



Eesti õpilaste arvamus õiglasest kaubandusest

Andmed kogutud: 07.10.2020-06.11.2020

Uuringu korraldas: MTÜ Mondo

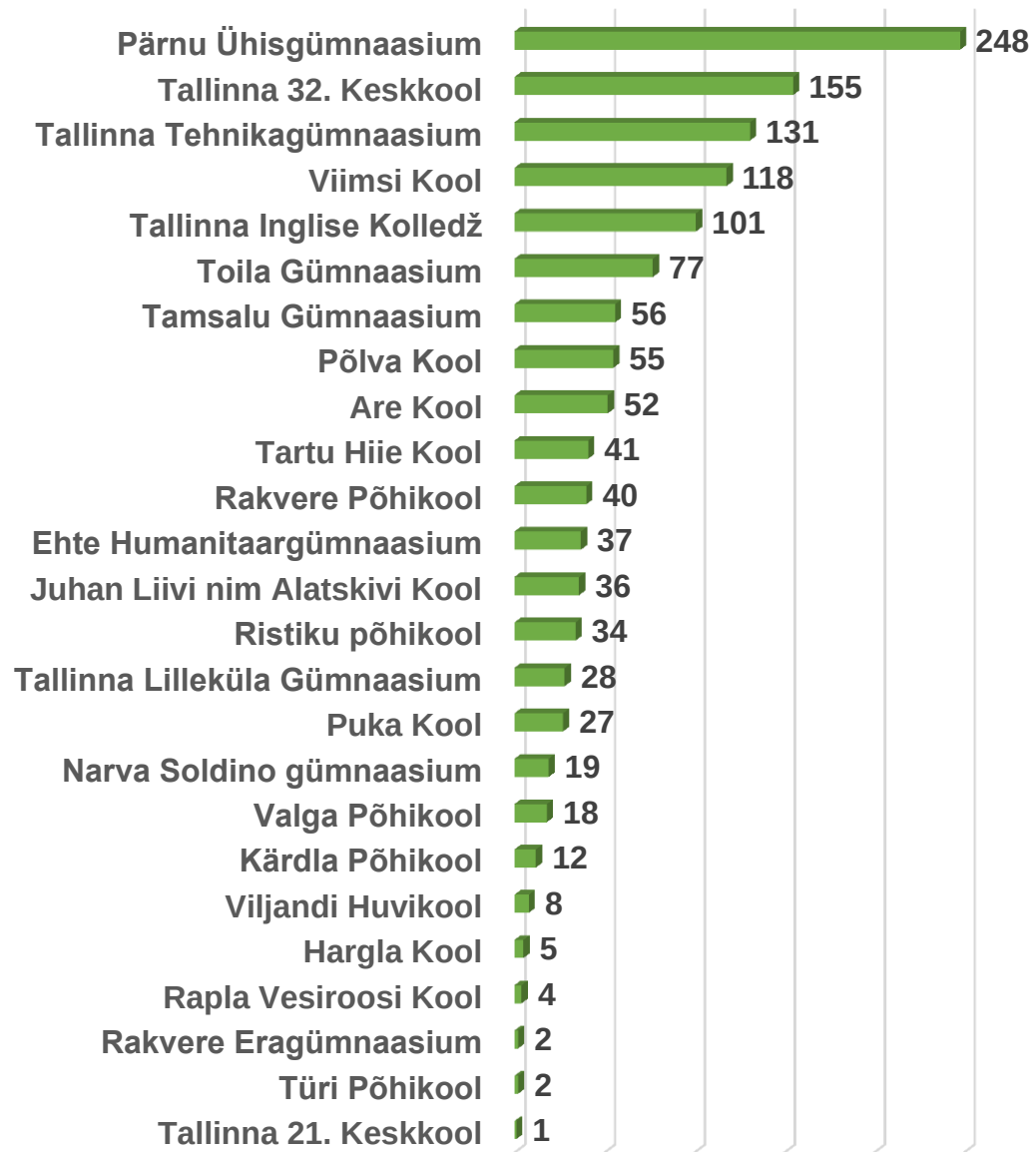
Esitluse vormistas: Rõõt Kampus

Uuringu andmed

- Viidi läbi õpilaste seas
- Uuringus osales õpilasi 25 Eesti koolist
 - 204 õpilast olid nooremad kui 15
 - 1103 õpilast jäid vanusevahemikku 15-19
- Algselt oli 1321 vastanut, kellest 6 arvati andmestikust välja. 8 vastajat osutusid vanemaks kui 20 aastat ja nende kohta tuleb väike ülevaade viimasel slaidil. Terve ülejäänud aruanne (kõik joonised jm analüüs) on tehtud 1307 õpilase vastuste pinnalt.

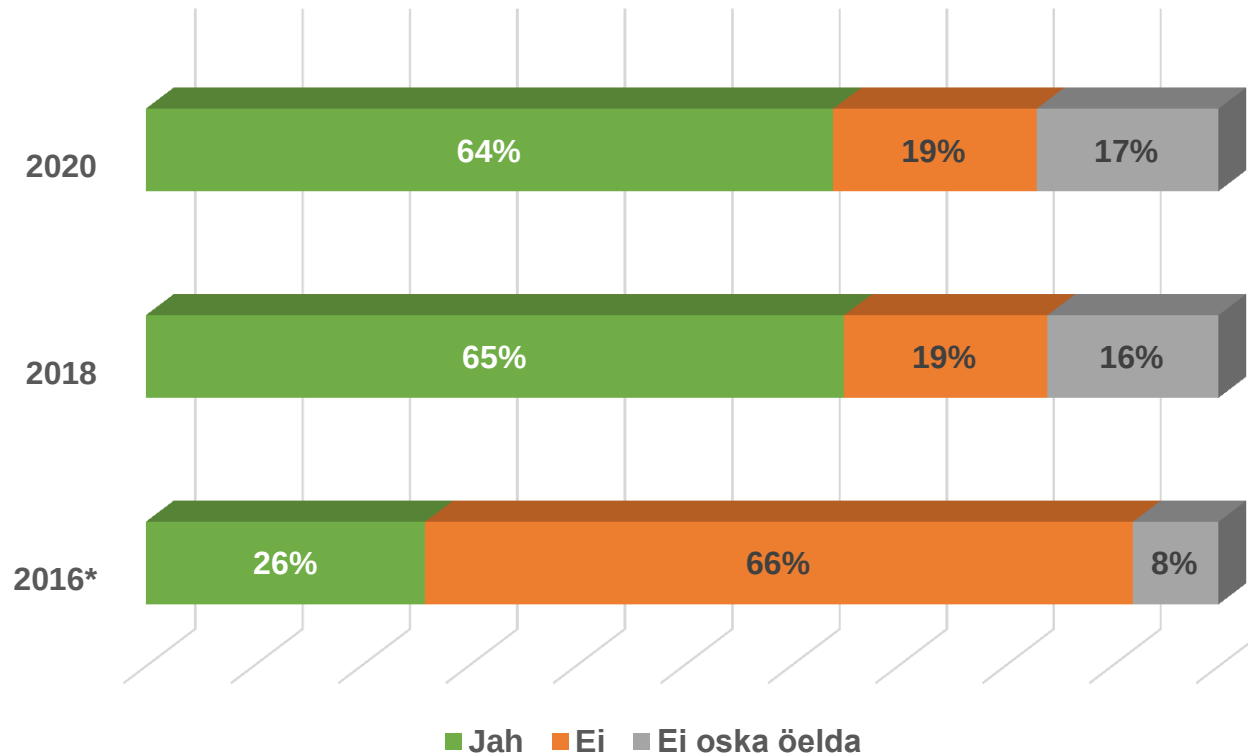
Vastanud õpilased

Õpilaste jaotus koolide järgi, vastanute arv



- 45% meessoost vastajad
55% naissoost vastajaid
- Kõige rohkem vastajaid oli Pärnu Ühisgümnaasiumist ja Tallinna 32. Keskkoolist, aga ka Tallinna Tehnikagümnaasiumist ja Viimsi Koolist
- Kõige vähem vastanuid oli Rapla Vesiroosi Koolist, Rakvere Eragümnaasiumist, Türi Põhikoolist ja Tallinna 21. Keskkoolist
-> edasises analüüsis on tõstetud nad kokku „Muu“ rühma alla

