

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Nell Natali Kivi

**TARBIJATE BARJÄÄRID JÄTKUSUUTLIKE  
TOIDUVALIKUTE TEGEMISEL**

Bakalaureusetöö

Õppekava ärindus, peeriala turundus

Juhendaja: Eliis Salm, MA

Tallinn 2023

Deklareerin, et olen koostanud töö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele selle koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks.

Töö pikkuseks on 8999 sõna sissejuhatusesest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Nell Natali Kivi .....

(kuupäev)

# SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE.....	5
SISSEJUHATUS .....	6
1. TEOREETILINE ÜLEVAADE JÄTKUSUUTLIKUS TARBIAKÄITUMISES ESINEVATEST BARJÄÄRIDEST .....	9
1.1. Planeeritud käitumise teooria jätkusuutlikus tarbijakäitumises.....	9
1.1.1. Planeeritud käitumise teooria mudel.....	9
1.1.2. Planeeritud käitumise teooria jätkusuutliku tarbijakäitumise uuringutes ja keskkonnasõbraliku tarbija olemus.....	11
1.2. Barjäärid jätkusuutlikus tarbijakäitumises.....	13
1.2.1. Jätkusuutlikku tarbijakäitumist takistavate barjääride raamistik .....	13
1.2.2. Jätkusuutlikku tarbijakäitumist takistavate barjääride olemus .....	15
2. JÄTKUSUUTLIKU TOITUMISE OLEMUS JA UURINGU MEETOD .....	19
2.1. Jätkusuutlik toitumine.....	19
2.2. Andmekogumismeetod .....	21
2.3. Andmeanalüüs ja valim .....	24
3. UURING JÄTKUSUUTLIKE TOIDUVALIKUTE TEGEMISEL ESINEVATEST BARJÄÄRIDEST .....	27
3.1. Uuringu tulemused.....	27
3.1.1. Teadmised ja harjumused seoses jätkusuutlikult toitumisega .....	27
3.1.2. Jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel esinevad barjäärid.....	30
3.1.3. Jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel esinevad barjäärid sotsiaaldemograafiliste näitajate võrdluses.....	33
3.1.4. Planeeritud käitumise teooria tegurid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel .....	35
3.2. Järeldused ja ettepanekud .....	40
KOKKUVÕTE .....	45
SUMMARY .....	48
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU .....	52
LISAD.....	58
Lisa 1. Küsimustik koos vastuste jagunemisega.....	58
Lisa 2. Küsimustikus kasutatud väited koos allikatega .....	66
Lisa 3. Barjäärid toitumisharjumuse lõikes .....	70
Lisa 4. Dispersioonanalüüsi tulemused toitumisharjumuse lõikes .....	72

Lisa 5. Barjäärid soo lõikes.....	77
Lisa 6. T-testi tulemused soo lõikes.....	78
Lisa 7. Barjäärid vanuse lõikes .....	79
Lisa 8. Dispersioonanalüüsi tulemused vanuse lõikes.....	81
Lisa 9. Barjäärid ühe kuu netosissetuleku lõikes pereliikme kohta.....	84
Lisa 10. Dispersioonanalüüsi tulemused ühe kuu netosissetuleku lõikes pereliikme kohta.....	86
Lisa 11. Barjäärid hariduse lõikes.....	88
Lisa 12. Dispersioonanalüüsi tulemused hariduse lõikes .....	89
Lisa 13. Korrelatsioonanalüüsi tulemused.....	90
Lisa 14. Regressioonmudel.....	91
Lisa 15. Lihtlitsents.....	92

## LÜHIKOKKUVÕTE

Toidusektoril on oluline roll kliimamuutuste põhjustamises. Järjest tähtsamaks muutub ka üksiktarbijate harjumuste muutmine, et aidata kaasa kliimakriisi lahendamisele. Käesoleva bakalaureusetöö uurimisprobleem on vähene informatsioon Eesti tarbijaid takistavate barjääride kohta jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel. Töö eesmärk on välja selgitada Eesti tarbijaid takistavad barjäärid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel. Töö tulemused ja ettepanekud võimaldavad tõsta Eesti tarbijate keskkonnateadlikkust ja teha samme barjääride madaldamiseks.

Läbiviidud uuringu tulemuste põhjal on tarbijate hinnangul kõige tugevamad barjäärid seotud tajutud käitumise kontrolliga. Tugevuselt teised on hoiakust tulenevad barjäärid ja kõige nõrgemad barjäärid tulenevad subjektiivsest normist. Hoiakuga seotud barjääridest osutus tarbijate hinnangute põhjal tugevaimaks jätkusuutliku toidu kõrge hind. Subjektiivsest normist tulenevate barjääride puhul on olulisim tarbijate madal teadlikkus. Tajutud käitumise kontrollist pärinevatest barjääridest selgus tugevaima takistusena tarbijate hinnanguline jätkusuutliku toidu kehv kättesaadavus. Meestel ja vanematel tarbijatel on tugevamad barjäärid võrreldes naiste ja nooremate tarbijatega. Tarbijate teadlikkus jätkusuutlikult toitumise mõistest on madal ning enim harrastatakse lihtsamaid jätkusuutlikke toitumisharjumusi nagu toiduraiskamise piiramine, kohaliku toidu eelistamine ja hooajalise toidu söömine.

Tulemustest selgub, et nii hoiakul, subjektiivsel normil kui tajutud käitumise kontrollil on statistiliselt oluline ja tugev positiivne korrelatsioon kavatsusega osta jätkusuutlikku toitu. Tugevaim seos esineb hoiaku ja jätkusuutliku toidu ostmise kavatsuse vahelisena ning nõrgim seos ilmneb subjektiivse normi ja jätkusuutliku toidu ostmise kavatsuse vahelisena. Regressioonmudeli põhjal on 64% jätkusuutliku toidu ostmise kavatsusest võimalik kirjeldada hoiaku, subjektiivse normi ja tajutud käitumise kontrolliga.

Võtmesõnad: jätkusuutlik toitumine, barjäärid, planeeritud käitumise teooria, tarbijakäitumine

## SISSEJUHATUS

Toidusektori ja sellega seotud tootmise, töötamise, pakendamise ja transpordi näol on tegemist ühe olulise kliimamuutuste põhjustajaga (Euroopa Parlament, 2021). Uuringute põhjal saab 26-34% inimtekkeliste kasvuhoonegaaside päritolust seostada toidutööstusega (Poore & Nemecek, 2018, lk 987; Crippa *et al.*, 2021, lk 198). Toidutööstusel on seega suur roll inimkonna tuleviku kujunemises: vaid toidusektorist pärinevate kasvuhoonegaaside tulemusena kerkiks globaalne keskmine temperatuur sajandi keskpaigaks rohkem kui 1,5 °C ka siis, kui fossiilkütuste kasutamine päevapealt lõpetada, näitas 2020. aastal läbiviidud uuring (Clark *et al.*, 2020, lk 705). Üheks oluliseks toidusektori kasvuhoonegaaside põhjustajaks on loomakasvatus, kust pärineb 14,5% kõigist inimtekkelistest kasvuhoonegaasidest (Gerber *et al.*, 2013, lk 15). Toidutööstus kurnab lisaks kasvuhoonegaaside tekitamisele keskkonda ka teistel viisidel, põhjustades 78% eutrofeerumisest ja 32% hapestumisest, ning 43% maailma elamiskõlblikust maast on hõivatud põllumajanduslikus tootmises (Poore & Nemecek, 2018, lk 987).

2020. aastal leiti Euroopas läbiviidud uuringus, et kuigi 76% tarbijatest tunneb moraalselt kohustust tarbida keskkonnasõbralikke toidukaupu, siis vaid 60% valiks jätkusuutliku toote, kui neil oleks see võimalus (European Institute of Innovation and Technology, 2020). Uuringu tulemused viitavad, et eksisteerivad teatud barjäärid, kuid antud uuringus ei selgitatud välja põhjuseid, mis takistavad tarbijaid jätkusuutlike toidukaupu ostmast.

Sellest tulenevalt on käesoleva töö uurimisprobleemiks vähene informatsioon Eesti tarbijaid takistavate barjääride kohta jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel. Varasemalt on Eesti tarbijate seas läbi viidud uuring, millest suurimate takistustena keskkonnasõbralike toodete ostmisel selgusid kehv kättesaadavus, ebasoodne hinna ja kvaliteedi suhe ning keerukus tavatoodetest eristamisel (Kantar Emor, 2013).

Jätkusuutlike toiduvalikuid takistavate barjääride uurimise olulisus seisneb sisendi kogumises Eesti riigile ning keskkonna- ja terviseorganisatsioonidele. Käesoleva töö tulemused ja järelduste

osas tehtavad ettepanekud võimaldavad tõsta Eesti tarbijate keskkonnateadlikkust ning teha samme barjääride madaldamiseks.

Bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada Eesti tarbijaid takistavad barjäärid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel. Eesmärgi täitmiseks püstitati järgnevad uurimisülesanded:

1. Anda ülevaade planeeritud käitumise teooria ja tarbijaid takistavate barjääride teoreetilistest alustest jätkusuutliku tarbijakäitumise kontekstis;
2. Anda ülevaade jätkusuutlikult toitumise olemusest, selle probleemsetest aspektidest ja jätkusuutlikkuse rollist toiduvalikute tegemisel;
3. Koostada küsitlus ja viia läbi uuring Eesti tarbijate jätkusuutlikke toiduvalikuid takistavate barjääride väljaselgitamiseks tuginedes planeeritud käitumise teooriale ning Sheoran ja Kumar (2022) barjääride raamistikule;
4. Analüüsida küsitluse tulemusi, võrrelda neid teoreetilises osas väljatoodud varasemate uuringutega ning tulemuste põhjal teha ettepanekuid Eesti riigile, keskkonna- ja terviseorganisatsioonidele ja jätkusuutlikke toidukaupu tootvatele ettevõtetele.

Käesolevas bakalaureusetöös kasutatakse uuringumeetodina ankeetküsitlust, mida levitati sotsiaalmeedia gruppides ja internetifoorumites. Küsitluse abil uuriti Eesti tarbijate jätkusuutlikult toitumist ja selle mõistmist, barjääride esinemist jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel ning jätkusuutlikke toiduvalikuid mõjutavaid tegureid. Küsitluse tulemusi analüüsiti kirjeldava statistika ning t-testi, dispersioon-, korrelatsioon- ja regressioonanalüüsi abil.

Käesolev töö koosneb kolmest osast. Esimeses peatükis käsitletakse teoreetilist osa, kus antakse ülevaade planeeritud käitumise teooriast jätkusuutliku tarbimise kontekstis. Seejärel esitletakse Sheoran ja Kumar (2022) jätkusuutlikku tarbijakäitumist takistavate barjääride raamistikku. Lisaks selgitatakse antud raamistikku kuuluvate barjääride olemust.

Teises peatükis selgitatakse jätkusuutlikult toitumise mõistet ja tutvustatakse jätkusuutlikkuse rolli toiduvalikute tegemisel. Järgnevalt selgitatakse lähemalt andmekogumismeetodit ehk küsimustiku ülesehitust ja selle levitamist. Samuti antakse ülevaade andmeanalüüsist ja valimist.

Kolmandas peatükis analüüsitakse läbiviidud uuringu tulemusi. Kõigepealt antakse ülevaade tarbijate teadmistest ja harjumustest seoses jätkusuutliku toitumisega, seejärel jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel esinevatest barjääridest ning viimaks planeeritud käitumise teooria

tegurite mõjust. Lõpetuseks võrreldakse tulemusi töö teoreetilises osas väljatoodud varasemate uuringutega ning tehakse järeldusi ja ettepanekuid edasisteks tegevusteks.

Töö autor soovib abi ja meeldiva koostöö eest tänada juhendajat Eliis Salmi.



# 1. TEOREETILINE ÜLEVAADE JÄTKUSUUTLIKUS TARBIJAKÄITUMISES ESINEVATEST BARJÄÄRIDEST

Käesoleva töö esimeses peatükis esitatakse kõigepealt teoreetiline ülevaade planeeritud käitumise teooriast jätkusuutlikus tarbimises. Seejärel kirjeldatakse antud teooria teguritest tulenevaid jätkusuutlikku tarbimist takistavaid barjääre lähemalt.

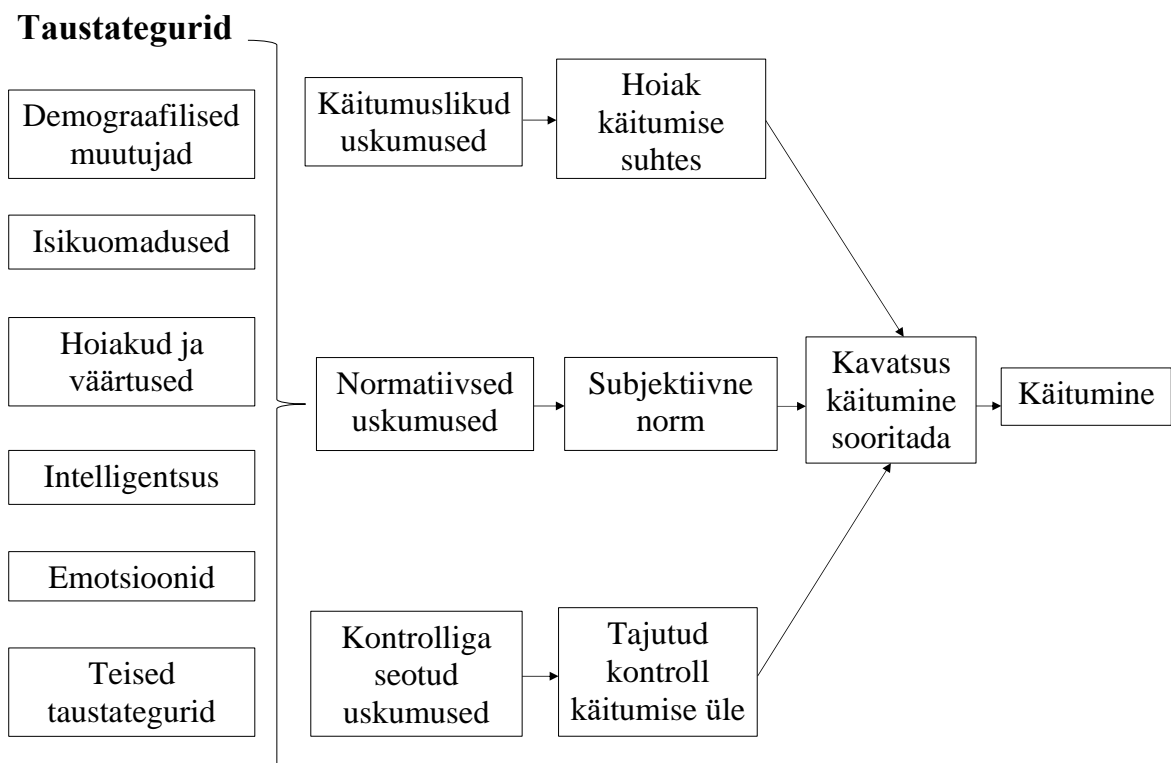
## 1.1. Planeeritud käitumise teooria jätkusuutlikus tarbijakäitumises

### 1.1.1. Planeeritud käitumise teooria mudel

Keskkonnasõbraliku käitumise omaksvõtmist on kõige laialdasemalt varasemates uuringutes käsitletud planeeritud käitumise teooria (ingl *theory of planned behavior*) ja selle laiendatud mudeli abil (Li *et al.*, 2019, lk 31). Planeeritud käitumise teooria järgi eelneb teatud käitumisele kindel kavatsus (ingl *intention*) seda sooritada (Ajzen, 2015, lk 125). Kavatsusel on planeeritud käitumise teooria mudelis keskne roll: ka mudeli eelkäijas, põhjendatud käitumise teoorias, on kavatsus oluline (Ajzen, 1991, lk 181).

Tugevam kavatsus teatud moel käituda toob kaasa ka suurema tõenäosuse, et antud käitumine sooritatakse (*Ibid.*). Kavatsuse määravad aga kolm tegurit: hoiak (ingl *attitude*), subjektiivne norm (ingl *subjective norm*) ning tajutud kontroll käitumise üle (ingl *perceived behavioral control*). Antud kolm tegurit omakorda põhinevad käitumuslikel, normatiivsetel ning kontrolliga seotud uskumustel. (Ajzen, 2015, lk 121) Planeeritud käitumise teooriast annab ülevaate Joonis 1.

Käitumise sooritamisele järgneb informatsiooni kogumine. Inimene saab teadlikuks käitumise tagajärgedest, ümbritsevate inimeste reaktsioonidest ning käitumise teostamise keerukusest. Kogutud informatsioon võib muuta inimese kavatsusi ning seeläbi ka tema edaspidist käitumist, avaldades mõju käitumuslikele, normatiivsetele ja kontrolliga seotud uskumustele. (*Ibid.*, lk 126)



Joonis 1. Planeeritud käitumise teooria  
Allikas: Ajzen (2015, lk 126)

Esimene tegur planeeritud käitumise teooria mudelis, mis kavatsust mõjutab, on hoiak käitumise suhtes (Joonis 1). Hinnanguid käitumise tagajärgede ja subjektiivse väärtuse suhtes hõlmavad käitumuslikud uskumused (ingl *behavioral beliefs*). Need viivad käitumise suhtes teatud positiivse või negatiivse hoiaku kujunemiseni. (*Ibid.*, lk 125) Positiivne hoiak tekib sellise käitumise suhtes, millel inimene näeb positiivset tagajärge ja negatiivne hoiak vastavalt negatiivse oodatava tagajärjega käitumise suhtes (Liu *et al.*, 2020, lk 1825). Näiteks ostab tarbija sertifitseeritud mahetooteid ja usub oma käitumisega aitavat kaasa keskkonnahoiule. Seega on tema isiklik hoiak antud käitumise suhtes on positiivne. Inimese suhtumine mahetoodete ostmisesse võib olla aga negatiivne, kui ta näeb märgiseid vaid turundusliku võttena. (Niaura, 2013, lk 74-75)

Teine tegur planeeritud käitumise teoorias on subjektiivne norm (Joonis 1). Subjektiivne norm põhineb ühelt poolt ootustele oluliste isikute või gruppide poolt ehk normatiivsetele uskumustele (ingl *normative beliefs*). Teisest küljest on normatiivsete uskumuste puhul oluline roll inimese motivatsioonil antud ootuseid täita. (Ajzen, 2015, lk 125) Niisiis viitab subjektiivne norm inimese

ettekujutusele talle pandud sotsiaalsest survest teatud käitumisega seoses (Paul *et al.*, 2016, lk 125). Mõju võivad seejuures avaldada nii ametlikud (näiteks normid ja regulatsioonid) kui ka mitteametlikud osapooled (näiteks pere, sõbrad, avalik arvamus) (Nardi *et al.*, 2019, lk 2251-2252). Teatud olukorda sattudes lähtub inimene talle oluliste inimeste arvamustest tuletatud standarditest, millele ta peab vastama (Liu *et al.*, 2020, lk 1827). Seega kui tarbijad näevad oma lähedaste näol rohelist ostukäitumist, on suurem tõenäosus, et nad ka selle omaks võtavad (Paul *et al.*, 2016, lk 125).

Kolmandaks teguriks planeeritud käitumise teooria mudelis on tajutud kontroll käitumise üle (Joonis 1). Tajutud kontroll käitumise üle tähendab seda, kui lihtne või keeruline on inimese jaoks teatud viisil käituda (Rise *et al.*, 2010, lk 1086). Kontrolliga seotud uskumused (ingl *control beliefs*) võivad soodustada, või vastupidiselt segada, käitumise sooritamist. Näiteks uskumused erinevate ressursside ja takistuste kohta nagu oskused, võimed, aeg, raha ning ka koostöö teiste inimestega võivad avaldada käitumisele mõju. (Ajzen, 2015, lk 129) Kontrolliga seotud uskumused võivad tuleneda inimese eelnevast kogemusest seoses teatud käitumise sooritamise, aga põhinevad üldjuhul kaudsele infole, näiteks tuttavate ja sõprade kogemustele. Tajutud kontroll käitumise üle on selle võrra suurem, mida enam võimalusi ning vähem takistavaid asjaolusid inimene teatud käitumisega seoses näeb. (Ajzen, 1991, lk 196) Kui inimene tunnetab, et tema jaoks on keskkonnasõbraliku käitumise sooritamine (näiteks taaskasutus) liiga keeruline, on antud käitumise teostamise tõenäosus väiksem (Niaura, 2013, lk 75).

### **1.1.2. Planeeritud käitumise teooria jätkusuutliku tarbijakäitumise uuringutes ja keskkonnasõbraliku tarbija olemus**

Planeeritud käitumise teooria on olnud aluseks arvukates uuringutes, mis on käsitlenud jätkusuutlikku tarbijakäitumist. Shen *et al.* leidsid, et jätkusuutliku toidu tarbimise kavatsusele on kõige suurem mõju hoiakul, seejärel subjektiivsel normil ning väikseim mõju tajutud kontrollil käitumise üle. Seega mõjutas antud uuringus inimese ostuvalmidust kõige enam isiklik suhtumine (Shen *et al.*, 2022, lk 16).

Ka Vermeir ja Verbeke on leidnud, et hoiak avaldab kavatsuse kujunemisele suurimat mõju. Positiivne hoiak jätkusuutlike toodete suhtes on hea alguspunkt, kust ergutada inimesi jätkusuutliku tarbimisega alustama. Samas võib ainult positiivsest hoiakust soovitud käitumusliku kavatsuse kujunemiseks jääda väheks, sest ka kaks teist tegurit avaldavad mõju otsustusprotsessile. (Vermeir & Verbeke, 2008, lk 548)

Alam *et al.* uuringus oli võrreldes teiste muutujatega sotsiaalsel ehk subjektiivsel normil olulisim mõju jätkusuutliku toidu tarbimise kavatsusele. Sarnaselt eelnevalt käsitletud uuringutele ilmnes ka antud uuringus hoiaku tugev positiivne mõju. Samas selgus, et tajutaval toodete kättesaadavusel, mis Sheoran ja Kumari (2022) teoreetilise raamistiku kohaselt kuulub barjäärina tajutud käitumise kontrolli alla, ei leitud olevat olulist mõju jätkusuutliku toidu tarbimise kavatsusele. (Alam *et al.*, 2020, lk 9)

Varasemates uuringutes on ilmnunud tüüpilisi sotsiaaldemograafilisi tunnuseid, mis keskkonnasõbralikku tarbijat kirjeldavad, kuid mõne tunnuse puhul ei ole jõutud ühestele järeldustele. Keskkonnasõbralike tarbijate analüüsimisel on sugu olnud laialdaselt uuritud tunnus (Čater & Serafimova, 2019, lk 218). Üldiselt käituvad naised jätkusuutlikumalt ja on ka keskkonna pärast rohkem mures (*Ibid.*, lk 226). Salazar *et al.* (2013, lk 177) järgi on naiste ostuvalmidus jätkusuutlike toodete puhul 2,81 korda kõrgem kui meestel. Diamantopoulos *et al.* (2003, lk 475) on toetanud sarnast vaadet ning leidnud, et naistel on võrreldes meestega rohelisemad ostuharjumused.

Lisaks on mitmed uuringud välja selgitanud, et tarbija haridustase on oluline element keskkonnasõbraliku käitumise teostamises (Čater & Serafimova, 2019, lk 219). Haritumad inimesed soovivad üldiselt rohkem keskkonnahoidu panustada, sest nad on antud valdkonnast ja selle probleemidest rohkem teadlikumad (*Ibid.*, lk 220). Salazar *et al.* (2013, lk 177) on leidnud, et jätkusuutlikke tooteid valivad tõenäolisemalt kõrgemalt haritud inimesed. Ka Meyeri (2015, lk 116) uuringu tulemuste järgi on keskkonnasõbraliku käitumise ulatuse suurenemine seotud kõrgema haridustasemega.

Carrete *et al.* (2012, lk 478) on toonud välja, et madalama sissetulekuga leibkondadel võib olla keeruline jätkusuutlikke tooteid kõrge hinna tõttu osta. Suuremad ressursid loovad suurema tõenäosuse, et inimene valib keskkonna- ja ühiskonnasõbralikke tooteid (Salazar *et al.*, 2013, lk 177). Vastupidiselt viitab aga Akhtar *et al.* (2021, lk 9) uuring, et madalama ja kõrgema sissetulekuga inimeste valmisolekus tarbida rohelisi tooteid ja ka reaalses tarbimises ei esinenud olulisi erinevusi. Ka Čater ja Serafimova (2019, lk 228) leidsid, et kuigi erineva sissetulekuga tarbijad on erineval määral keskkonna pärast mures, siis keskkonnasõbralikus tarbijakäitumises statistiliselt olulisi erinevusi ei ilmnunud.

