

Toila Gümnaasium

Valeria Getman ja Eliise Koivistoinen

11. klass

**TOILA GÜMNAASIUMI 9.-12. KLASSI ÕPILASTE TEADLIKKUSE TÕSTMINE
ERINEVATE TEGEVUSTE KAUDU ÕIGLASE KAUBANDUSE NÄDALAL**

Uurimistöö

Juhendajad: Anne Aia ja Kristina Mänd

Toila 2021

Sisukord:

SISSEJUHATUS

Error! Bookmark not defined.

1. KIRJANDUSE ÜLEVAADE	4
1.1. Õiglase kaubanduse olemus ning selle põhimõtted	4
1.2. Õiglase kaubanduse süsteemi korraldus tootjariikides	5
1.3. Õiglase kaubanduse süsteemi juhtimine ja toodete tarbimine.	6
1.4. Teadlikkus kogu maailmas ja Eestis	8
1.5. Õiglase kaubanduse kuu	10
2. METOODIKA	10
2.1. Valim	10
2.2. Kavandamine	11
2.3. Fairtrade'i toodete loendamine Jõhvi poodides	12
2.4. MTÜ Mondo õiglase kaubanduse arvamusküsitlus koolidele	14
2.5. Inglise keele plakadid	15
2.6. Õiglase kaubanduse filmid ja küsimused	15
2.7. Õiglase kaubanduse tunnid	16
2.8. Viktoriin	20
2.9. Järelküsimustik	22
3. TULEMUSED JA ARUTELU	23
3.1. Õiglase kaubanduse teemaliste filmide vaatamise tulemused	23
3.2. MTÜ Mondo uuringu tulemused	25
3.3. Järelküsimustiku tulemused	35
3.4. 9.-12. klassi õpilaste ning MTÜ Mondo tagasiside	42
KOKKUVÕTE	44
RESÜMEE	46
SUMMARY	47
KASUTATUD ALLIKAD	48

SISSEJUHATUS

Elame maailmas, kus võiks olla rohkem hoolimist, sellele saame kaasa aidata väikeste sammudega. Meie igaühe käitumisest sõltub palju. “Nõudke kvaliteeti mitte ainult ostetavas tootes, vaid ka selle valmistanud inimese elus” – nii on öelnud Orsola De Castro. 2020. aasta oktoobris kuulutati välja MTÜ Mondo algatusena õiglase kaubanduse kuu ning püüdsime anda oma panuse, viies läbi Toila Gümnaasiumis 9.–12. klassi õpilastele teemanädala. Soov rääkida noortele õiglasest kaubandusest tekkis meil siis, kui käisime 2019. aasta õiglase kaubanduse nädala raames Jõhvis Rimi toidupoes inimestele õiglase kaubanduse tooteid tutvustamas. Poes selgus, et väga vähesed inimesed teavad, mis on õiglane kaubandus ning meile tundus, et see teema vajaks rohkem kajastamist.

Algselt planeerimise uurida Ida–Virumaa ostjate teadlikkust õiglase kaubanduse toodetest, käies Jõhvi erinevates toidupoodides ning küsitledes erinevaid inimesi. Eesmärgiks oli ka ostjate teadlikkust tõsta rääkides Fairtrade põhimõtetest ja tutvustades erinevaid Fairtrade tooteid. Meie algne plaan ei õnnestunud seoses COVID–19 teise lainega. Peale arupidamist meie juhendajaga otsustasime korraldada õiglase kaubanduse teemanädala meie koolis.

Tööga alustasime 2020. aasta oktoobris, esmalt käisime Jõhvi erinevates poodides ja uurisime, millises on kõige suurem valik õiglase kaubanduse tooteid. Teemanädala raames osalesime ka MTÜ Mondo õiglase kaubanduse arvamusküsitluses koolidele, korraldasime erinevaid tegevusi ja viisime läbi järelküsimustiku.

Käesolev töö on üles ehitatud järgnevalt: “Kirjanduse ülevaade”, “Metoodika”, “Tulemused ja arutelu”, “Kokkuvõte” ning “Resümee”.

Peatükis “Metoodika” anname ülevaate meie poolt eelnevalt kavandatud ja läbiviidud tegevustest õiglase kaubanduse nädala raames Toila Gümnaasiumis.

Peatükis “Tulemused ja arutelu” on välja toodud ülevaade küsimustike andmete analüüsist, peatükk “Kokkuvõte” sisaldab vastuseid eesmärkidele ja uurimisküsimustele ning ülevaadet olulisematest tulemustest ning järeldustest, peatükis “Resümee” sisaldub lühikokkuvõtet tööst eesti ja inglise keeles.

Jagasime oma tööülesanded järgnevalt: Eliise suhtles kirja teel MTÜ Mondo esindaja Kristina Männiga, Valeria suhtles Liisa-Indra Pajustega, töö kirjalikku osasse panustasime mõlemad võrdselt, kusjuures peatükid 1.1., 1.4., 1.5., 2.4., 3.2, kokkuvõte, resümee koostas Valeria ja 1.2., 1.3., 2.3., 2.5., 2.6., 2.9., 3.3., 3.4 ning kasutatud allikad Eliise, ülejäänud koostasime koos. Tööülesanded klassidele plakatite koostamiseks ning teematunnid valmistasime ette ja viisime läbi koos, venekeelse küsimustiku ja andmetöötluse tegi Valeria ning teised küsimustikud ja Kahooti koostasime koos.

Seadsime oma töös järgmised eesmärgid:

Anda oma panus meie jaoks olulise teema tutvustamisel ja propageerimisel, kavandades ise oma koolis õiglase kaubanduse teemanädala.

Saada kogemus harivate tundide läbiviimisel, planeerides sisukad ning huvitavad tunnitegevused, arendades enda ettevõtlikkust, kodanikualgatust ja loovust.

Toetada MTÜ Mondo üleskutset Eesti elanikele ja koolidele viia läbi õiglase kaubanduse kuul läbi temaatilisi üritusi.

Püstitasime järgmised uurimisküsimused:

Millised Fairtrade'i tooteid ning kui sageli õpilased ostavad?

Kui oluliseks peavad õpilased õiglase kaubanduse süsteemi toimimist?

Milliseid lahendusi õpilased pakuvad, et olukorda parandada?

Kas õpilaste teadlikkus muutus peale meie korraldatud tegevusi?

Täname meie uurimistöö juhendajaid õpetaja Anne Aiat ja Kristina Mändi uurimistöö juhendamise ja töö valmimisele kaasa aitamise eest. Samuti täname Lisa-Indra Pajustet, õpetaja Avar Pentlit ja õpetaja Meeli Rjabovat nõuannete eest.

1. KIRJANDUSE ÜLEVAADE

1.1. Õiglase kaubanduse olemus ning selle põhimõtted

Õiglase kaubandus (ingl. k. *Fairtrade*) on kauplemisviis ja rahvusvaheline kokkulepe, mis on loodud arengumaade talunike ja tööliste ebasoodsate ja ebavõrdsete tingimuste parandamiseks [1].

Õiglase kaubandus tagab selle, et

- Arengumaade väiketalunikud ja tootjad saavad oma toote eest väärilist tasu, mis katab tootmiskulud ja võimaldab kehtvat arengut.
- Istanduste ja tootmisühistute töölised saavad korralikku palka ja töötavad inimlikes tingimustes.
- Tootmisprotsessis on keelatud orja- ja lapstööjõu kasutamine.
- Õiglase kaubanduse lisatulu kasutatakse kogukonna sotsiaalseks arenguks.
- Tootmisel lähtutakse keskkonnasäästlikest põhimõtetest.

Õiglase kaubandus annab arenenud riikide tarbijatele võimaluse mitte osaleda Kolmanda Maailma eksploateerimises ja osta igal võimalusel hoopis õiglase kaubanduse kaudu liikuvaid tooteid [2].

Fair Trade sai alguse 1960. aastatel Euroopas kodanikuliikumisenä ja on nüüdseks kujunenud laialdaselt tuntud rahvusvaheliseks kokkuleppeks. Enne märgise (joonis 1) kasutuselevõttu kandsid õiglase kaubanduse tarneahelate eest hoolt sellele täielikult pühendunud organisatsioonid, tehes seda oma ahelate raames. Laienemiseks ning nende tavaettevõtete kaudu peavoolu turule sisenemiseks, mis ei ole 100% pühendunud õiglase kaubanduse organisatsioonid, tekkis vajadus standardite järele ning selle järele, et kauplejate ja tootjate tootmistingimusi puudutavate väidete tõepärasust sõltumatult tõestada [3].



Joonis 1. Õiglase kaubanduse märgised [3]

Fairtrade märgist kasutatakse õiglase kaubanduse toodete tunnusmärgisena.

Fairtrade märgist antakse mitte kõikidele firma toodetele, vaid kindlatele toodetele, mille tootmine on kooskõlas õiglase kaubanduse põhimõtetega.

Järgnevalt on välja toodud Fairtrade sertifitseeritud toodete kategooriad: [4]

Kohv	Suhkur	Puuvillatooted
Kakao	Šokolaad	Kosmeetikatooted
Tee	Maiustused	Spordipallid
Veinid	Troopilised puuviljad	Kuld
Mesi	Banaanid	Lilled
Pähklid	Riis	Vürtsid

1.2. Õiglase kaubanduse süsteemi korraldus tootjariikides

Õiglase kaubanduse süsteemis on üle 1,66 miljoni põllumajandustootja ja töötaja 1411 tootjaorganisatsioonis. Juuresoleval joonisel 2 on riigid, mille töötajad osalevad õiglase kaubanduse süsteemis.



Joonis 2. Riigid, mis rakendavad tootmises õiglase kaubanduse põhimõtteid [5]

Õiglase kaubanduse eesmärgiks on tagada arengumaade, nt Aafrika, Aasia ning Kesk- ja Lõuna-Ameerika väiketalunike toodete (kohv, tee, riis, banaanid jm troopilised puuviljad, suhkur, kakao, šokolaad, pähklid, õli, puuvill jms) õiglane hind ning parandada istandustes töötavate tööliste töö- ja elutingimusi. Lisaks õiglasele hinnale aitab õiglasest kaubandusest saadud lisatulu tootjatel arendada oma kogukondi. Näiteks saavad talunikud teenitud lisatasu eest ehitada parema infrastruktuuri ning muuta tootmist efektiivsemaks. Samuti võimaldab õiglasest kaubandusest saadav lisatulu pakkuda haridust lastele ja noortele ning parandada arstiabi [6].

1.3. Õiglase kaubanduse süsteemi juhtimine ja toodete tarbimine.

Õiglase kaubanduse märgisega tooteid müüakse enam kui 120 riigis. Maailmas ja Euroopas korraldavad õiglast kaubanduse süsteemi ja toodete müüki organisatsioonid FLO (Rahvusvaheline Fairtrade), WFTO (Maailma õiglase kaubanduse organisatsioon) ja EFTA (Euroopa Fair Trade assotsiatsioon).

EFTA (Euroopa Fair Trade assotsiatsioon) on kümne õiglase kaubanduse importijate ühendus üheksas Euroopa riigis (Austrias, Belgias, Prantsusmaal, Saksamaal, Itaalias, Hollandis, Hispaanias, Šveitsis ja Ühendkuningriigis) [7].

Selleks, et propageerida õiglast kaubandust ning haarata õiglase kaubanduse süsteemi rohkem tarbijaid nii arenenud riikides kui ka arengumaades, on haldusüksustel võimalik saada tunnustusena õiglase kaubanduse linnaks.

Õiglase kaubanduse linn tegutseb koostöös kohalike ettevõtete, koolide, koguduste ja kodanikuühendustega selle nimel, et suurendada õiglase kaubanduse tuntust, sertifitseeritud toodete kättesaadavust ja kasutamist ning selleks, et tõsta teadlikkust avalike hangete eetilisusest. Aunimetuse omistamise üle otsustab õiglase kaubanduse organisatsioon ning antakse üheks aastaks korraga ja selle säilitamiseks peab omavalitsus iga-aastases aruandes esitama oma tegevuse tulemused eetilise tarbimise edendamisel.

Õiglase kaubanduse linna kriteeriumite täitmiseks on vaja teha viis sammu:

võtta õiglase kaubanduse tooted kasutusele linnavalitsuses ja linna poolt korraldatud üritustel, kutsuda kokku aunimetuse taotlemist toetav töörihm, edendada õiglase kaubanduse toodete müüki kohalikes ettevõtetes, kasutada õiglase kaubanduse tooteid töökohtadel ja kodanikuühendustes ning viimaks on aunimetuse saamise eelduseks ka linna aktiivsus õiglase kaubanduse alases teavitustegevuses. Aastal 2020 oli 30 riigis 2080 õiglase kaubanduse linna, sh. ka 1 Eesti linn (tabel 1) [8].

Eestis tunnustatakse ka õiglase kaubanduse sõpru. Seda tunnustust annab välja MTÜ Mondo alates 2014. aastast. Tunnustus on suunatud neile, kes oma töös ja tegemistes tõstavad esile õiglast kaubandust, kasutavad vastavaid sertifitseeritud tooteid, on teerajajad ja valmis teisi inspireerima. Õiglase kaubanduse sõbrad võivad olla kõik ettevõtted ja organisatsioonid, mis kasutavad, müüvad või toodavad õiglase kaubanduse ja eriti Fairtrade märgisega kaupu; panustavad õiglase kaubanduse väärtuste levitamisse ja võtavad osa maikuus toimuvast

õiglase kaubanduse päevast ja/või oktoobris toimuvast õiglase kaubanduse kuust või nädalast; toovad kasutuses või müügis olevad õiglase kaubanduse tooted esile oma infokanalites, sotsiaalmeedias, kodulehel ja materjalides; käituvad solidaarselt ja vastutustundlikult. Eestis on antud see tunnustus enam kui 60 organisatsioonile.

Tunnustuse andmine on rajatud usaldusele ja heale tahtele, mitte rangetele kriteeriumitele [9].

Tabel 1. Õiglase kaubanduse linnad [10].

