

Tartu Ülikool  
Sotsiaalteaduskond  
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

## **Eetilise ja poliitilise tarbimise kuvand tudengite seas**

Bakalaureusetöö

Autor: Endre Tisler

Juhendaja: Margit Keller, PhD

Tartu

2009

# SISUKORD

SISUKORD	2
SISSEJUHATUS	4
1 TEOREETILINE ÜLEVAADE	7
1.1. Tarbimisühiskonna käsitlused	7
1.2. Eetiline ja poliitiline tarbimine	10
1.2.1. Eetiline tarbimine	10
1.2.2. Eetilised tarbijatüübid	14
1.2.3. Õiglane kaubandus	16
1.2.4. Poliitiline tarbimine	19
1.3. Sotsiaalne turundus	21
1.4. Varasemad uuringutulemused eetilise tarbimise kohta	23
2 UUURIMISKÜSIMUSED	26
3 METOODIKA JA VALIM	27
3.1. Meetodi valik	27
3.2. Valim	28
3.3. Meetodi kasutamine	29
3.4. Intervjuu läbiviimine	30
4 TULEMUSED	31
4.1. Eetilise tarbimise tähendusväli tudengite seas	31
4.1.1. Suhtumine eetilisse tarbimisse	33
4.1.2. Informeeritus eetilisest tarbimisest	35
4.2. Eetilise tarbimise problemaatika Eestis	37
4.2.1. Eetilise tarbimise aktuaalsus tulevikus	41
4.2.2. Eetilise tarbimise motivaatorid	43
4.3. Eetiliste ja poliitiliste aspektide ilmnemine erinevate kaubagruppide lõikes	45
4.4. Erialaselt omandatud teadmiste seostamine eetilise tarbimisega	51
5 JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	54
KOKKUVÕTE	62
SUMMARY	64

KASUTATUD KIRJANDUS-----	66
LISAD -----	68
Lisa 1. Õiglase kaubanduse märgid, tooted ja turunduskampaania-----	68
Lisa 2. Intervjuu kava-----	70
Lisa 3. Intervjuude transkriptsioonid-----	73

## SISSEJUHATUS

Sotsiaalne vastutustundlikkus on teema, millele nii tarbijad kui ka tootjad on hakanud üha rohkem tähelepanu pöörama. Ühest küljest on selliste valikute taga tarbijad, kes soovivad oma tarbimisotsuseid tehes käituda vastutustundlikumalt ning mõelda lisaks enda heaolule ka teiste omale. Teiselt poolt edendavad samasugust mõtteviisi ka suuremad ja väiksemad ettevõtted, kes on seadnud endale eesmärgiks olla ühiskonnas toimuva eest vastutavad. Firmad ei mõtle enam oma tegevuses vaid äriliste huvide peale ning pööravad rohkem tähelepanu ka sellistele aspektidele nagu keskkond ja sotsiaalne heaolu.

Läänemaailma ülesandeks on kolmanda maailma riikide arengule kaasaaitamine, et seeläbi võrdsustada erinevaid ühiskondi. Üheks lahenduseks, kuidas muuta maailmas riike võrdsemaks, on eetiline tarbimine. Seeläbi tarbitakse kaupu, mis on valminud eetikanõudeid järgides, selle all peetakse silmas seda, et kõik osapooled tootmisahelas oleksid võrdselt väärtustatud, tagatud oleks sotsiaalne heaolu ning lisaks sellele säästetakse ka keskkonda.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks on uurida, kuidas noored täiskasvanud tarbijad (tudengid) saavad aru eetilisest tarbimisest ehk kuidas seda mõistetakse. Mida nad mõtlevad eetilise tarbimise all ja millised assotsiatsioonid sellega seoses tekivad. Tudengitel on palutud arutleda ka konkreetsete näidete üle, mis puudutavad antud teemat.

Bakalaureusetöö on samateemalise seminaritöö jätk, mis valmis Tartu Ülikoolis 2009. aasta jaanuaris. Seminaritöös pöörati tähelepanu teoreetilise materjali kogumisele, millest suur osa on ka bakalaureusetöösse üle kantud. Lisaks viidi läbi kaks pilootintervjuud (informandi-intervjuud), et vaadata intervjuu kava sobivust ja vajadusel teha parandusi. Samuti võimaldasid intervjuud uurida esmaseid tulemusi, mis ei olnud põhjapanevad, kuid andsid aimduse töö lõplikest tulemustest. Bakalaureusetöös täiendati teooriat ja viidi läbi ülejäänud intervjuud, mille põhjal leiti vastused töö uurimisküsimustele.

Töö uurimisobjektideks on eetiline ja poliitiline tarbimine. Eetilise tarbimise puhul ostetakse asju, mis on toodetud sellistes tingimustes, mis vastavad erinevatele eetilistele

kriteeriumidele. Kõige tavalisemad vormid eetiliseks tarbimiseks on Fair Trade, orgaaniline või taimetoitlaslik ostmine. (Carrier 2007) Töös on eetiliste kriteeriumide all silmas peetud näiteks lapstööjõu mittekasutamist, korralikke töötingimusi ning kõigi osapoolte õiglast kohtlemist. Välja on jäetud keskkonnasäästlikkuse aspekt, kuna seda on varasemalt rohkem uuritud. Käesolevas töös mõistetakse eetilist tarbimist konkreetse terminina, millel on kindel definitsioon, kuid eetilise tarbimise tähendusväli on empiirilises uurimuses algselt lahti jäetud, et näha, kuidas informandid seda mõistavad. Poliitilise tarbimise all on mõeldud teatud kaupade ostmist või boikoteerimist, eesmärgiga väljendada oma poliitilisi seisukohti (Stolle et al. 2005).

Töö uurimisobjektiks on valitud eetiliste ja poliitiliste aspektide mõju, kuna eetiline ja poliitiline tarbimine on Eestis üha suuremat kõlapinda saamas ja inimeste teadlikkus teemast on viimastel aastatel kasvanud. Sellest tulenevalt mõjutavad need tegurid ka inimeste tarbimisotsuseid. Teiseks ei ole Eestis eetilise ja poliitilise tarbimise teemat iseseisvalt veel uuritud. Seni on eetilist tarbimist käsitletud ja uuritud ühe osana keskkonnasäästlikust tarbimisest, kuid eetilised ja poliitilised tegurid ei ole üksnes keskkonnaga seotud, vaid hõlmavad endas teisigi tegureid, nagu näiteks tööjõu õiglast kohtlemist, korralikke töötingimusi ja poliitilisi hoiakuid. Seega tuleks neid aspekte uurida iseseisvalt.

Töö esimene osa keskendub teooria esitamisele, juhatab töö sisse ning kirjeldab uurimisobjekte. Kõigepealt on käsitletud tarbimisühiskonda ja selle karakteristikuid. Seejärel on seletatud, mida antud töös eetilise ja poliitilise tarbimise all mõeldakse, kirjeldatakse lähemalt õiglast kaubandust ja sellega seonduvat. Seda põhjusel, et eetiline tarbimine ja õiglane/aus kaubandus on omavahel otseselt seotud. Kolmandas peatükis keskendutakse rohkem sotsiaalsele turundusele ühiskonnas, kuna läbi sotsiaalse turunduse tutvustatakse tarbijatele eetilist tarbimist ja sotsiaalne turundus aitab mõista, kuidas tuleks inimestele läheneda eetilise tarbimise teemaga. Neljandas alapeatükis on ära toodud varasemad samateemalised uuringud, mis annavad hiljem võimaluse võrrelda neid tulemusi bakalaureusetöö tulemustega.

Järgmisena on välja toodud töö uurimisküsimused ja valim. Meetodi puhul on seda kirjeldatud ja põhjendatud selle valikut. Teiseks on lahti seletatud, kuidas on uurimismeetodit

töös kasutatud. Ning kolmandaks on lühidalt kirjeldatud intervjuude läbiviimist. Töö teises pooles on esitatud intervjuude transkriptsioonide põhjal saadud tulemused, mis annavad vastused uurimisküsimustele. Viimane peatükk keskendub järelduste ja diskussiooni esitamisele, mis lähtuvad uurimistöö tulemustest.

Suured tänud seminari- ja bakalaureusetöö juhendajale Margit Kellerile, kes aitas autorit mõlema töö valmimisel. Samuti tänab autor kõiki intervjuueeritavaid, kes nõustusid oma tarbimisharjumusi kirjeldama ja aitasid seeläbi kaasa töö valmimisele.

# 1 TEOREETILINE ÜLEVAADE

Bakalaureusetöö teoreetilises osas kirjeldatakse kõigepealt tarbimisühiskonda laiemalt: kuidas erinevad teoreetikud on käsitlenud tänapäeva tarbimisühiskonda ja kuidas tarbimisühiskond mõjutab meie harjumusi. Teises alapeatükis on lähemalt kirjeldatud töö uurimisobjekti ehk siis konkreetselt poliitilist ja eetilist tarbimist, tähelepanu on pööratud ka õiglasele kaubandusele. Seejärel on kirjeldatud sotsiaalset turundust, mis tegeleb eetilise tarbimise ja õiglase kaubanduse turundamisega. Viimases alapeatükis on ära toodud erinevad uuringud, mis on käsitlenud peamiselt eetilist tarbimist ja mida on võimalik kasutada võrdlusmaterjalina analüüsis.

## 1.1. Tarbimisühiskonna käsitlused

Tarbimiskultuuri on võimalik defineerida mitmel moel, erinevad autorid käsitlevad tarbimisühiskonda erinevalt. Käesolevas töös on välja toodud kolm põhilist seisukohta, mis aitavad tarbimisühiskonda paremini mõista. Don Slateri, Mike Featherstone'i ja Jean Baudrillard'i käsitlused annavad sissejuhatava ülevaate sellest, kuidas tänapäeval tarbimisühiskonda mõistetakse ja millised tegurid selles olulist rolli mängivad.

Don Slater (1997) leiab, et tänapäeva tarbimisühiskonna näol on tegemist kapitalistliku ühiskonna kultuuriga, mille keskseks praktikaks on tarbimine. Elatakse turuühiskonnas, mis tagab universaalsuse ja impersonaalsuse ehk ostjaid nähakse anonüümsete subjektidena, kellel on õigus ja võimalus raha olemasolu korral osta olemasolevaid kaupu. Tarbimiskultuur märgib valikuvabadust, inimesed langetavad oma ostuotsused ise, lähtudes isiklikest vajadustest. Selline käitumine aga ei aita kaasa parema ühiskonna loomisele, vaid isikliku heaolu suurendamisele. Viimane oluline kriteerium on see, et inimeste vajadused on põhimõtteliselt piiramatud ja küllastamatud. Seega ei nähta tarbimisühiskonnas inimesi indiviididena, vaid osana massist ning siinkohal on ettevõtete ülesandeks rahuldada kõigi vajadusi. Kuna aga inimesed teevad valikuid, lähtudes isiklikest eelistustest, tuleb ettevõtetal

nende erinevate vajadustega arvestada, mis põhjustab üha suuremat masstootmist ja -  
tarbimist.

Featherstone (2007) on samuti käsitlenud tarbimisühiskonda ja on seda kirjeldanud oma  
raamatus *Consumer Culture and Postmodernity*.

- Tarbimiskultuuri tõukejõuks on kapitalistliku tootmise kasv, mis on põhjustanud materiaalse kultuuri tohutu paisumise tarbekaupade ning nende ostmis- ja tarbimispaikade näol. See peegeldub vabaaja- ja tarbimistegevuste kasvus. Ühest küljest toetab tarbimiskultuur egalitarismi ja individuaalseid vabadusi, kuid teisest küljes on ta avatum igasugusele manipulatsioonile.
- Tarbimise puhul on oluline sotsiaalne tähendus. Inimesed tarbivad kaupu eesmärgiga luua endale kindlad sotsiaalsed sidemed ja sotsiaalsed tunnused. Teisisõnu kaubad märgivad sotsiaalset kuuluvust.
- Tarbimiskultuuri kolmas lähenemine rõhutab tarbimisest saadavaid emotsionaalseid naudinguid. Unistused ja soovid täituvad inimese tarbimiskujundites ja teatavates tarbimiskohtades, luues seeläbi otsest erutust ja esteetilist naudingut.

Featherstone'i esimene käsitlus kirjeldab tarbimiskultuuri ennast ja selle tekkepõhjuseid, ning sarnaneb paljuski Slateri tarbimisühiskonna käsitlusega, kus olulisteks punktideks on inimeste individuaalsed vajadused ja tarbimise suur kasv. Kaks viimast käsitlust annavad aga parema ülevaate sellest, millistel eesmärkidel ja mõjutustel tarbitakse. Inimesed tarbivad, kuna see on muutunud nauditavaks tegevuseks, tarbitakse rahulolu saamiseks ning oluliseks on saanud hedonistlikud eesmärgid. Sellist käsitlust kirjeldab lähemalt ka Featherstone ise (2007) – tarbimiskultuur rõhutab hedonismi, mõnutaotlust nüüd ja kohe, ekspressiivsete elustiilide kultiveerimist, nartsissistlike ja egoistlike isiksusetüüpide arendamist.

Tarbimiskultuuris on toodete tarbimisel kõige olulisemaks muutunud nende märgiline väärtus, ehk väärtustatakse seda, mida antud toode sümboliseerib ja millist sõnumit see teistele edastab. Näiteks Baudrillard (1998) peab toodete puhul kõige olulisemaks nende sümbolilist ja märgilist väärtust. Enam ei ole niivõrd olulised kauba kasutus- ja vahetusväärtused.



Featherstone'i teise väitega, et kaupadel on sotsiaalne tähendus, mida tarbijad oluliseks peavad, sarnaneb ka Baudrillard'i (1998) käsitus. Inimesed tarbivad pigem märke kui kaupu ennast. Tarbekaubad ei ole enam määratletud nende kasutuseesmärgi kaudu, olulisem on see, mida need kaubad tähistavad. Kaupade märgiline väärtus määrab kaupade ja teiste märkide omavahelise suhte ehk märgilise väärtuse puhul ei ole oluline toodete kasutusomadused, vaid see, mida nad sümboliseerivad. See aga tähendab, et tarbijad peavad olema võimelised „lugema“ tarbimissüsteemi, et olla teadlikud selles, mida nad tarbivad. Selleks on inimestele ette antud tähenduste süsteemid ehk koodid, millest nad tarbimisel lähtuvad.

Tarbimisühiskonna tekke taga on kapitalistliku tootmise kasv, mis on põhjustanud masstootmise ja -tarbimise, kus oluliseks on küll inimeste individuaalsed vajadused ja vabadused, kuid kus tarbijaid nähakse siiski ühtse massina. Tarbimise puhul on üha tähtsamaks muutunud just nauding, mis sellest tegevusest saadakse, tarbitakse isikliku heaolu rahuldamiseks. Samuti näidatakse tarbimise kaudu oma sotsiaalset kuuluvust ning just seetõttu on üha olulisemaks muutunud toodete sümboliline väärtus ehk see, mis kaasneb lisaks kasutusväärtusele.

Käesoleva töö seisukohalt on olulisemad just Featherstone'i ja Baudrillard'i käsitlused, kuna need kirjeldavad lähemalt tarbimisest saadavaid lisaväärtusi. Eetilise ja poliitilise tarbimise puhul on kesksed toodete sümboliline väärtus. Näiteks õiglase kaubanduse kaup erineb oma tooteomaduste poolest minimaalselt ülejäänud kaubast, mahetoodangut pakuvad mitmed teisedki tootjad. Siin saavadki määravaks just lisaväärtused, mida selle kauba ostmine tarbijale annab. Tarbija tunneb ennast sotsiaalselt vastutavana ning loob eetilisele tarbides endale elustiili. Üheks põhjuseks on emotsionaalne rahulolu, teadmine, et eetilise tarbimisega ollakse kasulik nii endale, teistele kui keskkonnale, ajendiks eetilisele käitumisele. Kuna bakalaureusetöös uuritakse erinevaid aspekte tarbimisotsuste tegemisel, on võimalik vaadata, kas tudengite käsitlused tarbimisühiskonnast ühtivad teoreetikute omadega.

## 1.2. Eetiline ja poliitiline tarbimine

Samuti nagu tarbimisühiskonda on võimalik mitmeti defineerida, on ka eetilised ja poliitilised tarbimisel mitu erinevat võimalikku lähenemisviisi. Kuna kummagi mõiste puhul on tegemist võrdlemisi uue teemaga, käsitletakse mõlemat ju tänapäeva tarbimisühiskonna kontekstis, on keerulisem leida ühte kindlaksmääratud definitsiooni. Järgnevad alapeatükid annavad ülevaate töö uurimisobjektist ja samuti võimaldavad paremini analüüsida uurimistöös kogutud empiiriat.

### 1.2.1. Eetiline tarbimine

Eetiline tarbimine tähendab nende asjade ostmist, mis on firmade poolt eetiliselt toodetud. See tähendab tarbimist, mis ei tee halba või ei kasuta ära inimesi, loomi ega keskkonda. Eetiline tarbimine hõlmab endas näiteks Fair Trade'i, keskkonnasäästlikkust, loomade heaolu ja tervislikku toitumist. Tarbides eetiliselt, aidatakse kaasa ka globaalsete probleemide lahendamisele, nagu näiteks keskkonna hävimine ja kolmanda maailma ekspluateerimine. (Development... 2009) Eetilist tarbimist võib seostada nii sotsiaalsete kui poliitiliste teguritega. Eetilise tarbimise kaudu väljendatakse oma muret tootmistingimuste pärast, kuid samas väljendab see soovi olla ja näida teistele sellise tarbijana, kes hoolib eetilisest mõtteviisist. (Carrier 2007) Säästva turismi koduleheküljel (2009) on ära toodud mõned näited eetilisest tarbimisest. See võib olla lihtsalt vabapidamisega kanade munade ostmine, aga ka keerulisem, näiteks laste tööjõu abil toodetud kaupade boikoteerimine. Eetiliste toodete hulka kuulub näiteks mahepõllunduse toodang, ausa äri kaubad, energiasäästlikud pirnid, teisene paber ja Metsahoolde Nõukogu heakskiidu saanud puittooted.

Sageli on eetilist ja ökoloogilist tarbimist ka vastandatud, kuna esimene on inimväärtuste keskne ja teine ressursside keskne. Käesolevas töös on keskkonnasäästlikku tarbimist vaadatud eetilise tarbimise osana, kuid siiski on suuremat rõhku pandud eetilistele aspektidele, nagu lastetööjõu kasutamine ja ausa äri kaupade tarbimine. Seda põhjusel, et keskkonnateemat on rohkem iseseisvalt uuritud ja see on suuremat tähelepanu saanud ning eetiline pool on senini pigem tagaplaanile jäänud.

Eetilise tarbimisega seotud probleemidele on suurt tähelepanu pööranud ja nendega tegeleb Fairtrade organisatsioon, mida on lähemalt tutvustatud ülejärgmises alapeatükis. Fairtrade'i koduleheküljel (2009a) on ära toodud, et paljud meie igapäevased tarbekaubad nagu kohv, tee, puuviljad, suhkur ja kakao kasvavad vaesemates riikides ehk Ladina-Ameerika, Aasia ja Aafrika arengumaades. Paljude vaesemate riikide areng ja nende elanike heaolu sõltub ühe või paari toote ekspordist Euroopasse jt tarbimisühiskondadesse. Tänapäeva maailmakaubanduse reeglid ei arvesta aga kõige vaesemate inimeste huvisid; suurem osa rahast, mida inimesed tarbijatena maksavad, jääb vahendajatest ja sissevedajatest suurfirmadele. Madalad maailmaturu hinnad sunnivad arengumaade väiketalunikke müüma oma saagi sellise hinna eest, mis ei kata isegi tootmiskulusid. Eetilise tarbimise eesmärk ongi seda lõhet vähendada, pakkudes arengumaade tootjatele õiglast hinda nende toodangu eest ja seeläbi suurendades nende heaolu.

Oluline on välja selgitada, miks inimesed eelistavad eetiliselt tarbida, mis motiveerib tarbijaid valima kallimaid ja tihti vähemtuntud tootjaid. Sellele küsimusele on raske anda ühest vastust, kuna tihti on mõjutavaid tegureid mitu, tulenedes siis inimesest endast või ümbritsevast keskkonnast. Inimese kujunemine eetiliseks tarbijaks on pikemaajaline protsess, leiab Tracey Bedford (1999). Tavaliselt saab see alguse ühest eetilisest valdkonnast ja seejärel levib teistele, olles tihti aja ja konteksti spetsiifiline. Tegemist on aja jooksul väljakujuneva harjumusega, kuid isegi, kui tegemist on pikaajalise protsessiga, on enamasti olemas mingi ajend, mis selle protsessi algatab.

Bedford (1999) toob välja mõned ajendid, mis mõjutavad inimesi eetilisemalt tarbima, nendeks on järgmised aspektid: erinevad kampaaniad, moraalne šokk, terviseprobleemid, erinevate gruppide liikmestaatus, perekond, religioon ja eeskujud. Lisaks märgib ta, et erinevad motivaatorid võivad aja jooksul vahetuda. Kuid sellest hoolimata, et erinevad ajendid reguleerivad meie käitumist, ei garanteeri need tegurid harjumuste muutumist. Seda kahel põhjusel: esiteks nõuavad igasugused muutused aega ning teiseks tulevad mängu ka teised tegurid. Seega, isegi kui tarbijat motiveerivad eetilisemalt käituma näiteks erinevad kampaaniad, perekond või eeskujud, ei pruugi see kohe juhtuda. Teiseks tuleb arvestada ka sellised teguritega, nagu informeeritus ja tarbija majanduslik olukord ehk kui inimesel puudub info või raha eetiliselt tarbida, siis tema käitumine ei muutu.

Nagu selgus, on inimeste tarbimisharjumusi keeruline muuta, sest käitumist mõjutavad olulisel määral väljakujunenud harjumused. Samuti sai märgitud, et üheks takistavaks teguriks on vähene informeeritus, seega tuleb see barjäär ületada ja informeerida tarbijaid eksisteerivatest probleemidest ja tõsta nende teadlikkust eetilise tarbimisest. Attala & Carrigan (2001), kes uurisid eetilist tarbimist Inglismaal 18-25aastaste ülikoolitüdengite seas, leidsid, et inimesed tarbiksid siis eetilisemalt, kui neil oleks informatsiooni ebaeetilise tootmise kohta, sama arvavad ka Irving et al. (2002). Seega oleks erinevate osapoolte ülesandeks jagada tarbijatele rohkem informatsiooni nii eetilise kui ka ebaeetilise tootmise ja tarbimise kohta, kui nende sooviks on muuta inimesi oma tarbimisest teadlikumaks.

Samas ei pruugi ka informeeritus olla piisav ajend, et inimeste tarbimisharjumusi muuta. Attala & Carrigan (2001) peavad informeeritust oluliseks, kuid leiavad, et eetiline teadlikkus ei ole garantiiks, et inimene tegelikkuses eetiliselt tarbib. Pühendunud eetilised tarbijad omandavad informatsiooni ja muudavad vastavalt sellele oma käitumist ehk nende puhul juhib informatsioon eetilist tarbimist. Teised tarbijad võivad omandada sama informatsiooni, kuid nende käitumine ei pruugi sellest muutuda. Määravaks võib kujuneda jagatava informatsiooni iseloom, sest tänapäeva tarbimisühiskonnas mõjutab inimesi pigem negatiivne informatsioon. Seega, kui jagada informatsiooni tootjatest, kes toodavad ebaeetiliselt, siis sellel võib olla suurem mõju inimeste tarbimisharjumuste mõjutamisel. Tarbijad ei pruugi muutuda täielikult eetilisteks tarbijateks, kuid nad võivad hakata vältima ebaeetilisi tootjaid.

Teine oluline mõjutegur, mis võib takistada eetilisemat tarbimist, on kindlasti rahaline olukord ehk kui inimesel puudub vajalik finantsvõimekus, ei pruugi ta oma harjumusi muuta, isegi soovi korral. Teiste tegurite olulisuse, sealhulgas majandusliku olukorra, tõi eespool välja ka Bedford (1999). See probleem kerkib üles ka praeguses majandusolukorras, kus inimesed jälgivad rohkem oma tarbimist ja on vähemtõenäoline, et hakatakse eelistama kallimat toodangut. Selle takistuse ületamiseks oleks vaja alandada eetilise toodangu hindu, kuid siis on oht kaotada eetilise tarbimise üks põhieesmärk: tasustada kõiki tootmises osalenuid õiglaselt. See aga ei tähenda, et inimesed, kes juba tarbivad eetiliselt, lõpetaksid selle majanduslikult raskemas olukorras, vaid hoopis seda, et majanduslik olukord võib kujuneda takistuseks, miks alustada eetilise tarbimisega.

Kolmandaks eksisteerib lõhe ostmissoovi ja tegeliku käitumise vahel. Attala & Carrigan (2001) märgivad samuti, et inimesed tunnevad, et nendest ei olene midagi ja nad oleksid nõus muutma oma käitumist, kui sellest midagi tegelikult muutuks. Inimesed ei ole nõus eetilise tarbimise nimel ekstra pingutama. Inimesed ei näe oma käitumise muutmises mingit suuremat kasu ning leiavad, et nende tegevusest ei olene midagi. Siinkohal on aga tegelikku kasu raske hinnata, sest näiteks õiglase kaubanduse kaudu suureneb heaolu kõige rohkem arengumaades. Kuna aga tarbijad ei ole sellest teadlikud, kuidas on kolmanda maailma riikide olukord õiglase kaubanduse kaudu muutunud, siis nad arvavad, et nende tegevuses üksi ei muudagi midagi.

Kui ülalpool on välja toodud tegurid, mis võivad mõjutada kõiki tarbijaid, siis järgnevalt on kirjeldatud trende, mis iseloomustavad eetilist tarbimist. Irving et al. (2002) märgib, et pigem tarbivad eetilist toodangut naised kui mehed, kuid Attala ja Carrigan (2001) leiavad vastupidiselt, et eetilise tarbimise ja inimese soo vahel puudub seos. Üheks põhjuseks, miks Irving et al. Leidis, et naised tarbivad rohkem eetilisemalt kui mehed, võib seisneda selles, et naiste empaatiavõime on suurem ja õiglase kaubandus rõhub paljuski just sellele, et tööjõudu kasutatakse ära ja töötingimused on halvad. Mehed on aga pigem ratsionaalsed, kes sellistele faktoritele vähem tähelepanu pööravad ja kelle jaoks on teised väärtused olulisemad, nagu näiteks hind ja kvaliteet.

Teine suurem trend, mida Irving et al. (2002) märgib on see, et noored ei tarbi eetiliselt ja selle põhjuseks võib olla noorte vähene huvi eetilise tarbimise vastu või nende kehvem majanduslik olukord. Noored on paljuski hinnatundlikud tarbijad ja seega on arusaadav, et nad ei ole nõus maksma kõrgemat hinda eetilise toodangu eest, et oma vajadusi rahuldada. Vähest huvi võib põhjendada sellega, et noorte jaoks ei ole kesskonnasäästlikud teemad nii lähedased ja samuti puudub neil teadmine eetilisest tarbimisest, sellest tulenevalt ka huvi. Eetiline toodang ei pruugi omada neid samu sümbolilisi väärtusi, mida noored kõige rohkem väärtustavad, see tähendab, et eetiline toodang ei pruugi olla piisavalt noortepärane ja neile suunatud.

Kolmas trend eetilises tarbimises on järgmine: tarbijad soovivad ettevõtelt lisapingutusi, et tööliste oleks tagatud kõik õigused ja normaalsed töötingimused. Samuti kritiseeritakse

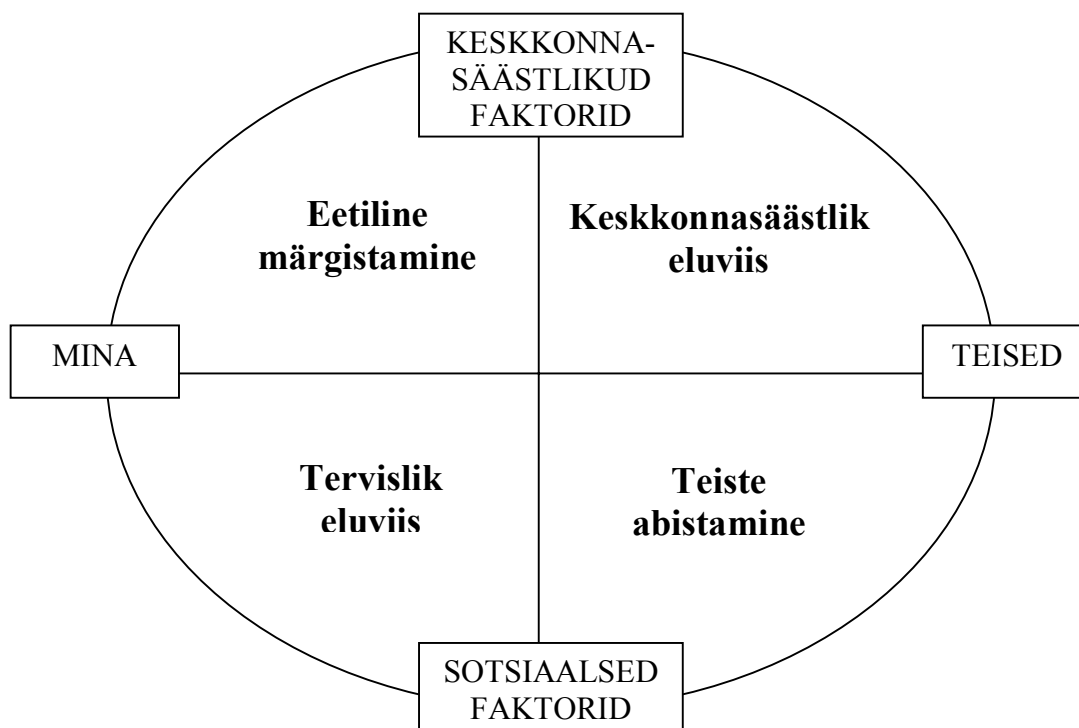
ettevõtete tegevust ja soovitakse näha rohkem initsiatiivi eetiliseks tegevuseks. Siinkohal võiks näiteks tuua PETA tegevuse, kes seisab loomkatsetuste vastu või Greenpeace'i tegevuse keskkonnasäästlikkuse suunas, kuid samuti ka laiemat avalikkuse surve meedias – näiteks kui ilmnes, et Nike'i ja Adidas't kahtlustatakse tööjõu väärkohtlemises (sh ka lastööjõu kasutamises). Eestis on olukord veidi erinev ning ei saa öelda, et Eesti avalikkuses oleksid need samad trendid kõige määravamaks. Selle peamiseks põhjuseks võib olla kohalike tarbijate vähenenud teadlikkus eetilise tootmise ja tarbimise tähendusest.

Eestis on inimeste teadlikkus eelisest tarbimisest siiski tõusmas, mida näitavad ka erinevad uuringud, see omakorda mõjutab üha rohkem tarbijate käitumist. Eetilise tarbimise puhul on tegemist tähtsava trendiga, mida antud hetkel võib mõjutada turgudel olev majanduslangus, mille tõttu inimesed ei pruugi hakata eelisemalt tarbima, kuna see nõuaks neilt suuremat väljaminekut. Eeltoodud informatsiooni saab võrrelda Eesti tudengite vastustega ja uurida, kas nad viitavad eetilise tarbimise puhul samadele teguritele ning kui võrd sobituvad väljatoodud trendid intervjueritud tudengite käsitlusega.

### **1.2.2. Eetilised tarbijatüübid**

Liz Tinlini (2007), Added Value UK direktor, on välja toonud neli erinevat lähenemist eetilisele tarbijale, jagades nad kahel teljel: esimene on mina – teised telg ehk kumb seatakse esikohale, kas isiklik heaolu või üldine heaolu. Teine telg on keskkonnasäästlikkuse – sotsiaalsete faktorite telg, esimene hõlmab endas „rohelist mõtteviisi“, nagu näiteks taaskasutamine ning energiasäästlikkus, sotsiaalsete faktorite telg võtab enda alla näiteks annetamise ja sotsiaalse vastutustundlikkuse.

Joonis 1. Eetilise tarbija mudelid (Tinlin 2007)



**Tervislik eluviis** (mina-sotsiaalne) – tähelepanu alla on tõusnud tervislik toitumine, ostetakse orgaanilisi tooteid. Teadvustatakse, mida süüakse ja kuidas see mõjutab meie planeeti. Siia alla kuuluvad näiteks uue generatsiooni emad ja teised, kes varem ei mõelnud tervislike eluviiside peale, kuid on nüüd hakanud selle peale mõtlema ja paljuski sellepärast, et meedia pöörab sellele tähelepanu. **Teiste abistamine** (teised-sotsiaalne) – toetatakse neid, kes on halvemas olukorras, ostes näiteks ausa kaubanduse tooteid. Laiemas plaanis pööratakse tähelepanu arenguriikide heaolu suurendamisele, kuid samuti on oma osa kohalike kogukondade tegevusel ning igasugusel heategevuslikul algatusel. **Eetiline märgistamine** (mina-keskkond) – ostetakse eetilisi tooteid eesmärgiga tunda end šikilt, trendikalt ja nooblilt. Ostetavad tooted on kõrge kvaliteediga ja kallimad, kuid tarbijad usuvad, et nad väärivad seda. Tarbijad soovivad võtta seisukohta ja tahavad, et teised seda näeks. **Keskkonnasäästlik eluviis** (teised-keskkond) – kõige keerulisem, puudutades mitmeid erinevaid aspekte. Algab sellega, et tundlikkus keskkonna suhtes tõuseb, mis omakorda hakkab mõjutama inimeste käitumist. Tarbijad lülitavad tule kustu, sorteerivad prügi, vähendavad vee kasutamist, mõtlevad ökoloogilisele jalajäljele ning pruugivad taaskasutatavaid tooteid.

