi (86%), värsket köögivilja (82%), jogurtit (81%). Samuti ostab tarbija hea meelega kodumaiseid kalakonserve (80%), jäätist (80%), jahu ja tangaineid (77%), kalja (74%), küpsiseid ja keekse (72%).

Viimase seitsme aasta jooksul on suurenenud kodumaise toidukauba eelistamine enamikus vaadeldud toidukaubagruppides. Erandiks on siin naturaaljuustud ja sulatatud juustud, kus Eesti kaup on oma turupositsiooni loovutanud. Võrreldes 1996. aastaga, on kõige enam suurenenud Eesti jäätise (kasv 22%-punkti), jogurti (kasv 19%-punkti), küpsiste, keekside ja kookide (kasv 17%-punkti), majoneesi (kasv 14%-punkti) ning kommide ja šokolaadi (kasv 13%-punkti) eelistamine. Võrreldes 2001. aastaga, on kasvanud tarbijate hulk, kes eelistavad kodumaist õli (kasv 10%-punkti). Aastaga on vähenenud kodumaiseid keediseid ja moose eelistavate eestimaalaste osakaal (17%-punkti). Kodumaise suitsuvorsti ostjate osakaal on püsunud ühtlaselt kõrge viimase 7 aasta jooksul.

Imporditud puuviljal, köögiviljakonservidel ja margariinil on viimase 7 aasta jooksul olnud tugev positsioon Eesti turul. Oma positsiooni Eesti kauba kasuks on mõnevõrra kaotanud imporditud kommide, küpsiste, keekside. Võrreldes 1996. aastaga, on vähenenud peamiselt importlinnuliha ja -köögiviljakonservide eelistavate perede osakaal kaks korda, üle kolme korra on aastate lõikes vähenenud imporditud kastmete (ketšupite) osatähtsus.

Elanikud eelistavad importkaupu sel juhul, kui need on oluliselt soodsama hinnaga, parema kvaliteediga või saadaval laiemas sortimendis. Imporditud toidukaupade vähenemine elanike ostudes tõendab, et suur osa kodumaised tootjad on tegelenud aktiivselt tootearendusega ning toidukaupadeturg on rikastunud uute ja kvaliteetsete toodetega.

Küsitlute ostukäitumist kodumaise ja impordi eelistamisel analüüsiti ka erinevate sotsiaalsete gruppide lõikes. Nii vanuse, sissetuleku, regiooni kui ka elukoha järgi varieerus kodumaiste toidukaupade eelistamine kõige enam kommide, värskes köögivilja, suitsuvorsti, küpsiste, jahu, mineraalvee, õlle, jäätise ja õli lõikes (vt lisad 2.4.1-2.4.4). Suurema sissetulekuga tarbijad eelistavad madalama sissetulekuga tarbijatest enam osta imporditud margariini, komme, värsket puu- ja köögivilja; samas eelistavad jõukamad tarbijad just kodumaist majoneesi, linnuliha ja jogurtit. Elanike toidukauba päritolu eelistusi analüüsiti ka lähtudes neljast erinevast tarbijatüübist (vt tabel 4.1.5).

TARBIJATE KÄITUMISTÜÜBID

- I - nooremad küsitletud Tallinnast (vanus kuni 49-aastat)
- II - vanemad küsitletud Tallinnast (vanus üle 50-aasta)
- III - nooremad küsitletud maalt (külad ja alevike elanikud, vanus kuni 49-aastat)
- IV - vanemad küsitletud maalt (külad ja alevike elanikud, vanus üle 50-aasta)

Tabel 4.1.5. Kodumaiste toidukaupade ostmine erinevate tarbijatüüpide ja toidukaupade lõikes (% antud tüübi vastanutest, kes eelistasid osta kodumaist toidukaupa*)

	I tüüp	II tüüp	III tüüp	IV tüüp
naturaaljuust	83 (54)	93 (51)	87 (53)	91 (61)
sulatatud juust	76 (38)	66 (36)	76 (45)	71 (40)
jogurt	86 (61)	83 (58)	88 (54)	82 (62)
jäätis	82 (45)	82 (48)	78 (41)	82 (49)
majonees	89 (61)	74 (49)	92 (61)	91 (48)
kastmed, ketšupid	61 (25)	50 (29)	63 (31)	64 (24)
margariin	27 (11)	28 (11)	36 (14)	41 (17)
õli	39 (18)	61 (31)	62 (30)	75 (45)
linnuliha	68 (43)	67 (40)	46 (27)	59 (31)
lihakonservid	50 (29)	59 (31)	58 (28)	51 (23)
suitsuvorst, sink	90 (56)	95 (71)	93 (68)	96 (70)
kalakonservid	68 (45)	74 (50)	87 (54)	84 (60)
jahu ja tangained	66 (33)	69 (39)	78 (52)	86 (54)
kommid, šokolaadid	58 (18)	71 (40)	58 (25)	74 (26)
küpsised, keeksid, koogid	66 (31)	77 (35)	61 (29)	82 (39)
värskes puuvili	27 (9)	46 (17)	40 (21)	52 (26)
värskes köögivilj	71 (37)	87 (51)	84 (58)	90 (61)
köögiviljakonservid	28 (14)	31 (9)	37 (18)	46 (22)
keedised, moosid	48 (37)	39 (24)	61 (46)	57 (42)
mahlad	55 (22)	55 (26)	62 (38)	61 (39)
mineraalvesi (lauavesi)	50 (26)	56 (31)	66 (43)	61 (21)
kali	72 (55)	70 (51)	74 (52)	72 (49)
õlu	66 (47)	69 (49)	80 (65)	64 (49)
viin	53 (38)	58 (44)	73 (55)	57 (42)

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

Tabeli 4.1.5 tulemusi analüüsidest selgub, et kõige suuremad erinevused kodumaise toidukauba eelistamises on linnas elavate nooremate elanike (I tüüp) ning maal elavate vanemate inimeste (IV tüüp) vahel, samuti erinevad oluliselt linna- ja maa nooremate inimeste (I ja III tarbijatüüp) ostueelistused. Maaelanikud (sõltumata vanusest) eelistavad kõige enam kodumaiseid toidukaupu (vt tabel 4.1.5, III ja IV tarbijatüüp).

Maal elavad vanemad inimesed eelistavad kodumaiste toidukaupadena õli (36%-punkti linna noorematest tarbijatest enam), värsket puuvilja (25%-punkti võrra enam), jahu ja tangaineid (20%-punkti võrra enam), värsket köögivilja (19%-punkti võrra enam) ja köögiviljakonserve (18%-punkti võrra enam) kui nooremad tallinlased.

Maal elavad nooremad inimesed ostavad enam just Eesti viina (20%-punkti võrra enam kui linna nooremad inimesed), kalakonserve (19%-punkti võrra enam) ning mineraalvett (16%-punkti võrra enam) rohkem kui nooremad tallinlased.

Mõningaid kodumaiseid toidukaupu eelistavad aga nooremad eestimaalased rohkem kui vanemad elanikud. Tallinna noored eelistavad kodumaist sulatatud juustu, majoneesi, kastmeid, keediseid ja moose rohkem kui vanemad tallinlased. Maal elavad noored ostavad aga rohkem kodumaist õlut ja lihakonserve kui vanemad maaelanikud.

Tarbijatüüpidest järeldub, et Tallinnas ja maal elavate nooremate inimeste ostueelistused varieeruvad rohkem kui vanemate inimeste ostueelistused Tallinnas ja maal.

Eelpool toodud tarbijatüüpide tarbimise erinevused on tingitud sageli kaupluste pakkumise struktuurist ja sellega seotud elanike maksevõimest. Nii on linnades müügil oluliselt rikkamas sortimendis importmargariin, õlisid ja värsket köögivilja.

Elanikelt uuriti, kuidas lihtne on eristada kodumaist toidukaupa impordist ning milliste probleemidega on elanikud kokku puutunud kauba päritolu määramisel. Tabel 4.1.6 võtab kokku tulemused, kuidas lihtne/raske on elanikel määrata toidukauba päritolu.

Tabel 4.1.6. Toidukauba päritolu määramise lihtsus ostja jaoks (% vastanutest)

	1999	2000	2001	2002
lihtne	33	32	30	21
mitte alati lihtne	60	61	63	67
raske	3	4	5	8
ei oska öelda	4	3	2	4

Toodust järeldub, et kodumaise ja imporditud toidukauba eristamine pole enamasti lihtne (67%) ning eristamist pidas lihtsaks vaid veidi üle viiendiku küsitletutest. Aasta-aastalt on tarbijate raskused kauba päritolu määramisel aina suurenenud.

Erinevates sotsiaal-demograafilistes gruppides on toidukauba päritolu eristamine lihtsam linnades elavatele ja noorematele isikutele, vanematele inimestele on toidukauba päritolu eristamine raske. Vaid 13% üle 64-aastastest elanikest peab päritolu eristamist lihtsaks (vt lisa 2.5).

Selleks, et identifitseerida võimalikud probleemid, paluti elanikel märkida kauba päritolu määramist takistavad tegurid. Antud tulemused on esitatud tabelis 4.1.7.

Tabel 4.1.7. Toidukauba päritolu määramast takistavad tegurid (% vastanutest, kelle jaoks eristamine pole lihtne, võis märkida mitu vastust)

pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga	50
vähene tooteinfo pakendil	36
müüjate vähesed teadmised kauba päritolust	30
müüjad annavad teadlikult valeinformatsiooni	10
muu	4

Kodumaiseid ja importtoidukaupu takistavad eristamast peamiselt asjaolud, et toidukaupade pakenditel ja etikettidel on tooteinfo liiga väikese kirjaga (50%) ning etiketil ei ole kauba päritolu kohta piisavalt infot (36%), samuti on takistavaks teguriks müüjate vähesed teadmised kauba päritolust (30%).

Vaba vastusena (muu) märgiti peamiselt, et kauba päritolu eristamist takistavad veel kodumaiste toidukaubatootjate võõrapäraseid nimed; kaupa pakendatakse küll Eestis, aga tegelikult pärineb kaup tundmatust kohast; keeleprobleemid (eestlaste arvates on tooteinfo inglise keele keskne; muukeelne elanikkond leiab, et tooteetiketilt pole võimalik leida piisavalt venekeelset infot). Üheks põhjuseks on ka osade maaletootjate tahtlik tegevus ja püüd imporditud kaupa pakkuda hästi sarnaselt kodumaise kaubaga.

Siinkohal on oluline välja selgitada, kuivõrd elanikud huvituvad toidukauba ostmisel etiketist ning mida nad sellelt kõige enam uurivad. Tabelis 4.1.8 käsitletakse, kuivõrd sageli elanikud vaatavad toidukauba etiketti enne ostude sooritamist.

Tabel 4.1.8. Toidukauba etiketi vaatamise sagedus (% vastanutest)

alati	34
tavaliselt	50
harva	14
mitte kunagi	2

Eeltoodust järeldub, et toidukauba etiketi vaatamine enne ostu on elanike jaoks tähtis. 50% elanikest teeb seda tavaliselt ning 34% alati, kuid paraku 2% ei tee seda kunagi. Sotsiaalsetest gruppidest on algharidusega elanike seas kõige rohkem inimesi, kes mitte kunagi ei vaata toidukauba etiketti (7%). Etiketi vaatamist mõjutab ka respondendi elukoht ja regioon, sest Kirde-Eestis ja külades elavad elanikud (vastavalt 22% ja 20%) vaatavad toidukauba etiketti harva. Toidukauba etiketti vaadatakse kõige tihedamini Tallinnas (vt lisa 2.6).

Eestis ja Suurbritannias on uuringute tulemused sarnased ning suurem erinevus on “mitte kunagi” toidukauba etiketti vaadanute grupis, mis on Eestis 7%-punkti võrra väiksem kui Suurbritannias.

Tabel 4.1.9. Toidukauba etiketilt kõige enam uuritav info (% etiketi jälgijatest, võis märkida mitu vastust)

säilivusaeg	90
toidu nimi	59
tootjariik	58
tootjafirma	40
peamiste koostisainete hulk	36
lisaainete hulk	31
valmistamis- ja hoidmistingimused	29

Tulenevalt vastustest, on kauba päritolu nii tootjariigi kui ka -firma suhtes elanikele enne ostu sooritamist oluline, kuna 58% etiketi jälgijatest uurib toidukauba etiketilt tootjariiki ja 40% tootjafirmat. Kõige rohkem aga uuritakse säilivusaega (90%) ja toidu nime (59%). Samuti peetakse tähtsaks peamiste koostisainete (36%) ning lisaainete (31%) hulka. Etiketi infost aga pole elanikele eriti tähtis tootmismeetodi (7%) ja taimetoitluse dieedi sobivuse (3%) jälgimine.

Sarnaselt eestimaalastele vaatavad ka britid toidukauba etiketilt kõige enam säilivusaega (67%). Võrreldes eestimaalastega vaatavad britid etiketilt rohkem valmistamis- ja hoidmistingimusi (46%), rasvasisaldust (42%), suhkrusisaldust (28%), GMO-sisaldust (25%), soolasisaldust (22%) ning sobivust taimetoitluse (8%) ja spetsiaaldieetideks (13%). Britid pööravad aga oluliselt vähem tähelepanu toidukaupade tootjariigile (18%) ja toidu nimele (17%).

Tulemusi analüüsid selgub, et toidukaupade päritolu on eestimaalaste jaoks üle kolme korra tähtsam kui brittidele. Samas eelistavad britid tervislikumat toitumist, kuna rohkem jälgitakse oma toidu rasva-, suhkru- ja soolasisaldust ning jälgitakse toidukaupade sobivust võimalikeks dieetideks, s.h ka taimetoitluseks.

Toidukaupade päritolu teema kokkuvõtteks võib öelda, et kodumaine toidukaup on endiselt populaarne, kuid tootjad peaksid pöörama suuremat tähelepanu toidukauba etikettide infole, et elanikel oleks võimalikult kerge identifitseerida toidukauba päritolu – momendil ei ole see alati lihtne.

4.2. Toidukaupade ostukohtade eelistused

Uurimistöö üheks ülesandeks oli uurida elanike ostukohtade eelistusi. Vaatluse alla võeti sellised põhitoiduained nagu liha ja lihatooted, piim ja piimatooted, kanamunad, kala, köögi- ja puuviljad, jahu ja tangained, suhkur ja mesi. Sotsiaal-demograafilised eripärad erinevate toidukaupade ostukohtade lõikes on esitatud lisa 2.7.

Küsitlusest selgus, et jätkuvalt on kauplusest ostetu suurim osakaal piimatoodete osas. Hulgiladudest ostetakse kõige sagedamini suhkrut, turult kala ja talunikelt mett. Omatoodetu osakaal on suurem kartulite ning muude köögiviljade ja puuviljade osas.

Järgnevalt on antud ülevaade eelistatumatest ostukohtadest ja omatoodetust toiduainete gruppide kaupa:

- LIHA JA LIHATOOTED

Kui lihatoodete ostudest moodustavad ostud kauplusest ligi 2/3 ja turult 25%, siis liha ostukohaks on peaaegu võrdselt kauplus ja turg (vastavalt 39% ja 35%, vt tabel 4.2.1).

Tabel 4.2.1. Liha ja lihatoodete ostukohtade jaotus (% ostetud kaupadest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
Liha	2002	39	3	35	15	8	100%
	2001	36	3	36	14	11	100%
Lihatooted	2002	66	5	25	2	2	100%
	2001	62	7	27	2	2	100%

Eelistusi toiduainete ostukohtade osas mõjutavad mitmed sotsiaalsed-regionaalsed tegurid. Uurimusest nähtub, et lihaostudes on turu osakaal suurim suurtes linnades ja Tallinnas. Ootuspäraselt on ostud otse talunikult suurema osakaaluga külades ja alevikes. Piirkonniti on turuostude osa suurem (moodustab poole) Põhja- ja Kirde-Eestis. Ostud talunikelt (umbes viiendik) ja omatoodetu osakaal (kuni 17%) on keskmisest suuremad Kesk- ja Lääne-Eestis. Ostukoha eelistusi mõjutab ka vanus: nooremate vastajate liha- ja lihatoodete ostudes on turu osakaal väiksem kui kesk- ja vanemaealistel. Kaupluse osakaal on noortel aga suurem.