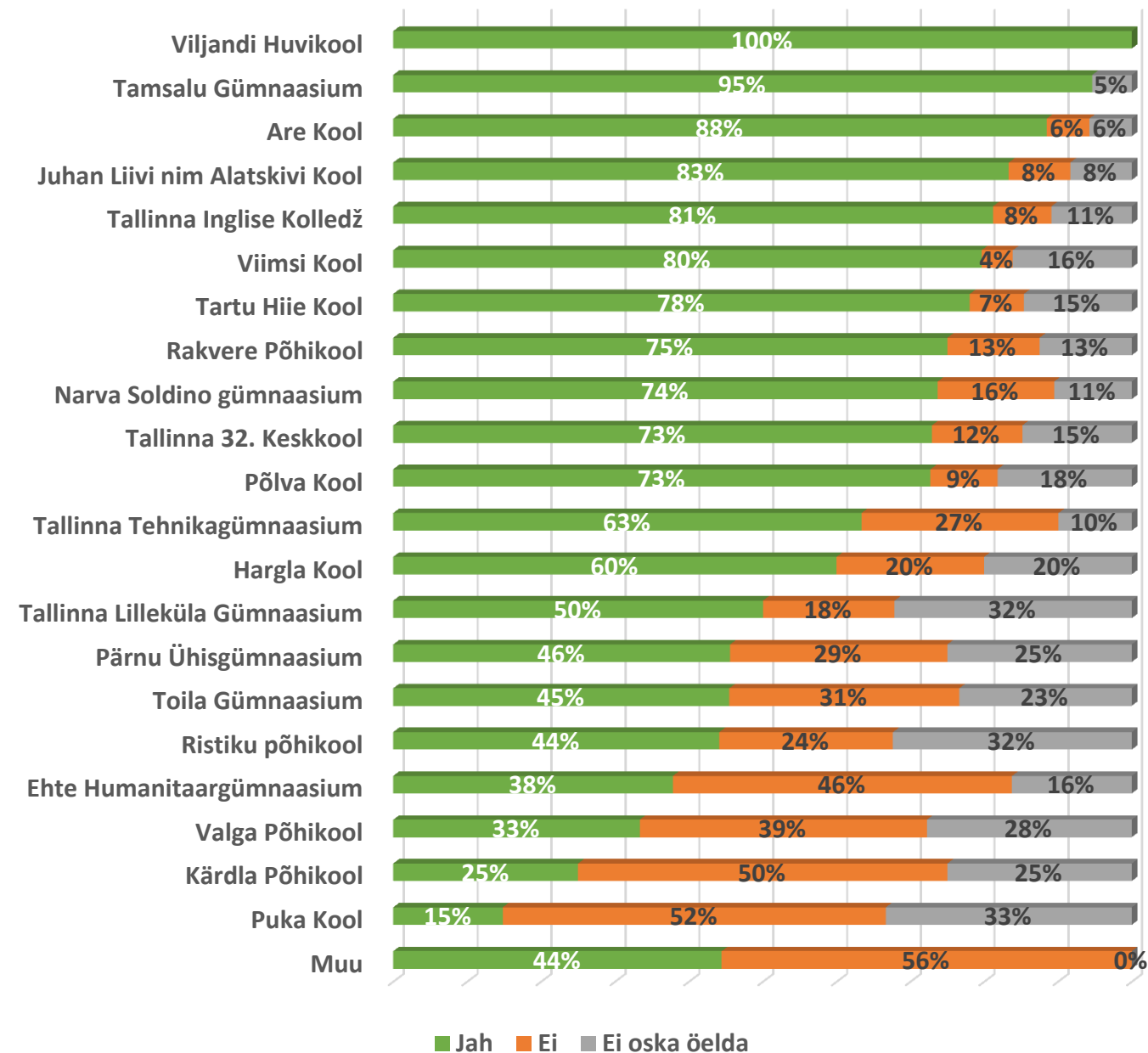
Kas sa oled näinud toodetel Fairtrade märgist?



- Võib öelda, et paari aasta tagusega ei ole toimunud suurt erinevust – Fairtrade märgist on toodetel näinud 64% õpilastest. Seevastu 2016. aastal vastasid 26% 15-19-aastastest, et tunnevad Fairtrade märgist.*
- Nooremad kui 15 aastat vanad on Fairtrade märgist kohanud enam (73%) kui 15-19 aastased (62%). Tundub, et just nooremad kui 15 aastat on teinud ära suurema muutumise võrreldes paari aasta tagusega ning on kohanud Fairtrade märgist rohkem.
- Tüdrukud on märgist kohanud natukene rohkem (67% poiste 60% vastu).

* Küsimus oli sõnastatud 2016. aastal pisut teisiti („Kas te tunnete Fairtrade märgist?“) ning uuring viidi läbi teistuskuses formaadis - terve elanikkonna peal. Antud võrdluses on toodud sama uuringu 15-19-aastaste vastajate vastused.
N=42

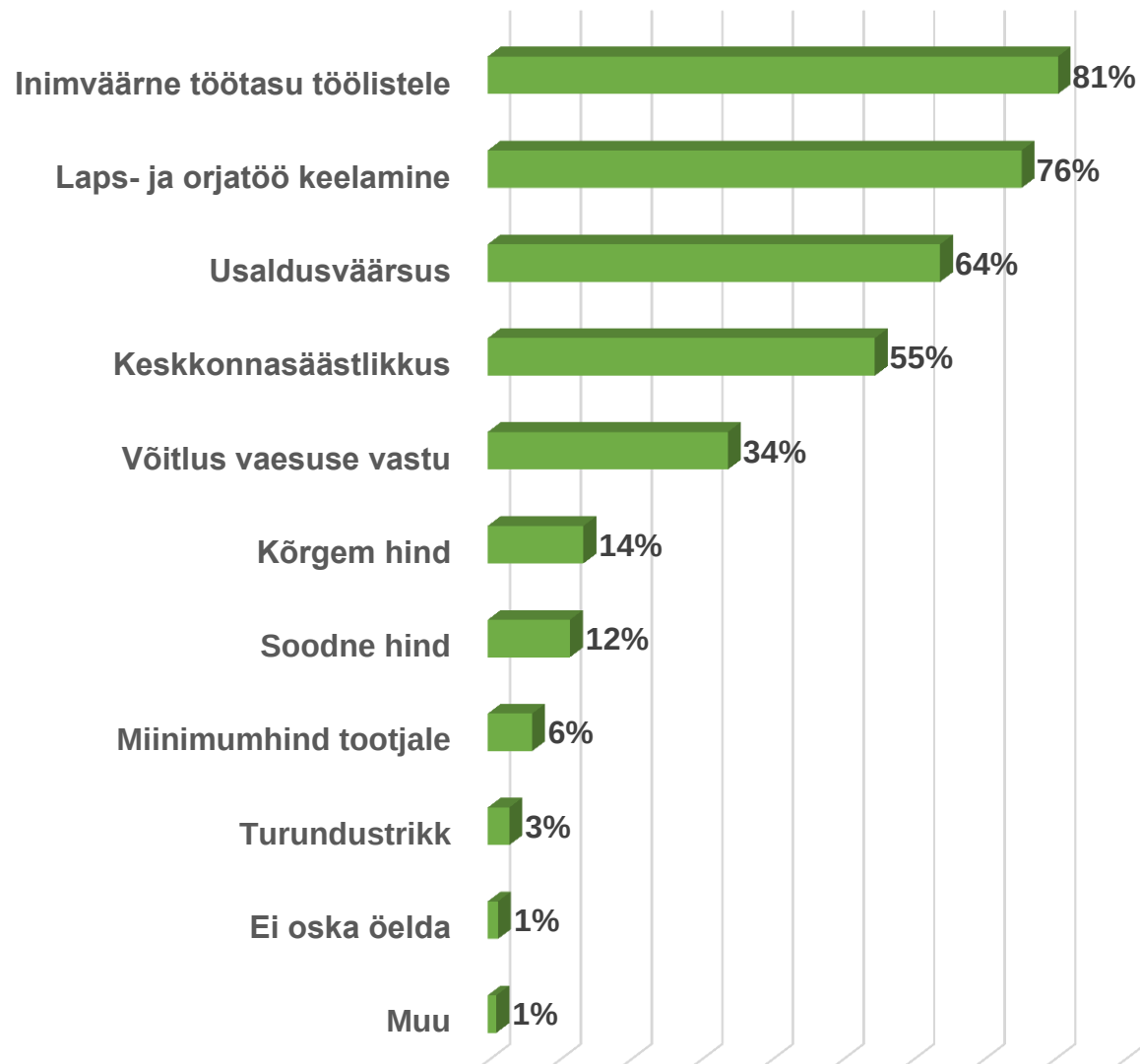
Kas sa oled näinud toodetel Fairtrade märgist?