Tinlin'i poolt väljatöötatud mudel annab piltlikult hea ülevaate erinevatest eetilistest tarbijatüüpidest, jagunedes kahel teljel. Lisaks Tinlin'le on teisedki teinud sarnaseid jaotusi, kuid antud mudeli tugevuseks on see, et arvestatud on eetilise tarbimise kahe olulisema küljega: keskkonna ja sotsiaalsete faktoritega. Kuigi käesoleva töö teooriaosas keskendutakse pigem sotsiaalsele poolele ja ollakse inimväärtuste keskne, on empiirias eetilise tarbimise tähendusväli lahtiseks jäetud ja seal võib ilmned, et eetilist tarbimist seostatakse rohkem keskkonnasäästliku teemaga. Töös ei eeldata, et intervjueeritavad tudengid vastaksid konkreetsetele eetilise tarbijatüüpidele, kuid sellegipoolest on võimalik kasutada kõiki nelja tüüpi, et uurida, kuidas mõistetakse eetilist tarbimist ja milliseid eelnimetatud aspekte eetilise tarbimisega kõige tihedamalt seostatakse.

### **1.2.3. Õiglane kaubandus**

Õiglane kaubandus on eetilise tarbimisega otseselt seotud, kuna tegemist on ühe tuntuma ja suurema süsteemiga, mis seisab arengumaade talunike ja tööliste huvide eest. Tegemist on maailma suurima eetilise sertifitseerimissüsteemiga, toob välja Kuusik (2008). Fairtrade'i koduleheküljel (2009b) on kindlaks määratud, millised tooted võivad kanda õiglase kaubanduse märki. Süsteemis kaubeldakse vaid selliste toodetega, mida toodetakse arengumaades ja mille tootmisprotsessile on loodud rahvusvahelised standardid. Valdav osa tooteid on põllumajandussaadused: kohv, tee, banaanid, suhkur, riis jms. Need ei konkureeri kohalike põllumajandussaadustega nagu tomatid, kurgid või kartulid, mida on võimalik siin kasvatada.

Õiglase kaubanduse eesmärkideks on parandada maailmas kaubandustegevust, nii et kõik osapooled oleksid võrdsed. See tähendab seda, et ka arengumaade tootjad saaksid oma toodangu eest piisavalt tasustatud. Praegune maailmakaubandus on üles ehitatud arengumaade eksploatatsioonile, Fairtrade'i ülesandeks on seda muuta, esiteks parandades oma tegevusega tootmistingimusi ehk pakkudes õiglast hinda kauba eest ja pannes paika kindlad tootmisstandardid. Teiseks parandada töötajate olukorda ehk keelata ära lapstööjõu kasutamine ja tööjõu väärkohtlemine. Selle tegevuse tagajärjel muutub ka arengumaade



kaubandustegevus elujõuliseks. Lisaks sotsiaalsele vastutustundlikkusele pöörab Fairtrade tähelepanu ka keskkonnasäästlikkusele.

Õiglase kaubanduse tooteid tuleb pidevalt juurde, tegemist on üha suureneva turuga. Samuti suureneb Eestis õiglase kaubanduse toodete hulk. Kui välismaal on loodud eraldi poed, mis müüvad Fairtrade'i tooteid, siis Eestis saab õiglase kaubanduse tooteid osta peamiselt suurematest kaubanduskeskustest. Fairtrade'i koduleheküljel (2009c) on peamised müügikohad välja toodud: Tallinna ja Tartu kaubamaja, Stockmann, Rimi, Prisma, Selver, And ja Parim pood/Öko, lisaks veel Tallinki ja Silja laevad. Puuvillatooteid müüakse näiteks Rocca al Mares, Dream Dragon'is, Lustimaas. Pilte Fairtrade'i toodetest Eestis on ära toodud Lisas 1, samuti on seal näidatud pilt ühest tutvustuskampaaniast.

Fairtrade tooteid Eestis.

- Kohv
- Tee
- Suhkur
- Värsked puuviljad
- Šokolaad
- Kakao
- Vein
- Õlu
- Riis
- Puuvillatooted

Fairtrade'i andmetel (2009d) sai õiglase kaubanduse alguse juba 1960. aastatel, kui Euroopas alustasid tegutsemist nn „maailmapoed“, mis müüsid spetsiaalselt arengumaade kaupa. 1964 loodi Hollandis esimene õiglase kaubanduse organisatsioon. Järgneval kahel kümnendil loodi mitmeid organisatsioone veel Aasias, Lääne-Ameerikas ja Aafrikas, kes arendasid sidemeid arenenud riikide organisatsioonidega. Alguses kaubeldi vaid kätetoõga ning 1973. aastal toodi esmakordselt Euroopasse Guatemalas toodetud kohvi. Vastavate toodete märgistusega alustas 1987. aastal Holland, luues esimese märgitoote „Max Havelaar“. Fairtrade Eesti esindaja Riina Kuusiku (2008) andmeil loodi 1997 õiglase kaubanduse märgistamise organisatsioon (FLO) ning tootmis- ja kauplemisstandardid ning 2002. aastal loodi Rahvusvaheline FAIRTRADE sertifitseerimismärk. Alates 2007. aastast tegutseb Fairtrade ka Eestis, kuid õiglase kaubanduse tegevusega alustati juba 2004. aastal, kui loodi Arengukoostöö Ümarlaua töörühm, mille eestvedajaks oli Eesti Roheline Liikumine. Oma tegevust Eestis alustati säästva tarbimise tutvustamisega. Tarbijatele tutvustati Fairtrade'i märki ning toetati õiglase

kaubanduse toodete müüki Eestis. Fairtrade'i märk ja varasemalt kasutatud märgid õiglase kaubanduse toodete väljatoomiseks on näidatud lisas 1.

Seda, et õiglase kaubandus on maailmas üha populaarsemaks muutumas, näitavad ka turutrendid. Näiteks 2007. aastal tõusis õiglase kaubanduse maht maailmas 47% ja aasta varem oli kasvuprotsent 41%. Jaemüügi käive oli üle-eelmine aasta 2,3 miljardit eurot. Siinkohal on kasutatud andmeid Riina Kuusiku (2008) esitlusmaterjalidest õiglase kaubanduse kohta. Õiglase kaubanduse turu kasvule aitavad kaasa peamiselt kaks tegurit. Esiteks – inimeste suurem teadlikkus ja seeläbi ka suurem huvi tarbida neid tooteid. Samuti on inimesed muutumas üha vastutustundlikumaks oma tarbimise suhtes ja jälgivad rohkem, milliseid tagajärgi nende tegevus endaga kaasa toob. Teiseks tuleb turule pidevalt juurde uusi tooteid, mida müüakse õiglase kaubanduse nime all. Eeldades, et samasugused turutrendid jätkuvad, suureneb ka tarbijate teadlikkus eetilise tarbimisest Eestis.

Kuigi õiglase kaubandus on loodud arengumaade majandust edendama ning võrdsustama nende tootmis- ja töötingimusi arenenud riikidega, on ka siinkohal mitmeid skeptikuid, kes näevad asja juures ka negatiivseid külgi. Vabaturu pooldajad leiavad, et õiglase kaubanduse näol on tegemist ebaefektiivse tootmisega, kuna kohalikud farmerid saavad Fairtrade'lt toetust ning lisaks tekib ületootmise oht. (Aru 2007) Selle väite võib ümber lükata ning öelda, et just vabaturu tingimuste tagajärjel on arenguriigid sattunud praegusesse olukorda, kus parimaks lahenduseks on vastupidi arenguriikide majandusellu sekkumine ja seda selliste organisatsioonide kaudu nagu Fairtrade.

Teise probleemina nähakse seda, et tegemist on turundustriikiga ning õiglase kaubanduse märki kasutatakse võimalusena küsida tarbijatelt suuremat hinda. Näiteks Financial Times'i kolumnisti Tim Hartford'i arvutuste kohaselt jõuab vaid 10% kohvikutes müüdava Fairtrade'i kohvi hinnalisast kohalike tootjateni. (Aru 2007) Siinkohal tekib aga vastulu kahe osapoole vahel, sest Fairtrade'i tooteid müüvad inimesed soovivad välja, et lausa üks kolmandik toote hinnast läheb tootjale endale. Küsimus jääb siiski õhku, sest mingil määral on ka skeptikutel õigus, kuna tänapäeval on raske eeldada, et mingisugunegi kauplemine toimiks nullkasumiga.

#### 1.2.4. Poliitiline tarbimine

Uurimisteema teine pool ehk poliitiline tarbimine ei ole nii üksikasjalikult ära defineeritud, kui seda on eetiline tarbimine, kuna tegemist on mõnevõrra keerulisema kontseptsiooniga. Samuti ei ole seda teemat nii palju ka uuritud, mistõttu informatsiooni selle kohta on vähem. Philippe Delacote (2008) hinnangul hõlmab poliitiline tarbimine endas tarbimisharjumusi, mis väljendavad poliitilisi uskumusi. Stolle et al. (2005) on poliitilise konsumerismi sarnaselt sõnastanud – ostes või boikoteerides teatud kaupu, kasutatakse turgu eesmärgiga väljendada oma poliitilisi seisukohti. Inimesed tarbivad teatud tooteid, kuna soovivad muuta ühiskondlikke või turutavasid. Samu seisukohti uuritakse ka käesolevas töös. Rõhku pööratakse just kaupade boikoteerimisele ja riikide eelistamisele.

Poliitiline tarbimine hõlmab enda alla samuti õiglase kaubanduse ja vastutustundliku tarbimise. Säästva ehk keskkonnasõbraliku, eetilise ja poliitilise tarbimise piirid on hägusad ja nad on tihti vägagi kattuvad teemad. Käesolevas töös on poliitilise tarbimise all mõeldud sellist tarbimist, mis on mõjutatud mingil määral riikidest ja/või nende poliitikast ja tegevusest. Näiteks võib tuua Venemaa kaupade boikoteerimise Eesti-Vene suhete tõttu või Hiina kaupade boikoteerimise nende poliitilise tegevuse tõttu. Ning on vaadatud, kas näiteks Hiina tooteid välditakse nende kehvade kvaliteedi pärast või on põhjused poliitikaga seotud. Üks näide poliitilisest tarbimisest on võimalik tuua 2008. aastast, kui Gruusia-Vene konflikti tagajärjel kutsuti inimesi üles Gruusia veine ostma. Sarnaseid situatsioone on ennegi ajaloos esinenud, näiteks 1990ndate alguses boikoteeriti Prantsuse veine, kuna viimane viis läbi tuumakatsetusi Mururoa atollil Vaikses ookeanis. (Wikipedia... 2009)

Lisaks välisriikide kaupade boikoteerimisele või eelistamisele seondub poliitiline tarbimine ka kodumaise toodangu eelistamisega. Seega on vaadatud, kuivõrd oluline aspekt on see tudengite tarbimisharjumuste käsitlemise juures ja kas eestimaise toodangu eelistamist üldse seostatakse poliitilise tarbimisega.

Poliitilist tarbimist on raskem hinnata ja selle käsitlemine on keerulisem, seda põhjusel, et puudub täielik arusaam, mida poliitilise tarbimise all täpselt mõeldakse ja millised

tarbimisharjumusi saab ka tegelikkuses pidada poliitiliselt mõjutatuks. Stolle et al. (2005) leiavad, et poliitilist tarbimist on raske mõõta, kuna seda ei saa hinnata vaid kindlaksmääratud küsimustega. Kuna tegemist on elustiili järgiva tarbimisega, tuleb arvesse võtta teisedki mõjutegurid. Elustiiliga seovad poliitilist tarbimist, ka teised, nagu näiteks Shah et al. (2007), kes näevad poliitilist konsumerismi harjumuste ja eelistuste peegeldusena.

Nagu Stolle et al. (2005) märkisid, on poliitilist tarbimist raske analüüsida, kuid toovad siiski välja kolm olulist tegurit, millega tuleb arvestada: käitumine, motivatsioon ja sagedus. Esiteks tuleb poliitilise tarbimise analüüsimisel vaadata, kuidas tarbijad käituvad ehk kas nad ostavad või boikoteerivad eesmärgipäraselt mõne riigi toodangut. Teiseks tuleb jälgida tarbijate teadlikkust ja motiveeritust poliitiliselt tarbida, kas inimesed oskavad põhjendada, miks nad mingil kindlal moel käituvad. Kolmas analüüsipunkt on sagedus, siin tuleks vaadata, kas tegemist on harjumuse või ühekordse teguviisiga. Kasutades neid kolme punkti, on võimalik määrata, kas inimesed tarbivad poliitiliselt või mitte, kuid siingi tuleb arvesse võtta ka teisi aspekte, nagu näiteks võimalus tarbida poliitiliselt. Hiina riigi tooteid oleks võrdlemisi raske vältida mõnel poliitilisel põhjusel, sest suur hulk tänapäeva toodangust on sealt pärit. Samuti julgub töö autor eeldada, et Eesti ühiskonnas on poliitilist tarbimist raskem analüüsida, kuna inimesed ei pruugi sellest teadlikud olla ega seosta oma tarbimisharjumusi poliitika või teiste riikidega.

Siin tuleb siiski välja tuua eestimaise toodangu eelistamine, kuna selle näol on samuti tegemist poliitilise tarbimisega, sest eestimaise kauba eelistamise üheks põhjuseks võib olla näiteks kohaliku majanduselu toetamine. Poliitiline tarbimine ei pea alati olema seotud mõne välisriigiga, vaid võib seisneda ka oma riigi kauba ostmises. Eestimaise eelistamist ei pruugi aga kõik poliitilise tarbimisega seostada ja raske on prognoosida, kas tudengid näevad seda ühe osana poliitilisest tarbimisest või mitte. Sellest tulenevalt võib eestimaise toodangu eelistamine märkamatuks jääda.

Poliitiline tarbimine on seniajani võrdlemisi tundmatu teema. See ei tähenda, et poliitilist tarbimist ei eksisteeri, vaid seda, et inimesed ei ole sellisest mõistest nagu poliitiline tarbimine teadlikud. Erinevalt eetilisest tarbimisest on seda ka raskem laiemal skaalal propageerida, kuna see eeldaks näiteks mõne riigi tegevuse kritiseerimist, mis võib kaasa tuua uusi

probleeme. Siinkohal on välja jäetud kodumaise toodangu propageerimine, millele pööratakse tähelepanu. Siiani ongi poliitilise tarbimisega kokku puutunud peamiselt eestimaise toodangu eelistamise kaudu.

### **1.3. Sotsiaalne turundus**

Sotsiaalne turundus on üks võimalusi, kuidas tutvustada eetilist tarbimist ja tõsta inimeste teadlikkust. Sotsiaalse turunduse kaudu on võimalik muuta tarbijate seniseid harjumusi ja sotsiaalse turunduse eesmärgiks on muuta inimesi moraalsemaks, eetiliseks ja vastutustundlikumaks nii ühiskonna kui teiste inimeste suhtes. Sotsiaalne turundus teavitab inimesi ühiskonnas eksisteerivatest probleemidest, nagu näiteks lapstööjõu kasutamine või loomkatsetused. Ühtlasi viitab säärane turundus sellele, kuidas on võimalik neid probleeme parandada. Sotsiaalne turundus aitab tähelepanu pöörata ka eetilisele tarbimisele.

Hetkel tuleb siiski arvestada praeguse majandusolukorraga, kuna inimesed jälgivad tähelepanelikumalt oma tarbimisotsuseid ja üritavad olla säästlikumad. See tähendab aga seda, et praegusel hetkel ei pruugi sotsiaalne turundus väga tulemuslik olla, kui see peaks tähendama kallima elustiili ülevõtmist või kallimate toodete ostmist. Seega – isegi kui inimestel oleks soov eetiliseks tarbida, ei pruugi nad seda antud hetkel tegema hakata, kui nende majanduslik olukord seda ei võimalda.

Sotsiaalset turundust on defineerinud Andreasen (1995). Sotsiaalne turundus on kaubandusliku turunduse tehnoloogiate rakendamine. Sotsiaalne turundus hõlmab endas programmide analüüsi, planeerimist, täideviimist ja hindamist. Programmid on loodud selleks, et muuta sihtrühmade vabatahtlikku käitumist eesmärgiga parandada nii sihtrühma kui ühiskonna heaolu. Kõige olulisem on seega üldise heaolu suurendamine läbi sotsiaalse turunduse. Nii eetiline kui ka poliitiline tarbimine on samuti suunatud heaolu suurendamisele, seda pigem küll ühiskondlikul tasandil.

Tonndorf (2004) kirjeldab, kuidas inimesed on muutunud moraalsemaks, ühiskonna- ja keskkonnateadlikumaks. Inimestel oleks nagu süütunne Kolmanda Maailma suhtes. Oma

ostuvalikutega tahavad nad vältida neid tundeid ja teha midagi positiivset. Sellest tulenevalt vaatavad nad ettevõtetele uue pilguga. Nad ei hinda ega vali brände mitte üksnes nende kaubanduslike saavutuste järgi, vaid vaatavad, kuidas ettevõtte käitub moraalsest ja eetilise seisukohast. Nad eelistavad ettevõtteid, mis toimivad heade tööandjatena, teevad midagi positiivset keskkonna heaks, teevad sotsiaalseid investeeringuid ega mõtle lihtsalt raha teenimisele.

Tulenevalt Andreassen'i sotsiaalse turunduse definitsioonist, on kõige olulisem eesmärk muuta inimeste vabatahtlikku käitumist nii, et lisaks tarbijate enda heaolule kasvaks ka ühiskondlik heaolu. Oluline on siinkohal leida mehhanismid, mis aitaks kaasa sellele, et sotsiaalne turundus oleks edukas ning mille tagajärjel toimiks muutus inimeste tarbimisharjumustes. Andreassen (1995) toob välja kolm põhiideed, kuidas sotsiaalse turundusega tarbijatele läheneda. Esiteks – sotsiaalse turunduse ülim eesmärk on tuua kasu sihtgrupile või ühiskonnale, mitte turundajale endale. See eristab sotsiaalset turundust kommertsturundusest. Eetilise tarbimise puhul ei ole kõik, aga nii mustvalge, kuna läbi turunduse saab lisaks ühiskonnale kasu ka eetiline tootja, kelle kaupa hakatakse rohkem osta. Teiseks – parem heaolu saavutatakse läbi käitumise mõjutamise, mis üldjuhul toob kaasa ka käitumise muutuse. Kolmandaks – sotsiaalse turunduse protsessis on sihtgrupil esmane roll. Sotsiaalne turundus on alati täielikult sihttarbijale suunatud ehk oluline on muuta inimeste käitumist. Seega parimad sotsiaalturundajad näevad just inimest võtmerollis, sest tarbija peab omaks võtma tegevuse või käitumisviisi, mida turundaja edendab.

Sotsiaalturundust tehes ongi kõige raskemaks barjääriks muuta inimeste väärtusi ja hoiakuid antud teema suhtes. Tarbijatel tekivad küsimused, miks nad peaksid oma käitumist muutma, kui see probleem ei pruugi neid puudutada. Siin on oluline muuta nende hoiakuid, mitte üritada muuta nende käitumist. Teine oluline küsimus, mis võib tekkida, on see, mis kasu nad saavad sotsiaalse turunduse pooldamisest. Nendele küsimustele tuleks pöörata suuremat tähelepanu sotsiaalse turunduse elluviimisel.

Sama probleemi näeb oma töös Jahilo (2006), kes leiab, et sotsiaalturunduse tagajärjeks ei pruugi olla materiaalsed ega füüsilised asjad. Paljud inimesed tahavad kohe näha isiklikku kasu, mida sotsiaalturundus alati kohe ei paku. Seega võib öelda seda, et nende vastusteni

jõudmine ei ole kiire protsess ja võib võtta kaua aega. Järjepidev tegutsemine võib siiski välja viia edukate tulemusteni.

#### **1.4. Varasemad uuringutulemused eetilise tarbimise kohta**

Turu-uuringute firma The Nielsen Company viis 2008. aasta mais 51 riigis läbi tarbijauuringu, millest võttis osa 28 253 inimest. (Best Marketing'i... 2008) uuringust selgus, et tarbijate arvates peaks ettevõtete jaoks prioriteetideks olema keskkond ja teised sotsiaalse vastutustundlikkuse küsimused. Samas 39% eestlastest leiab, et ka riik peaks näitama üles rohkem initsiatiivi innovaatiliste lahenduste otsimiseks, näiteks säästlikud autod, majad ja taaskasutatav energia. See on piisavalt suur protsent, ütlemaks, et Eesti tarbijat huvitab keskkonnasäästlikkuse teema.

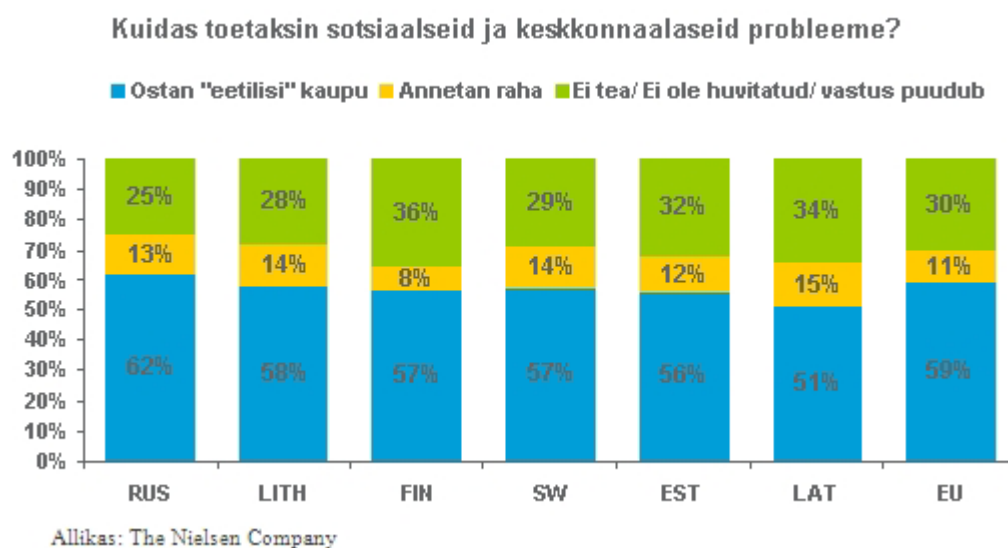
Amilcar Perez, The Nielsen Company Ladina-Ameerika asepresident on öelnud: „Ülemaailmne sotsiaalne vastutustundlikkus on viimase sajandi suurim trend. Tarbijad võtavad ülemaailmselt sõna ja nõuavad ettevõtetelt positiivset panust ühiskonda”. (Best Marketing'i... 2008) Lisaks leiab ta, et uuringu tulemused näitavad selgelt tarbijate suuremat teadlikkust sotsiaalsest vastutustundlikkusest ning seeläbi nõutakse üha positiivsemat käitumist ka ärimaailma poolt. Ta toob välja, et teemad, mis kunagi olid valitsusjuhtide, kuulsuste ja asjassepühendunud organisatsioonide pärusmaa, on nüüd igäühe jaoks kättesaadavad.

Läbiviidud uuringust selgus, et kaks kolmandikku küsitletud tarbijatest sooviksid osta eetiliselt toodetud tooteid, Eestis oleks seda nõus tegema 56% tarbijatest. Kui aga küsida, kui paljud on kuulnud Fair Trade märgist, väidab 66% eestlastest, et ei ole sellest kuulnud.

Antud uuringuga seoses kerkib üles üks probleem – see näitab inimeste mõtteviisi, kuid samas ei kajasta nende tegeliku käitumist. See, et 56% Eesti elanikkonnast oleks nõus ostma eetilisi kaupu, ei näita seda, kui palju inimesi neid tooteid päriselus tarbib ja kas neil on täpne arusaam Fairtrade'i sisust.

Lisaks allpool olevale tabelile selgus The Nielsen Company uuringust, et 27% eestlaste jaoks on oluline, et firmad rakendaksid keskkonnasõbralikku poliitikat, 21% pidasid oluliseks seda, et ettevõtted toetaksid põhilisi sotsiaalseid probleeme ning 15% jaoks on oluline, et toiduaineid ei toodetaks ebaeetilist töajõupoliitikat kasutades.

Joonis 2. Kuidas toetaksin sotsiaalseid ja keskkonnavalaseid probleeme. (Best Marketing'i... 2008)



Riina Kuusik (2008) on oma materjalides välja toonud teisigi samateemalisi uuringuid, mis on Eestis läbi viidud. 2006. aasta novembris Turu-Uuringute AS poolt korraldatud uuring „Õiglase kaubanduse tuntus elanikkonna seas“ näitas palju väiksemat teadlikkuse protsenti. Siis teadis vaid 5% eestlastest Fairtrade'i märki ja 4% oli õiglase kaubanduse kaupu ise ostnud. Aasta hiljem, 2007. aastal, viidi SEI/Turu-Uuringute AS poolt läbi veel üks uuring „Inimene ja keskkond“, kust selgus, et 13% valiks alati või sageli õiglase kaubanduse tooteid ning 39% valiks neid mõnikord. 2008. aastal TNS Emori poolt läbi viidud uuring näitas seni suurimat teadlikkust õiglasest kaubandusest – 40% elanikkonnast ja 84% arvamustliidritest teadis õiglase kaubanduse mõistet.

Kolmel aastal läbiviidud uuringud näitavad, et teadlikkus õiglasest kaubandusest on tõusmas ja üha suurem protsent elanikkonnast on eetilise tarbimisest teadlik. Kiire kasvu üheks põhjuseks viimastel aastatel võib olla see, et õiglase kaubandusega alustati Eestis alles 2004.



aastal ning enne seda sellest väga palju ei räägitud. Nagu Amilcar Perez ütles, et tegemist on viimase sajandi suurima trendiga, nii on ka Eestis eetilise tarbimise näol tegemist tõusva trendiga.

Mitmed erinevad uuringutulemused on ära toodud ka Fairtrade Labelling Organizations International koduleheküljel. GlobeScani poolt läbi viidud uuring (Fairtrade Labelling... 2009a) 15 riigis näitas järgmist: peaaegu kolmveerand tarbijatest leiab, et ettevõtted peaksid toetama arengumaid. Uuringust selgus ka see, kust pärineb inimeste informatsioon Fairtrade'i kohta – 32% kuuleb selle kohta perekonnalt, sõpradelt ja kolleegidelt, 16% läbi haridussüsteemi või kogukonna ja 33% meedia kaudu. Kuigi neid tulemusi ei saa üks-üheselt Eesti konteksti üle kanda, on neid siiski võimalik kõrvutada antud töös saadud tulemustega. Teisest uuringust (Fairtrade Labelling... 2009b) tuli välja see, et 92% tarbijatest on nõus majanduslikult raskes olukorras maksma rohkem eetilise toodangu eest.

Keskkonnasäästlikku tarbimist Eestis kajastab ka märtsikuus avaldatud 2008. aasta Eesti Inimarengu Aruanne (2009). Liitumist Euroopa Liiduga nähakse ühe tõukejõuna keskkonnateadlikkuse kasvule, üritatakse järgida teiste riikide eeskujut ning võetakse kasutusele Euroopa Liidu regulatsioonid. Aruandest ilmneb, et keskkonnasäästlikkust peab oluliseks 76% inimestest ja 66% tarbib mahe- või ökotooteid. Kallimat hinda on keskkonnasäästlike toodete eest nõus maksma 36%. Naised ja kõrgema sissetulekuga inimesed on positiivsemalt meelestatud keskkonnateemade suhtes.

## 2 UURIMISKÜSIMUSED

Bakalaureusetöö eesmärk on uurida, kuidas noored täiskasvanud tarbijad (tudengid) käsitlevad eetilist ja poliitilist tarbimist. Käesolevas töös on eetilise tarbimise all mõeldud näiteks ausat kaubandust, tööjõu väärkohtlemise vältimist, sealhulgas lapstööjõu mittekasutamist, ning kõikide osapoolte õiglast tasustamist. Poliitiline tarbimine puudutab inimeste valikuid, millise riigi tooteid eelistada ning millise riigi tooteid vältida. Samuti, kuidas võivad poliitilised tegurid tarbimisharjumusi muuta. Eesmärk on uurida, kuidas intervjueritud tudengid eetilist tarbimist mõistavad. Kas ja millal nad mõtlevad tarbimisotsuste tegemisel eelmainitud teguritele.

Võib eeldada, et tudengid ei mõtle oma ostuotsuseid tehes eriti eetilisele tarbimisele. Selle väite üheks argumendiks on see, et eetilise ja poliitilise tarbimise temaatika on Eesti kontekstis küllaltki uus ning pole leidnud seniajani palju kajastamist. Teine põhjus, miks uuritavale teemale vähe tähelepanu pööratakse, võib tuleneda hetkelisest majandusolukorrast.

Uurimisküsimused on sõnastatud järgnevalt:

1. Missugune on tudengite jaoks eetilise tarbimise tähendusväli?
2. Missuguste kaubagruppide ja tarbimisotsuste puhul mõeldakse eetilistele ja poliitilistele aspektidele ja milliste puhul mitte?

Uurimisküsimustele üritatakse vastuseid leida süvaintervjuu abil. Uurimuse tulemused ja analüüs on neljandas peatükis välja toodud. Nii süvaintervjuu kava kui transkriptsioonid on esitatud töö lõpus lisadena.

## 3 METOODIKA JA VALIM

### 3.1. Meetodi valik

Uuringu meetodiks on kvalitatiivne/standardiseerimata intervjuu (süvaintervjuu) 12 tudengiga. Kaks prooviintervjuud on läbiviidud seminaritöö raames ja ülejäänud 10 intervjuud bakalaureusetöö tegemise jooksul. Süvaintervjuud on käesoleva töö puhul sobilik kasutada, kuna eetilise ja poliitilise tarbimise näol on tegemist väheuuritud valdkonnaga Eestis ning tudengite vastuseid on raske ette aimata. Lisaks sellele võimaldab süvaintervjuu täpsustada vastuseid ning seeläbi saada põhjalikumalt ja vahetumat teavet. (Laherand 2008) Lisaküsimuste küsimine raskemini mõistetavates kohtades suurendab ka intervjuude valiidsust. Süvaintervjuu nõrkadeks külgedeks on aeganõudev analüüs ning mittepiisav representatiivsus.

Täpsemalt on tegemist semistruktureeritud intervjuuga. Sellisel juhul käsitleb intervjuueeritav erinevaid teemasid siis, kui need intervjuus esile kerkivad ja intervjuu sarnaneb pigem tavalise vestlusega. (Laherand 2008) Poolstruktureeritud intervjuu küsitluskava on olulisemate teemade kaupa paika pandud, kuid intervjuu jooksul on võimalik seda kava vastavalt intervjuueeritava vastustele muuta ning küsida juurde lisaküsimusi. Semistruktureeritud intervjuu nõrkuseks on see, et intervjuusid ei ole võimalik üks-üheselt võrrelda ning see muudab analüüsi raskemaks.

Kolmandaks on süvaintervjuu puhul tegemist informandi-intervjuuga. Käesolevas töös on intervjuueeritud tudengeid, kelle vastused väljendavad nende isiklike kokkupuuteid ja hoiakuid eetilise ja poliitilise tarbimise suhtes.

Süvaintervjuude läbiviimisel on kasutatud ka stiimulmaterjale. Tudengitel tuli nummerdada erinevad tootemadused tähtsuse järjekorras toidukaupade, riiete ja jalanõude ning tehnika puhul. Teiseks palusin neil vaadata nimekirja erinevatest tootegruppidest, et teada saada, kas mõne tootegrupi puhul olid tudengid mõelnud eetilistele või poliitilistele aspektidele.

Kolmandaks näidati neile Nike'i botast, et uurida, millised assotsiatsioonid selle botasega seoses neil tekivad ja kas sealt tulevad välja ka eetilised probleemid, nagu näiteks lapstööjõu kasutamine. Tudengid pidid vaatama ka Fairtrade'i märki ja ütlema, kas nad tunnevad ära, mis märgiga tegemist on ning kas nad on sellega kokku puutunud.

### 3.2. Valim

Valimistrateegia aluseks on homogeenne valim – nähtuse põhjalikumaks kirjeldamiseks ja põhjuslike seoste väljatoomiseks. (Vihalemm 2008) Homogeenseteks tunnusteks on õppimine ülikoolis – bakalaureuseõppe kolmandal kursusel või magistritasemel ning mittekuulumine aktivistide gruppidesse või organisatsioonidesse (nt roheline liikumine).

Kuna antud teema on Eesti kontekstis võrdlemisi uus, siis on töö sihtrühmaks valitud tudengid, seda eeldusel, et nemad võiksid eetilise ja poliitilise tarbimise teema kohta rohkem teavet omada. Intervjueeritud tudengitest üksteist õppis kolmandal kursusel ja üks kuuendal kursusel. Valimis on võrdselt nais- ja meestudengeid. Bakalaureusetöö valimisse on lisatud seminaritöö raames intervjueeritud kaks naistudengit. Järgnevalt on ära toodud intervjuude järjekord, intervjueeritavate sugu ja eriala.

*Tabel 1. Intervjueeritavad*

Intervjuu nr	Sugu	Eriala
1.	Naine	Ajakirjandus
2.	Naine	Rahvamajandus
3.	Naine	Sotsioloogia
4.	Naine	Kirjandus
5.	Naine	Majandus + õigus
6.	Mees	Ajakirjandus
7.	Mees	Riigiteadused
8.	Naine	Majandusteadus
9.	Mees	Majandusteadus
10.	Mees	Ajalugu

11.	Mees	Arstiteadus
12.	Mees	Informaatika

Bakalaureusetöö valim võimaldab uurida intervjueritud tudengite hoiakuid eetilise ja poliitilise tarbimise, kuidas tudengid eetilise tarbimise kohta tähendust loovad ja kuidas nad seda mõistavad. Kuigi tegemist ei ole piisavalt representatiivse valimiga, on siiski võimalik vaadata, kas esineb olulisi erinevusi mees- ja naistudengite käsitlustes.