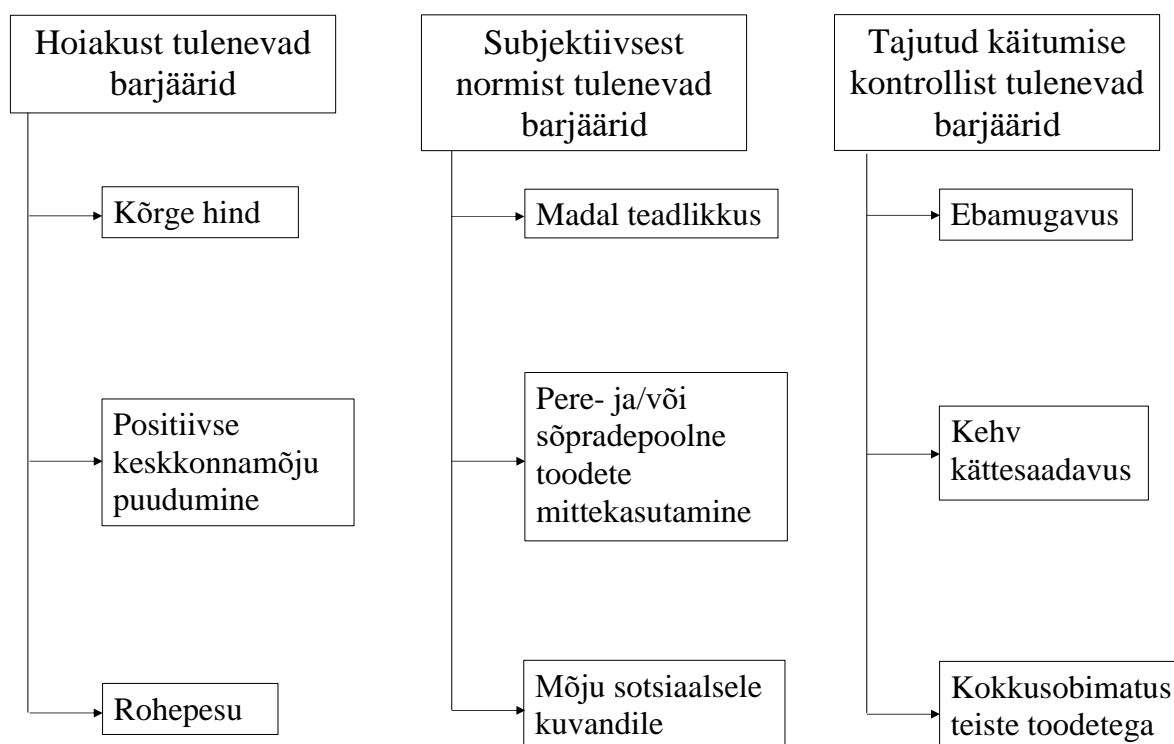
Vanuse rolli jätkusuutlikus tarbijakäitumises on samuti palju uuritud. Senised uuringud on aga jõudnud vastuolulistele tulemustele. (*Ibid.*, lk 219) Diamantopoulos *et al.* (2003, lk 475) uuring kinnitas vaid osaliselt hüpoteesi, et noorte ja vanade keskkonnasõbralikus käitumises esinevad erinevused. Wiernik *et al.* (2013, lk 826) uurisid täpsemalt vanuse ja jätkusuutliku käitumise vahelisi suhteid ning leidsid samuti enamik seoseid olevat tühised. Samas leidsid Čater ja Serafimova (2019, lk 232), et alla 30-aastased muretsesid keskkonnahoiu pärast vähem ja olid võrreldes 31-50-aastaste ja üle 51-aastastega ka vähem keskkonnasõbraliku käitumisega seotud.

## **1.2. Barjäärid jätkusuutlikus tarbijakäitumises**

### **1.2.1. Jätkusuutlikku tarbijakäitumist takistavate barjääride raamistik**

Suur osa inimestest mureseb kliimamuutuste pärast. Hoolimata sellest on aga inimeste käitumine siiski sageli keskkonda kahjustav või hoiduvad nad tegemast samme, et oma käitumist parandada. (Gifford & Chen, 2017, lk 166) See viitab barjääride olemasolule. Ameerika Psühholoogide Assotsiatsioon on barjääri defineerinud järgnevalt: „Midagi, mis piirab, takistab või blokeerib progressi või lõppeesmärgi või -ülesande saavutamist. Psühholoogilises kontekstis on barjäärid üksikute ja gruppide vaimsed, emotsionaalsed või käitumuslikud piirangud.” (APA Dictionary of Psychology, 2023). Jätkusuutlike toodete tarbimist takistavaid barjääre on senistes uuringutes jaotatud väga erinevalt: näiteks sisemisteks, välimisteks, käitumuslikeks, struktuurseteks ja psühholoogilisteks (Ede *et al.*, 2011; Mäkinieni & Vainio, 2014; Gifford & Chen, 2017).

Sheoran ja Kumar (2022) löid barjääre puudutava olemasoleva kirjanduse ja planeeritud käitumise teooria põhjal teoreetilise raamistiku jätkusuutlikku tarbijakäitumist takistavate barjääride käsitlemiseks (Joonis 2).



Joonis 2. Barjäärid jätkusuutlikus tarbijakäitumises  
Allikas: Sheoran & Kumar (2022, lk 29)

Joonisel 2 näidatud raamistiku järgi saab jätkusuutlikku tarbijakäitumist takistavaid barjääre jagada kolmeks: isiklikust normist ehk hoiakust, subjektiivsest normist ning tajutud käitumise kontrollist tulenevad barjäärid. Hoiakust tulenevate barjääride alla kuuluvad jätkusuutlike toodete kõrge hind, hoiak, et käitumisel puudub positiivne keskkonnamõju, ning usaldamatus seoses rohepesuga. Subjektiivsest normist tulenevateks barjäärideks on madal teadlikkus, pere- ja/või sõpradepoolne jätkusuutlike toodete mittekasutamine ning jätkusuutlike toodete tarbimise mõju sotsiaalsele kuvandile. Tajutud käitumise kontrollist tulenevad barjäärid hõlmavad jätkusuutlike toodetega seostatud ebamugavust, toodete kehva kättesaadavust ja kokkusobimatust muude toodetega. (Sheoran & Kumar, 2022, lk 22-23)

Jätkusuutlikku tarbimist takistavaid barjääre on lähemalt uuritud mitmetes varasemates uuringutes. Mäkinieni ja Vainio uurisid Soome noorte tarbijate seas kliimasõbralike toiduvalikute tegemist, mille põhjal saab loetleda lisaks eespool väljatoodule veel barjääre, milleks on näiteks jätkusuutlike valikute tegemise keerukus, ajapuudus, harjumus süüa vanamoodi, ebatervislikkus,

veidrus, halb maitse. Antud uuringus kõige olulisemad barjäärid, mis esinesid, olid kõrge hind, halb varustatus, madal teadlikkus ja keerukus kliimasõbralike valikute tegemisel. (Mäkinieniemi & Vainio, 2014, lk 15)

Gleim *et al.* (2013, lk 44) läbiviidud uuringus käsitleti roheliste toodete puhul jaemüügis esinevaid barjääre. Ka antud uuringus osutus kõige tugevamaks barjääriks kõrge hind, millele järgnes hoiak jätkusuutlike toodete kehvast kvaliteedist. Antud barjäär põhines ühest küljest vastanute eelmisele ebameeldivale kogemusele, kuid osad vastanud olid roheliste toodete kvaliteedi suhtes üldiselt kahtleval seisukohal, mis hoidis neid tagasi ostu sooritamast. Madal teadlikkus ja usaldamatus seoses ettevõtte motiivide ning roheliste toodete keskkonnamõjuga olid samuti olulised barjäärid, mis tulemustes esinesid. (*Ibid.*, lk 47)

Ede *et al.* (2011, lk 47) uurisid erinevaid jätkusuutliku toiduga seotud aspekte Euroopa, Austraalia ja Põhja-Ameerika tudengite seas, sealhulgas ka barjääre. Sarnaselt eelnevalt käsitletud uuringutele osutusid kõige tugevamateks barjäärideks jätkusuutliku toidu maksumus, raske kättesaadavus ja madal teadlikkus. Olulisemate barjääridena toodi välja veel ajapuudust, poeskäimise ajal jätkusuutlikkusele mõtlemise unustamist, maitset ja puudulikku söögitegemise oskusi. (*Ibid.*, lk 45)

### **1.2.2. Jätkusuutlikku tarbijakäitumist takistavate barjääride olemus**

Järgnevalt käsitletakse põhjalikumalt Sheoran ja Kumari (2022) teoreetilisest raamistikust tulenevaid jätkusuutlikku tarbijakäitumist takistavaid barjääre. Isiklikust normist ehk hoiakust tulenevate barjääride puhul osutus Sheoran ja Kumari (2022) uuringus kõige tugevamaks barjääriks kõrge hind. Mitmetes uuringutes on veel ilmnenu jätkusuutlike toodete maksumus tugevaima barjäärina (Mäkinieniemi & Vainio, 2014, lk 15; Ede *et al.*, 2011, lk 51; Gleim *et al.*, 2013, lk 47). Kuna jätkusuutlikult tootvad ettevõtted peavad tasuma ka ökoloogiliste ja sotsiaalsete kulude eest, mida tavatootjad ei tee, on jätkusuutlikud tooted turul ebasoodsamas seisus (Ingenbleek, 2015, lk 915). Kõrge hind ohustab toote konkurentsivõimelisust tarbijate silmis (Sheoran & Kumar, 2022, lk 31). Seetõttu ostavad tarbijad ka edaspidi traditsioonilisi toidukaupu, kui jätkusuutlikud lahendused ei muutu odavamaks (Donati *et al.*, 2016, lk 49).

Inimese hoiak, et jätkusuutlike toodete tarbimine ei ole keskkonda säästev või ei avalda keskkonnale positiivset mõju, on samuti üheks oluliseks barjääriks (Sheoran & Kumar, 2022, lk 32). On võimalik, et tarbijad ei näe oma individuaalsel tarbimisel mõju jätkusuutliku tarbimise

edendamises. Tarbija võib olla seisukohal, et ühe inimese üksikudel ostudel on keskkonnanahoiule olematu efekt. (Gleim *et al.*, 2013, lk 46) Mann *et al.* (2018, lk 2719) on leidnud, et kuigi suur osa tarbijatest näeb jätkusuutlikult toitumist keskkonda säästva tegevusena, arvavad siiski paljud, et sellel on vaid marginaalne mõju. Lisaks selgus Hispaanias läbiviidud uuringust, et inimeste arvates puudub keskkonnasõbralikel tegevustel tegelikkuses oluline mõju. Selle järelduse tegid uuringu läbiviijad küsitlusest, kus nii keskkonda hoidvaid kui kahjustavaid tegevusi sooritava inimese mõju keskkonnale nähti samaväärsena ainult kahjustava käitumisega. (Pasca & Poggio, 2021, lk 5)

Rohepesu puhul on tegemist olukorraga, kus ettevõtted esitlevad oma tooteid kui rohelisi, ilma, et need tegelikult seda oleks. Tegemist on olulise barjääriga, mis tekitab tarbijas tootjate suhtes usaldamatust. (Sheoran & Kumar, 2022, lk 32) Rohepesu korral on tarbijal arusaam, et toode ei ole piisavalt väärt, et seda osta või kasutada (*Ibid.*, lk 22). Austraalias teostatud uuringus jätkusuutlikult toodetud riiete ostmise kohta ilmnis tajutav rohepesu barjäärina (Apaolaza *et al.*, 2022, lk 1). Ostukäitumine on otseselt negatiivselt mõjutatud, kui ettevõttepoolne kommunikatsioon roheliste toodete kohta tundub tarbijale ebausutav ning tekitab temas küsimusi või kahtluseid (*Ibid.*, lk 9). See võib viia olukorrani, kus tarbija enam antud valdkonda üldiselt ei usalda ning jätkusuutlike toodete ostmine on negatiivselt mõjutatud (*Ibid.*, lk 4).

Sheoran ja Kumari (2022) uuringus ilmnis subjektiivse normi kategoorias kõige tugevama barjäärina sotsiaalne kuvand. Tarbija on ühiskonna liige ning igapäevaselt kasutatavad tooted mõjutavad seda, kuidas teised teda näevad (Sheoran & Kumar, 2022, lk 32). Jätkusuutlikult käituvat tarbijat võidakse ühiskonnas ka veel praegugi portreerida elukauge, naiivse või naeruväärsena (Moisander & Pesonen, 2002, lk 335). Tarbimisharjumuste osas võivad välja kujuneda ka stereotüübid: Zepeda ja Deal (2009, lk 701) leidsid, et mahetoodete ostjaid sildistati tavatoodete tarbijate poolt „hipideks” ning osaliselt mahetooteid ostvate tarbijate poolt „pintsaklipslasteks”.

Toote vähene kasutamine inimesele olulistes ringkondades takistab selle vastuvõetavust (Sheoran & Kumar, 2022, lk 32), mis loob võimaluse barjääri tekkeks. Inimese tarbimine on tõenäolisemalt mittejätkusuutlik, kui ta on seotud inimestega, kes ei ole keskkonnateadlikud (Gleim *et al.*, 2013, lk 46). Kõige suuremat sotsiaalset survet ja mõju avaldavad tarbijale pereliikmed ja sõbrad (Niaura, 2013, lk 79; Sheoran & Kumar, 2022, lk 32). Salazar *et al.* (2013, lk 177) on leidnud, et inimene valib suurema tõenäosusega jätkusuutlikke tooteid, kui tema pere ja sõbrad neid tooteid



soovitavad. Teatud roll on aga ka seadustel, haridusasutustel, meedial, samuti organisatsioonidel, kuulsustel ja kolleegidel (Niaura, 2013, lk 79).

Veel üheks subjektiivsest normist tulenevaks barjääriks on madal teadlikkus (Sheoran & Kumar, 2022, lk 23). Austraalias läbiviidud uuringus ilmnis selgelt tarbijate teadmiste puudumine jätkusuutliku toitumise osas: enamik vastanutest väitis, et neil ei ole kunagi olnud kokkupuudet keskkonnasõbralike toitude tarbimist tutvustava informatsiooni või reklaamidega (Mann *et al.*, 2018, lk 2716). Ka Ede *et al.* (2011, lk 51) leidsid tudengeid uurides, et oluliseks takistuseks jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel oli teadmiste puudus. Selle all töid uuritavad välja, et poest toidu ostmise hetkeks oli toit juba läbinud mitmeid etappe, mistõttu valmistas ebakindlust, kuidas hinnata erinevate toitude jätkusuutlikkust (*Ibid.*, lk 52). Seega on jätkusuutlike toiduvalikute tegemine mõjutatud ka teadmistest, mida tarbija arvab tootmisprotsessi kohta omavat (Nardi *et al.*, 2019, lk 2252).

Sheoran ja Kumari (2022, lk 31) uuringus selgus, et tajutud käitumise kontrollist tekkivate barjääride seas on tugevaima mõjuga ebamugavus. Ebamugavust tekitab lisanduv pingutus või tagajärjed, millega tarbija peab leppima jätkusuutlikku käitumist omaks võttes (Follows & Jobber, 2000, lk 726). Barbarossa ja De Pelsmackeri (2016, lk 242) uuringust selgus, et ökotoodete puhul oli tajutaval personaalsel ebamugavusel oluline roll ning lisaks negatiivsele majanduslikule aspektile nähti vastutustundliku tarbimise puudusena ka ajakulu ja stressirohkust. Tarbijad, kes on harjunud traditsiooniliste toodetega, ei pruugi olla valmis tegema kognitiivseid kulusid, mis tulenevad alternatiivsete toodete kohta informatsiooni otsimisest ja analüüsimisest (Gleim *et al.*, 2013, lk 46). Lisaks on Lin ja Chang (2012, lk 133) leidnud, et tarbijad peavad keskkonnasõbralike toodete efektiivsust madalamaks võrreldes traditsiooniliste toodetega.

Tarbija kavatsuse kujunemist võib oluliselt takistada ka jätkusuutlike toodete tajutav kättesaadavus. Vaatamata positiivsele hoiakule on sellise tarbija puhul, kes arvab, et jätkusuutlike toodete kättesaadavus on halb, ka ostukavatsuse esinemine väiksem. (Vermeir & Verbeke, 2006, lk 185) Nii Nardi *et al.* (2019, lk 2252) kui Ede *et al.* (2011, lk 53) on välja toonud, et toodete kättesaadavus võib olla jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel oluliseks barjääriks. Vastuoluliselt eelnevalt väljatoodud uuringutele on aga Alam *et al.* (2020, lk 9) leidnud, et tajutaval kättesaadavusel ei ole selget mõju jätkusuutliku toidu tarbimise kavatsusele.

Kolmanda tajutud kontrolli käitumise barjäärina on Sheoran ja Kumar (2022) välja toonud jätkusuutliku toote kokkusobimatuse teiste olemasolevate esemetega. Näiteks päikesepaneelide puhul on tarbijate arvates üheks oluliseks murekohaks nende kokkusobimatus maja infrastruktuuriga ning paigaldus nõuaks ühtlasi maja renoveerimist või olulist täiendamist (Claudy *et al.*, 2013, lk 279). Antud barjäär on siiski asjakohane eelkõige tehnoloogiliste lahenduste puhul ning igapäevasemaid jätkusuutlikke tarbimisvalikuid see oluliselt ei mõjuta.

## **2. JÄTKUSUUTLIKU TOITUMISE OLEMUS JA UURINGU MEETOD**

Käesolevas peatükis käsitletakse jätkusuutliku toitumise olemust ning jätkusuutlikkuse rolli toiduvalikute tegemisel. Samuti kirjeldatakse läbiviidud uuringu meetodit.

### **2.1. Jätkusuutlik toitumine**

„Jätkusuutlik toitumine on vähese keskkonnamõjuga toitumine, mis toetab toidu- ja toitumisohutust ning praeguste ja tulevaste põlvkondade tervislikku elu. Jätkusuutlik toitumine kaitseb ja austab bioloogilist mitmekesisust ja ökosüsteeme, on kultuuriliselt vastuvõetav, juurdepääsetav, majanduslikult õiglane ja taskukohane; toitainete poolest piisav, ohutu ja tervislik; samal ajal loodus- ja inimressursse optimeeriv.” (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2012, lk 294).

Jätkusuutliku toitumise selgitamiseks on kirjanduses kõige laiemalt kasutatud üleval väljatoodud definitsiooni. Erinevad uuringud seostavad 26-34% inimtekkelistest kasvuhoonegaasidest toidutööstusega (Poore & Nemecek, 2018, lk 987; Crippa *et al.*, 2021, lk 198). Jätkusuutlikuma põllumajanduse saavutamiseks tuleks eelkõige muuta seaduseid, kuid ka igal tarbijal on oma tarbimisharjumuste abil võimalik keskkonnamõju aeglustada (Gifford & Chen, 2017, lk 166). Jätkusuutlik toitumine arvestab toidutootmise efektiivsuse, transpordi ja toidukadudega seotud aspektidega. Lisaks keskkonna- ja tervisealastele eelistele aitab jätkusuutlik toitumine tagada töötajatele õiglasema palga ja kindlustada järgmiste põlvkondade tulevikku. (Jätkusuutlikkus, 2023)

Eesti tarbijate jaoks on Tervise Arengu Instituut koostanud soovitusel jätkusuutlikuks toitumiseks, milleks on (Jätkusuutlikkus, 2023):

1. Toituda bioloogiliselt mitmekesiselt.
2. Toituda võimalikult lähedalt pärinevatest, kohalikest, hooajalistest või ise kasvatatud toitudest.

3. Piirata liha- ja piimatoodete tarbimist.
4. Vältida toidu raiskamist ja toidujäätmete tekkimist.
5. Teadvustada indiviidi harjumuste laiemat mõju ning tarbida toitu mõtestatult.

Keskkonnasõbralik toitumine põhineb seega eelkõige taimsele toidule (Toidufoor, 2023). Lisaks on jätkusuutliku toidu elementidena välja toodud ka tervislikku ja tasakaalustatud toitu, mahetoitu, kliimasõbralikke tooteid, vegantoitumist, bioloogilist mitmekesisust, loomade heaolu ja säästvat kalandust (StratKIT+, 2023).

Empiirilistes uuringutes kasutatakse keskkonnasõbralikus toitumises tarbitavate toidukaupade kirjeldamiseks lisaks „jätkusuutlikule“ ka paralleelselt mõisteid „mahe“, „öko“ ja „roheline“. Mahetoitu toodetakse ilma taimekaitsevahendite kasutamiseta, et vältida kemikaalide jõudmist keskkonda ja kaitsta loodust (Jätkusuutlikkus, 2023). Ökomärgisega tooted on väiksema keskkonnamõjuga kui tavatooted ja seda terve toote elutsükli poolest (Keskkonnaministeerium, 2021). Ökomärgiste eesmärk on aidata inimesel teadlikult tarbida ning tõendada, et ökomärgise saanud toote mõju tervisele ja keskkonnale on ohutum (Ringmajandus, 2023). Rohelised tooted on sellised, mille loomisel on kasutatud taaskasutust: näiteks taastuvaid, mürgivabasid või biolagunevaid ressursse. Samuti on roheliste toodete puhul tähtis ka keskkonnamõju parandamine või keskkonnakahjude vähendamine. (Durif *et al.*, 2010, lk 31)

Mahetoidu tootmist esitletakse sageli jätkusuutliku lahendusena probleemile, mis seisneb maailma aina suureneva elanikkonna toitumises (Miller, 2014). Vastukaaluks leiti Euroopas läbiviidud traditsioonilist ja mahepõllumajandust võrdlevas uuringus, et mahepõllumajanduses olid tooteühiku kohta kõrgemad nii ammoniaagi emissioon, lämmastiku leostumine kui dilämmastikoksiidi heitkogused. Samuti selgus, et suuremad olid ka maakasutus ning eutrofeerumise ja hapestumise tõenäosus. (Tuomisto *et al.*, 2012, lk 309) Ka Tervise Arengu Instituut on toonud välja, et kuigi taimekaitsevahendite kasutamise vältimise abil pööratakse mahepõllumajandusega tähelepanu looduse mitmekesisuse säilitamisele, vajab mahetootmine taimekasvatuseks rohkem maa-ala (Jätkusuutlikkus, 2023).

Lisaks on Ritchie ja Roser (2022) leidnud Poore ja Nemecek (2018) uuringu andmetele tuginedes, et ülemaailmselt pärineb transpordist vaid 5% toidusektori emissioonidest. Küll aga soovitatakse sageli jätkusuutliku toitumisega seoses süüa kohalikku toitu. Tegelikult on transpordi asemel oluliselt suurem tähtsus tarbitava toidu tüübil. Kohalikul veiselihal on võrreldes hernestega

kordades suurem keskkonnamõju ka siis, kui herned on meieni transporditud üle mitme mandri. (Ritchie & Roser, 2022)

Poolas läbiviidud uuringus uuriti jätkusuutlikkuse rolli toiduvaliku tegemisel ning leiti, et tarbijate jaoks on tähtsaimad faktorid maitse, toidu kvaliteet, mõju tervisele ja ohutus. Keskkonnakaitse ja kohalike tootjate toetamine on üldjuhul teisejärgulised motivaatorid. (Rejman *et al.*, 2019, lk 1335) Ameerika tarbijate seas sarnasest läbiviidud uuringust leiti, et olulisimat rolli omasid toidukauba hind, tervislikkus, maitse ja aeg (Fox *et al.*, 2021, lk 1). Ka antud uuringus jäid keskkonna ja eetiliste küsimustega seotud tegurid olulisuselt alla teistele, eriti hinnaga seotud teguritele (*Ibid.*, lk 7). Austraalia tarbijate puhul selgus samuti, et seitsme valikut mõjutava faktori hulgast hinnati kõige vähem olulisemaks toidukauba keskkonnamõju. Sarnaselt eespool väljatoodud uuringutele ilmnesisid tähtsaimate toiduvaliku mõjutajatena tervislikkus, maitse ja hind. (Mann *et al.*, 2018, lk 2718)

Käesoleva töö kirjutamise ajal viidi Eesti tarbijate seas läbi uuring, millest selgus, et 74% Eesti inimestest on valmis keskkonnasõbraliku toote eest maksma kõrgemat hinda. 5% rohkem on valmis maksma 35% elanikest ja 10% rohkem 24% elanikest. (Kantar Emor, 2023)

## **2.2. Andmekogumismeetod**

Antud bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada Eesti tarbijaid takistavad barjäärid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel. Saavutamaks võimalikult laia ülevaadet Eesti tarbijatest, valiti uuringu teostamiseks kvantitatiivne uurimismeetod ja viidi läbi ankeetküsitlus. Küsimustiku (Lisa 1) ülesehitus põhineb planeeritud käitumise teooriale, Sheoran ja Kumar (2022) jätkusuutlikus tarbijakäitumises esinevate barjääride raamistikule ja eelnevates uuringutes ilmnunud barjääridele. Lisaks sooviti uurida tarbijate teadmiseid ja harjumusi seoses jätkusuutlikult toitumisega. Seetõttu kasutati Google Forms keskkonda loodud küsimustikus jätkusuutlike toidukaupadega sobivaks muudetud väiteid ja barjääre Mäkinieni ja Vainio (2014), Paul *et al.* (2016), Sheoran ja Kumar (2022), Ede *et al.* (2011) ning Liu *et al.* (2020) uuringutest (Lisa 2).

Küsitlus viidi läbi internetis eelkõige selle eeliste tõttu, milleks on näiteks kõrge vastamismäär, lühike vastuste kogumise periood ning aja- ja kuluefektiivsus (Mertler, 2002, lk 49-50). Internetiküsitluse puudustena saab välja tuua küsitleja füüsilise kohaolu puudumise, mistõttu ei

ole vastajal võimalik segaste mõistete kohta selgitust küsida ega küsitlejal lisaküsimusi esitada. Samuti võib internetiküsitluse jagamine vaid oma tuttavate seas viia olukorrani, kus mõni konkreetne seisukoht on üleesindatud. (Ball, 2019, lk 414)

Sissejuhatava küsimusena küsiti vastajatelt jätkusuutlikult toitumise mõistest varasemalt kuulmise kohta. Vastajatel, kes olid antud terminist kuulnud, tuli oma sõnadega avatud küsimuse vastuses selgitada, mida jätkusuutlik toitumine nende jaoks tähendab. Järgnevalt küsiti Mäkinieni ja Vainio (2014) uuringule tuginedes tarbijate jätkusuutlikke toitumisharjumusi skaalal, kus üheks piiriks oli „mitte kunagi“ ja teiseks „peaaegu iga päev“. Analüüsis kodeeriti skaala väärtused vastavalt harjumuste tiheduse kasvule numbritega 1-7. Vastajate kavatsuste hindamiseks jätkusuutlike toidukaupade ostmise suhtes kasutati küsimustikus Paul *et al.* (2016) uuringust viit väidet. Kavatsuse kohta käivaid ja järgnevate dimensioonide väiteid paluti hinnata 5-pallisel Likerti skaalal, milles 1 tähendas täielikku mitterõustumist ja 5 täielikku nõustumist.