Riik	Õiglase kaubanduse linnade arv	Esimene õiglase kaubanduse linn
Austraalia	8	Yarra, Melbourne (mai 2006)
Austria	198	Wieden, Wr. Neustadt, Mönichkirchen (mai 2007)
Belgia	245	Gent (juuli 2005)
Brasiilia	3	Poços de Caldas (2012)
Costa Rica	1	Pérez Zeledón (oktoober 2009)
Eesti	1	Kärdla (november 2014)
Ekvador	2	Riobamba (October 2016)
Ghana	2	Uus Koforidua (juuni 2011)
Hispaania	20	Cordoba (aprill 2008)
Honduras	1	Marcala
Iirimaa	48	Clonakilty (september 2003)
India	2	Pondicherry ja Auroville (august 2017)
Inglismaa	427	Garstang (aprill 2000)
Itaalia	0	Città Equosolidali
Jaapan	6	Kumamoto (juuni 2011)
Kamerun	1	Ebolowa (november 2015)
Kanada	27	Wolfville, Nova Scotia (aprill 2007)

Kolumbia	1	Tibasosa (mai 2018)
Liibanon	9	Menjez (mai 2013)

Luksemburg	36	Differdange (märts 2011)
Lõuna-Korea	11	Bucheon, Incheon
Norra	37	Sauda (August 2006)
Paraguay	1	Arroyos y Esteros (mai 2018)
Poola	2	Poznan (november 2012)
Prantsusmaa	31	Pariis, Lyon + 12 veel (november 2009)
Rootsi	54	Malmö (mai 2006)
Saksamaa	723	Saarbrücken (aprill 2009)
Soome	16	Tampere (august 2009)
Šveits	13	Glarus Nord (veebuar 2016)
Taani	1	Odense (oktoober 2010)
Tai	1	Taipei (aprill 2018)
Tšehhi	13	Litomerice / Vsetin (september 2011)
USA	46	Meedia, Pennsylvania (juuli 2006)
Uus-Meremaa	4	Wellington ja Dunedin (november 2009)

1.4. Teadlikkus kogu maailmas ja Eestis

Õiglase kaubanduse eeliste teadvustamisel tehakse aga ka märgatavaid edusamme ning tarbijate teadlikkus ja huvi õiglase kaubanduse toodete vastu on järjest suurenenud. Viimase 20 aasta jooksul on Fairtrade'i toodete müügi käive maailmas märgatavalt kasvanud.

Euroopas tarbivad kõige laialdasemalt õiglase kaubanduse tooteid (eriti banaane, kohvi, teed ja šokolaadi) Suurbritannia kodanikud. Õiglase kaubandus on aga üha populaarsem ka Šveitsis, Hollandis ja Soomes [2]. Ka Saksamaal on teadlikkus väga suur, kuna riigis olev õiglase kaubanduse linnade arv on suurim maailmas (Tabel 1).

2002. aastal loodud kodanikuühenduste võrgustik Arengukoostöö Ümarlaud alustas õiglase kaubanduse tutvustamist Eestis ühe osana arengumaade probleemide kajastamisest ja praktilisest viisist parandada arengumaade inimeste elu [11]. Eestis tundis 2006. aastal õiglase kaubanduse märki vaid 5 protsenti elanikkonnast, 2009. aastaks oli märgi tuntus kasvanud 19 protsendini. Kui 2006. aastal osteti Eestis õiglase kaubanduse märgiga tooteid peamiselt huvi pärast, siis kolm aastat hiljem oli olulisimaks tõusnud soov toetada sotsiaalse sõnumiga tooteid ja aidata parandada inimeste elujärge.

2009. aastal osteti õiglase kaubanduse märgiga tooteid hinnanguliselt 3,4 miljardi euro väärtuses ning käive kasvas võrreldes eelneva aastaga 15%.

Eestlaste seas on populaarseimateks Fairtrade märgisega toodeteks jäätis, šokolaadid, küpsised ja kommid. Eestis oli 2009. aastal Fairtrade'i toodete käive üle 295 000 euro, 2010. aastal kasvas aga 600 000 euroni [2].

2019. aastal oli käive aga juba 5,4 miljonit eurot. Kasvavat huvi näitab ka ettevõtete huvi õiglase kaubanduse sõprade märgise taotlemisel [1].

MTÜ Mondo korraldas juba neljandat korda küsitluse 15–19-aastaste noorte seas. Eesti õpilaste õiglase kaubanduse teadlikkuse uuringut on MTÜ Mondo korraldanud üle kahe aasta 2014. aastast alates, seejärel on läbi viidud küsitlused ka 2016. ja 2018. aastal.

2020. aasta küsitluses osales kokku 1307 õpilast ja 26 kooli, mis on suurim osalejate arv, võrreldes eelnevate aastatega, ning see küsitlus oli MTÜ Mondo sõnul seetõttu kõige edukam. Ka noorte usk õiglase kaubanduse süsteemi tõusnud (66%, 2018. a 60%). Tüdrukud usuvad sellesse rohkem (70%) kui poisid (63%) [12].

1.5. Õiglase kaubanduse kuu

Aastast 2013 koordineerib õiglase kaubanduse alast tegevust Eestis MTÜ Mondo, vedades projekte, liites õiglase kaubanduse sõpru ning tähistades õiglase kaubanduse nädalat oktoobris ja Fairtrade'i päeva mais [1].

2020. aastal tähistati Eestis 13. korda rahvusvahelist õiglase kaubanduse nädalat, kuid esmakordselt nimetati oktoober õiglase kaubanduse kuuks. Õiglase kaubanduse kuul osalevad paljud koolid, suured poeketid, nagu Prisma ja Rimi, ning mitmed ettevõtted üle Eesti. Õiglase kaubanduse kuu eesmärk on teadvustada eestlaste tarbimisharjumuste ning maailma eri paigus töötavate toidu tootjate vahelisi seoseid. Sellel ajal korraldatakse erinevaid tegevusi ja sündmusi, et juhtida tähelepanu tarbimisharjumuste mõjule ning näidata võimalusi arengumaade talunikele ja väiketootjatele õiglaste võimaluste loomiseks ning viia inimesi kurssi õiglase kaubanduse ehk Fairtrade'i kaubamärgiga [1]. Õiglase kaubanduse kuul osalesid poeketid allahindlustega ja teavitusega, koolid uuringus osalemise, töötubade ja teavitusega ning meedia omapoolse kajastusega.

2. METOODIKA

Antud peatükis anname ülevaate meie poolt eelnevalt kavandatud ja läbiviidud tegevustest õiglase kaubanduse nädala raames Toila Gümnaasiumis.

2.1. Valim

Tegevused olid suunatud 9.–12. klassidele, kus kokku õpib 85 õpilast. Enne tegevuste algust läbi viidud MTÜ Mondo õiglase kaubanduse arvamusküsitlusele koolidele vastas 80 õpilast, hilisemale järelküsimustikule oli vastajaid kokku 64. Valisime vanema vanusegrupi sellepärast, et nad on rohkem teadlikud ja suunavad sellega ka oma vanemaid, ka MTÜ Mondo küsitlus oli suunatud sellele vanusegrupile.

2.2. Kavandamine

Meie uurimistöö oli kavandatud 6 etapis: Fairtrade'i toodete kaardistamine maakonna keskuse poodides, läbirääkimised MTÜ Mondoga seoses meie õiglase kaubanduse nädalaga, õpilaste vastamine MTÜ Mondo õiglase kaubanduse arvamusküsitlusele koolidele, praktiliste tegevuste kavandamine ning tegevused Toila Gümnaasiumis, järelküsimustiku loomine,

õpilaste vastamine järelküsimustikule, andmeanalüüs, järelduste ja kokkuvõtte tegemine ning töö kirjaliku osa kirjutamine. Ajavahemikul 12.–20. oktoobrini meie poolt läbi viidud tegevuste lõpus kontrollisime õpilaste teadmisi kas kirjalikult või suuliselt. Meie poolt kavandatud ja läbi viidud tegevused on näha tabelis 2.

Algselt oli meil plaanis kutsuda külalisesineja, kes korraldaks toremaid tegevusi noortele. Kirjutasime MTÜ Mondo töötajale Liisa-Indra Pajustele. Liisa-Indra Pajuste pakkus meile Tallinna Ülikooli tudengite poolt korraldatud kakaotöötuba. Kahjuks Covid-19 tõttu olid kohad piiratud ning sellel ajal, kui me proovisime nendega ühendust võtta, olid kohad juba täis. Seetõttu otsustasime ise kõik tegevused läbi viia, meie koostöö jätkus aga Kristina Männiga, kelle juhendamisel me osalesime ka 2019. aastal õiglase kaubanduse nädalal.

Tabel 2. Uurimistöös kavas olevad tegevused.

Kuupäev	Toimumiskoht	Tegevused
12. oktoober	Jõhvi poed	Käisime Jõhvi Rimis, Coopis, Selveris ja Promenaadi talupoes. Pildistasime ja loendasime erinevaid Fairtrade'i tooteid.
29.–30. oktoober	Toila Gümnaasiumi arvutiklass	9.–12.klassid osalesid MTÜ Mondo õiglase kaubanduse arvamusküsitluses koolidele.
9.–13. november	Inglise keele tunnid	9.–12. klassid tegid Fairtrade'i plakateid inglise keele tunnis.
12. november	Koduõppepäev	9.–12. klassid vaatasid filme ja vastasid küsimustele.
11. november	Toila Gümnaasium	Tutvustasime klassides õiglase kaubanduse nädala järgnevaid tegevusi
18. november	Toila Gümnaasium	Tegime esitluse 9.a klassile
19. november	Toila Gümnaasium	Tegime esitluse 9.b, 11., 12. klassidele, panime Fairtrade'i plakatid koolimaja seintele.
20. november	Toila Gümnaasium	Tegime esitluse 10. klassile.

23. november	Toila Gümnaasium	Korraldasime 9.–12.klasside võistkondadele Kahooti.
24. november	Toila Gümnaasium	Kirjutasime artikli Toila valla lehte [13].
12. veebruar	Toila Gümnaasium, arvutiklass	9.–12. klassid vastasid järelküsimustikule.

2.3. Fairtrade'i toodete loendamine Jõhvi poodides

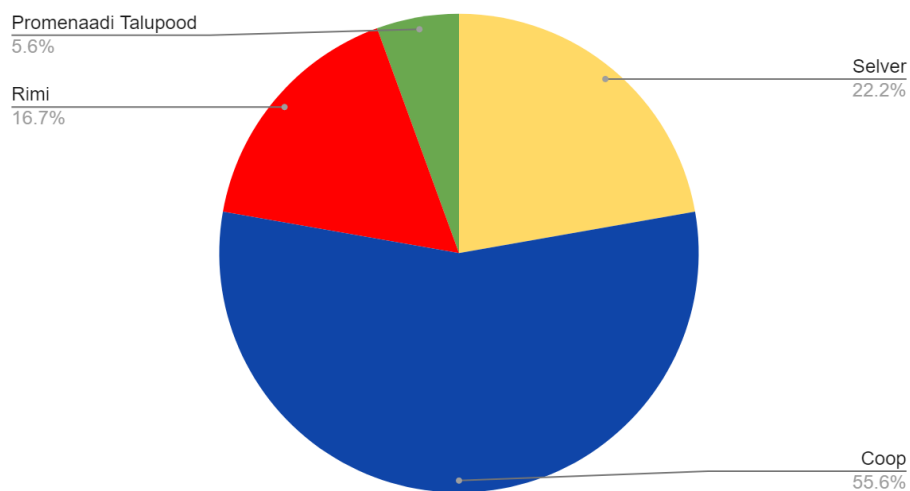
Alustasime 12. oktoobril erinevates Jõhvi poodides ja uurisime, millises poeketis on kõige suurem valik õiglase kaubanduse tooteid. Külastasime Rimi, Coopit, Selverit ja Promenaadi talupoodi.

Eesmärgiks oli kaardistada olukorda ja hiljem õpilaste käest küsides ise omada ülevaadet, millised õiglase kaubanduse tooted on meie maakonna keskuse poodides müügil.

Pildistasime erinevaid Fairtrade'i tooteid. Kõige suurem valik oli Coopis – 25 (55,6%) erinevat Fairtrade'i märgisega toodet. Rimis oli kokku 6 (16,7%) toodet, Selveris 8 (22,2%) toodet ja Promenaadi talupoes oli kokku 2 (5,6%) toodet (joonised 3, 4, 5).

Kõige enam müügil olevad Fairtrade'i tooted on Ben&Jerry jäätised, Demerara tume ja hele suhkur, Dan Sukker suhkur ja Paulig kohvikapslid.

Fairtrade tooted Jõhvi poodides



Joonis 3. Fairtrade'i tooted Jõhvi poodides



Joonis 4. Rimi Sarapuupähklimääre I Love Eco



Joonis 5. Coop Solidal tume šokolaad

2.4. MTÜ Mondo õiglase kaubanduse arvamusküsitlus koolidele

MTÜ Mondo poolt oktoobris toimunud üle-eestilise õiglase kaubanduse kuu raames viidi läbi ka küsitlus koolidele. Soovijad koolid pidid ise oma osavõtusoovist teada andma ning registreerisime osalema ka Toila Gümnaasiumi. Osalemise eesmärk oli aidata MTÜ Mondol vastajate hulka suurendada. Pidasime seda väga vajalikuks ja loomulikuks töö osaks, sest MTÜ Mondo kogub andmeid ning saab tulemusi eelnevate aastatega võrrelda. Samuti planeerisime saadud vastuseid hiljem ise analüüsida ning osaliselt võrrelda peale tegevuste lõppu meie poolt läbi viidava järelküsimustiku vastustega. Küsimusi oli kokku 13. Küsimustik oli koostatud Google Drive'is ([link](#)).

Küsimustiku korraldasime meie kooli arvutiklassis 29.–30. oktoobril (tabel 2).