- Kõige enam on näinud Fairtrade märgist Viljandi Huvikooli (100%)*, Tamsalu Gümnaasiumi (95%) ja Are Kooli (88%) õpilased.
- Kõige vähem olid märgist märganud Puka Kooli (15%), Kärdla Põhikooli (25%)* ja Valga Põhikooli (33%)* õpilased.

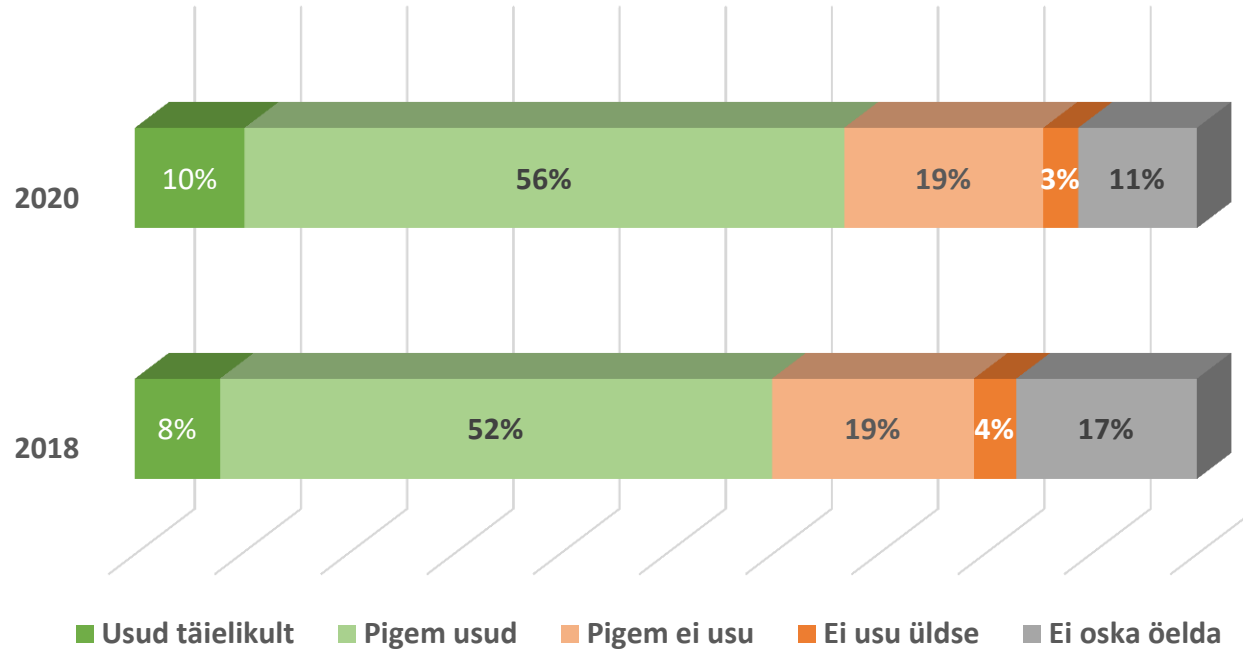
* Nendel koolidel jäi vastanute arv alla 20. Viljandi huvikoolil oli vastanuid 8, Kärdla Põhikoolil 12 ja Valga Põhikoolil 18.

Mida õiglane kaubandus sinu arvates tähendab?



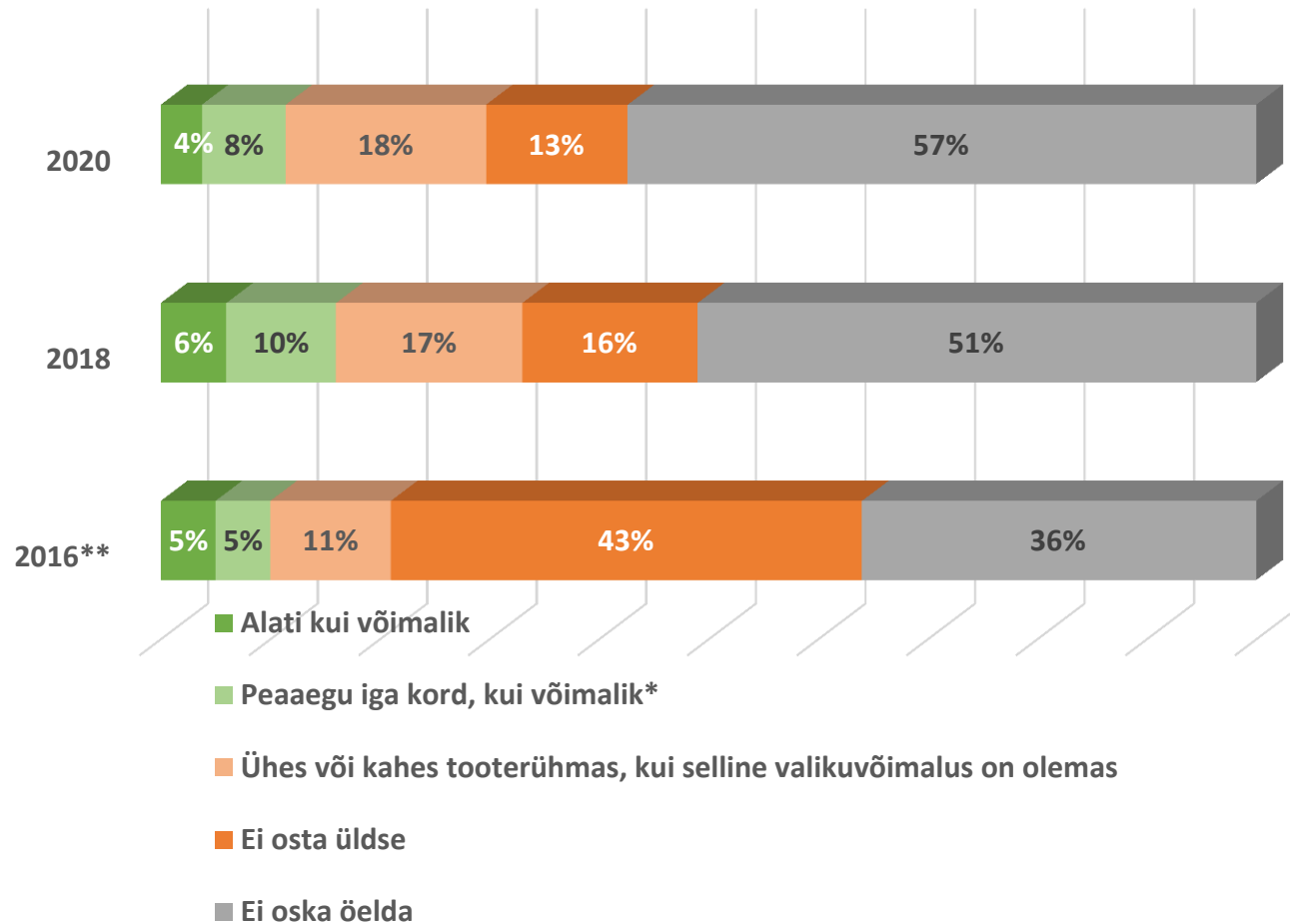
- Enamasti tähendab õiglane kaubandus õpilastele eelkõige inimväärset töötasu töölistele (81%) ja laps- ja orjatöö keeldu (76%). Natuke vähem, aga samuti olulisel kohal on usaldusväärsus (64%) ja keskkonnasäästlikkus (55%).
- Võrreldes eelmise aastaga erilisi muutuseid ei ole toimunud ja õiglase kaubanduse tähendus ja järjekord on jäänud sarnaseks 2018 aastaga. Kui midagi välja tuua, siis seda, et mõiste „õiglane kaubandus“ tundub võrreldes 2018 aastaga hõlmavat õpilastele aina rohkem aspekte (keskmiselt on õpilane valinud rohkem aspekte tähenduseks).
- Ning enamasti on just tüdrukud need, kes on valinud tähenduseks natukene rohkem aspekte.
- Vanuse lõikes suuri erinevusi ei ole, kui siis ainult see, et vanemad õpilased (83%) toovad rohkem välja aspekti „inimväärne töötasu töölistele“ kui nooremad (70%)
- Need, kes olid näinud Fairtrade märgist toodetel, teadsid ka rohkem ära mainida: võitlust vaesuse vastu, laps- ja orjatöö keelamist, inimväärset töötasu töölistele ja kõrgemat hinda.