Jätkusuutlike toidukaupadega seotud barjääride tugevust mõõdeti tuginedes Sheoran ja Kumar (2022) raamistikule. Juurde lisati ka varasemates uuringutes esinenud barjäärid, mida autor pidas oluliseks uurida, kuid välja otsustati jätta kokkusobimatuse barjäär, sest jätkusuutliku toidu kontekstis ei ole see oluline. Hoiakust tulenevaid barjääre kirjeldas kuus väidet, millest kolm pärinesid Sheoran ja Kumar (2022) ning kolm Mäkinieni ja Vainio (2014) uuringust. Subjektiivselt tulenevate barjääride puhul kasutati kolme Sheoran ja Kumar (2022) uuringu väidet. Tajutud käitumise kontrollist tulenevatest barjääridest pärinesid kaks Sheoran ja Kumar (2022), üks Mäkinieni ja Vainio (2014) ning üks Ede *et al.* (2011) uuringust. Seejärel uuriti lähemalt planeeritud käitumise teooriat seoses jätkusuutlike toidukaupadega, kus esimesena paluti vastajal hinnata kolme hoiakuga seotud väidet, mis pärinesid Liu *et al.* (2020) uuringust, ning järgnevalt nelja subjektiivset normi ja seitset tajutud käitumise kontrolli käsitlevat väidet Paul *et al.* (2016) uuringust.

Seejärel paluti vastajatel hinnata erinevate toiduainete tootmisega seotud kasvuhoonegaaside keskkonnamõju 7-pallisel Likerti skaalal, kus 1 tähendas väga väikest mõju ja 7 väga suurt mõju. Hinnatavad toiduained valiti Ritchie ja Roser (2022) arvutatud andmete põhjal, mis näitavad kasvuhoonegaaside emissioonide hulka ühe kilogrammi toiduaine kohta. Arvutused põhinevad Poore ja Nemeceki (2018) uuringule. Küsimustikku valiti kolm suure (veiseliha, juust, sealih), kolm keskmise (muna, piim, tomat) ja kolm väikse keskkonnamõjuga (nisu ja rukis, herned, kartul) toiduainet.

Ankeedi lõpus uuriti lähemalt vastajate sotsiaaldemograafilisi näitajaid ning esimeses peatükis selgitatud soole, vanusele, sissetulekule ja haridusele lisaks sooviti täpsemalt uurida ka erinevusi toitumisharjumuse lõikes. Seetõttu tuligi eelmise küsimuse temaatikast tulenevalt vastajatel kõigepealt märkida, milline variantidest iseloomustab nende igapäevaseid toitumisharjumusi kõige paremini, et üleminek sotsiaaldemograafilistele küsimustele oleks sujuv. Toitumisharjumuste kirjeldamiseks esitati küsimustikus vastavad definitsioonid (RSPCA Assured, 2021; Eesti Vegan Selts, 2023; Taimetoitus, 2023), mida kohendati vastajale lihtsamaks. Järgnevalt tuli vastajatel loogilises järjekorras märkida ka enda sugu, vanus, keskmine ühe kuu netosissetulek pereliikme kohta viimase 12 kuu jooksul ning kõrgeim lõpetatud haridustase. Sissetuleku ja hariduse puhul kasutati Relle ja Veidemani (2021) uuringut. Hariduse juures otsustati haridusastmeid kokku koondada, kuid siiski sooviti võrrelda kõrghariduse tasemetel esinevaid erinevusi, sest Salazar *et al.* (2013, lk 177) uuringu järgi valivad jätkusuutlikke tooteid eelkõige kõrgharidusega inimesed. Sissetuleku küsimuse puhul lisati ka vastusevariant „Ei soovi avaldada”.

Uuringu teostamisele eelnevalt testis küsimustikku kuus inimest. Testimise järgselt parandati kõigepealt väiteid arusaadavamaks. Algselt sisaldus ankeedis jätkusuutliku toitumise definitsioon, kuid üks testijatest tagasisidestas, et definitsiooni nägemine pärast mõiste oma sõnadega selgitamist tekitas soovi minna selgitust parandama. Kuna autori eesmärgiks oli välja selgitada inimeste teadmised, otsustati pärast juhendajaga konsulteerimist definitsioon eemaldada. Jätkusuutliku toidu olemust jäi siiski selgitama jätkusuutlike toiduvalikute väidete plokk, mis kajastas jätkusuutliku toitumise erinevaid aspekte. Töö autori poolt küsitletud vastajad tagasisidestasid, et antud väited olid piisavad mõistmaks jätkusuutlikult toitumise sisu edasisele küsimustikule vastamiseks ka siis, kui testija eelnevalt jätkusuutlikkusega seotud teemadega tuttav ei olnud.

Küsitlus viidi läbi perioodil 11.-19.03.2023, mil seda levitati esmalt erinevates toitumis- ja keskkonnaalaastes Facebooki gruppides. Samas oli eesmärgiks saada vastuseid ka antud teemadest kaugematelt inimestelt, et tulemused ei oleks liiga ühepoolsed. Seega jagas töö autor küsitlust ka teistesse gruppidesse ja internetifoorumitesse, postitas küsitluse linki personaalsetes sotsiaalmeedia kanalites ning palus seda jagada oma tuttavatel.

### 2.3. Andmeanalüüs ja valim

Käesoleva töö andmeanalüüsi teostamiseks rakendati andmetöötlusprogrammi Microsoft Excel ja selle lisamoodulit Real Statistics. Kõigepealt tuvastati vastajate jaotumine sageduse järgi, vastuste ja dimensioonide aritmeetilised keskmised, standardhälbed ning dimensioonide Cronbachi alfad ja dispersioonid.

Töö autor soovis barjääride tugevuste vahel välja selgitada erinevusi sotsiaaldemograafiliste näitajate võrdluses ning kõrvutada neid teoreetilises osas esitletud varasemate uuringutega, sest saadud tulemuste põhjal on võimalik barjääride madaldamisel tegeleda konkreetsete sihtgruppidega. Seega viidi kõigi barjääride puhul soolises võrdluses läbi F-test valemiga F.TEST ning jätkati vastavalt Studenti või Welchi t-testiga Microsoft Exceli võimaluste *t-Test: Two-Sample Assuming Equal Variances* või *t-Test: Two-Sample Assuming Unequal Variances* abil. Toitumisharjumuse, vanuse, sissetuleku ja hariduse lõikes teostati Levene'i test valemiga LEVENE kasutades, millele järgnes ANOVA *Single-Factor* funktsiooni või WELCH\_TEST valemi abil dispersioonanalüüs.

Dispersioonanalüüside puhul rakendati lisaks veel *post-hoc* teste, kus Games-Howelli test teostati ANOVA: *Single-Factor* funktsiooni järelvalikuga. Fisher LSD testi jaoks leiti kõigepealt võrreldavate gruppide aritmeetiliste keskmiste vahe absoluutväärtuses esitatuna. Saadud tulemust võrreldi Fisheri teststatistikuga, mille arvutamiseks kasutati alljärgnevat valemit (Glen, 2023):

$$LSD_{A,B} = t_{0,05/2,DFW} \sqrt{MSW(1/n_a + 1/n_b)} \quad (1)$$

kus:

$t_{0,05/2,DFW}$  – t kriitiline väärtus;

$MSW$  – gruppidesisene keskruut;

$n$  – aritmeetilise keskmise arvutamiseks kasutatud hinnangute arv.

Et leida planeeritud käitumise teooria tegurite seoseid jätkusuutliku toidu ostmise kavatsusega, viidi läbi korrelatsioonanalüüs Spearmani korrelatsioonikordaja abil. Korrelatsioonanalüüsiga sooviti välja selgitada, milline planeeritud käitumise teooria teguritest on antud uuringus kavatsusega kõige tugevamas seoses ning võrrelda saadud tulemusi eelnevate uuringutega. Leitud seoseid hinnati Tabelile 1 tuginevalt:



Tabel 1. Spearmani korrelatsioonikordaja tõlgendamine

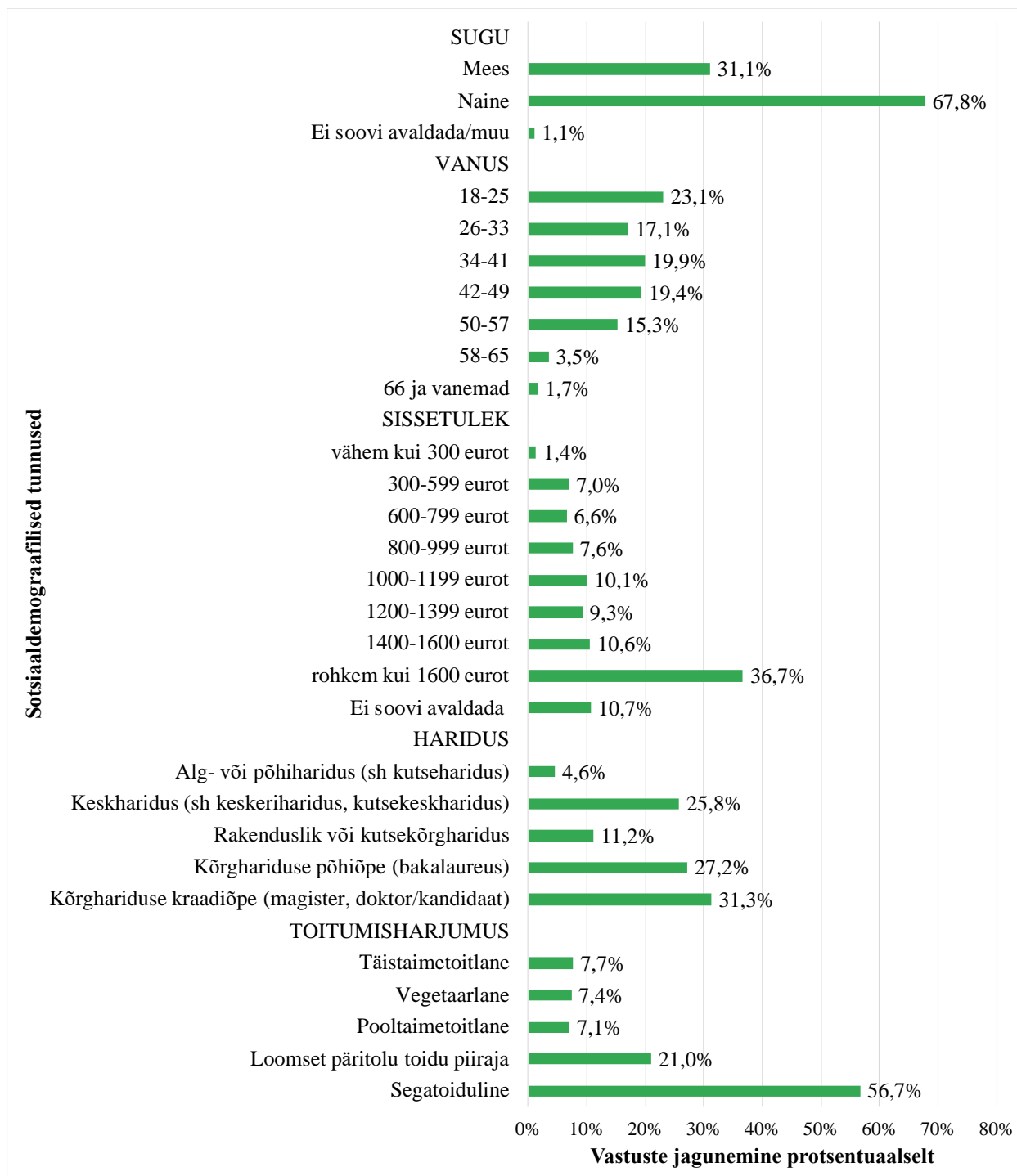
Korrelatsioonikordaja $r_s$	Tõlgendus
0-0,20	Ebaoluline seos
0,21-0,40	Nõrk seos
0,41-0,60	Keskmine seos
0,61-0,80	Tugev seos
0,81-1,00	Väga tugev seos

Allikas: Prion & Haerling (2014, lk 536)

Pärast korrelatsioonanalüüsi viidi läbi ka regressioonanalüüs, kus kõigepealt uuriti multikollineaarsust, võeti välja erindid ning seejärel loodi regressioonimudel. Regressioonanalüüsi eesmärgiks oli kontrollida planeeritud käitumise teooria kehtivust ning luua mudel, mis kirjeldaks jätkusuutliku toidu ostmise kavatsust.

Käesolevas uuringus on kasutatud mittetõenäosuslikku valimit, täpsemalt mugavusvalimit. Mugavusvalimi puhul koosneb valim uuritavatest, keda on uurijal kerge uuringusse kaasata. Uuritavateks võivad sel juhul olla uurija enda tuttavad, näiteks sugulased, õpilased, naabrid. Seetõttu ei saa mugavusvalimi kasutamise korral ka uuringu tulemusi üldistada laiemale populatsioonile, sest uuringu käigus kogutud andmed annavad edasi vaid uurijat ümbritsevate inimeste hinnanguid. (Rämmer, 2014)

Lõplikuks valimiks jäi pärast alaealiste ja ebakorrektselt täidetud ankeetide eemaldamist 633 vastajat (Joonis 3). Küsimustikule vastanute hulgast olid 67,8% naised ja 31,1% mehed. Enim vastanuid kuulub vanusegruppi 18-25 ja kõige vähem vastanuid on üle 66-aastased. 36,7% vastanute netosissetulek pereliikme kohta on ühes kuus üle 1600 euro ning rohkem kui poolte vastanute puhul on see kõrgem kui 1200 eurot. Samuti omavad rohkem kui pooled vastanud ehk 58,5% kõrgharidust. Kõige rohkem ehk 56,7% vastanutest on segatoidulised.



Joonis 3. Valimi profiil, % kõigist vastajatest, n=633  
Allikas: autori koostatud

Tulenevalt asjaolust, et käesoleva uuringu valim koosnes erinevate Facebooki gruppide liikmetest, internetifoorumite külastajatest, töö autori sotsiaalmeedia sõpradest ja kursusekaaslastest, ei saa käesoleva bakalaureusetöö tulemusi laiendada kogu Eestile, sest antud valimiga ei ole saavutatud esinduslikkust üldkogumi ehk Eesti rahvastiku suhtes.

### **3. UURING JÄTKUSUUTLIKE TOIDUVALIKUTE TEGEMISEL ESINEVATEST BARJÄÄRIDEST**

Käesolevas peatükis esitletakse uuringu tulemusi ning tehakse ettepanekuid ja järeldusi edasisteks tegevusteks.

#### **3.1. Uuringu tulemused**

##### **3.1.1. Teadmised ja harjumused seoses jätkusuutlikult toitumisega**

Enamik vastajatest ei ole jätkusuutlikult toitumisega eelnevalt tuttavad. Kõige rohkem vastanuid ehk 38,7% märkis, et nad ei ole jätkusuutlikust toitumisest enne kuulnud ja 23,7% vastanutest ei osanud öelda, kas nad on antud terminist kuulnud. Jätkusuutlikult toitumise termin on tuttav 34,5%-le vastajatest.

Jätkusuutlikult toitumisest enne kuulnud vastajad suunati avatud küsimuse juurde ning paluti selgitada, mida antud termin nende jaoks tähendab. Kirjelduste analüüsis loetleti igas vastuses kasutatud märksõnu vastavalt teemadele. Pärast kõigi kirjelduste analüüsimist liideti sarnaseid sobivaid grupe ka ülevaatlikkuse tagamiseks kokku ning joonisele arvestati sisse märksõnad, mida mainiti rohkem kui kolm korda.

Enamike vastanute jaoks tähendab jätkusuutlik toitumine eelkõige keskkonnale ja kliimale kahjuliku mõju vähendamist, mida oskasid välja tuua rohkem kui pooled vastajad (Joonis 4). Umbes kolmandik ehk 32,9% vastajatest kirjeldab jätkusuutlikult toitumist kohaliku toidu tarbimisena.

Sagedamini mainiti veel tervisliku ja mitmekesise toitumise aspekti ning teati rohkem toiduraiskamise vähendamisest ja taimsest toitumisest. Mahetooteid ja mahepõllumajandust tõi mõiste kirjeldamisel välja 7,1% vastajatest. Harvem nähti jätkusuutlikult toitumisel seost loomade heaolu ja järeltulevate põlvkondadega arvestamisega, taskukohasusega ning ökotoodetega.

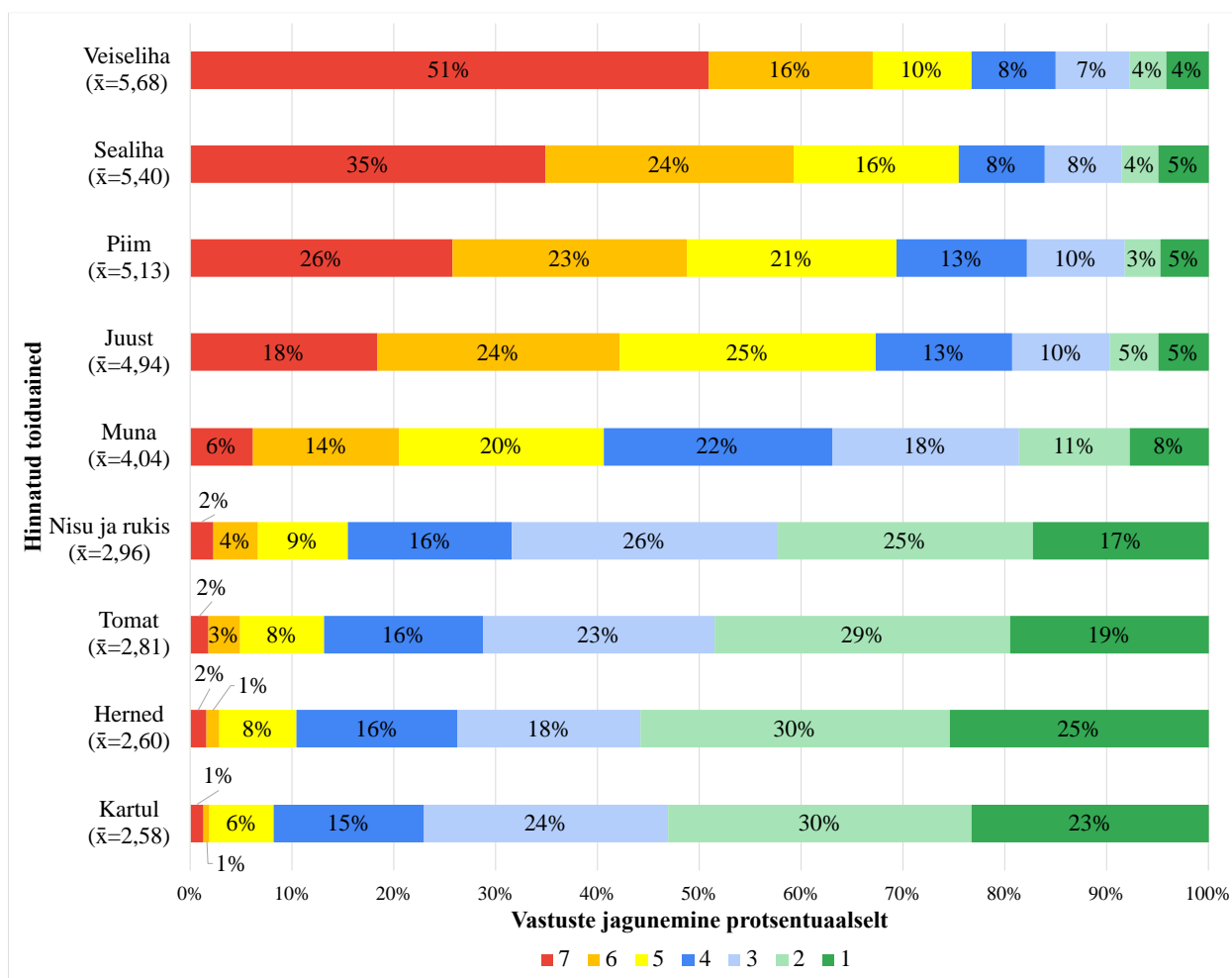


Joonis 4. Uuringus osalejate selgitused küsimusele „Palun kirjutage, mida tähendab Teie jaoks jätkusuutlik toitumine?“, % kõikidest vastanutest, n=225  
Allikas: autori koostatud

Erinevate toiduainete tootmisega seotud kasvuhoonegaaside keskkonnamõju puhul oli vastajate keskmine hinnang õige suurima ja väikseima mõjuga toiduainete puhul ehk veiseliha ( $\bar{x}=5,68$ ) ja kartuli ( $\bar{x}=2,58$ ) hindamisel (Joonis 5). Ka teine kõige väiksema mõjuga toiduaine, herned, sai vastanute poolt õigesti hinnatud ( $\bar{x}=2,60$ ). Samas hinnati nii sealihaga ( $\bar{x}=5,40$ ) kui piimaga ( $\bar{x}=5,13$ ) tootmisega seotud kasvuhoonegaaside keskkonnamõju kõrgemaks kui juustu ( $\bar{x}=4,94$ ) puhul.

Tegelikkuses paikneb juust teisel kohal ning sellele järgnevad vastavalt sealihaga, muna ja piim, seega hinnati ka munadega seotud kasvuhoonegaaside keskkonnamõju reaalsest madalamaks ( $\bar{x}=4,04$ ). Kohad vahetasid veel nisu ja rukis ( $\bar{x}=2,96$ ) ning tomat ( $\bar{x}=2,81$ ), kus esimese keskkonnamõju arvati olevat suurem. Üldine vastuste suunitus näitab aga, et tarbijad teavad, et

loomset päritolu toiduainete tootmisest tulenevatel kasvuhoonegaasidel on suurem keskkonnamõju võrreldes taimsete toiduainete tootmise ja kasvatamisega.



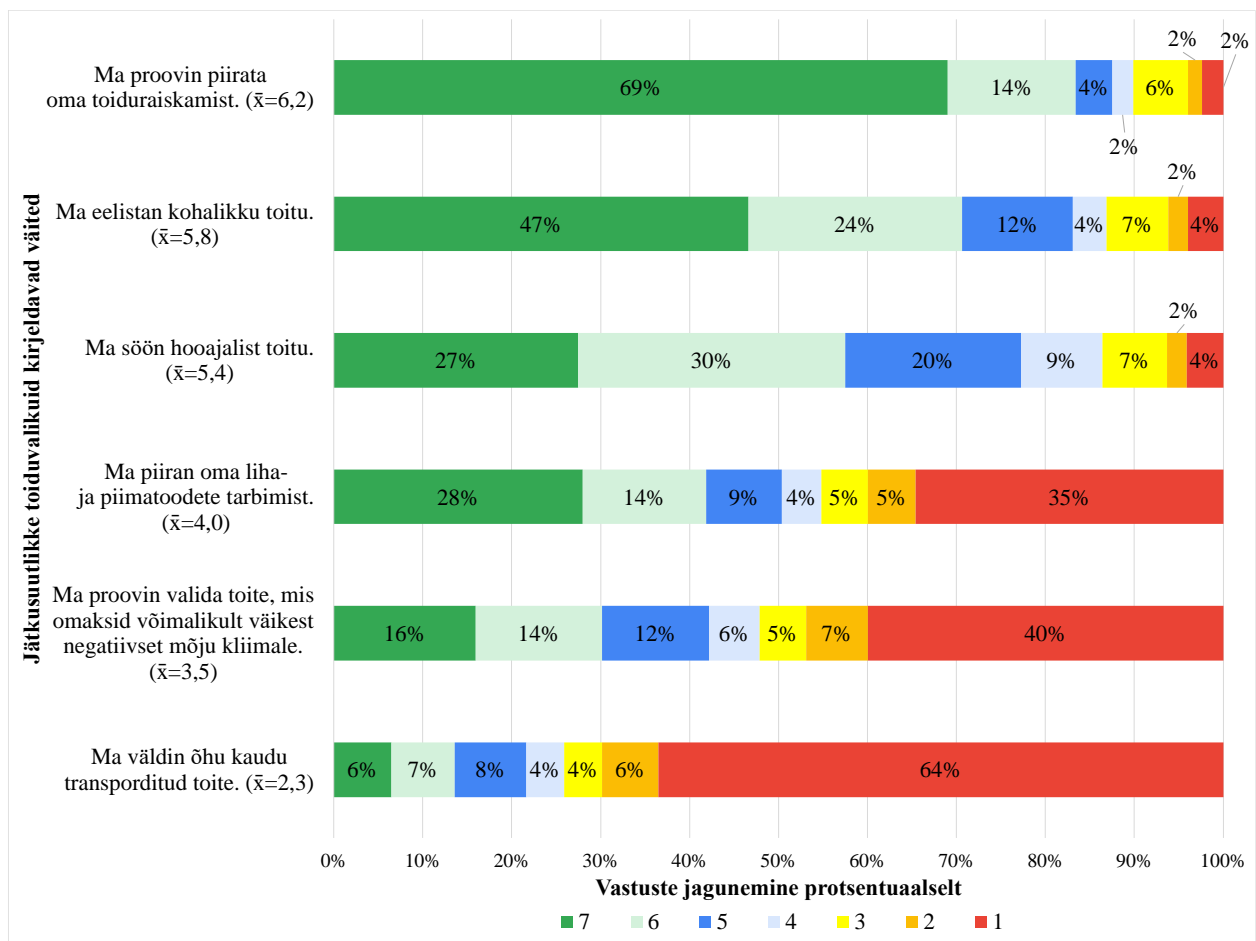
Joonis 5. Uuringus osalejate hinnangud toiduainete tootmisega seotud kasvuhoonegaaside keskkonnamõju kohta, %, n=633

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. 7 – “väga suur mõju”, 1 – “väga väike mõju”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Jätksuutlikult toitumise puhul on vastajate seas kõige rohkem levinud harjumused toiduraiskamise piiramine (69%), kohaliku toidu eelistamine (47%) ja hooajalise toidu söömine (27%) (Joonis 6), mille puhul saab võimalike põhjustena välja tuua nii lihtsuse igapäevastesse toitumisharjumustesse lõimimisel kui asjaolu, et antud teemasid võib seni olla avalikkuses rohkem kajastatud.