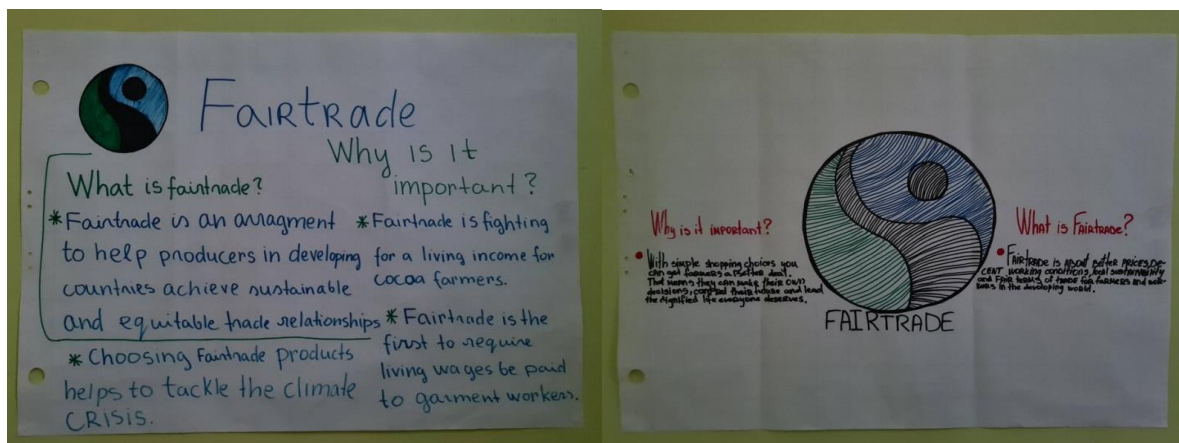
Küsimused:

1. Kas sa oled näinud toodetel Fairtrade'i märgist?
2. Mida õiglane kaubandus sinu arvates tähendab?
3. Kas sa usud, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides?
4. Kui sageli sa ostad Fairtrade märgisega tooteid, kui on selline valikuvõimalus?
5. Miks sa ostad Fairtrade märgisega tooteid?
6. Kui sa ei osta Fairtrade märgisega tooteid, siis miks?
7. Kas sa oled valmis ostma õiglase kaubanduse tooteid edaspidi?
8. Kes peaksid Eestis sinu meelest enim toetama õiglase kaubanduse ideed?
9. Kuivõrd oluliseks pead Eesti kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust ja arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega?
10. Kuivõrd oluliseks pead seda, et äriettevõtted arvestaksid arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega?
11. Kui oluliseks pead, et Eesti ettevõtted võtaks kasutusele eetilisel sertifitseeritud (näiteks Fairtrade) tooraine?
12. Kas sa usud, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades?
13. Milliste kanalite kaudu oled saanud infot õiglase kaubanduse ja vastutustundliku tarbimise kohta?

Otsustasime antud küsimuste vastuseid hiljem analüüsida ning kasutada võrdlemisel õpilastelt saadud arvamuste ning järelküsimustiku vastustega.

2.5. Inglise keele plakatid

Esimese ülesande täitmiseks saime kokkuleppe meie inglise keele õpetaja Oksana Višnevskajaga, kelle tundides said 9.–12. klassi õpilased ülesandeks koostada inglise keeles plakatid, millel pidi olema Fairtrade kohta vabalt valitud infot ning plakateid võis ka illustreerida. Plakatid valmisid ajavahemikus 9.–13. novembrini rühmatööna (3–4 õpilast rühmas) ühe tunni jooksul. Nii inglise keele õpetaja kui ka meie jäime töödega väga rahule, kuna tööd nägid välja väga informatiivsed ning olid ka kaunilt kujundatud. Plakatil oli õpilaste poolt enim kajastatud õiglase kaubanduse põhimõtteid ja olemust. 19. novembril panime koolimajja kõik tööd üles nii koridori, teisele kui ka kolmandale korrusele, kuhu need jäid kõigile vaatamiseks mitmeks kuuks.



Joonis 6.-7. Inglise keele plakatid [14]

2.6. Õiglase kaubanduse filmid ja küsimused

Olime planeerinud näidata 9.–12. klassidele filme õiglase kaubanduse teemadel koolis, kuid meie eelnevalt kavandatud 12. november oli kooli digiõppepäev. Erinevate aineõpetajate nõusolekul saime aga võimaluse nende tundide raames lasta õpilastel kodus videoid vaadata. Koostasime filmide põhjal küsimused, millele tuli pärast filmi vaatamist vastata. Valisime välja 2 videot, kust saab teadmisi nii eesti kui ka inglise keeles. Inglisekeelne video "The

Story of Chocolate: Unwrapping the Bar”[15] räägib šokolaadi teekonnast meieni.

Eestikeelses videos "Jänku-Juss saab teada, kust kohast toit tuleb”[16] räägib Jänku-Juss, kust kohast toit tuleb. Küsimused koostasime nii eesti kui vene keeles. Vene keeles tuli koostada küsimustik seetõttu, et 10. klassile tunde andvatest õpetajatest saime nõusoleku filmide vaatamiseks vene keele õpetajalt tingimisel, et kõik toimub vene keeles. Venekeelses videos “Что означает знак fair trade на продуктах”[17] räägib Kristina Mänd, mida tähendab toodetel õiglane kaubamärk. Küsimused koostasime eesmärgil, kontrollimaks, kas õpilased vaatavad filme, ning õpilaste teadlikkuse tõstmiseks. Küsimustiku [link](#).

Küsimused:

1. Mis sulle kõige rohkem meelde jäi?
2. Miks on Fairtrade tähtis ja kuidas see inimesi aitab?
3. Kust saab infot Eesti, Aafrika ja Aasia rahvustoitlustest?
4. Millise puuvilja teekonnast räägivad Juss ja Jesper?
5. Kuidas saame meie arengumaade inimesi aidata?
6. Miks võivad arengumaade inimesed keelduda kakao kasvatamisest?

Koostasime 10. klassile vene keele tunni jaoks eraldi venekeelse küsimustiku. Õpilased pidid vaatama lühikese intervjuu Kristina Männiga ja vastama video põhjal küsimustele.

Venekeelse küsimustiku [link](#).

Küsimused:

1. Кто такая Кристина Мянд?
2. Что означает знак честный торговли?
3. Назови коротко 5 принципов справедливой торговли?
4. Какой продукт справедливой торговли недоступен в Эстонии?
5. Сколько товаров справедливой торговли существует в мире?

2.7. Õiglase kaubanduse tunnid

Koostasime 9.–12. klassidele õiglasest kaubandusest esitluse. Esitlus oli koostatud esitlustarkvaras *Google Slides* ([link](#)). Esitluse ettevalmistamisele kulus nädal aega. Kogusime informatsiooni *fairtrade.ee*, *maailmakool.ee*, *kafo.ee/fair-trade/* lehelt ja leidsime paar informatiivset videot *Youtube*’ist. *Youtube*’is oli suur hulk erinevaid videoid, mis oleks meie esitlusele hästi sobinud, kuid me pidime arvestama ajalimiidiga ning valisime lühikesi, kuid informatiivseid videoid, mis annaksid noortele hea ülevaate õiglasest kaubandusest ja

maailma probleemidest. Vaatasime ise mitu videot läbi ja otsustasime, millised on kõige paremad.

Rääkisime läbi meie juhendajaga, kes on ka geograafia- ja bioloogiaõpetaja, ning tulime otsusele, et oma infotunni viime läbi tema geograafiatundide ajal kui külalisesinejad. Tunnid kestavad Toila Gümnaasiumis 45 minutit ning see oli piisav aeg kõikide meie tegevuste teostamiseks. Planeerisime 45-minutilised tunnid, millest 30 minutit oli planeeritud esitlusele ja lõpus 15 minutit teadmistekontrolli mängudele *kysimustik.fairtrade.ee* lehelt. Viktoriinide [link](#).

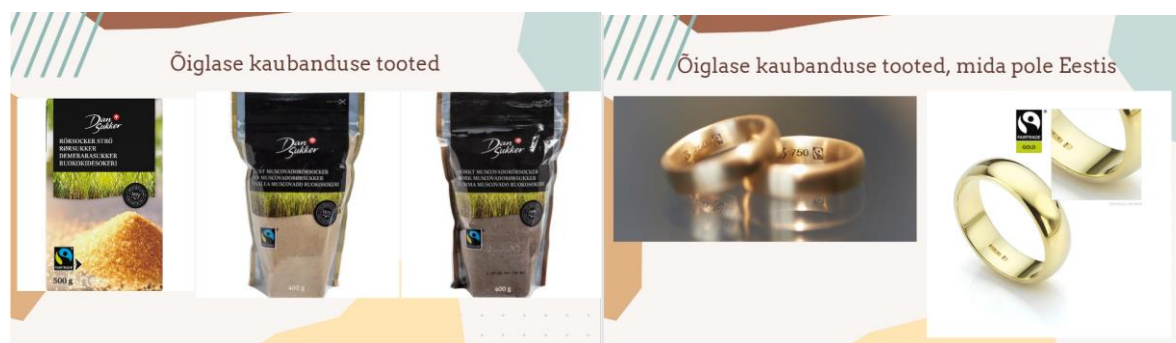
Esitluses tutvustasime lähemalt õiglasest kaubandust, mis see on ja miks see nii tähtis on.

Näitasime Kristina Männi eessõna, kus ta tutvustab filmi "A letter from Masanjia".

Rääkisime, mida Fairtrade märgis tähendab, millised on põhiprobleemid, millega õiglase kaubanduse tegeleb, mida tähendab, et tootjale on tasutud õiglane hind, miks peaks Fairtrade'i usaldama, kes saab kasu õiglasest kaubandusest, näitasime erinevaid Fairtrade märgiseid ja kus Fairtrade töötab. Näitasime ka paari lühikest videot:

"Õiglase kaubanduse põhimõtted"[18] ja "Humanities Fair Trade child labor"[19].

Tutvustasime nii erinevaid välismaiseid kui ka Eestis müügil olevaid tooteid.



Joonis 8.-9. Esitluses kasutatud näide õiglase kaubanduse tooted Eestis ja välismaal



Joonis 10. Näide meie õiglase kaubanduse esitlusest



Joonis 11. Õiglase kaubanduse esitlus [14]



Joonis 12. Kuulajaskond [14]

Pärast esitlust viisime läbi klassidele MTÜ Mondo poolt koostatud viktoriinid. Viktoriinid olid 4 erineval teemal: “Pane proovile oma teadmised õiglasest kaubandusest”, “Mm banaanid”, “Pane proovile oma teadmised õiglase kaubanduse põhimõtetest”, “Pane proovile oma teadmised Fairtrade’i märgistest” [20].

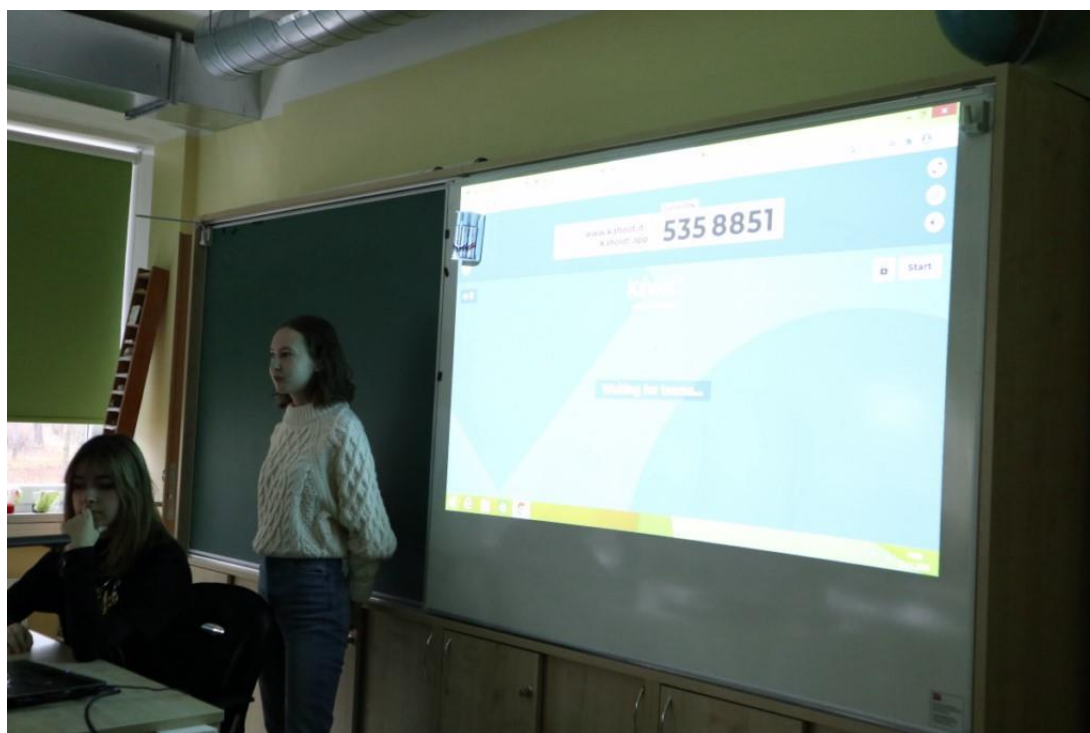


Joonis 13. Viktoriini läbiviimine 9.b klassile [14]

2.8. Viktoriin

23. novembril viisime läbi 9.–12. klassidele viktoriini, mille abil kontrollisime õiglase kaubanduse tundidest saadud teadmisi. Viktoriini koostasime keskkonnas Kahoot.com. Paljud küsimused võtsime Fairtrade.ee leheküljelt ja lühikestest viktoriinidest, mida olime läbi teinud õpilastega meie infotunnis. Küsimuste valimisel olime väga selektiivsed. Valisime selliseid küsimusi, mis annaksid õpilastele hea ülevaate Fairtrade'i põhimõtetest ja tähtsusest. Koostasime ka paar küsimust meie esitluses oleva info kohta, et näha, kui tähelepanelikud olid õpilased. Kõik viktoriini 12 küsimust olid 4 erineva valikvastusega, mille seast tuli valida ainult üks õige vastus. Otsustasime panna Kahooti ka ühe trikiga küsimuse, millel oli hoopis kaks õiget vastust.

Igast klassist osalesid 3–5-liikmelised võistkonnad. Õpilaste valimine toimus õiglase kaubanduse tundide lõpus ning võistkondadesse said selleks kõige enam soovi avaldanud õpilased. Kahooti võitsid 11. klassi õpilased, kes vastasid 9 küsimust 12-st õigesti, teise koha said 9. klassi õpilased, kes vastasid 8 küsimust 12-st õigesti, ja kolmanda koha said 12. klassi õpilased, kes vastasid 8 küsimust 12-st õigesti. Auhinnaks oli Fairtrade Schokobananen, auhinna saime kooli poolt.