Kas sa usud, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides?



- Õiglase kaubanduse süsteemi pigem usutakse, 66% õpilastest usub õiglase kaubanduse süsteemi, mis on 6 protsendipunkti rohkem kui 2018 aastal.
- Nooremad kui 15 aastat vanad õpilased usuvad õiglase kaubanduse süsteemi natuke rohkem (75%) kui 15-19-aastased (65%).
- Samuti tunduvad tüdrukud (70%) uskuvat natukene rohkem sellesse kui poisid (63%).
- Need kes olid Fairtrade märgist toodetel märganud, uskusid õiglase kaubanduse süsteemi rohkem (73%) kui need kes ei olnud näinud (56%) ning need, kes ei olnud märgist märganud, olid skeptilisemad ja valisid rohkem vastusevarianti „pigem ei usu“.

Kui sageli sa ostad Fairtrade märgisega tooteid, kui on selline valikuvõimalus?

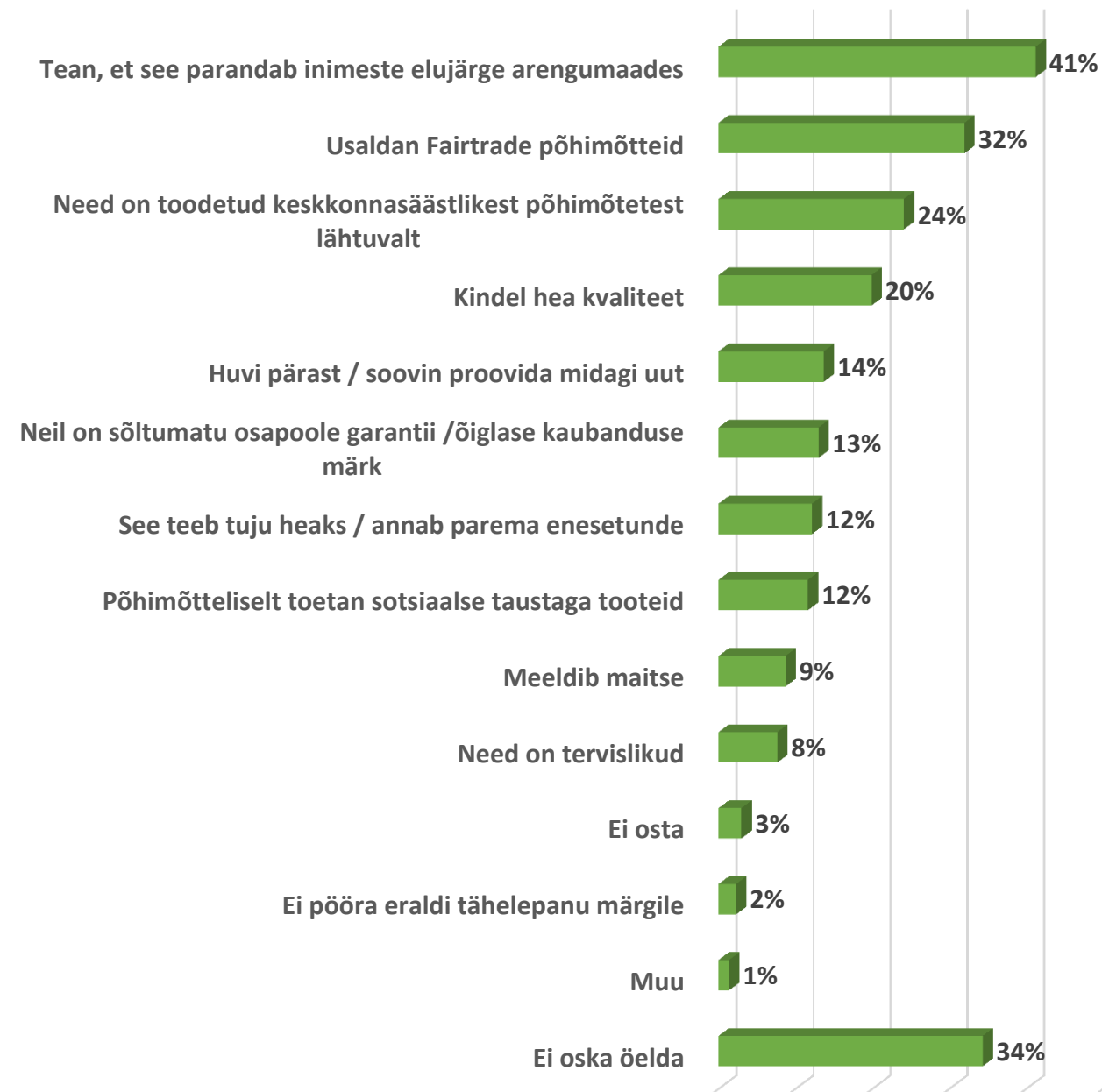


- Fairtrade märgisega toodete ostmine ei ole paranenud võrreldes 2018 aastaga. On suurenenud „ei oska öelda“ valijate protsent (57%)
- 30% ostab mingil ajahetkel Fairtrade märgisega tooteid ja 13% ei osta üldse.
- Poisse (17%), kes ei osta tooteid, oli natukene rohkem, kui tüdrukuid (10%)
- Vanusegruppide vahel erinevust ei ole.
- Need, kes usuvad täielikult õiglase kaubanduse süsteemi, ostavad Fairtrade märgisega tooteid ka rohkem.