### 3.3. Meetodi kasutamine

Bakalaureusetöö üheks eesmärgiks on välja selgitada tudengite suhtumist uuritava teema käsitlemisel. Standardiseerimata intervjuu abil on võimalik saada kõige valiidsemat ja vahetumat informatsiooni intervjueritavate hoiakute kohta.

Intervjuude transkriptsioonide analüüsimisel on kasutatud kvalitatiivset tekstianalüüsi. Tulemuste esitamisel on kasutatud horisontaalanalüüsi ehk *cross-case* analüüsi. Analüüsi kirjeldamisel toetud Laheranna (2008) käsitlusele. Transkriptsioonide analüüsimist alustasin tekstide läbilugemisega ja koodide väljatoomisega ehk tõstsin esile tekstilõigud, mis väljendasid kõige paremini mõtteid ja kontseptsioone. Seejärel korrastasin erinevad koodid ja rühmitasin need erinevateks kategooriateks, arvestades koodide omavahelisi seoseid. Neid erinevaid tekstiosasid, mis ma välja tõin, analüüsisin ja kõrvutasin teoreetilise materjaliga ning nende põhjal kujunesid välja peamised tulemused.

Tsitaatide väljatoomisel kasutatakse viitena intervjuu läbiviimise järjekorda ja intervjueritava sugu (M – mees ja N – naine). Seega 1N – 1. intervjuu ja naistudeng või 2M – 2. intervjuu ja meestudeng.

### **3.4. Intervjuu läbiviimine**

Tudengid, kes läbiviidud uuringus osalesid, on kas isiklikud tuttavad või siis tuttavatelt saadud kontaktid. Eelnevalt sai kindlaks määratud, kas intervjueeritav vastab valimis toodud kriteeriumitele. Intervjueeritavatega sai aeg kokku lepitud ning lühidalt räägitud intervjuu eesmärkidest ja käsitletavatest teemadest.

Intervjuude toimumise juures ei viibinud peale uurija ja responendi kedagi ning need toimusid vaba suhtlusena. Intervjuu salvestati diktofonile ning hiljem transkribeeriti, transkriptsioonid on ära toodud lisa 3. Intervjuude pikkused sõltusid vastajate teadlikkusest ning kokkupuutest eetilise ja poliitilise tarbimisega. Intervjuude kestus varieerus 30 ja 50 minuti vahel.

## 4 TULEMUSED

### 4.1. Eetilise tarbimise tähendusväli tudengite seas

Sarnaselt teoreetilistele lähenemistele, kus ilmnes, et eetilist tarbimist on võimalik mitmeti defineerida, on ka intervjueeritud tudengite käsitlused eetilisest tarbimisest erinevad. Eetilise tarbimise mõiste lahtimõtestamine oli mõne vastaja jaoks keerulisem, kuna ei osatud leida kindlaid pidepunkte, mida eetilise tarbimisega seostada. See näitab aga vähest informeeritust eetilisest tarbimisest, mille töid välja ka Attala & Carrigan (2001) ning Irving et al. (2002). Teoreetikud väitsid, et informatsiooni puudulikkuse näol on tegemist eetilise tarbimise trendiga. Siinkohal ei saa aga teha üldistusi, kuna tegemist ei ole kvantitatiivse uuringuga, kuid see on indikaatoriks sellele, et eetilisel tarbimisel puudub kindel tähendusväli tudengite seas.

- „Mis mõttes eetiline, kas see on eetiline, et ma täna õhtul joon pudeli veini. Kas see on eetiline tarbimine? Kas suitsetamine on eetiline tarbimine?“ (1N)
- „ma ei saa sellest kontseptsioonist väga täpselt aru“ (1N)

See, et eetiline tarbimine ei oma väga kindlat tähendusvälja, näitab sedasama, mida eespool The Nielsen Company (Best Marketing'i... 2008) uuringu juures sai välja toodud, et 56% vastanutest küll ostaks „eetilisi“ kaupu, kuid igaüks mõistab eetilist tarbimist erinevalt. Kuid isegi kui konkreetne tähendusväli puudub, ilmnevad siiski teatud tunnusjooned intervjueeritute vastustes.

Eetilist tarbimist käsitletakse peamiselt kolmel erineval viisil: ratsionaalne tarbimine, keskkonnasäästlikkusega seotud tarbimine ja õiglase kaubandusega seotud tarbimine. Kui vaadata esimest lähenemist, milleks on ratsionaalne tarbimine, siis tudengid peavad eetiliseks seda, kui inimesed tarbivad vaid seda, mida neil on vaja. Tarbimisel ei minda üle piiri ehk ei osteta üleliigseid kaupu. Sellisest, ratsionaalsest hinnangust, ilmneb ka tudengite hinnatundlikkus ja säästlikkus.

- „ei tarbi rohkem, kui mul vaja on“ (5N)
- „ei kuluta liiga palju, ei osta jama, mida vaja pole.“ (4N)

Teine lähenemine keskendub keskkonnasäästlikule tarbimisele ning just seda mõistetakse eetilise tarbimisena. See käsitlus läheb täpsemalt kokku eetilise tarbimise tegeliku definitsiooniga, mis märgib, et eetiline tarbimine on muuhulgas loodussäästlik. Keskkonnasäästliku teema üleskerkimise üks põhjusi võib seisneda selles, et sellest on avalikkuses rohkem räägitud ja tarbijad loovad seose eetilise tarbimisega. Samuti ilmes The Nielsen Company uuringust (Best Marketing'i... 2008) ja teistestki uuringutest, et tarbijate jaoks on üks olulisemaid aspekte see, et ettevõtted rakendaksid keskkonnasõbralikku poliitikat.

- „inimesed nagu mõtlevad enne, kui nad tarbivad, et selle mõjust mingile keskkonnale“ (11M)
- „ökoloogilise jalajälje ja keskkonnasäästlikud aspektid ka veel.“ (9M)
- „jätkusuutlik, looduse või keskkonna suhtes just. /.../ tarbid ratsionaalselt“ (7M)

Käesolevas töös on jäetud uurimata, kas tudengid seovad ökosäästliku teema eetilise tarbimisega, kuna sellest on rohkem räägitud ja nad ei oska välja tuua muid põhjuseid, mis seostuvad näiteks sotsiaalsete faktoritega.

Kolmas ja kõige levinum seletus eetilisele tarbimisele hõlmas endas erinevaid aspekte, mis seostusid korralike töötingimuste, lapstööjõu mittekasutamise, õiglase tasustamise, sotsiaalse vastutustundlikkuse ja loomtestimisega ning samuti seoti eetilised aspektid ka keskkonnasäästliku tegevusega. Kolmas käsitlus on kõige põhjalikum ja lähedasem eetilise tarbimise tähendusele, mis sai välja toodud teooria osas ning märkis, et eetilise tarbimise läbi aidatakse kaasa globaalsete probleemide lahendamisele ning ei tehta kahju inimestele, loomadele ega keskkonnale. (Development... 2009) Siinjuures tekib aga üks kahtlus, kas respondentide vastused põhinesid nende enda arusaamal või oli nende vastus mõjutatud intervjuueerija jutust. Enne intervjuud sai iga tudengit informeeritud intervjuu sisust ning üle räägitud teemast ja eesmärkidest ja seega võis vastajatele meelde jääda intervjuueerija poolt väljatoodud punktid ja hiljem neid seostatigi eetilise tarbimisega.



- „legaalse tööjõu kasutamine ja mõistlik tööjõu tasustamine ja töötaja väärtustamine. /.../ muu sotsiaalselt vastutustundlike ettevõtlike ettevõtlus /.../ et ravimite ja kosmeetika testimise küsimus, et kellelegi seoses sellega liiga ei tehtaks.“ (9M)
- „on see kui inimene ostab mingi toote või teenuse /.../ mille puhul on teada, et see toode valmis reeglilistatud tingimustes /.../ tingimustes, kus tööjõu heaolu oli tagatud, nende õigused olid tagatud. Kus oli kasutatud materjale,/.../ mis ei ole loodust säästavad või mille tootmise jooksul ei tekitatud loodust säästavaid asju /.../ selline meeletu suur tingimuste jada, mis peaks olema täidetud õiguslikult.“ (1N)

See, et eetilist tarbimist on tudengite poolt defineeritud mitmeti, võib olla üheks indikaatoriks, et informatsiooni eetilise tarbimise kohta ei ole piisavalt jagatud või omandatud, sest võib eeldada, et vastasel korral oleksid tudengite lähenemised ühtsemad. Hetkel tekitab eetilise tarbimise mõiste tudengites esmalt segadust, kuna tihti ei suudeta kohe alguses seletada, kuidas sellest aru saadakse ja hiljem antakse eetilisele tarbimisele erinevaid tähendusi. Kuna paljud intervjueeritavad soovisid eelnevalt ülevaadet töö sisust, võisid nende vastused olla mõjutatud varasemast jutust. Siiski kujunes välja kolm peamist käsitlust, mida tuuakse välja eetilise tarbimise puhul, nendeks on ratsionaalne, keskkonnasäästlik ja eetilisi seisukohti väljendav tarbimine.

#### **4.1.1. Suhtumine eetilisse tarbimisse**

Eetilisse tarbimisse suhtutakse enamasti pooldavalt ja selle taga nähakse head eesmärki ning seda, et selle abil on võimalik suurendada isiklikku heaolutunnet ning aidata kaasa ka teiste olukorra parandamisele. Ükski intervjueeritavatest ei osanud välja tuua negatiivseid aspekte, mis seostuksid eetilise tarbimisega, kuid nähakse probleeme, mis võivad takistada eetilise tarbimise ideega kaasaminekut. Probleemseks kohaks osutub siinkohal eetilise toodangu kõrge hind ja vähene informeeritus. Kui eetiline tarbimine ei oleks nii kulukas ja teadlikkus sellest oleks suurem, oleksid mitmed vastajad nõus sellega ühinema. Intervjueeritud tudengitest leidsid, et eetilise tarbimisega kaasneks parem heaolutunne ja isegi väike tegu võiks suures plaanis eetilisele mõtteviisile kaasa aidata. Seega võib öelda, et eetilise tarbimise puhul on olulised ka hedonistlikud eesmärgid, mida kirjeldas Featherstone (2007)

tarbimisühiskonna käsitlemisel. Eetilise tarbimisega seostub emotsionaalne rahulolu ning soov oma tegevusega kedagi aidatud.

- „see on väga tore ja see oleks kindlasti väga õiglane, /.../ aga kuidas seda kõike jälgida, tekib küsimus. Alati teab ju nihverdada /.../ See tundub selline suur koll, mida ei ole võimalik hoomata.“ (1N)
- „Ma arvan, et praeguses ajas arvestades, et ma olen tudeng siis ma mõttetasandil suhtun sellesse väga hästi, reaalsel tasandil ma ei kujuta ette, kas ma eelistaks neid tooteid.“ (10M)

Lähtudes Andreasen'i (1995) sotsiaalse turunduse põhiideedest, tuleks rohkem keskenduda tarbijale ning inimestele tuleks informatsioon kättesaadavamaks teha. Oluline on muuta ju inimeste hoiakuid ja käitumist, kuid seda eesmärki ei saavutata, kui ei keskenduta tarbijatele.

Uurides, millise elustiili või mõtteveisiga eetiline tarbimine kõige tugevamini seondub, ei tulnud välja ühtegi konkreetset tarbijamudelit, millele eetiline tarbija vastaks. Intervjueeritavad leidsid, et eetilise tarbimisega võib soovi korral tegeleda igäüks. Küll aga leidsid pea kõik vastajad, et eetiline tarbimine on kallim ja see on ka üks põhjusi, miks nemad ei ole eetilist kaupa ostnud. Uuringutulemused näitavad, aga seda, et 92% tarbijatest on nõus majanduslikult raskemal ajal maksma eetilise toodangu eest kallimat hinda. (Fairtrade Labelling 2009b) Need andmed kajastasid küll maailma tulemusi, kuid ka The Nielsen Company tulemustest (Best Marketing'i... 2008) ja Eesti Inimarengu Aruandest (2009) ilmnes, et tarbijad on nõus maksma näiteks keskkonnasõbraliku kauba eest rohkem. Tudengite vastuste taga võib peituda aga see, et nemad ei näe end eetilise tarbijana ning seega on hind nende jaoks oluline faktor. Tarbijad, kes, aga peavad end eetiliseks, on nõus selle eest rohkem maksma.

Samas, küsimusele, kas nad on uurinud hindu ja teinud kindlaks, kui palju kallimad on näiteks õiglase kaubanduse tooted, ei osanud keegi vastata. Seega eeldasid tudengid, et õiglase kaubanduse tooted on kallimad, kuid see arvamus ei põhine faktidel või väljaselgitatud infol. Tegelikult jäävad aga osad õiglase kaubanduse tooted 10% hinnalisa sisse, mille tarbijad on nõus maksma ja kauplustes leidub ka selliseid tooteid, mida on võimalik osta sama hinnaga.

Kuigi intervjuueeritavad ei osanud eetilist tarbimist ühegi elustiiliga seostada, seostati eetilise tarbijaga mõned isikuomadused. Osade intervjuueeritavate arvates on eetiline tarbija teadlikum ühiskonnas eksisteerivatest probleemidest, eetilised tarbijad on haritumad ja nad hoolivad sellest, mis nende ümber toimub. Samuti seostati eetilist tarbijat pigem loodussõbraliku tarbijaga, kes lisaks iseenda ja teiste heaolule paneb rõhku ka keskkonnale.

- „Ma arvan, et see on intelligentse /.../ ühiskonna üks tunnusmärke. Kes mõtlevad juba sellisel tasandil, et tõesti see tarbimine, nagu tarbimishullus ei ole nende jaoks niiõelda prioriteetne.“ (5N)
- „mingis mõttes peaks nagu missioonitunne olema, et kui midagi tahad muuta selles valdkonnas /.../ Ma arvan, et see on tervislik mõtlemine.“ (12M)

Üks intervjuueeritavatest märkis, et eetiline tarbimine on seotud trendikusega, see mõtteeiis lisab eetilisele tarbimisele veel ühe dimensiooni, mis seni ei ole märkimist leidnud ehk eetiline tarbimine võib olla ka trenditeadlik tarbimine. Liz Tinlin tõi samuti ühe eetilise tarbijatüübina ära eetiline märgistaja, kelle jaoks eetiliselt käitumine oli seotud trendikusega. Isegi kui trendikust mainis vaid üks vastajatest, arvab autor, et siinkohal on oluline seda välja tuua, kuna eetilisest tarbimisest räägitakse palju just elustiili ajakirjades, nagu näiteks Marie Claire või Stiil.

- „Mõnes mõttes ta on ikkagi siuke trendi küsimus /.../ et elustiili ja moeajakirjades räägitakse sellest“ (10M)

Intervjuueeritud tudengid ei näe stereotüüpset tarbijat, kes võiks kujutada eetilist tarbijat. Eetiline tarbimine on seega suunatud igäühele, kes asja vastu huvi tunneb. Eetiline tarbimine seondub tudengitele kulukama tarbimisega, sellest võiks eeldada, et eetiline tarbija on seega rikkam või siis suurema missioonitundega. Teiseks leiti, et eetiline tarbija on teadlikum ja ühiskonna asjade vastu suuremat huvi ülesnäitav tarbija.

#### **4.1.2. Informeeritus eetilisest tarbimisest**

Uurides tudengite teadmisi eetilise tarbimise kohta, selgus, et suurem osa teadmistest pärineb meediast, kas siis ajakirjandusest või televisioonist, mida näitavad ka varasemad uuringud:

33% on Fairtrade'st teada saanud meedia vahendusel (Fairtrade Labelling... 2009a). Enamus intervjueeritavaist mainis, et nad on kuulnud või näinud mõnda saadet, kus on kajastatud eetilise tarbimise teemat ja samuti leiavad nad, et seda teemat on kajastatud ajakirjanduses erinevate artiklite näol. Dokumentaalfilmid on üheks allikaks, kust on saadud informatsiooni eetilise tarbimise kohta, kuid ükski vastajatest ei suutnud meenutada, mis dokumentaale nad konkreetselt näinud on.

- „telekast ja kirjandus. No näiteks ETV pealt tulid mingisugused eraldi saated ja siis CNN pealt olen neid ikka vaadanud.“ (4N)
- „meediast, et ma vaatan üsna palju selliseid niiöelda harivaid saateid. Või siis ka Kuku raadios on sellest räägitud“ (5N)

Kuigi intervjueeritud tudengid on erinevatest kanalitest omandanud informatsiooni eetilise tarbimise kohta, ei tee nad ise lisapingutusi, et selle kohta materjali otsida, ehk kogu informatsioon eetilise tarbimise kohta on nendele ette antud ja sellega ka nende teadmised piirduvad. Irving et al. (2002) väitis samuti, et üks põhjus, miks noored ei pööra eetilisele tarbimisele tähelepanu, on vähene huvi. Üks põhjus, miks ei ole informatsiooni iseseisvalt otsitud, seisneb selles, et tudengid ei näe vajadust lisainformatsiooni järele, kuna nad peavad eetilist tarbimist kallimaks. Taaskord saab määravaks see, et tudengid on hinnatundlikumad tarbijad ning nad ei saa eetilist tarbimist endale alati lubada.

- „aga ma ei ole seda süviti, seda uurinud. Ma ei ole näinud vajadust selle googeldamiseks või uurimiseks“ (1N)
- „täiesti juhuslikult ajakirju sirvides, täpselt siukse ajakirjade sirvimise tasandil kuulnud.“ (10M)
- „Arvan, et ajalehtede ja internetiväljaannetest, üksikud artiklid on silma hakanud. /.../ mul mingit süsteemset teadmist ei ole veel /.../ üht teist kuulen, väga palju pole uurinud. Seega ise ei ole midagi otsinud, kui olen märganud midagi huvitavat, siis olen lugenud.“ (9M)

Siin tekib aga kahe seisukoha vahel vastuolu. Ühest küljest leiavad tudengid, et nad ei vaja lisainformatsiooni, kuna nad ei suuda eetilist tarbimist niikuinii endale lubada. Teisest küljest toovad nad jällegi välja selle, et lisainformatsioon oleks vajalik, kuna siis nad oleksid teadlikumad ja seeläbi võib-olla eetilisemad tarbijad.

Teise peamise allikana, kust on saadud informatsiooni eetilise tarbimise kohta, mainiti ka kooli ja ülikooli, siingi on tegemist ühe olulise allikana, mis ilmnes ka Fairtrade Labelling Organizations läbiviidud uuringust (2009a). Samas on see vastupidine sellele, mida paljud tudengid väitsid erialade ja eetilise tarbimise vahelisi seoseid võrreldes. Eriala ja eetilise tarbimise vahel ei näinud ükski tudeng väga tugevat sidet, kuid küsimusele, kust informatsioon pärineb, toodi vastuseks ülikool.

- „Noh, kindlasti koolist, ülikoolist, et sealt võib-olla enamusteadmisest“ (8N)
- „mõningal määral ülikoolis, mõningal määral olen ise lugenud.“ (6M)

Erinevaid informatsiooniallikaid on mitu, kuid kõige olulisemaks infokanaliks on meedia ehk televisioon ja ajakirjandus. Ülikool ja tuttavad mängivad vähetähtsat rolli, kuid on siiski olulised allikad osade tudengite puhul. See kõik kokku näitab seda, et informatsiooniallikaid eetilise tarbimise kohta on tegelikkuses võrdlemisi vähe. Selle põhjuseks võib olla see, et eetilise tarbimise teema on Eesti ühiskonnas võrdlemisi uus ja alles välja kujunemas. Puudub pidev informatsioonivoog eetilisest tarbimisest, sest meedia ei kajasta eetilist tarbimist pidevalt ja nagu tudengid isegi ütlesid – meedia kaudu puutuvad nad selle teemaga kokku aeg-ajalt. Täielikult jäi välja toomata reklaami osa, mis tavaliselt mängib olulist rolli inimeste teavitamises. See, et reklaami ei mainitud, võib olla indikaatoriks mitmele asjale. Kaks peamist põhjust võiks olla need, et reklaam puudub või et reklaam ei jõua tarbijateni. Võib-olla, kui reklaami eetilisele tarbimisele oleks rohkem ja see jõuaks ka tarbijateni, tõuseks ka huvi selle vastu ja inimesed hakkaksid ise selle kohta informatsiooni otsima, praegu säärane huvi aga puudub.

## **4.2. Eetilise tarbimise probleematika Eestis**

Kui uurida, kui võrd aktuaalseks ja oluliseks probleemiks tudengid eetilist tarbimist Eestis peavad, jagunevad arvamused rangelt kahte leeri. Ühel pool seisavad need, kes leiavad, et see ei ole aktuaalne ja sellele probleemile ei tuleks pöörata tähelepanu, kuna meil on muid ja ehk olulisemaid muresid. Teisalt leidub neid, kelle arvates on eetiline tarbimine Eesti ühiskonnas aktuaalne teema ja see on loomulik.

- „ma ei pea seda Eestis nii oluliseks.“ (1N)
- „ei muidugi ta on aktuaalne, peabki olema.“ (8N)

Üks põhjuseid, mis ka välja toodi, miks eetiline tarbimine ei ole Eesti ühiskonnas aktuaalne, seisneb selles, et praegune majanduslik olukord on põhjustanud piisavalt muid probleeme, millega tuleb tegeleda. Praegusel hetkel tuleks meil mõelda pigem iseendaga hakkamasaamisele ning sellest tulenevalt ei ole meil võimalik teistele nii suur tähelepanu pöörata. Vastustest peegeldus see, et Eesti arengutase ei ole piisavalt kõrge, et muretseda teiste pärast.

- „me ei ole saavutanud seda arengutaset, et sa hakkad nüüd teiste peale mõtlema /.../ kõigil on nagu enda pärast mure rohkem, isiklik heaolu on märksa olulisem, /.../ kui teiste peale mõelda.“ (7M)
- „meil on praeguses olukorras praegu hoopis muid teemasid: inimesi koondatakse, prügi EI sorteerita jne, et ma arvan, et see ei peaks üldse teema olema Eestis praegu.“ (1N)

Eetiline tarbimine on paljuski seotud just arengumaade arengule kaasaaitamisega, kuid hetkel tuleks rõhku pöörata just Eesti majanduse kaasaaitamisele ehk tarbida tuleks pigem Eesti kaupu. See aga ei seostu käesolevas töös eetilisetarbimisega, küll aga poliitilise tarbimisega.

Need, kes peavad eetilist tarbimist Eestis aktuaalseks, näevad eetilises tarbimises aga mõningaid probleeme, millega tuleks tegeleda. Tudengid märgivad, et eetilist tarbimist tuleks rohkem esile tõsta. Tegu on küll olulise teemaga, kuid see ei leia tudengite arvates piisavalt kõlapinda. Siingi peab taaskord mainima, et eetilise tarbimise teavitamisega tegeletakse alles 2007. aastast ja see võib olla põhjuseks, miks nimetatud teema ei ole tugevalt esile kerkinud.

- „Võibolla ta ei olegi nii väheoluline, aga temast lihtsalt ei räägita“ (11M)
- „võibolla on valitud valed kanalid või siis on tõesti nagu valed inimesed seda reklaaminud“ (5N)

Kuigi pooled tudengid leidsid, et eetiline tarbimine ei ole Eestis aktuaalne ja meil on teisi probleeme, millega tuleb hetkel tegeleda, leiavad siiski kõik tudengid peale ühe, et eetilisele tarbimisele tuleks üldises plaanis suuremat tähelepanu pöörata. Siin tekib vastuolu tudengite vastustes. Ühest küljest arvavad vastajad, et suurem tähelepanu oleks vajalik, kuid teisest küljest leiavad, et meil on endal piisavalt probleeme, millega tegeleda ja meil ei ole võimalust

teisi hetkel aidata. Sellise vastuolu üheks põhjuseks võib olla praegune majanduskriis ning võib eeldada, et majanduskasvu perioodil oleks poolehoid eetilisele tarbimisele suurem.

- „Muidugi peaks, inimesed võiksid üldse eetilisemad olla, muidugi peaks /.../ Kui on vähegi võimalus, et eetilisele tarbimisele tähelepanu pöörates muutub maailm paremaks paigaks, /.../ siis kõik peaks seda tegema.“ (1N)

Põhjusi, miks eetilisele tarbimisele peaks tähelepanu pöörama, on mitu. Esiteks märgivad vastajad, et lisaks enda heaolu tõstmisele tuleks mõelda ka teiste heaolule. See kinnitab Tonndorfi (2004) väidet, et inimesed on muutunud moraalsemaks ning nad soovivad oma ostuvalikutega väljendada oma tundeid ja teha midagi positiivset. Teiseks, kui rohkem inimesi selle peale mõtleks, oleks eetilisel tarbimisel suurem mõju ja koos oleks võimalik rohkem arengumaade heaks ära teha. Ning kolmandaks argumendiks tuuakse järgmist: toetades eetilisi tooteid, on võimalus, et ebaeetilised tooted langevad lõpuks konkurentsist välja.

- „hea oleks mõelda, et hea oleks elada maailmas, kus lisaks endale on ka teistel hea ja kui see, tarbimisega on ikka võimalik sellele kaasa aidata, et siis osad probleeme sel viisil lahendada.“ (3N)
- „kui sa toetad neid tooteid, mis on nagu eetiliselt valmistatud, siis need ebaeetilised langevad konkurentsist välja“ (10M)

Siin kerkib aga taaskord esile sama probleem, miks inimesed ei pööra eetilisele tarbimisele tähelepanu – puudub piisav informeeritus selle kohta. Intervjueeritavad leiavad, et inimesed peaksid pöörama tähelepanu sellele probleemile, kuid selleks on vaja teha paremat teavitustööd eetilisest tarbimisest. Intervjueeritud tudengid ise ei ole aga soovitusi andnud, kuidas paremini inimesi informeerida, küll aga on kirjeldatud seda, kes teavitustööga tegelema peaksid.

- „seal võib olla, noh see küsimus ka, et tarbijate teadlikkust tuleks tõsta, siis see juhtuks võib-olla iseenesest.“ (9M)
- „ma arvan, et asi on lihtsalt selles, et tarbijad ei olegi kõik teadlikud nende kolmanda maailma riikide probleemidest.“ (2N)

Eetilise tarbimisest teavitamist nähakse peamiselt kolme osapoole ülesandena, esiteks on oma roll inimestel endal, kes peaksid rohkem huvituma, teiseks on riigil oluline roll inimeste teadlikkuse tõstmisel ja kolmandaks osapooleks on erinevad organisatsioonid ja ühendused, mis tegelevad eetiliste küsimustega.

Peamine arvamus oli see, et inimesed ise peaksid tegelema enese harimisega ja uurima eetilise tarbimise kohta. See ei ole kellegi teise ülesanne.

- „tegelikult peaks see iga inimese enda asi olema, et mida ta tarbib ja kuidas ta tarbib.“ (1N)
- „inimene ise suudaks selle vastutuse võtta või noh selles mõttes, et ise tunda huvi ja ise juhtida tähelepanu sellele, et uurida ja vaadata.“ (3N)

Teine tasand on juba riiklik. Riigi roll innovaatiliste lahenduste leidmiseks ilmnes ka The Nielsen Company (Best Marketing'i... 2008) uuringust, kus 39% eestlastest toetas seda, et riik peaks suuremat initsiatiivi üles näitama. Oma osa peaksid mängima nii eraldiseisvad riigid kui ka riikide ühendused, nagu näiteks Euroopa Liit.

- „Tegelikult siin selle ausa kaubanduse puhul on ilmselt väga palju siuke poliitika teema sees onju. Järelikult ausa kaubanduse eest peaks vastutama üleilmsed organisatsioonid ja riikide liidud, näiteks Euroopa Liit.“ (1N)
- „riigi tasandil, et teha spetsiaalseid programme, et selle jaoks, et inimesi teadvustada. Et võib-olla juba koolis ka tuua seda teemat rohkem sisse ainetesse, erinevatesse õppeainetesse.“ (2N)

Riigi sekkumist eetilisse tarbimisse nägid aga osad tudengid vastupidiselt ebavajalikuna ja lausa taunitavana. Põhjuseks, et seda nähakse poliitilise sekkumisena majandusellu ja see ei edendaks ka vabaturu põhimõtteid. Vabaturu tingimustesse sekkumise tõi oma artiklis välja ka Aru (2007).

- „ma väga kahtlen, et see oleks hea, kui riik hakkaks mingit siukest poliitikat ajama. Ma usun, et riigil ei lastaks ka sellist asja teha.“ (6M)
- „riik minu meelest ei peaks seda tegema. Riik, riigil oleks konkreetne poliitiline sekkumine millessegi, nagu läbi selle.“ (7M)



Kolmas oluline osapool on erinevad organisatsioonid ja mittetulundusühingud, kes tunnevad vastutust ühiskonnas toimuva eest või kes ise tegelevad aktiivselt eetilise tarbimisega. Siia alla kuuluks Fairtrade organisatsioon ja samuti võiks siia alla tuua ka erinevad ettevõtted, kes ise tegelevad eetilise tarbimisega.

- *„võib-olla kõige lihtsam ja nagu inimestele kõige vastuvõtlikum viis oleks mittetulundusühingute ja vabatahtlike kaudu“ (8N)*
- *„see peaks olema siis mingite inimõiguslaste teema rohkem, et need, kes on otseselt huvitatud sellest, et inimestele õigesti palka makstakse ja nad saaksid oma korralikud elutingimused.“ (11M)*

Üks põhjusi, miks need erinevad ettevõtted, kes eetiliselt tegutsevad, peaksid inimeste suuremast teadlikkusest huvitatud olema, peitub selles, et tegemist on ikkagi kallima tootmisega ja see oleks juba ärihuvi, et inimesed teaksid, mida see firma edendab.

- *„selle puhul tuleb ka toote hind kõrgem ja siis on juba puhtalt nende majanduslik huvi, et inimesed saaksid teada, et noh, et see on nende üks põhieesmärk, olla eetiline tootja.“ (9M)*

Tudengite seisukohad eetilise tarbimise aktuaalsusest Eesti ühiskonnas jagunevad pooleks: ühed leiavad, et eetiline tarbimine on aktuaalne teema ja see peakski seda olema ja teine pool intervjuueeritavatest arvab vastupidi. Need, kes leiavad, et eetiline tarbimine ei ole päevakajaline teema, näevad Eesti riigis suuremaid probleeme, millega tuleb hetkel tegeleda ja nendivad – Eesti ei ole jõudnud sellisele arengutasemele, et saaks teisi nii suurel määral aidata. Siiski arvavad peaaegu kõik intervjuueeritavatest, et eetilisele tarbimisele tuleks suuremat tähelepanu pöörata ning siin tekib intervjuueeritud tudengite seisukohtade vahel vastuolu. Eetilisele tarbimisele tuleb suuremat tähelepanu pöörata, kuid see ei peaks olema Eestis aktuaalseks probleemiks. Tähelepanu peaks peamiselt pöörama kolm osapoolt: inimesed ise, riik ja erinevad organisatsioonid ning mittetulundusühingud.

#### **4.2.1 Eetilise tarbimise aktuaalsus tulevikus**

Enamasti leiavad tudengid, et eetilisest tarbimisest hakatakse tulevikus üha rohkem mõtlema. Kuid põhjusi, miks sellele üha rohkem mõtlema hakatakse, on mitmeid. Üks põhjus seisneb

selles, et praeguses majanduskriisis süvenevad need probleemid veelgi ja siis need kerkivad üha valusamalt esile. Teine võimalikke lahendusi võib seisneda selles, et inimesed pööravad üha rohkem tähelepanu just sellele, kuivõrd need tooted on ülehinnatud ja hakatakse käituma ratsionaalsemalt ning ei osteta enam vaid brändi.

- „Et eriti nüüd, kus meil on majanduskriis ja /.../ ettevõtluse tasandil üritatakse veel rohkem /.../ kärpida kulusid. Ja mille arvelt siis kulusid kärbitakse, ongi samamoodi, kas koondatakse tööjõudu või leitakse odavam tööjõud. /.../ ilmselt need probleemid tulevad veel valusamalt hakkavad esile tulema.“ (2N)
- „ma arvan, et see muutus toimub sellisel alusel, et vaadatakse seda, kui palju see kaup on lihtsalt ülehinnatud. Hakatakse rohkem vaatama kvaliteedi ja hinna suhet.“ (6M)

Kuid selleks, et eetilise tarbimisest rohkem mõtlema hakatakse, on vaja seda ka rohkem inimestele teadvustada ehk taaskord tuleb mängu infovajadus. Oluline on seega teavitustöö, ilma selleta ei muutu see ka populaarsemaks. Suuremat tähelepanu tuleks pöörata sotsiaalsele turundusele.

- „ma nõustun, et see on hea asi, aga kui sellel ei ole korralikku reklaami taga, siis see lihtsalt ei, see ei lähegi kuskile edasi /.../ Kui sellest pidevalt ei räägita, siis see sinna jääbki.“ (5N)
- „Ma loodan et selleks ajaks on juba nagu inimesed rohkem haritud sellel teemal ja võibolla siis panevad rohkem tähele seda, kuidas neid kaupu on toodetud ja ma loodan, et ka suurfirmad on õppinud sellest kogemusest.“ (8N)

Üks vastajatest rõhutas, miks see probleem ei pruugi Eestis nii suurt kõlapinda ja poolehoidu saavutada. Nimelt ei saavuta Eesti lähitulevikus piisavalt kõrget arengutaset, et ta saaks endale seda lubada. Meil on lähiajal piisavalt pakilisemaid probleeme, millele tuleb tähelepanu pöörata ja meie majanduslik heaolu ei suurene ka nii palju, et me kõik suudaks endale eetilist tarbimist lubada.