Joonis 6. Uuringus osalejate jätkusuutlik toitumine, %, n=633

Allikas: autori koostatud

Märkused:

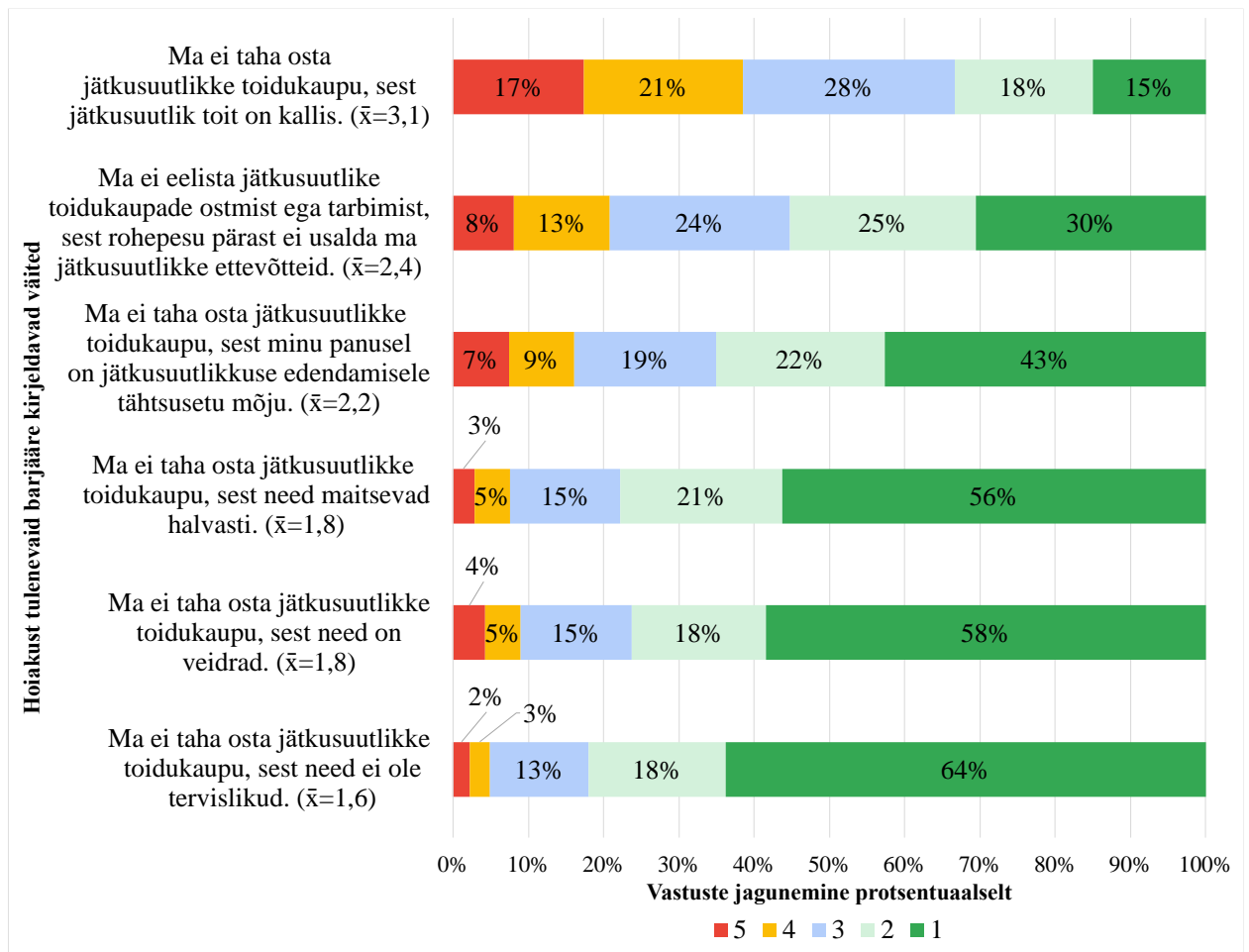
1. 7 – “peaaegu iga päev”, 6 – “1+ korda nädalas”, 5 – “1+ korda kuus”, 4 – “1+ korda poolaastas”, 3 – “1+ korda aastas”, 2 – “alla 1 korra aastas”, 1 – “mitte kunagi”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Rohkem kui pooled vastajad (64%) ei väldi mitte kunagi õhu kaudu transporditud toite, mida saab seostada informatsiooni puudumisega toidukaupade päritolu ja transpordiviiside kohta. Harvem valitakse ka võimalikult väikse kliimamõjuga toite ning piiratakse liha- ja piimatoodete tarbimist, kus vastavalt 47% ja 40% vastajatest teevad neid jätkusuutlikke toiduvalikuid vähem kui kord aastas.

### 3.1.2. Jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel esinevad barjäärid

Järgnevalt analüüsiti jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel esinevaid barjääre. Hinnangute tõlgendamisel loeti väitega nõustumiseks hindeid „5“ ja „4“ ehk neid märkinud vastajate hinnangul barjäär eksisteerib. Hinnangu väärtust „3“ arvestati neutraalseks ning hinnanguid „2“ ja „1“ arvestati väitega mittenoustumisena ehk neid hinnanguid märkinud vastajad barjääri ei tunneta.

Hoiakust tulenevate barjääride puhul on selgelt kõige tugevamaks jätkusuutliku toidu hind ( $\bar{x}=3,1$ ), millega on täielikult nõus 17% vastajatest (Joonis 7). Olulisemad barjäärid on veel usaldamatus jätkusuutlike ettevõtete vastu seoses rohepesuga ja hoiak, et üksikisikul on jätkusuutlikkuse edendamisele tähtsusetu mõju, millega nõustus täielikult vastavalt 8% ja 7% vastajatest. Madalamate barjääradena saab nimetada jätkusuutliku toidu halva maitse, veidruse ja ebatervislikkuse, mida üle poolte vastajatest hindas hindegaga „1“.



Joonis 7. Uuringus osalejate hoiakust tulenevad barjäärid, %, n=633

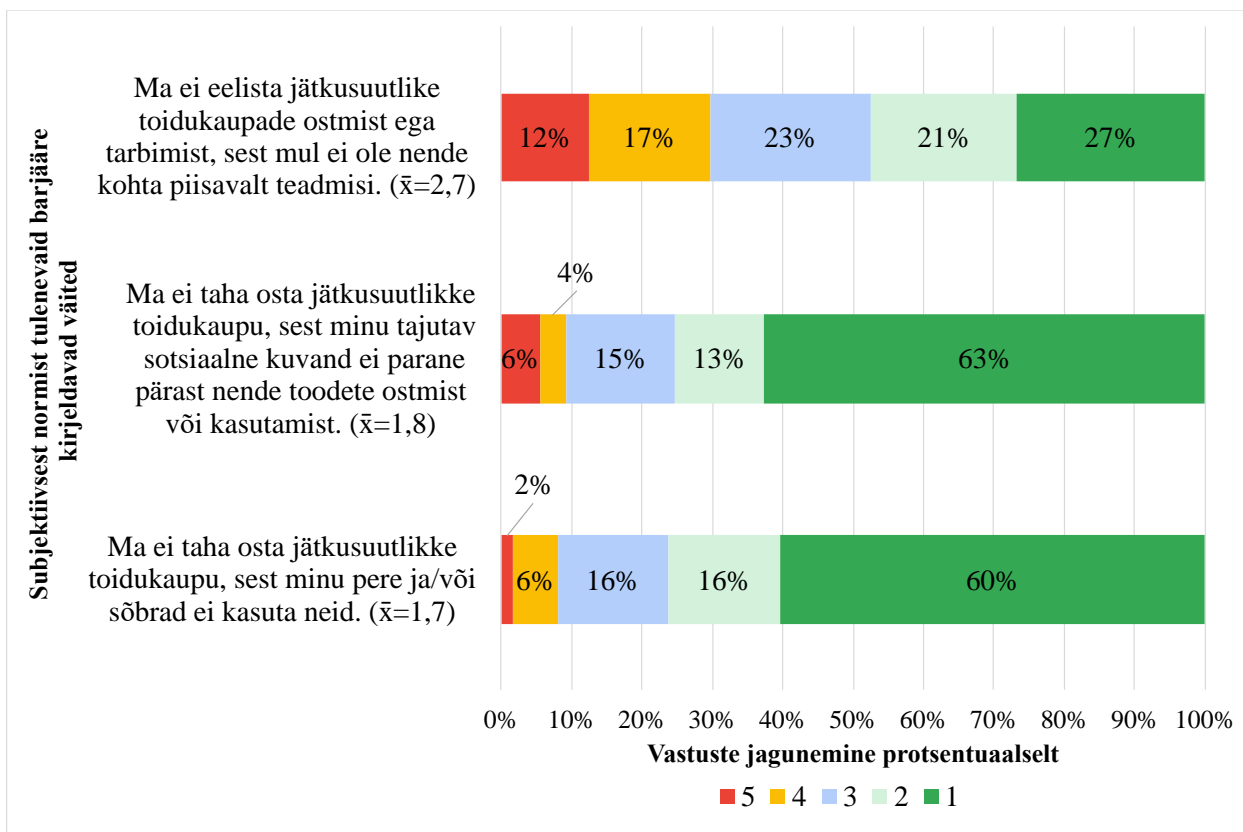
Allikas: autori koostatud

Märkused:

- 5 – “nõustun täielikult”, 1 – “ei nõustu üldse”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Subjekttiivselt normist tulenevatest barjääridest saab kõige olulisemana välja tuua teadmiste puudumise, mis on teistest märgatavalt kõrgema keskväärtusega ( $\bar{x}=2,7$ ), olles siiski vaid veidi kõrgem skaala keskväärtusest (Joonis 8). 12% vastanutest nõustusid täielikult ehk märkisid enda hinnanguks „5“ ja 17% hindasid hindegaga „4“, et nende jaoks on teadmiste puudumine oluline takistus jätkusuutliku toidu tarbimisel.

Nii mõju sotsiaalsele kuvandile kui pere- või sõpradepoolne toodete mittekasutamine ei eksisteeri olulise barjäärina: vähemalt 60% vastanute hinnang antud barjääridele oli „1“. Vaid 2% vastanutest oli täielikult nõus, et perel ja/või sõpradel on takistav mõju nende jätkusuutliku toidu ostmisele.



Joonis 8. Uuringus osalejate subjektiivsest normist tulenevad barjäärid, %, n=633

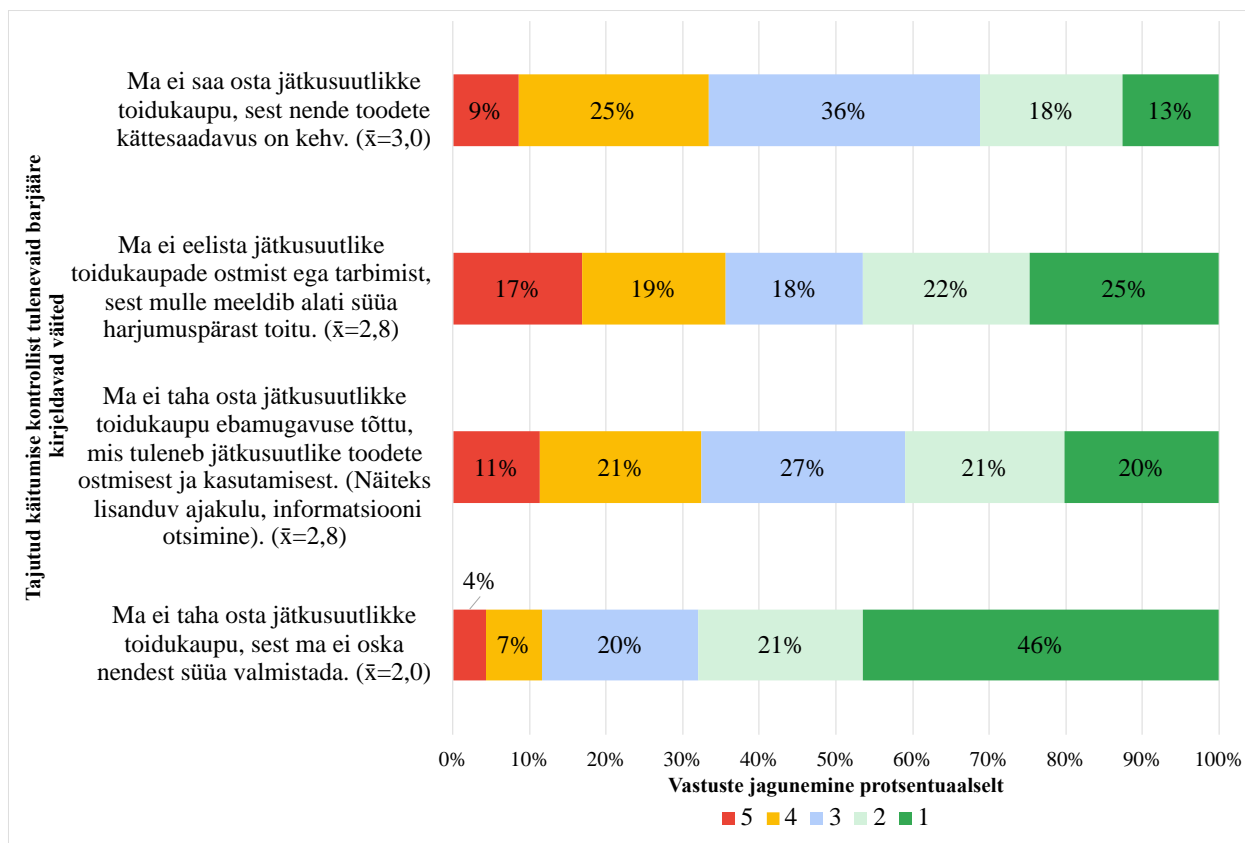
Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. 5 – “nõustun täielikult”, 1 – “ei nõustu üldse”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Tajutud käitumise kontrolliga seotud barjääride puhul on tugevaimaks barjääriks jätkusuutlike toidukaupade kehv kättesaadavus, kus barjääri keskmine hinnang oli kõrgeim ehk  $\bar{x}=3,0$  (Joonis 9). 9% vastajatest nõustus täielikult, et kättesaadavus on oluline barjäär ja 25% vastajatest märkisid oma hinnanguks hinde „4“.





Joonis 9. Uuringus osalejate tajutud käitumise kontrollist tulenevad barjäärid, %, n=633

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. 5 – “nõustun täielikult”, 1 – “ei nõustu üldse”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Teiste skaala keskväärtusest kõrgemate tajutud käitumise kontrolli barjääridena esinesid veel soov süüa harjumuspärasest toitu ning tajutav ebamugavus seoses jätkusuutlike toodetega, millega nõustus täielikult vastavalt 17% ja 11% vastajatest. Madalama barjäärina nähti puudulikke söögitegemise oskusi, kus hindegaga „1“ hindas väidet 46% ja hindegaga „2“ 21% vastajatest.

### 3.1.3. Jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel esinevad barjäärid sotsiaaldemograafiliste näitajate võrdluses

Järgnevalt viidi läbi t-testid ja dispersioonanalüüsid erinevate sotsiaaldemograafiliste näitajate võrdlemiseks olulisuse nivool 0,05. Toitumisharjumuste dispersioonanalüüsis ilmneb gruppide vahel statistiliselt olulisi erinevusi kõigis barjäärides (Lisa 3; Lisa 4). Suurimad vahed esinevad täistaimetoitlaste ja segatoiduliste vahel, kuid erinevusi leidub ka teiste gruppide võrdluses. Seega on segatoiduliste barjäärid tugevaimad ning täistaimetoitlaste kõik barjäärid jäävad alla skaala keskväärtuse, mis viitab madalale barjääride tasemele.

Seejärel võrreldi barjääride tugevust meeste ja naiste vahel t-testi abil. Statistiliselt olulisi erinevusi esineb kõigis barjäärides, välja arvatud kõrge hinna, pere- ja/või sõpradepoolse toetuse puudumise ning kehva kättesaadavuse puhul (Lisa 5; Lisa 6). Meeste jaoks on jätkusuutlike toiduvalikute tegemisega seotud barjäärid oluliselt tugevamad kui naistel. Planeeritud käitumise teooria tegurite võrdluses ei ilmne, et mõne teguri puhul oleks rohkem barjääre, mille puhul esineb olulisi erinevusi. Soolisest analüüsist eemaldati seitse vastanut, kes oma sugu avaldada ei soovinud.

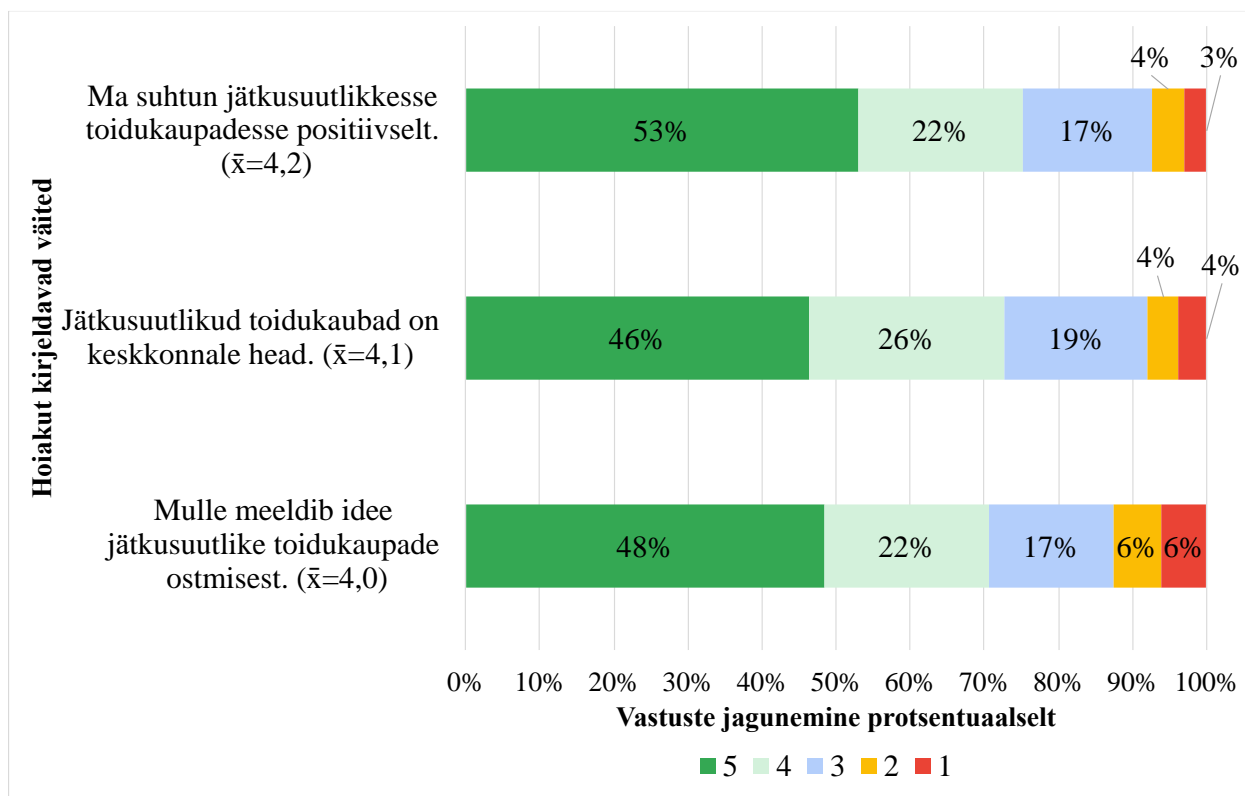
Järgmisena jätkati dispersioonanalüüsiga vanusegruppide võrdluses. Statistiliselt olulised erinevused leiti kõrge hinna, indiviidi mõju tähtsusetuse, rohepesuga seotud usaldamatuse, jätkusuutliku toidu veidruse ja ebatervislikkuse ning sotsiaalse kuvandi barjääride puhul (Lisa 7; Lisa 8). Seega on erinevused seotud peamiselt hoiakust tulenevate barjääridega. Analüüsist eemaldati vanusegrupid 58-65 ning 66 ja vanemad, sest nende valimite mahud olid kvantitatiivseks analüüsiks liiga väikesed. 18-25-aastaste jaoks on kõrge hind tugevam barjäär võrreldes 34-41-, 42-49- ning 50-57-aastastega. Samuti peavad kõrget hinda olulisemaks barjääriks 26-33-aastased võrreldes 42-49- ja 50-57-aastastega. 50-57-aastased peavad indiviidi mõju tähtsusetust olulisemaks barjääriks kui 18-25- ja 26-33-aastased. Rohepesuga seotud usaldamatus on kõrgem barjäär 34-41- ja 50-57-aastastel võrreldes 18-25- ja 26-33-aastastega. Jätkusuutlikke toidukaupu peavad veidramaks ja ebatervislikumaks 50-57-aastased võrreldes 18-25-aastastega. Sotsiaalset kuvandit näevad tugevama takistusena 50-57-aastased võrreldes nii 18-25- kui 26-33-aastastega. Seega on kõigi statistiliselt oluliste erinevustega barjääride puhul nooremate barjäärid märgatavalt madalamad, välja arvatud kõrge hinna puhul, ning suurimad erinevused esinevad noorima ja vanima vanusegrupi vahel.

Järgnevalt võrreldi tarbijate barjääre sissetulekutaseme põhjal. Dispersioonanalüüsi tulemustes ilmneb statistiliselt oluline erinevus ainult kõrge hinna puhul (Lisa 9; Lisa 10). Kolm väikseima sissetulekuga gruppi ehk 300-599-eurose, 600-799-eurose ja 800-999-eurose kuise netosissetulekuga pereliikme kohta peavad kõrget hinda tugevamaks barjääriks kui üle 1600-eurose kuise netosissetulekuga tarbijad. Samuti näevad 600-799-eurose kuise netosissetulekuga tarbijad kõrget hinda tugevama barjäärina kui 1400-1600 eurot teenivad tarbijad. Teiste barjääride puhul ei esinenud gruppide vahel statistiliselt olulisi erinevusi. Sissetulekute võrdlusest eemaldati tarbijad, kelle kuine netosissetulek pereliikme kohta on vähem kui 300 eurot, sest valimi maht oli kvantitatiivseks analüüsiks liiga väike. Samuti eemaldati oma sissetuleku kohta „Ei soovi avaldada“ vastanud.

Viimasena viidi läbi dispersioonanalüüs haridustaseme lõikes, mille tulemusena leiti statistiliselt olulisi erinevusi samuti olevat vaid kõrge hinna puhul (Lisa 11; Lisa 12). Rakendusliku või kutsekõrgharidusega vastajad peavad jätkusuutliku toidu kõrget hinda madalamaks barjääriks kui keskharidusega vastajad. Samuti on magistri- või doktorikraadiga vastajate jaoks kõrge hind väiksem takistus kui keskharidusega vastajate jaoks. Teiste haridustasemete võrdluses statistiliselt olulisi erinevusi ei esinenud. Haridustasemete analüüsist eemaldati alg- ja põhiharidusega vastajad, sest antud valimi maht oli kvantitatiivseks analüüsiks liiga väikse suurusega.

### 3.1.4. Planeeritud käitumise teooria tegurid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel

Iga hoiakut kirjeldava väite keskmine hinnang oli vähemalt  $\bar{x}=4,0$ , mis viitab, et Eesti tarbijate hoiak jätkusuutliku toidu suhtes on positiivne (Joonis 10). 53% vastajatest oli täielikult nõus, et nende suhtumine jätkusuutlikkusse toitu on positiivne. Ka jätkusuutliku toidu keskkonnasõbralikkust kirjeldava väite hinnang on kõrge. Samuti kõrge, kuid kolmest väitest madalaim keskmine hinnang esines jätkusuutlike toidukaupade ostmist käsitleva väite puhul, kus 6% vastajatest ei nõustunud üldse, et neile idee jätkusuutlike toidukaupade ostmisest meeldib.