*2016 aastal oli selle vastusevariandi asemel kirjutatud "Enamasti, kui võimalik"

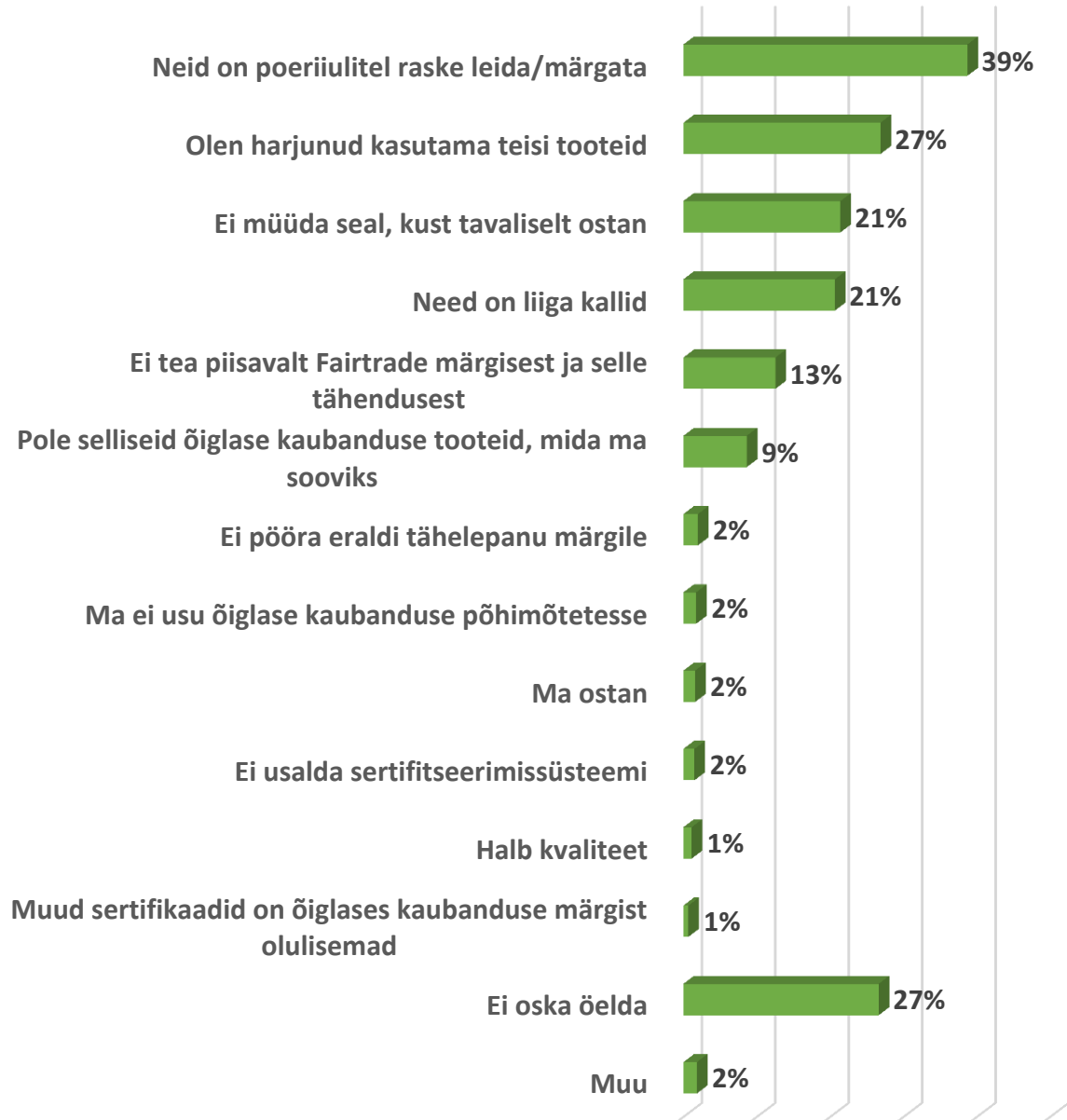
**2016 uuring viidi läbi teistuskuses formaadis - terve elanikkonna peal. Antud võrdluses on toodud sama uuringu 15-19-aastaste vastajate vastused. N=42

Miks sa ostad Fairtrade märgisega tooteid?



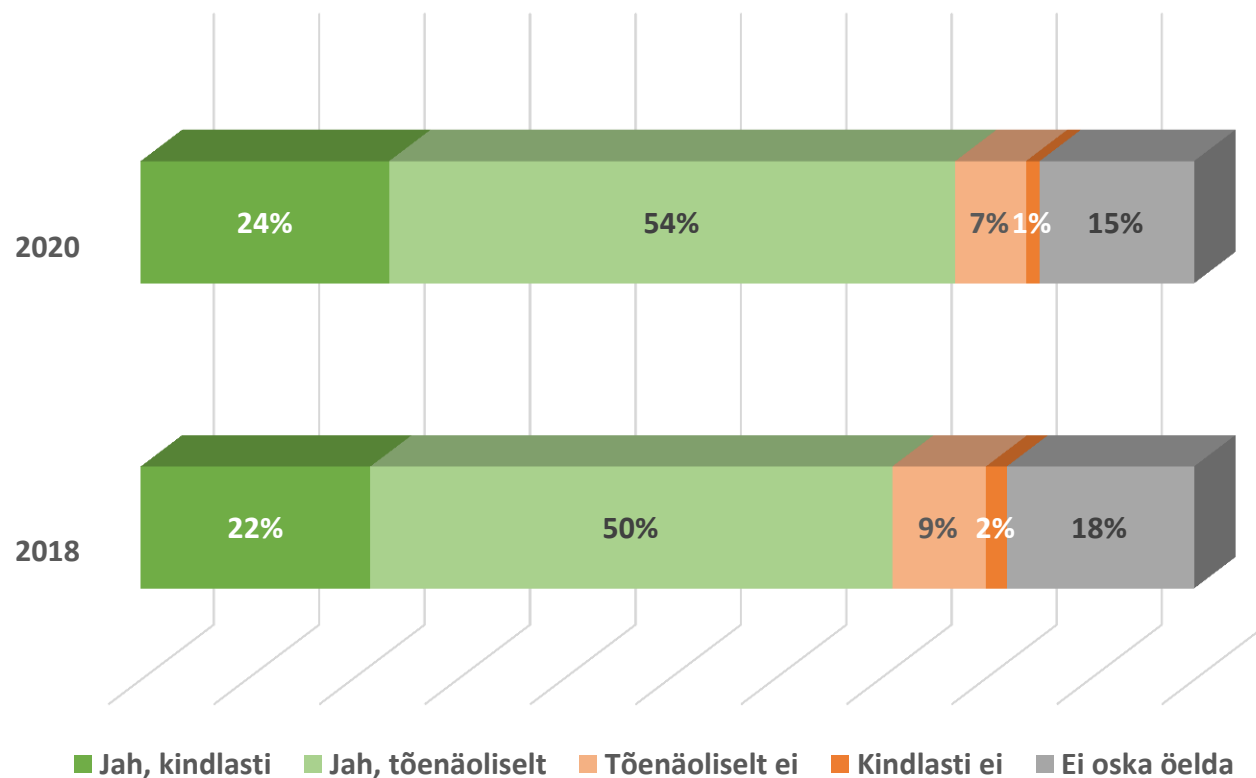
- Enamasti ostetakse Fairtrade tooteid, sest leitakse, et see parandab inimeste elujärge arengumaades (41%) ja usaldatakse Fairtrade põhimõtteid (32%).
- Võrreldes 2018 aastaga ei ole olukord väga muutunud. Ainult et keskkonnasäästlikkus on hüpanud olulisuselt neljandalt kohalt (2018.a 19%) kolmandale kohale (24%).
- Tüdrukutel on poistest rohkem erinevaid põhjendusi, miks nad neid tooteid ostavad. Poistel on rohkem „ei oska öelda“ vastuseid.
- Kui 2018 oli vanematel õpilastel rohkem põhjendusi, mis neid tooteid osta, siis seekord on pigem noorematel rohkem põhjuseid, miks osta. Samuti tõid nooremad kui 15-aastased rohkem välja keskkonnasäästlikkuse aspekti (34%) kui vanemad õpilased (22%).