- PIIM JA PIIMATOOTED

Piima tarbimisel on kauplusest ostetu kõrval suur osakaal talupiimal (28%). Piimatooteid eelistatakse aga osta enamasti kauplusest (74%). Tabelis 4.2.2 on ära toodud piima ja piimatoodete ostukohtade jaotus.

Tabel 4.2.2. Piima ja piimatoodete ostukohade jaotus (% ostetud kaupadest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
Piim	2002	56	2	9	28	5	100%
	2001	45	2	10	33	10	100%
Piimatooted	2002	74	5	14	5	2	100%
	2001	70	6	15	5	4	100%

Piima oste mõjutab oluliselt see, kas elatakse linnas või maal. Külades moodustavad ostud talunikelt 52%, Tallinnas aga 8%. Mõju on ka sissetulekul: pere tulude kasvades vähenevad piima ostud turult ja talunikelt.

Piimatooteid ostavad tallinlased ja Põhja-Eesti elanikud sagedamini turult (osakaal ligi viiendik) kui teiste piirkondade tarbijad.

- **KALA**

Tervikuna moodustavad kauplused (perede kala ostudes) veidi suurema osakaalu (48%) kui turud (42%). Võrreldes 2001. aastaga, on kala ostmisel turu osatähtsus mõnevõrra vähenenud ja kaupluse oma suurenenud. Tabelis 4.2.3 on toodud kala ostukohtade jaotus.

Tabel 4.2.3. Kala ostukohtade jaotus (% ostetud kaupadest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
Kala	2002	48	2	42	6	2	100%
	2001	42	4	46	5	3	100%

Regiooniti on kala ostukohana kauplusel kõige suurem tähtsus Kesk-Eestis (60%), turul aga Lõuna-Eestis (45%). Elukoha järgi on turul kõige suurem tähtsus suurtes linnades (50%) ja Tallinnas (45%). Vanuse suurenedes kasvab turu kui kala ostukoha tähtsus, kuna üle 64-aastastest elanikest ostab turult kala 53%. Eestlased ostavad aga kala rohkem kauplusest (52%) kui mitte-eestlased (37%).

- **KANAMUNAD**

Tabel 4.2.4. Kanamunade ostukohtade jaotus (% ostetud kaupadest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
Kanamunad	2002	39	3	24	20	14	100%
	2001	35	3	25	21	16	100%

Tabelist 4.2.4 järeldub, et kanamunade peamised ostukohad on kauplus (39%), turg (24%) ja otse talunikult (20%). Sarnaselt 2001. aastale, on turuostud suuremad Tallinnas (41%) ja Põhja-Eestis (36%). Külades ostetakse enam kanamune talunikelt (31%), samuti on suurim omatootetu osakaal külades. Väiksem on omatootmine Põhja- ja Kirde-Eestis. Kuni 29-aastaste ostudes moodustab turult ost alla viiendiku, vanimas vanusegrupis aga 36%.

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

Vaatluse all olnud toiduainetest moodustab oma toodang kõige suurema osa kartuli (46%), köögiviljade (45%) ja puuviljade tarbimises (45%).

Tabel 4.2.5. Köögi- ja puuviljade ostukohtade jaotus (% ostetud kaupadest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
Kartulid	2002	8	1	20	25	46	100%
	2001	6	1	23	24	46	100%
Köögilviljad	2002	23	2	25	5	45	100%
	2001	16	2	26	8	48	100%
Puuviljad, marjad	2002	28	2	22	3	45	100%
	2001	23	2	23	5	47	100%

Tallinnas on kartuliostud kauplusest kaks korda Eesti keskmisest suuremad. Külade ja alevike elanikud kasvatavad ootuspäraselt enamuse kartulist ja köögiviljadest ise, vaid puuvilju ostetakse ka kauplustest (osakaal alevikes 34% ja külades 17%). Samuti on oma toodangu osakaal suurem väiksema tuluga peredel ja eakamatel inimestel. Mitme-eestlastest elanikud ostavad turult kartulit ja puu- ning köögivilju eestlastest ligi 3-4 korda enam, eestlased aga kas kasvatavad ise või ostavad otse talunikelt või kauplustest.

- **JAHU JA TANGAINETE NING SUHKRU** muretsemisel on võrreldes eelpool vaadeldud toiduainetega suurem osa ostudel hulgi-laost: suhkrul (38%) ning jahul ja tangainetel (18%, vt tabel 4.2.6).

Tabel 4.2.6. Jahu ja tangainete ning suhkru ostukohtade jaotus (% ostetud kaupadest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
Jahu ja tangained	2002	69	18	11	1	1	100%
	2001	61	22	14	2	1	100%
Suhkur	2002	51	38	11	0	0	100%
	2001	45	44	11	0	0	100%

Tallinn eristub jahu ja tangainete ostmisega turult (osakaal 21%). Samas maa-asulate elanike hulgas on populaarsed hulgilaod, mille osakaal on jahu ja tangainete ostudes 27% ning suhkrus osas ligi 50% (Tallinnas 33%). Hulgiladudest ostud on sagedasemad Lääne- ja Lõuna-Eestis.

- MESI

Eestis on meetootmine küllalt populaarne ning tootjad kasutavad mee müügil aktiivselt otseturustuse meetodeid, mistõttu on ostud talunikelt suures ülekaalus (62% ostudest, vt tabel 4.2.7).

Tabel 4.2.7. Mee ostukohtade jaotus (% ostetud kaupadest)

		Kauplus	Hulgi- ladu	Turg	Talunik	Oma toodang	Kokku
Mesi	2002	10	1	17	62	10	100%
	2001	10	1	21	60	8	100%

Rohkem ostavad kauplusest mett Kirde-Eesti elanikud (21%). Suurem on otse talunikult ostude osakaal Kesk- ja Lääne-Eesti tarbijate hulgas (vastavalt 73% ja 68%).

Järgnevalt uuritakse, millised on tervikuna perede ostukohtade eelistused. Tulemused on esitatud tabelis 4.2.8.

Tabel 4.2.8. Elanike eelistatuid ostukohad (% vastanutest)

turg	23
suur toidukauplus (3 või enam kassat)	21
väike toidukauplus (alla 3 kassa)	20
super- ja hüpermarket	13
hulgiladu	13
otse talunikelt / tootjatelt	11

Tulemusi analüüsid selgub, et üle poolte küsitletud peredest eelistavad teha oma ostud enamasti kauplusest (21% suurtest toidukauplustest, 20% väikestest toidukauplustest ja 13% super- ja hüpermarketist), umbes neljandik ostusid tehakse turul, veidi alla seitsmendiku sooritatakse hulgilaos ning veidi üle kümnendiku ostetakse otse talunikelt/tootjatelt.

Suurbritannias tehakse aga 94% ostudest supermarketitest, 5% ostudest väiksematest toidukauplustest ning muude ostukohtade osatähtsus on 1% piires.

Peale ostukohtade eelistuste uuriti, kui suure osa pere toidust küsitletud ise ostavad, tulemused on kokku võetud tabelis 4.2.9.

Tabel 4.2.9. Respondendi ostetud toidu osatähtsus pere toiduostudes (% vastanutest)

	Ostab kogu toidu	Ostab ligikaudu poole toidust	Ostab väiksema osa toidust	Ei osta ise toidukaupa
Keskmiselt	59	21	15	5
kuni 29-aastased	42	20	23	15
30 - 49 aastased	61	26	10	3
50 - 64 aastased	65	18	15	2
üle 64-aastased	65	17	15	3
naised	66	20	11	3
mehed	48	24	20	8

Tabelist 4.2.9 nähtub, et vanuse suurenedes kasvab respondentide osakaal, kes ostavad ise kogu oma pere toidu. Samas on nooremate eestimaalaste osakaal kolm korda suurem, kes ei osta oma perele toidukaupu. Samuti mõjutab ostetud toidu osatähtsust sugu, kuna naiste osakaal on 18%-punkti võrra suurem meeste omast, kes ostavad kogu oma pere toidu.

4.3. Rahulolu kodumaiste toidukaupade valiku ja väljapanekuga

Uurimistöö käigus selgitati välja, kuidas Eesti elanikud on rahul kodumaise toidukauba väljapaneku ja paigutusega oma peamises ostukohas. Antud probleemi uuriti kahest aspektist: lähtuvalt kauba päritolust, st kuivõrd hästi on kodumaine toidukaup välja pandud võrreldes importkaubaga, ning teiseks, kuidas on elanikud rahul toidukaupade valikuga ostukohtades erinevate toidukaubagruppide lõikes.

Hindamaks elanike rahulolu kodumaise toidukauba väljapanekuga kaupluses, paluti elanikel vastata järgmise skaala alusel: väga hästi välja pandud, raskustega ülesleitav, kaob täiesti importkauba hulka ära või ei oska öelda. Tulemused on kokku võetud tabelis 4.3.1.

Tabel 4.3.1. Elanike hinnangud kodumaiste toidukaupade väljapanekule (% vastanutest)

väga hästi välja pandud	34
raskustega ülesleitav	21
kaob täiesti importkauba hulka ära	28
ei oska öelda	17

Tulemustest järeldub, et rohkem kui pooltele elanikele tekitab kodumaise kauba ülesleidmine kaupluses/turul probleeme. Enim probleeme on tarbijatel Kirde-Eestis, kus 36% küsitletutest arvas, et kodumaine kaup kaob täiesti importkauba hulka ära. Kesk- ja Lõuna-Eestis oli selliseid küsitluid vaid veerand küsitletutest. (vt lisa 2.8).

Kuna nende elanike osakaal on väga suur, kes pole rahul kodumaiste toidukaupade väljapanekuga, siis kodumaised tootjad peaksid mõtlema sellele, kuidas teha kaubandusega paremini koostööd.

Tabelis 4.3.2 analüüsitakse kuivõrd erinevad erinevatest ostukohtades ostusid tegevate tarbijate hinnangud.

Tabel 4.3.2. Rahulolu kodumaise kauba väljapanekuga sõltuvalt küsitletu peamisest ostukohast (% antud ostukohta eelistanud vastanutest)

	Väga hästi välja pandud	Raskustega ülesleitav	Kaob import- kauba hulka	Ei oska öelda
super- ja hüpermarket	38	20	26	16
suur toidukauplus (3 või enam kassat)	37	19	30	14
väike toidukauplus (alla 3 kassa)	30	23	29	18
turg	33	21	29	17
hulgiladu	34	15	35	16

Tabelist 4.3.2 järeldub, et kõige enam on elanikud rahul kodumaiste toidukaupade väljapanekuga super- ja hüpermarketites ning suurtes toidukauplustes (vastavalt arvas 38 ja 37% küsitletutest), kuid rahulolematu väljapaneku suhtes on kõige suurem hulgilaos (35% küsitletutest leidis, et kodumaine toidukaup kaob täiesti importkauba hulka ära).

Lisaks kodumaiste toidukaupade väljapaneku terviku hindamisele, hindasid elanikud ka erinevate kodumaiste kaubagruppide valikut. Selleks vastasid nad järgmise skaala alusel: hea, rahuldav, halb.

Tabel 4.3.3. Kodumaiste toidukaupade valikut heaks hinnanute osakaal (% vastanutest)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
piim ja piimasaadused	58	66	68	68	66	70	77
leiva- ja saiatooted	62	65	64	65	67	72	74
jahu ja tangained	50	55	54	52	55	62	65
maiustused, kondiitritooted	49	56	56	55	55	60	62
karastusjoogid, mahlad	59	62	59	57	60	58	59
liha ja lihasaadused	37	42	47	46	43	46	53
kastmed (majoneesid, ketšupid) ...		49	48	45	48	54	46
värske puu- ja köögivili	32	32	36	34	28	28	32
kala ja kalasaadused	...	21	26	23	23	26	31
puu- ja köögiviljakonservid	28	27	30

Tabelist 4.3.3 nähtub, et elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade valikuga on 2002. aastal suurenenud peaaegu kõikides vaadeldud toidukaubagruppides, erandiks on vaid kastmed (majoneesid, ketšupid), mille valikut heaks hinnanute osakaal on võrreldes 2001. aastaga vähenenud 8%-punkti võrra.

Jätkuvalt ollakse kõige enam rahul leiva- ja saiatoodete ning piimatoodete valikuga ostukohtades (vastavalt 74% ja 77%). Võrreldes 2001. aastaga, suurenes elanike rahulolu kodumaiste piimasaaduste valikuga ostukohtades veel 7%-punkti võrra. Samuti on suurenenud 7%-punkti võrra rahulolu liha ja lihasaaduste valikuga.

Sortimendi poolest on kauplustes kõige halvemini jätkuvalt esindatud puu- ja köögiviljakonservid ning kala ja kalasaadused, kuigi 2002. aastal on elanike hinnang eelnimetatud toidukaubagruppide valikule vähesel määral paranenud.

Analüüsi ka erinevate regioonide küsitlute rahulolu, mis peegeldab erinevusi kauba pakkumises. Kauba pakkumise suhtes on positiivsemalt meelestatud linnade elanikud, kuid rahulolematust valiku suhtes on kõige kriitilisem endiselt küldes (vt lisad 2.9 ja 2.10).

4.4. Rahulolu kodumaiste toidukaupade omaduste ja kvaliteediga

Toidukaupade **tarbimisomadused ja kvaliteet** on ühed olulisimad tegurid, mis määravad ära nende müügi. Valik kodumaise või importkauba vahel langetatakse suurel määral just kaupade omaduste (kvaliteet, tervislikkus, maitse, hind, pakend jne) alusel. See on oluline, kuna tarbijate poolt esitatavate nõudmiste tundmine ja arvestamine võimaldab tõsta kodumaiste toidukaupade konkurentsivõimet turul.

Küsitluse käigus selgitati välja, millised üldtuntud **positiivsed omadused on** kodumaistel toidukaupadel. Küsitletutel paluti hinnata kodumaiste toidukaupade teatud omaduste esinemist 3-astmelise skaala alusel (jah, alati; jah, mõnikord; ei ole kunagi).

Tabel 4.4.1. Kodumaiste toidukaupade positiivsed omadused (% vastanutest)

	Tunnuse olemasolu märkinud küsitletute %						
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
harjumuspärane maitse	94	94	93	95	95	96	97
tervislikkus	85	89	90	94	95	96	93
usaldusväärsus	95	92
kõrge kvaliteet	73	82	80	90	88	92	89
lisaainete vähene sisaldus	86	88	88	92	90	91	86
püsiv kvaliteet	78	72	81	82
meeldiv ja sobiv pakend	59	71	69	82	73	80	82
soodne hind	78	75	74	73	70	76	81
lai sortiment	...	62	61	71	67	67	76
uudne (huvitav) maitse	...	49	46	64	53	54	73
pikk säilivusaeg	36	40	38	50	42	44	56

Tabelist 4.4.1 nähtub, et kodumaistes toidukaupades nähakse domineerimas selliseid häid omadusi nagu **harjumuspärane maitse, tervislikkus, usaldusväärsus, kõrge kvaliteet ja lisaainete vähesus**. Tarbijate arvates on Eesti tooted ka meeldiva pakendiga.

Tulemused näitavad, et viimase seitsme aasta jooksul on suurenenud kodumaiste toidukaupade omadustega rahulolevate küsitletute osakaal. Enim on paranenud tarbijate hinnangud kodumaise pakendi ja uudse (huvitava) maitse osas. Pikenenud on kaupade säilivusaeg ja laienenud sortiment. Võrreldes 2001. aastaga, suurenes elanike rahulolu kodumaiste toodete uudse maitse suhtes koguni 19%-punkti võrra.

Peale kodumaiste toidukaupade üldomaduste on oluline ka elanike rahulolu erinevatesse toidukaubagruppidesse kuuluvate toodete kvaliteediga. Vaatluse alla võeti 12 tähtsamat kaubagrupi ning nende kvaliteeti said küsitletavad hinnata 3-astmelise skaala alusel: väga rahul, rahul, mitte eriti rahul.

Tulemuste paremaks võrdlemiseks arvatati tarbijate hinnangud ümber **punktidesse** (väga rahul - 5p; rahul - 3p; mitte eriti rahul - 2p) ja leiti iga kaubagrupi kvaliteedi tarbijapoolne **hinne**. Tulemused on esitatud tabelis 4.4.2 (punktides).