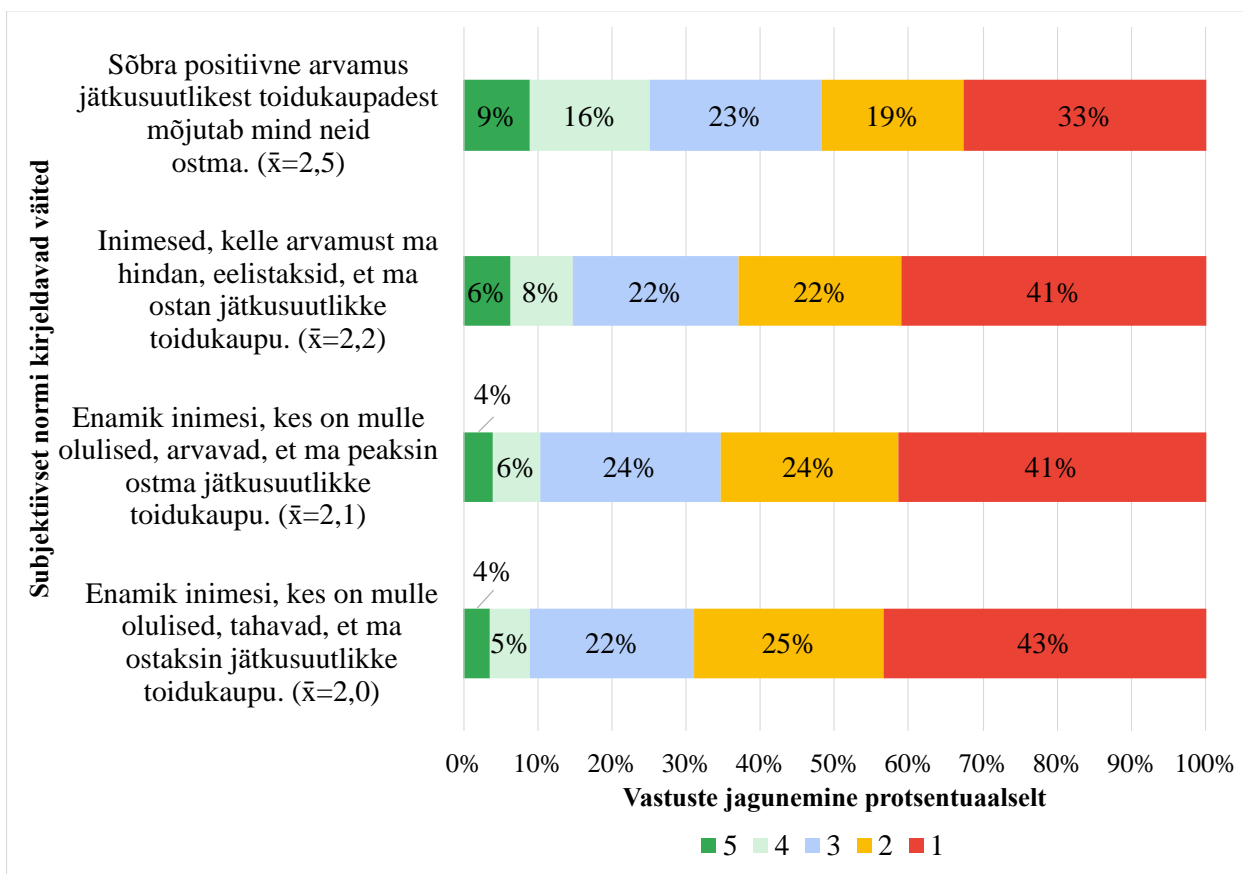
Joonis 10. Uuringus osalejate hoiak jätkusuutlike toidukaupade suhtes, %, n=633

Allikas: autori koostatud

Märkused:

- 5 – “nõustun täielikult”, 1 – “ei nõustu üldse”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Subjektiiivset normi kirjeldavate väidete seast on kõrgeima keskmise hinnangu ( $\bar{x}=2,5$ ) saanud väide, et sõbra positiivsel arvamusel on soodustav mõju jätkusuutlike toidukaupade ostmisele (Joonis 11). Antud väitega nõustus täielikult 9% vastajatest ja 16% märkis oma hindeks „4“. Samas märkis veidi alla poole ehk 43% vastanutest, et neile olulised inimesed ei taha, et nad jätkusuutlikke toidukaupu ostaks. Sarnane uskumus oli valdav ka oluliste inimeste arvamusi käsitleva kahe väite puhul, kus 41% vastanutest ei nõustunud üldse. Seega saab järeldada, et kuigi lähedase inimese positiivsel arvamusel on potentsiaalselt tarbimist soodustav mõju, siis praegu ei esine vastajaid ümbritsevas keskkonnas olulist subjektiiivset normi tarbida jätkusuutlikku toitu, ning lähedaste poolt ei tunta survet seda teha.



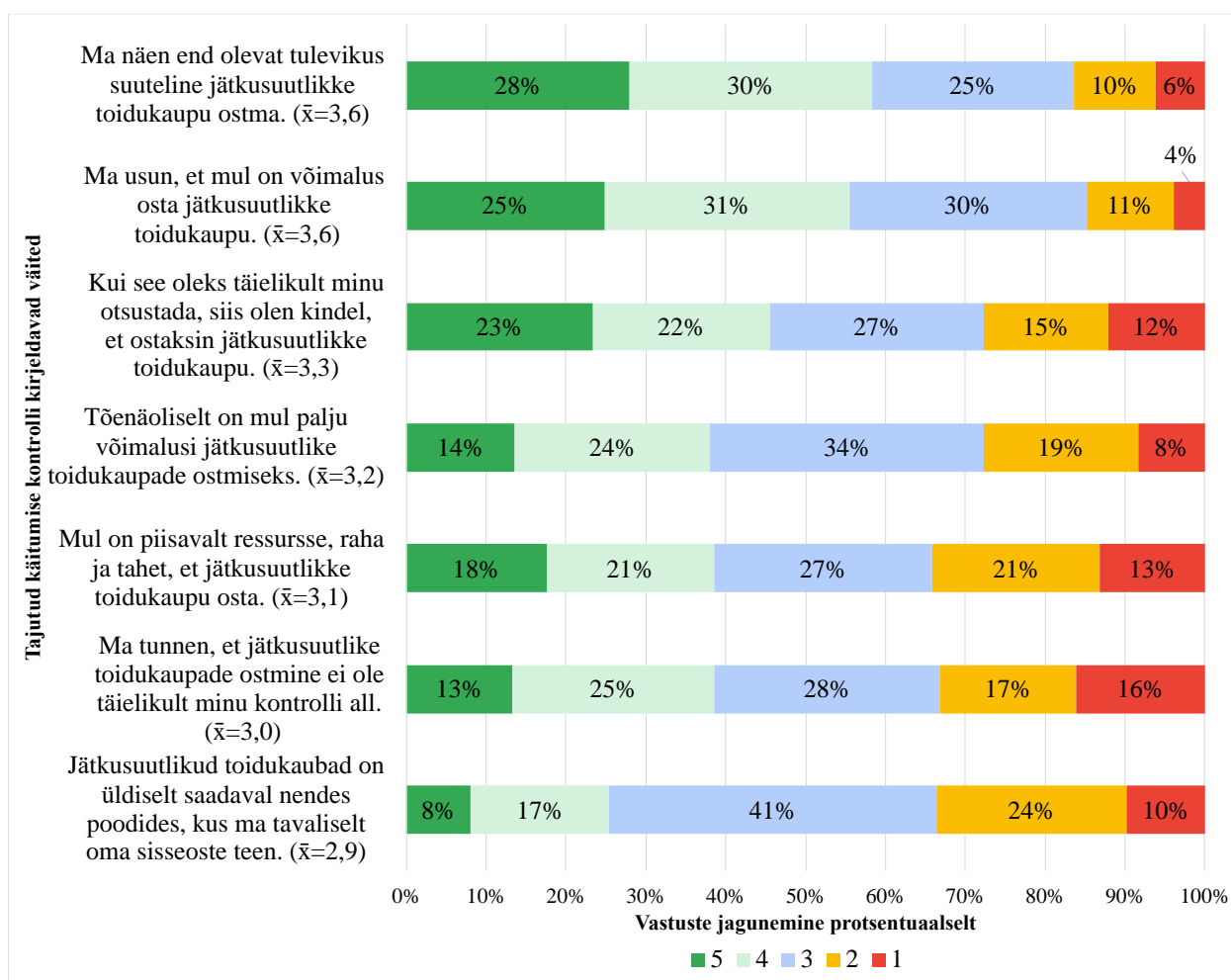
Joonis 11. Uuringus osalejate subjektiiivne norm seoses jätkusuutlike toidukaupadega, %, n=633  
Allikas: autori koostatud

Märkused:

- 5 – “nõustun täielikult”, 1 – “ei nõustu üldse”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Tajutud käitumise kontrolli väidete puhul olid vastajad kõige rohkem nõus (28%), et nähakse end olevat tulevikus suuteline jätkusuutlikke toidukaupu ostma (Joonis 12). 25% vastajatest usub

täielikult, et neil on võimalus jätkusuutlikke toidukaupu osta. Samuti hinnati kõrgemalt väidet, et kui jätkusuutlike toidukaupade ostmine oleks vaid tarbija enda otsustada, siis seda ka kindlasti tehtaks, sest antud väitega nõustus täielikult 23% vastajatest. Umbes kolmandik vastajatest hindas madalalt ehk hindegaga „1“ või „2“ jätkusuutlike toidukaupade kättesaadavust tavapäraste sisseostude sooritamise kohtades. Samuti esines rohkem madalamaid hinnanguid väidete puhul, mis käsitlesid ressursside, raha ja tahte olemasolu, ning jätkusuutliku toidu ostmise täielikult tarbija enda kontrolli all olemist.



Joonis 12. Uuringus osalejate tajutud käitumise kontroll seoses jätkusuutlike toidukaupadega, %, n=633

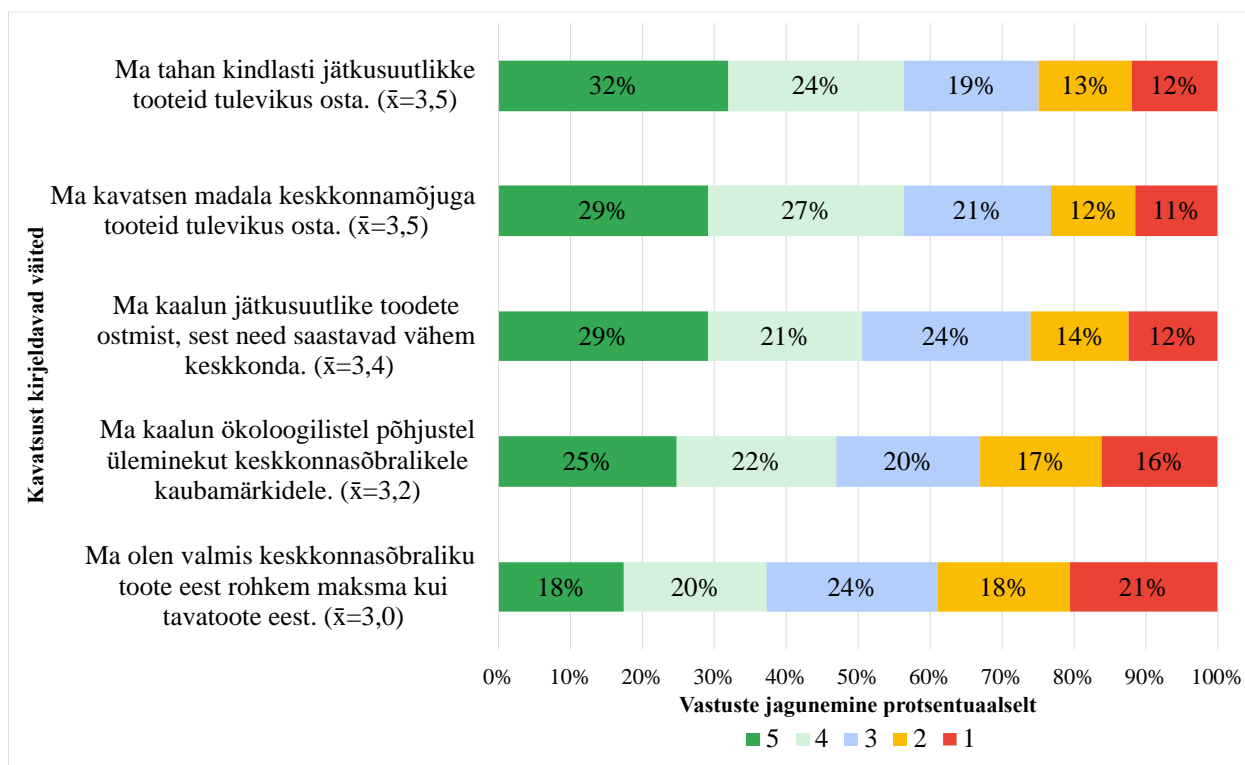
Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. 5 – “nõustun täielikult”, 1 – “ei nõustu üldse”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Jätkusuutlike toidukaupade ostmise kavatsust kirjeldavate väidete puhul esinesid skaala keskvärtusest kõrgemad hinnangud (Joonis 13). Tarbijad märkisid kõige kõrgemaks nii oma tahte

kui kavatsuse jätkusuutlikke tooteid tulevikus osta ( $\bar{x}=3,5$ ). Samuti olid vastajad nõus, et nad kaaluvad jätkusuutlike toodete ostmist keskkonna vähesema saastamise eesmärgil (29%) ja ökoloogilistel põhjustel üleminekut keskkonnasõbralikele kaubamärkidele (25%). Küll aga selgus, et 21% vastanutest pole hetkel kindlasti valmis keskkonnasõbraliku toote eest rohkem maksma, mis taas kinnitab antud barjääri olemasolu.



Joonis 13. Uuringus osalejate kavatsus osta jätkusuutlikke toidukaupu, %, n=633

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. 5 – “nõustun täielikult”, 1 – “ei nõustu üldse”,  $\bar{x}$  – hinnangute aritmeetiline keskmine

Järgnevalt testiti planeeritud käitumise teooria mudeli tegurite ja jätkusuutlike toidukaupade ostmise kavatsuse vahelisi korrelatsioone Spearmani korrelatsioonikordaja abil (Lisa 13). Iga seose puhul võrreldi leitud teststatistiku empiirilist väärtust kriitilisega ( $t_{kriit} \approx 1,964$ ) ning selgus, et kõik testitud korrelatsioonid on statistiliselt olulised. Hoiaku ja kavatsuse vahel ilmneb tugevaim positiivne seos ( $r_s \approx 0,705$ ), kuid tugevateks saab lugeda ka tajutud käitumise kontrolli ja kavatsuse ( $r_s \approx 0,660$ ) ning subjektiivse normi ja kavatsuse vahelisi seoseid ( $r_s \approx 0,621$ ).

Sõltumatute muutujate puhul on kõigi tegurite vahel keskmised positiivsed seosed, kus kõige suurema väärtusega korrelatsioon on hoiaku ja tajutud käitumise kontrolli vaheline ( $r_s \approx 0,581$ ).

Sellest saab järeldada, et kui tarbija hoiak jätkusuutlike toidukaupade suhtes on positiivne, näeb ta ka rohkem omavat kontrolli oma käitumise üle. Peaaegu sama tugev seos on subjektiivse normi ja tajutud käitumise kontrolli vahel ( $r_s \approx 0,551$ ), näidates, et tarbijat ümbritsevate inimeste jätkusuutlikul käitumisel on mõju ka indiviidi enda arvamusele tajutud kontrolli üle tema käitumise suhtes. Nõrgim seos leiti hoiaku ja subjektiivse normi vahel ( $r_s \approx 0,536$ ).

Planeeritud käitumise teooria mudelit uuriti lähemalt ka regressioonanalüüsi abil. Lisas 13 esitatud korrelatsioonanalüüs näitas, et multikollineaarsus sõltumatute muutujate vahel puudub. Seejärel eemaldati kaks erindit, mille absoluutväärtus oli suurem kui kolm. Järgnevalt saadi regressioonimudel, mis on olulisuse nivool 0,05 statistiliselt oluline (Lisa 14). Ka kõik tegurid on olulisuse nivool 0,05 statistiliselt olulised, mis tähendab, et planeeritud käitumise teooria mudel on kehtiv. Regressioonimudeli valemiks on seega:

$$K = -0,94 + 0,55H + 0,26SN + 0,44TKK \quad (2)$$

kus:

$K$  – kavatsuse keskmine hinnang;

$H$  – hoiaku keskmine hinnang;

$SN$  – subjektiivse normi keskmine hinnang;

$TKK$  – tajutud käitumise kontrolli keskmine hinnang.

Antud mudelist järeldub, et kui hoiaku, subjektiivse normi või tajutud käitumise kontrolli keskmine hinnang Likerti skaalal suureneb ühe palli võrra, suureneb jätkusuutliku toidu ostmise kavatsus vastavalt 0,55, 0,26 või 0,44 võrra. Determinatsioonikordaja väärtuseks antud mudeli puhul on ligikaudu 0,6362, mille põhjal saab öelda, et 63,62% jätkusuutliku toidu ostmise kavatsusest saab kirjeldada hoiaku, subjektiivse normi ja tajutud käitumise kontrolliga.

Tabel 2 demonstreerib kõigi dimensioonide statistilist ülevaadet ja tabelis on esitatud ka dimensioonide sisemine reliaablus.

Tabel 2. Uuringus kasutatud dimensioonide statistiline ülevaade

Dimensioon	Väiteid	Skaala	$\bar{x}$	$\sigma$	$\sigma^2$	$\alpha$
Jätkusuutlikud toiduvalikud	6	7-palli	4,54	2,42	5,86	0,76
Hoiakust tulenevad barjäärid	6	5-palli	2,14	1,27	1,61	0,81
Subjektiiivsest normist tulenevad barjäärid	3	5-palli	2,06	1,28	1,63	0,65
Tajutud käitumise kontrollist tulenevad barjäärid	4	5-palli	2,66	1,31	1,72	0,72
Hoiak	3	5-palli	4,08	1,12	1,25	0,92
Subjektiiivne norm	4	5-palli	2,19	1,21	1,47	0,89
Tajutud käitumise kontroll	7	5-palli	3,24	1,22	1,49	0,76
Kavatsus	5	5-palli	3,33	1,38	1,91	0,95

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1.  $\bar{x}$  – aritmeetiline keskmine,  $\sigma$  – standardhälve,  $\sigma^2$  - dispersioon,  $\alpha$  – Cronbachi alfa

Piisavaks sisemise reliaabluse väärtuseks peetakse üldiselt  $\alpha=0,70$  (Taber, 2018, lk 1284), mistõttu tuleks subjektiiivsest normist tulenevate barjääride dimensiooni järgneval korral uuringu läbiviimisel muuta. Ülejäänud dimensioonide sisemine reliaablus on  $>0,7$ .

### 3.2. Järeldused ja ettepanekud

Enamik vastajatest ei olnud jätkusuutlikult toitumise terminiga eelnevalt tuttavad. Need, kes olid, tõid mõiste kirjeldamisel eelkõige välja kahjuliku keskkonna- ja kliimamõju vähendamise ning võimalikult kohaliku ja tervisliku/mitmekesise toidu tarbimise. Üldjoontes mõistavad tarbijad jätkusuutlikult toitumist õigesti, s.t seostavad vähese keskkonnamõjuga, kuid transpordi asemel peaks suurem tähtsus olema loomset päritolu toiduainete piiramisel, nagu on välja toonud Ritchie ja Roser (2022). Taimse toitumisega oskas terminit seostada vaid 16%, aga keskkonnasõbralik toitumine tähendab valdavalt siiski taimse toidu tarbimist (Toidufoor, 2023). Samuti võib mahetootmisel olla keskkonda kahjustavam mõju (Tuomisto *et al.*, 2012, lk 309), kuid 7,1% vastanutest peab mahetooteid samuti jätkusuutlikuks. Tulemused võivad olla põhjustatud asjaolust, et Eesti tarbijatele suunatud ametlikes juhistes soovitatakse samuti süüa mahetoitu ja valida võimalusel kohalikke toite (Jätkusuutlikkus, 2023). Üldjoontes oskasid tarbijad õigesti hinnata erinevate toiduainete tootmisega seotud kasvuhoonegaaside keskkonnamõju, määrates loomsete toiduainete mõju kõrgemaks võrreldes taimsetega.



Enim harrastavad Eesti tarbijad lihtsamaid jätkusuutlikke harjumusi nagu toiduraiskamise piiramine, kohaliku toidu eelistamine ja hooajalise toidu söömine. Rohkem pingutust nõudvate harjumuste puhul ei tee suur osa tarbijatest neid mitte kunagi: ei väldi õhu kaudu transporditud toite (64%), ei vali võimalikult väikse negatiivse kliimamõjuga toite (40%) ega piira liha- ja piimatoodete tarbimist (35%). Kui õhu kaudu transporditud toitade puhul saab välja tuua potentsiaalse põhjuse, et teave transpordiviiside kohta on puudulik, siis toitade kliimamõju ning liha- ja piimatoodete tarbimise kohta eksisteerib töö autori hinnangul laialdaselt informatsiooni.

Tarbijate hinnangute põhjal tulenevad tugevaimad barjäärid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel tajutud käitumise kontrollist. Tugevuselt teised barjäärid pärinevad tarbijate hoiakust ning kõige väiksemad barjäärid on seotud subjektiivse normiga. Hoiakuga seotud barjääridest eristus tugevaima barjäärina kõrge hind, mis ühtib Sheoran ja Kumar (2022), Mäkinieni ja Vainio (2014), Gleim *et al.* (2013) ning Ede *et al.* (2011) tulemustega. Samas on antud barjääri tugevus vastuoluline Kantar Emori (2023) uuringuga, mille põhjal on 74% Eesti inimestest nõus keskkonnasõbralike toodete eest kõrgemat hinda maksma. Subjektiivselt normist tulenevate barjääride puhul osutus tugevaimaks madal teadlikkus ning antud tulemus on sarnane Mann *et al.* (2018) ja Ede *et al.* (2011) uuringute leidudega. Tajutud käitumise kontrolliga seotud barjääridest on olulisimaks kehv kättesaadavus, mis ka Ede *et al.* (2011) uuringus esines ühe tugevaima barjäärina. Seega sarnanevad käesoleva uuringu tulemused 2013. aasta uuringuga, kus Eesti tarbijate jaoks olid keskkonnasõbralike toodete ostmisel peamisteks takistusteks kehv kättesaadavus, ebasoodne hinna ja kvaliteedi suhe ning keerukus tavatoodetest eristamisel (Kantar Emor, 2013). Üldjoontes saab aga tarbijate barjääride taset lugeda pigem madalaks, sest kolmeteistkümnest uuritud barjäärist on vaid viie barjääri aritmeetiline keskmine üle skaala keskväärtuse (ehk >2,5).

Täistaimetoitlaste kõik barjäärid on märgatavalt madalamad kui segatoiduliste omad ning olulisi erinevusi esines ka teiste gruppide võrdluses. Antud tulemused viitavad, et pärast täistaimetoitluse omaksvõtmist ei nähta jätkusuutliku toitumisega seotud barjääre takistustena. Meeste barjäärid on oluliselt tugevamad kui naistel. Antud tulemused ühtivad teoreetilises osas väljatoodud Čater ja Serafimova (2019, lk 226), Salazar *et al.* (2013, lk 177) ning Diamantopoulus *et al.* (2003, lk 475) tulemustega.

Vanusegruppide võrdluses leiti erinevusi kuue barjääri puhul ning nooremate vanusegruppide hinnangud on võrreldes vanematega oluliselt madalamad. Kõrge hind on ainus barjäär, mis vanuse

kasvades ja tõenäoliselt ka sissetuleku suurenedes muutub madalamaks. Tulemused sarnanevad seega teoreetilises osas esitletud Diamontopoulos *et al.* (2003, lk 475) uuringuga, kus noorte ja vanade tarbijate keskkonnasõbralikus käitumises leiti osalisi erinevusi. Erinevused ilmsid peamiselt vaid hoiakust tulenevate barjääride puhul, millest saab järeldada, et nooremate hoiak jätkusuutliku toidu suhtes on positiivsem võrreldes vanemate tarbijatega.

Vastajad, kelle kuine netosissetulek pereliikme kohta on 300-599, 600-799 või 800-999 eurot, tunnetavad kõrget hinda tugevama barjäärina kui üle 1600-eurose sissetulekuga tarbijad. Samuti on 600-799-eurose netosissetulekuga tarbijate jaoks kõrge hind tugevam barjäär võrreldes 1400-1600 eurot teenivate vastajatega. Seega kattuvad leitud tulemused Carrete *et al.* (2012) uuringuga. Teiste barjääride puhul ei leitud gruppide vahel olulisi erinevusi ning seega on antud tulemused sarnased teoreetilises osas väljatoodud Akhtar *et al.* (2021, lk 9) ning Čater ja Serafimova (2019, lk 228) uuringutega, kus ei jõutud ühestele järeldustele erinevate sissetulekutega tarbijate keskkonnasõbraliku käitumise võrdluses.

Kõrget hinda peavad madalamaks barjääriks magistri- ja doktorikraadiga vastajad ning rakendusliku või kutsekõrgharidusega vastajad võrreldes keskhariduse omandanud vastajatega. Üldjoontes ei ühti tulemused teoreetilises osas väljatoodud varasemate uuringutega ja kõrgema haridustasemega tarbijate puhul ei esinenud oluliselt madalamaid barjääre.

Tarbijate hoiakut jätkusuutliku toidu suhtes saab lugeda väga positiivseks. Subjektiivse normi keskmine hinnang oli planeeritud käitumise teooria teguritest madalaim, näidates, et Eesti tarbijate jaoks ei eksisteeri hetkel olulist survet neile oluliste inimeste ja ühiskonna poolt jätkusuutliku toidu tarbimisega seoses. Tajutud käitumise kontrolli keskmine hinnang oli kõrgem kui subjektiivsel normil, mis viitab, et Eesti tarbijad pigem usuvad jätkusuutlike toidukaupade ostmist olevat nende endi kontrolli all. Tarbijate kavatsust jätkusuutlikke toidukaupu osta saab lugeda keskmisest kõrgemaks.

Hoiaku, subjektiivse normi ja tajutud käitumise kontrolli seosed jätkusuutlike toidukaupade ostmise kavatsusega osutusid statistiliselt olulisteks, tugevateks ja positiivseteks, kinnitades planeeritud käitumise teooria mudeli kehtivust. Kõige tugevamat seost kavatsusega omab hoiak, mis ühtib Shen *et al.* (2022) ning Vermeir ja Verbeke (2008) uuringutega. Tugevuselt järgmine seos on kavatsusel tajutud käitumise kontrolliga ning seejärel subjektiivse normiga.