Joonis 14. Kahooti alustamine [14]



Joonis 17. Auhind Fairtrade Schokobananen [21]

2.9. Järelküsimustik

Selleks, et uurida, kuidas on meie infotund ja kogu õiglase kaubanduse nädal mõjutanud meie kooli õpilaste teadmisi, arvamusi ja ostuvalikuid ning saada tagasisidet meie poolt läbi viidud tegevustele, koostasime järelküsimustiku küsitlustarkvaras Google Forms, ([link](#)).

Võtsime sinna mõned küsimused (nr 2, 3 ja 5) MTÜ Mondo oktoobris korraldatud arvamusküsitlusest, et saaksime õpilaste vastuseid enne ning pärast õiglase kaubanduse nädala läbiviimist võrrelda. Küsimustik sisaldas küsimusi õiglase kaubanduse tähtsuse ja õpilaste ostukäitumise kohta ning lisasime ka tagasiside küsimuse oma nädalale.

Järelküsimustikule vastasid 9.-12. klassi õpilased 15.–19. veebruarini (tabel 2).

Küsimused:

1. Kas arvad, et Fairtrade on tähtis ja vajalik?
2. Kas sa usud, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides?
3. Kas sa usud, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elusid arengumaades?
4. Kas sa oled oma ostuharjumusi muutnud?
5. Kui sageli sa ostad Fairtrade märgisega tooteid, kui on selline valikuvõimalus?
6. Nimeta mõni toode, mida oled ostnud!
7. Kas oled Fairtrade`st oma sõpradele või pereliikmetele rääkinud?
8. Kas arvad, et Fairtrade`st ja selle tähtsusest peaks rohkem rääkima nii koolides kui ka sotsiaalmeedias?
9. Soovi korral lisa oma arvamus meie õiglase kaubanduse nädalast!

3. TULEMUSED JA ARUTELU

Antud peatükis esitatakse läbi viidud uuringute tulemused ning arutlused.

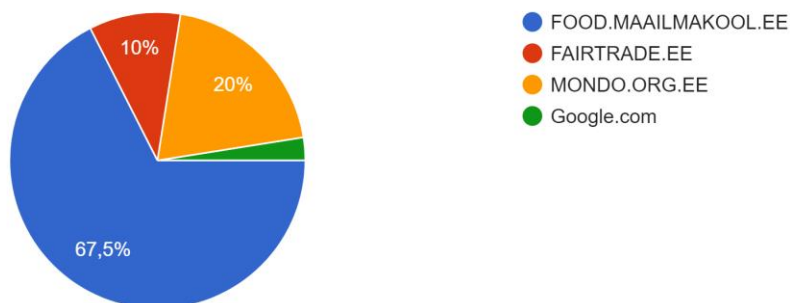
3.1. Õiglase kaubanduse teemaliste filmide vaatamise tulemused

Küsimused oli koostatud küsitlustarkvaras *Google Forms*. Kokku vastas 40 õpilast, kellest 22 oli tüdrukud ja 18 poisid. Kõige rohkem vastajaid oli 11. ja 9.b klassist, mõlemast 13 õpilast. 12. klassist vastas 10 ja 9.a klassist 4 inimest, 10. klassist 10 inimest.

Mõned näited õpilaste vastustest, mis jäid neile filmide "Jänku-Juss saab teada, kust kohast toit tuleb" ja "The Story of Chocolate: Unwrapping the Bar" kõige rohkem meelde:

"See, kui vähe palka saavad töölised ja kuidas sellest üldse ei räägita.", "Poole prügist moodustavad toidujäätmed; Euroopas visatakse igal aastal iga inimese kohta ära üle viie korra rohkem toitu, kui sina kaalud; maailmas läheb üks kolmandik toidust, mida inimesed saaksid söögiks kasutada lihtsalt prügiks; kui ostame nii palju toitu, kui me ära sööme, siis me hoiame keskkonda ja säästame energiat ning austame toidu meieni toonud inimesi.", "Et kakaoubade eest saavad töölised 1.90", "Fairtrade on paljusid talunikke/kasvatajaid väga palju rahaliselt aidanud.", "Et paljudele ei maksta piisavalt palka, kes töötavad halbades tingimustes."

Kust saab infot Eesti, Aafrika ja Aasia rahvustoitudest?
40 vastust



Joonis 18. Kust saab infot Eesti, Aafrika ja Aasia rahvustoitudest.

27 vastanut (67.5%) vastas, et infot Eesti, Aafrika ja Aasia rahvustoitudest saab veebilehelt Food.maailmakool.ee. 4 vastanut (10%) vastas, et infot Eesti, Aafrika ja Aasia rahvustoitudest saab Fairtrade.ee lehelt. 8 vastanut (20%) vastas, et infot saab Mondo.org.ee lehelt ja 1 vastanu (2,5%) vastas, et Google.com lehelt (joonis 18)..

Järgnevalt on välja toodud mõned õpilaste ettepanekutest, kuidas saame meie arengumaade inimesi aidata:

“Saame osta sama palju, kui tarbime, mitte liiga palju ja siis pool sellest ära visata. Saame osta šokolaadi, mille peal on Fairtrade märk. Tarbida mõistlikumalt.”, “Ostes FairTrade märgiga tooteid”, “Me saame osta Fairtrade tooteid ja toetada MTÜ-sid nagu MONDO”, “Mitte toitu minema visata (osta nii palju toitu kui ise ära sööme).”

10. klassi õpilaste vastused venekeelse filmi “Что означает знак fair trade на продуктах” põhjal koostatud küsimustele oli järgmised:

Что означает знак честный торговли?

“Что продукты произведены и заделаны справедливо”, “Это означает то что вся торговля справедливая, и все производство честное.”, “Что товар соответствует Справедливой торговле”, “Что это честная торговля”, “Что продукт был сделан справедливо”, Товары, которые честно производятся и продаются. Это также означает, что продукт полностью отслеживается.”, “Он указывает на то, что продукт производится свободными людьми с хорошими условиями труда.”

Назови коротко 5 принципов справедливой торговли?

“1. Люди, которые изготавливают продукцию, получают минимальную цену за это.”, “2. Они должны платить справедливую зарплату работникам.”, “3. Вместе с минимальной ценой, должны платить премию, которая пойдет на развитие дела.”, “4. Запрещён рабский и детский труд.”, “5. Их продукция не несет вред окружающей среде.”

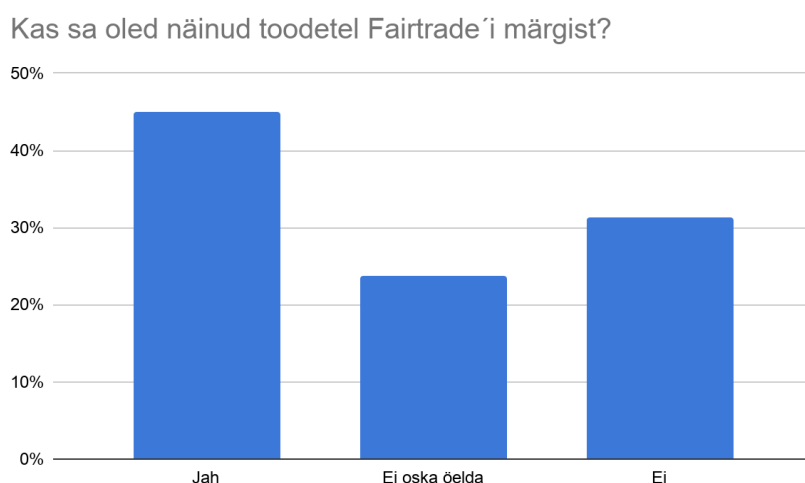
“1. Мелкие фермеры в развивающихся странах получают минимальную цену за свою продукцию, которая покрывает расходы и обеспечивает устойчивое развитие.”, “2. Работники плантаций и производственных кооперативов получают достойную заработную плату (прожиточный минимум) и работают в гуманных условиях.”, “3. Запрещается использование рабского и детского труда в производственном процессе.”, “4. Надбавки за справедливую торговлю или дополнительный доход используются на социальное развитие сообщества.”, “5. Производство основано на экологически чистых принципах.”

Antud vastused ning ka ülejäänud klassikaaslaste vastused näitavad, et õpilased on selgitanud õigesti õiglase kaubanduse olemust ja osanud filmide põhjal kõik õiglase kaubanduse põhimõtted välja tuua.

3.2. MTÜ Mondo uuringu tulemused

Oktoobris osalesid 9.–12. klassi õpilased üle-eestilisel õiglase kaubanduse uuringul. Uuringu eesmärgiks oli teada saada, kuidas on kasvanud teadmised ning muutunud ostuharjumused ja eelistused, võrreldes eelmiste aastate küsitlustega. Meie koolist oli vastajaid kokku 80, kellest 41 olid tüdrukud ja 39 poisid.

Uuringu vastused saime kätte 17. detsembril. Vastused olid esitatud tabelarvutussüsteemis *Microsoft Excel*, ([link](#)). Hakkasime jaanuari lõpus andmeid analüüsima ja diagramme koostama. Kuna uuringu küsimustele võis valida mitu vastusevarianti, olid nad kõik kokku kirjutatud ühte lahtrisse ning pidime ise kokku lugema, mitu õpilast valis kindla vastusevariandi ning hiljem ka tüdrukute ja poiste vastuseid analüüsima.

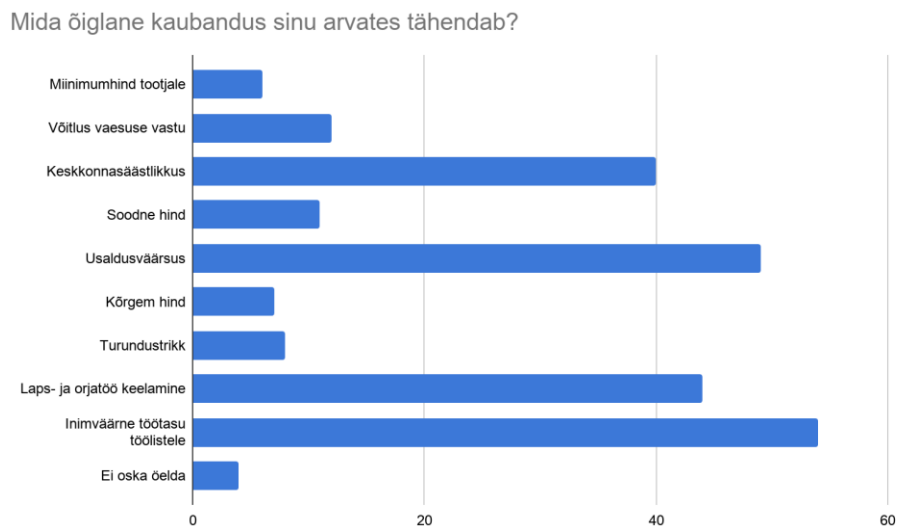


Joonis 19. Kas sa oled näinud toodetel Fairtrade'i märgist?

36 õpilast (45%) on näinud toodetel Fairtrade'i märgist. 25 õpilast (31%) ei ole näinud toodetel õiglase kaubanduse märgist ning 19 õpilast (24%) ei oska öelda, kas nad on näinud toodetel Fairtrade'i märgist.

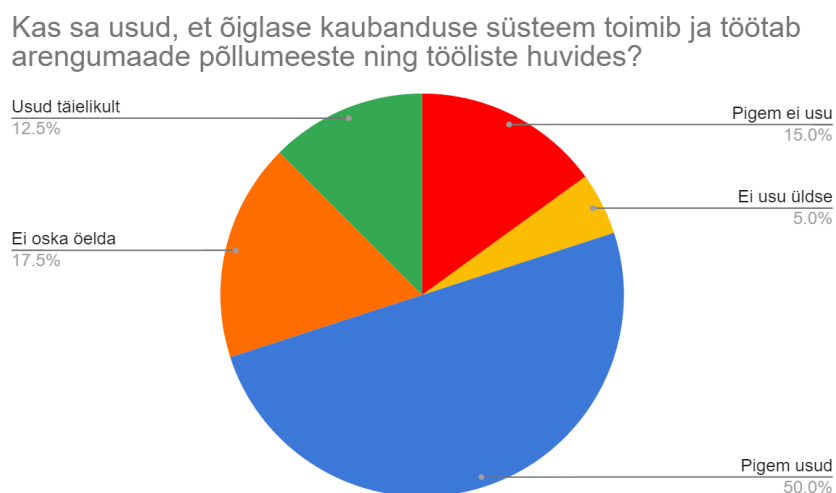
Kui võrrelda Toila Gümnaasiumi poiste ja tüdrukute teadmisi, siis tüdrukud olid rohkem teadlikumad Fairtrade'i märgise olemasolust. 25 tüdrukut (31%) on näinud toodetel Fairtrade'i märgist, 8 tüdrukut (10%) ei osanud antud küsimusele vastata ning ka sama palju tüdrukuid pole näinud antud märgist toodetel.

17 poissi (21%) pole näinud toodetel Fairtrade'i märgist, 11 poissi (14%) vastas, et nad on varem näinud toodetel õiglase kaubanduse märgist ning sama palju poisse ei osanud öelda, kas nad on kohanud antud märgist toodetel (joonis 19).



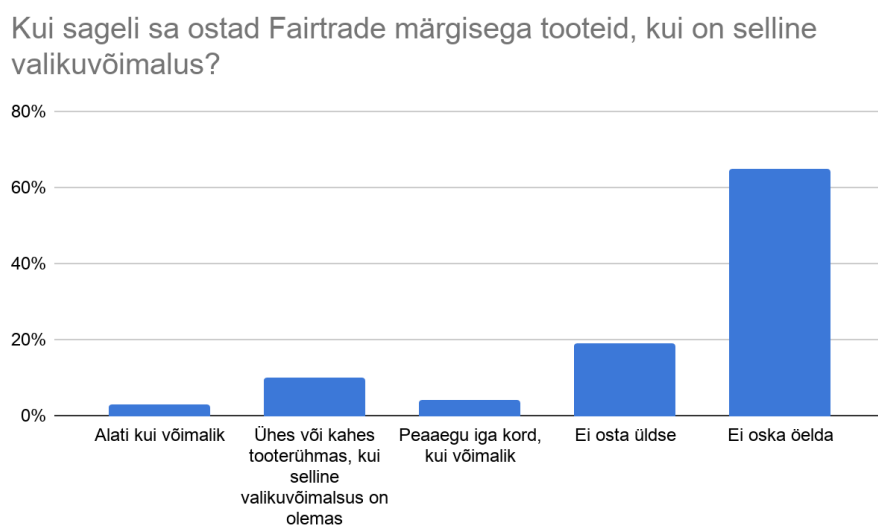
Joonis 20. Mida õiglase kaubandus sinu arvates tähendab?