Tabel 4.4.2. Elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade kvaliteediga (punktides)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
piimatooted	3,7	3,7	3,4	3,7	3,7	3,8	3,9
leiva- ja saiatooted	3,7	3,8	3,8	3,9	3,8	3,9	3,8
maiustused	3,7	3,9	3,4	3,9	3,8	3,8	3,7
juust	3,8	3,9	3,8	3,8	3,7	3,7	3,7
joogid, mahlad	3,4	3,4	3,4	3,4	3,5	3,6	3,5
jahu ja tangained	3,3	3,4	3,4	3,3	3,4	3,5	3,5
kastmed	...	3,5	3,4	3,4	3,5	3,5	3,4
kulinaartooted	3,5	3,4	3,4	3,3
lihatooted	3,4	3,5	3,5	3,4	3,3	3,3	3,3
kalatooted	3,1	3,1	3,1
puu- ja köögivilja	3,1	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1
puu- ja köögiviljakonservid	3,0	3,1

Tulemusi analüüsides selgub, et elanike hinnangul on kodumaistest toidukaupadest **kõige kvaliteetsemad** piimatooted (3,9 p.), leiva- ja saiatooted (3,8 p.), maiustused ja juust (võrdselt 3,7 p). Kõige vähem ollakse endiselt rahul puu- ja köögivilja (sh konservide) ning kalatoodete kvaliteediga (võrdselt 3,1 p.).

Võrreldes tarbijate viimase seitsme aasta kvaliteedihinnanguid, on tarbijate rahulolu enam paranenud piimatoodete ja kodumaiste jahu ning tangainete osas, kuid lihatoodete osas on hinnangud natuke langenud.

4.5. Kodumaiste toidukaupade konkurentsivõime suurendamise võimalused

Käesolevas alapeatükis käsitletakse kodumaiste toidukaupade konkurentsivõime suurendamise võimalusi. Eelkõige leiab siit vastused järgnevatele küsimustele: mille alusel elanikud langetavad toidu ostuotsuseid, kuidas kodumaised toidukaubatootjad saaksid suurendada läbimüüki, kuidas avatud on Eesti tarbija uutele kodumaistele toidutoodetele ning mis mõjutab elanikke tarbima uusi kodumaiseid toidutooteid. Vaadeldakse ka elanike poolt eelistatuid reklaamikanaleid uute toodete tutvustamiseks. Eesti tarbijate toidu ostuotsuse langetamise eripärasid võrreldakse ka Euroopa Liidu riikidega.

Tabel 4.5.1. Eesti elanike toidu ostuotsuseid mõjutavad tegurid (% vastanutest)

	Väga tähtis	Mõnevõrra tähtis	Ei ole tähtis
maitse	90	10	0
kvaliteet	86	14	0
tervislikkus	62	35	3
soodne hind	61	36	3
kerge kättesaadavus	34	47	19
sooduspakkumised, degusteerimised	28	45	27
tuttav <i>brand</i> (tootemark)	24	61	15
pakend (välimus)	12	56	32
muu	2		

Tabelist 4.5.1 järeldub, et Eesti elanike toidu ostuotsuseid mõjutavad eelkõige maitse (90%) ja kvaliteet (86%), kuid väga tähtsad on ka tervislikkus (62%) ning soodne hind (61%). Ostuotsuse langetamisel pole aga eriti olulised pakend ning sooduspakkumised. Vaba vastusena (muu) märgiti peamiselt, et ostuotsused sõltuvad ka sellest, kuidas lihtne on ostetust kodus süüa valmistada, toidu värskusest, säilivusajast ja tujust. Järgnevalt vaadeldakse, mis mõjutavad enim Euroopa Liidu elanike toidu ostuotsuseid.

Tabel 4.5.2. Toidukaupade ostuotsuseid mõjutavad tegurid Euroopa Liidus (% vastanutest, kes hindasid antud tegurit tähtsaks, võis märkida mitu vastust)

	Kvaliteet	Hind	Maitse	Tervislikkus
Austria	90	54	25	50
Belgia	76	34	46	37
Hispaania	80	52	22	32
Holland	73	36	41	28
Iirimaa	49	30	45	35
Itaalia	84	29	40	25
Kreeka	75	18	47	32
Luksemburg	68	18	49	24
Portugal	66	38	40	34
Prantsusmaa	77	57	42	25
Rootsi	73	59	37	30
Saksamaa	76	40	31	31
Soome	67	62	41	40
Suurbritannia	59	43	49	40
Taani	64	39	29	48

Toidukaupade ostuotsused sõltuvad Euroopa Liidus sarnaselt Eestile enim toodete kvaliteedist¹ (vt tabel 4.5.2). Võrreldes Euroopa Liidu liikmesriikidega, eelistavad eestimaalased rohkem toidu maitset ja tervislikkust, kuid on samas hinnatundlikumad.

Teatavasti on kodumaistel toidukaubatootjatel väga oluline oma toodete sisemaine müük, kuid aasta-aastalt on muutunud järjest aktuaalsemaks toodangu eksportimine rahvusvahelistele turgudele. Seega, Euroopa Liidu riikide turule sisenedes või seal tegutsemist jätkates, peaksid kodumaised toidukaubatootjad marketingikampaania ja pakkumise kujundamisel arvestama vastavate riikide elanike toidukaupade ostuotsustuskriteeriumitega. Näiteks, väga oluliseks on toidutoodete kvaliteedi rõhutamine sellistes maades nagu Austria, Itaalia ja Hispaania. Tervislikkus on enam oluline Taanis, Suurbritannias ja Austrias.

Järgnevalt uuritakse, kuidas kodumaised toidukaubatootjad saaksid suurendada oma toidukaupade konkurentsivõimet Eestis. Analüüsi aluseks on elanike ettepanekud, kuidas nende arvates kohalikud tootjad saaksid Eestis suurendada oma toidutoodete müüki. Tulemused on toodud tabelis 4.5.3.

Tabel 4.5.3. Kodumaiste toidutoodete müügi suurendamise võimalused (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
mitte tõstma hindu	78	79	77	73	63	73
oleks nii suur- kui väikepakendeid	45	47	43	47
tegema rohkem reklaami	27	36	38	33	34	42
pöörama rohkem tähelepanu toodete tervislikkusele	48	50	46	44	37	34
laiendama sortimenti	36	38	39	35	34	34
parandama toodete kvaliteeti	42	42	38	33	29	32
hoidma toodete kvaliteeti ühtlasemana	27	31
parandama toodete maitset	32	31	27	22	16	21
parandama pakendit	27	27	20	22	17	18
parandama koostööd kaubandusfirmadega	...	27	22	24	15	16

Elanike arvamustest selgus, et toiduainetööstustel on endiselt vaja pöörata tähelepanu **hindade konkurentsivõimelisusele, pakendi suuruse varieeruvusele ja toodete tervislikkusele** (need on olnud peamised abinõud ka kõigil eelnevatel küsitlustel). Samuti oleks vaja senisest rohkem reklaami (arvas 42%).

Vaba vastusena (5%) pakuti peamiselt, et toodete müüki on võimalik suurendada järgnevalt: eristuda piiritagustest tootjatest, viia läbi rohkem degusteerimisi kauplustes, toota rohkem eestimaisest toormest, toota rohkem toidukaupu diabeetikutele ning reklaamides rõhutada toodete kodumaisust.

Ajavahemikul 1998-2002 on aastast aastasse vähenenud nende tarbijate osakaal, kes on leidnud, et kodumaiseid tooteid ei osteta sellepärast, et nad pole piisavalt tervislikud. See annab märku sellest, et kodumaised tootjad pööravad üha enam tähelepanu toidutoodete tervislikkusele ning on seoses sellega toonud turule tervislike toidutoodete sarju.

Kuna toiduainetööstuses on aktuaalne tootearendus, siis oli uurimistöö üheks ülesandeks

¹ Allikas: Institute of European Food Studies uuring "Attityder till hälsa och livsmedel".

analüüsida uute toidutoodete ostmist mõjutavaid tegureid. Järgnevalt tuuakse ülevaade elanike avatusest uute toidutoodete suhtes, küsitluse tulemused on kokku võetud tabelis 4.5.4.

Tabel 4.5.4. Elanike avatus uutele kodumaistele toidutoodetele (% vastanutest)

vahetab sageli nii tootjafirmasid kui tooteid	6
eelistab kindlaid tooteid, kuid vahel proovib ka turule tulnud uusi tooteid	81
eelistab alati kindlaid tootjaid ja nende teatud tooteid	7
ei pööra sellele tähelepanu	6

Tulemustest järeldub, et enamik elanikest eelistab küll kindlaid tooteid, kuid vahel proovitakse ka turule tulnud uusi tooteid (81%). 7% elanikest on aga täielikult tootelojaalsed ega tunne huvi uute toidutoodete suhtes. 6% elanikest on alati huvitatud uutest toodetest, kuid probleemiks on nende inimeste puhul asjaolu, et nende arvelt pole võimalik suurendada stabiilset tarbijaskonda, kuna neid huvitab ainult uudsus. Seega, tootearenduses tuleb keskenduda tarbijatüübile, kes eelistab küll kindlaid tooteid, kuid vahel proovib ka uusi tooteid.

Vanuse suurenedes kasvab elanike osakaal, kes mitte kunagi ei proovi turule tulevaid uusi kodumaiseid toidukaupu, rahvuse alusel on mitte-eestlastest elanike hulgas ligi 3 korda rohkem inimesi, kes kunagi ei proovi uusi kodumaiseid toidutooteid. Sissetuleku suurenedes on elanikud altimad proovima uusi toidutooteid. (vt lisa 2.11).

Uurimistöö käigus koguti andmeid ka faktorite kohta, mis mõjutavad elanikke uusi toidutooteid ostma. Tulemused on esitatud tabelis 4.5.5.

Tabel 4.5.5. Uusi toidutooteid ostma mõjutavad tegurid (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

uudishimu	50
odavam toode	42
tervislikum toode	32
kvaliteetsem toode	28
sobivama suurusega pakend	14
vana toode ei vasta enam vajadustele	8
tootja on teinud vanas tootes vastuvõetamatuid uuendusi	7
ilusam pakend	3
muu	2

Tulemustest nähtub, et uusi toidutooteid mõjutavad ostma enim uudishimu (50%), soodsam hind (42%), tervislikkus (32%) ning kvaliteetsem toode (28%). Uute toidutoodete ostu mõjutavad vähesel määral sobivama suurusega pakend (14%), vana toote vajadustele mittevastavus (8%), vastuvõetamatud uuendused vanas tootes (7%).

Uurimistöö üheks ülesandeks oli identifitseerida elanike poolt eelistatuimad reklaamikanalid uute (tervislike) toidutoodete tutvustamiseks. Tabel 4.5.6 võtab kokku elanike soovid.

Tabel 4.5.6. Reklaamikanalite sobivus uute toidutoodete tutvustamiseks (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

Reklaamikanal	2000	2001	2002
TV	68	69	60
degusteerimised	37	37	44
otsepostitus	34
päevalehed	24	26	31
raadio	31	23	24
maakonna(linna)lehed	20	20	21
ajakirjad	9	9	15
tänavareklaam	...	16	9
Internet	...	4	8

Tulemustest selgub, et mitte üksnes telekanalid pole olulised reklaamikanalid, vaid aastast aastasse on suurenenud ka teiste kanalite tähtsus. Elanike eelistuste järgi pakuvad TV-reklaamile (60%) tõsist konkurentsi degusteerimised kauplustes (44%) ja otsepostitus (34%). Vähem tähtsamateks reklaamikanaliteks on ajakirjad (15%), tänavareklaam (9%) ja Internet (8%).

Sotsiaal-demograafiliste tunnuste alusel väheneb vanuse suurenedes elanike osakaal, kes eelistavad uute toidutoodete reklaamikanalitena Internetti, tänavareklaami, ajakirju ja degusteerimisi kauplustes ning kasvab televisiooni kui reklaamikanali tähtsus (vt lisa 2.12).

Uurimistöös pöörduiti elanike poole ka küsimusega 2002. aastal meeldejäädud konkreetsete kodumaiste toidukaupade reklaamikampaaniate kohta. Kõige sagedamini märgiti Estover-i “Hiirte juustu”, “Mumuu” piimatoodete ja “Meieri”² hapupiimajoogi “Haps”, Rakvere Lihakombinaadi liha ja lihatoodete reklaame.

² “Meieri” kaubamärgi all käsitletakse käesolevas töös Meieri Tootmise AS-i. AS Tallinna Piimatööstus ostis antud firma 2002. aasta sügisel. Meieri Tootmise AS tegutses aga enamuse 2002. aastast, seetõttu peeti elanike ostueelistuste väljaselgitamisel oluliseks, et “Meieri” kaubamärki tuleb vaadelda AS Tallinna Piimatööstusest eraldi.

5. Elanike tunnustatud kodumaised toidukaubatootjad

Küsitluse üheks ülesandeks oli elanike lemmikute väljaselgitamine kodumaiste toidukaubatootjate hulgas, kelle tooteid võimaluse korral eelistatakse.

Elanike lemmikute seas olid nagu eelnevatel aastatelgi ülekaalus toidukaubaturu liidrite tooted. Ülekaalukateks tarbijate lemmikuteks olid AS Põltsamaa Felixi, OÜ Viru Kalatööstuse, AS Rakvere Lihakombinaadi ja AS Leiburi tooted. Samal ajal on endiselt populaarsed paljude teiste tootjate poolt pakutavad toidukaubad, seda nii piirkonniti kui ka kogu Eesti turu ulatuses.

Jogurtitootjatest eelistati endiselt kõige enam Valio Eesti AS Laeva Meierei "Alma" kaubamärgiga tooteid, kuigi vaid 1%-punkti võrra jäi temast maha AS Tallinna Piimatööstus. Endiselt on populaarsed "Meieri" kaubamärgi alla kuuluvad jogurtid ja hapupiimajoogid. Ligi neljandiku vastajate poolehoid kuulub AS Põlva Piima ("Mumuu") ja AS Rakvere Piima ("Farmi") jogurtitoodetele. "Farmi" ja "Mumuu" jogurteid eelistavate tarbijate osakaal on aga suurenenud (nt võrreldes 2000. aastaga, on "Farmi" jogurteid eelistavate tarbijate osakaal kasvanud kaks korda). Väiksematest tootjatest märgiti OÜ Nopri Talumeiereid.

Kohupiimatootjatest on jätkuvalt suurimaks lemmikuks "Meieri" kaubamärgi alla kuuluvad kohupiimatooted (märkis 30% küsitletutest). Tasavägiselt järgnevad AS Kohuke, AS Rakvere Piim ja AS Tallinna Piimatööstus oma kohupiimatoodetega.

Juustutootjate liidriteks on aastate lõikes olnud AS Võru Juust ja Ühistu E-Piim Põltsamaa Meierei, kuid 2002. aasta enim eelistatuimaks juustutootjaks oli AS Saaremaa Liha- ja Piimatööstus (32%, eelistanute osakaal suurenes aastaga 9%-punkti võrra). AS Saaremaa Liha- ja Piimatööstusele järgnesid AS Võru Juust ja AS Rakvere Piim. Väiksematest tootjatest märgiti Otepää Piimaühistut ja OÜ Rannu Juustutööstust.

Lihatöötlejatest on seitsme aasta jooksul turuliidrina püsinud AS Rakvere Lihakombinaat. Oluliselt on aastatega tõusnud AS Talleggi toodete populaarsus (26%-lt 34%-le). Umbes neljandik vastanutest eelistab AS Saaremaa Liha- ja Piimatööstuse ja AS Valga Lihatootuse lihatooteid. Väiksematest tootjatest märgiti järgnevaid: OÜ Sigwar, AS Rey, AS Todas, AS Lihameister, OÜ Kehtna Mõis, AS Maitse Lihatootus ning OÜ Otepää Lihatootus Edgar.