Regressioonmudeli põhjal saab öelda, et ligikaudu 64% jätkusuutlike toidukaupade ostmise kavatsusest saab kirjeldada hoiaku, subjektiivse normi ja tajutud käitumise kontrolliga.

Eeltoodust tulenevalt saab teha järelduse, et Eesti tarbijate puhul on kõigepealt oluline keskenduda tajutud käitumise kontrolliga seotud barjääride madaldamisele. Teiselt poolt, kuigi tarbijate hoiak jätkusuutliku toidu suhtes on juba praegu positiivne, siis tulenevalt hoiaku tugevast seosest kavatsusega tuleks tähelepanu pöörata ka tugevuselt teiste ehk hoiakuga seotud barjääride vähendamisele. Subjektiivse normiga seotud barjäärid on pigem madalad ning subjektiivne norm omab ka võrreldes teiste teguritega väiksemat mõju kavatsuse kujunemisel, mistõttu sellega tegelemine ei ole esmatähtis.

Läbiviidud analüüsi põhjal teeb töö autor ettepanekud Eesti riigile, keskkonna- ja terviseorganisatsioonidele ning ettevõtetele:

- Enamik vastajatest ei olnud jätkusuutliku toitumise olemusega eelnevalt tuttavad ja nendest, kes olid, oskas alla 20% seda seostada taimse toitumisega. Seetõttu tuleks riiklikult teostada teadlikkuse tõstmisele suunatud kampaania, kasutades selleks näiteks väli-, tele- ja sotsiaalmeedia reklaamide võimalusi. Digireklaamide puhul tuleks sihtida eelkõige meestarbijaid ja vanemaid inimesi, sest nende barjäärid on võrreldes naiste ja nooremate tarbijatega tugevamad.
- Luua eraldi märgised toidukaupade pakendite jaoks, mis näitaks toidu keskkonnamõju. See teeks tarbijate jaoks lihtsamaks väikse mõjuga toidukaupade valimise ja aitaks madaldada puudulike teadmiste barjääri.
- Kõrge hind ilmnes olulise barjäärina nii hoiakust tulenevate barjääride puhul kui mitme sotsiaaldemograafilise näitaja võrdluses. Seetõttu tuleks luua riigi poolt võimalused jätkusuutlike toidukaupade hindade alandamiseks näiteks maksukoormuse vähendamise teel.
- Hoiakuga seotud barjääride kontekstis olid olulisemad veel ka usaldamatus jätkusuutlike ettevõtete vastu seoses rohepesuga ja indiviidi käitumise mõju tähtsusetus. Esimene loob võimaluse teostada ettevõtete poolt läbipaistvamat kommunikatsiooni, näidata tootmise tagamaid ja tekitada tarbijates rohkem usaldust. Teise barjääri puhul võib lahenduseks olla inimeste teadlikkuse tõstmine organisatsioonide poolt näiteks piima- ja lihatoodete tarbimise mõju kohta, mille puhul on ka üksikisiku käitumine ülioluline.

- Tajutud käitumise kontrollist tulenevate barjääride puhul on tugevaim takistus kehva kättesaadavus. Seetõttu tuleks toidupoodides suurendada jätkusuutlike toidukaupade kättesaadavust ning teha valik ka kõikjal inimestele äratuntavaks.
- Veel olid tajutud käitumise kontrollist tulenevate barjääride puhul olulisemateks takistusteks ebamugavus ja soov süüa harjumuspärast toitu. Siinkohal võiks samuti kaaluda nii riigi kui ettevõtete poolt reklaamide loomist näitamaks jätkusuutlikult toitumist lihtsa ja meeldivana. Lisaks on ka ebamugavuse kontekstis oluline spetsiaalsete märgiste loomine vähendamaks tarbija jaoks lisanduvat ajakulu, mis tekib informatsiooni otsimisest.

Läbiviidud uuringu piiranguks peab töö autor peamiselt mugavusvalimit, mis loob võimalused edasiste uuringute teostamiseks. Samuti saab jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel esinevaid barjääre uurida veelgi spetsiifilisemalt ja täiendada küsimustikku barjääridega, mis antud uuringust välja jäid.

## KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada Eesti tarbijaid takistavad barjäärid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel. Teema aktuaalsus ja uudsus seisnes asjaolus, et toidusektor põhjustab suure osa kliimamuutustest, kuid eelnevalt ei ole autorile teadaolevalt Eesti tarbijate barjääre jätkusuutliku toitumise valdkonnas uuritud.

Eeltoodust tulenevalt oli uurimisprobleemiks vähene informatsioon Eesti tarbijaid takistavate barjääride kohta jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel. Töö eesmärgi täitmiseks seati järgnevad uurimisülesanded:

1. Anda ülevaade planeeritud käitumise teooria ja tarbijaid takistavate barjääride teoreetilistest alustest jätkusuutliku tarbijakäitumise kontekstis;
2. Anda ülevaade jätkusuutlikult toitumise olemusest, selle probleemsetest aspektidest ja jätkusuutlikkuse rollist toiduvalikute tegemisel;
3. Koostada küsitlus ja viia läbi uuring Eesti tarbijate jätkusuutlikke toiduvalikuid takistavate barjääride väljaselgitamiseks tuginedes planeeritud käitumise teooriale ning Sheoran ja Kumar (2022) barjääride raamistikule;
4. Analüüsida küsitluse tulemusi, võrrelda neid teoreetilises osas väljatoodud varasemate uuringutega ning tulemuste põhjal teha ettepanekuid Eesti riigile, keskkonna- ja terviseorganisatsioonidele ja jätkusuutlikke toidukaupu tootvatele ettevõtetele.

Läbiviidud uuringu tulemusena selgitati välja olulisemad barjäärid, mis takistavad Eesti tarbijatel tegemast jätkusuutlikke toiduvalikuid. Tarbijate hinnangute järgi on kõige tugevamad barjäärid seotud tajutud käitumise kontrolliga, millele järgnevad hoiakust ning seejärel subjektiivsest normist tulenevad barjäärid. Hoiakust tulenevate barjääride kategoorias osutus tugevaimaks barjääriks kõrge hind. Subjektiivse normiga seotud barjääride puhul on olulisimaks takistuseks tarbijate madal teadlikkus. Tajutud käitumise kontrollist tulenevatest barjääridest ilmnas kõige tugevamana jätkusuutliku toidu kehv kättesaadavus. Uuringust selgus, et tarbijate barjääride tase on üldjoontes pigem madal, sest kolmeteistkümnest uuritud barjäärist on vaid viie barjääri aritmeetiline keskmine üle skaala keskväärtuse.

Täistaimetoiitlastel on kõik barjäärid madalamad kui segatoidulistel, mis viitab, et suurem teadlikkus valdkonnast aitab tarbijal näha ka rohkem võimalusi. Sugu mõjutab barjääride tugevust pea kõigi barjääride puhul ning seejuures on meeste barjäärid kõrgemad kui naistel. Vanus avaldab mõju peamiselt hoiakust tulenevate barjääride tugevusele. Nooremate tarbijate barjäärid on üldiselt madalamad, millest saab järeldada, et noorte tarbijate hoiak jätkusuutlike toidukaupade suhtes on positiivsem. Uuringus osalejad, kelle ühe kuu netosissetulek pereliikme kohta on 300-599, 600-799 või 800-999 eurot, näevad kõrget hinda tugevama barjäärina võrreldes üle 1600-eurose sissetulekuga tarbijatega. Samuti peavad kõrget hinda olulisemaks barjääriks 600-799-eurose sissetulekuga vastajad võrreldes 1400-1600 eurot kuus pereliikme kohta teenivate vastajatega. Kõrge hind on tugevam barjäär keskharidusega vastajatele võrreldes magistri- ja doktorikraadiga vastajatega ning rakendusliku või kutsekõrghariduse omandanud vastajatega.

Kõik planeeritud käitumise teooria tegurid on statistiliselt olulises tugevas positiivses seoses jätkusuutlike toidukaupade ostmise kavatsusega. Kõige tugevam seos esineb hoiaku ja kavatsuse vahel, nõrgim seos kavatsusega on subjektiivsel normil. Ligikaudu 64% jätkusuutliku toidu ostmise kavatsusest saab kirjeldada hoiaku, subjektiivse normi ja tajutud käitumise kontrolliga.

Samuti selgus, et enamik vastajatest ei olnud varasemalt jätkusuutliku toitumise mõistega tuttavad. Vastajad, kes olid mõistest kuulnud, seostasid seda eelkõige kahjuliku keskkonna- ja kliimamõju vähendamise ning võimalikult kohaliku ja tervisliku/mitmekesise toidu tarbimisega. Üldjoontes oskavad vastajad õigesti hinnata erinevate toiduainete tootmisest pärinevate kasvuhoonegaaside keskkonnamõjusid ja loomset päritolu toiduainete mõju hinnati kõrgemaks võrreldes taimsetega. Jätkusuutlikult toitumise puhul piiravad uuringus osalejad peamiselt toiduraiskamist, eelistavad kohalikku toitu ja söövad hooajalisi toiduaineid. Üle poolte vastajatest ei väldi kunagi õhu kaudu transporditud toitu, mida saab seostada vähese informatsiooni olemasoluga. Vähem valitakse ka negatiivse kliimamõjuga toite ning piiratakse piima- ja lihatoodete tarbimist.

Uuringu tulemuste põhjal saab järeldada alljärgnevat:

- Tarbijate kõige tugevamad barjäärid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel on seotud tajutud käitumise kontrolliga.
- Tarbijate jaoks on olulisimad kolm barjääri planeeritud käitumise teooria tegurite järgi jätkusuutliku toidu kõrge hind, kehv kättesaadavus ning teadmiste puudulikkus.
- Tarbijate hoiak jätkusuutlike toidukaupade suhtes on positiivne ja mõjutab ostmise kavatsust kõige enam.

- Naistarbijate ja noorte tarbijate barjäärid on madalamad võrreldes meestarbijate ja vanemate tarbijatega.
- Suure osa vastajate teadlikkus jätkusuutliku toitumise mõistest on madal ning olulisimaid jätkusuutlikke toiduvalikuid, näiteks piima- ja lihatoodete piiramine, tehakse vähem.

Tulemuste ja järelduste põhjal teeb töö autor järgnevad ettepanekud:

- Viia riiklikul tasandil läbi teadlikkuse tõstmisele suunatud kampaania ning eelkõige sihtida reklaame vanematele ja meestarbijatele.
- Luua eraldi märgised toidukaupade pakenditele toidu keskkonnamõju kohta.
- Alandada jätkusuutlike toidukaupadega seotud makse, et muuta kõrge hinna barjääri madalamaks.
- Keskenduda turunduskommunikatsioonis läbipaistvusele ja jätkusuutlikult toitumise lihtsusele.
- Suurendada jätkusuutlike toidukaupade kättesaadavust ning teha valik poodides tarbijatele kõikjal äratuntavaks.

Käesoleva uuringu piiranguna saab välja tuua eelkõige mugavusvalimi, mistõttu võiks sarnast uuringut veel selliselt läbi viia, et tulemusi saaks üldistada Eesti rahvastikule. Lisaks on võimalik küsimustikku lisada barjääre, mis käesolevas töös uurimist ei leidnud.

# **SUMMARY**

## **CONSUMER BARRIERS TO MAKING SUSTAINABLE FOOD CHOICES**

Nell Natali Kivi

This bachelor's thesis examined the barriers preventing Estonian consumers from making sustainable food choices. The topicality and novelty of the thesis are that the food sector causes a large part of the climate crisis, however, to the author's knowledge, Estonian consumers' barriers regarding sustainable diet have not been studied. Hence, the research problem of the thesis was the lack of information about the barriers that prevent Estonian consumers from making sustainable food choices.

The importance of researching barriers to sustainable food choices lies primarily in gathering input for Estonian policymakers and environmental and health organizations. The results, suggestions, and conclusions of this bachelor's thesis allow to raise the environmental awareness of Estonian consumers and move forward in lowering the barriers.

Due to the above, the aim of this research was to find out the main barriers preventing Estonian consumers from making sustainable food choices. The following research tasks were established:

1. Give an overview of the theory of planned behaviour and the theoretical base of consumer barriers in the context of sustainable consumer behaviour;
2. Give an overview of the nature of sustainable diet, its problematic aspects and the role of sustainability in making food choices;
3. Prepare and conduct a survey to identify barriers preventing sustainable food choices of Estonian consumers based on the theory of planned behaviour and the Sheoran and Kumar (2022) framework of barriers;
4. Analyze the results of the survey, compare them with previous studies presented in the theoretical part, and based on the results, make proposals to the Estonian policymakers,



environmental and health organizations, and companies producing sustainable food products.

The author considers the aim of the thesis achieved since the most critical barriers that prevent Estonian consumers from making sustainable food choices were identified. According to consumer opinions, the strongest barriers derive from perceived behavioral control, followed by barriers related to attitude and the weakest barriers result from subjective norm. In the category of barriers related to attitude, high price was determined as the strongest barrier. In barriers related to the subjective norm, the most important is the low awareness of consumers. Among the perceived behavioral control barriers, poor availability of sustainable food emerged as the strongest obstacle. However, the level of consumers' barriers can be considered rather low, because only five of the thirteen examined barriers have an average value above the average value of the scale.

Consumers who have adopted a full vegetarian diet have significantly lower barriers than those on an omnivorous diet, which implies that greater awareness of nutrition and environmental protection also helps the consumer see more opportunities. Gender affects the strength of the barriers in almost all cases, and men's barriers are significantly higher than women's. Age impacts mainly the barriers related to attitude. The barriers of younger consumers are generally significantly lower, from which a conclusion can be drawn that the attitude of young consumers towards sustainable food products is more positive. Consumers with monthly net income per family member between 300-599, 600-799 or 800-999 euros perceive the high price as a significantly stronger barrier than those who earn over 1600 euros per month. Furthermore, respondents who earn 600-799 euros per month also consider the high price to be a more important barrier compared to those who earn 1400-1600 euros per family member per month. The high price is a more important barrier for consumers who have a secondary education compared to consumers with a master's or doctoral degree and consumers with applied or vocational higher education.

All factors of the theory of planned behaviour have a statistically significant strong positive correlation with the intention to buy sustainable food products. The strongest correlation appears between attitude and intention, and the weakest correlation was found between subjective norm and intention. Approximately 64% of the intention to purchase sustainable food can be described by attitude, subjective norm and perceived behavioral control.

The conducted research also revealed that most respondents were not previously familiar with the concept of sustainable diet. Those respondents who had previously heard of this term associated it primarily with reducing harmful environmental and climate impacts and consuming as local and healthy/diverse food as possible. In general, the respondents evaluated correctly the environmental impact of greenhouse gases created by the production of different food substances. The impacts of foods of animal origin were rated higher than those of plant origin. In addition, regarding sustainable diets, participants mainly limit their food waste, prefer local food, and eat seasonally. More than half of the respondents never avoid food transported by air, which can be associated with a lack of information. Foods with a negative climate impact are chosen less, and the consumption of dairy and meat products is limited less as well.

The following conclusions can be drawn based on the outcomes of the research:

- The strongest barriers for consumers to making sustainable food choices are related to perceived behavioral control.
- The three most important barriers in factors of the theory of planned behaviour for consumers are the high price of sustainable food, poor availability, and lack of consumer knowledge.
- Consumers' attitude towards sustainable food products is positive and influences the most intention to buy sustainable food products.
- Female and young consumers have significantly lower barriers compared to male and older consumers.
- The awareness about a sustainable diet could be higher for many respondents, and the most important sustainable food choices, such as limiting the consumption of dairy and meat products, are made less.

Based on the results, the author makes the following proposals to Estonian policymakers, environmental and health organizations, and companies:

- Conduct an awareness-raising campaign at the national level, particularly direct advertisements to male and older consumers.
- Create unique labels for food packagings that illustrate food's environmental impact.
- Lower taxes on sustainable food products in order to lower the high price barrier.
- Focus on the transparency and simplicity of sustainable diet in marketing communication.

- Increase the availability of sustainable food products and make the display in food stores recognizable to consumers everywhere.

The main limitation of the study is the convenience sample. In the author's opinion, a similar study could be conducted so that the results could be generalized to the Estonian population. Moreover, it is possible to add more barriers to the questionnaire next time, which were not investigated in this bachelor's thesis.

## KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121-138. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>.
- Akhtar, R., Sultana, S., Masud, M. M., Jafrin, N., Al-Mamun, A. (2021). Consumers' environmental ethics, willingness, and green consumerism between lower and higher income groups. *Resources, Conversation and Recycling*, 168, Article105274. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105274>.
- Alam, S. S., Ahmad, M., Ho, Y.-H., Omar, N. A., & Lin, C.-Y. (2020). Applying an Extended Theory of Planned Behavior to Sustainable Food Consumption. *Sustainability*, 12(20), Article8394. <https://doi.org/10.3390/su12208394>.
- APA Dictionary of Psychology. (n.d.). *Barrier*. Kasutatud 14. veebruar 2023 <https://dictionary.apa.org/barrier>
- Apaolaza, V., Policarpo, M. C., Hartmann, P., Paredes, M. R., & D'Souza, C. (2022). Sustainable clothing: Why conspicuous consumption and greenwashing matter. *Business Strategy and the Environment*, 1-17. <https://doi.org/10.1002/bse.3335>.
- Ball, H. L. (2019). Conducting Online Surveys. *Journal of Human Lactation*, 35(3), 413-417. <https://doi.org/10.1177/0890334419848734>.
- Barbarossa, C., & De Pelsmacker, P. (2016). Positive and Negative Antecedents of Purchasing Eco-friendly Products: A Comparison Between Green and Non-green Consumers. *Journal of Business Ethics*, 134(2), 229-247. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2425-z>.
- Carrete, L., Castaño, R., Felix, R., Centeno, E., & Gonzáles, E. (2012). Green consumer behavior in an emerging economy: confusion, credibility, and compatibility. *Journal of Consumer Marketing*, 29(7), 470-481. <https://doi.org/10.1108/07363761211274983>.
- Clark, M. A., Domingo, N. G. G., Colgan, K., Thakrar, S. K., Tilman, D., Lynch, J., Azevedo, I. L., Hill, J. D. (2020). Global food system emissions could preclude achieving the 1,5°C and 2°C climate change targets. *Science*, 370(6517), 705-708. <https://doi.org/10.1126/science.aba7357>.
- Claudy, M. C., Peterson, M., & O'Driscoll, A. (2013). Understanding the Attitude-Behavior Gap for Renewable Energy Systems Using Behavioral Reasoning Theory. *Journal of Macromarketing*, 33(4), 273-287. <https://doi.org/10.1177/0276146713481605>.

- Crippa, M., Solazzo, E., Guizzardi, D., Monforti-Ferrario, F., Tubiello, F. N., & Leip, A. (2021). Food systems are responsible for a third of global anthropogenic GHG emissions. *Nature Food*, 2, 198-209. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00225-9>.
- Čater, B., & Serafimova, J. (2019). The Influence of Socio-Demographic Characteristics on Environmental Concern and Ecologically Conscious Consumer Behaviour among Macedonian Consumers. *Economic and Business Review*, 21(2), 213-242. <https://doi.org/10.15458/ebr.84>.
- Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B. B., Sinkovics, R. R., & Bohlen, G. M. (2003). Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and an empirical investigation. *Journal of Business Research*, 56(6), 465-480. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00241-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00241-7).
- Donati, M., Menozzi, D., Zighetti, C., Rosi, A., Zinetti, A., & Scazzina, F. (2016). Towards a sustainable diet combining economic, environmental and nutritional objectives. *Appetite*, 106, 48-57. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.02.151>.
- Durif, F., Boivin, C., & Julien, C. (2010). In Search of a Green Product Definition. *Innovative Marketing*, 6(1), 25-33.
- Ede, J., Graine, S., & Rhodes, C. (2011). Moving Towards Sustainable Food Consumption: Identifying Barriers to Sustainable Student Diets [Magistritöö, Blekinge Tehnoloogia Instituut]. Digitala Vetenskapliga Arkivet. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:bth-3354>
- Eesti Vegan Selts. (n.d.). *Kes/mis on vegan?* Kasutatud 2. märts 2023 <https://vegan.ee/veganlusest/kesmis-on-vegan/>
- Euroopa Parlament. (2021). *Jätkusuutliku toidussüsteemi loomine: ELi strateegia*. Kasutatud 24. veebruar 2023 <https://www.europarl.europa.eu/news/et/headlines/society/20200519STO79425/jatkusuutliku-toidussusteemi-loomine-eli-strateegia>
- European Institute of Innovation and Technology. (2020). *The EIT Food Trust Report 2020*. [https://www.eitfood.eu/media/news-pdf/EIT\\_Food\\_Trust\\_Report\\_2020.pdf](https://www.eitfood.eu/media/news-pdf/EIT_Food_Trust_Report_2020.pdf)
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2012). Sustainable Diets and Biodiversity - Directions and Solutions for Policy, Research and Action. B. Burlingame, & S. Dernini (Ed.). *International Scientific Symposium on Biodiversity and Sustainable Diets*, 3.-5.11.2010, FAO peakorter, Rooma. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Follows, S. B., & Jobber, D. (2000). Environmentally responsible purchase behaviour: A test of a consumer model. *European Journal of Marketing*, 34(5), 723-746. <http://dx.doi.org/10.1108/03090560010322009>.
- Fox, E. L., Davis, C., Downs, S. M., McLaren, R., & Fanzo, J. (2021). A focused ethnographic study on the role of health and sustainability in food choice decisions. *Appetite*, 165, Article105319. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105319>.

- Gerber, P. J., Steinfeld, H., Henderson, B., Mottet, A., Opio, C., Dijkman, J., Falcucci, A., & Tempio, G. (2013). *Tackling climate change through livestock - A global assessment of emissions and mitigation opportunities*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Gifford, R. D., & Chen, A. K. S. (2017). Why aren't we taking action? Psychological barriers to climate-positive food choices. *Climate Change, 140*, 165-178. <https://doi.org/10.1007/s10584-016-1830-y>.
- Gleim, M. R., Smith, J. S., Andrews, D., & Cronin Jr., J. J. (2013). Against the Green: A Multi-method Examination of the Barriers to Green Consumption. *Journal of Retailing, 89*(1), 44-61. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretai.2012.10.001>.
- Glen, S. (n.d.). *How to Calculate the Least Significant Difference (LSD)*. Kasutatud 3. mai 2023 <https://www.statisticshowto.com/how-to-calculate-the-least-significant-difference-bsd/>
- Ingenbleek, P. T. M. (2015). Price strategies for sustainable food products. *British Food Journal, 117*(2), 915-928. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2014-0066>.
- Jätkusuuutlikkus. (n.d.). Kasutatud 4. aprill 2023 <https://toitumine.ee/kuidas-poes-toitu-valida/jatkusuuutlikkus>
- Kantar Emor. (2013). *Eurobaromeeter: 60% Eesti elanikest ostavad keskkonnasõbralikke tooteid aeg-ajalt, tihti ostmist pärsivad kättesaadavus, ebasoodne hinna ja kvaliteedi suhe ning inimeste enda madal aktiivsus keskkonnasäästlikes tegevustes*. Kasutatud 3. aprill 2023 <https://www.kantaremor.ee/blogi/eurobaromeeter-60-eesti-elanikest-ostavad-keskkonnasõbralikke-tooteid-aeg-ajalt-tihti-ostmist-parsivad-kattesaadavus-ebasoodne-hinna-ja-kvaliteedi-suhe-ning-inimeste-enda-madal-aktiivsus-keskkonnasääst/>
- Kantar Emor. (2023) *Kõrge inflatsioon ei vähendanud inimeste valmisolekut rohetoodete eest rohkem maksta*. Kasutatud 3. aprill 2023 <https://www.kantaremor.ee/blogi/kõrge-inflatsioon-ei-vahendanud-inimeste-valmisolekut-rohetoodete-eest-rohkem-maksta/>
- Keskkonnaministeerium. (2021). *Euroopa Liidu ökomärgis*. Kasutatud 18. veebruar 2023 <https://envir.ee/et/el-okomargise-kampaania>
- Li, D., Zhao, L., Ma, S., Shao, S., & Zhang, L. (2019). What influences an individual's pro-environmental behavior? A literature review. *Resources, Conservation & Recycling, 146*, 28-34. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.03.024>.
- Lin, Y.-C., & Chang, C. A. (2012). Double Standard: The Role of Environmental Consciousness in Green Product Usage. *Journal of Marketing, 76*(5), 125-134. <https://doi.org/10.1509/jm.11.0264>.
- Liu, M. T., Liu, Y., & Mo, Z. (2020). Moral norm is the key: An extension of the theory of planned behaviour (TPB) on Chinese consumers' green purchase intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 32*(8), 1823-1841. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2019-0285>.