Kui sa ei osta Fairtrade märgisega tooteid, siis miks?



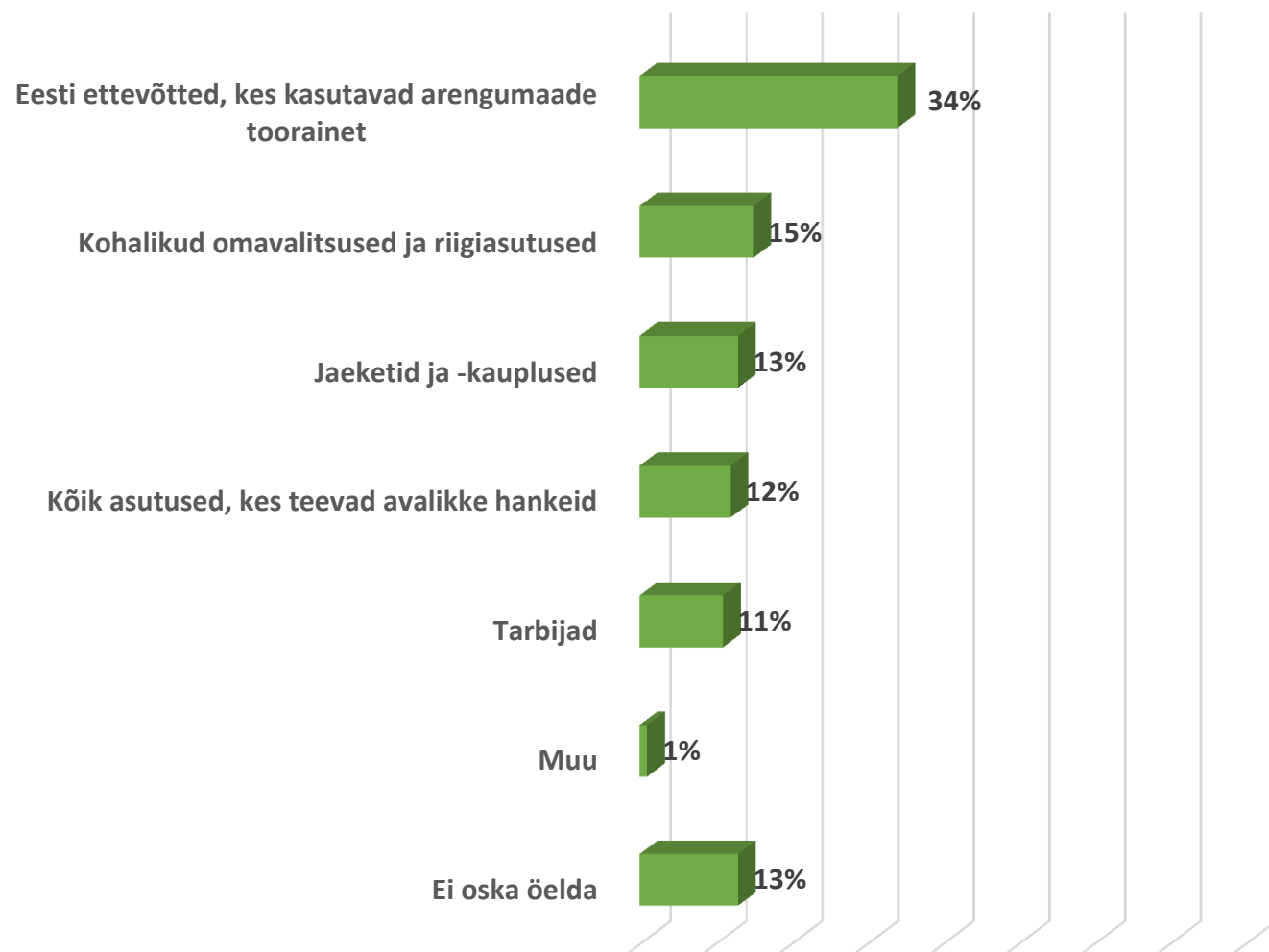
- Fairtrade märgisega tooteid ei osteta eelkõige, sest neid on poeriiulitel raske leida/märgata (39%) või ollakse harjunud kasutama teisi tooteid (27%).
- 21% leiavad, et neid ei müüda seal kauplustes, kus tavaliselt ostetakse ja 21% leiavad, et need on liiga kallid.
- Vanemate ja nooremate õpilaste vahel erinevusi väga ei ole. Kui siis ainult see, et 15-19-aastased (22%) tõid rohkem välja, et tooted on liiga kallid (noorte 12% vastu).
- Poiste seas on rohkem neid, kes ei usu õiglase kaubanduse põhimõttesse või ei usalda sertifitseerimissüsteemi.
- Need, kes ostavad Fairtrade'i ühes või kahes tooterühmas või ei osta üldse, toovad mõlemad teistest rohkem välja põhjenduse, et neid on poeriiulitel raske leida/märgata. Lisaks toovad need, kes ostavad Fairtrade'i ühes või kahes tooterühmas enim välja põhjendusi, et need on liiga kallid ja et kauplustes, kust nad tavaliselt ostavad, neid ei müüda. Need, kes ei osta Fairtrade tooteid üldse, toovad teistest enim välja ka põhjendusi, et ei usuta õiglase kaubanduse põhimõttesse, pole selliseid õiglase kaubanduse tooteid, mida sooviks ja et ollakse harjunud kasutama teisi tooteid.

Kas sa oled valmis ostma õiglase kaubanduse tooteid edaspidi?