Leiva- ja saiatoodete senist turuliidrit AS Leiburit eelistab 49% vastanutest, millele järgnevad AS Pere Leib (24%), AS Fazer Eesti (22%), AS ETK Leib (17%), AS Balti Sepik (15%) ja AS Cibus (14%). Aasta-aastalt on suurenenud elanike hulk, kes eelistavad AS Hallik tooteid (2002. aastal suurenes eelistanute osakaal 7%-punkti võrra). Väiksematest tootjatest märgiti järgnevaid: Hiiu Pagar, OÜ Orti-Pagar, AS Röpina Leib ning AS Ceres Pagar.

Kalasaaduste tootjatest on endiselt eelistatuim OÜ Viru Kalatööstus ("Viru Rand"), mida märkis 56% vastanutest. Taas on tarbijate hinnangul populaarsuselt teisel kohal AS Paljassaare Kalatööstuse ("Esva") tooted. Väiksematest tootjatest märgiti Hiiu Kalurit ja AS Dagot.

Puu- ja köögivilja töötlejate hulgas on vaieldamatu turuliider AS Põltsamaa Felix (62%). Võrreldes 2001. aastaga, on kasvanud AS Salvesti eelistanute hulk 10%-punkti võrra (39%-ni). AS Rõngu Mahla ja AS Sagro eelistanute hulk on aga olnud stabiilne (4% - 8% vahel).

Enim eelistatud toiduainetööstuse ettevõtted (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

	2000	2001	2002
JOGURTITOOTJAD			
Valio Eesti AS Laeva Meierei ("ALMA")	35	46	36
AS Tallinna Piimatööstus ("Tere")	16	34	35
"Meieri"	...	26	31
AS Põlva Piim ("Mumuu")	...	19	24
AS Rakvere Piim ("Farmi")	12	19	24
AS Saaremaa Liha- ja Piimatööstus	0	9	11
TÜ Jõhvi Piim	5	6	5
KOHUPIIMATOOTJAD			
"Meieri"	...	35	30
AS Kohuke	7	25	27
AS Rakvere Piim ("Farmi")	16	25	25
AS Tallinna Piimatööstus ("Tere")	17	24	24
AS Põlva Piim ("Mumuu")	...	16	15
AS Dessert ("Jänks")	1	15	19
TÜ Jõhvi Piim	5	7	7
AS Lacto	4	4	2
AS Saidafarm	1	1	2
JUUSTUTOOTJAD			
AS Saaremaa Liha-ja Piimatööstus	9	23	32
AS Võru Juust	18	27	27
AS Rakvere Piim	...	15	20
Ühistu E-Piim Põltsamaa Meierei	...	27	19
AS Sulatatud Juustu Tootmise	11	11	10
OÜ Nõo Piimatööstus	6	6	9
Tori-Selja Piimaühistu	5	6	7
Vana-Kuuste Piimaühistu	...	2	4
OÜ Vigala Piimatööstus	...	1	2
LIHATÖÖTLEJAD			
AS Rakvere Lihakombinaat	47	58	54
AS Tallegg	25	31	34
AS Saaremaa Liha- ja Piimatööstus	18	23	28
AS Valga Lihatööstus	14	22	25
AS Nõo Lihatööstus	15	15	24
AS Wõro Kommerts	12	21	22
AS Linnulihatooted (Järlepa)	...	13	15
AS Oskar LT	6	9	12
AS Vastse-Kuuste Lihatööstus	2	10	11
OÜ Adavere Liha	18	10	8
AS Filee L.T.	1	6	8
AS Karree Lihatööstus	5	5	6
AS Arke Lihatööstus	1	4	4
AS Balsink	2

	2000	2001	2002
LEIVA- JA SAIATOOTJAD			
AS Leibur	41	50	49
AS Pere Leib	15	26	24
AS Fazer Eesti	13	19	22
AS ETK Leib	...	13	17
AS Balti Sepik	10	14	15
AS Cibus	10	9	14
AS Hallik	0	4	11
AS Vilma	5	8	10
OÜ Viru Leib	7
AS Järle	6	7	6
AS Saare Leib	5	8	5
AS Haapsalu Leivatehas	1	4	4
AS Lenar	1	3	3
AS Euroleib	3
OÜ Europagar	3
KALASAADUSTE TOOTJAD			
OÜ Viru Kalatööstus ("Viru Rand")	...	55	56
AS Paljassaare Kalatööstus ("Esva")	...	22	22
AS Makrill	...	9	12
AS Maseko (Pärnu Kalatööstus)	...	6	11
AS Läätsa Kalatööstus	...	6	6
AS Dagotar	...	5	6
OÜ Kälid ("Leedevälja")	...	3	4
AS Poseidon Foods	...	2	1
OÜ Marwel Mereroog	...	1	1
PUU- JA KÖÖGIVILJA TÖÖTLEJAD			
AS Põltsamaa Felix	38	68	62
AS Salvest	20	29	39
AS Rõngu Mahl	...	8	7
AS Sagro	3	4	5

Kokkuvõte

EKI 2002. aasta küsitluse tulemustest:

- Elanike rahulolu oma toitumisega on suurenenud ning seda nii toidu koguse, mitmekesisuse kui ka tervislikkuse poolest. Vähenenud on elanike osakaal, kes on seni pidanud oma toitumist halvaks või rahuldavaks ning seda kõikides sotsiaalsetes gruppides.
- Elanike toitumisharjumused muutusid 2002. aastal eelkõige tänu sellele, et toidukaupade valik on rikastunud (29%) ning teadlikkus tervislikust toitumisest on tõusnud (26%).
- Eesti elanike hulgas on vähe taimetoitlasi. Taimetoitluse puhul domineerib tarbijatüüp, kes küll sööb kala, kuid mitte liha (3%).
- Tervislik toitumine on jätkuvalt Eesti elanikele olulise tähtsusega, sest toidu ostmisel ja söömisel jälgib toidukaupade tervislikkust alati 13% ja tavaliselt 55% elanikest. Elanike jaoks pole aga tervisliku toidu eristamine ebatervislikumast alati lihtne. Põhilised probleemid on seotud sellega, et tooteinfo on pakendil ebapiisav (41%), kodumaised tootjad ei tee tervislikele toodetele piisavalt reklaami (38%), tervislik toidukaup on ostukohtades halvasti ülesleitav (25%) ning müüjad pole kursis tervislike toodete olemasoluga (25%).
- Elanike arvates peaksid eestimaalased sööma rohkem köögivilju (88%), puuvilju (88%), kalatooteid (71%) ja piimatooteid (60%), samas vähendama suhkrut sisaldavate toitide/jookide tarbimist (83%) ja rasva sisaldavate toitide söömist (76%).
- Elanike hinnanguil oli toiduohutuse olukord 2002. aastal parem kui 2001. aastal. 9% vastanutest arvasid, et olukord oli palju parem ja 36% leidis, et olukord oli veidi parem. Olukorda pidas senisest palju halvemaks vaid 2% vastanutest.
- Toiduohutuse olukorda peeti toiduainetööstuses parimaks piimatööstustes (10% küsitletute hinnangul olukord väga hea ja 36% hinnangul hea). Toitlustettevõtetest hinnati olukorda paremaks restoranides (10% väga hea ja 28% hea) ning kauplustest suurtes kauplustes (6% väga hea ja 48% hea). Probleeme on tarbijate arvates toiduhügieeniga turgudel (46% küsitletute hinnangul olukord halb) ja väikekauplustes (17% hinnangul olukord halb) ja koolisööklates (13% hinnangul olukord halb).
- Elanikud peavad kõige suuremateks toiduga kaasneda võivateks ohtudeks oma tervisele toidu bakteriaalset saastatust (93%), hullulehmatõbe (87%), kiiritatud toitu (86%) ning toidu mikrobioloogilist saastatust (85%).
- Kodumaised toidukaubad on jätkuvalt elanike lemmikud. Kodumaiseid toidukaupu eelistas 87% küsitletutest. Suurim muutus kodumaise toidukauba eelistuses on aastaga toimunud 30-49 aastaste grupis, kus aastaga suurenes kodumaiseid toidukaupu eelistanute osakaal 7%-punkti võrra.
- Küsitlusest selgus, et toidukauba päritolu eristamine pole elanike jaoks kerge, sest vaid 21% elanikest arvasid, et kodumaise ja importtoidukauba eristamine on lihtne, samas aga 67% pidas seda mitte alati lihtsaks ning 8% raskeks. Kodumaise toidukauba eristamine on muutunud aastatega raskemaks. Toidukauba identifitseerimisega seonduvad

põhiprobleemid olid järgnevad: pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga (50%), vähene tooteinfo pakendil (36%), müüjate vähesed teadmised kauba päritolust (30%) ning müüjad annavad kauba päritolu kohta teadlikult vale informatsiooni (10%).

- Kodumaiste toidukaupade väljapanek ei rahulda alati elanikke. 34% elanikest leidis, et kodumaised toidukaubad on nende peamises ostukohas väga hästi välja pandud, 21% pidas neid raskustega ülesleitavaks, 28% arvates aga kodumaine toidukaup kaob täielikult importtoidukauba hulka ära. Erinevate regioonide elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade väljapanekuga on erinev. Halvem on olukord Kirde-Eestis, kus 36% elanikest leiab, et kodumaine toidukaup kaob täielikult importkauba hulka ära. Enam on kodumaise toidukauba väljapanekuga rahul Kesk-Eesti ja Lõuna-Eesti elanikud.
- Elanikud on kõige enam rahul kodumaiste piima ja piimasaaduste (77%), leiva- ja saiatoodete (74%) valikuga oma peamistes ostukohtades (turg või kauplus). Kõige halvem on aga olukord jätkuvalt kala ja kalasaaduste (20%), värske puu- ja köögivilja (13%) ning puu- ja köögivilja konservide (10%) valikuga. Samuti on viimaste puhul probleemiks kõikuv kvaliteet, mistõttu kalasaaduste ja värske puu- ja köögivilja (ka konservide) ebapiisav valik ja kvaliteet võivad elanikel takistada tervislikku toitumist ja soodustada ebatervislikumaid toitumisharjumusi.
- Kaubagrupidest, millede osas on laialdaselt müügil nii kodumaised kui ka importtoidukaubad, domineerib kodumaise tarbimine suitsuvorsti, naturaaluustu ja majoneesi osas. Importtoodetena eelistatakse peamiselt margariini, värsket puuvilja ja õli.
- Toidukaupu ostes jälgib 34% elanikest alati toidukauba etiketti, 50% teeb seda tavaliselt, 14% harva ning 2% mitte kunagi. Kõige enam otsib tarbija toidukauba etiketilt säilivusaega (90%), toidu nime (59%), tootjariiki (58%) ja tootjafirmat (40%).
- Eesti pered ostavad 23% toidukaubast turult, 21% suurest toidukauplusest, 20% väiksest toidukauplusest, 13% super- ja hüpermarketist, 13% hulgilaost, 11% otse talunikelt.
- Elanike toidu ostuotsused sõltuvad eelkõige toidutoote maitsest (90%), kvaliteedist (86%), tervislikkusest (62%) ja soodsast hinnast (61%). Kodumaiseid toidukaupu eelistatakse tänu tema mitmetele positiivsetele omadustele nagu harjumuspärane maitse (74%), usaldusväärsus (63%), lisaainete vähene sisaldus (52%).
- Toiduaineturg rikastub pidevalt uute kodumaiste toidutoodetega, küsitlusest selgus, et 6% elanikest vahetab sageli nii tootjafirmasid kui tooteid; 81% vastanutest eelistavad kindlaid tooteid, kuid vahel proovivad ka turule tulnud uusi tooteid; 7% ei osta uusi toidutooteid kunagi ning 6% elanikest ei pööra sellele tähelepanu. Vanuse suurenedes väheneb elanike osakaal, kes ostavad meeleldi uusi kodumaiseid toidutooteid. Elanikke mõjutab uusi toidutooteid ostma eelkõige uudishimu, odavam hind ja tervislikumad tooted.
- Uute (tervislike) toidutoodete reklaamikanalitena eelistavad elanikud peamiselt televisiooni (60%), degusteerimisi kauplustes (44%), reklaami elanike postkastides (34%) ning päevalehti (31%). Võrreldes 2001. aastaga, on suurenenud 7%-punkti võrra elanike osakaal, kes eelistavad reklaamikanalina degusteerimisi kauplustes. Vanuse suurenedes väheneb elanike osakaal, kes eelistavad reklaamikanalitena Internetti, tänavareklaami, ajakirju ning degusteerimisi kauplustes.

- Elanike arvates suureneb kodumaiste tootjate konkurentsivõime, kui nad ei tõsta hindu (73%), müügil oleks erineva suurusega pakendeid (47%), teeksid rohkem reklaami (42%), tooted oleksid tervislikud (34%) ning laiendaksid sortimenti (34%).

Küsitlustulemuste protsentjaotused

TEIE TOITUMISHARJUMUSED

MILLISE HINNANGU TE ANNATE ENDA PRAEGUSELE TOITUMISELE? (% vastanutest)

	Väga hea	Hea	Rahuldav	Halb	Ei oska öelda
Toidu kogus	14	45	38	2	1
Toidu mitmekesisus	6	34	51	8	1
Toidu tervislikkus	4	29	54	7	6

MILLISESSE TOITUMISTÜÜPI TE KUULUTE? (% vastanutest)

Söön enamikke toiduaineid	95
Olen täielikult taimetoitlane (ei söö liha ega kala)	0
Olen peamiselt taimetoitlane (söön kala, kuid mitte liha)	3
Olen spetsiaalsel dieedil	2

MILLISEID TOIDUAINETE SÖÖTE? (% vastanutest)

	Söön regulaarselt (vähemalt 2-3 korda nädalas)	Söön mõnikord (vähemalt 2-3 korda kuus)	Praktiliselt ei söö (kord kuus või harvem)
Piimatooted	86	12	2
Värske köögi- ja puuvili	73	24	3
Kanaliha ja kanalihatooted	34	56	10
Sealiha ja sealihatooted	43	42	15
Veiseliha ja veiselihatooted	16	43	41
Kala ja kalatooted	29	53	18

MILLISEID TOITLUSTUSETTEVÕTTEID JA KUI SAGELI TE KÜLASTATE? (% vastanutest)

	Külastan regulaarselt (vähemalt 2-3 korda nädalas)	Külastan mõnikord (vähemalt 2-3 korda kuus)	Praktiliselt ei külasta (kord kuus või harvem)
Restoranid	0	5	95
Kohvikud	4	23	73
Sööklad	10	12	78
Kiirtoidu söögikohad	2	13	85
Pubid, baarid	4	16	80
Valmistoidu kaasa ostmise kohad	5	19	76

KAS JA KUIDAS ON TEIE TOITUMISHARJUMUSED 2002. AASTA JOOKSUL MUUTUNUD?

(% vastanutest)

	Suurenenud	Ei ole muutunud	Vähenenud
Toidu kogus	6	83	11
Toidu tervislikkus	21	72	7
Toidu mitmekesisus	23	68	9
Kauplustes pakutavate valmistoitude söömine	13	54	33
Kodus tehtud toitude söömine	27	67	6
Väljas söömine (kohvik, restoran jne)	7	48	45
Erinevate rahvuste toitude söömine	8	59	33
Muu	2		

KUI TEIE TOITUMISHARJUMUSED ON MUUTUNUD, SIIS MIS PÕHJUSEL? (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

Teadlikkus (informeeritus) tervislikust toitumisest on tõusnud	26
Toidukaupade valik on rikastunud	29
Majanduslikud võimalused on paranenud	13
Majanduslikud võimalused on halvenenud	19
Haiguse või selle ennetamise pärast	12
Võtsin omaks sõprade, lähisugulaste toitumistavad	3
Omatoodetud (kasvatatud) toidu osakaal on suurenenud	18
Omatoodetud (kasvatatud) toidu osakaal on vähenenud	4
Elustiil on muutunud	9
Muu	3

TERVISLIK TOITUMINE

MIDA TEIE JAOKS TÄHENDAB TERVISLIK TOITUMINE? (% vastanutest, võis märkida kuni kolm vastust)

Kalorite sobivat hulka	26
Mineraalainete ja vitamiinide sobivat sisaldust	42
Rasvade mõõdukat tarbimist	48
Süsivesikute (magusa) piiramist	29
Soola tarbimise piiramist	27
Rohkem söömist	2
Vähem söömist	16
Korrapärast söömist	61
Tasakaalustatud toitumist	54
Muu	2

KAS TE JÄLGITE TOIDUKAUPADE OSTMISEL NENDE TERVISLIKKUST? (% vastanutest)

Alati	13
Tavaliselt	55
Harva	29
Mitte kunagi	3

KUI JÄLGITE TOIDU OSTMISEL TERVISLIKKUST, SIIS KAS JA MILLISEID PROBLEEME ON TEIL ESINENUD? (% jälgijatest, võis märkida mitu vastust)

Ei oska eristada tervislikku toitu ebatervislikust	16
Tootjad ei paku piisavalt tervislikke tooteid	21
Ettevõtted ei tee piisavalt reklaami tervislikele toodetele	38
Ebapiisav tooteinfo pakenditel	41
Tervislik kaup on ostukohtades raskesti ülesleitav	25
Müüjad pole kursis tervislike toodete olemasoluga	25
Tervislik toit pole mulle meelepärane maitsega	11
Muu	5

KAS TEIE TOIDU TERVISLIKKUS ON KÄESOLEVA AASTA JOOKSUL MUUTUNUD?