54 Toila Gümnaasiumi õpilase (23%) jaoks tähendab õiglase kaubandus eelkõige inimväärset töötasu töölistele, 49 õpilase (20.9%) jaoks usaldusväarsust, 44 õpilase (20,9%) jaoks lapse- ja orjatöö keelamist ja 40 õpilase (17%) jaoks tähendab õiglase kaubandus keskkonnasäästlikkust (joonis 20).



Joonis 21. Kas sa usud, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides?

40 õpilast (50%) pigem usuvad, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides. 10 õpilast (12.5%) usuvad täielikult õiglase kaubanduse süsteemi, 12 õpilast (15%) vastasid, et nad pigem ei usu, et õiglase kaubanduse süsteem töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides, Oli ka 4 õpilast (5%), kes ei uskunud üldse õiglase kaubanduse süsteemi, 14 õpilast (17.5%) ei osanud vastata sellele küsimusele. Kui võrrelda Toila Gümnaasiumi poiste ja tüdrukute vastuseid, siis selgub, et nii poisid kui ka tüdrukud usuvad, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides. Tüdrukutest 17 (21,8%) pigem usuvad õiglase kaubanduse süsteemi, 7 tüdrukut usuvad täielikult. Poistest 23 (28,3%) pigem usub, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides, 3 (3,9%) poissi usuvad täielikult (joonis 20).



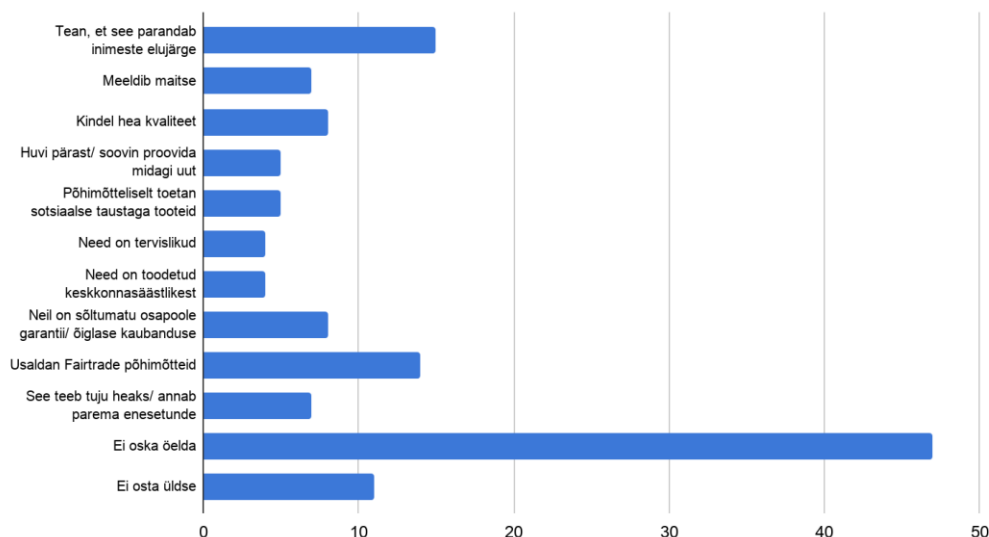
Joonis 22. Kui sageli sa ostad Fairtrade märgisega tooteid, kui on selline valikuvõimalus?

52 õpilast (65%) ei oska öelda, kui sageli nad Fairtrade märgisega tooteid ostavad. 15 õpilast (18.8%) ei osta üldse Fairtrade'i tooteid. 8 Toila Gümnaasiumi õpilast (10%) ostavad Fairtrade märgisega tooteid ühes või kahes tooterühmas, kui selline valikuvõimalus on olemas. 3 õpilast (3.8%) ostavad õiglase kaubanduse tooteid peaaegu iga kord, kui võimalik, Meie koolis on ka 2 õpilast (2,5%), kes ostavad õiglase kaubanduse tooteid alati kui võimalik.

Kui võrrelda Toila Gümnaasiumi tüdrukute ja poiste ostuharjumusi, siis võib näha, et nii poisid kui ka tüdrukud ostavad Fairtrade märgisega tooteid enam vähem sama palju. 7 tüdrukut (8,6%) ja 1 poiss (1,4%) ostavad Fairtrade'i tooteid ühes või kahes tooterühmas, kui

on selline valikuvõimalus. 3 poissi (3,8%) ostavad õiglase kaubanduse tooteid peaaegu iga kord, kui võimalik. 1 tüdruk (1,25%) ja 1 poiss (1,25%) ostavad Fairtrade märgisega tooteid alati kui võimalik (joonis 22).

Miks sa ostad Fairtrade märgisega tooteid?

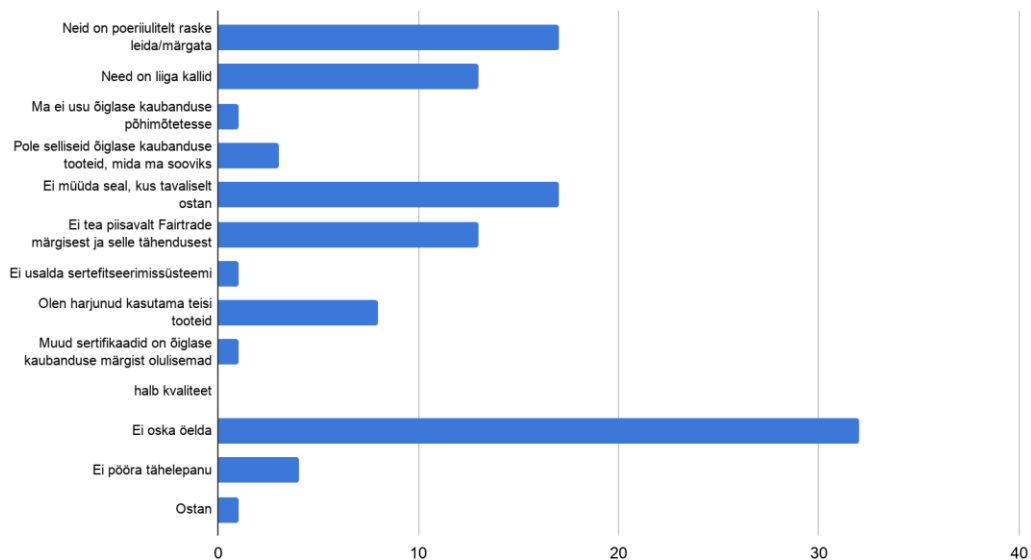


Joonis 23. Miks sa ostad Fairtrade märgisega tooteid?

47 õpilast (58%) ei osanud vastata antud küsimusele. 15 Toila Gümnaasiumi õpilast (18,5%) ostab Fairtrade märgisega tooteid, kuna nad teavad, et see parandab inimeste elujärge arengumaades ja 14 õpilast (17,3%) ostavad antud tooteid ka sellepärast, et nad usaldavad Fairtrade põhimõtteid.

8 õpilast (9,8%) vastasid ka, et nad ostavad õiglase kaubanduse tooteid, kuna neil on kindel hea kvaliteet ning ka sama palju õpilasi ostavad antud tooteid, kuna neil on sõltumatu osapoole garantii/ õiglase kaubanduse märk. 7 õpilast (8,6%) vastas, et nad ostavad Fairtrade tooteid ka sellepärast, et neile meeldib antud toodete maitse ja ka sama palju õpilasi toetab nende toodete ostmist, kuna nende ostmine teeb ka tuju heaks/ annab parema enesetunde (joonis 23).

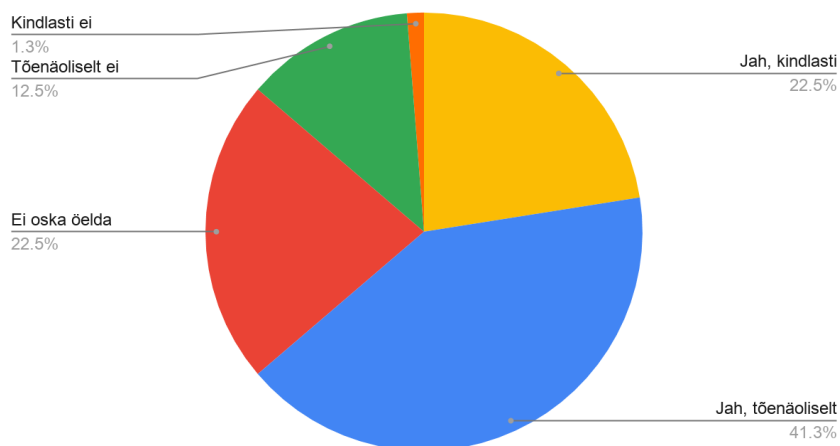
Kui sa ei osta Fairtrade märgisega tooteid, siis miks?



Joonis 24. Kui sa ei osta Fairtrade märgisega tooteid, siis miks?

32 Toila Gümnaasiumi õpilast (39,5%) ei osanud öelda, miks nad ei osta Fairtrade märgisega tooteid. 17 õpilast (21%) ei osta Fairtrade märgisega tooteid, kuna neid on poeriiulitelt raske leida/ märgata ning ka sama palju õpilasi vastas, et nad ei osta antud tooteid sellespärast, et neid ei müüda seal, kust õpilased tavaliselt oma toidukaupu ostavad. 13 õpilast (16%) ei osta õiglase kaubanduse tooteid, sest nad ei tea piisavalt Fairtrade märgisest ja selle tähendusest. Samuti vastas 13 õpilast (16%), et Fairtrade'i tooted on liiga kallid, ning 8 õpilast (9,8%) on harjunud kasutama teisi tooteid (joonis 24).

Kas sa oled valmis ostma õiglase kaubanduse tooteid edaspidi?



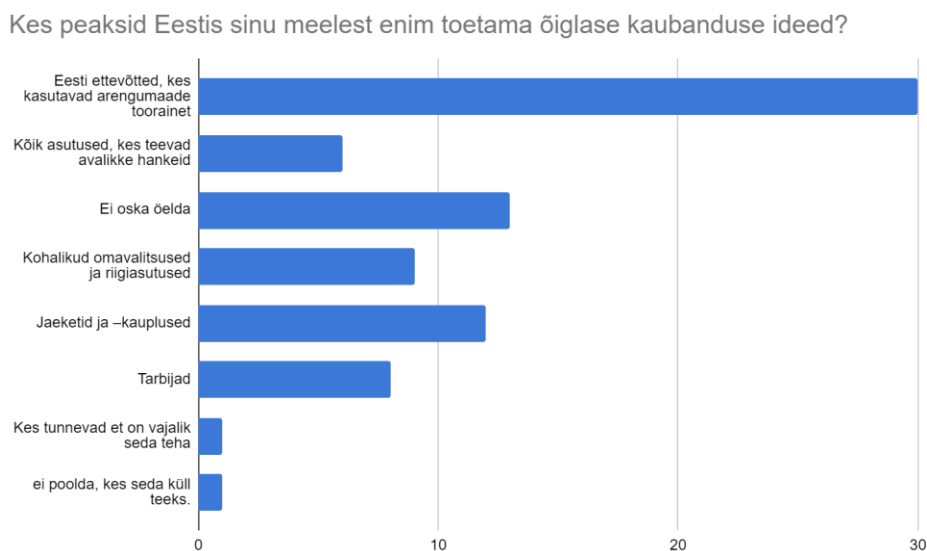
Joonis 25. Kas sa oled valmis ostma õiglase kaubanduse tooteid edaspidi?

33 Toila Gümnaasiumi õpilast (41,3%) on tõenäoliselt valmis ostma edaspidi õiglase kaubanduse tooteid. 18 õpilast (22,5%) vastas, et nad kindlasti ostavad edaspidi Fairtrade'i tooteid ning ka sama palju õpilasi ei osanud sellele küsimusele vastata. 10 õpilast (12,5%) ütles, et nad tõenäoliselt ei ole valmis edaspidi õiglase kaubanduse tooteid ostma, ning ainult 1 õpilane (1,3%) vastas, et ei ole üldse valmis.

Kui võrrelda poisse ja tüdrukuid, siis paistab, et tüdrukud on rohkem valmis ostma õiglase kaubanduse tooteid edaspidi. Neist 15 (18,5%) vastas, et nad on tõenäoliselt valmis edaspidi Fairtrade tooteid ostma, ja ka 15 (18,5%) vastas, et nad on kindlasti valmis. Poistest 18 (22,2%) on tõenäoliselt valmis edaspidi õiglase kaubanduse tooteid ostma ja ainult 3 poissi (3,7%) on kindlasti valmis.

Tüdrukutest polnud tõenäoliselt valmis edaspidi õiglase kaubanduse tooteid ostma vaid 3 tüdrukut (3,7%). Poistest polnud tõenäoliselt valmis Fairtrade tooteid ostma 7 poissi (8,6%) ning 1 poiss (1,3%) vastas, et tema pole kindlasti valmis edaspidi antud tooteid ostma.