- Mann, D., Thornton, L., Crawford, D., & Ball, K. (2018). Australian consumers' views towards an environmentally sustainable eating pattern. *Public Health Nutrition*, 21(14), 2714-2722. <https://doi.org/10.1017/S1368980018001192>.
- Mertler, C. (2002). Demonstrating the potential for Web-based survey methodology with a case study. *American Secondary Education*, 30(2), 49-61. <https://www.jstor.org/stable/41064450>.
- Meyer, A. (2015). Does education increase pro-environmental behavior? Evidence from Europe. *Ecological Economics*, 116, 108-121. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.04.018>.
- Miller, H. I. (2014). *Organic Farming Is Not Sustainable*. Kasutatud 11. märts 2023 <https://www.hoover.org/research/organic-farming-not-sustainable>
- Moisander, J., & Pesonen, S. (2002). Narratives of sustainable ways of living: constructing the self and the other as a green consumer. *Management Decision*, 40(4), 329-342. <https://doi.org/10.1108/00251740210426321>.
- Mäkinen, J.-P., & Vainio, A. (2014). Barriers to climate-friendly food choices among young adults in Finland. *Appetite*, 74, 12-19. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.11.016>.
- Nardi, V. A. M., Jardim, W. C., Ladeira, W., & Santini, F. (2019). Predicting food choice: a meta-analysis based on the theory of planned behavior. *British Food Journal*, 121(10), 2250-2264. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2018-0504>.
- Niaura, A. (2013). Using the Theory of Planned Behavior to Investigate the Determinants of Environmental Behavior among Youth. *Environmental Research, Engineering and Management*, 63(1), 74-81. <http://dx.doi.org/10.5755/j01.erem.63.1.2901>.
- Pasca, L., & Poggio, L. (2021). Biased perception of the environmental impact of everyday behaviors. *The Journal of Social Psychology*, 1-7. <https://doi.org/10.1080/00224545.2021.2000354>.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 124-234. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.006>.
- Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987-992. <http://dx.doi.org/10.1126/science.aaq0216>.
- Prion, S., & Haerling, K. A. (2014). Making Sense of Methods and Measurement: Spearman-Rho Ranked-Order Correlation Coefficient. *Clinical Simulation in Nursing*, 10(10), 535-536. <https://doi.org/10.1016/j.ecns.2014.07.005>.
- Rejman, K., Kaczorowska, J., Halicka, E., & Lackowski, W. (2019). Do Europeans consider sustainability when making food choices? A survey of Polish city-dwellers. *Public Health Nutrition*, 22(7), 1330-1339. <https://doi.org/10.1017/S1368980019000326>.

- Relle, R., & Veideman, T. (2021). *Eesti täiskasvanud rahvastiku tervisekäitumise uuring 2020*. Tervise Arengu Instituut. [https://www.tai.ee/sites/default/files/2021-04/TKU2020\\_kogumik.pdf](https://www.tai.ee/sites/default/files/2021-04/TKU2020_kogumik.pdf)
- Ringmajandus. (n.d.). *Ökomärgis*. Kasutatud 24. veebruar 2023 <https://ringmajandus.envir.ee/et/okomargis>
- Rise, J., Sheeran, P., & Hukkelberg, S. (2010). The Role of Self-Identity in the Theory of Planned Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(5), 1085-1105. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00611.x>.
- Ritchie, H., & Roser, M. (2022). *Environmental Impacts of Food Production*. Kasutatud 11. märts 2023 <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>
- RSPCA Assured. (2021). *What is reducetarianism?* Kasutatud 9. märts 2023 <https://www.rspcaassured.org.uk/news-and-updates/posts/what-is-reducetarianism/>
- Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamine*. Kasutatud 7. märts 2023 <https://samm.ut.ee/valimid>
- Salazar, H. A., Oerlemans, L., & van Stroe-Biezen, S. (2013). Social influence on sustainable consumption: evidence from behavioural experiment. *International Journal of Consumer Studies*, 37(2), 172-180. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2012.01110.x>.
- Shen, X., Xu, Q., & Liu, Q. (2022). Predicting sustainable food consumption across borders based on the theory of planned behavior: A meta-analytic structural equation model. *PLoS ONE*, 17(11), Articlee0275312. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0275312>.
- Sheoran, M. & Kumar, D. (2022). Benchmarking the barriers of sustainable consumer behaviour. *Social Responsibility Journal*, 18(1), 19-42. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2020-0203>.
- StratKIT+. (n.d.). *Avaliku toitlustuse jätkusuutlikkuse aspektid*. Kasutatud 5. aprill 2023 <https://www.sustainable-public-meal.eu/et/tools/sustainability-aspects/>
- Taber, K. S. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 48, 1273-1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>.
- Taimetoitlus*. (n.d.). Kasutatud 2. märts 2023 <https://toitumine.ee/erinevad-toitumisviisid/taimetoitlus>
- Toidufoor. (n.d.). *Lihafoor*. Kasutatud 4. aprill 2023 <https://toidufoor.ee/et>
- Tuomisto, H. L., Hodge, I. D., Riordan, P., & Macdonald, D. W. (2012). Does organic farming reduce environmental impacts? - A meta-analysis of European research. *Journal of Environmental Management*, 112, 309-320. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2012.08.018>.
- Zepeda, L., & Deal, D. (2009). Organic and local food consumer behaviour: Alphabet Theory. *International Journal of Consumer Studies*, 33(6), 697-705. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00814.x>.



- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer „Attitude-Behavioral Intention” Gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, *19*, 169-194. <https://doi.org/10.1007/s10806-005-5485-3>.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2008). Sustainable food consumption among young adults in Belgium: Theory of planned behaviour and the role of confidence and values. *Ecological Economics*, *64*(3), 542-553. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.03.007>.
- Wiernik, B. M., Ones, D. S., & Dilchert, S. (2013). Age and environmental sustainability: a meta-analysis. *Journal of Managerial Psychology*, *28*(7), 826-856. <https://doi.org/10.1108/JMP-07-2013-0221>.

# LISAD

## Lisa 1. Küsimustik koos vastuste jagunemisega

Tere!

Mina olen Tallinna Tehnikaülikooli tudeng Nell Natali Kivi ja kirjutan oma bakalaureusetööd jätkusuutlikult toitumisest. Küsitluse eesmärgiks on selgitada välja põhjused, mis takistavad Eesti tarbijaid jätkusuutlikult toitumast.

Kõik vastused on anonüümsed ning neid kasutatakse ainult teadustöö eesmärgil. Küsimustiku täitmine võtab aega umbes 5-10 minutit.

Ankeedis kasutatud väited pärinevad Mäkiemi ja Vainio (2014), Paul *et al.* (2016), Sheoran ja Kumar (2022), Ede *et al.* (2011) ja Liu *et al.* (2020) uuringutest.

Täna Teid vastamise eest!

---

### 1. Kas Te olete jätkusuutlikust toitumisest varem kuulnud?\*

- Jah (34,5%) - **Palun kirjutage, mida tähendab Teie jaoks jätkusuutlik toitumine.**
- Ei oska öelda (23,7%)
- Ei (38,7%)

### 2. Jätkusuutlik toitumine

Palun märkige, kui tihti Te teete alljärgnevaid jätkusuutlikke toiduvalikuid.\*

## Lisa 1 järg

	Mitte kunagi	Alla 1 korra aastas	1+ korda aastas	1+ korda pool-aastas	1+ korda kuus	1+ korda nädalas	Peaaegu iga päev
Ma proovin valida toite, mis omaksid võimalikult väikest negatiivset mõju kliimale.	40%	7%	5%	6%	12%	14%	16%
Ma eelistan kohalikku toitu.	4%	2%	7%	4%	12%	24%	47%
Ma väldin õhu kaudu transporditud toite.	64%	6%	4%	4%	8%	7%	6%
Ma söön hooajalist toitu.	4%	2%	7%	9%	20%	30%	27%
Ma piiran oma liha- ja piimatoodete tarbimist.	35%	5%	5%	4%	9%	14%	28%
Ma proovin piirata oma toiduraiskamist.	2%	2%	6%	2%	4%	14%	69%

### 3. Kavatsus osta jätkusuutlikke toidukaupu

Palun hinnake alljärgnevaid väiteid 5-palli skaalal, kus 1 on „ei nõustu üldse“ ja 5 on „nõustun täielikult“.

	1	2	3	4	5
Ma kaalun tulevikus jätkusuutlike toodete ostmist, sest need saastavad vähem keskkonda.	12%	14%	24%	21%	29%
Ma kaalun ökoloogilistel põhjustel üleminekut keskkonnasõbralikele kaubamärkidele.	16%	17%	20%	22%	25%
Ma olen valmis keskkonnasõbraliku toote eest rohkem maksma kui tavatoote eest.	21%	18%	24%	20%	18%

## Lisa 1 järg

	1	2	3	4	5
Ma kavatsen madala keskkonnamõjuga tooteid tulevikus osta.	11%	12%	21%	27%	29%
Ma tahan kindlasti jätkusuutlikke tooteid tulevikus osta.	12%	13%	19%	24%	32%

### 4. Hoiakust tulenevad barjäärid

Palun hinnake alljärgnevaid väiteid 5-palli skaalal, kus 1 on „ei nõustu üldse“ ja 5 on „nõustun täielikult“.

	1	2	3	4	5
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest jätkusuutlik toit on kallis.	15%	18%	28%	21%	17%
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest minu panusel on jätkusuutlikkuse edendamisele tähtsusetu mõju.	43%	22%	19%	9%	7%
Ma ei eelista jätkusuutlike toidukaupade ostmist ega tarbimist, sest rohepesu pärast ei usalda ma jätkusuutlikke ettevõtteid.	30%	25%	24%	13%	8%
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest need maitsevad halvasti.	56%	21%	15%	5%	3%
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest need on veidrad.	58%	18%	15%	5%	4%
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest need ei ole tervislikud.	64%	18%	13%	3%	2%

## Lisa 1 järg

### 5. Subjektivsest normist tulenevad barjäärid

Palun hinnake alljärgnevaid väiteid 5-palli skaalal, kus 1 on „ei nõustu üldse“ ja 5 on „nõustun täielikult“.

	1	2	3	4	5
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest minu tajutav sotsiaalne kuvand ei parane pärast nende toodete ostmist või kasutamist.	63%	13%	15%	4%	6%
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest minu pere ja/või sõbrad ei kasuta neid.	60%	16%	16%	6%	2%
Ma ei eelista jätkusuutlike toidukaupade ostmist ega tarbimist, sest mul ei ole nende kohta piisavalt teadmisi.	27%	21%	23%	17%	12%

### 6. Tajutud käitumise kontrollist tulenevad barjäärid

Palun hinnake alljärgnevaid väiteid 5-palli skaalal, kus 1 on „ei nõustu üldse“ ja 5 on „nõustun täielikult“.

	1	2	3	4	5
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu ebamugavuse tõttu, mis tuleneb jätkusuutlike toodete ostmisest ja kasutamisest. (Näiteks lisanduv ajakulu, informatsiooni otsimine).	20%	21%	27%	21%	11%
Ma ei saa osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest nende kättesaadavus on kehv.	13%	18%	36%	25%	9%
Ma ei eelista jätkusuutlike toidukaupade ostmist ega tarbimist, sest mulle meeldib alati süüa harjumuspärast toitu.	25%	22%	18%	19%	17%
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest ma ei oska nendest süüa valmistada.	46%	21%	20%	7%	4%

## Lisa 1 järg

### 7. Hoiak

Palun hinnake alljärgnevaid väiteid 5-palli skaalal, kus 1 on „ei nõustu üldse“ ja 5 on „nõustun täielikult“.

	1	2	3	4	5
Ma suhtun jätkusuutlikesse toidukaupadesse positiivselt.	3%	4%	17%	22%	53%
Jätkusuutlikud toidukaubad on keskkonnale head.	4%	4%	19%	26%	46%
Mulle meeldib idee jätkusuutlike toidukaupade ostmisest.	6%	6%	17%	22%	48%

### 8. Subjektivne norm

Palun hinnake alljärgnevaid väiteid 5-palli skaalal, kus 1 on „ei nõustu üldse“ ja 5 on „nõustun täielikult“.

	1	2	3	4	5
Enamik inimesi, kes on mulle olulised, arvavad, et ma peaksin ostma jätkusuutlikke toidukaupu.	41%	24%	24%	6%	4%
Enamik inimesi, kes on mulle olulised, tahavad, et ma ostaksin jätkusuutlikke toidukaupu.	43%	25%	22%	5%	4%
Inimesed, kelle arvamust ma hindan, eelistaksid, et ma ostan jätkusuutlikke toidukaupu.	41%	22%	22%	8%	6%
Sõbra positiivne arvamus jätkusuutlikest toidukaupadest mõjutab mind neid ostma.	33%	19%	23%	16%	9%

## Lisa 1 järg

### 9. Tajutud käitumise kontroll

Palun hinnake alljärgnevaid väiteid 5-palli skaalal, kus 1 on „ei nõustu üldse“ ja 5 on „nõustun täielikult“.

	1	2	3	4	5
Ma usun, et mul on võimalus osta jätkusuutlikke toidukaupu.	4%	11%	30%	31%	25%
Kui see oleks täielikult minu otsustada, siis olen kindel, et ostaksin jätkusuutlikke toidukaupu.	12%	15%	27%	22%	23%
Ma näen end olevat tulevikus suuteline jätkusuutlikke toidukaupu ostma.	6%	10%	25%	30%	28%
Mul on piisavalt ressursse, raha ja tahet, et jätkusuutlikke toidukaupu osta.	13%	21%	27%	21%	18%
Jätkusuutlikud toidukaubad on üldiselt saadaval nendes poodides, kus ma tavaliselt oma sisseoste teen.	10%	24%	41%	17%	8%
Tõenäoliselt on mul palju võimalusi jätkusuutlike toidukaupade ostmiseks.	8%	19%	34%	24%	14%
Ma tunnen, et jätkusuutlike toidukaupade ostmine ei ole täielikult minu kontrolli all.	16%	17%	28%	25%	13%

### 10. Palun hinnake erinevate toiduainete tootmisega seotud kasvuhoonegaaside keskkonnamõju, kus 1 on „väga väike mõju“ ja 7 on „väga suur mõju“.\*

	1	2	3	4	5	6	7
Veiseliha	4%	4%	7%	8%	10%	16%	51%
Herned	25%	30%	18%	16%	8%	1%	2%
Piim	5%	3%	10%	13%	21%	23%	26%
Kartul	23%	30%	24%	15%	6%	1%	1%
Muna	8%	11%	18%	22%	20%	14%	6%
Juust	5%	5%	10%	13%	25%	24%	18%

## Lisa 1 järg

	1	2	3	4	5	6	7
Sealiha	5%	4%	8%	8%	16%	24%	35%
Tomat	20%	29%	22%	15%	8%	3%	2%
Nisu ja rukis	17%	25%	26%	16%	9%	4%	2%

### 11. Milline allolevatest variantidest kirjeldab kõige paremini Teie igapäevaseid toitumisharjumusi?\*

- Täistaimetoitlane (või vegan) - ei tarbi loomade ja lindude liha, kala, mereande, piima, muna ja neist valmistatud tooteid (Eesti Vegan Selts, 2023). (7,7%)
- Vegetaarlane - ei tarbi loomade ja lindude liha ega kala, kuid tarbin piima ja/või muna ning neist valmistatud tooteid (Eesti Vegan Selts, 2023). (7,4%)
- Pooltaimetoitlane - ei söö punast liha (imetajate liha), kuid söön teisi loomset päritolu toite, näiteks kana ja/või kala ning piima ja mune ning neist valmistatud tooteid (Taimetoitlus, 2023). (7,1%)
- Loomset päritolu toidu piiraja (ing. k *reducetarian*) - ei ole päris taimetoitlane, kuid üritan teadlikult vähem loomset päritolu toitu tarbida (RSPCA Assured, 2021). (21,0%)
- Segatoiduline - ei piira oma loomset päritolu toidu tarbimist. (56,7%)

### 12. Teie sugu?\*

- Mees (31,1%)
- Naine (67,8%)
- Ei soovi avaldada/muu (1,1%)

### 13. Teie vanus täisaastates?\*

### 14. Kui suur oli viimase 12 kuu jooksul Teie pere keskmine ühe kuu sissetulek (neto ehk ilma maksudeta) ühe pereliikme kohta?\*

- vähem kui 300 eurot (1,4%)
- 300-599 eurot (7,0%)
- 600-799 eurot (6,6%)
- 800-999 eurot (7,6%)
- 1000-1199 eurot (10,1%)
- 1200-1399 eurot (9,3%)
- 1400-1600 eurot (10,6%)
- rohkem kui 1600 eurot (36,7%)
- Ei soovi avaldada (10,7%)



## **Lisa 1 järg**

### **15. Milline on Teie haridus (kõrgeim lõpetatud haridustase)?\***

- Alg- või põhiharidus (sh kutseharidus) (4,6%)
- Keskharidus (sh keskeriharidus, kutsekeskharidus) (25,8%)
- Rakenduslik või kutsekõrgharidus (11,2%)
- Kõrghariduse põhiõpe (bakalaureus) (27,2%)
- Kõrghariduse kraadiõpe (magister, doktor/kandidaat) (31,3%)

### **16. Kas soovite veel midagi lisada?**

Tänan vastamast!

## Lisa 2. Küsimustikus kasutatud väited koos allikatega

Kasutatud väide	Uuring, kust väide pärineb
<b>Jätkusuutlik toitumine</b>	
Ma proovin valida toite, mis omaksid võimalikult väikest negatiivset mõju kliimale.	Mäkinieniemi ja Vainio (2014)
Ma eelistan kohalikku toitu.	
Ma väldin õhu kaudu transporditud toite.	
Ma söön hooajalist toitu.	
Ma piiran oma liha- ja piimatoodete tarbimist.	
Ma proovin piirata oma toiduraiskamist.	
<b>Kavatsus osta jätkusuutlikke toidukaupu</b>	
Ma kaalun tulevikus jätkusuutlike toodete ostmist, sest need saastavad vähem keskkonda.	Paul <i>et al.</i> (2016)
Ma kaalun ökoloogilistel põhjustel üleminekut keskkonnasõbralikele kaubamärkidele.	
Ma olen valmis keskkonnasõbraliku toote eest rohkem maksma kui tavatoote eest.	
Ma kavatsen madala keskkonnamõjuga tooteid tulevikus osta.	
Ma tahan kindlasti jätkusuutlikke tooteid tulevikus osta.	
<b>Hoiakust tulenevad barjäärid</b>	
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest jätkusuutlik toit on kallis.	Sheoran ja Kumar (2022)

## Lisa 2 järg

Kasutatud väide	Uuring, kust väide pärineb
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest minu panusel on jätkusuutlikkuse edendamisele tähtsusetu mõju.	Sheoran ja Kumar (2022)
Ma ei eelista jätkusuutlike toidukaupade ostmist ega tarbimist, sest rohepesu pärast ei usalda ma jätkusuutlikke ettevõtteid.	
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest need maitsevad halvasti.	Mäkinieniemi ja Vainio (2014)
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest need on veidad.	
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest need ei ole tervislikud.	
<b>Subjektiivselt normist tulenevad barjäärid</b>	
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest minu tajutav sotsiaalne kuvand ei parane pärast nende toodete ostmist või kasutamist.	Sheoran ja Kumar (2022)
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest minu pere ja/või sõbrad ei kasuta neid.	
Ma ei eelista jätkusuutlike toidukaupade ostmist ega tarbimist, sest mul ei ole nende kohta piisavalt teadmisi.	
<b>Tajutud käitumise kontrollist tulenevad barjäärid</b>	
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu ebamugavuse tõttu, mis tuleneb jätkusuutlike toodete ostmisest ja kasutamisest. (Näiteks lisanduv ajakulu, informatsiooni otsimine).	Sheoran ja Kumar (2022)
Ma ei saa osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest nende kättesaadavus on kehv.	
Ma ei eelista jätkusuutlike toidukaupade ostmist ega tarbimist, sest mulle meeldib alati süüa harjumuspärast toitu.	Mäkinieniemi ja Vainio (2014)

## Lisa 2 järg

Kasutatud väide	Uuring, kust väide pärineb
Ma ei taha osta jätkusuutlikke toidukaupu, sest ma ei oska nendest süüa valmistada.	Ede <i>et al.</i> (2011)
<b>Hoiak</b>	
Ma suhtun jätkusuutlikesse toidukaupadesse positiivselt.	Liu <i>et al.</i> (2020)
Jätkusuutlikud toidukaubad on keskkonnale head.	
Mulle meeldib idee jätkusuutlike toidukaupade ostmisest.	
<b>Subjektiivne norm</b>	
Enamik inimesi, kes on mulle olulised, arvavad, et ma peaksin ostma jätkusuutlikke toidukaupu.	Paul <i>et al.</i> (2016)
Enamik inimesi, kes on mulle olulised, tahavad, et ma ostaksin jätkusuutlikke toidukaupu.	
Inimesed, kelle arvamust ma hindan, eelistaksid, et ma ostan jätkusuutlikke toidukaupu.	
Sõbra positiivne arvamus jätkusuutlikest toidukaupadest mõjutab mind neid ostma.	
<b>Tajutud kontroll käitumise üle</b>	
Ma usun, et mul on võimalus osta jätkusuutlikke toidukaupu.	Paul <i>et al.</i> (2016)
Kui see oleks täielikult minu otsustada, siis olen kindel, et ostaksin jätkusuutlikke toidukaupu.	
Ma näen end olevat tulevikus suuteline jätkusuutlikke toidukaupu ostma.	
Mul on piisavalt ressursse, raha ja tahet, et jätkusuutlikke toidukaupu osta.	

## Lisa 2 järg

<b>Kasutatud väide</b>	<b>Uuring, kust väide pärineb</b>
Jätkusuutlikud toidukaubad on üldiselt saadaval nendes poodides, kus ma tavaliselt oma sisseoste teen.	Paul <i>et al.</i> (2016)
Tõenäoliselt on mul palju võimalusi jätkusuutlike toidukaupade ostmiseks.	
Ma tunnen, et jätkusuutlike toidukaupade ostmine ei ole täielikult minu kontrolli all.	

### Lisa 3. Barjäärid toitumisharjumuse lõikes

Barjäär	Täistaimetoitlased		Vegetaarlased		Pooltaimetoitlased	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Kõrge hind	2,45	1,28	3,02	1,31	3,02	1,27
Indiviidi mõju tähtsusetus	1,35	0,86	1,77	1,09	1,89	1,07
Usaldamatus	1,71	0,89	2,21	1,16	2,18	1,15
Halb maitse	1,31	0,65	1,28	0,58	1,40	0,75
Veidrus	1,16	0,55	1,30	0,69	1,42	0,81
Ebatervislikkus	1,24	0,60	1,21	0,55	1,33	0,71
Sotsiaalne kuvand	1,06	0,24	1,19	0,61	1,40	0,75
Pere ja/või sõbrad	1,27	0,60	1,30	0,66	1,62	0,94
Teadmiste puudumine	1,59	0,93	2,17	1,19	2,42	1,25
Ebamugavus	2,12	1,25	2,38	1,07	2,58	1,18
Kehv kättesaadavus	2,45	1,14	2,91	1,27	3,09	1,16
Harjumus süüa sama toitu	1,61	0,93	1,96	1,02	2,20	1,10
Puudulikud söögitegemise oskused	1,33	0,59	1,79	1,02	1,58	0,84

Barjäär	Loomset päritolu toidu piirajad		Segatoidulised	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Kõrge hind	3,05	1,20	3,18	1,32
Indiviidi mõju tähtsusetus	1,88	1,09	2,46	1,33
Usaldamatus	2,32	1,09	2,63	1,35
Halb maitse	1,42	0,71	2,06	1,17
Veidrus	1,47	0,82	2,09	1,25
Ebatervislikkus	1,41	0,70	1,83	1,10
Sotsiaalne kuvand	1,53	0,88	2,08	1,33
Pere ja/või sõbrad	1,57	0,86	1,92	1,16

### Lisa 3 järg

Barjäär	Loomset päritolu toidu piirajad		Segatoidulised	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Teadmiste puudumine	2,50	1,28	3,00	1,36
Ebamugavus	2,65	1,23	3,08	1,29
Kehv kättesaadavus	3,10	1,07	3,01	1,12
Harjumus süüa sama toitu	2,21	1,16	3,39	1,38
Puudulikud söögitegemise oskused	1,79	1,02	2,28	1,24

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1.  $\bar{x}$  – aritmeetiline keskmine,  $\sigma$  – standardhälve

#### Lisa 4. Dispersioonanalüüsi tulemused toitumisharjumuse lõikes

Barjäär	Levene'i test	Dispersioonanalüüs	
	p	F	p
Kõrge hind	0,551	3,581	<b>0,007</b>
Indiviidi mõju tähtsusetus	0,000	18,261	<b>0,000</b>
Usaldamatus	0,000	10,409	<b>0,000</b>
Halb maitse	0,000	22,648	<b>0,000</b>
Veidrus	0,000	24,782	<b>0,000</b>
Ebatervislikkus	0,000	14,375	<b>0,000</b>
Sotsiaalne kuvand	0,000	44,765	<b>0,000</b>
Pere ja/või sõbrad	0,000	13,114	<b>0,000</b>
Teadmiste puudumine	0,016	23,541	<b>0,000</b>
Ebamugavus	0,577	10,129	<b>0,000</b>
Kehv kättesaadavus	0,204	3,291	<b>0,011</b>
Harjumus süüa sama toitu	0,000	52,478	<b>0,000</b>
Puudulikud söögitegemise oskused	0,000	21,304	<b>0,000</b>

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. p – olulisuse tõenäosus, F – F empiiriline väärtus

Kõrge hind (Fisher LSD <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	LSD <sub>A,B</sub>	$\bar{x}_A - \bar{x}_B$
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,516	<b>0,572</b>
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,522	<b>0,573</b>
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,422	<b>0,604</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,385	<b>0,735</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,527	0,001
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,429	0,031
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,392	0,163
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,436	0,030
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,400	0,162
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,257	0,131



## Lisa 4 järg

Indiviidi mõju tähtsusetus (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,233
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,063
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	<b>0,007</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,982
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,972
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,002</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,999
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,015</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>

Usaldamatus (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,138
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,203
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	<b>0,002</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,999
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,979
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	0,168
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,946
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	0,122
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	0,075

Halb maitse (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,999
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,967
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,841
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,903
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,639
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,999
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>

## Lisa 4 järg

<b>Veidrus (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)</b>			
<b>Grupp A</b>	<b>Grupp B</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>p</b>
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,830
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,386
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	<b>0,033</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,933
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,612
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,996
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>

<b>Ebatervislikkus (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)</b>			
<b>Grupp A</b>	<b>Grupp B</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>p</b>
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,999
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,966
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,537
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,892
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,310
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,975
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,001</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>