(% vastanutest)

Jah, toit on tervislikum	25
Toidu tervislikkus pole muutunud	70
Toit on vähem tervislikum	5

KUI VÕRDLETE KÄESOLEVAT AASTAT EELMISE AASTAGA, SIIS KAS SÖÖTE JÄRGNEVAID TOIDUAINEID ROHKEM, VÄHEM VÕI SAMA PALJU? (% vastanutest)

	Rohkem	Sama palju	Vähem	Ei söö üldse
Köögiviljad ja salatid	29	65	6	0
Puuviljad	31	56	12	1
Leiva- ja muud teraviljatooted	9	80	11	0
Kartulid	9	71	19	1
Piimatooted	21	67	11	1
Kalatooted	16	57	24	3
Lihatooted	6	64	27	3
Suhkrut sisaldavad toidud/joogid (maiustused, koogid, karastusjoogid jne)	6	41	47	6
Rasva sisaldavad toidud (või, margariin, majonees jne)	2	57	38	3

KAS JA MIS SUUNAS PEAKSID EESTIMAALASED MUUTMA OMA TOITUMISHARJUMUSI? (% vastanutest)

	Sööma rohkem	Sööma sama palju	Sööma vähem
Köögiviljad	88	11	1
Puuviljad	88	11	1
Leiva- ja muud teraviljatooted	30	60	10
Kartulid	10	73	17
Piimatooted	60	38	2
Kalatooted	71	27	2
Lihatooted	10	57	33
Suhkrut sisaldavad toidud/joogid (maiustused, koogid, karastusjoogid jne)	1	16	83
Rasva sisaldavad toidud (või, margariin, majonees jne)	1	23	76

MIS ON TEIE ARVATES SELLE PÕHJUSEKS, ET OSA INIMESI EI PEA LUGU TERVISLIKUST TOITUMISEST? (% vastanutest)

	Jah, kindlasti	Mõne-võrra	Kindlasti mitte	Ei oska öelda
Teadmiste vähesus	31	46	13	10
Hoolimatus, ükskõiksus	48	37	8	7
Raha vähesus	71	21	4	4
Muu	3			

TOIDU OHUTUS

KAS TEIE HINNANGUL ON OLUKORD TOIDU OHUTUSE ALAL MUUTUNUD EESTIS 2002. AASTA JOOKSUL PAREMAKS VÕI HALVEMAKS? (% vastanutest)

Olukord on palju parem	9
Olukord on veidi parem	36
Olukord pole muutunud	25
Olukord on veidi halvem	4
Olukord on palju halvem	2
Ei oska öelda	24

MILLINE ON TEIE HINNANGUL EESTIS HÜGIEENI OLUKORD JÄRGNEVATES TOIDUGA TEGELEVATES KOHTADES? (% vastanutest)

	Väga hea	Hea	Rahuldav	Halb	Ei oska öelda
Piimatööstustes	10	36	17	0	37
Lihatööstustes	5	27	26	4	38
Kalatööstustes	2	19	30	5	44
Koolisööklates	2	15	37	13	33
Asutuste sööklates	1	16	32	5	46
Baarides, pubides	2	19	27	5	47
Kohvikutes	2	27	28	2	41
Restoranides	10	28	12	1	49
Kiirtoidu söögikohtades	1	12	30	11	46
Valmistoidu kaasa ostmise kohtades	1	21	36	3	39
Suurtes kauplustes (üle 3 kassa)	6	48	33	1	12
Väikekauplustes (kuni 3 kassat)	1	19	51	17	12
Turgudel	1	5	38	46	10

KUI OLULISEKS HINDATE TOIDUGA KAASNEVAID OHTE OMA TERVISELE? (% vastanutest)

	Väga oluline	Mõnevõrra oluline	Ei ole oluline
Pestitsiidid (taimekaitsevahendid)	66	30	4
Mikrobioloogiline saastatus (toidumürgitus)	85	13	2
Antibiootikumid lihas	65	30	5
Loomade kasvuhormoonid	59	33	8
Loomadele antud toit	46	46	8
Keskonnareostuse produktid (raskemetallid jne)	79	19	2
Toidu lisaained (konservandid, värvained)	58	35	7
Toiduallergia	60	27	13
Kiiritatud toit	86	9	5
Geneetiliselt muundatud organismid (GMO)	66	25	9
Hullulehmatõbi	87	8	5
Toidu bakteriaalne saastatus (salmonelloos)	93	5	2
Muu	1		

TOIDUKAUPADE OSTUEELISTUSED

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

Super- ja hüpermarketist	13
Suurest toidukauplusest (3 või enam kassat)	21
Väiksest toidukauplusest (alla 3 kassa)	20
Turult	23
Hulgilaost	13
Otse talunikelt / tootjatelt	11

MÕELDES ENDA TOIDUOSTUDELE, KUI SUURE OSA MOODUSTAVAD TEIE OSTUD KOGU PERE OSTUDEST? (% vastanutest)

Ostan kogu pere toidu	59
Ostan ligikaudu pool pere toidust	21
Ostan väiksema osa pere toidust	15
Ei osta ise koju toidukaupu	5

PALUN MÄRKIGE LIGIKAUDSELT (%-des ostukoha osakaal), KUST ON TEIE PERE OSTNUD 2002. AASTA JOOKSUL JÄRGNEVAID IGAPÄEVASEID TOIDUAINEID? (% vastanutest)

	Kauplustest	Hulgilaost	Turult	Otse talunikult (v.a turul)	Toodame (kasvatame) ise	Kokku	Ei tarbi
Liha	39%	3%	35%	15%	8%	= 100%	4
Lihatooted	66%	5%	25%	2%	2%	= 100%	2
Kala	48%	2%	42%	6%	2%	= 100%	3
Piim	56%	2%	9%	28%	5%	= 100%	1
Piimatooted	74%	5%	14%	5%	2%	= 100%	0
Kanamunad	39%	3%	24%	20%	14%	= 100%	0
Kartulid	8%	1%	20%	25%	46%	= 100%	0
Köögiviljad	23%	2%	25%	5%	45%	= 100%	0
Puuviljad, marjad	28%	2%	22%	3%	45%	= 100%	1
Jahu ja tangained	69%	18%	11%	1%	1%	= 100%	0
Mesi	10%	1%	17%	62%	10%	= 100%	6
Suhkur	51%	38%	11%	0%	0%	= 100%	1

KAS JA KUI SAGELI TE VAATATE TOIDUKAUPADE OSTMISEL ETIKETTI? (% vastanutest)

Alati	34
Tavaliselt	50
Harva	14
Mitte kunagi	2

KUI VAATATE TOIDUKAUBA ETIKETTI, SIIS MIDA TE PEAMISELT UURITE? (% etiketi vaatajatest, võis märkida mitu vastust)

Toidu nime	59
Tootjariiki	58
Tootjafirmat	40
Säilivusaega	90
Valmistamis- ja hoidmistingimusi	29
Peamiste koostisainete hulka	36
Lisainete hulka	31
Rasvasisaldust	28
Suhkrusisaldust	14
Soolasisaldust	10
Kalorite sisaldust	22
Vitamiinide sisaldust	21
Geneetiliselt muundatud organismide (GMO) sisaldust	13
Allergiat soodustavaid koostisosi	11
Tootmismeetodit	7
Koostisaineid dieedi eesmärgil	8
Sobivust taimetoitluse dieediks	3

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

	Väga tähtis	Mõnevõrra tähtis	Ei ole tähtis
Maitse	90	10	0
Kvaliteet	86	14	0
Tervislikkus	62	35	3
Soodne hind	61	36	3
Tuttav <i>brand</i> (tootemark)	24	61	15
Pakend (välimus)	12	56	32
Sooduspakkumised, degusteerimised	28	45	27
Kerge kättesaadavus	34	47	19
Muu (palun märkige)	2		

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

Lihtne	21
Mitte alati lihtne	67
Raske	8
Ei oska öelda	4

KUI KODUMAISE JA IMPORDITUD TOIDUKAUBA ERISTAMINE **POLE LIHTNE**, SIIS MIS MUUDAB SELLE KEERULISEKS (% vastanutest, kellel on eristamisega raskusi, võis märkida mitu vastust)

Vähene tooteinfo pakendil	36
Pakendil on tooteinfo liiga väikese kirjaga	50
Müüjate vähesed teadmised kauba päritolust	30
Müüjad annavad teadlikult valeinformatsiooni	10
Muu (palun märkige)	4

HINNAKE PALUN **KODUMAISTE** KAUPADE VALIKUT KAUPLUSES (TURUL), KUST TE TAVALISELT OSTATE? (% vastanutest)

	Hea	Rahuldav	Halb
Piim ja piimasaadused	77	22	1
Liha ja lihasaadused	53	43	4
Kala ja kalasaadused	31	49	20
Jahu ja tangained	65	34	1
Leiva- ja saiatooted	74	24	2
Karastusjoogid, mahlad	59	38	3
Värske puu- ja köögivilja	32	55	13
Puu- ja köögivilja konservid	30	60	10
Maiustused, kondiitritooted	62	35	3
Kastmed (majoneesid, ketšupid)	46	51	3

HINNAKE PALUN, **KODUMAISTE** TOIDUKAUPADE VÄLJAPANEKUT KAUPLUSES, KUST TE TAVALISELT OSTATE? (% vastanutest)

Eestimaine kaup on ...

... väga hästi välja pandud	34
... raskustega ülesleitav	21
... kaob täiesti importkauba hulka ära	28
... ei oska öelda	17

KAS TEIE (TEIE PERE) **EELISTAB** OSTA VALDAVALT... (% vastanutest)

... kodumaiseid toidukaupu	87
... importtoidukaupu	1
... toidukaupade päritolumaa pole oluline	12

KUI EELISTATE KODUMAISEID TOIDUKAUPU, SIIS MIDA TE PEATE EELKÕIGE SILMAS?

(% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

Toetada Eesti majanduse arengut	19
Tagada Eesti elanikele töö ja sissetulek	16
Aidata Eesti põllumehi	15
Teen seda patriotismist	5
Eesti toidukaup on maitselt parem	52
Eesti toidukaup on usaldusväärsem	57
Eesti toidukaup on tervislikum	50
Eesti toidukaup on soodsama hinnaga	14

MILLISED ALLJÄRGNEVAD OMADUSED ON TEIE ARVATES KODUMAISTEL TOIDUKAUPADEL? (% vastanutest)

	Jah, alati	Jah, mõnikord	Ei ole kunagi	Ei oska öelda
Kõrge kvaliteet	31	58	0	11
Tervislikkus	46	47	0	7
Pikk säilivusaeg	10	46	16	28
Meeldiv ja sobiv pakend	20	62	5	13
Harjumuspärane maitse	74	23	1	2
Lisaainete vähene sisaldus	52	34	1	13
Uudne (huvitav) maitse	8	65	7	20
Lai sortiment	25	51	8	16
Soodne hind	18	63	9	10
Püsiv kvaliteet	38	44	3	15
Usaldusväarsus	63	29	1	7

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

	Ainult kodumaised	Peamiselt kodumaised	Enam-vähem võrdselt	Peamiselt import	Ainult import	Ei oska öelda	Ei tarbi üldse
Naturaaljuust	56	32	7	0	0	1	4
Sulatatud juust	39	31	11	3	0	2	14
Jogurt	54	27	8	1	0	1	9
Jäätis	43	37	15	1	0	1	3
Majonees	56	30	8	2	0	1	3
Kastmed, ketšupid	30	31	26	7	1	1	4
Margariin	16	20	25	27	4	1	7
Õli	31	27	22	14	4	1	1
Linnuliha	37	24	19	8	1	3	8
Lihakonservid	30	25	12	2	0	3	28
Suitsuvorst, sink	69	25	4	0	0	0	2
Kalakonservid	54	26	9	1	0	1	9
Jahu ja tangained	46	31	17	3	1	2	0
Kommid, šokolaadid	26	38	32	2	0	0	2
Küpsised, keeksid, koogid	33	39	23	2	0	0	3
Värske puuvili	17	23	38	18	2	1	1
Värske köögivilj	48	34	14	1	0	1	2
Köögiviljakonservid	16	21	24	8	1	4	26
Keedised, moosid	37	15	12	1	0	5	30
Mahlad	31	28	23	5	0	2	11
Müneraalvesi (lauavesi)	37	25	16	3	1	1	17
Kali	52	22	8	1	0	1	16
Õlu	52	19	5	1	0	2	22
Viin	42	18	8	3	1	3	25

KUI TEIL ON KINDLAID LEMMIKUID KODUMAISTE TOIDUKAUBATOOTJATE HULGAS, KELLE TOOTEID EELISTATE, SIIS PALUN MÄRKIGE NEED: (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

JOGURTITOOTJAD

AS Põlva Piim ("Mumuu")	24	"Meieri"	31
AS Rakvere Piim ("Farmi")	24	TÜ Jõhvi Piim	5
AS Saaremaa Liha- ja Piimatööstus	11	Valio Eesti AS Laeva Meierei ("Alma")	36
AS Tallinna Piimatööstus ("Tere")	35	Muu	1

KOHUPIIMATOOTJAD

AS Dessert ("Jänks")	19	AS Saidafarm	2
AS Kohuke	27	AS Tallinna Piimatööstus ("Tere")	24
AS Lacto	2	AS Põlva Piim ("Mumuu")	15
"Meieri"	30	TÜ Jõhvi Piim	7
AS Rakvere Piim ("Farmi")	25	Muu	1

JUUSTUTOOTJAD

AS Rakvere Piim	20	OÜ Vigala Piimatööstus	2
AS Saaremaa Liha- ja Piimatööstus	32	Tori-Selja Piimaühistu	7
AS Sulatatud Juustu Tootmine	10	Vana-Kuuste Piimaühistu	4
AS Võru Juust	27	Ühistu E-Piim Põltsamaa Meierei	19
OÜ Nõo Piimatööstus	9	Muu	1

LIHATÖÖTLEJAD

AS Arke Lihetööstus	4	AS Saaremaa Liha- ja Piimatööstus	28
AS Balsink	2	AS Tallegg	34
AS Filee L.T.	8	AS Vastse-Kuuste Lihetööstus	11
AS Karree Lihetööstus	6	AS Võro Kommerts	22
AS Linnulihatooted (Järlepa)	15	AS Valga Lihetööstus	25
AS Nõo Lihetööstus	24	OÜ Adavere Liha	8
AS Oskar LT	12	Muu	2
AS Rakvere Lihakombinaat	54		

LEIVA - SAIATOOTJAD

AS Balti Sepik	15	AS Leibur	49
AS Cibus	14	AS Lenar	3
AS ETK Leib	17	AS Pere Leib	24
AS Euroleib	3	AS Saare Leib	5
AS Fazer Eesti	22	AS Vilma	10
AS Haapsalu Leivatehas	4	OÜ Europagar	3
AS Hallik ("Hagar")	11	OÜ Viru Leib	7
AS Järle	6	Muu	4