- „ma arvan, et ta mingis mõttes ilmselt läheb aktuaalsemaks see probleem, aga /.../ ma ei usu, et seal ka midagi väga kiiresti muutub. Nii, et see probleem iseenesest ei lahene, võibolla hakatakse rohkem tähelepanu pöörama, nagu lääneriikides, aga mitte nii väga Eestis, sest et Eesti ei jõua niipea sellisele arengutasemele, et kõik võiks endale seda lubada, kuna ilmselt need tooted on, noh märgatavalt kallimad.“ (11M)

Kuigi selle seisukohaga esines vaid üks vastajatest, ilmnas ka teiste vastustest, et meie arengutase on üks põhjusi, miks eetiline tarbimine ei ole Eesti ühiskonnas nii aktuaalne. Seega peab Eesti samuti arenema, et ta saaks toetada vähemarenenuid.

Intervjueeritavad leiavad, et eetiline tarbimine muutub aja jooksul populaarsemaks ja see hakkab meie ostuotsuseid üha enam mõjutama. Kuusiku (2008) poolt väljatoodud protsendid näitavad sama tendentsi, et eetiline tarbimine on muutumas populaarsemaks teemaks ja inimeste teadlikkus sellest on tõusmas. Peamine takistus, millest tuleb praegusel hetkel üle saada, on infopuudus, ilma piisava infovoota ei tõuse ka teema aktuaalsemaks.

#### **4.2.2. Eetilise tarbimise motivaatorid**

Intervjueeritud tudengite vastustest selgus, et neid motiveeriks eetilisemalt tarbima eetiliste toodete madalamad hinnad, sest praegu tunnevad nad, et eetiline tarbimine on liiga kallis ja neile kui hinnatundlikele tarbijatele ei ole see jõukohane.

- „*minu motivaatoriks oleks ainult raha. Selles mõttes, et piisaks ainult sellest, et ma suudan seda endale lubada, sest see oleks uus ja põnev.*“ (1N)
- „*see fairtrade kampaania motiveerib mind ilmselt ka, aga ainult sellisel juhul, kui hinnad üksteisest nagu väga palju ei erine.*“ (9M)

Tuleks teha rohkem reklaami ja tutvustavaid kampaaniaid Fairtrade kaupade kohta. Bedfordi (1999) poolt kirjeldatud motivaatorid sisaldasid kampaaniaid, moraalselt šokki, terviseprobleeme, erinevate gruppide liikmestaatus, perekonda, religiooni ja eeskujusid. Tudengite käsitles ilmnes neist vaid kaks: erinevad kampaaniad ja perekond. Tudengid leiavad, et see aitaks palju kaasa teadlikkuse tõusule ja samuti motiveeriks neid eetilisemalt tarbima.

- „*mis alati mõjutab muidugi hästi palju, on reklaam. /.../ ja muidugi rõhuda võibolla jah sellele, et on tegemist nagu ausa kaubandusega*“ (8N)
- „*Need on, kas liiga vähe välja reklaamitud, et nad on sellega seotud, ausa kaubandusega*“ (5N)

Kolmas oluline motivaator oleks negatiivsed teadmised ebaeetilisest tootmisest ehk tudengeid paneks eetilisele tarbimisele, kui nad oleksid teadlikud tootjatest, kes kasutavad ebaeetilisi tootmisviise. Rahvale tuleks teadvustada just tootmise pahupoole, et neid motiveerida. Samale järeldusele jõudsid ka Attala ja Carrigan (2001), kes märkisid negatiivse informatsiooni olulisust tarbijate mõjutamisel.

- „Ma arvan, et rahvast tuleks nagu šokeerida /.../ meedia on väga suur mõjutamisvahend./.../ et näidata kaadreid suurest tsehhist, kus ongi mingi lapstööjõud ja mis nad teevad.“ (2N)
- „mingi väga kehv uudis sellest, kuidas lapsed töötavad kuskil või kuidas kedagi eksploatatakse kuskil, et ilmselt siis võibolla mõtleks, et kui on konkreetselt seotud mingi kaubamärgiga“ (7M)
- „negatiivsed teadmised, et kui ma teaksin mingeid konkreetseid juhtumeid, mingite ebaeetiliste tootmistega kohta, siis ma saaksin vältida neid tooteid.“ (9M)

Neljas motivaator oleks see, kui oleks suurem valik tooteid. Hetkel on jäänud paljudele mulje, nagu õiglase kaubanduse tooteid ja eetilist toodangut oleks liiga vähe ja see ei paku tarbijatele piisavalt suurt valikuvõimalust. Kui valik suureneks, suureneks ka huvi osta rohkem eetilist kaupa. See motivaator on aga natuke kaheldav, sest kui praegu huvi eetilise tarbimise vastu puudub, siis vaevalt suureneks see sortimendi laienemise kaudu.

- „Kui oleks võib-olla rohkem veel, suurem valik, võibolla siis ma ostaksin rohkem.“ (4N)
- „ühelt küljest võiks motiveerida nagu parem reklaam, et kui oleks veel neid fairtrade asju, peale selle konkreetse kaubamärgi.“ (6M)

Tudengeid motiveeriks eetilisele tarbimisele mitu erinevat ajendit. Kõige olulisemaks oleks eetilise toodangu madalam hind ja suurem informeeritus. Need kaks tegurit on eetilise tarbimise kõige sagedasemad takistused. Lisaks ajendaksid eetilisele tarbimisele veel negatiivsed teadmised ehk informatsioon ebaeetilisest tootmisest. Informatsioon ei pruugi tarbijaid eetilisele tarbimisele panna, kuid negatiivne teave paneb tarbijaid ebaeetilist toodangut boikoteerima. Neljas oluline motivaator oleks suurem valik eetilist toodangut.

### 4.3. Eetiliste ja poliitiliste aspektide ilmumine erinevate kaubagruppide lõikes

Tudengitel tuli nummerdada erinevad tootemadused tähtsuse järjekorda, nende omaduste seas oli ka õiglane kaubandus ja tootja eetiline reputatsioon. Need omadused tuli järjestada kolmes erinevas tootekategoorias: toit, riided ja jalanõud ning tehnika. Erinevate tootemaduste täielik nimekiri on ära toodud intervjuu kavas, mis asub lisa 2. Järgnevalt on ära toodud kaks tabelit, kus on näha, mitmendale kohale need omadused asetati ja mitu tudengit neid omadusi sinna kohale aetas. Mõlemad tootemadused (õiglane kaubandus ja eetiline reputatsioon) asetustid enamasti otsustamisahela teisel poolel.

Tabel 2. Õiglase kaubanduse tähtsus otsustamisahelas.

ÕIGLANE KAUBANDUS			
Järjekorra number	Esinemise sagedus		
	Toidukaubad	Riided ja jalanõud	Elektroonika
5.	1		
6.	1		
7.	1		
8.	3		
9.	1	1	2
10.	3	6	3
11.		4	2
12.	1		3
13.	-	-	1

Tabel 3. Tootja eetilise reputatsiooni tähtsus otsustamishelal.

<b>TOOTJA EETILINE REPUTATSIOON</b>			
Järjekorra number	Esinemise sagedus		
	Toidukaubad	Riided ja jalanõud	Elektroonika
3.	2		
4.		2	
5.	1		2
6.	3	2	
7.	1	2	
8.			2
9.	3	2	1
10.			1
11.		1	3
12.		1	1
13.	-	-	

Kõige sarnasemad tulemused ilmnemad just tehnika puhul. Ostes elektroonikat ei mõtle tudengid kummalegi faktorile, ei õiglasele kaubandusele ega tootja eetilisele reputatsioonile. Näiteks õiglase kaubanduse asetasi kõik intervjueritavad 9.-13. kohale (seda 12. erineva tootekomaduse seas, ühel vastajal oli 13 kategooriat valikus). Samasugused tulemused ilmnemad ka tootja eetilise reputatsiooni puhul, kus kaheksa tudengit paigutas selle omaduse 8.-12. kohale. Siin esines küll väikene nihe, kuna kaks tudengit paigutas eetilise reputatsiooni ka 5. kohale. Seda võib põhjendada sellega, et tootja eetiline reputatsioon seostub tugevalt tootja üldise reputatsiooniga ja eetiline aspekt võib pigem tahaplaanile jääda. Tulemused viitavad sellele, et tudengid ei mõtle ostuotsuseid tehes sellele, kas tootjad käituvad eetiliselt või mitte.

Kui vaadata tudengite seisukohta riide ja jalanõude puhul, siis õiglase kaubanduse oli siingi viimaseid tegureid, millele tudengid tähelepanu pööravad. Kõik tudengid asetasi õiglase kaubanduse riide puhul 9.-11. kohale (11. erineva tootekomaduse hulgas). See näitab seda, et õiglase kaubanduse ei oma olulist rolli tudengite ostuotsuse tegemisel. Tootjate eetiline

reputatsioon jagunes aga laiemale skaalale: 4.- 11. kohale. Seega ostes riideid või jalanõusid pööravad tarbijad suuremat tähelepanu sellele, milline on tootja eetiline reputatsioon. Eetilise reputatsiooni tähtsust ei saa siiski ülehinnata. Riiete ja jalanõude puhul kerkib üles sama küsimus, mis tehnika puhul ehk, kas tootja eetiline reputatsioon on pigem seotud eetilisusega või tootja üldise reputatsiooniga.

Kõige rohkem mõeldakse õiglasele kaubandusele toidukaupade puhul. Vastajate asetasi õiglase kaubanduse enamvähem võrdselt 5.-12. kohale. Toidukaupade oli ainuke tootekategooria, kus õiglase kaubandus asus kõrgemal kui 9. koht, lausa pooled asetasi ta sellest kõrgemale. See, et tudengid arvestavad oma ostuotsuse tegemisel rohkem õiglase kaubandusega, on indikaatoriks sellele, et õiglase kaubanduse teemat seotakse kõige rohkem toiduainetega. Võib eeldada, et õiglase kaubandusega seoti sellised faktorid, nagu keskkonnasäästlikkus ja muud märgisüsteemid (pääsukese ja ristikeha märk, mis sümboliseerivad muuhulgas ka eestimaise toodangu eelistamist). Tootjate eetiline reputatsioon on samuti olulisem faktor toiduainete puhul. Ükski vastaja ei paigutanud eetilist reputatsiooni viimasele kolmele kohale, vaid see asus 3.-9. kohal. Poolte tudengite jaoks on tootja eetiline reputatsioon lausa nii oluline, et mahtus kuue olulisema faktori hulka. Seega võib öelda, et õiglase kaubandus ja eetiline reputatsioon mängivad kõige olulisemat rolli just toidukaupade ostmisel. Kõiki eelpool toodud tulemusi ei saa, aga üldistada ja ei ole võimalik väita, et need trendid on valdavad. Käesolevas töös uuriti ainult 12. tudengi arvamust, millest ei piisa, et teha representatiivseid üldistusi, need tulemused näitavad intervjuueeritute seisukohta.

Tudengite tarbimisotsustes ei eristu eetilised ega poliitilised aspektid. Tudengitel tuli kirjeldada, millistele tooteomadustele nad tähelepanu pööravad, kui ostavad endale toitu, riided ja jalanõusid või elektroonikat ja ühegi kategooria puhul ei mainitud enamasti ühtegi eetilist või poliitilist aspekti, millele nad tähelepanu pööraksid. Eristus vaid üks poliitiline aspekt, milleks oli eestimaise toodangu eelistamine, kui ülejäänud poliitilised aspektid, mis on seotud näiteks teiste riikidega, jäid mainimata.

- „Ma tean küll neid fakte, et ühe jalanõu hind maksab Hiina tootjale nii vähe ja siis kui palju ta sellest siis raha annab oma töölistele. Aga see nagu ei mõjuta minu seisukohta selles, mis firma toodet ma ostan, sellepärast, et ma ei ole kursis, kes see toodab, kus oma jalanõusid. Enamus on muidugi „Made

*in China“, aga ma ei ole absoluutselt kursis, kas mõni firma toodab või kohtleb oma töötajaid paremini. Et ma ei ole kasutanud seda teadmist oma valikute tegemisel ja seetõttu ma ei ole ka mõelnud selle peale otseselt.“ (11M)*

Hoolimata sellest, et tudengid ei pööra eetilistele ja poliitilistele aspektidele tähelepanu, ollakse siiski nendest üldiselt teadlikud. See käib kokku Attala ja Carrigani (2001) käsitlesega, kes leidsid, et eetiline teadlikkus ei ole garantiiks eetilisele käitumisele. Intervjueeritavatele anti nimekiri erinevatest tootegruppidest (toiduained, riided, jalanõud, kosmeetika, mänguasjad, sporditarbed ja kodutehnika, elektroonika) ning paluti kirjeldada, milliste toodete puhul nad on mõelnud ausale kaubandusele, tööjõu küsimustele või poliitilistele probleemidele.

Kõige rohkem mainiti ära tööjõu väärkohtlemise probleemi ja lapstööjõu kasutamist. Seda seostati mitme erineva tootegrupiga, nagu näiteks sporditarvete puhul, kuidas kasutatakse odavat tööjõudu. Mänguasjade puhul mainiti sama probleemi. Odava tööjõu, orjatöö ja lapstööjõu kasutamist toodi välja ka riiete ja jalanõude tootmises ja siinkohal mainiti mitu korda just Hiina odavat tööjõudu.

- *„ma arvan, et kõige rohkem seostub see tööjõu väärkohtlemine või väärkasutamine sporditarvetega kõige rohkem.“ (1N)*
- *„Ma arvan, et võib-olla riiete puhul on kõige rohkem. /.../ olles kuulnud /.../ kuidas mingi Hiinas kasutatakse neid ära, just noort tööjõudu. Et oleks nagu võimalik odavamalt turustada, et odavat tööjõudu kasutada.“ (2N)*

Teine olulisem probleem, mis leidis mainimist, oli loomkatsetused, seda toodi välja kosmeetikatööstuse puhul. Eetilise tarbimisega seondub ka loomade õiglane kohtlemine, seetõttu võib seda eetiliseks teguriks pidada.

- *„Kosmeetika puhul, ka seostub loomkatsetused.“ (1N)*

Mitmed tudengid tõid välja ka toiduained, mis seonduvad eelkõige just Fairtrade toodanguga. Toiduainetega seoti ka poliitilised aspektid (näiteks kampaania Eelista Eestimaist). Kuid samuti kerkis toiduainete puhul üles üks oluline probleem, kas tegemist on ikka õiglase



kaubandusega, sest isegi Fairtrade'i puhul on tegemist äri ja seal soovitakse samamoodi kasumit teenida.

- *„toiduainete puhul ausale kaubandusele ma ei mõtle eriti, ma olen ostnud küll neid fairtrade asju, aga (...) samas ei ole kunagi kindel, et need on täiesti õiged, äri on äri ja mingil hetkel kõik peavad kasu saama.“ (6M)*

Uurides lähemalt poliitilist tarbimist, saab järeldada, et tudengid sellele üldiselt tähelepanu ei pööra. Kui küsida, kas nad väldiksid võimaluse korral mõne riigi toodangut, ei toonud ükski tudeng välja ühtegi riiki, mille kaupa nad poliitilistel põhjustel boikoteeriks. Osad tudengid mainisid küll Venemaad ja Hiinat, kuid nende riikide kaupa väldiksid nad pigem kehvema kvaliteedi pärast. Samuti leidsid tudengid, et näiteks Hiina kaupu ei ole võimalik enam vältida, kuna nii palju kaupu tuleb sealt riigist, oleks keeruline terve riigi kaupa eirata. Keegi ei leidnud piisavalt mõjuvat põhjust, miks oleks vajalik vältida mõne riigi kaupu, ning arvati, et maailmas peaks toimima pidev kaubandusvool.

- *„Tegelikult ei ole, minu meelest ei ole põhjust, miks teiste riikide kaupa vältida. Maailmas võiks olla ühtlaselt toimiv kaubandusvool ja tegelikult kui, see vältimine on üks põhjusi, miks üldse sellised halvad töötingimused ja tootmine tekib“ (1N)*

Tudengitel paluti mõelda selle peale, kas nad toetaksid mõne riigi kaupa või boikoteeriks, kui see oleks võimalik, seda kõike just Gruusia-Vene konflikti taustal, ning sealt ilmnesid teistsugused hoiakud. Tudengid oli pigem meelestatud sellisest tegevusest osa võtma, kuna leidsid, et see on õigustatud. Kuid selline boikoteerimine või vastupidi pooldamine oleks mõeldav siis, kui eksisteeriks ka reaalseid põhjuseid, miks niimoodi käituda.

- *„nagu oli Gruusia sõja ajal, osteti Gruusia veini, selleks, et toetada Gruusia majandust. Selliseid asju ma pooldan ja selliseid asju ma teeks ka ise.“ (9M)*
- *„Ma arvan, et kui oleks piisav põhjus, et siis ja selles mõttes, et teised valikud täitsa olemas, siis miks mitte. /.../ see peaks olema mingi konkreetne eesmärk, mille nimel, et, et mitte lihtsalt, et nüüd ma kuulen kusagil, et, et vot nüüd, siin Hiina on mingisugune hull maa ja paha maa ja seal toimub midagi halba ja mingi ubluu ja nüüd hakkab vältima. Aga see peaks olema midagi konkreetne, mis paneks kogu riigi asju boikoteerima.“ (3N)*

Toodete vältimine oleks ka siis mõeldav, kui seda saaks asendada mõne muu tootega, kuid kui puudub asenduskaup, ei ole ka boikoteerimine asjakohane.

- „Aga selles mõttes, et Venemaaga tuleb selline poliitiline aspekt ikkagi välja. Et see ongi hull dilemma, et kas ma peaksin kuidagi blokkima seda riiki või mitte? /.../ Aga siis ongi see, täpselt, et kui sul on see toode välditav, siis sa väldid seda, kui ei ole, siis sa ei saa seda teha.“ (1N)

Üks probleem, mis mõne riigi kauba boikoteerimise või pooldamise juures nähakse, on see, et see võib osutada vaid ühe inimese pingutuseks. Tihti nähakse kõike vaid enda vaatepunktist ja arvatakse, et üksikisiku tegevusest ei olene midagi. Siiski on ajaloost võimalik tuua näiteid, kus mõne riigi kauba boikoteerimine on andnud märgatavaid tulemusi. Üks tuntumaid näiteid on Prantsuse toodangu vältimine tema tuumakatsetuste tõttu (Wikipedia... 2009), mille tagajärjel langes Prantsuse toiduainete eksport märgatavalt.

- „suuremal skaalal sellel pole mingit mõtet ju. (...) Eino ma võin ju osta jah, ja toetust avaldada, aga ega sellest erilist vahet ei ole ju. Niikuinii ainult üks inimene.“ (4N)
- „Mmm, üldiselt väga ei mõtle, sest mulle tundub, et see on piisk meres, sest isegi kui ma mingi asja ostaksin, siis ma ei suuda neid asju osta sellisel määral, et see kuidagi seda riiki aitaks, keda ma näiteks pooldan või seda ettevõtet.“ (6M)

Ainus poliitiline argument, mida mitmed tudengid mainisid, oli eestimaise toodangu eelistamine. Intervjueeritud tudengid tarbivad kodumaist toodangut peamiselt toiduainete ostmisel. Tudengid jälgivad ostuotsuse tegemisel, kas toode on valminud Eestis ning eelistavad seda välismaisele.

- „üldjuhul ma üritan eelistada Eestimaist“ (3N)
- „põhimõtteliselt vaatan, et see oleks kodumaine toodang.“ (7M)

Samas ei seostata kodumaise toodangu eelistamist poliitilise tarbimisega. Küsides tudengitelt, kas nad on mõelnud mõne kaubagrupi puhul ka poliitilistele aspektidele, tõi ainult üks vastaja välja eestimaise kauba eelistamise.

- „No toiduaineid, on see poliitiline küsimus, et eelista eestimaist.“ (9M)

Võrreldes saadud tulemusi Stolle et al. (2005) käsitlesega poliitilisest tarbimisest, saab järeldada, et poliitilise tarbimise näol on tegemist keerulise kontseptsiooniga, mida paljud veel ei mõista. Tudengite tarbimisharjumustes puuduvad ka peamised kolm tegurit, mida Stolle et al, mainisid: käitumine, motivatsioon ja sagedus. Intervjueeritud tudengid ei märkinud, et nad oleks kunagi boikoteerinud või eelistanud mõne riigi kaupu ning neil puudub piisav motivatsioon sedasi käituda. Antud hetkel ei ürita ma alahinnata eestimaise toodangu eelistamise tähtsust poliitilise aspektina, vaid näha asja suuremas plaanis. Kokkuvõtlikult võib öelda, et intervjueeritud tudengid küll tarbivad poliitiliselt, kuid seda alateadlikult ja nad ei seosta kodumaise toodangu valimist poliitiliste aspektidega. Samuti nähakse eestimaise kauba ostmist loomuliku tegevusena, millele ei omistata suuremat tähendust.

#### **4.4. Erialaselt omandatud teadmiste seostamine eetilise tarbimisega**

Läbiviidud intervjuude põhjal võib väita, et tudengid ei seosta üldiselt erialaselt omandatud teadmisi eetilise tarbimisega. Kuna eetilise tarbimise ja erialade vahelisi seoseid ei ole varem keegi uurinud, ei ole siinkohal võimalik välja tuua ka teoreetilisi seisukohti, mis seda väidet toetaksid või ümber lükkaksid. Ja statistilist seost saaks uurida vaid piisavalt suure valimiga küsitluse ja statistilise andmeanalüüsiga. Enamus valimisse sattunud erialade tudengeid leiavad, et nad ei ole omandanud teadmisi, mida oleks võimalik otseselt seostada eetilise tarbimisega.

- „Selles suhtes, et see eriala ei ole sellega, kuidagi ka kaudselt seotud olnud.“ (I1M)
- „ma ei saa öelda, et ma ülikoolis või tööl olemise ajal /.../ oleks üldse kokku puutunud mingi ausa hea kaubanduse teemaga.“ (I1N)

Sellegipoolest oli olemas neid, kes leidsid, et nad on omandanud teadmisi, mida oleks võimalik seostada eetilise tarbimisega. Tegemist oli just majandust õppivate tudengitega, kes märkisid, et erinevates loengutes on käsitletud mõnda teemat, mis puudutab kas eetilist või poliitilist tarbimist. Kuid neid teadmisi, mida seostatakse, peeti ka üldisteks ja pinnapealseteks ja konkreetseid näiteid ei osatud tuua. Ükski intervjueeritav ei leidnud, et need teadmised oleks kuidagi mõjutanud nende tarbimisharjumusi.

- „et kindlasti neid erinevaid tööjõu probleeme ja orjandust kui selliseid asju on räägitud küll“ (2N)
- „Natukene mul hakkas seostuma see sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtluse teema, /.../ kus ettevõtted hoolivad ka millestki muust kui oma kasumist /.../ väliskaubandusteooria peale mõtlen ka nagu päris palju“ (9M)
- „majanduses niivõrd-kuivõrd, aga. See on pinnapealne“ (5N)

Kui küsida, kuidas tudengid arvavad, kas üldiselt omandatud teadmised on mõjutanud nende tarbimisharjumusi, on siin märgata rohkem seoseid. Erialased teadmised ei ole seotud eetilise tarbimisega, kuid on seotud üldiste tarbimisharjumustega. Samas ei saa taaskord väita, et need teadmised oleksid suurel määral neid harjumusi mõjutanud.

Erinevate erialade tudengite tarbimisharjumuste muutused on seotud otseselt nende poolt õpitava erialaga. Nii näiteks toovad majandustudengid välja paremat rahaga ümberkäimist, poliitoloogiatudeng vaatab teisiti poliitreklaame, juuratudeng jälgib korrektsust ja ajakirjandustudengid jälgivad tähelepanelikumalt meediat.

- „majandust õppides ongi see, et sa oskad selle rahaga rohkem ümber käia ja arvestada /.../ Ja, ja seetõttu võib-olla, kas hoiab praegu kokku või investeerid /.../ ja sa tead nagu kuhu võibolla praegu ei tasu investeerida. Või kuidas näiteks börsil mängida“ (2N)
- „minu jaoks on tähtis see, et nagu kõik oleks juriidiliselt korrektne /.../ Must tegevus, vaata on minu jaoks nagu niiõelda auk“ (5N)

Üks põhjusi, miks tudengite tarbimisharjumused on rohkem mõjutatud omandatud teadmistest, võib seisneda selles, et loengutes on rohkem kokku puutunud tarbimisühiskonda käsitlevate teemadega. Kuid see ei kehti kõigi erialade tudengite puhul.

- „suhteliselt suur osa sellest, mida ma majanduses õpin ongi seotud nagu tarbijakäitumisega.“ (8N)
- „Meil on koolis, ülikoolis, räägitud ka sellest teatud siis brändingu loengutes, et kuidas, mismoodi see kaubandus toimib ja mismoodi toimib, suured kontsernid ja rahvusvahelised ettevõtted. Sealt see, teataval määral kriitika selliste suurte ettevõtete vastu nagu on.“ (6M)

Tudengid ei seosta üldiselt erialaselt omandatud teadmisi eetilise tarbimisega. Kuid need, kes märkisid, et ülikoolis oldud aja jooksul on kokku puutunud teemadega, mis käsitlevad eetilist tarbimist, peavad neid teadmisi üldisteks ja ei ole seetõttu nendest teadmistest ka mõjutatud.

Tudengite tarbimisharjumusi on aga rohkem mõjutanud omandatud teadmised tarbimisühiskonnast. Üldiste teadmiste ja tarbimisharjumuste vaheline seos on ka rohkem erialakeskne ehk erinevate erialade tudengid näevad seoseid tarbimisharjumuste muutuse ja omandatud teadmiste vahel.

Lisaks ei ole käesolevas töös võimalik ära märkida suuri erinevusi mees- ja naistudengite käsitluste vahel. Meeste ja naiste lähenemised nii tarbimisühiskonnale kui ka eetilisele ja poliitilisele tarbimisele on väga sarnased. Mõlemast soost oli esindatud neid, kes mõtlesid tugevamini eetilisele tarbimisele, ja oli neid, kelle jaoks antud teema on väheoluline. Kui võrrelda seda teoorias väljatoodud seisukohtadega, siis see kattub pigem Attala ja Carrigani (2001) omaga, kes ei näinud eetilise tarbimise ja soo vahel seost. Soodevahelist erinevust on selle töö puhul ka raske välja selgitada, kuna valimisse kuulus vaid 12 tudengit. Erinevuste väljaselgitamiseks oleks vaja kvantitatiivset uuringut. Samas julgen eeldada, et isegi kvantitatiivse uuringu puhul ei ilmne meeste ja naiste lähenemiste vahel erinevusi.

## 5 JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Järelduste esitamisel antakse vastused bakalaureusetöös püstitatud uurimisküsimustele.

1. Missugune on tudengite jaoks eetilise tarbimise tähendusväli?
2. Missuguste kaubagruppide ja tarbimisotsuste puhul mõeldakse eetilistele ja poliitilistele aspektidele ja milliste puhul mitte?

Uurimisküsimustele vastuse saamiseks analüüsiti läbiviidud informandi-intervjuusid ja seostati need bakalaureusetöö teoreetilise osaga. Järeldused lähtuvad enamasti eelmises peatükis väljatoodud tulemustest ja annavad sellest kokkuvõtliku ülevaate.

Esimene küsimus: missugune on tudengite jaoks eetilise tarbimise tähendusväli?

Tudengite jaoks on eetilise tarbimise tähendusväli võrdlemisi kompleksne ja sarnaselt teoreetilistele käsitlustele erinevad ka tudengite käsitlused sellest. Kõige olulisem põhjus, miks eetilist tarbimist ei osata üheselt seletada, on informeerituse puudulikkus, millele pöörasid tähelepanu ka Attala & Carrigan (2001) ning Irving et al. (2002). See tähendab, et intervjueeritud tudengid on omandanud küll teadmisi eetilisest tarbimisest, kuid need teadmised ei ole põhjalikud ning on juhuslikult omandatud. Vähesese informeerituse üks põhjusi on kindlasti see, et eetilise tarbimise tutvustamisega on algust tehtud alles hiljuti ning tegemist on uue teemaga Eesti ühiskonnas. Uuringutulemused näitavad samuti, et eetilise tarbimise temaatika on Eesti ühiskonda alles juurdumas, kui 2006. aastal teadis Fairtrade'ist vaid 5% elanikest ja 4% oli neid tooteid ise ostnud, siis 2008. aastaks oli teadlikkus õiglasest kaubandusest tõusnud juba 40%-le. (Kuusik 2008)

Intervjueeritud tudengite käsitluses eetilisest tarbimisest eristub kolm peamist vaatenurka. Esiteks nähakse eetilist tarbimist kui ratsionaalset tarbimist, teiseks kui keskkonnasäästlikku tarbimist ja kolmandaks kui õiglase kaubandusega seotud tarbimist. Esimene neist lähenemistest on täiesti eraldiseisev, kuna sellel puudub seos eetilise tarbimise tegeliku tähendusega. Teised kaks lähenemist on tugevamalt seotud eetilise tarbimise definitsiooniga.

Ratsionaalse tarbimise all peavad responendid silma seda, et tarbitakse vastavalt oma vajadustele. Tarbijad ei larista liigselt ning ei osta ebavajalikke asju. Samas peegeldub sellisest ratsionaalsest lähenemisest ka tudengite hinnatundlikkus ja säästlikkus, mille tõttu nad ei saa lubada endale väga kallist eluviisi. Keskkonnasäästlik lähenemine seostub tugevamini teoorias väljatoodud käsitlustega. Siinkohal tulevad mängu erinevad loodussäästlikud aspektid, millega arvestatakse. Keskkonnateemade olulisus on märgatav ka erinevatest uuringutulemustest. Intervjueeritavad mainisid näiteks mõju keskkonnale ja jätkusuutlikkust. Kolmas, õiglase kaubandusega seotud käsitlus võtab täpsemalt arvesse neid tegureid, millele selles töös on keskendutud. Eetilise tarbimise all mõistetakse tarbimist, mis arvestab erinevate eetiliste aspektidega, nagu näiteks töötajate korralikud töötingimused ning kõigi osapoolte õiglane kohtlemine. Eelnevast tekstist võib järeldada seda, et eetilisel tarbimisel ei ole väljakujunenud mõiste staatust Eestis. Sageli lähtutakse eetilise tarbimise lahtimõtestamisel selle sõna tavakeelsest tähendusest.

Nagu eespool mainitud, on eetilise tarbimise puhul probleemiks madal informeerituse tase, kuid sellegipoolest on tudengitel mõningane kokkupuude eetilise tarbimise temaatikaga olnud. Peamiseks informatsiooniallikaks on meedia, kas siis ajakirjandus või televisioon. Erinevatest telesaadetes või dokumentaalfilmides on keskendutud eetilise tarbimise temale või konkreetsemalt õiglasele kaubandusele. Konkreetseid näiteid ei osanud ükski vastanutest intervjuude jooksul tuua. Ajakirjandus on teine peamine infoallikas, kuid mõlema kanali puhul on probleemiks see, et infot jagatakse nende kaudu aeg-ajalt ja seetõttu on kokkupuude eetilise tarbimisega juhuslik. Samuti ei tee ükski vastanutest lisapingutusi selleks, et ise eetilise tarbimise kohta uurida, ning informatsioon pärineb etteantud allikatest.

Intervjueeritavate käest jäi küsimata see, mida nad pakuksid lahenduseks, et inimeste teadlikkust eelisest tarbimisest tõsta. Ühest küljest on lihtne öelda, et informatsiooni ei ole, kuid teisest küljest on keeruline leida lahendusi selle barjääri ületamiseks. Üks võimalus oleks kindlasti rohkem reklaami. Et tänapäeval on tarbijad paljuski mõjutatud reklaamist, võiks see aidata teadlikkuse suurenemisele, seda enam, et ükski vastajatest ei toonud infoallikana välja reklaamikanaleid. Fairtrade on teinud Eestis küll teavitavaid kampaniaid, näiteks on õiglast kaubandust reklaamitud trammi peal (lisa 1) ja samuti on tehtud teavitustööd kauplustes. Selline lühiajaline või ühekordne üritus ei pruugi aga väga suure auditooriumini jõuda ning

võib-olla tuleks teha pikaajalisem ja suurem kampaania – ehk see aitaks teadlikkust tõsta. Teine idee oleks eetilise tarbimise veel laialdasem tutvustamine ajalehtede ja ajakirjade vahendusel. Praegusel hetkel ilmuvad üksikud artiklid elustiiliajakirjade või ajalehtede vahel, kuid vahest tuleks mõne päevalehe või nädalalehe juurde lisada eraldi rubriik, mis keskenduks eetilisele tarbimisele. Vaja oleks just suure lugejaskonnaga lehte, sest kindlale auditooriumile (näiteks rohelistele) suunatud ajaleht ei anna samu tulemusi, sest nemad on eetilisest tarbimisest juba teadlikumad, ning keskenduda tuleks suuremale avalikkusele. Samuti oleks võimalik lahendus tutvustavad saated televisioonis.

Eetiline toodang tuleks teha tarbijatele ka kättesaadavamaks, hetkel pakutakse seda vaid suuremates kauplustes ja ökopoodides. Kauplustes võiks eetilisele toodangule rohkem tähelepanu pöörata, praegu on eetiline toodang asetatud poodides nurgatagustele riiulitele, kuhu paljud tarbijad tihti ei satugi. Seega lisaks reklaamile, tuleks eetiline toodang selgelt esile tõsta kauplusteski. Kuna tarbijate jaoks on oluline aspekt hind, tuleb kuidagi ületada see barjäär, et tarbijad ei peaks eetilist tarbimist lihtsalt kulukamaks, vaid näeksid sellest saadavaid lisaväärtusi.