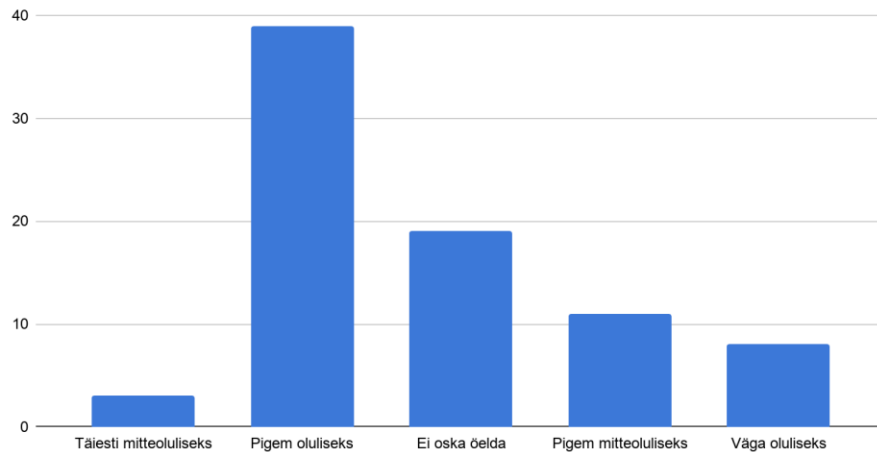
Toila Gümnaasiumi poisid osutusid veidi skeptilisemateks kui tüdrukud (joonis 25).



Joonis 26. Kes peaksid Eestis sinu meelest enim toetama õiglase kaubanduse ideed?

30 õpilast (37,5%) arvavad, et enim peaksid õiglase kaubanduse ideed toetama Eestis õpilaste arvates just Eesti ettevõtted, kes kasutavad arengumaade toorainet. 13 õpilast (16,3%) ei osanud vastata sellele küsimusele. 12 õpilast (15%) arvas, et õiglase kaubanduse ideed peaksid toetama enim ka jaaketid ja kauplused, 9 õpilast (11,3%), et kohalikud omavalitsused ja riigiasutused, ning 8 õpilast (10%) arvas, et tarbijad (joonis 26).

Kuivõrd oluliseks pead Eesti kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust ja arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega?

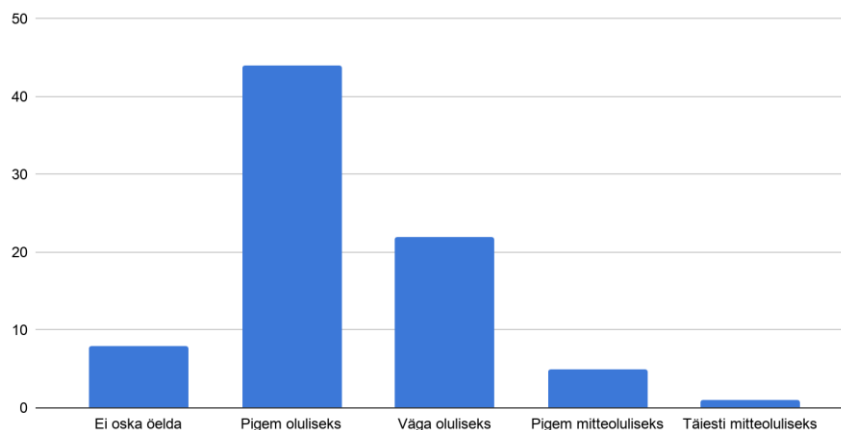


Joonis 27. Kuivõrd oluliseks pead Eesti kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust ja arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega?

39 õpilast (48.8%) peab Eesti kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust ja arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem oluliseks. 19 õpilast (23.8%) ei osanud sellele küsimusele vastata. 12 õpilast (13.8%) peab Eesti kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust ja arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem mitteoluliseks, 8 õpilast (10%) peab väga oluliseks ja 3 õpilast (3.8%) peab täiesti mitteoluliseks.

Kui võrrelda poiste ja tüdrukute vastuseid, siis paistab, et tüdrukud peavad Eesti kohalike omavalitsuste vastutust ja arvestamist arengumaa väiketalunike ja istanduste töölistega olulisemaks kui poisid. 25 (31,6%) tüdrukut peab Eesti kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust ja arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem oluliseks, 3 tüdrukut (3,8%) peab väga oluliseks. Poistest peab aga 13 (17,2%) Eesti kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust ja arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem oluliseks, 5 poissi (6,2%) peab väga oluliseks. 12 poissi (13,8%) peab Eesti kohalike omavalitsuste sotsiaalset vastutust ja arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem mitteoluliseks, 2 poissi (2,5%) peab täiesti mitteoluliseks. Tüdrukutest peab seda täiesti mitteoluliseks ainult 1 tüdruk (1,3%) (joonis 27).

Kuivõrd oluliseks pead seda, et äriettevõtted arvestaksid arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega?



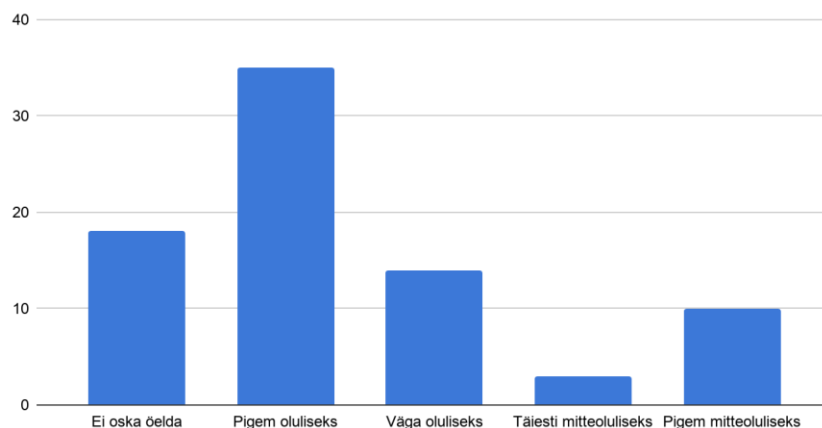
Joonis 28. Kui oluliseks pead seda, et äriettevõtted arvestaksid arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega?

44 õpilast (55%) peab äriettevõtete arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem oluliseks, 22 õpilast (27.5%) peab seda aga väga oluliseks. 8 õpilast (10%) ei osanud sellele küsimusele vastata. 5 õpilast (6.3%) peab äriettevõtete arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem mitteoluliseks ja 1 õpilane (1.3%) peab täiesti mitteoluliseks.

Nii poisid kui ka tüdrukud peavad samavõrdselt oluliseks äriettevõtete arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega. 22 tüdrukut (27,5%) ja 22 poissi (27,5%) peab äriettevõtete arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem oluliseks, 13 tüdrukut (16%) ja 9 poissi (11,5%) peab seda väga oluliseks.

Oli ka 5 poissi (6,3%), kes pidas äriettevõtete arvestamist arengumaade väiketalunike ja istanduste töölistega pigem mitteoluliseks, ja ka 1 poiss (1,3%), kes pidas seda täiesti mitteoluliseks (joonis 28).

Kui oluliseks pead, et Eesti ettevõtted võtaks kasutusele eetiliselt sertifitseeritud (näiteks Fairtrade) tooraine?

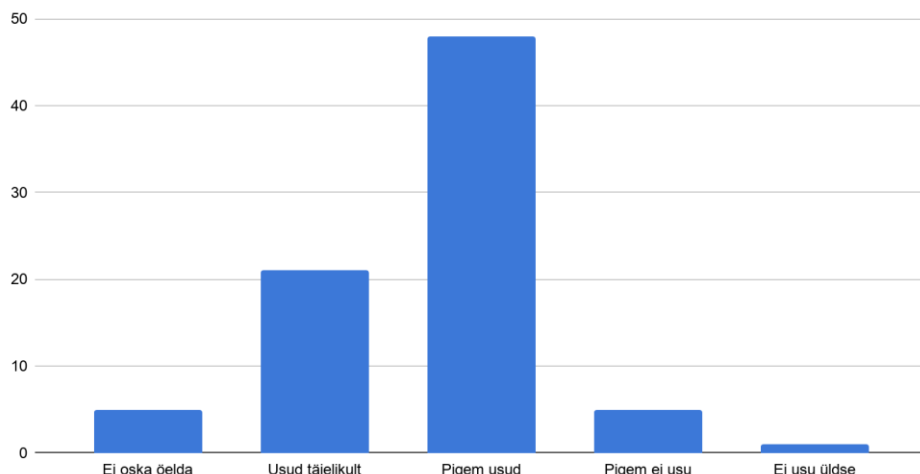


Joonis 29. Kui oluliseks pead, et Eesti ettevõtted võtaks kasutusele eetiliselt sertifitseeritud (näiteks Fairtrade) tooraine?

35 Toila Gümnaasiumi õpilast (43.8%) peab Eesti ettevõtete eetiliselt sertifitseeritud toorainete kasutusele võtmist pigem oluliseks. 18 õpilast (22.5%) ei osanud antud küsimusele vastata. Väga oluliseks peab Eesti ettevõtete eetiliselt sertifitseeritud toorainete kasutusele võtmist 14 õpilast (17.5%), 10 õpilast (12.5%) peab pigem mitteoluliseks ja täiesti mitteoluliseks peab 3 õpilast (3.8%).

Toila Gümnaasiumi tüdrukud peavad Eesti ettevõtete eetiliselt sertifitseeritud toorainete kasutusele võtmist olulisemaks kui poisid. 18 tüdrukut (22,2%) peavad Eesti ettevõtete eetiliselt sertifitseeritud toorainete kasutusele võtmist pigem olulisemaks, 11 tüdrukut (13,6%) peavad väga oluliseks. Poistest peab 17 (21,6%) Eesti ettevõtete eetiliselt sertifitseeritud toorainete kasutusele võtmist pigem oluliseks ja 3 (3,9) peab väga oluliseks. Tüdrukutest peab Eesti ettevõtete eetiliselt sertifitseeritud toorainete kasutusele võtmist pigem mitteoluliseks vaid 2 tüdrukut (2,7%). 8 poissi (9,8%) peab Eesti ettevõtete eetiliselt sertifitseeritud toorainete kasutusele võtmist pigem mitteoluliseks ja 3 poissi (3,8%) peab täiesti mitteoluliseks (joonis 29).

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

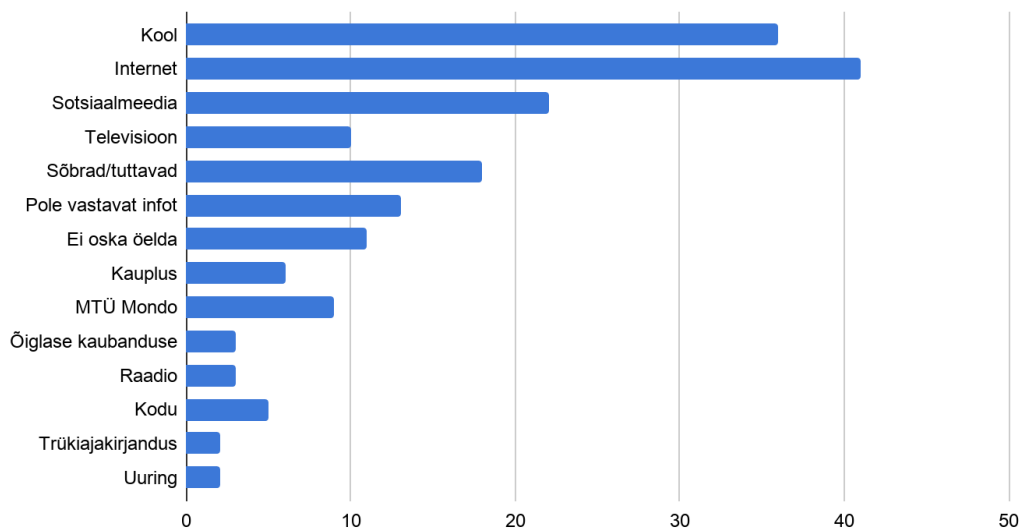


Joonis 30. Kas sa usud, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades?

Toila Gümnaasiumis usub 48 õpilast (60%), et tarbijad pigem saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades, 21 õpilast (26.3%) usub seda täielikult. 5 õpilast (6.3%) ei osanud sellele küsimusele vastata. 5 õpilast (6.3%) vastas, et nad pigem ei usu, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades, ning 1 õpilane (1.3%) vastas, et ei usu üldse.

Poisid osutusid jällegi olema veidi skeptilisemad kui tüdrukud. Tüdrukutest 22 (27%) pigem usuvad, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades, ning 15 tüdrukut (18,3%) usuvad täielikult. Poistest 26 (33%) pigem usub, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades, ja 6 poissi usuvad täielikult. Ainult 1 tüdruk (1,3%) vastas, et tema pigem ei usu, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades. Poistest 4 (5%) pigem ei usu, et tarbijad saavad mõjutada inimeste elu arengumaades oma ostukäitumisega, ning ainult 1 poiss (1,3%) vastas, et ta ei usu üldse (joonis 30).

Milliste kanalite kaudu oled saanud infot üiglase kaubanduse ja vastutustundliku kaubanduse kohta?



Joonis 31. Milliste kanalite kaudu oled saanud infot õiglase kaubanduse ja vastutustundliku tarbimise kohta?

41 õpilast (22.7%) on saanud infot õiglase kaubanduse ja vastutustundliku tarbimise kohta internetist, 36 õpilast (19.9%) koolist ja 22 õpilast (12.2%) sotsiaalmeediast. 18 õpilast (9.9%) vastas, et on saanud infot õiglase kaubanduse kohta sõpradelt ja tuttavatelt, 10 õpilast (5.5%) televisioonist ja 9 õpilast (5%) MTÜ Mondolt. Üldse polnud infot saanud 13 õpilast (7.2%) ning antud küsimusele ei osanud vastata 11 õpilast (6.1%) (joonis 31).

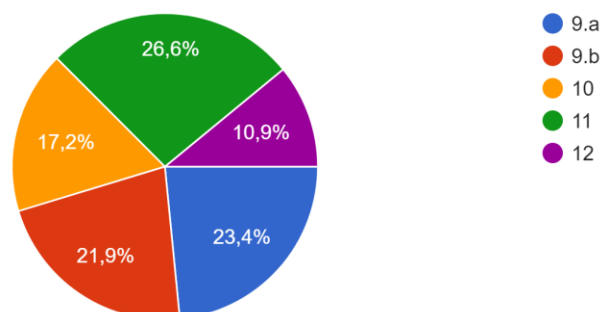
3.3. Järeloküsimustiku tulemused

Vastanuid oli kokku 64, neist 30 olid tüdrukud ja 34 olid poisid. Vastanuid oli 9.a klassist (15 õpilast), 9.b klassist (14 õpilast), 10. klassist (11 õpilast), 11. klassist (17 õpilast) ja

12.klassist (7 õpilast). Kõige rohkem vastajaid oli 11. klassist (17 õpilast) ja kõige vähem vastanuid oli 12. klassist (7 õpilast) (joonis 32).