KALASAADUSTE TOOTJAD

AS Dagotar	6	AS Poseidon Foods	1
AS Läätsa Kalatööstus	6	OÜ Kälid ("Leedevälja")	4
AS Makrill	12	OÜ Marwel Mereroog	1
AS Maseko (Pärnu Kalatööstus)	11	OÜ Viru Kalatööstus ("Viru Rand")	56
AS Paljassaare Kalatööstus ("Esva")	22	Muu	1

PUU- JA KÖÖGIVILJA TÖÖTLEJAD

AS Põltsamaa Felix	62	AS Salvest	39
AS Rõngu Mahl	7	Muu	0
AS Sagro	5		

MILLISTE REKLAAMIKANALITE KAUDU SOOVIKSITE SAADA INFOT UUTE EESTI TOIDUKAUPADE KOHTA? (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

Televisioon	60
Raadio	24
Päevalehed	31
Maakonna(linna)lehed	21
Ajakirjad	15
Internet	8
Degusteerimised kauplustes	44
Tänavareklaam	9
Reklaam elanike postkastides (otsepostitus)	34

KUIDAS TE OLETE RAHUL ALLJÄRGNEVATE KODUMAISTE TOIDUKAUPADE KVALITEEDIGA? (% vastanutest)

	Väga rahul	Rahul	Mitte eriti rahul	Ei oska öelda
Piimatooted	45	52	2	1
Juustud	37	53	7	3
Lihatooted	19	68	10	3
Kalatooted	13	56	21	9
Jahu ja tangained	25	64	6	5
Leiva- ja saiatooted	42	51	7	0
Värske puu- ja köögivilja	15	54	24	7
Puu- ja köögivilja konservid	10	46	12	32
Maiustused	37	53	5	5
Joogid, mahlad	27	55	6	12
Kastmed (majoneesid, ketšupid)	22	61	8	9
Kulinaartooted	20	52	11	17

MIDA OLEKS TEIE ARVATES EESTI TOIDUKAUPADE TOOTJATEL VAJA TEHA SELLEKS, ET NENDE TOOTEID ROHKEM OSTETAKS? (% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

Teha rohkem reklaami	42
Parandada toodete kvaliteeti	32
Laiendada sortimenti	34
Parandada pakendit (välimust, vastupidavust)	18
Pakendada kaupa nii, et oleks nii suur- kui väikepakendeid	47
Mitte tõsta hindu	73
Pöörata tähelepanu toodete tervislikkusele	34
Parandada toodete maitset	21
Parandada koostööd kaubandusfirmadega	16
Hoida toodete kvaliteeti ühtlasemana	31
Muu	5

KODUMAISTE TOIDUKAUPADE SORTIMENT RIKASTUB PIDEVALT UUTE TOODETEGA.
KAS TEIE (Teie pere) EELISTATE TUTTAVAD ÄRAPROOVITUD TOIDUKAUPU VÕI TE
MUUDATE OMA EELISTUSI KA UUTE TOODETE KASUKS? (% vastanutest)

Vahetan sageli nii tootjafirmasid kui tooteid	6
Eelistan kindlaid tooteid, kuid vahel proovin ka turule tulnud uusi tooteid	81
Eelistan alati kindlaid tootjaid ja nende teatud tooteid	7
Ei pööra sellele tähelepanu	6

KUI TE **MUUDATE** OMA EELISTUSI KA UUTE TOODETE KASUKS, SIIS MIS SELLE TINGIB?
(% vastanutest, võis märkida mitu vastust)

Kvaliteetsem toode	28
Tervislikum toode	32
Odavam toode	42
Sobivama suurusega pakend	14
Ilusam pakend	3
Uudishimu	50
Vana toode ei vasta enam vajadustele	8
Tootja on teinud vanas tootes vastuvõetamatuid uuendusi	7
Muu	2

Küsitlustulemuste protsentjaotused sotsiaal-demograafiliste gruppide lõikes:**Elanike hinnang oma toitumisele**

(% vastanutest)

TOIDU KOGUS		väga hea	hea	rahuldav	halb	ei oska öelda
Keskmiselt		14	45	38	2	1
Regioon	Põhja-Eesti	16	48	33	2	1
	Kesk-Eesti	12	56	32	0	0
	Kirde-Eesti	7	39	50	3	1
	Lääne-Eesti	11	50	32	5	2
	Lõuna-Eesti	14	39	43	2	2
Elukoht	Tallinn	17	47	33	2	1
	suured linnad	11	41	46	1	1
	väikelinnad	13	44	38	5	0
	alevikud	10	50	34	3	3
	külad	14	45	37	1	3
Rahvus	eestlased	17	45	34	2	2
	mitte-eestlased	3	46	49	2	0
Vanus	kuni 29-aastased	20	51	24	3	2
	30 - 49 aastased	15	52	29	3	1
	50 - 64 aastased	12	42	44	2	0
	üle 64-aastased	6	32	58	1	3
Sugu	naised	14	44	39	2	1
	mehed	13	48	36	2	1
Haridus	algharidus	11	31	42	8	8
	põhiharidus	15	41	41	1	2
	keskharidus	12	43	42	2	1
	kõrgharidus	18	56	24	1	1
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	8	30	56	5	1
	2001- 4000 kr	5	39	51	3	2
	4001- 6000 kr	13	50	35	1	1
	6001- 8000 kr	18	63	17	0	2
	üle 8000 kr	32	52	13	2	1

TOIDU MITMEKESISUS		väga hea	hea	rahuldav	halb	ei oska öelda
Keskmiselt		6	34	51	8	1
Regioon	Põhja-Eesti	9	40	45	5	1
	Kesk-Eesti	4	35	52	9	0
	Kirde-Eesti	7	27	54	12	0
	Lääne-Eesti	4	34	52	9	1
	Lõuna-Eesti	4	29	57	8	2
Elukoht	Tallinn	9	42	44	4	1
	suured linnad	5	34	53	8	0
	väikelinnad	5	29	53	11	2
	alevikud	6	24	58	11	1
	külad	4	32	55	8	1
Rahvus	eestlased	7	34	51	7	1
	mitte-eestlased	5	35	51	9	0
Vanus	kuni 29-aastased	10	38	43	8	1
	30 - 49 aastased	7	34	49	10	0
	50 - 64 aastased	6	35	52	6	1
	üle 64-aastased	2	28	63	6	1
Sugu	naised	6	33	51	9	1
	mehed	6	36	51	6	1
Haridus	algharidus	8	33	42	13	4
	põhiharidus	10	32	52	5	1
	keskharidus	5	31	55	9	0
	kõrgharidus	6	42	45	6	1
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	4	29	49	18	0
	2001- 4000 kr	3	25	62	9	1
	4001- 6000 kr	5	35	51	8	1
	6001- 8000 kr	5	42	50	2	1
	üle 8000 kr	16	47	37	0	0

TOIDU TERVISLIKKUS		väga hea	hea	rahuldav	halb	ei oska öelda
Keskmiselt		4	29	54	7	6
Regioon	Põhja-Eesti	6	33	49	5	7
	Kesk-Eesti	5	34	50	4	7
	Kirde-Eesti	3	28	54	9	6
	Lääne-Eesti	3	28	56	6	7
	Lõuna-Eesti	3	22	61	9	5
Elukoht	Tallinn	7	35	47	4	7
	suured linnad	2	23	64	6	5
	väikelinnad	4	27	58	6	5
	alevikud	2	26	58	10	4
	külad	5	28	48	10	9
Rahvus	eestlased	5	29	53	7	6
	mitte-eestlased	2	27	59	5	7
Vanus	kuni 29-aastased	4	32	48	11	5
	30 - 49 aastased	4	32	52	7	5
	50 - 64 aastased	6	25	57	5	7
	üle 64-aastased	2	25	61	3	9
Sugu	naised	5	29	52	7	7
	mehed	3	29	57	6	5
Haridus	algharidus	12	19	54	0	15
	põhiharidus	4	23	54	11	8
	keskharidus	3	29	55	7	6
	kõrgharidus	6	34	52	4	4
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	6	23	53	10	8
	2001- 4000 kr	1	24	56	8	11
	4001- 6000 kr	4	27	59	6	4
	6001- 8000 kr	3	36	55	3	3
	üle 8000 kr	8	40	46	4	2

Elanike toitumisharjumuste muutumine 2002. aastal
(% vastanutest)

TOIDU KOGUS		suurenenud	ei ole muutunud	vähenenud
Keskmiselt		6	83	11
Regioon	Põhja-Eesti	4	86	10
	Kesk-Eesti	10	85	5
	Kirde-Eesti	4	81	15
	Lääne-Eesti	7	82	11
	Lõuna-Eesti	6	80	14
Elukoht	Tallinn	4	85	11
	suured linnad	6	78	16
	väikelinnad	4	86	10
	alevikud	9	80	11
	külad	9	81	10
Rahvus	eestlased	6	83	11
	mitte-eestlased	5	80	15
Vanus	kuni 29-aastased	11	79	10
	30 - 49 aastased	6	84	10
	50 - 64 aastased	3	83	14
	üle 64-aastased	2	84	14
Sugu	naised	6	81	13
	mehed	5	86	9
Haridus	algharidus	4	78	18
	põhiharidus	10	80	10
	keskharidus	5	82	13
	kõrgharidus	4	87	9
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	3	77	20
	2001- 4000 kr	5	82	13
	4001- 6000 kr	9	81	10
	6001- 8000 kr	8	87	5
	üle 8000 kr	5	87	8

TOIDU TERVISLIKKUS		suurenenud	ei ole muutunud	vähenenud
Keskmiselt		21	72	7
Regioon	Põhja-Eesti	18	75	7
	Kesk-Eesti	32	65	3
	Kirde-Eesti	22	67	11
	Lääne-Eesti	22	71	7
	Lõuna-Eesti	22	72	6
Elukoht	Tallinn	17	75	8
	suured linnad	23	70	7
	väikelinnad	19	76	5
	alevikud	27	69	4
	külad	27	66	7
Rahvus	eestlased	23	72	5
	mitte-eestlased	17	71	12
Vanus	kuni 29-aastased	24	62	14
	30 - 49 aastased	23	71	6
	50 - 64 aastased	23	73	4
	üle 64-aastased	13	82	5
Sugu	naised	24	70	6
	mehed	17	76	7
Haridus	algharidus	22	74	4
	põhiharidus	22	69	9
	keskharidus	23	71	6
	kõrgharidus	18	76	6
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	14	75	11
	2001- 4000 kr	20	74	6
	4001- 6000 kr	21	73	6
	6001- 8000 kr	27	70	3
	üle 8000 kr	28	67	5

TOIDU MITMEKESISUS		suurenenud	ei ole muutunud	vähenenud
Keskmiselt		23	68	9
Regioon	Põhja-Eesti	23	69	8
	Kesk-Eesti	23	67	10
	Kirde-Eesti	22	70	8
	Lääne-Eesti	19	69	12
	Lõuna-Eesti	27	64	9
Elukoht	Tallinn	21	69	10
	suured linnad	29	67	4
	väikelinnad	23	61	16
	alevikud	21	72	7
	külad	24	67	9
Rahvus	eestlased	23	70	7
	mitte-eestlased	22	62	16
Vanus	kuni 29-aastased	30	59	11
	30 - 49 aastased	26	64	10
	50 - 64 aastased	19	74	7
	üle 64-aastased	17	74	9
Sugu	naised	24	65	11
	mehed	22	71	7
Haridus	algharidus	19	76	5
	põhiharidus	24	64	12
	keskharidus	25	65	10
	kõrgharidus	20	74	6
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	16	66	18
	2001- 4000 kr	20	70	10
	4001- 6000 kr	21	69	10
	6001- 8000 kr	29	69	2
	üle 8000 kr	34	63	3

VALMISTOITUDE SÖÖMINE			suurenenud	ei ole muutunud	vähenenud
Keskmiselt			13	54	33
Regioon	Põhja-Eesti		15	57	28
	Kesk-Eesti		19	47	34
	Kirde-Eesti		7	48	45
	Lääne-Eesti		12	51	37
	Lõuna-Eesti		13	56	31
Elukoht	Tallinn		16	57	27
	suured linnad		13	50	37
	väikelinnad		10	58	32
	alevikud		20	52	28
	külad		10	51	39
Rahvus	eestlased		14	54	32
	mitte-eestlased		11	55	34
Vanus	kuni 29-aastased		20	53	27
	30 - 49 aastased		18	53	29
	50 - 64 aastased		7	58	35
	üle 64-aastased		6	50	44
Sugu	naised		13	53	34
	mehed		14	56	30
Haridus	algharidus		0	56	44
	põhiharidus		16	47	37
	keskharidus		12	53	35
	kõrgharidus		16	59	25
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr		7	47	46
	2001- 4000 kr		9	52	39
	4001- 6000 kr		12	60	28
	6001- 8000 kr		16	51	33
	üle 8000 kr		25	56	19

KODUS TEHTUD TOITUDE SÖÖMINE		suurenenud	ei ole muutunud	vähenenud
Keskmiselt		27	67	6
Regioon	Põhja-Eesti	24	71	5
	Kesk-Eesti	26	69	5
	Kirde-Eesti	26	64	10
	Lääne-Eesti	32	63	5
	Lõuna-Eesti	28	65	7
Elukoht	Tallinn	23	71	6
	suured linnad	23	68	9
	väikelinnad	27	66	7
	alevikud	35	61	4
	külad	30	66	4
Rahvus	eestlased	27	67	6
	mitte-eestlased	25	69	6
Vanus	kuni 29-aastased	30	60	10
	30 - 49 aastased	29	63	8
	50 - 64 aastased	24	74	2
	üle 64-aastased	22	72	6
Sugu	naised	27	67	6
	mehed	27	67	6
Haridus	algharidus	29	67	4
	põhiharidus	30	62	8
	keskharidus	28	66	6
	kõrgharidus	21	72	7
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	31	62	7
	2001- 4000 kr	27	69	4
	4001- 6000 kr	26	68	6
	6001- 8000 kr	31	66	3
	üle 8000 kr	19	69	12

VÄLJAS SÖÖMINE		suurenenud	ei ole muutunud	vähenenud
Keskmiselt		7	48	45
Regioon	Põhja-Eesti	9	52	39
	Kesk-Eesti	4	45	51
	Kirde-Eesti	3	43	54
	Lääne-Eesti	13	47	40
	Lõuna-Eesti	5	49	46
Elukoht	Tallinn	9	52	39
	suured linnad	5	44	51
	väikelinnad	7	48	45
	alevikud	10	52	38
	külad	6	47	47
Rahvus	eestlased	7	50	43
	mitte-eestlased	5	45	50
Vanus	kuni 29-aastased	16	47	37
	30 - 49 aastased	6	47	47
	50 - 64 aastased	4	55	41
	üle 64-aastased	1	44	55
Sugu	naised	8	45	47
	mehed	5	55	40
Haridus	algharidus	7	50	43
	põhiharidus	10	37	53
	keskharidus	6	44	50
	kõrgharidus	8	62	30
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	2	35	63
	2001- 4000 kr	5	40	55
	4001- 6000 kr	6	56	38
	6001- 8000 kr	10	51	39
	üle 8000 kr	12	61	27

RAHVUSTE TOITUDE SÖÖMINE		suurenenud	ei ole muutunud	vähenenud
Keskmiselt		8	59	33
Regioon	Põhja-Eesti	9	62	29
	Kesk-Eesti	5	52	43
	Kirde-Eesti	5	55	40
	Lääne-Eesti	8	62	30
	Lõuna-Eesti	9	56	35
Elukoht	Tallinn	10	62	28
	suured linnad	9	57	34
	väikelinnad	9	56	35
	alevikud	9	57	34
	külad	2	59	39
Rahvus	eestlased	8	59	33
	mitte-eestlased	8	58	34
Vanus	kuni 29-aastased	16	59	25
	30 - 49 aastased	9	57	34
	50 - 64 aastased	2	64	34
	üle 64-aastased	3	52	45
Sugu	naised	8	58	34
	mehed	8	59	33
Haridus	algharidus	0	46	54
	põhiharidus	3	43	54
	keskharidus	9	56	35
	kõrgharidus	8	72	20
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	6	42	52
	2001- 4000 kr	3	56	41
	4001- 6000 kr	8	59	33
	6001- 8000 kr	13	60	27
	üle 8000 kr	12	73	15