Eetilisse tarbimisse suhtuvad responendid üldjoontes positiivselt ning nad leiavad, et selle kaudu on võimalik suurendada isiklikku heaolu, aidata teisi ning olla keskkonnale kasulik. Eetilist tarbimist ei seostata ühegi konkreetse tarbijatüübiga ning vastajad leidsid, et sellega võib tegeleda igaüks, kellel soovi on. Küll aga on eetiline tarbija rohkem haritud või teadlikum ühiskonnast toimuvast ning ta hoolib avalikkuses esinevatest probleemidest. Samuti on eetiline tarbija, kes käitub ka loodussõbralikult. Tudengite käsitusi eetilisest tarbijast ei ole seega võimalik üks üheselt võrrelda Liz Tinlin'i (2007) poolt väljapakutud tarbijamudelitega. Tudengid mainisid vaid kahte faktorit, mida oleks võimalik siduda Tinlin'i mudeliga: esiteks keskkonnasäästlikum tarbija ja teiseks eetiline märgistaja, kelle jaoks eetiline tarbimine seondub trendikusega.

Eetilist tarbimist peavad aga pea kõik vastajad kulukamaks ning nende jaoks tähendab eetiline toodang kallimat hinnaklassi. See arvamus ei põhine siiski väljauuritud faktidel, seega tudengid eeldavad, et eetiline toodang on kallim, kuid ise seda kontrollinud ei ole. Kallim



hinnaklass on üks peamiseid põhjuseid, miks enamused intervjueritud tudengitest eetilist toodangut ei osta.

Eetilise tarbimise teema Eestis on poolte intervjueritute arvates aktuaalne teema ja poolte arvates väheaktuaalne teema. Need, kes näevad seda väheolulise probleemina, väidavad, et Eestis on hetkel muid probleeme, millele tuleks keskenduda, nagu näiteks majanduslangus ja sellest tulenevad raskused. Samuti ei ole Eesti ühiskond oma arengutasemel veel nii kõrgele jõudnud, et ta võiks hoolitseda teiste riikide heaolu pärast. Esmalt tuleks lahendada kohalikud probleemid ja alles siis asuda arenguriikidele appi. Teised, kes peavad eetilist tarbimist aga aktuaalseks teemaks, näevad samuti mõningaid takistusi. Tudengid nendivad, et eetiline tarbimine oleks Eestis veel rohkem kõneldud teema, kui selle kohta jagataks tarbijatele rohkem informatsiooni.

Peaaegu kõik tudengid, kaasa arvatud need, kes ei pea eetilist tarbimist oluliseks teemaks, leiavad, et eetilisele tarbimisele tuleks pöörata suuremat tähelepanu. Informatsiooni edastamisega peaks tegelema kolm osapoolt. Esiteks peaks see olema inimeste enda huvi rohkem teavet koguda, teiseks peaks riik tegema pingutusi, et inimesi teavitada ja kolmandaks on oluline roll ka ettevõtetel endil, kelle kasum sõltub inimeste teadlikkusest eestlisest toodangust.

Tulevikus nähakse eetilisel tarbimisel üha suuremat rolli tarbimiskultuuris. Enamus tudengeid leiab, et tarbijad hakkavad eetilisele käitumisele üha rohkem tähelepanu pöörama. Selle põhjuseks võib olla see, et kui need probleemid (tööjõu- ja keskkonnaprobleemid) jätkuvad ja süvenevad, siis tulevikus kerkivad need valusamini esile ja inimesed tunnevad nende pärast ka suuremat muret. Taaskord tuleb aga mängu informatsiooni vajalikkus ehk selleks, et probleem aktualiseeruks, on vaja inimeste teadlikkust tõsta. Samuti näitavad praegused turutrendid ja varasemad uuringud, et eetiline tarbimine on iga aastaga kogumas suuremat populaarsust ning eetilise toodangu maht kasvab. Näiteks Kuusiku (2008) poolt ära toodud tulemused erinevatest uuringutest näitasid samuti üha suurenevat kasvuprotsenti eetilises tarbimises ja selle teadlikkuses.

Teine küsimus: missuguste kaubagruppide ja tarbimisotsuste puhul mõeldakse eetilistele ja poliitilistele aspektidele ja milliste puhul mitte?

Uurides eetiliste ja poliitiliste tegurite esinemist erinevate ostuotsuste langetamisel, selgus, et kumbki aspekt ei oma väga olulist rolli intervjueritud tudengite tarbimisharjumustes. Näiteks õiglast kaubandust ei jälgita elektroonika ning riiete ja jalanõude puhul peaaegu üldse ning see paigutati otsustamisahela lõpu poole. Toiduainete puhul oli olukord natuke erinev, kuna seal jagunes õiglane kaubandus suuremale skaalale. Kuid kuna intervjueriti vaid 12 tudengit, ei saa selle põhjal paikapidavaid järeldusi teha. Tootjate eetiline reputatsioon on vastanute jaoks küll natuke olulisem faktor kui õiglane kaubandus. Selle põhjuseks võib olla see, et vastajad ei suutnud täielikult eristada tootjate üldist reputatsiooni ja eetilist reputatsiooni ning seega ei pruugi need tulemused kajastada tegelikku arusaama.

Kõige rohkem mainiti eetilistest aspektidest tööjõu väärkohtlemist ning lapstööjõu kasutamist, mida seostati näiteks sporditarvete, mänguasjade ning riiete ja jalanõude tootmisega. Tööjõu väärkohtlemise temaatika on ka kõige rohkem tähelepanu saanud probleem. Tarbijad on mingil määral teadlikud arengumaade töötingimustest ja töötajate ekspluateerimisest. Näiteks on maailmameediasse jõudnud uudised sellest, kuidas spordifirmad kasutavad odavat tööjõudu oma toodangu tootmiseks.

Teise probleemina käsitleti loomkatsetusi, mis puudutas kosmeetikatööstust. Kolmas tootegrupp, mille puhul ollakse teadlikud eetilisest tarbimisest, on toiduained. Siinkohal on tähelepanu all just Fairtrade tooted, mis on mõeldud arengumaade tootjate toetamiseks. Vastanud tudengid mainisid, et nad on nendele erinevatele aspektidele mõelnud mingil hetkel, kuid samas ei mõjuta ükski neist teguritest nende tegelikku tarbimisharjumusi. Tudengitelt küsiti, millele nad rõhku pööravad, kui nad erinevaid tooteid ostavad – vastustes ei ilmnunud ükski ülalpool toodud probleemidest. Seega võib väita, et teadlikkus eetilisest tarbimisest ei tähenda seda, et käitutakse eetiliselt.

Poliitilisest tarbimisest ollakse veel vähem teadlik. Kindlasti põhjusel, et selle mõistega ei olda eelnevalt kokku puutunud. Uurides respondentide tarbimisharjumusi, ei ilmnunud poliitilist tarbimist. Ainsaks poliitilise tarbimise väljundiks oli eestimaise toodangu

eelistamine, kuid seda ei seostanud vastajad poliitilise tarbimisega ja kodumaise kauba valikut nähti loomuliku tegevusena, mitte poliitilise seisukohavõtuna.

Intervjueeritud tudengitel tuli mõelda selle peale, kas nad oleksid valmis boikoteerima mõne riigi tooteid poliitilistel eesmärkidel. Selgus, et tudengid ei pea seda vajalikuks ning toetavad pidevalt toimivat kaubandusvoolu. Kuid uurides poliitilist tarbimist konkreetsete näidete najal, nagu näiteks Gruusia veinide ostmine Vene-Gruusia konflikti ajal, ilmnas, et tudengid on pigem meelestatud sellisest tegevusest osa võtma. Lähtudes Stolle et al. (2005) käsitlusest ollakse seega nõus boikoteerima või ostma mõne riigi kaupa, eesmärgiga väljenda seeläbi oma poliitilisi seisukohti, aga seda vaid siis, kui eksisteerib tegelik põhjus. Seega ühest küljest ei näe nad poliitilist tarbimist otstarbekana, kuid mõjuvatel põhjustel ja võimaluse korral siiski pooldaksid seda.

Poliitilise ja eetilise tarbimise puhul kerkis üles üks probleem, mille mitmed tudengid välja tõid. Nimelt ei näinud vastajad seda otstarbeka tegevusena, kuna ühe inimese tegevus ei mõjuta midagi. Attala ja Carrigan (2001) märkisid samuti ühe probleemina eetilise ja poliitilise tarbimise puhul seda, et eksisteerib lõhe ostmissoovi ja tegeliku käitumise vahel ehk inimesed ei ole nõus tegema lisapingutusi, et eetilisemalt tarbida, kuna leiavad, et nende tegevusest ei muutu midagi. Intervjueeritavad nägid ennast indiviididena, kelle tegevusest ei sõltu midagi. Inimesi tuleks teavitada ka sellest, mis on eetilise ja poliitilise tarbimise tagajärjed, kuidas on see tegevus kaasa aidanud probleemide lahendamisele. Tänu sellele võivad inimeste hoiakud muutuda ja nad näevad, et nende tegevuse tagajärjel siiski on muutus toimunud. Siiski esineb üks erand, nimelt leiavad tudengid, et eestimaise toodangu tarbimine on eesmärgipärane. Eestimaise kauba eelistamise läbi väljendatakse samuti oma poliitilisi uskumusi, mida mainis Delacote (2008). Kodumaist toodangut tarbitakse, kuna see on üks võimalus, kuidas aidata kaasa oma riigi majanduselu edendamisel.

Käeolev bakalaureusetöö täitis oma eesmärgi, kuna mõlemale uurimisküsimustele oli võimalik anda vastus. Süvaintervjuu näol oli tegemist sobiliku uurimismeetodiga, kuna võimaldas käsitleda teemat sügavamalt, kui seda oleks saanud teha ankeediga. Süvaintervjuu sobis ka seetõttu, et eetiline ja poliitiline tarbimine mõlemad on Eesti ühiskonnas võrdlemisi

uued teemad ning nagu selgus, ei ole inimestel täielikku arusaama kummastki. Kuna intervjuu sarnaneb paljuski vestlusega, oli võimalik teemat laiemalt avada ja täpsemalt uurida.

Töö tulemusi ja järeldusi oli võimalik üldjoontes siduda teoreetiliste käsitlustega. Küll aga oleks paljusid andmeid saanud veel paremini siduda siis, kui oleks tegu olnud kvantitatiivse uuringuga. Varasemate uuringud pakkusid töös võrdlusmaterjali, kuid neid ei saanud üksüheselt tulemustesse üle kanda. Lisaks oleks teoreetilist materjali saanud veel paremini empiiria ossa sisse lülitada juhul, kui tudengite teadlikkus eetilise ja poliitilisest tarbimisest oleks suurem olnud.

Saadud tulemused viitavad sellele, et eetilise tarbimise temaatika Eesti tarbimisühiskonnas ei ole primaarne, sellele pööratakse võrdlemisi vähe tähelepanu nii tarbijate kui ka turustajate poolt. Käesoleval hetkel ei ole probleemiks informatsiooni vähesus, sest erinevatest allikates, peamiselt internetist, on võimalik eetilise tarbimise kohta piisavalt materjali saada. Probleemiks on tarbijate madal teadlikkus, nende vähene huvi ja motiveeritus, millest tulenevalt nad ei uuri eetilise tarbimise kohta. Kõige tähtsam olekski tõsta inimeste teadlikkust eetilise tarbimisest ning luua sellele mõistele kindel tähendusväli. Eetilised ja poliitilised aspektid on marginaalsed teemad otsustamise juures, mis näitab ühest küljest ka ühiskonna küpsuse taset. Tarbijate jaoks on olulisemad teised küsimused, mis puudutavad nende enda heaolu, ning tähelepanu pööratakse peamiselt isiklikele probleemide lahendamisele. Tänapäeval tulenevad paljud neist probleemidest majanduskriisist, mis avaldab mõju kogu tarbimiskultuurile. Seega tuleks eetilist tarbimist uuesti uurida siis, kui majandus on taaskord stabiliseerunud ja vaadata, kas tarbijate hoiakud eetilise tarbimise suhtes on samad või kuidas need muutunud on.

Kuna eelnevalt ei ole sarnast uuringut läbi viidud, on see bakalaureusetöö omamoodi pilootuuring, mis võib anda ainekult tulevasteks töödeks. Selles töös on välja toodud mitmed tulemused, mille kohta eelnevalt informatsioon puudus. Näiteks annab töö parema ülevaate sellest, kuidas eetilist tarbimist mõistetakse, kust on saadud informatsioon eetilise tarbimise kohta ja kuidas seda kasutatakse. Töö annab ülevaate ka sellest, kuivõrd oluline on eetilise tarbimise temaatika Eesti ühiskonnas ja mis takistused sellega kaasnevad; milliseks kujuneb eetilise tarbimise teema tulevikus ja mida on selles suunas vaja teha. Ja kõige olulisem: välja

on toodud see, kuid võrd suurt rolli mängivad erinevad aspektid intervjueritud tudengite tarbimisharjumustes ja mis on selle põhjuseks.

Töö miinuseks on see, et puudub representatiivne ülevaade eetilise tarbimisest, seega oleks pidanud eelnevalt läbi viima kvantitatiivse uuringu, et uurida tudengite käitlusi eetilise ja poliitilise tarbimisest. Nendest tulemustest lähtuvalt oleks pidanud täiendama küsitluskava ja alles siis intervjuerima tudengeid. Kuid seda on võimalik teha mõnes järgnevas uuringus.

Eetilise ja poliitilise tarbimise teemat pakub mitmeid võimalusi edasiseks uurimiseks. Üks oluline aspekt, mis käesolevas töös jäi uurimata, kuid millele tuleks kindlasti tähelepanu pöörata, on see, kuidas tarbijate teadlikkust eetilise tarbimisest tõsta. Mitmel pool sai välja toodud, et intervjueritud tudengid tarbiks eetilisemalt, kui neil oleks selle kohta rohkem informatsiooni. Samuti on suurem teavitustöö eelduseks, et eetilise tarbimise teema muutuks üha olulisemaks Eesti ühiskonnas. Siinjuures olekski vaja uurida seda, milliseid kanaleid ja milliseid meetodeid tuleks kasutada, et informatsioon inimesteni jõuaks.

Eetilise tarbimise teema vajaks rohkem kvantitatiivseid uuringuid. Hetkel jäid mitmed tulemused ja järeldused lahtiseks, kuna väikese valimi puhul ei ole võimalik teha representatiivseid üldistusi. Kvantitatiivsete meetodite abil saaks anda täpsemad vastused mitmetele küsimustele, mis esinesid töö autori intervjuukavas ja millele süvaintervjuuga üldistavaid vastuseid anda ei saa. Autor leiab, et käesoleva töö näol on tegemist ühe esimese uurimusega eetilise ja poliitilise tarbimisest ning seda saaks mitmel erineval moel edasi arendada. Üks oluline faktor edaspidistes uurimustes on valimi muutmine, kuna praegune töö keskendub vaid tudengitele. Kuna eetiline tarbimine on suunatud kõikidele tarbijatele, tuleks seda vaadelda ka teiste valimite najal.

## KOKKUVÕTE

Sotsiaalne vastutustundlikkus on üks olulisemaid küsimusi, mis on viimasel ajal globaalse tähelepanu alla sattunud. Käesolev teema ei ole enam võõras ka Eesti kontekstis ning sellele tuleks tähelepanu pöörata. Bakalaureusetöö „Eetiliste ja poliitiliste aspektide mõju tarbimisvalikutele“ uuribki noorte täiskasvanud tarbijate (tudengite) teadlikkust ja hoiakuid seoses eetilise tarbimisega.

Töö teoreetiline osa keskendub tarbimisühiskonna kirjeldamisele. Lähemalt on tutvustatud töö uurimisobjekti: eetilist ja poliitilist tarbimist. Käsitletud on ka sotsiaalset turundust kui ühte viisi, kuidas läheneda eetilisele tarbimisele. Õiglase/aus kaubandus on eetilise tarbimise all eraldi välja toodud, kuna selle läbi omandab eetiline tarbimine konkreetsema kuju. Lisaks on ära toodud varasemad uuringud, mis on keskendunud muuhulgas ka eetilisele tarbimisele, millest olulisim on The Nielsen Company poolt läbiviidud uuring.

Bakalaureusetöö eesmärk oli esmalt uurida, mille põhjal tudengid oma tarbimisotsuseid langetavad. Püüti vaadata, kas eetilised või poliitilised aspektid kerkivad esile. Seejärel keskenduti üha rohkem eetilisele tarbimisele. Selgitati välja, kas ja kuidas eristuvad noorte täiskasvanud tarbimisharjumustes eetilised, poliitilised, õiglase kaubandusega jms seotud aspektid. Samuti vaadeldi, milliste kaubagruppide või tarbimisotsuste puhul neile aspektidele mõeldakse.

Intervjuude kolmandas osas uuriti, kuidas tudengid oma tarbimisharjumusi ülikoolis omandava erialaga seostavad. Selle eesmärgiks oli vaadata, kas erinevate erialade tudengite tarbimisharjumused on kuidagi mõjutatud nende erialast. Viimased intervjuublokid keskendusid eetilise tarbimise tähendusvälja loomisele tudengite seas ning tudengite eksperthinnangule uurimistöö teemas suhtes.

Peamistest tulemustest järeldus, et intervjuueeritud tudengite hulgas ei oma eetiline tarbimine kindlat tähendusvälja ning erinevad tudengid lähenevalt eetilisele tarbimisele omamoodi. Esile kerkisid eetilise tarbimise seos ratsionaalse tarbimisega, keskkonnasäästliku tarbimisega

ja õiglase kaubandusega. Responentide hinnang teema olulisele Eesti ühiskonnas jagunes kaheks: pooled pidasid seda aktuaalseks probleemiks ja pooled väheaktuaalseks. Siiski nähti eetilises tarbimises pigem positiivset ideoloogiat, mis on suunatud arengumaade abistamisele. Kuid välja toodi mitmeid probleeme, mis eetilise tarbimisega seonduvad. Olulisem neist on informatsiooni puudulikkus eetilisest tarbimisest, intervjueeritavad leidsid, et laiem teavitustöö oleks vajalik. Teine probleem seisneb selles, et Eesti ühiskonnas tuleb hetkel muude olulisemate küsimustega tegeleda ning enne, kui hakata teiste peale mõtlema, tuleb hoolitseda isikliku heaolu eest.

Intervjueeritud tudengid olid enamasti teadlikud erinevatest ebaeetilisest tootmisviisidest, kuid sellegipoolest ei väljendu nende tarbimisvalikutes eetilised aspektid. Näiteks õiglase kaubandus ja tootjate eetiline reputatsioon on otsustamisahelas pigem väheolulised faktorid. Ainuke tegur, millele tudengid tähelepanu pöörasid, on eestimaise toodangu eelistamine, mida saab seostada poliitilise tarbimisega. Responendid ise aga kodumaise toodangu eelistamist poliitilise tarbimisena ei näe.

Käesolev bakalaureusetöö annab ülevaate sellest, kuidas noored täiskasvanud tarbijad mõistavad eetilist tarbimist, kuidas nemad sellega kokku on puutunud ja kuidas see nende tarbimisharjumusi mõjutab. Kindlasti tuleks eetilise ja poliitilise tarbimise teemat edaspidi käsitleda, kuna see on üha aktuaalsemaks muutuv teema. Samuti ei võimaldanud valitud uurimismeetod teha representatiivseid üldistusi. Käesoleva töö näol on tegemist pigem pilootuuringuga, mis võib anda ainekst edaspidisteks uuringuteks.

## SUMMARY

Social responsibility is one of the most important issues to gain global attention lately. The subject is also well known in Estonian context and deserves to be pointed out. The bachelor's thesis „Image of ethical and political consumption among students” is researching the awareness and attitudes of young mature consumers in relation to ethical consumption.

The theoretical part of this research focuses on describing the consumer society. It looks into the object of research: ethical and political consumption. It also expands on social marketing as a way to approach ethical consumption. Fair trade is pointed out under ethical consumption because ethical consumption embodiments through it. Additionally there are brought out a few earlier researches, some of which have also focused on ethical consumption. The most significant one is the research made by The Nielsen Company.

The purpose of this bachelor's thesis was to find out, what influences students on their decisions in consumption to see, if ethical or political aspects come forth. After that I focused more and more on ethical consumption. I found out if and how the ethical, political, fair trade related etc. aspects of mature young people's habits in consumption differentiate. Furthermore, in which lines of goods or decisions in consumption these aspects are considered.

In the third part of the interviews I examined how the students connect their habits in consumption with their field of studies in the university. The purpose was to see, if the habits in consumption of students with different specialties are somehow influenced by their specialties. The last blocks of the interview focused on creating a semantic field for ethical consumption among students and on the expert opinions of students on the subject of research.

The principal results showed that ethical consumption doesn't have a certain semantic field among the interviewed students and various students approach ethical consumption in their own way. Ethical consumption appeared to have connections with rational consumption,



environment-friendly consumption and fair trade. The respondents' opinion about relevance of this subject in Estonia divided into two: half of the respondents considered it to be an actual problem and the other half less actual. Nevertheless ethical consumption was seen more as a positive ideology directed to helping developing countries. But there were also brought out several problems which associate with ethical consumption. The most important one is lack of information about ethical consumption – the interviewees found, that larger informative work would be necessary. The other problem was that there is a need to deal with other more important questions in Estonian society and before we start to think of the others, we need to take care of our own welfare.

The interviewed students were mostly aware of different unethical ways to manufacture but there were still no signs of ethical aspects in their choices in consumption. For example, fair trade and manufacturers' ethical reputation were mostly less important factors in their decisions. The only factor, on which students seemed to pay attention, was preferring Estonian products, which can be related to political consumption. But the respondents themselves didn't see preferring to buy Estonian products as political consumption.

Current bachelor's thesis gives a synopsis of how young mature consumers understand ethical consumption, how they have had contacts with it and how it influences their habits in consumption. Ethical and political consumption should certainly be explored in the future, because the subject is becoming more and more actual. Also, the chosen method of research didn't enable to make representative abstractions. Current work is mainly a pilot study, which may give material to further researches.

## KASUTATUD KIRJANDUS

- Andreasen, A. R. (1995). *Marketing Social Change*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Aru, E. (2007). Kui õiglane on „õiglane kaubandus“? *Eesti Päevaleht*, 21. november, URL (kasutatud aprill 2009) <http://www.arileht.ee/majandus/408555>.
- Attala, A. & M. Carrigan (2001). The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behaviour? *Journal of Consumer Marketing*, 18(7): 560-577.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Bedford, T. [1999]. *Ethical consumerism: everyday negotiations in the construction of an ethical self*, URL (kasutatud aprill 2009) <http://portal.surrey.ac.uk/pls/portal/docs/page/eng/research/ces/events/abstractsandppts/Seminar%20Tracey%20Bedford%20Feb07.pdf>.
- *Best Marketing'i kodulehekülg*, URL (kasutatud jaanuar 2009) <http://est.best-marketing.com/?lang=est&show=news&id=483>.
- Carrier, J. P. (2007). Ethical consumption. *Anthropology Today*, 23(4): 1-2.
- Delacote, P. [2008]. *Political Consumption and Public Policies: Poor Substitutes but Good Complements?* URL (kasutatud aprill 2009) <http://www.iue.it/Personal/Researchers/Delacote/political%20consumption.pdf>.
- *Development Education.ie kodulehekülg*, URL (kasutatud mai 2009) <http://www.developmenteducation.ie/ethconsumption/>.
- *Eesti Inimarengu Aruanne 2008*. (2009). URL (kasutatud aprill 2009) [http://www.kogu.ee/public/EIA08\\_est.pdf](http://www.kogu.ee/public/EIA08_est.pdf).
- *Fairtrade'i kodulehekülg*, URL (kasutatud jaanuar 2009a) <http://www.fairtrade.ee/et/sisu/teretulemast-oiglase-kaubanduse-kodulehele.html>.
- *Fairtrade'i kodulehekülg*, URL (kasutatud jaanuar 2009b) <http://www.fairtrade.ee/et/sisu/tooted-ja-tootjad.html>.
- *Fairtrade'i kodulehekülg*, URL (kasutatud jaanuar 2009c) <http://www.fairtrade.ee/images/stories/kusmgil2009.pdf>.
- *Fairtrade'i kodulehekülg*, URL (kasutatud jaanuar 2009d) <http://www.fairtrade.ee/et/sisu/ajalugu.html>.

- *Fairtrade Labelling Organizations International* kodulehekül, URL (kasutatud aprill 2009a)  
[http://www.fairtrade.net/single\\_view.html?&cHash=5d10c6b9b9&tx\\_ttnews\[backPid\]=104&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=102](http://www.fairtrade.net/single_view.html?&cHash=5d10c6b9b9&tx_ttnews[backPid]=104&tx_ttnews[tt_news]=102).
- *Fairtrade Labelling Organizations International* kodulehekül, URL (kasutatud aprill 2009b)  
[http://www.fairtrade.net/single\\_view.html?&cHash=379db4101b&tx\\_ttnews\[backPid\]=168&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=98](http://www.fairtrade.net/single_view.html?&cHash=379db4101b&tx_ttnews[backPid]=168&tx_ttnews[tt_news]=98).
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Irving, S. & R. Harrison & M. Rayner. (2002). Ethical Consumer – Democracy through the Wallet. *Journal of Research for Consumers*, 3.
- Jahilo, A. (2006). *The Body Shop Eestis – „Hingega brändi“ vastuvõtt*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
- Kuusik, R. (2008). Õiglane kaubandus. Eetilise äri võidukäik. Ettekanne. *Keskkonnaalane teabepäev*. Tallinn, 15. mai.
- Laherand, M.-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Infotrükk.
- Shah, D. V. & D. M. McLeod & E. Kim et al. (2007). Political Consumerism: How Communication and Consumption Orientations Drive „Lifestyle Politics“. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1): 217-235.
- Slater, D. (1997). *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Stolle, D. & M. Hooghe & M. Micheletti (2005). Politics in the Supermarket: Political Consumerism as a Form of Political Participation. *International Political Science Review*, 26(3): 245-269.
- *Säästev turism kodulehekül*, URL (kasutatud jaanuar 2009)  
<http://www.arhipelaag.ee/coastlearn/tourism/turism/glossary.html>.
- Tinlin, L. (2007). Ethical consumers under the microscope. *Admap*, 482: 51-53.
- Tonndorf, H. G. (2004). *Turunduse tulevikutegurid*. Tallinn: Külim.
- Vihalemm, T. (2008). Intervjuu tutvustus. *Meedia ja kommunikatsiooni uurimismeetodid loengumaterjal kevadsemestrist 2008*. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- *Wikipedia kodulehekül*, URL (kasutatud aprill 2009)  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Political\\_consumerism](http://en.wikipedia.org/wiki/Political_consumerism).

## LISAD

### Lisa 1. Õiglase kaubanduse märgid, tooted ja turunduskampaania

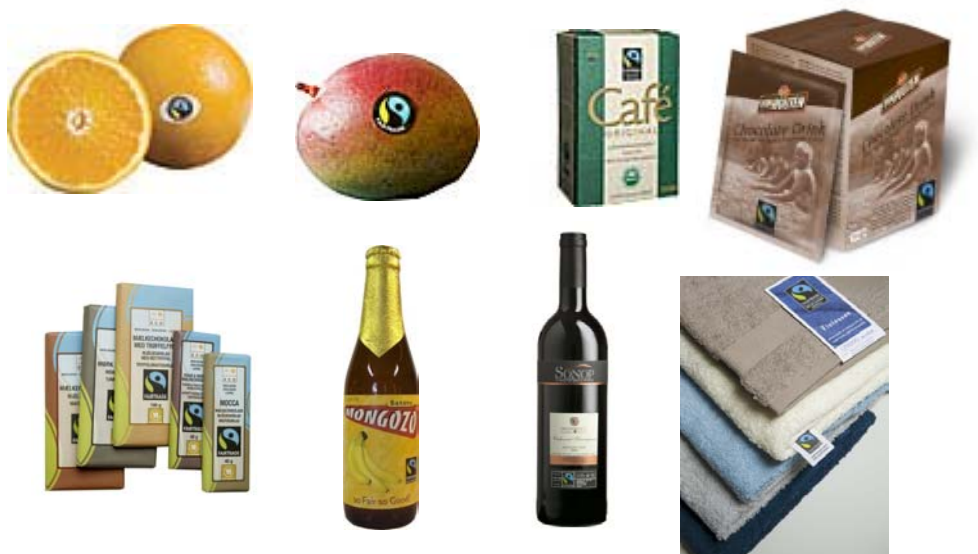
Joonis 3. FAIRTRADE märk



Joonis 4. Varem kasutatud märgid õiglase toodangu müümisel, erinevate tootjate poolt. Kuusik (2008)



*Joonis 5. Pilte Fairtrade toodetest Eestis. (Kuusik 2008)*



*Joonis 6. Näide läbiviidud tutvustamiskampaaniast. (Kuusik 2008)*



## Lisa 2. Intervjuu kava

### **I küsimuste blokk.** Sissejuhatavad küsimused.

1. Vanus?
2. Millisel erialal õpid?
3. Mitmendal kursusel õpid?

**II küsimuste blokk.** Keskendub sellele, kas ja kuidas eristuvad noorte täiskasvanute tarbimisharjumustes eetilised, poliitilised, õiglase kaubandusega jms seotud aspektid. Samuti uurib, milliste kaubagruppide ja tarbimisotsuste puhul mõeldakse eetilistele aspektidele ja milliste puhul mitte?

4. Millistele toote omadustele mõtled, kui ostad endale toitu?
  1. Riideid või jalanõusid?
  2. Elektroonikat?
5. Palun vaata seda nimekirja ja nummerda need aspektid tähtsuse järjekorras?
  1. Toidukaupade puhul
  2. Riiete ja jalanõude puhul
  3. Tehnika puhul
  - Loodussõbralikkus
  - Kvaliteet
  - Bränd
  - Uus toode
  - Tuntus
  - Tehnilised omadused (elektroonika puhul)
  - Õiglase kaubandus
  - Värskus (toidukauba puhul)
  - Hind
  - Tootja eetiline reputatsioon
  - Vastupidavus (riiete ja elektroonika puhul)
  - Teeninduse kvaliteet
  - Mood ja trend

- Maitse ja meeldivus
6. Vaata neid kaubagruppe ja ütle, kuivõrd oled mõelnud nende puhul ausale kaubandusele, töäjõu küsimustele või poliitilistele küsimustele?
    - Toiduained
    - Riided
    - Jalanõud
    - Kosmeetika
    - Mänguasjad
    - Sporditarbed
    - Kodutehnika, elektroonika
      1. Milliste toodete ostmisel oled nii mõelnud?
      2. Mis on selle põhjuseks?
      3. Võibolla on mõni muu valdkond või toode, mille puhul oled mõelnud?
  7. Oled sa ostnud mõne toote, mida seostad eetilise tarbimisega?
  8. Millised omadused või väärtused seonduvad selle botasega? (näitan Nike'i botast)
    1. Millised seosed neist mõjutaksid sind ostuotsuse tegemisel?
    2. Miks just need?
  9. Millise riigi kauba sa jätaksid ostmata, kui see oleks võimalik? Venemaa? Hiina?
    1. Mis põhjusel sa seda teeksid?
  10. Kui sa näeksid poes teiste veinide kõrval Gruusia veini, siis kas sa kaaluksid selle ostmist põhjusel, et Venemaa ja Gruusia vahel toimus konflikt?
  11. Kirjelda palun, kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud?
    - 11.1.1. Kuidas käisid poes 3/5 aastat tagasi?
    - 11.1.2. Kuidas nüüd?
    2. Saad sa välja tuua põhjused, miks harjumused muutunud on?

**III küsimuste blokk.** Aitab välja selgitada, kas ja kuidas tudengid ise oma käsitlusi eriala raames saadud teadmistega seostavad.

12. Millisel viisil on erialaselt omandatud teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?
13. Oskad sa välja tuua, milliseid omandatud teadmisi seostaksid antud teemaga?

**IV küsimuste blokk.** Küsimused, mis aitavad mõista, milline on noorte täiskasvanud tarbijate jaoks eetilise tarbimise tähendusväli.

14. Kas oskad öelda, mis märgiga on tegemist?



15. Kas oled sellega kokku puutunud?

16. Palun defineeri eetiline tarbimine?

17. Kuidas sina suhtud eetilisse tarbimisse?

18. Kirjelda, kust pärinevad sinu teadmised eetilise tarbimise kohta?

19. Palun too mõned näited eetilisest tarbimisest?

20. Millise eluviisiga seondub eetiline tarbimine?

**V küsimuste blokk.** Aitab selgeks teha, kuivõrd oluliseks vastaja antud teemat peab?

21. Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele rohkem tähelepanu pöörama?