Klass

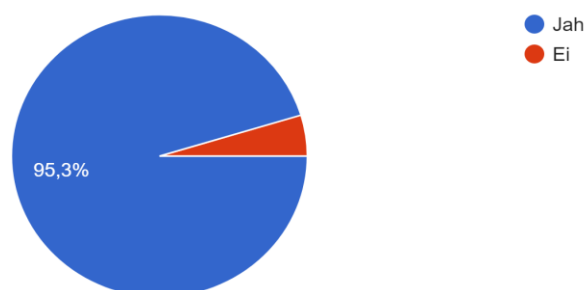
64 vastust



Joonis 32. Vastanute arv klasside kaupa.

Kas arvad, et Fairtrade on tähtis ja vajalik?

64 vastust



Joonis 33. Kas arvad, et Fairtrade on tähtis ja vajalik?

61 õpilast (95,3%) arvas, et Fairtrade on tähtis ja vajalik. 3 õpilast (4,7%) ei pidanud teemat tähtsaks. Enamike vastanute arvamuse põhjal saab teha järelduse, et teemast ollakse teadlik ja arvame, et ka meie tegevused mõjutasid antud arvamuse kujunemist.

Vastustest on näha, et nii poisid kui tüdrukud arvavad sarnaselt, et Fairtrade on tähtis ja vajalik, jaatavalt vastas sellele küsimusele 31 poissi (48,4%) ja 30 tüdrukut (46,9%) (joonis 33).

Palusime õpilastel soovi korral lisada põhjendus, miks antud teema on tähtis ja vajalik.

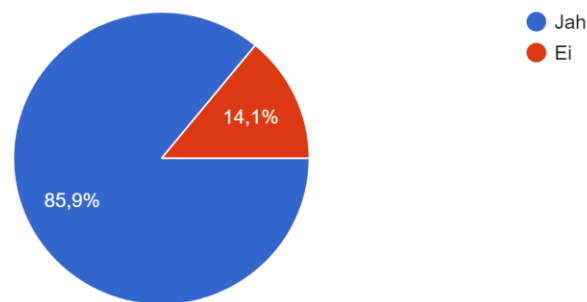
Vastanuid oli 23, neist 12 poissi (52,2%) ja 11 tüdrukut (47,8%). Enamik õpilastest arvas, et teema on oluline.

Järgnevalt mõned näited õpilaste vastustest:

“Minu arust see on vajalik, kuna see on tore, kui me saame aidata teisi inimesi”, “Kõigil inimestel on õigus õiglasele palgale oma töö eest”, “Kuna neid inimesi, kes on finantsiliselt hädas, tuleb aidata.”, “Sellega ma olen kindel, et mulle müüakse kvaliteetset kaupa.”, “Paljudes riikides, inimesed saavad väga väikest või siis ei saagi palka nende raske töö eest, mis on ebaõiglane töötajate suhtes”, “Fairtrade on oluline, kuna see aitab teha maailma kaubavahetust paremaks ja ausamaks.”.

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

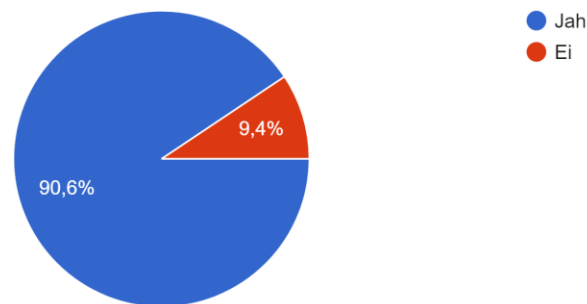
64 vastust



Joonis 34. Kas sa usud, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides?

Enamik vastanutest, 61 õpilast (85,9%) usuvad, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides, 9 õpilast (14,1%) ei usu aga sellesse. Tüdrukud usuvad rohkem, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides, jaatavalt vastas sellele küsimusele 26 poissi (40,6%) ja 29 tüdrukut (45,3%) (joonis 34). Võrreldes vastuseid MTÜ Mondo küsitlusega, on nende õpilaste arv, kes usuvad, et õiglase kaubanduse süsteem toimib ja töötab arengumaade põllumeeste ning tööliste huvides, suurenenud 23,4% (50 vastanut ehk 62,5%) (joonis 21).

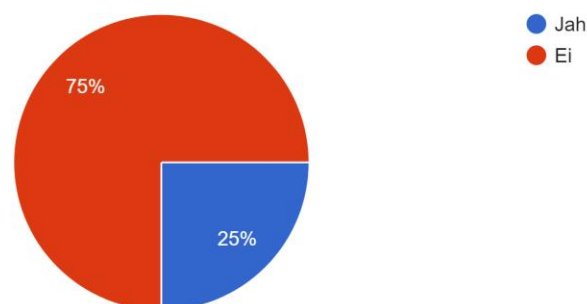
Kas sa usud, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elusid arengumaades?
64 vastust



Joonis 35. Kas sa usud, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elusid arengumaades?

58 õpilast (90,6%) usuvad, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades. Tüdrukud ja poisid usuvad võrdselt, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades, jaatavalt vastas sellele küsimusele 29 poissi (45,3%) ja 29 tüdrukut (45,3%). 6 õpilast (9,4%) ei usu, et tarbijad saavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elu arengumaades (joonis 35). Võrdluses MTÜ Mondo küsimustikuga on vastajate arv, kes usuvad, et tarbijad suudavad oma ostukäitumisega mõjutada inimeste elusid arengumaades, suurenenud 4,4% (69 vastajat, 86,2%). Sellest võib järeldada, et meie õpilased olid juba oktoobris teadlikud enda ostukäitumise mõjust laiemalt (joonis 30).

Kas sa oled oma ostuharjumusi muutnud?
64 vastust



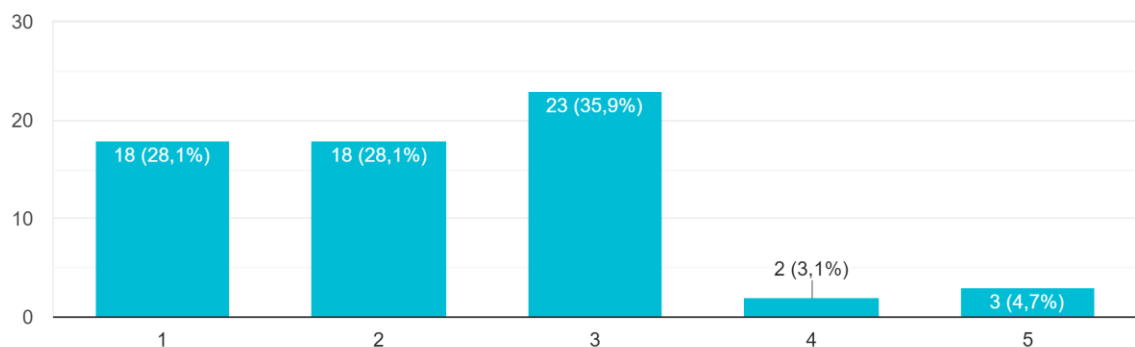
Joonis 36. Kas sa oled oma ostuharjumusi muutnud?

48 õpilast (75%) ei ole oma ostuharjumusi muutnud. 16 õpilast (25%) on oma ostuharjumusi muutnud. Vastanutele on rohkem oma ostuharjumusi muutnud tüdrukud - 9 tüdrukut (14,1%) ja 7 poissi (10,9%).

Kõige rohkem on oma ostuharjumusi muutnud 11.klassi õpilased, 6 vastanut (9,4%) ja kõige vähem on ostuharjumusi muutnud 10.klass, 2 vastanut (3,1%) (joonis 36).

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

64 vastust



Joonis 37. Kui sageli sa ostad Fairtrade märgisega tooteid, kui on selline valikuvõimalus? 1-mitte kunagi ja 5-väga tihti

Küsimusele, kui sageli ostetakse Fairtrade märgisega tooteid, vastas 18 õpilast (28,1%), et nad ei osta mitte kunagi Fairtrade tooteid. 18 õpilast (28,1%) vastasid, et nad ostavad Fairtrade tooteid harva. 23 õpilast (35,9%) vastasid, et nad ostavad Fairtrade tooteid mõnikord. 2 õpilast (3,1%) vastasid, et nad ostavad tihti Fairtrade tooteid. 3 õpilast (4,7%) vastasid, et nad ostavad väga tihti Fairtrade tooteid (joonis 37).

Võrreldes veebruaris saadud vastuseid oktoobris läbiviidud MTÜ Mondo küsitlusega, on õpilaste arv, kes ostavad Fairtrade tooteid, suurenenud 25,9%, kui selline valikuvõimalus on olemas. Õpilaste ostuharjumus osta Fairtrade tooteid tihti ja peaaegu iga kord, kui võimalik, jäi samaks. (joonis 22)

Küsimusele, milliseid õiglase kaubanduse tooteid on ostetud, vastas 32 õpilast. Õpilaste enim ostetud tooteid saab näha tabelis 4.

Tabel 4. Fairtrade tooted, mida õpilased on ostnud.

Fairtrade tooted, mida õpilased on ostnud	Mitu õpilast?
Šokolaad	16
Kohv	7
Suhkur	5
Jäätis	4
Banaan	3
Kommid, banaanimaius	2
Eco maapähklivõi	2
Tee	1
Mesi	1
Jalgpall	1
Pähkel	1
Kakao	1

Kõige populaarsem Fairtrade toode, mida õpilased ostavad, on šokolaad, mida nimetas 16 õpilast (53,3%) ja kohv, mida nimetas 7 õpilast (23,3%). Kokku nimetati 12 erinevat toodet, mida on ostetud. Õpilased ostavad mitu toodet korraga. Tüdrukud ostavad rohkem Fairtrade tooteid - vastanutest oli 13 poissi (43,3%) ja 17 tüdrukut (56,7%).

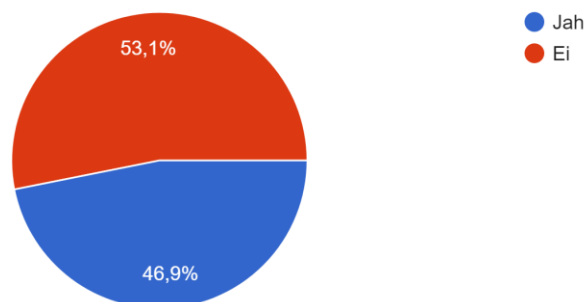
Kõige rohkem Fairtrade tooteid ostavad 11.klassi õpilased, 11 vastanut (34,4%), 9.b klass, 8 õpilast (25%) ja kõige vähem 12.klass, 3 õpilast (9,4%). 9.a ja 10.klass ostavad võrdselt Fairtrade tooteid 5 õpilast (15,6%).

Arvame, et õpilased ostavad vähe Fairtrade tooteid sellepärast, et nad ei teeni enamasti ise veel raha ja õiglase kaubanduse tooteid on võrreldes teistega natuke kallimad. Samuti teevad ostuvalikuid enamasti õpilaste vanemad, seega õpilastel võivad tekkida raskused vanemate

arvamuse mõjutamisel ning peaksime ka meeles pidama, et pere sissetulek ei pruugi võimaldada osta kallimaid tooteid.

Kas oled Fairtrade`st oma sõpradele või pereliikmetele rääkinud?

64 vastust



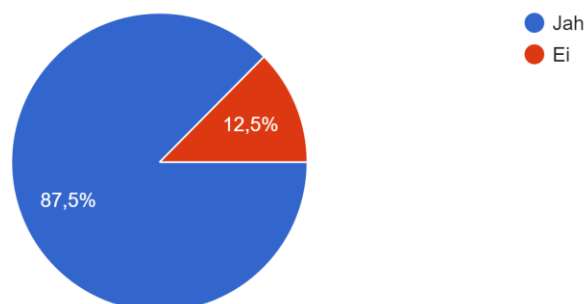
Joonis 38. Kas oled Fairtrade`ist oma sõpradele või pereliikmetele rääkinud?

34 õpilast (53,1%) ei ole oma sõpradele või pereliikmetele Fairtrade`ist rääkinud. Oma sõpradele või pereliikmetele on Fairtrade`ist rääkinud 30 õpilast (46,9%).

Tüdrukud räägivad rohkem Fairtrade`ist oma sõpradele või pereliikmetele - 9 poissi (14,1%) ja 21 tüdrukut (32,8%) (joonis 38).

Kas arvad, et Fairtrade`st ja selle tähtsusest peaks rohkem rääkima nii koolides kui ka sotsiaalmeedias?

64 vastust



Joonis 39. Kas arvad, et Fairtrade`st ja selle tähtsusest peaks rohkem rääkima nii koolides kui ka sotsiaalmeedias?

56 õpilast (87,5 %) arvavad, et Fairtrade`ist ja selle tähtsusest peaks rohkem rääkima nii koolides kui ka sotsiaalmeedias. 8 õpilast (12,5 %) ei arva, et Fairtrade`ist ja selle tähtsusest

peaks rohkem rääkima nii koolides kui ka sotsiaalmeedias (joonis 39). Antud vastus annab ka meile kindlust, et meie korraldatud tegevused olid vajalikud.

Pärast õiglase kaubanduse nädala korraldamist Toila Gümnaasiumis paluti meil kirjutada artikkel oma nädalast ja tegevustest. Kirjutasime artikli valmis 24. novembril. Meid aitas eesti keele õpetaja Meeli Rjabova. Meie artikkel ilmus Toila valla lehes 2020. aasta detsembrinumbris (Tabel 2).

Järelküsimustiku vastusest võime järeldada, et Toila Gümnaasiumi õpilased on õiglase kaubanduse valdkonnas teadlikumad ning ka väga paljud on oma arvamust muutnud. Muutust märkasime juba õiglase kaubanduse nädala lõpus viktoriini ajal. Peaaegu kõik võistkonnad oskasid igale küsimusele vastata ning pidevalt käis suur võitlus esimese koha pärast.