Toidu tervislikkuse jälgimine selle ostmisel ja söömisel
(% vastanutest)

		alati	tavaliselt	harva	mitte kunagi
Keskmiselt		13	55	29	3
Regioon	Põhja-Eesti	14	54	30	2
	Kesk-Eesti	17	54	25	4
	Kirde-Eesti	13	51	33	3
	Lääne-Eesti	11	60	27	2
	Lõuna-Eesti	11	55	30	4
Elukoht	Tallinn	13	55	30	2
	suured linnad	13	57	29	1
	väikelinnad	14	54	29	3
	alevikud	6	59	31	4
	külad	15	50	28	7
Rahvus	eestlased	12	58	26	4
	mitte-eestlased	16	46	36	2
Vanus	kuni 29-aastased	9	57	31	3
	30 - 49 aastased	14	52	31	3
	50 - 64 aastased	12	58	26	4
	üle 64-aastased	16	53	29	2
Sugu	naised	13	58	27	2
	mehed	14	49	32	5
Haridus	algharidus	14	43	30	13
	põhiharidus	15	48	34	3
	keskharidus	14	53	30	3
	kõrgharidus	11	66	22	1
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	25	38	33	4
	2001- 4000 kr	11	56	29	4
	4001- 6000 kr	9	57	31	3
	6001- 8000 kr	11	63	26	0
	üle 8000 kr	12	62	22	4

Toidukaupade päritolumaa eelistused
(% vastanutest)

		Kodumaiseid toidukaupu	Importtoidu- kaupu	Päritolumaa pole oluline
Keskmiselt		87	1	2
Regioon	Põhja-Eesti	84	2	14
	Kesk-Eesti	89	0	11
	Kirde-Eesti	88	0	12
	Lääne-Eesti	92	1	7
	Lõuna-Eesti	87	0	13
Elukoht	Tallinn	84	1	15
	suured linnad	89	0	11
	väikelinnad	89	1	10
	alevikud	85	3	12
	külad	88	0	12
Rahvus	eestlased	90	0	10
	mitte-eestlased	80	2	18
Vanus	kuni 29-aastased	79	1	20
	30 - 49 aastased	90	0	10
	50 - 64 aastased	89	1	10
	üle 64-aastased	89	0	11
Sugu	naised	88	1	12
	mehed	86	1	13
Haridus	algharidus	92	0	8
	põhiharidus	82	0	18
	keskharidus	87	0	13
	kõrgharidus	90	2	8
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	85	0	15
	2001- 4000 kr	86	1	13
	4001- 6000 kr	90	1	9
	6001- 8000 kr	87	1	12
	üle 8000 kr	88	0	12

Ainult kodumaiste toidukaupade ostjad vanuse lõikes
(% vastanutest)

	Keskmiselt	kuni 29-aastased	30 – 49 aastased	50 - 64 aastased	üle 64-aastased
Naturaaljuust	56	54	56	56	59
Sulatatud juust	39	41	41	37	38
Jogurt	54	57	51	57	52
Jäätis	43	41	39	45	50
Majonees	56	63	61	48	49
Kastmed, ketšupid	30	37	27	29	31
Margariin	16	22	12	15	20
Õli	31	28	26	35	38
Linnuliha	37	42	35	33	39
Lihakonservid	30	35	30	28	24
Suitsuvorst, sink	69	63	69	72	72
Kalakonservid	54	50	53	52	62
Jahu ja tangained	46	45	43	44	56
Kommid, šokolaad	26	20	22	29	39
Küpsised, keeksid, koogid	33	22	33	38	39
Värske puuvili	17	15	11	19	28
Värske köögivili	48	38	47	52	57
Köögiviljakonservid	16	12	18	17	14
Keedised, moosid	37	38	40	36	30
Mahlad	31	31	25	37	36
Mineraalvesi	37	36	42	36	32
Kali	52	52	55	50	50
Õlu	52	56	55	52	41
Viin	42	41	45	44	35

Ainult kodumaiste toidukaupade ostjad sissetuleku lõikes
(% vastanutest)

	Keskmiselt	Pere kuu netosissetulek (kr)				
		kuni 2000	2001 - 4000	4001 - 6000	6001 - 8000	üle 8000
Naturaaljuust	56	52	54	62	56	59
Sulatatud juust	39	36	41	46	33	36
Jogurt	54	43	55	60	44	62
Jäätis	43	51	42	41	41	45
Majonees	56	52	52	57	55	63
Kastmed, ketšupid	30	37	28	25	31	33
Margariin	16	25	18	14	14	9
Õli	31	38	30	30	26	32
Linnuliha	37	31	32	36	33	52
Lihakonservid	30	36	26	32	24	32
Suitsuvorst, sink	69	65	65	74	65	74
Kalakonservid	54	54	54	59	44	53
Jahu ja tangained	46	52	46	47	32	49
Kommid, šokolaad	26	33	29	26	21	21
Küpsised, keeksid, koogid	33	32	35	34	22	38
Värske puuvili	17	28	17	18	12	8
Värske köögivili	48	57	54	47	38	38
Köögiviljakonservid	16	17	16	16	12	17
Keedised, moosid	37	39	36	42	32	32
Mahlad	31	35	36	35	20	25
Mineraalvesi	37	41	32	42	32	41
Kali	52	55	47	54	47	61
Õlu	52	55	47	52	53	59
Viin	42	41	41	41	48	43

Ainult kodumaiste toidukaupade ostjad regiooni lõikes
(% vastanutest)

	Keskmiselt	Põhja- Eesti	Kesk- Eesti	Kirde- Eesti	Lääne- Eesti	Lõuna- Eesti
Naturaaljuust	56	53	51	56	68	55
Sulatatud juust	39	37	39	44	45	38
Jogurt	54	60	58	42	47	54
Jäätis	43	47	40	33	41	44
Majonees	56	55	58	64	57	52
Kastmed, ketšupid	30	27	29	38	27	32
Margariin	16	12	17	23	19	16
Õli	31	24	38	26	29	39
Linnuliha	37	41	32	32	34	36
Lihakonservid	30	29	23	39	28	30
Suitsuvorst, sink	69	63	67	62	73	77
Kalakonservid	54	49	51	56	65	55
Jahu ja tangained	46	38	57	37	46	55
Kommid, šokolaad	26	29	20	26	30	25
Küpsised, keeksid, koogid	33	36	25	33	32	33
Värske puuvili	17	16	19	17	18	17
Värske köögivili	48	45	53	47	59	47
Köögiviljakonservid	16	13	21	18	14	18
Keedised, moosid	37	33	49	25	38	41
Mahlad	31	24	37	27	36	37
Mineraalvesi	37	28	40	44	31	42
Kali	52	52	46	58	56	51
Õlu	52	49	49	57	52	54
Viin	42	41	49	35	50	41

Ainult kodumaiste toidukaupade ostjad elukoha lõikes
(% vastanutest)

	Keskmiselt	Tallinn	Suured linnad	Väikelinnad, alevid	Alevikud	Külad
Naturaaljuust	56	53	54	63	62	53
Sulatatud juust	39	35	42	38	44	42
Jogurt	54	59	42	56	56	57
Jäätis	43	46	40	41	45	44
Majonees	56	56	58	54	59	54
Kastmed, ketšupid	30	26	33	33	27	29
Margariin	16	11	18	22	10	18
Õli	31	23	29	35	35	37
Linnuliha	37	41	36	42	31	27
Lihakonservid	30	30	30	34	31	23
Suitsuvorst, sink	69	63	69	77	67	70
Kalakonservid	54	47	54	59	62	53
Jahu ja tangained	46	36	39	57	47	56
Kommid, šokolaad	26	28	23	30	24	26
Küpsised, keeksid, koogid	33	32	28	38	34	33
Värske puuvili	17	12	13	19	15	27
Värske köögivili	48	43	43	38	58	60
Köögiviljakonservid	16	12	12	20	11	23
Keedised, moosid	37	32	30	40	41	47
Mahlad	31	24	28	35	30	43
Mineraalvesi	37	28	40	44	31	42
Kali	52	53	51	54	51	51
Õlu	52	48	54	47	61	57
Viin	42	41	35	41	52	48

Toidukauba päritolu määramine
(% vastanutest)

		lihtne	mitte alati lihtne	raske	ei oska öelda
Keskmiselt		21	67	8	4
Regioon	Põhja-Eesti	23	64	9	4
	Kesk-Eesti	16	75	6	3
	Kirde-Eesti	29	57	10	4
	Lääne-Eesti	18	66	13	3
	Lõuna-Eesti	17	72	7	4
Elukoht	Tallinn	24	63	10	3
	suured linnad	27	61	9	3
	väikelinnad	16	74	6	4
	alevikud	23	69	4	4
	külad	14	71	11	4
Rahvus	eestlased	17	71	9	3
	mitte-eestlased	31	57	8	4
Vanus	kuni 29-aastased	29	59	7	5
	30 - 49 aastased	21	70	6	3
	50 - 64 aastased	20	68	10	2
	üle 64-aastased	13	69	12	6
Sugu	naised	22	67	8	3
	mehed	19	68	9	4
Haridus	algharidus	11	54	14	21
	põhiharidus	14	75	7	4
	keskharidus	21	67	8	4
	kõrgharidus	24	66	9	1
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	21	67	6	6
	2001- 4000 kr	18	68	11	3
	4001- 6000 kr	23	67	7	3
	6001- 8000 kr	20	68	9	3
	üle 8000 kr	23	67	8	2

Toidukauba etiketi vaatamise sagedus
(% vastanutest)

		alati	tavaliselt	harva	mitte kunagi
Keskmiselt		34	50	14	2
Regioon	Põhja-Eesti	36	49	13	2
	Kesk-Eesti	37	51	10	2
	Kirde-Eesti	40	37	22	1
	Lääne-Eesti	32	53	15	0
	Lõuna-Eesti	29	56	12	3
Elukoht	Tallinn	38	49	12	1
	suured linnad	31	51	16	2
	väikelinnad	36	51	11	2
	alevikud	23	65	11	1
	külad	35	43	20	2
Rahvus	eestlased	31	56	12	1
	mitte-eestlased	41	36	20	3
Vanus	kuni 29-aastased	34	51	14	1
	30 - 49 aastased	36	50	13	1
	50 - 64 aastased	37	50	11	2
	üle 64-aastased	26	52	19	3
Sugu	naised	32	52	15	1
	mehed	37	48	12	3
Haridus	algharidus	24	45	24	7
	põhiharidus	35	47	16	2
	keskharidus	36	48	15	1
	kõrgharidus	30	60	8	2
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	44	41	12	3
	2001- 4000 kr	32	47	18	3
	4001- 6000 kr	37	53	10	0
	6001- 8000 kr	25	65	10	0
	üle 8000 kr	29	56	14	1

Toidukaupade ostukohad
(% ostukohtade osakaal)

L I H A		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		39	3	35	15	8
Regioon	Põhja-Eesti	42	3	47	6	2
	Kesk-Eesti	52	1	8	22	17
	Kirde-Eesti	45	3	44	6	2
	Lääne-Eesti	46	3	17	22	12
	Lõuna-Eesti	30	3	36	22	9
Elukoht	Tallinn	41	2	51	5	1
	suured linnad	36	3	53	7	1
	väikelinnad	49	3	23	20	5
	alevikud	45	4	24	21	6
	külad	30	2	13	31	24
Rahvus	eestlased	42	3	28	18	9
	mitte-eestlased	35	3	56	6	0
Vanus	kuni 29-aastased	42	4	31	12	11
	30 - 49 aastased	41	3	29	19	8
	50 - 64 aastased	40	3	38	14	5
	üle 64-aastased	35	1	46	14	4
Sugu	naised	38	2	36	15	9
	mehed	43	3	33	16	5
Haridus	algharidus	32	4	14	26	24
	põhiharidus	36	0	31	22	11
	keskharidus	38	4	35	16	7
	kõrgharidus	47	2	40	8	3
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	34	1	37	19	9
	2001- 4000 kr	35	3	37	15	10
	4001- 6000 kr	40	3	34	16	7
	6001- 8000 kr	39	5	41	13	2
	üle 8000 kr	54	3	28	11	4

LIHA - TOOTED		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		66	5	25	2	2
Regioon	Põhja-Eesti	60	4	34	1	1
	Kesk-Eesti	85	2	8	1	4
	Kirde-Eesti	76	2	20	1	1
	Lääne-Eesti	73	8	11	3	5
	Lõuna-Eesti	61	8	26	4	1
Elukoht	Tallinn	58	4	37	1	0
	suured linnad	61	8	30	1	0
	väikelinnad	76	4	16	3	1
	alevikud	74	5	15	4	2
	külad	69	5	14	5	7
Rahvus	eestlased	68	6	20	3	3
	mitte-eestlased	61	2	37	0	0
Vanus	kuni 29-aastased	71	6	21	2	0
	30 - 49 aastased	67	6	20	4	3
	50 - 64 aastased	69	4	24	1	2
	üle 64-aastased	57	4	34	3	2
Sugu	naised	38	2	36	15	9
	mehed	43	3	33	16	5
Haridus	algharidus	32	4	14	26	24
	põhiharidus	36	0	31	22	11
	keskharidus	38	4	35	16	7
	kõrgharidus	47	2	40	8	3
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	34	1	37	19	9
	2001- 4000 kr	35	3	37	15	10
	4001- 6000 kr	40	3	34	16	7
	6001- 8000 kr	39	5	41	13	2
	üle 8000 kr	54	3	28	11	4

K A L A		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		48	2	42	6	2
Regioon	Põhja-Eesti	49	3	44	3	1
	Kesk-Eesti	60	1	33	5	1
	Kirde-Eesti	51	1	38	6	4
	Lääne-Eesti	43	3	37	12	5
	Lõuna-Eesti	44	3	45	5	3
Elukoht	Tallinn	48	3	45	3	1
	suured linnad	38	3	50	6	3
	väikelinnad	56	2	34	6	2
	alevikud	46	2	38	9	5
	külad	49	2	38	7	4
Rahvus	eestlased	52	3	37	6	2
	mitte-eestlased	37	2	54	5	2
Vanus	kuni 29-aastased	52	5	33	7	3
	30 - 49 aastased	50	2	37	7	4
	50 - 64 aastased	46	1	45	6	2
	üle 64-aastased	43	2	53	2	0
Sugu	naised	49	2	41	5	3
	mehed	46	3	43	6	2
Haridus	algharidus	53	7	32	4	4
	põhiharidus	42	1	51	4	2
	keskharidus	47	2	42	6	3
	kõrgharidus	52	3	38	6	1
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	47	2	42	6	3
	2001- 4000 kr	41	1	52	5	1
	4001- 6000 kr	47	3	41	5	4
	6001- 8000 kr	49	4	40	5	2
	üle 8000 kr	61	4	26	7	2

P I I M		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		56	2	9	28	5
Regioon	Põhja-Eesti	67	2	18	12	1
	Kesk-Eesti	48	0	1	42	9
	Kirde-Eesti	77	1	3	14	5
	Lääne-Eesti	44	1	7	39	9
	Lõuna-Eesti	43	3	5	41	8
Elukoht	Tallinn	70	2	20	8	0
	suured linnad	65	4	9	21	1
	väikelinnad	62	1	3	32	2
	alevikud	47	1	3	46	3
	külad	21	1	1	52	25
Rahvus	eestlased	52	2	6	33	7
	mitte-eestlased	68	1	18	13	0
Vanus	kuni 29-aastased	65	3	9	18	5
	30 - 49 aastased	60	2	6	25	7
	50 - 64 aastased	55	1	9	31	4
	üle 64-aastased	41	2	13	38	6
Sugu	naised	57	2	8	27	6
	mehed	53	2	10	30	5
Haridus	algharidus	34	1	2	43	20
	põhiharidus	36	1	9	43	11
	keskharidus	56	2	9	28	5
	kõrgharidus	67	2	8	19	4
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	41	1	11	41	6
	2001- 4000 kr	48	2	9	33	8
	4001- 6000 kr	58	2	8	27	5
	6001- 8000 kr	60	3	9	23	5
	üle 8000 kr	75	3	7	13	2