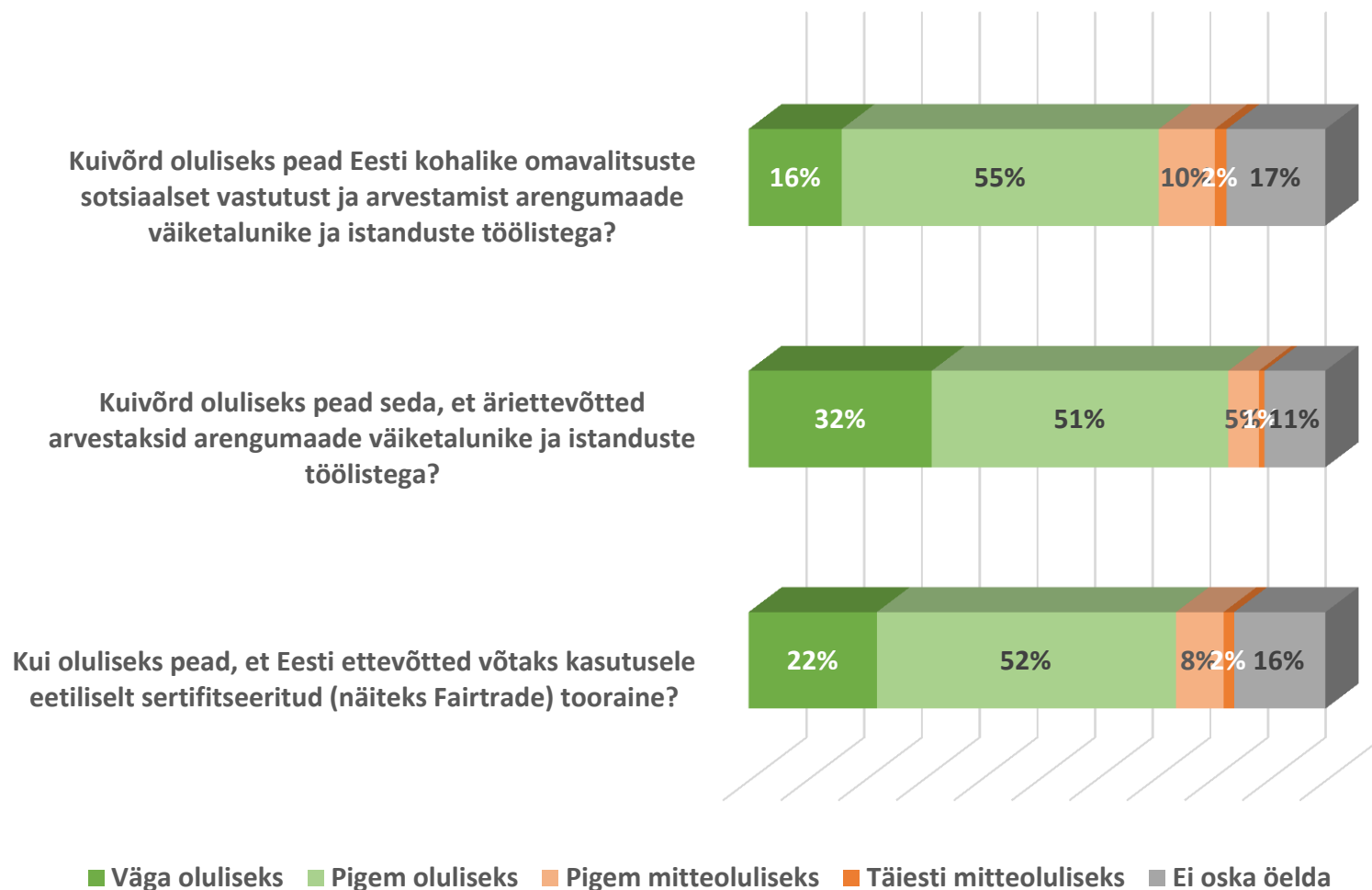


- Valmisolek õiglase kaubanduse tooteid osta on pigem suurenenud (72% asemel 78%).
- Kõige suurema tõenäosusega jätkavad toodete ostmist:
 - tüdrukud (85% ostaksid poiste 68% vastu)
 - need, kes on näinud toodetel Fairtrade märgist
 - kes usuvad, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides
 - kes on Fairtrade toodet mingil moel juba eelnevalt ostnud
 - kes usuvad, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades

Kes peaksid Eestis sinu meelest enim toetama õiglase kaubanduse ideed?

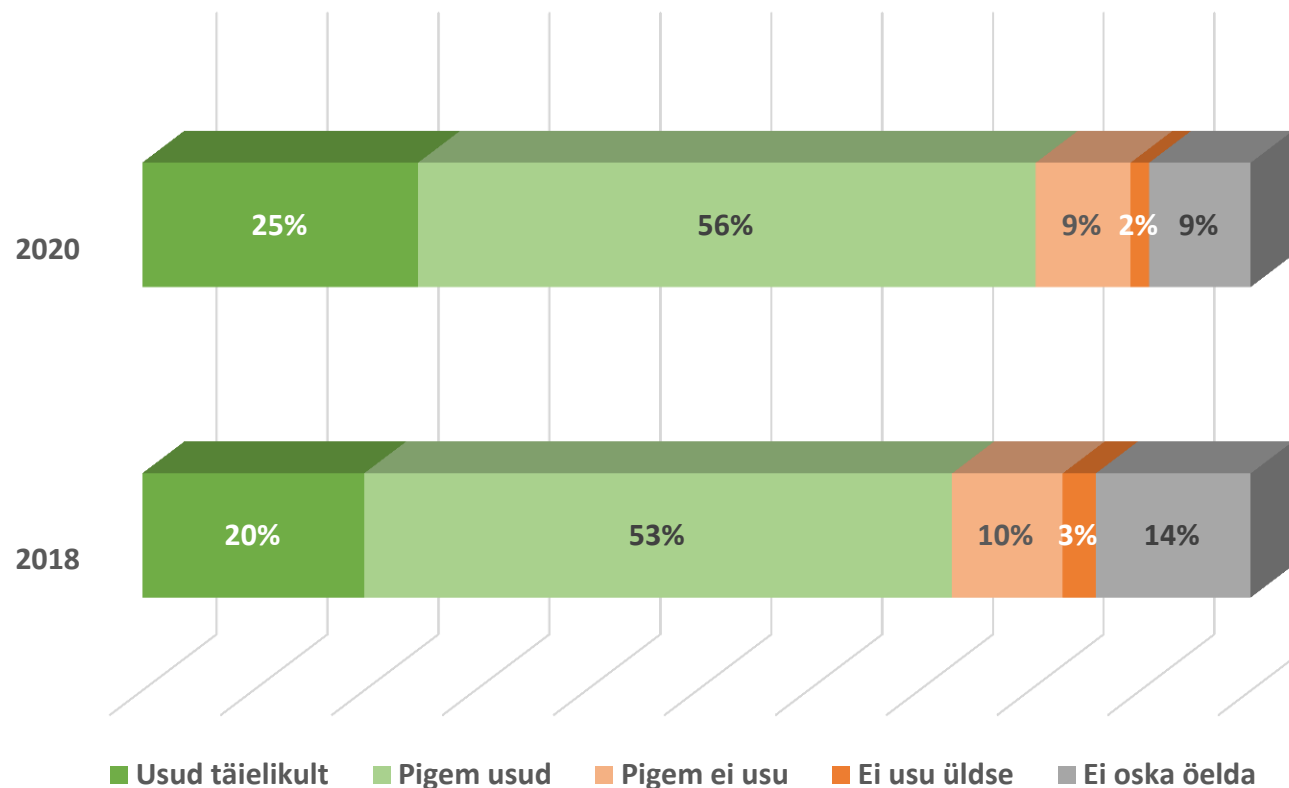


- Enamasti leitakse, et õiglase kaubanduse ideed peavad toetama eeskätt Eesti ettevõtted, kes kasutavad arengumaade toorainet (34%).
- Tulemus on jäänud sarnaseks 2018. aastaga.
- Nooremate kui 15-aastaste seas oli natukene rohkem neid, kes sellele küsimusele vastata ei osanud (19%).