Viktoriini ajal nägime, kui tõhusad olid tegelikult meie korraldatud nädal ja infotund olnud. Ka infotundides tundsid õpilased õiglase kaubanduse teema kohta rohkem huvi. Väga aktiivsed olid 10. ja 11. klassi õpilased. Nad esitasid palju küsimusi ning olid väga töökad ja jutukad. Ka järelküsimustiku vastuseid analüüsides selgus, et kõik klassid peavad Fairtrade tähtsaks ja vajalikuks, rohkem ostab Fairtrade tooteid 11.klass. Fairtrade tooteid eelistavad osta nii nooremad kui ka vanemate klasside õpilased.

Meil on väga hea meel, et nii paljud Toila Gümnaasiumi õpilased tunnevad arengumaade inimestele kaasa ning nagu ka meiegi tahavad maailma paremaks muuta.

3.4. 9.-12. klassi õpilaste ning MTÜ Mondo tagasiside

Erinevate tegevuste lõppedes küsisime 9.–12. klasside õpilastelt ka nende arvamust konkreetsete tegevuste ning kogu õiglase kaubanduse nädala korralduse kohta. Küsimused esitasime nii suuliselt kui keskkonnas Mentimeter.com (Joonis 40), samuti oli võimalus vastata järelküsimustiku lõpus. Kõikides klassides oli õpilaste tagasiside positiivne. Mõned näited õpilaste vastustest:

“Väga tähtis infojagamine nooremale põlvkonnale, mis kindlasti andis ka kellelegi väikese tõuke enda harjumuste ülevaatamiseks ja muutmiseks.”, “See pani rohkem mõtlema selle üle, mis toimub arengumaades.”, “Väga huvitav ja kaasakiskuv. Kõik oli hästi korraldatud.”, “Väga põnev ja huvitav, tore viktoriin!”

Tagasiside meie esitlusele

Mentimeter



Joonis 40. Tagasiside keskkonnas Mentimeter.com

Saime ka tunnustusena MTÜ-lt Mondo osalemise eest nende õiglase kaubanduse küsitluses 3 väljavalitud kooli hulka Eestis ning sellega seoses auhinna Chokolala šokolaadimuuseumisse ühele klassile. Otsustasime pakkuda seda võimalust 11. klassile, kuna nad osalesid aktiivselt kõikides tegevustes ning võitsid ka Kahooti.

KOKKUVÕTE

Meie uurimistöö teemaks on Toila Gümnaasiumi 9.–12. klassi õpilaste teadlikkuse tõstmine erinevate tegevuste kaudu õiglase kaubanduse nädalal. Töö eesmärkideks oli anda oma panus meie jaoks olulise teema tutvustamisel ja propageerimisel, kavandades ise oma koolis õiglase kaubanduse teemanädala. Saada kogemus harivate tundide läbiviimisel, planeerides sisukad ning huvitavad tunnitegevused, arendades enda ettevõtlikkust, kodanikualgatust ja loovust.

Toetasime oma tegevusega MTÜ Mondo üleskutset Eesti elanikele ja koolidele viia läbi õiglase kaubanduse kuul läbi temaatilisi üritusi.

Püstitatud eesmärgid saime täidetud. Meie korraldatud õiglase kaubanduse nädal andis meie kooli noortele põhjalikku ülevaate õiglase kaubanduse põhimõtetest ja selle tähtsusest. Olime esimesed, kes korraldasid meie koolis õiglase kaubanduse teemalise teemanädala. Saime uusi kogemusi nii MTÜ Mondoga kui ka meie kooli õpilastega suheldes. Infotunni läbiviimine aitas meil meie esinemishirmust võitu saada. Meie koostöö sujus väga hästi. MTÜ Mondoga suhtlemine andis meile hea võimaluse tutvuda huvitavate inimestega, nagu Kristina Mänd ja Liisa-Indra Pajuste. Samuti saime suurepärase võimaluse avaldada oma uurimistöö nii fairtrade.ee kui ka mondo.org.ee koduleheküljel.

Oma püstitatud uurimisküsimustele saime järgmised vastused:

- Fairtrade tooted, mida õpilased enim ostavad, on šokolaad ja kohv, Fairtrade märgisega tooteid ostavad õpilased mõnikord, kui on selline valikuvõimalus.
- Õpilased peavad väga oluliseks õiglase kaubanduse süsteemi toimimist.
- Et olukorda parandada, pakkusid õpilased välja erinevaid lahendusi: hädas olevaid inimesi finantsiliselt aidata, maksta õiglast tasu tehtud töö eest ja müüa kvaliteetset kaupa.
- Õpilaste teadlikkus kasvas peale meie korraldatud tegevusi.

Teemanädala korraldamisega polnud meil raskusi. Jõudsime korraldada teemanädala ja küsitlused enne, kui koolid distantsoppele läksid. Meil ei tekkinud kordagi tunnet, et me oleks oma graafikust maas või aega jääks puudu. Oma aja planeerimisega saime väga hästi hakkama. Kogu tööga me oleme väga rahul. Meil õnnestus informeerida palju noori väga tähtsal ja aktuaalsel teemal nagu õiglane kaubandus. Suutsime muuta paljude noorte arvamust, laiendada nende silmaringi ja tekitada empaatiatunnet arengumaade inimeste vastu.

Teisiti oleksime võinud teha meie järelküsimustiku. MTÜ Mondo küsimustikus olid õpilaste vanused, meil aga klassid ning järelküsimustikku valitud sarnaste küsimuste vastusevariandid on erinevad, seetõttu oli hiljem ebamugav andmeid võrrelda. Järelküsimustiku koostamise ajal oli meil MTÜ Mondo uuring veel analüüsimata ning seetõttu sattusid meie koostatud küsimustikku ebatäpsused.

Tööprotsessi juures oligi kõige raskem meie jaoks kirjaliku osa kirjutamine. Pidime hoolega valima, mida uurimistöösse lisada, et töö ei tuleks liiga pikk ja mahukas. Samuti oli meil ka raskusi meie uurimistöö pealkirja valimisega ning ka väga palju aega võtsid nii MTÜ Mondo uuringu kui ka meie järelküsimustiku andmeanalüüsid.

Uurimistööd saaks edasi arendada, uurides Ida-Virumaa elanike teadlikkust õiglase kaubanduse valdkonnas ning hiljem võrrelda erinevust noorte ja täiskasvanute vahel, milline vanuserühm on teadlikum ning panustab rohkem arengumaade inimeste elu parandamisele.

RESÜMEE

Toila Gümnaasium

Autorid: Valeria Getman ja Eliise Koivistoinen

Juhendajad: Anne Aia ja Kristina Mänd

Toila Gümnaasiumi 9.–12. klassi õpilaste teadlikkuse tõstmine erinevate tegevuste kaudu õiglase kaubanduse nädalal

Uurimistöö

2021

Meie uurimistöö teemaks oli Toila Gümnaasiumi 9.–12. klassi õpilaste teadlikkuse tõstmine erinevate tegevuste kaudu õiglase kaubanduse nädalal. Käesoleva töö eesmärgiks oli tõsta Toila Gümnaasiumi õpilaste teadlikkust õiglase kaubanduse valdkonnas ning võimalusel muuta nende ostuvalikuid. Püstitasime ka järgmised uurimisküsimused: Millised Fairtrade'i tooteid ning kui sageli õpilased ostavad? Kui oluliseks peavad õpilased õiglase kaubanduse süsteemi toimimist? Milliseid lahendusi õpilased pakuvad, et olukorda parandada? Kas õpilaste teadlikkus muutus peale meie korraldatud tegevusi?

Õpilaste algteadmiste väljaselgitamiseks viisime läbi uuringu, mis oli koostatud MTÜ Mondo poolt. Teadlikkuse ja teadmiste tõstmiseks korraldasime Toila Gümnaasiumis õiglase kaubanduse nädala. Terve nädala jooksul õpilased tegid Fairtrade teemalisi tegevusi. Hiljem koostasime järelküsimustiku, et saada ülevaade sellest, kui tõhus oli meie korraldatud nädal. Küsitluste tulemusi analüüsisime kirjeldava statistika meetodite abil.

Oma eesmärgid saime täidetud ning ka kõikidele püstitatud uurimisküsimustele leidsime vastused. Oleme veendunud, et meie teemanädal suutis muuta paljude Toila Gümnaasiumi noorte arvamusi, laiendada nende silmaringi ning pöörata rohkem tähelepanu probleemidele, millega arengumaade inimesed peavad iga päev kokku puutuma.

Saime ka väga hea võimaluse teha koostööd MTÜ Mondoga ja tutvuda lähemalt Kristina Männiga, kes on vastutustundliku tarbimise eestvedaja.

SUMMARY

Toila Gymnasium

Authors: Valeria Getman and Eliise Koivistoinen

Supervisors: Anne Aia and Kristina Mänd

Raising awareness of Toila Gymnasium's class 9.–12. students through various activities during Fairtrade week.

Research paper

2021

The topic of our research was raising awareness of Toila Gymnasium's class 9.–12. students through various activities during Fairtrade week. The purpose of the given research was to raise awareness and knowledge of Toila Gymnasium's students in the Fairtrade field and if possible change their purchasing options. We also raised the following questions: How often and which Fairtrade products do students purchase? How important do students consider the functioning of the Fairtrade system? What solutions do students offer to improve the situation? Did the students' awareness change after the activities we organized?

To identify the students' basic knowledge, we conducted a survey that was put together by MTÜ Mondo. To expand the awareness and knowledge of students, we organized a Fairtrade week in Toila Gymnasium. During the whole week, students participated in various Fairtrade-themed activities. Later on, we also composed a follow-up survey to see how effective our week was. We analyzed the results of the survey by using descriptive statistical methods.

We managed to achieve all of our goals and also find all the answers to the raised questions. We are convinced that our theme week was able to change the opinions of many teens at Toila Gymnasium, broaden their horizons and bring more attention to the problems that people in developing countries have to face every day.

We also got a great opportunity to work with MTÜ Mondo and learn more about Kristina Mänd, a responsible consumerism expert.

KASUTATUD ALLIKAD

1. Õiglane kaubandus. Fairtrade Eesti. <https://www.fairtrade.ee> (vaadatud 11.11.2020)
2. Materjalid noortele: Õiglane kaubandus. (9.11.2016). Maailmakool. <https://maailmakool.ee/en/materjalid-noortele-oiglane-kaubandus/> (vaadatud 21.02.2021)
3. Märjised. Fairtrade Eesti. <https://www.fairtrade.ee/margised> (vaadatud 12.11.2020)
4. Fairtrade products. Fairtrade. <https://www.fairtrade.net/product> (vaadatud 25.02.2021)
5. Where Fairtrade works. (2021). Fairtrade. <https://www.fairtrade.org.uk/What-is-Fairtrade/Where-Fairtrade-works/> (vaadatud 22.02.2021)
6. Õiglane kaubandus. (2010). Wikipedia. https://et.wikipedia.org/wiki/%C3%95iglane_kaubandus (vaadatud 30.03.2021)
7. Fair Trade over the world. (2013). Vartotojai. <http://www.vartotojai.lt/en/fairtrade/what-is-fairtrade/world> (vaadatud 24.03.2021)
8. Õiglase kaubanduse linn. Fairtrade Eesti. <https://www.fairtrade.ee/kaubanduselinn> (vaadatud 21.02.2021)
9. Õiglase kaubanduse sõber. Fairtrade Eesti. <https://www.fairtrade.ee/sober> (vaadatud 31.03.2021)
10. Fair Trade Towns International .(2021). Fairtrade. <http://www.fairtradetowns.org/about-us> (vaadatud 22.02.2021)
11. Õiglane kaubandus Eestis. Terveilm. <https://www.terveilm.ee/leht/teabekeskuse-teemad/oiglane-kaubandus-eestis/> (vaadatud 9.11.2016)
12. Uuring: Eesti õpilaste seas on kasvanud õiglase kaubanduse tähtsus ning suuremat vastutust oodatakse ettevõtetelt. (21.01.2021). Hea Kodanik. <https://heakodanik.ee/uudised/uuring-eesti-opilaste-seas-on-kasvanud-oiglase-kaubanduse-tahtsus-ning-suuremat-vastutust-oodatakse-ettevotetelt/> (vaadatud 22.02.2021)
13. Getman, V. Koivistoinen, E. (2020). “Õiglase kaubanduse nädal Toila Gümnaasiumis”. Toila valla leht. [artikkel]. https://toila.kovtp.ee/documents/1433808/2372703/Toila_valla_leht_1220.pdf/d80910de-4812-43ce-8537-ea2fe38af90e (vaadatud 08.12.2020).

14. *Õiglase kaubanduse nädal*. Toila Gümnaasium.
http://toila.edu.ee/#valdkond=galerii&sisu=gen_gal&kuva=1&pkiri=%D5ig%20kaubanduse%20n%C4dal&gaasta=2020_2021&gid=364 (vaadatud 24.02.2021).
15. *The Story of Chocolate: Unwrapping the Bar*. (19.02.2019). Fairtrade Foundation.
<https://youtu.be/-XbP4cn8xhU> (vaadatud 06.11.2020).
16. Jänku juss saab teada kus kohast toit tuleb. TV3 Eesti.
<https://www.youtube.com/watch?v=muHqxO4ZXkc>
17. *Что означает знак fair trade на продуктах*. (18.05.2016). Кофе+.
<https://youtu.be/U0BYXVYyvec> (vaadatud 09.11.2020).
18. *Õiglase kaubanduse põhimõtted*. (31.03.2014). Maailmakool.
https://www.youtube.com/watch?v=Llp0n8oqq2Y&feature=emb_logo&ab_channel=Maailmakool (vaadatud 16.11.2020).
19. Jacqueline, Y. (10.01.2013). *Humanities Fair Trade child labor*.
https://www.youtube.com/watch?v=9-y7MRwiMdM&feature=emb_logo&ab_channel=jacquelineyeh (vaadatud 16.11.2020).
20. *MTÜ Mondo viktoriinid*. Fairtrade Eesti. <https://kysimustik.fairtrade.ee/> (vaadatud 18.11.2020).
21. *Casali Original Schoko-Bananen*. From Austria.com.
<https://www.fromaustria.com/de-AT/casali/original-schoko-bananen> (vaadatud 05.03.2021).