22. Mis motiveeriks sind nt ausa kaubanduse kaupa rohkem ostma?

23. Kuivõrd oluliseks sa pead antud teemat Eestis nt võrdluses keskkonnasäästliku teemaga? Mis on selle põhjuseks?

24. Mis on sinu arvamus, kuidas suhtutakse antud teemasse nt 10 või 20 aasta pärast?

25. Kelle asi see peaks olema, et inimesi antud teemal rohkem informeerida ja mõtlema panna? (tarbijate endi, firmade, valitsuste, erinevate organisatsioonide, riigi)

**VI küsimuste blokk.** Lõpetab intervjuu ning esitab kokkuvõtlikud küsimused.

26. Sooviksid sa midagi veel täpsustada?

27. Kas leiad, et intervjuus jäi käsitlemata mõni sinu arvates oluline aspekt, millele tahaksid tähelepanu pöörata?



## **Lisa 3. Intervjuude transkriptsioonid**

### **Lisa 3.1. Intervjuu transkriptsioon – 1N**

**Alustuseks küsiks sinu vanust?**

*Mina olen 21 aastane.*

**Millisel erialal õpid?**

*Ajakirjandus, kõrvalerialana võtan kunstiajalugu.*

**Ja mitmes aasta läheb?**

*Kolmas aasta.*

**Kõigepealt küsiks, mille baasil sa langetad oma otsuseid, kui ostad näiteks toitu?**

*Toitu, mhm, ah okei. (...) Ahh, kammooon, see on väga loogiline vastus. Enamasti hinna ja meeldivuse poolest, et ää oleneb ju täiesti nagu minu finantsilistest võimetest, et eelkõige ma ju vaatan seda, mis mulle meeldib, ja siis üritan selle hinnaga kuidagi kompunnida. Et peaks vastama siis hinna-kvaliteedi suhe siis.*

**Agas miks just nendel kaalutlustel?**

*Ma ei kujuta ette, mis teisi võimalusi peaks olema, sest kui ma olen täitnud mingi tarbijaankeete, siis kammooon palju see pakend sulle tegelikult tähendab. Et ää (naer) loomulikult sa vaatad seda, mis sulle meeldib ja siis sa vaatad seda hinda. Et no ma ei tea, ma ei oska midagi paremat vastata siin.*

**Nii, aga mis kaalutlustel sa ostad näiteks riideid ja jalanõusid?**

*(...) Meeldivus ja selgapassivus (naer). On ju niimoodi? Või, mida sa täpsemalt mõtled selle all?*

**Kui sa vaatad ja lähed poodi endale riideid ostma, et (...), et kui sa näed mingit riideeset, et mis kaalutlustel sa selle ostad?**

*Ok, kui ma vaatan praegu oma topi, mille ma siin nagu hiljuti ostsin onju, siis ma saan võibolla paremini öelda, mida ma mõtlen. Kõigepealt ma vaatan, mis mulle meeldib (...) siis ma lähen konkreetselt näppupidi juurde, katsuma seda, sest minu jaoks on hästi oluline, kuidas riided puudutuselt on, et pigem naturaalne, eksole ja mingid teatud materjalid on eelistatud, et umbes a'la mingid igapäevased asjad, et ta ei tohi liiga staatiline olla, et staatilist elektrit täis või, või midagi sellist. Et, et see puudutuse tunnetus on ilgelt oluline ja*

siis see selgapassimine ja värgid. Ja tegelikult alles siis sa ju vaatad seda hinda, sest et, et ma ei osta ju odavat asja sellepärast, et see on odav. See konkreetselt, ma ei ole nii, mu ema alati ütleb, et ma pole nii rikas, et osta odavaid asju. Sest et (...) kuidagi kulub kiiremini, kui ma sellegi nii rahul ei ole, siis ei ole vahet, kas ma maksin selle eest nagu 100 krooni või 500 krooni.

**Kolmas aspekt oleks see, et kui sa lähed ostma näiteks tehnikat või elektroonikat, et mida sa selle juures hindad või mida sa vaatad, kui hakkad midagi ostma?**

Ok, nüüd ma pean tunnistama, et ma olen väga naiselik tehnika poole pealt. (...) Et esiteks ma lasen tehnika puhul siukest uurimist ja värki teha oma isal või oma vennal, pigem oma vennal, kes ütleb mulle kõike, et millised tehnilised näitajad on head ja millised mitte. Ja kui mina lähen nüüd nende, tema antud teadmistega, poodi, siis, siis ausalt öeldes ma pöoran rohkem tähelepanu a) disainile b) hinnale. Et, ää see peab minu elustiiliga sobima, see peab minu enesekontseptsiooniga kuidagimoodi sobima, see kõlab nii jaburalt, aga, aga see on nii, et ma kujutan mingisuguseid masinaid ja vidinaid endaga paremini ette kui teisi. Et see on nagu see, et osad inimesed kasutavad Mac'i näiteks. Ma sada aastat ei eelistanud Mac'i, aga nüüd ma tunnen, et oh, Mac sobiks ka minu elustiiliga (naer) õudsalt hästi. Et siuke, siuke jutt.

**Nii, nüüd ma annan sulle ühe nimekirja erinevatest aspektidest. Siin, vaata ja nummerda tähtsuse järjekorras need ära. Erinevate kaubagruppide puhul on ka siin.**

	Toidukaup	Riided ja jalanõud	Tehnika
Loodussõbralikkus	5	7	10
Kvaliteet	4	3	2
Bränd	7	8	3
Uus toode	6	10	9
Tuntus	8	9	8
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			1
Aus kaubandus	10	11	11
Värskus (toidukaupade puhul)	2		
Hind	3	5	6
Maitse või meeldivus	1	1	4

Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		4	5
Teeninduse kvaliteet	9	6	10
Mood ja trend		2	7

**Niimoodi, nüüd ma annan sulle ühe nimekirja erinevatest kaubagrupidest (...) vaata seda kaubagruppide nimekirja kõigepealt (...)** (Intervjueeritav vaatab nimekirja)

**Esimene küsimus oleks selline, et milliste toodete ostmise puhul oled sa mõelnud sellistele aspektidele nagu näiteks aus kaubandus, tööjõu väärkohtlemine, lapstööjõud?**

*Mhm (...) noo (...) ma arvan, et kõige rohkem seostub see tööjõu väärkohtlemine või väärkasutamine sporditarvetega kõige rohkem. Et ma ise olen mingid dokkarit näinud selle kohta, kuidas nad higistavad kuskil, väiksed hiinlased higistavad kuskil Nike'i tehases. See ei pruukinud Nike olla, aga see on noh, võtame Nike'i kui sümbolit. Mmm, higistavad seal ja neil on nii pikad tööpäevad ja kuidas nad seal sünteetikat kokku liimivad ja selles mõttes. Et siis on sporditarbed ja eelkõige nagu spordijalanõudega võibolla, et, et jah. Kosmeetika puhul, ka seostub loomkatsetused. Aga mänguasjade puhul ma arvan, et on samamoodi siuke asi, et need Hiina odavad (...) Barbiesid nagu Taiwanis toodetakse, minu meelest ma olen midagi siukest näinud, kuidas nad kleebivad neid juukseid sinna sisse ja (...) ja siis vaata Barbie kukla peal on „Made in Taiwan“ alati. Aga ma ei saa öelda, et ma toiduainetega väga tunneksin nii, võibolla riietega nagu rohkem ka. Aga, aga äääm, sporditarbed ja mänguasjad oleks eriti nagu teema minu jaoks.*

**Aga mis põhjusel näiteks sporditarbed ja need mänguasjad...**

*Ma ütlen, et see ongi see, et kas ma olen lugenud selle kohta midagi või kuidagi olen mingit dokkarit näinud. Ma ei saa peast öelda, aga mul jäävad niuksed pildid silme ette, ma ei mäleta, ma ei saa täpselt kokku panna, millega seotud need on.*

**Kas on muidu mõni kaubagrupp, mille puhul sa näiteks veel oled mõelnud sellise asja peale?**

*Mhhh (...) Ma ütlen, et seda elektroonika ja tehnika teemat, et YouTube'is on üks video, kus mingi (naer) jaapanlased räägivad, et „Oi, et valge mees ei saaks elu sees elektroonikat teha, ta on liiga pikk, ta peab liiga kaugelt, ta ei saa nii täpselt teha. Aga jaapanlane on väike ja saab teha küll.“ Ma ei tea tehnika on midagi sellist, midagi minu jaoks elitaarset, mida ei tee need (...) mida ei saa teha mingi suvaline orjatööjõud. Ma ei tea, võibolla võib mul väga vale*

arusaam olla. Aga mulle tundub, et see ei saa nii olla, nii et ma jään nende kahe variandi juurde.

**Et siis jalanõud või see sporditarvete alla arvan ka jalanõud, nii et, et ja mänguasjad.**

**Siis ma näitakski sulle kohe neid samuseid Nike'i botaseid. Ja küsiks kõigepealt, et millised assotsatsioonid sul nendega kõigepealt tekivad?**

*Oooo, väga sile, valge, oi siin on must natuke. (...) No ma ei tea, mida sa täpsemalt teada tahad?*

**Ma tahaksingi teada, et kui sa lähesid poodi, et kui sa näed neid, mis assotsatsioonid sul tekivad?**

*Kobe Bryant, ta kasutas ka Nike Air'i, sa ikka tead seda onju? Et, et ma ei tea, mulle meeldib Nike'i firmamärk, mulle meeldib see disain, minu meelest see on natuke napakas. Ma ei tea, see seostub mulle nagu heaoluga, see seostub mulle kallite spordiklubidega, see seostub mulle „fabulous“ treeningriietusega, see on nagu stilistiline küsimus veel ka, et milliseid. Vat tänapäeval ei ole enam nii, et sa lähed lihtsalt tosse ostma, vaid sa saad mingi elustiili sellega kaasa.*

**Millised assotsatsioonid mõjutavad sind ostuotsuse puhul?**

*Noo, ma ütlen, et, et kui ma lähen spordipoodi ja praegu seal on spordimood, kusjuures ongi pigem niimoodi, et nad võtavad moest „haute couture'ist“ hästi palju selliseid mõjutusi. Siis sa lähed ju tegelikult oma stiili valima sinna. Ma ei tea, ma ei hakka mõtlema seal nendest pisikestest jaapanlastest ja hiinlastest, vaid ma vaatan, et milline minu stilistikaga kõige paremini kokku läheb, et mida ma nagu iseendast arvan ja mida ma tahan, et teised minust arvaksid ja see tegelikult on niimoodi. (...) Et jah.*

**Rääkides sellest samast teemast, eetilise tarbimine, aus kaubandus jne, et millised assotsatsioonid sul siis Nike'iga seonduvad?**

*(...) Et kui ma ikkagi mõtlen nende jaapanlaste peale?*

**Nüüd, kus sa hakkaksid sellele mõtlema, et kui sa näed Nike'i märki või botast, mis siis seostub?**

*Tead, ma arvan, et kuigi ma olen teadlik sellest, et see võib nii olla, aga mul ei ole ju kindlaid, nagu kindlat informatsiooni, et nad ramedalt kasutavad seda ära või, et äkki on aeg vahepeal edasi läinud. Ääm (...) ma nagu, vaata sa ei saa kogu maailma asju paremaks teha, et mida ma siis tegema pean, kui ma (...) kui ma kahtlustan ikkagi, et võibolla mingid hiinlased peavad seal rohkem higistama, kui nad peaksid. Mida ma nagu selle teadmise peale*

*hakkan, et kas mul siis jäävad tossud ostmata vää? Või et (...) maailm ei ole nii lihtne, et ma sellepärast saaksin lubada endale asjade mittetarbimist. Et ma, ma olen samamoodi nagu Eesti mõistes, ei ole üldse jõukas. Mul on teatud piirangud, ma pean ka palju tööd tegema, et no sorry life's a bitch, ma, ma ei tea, ma pean nagu. Minu meelest selleks, et sa saaksid ausale kaubandusele meeletut tähelepanu pöörata, peaksid sa meeletult rikas olema. (...) Aga ma ei saa öelda, et ma seal poes oleks kõige selle peale mõelnud.*

### **On olemas mõni riik, mille tooteid sa jätaksid pigem ostmata?**

*Et kas on olemas?*

#### **Jah, kas on olemas?**

*(...) No (...) see, see on väga lai küsimus, see oleneb nii paljudes asjadest. Eem. (...) Ma ütlesin selle kohta, et vaat mingi hetk on alati pigem pop osta mingisuguse riigi kaupa. Näiteks Jaapani animed või, mingi hetk oli väga pop osta. Või siis osta näiteks Türgi maiustusi, ma ei tea küll, miks see peaks pop olema. Türgi asju ma üldiselt väldiksin. (naer) Ma ei tea, miks. Tead, kuidagi maiustused on eriti haiged ja, ja ma ei tea, kuidagi siuke kahtlane. Ja, ja Gruusia vastupidi oli jälle pop. Ma arvan, et siinamaani kõik Kindzhmaraulid ja värgid on nagu, ma ei tea poodidest läinud jne. Aga ma ei tea, ma ei, ma ei saa öelda, ma nagu tahaks öelda, et oo ma ei osta ühtegi asja, mis tuleb Venemaalt, sellepärast, et. Aga see ei ole tegelikult niimoodi (...) ma ei kujuta ette, mida ma peaks vältima. Ma mõtlen mingisugused (...) Türkmenistani asi võibolla, aga siis ma pean jälle endale vastu rääkima, kui väga kihvt sall või ehe on, võib ka olla sealt pärit, siis ma ikkagi ostan seda. See, ma arvan, et see päritoluriik tegelikult minu jaoks isiklikult ei ole nii mõjutav, et kui jah, ei ole nii mõjutav.*

### **Aga sa ütlesid seda, et nagu mingil hetkel on, aga mis selle hetke põhjuseks? Miks on mingil hetkel näiteks Gruusi tooteid nagu pop osta?**

*Noo, Gruusia puhul on poliitiline küsimus onju. Aga Jaapani puhul, võtame tamagotchid kasvõi, ääm, see on mhh, seal ei saa mingit poliitilist põhjust olla, vaid see oli lihtsalt kuidagi (...) kuule ma ei oska öelda, miks see niimoodi on. Aga see on siukene nagu hullus, ma ei tea, millest see tuleb. Siuke moe ja ma ei tea, mis rütmid need on, äkki need on mingid kosmilised rütmid, mille järgi mingi asi saab hästi popiks.*

### **Kirjelda seda Gruusia asja natuke lähemalt?**

*Nooh, solidaarsuse märgiks kõik eestlased läksid ostsid Gruusia veine või, või, või Borjomi. Borjom on ka Gruusi teema onju? No, whatever nagu, minu meelest on. Igaljuhul, et poed*

olid tühjad nendest, aga (...) aga mina ei ostnud kordagi. Mina avaldasin oma solidaarsust ainult, noh teistel viisidel ütleme nii, et ää (...) iseenesest ma, minu meelest see on väga liigutav, et siuke asi toimus kaubanduslikult, et kõik ostsid veine ja mõtlesid selle peale, kui halb on Venemaa ja kui toredad on väikeriigid. Minu meelest see oli hullult siuke südamlik žest. Tegelikult ei ole, minu meelest ei ole põhjust, miks teiste riikide kaupa vältida. Maailmas võiks olla ühtlaselt toimiv kaubandusvool ja tegelikult kui, see vältimine on üks põhjusi, miks üldse sellised halvad töötingimused ja tootmine tekib, sest nad on lihtsalt sunnitud mingisse olukorda, kus nad ei saa piisavalt palju, ma ei tea (...) import-eksport, tootmine bla bla bla. Et tegelikult ju ei ole põhjust. Jätame nagu kaubanduse ja poliitika (...) tegelt see ei ole kunagi olnud eraldatud. Mina isiklikult ei näe põhjust.

(mõttepaus)

### **Aga kuidas oleks looda Venemaa või Hiinaga?**

Aga selles mõttes, et Venemaaga tuleb selline poliitiline aspekt ikkagi välja. Et see ongi hull dilemma, et kas ma peaksin kuidagi blokkima seda riiki või mitte? Ja, ja tavainimesele see blokkimine ongi kaubanduse ja mingite suhete kaudu. Võibolla reisimise kaudu, pigem see tarbimine, eksole, et mingeid Vene asju jne. Aga siis ongi see, täpselt, et kui sul on see toode välditav, siis sa väldid seda, kui ei ole, siis sa ei saa seda teha. Ma ei tea, miks ma peaksin Hiina asju vältima. Et, et minu meelest on need ajad möödas, kus sa „Aa, ma ostsin mingi Hiinas tehtud jura umbes, et Made in China, et VIGA on peale kirjutatud“ oli ilgelt hea nali iseenesest. „Miks see sul katki läks?“ „Hahaha, VIGA on peale kirjutatud, Made in China onju.“ Et see aeg on minu meelest väga kaugel möödas, sellist nalja enam ei ole. Et ma ei näe põhjust, miks mina või keegi teine peaks Hiina asju enam vältima. Venemaa puhul on see eetilise küsimuse ja ma ei tea, kas ma üldse teadlikult mingit Vene asja tarbingi üldse. Et ma ei oskagi öelda, et kas see on minu jaoks välditav või mitte.

### **Liikudes edasi, siis kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud? (paus)**

#### **Kuidas need olid 3 või 5 aastat tagasi ja kuidas nüüd?**

Vaata, toidupoes ma ei pidanud ise tegelikult käima mingi 5 aastat tagasi. Ülikooli tulek oligi kolm aastat tagasi, on nii palju muutunud, et ma pean actually ise minema poodi ja toiduaineid valima. Minu meelest maailma kõige jubedam asi üldse. Kohati. Mitte kõige jubedam, aga suht jube, ma nagu, ma ei taha mõelda, mulle meeldiks nii poes käia, et, et ma ei peaks absoluutselt hinda vaatama või kalkuleerima, vaid ma võtan meelepärased asjad või et mul on mingi nimekiri või ma ei tea, mida iganes. (...) Et selles on muutunud, et ma pean

ise toidupoes käima, ma olen tutvunud lähemalt mingite toiduainetega, et ma tean, mida, kuidas osta, mis hinnad on jne. Aga mingites riidepoodides käimine on minul vähenenud, sellepärast, et ma peaks ise ka maksma nüüd selle eest. Emmm, samas ma olen alati ise riideostud teinud. (...) Tehnikat ma, ma tudengina ise ei osta, see mulle tavaliselt kingitakse või vanemad ostavad. (...) Mis poode veel on? (...)

**Sa võid neid samu kaubagruppe kasvõi vaadata.**

Nojah, kosmeetika ja niuksed asjad, no neid ma 50:50, ostan ise, ema ostab. Et selles mõttes kui ma üldisemalt võrdleksin neid aegu, siis äää minu ellu on tulnud toidukaubad (naer) mida ma ise pean ostma. Kõik muu on nagu enamvähem sama. See on mingi üksi elamise võlu ja valu onju?

**Küsiks natuke sinu eriala kohta, kuidas on sinu erialased teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

(...) Oota, aga kas nad üldse on mõjutanud?

**Kui ei ole, siis võid ka niimoodi vastata.**

No ok, eriala on mul informatsiooniga tegelemine. (...) Ja selle kokku korjamine ja mingis mõttes ka uute teadmiste ennetamine või noh nagu jõuda teistest ette, et saada midagi ise teada kõike ennem. See on nagu väga oluline, see eksklusiivsus. (...) Nii ja kui ma mõtlen, kuidas see mu tarbimist mõjutab (...) ideaalis ma peaksin, ma meeletult informatsiooniga kursis olema, järelikult ma peaks maailmas ringi käima, ma ei tea, lahtisemate silmadega kui teised. Aga reaalsus on selline, et, et selliste infokogustega nagu kõik tänapäeval tegelevad, ei ole ka ajakirjanikud kusjuures absoluutselt asjadega kursis. Nii et, et sa pead ikka väga palju selliseid lolle küsimusi esitama, ennem kui sa mingit informatsiooni saad. Nii, et ma ei saa öelda, et minu erialast sõltuvalt ma oleksin kuidagimoodi teadlikum tarbija. Et ma ei ole mingi ekstramõistusega, et mul kõik uudisnupud meelde jääksid.

**Aga kas ka antud käsitluse all olev teema on ka kuidagi mõjutatud sinu erialastest teadmistest?**

Ei, siin tegelikult ei ole, see, see on nagu, ma olen ju. Vaata nendest pisikestest hiinlastest ma nägin ju mingi kooliajal. (...) See, ma ei saa öelda, et ma ülikoolis või tööl olemise ajal või üldse ajakirjaniku pisikse töö ajal oleks üldse kokku puutunud mingi ausa hea kaubanduse teemaga. Välja arvatud mingi Eesti, puhas Eesti tooted või need (...) tead, mida ma mõtlen. Et tegelikult ma ei ole tegeleenud sellega ja see on kui võtta, kui ma väga pragmaatiliselt ütlen siis see on enamasti välisuudiste teema.

### **Küsiks, millised assotsatsioonid sul üldse tekivad seoses mõistega eetiline tarbimine?**

*(...) Kuule see on täielik pundar nagu, mis mõttes eetiline tarbimine? Ok, ma üritan seletada. Täpselt, kui sa ütled mulle eetiline tarbimine, siis mul tekib väga palju küsimusi. Mis mõttes eetiline, kas see on eetiline, et ma täna õhtul joon pudeli veini. (naer) Kas see on eetiline tarbimine? Kas suitsetamine on eetiline tarbimine? Need on nagu inimese enda seisukohast võetud eetilised küsimused. Aga kui sa mõtled eetiline kaubandus, kui ma olen mingisugune majandusnimene ja lähen poodi ja vaatan, kus ma näen eetilist kaubandust, kaubandust, kaubandust. Ja siis ta hakkab rääkima nendest riikide suhtest ja siis kas kellelgi on (...) Ma ei tea, seal lihtsalt tekib nii palju haigeid seoseid. Ütleme nii, et tegelikult ma kunagi nagu ei, ma ei saa sellest kontseptsioonist väga täpselt aru. Ma ei vaevu sellest aru saama ilmselt. (naer) Ja ütleme nii, et ma ei mõista, miks ma peaks sellest praegu aru saama? (...) Minu jaoks see eetiline, see on väga keeruline. (naer)*

### **Mis on põhjuseks, et sa ei peaks sellest aru saama?**

*Ma ei saa aru, miks ma peaks nagu ennast vaevama, vaevama sellest aru saama, sest praegu minu meelest see on natuke triviaalne probleem üldsegi. Sellepärast, et, see on väga karmilt öeldud, aga praegu kui me siin toas istume ja sa küsid siukseid küsimusi ja mul on täpselt niimoodi, et millest me tegelikult räägime, mida sa nagu silmas pead? Siis pigem ma räägiks, ma ei tea kliimasoojenemisest või midagi sellist. Midagi (...) võibolla on probleem selles, et, et ma lihtsalt ei ole liiga teadlik, et mida ma peaks silmas pidama oma tarbimise puhul.*

### **Aga kui sul oleks võimalik anda definitsioon eetilisele tarbimisele, siis kuidas see välja näeks?**

*(...) Aaa, nüüd ma saangi anda või? (...) Eetiline tarbimine (...) on see kui inimene ostab mingi toote või teenuse, ma arvan, et teenus võiks ka sinna alla käia. Ptt, toote siis pigem, mille puhul on teada, et see toode valmis ääm, ääm reeglistatud tingimustes või kuidagi (...) ee valmis tingimustes, kus tööjõu heaolu oli tagatud, nende õigused olid tagatud. Kus oli kasutatud materjale, mis on eee, mis on ääm, mis ei ole loodust saastavad või mille tootmise jooksul ei tekitatud loodust saastavaid asju, elemente. Ja mis on, mille eest on makstud kõikvõimalikud maksuteenused. Ühesõnaga, selline meeletu suur tingimuste jada, mis peaks olema täidetud õiguslikult. Jah, õiguslikult, punkt.*

### **Küsid nüüd veelkord, kuidas sina suhtud eetilisse tarbimisse?**

*Eem (...) see on väga tore ja see oleks kindlasti väga õiglane, kui me teaksime ettevõtete täpselt, milliseid õiguslike norme ja milliseid, ma ei tea asju, reegleid, kõike järginud on ja*



mida mitte. See võibolla tõesti teeks ausama tarbimise jne. Aga, aga kuidas seda kõike jälgida, tekib küsimus. Alati teab ju nihverdada, tavainimene ka tulumaksust ma ei tea hiilib kõrvale, mida iganes või FIE näiteks. See tundub selline suur koll, mida ei ole võimalik hoomata.

**Sa mainisid eelnevalt ära, et oled saanud infot televisioonist ja dokkaritest, kas need on nagu ainsad kohad või oled kusagilt veel info selle kohta saanud?**

Ma ei ole eraldi googeldanud seda teemat. (...) Aga okei, mulle tundub, et see müstiline dokkar või mis iganes on siin suuresti mängus. Küllap on mingisuguseid ajaleheartikleid olnud, kindlasti olen vaadanud. Eem näiteks osad rõivaketid teevad naturaalsest puuvillast riideid eraldi, mingid sarjad, näiteks Zara teeb ja Lindex teevad. Kus on mingi 100% cotton ja mingi ausast, ausalt tehtud ja mingi maksavad seetõttu ka rohkem. Ma olen ostnud neid tooteid. Aga sellepärast, et mulle meeldisid, mitte eraldi nagu mingisugusel eetilisel põhjusel. Et, et võibolla see on ka üks hetk, kus ma olen hakanud mõtlema selle teema peale, aga ma ei ole seda süviti, seda uurinud. Ma ei ole näinud vajadust selle googeldamiseks või uurimiseks või kindlasti on mingisuguseid organisatsioone ja värke olemas. Ma ei ole seda teinud. Ma arvan, et praegu on, praeguses (...) oh jumal, praeguses majanduslanguses ei saa päris hästi lubada endale sellist luksust.

**Seega sa pead seda eluviisi pigem selliseks luksuslikuks eluviisiks?**

Tegelikult on, mõtle. Sest, et see 100% cotton sari on enamasti kaks korda kallim kui see tavaline. Ja mis see teadmine mulle rohkem annab, et tegelikult puudutuse järgi on mõlemad nagu pehmed särgid, tavaline versus 100% cotton onju. Eee, ma pean ikkagi, tore on kõik see eetika ja puha, aga ma lähtun ikkagi ju sellest, milline mulle taskukohasem on, sest et lõppude lõpuks pean mina ellu jääma eelkõige. Äää, enda seisukohad, mina pean pigem ise ellu jääma, kui muretsema mingi hiinlase pärast, see on siuke metafoor või nagu, see ei pruugi ühilduda. (...) Et selles mõttes jah.

**Seega sellele saab mõelda siis, kui sinu enda vajadused on rahuldatud või midagi taolist?**

Jah, täpselt sa pead kõigepealt enda esmased vajadused ära täitma, siis sa võid mingi hetk hakata mõtlema, et aga kuidas maailmas asjad tegelikult üldse käivad. Et kuidas teistel võiks olla? Mulle tundub, see on kindlasti isekas, aga kui sul ei ole piiramatuid ressursse või kui sul on ressurrsidega ots-otsaga kokkutulemisega raskusi, siis sa kahtlemata ei saa mõelda selliste, sellise suure heategevuse peale.

**Aga samas tegelikult sa ei ole teinud mingisugust uurimist, et kas see asi tegelikkuses ka oleks kallim või mitte?**

*Ei, muidugi ei ole teinud. Muidugi ei ole teinud, aga kui ma näen poes mingisugust sellist ää special silti, nagu see Zara, mul on see Zara pluus olemas. Siis ma nagu vaatasin juba, et oo misasja (...) et muidugi see tekitab huvi või siukest, vaata, kui sa ostad tegelt siukse asja, see on täiega iseenda paitamine. Et, oh nüüd ma korraga olin nii hooliv, sellepärast ma ostsin selle spetsiaalse T-särgi või et oi ma ostsin nüüd selle toote, kus oli kirjas, et see on kõige paremast (...) et kellelegi ei ole haiget tehtud selle tootmisel, loodus ei saanud viga. Sest, et no mina kui idealist tegelikult väga armastan seda rohelist mõtteviisi, seda rohelist mõtteviisi. Kurv reaalsus on see, et ma ei saa seda igapäevaselt nagu läbi viia. Ma ei, ma ei ole (...) ma ei ole vaevunud ka ilmselt.*

**Kuidas see 100% cotton sinu meelest eetilise tarbimisega siis seonduks?**

*Et, seal oli, et minu meelest oli kinnitatud ka, et seal on kõik töötajate õigused ja värgid tagatud. Et see on nagu igati ausates tingimustes valminud.*

**Aga oskad sa veel välja tuua näiteid siin Eesti kontekstis kasvõi, mis oleks sinu arvates eetiline tarbimine?**

*No ilmselt see on mingi see 100% sealihast või ma ei tea, kas see on eetiline tarbimine? Ja kui sul seal paki peal on mäрге, et seal tõesti on nii palju liha sees, kui see ka vastab tõele, siis selle tarbimine, selle tõttu, et see tootja on rohkem vaeva näinud, rohkem kulutanud, teinud niiõelda kvaliteetsema toote, kas see siis ei ole eetiline tarbimine. See on nii keeruline, et ma ei oska Eesti kontekstis üldse tuua midagi välja.*

**Aga kui nüüd maailmakontekstis midagi välja tuua, siis mida sa tooksid?**

*(...) Ma lähen ikkagi oma selle definitsiooni ja assotsatsioonide juurde tagasi, et kuidas ma täpselt tavainimesena seda teada saan? Kas, kas see firma nagu teeb kõike seda, mis ta on lubanud teha, kõikide nende õiguste tagamise ja looduskeskkonna mittesaastamise ja kõik need. Ta võib panna küll mingi sildi peale, aga (...) aga väga tihti neid silte ei ole. Ja siis see tähendab, et iga ostuga ma peaksin meeletut researchi tegema või, või, või ma ei ole päris kindel, kuidas see eetiline tarbimine toimub minu jaoks.*

**Kas sa muidu oled teadlik sellest, et suuremates kauplustes on tavaliselt kuskil mingi eraldi riul selliste ausa kaubanduse ja eetilise teemadega seotud tooted?**

*Ma tean, et on olemas öko toodete?*

**Ei pigem ikka ausa kaubanduse.**

*Nii, aga ma mõtlen, et ainuke koht, kus ma olen tavaliselt märganud, on öko kaubad või diabeedikute omad. Ooo, ooo, nüüd ma tean, lugesin artiklit kohvi tootmise kohta, et jah, et sellest ma olen jah lugenud. Aga vaata see ongi see, et see riul on liiga pisike ja, ja ta on kuskile varjatud kohas ja ta võiks iseenesest ideaalis olla kuskil nagu väga avalikus kohas väljas. Nii, siin on meie see hea, hea riul, kus kõik asjad on head, kallid küll, aga head. Ja, ja siis sa oled sunnitud sellest mööda minema. (...) Tead tegelikult on ausal kaubandusel vaja hullu lobitööd (...) et nagu hull suhtekorraldus peab käima. Siis jälle tekib küsimus, et kus see raha võtta, et seda teha, et niigi, et niigi on need tooted liiga kallid ja inimesed ei taha üldse osta.*

### **Kuidas sa hindad kas, tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele rohkem tähelepanu pöörama?**

*Kuule, come on, muidugi, see on sama (...) tegelikult eetiline tarbimine ja maailma päästmine on ühes paadis ju (naer). Muidugi peaks, inimesed võiksid üldse eetilised olla, muidugi peaks. See on nagu see, et (naer) ma tean, see vastamine on nii keeruline, mul läheb kogu aeg sassi ja meelest ära, mida ma rääkinud olen. (...) Kui on vähegi võimalus, et eetilisele tarbimisele tähelepanu pöörates muutub maailm paremaks paigaks, siis, ja see tõenäosus on olemas, siis kõik peaks seda tegema.*

### **Kui võtta isiklikumalt, siis mis sind motiveeriks ausa kaubanduse tooteid ostma, kõik, mis on seotud eetilise tarbimisega?**

*Vaata, ma olen iseloomult väga uudishimulik inimene. Ja mulle meeletult meeldib uusi asju proovida. (...) No, kui me räägime tarbimisest. (naer) Siis minu motivaatoriks oleks ainult raha. Selles mõttes, et piisaks ainult sellest, et ma suudan seda endale lubada, sest see oleks uus ja põnev. Vot ma ei saa päris isepaitamise tunnet, et vaata et ma käisin poes, ostsin mingi eriti eetilise asja, ma olen nii hea inimene ja vaadake ja ma saan lubada endale seda. Et vaata, minu mõttemustris on väga sügavasti sees see, et, et see on minu jaoks elitaarne praegu. Kui ma saan sellest mõttemustrist üle või siis tegelikult olukord nagu lähaks paremaks eks, siis need tooted nagu odavamaks. Ma ei tea, et kumb nagu õige on realselt, ilmselt ühte ja teist, siis ma ei näe mingit takistust või mingit põhjust, miks ma ei peaks tarbima selliseid tooteid. Aga, aga küsimus tekib nagu selles, et kui sa saad, sul näiteks mingid tooted, sa saad osta ausat kohvi, eksole, millest me just rääkisime. Aga tossud on endiselt mingite orjade tehtud eksole, kas me siis üldse saame rääkida eetilisest tarbimisest? Näiteks, et mu toiduained on täpselt nendes õigetes tingimustes valmistatud, aga riided ei ole,*

*kas ma olen siis eetiline tarbija. Mul tekiksid sellised küsimused. Et see on nagu silmakirjalik, et midagi ma saan nagu osta ja midagi ei saa. Et kõikides valdkondades, kõike ei ole võimalik afišeerida, et aus kaubandus jne, mingi koha pealt ta läheb ikka samaviisi edasi. Ma võin eksida, aga mulle tundub niimoodi.*

### **Aga kui võrd oluliseks sa seda teemat pead Eestis näiteks võrdluses keskkonnasäästliku teemaga?**

*Ei, ma ei pea seda Eestis nii oluliseks. Sellepärast, et meil on (...) sellepärast, et meil on praeguses olukorras praegu hoopis muid teemasid: inimesi koondatakse, prügi EI sorteerita jne, et ma arvan, et see ei peaks üldse teema olema Eestis praegu. Ma mõtlen nii üleriigilise kampaaniana. Vaata, see on see, et kui me tahame hullult eurooplasteks saada, siis me peaks meeletult sellele tähelepanu pöörama. Aga (...) näiteks, kui ma elaksin Brüsselis, siis ma täiega ostaks siukseid asju, sest et seal on need kättesaadavamad. Ma oleks Euroopa pealinnas põhimõtteliselt. Mul oleks ilmselt töökoht ja vähem muresid. Aga praegu Eestis niimoodi, pigem võibolla promoda oma riigi tooteid emm, nii nagu need kampaaniad praegu on. Ja siukest (...) jah. Võibolla ma räägin endale kogu aeg vastu, aga, aga põhimõtteliselt ma arvan, et praegu oleks suuremaid probleeme kui need pisikesed Hiina töölisid.*

### **Mis need probleemid oleksid?**

*No ma nimetasin seda, et majanduslangusest tingituna inimesed jäävad töökohtades ilma, töötus on täiega suurenenud onju. Ja, ja kuni selleni välja, et prügi sorteerimiseni, a što eto? Et, mis siin toimub praegu. Et sellest ei ole ülesaadud, ma arvan, et kui sa ei saa siukseid asju paika, siis üks probleem korraga. Või, või 5 probleemi korraga, mitte 10.*

### **Mida sa arvad, kuidas sellesse teemasse suhtutakse näiteks 10 või 20 aasta pärast?**

*No, kui see (...) noh, ideaalis võik see oluline olla siis. Ja selles mõttes võiks ka midagi ette võtta. (...) Aga tulevik on ettearvamatu. Võibolla kümne, kahekümne aasta pärast planeeti enam ei ole. (naer) Vot.*

### **Nii, et sina ei oska midagi prognoosida?**

*Nagu sa ennemgi juba märkisid, et roheline liikumine on tõusuteel ja (...) ja siuke, ma ei tea Al Core'i tegevus planeedi päästmisega ja kõik on ikkagi kliimamuutustest teadlikud ja miks mitte vaadata ainult loodust, vaid ka inimesi, kes rabavad tehastes. Et, miks mitte, muidugi, vähemaks ta ikka jääda ei saa. Kõik need mittetulundusühingud ja organisatsioonid, mis praegu juba tegelevad selle kohvi õigusega (naer) kogu selle kaubanduse teemaga. Ma ei näe põhjust, et miks nad peaksid ära kaduma, pigem neid tekib juurde.*

**Kelle asi see peaks üldse olema, et inimesi informeerida ausast kaubandusest ja eetilise tarbimisest?**

*Oi see on väga hea küsimus, jah näpuga näitamine. (...) Aam, kui sa niimoodi küsid, siis tegelikult peaks see iga inimese enda asi olema, et mida ta tarbib ja kuidas ta tarbib. (...) Tegelikult siin selle ausa kaubanduse puhul on ilmselt väga palju siuke poliitika teema sees onju. Järelikult ausa kaubanduse eest peaks vastutama üleilmsed organisatsioonid ja riikide liidud, näiteks Euroopa Liit. Kuid ilmselt Euroopa Liidul on ka mingisugused värgid, et nad nagu ei lase teatud tooteid, kaubitsejaid nagu Euroopa Liitu, sellepärast, et neil on kahtlusi nende töötingimuste või tootmisviiside pärast. Tegelikult, kui neid selliseid reeglistikke karmistada ja võtta teravaid seisukohti, võtta konkreetseid seisukohti, siis Euroopa Liit (...) no Brüssel ühesõnaga, Brüsselil oleks võim ka Euroopa tasandil või noh eem teha mingid kindlad reeglid selgeks, siis selliseid asju ei oleks võimalik nagu, et aus kaubandus oleks valdav. Ja riikide ühendused jne. Aga ma arvan, et see peaks olema riikide ülesed ikkagi. (...) Ja tootjate kokkulepped omavahel ka. Kui turgudel on teatud mingid teatud kokkulepped või (...) aga ei, kes nendele neid reegleid ikkagi ette seab, on ikkagi valitsused ja organisatsioonid ja liidud. Igatahes see peaks kõige kõrgemal tasandil toimuma.*

**Soovid sa äkki midagi veel lisada või täpsustada?**

*See kogu temaatika tundub nii (...) nii suur ja lai ja laialivalguv, raske on midagi originaalset seisukohta võtta või, või endale mitte vastu rääkida.*

**Kas muidu jäi midagi sinu meelest küsimata või mõni valdkond käsitlemata?**

*Ei jäänud minu meelest. Ma ei oska juba sellepärast seisukohta võtta, et see on selline teema, millele ma tõesti väga vähe mõtlen.*

### **Lisa 3.2. Intervjuu transkriptsioon – 2N**

**Küsiks, kui vana sa oled?**

*21*

**Mis erialal sa õpid?**

*Rahvamajandus.*

**Ja mitmendal kursusel?**

*Kolmandal*

**Mis kaalutlustel sa ostad endale toidukaupu?**

(...) Eem, ma vaatan hinda, ma vaatan, et kas sellel ei ole parim enne möödas. Või midagi sellist. Jaa (...) ma selles suhtes, et ma nagu mingi väga nii öelda kokkuhoidlikult ei ela, kui ma ikkagi midagi tahan või mingi isu on, siis ma ostan selle.