PIIMA - TOOTED		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		74	5	14	5	2
Regioon	Põhja-Eesti	72	3	22	2	1
	Kesk-Eesti	91	1	3	3	2
	Kirde-Eesti	87	2	8	2	1
	Lääne-Eesti	75	7	6	7	5
	Lõuna-Eesti	68	7	13	8	4
Elukoht	Tallinn	71	4	23	2	0
	suured linnad	70	8	18	4	0
	väikelinnad	85	2	6	6	1
	alevikud	75	5	12	4	4
	külad	72	5	5	9	9
Rahvus	eestlased	76	5	11	5	3
	mitte-eestlased	71	3	23	2	1
Vanus	kuni 29-aastased	78	6	11	3	2
	30 - 49 aastased	74	6	11	6	3
	50 - 64 aastased	80	3	13	3	1
	üle 64-aastased	65	3	21	8	3
Sugu	naised	77	4	13	4	2
	mehed	72	6	14	5	3
Haridus	algharidus	72	4	7	8	9
	põhiharidus	67	2	15	10	6
	keskharidus	76	5	13	4	2
	kõrgharidus	77	5	15	2	1
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	66	2	16	13	3
	2001- 4000 kr	74	4	14	5	3
	4001- 6000 kr	77	4	15	2	2
	6001- 8000 kr	75	6	15	1	3
	üle 8000 kr	80	7	10	2	1

K A N A - M U N A D		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		39	3	24	20	14
Regioon	Põhja-Eesti	43	4	36	13	4
	Kesk-Eesti	33	2	9	29	27
	Kirde-Eesti	71	2	15	6	6
	Lääne-Eesti	35	3	12	30	20
	Lõuna-Eesti	28	4	24	22	22
Elukoht	Tallinn	43	4	41	10	2
	suured linnad	48	4	32	12	4
	väikelinnad	45	3	15	24	13
	alevikud	39	2	8	27	24
	külad	20	1	6	31	42
Rahvus	eestlased	37	3	19	23	18
	mitte-eestlased	47	4	36	9	4
Vanus	kuni 29-aastased	44	3	17	15	21
	30 - 49 aastased	44	4	18	19	15
	50 - 64 aastased	39	3	26	22	10
	üle 64-aastased	27	3	36	20	14
Sugu	naised	40	2	23	19	16
	mehed	40	5	24	19	12
Haridus	algharidus	24	1	10	29	36
	põhiharidus	24	3	24	27	22
	keskharidus	41	4	22	18	15
	kõrgharidus	45	3	28	16	8
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	36	1	26	15	22
	2001- 4000 kr	32	3	25	23	17
	4001- 6000 kr	41	3	25	20	11
	6001- 8000 kr	47	5	19	19	10
	üle 8000 kr	49	5	21	15	10

K A R T U L I D		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		8	1	20	25	46
Regioon	Põhja-Eesti	15	2	35	25	23
	Kesk-Eesti	1	0	6	26	67
	Kirde-Eesti	18	1	32	24	25
	Lääne-Eesti	3	0	10	30	57
	Lõuna-Eesti	3	0	10	22	65
Elukoht	Tallinn	17	2	41	25	15
	suured linnad	11	1	28	34	26
	väikelinnad	5	0	13	27	55
	alevikud	6	0	4	21	69
	külad	1	0	0	14	85
Rahvus	eestlased	6	0	12	28	54
	mitte-eestlased	16	2	47	15	20
Vanus	kuni 29-aastased	11	1	23	19	46
	30 - 49 aastased	10	1	17	26	46
	50 - 64 aastased	8	0	20	25	47
	üle 64-aastased	5	1	24	28	42
Sugu	naised	9	1	19	24	47
	mehed	9	1	22	26	42
Haridus	algharidus	4	0	18	13	65
	põhiharidus	3	0	11	25	61
	keskharidus	8	1	21	24	46
	kõrgharidus	12	2	25	27	34
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	7	0	26	21	46
	2001- 4000 kr	7	1	21	20	51
	4001- 6000 kr	7	1	19	26	47
	6001- 8000 kr	9	0	21	35	35
	üle 8000 kr	15	1	17	28	39

K Ö Ö G I - V I L J A D		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		23	2	25	5	45
Regioon	Põhja-Eesti	31	2	38	6	23
	Kesk-Eesti	23	0	7	6	64
	Kirde-Eesti	28	1	35	5	31
	Lääne-Eesti	22	3	14	7	54
	Lõuna-Eesti	12	2	18	6	62
Elukoht	Tallinn	32	3	43	6	16
	suured linnad	22	2	39	7	30
	väikelinnad	24	2	15	6	53
	alevikud	21	1	9	4	65
	külad	8	1	3	6	82
Rahvus	eestlased	22	2	18	7	51
	mitte-eestlased	25	1	45	3	26
Vanus	kuni 29-aastased	30	2	23	4	41
	30 - 49 aastased	26	2	22	7	43
	50 - 64 aastased	18	2	26	5	49
	üle 64-aastased	15	2	30	7	46
Sugu	naised	22	2	25	6	45
	mehed	23	2	25	5	45
Haridus	algharidus	8	0	7	12	73
	põhiharidus	15	1	18	3	63
	keskharidus	22	2	24	6	46
	kõrgharidus	29	3	32	6	30
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	15	1	30	5	49
	2001- 4000 kr	17	1	24	4	54
	4001- 6000 kr	19	2	26	6	47
	6001- 8000 kr	30	3	26	9	32
	üle 8000 kr	38	4	23	7	28

P U U - V I L J A D , M A R J A D		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		28	2	22	3	45
Regioon	Põhja-Eesti	35	2	33	3	27
	Kesk-Eesti	31	2	7	4	56
	Kirde-Eesti	34	1	35	1	29
	Lääne-Eesti	33	2	9	5	51
	Lõuna-Eesti	17	4	13	4	62
Elukoht	Tallinn	34	2	38	4	22
	suured linnad	29	2	28	5	36
	väikelinnad	29	2	14	3	52
	alevikud	34	3	9	3	51
	külad	17	2	3	3	75
Rahvus	eestlased	29	2	13	4	52
	mitte-eestlased	29	2	45	3	21
Vanus	kuni 29-aastased	38	2	20	2	38
	30 - 49 aastased	31	4	19	5	41
	50 - 64 aastased	26	1	23	2	48
	üle 64-aastased	19	1	23	3	54
Sugu	naised	28	2	21	3	46
	mehed	29	3	21	4	43
Haridus	algharidus	11	0	20	5	64
	põhiharidus	23	2	15	4	56
	keskharidus	28	2	21	4	45
	kõrgharidus	34	3	24	3	36
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	19	1	23	4	53
	2001- 4000 kr	24	1	22	3	50
	4001- 6000 kr	30	2	22	3	43
	6001- 8000 kr	35	3	19	4	39
	üle 8000 kr	39	4	19	4	34

J A H U J A T A N G A I N E D		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		69	18	11	1	1
Regioon	Põhja-Eesti	68	13	18	1	0
	Kesk-Eesti	82	11	3	2	2
	Kirde-Eesti	89	4	7	0	0
	Lääne-Eesti	69	24	5	2	0
	Lõuna-Eesti	59	28	10	2	1
Elukoht	Tallinn	65	13	21	1	0
	suured linnad	66	22	10	1	1
	väikelinnad	78	12	8	2	0
	alevikud	67	27	4	2	0
	külad	67	24	5	1	3
Rahvus	eestlased	69	20	8	2	1
	mitte-eestlased	68	12	20	0	0
Vanus	kuni 29-aastased	69	20	10	1	0
	30 - 49 aastased	70	19	9	1	1
	50 - 64 aastased	72	15	11	2	0
	üle 64-aastased	62	20	15	1	2
Sugu	naised	69	18	11	1	1
	mehed	68	19	11	1	1
Haridus	algharidus	74	13	4	0	9
	põhiharidus	66	17	14	2	1
	keskharidus	67	20	11	1	1
	kõrgharidus	73	15	10	1	1
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	71	14	11	1	3
	2001- 4000 kr	67	17	14	1	1
	4001- 6000 kr	69	18	12	1	0
	6001- 8000 kr	68	23	9	0	0
	üle 8000 kr	73	19	6	2	0

M E S I		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		10	1	17	62	10
Regioon	Põhja-Eesti	12	1	22	60	5
	Kesk-Eesti	9	0	4	73	14
	Kirde-Eesti	21	0	30	46	3
	Lääne-Eesti	5	0	13	68	14
	Lõuna-Eesti	7	1	13	63	16
Elukoht	Tallinn	11	1	24	60	4
	suured linnad	11	1	25	53	10
	väikelinnad	10	1	12	63	14
	alevikud	10	0	13	69	8
	külad	8	0	6	70	16
Rahvus	eestlased	42	3	28	18	9
	mitte-eestlased	35	3	56	6	0
Vanus	kuni 29-aastased	13	0	20	56	11
	30 - 49 aastased	9	0	14	66	11
	50 - 64 aastased	12	1	16	62	9
	üle 64-aastased	6	1	21	61	11
Sugu	naised	9	1	15	63	12
	mehed	11	0	20	60	9
Haridus	algharidus	10	0	14	57	19
	põhiharidus	12	1	17	57	13
	keskharidus	10	0	18	62	10
	kõrgharidus	10	1	15	65	9
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	12	1	24	50	13
	2001- 4000 kr	10	0	19	62	9
	4001- 6000 kr	10	1	16	63	10
	6001- 8000 kr	10	0	13	64	13
	üle 8000 kr	10	1	11	67	11

S U H K U R		kauplus	hulgi- ladu	turg	talunik	oma toodang
Keskmiselt		51	38	11	0	0
Regioon	Põhja-Eesti	50	32	18	0	0
	Kesk-Eesti	65	30	5	0	0
	Kirde-Eesti	80	12	8	0	0
	Lääne-Eesti	43	55	2	0	0
	Lõuna-Eesti	42	49	9	0	0
Elukoht	Tallinn	47	33	20	0	0
	suured linnad	54	35	11	0	0
	väikelinnad	59	35	6	0	0
	alevikud	49	45	6	0	0
	külad	47	49	4	0	0
Rahvus	eestlased	51	42	7	0	0
	mitte-eestlased	55	26	19	0	0
Vanus	kuni 29-aastased	50	36	14	0	0
	30 - 49 aastased	55	36	9	0	0
	50 - 64 aastased	52	39	9	0	0
	üle 64-aastased	48	41	11	0	0
Sugu	naised	52	37	11	0	0
	mehed	51	40	9	0	0
Haridus	algharidus	67	29	4	0	0
	põhiharidus	47	39	14	0	0
	keskharidus	50	41	9	0	0
	kõrgharidus	55	33	12	0	0
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	63	25	12	0	0
	2001- 4000 kr	46	42	12	0	0
	4001- 6000 kr	53	37	10	0	0
	6001- 8000 kr	49	42	9	0	0
	üle 8000 kr	51	40	9	0	0

Elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade väljapanekuga
(% vastanutest)

		väga hästi välja pandud	raskustega ülesleitav	kaob importkauba hulka ära	ei oska öelda
Keskmiselt		34	21	28	17
Regioon	Põhja-Eesti	31	22	31	16
	Kesk-Eesti	39	19	25	17
	Kirde-Eesti	29	23	36	12
	Lääne-Eesti	28	22	31	19
	Lõuna-Eesti	38	21	24	17
Elukoht	Tallinn	34	20	30	16
	suured linnad	36	22	29	13
	väikelinnad	32	24	28	16
	alevikud	27	21	22	30
	külad	36	20	28	16

Elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade valikuga
(% vastanutest, kes hindasid valikut heaks, elukohtade lõikes)

	Keskmiselt	Tallinn	Suured linnad	Väike-linnad, alevid	Alevikud	Külad
Piim ja piimasaadused	77	78	82	79	76	67
Liha ja lihasaadused	53	53	61	59	42	43
Kala ja kalasaadused	31	30	38	31	30	27
Jahu ja tangained	65	63	64	69	68	62
Leiva- ja saiatooted	74	78	77	73	72	67
Karastusjoogid, mahlad	59	57	65	61	66	59
Värske puu- ja köögivili	32	35	33	31	29	26
Puu- ja köögiviljakonservid	30	31	33	30	27	25
Maiustused, kondiitritooted	62	65	65	61	54	59
Kastmed (majoneesid, ketšupid)	46	51	52	43	34	41

Elanike rahulolu kodumaiste toidukaupade valikuga
(% vastanutest, kes hindasid valikut heaks, regioonide lõikes)

	Keskmiselt	Põhja-Eesti	Kesk-Eesti	Kirde-Eesti	Lääne-Eesti	Lõuna-Eesti
Piim ja piimasaadused	77	79	76	82	80	72
Liha ja lihasaadused	53	49	56	55	58	53
Kala ja kalasaadused	31	28	27	38	29	35
Jahu ja tangained	65	63	66	73	68	62
Leiva- ja saiatooted	74	77	71	74	77	72
Karastusjoogid, mahlad	59	57	58	61	66	59
Värske puu- ja köögivili	32	35	28	26	34	30
Puu- ja köögiviljakonservid	30	30	26	29	26	32
Maiustused, kondiitritooted	62	62	66	69	61	58
Kastmed (majoneesid, ketšupid)	46	47	41	47	55	42

Elanike avatus uutele kodumaistele toidukaupadele
(% vastanutest)

		proovib sageli	proovib vahetevahel	ei proovi üldse	ei pööra tähelepanu
Keskmiselt		6	81	7	6
Regioon	Põhja-Eesti	6	82	7	5
	Kesk-Eesti	6	81	10	3
	Kirde-Eesti	5	76	10	9
	Lääne-Eesti	5	82	6	7
	Lõuna-Eesti	6	83	5	6
Elukoht	Tallinn	5	81	7	7
	suured linnad	3	82	8	7
	väikelinnad	6	84	6	4
	alevikud	3	89	1	7
	külad	9	75	8	8
Rahvus	eestlased	7	83	5	5
	mitte-eestlased	2	75	13	10
Vanus	kuni 29-aastased	6	86	2	6
	30 - 49 aastased	6	84	6	4
	50 - 64 aastased	4	81	10	5
	üle 64-aastased	6	72	10	12
Sugu	naised	5	84	5	6
	mehed	6	78	9	7
Haridus	algharidus	8	58	19	15
	põhiharidus	11	69	9	11
	keskharidus	4	84	7	5
	kõrgharidus	5	85	4	6
Pere kuu netosissetulek	kuni 2000 kr	6	75	11	8
	2001- 4000 kr	4	82	5	9
	4001- 6000 kr	4	81	9	6
	6001- 8000 kr	3	86	9	2
	üle 8000 kr	10	83	4	3

Elanike eelistatuid reklaamikanalid
(% vastanutest, sõltuvalt vanusest)

	Keskmiselt	kuni 29- aastased	30 - 49 aastased	50 - 64 aastased	üle 64- aastased
Televisioon	60	56	60	60	63
Raadio	24	20	19	27	34
Päevalehed	31	35	30	31	30
Maakonna(linna)lehed	21	12	22	28	23
Ajakirjad	15	22	18	12	8
Internet	8	19	10	4	2
Degusteerimine kauplustes	44	55	46	41	36
Tänavareklaam	9	19	9	7	3
Reklaam elanike postkastides	34	30	36	35	32

Küsitletud kogumi iseloomustus

Regiooni järgi³:

Põhja-Eesti	33%
Kesk-Eesti	10%
Kirde-Eesti	12%
Lääne-Eesti	14%
Lõuna-Eesti	31%

Elukoha järgi:

Tallinn	27%
suured linnad	22%
väikelinnad	23%
alevikud	9%
külad	19%

Rahvuse järgi:

eestlased	75%
mitte-eestlased	25%

Vanuse järgi:

kuni 29-aastased	20%
30 - 49 aastased	33%
50 - 64 aastased	27%
üle 64-aastased	20%

Soo järgi:

naised	61%
mehed	39%

Hariduse järgi:

algharidus (kuni 6 kl)	4%
põhiharidus (kuni 9 kl)	12%
keskharidus (k.a keskeriharidus)	59%
kõrgharidus (k.a magister, doktor)	25%

Pere kuu netosissetuleku järgi:

Kuni 2000 krooni	16%
2001- 4000 krooni	33%
4001- 6000 krooni	22%
6001- 8000 krooni	12%
Üle 8000 krooni	17%

³ 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