<b>Sotsiaalne kuvand (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)</b>			
<b>Grupp A</b>	<b>Grupp B</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>p</b>
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,656
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	<b>0,042</b>
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	<b>0,000</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,594
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	<b>0,041</b>
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,884
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>

## Lisa 4 järg

Pere ja/või sõbrad (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,999
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,201
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,063
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,318
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,170
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,998
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	0,285
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,003</b>

Teadmiste puudumine (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,070
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	<b>0,005</b>
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	<b>0,000</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,859
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,509
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,997
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,043</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,002</b>

Ebamugavus (Fisher LSD <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	LSD <sub>A,B</sub>	$ \bar{x}_A - \bar{x}_B $
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,501	0,261
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,506	0,455
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,410	<b>0,524</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,374	<b>0,956</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,512	0,195
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,416	0,264
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,380	<b>0,695</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,423	0,069
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,388	<b>0,500</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,249	<b>0,431</b>

## Lisa 4 järg

<b>Kehv kättesaadavus (Fisher LSD <i>post-hoc</i> test)</b>			
<b>Grupp A</b>	<b>Grupp B</b>	<b>LSD<sub>A,B</sub></b>	<b>  <math>\bar{x}_A - \bar{x}_B</math>  </b>
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,450	<b>0,466</b>
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,455	<b>0,640</b>
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,368	<b>0,649</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,336	<b>0,557</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,460	0,174
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,374	0,183
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,342	0,091
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,380	0,009
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,349	0,083
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,224	0,092

<b>Harjumus süüa sama toitu (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)</b>			
<b>Grupp A</b>	<b>Grupp B</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>p</b>
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,422
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,050
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	<b>0,004</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,808
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,623
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,999
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>

<b>Puudulikud söögitegemise oskused (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)</b>			
<b>Grupp A</b>	<b>Grupp B</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>p</b>
Täistaimetoitlased	Vegetaarlased	0,05	0,065
Täistaimetoitlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,462
Täistaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	<b>0,002</b>
Täistaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Vegetaarlased	Pooltaimetoitlased	0,05	0,818
Vegetaarlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,999
Vegetaarlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,029</b>
Pooltaimetoitlased	Loomset päritolu toidu piirajad	0,05	0,642
Pooltaimetoitlased	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>
Loomset päritolu toidu piirajad	Segatoidulised	0,05	<b>0,000</b>

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. LSD<sub>A,B</sub> – Fisheri teststatistiku väärtus,  $|\bar{x}_A - \bar{x}_B|$  - absoluutväärtuses esitatud gruppide aritmeetiliste keskmiste vahe,  $\alpha$  – olulisuse nivoo, p – olulisuse tõenäosus

## Lisa 5. Barjäärid soo lõikes

Barjäär	Mehed		Naised	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Kõrge hind	2,94	1,30	3,13	1,29
Indiviidi mõju tähtsusetus	2,53	1,36	1,99	1,18
Usaldamatus	2,87	1,37	2,23	1,15
Halb maitse	2,22	1,20	1,55	0,89
Veidrus	2,25	1,31	1,57	0,95
Ebatervislikkus	1,89	1,11	1,48	0,85
Sotsiaalne kuvand	2,08	1,34	1,62	1,04
Pere ja/või sõbrad	1,83	1,11	1,69	1,01
Teadmiste puudumine	2,87	1,34	2,61	1,36
Ebamugavus	2,99	1,29	2,74	1,28
Kehv kättesaadavus	2,95	1,12	3,00	1,13
Harjumus süüa sama toitu	3,43	1,47	2,54	1,31
Puudulikud söögitegemise oskused	2,25	1,24	1,91	1,11

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1.  $\bar{x}$  – aritmeetiline keskmine,  $\sigma$  – standardhälve

## Lisa 6. T-testi tulemused soo lõikes

Barjäär	F-test	t-test	
	p	t-stat	p
Kõrge hind	0,887	-1,626	0,104
Indiviidi mõju tähtsusetus	0,020	4,818	<b>0,000</b>
Usaldamatus	0,003	5,711	<b>0,000</b>
Halb maitse	0,000	7,047	<b>0,000</b>
Veidrus	0,000	6,549	<b>0,000</b>
Ebatervislikkus	0,000	4,517	<b>0,000</b>
Sotsiaalne kuvand	0,000	4,269	<b>0,000</b>
Pere ja/või sõbrad	0,133	1,582	0,114
Teadmiste puudumine	0,808	2,345	<b>0,019</b>
Ebamugavus	0,820	2,256	<b>0,024</b>
Kehv kättesaadavus	0,886	-0,476	0,634
Harjumus süüa sama toitu	0,055	7,658	<b>0,000</b>
Puudulikud söögitegemise oskused	0,056	3,447	0,001

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. p – olulisuse tõenäosus, t-stat – teststatistiku empiiriline väärtus

## Lisa 7. Barjäärid vanuse lõikes

Barjäär	18-25-aastased		26-33-aastased		34-41-aastased		42-49-aastased	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Kõrge hind	3,34	1,22	3,30	1,36	3,02	1,37	2,85	1,26
Indiviidi mõju tähtsusetus	2,03	1,26	1,85	1,11	2,13	1,24	2,23	1,30
Usaldamatus	2,23	1,24	2,19	1,18	2,60	1,28	2,45	1,27
Halb maitse	1,66	1,01	1,57	0,86	1,82	1,15	1,84	1,07
Veidrus	1,60	1,04	1,60	0,92	1,89	1,20	1,80	1,10
Ebatervislikkus	1,40	0,83	1,47	0,79	1,67	1,07	1,70	0,99
Sotsiaalne kuvand	1,62	1,08	1,46	1,00	1,80	1,20	1,85	1,21
Pere ja/või sõbrad	1,76	1,16	1,57	0,92	1,68	1,03	1,79	1,09
Teadmiste puudumine	2,48	1,37	2,56	1,30	2,68	1,37	2,87	1,37
Ebamugavus	2,80	1,27	2,85	1,27	2,79	1,35	2,85	1,24
Kehv kättesaadavus	2,89	1,14	3,12	1,11	2,94	1,18	3,07	1,06
Harjumus süüa sama toitu	2,64	1,39	2,55	1,35	2,87	1,42	2,91	1,44
Puudulikud söögitegemise oskused	1,90	1,11	1,95	1,04	2,12	1,22	1,94	1,13

Barjäär	50-57-aastased	
	$\bar{x}$	$\sigma$
Kõrge hind	2,86	1,27
Indiviidi mõju tähtsusetus	2,53	1,36
Usaldamatus	2,71	1,27
Halb maitse	1,88	1,10
Veidrus	2,03	1,28
Ebatervislikkus	1,79	1,08
Sotsiaalne kuvand	2,09	1,29
Pere ja/või sõbrad	1,90	1,03
Teadmiste puudumine	2,86	1,35
Ebamugavus	2,93	1,27
Kehv kättesaadavus	3,01	1,11

## Lisa 7 järg

Barjäär	50-57-aastased	
	$\bar{x}$	$\sigma$
Harjumus süüa sama toitu	2,99	1,50
Puudulikud söögitegemise oskused	2,12	1,24

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1.  $\bar{x}$  – aritmeetiline keskmine,  $\sigma$  – standardhälve



## Lisa 8. Dispersioonanalüüsi tulemused vanuse lõikes

Barjäär	Levene'i test	Dispersioonanalüüs	
	p	F	p
Kõrge hind	0,347	3,990	<b>0,003</b>
Indiviidi mõju tähtsusetus	0,017	4,107	<b>0,003</b>
Usaldamatus	0,344	3,703	<b>0,005</b>
Halb maitse	0,031	1,955	0,101
Veidrus	0,002	3,138	<b>0,015</b>
Ebatervislikkus	0,000	3,663	<b>0,006</b>
Sotsiaalne kuvand	0,000	4,634	<b>0,001</b>
Pere ja/või sõbrad	0,056	1,373	0,242
Teadmiste puudumine	0,677	2,014	0,091
Ebamugavus	0,591	0,195	0,941
Kehv kättesaadavus	0,737	0,842	0,499
Harjumus süüa sama toitu	0,906	1,978	0,096
Puudulikud söögitegemise oskused	0,120	1,034	0,389

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. p – olulisuse tõenäosus, F – F empiiriline väärtus

Kõrge hind (Fisher LSD <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	LSD <sub>A,B</sub>	$ \bar{x}_A - \bar{x}_B $
18-25-aastased	26-33-aastased	0,322	0,039
18-25-aastased	34-41-aastased	0,309	<b>0,320</b>
18-25-aastased	42-49-aastased	0,311	<b>0,490</b>
18-25-aastased	50-57-aastased	0,333	<b>0,480</b>
26-33-aastased	34-41-aastased	0,333	0,280
26-33-aastased	42-49-aastased	0,335	<b>0,451</b>
26-33-aastased	50-57-aastased	0,354	<b>0,441</b>
34-41-aastased	42-49-aastased	0,322	0,170
34-41-aastased	50-57-aastased	0,343	0,160
42-49-aastased	50-57-aastased	0,345	0,010

## Lisa 8 järg

Indiviidi mõju tähtsusetus (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
18-25-aastased	26-33-aastased	0,05	0,764
18-25-aastased	34-41-aastased	0,05	0,965
18-25-aastased	42-49-aastased	0,05	0,705
18-25-aastased	50-57-aastased	0,05	<b>0,036</b>
26-33-aastased	34-41-aastased	0,05	0,380
26-33-aastased	42-49-aastased	0,05	0,127
26-33-aastased	50-57-aastased	0,05	<b>0,001</b>
34-41-aastased	42-49-aastased	0,05	0,970
34-41-aastased	50-57-aastased	0,05	0,165
42-49-aastased	50-57-aastased	0,05	0,470

Usaldamatus (Fisher LSD <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	LSD <sub>A,B</sub>	$ \bar{x}_A - \bar{x}_B $
18-25-aastased	26-33-aastased	0,312	0,032
18-25-aastased	34-41-aastased	0,298	<b>0,369</b>
18-25-aastased	42-49-aastased	0,300	0,221
18-25-aastased	50-57-aastased	0,322	<b>0,485</b>
26-33-aastased	34-41-aastased	0,322	<b>0,401</b>
26-33-aastased	42-49-aastased	0,324	0,253
26-33-aastased	50-57-aastased	0,343	<b>0,517</b>
34-41-aastased	42-49-aastased	0,311	0,148
34-41-aastased	50-57-aastased	0,332	0,116
42-49-aastased	50-57-aastased	0,333	0,264

Veidrus (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
18-25-aastased	26-33-aastased	0,05	0,999
18-25-aastased	34-41-aastased	0,05	0,210
18-25-aastased	42-49-aastased	0,05	0,504
18-25-aastased	50-57-aastased	0,05	<b>0,045</b>
26-33-aastased	34-41-aastased	0,05	0,237
26-33-aastased	42-49-aastased	0,05	0,543
26-33-aastased	50-57-aastased	0,05	0,053
34-41-aastased	42-49-aastased	0,05	0,978
34-41-aastased	50-57-aastased	0,05	0,916
42-49-aastased	50-57-aastased	0,05	0,639

## Lisa 8 järg

Ebatervislikkus (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
18-25-aastased	26-33-aastased	0,05	0,964
18-25-aastased	34-41-aastased	0,05	0,168
18-25-aastased	42-49-aastased	0,05	0,070
18-25-aastased	50-57-aastased	0,05	<b>0,024</b>
26-33-aastased	34-41-aastased	0,05	0,500
26-33-aastased	42-49-aastased	0,05	0,303
26-33-aastased	50-57-aastased	0,05	0,117
34-41-aastased	42-49-aastased	0,05	0,999
34-41-aastased	50-57-aastased	0,05	0,905
42-49-aastased	50-57-aastased	0,05	0,962

Sotsiaalne kuvand (Games-Howell <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	$\alpha$	p
18-25-aastased	26-33-aastased	0,05	0,768
18-25-aastased	34-41-aastased	0,05	0,673
18-25-aastased	42-49-aastased	0,05	0,444
18-25-aastased	50-57-aastased	0,05	<b>0,025</b>
26-33-aastased	34-41-aastased	0,05	0,132
26-33-aastased	42-49-aastased	0,05	0,058
26-33-aastased	50-57-aastased	0,05	<b>0,001</b>
34-41-aastased	42-49-aastased	0,05	0,997
34-41-aastased	50-57-aastased	0,05	0,423
42-49-aastased	50-57-aastased	0,05	0,626

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1.  $LSD_{A,B}$  – Fisheri teststatistiku väärtus,  $|\bar{x}_A - \bar{x}_B|$  – absoluutväärtuses esitatud gruppide aritmeetiliste keskmiste vahe,  $\alpha$  – olulisuse nivoo, p – olulisuse tõenäosus

## Lisa 9. Barjäärid ühe kuu netosissetuleku lõikes pereliikme kohta

Barjäär	300-599€		600-799€		800-999€		1000-1199€	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Kõrge hind	3,36	1,30	3,55	1,27	3,31	1,24	3,08	1,15
Indiviidi mõju tähtsusetus	2,05	1,26	2,26	1,25	2,13	1,16	1,94	1,17
Usaldamatus	2,34	1,24	2,52	1,33	2,63	1,38	2,38	1,11
Halb maitse	1,68	1,12	1,52	0,74	1,69	1,03	1,84	1,07
Veidrus	1,75	1,16	1,52	0,80	1,63	1,04	1,81	1,15
Ebatervislikkus	1,45	0,87	1,33	0,72	1,58	0,87	1,77	1,09
Sotsiaalne kuvand	1,82	1,37	1,52	0,92	1,73	1,16	1,84	1,16
Pere ja/või sõbrad	1,43	0,73	1,45	0,77	1,75	1,06	1,78	1,12
Teadmiste puudumine	2,18	1,24	2,55	1,45	2,75	1,38	2,83	1,44
Ebamugavus	2,52	1,34	2,83	1,27	2,63	1,28	2,86	1,21
Kehv kättesaadavus	2,89	1,26	3,07	1,11	3,19	1,16	3,09	1,06
Harjumus süüa sama toitu	2,70	1,44	2,69	1,26	2,71	1,49	2,83	1,39
Puudulikud söögitegemise oskused	1,89	1,10	1,95	1,29	1,88	1,06	2,19	1,22

Barjäär	1200-1399€		1400-1600€		>1600€	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Kõrge hind	3,14	1,28	2,99	1,29	2,80	1,34
Indiviidi mõju tähtsusetus	2,17	1,26	2,07	1,28	2,16	1,31
Usaldamatus	2,37	1,20	2,36	1,28	2,36	1,26
Halb maitse	1,61	0,85	1,66	1,08	1,81	1,11
Veidrus	1,63	0,96	1,72	1,13	1,81	1,20
Ebatervislikkus	1,58	0,91	1,63	0,98	1,61	0,99
Sotsiaalne kuvand	1,76	1,19	1,73	1,16	1,71	1,14
Pere ja/või sõbrad	1,80	1,17	1,79	1,09	1,67	1,00
Teadmiste puudumine	2,85	1,34	2,70	1,40	2,65	1,34
Ebamugavus	2,95	1,34	2,94	1,34	2,78	1,29
Kehv kättesaadavus	3,02	1,09	3,03	1,24	2,92	1,14

## Lisa 9 järg

Barjäär	1200-1399€		1400-1600€		>1600€	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Harjumus süüa sama toitu	2,71	1,44	2,70	1,37	2,81	1,46
Puudulikud söögitegemise oskused	2,03	1,17	2,04	1,21	1,97	1,14

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1.  $\bar{x}$  – aritmeetiline keskmine,  $\sigma$  – standardhälve

**Lisa 10. Dispersioonanalüüsi tulemused ühe kuu netosissetuleku lõikes pereliikme kohta**

Barjäär	Levene'i test	Dispersioonanalüüs	
	p	F	p
Kõrge hind	0,418	3,309	<b>0,003</b>
Indiviidi mõju tähtsusetus	0,438	0,403	0,877
Usaldamatus	0,486	0,399	0,880
Halb maitse	0,148	0,810	0,562
Veidrus	0,089	0,668	0,676
Ebatervislikkus	0,023	1,292	0,263
Sotsiaalne kuvand	0,311	0,386	0,888
Pere ja/või sõbrad	0,001	1,660	0,134
Teadmiste puudumine	0,524	1,343	0,236
Ebamugavus	0,848	0,786	0,581
Kehv kättesaadavus	0,629	0,569	0,755
Harjumus süüa sama toitu	0,509	0,149	0,989
Puudulikud söögitegemise oskused	0,722	0,506	0,804

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. p – olulisuse tõenäosus, F – F empiiriline väärtus

Kõrge hind (Fisher LSD <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	LSD <sub>A,B</sub>	$ \bar{x}_A - \bar{x}_B $
300-599€	600-799€	0,546	0,184
300-599€	800-999€	0,528	0,051
300-599€	1000-1199€	0,495	0,286
300-599€	1200-1399€	0,504	0,228
300-599€	1400-1600€	0,491	0,379
300-599€	>1600€	0,416	<b>0,562</b>
600-799€	800-999€	0,534	0,235
600-799€	1000-1199€	0,502	0,469
600-799€	1200-1399€	0,511	0,412
600-799€	1400-1600€	0,498	<b>0,563</b>
600-799€	>1600€	0,424	<b>0,746</b>
800-999€	1000-1199€	0,483	0,234
800-999€	1200-1399€	0,492	0,177
800-999€	1400-1600€	0,478	0,327
800-999€	>1600€	0,401	<b>0,511</b>
1000-1199€	1200-1399€	0,456	0,057
1000-1199€	1400-1600€	0,442	0,093
1000-1199€	>1600€	0,357	0,276

## Lisa 10 järg

<b>Kõrge hind (Fisher LSD <i>post-hoc</i> test)</b>			
<b>Grupp A</b>	<b>Grupp B</b>	<b>LSD<sub>A,B</sub></b>	<b> <math>\bar{x}_A - \bar{x}_B</math> </b>
1200-1399€	1400-1600€	0,452	0,151
1200-1399€	>1600€	0,369	0,334
1400-1600€	>1600€	0,351	0,183

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. LSD<sub>A,B</sub> – Fisheri teststatistiku väärtus,  $|\bar{x}_A - \bar{x}_B|$  – absoluutväärtuses esitatud gruppide aritmeetiliste keskmiste vahe

## Lisa 11. Barjäärid hariduse lõikes

Barjäär	Keskharidus (sh keskeriharidus kutsekeskharidus)		Rakenduslik või kutsekõrgharidus		Kõrghariduse põhiõpe (bakalaureus)		Kõrghariduse kraadiõpe (magister, doktor/kandidaat)	
	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$	$\bar{x}$	$\sigma$
Kõrge hind	3,26	1,26	2,79	1,31	3,09	1,31	2,96	1,31
Indiviidi mõju tähtsusetus	2,14	1,27	2,11	1,20	2,09	1,16	2,22	1,36
Usaldamatus	2,41	1,28	2,37	1,21	2,45	1,17	2,45	1,34
Halb maitse	1,78	1,01	1,75	0,97	1,86	1,14	1,66	1,01
Veidrus	1,82	1,13	1,76	1,08	1,81	1,16	1,72	1,12
Ebatervislikkus	1,57	0,89	1,58	0,95	1,67	1,00	1,60	0,99
Sotsiaalne kuvand	1,80	1,15	1,63	1,02	1,69	1,12	1,82	1,24
Pere ja/või sõbrad	1,75	1,04	1,69	0,99	1,70	1,04	1,68	1,01
Teadmiste puudumine	2,73	1,43	2,63	1,27	2,73	1,36	2,65	1,34
Ebamugavus	2,84	1,31	2,62	1,27	2,82	1,24	2,84	1,31
Kehv kättesaadavus	2,90	1,15	2,80	1,23	3,01	1,09	3,07	1,15
Harjumus süüa sama toitu	2,91	1,43	3,04	1,43	2,60	1,34	2,80	1,48
Puudulikud söögitegemise oskused	2,10	1,10	2,08	1,25	1,97	1,19	1,93	1,14

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1.  $\bar{x}$  – aritmeetiline keskmine,  $\sigma$  – standardhälve



## Lisa 12. Dispersioonanalüüsi tulemused hariduse lõikes

Barjäär	Levene'i test	Dispersioonanalüüs	
	p	F	p
Kõrge hind	0,982	2,724	<b>0,044</b>
Indiviidi mõju tähtsusetus	0,022	0,317	0,813
Usaldamatus	0,097	0,108	0,955
Halb maitse	0,081	1,135	0,334
Veidrus	0,847	0,322	0,810
Ebatervislikkus	0,285	0,388	0,761
Sotsiaalne kuvand	0,069	0,786	0,502
Pere ja/või sõbrad	0,755	0,153	0,928
Teadmiste puudumine	0,418	0,182	0,909
Ebamugavus	0,893	0,597	0,617
Kehv kättesaadavus	0,471	1,240	0,294
Harjumus süüa sama toitu	0,393	2,147	0,093
Puudulikud söögitegemise oskused	0,849	0,842	0,471

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. p – olulisuse tõenäosus, F – F empiiriline väärtus

Kõrge hind (Fisher LSD <i>post-hoc</i> test)			
Grupp A	Grupp B	LSD <sub>A,B</sub>	$ \bar{x}_A - \bar{x}_B $
Keskharidus (sh keskeriharidus, kutsekeskharidus)	Rakenduslik või kutsekõrgharidus	0,362	<b>0,469</b>
Keskharidus (sh keskeriharidus, kutsekeskharidus)	Kõrghariduse põhiõpe (bakalaureus)	0,278	0,165
Keskharidus (sh keskeriharidus, kutsekeskharidus)	Kõrghariduse kraadiõpe (magister, doktor/kandidaat)	0,269	<b>0,298</b>
Rakenduslik või kutsekõrgharidus	Kõrghariduse põhiõpe (bakalaureus)	0,359	0,304
Rakenduslik või kutsekõrgharidus	Kõrghariduse kraadiõpe (magister, doktor/kandidaat)	0,352	0,171
Kõrghariduse põhiõpe (bakalaureus)	Kõrghariduse kraadiõpe (magister, doktor/kandidaat)	0,265	0,133

Allikas: autori koostatud

Märkused:

1. LSD<sub>A,B</sub> – Fisheri teststatistiku väärtus,  $|\bar{x}_A - \bar{x}_B|$  - absoluutväärtuses esitatud gruppide aritmeetiliste keskmiste vahe

## Lisa 13. Korrelatsioonanalüüsi tulemused

### Hoiak-Subjektiiivne norm

Correlation Coefficients

Pearson	0,48859703
Spearman	<b>0,53620051</b>
Kendall	0,42122837

Spearman's coefficient (test)

Alpha	0,05
Tails	2

rho	0,53620051
t-stat	<b>15,9570575</b>
p-value	0

### Hoiak-Tajutud käitumise kontroll

Correlation Coefficients

Pearson	0,56621016
Spearman	<b>0,58129605</b>
Kendall	0,45091071

Spearman's coefficient (test)

Alpha	0,05
Tails	2

rho	0,58129605
t-stat	<b>17,9453499</b>
p-value	0

### Hoiak-Kavatsus

Correlation Coefficients

Pearson	0,7064759
Spearman	<b>0,70452355</b>
Kendall	0,56951605

Spearman's coefficient (test)

Alpha	0,05
Tails	2

rho	0,70452355
t-stat	<b>24,9371748</b>
p-value	0

### Subjektiiivne norm-Tajutud käitumise kontroll

Correlation Coefficients

Pearson	0,56623001
Spearman	<b>0,55079122</b>
Kendall	0,41699392

Spearman's coefficient (test)

Alpha	0,05
Tails	2

rho	0,55079122
t-stat	<b>16,5768079</b>
p-value	0

### Subjektiiivne norm-Kavatsus

Correlation Coefficients

Pearson	0,59458439
Spearman	<b>0,62135242</b>
Kendall	0,47688653

Spearman's coefficient (test)

Alpha	0,05
Tails	2

rho	0,62135242
t-stat	<b>19,9203226</b>
p-value	0

### Tajutud käitumise kontroll-Kavatsus

Correlation Coefficients

Pearson	0,64860194
Spearman	<b>0,66049052</b>
Kendall	0,50597632

Spearman's coefficient (test)

Alpha	0,05
Tails	2

rho	0,66049052
t-stat	<b>22,0971934</b>
p-value	0

Allikas: autori koostatud Excel andmetöötluskeskkonnas

## Lisa 14. Regressioonimudel

### SUMMARY OUTPUT

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,79762122
R Square	<b>0,63619961</b>
Adjusted R Square	0,63445894
Standard Error	0,75165861
Observations	631

### ANOVA

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	3	619,4967816	206,498927	365,490867	<b>3,4189E-137</b>
Residual	627	354,2491455	0,56499066		
Total	630	973,7459271			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	-0,94344	0,144900563	-6,5109481	<b>1,5314E-10</b>	-1,22798921	-0,65889088	-1,22798921	-0,65889088
Hoiak	0,54920159	0,036390325	15,091967	<b>3,9579E-44</b>	0,47773992	0,62066327	0,47773992	0,620663265
Subjektiiivne norm	0,26425592	0,036235918	7,29265146	<b>9,2047E-13</b>	0,193097468	0,33541438	0,19309747	0,335414377
Tajutud käitumise kontroll	0,44374216	0,051887092	8,55207228	<b>9,252E-17</b>	0,341848641	0,54563568	0,34184864	0,545635684

Allikas: autori koostatud Excel andmetötluskeskkonnas

## Lisa 15. Lihtlitsents

### **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks<sup>1</sup>**

Mina Nell Natali Kivi

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Tarbijate barjäärid jätkusuutlike toiduvalikute tegemisel“,

mille juhendaja on Eliis Salm, MA,

- 1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

---

11.05.2023

---

<sup>1</sup> Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingulise tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtjaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. jq 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.