**Aga kui sa lähed ja ostad endale riideid või jalanõusid?**

Mmm (...) ok, seal on võibolla rohkem ongi see hind on olulisem, et kui toidukaupade puhul, eksju. Et, eee, et seal ma vaatan võibolla ka seda, kui vastupidav ta on ehk siis võibolla ka brändi niiöelda, kuigi ma ei käi mingi konkreetsetes, nüüd ainult mingi, ee brändipoodides. Ja, et noh et see ei saa nagu määravaks. Kui riie mulle meeldib, siis ma ostan selle ära, et vahet pole, mis brändi ta on. Aga, et osade asjade puhul, on lihtsalt see, et ta oleks lihtsalt vastupidavam. Et, et kuskil turu peal ostmas ei käi.

**Ja siis kolmas oleks see, et kui sa lähed endale ostma näiteks elektroonikat?**

Noo, siis on kõige olulisem on vast ongi kvaliteet just. Et, siis nimi, mis seal selle asja peal on.

**Nii, et bränd loeb?**

Jah

**Ja midagi äkki veel?**

No hind on ka, et noh sa ei saa tudengina endale lubada päris kõike.

**Vaata seda nimekirja ja nummerda need aspektid tähtsuse järjekorras iga kaubagrupi puhul.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	6	7	
Kvaliteet	3	3	2
Bränd	4	4	4
Uus toode	8	9	9
Tuntus	7	8	5
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			7
Aus kaubandus	10	10	11
Värskus (toidukaupade puhul)	2		
Hind	5	2	3
Maitse või meeldivus	1	1	8
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)			1

Teeninduse kvaliteet	9	6	6
Mood ja trend		5	10

**Vaata nüüd palun neid erinevaid kaubagruppe. (intervjueeritav vaatab)**

**Ütle, milliste puhul oled sa mõelnud sellistele aspektidele nagu aus kaubandus, tööjõu küsimused või näiteks poliitilised aspektid?**

*(...) Mmm (...) Ma arvan, et võibolla riiete puhul on kõige rohkem. Noh, et ta, olles kuulnud erinevatest, mingi (...) et vabrikutes, kuidas mingi Hiinas kasutatakse neid ära, just noort tööjõudu. Et oleks nagu võimalik odavamalt turustada, et odavat tööjõudu kasutada. Et võibolla teiste puhul ma ei ole niipalju mõelnud selle peale.*

**Nii, et sinu puhul oleks ainult riided, kus sa nii mõelnud oled?**

*Jah, jah ma arvan küll, et jah. (...) Aaa, aga ausat kaubandust, siis selles suhtes, et äääm (...) Võibolla, et selle puhul on siis toiduainete puhul on natuke ka (...) nagu ka.*

**Et, kuidas see toiduainete puhul seotud on?**

*Eem, toiduainete puhul (...) võibolla ongi see, et kuna, et niiöelda kolmanda maailma riigid on tegelt nagu suures osas ka nende toiduainete kasvatustele keskendunud. Igasugune riis ja mais ja, ja siis kohvioad näiteks (...)*

**Aga küsiks, et kust sa selle kohta seda informatsiooni saanud oled?**

*Mmm, meediast ma arvan, olen siis saanud nagu. Et ajakirjandus on kajastanud ja läbi selle nagu.*

**Aga võibolla seal on mõni muu valdkond, mille puhul sa oled ka niimoodi mõelnud?**

*(...) Poliitiliste küsimuste. (...) Äkki on energia tootmine, et kui siin käib igasugune vaidlus nagu eem, tuumareaktorite ehitamise kohta ja siis, sellega seoses, olen nagu mõelnud poliitilistele küsimustele. Et, kas nüüd nagu ehitada see kuskile riiki, see tuumaelektrijaam või mis ohud nendega kaasnevad. Et noh, kuigi on öeldud juba, et see tuumaenergia on kõige ohutum, aga siiski kaasneb (...) meil on eriti valusad mälestused.*

**Äkki sa oled ise ostnud mõnda toodet, mis on eetiline, toitu või riideeset?**

*(...) Mmm, võibolla ma olen, aga võibolla ma ei ole seda nii palju tähele pannud. Et, noh, et see nagu ei ole esmane, et millele ma mõtlen, kui ma ostan.*

**Vaata seda Nike'i botast ja ütle palun, mis sul sellega seostub?**

*(...) Korvpall (naer) ääm (...) ma arvan, et ongi põhiliselt on sport, et seda on reklaamitud nii palju just läbi kuulsate sportlaste, et on mingi Beckham ja O'Neil ja kes seal kõik on. Et, et praegu mulle, see on esmane asi.*

**Aga kui sa näed seda märki seal botase peal, mis sind mõjutaks selle ostmisel?**

*(...) Ma arvan, et see ongi see, et, et kuna ta ongi selline niiöelda bränd, et firma, mis toetab erinevaid sportlasi, mis teeb reklaami läbi sportlaste ja see ongi see, et kui sa tead, et mida sportlased nagu kasutavad, siis see nagu julgustab rohkem ostma. Kui et sa tead, et see peab olema kvaliteetne, et kui sa näedki olümpia mängudel, et inimesed, et kannavad neid riideid ja neid tosse ja võidavad nende tossudega.*

**Aga rääkides sellest samast Nike'i tossust nüüd ausa kaubanduse valguses, siis mis sul seostub?**

*(...) Mmm, ma arvan, et ei ole, sest et (...) et ilmselt Nike kasutab ka eksju seda odavat tööjõudu aga, aga kuidagi see (...) võibolla siin on jällegi see meedia mõjutused, et meedia teabki, kuhu suunas, et nagu, millistele firmadele nagu suunata, et, et nemad just kasutavad ja teatud firmasid ei maini. Sellepärast Nike'i kohta ma ei oskagi öelda, et, et kui palju siin peaks mõtlema ja kui palju mitte.*

**Siis ma saan aru, et sinu puhul ei mängi antud teema üldse mingit rolli?**

*Mkm.*

**Liikudes edasi, millise riigi kaupa sa jätaksid ostmata, kui see oleks võimalik?**

*(...) Millise riigi kaupa? (...) Ma ei ole selle peale kusjuures üldse mõelnud. Et ma (...) ma arvan, et sellist riiki ei ole.*

**Aga näiteks, kas sa mõtleksid pikemalt Venemaa kauba puhul?**

*(...) Mmm (...) selles suhtes, et ma mõtlen võibolla jah kvaliteedi peale niiöelda, et, et milline kaup tuleb. Noh ma ei mõtle selles suhtes, et mingitel poliitilistel põhjustel või mingi. Vaid just see, et selle kvaliteedi põhjal, et (...) noh. Nüüd ma käisin Bulgaarias nüüd ja kui ma seda Bulgaaria magusat värki ostsin, siis seda ma küll enam ei osta. (naer) Et, et võibolla siukseid jah nagu, pigem ostan selliseid Lääne ilmale suunatud kaupu, kus ongi võibolla, kui mitte mingi eesti keelsed sildid peal, siis seal on vähemalt inglise keeles midagi. Et Vene niiöelda, mmm, kas siis reklaamiga või sellega kaupu ma ei kipu ostma.*

**Aga sellise riigi puhul nagu Hiina?**

*Hiina? (...) Ma ei tea, mul ei ole sellega seoses midagi.*



**Kui sa aga näeksid poes teiste veinide kõrval Gruusi veini, siis kas sa kaaluksid selle ostmist põhjusel, et Venemaa ja Gruusia vahel toimus tüli?**

*Ei. Ei, selles mõttes ma ei kaaluks seda üldse. Ma ostaks selle, kui see on hea vein.*

**Sinu puhul siis sellised riikide vahelised poliitilised olukorrad ei mõjuta otsuseid?**

*Ei.*

**Kirjelda palun, kuidas on muutunud sinu tarbimisharjumused aja jooksul, millised need olid 3 või 5 aasta tagasi ja millised need nüüd on?**

*Mmm, nüüd kuna ma olen finantsiliselt rohkem vaba siis ma saan tarbida rohkem ja seda, mida ma tahan nagu. Et see valikuvõimalus nüüenda on suurem, ee, et ma mitmeid kordi tarbin rohkem. Jaa (...) mis mul erinevused on? (...) Mmm (...) ma ei oska öelda, midagi erilist välja tuua.*

**Rääkides sinu erialast, siis kuidas need teadmised, mis sa ülikoolis oled saanud, on mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

*(...) Mmm, ma ei tea, kas nüüd tarbimisharjumusi niivõrd mõjutanud on? Aga, et kindlasti sa mõtled rohkem erinevatele aspektidele. Et, et võibolla majandust õppides ongi see, et sa oskad selle rahaga rohkem ümber käia ja arvestada, et noh samamoodi, et see kui, kui et võibolla majandustudengid ongi rohkem teadlikud sellest majanduskriisist, et mida see endast kujutab ja mis selle tagamaad on. Et, et siis sa võibolla oskad enda elus ka selle peale natuke rohkem mõelda ja, ja, ja mõtled rohkem tuleviku peale, mis saab. Ja, ja seetõttu võibolla, kas hoiab praegu kokku või, või investeerid, just nagu ongi see, et omale olulisematesse asjadesse ja sa tead nagu kuhu võibolla praegu ei tasu investeerida. Või kuidas näiteks börsil mängida või ma ei tea, sellest kohast küll.*

**Aga seoses selle teemaga, oled sa omandanud teadmisi ülikoolist?**

*Erialaselt, selles suhtes, et koolis minu meelest seda ausa kaubanduse probleemi meile konkreetselt (...) mulle hetkel ei tule, et, et ma arvan, et kindlasti neid erinevaid töajõu probleeme ja orjandust kui selliseid asju on räägitud küll. Kuid ausast kaubandusest kui sellisest mõistest, et siis seda nagu väga palju, see nagu ei ole olnud läbiv teema praegu.*

**Millised assotsatsioonid sul tekivad seoses mõistega – eetiline tarbimine?**

*(...) Eetiline tarbimine, see ongi siis võibolla on siis teadlikum, teadlikum tarbija, kes, kes arvestabki siis neid, neid aspekte, et ta noh ei osta endale sellist kaupa võibolla, mis, mis ongi kas toodetud lapstööjõu poolt või kui ta teab, et see võib olla lapstööjõu poolt toodetud, või et*

kui selle jaoks on tehtud metsikult ületunde jne. Et ta nagu arvestab neid aspekte, nii poliitilisi kui eetilisi.

### **Milline oleks sinupoolne definitsioon?**

Ma arvan, et see eelmine jutt võtabki selle mõtte nagu kokku. Et tarbimine, mis võtab arvesse eem, niiöelda mitte-eetiliselt toodetud kaupade tootmist. Ehk siis, et, kus on kasutatud kas lapstööjõudu või siis või metsikuid ületunde tehtud selle jaoks.

### **Kuidas sina suhtud eetilisse tarbimisse?**

Ma arvan, et (...) iga inimene tahab hea olla ja ta tahaks eetiliselt tarbida, aga sageli see ei ole ka võimalik, sest et ongi, siin tuleb võibolla mängu juba ongi hinnaklass ja, ja see, see, et millist palka sa teenid, sellest ju olenevadki enamuse sinu tarbimiseelistused. Et, et kui sa võid endale lubada, et siis sa võid seda kuidagi osta või võid ka ostmata jätta. Aga et (...) ma arvan, et siin ongi see, et inimene eelistab, eelistab võibolla selliseid asju, mis talle, mis talle maitsevad ja naudingut pakuvad niiöelda. Et, et nad pigem tahaksid selle eetika osa kõrvale jätta.

### **Seega sina pead sellist eetilist tarbimist pigem selliseks kalliks eluviisiks?**

(...) See ei pruugi olla kindlasti, selles suhtes, et eee, et ee teatud loodussõbralikud tooted, mis on võibolla selle eetilise tarbimise üks osa. Siis need on ka odavad osad kindlasti, aga, aga nagu ma ütlen, et võibolla see on suures osas kinni inimeste mugavuses.

### **Mida sa selle mugavuse all mõtled?**

Et, eem (...) et nad pigem söövad seda, mis nendele rohkem maitseb, mitte et ma ei väida, et alati loodussõbralik toit peaks olema mittemaitsev, aga, aga, et nende harjumustes on juba kinni osta mingit teist toitu ja nad ei panegi seda tähele.

### **Oskad sa välja tuua konkreetseid näiteid, mis on sinu meelest eetiline tarbimine?**

(...) Konkreetseid näiteid. (...) Mmm (...) mhmhmm (...) no kui sa (...) ma arvan, et ma niimoodi konkreetselt ei oskaksi. Et see ongi, et ääm, see on võibolla selles mõtlemises kinni, et just et ongi see, et kas inimene (...) Mina näen seda niimoodi, et inimene kui ta ostab, kas ta mõtleb selle peale, et, et mis selle toote, tootmise tagamaad on olnud ja mis mitte. Ja, et kui ta nagu loobubki kohvi ostmisest või riisi ostmisest, mis on toodetud kuskil, tooraine on saadud kuidagi arengumaalt, et ma ei peaks teda selle mõtte põhjal nagu kohe eetiliseks. Vaid et see on, peaks olema midagi rohkemat.

### **Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele rohkem tähelepanu pöörama või mitte?**

*(...) Ma arvan, et kindlasti võiksid, sellepärast et, et siis oleks tarbijad noh, ma arvan, et asi on lihtsalt selles, et tarbijad ei olegi kõik teadlikud nende kolmanda maailma riikide probleemidest. Sellepärast nad ei oskagi üldse mõelda selle peale. Aga kindlasti võiks mõelda, sest ongi see, et kui sa seda üksi mõtled, et kui suur see reaalne kasu on, aga kui sa oled, oleks ühiskonnas rohkem teadvustatud, sellest võiks mingit kasu ka olla. Mingi tulemus, et, et kuidas seda eetiliseks muuta, et ongi noh siin vee tarbimine näiteks. Et vee tarbimine, kui mul tuleb kraanist vett ja kui ma tean, et noh, et see vesi üks hetk ei pruugi enam tulla, et siis ma nagu keeraks ta kinni ja et kasutan seda vett vähem näiteks. Et see, et kui rohkem kui kümme inimest selle peale mõtleks a'la, siis sellest oleks rohkem kasu.*

**Aga mis sind isiklikult motiveeriks sellele teemale rohkem mõtlema?**

*Ma arvan, et noh ongi siin, et kui, et kui siin tööjõust rääkida, et siis ongi konkreetselt mingi (...) Ma arvan, et rahvast tuleks nagu šokeerida või ongi mingite, samamoodi, et meedia on väga siuke suur mõjutamisvahend. Et just läbi meedia kajastub ja neid asju järjest rohkem tuua sisse. Et ongi, et näidata kaadreid suurest tsehhist, kus ongi mingi lapstööjõud ja mis nad teevad. Kuid jah, nende kaadrite saamine on väga raske, sest ükski firma ei taha lasta uksest sisse. Aga jah, ma arvan, et läbi meedia oleks võimalik mõjutada inimesi.*

**Ja see mõjutaks ka sind?**

*Mmm, ma arvan küll jah.*

**Kuivõrd oluliseks sa seda eetilise tarbimise teemat Eestis pead võrdluses nt keskkonnasäästliku teemaga?**

*Minu arust see eetilise tarbimise teema on nagu võrreldes keskkonnaga on suhteliselt mööda lastud. Et ma, et ma ei tea, et seda niipalju kajastataks. Et see keskkond on just hästi oluline, on olnud mitmeid ettevõtmisi keskkonna, keskkonnaga tegelemiseks, just suurettevõtmisi, et haarata inimesi, nagu näiteks ongi see Teeme Ära.*

**Mis sa arvad, et mis on selle põhjuseks, et see teema nii madala profiiliga on?**

*Mmm, võibolla see ongi see, et (...) et eem see Eesti on nii väike riik ja see kaubanduse osatähtsus või see, see ei ole nagu nii suur või kuidagi. Et ütleme ongi see ekspordi ja impordi vahe, see et neid maid võrreldakse. Mis sealt nüüd täpselt toodi ja mis hinnaga jne. Et võrreldes mõndade suurriikidega see on kindlasti väiksem probleem, kui suurriigid, noh ongi, et ekspordivad või impordivad midagi kuskilt rohkem sisse.*

**Mida sa arvad, et kuidas sellesse teemasse suhtutakse näiteks 10 või 20 aasta pärast?**

(...) Mmm, ma arvan, et see teema üldiselt leiab ma arvan rohkem kajastamist. Et eriti nüüd, kus meil on majanduskriis ja (...) ja ilmselt firmad nagu või noh ettevõtted siis ettevõtluse tasandil üritatakse veel rohkem nagu leida neid, kärpida kulusid. Ja mille arvelt siis kulusid kärbitakse, ongi samamoodi, kas koondatakse töajõudu või leitakse odavam töajõud. Ja et see, et ilmselt need probleemid tulevad veel valusamalt hakkavad esile tulema.

**Kelle asi see peaks üldse olema, et inimesi sellel teemal informeerida?**

(...) Mmm, ma arvan, et see võiks olla siis (...) siis niiöelda riigi, riigi tasandil, et teha spetsiaalseid programme, et selle jaoks, et inimesi teadvustada. Et võibolla juba koolis ka tuua seda teemat rohkem sisse ainetesse, erinevatesse õppeainetesse. Ja samuti ongi, et, et riik mingil määral noh ikkagi suudab oma otsustega ja asjadega meedia tähelepanu pöörata, et suudab ka meediat niiöelda mingil määral kasvõi kajastama neid asju rohkem.

**Sooviksid sa midagi täpsustada või lisada?**

Vist mitte.

**Jäi mõni sinu arvates oluline teema katmata intervjuus?**

Ei, minu meelest mitte.

**Lisa 3.3. Intervjuu transkriptsioon – 3N**

**Kui vana sa oled?**

22

**Mis erialal sa õpid?**

Sotsioloogia, kõrvaleriala on sotsiaaltöö ja sotsiaalpoliitika.

**Mitmendal kursusel sa õpid?**

Kolmandal

**Käies poes, siis millistele toote omadustele sa mõtled, kui ostad endale toitu?**

No suht oluline on ikkagi hind (...) siis ää värskus. Selles mõttes, et, et üldjuhul ma heidan nendele parim enne kuupäevadele pilgu peale. Aga (...) see, kas on mingi Eestimaine või välismaine, selle puhul vist mingeid kindlaid eelistusi ei ole. Et, et üldjuhul ma üritan eelistada Eestimaist, aga samas osade toodete puhul see ei ole nagu niimoodi ja (...) ja on välja kujunenud mingid kindlad tooted, mille puhul ma tean, et nendele võib nagu kindel olla. Need on minu maitse järgi.

**Mis tooted need on?**

Ääm, no näiteks mingid kindlad ketšupi brändid, et näiteks „Terav Felixi tomatiketšup“, et üldjuhul vaatan neid või kui ma õli ostan, siis ma üldiselt eelistan näiteks Oilio õli. Aga samas, kui seal on mingisugused sooduspakkumised, siis alati tekib mõte, et äkki võiks ka need järgi proovida.

**Aga mis põhjusel sa Eestimaist kaupa välismaisele eelistad?**

No toidu puhul (...) kusjuures ma ei teagi, mis, mis põhjustel. Võibolla see on selline põhimõte kergelt ikkagi, et, et see mõte, et noh proovime Eestimaist. Kui on mingid kurgid, tomatid, siis tead, et võibolla neid mürke ja asju ei ole nii palju seal, peal, et tervislikum näiteks siis.

**Millistele omadustele sa siis mõtled, kui sa riideid või jalanõusid ostad?**

No selle puhul on ikkagi ka, üksasi on kindlasti hind, siis on mugavus, ää vajalikkus, kuidas ta seljas või jalas istub jaa, jaa, ja kvaliteet ka ikkagi, kuigi see on nagu rohkem selline teisejärgulisem. Selles mõttes, et seda on raske nagu hinnata niimoodi pilgu järgi. Et firmamärke väga ei vaata.

**Kolmandaks oleks sama küsimus elektroonika kohta, milliseid omadusi sa siis vaatad?**

Ääm, sellisel puhul vist on mingi eelnev selline uurimustöö tehtud, et mis on nüüd nagu, mida mul täpselt vaja läheb. Et, et näiteks mingite telefonide või muude asjade puhul ikkagi võibolla kõige moodsaimaid variante ei osta, sest tunned, et igasuguseid vidinaid ei ole sinna juurde vaja, et kui minu vajaduseks on ainult sõnumite saatmine või helistamine, siis mul ei pea olema mingi tipptasemel muusika kuulamisega telefon või asi. (...) Et, et ikkagi oma vajadustest lähtuvalt ja need olenevad hästi palju olukorrast jällegi. Ma ei oska niimoodi kindlalt tuua.

**Palun vaata seda nimekirja ja nummerda need sinu jaoks tähtsuse järjekorras.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	5	8	10
Kvaliteet	3	3	3
Bränd	4	6	4
Uus toode	11	11	12
Tuntus	6	7	5
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			2
Õiglane kaubandus	8	10	9

Värskus (toidukaupade puhul)	2		
Hind	1	1	1
Tootja eetiline reputatsioon	9	4	8
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		2	6
Teeninduse kvaliteet	7	5	7
Mood ja trend	5	8	10

**Vaata neid erinevaid tootegruppe ja ütle, kuivõrd oled nende puhul mõelnud sellistele aspektidele, nagu aus kaubandus, tööjõu küsimused või siis poliitilised küsimused?**

*Ääm (...) toiduainete puhul (...) väga palju mitte. Võibolla (...) nojah loodussõbralikkus kui selline, kui see on teemaks tulnud, aga, aga jah, muidu mitte. Kosmeetika puhul võibolla natuke rohkem, et kuna seda võibolla kajastub aeg-ajalt.*

**Oskad sa mõnda näidet tuua?**

*Ääm, no loomade peal katsetamine on siin põhiasi, mis esimesena meelde tuleb nagu. Et kas katsetatakse või mitte? Jaa lõpp kokkuvõtteks ikkagi ka see, et kui kosmeetika ikka on endale kahjulik, siis see ei ole ka väga hea. Aga mmm (...) jalanõude ja riiete puhul vist ka just eriti tihti ei, ei mõtle selle peale, et, et mis seal kaubanduse poole peal või poliitilise poole peal taga on. Pigem on see just teenindus, mis paneb nagu mõtlema, aga (...) Siis mmm (pikem paus) ma arvan, et üldjuhul tegelikult on kõikide nende kategooriate puhul on, on ikkagi see, et väga ei mõtle, vähemalt hetkel mul ei tule ühtegi sellist situatsiooni meelde, kus ma tean, et ma oleksin nagu mõelnud. Et võibolla need on mingisugused hetked, kus ma olen seda teinud, teadmatult, alateadlikult, mis iganes.*

**Aga võibolla on veel mõni muu valdkond, mille puhul sa oled nii mõelnud?**

*Noo, ma arvan, et kui, kui nagu poliitilised aspektid ja tööjõu kohta käivad, siis sellele mõtledki nagu siis (...) siis kui mõtled üleüldiselt, kuidas inimesi tööl koheldakse või nii aga, aga niimoodi, et valdkonniti, et ma kohe läheksin. Seda väga ei ole.*

**Aga kirjelda natuke lähedamalt seda üldist mõtlemist?**

*Noo, selles mõttes, et tundub, et, et, et tööandjad vähemalt praeguses majandusseisus, siis tihtipeale ei, ei kohtle oma töötajaid just kõige paremini. Et käitutakse nagu omakasupüüdlilikult. Ei mõelda nagu inimeste huvidele.*

**Oled sa ise ostnud mõne toote, mida seostaksid eetilise tarbimisega?**

*Äää, kusjuures ma hakkasingi mõtlema, et, et mida see endast üleüldiselt kujutab. Et, et taaskord ma ei suuda küll midagi seostada, et, et oleks.*

**Millised omadused või väärtused sul seostuvad selle Nike'i botasega?**

*Ohh (...) no tegelikult (...) mul nagu niimoodi brändiga ei seostugi midagi. Võibolla esimesed asjad, mis pähe tulevad ongi mingid kvaliteet, mugavus kuigi samas ma nagu väga ei arva, et need ilmingimata selle brändiga kaasa tulevad, vaid need on esimesed asjad, mis pähe torkavad. Et, et need on nagu sellised, aga (pikem paus) aga, aga.*

**Rääkides nüüd lapstööjõust või tööjõu väärkohtlemisest, kas see seondub kuidagi Nike'ga?**

*Ääm (...) koheselt mingit seost ei tule. Et, et (...) et võimalik, et, ma ei tea, kas ma olen sellest midagi kuulnud. Et kui sa niimoodi ütled, siis paneb mõtlema, aga samas see võib olla ka sellest, et (...) Pigem siis võibolla ei tule ikkagi, niisugust seost nagu.*

**Aga oled sa üldiselt selle lapstööjõu teemaga kursis, oled sellest kuulnud midagi?**

*Ma olen sellest nagu, üldiselt temaatikast olen kuulnud, aga lähemalt väga palju ei tea, ma ei ole nagu mingisuguseid kindlaid juhtumeid või, või nagu lähemalt. See on selline kaudne, et kusagil-midagi kuulmine. Aga jah, midagi kindlat ei ole.*

**Aga seda, mida sa kuulnud oled, mida sa sellest arvad?**

*Ehh, noh jah, selles mõttes on natuke keeruline vastata, kuna ma ei ole midagi konkreetset kuulnud, aga, aga lapstööjõu kasutamine kui selline, ma arvan ei ole väga positiivne nähtus. Et mina suhtun sellesse pigem negatiivselt. Et kõik sellega seonduv on siis pigem negatiivne.*

**Millise riigi kaupa sa võimaluse korral jätaksid ostmata?**

*Ma arvan, et kui oleks piisav põhjus, et siis ja selles mõttes, et teised valikud täitsa olemas, siis miks mitte. Et ma arvan, et see oleks täiesti mõeldav ja isegi mõistlik, mõningates tingimustes. (pikem paus) Aga vot taaskord ma ei oska väga konkreetset mingit vastust tuua, kuna, kuna see peaks olema mingi konkreetne eesmärk, mille nimel, et, et mitte lihtsalt, et nüüd ma kuulen kusagil, et, et vot nüüd, siin Hiina on mingisugune hull maa ja paha maa ja seal toimub midagi halba ja mingi ubluu ja nüüd hakkab vältima. Aga see peaks olema midagi konkreetne, mis paneks kogu riigi asju boikoteerima.*

**Mis see konkreetne asi sinu puhul oleks?**

*Noo, ma arvan, et see võiks olla mingisugune, toote puhul just või noh riigi puhul, mingi lapstööjõu väga julm ära kasutamine näiteks või, või väga kehvad tingimused, just selles mõttes, mis on nendel töötajatel võibolla. Kindlasti võib olla ka mingeid muid põhjuseid.*

**Aga, kas sa jätaksid ostmata näiteks Venemaa kaupu?**

*(pikem paus) Ääm, jaa võimalik, taaskord olenevalt eesmärgist. Et noh praegu ma otseselt ei näe nagu selleks vajadust, aga, aga muidu põhimõtteliselt küll.*

**Mõttele korra ajas tagasi Venemaa ja Gruusia vaheliselt konfliktile. Kas sa ostaksid sellel põhjusel Gruusia veini, et neid toetada?**

*Vat selle puhul on nagu see konks asjal sees, et ma ei ole väga suur veinitarbija. Aga jah, ma arvan, et ma pigem oleksin nagu sel viisil toetanud Gruusiat. Aga jah, ei olnud nagu vajadust või võimalust.*

**Kirjelda, kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud?**

*Äääm, noo ütleme niimoodi, et kolm, viis aastat tagasi, siis tarbimisharjumused on muutunud võibolla sellega, et siis ma olin ikka mingil määral vanemate ülalpidamisel, mis tähendas seda, et, et toidu kui sellise pärast ei tulnud muretseda. Et seda siis niivõrd ei ostnud ise, võibolla selle arvelt sai osta igasugu muid asju siis, mis parasjagu soovi oli, mingeid riideid või mis iganes. Aga, et nüüd siis võibolla rohkem mõtled, mida sa ostad. Mingi osa läheb toidule, mingi osa üürile ja siis selle ülejäänud osa, selle üle siis natuke põhjalikumalt mõtled, et mida sa teed. Ja no viimasel ajal tarbimisharjumustest, et võibolla jälgida hinda, et, et lihtsalt kokkuhoiupoliitika mõttes. Aga toodete poolest, mis on muutunud, noh võibolla on lisandunud mingisugused asjad, mida noh, just toiduainete poolest, mida varem ei ostnud, aga selle asemel on mingid muud asjad ära kadunud. Et, et, et väga palju ei ole muutunud, aga mingil määral ikka.*

**Mis põhjustel sinu tarbimisharjumused muutunud on?**

*Olenevalt vabast rahast, et sellest siis sõltuvad igasugused vaba aja tegevused ja muud asjad, aga toitumisharjumused, need on lihtsalt aja jooksul veidikene muutunud, mistõttu siis ka see, mida osta, on muutunud. Sellel ei olegi mingit kindlat põhjust. See on elu jooksul võibolla selline kerge maitse muutmine, mis kaasneb koha vahetusega näiteks.*

**Millisel viisil on erialaselt omandatud teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

*Mmm (...) ma arvan, et sotsiaaltöötaja või sotsioloogi hariduse poole pealt nagu väga palju, väga palju ei ole. Et, ääm (...) ma kaldun arvama jah, et minu puhul see vist ei ole mõjutanud. Pigem on jah mingi muutus, mis on lihtsalt tulnud.*

**Saad sa välja tuua, millised omandatud teadmised seostaksid antud teemaga, mis on siis õiglane kaubandus, eetiline tarbimine?**



*Mmm (...) no (...) ma arvan, et esimene asi, mis ikkagi tuleb, kuigi ma ei ole päris kindel, kas see läheb sinna alla, on selline loodussõbralikkuse eelistamine. Jaa (...) aga muidu on nagu (...) jah, jah väga ikkagi ei ole.*

**Aga kuidas sa loodussõbralikkust oma eriala seod?**

*Aga vaata, see ongi see, et see ei ole otseselt erialaga, see on lihtsalt selline, umbes et, sa loed igapäevaselt mingit meediat näiteks. Ja sealt kuidagi lihtsalt igasuguste artiklite või päevakorralolekuga ta juba mingil määral jääb nagu ikkagi külge. Et selles suhtes jah. Et erialaselt ta otseselt ei ole ikkagi.*

**Vaata seda märki ja ütle, kas tunned selle ära?**

*Äää, kusjuures vist ei tea, ma arvan. Väga tuttav ei tule.*

**Näinud ei ole seega?**

*Väga kindel ei ole, ma ei ole tähele küll pannud. Ma ei suuda seostada küll nii, et ma oleks seda näinud. Aga võibolla see on minu tähelepanu puudumatuse viga.*

**Defineeri palun, mida tähendab sinu jaoks eetiline tarbimine?**

*Oh issand. Ääm, eetiline tarbimine, noo, minu jaoks (...) ta siis seostukski, kuidagi tarbimisega sellel moel, mis ei teeks kellelegi ega millelegi siis nagu liiga, selles mõttes, et ei oleks kuskilt otsast kahjulik, kuigi see on nii lai, lai mõiste nagu, et see haaraks enda alla kõike peaaegu. Et jah nagu (...) et, et, et selline (...) üldkokkuvõttes siis äääm, selline sõbralik tarbimine või, või mitte kahjulik. Suht keeruline seletada.*

**Mida sa kahjulikkuse all silmas pead?**

*Kahjulikkuse all nii, nii näiteks loodusele kui inimestele. Et selles mõttes, et see sama tööjõu asi.*

**Kuidas sa suhtud eetilisse tarbimisse?**

*Noo (...) antud hetkel ma nagu sooviks, et ma teaks sellest midagi rohkem ja täpsemalt, aga, aga üldiselt pigem positiivselt. Aga jah, ma ei oska nagu midagi väga rohkem öelda. (pikem paus) Kui ma saaksin teada, mis selle definitsiooni taga veel täpsemalt on, siis ma võiksin muidugi lähemalt midagi öelda, aga, aga (...) lõppkokkuvõttes on ju ikkagi hea mõelda, et sa pigem tarbid sellist kaupa, mille puhul sa tead, et, et selle käigus ei ole keegi umbes kannatanud või, või et sa ei ole oma planeedile halba teinud. Hea on ikka mõelda, et sa kuidagi aitad kaasa elu paremaks muutmiseks, kasvõi selliste piasjade läbi.*

**Kirjelda palun, kust pärinevad sinu teadmised eetilisest tarbimisest?**

No, aga ma arvan, et minu puhul põhiprobleem ongi see, et väga palju teadmisi just ei ole. Et, aga ma kaldun arvama, et enamust vast tuleb kuidagi meedia kaudu. Et see on jah põhiline.