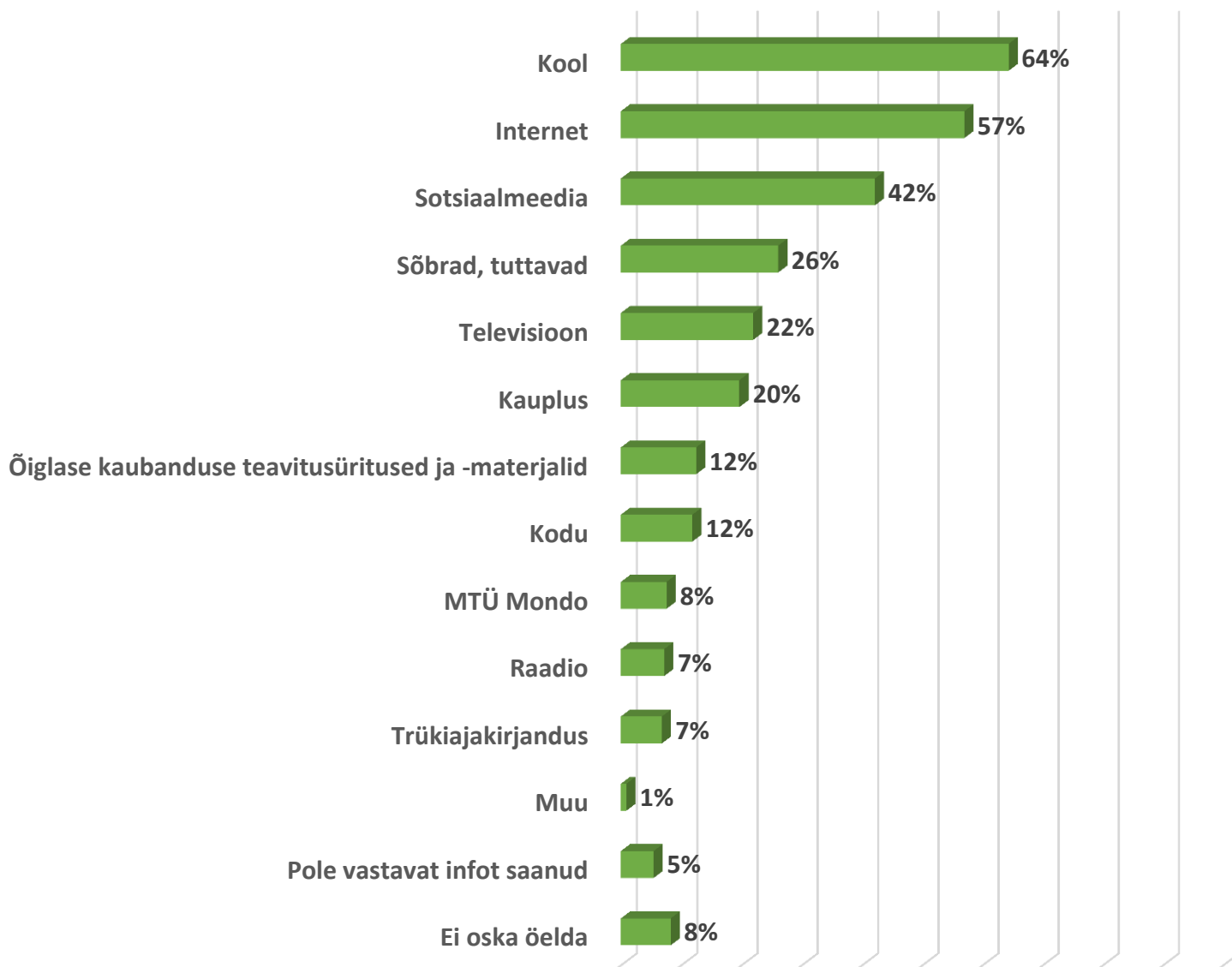
- Kui 2018 aastal nägi 76% inimestest sotsiaalset vastutust äri sektoril, siis nüüd on see 83%
- Kohaliku omavalitsusel nähakse ka sel aastal väiksemat sotsiaalset vastutust (71%; 2018 aastal oli see 68%).
- 74% leiavad, et Eesti ettevõtted võiksid kasutusele võtta eetilisel sertifitseeritud tooraine (2018. aastal oli see protsent vähem - 64%)
- Üldiselt on „ei oska öelda“ vastuste hulk kõigis küsimustes võrreldes 2018 aastaga kahanenud.
- Just poisid on enamasti need, kes näevad neid aspekte täiesti mitteolulistena või pigem mitteolulistena.

Kas sa usud, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades?



- 81% usuvad, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades. See protsent on võrreldes 2018. aastaga paranenud (siis oli see 73%)
- Nooremad oskasid selle koha pealt vähem arvamust avaldada („ei oska öelda“ valiti 16% kordadest)
- „Pigem ei usu“ või „ei oska öelda“ vastusevarianti valisid poisid rohkem kui tüdrukud.
- Need, kes ei ole Fairtrade märgiseid kohanud, ei usu ka sellesse, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades.
- See küsimus on seotud usuga õiglase kaubanduse süsteemi: need, kes õiglase kaubanduse süsteemi uskusid, usuvad, et tarbijad saavad ka mõjutada, ja vastupidi.
- Need, kes neid tooteid ei osta, ei usu ka, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega midagi muuta.

Milliste kanalite kaudu oled saanud infot õiglase kaubanduse ja vastutustundliku tarbimise kohta?



- Enamus õpilasi on koolist (64%) vastava info saanud ja internetist (57%).
- Nooremad kui 15-aastased on saanud võrreldes 15-19-aastastega rohkem informatsiooni koolist (79%) ja kauplusest (28%).
- Tüdrukud võrreldes poistega tõid rohkem välja internetti (62%), sotsiaalmeediat (48%) ja sõpru-tuttavaid (32%).
- Need, kes pole vastavat infot saanud, ei oska öelda, kas on valmis ka õiglase kaubanduse tooteid ostma.
- Need, kes on saanud infot koolist, usuvad ka rohkem õiglase kaubanduse süsteemi.

Kokkuvõte

- Fairtrade märgisega toodete nägemine ja ostmine ei ole viimase paari aastaga suurenenud (märki on näinud toodetel 64% õpilastest; võrdluseks 2018 65%; ja ostnud on 30% 2018. a 33% asemel)
- Õiglase kaubanduse süsteemi iseenesest usutakse rohkem (66% 2018. a 60% asemel).
- Ning ka usk sellesse, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades, on tõusnud (73%-lt 81%-le).
- Samuti on valmidus neid tooteid edaspidi osta, tõusnud (72%-lt 78%-le).
Enamasti on valmis õiglase kaubanduse tooteid edaspidi ostma just need, kes usuvad õiglase kaubanduse süsteemi ja sellesse, et tarbija saab oma ostukäitumisega midagi muuta. Samuti need, kes on eelnevalt näinud toodetel juba Fairtrade märgist või need, kes on Fairtrade toodet mingil moel eelnevalt juba ostnud.
- Tüdrukud tunduvad olema natukene usaldavamad Fairtrade'i osas ning ka altimad neid tooteid ostma.
- Nooremad kui 15.a on justkui näinud toodetel rohkem Fairtrade märgist ja usuvad ka õiglase kaubanduse süsteemi rohkem, seevastu ostuharjumustes see ei kajastu – ning ostavad / on valmis ostma tooteid 15-19-aastastega samal tasemel.
- Enamasti tähendab õiglane kaubandus inimväärset töötasu inimestele (81%) ja laps- ja orjatöö keelamist (76%).
- Põhiliselt ostetakse neid tooteid, sest teatakse, et nende toodete ostmine parandab inimeste elujärge arengumaades. Ei osteta põhiliselt sellepärast, et neid tooteid on raske leida/märgata.
- Enim nähakse sotsiaalset vastutust selles küsimuses ettevõtetel.
- Kool ja internet on olnud põhilised infokanalid õiglase kaubanduse ja vastutustundliku tarbimise kohta.

Vanemad vastajad

- 8 vastajat andmestikus olid vanemad kui 20.
- 4 nendest on öelnud, et ei oska öelda, kas on näinud toodetel Fairtrade märgist, 2 on öelnud, et on näinud ja 2 on öelnud, et ei ole näinud Fairtrade märgist toodetel.
- 6 inimest usub täielikult või pigem usub õiglase kaubanduse süsteemi, 1 nendest ei oska öelda ja 1 pigem ei usu.
- Enamasti tähendab õiglane kaubandus nende jaoks inimväärsel töötasu töölistele, aga ka laps- ja orjatöö keelamist ja võitlust vaesuse vastu.
- Pooled vastanutest ei oska öelda, millal ostavad Fairtrade märgisega tooteid, 2 ei osta üldse ja 2 ostavad.
- Üldiselt ei osata välja tuua, miks ei osteta neid tooteid, kui siis ainult seda, et neid tooteid ei müüda seal, kust tavaliselt ostetakse.
- 5 nendest on valmis edaspidi õiglase kaubanduse tooteid ostma, 3 ei oska öelda.

Vanemad vastajad

- Leitakse, et enim peaks Eestis toetama õiglase kaubanduse ideed Eesti ettevõtted, kes kasutavad arengumaade toorainet (3) või jaeketid ja –kauplused (2)
- Kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust peavad oluliseks 5 inimest, seejuures äriettevõtete sotsiaalset vastutust 6 inimest.
- 6 inimest peab oluliseks, et Eesti ettevõtted võtaks kasutusele eetilisel sertifitseeritud tooraine.
- 6 vastanutest usuvad, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades, 2 ei oska sellele küsimusele vastata.
- Infot õiglase kaubanduse kohta on saadud erinevate kanalite kaudu ja kindlat kanalit välja ei joonistu.