### **Ajakirjandus?**

Jah, ajakirjandus ja televisioon, põhiliselt rohkem ajakirjandus.

### **Aga nende väheste teadmiste põhjal, oskad sa mõne näite tuua eetilise tarbimisest?**

(...) Ääm (...) noo esimene asi, mis mul taaskord pähe tuleb on võibolla siis see, et kui ei ole mingid asjad loomade peal testitud või, või, või siis ja no pigem on ikka sellised asjad, mis meenuvad, on mingi ökosõbralikkus ja sellised asjad, aga ma ei ole päris kindel, kas need sinna alla lähevad.

### **Millise elustiiliga eetiline tarbimine seostub?**

(...) Noo, elustiilidest, issake (...) võibolla ka mingi sellise, noo, taaskord tahaks öelda loodussõbralikkuse, aga see ei ole päris see, mida ma mõtlen, vaid sellise (...) noh see seostuks ikkagi inimesega, kes nagu hoolib sellest, et, et ka meie järeltulevatel põlvvedel või üleüldiselt ka mujal väljaspool enda kodu või väljaspool enda riiki on kuidagi hea, aga, aga niimoodi, kas tegemist on mingisuguse rikka või vaesega, vot seda ma väga ei piiritleks.

### **Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele rohkem tähelepanu pöörama?**

(...) Ääm, täiesti võimalik iseenesest, sest et (...) ma nüüd just mõtlen, et, et kas asi on minus võibolla, aga mina ei ole üldse tähele pannud selle kohta väga palju informatsiooni. Aga võibolla siis võiks seda ka natuke levitada rohkem kui praegu ja et siis võik kindlasti tähelepanu pöörata sellele.

### **Aga miks sa arvad, et sellele tuleks rohkem tähelepanu pöörata?**

Mmm, noo, ma arvan, et no see on enamvähem ikka seesama, et hea oleks mõelda, et hea oleks elada maailmas, kus lisaks endale on ka teistel hea ja kui see, tarbimisega on ikka võimalik sellele kaasa aidata, et, et siis osasid probleeme sel viisil lahendada.

### **Mis motiveeriks sind ausa kaubanduse kaupu rohkem tarbima?**

Noo, tegelikult, ma arvan, et iseenesest see hea idee või positiivne eesmärk on ise juba hea motivaator, aga üks mingil määral tuleb nende kaupade puhul mängu ka hind. Et, et, et kui see oleks nagu, noh ütleme, et kui on valida kahe kauba vahel, erineva märgistusega, ühel on niiöelda eetiline, eetilise kaubanduse ja teisel ei ole, et siis ja samas sellel eetiliseusega tuleb mitte mõnevõrra kõrgem hind, vaid oluliselt kõrgem hind, ütleme toote puhul, siis see paneks paratamatult mõtlema. Mitte sellepärast, et sa ei tahaks seda toetada, aga mõningad

*asjaolud, ehk siis majanduslik olukord võib seda sel juhul pärssida. Aga kui see on mingi väikene vahe, siis võibolla see eelistus kalduks eetilise poole.*

**Seega sinu meelest on eetiline tarbimine seotud kallima hinnaklassiga?**

*Ääm, ei, mitte ilmtingimata, aga see ongi nagu see, et, selles mõttes, et oletus ja minu jaoks taaskord küsimusi tekitab, et olgem ausad, mina hästi nagu ei teagi, kas ongi või ei ole. Ma usun, et kindlasti ilmtingimata ei pea olema seotud kallimaga.*

**Seega, sa ise ei ole neid hindu uurinud, kuid eeldad, et need on kallimad?**

*Mul tekib jah seos, et see võiks olla kallim. See on nagu see, et tihtipeale ökotoodetega, et kui ta on loodussõbralik või mürkaineteta, siis sa nagu eeldad või noh tegelikult ongi mõnevõrra kallim, kui ta on loodussõbralik. Seepärast sul tekib ka selline assotsatsioon.*

**Kas see eeldus, et hind on kallim on ka põhjuseks, miks sa neid tooteid ei tarbi?**

*Ei mitte nagu selles mõttes, selles mõttes, et kuna mul endal puudub kokkupuude konkreetselt, siis ma teoreetiliselt võin öelda, et ma teeksin nii või teeksin naa, et kui mul oleks see konkreetne kogemus, et siis ma võiksin vastata teistmoodi.*

**Kuivõrd oluliseks sa seda teemat Eestis pead, näiteks võrdluses keskkonnasäästliku teemaga?**

*Noo, ma arvan, et, et see võiks olla kindlasti samaväärselt oluline, et võibolla oleks siis vaja rohkem esile tõsta. Mulle tundub, et võibolla see on siis jäänud tahaplaanile, et tõesti loodussõbralikkusest ma tean nagu rohkem, kui ma tean eetilisest tootmisest, et, et see oleks ka üks asi, millele tähelepanu pöörata. Minu jaoks tundub, et ta on jah pigem tahaplaanile jäänud.*

**Aga mis sa arvad, mis on selle põhjuseks?**

*Ääm (...) vat ma ei oskagi siin väga head põhjust tuua. Et, et jah minu jaoks on lihtsalt see, et mina ei ole sellest konkreetselt väga palju kuulnud.*

**Mida sa arvad, kuidas sellesse teemasse suhtutakse 10 või 20 aasta pärast?**

*Ma kaldun arvama, et see võib olla pigem võibolla siis rohkem olulisem. Võibolla selleks ajaks on see siis mingi selline teema, mis on sama teada-tuntud kui ökosõbralikkus või loodussõbralikkus.*

**Kelle asi see peaks olema, et inimesi eetilise tarbimise teemal rohkem informeerida?**

*Noo, positiivne oleks ju iseenesest see, kui kuidagi meedia kaudu tähelepanu juhtida, et vot selline asi on olemas ja siis viia inimesed nii kaugemale, et inimene ise suudaks selle vastutuse*

*võtta või noh selles mõttes, et ise tunda huvi ja ise juhtida tähelepanu sellele, et uurida ja vaadata. Ma kardan, et meedial on seal suht suur roll.*

**Soovid sa midagi veel täpsustada?**

*Vist mitte?*

**Soovid midagi lisada, mis jäi küsimata sinu arvates?**

*Ei.*

### **Lisa 3.4. Intervjuu transkriptsioon – 4N**

**Kui vana sa oled?**

*21*

**Mis on sinu eriala?**

*Kirjandus ja kultuuriteadused.*

**Mitmendal kursusel sa õpid?**

*Kolmandal*

**Palun kirjelda, millistele toote omadustele sa mõtled, kui lähen endale ostma näiteks toitu?**

*Mmm, tervislikkus (pikem paus)*

**Peale tervislikkuse midagi veel?**

*Noo, et E aineid ei oleks, midagi muud. Et oleks küllalt orgaaniline.*

**Need ainult, on siis sinu kriteeriumid?**

*Jah*

**Aga kui sa ostad endale riideid või jalanõusid, millele sa siis mõtled?**

*(naerab) Et koledad ei oleks. (...) Valin endale need välja, mis vähegi meeldib. (...)*

**Aga kas on midagi veel, mis sind mõjutab, näiteks hind, välimus, materjal?**

*Muidugi välimus. Ainult see, mis sobib, selle ostangi ja muud ei midagi. See, mis selga sobib.*

**Sama küsimus elektroonika ostmise puhul?**

*(...) Mmm, ma ei tea. Ennem mõtlen kodus läbi. Loen, mingi neid asju, mis teised on kirjutanud. (...)*

**Palun vaata seda nimekirja ja nummerda tähtsuse järjekorras need erinevad aspektid.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	2	4	3
Kvaliteet	6	1	1
Bränd	7	7	8
Uus toode	5	9	9
Tuntus	9	8	7
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			2
Õiglase kaubandus	8	10	10
Värskus (toidukaupade puhul)	1		
Hind	4	5	6
Tootja eetiline reputatsioon	3	6	5
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		2	4
Teeninduse kvaliteet	10	11	11
Mood ja trend	11	3	12

**Nüüd vaata palun seda nimekirja ja ütle, kas oled mõne tootegrupi puhul mõelnud ausale kaubandusele, töäjõu küsimustele või poliitilistele küsimustele?**

*Noo, toiduaineid, siis kui mõni tee või kohv on või šokolaad, õiglase kaubanduse, siis ma ostan. (...) Ja siis kui, kui riietel on teada, et mingisugune (...) nad teevad kahtlases kohas, siis ma ei käi seal poes. Ma ei käi seal poes üldse.*

**Mida sa täpsemalt mõtled kahtlase koha all?**

*Eino, vaata, mingid lapsed teevad ja mingi (...) mis see nüüd oli (...) mingi oli just. Keegi tegi, tuli täiega välja. Aa, H&M, täiegi tegi. Mingid lapsed tegid kuskil asju.*

**Sinna poodi sa siis ei läheks?**

*Jah, sinna poodi ma ei lähe enam.*

**Kas see oleks kõik või tuleb midagi veel meelde?**

*(...) Mmmm. Ma ei oska praegu rohkem näiteid tuua.*

**Oled sa ise ostnud mõne, mida sa pead eetiliseks tarbimiseks?**

*No siis kui ma ostan neid õiglase kaubanduse asju.*

**Too näiteid, mida sa oled ostnud?**

*Šokolaadi, teed, kohvi mmm (pikem paus) ma mõtlen korra. Rohkem ei meenu hetkel.*

**Kust sa neid tooteid ostnud oled?**

*Mõnest väikesest mahekaubanduse poest vist, see üks asub Saaremaal seal. Ja vaata Tallinnas on igal pool ju. Nendes suurtes marketites ka.*

**Seega sa pöörad sellele oma tähelepanu?**

*Mhmm.*

**Vaata seda Nike botast, millised omadused ja väärtused sellega seonduvad?**

*Oi kui rõve, igat pidi. Miks? Need on koledad. Kõik need jooksmise jalatsid on koledad. Ma ei oska midagi muud siin mõelda.*

**Nii et sina paned rõhku välimusele?**

*Ma ei panegi rõhku. Lihtsalt mingi nõme jooksuping. Ja üleüldse ma ei ostagi Nike'i ja ma ostan väga harva selliseid spordiasju.*

**Aga kas sul selle botasega lastetöö ja sweatshopide teema ka kuidagi seostub?**

*Mmm (...) no mitte eriti. (...)*

**Aga oled sa sellest muidu teadlik?**

*(...) No ma pole otsinud, kuulda pole olnud.*

**Aga kas sa üldiselt oled kuulnud seda, et spordifirmad näiteks kasutavad lapstööjõudu?**

*Nike'st ma pole. (...)*

**Aga millest sa oled?**

*(pikem paus) Mmm (...) ma ei mäleta, mis firma see oli. Mitte eriti tuntud, see oli mingi väiksem.*

**Kui oleks võimalik, kas sa jätaksid ostmata mõne riigi tooteid?**

*(pikem paus) Mmm, ma ei tea. (...) Mis siis võimalik ikka on. Ikka, kui on „Made in China“ siis ei taha keegi saada. (...)*

**Miks sa Hiina kaupu väldid?**

*Need on halva kvaliteediga. (...) Alati kui olen midagi ostnud, siis nad lähevad puruks.*

**Aga mida sa arvad näiteks Venemaa kaubast?**

*Ei ole kursis.*

**Aga seda sa ei väldiks?**

*Eino, kui on mingi õudne vene kosmeetika, siis, siis küll jah. Siis ma ei usalda eriti. (..) Need on kahtlased pakendid jne.*

**Kas sa ostaksid poest Gruusia veini, kuna Venemaa ja Gruusia vahel toimus konflikt ja avaldaksid seeläbi oma toetust?**

*Ma ei tea, ma ei joo veini. (...) Aga, kui jooks siis (...) Mmm, ma ei tea, ju siis. Ma ei oska midagi eriti sellest arvata. (...) Ok, oletama, kui ma jooks veini, kui ma lähaks poodi (...), siis kas ma just eelistaks, seda ma ei tea, aga, aga ma ei väldiks ka. Nagu selles mõttes, et kui oleks valida, et mingisugune tuntuma maa oma, vaata.*

**Aga kas sa leiad, et niimoodi tarbimise kaudu on võimalik avaldada oma poolehoidu või vastumeelsust mõne riigi suhtes?**

*Ikka on. Aga suuremal skaalal sellel pole mingit mõtet ju. (...) Eino ma võin ju osta jah, ja toetust avaldada, aga ega sellest erilist vahet ei ole ju. Niikuinii ainult üks inimene.*

**Aga oled sa ise niimoodi käitunud?**

*Ei tule ette.*

**Kirjelda, kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud, millised need olid 3 või 5 aastat tagasi ja millised need nüüd on?**

*Mmm, siis ma ei ostnudki ise asju ju. Mmm (...) aga nüüd ma ostan suuremates kogustes. (...) Mmm toitu ja nii. Ja muud vahet pole eriti. (pikem paus) Suuremates pakendites on säästlikum ka vaata. Eino see on alati olnud, et ma kunagi ei osta plastikasjade sees asju. Lihtsalt nii palju rämpsude tuleks sellest.*

**Kuidas on sinu tarbimisharjumusi mõjutanud erialaselt omandatud teadmised?**

*Pole. Mitte midagi meelde küll ei tule.*

**Oskad sa välja tuua, millised teadmised oled omandanud seoses eetilise tarbimisega, õiglase kaubandusega, lapstööjõuga?**

*Koolis ei ole midagi.*

**Tead sa, mis märgiga on tegemist?**

*Õiglase kaubandus.*

**Kui tihti sa selle märgiga oled kokku puutunud?**

*Mmm, ikka, kui vaatan igal pool ringi, siis jääb silma.*

**Aga kas sa ka otsid seda märki?**

*Eino, kui ma supermarketites käin, siis ma ei otsi, et siis ma lähen ostan endale hästi palju asju, suuremates kogustes ja nii. Aga siis kui ma lähen näiteks spetsiaalsesse poodi, siis ma ikka otsin ja vaatan.*

**Palun defineeri, mida tähendab eetiline tarbimine?**

*(pikem paus) Mmm, ei kuluta liiga palju, ei osta jama, mida vaja pole. Ja, ja siis ongi see õiglase kaubanduse asi. Et eetiliselt oleks asjad toodetud. Et kõik osapooled, kes on tootmises osalenud, saaksid õiglaselt palka. Ja see on eetiline, ma arvan.*

**Kuidas sina suhtud eetilisse tarbimisse?**

*Pooldan. Pooldan, sellepärast, et see on normaalne käitumisviis ja teistmoodi ei saa.*

**Kirjelda, kust pärinevad sinu teadmised eetilise tarbimise kohta?**

*(...) Mmm, ma ei tea, telekast ja kirjandus. No näiteks ETV pealt tulid mingisugused eraldi saated ja siis CNN pealt olen neid ikka vaadanud. (...)*

**Ja kuidas sa sellega kirjanduse kaudu kokku oled puutunud?**

*Mmm, ajakirjanduses, nagu mingites ajakirjades ja nii. (...)*

**Aga oled sa ise lisainformatsiooni ka otsinud?**

*(...) Mmm, mitte eriti.*

**Kas sinu jaoks seondub siis eetiline tarbimine ainult selle õiglase kaubanduse märgiga või on sellel ka laiem tähendus sinu jaoks?**

*(pikem paus) Mmm, ma ei taha öelda, et brändide kohta, aga, aga mõned firmad on ikka ju rohkem teada, tootmise kohta ja nii.*

**Millise eluviisiga sa seostaksid eetilist tarbimist?**

*Mmm (pikem paus) ma arvan, et looduslähedase (pikem paus) ja säästvama. Ja noorte peredega.*

**Miks just noorte peredega?**

*Ma arvan, et noored teavad rohkem sellest.*

**Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele rohkem tähelepanu pöörama?**

*Ma arvan, et ikka peab. Ämm (pikem paus) et päris pimesi asju ikka osta ei saa.*

**Mis motiveeriks sind rohkem ausa kaubanduse tooteid ostma?**

*Miski ei motiveeri. Ma ostan juba nii palju kui ostan ja. Kui oleks võibolla rohkem veel, suurem valik, võibolla siis ma ostaksin rohkem.*

**Aga praegu sa leiad, et ostad siis vastavalt valikule?**

*Jah*

**Kuivõrd oluliseks sa eetilise tarbimise teemat Eestis üldse pead võrdluses näiteks keskkonnasäästliku teemaga?**

*Mmm, ma arvan, et keskkonnasäästlikkusega ollakse rohkem kursis.*



**Aga kui oluliseks sa eetilist tarbimist siin pead?**

*Mmm, ma arvan, et eriti pole, sest vanemad inimesed eriti ei tea sellest ja ma arvan, et neid ei huvita ka eriti.*

**Miks sa arvad, et neid ei huvita see teema?**

*Sest, et näiteks minu isa ei oleks nõus maksma rohkem asjade eest niimoodi. Näiteks õiglase kaubanduse asjade eest. Ta ei ostaks mitte kunagi niimoodi, asju kallimalt. Ma arvan, et vanemad inimesed on jah rohkem sellised.*

**Sa leiad siis, et nooremad teavad asjast rohkem ja seega ka tarbivad rohkem?**

*Jah*

**Mis on sinu arvamus, kuidas suhtutakse sellesse teemasse, õiglane ja eetiline tarbimine, näiteks 10 või 20 aasta pärast?**

*Mmm (pikem paus) ma ei tea, oleneb. Ma arvan, et ikka rohkem teatakse. Ja võibolla laieneb see asi või. Et tulevikus pole enam nii, et märkidega. Et kõik asjad on niimoodi toodetud. Ja siis, et üldiselt hinnatase on kõrgem või nii.*

**Sinu jaoks on siis õiglase kaubanduse tooted siis kallid?**

*Mhmm.*

**Kelle asi see peaks olema, et inimesi antud teemal, ma pean silmas eetilist tarbimist ja õiglast kaubandust, mõtlema panna?**

*Mmm, see on inimese enda asi, igäiks peab natuke teadma. Et võiks rahvustelevisioonis neid asju rohkem reklaamida, sellest oleks kasu.*

**Sa leiad, et ka meedia peaks siis kaasatud olema?**

*Mhmm, aga mitte nagu, ma ei usu, et ta peaks kommertskanalites olema.*

**Miks mitte kommertskanalites?**

*Mmm, sest kes selle eest maksab. Ma arvan, et riik peaks ikkagi natuke või noh ma ei tea, kas riik nüüd aga mingid mittetulundusühingud või, võiksid reklaami eest maksta.*

**Soovid sa midagi veel täpsustada?**

*Ei*

**Kas sa leiad, et midagi jäi intervjuus küsimata, mis sinu arvates oleks oluline?**

*Ei leia.*

### **Lisa 3.5. Intervjuu transkriptsioon – 5N**

#### **Kui vana sa oled?**

*21 aastat vana.*

#### **Millist eriala sa õpid?**

*Majandusteooriat*

#### **Ja kas mingi kõrvaleriala ka?**

*No põhimõtteliselt ma teen kaks bakalaureust, et, et siis majandusteadus ja õigusteadus.*

#### **Mitmes kursus?**

*Kolmas kursus.*

#### **Ostes toidukaupu, millised toote omadused mõjutavad sind otsuse tegemisel?**

*Et see oleneb nüüd kaubast. Et näiteks, kui ma ostan, kui ma ostan toidukaupa, siis ma ostan niiöelda, et see oleks tervislik. Äää, oleneb nüüd ka sellest, kui palju aega mul on eksole, et kui mul on aega valmistada midagi, siis ma ostan ikkagi selliseid komponente niiöelda, millest, okei, ma valmistan ise. Ää või siis, kui mul on vähem aega, siis ma mõtlen ikka sellele, et okei, et see oleks piisavalt nagu niiöelda tervislik, mäkis käin harva. (naerab) Ja siis, kui ma ostan niiöelda, niiöelda muid tarbekaupu, niiöelda. Siis ää, siis on emotsionaalne aspekt päris suur ja see, et niiöelda esteetiline aspekt, et, et ää, et noh niiöelda, ratsionaalne šoppaja olen ma, aa olen ma, võib-olla sellistel kallimatel asjadel niiöelda, et kui hind on kallim, siis ma nagu kaalun asja niiöelda ratsionaalsemalt. Toidukauba puhul tervislikkus on nagu tähtis.*

#### **Ostes riideid ja jalanõusid, et mida sa siis vaatad ja mis siis mõjutab?**

*Okei. Kvaliteet kindlasti. Et ää, hind ei ole nii oluline, ehkki ma ei osta nüüd Dolce ja Gabbanat eksole. Aga noh, sealsamas ma ei osta ka nüüd niiöelda odavaid asju, et ää. Et teatud asjade puhul muidugi see kvaliteet ei ole oluline, aga noh, kui nad on lühiajaliseks niiöelda kasutamiseks. Aga kui ma tahan neid kanda ka järgmine hooaeg ja nii edasi, siis ma ei osta hinna järgi, vaid ma ostan kvaliteedi järgi ja niiöelda brändinimi ütleb ka palju eksole, noh näiteks teksade puhul Hilfiger ja nii edasi, et, et noh, bränd. Brändil on oma niiöelda kvaliteedi märk küljes, et.*

#### **Ja kolmandaks, ostes elektroonikat, millele sa siis tähelepanu pöörad?**

*Amm, niiöelda oma vajadusi vaatan. Eee siis ka brändi, et noh kvaliteet oleks, on oluline ja sealsamas elektroonika puhul ma vaatan ka hinda. Et ää, ma ei osta niiöelda tippsaavutusi, et, et ää, et jah, oma vajadustest lähtuvalt ja noh, tavakasutuses.*

**Pane palun need omadused tähtsuse järjekorda.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	7	8	11
Kvaliteet	2	1	1
Bränd	4	2	3
Uus toode	9	9	8
Tuntus	3	10	7
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			4
Õiglane kaubandus	8	11	12
Värskus (toidukaupade puhul)	1		
Hind	10	6	5
Tootja eetiline reputatsioon	5	7	9
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		5	2
Teeninduse kvaliteet	6	4	6
Mood ja trend	11	3	10

**Vaata seda nimekirja. Küsimus on selline, et milliste puhul sa oled mõelnud sellistele aspektidele, nagu aus kaubandus, tööjõu küsimused või näiteks poliitilised küsimused?**

*Mhmh. See aus kaubandus on see fair trade, et siis mingi organisatsioon põhimõtteliselt vaatab, et töölised saaks õiglase tasu jah?*

**Jah**

*Okei, noh, okei. (...) Toiduained kohe kindlasti, et, sest ma olen ostnud päris palju asju, kus on see fair trade nagu, niiöelda selle kaubamärgiga. Aaa (...) Mänguasjade puhul ma küll üldse ei ole mõelnud nende peale. (...) Riietel, no mõningane, kui see on nagu niiöelda „Made in China“ või nagu selles mõttes kuskilt sellisest, niiöelda kolmandast riigist pärit, et siis paneb mõtlema vahest.*

**Kas siis kvaliteedi peale või mille peale?**

*Amm, ka seda, et ää, et ää, jah, enamasti ikka selle peale. (naerab) Äää, siis ää, no jalanõudega on sama asi. Sporditarbed, akaa, nende peale ma küll ei ole mõelnud.*

*Elektroonika - nii vähe kui ma seda ostan, eriti mitte. Kosmeetika, no mõneti. Ma olen naine (naerab) ja no (...)*

**Millele sa kosmeetika puhul mõelnud oled?**

*Aa, no see on ka see, pigem see, et kust ta tuleb niiöelda, see äää, et mis nagu riigist ta pärit on. See aus kaubandus ongi pigem nagu see, et, et, kui see on toodetud niiöelda kolmandas riigis vaata, no siis paneb juba nagu noh. Juba sellepärast nagu mõtlema selle peale. Ämm, ja noh, see aus kaubandus ja töäjõud nagu, see on minu jaoks nagu nii seotud.*

**Milliseid ausa kaubanduse tooteid sa ise oled ostnud?**

*Praegu tuleb meelde, mul köögis üks tee ka. Et see on, jah, see on, see ongi tee nagu. Et, et ma ei mäleta, kust ma selle ostsin, Stockmannist äkki vä.*

**Aga oled sa peale selle tee ka veel midagi ostnud?**

*Amm, jaa, et ää, neid asju on tegelikult päris palju isegi, aga see on see, mis mulle nagu kohe meelde tuleb. Mu ema nagu pöörab sellele isegi rohkem rõhku, et noh, sellest mul on endal ka, et kui ma näen seda silti, noh, ma isegi ei pööra tähelepanu, et kui ma midagi ostan, ma näen seda silti, et noh, mul nagu ema ostab ka neid ausa kaubanduse. Ja õde ostab ka neid ausa kaubanduse, neid toite, tooteid, et ää (...)*

**Aga sa ise ei lähe spetsiaalselt poodi seda märki otsima?**

*Spetsiaalselt kindlasti mitte. Et kui ma seda nagu märkan sealt teiste, et noh, kui ma ei oska nagu valikut teha, et siis ma vaatan noh. Need on mõneti kallimad tavaliselt, aga toiduainetel, niiöelda see hinnavahe, ei ole minu jaoks nagu nii määrav, et see ongi see, et kui ma ei oska valikut teha, siis ma vaatan seda, okei, et noh, selles mõttes. Et see aitab mul nagu niiöelda valikut teha või nagu selles mõttes, et noh (...)*

**Vaata seda Nike'i botast ja ütle millised omadused või väärtused sellega seostuvad?**

*Vastupidavus, amm noh, kvaliteet ongi see. Et noh, mina ostan jummalast tihti kvaliteeti nagu, et see on minu jaoks hästi tähtis. Et Nike on ka, ta on nii sügav, sügavalt sisse söönud bränd, et ta müüb tegelikult ka niiöelda. Nike'i toss peab ikka vastu tunduvalt kauem kui mõni odav toss, et noh, see on see, et sa ostad ikka kõike seda niiöelda kvaliteeti ja et bränd iseenesest ütlebki mulle seda, et see on nagu see kindlustunne, et kui ma ostan Nike'i botase, siis ta peab kaua vastu ja ta on. Ta on see, et nagu põhimõtteliselt ta. Ta on ülemakstud, aga ma tean, et ma saan ka selle nagu raha eest midagi kindlat nagu, et ta ei lagune kohe ära.*

**Kas selline lapstööjõu või tööjõu väärkohtlemise teema ka selle botasega kuidagi seostub?**

*Ei, kindlasti mitte. Ma ise ei osta tegelikult Nike'i üldse, et selles mõttes ää. Ma isegi, ma isegi ei mäleta, millal ma viimati Sportlandis käisin nagu ostmas selliseid asju, et mul on kõik jalanõud, on vaieldamatult mingi teine bränd, et (...)*

**Aga oled sa kuulnud midagi sellest?**

*Äämm, kusjuures mõni aasta tagasi, ämm, oli midagi, aga ma ei mäleta, mis bränd sellega seotud oli, aga see ei olnud Nike, sest muidu ma mäletaksin seda. Aga ma ei osta selliseid asju tihti, et sellepärast võibolla mulle ei teki neid vajalikke seoseid praegu.*

**Kas on mõni riik, mille kauba sa jätaksid võimalusel ostmata?**

*Nagu spetsiaalselt?*

**Jah.**

*(...) Aamm, tead, see ilmselt oleneb. Kui see on mingi kallis asi, siis põhimõtteliselt, ilmselt, ilmselt ma ei ostaks Hiina toodet. Või noh, selles mõttes, et kui see on (...) Tegemist on mingi kallil, näiteks elektroonikaseadmega või midagi, siis mu usaldus selle vastu ei ole niivõrd suur nagu või siis, kui see on auto ja see on pärit kuskilt x riigist, et selles mõttes, et noh, selles mõttes on minu jaoks nagu see kvaliteet ikka väga tähtis nagu, et niiöelda need kolmanda riigi noh (...) See ongi see, et ma, miks ma nagu niivõrd olen ostnud näiteks neid toiduaineid ja nii edasi nagu noh, need fairtrade enamasti, nad on ikkagi kolmandatest riikidest pärit, et, et ää, noh see ongi see, et see niiöelda toiduaine puhul ei ole see vastupidavuse niiöelda, see niiöelda pikaajaline kvaliteet ei ole nagu tähtis, et see ongi see, et see hind ilmselt ei ole minu jaoks.*

**Kas sa Venemaa ja Gruusia vahelise konflikt ajal mõtlesid selle peale, et ostaks Gruusia veine?**

*Mmm, selle konflikt ajal olin ma USA-s. Ja seal ei võtnud ma tilkagi alkoholi ja ma töötasin nii palju. Et, et ainuke asi, millele ma mõtlesin, no see oligi pigem see nagu. Ma mõtlesin pigem poliitilistele nagu aspektidele, mitte sellele niiöelda tarbimisfunktsioonile, et ei ma ütlen, et ei, sest et ma ei tarbinud neid kaupu esiteks.*

**Aga kas sa muidu oleksid nõus tarbimise kaudu avaldama mõnele riigile toetust või vastupidi vastumeelsust?**

*Jaa, kindlasti, et ma ise olen küll selline, et (...)*

**Aga oled sa kunagi niimoodi käitunud ka?**

*Aa, mitte nagu konkreetselt sellistes situatsioonides, aga selles mõttes, et ma olen küll oma loomult selline, kui. Kui, kui ma saan toetada näiteks hädasolijaid või nõrgemaid või, noh siis ma käitun küll nii, et (...) I have a tendency for that nagu. (naerab)*

**Kuidas on sinu tarbimisharjumused viimaste aastate jooksul muutunud?**

*(...) Need on suurenenud, kui ma nüüd ütlen nagu noh kõige laiemalt (naerab). Et aga, mida sa täpselt mõtled (...)*

**Ma mõtlen, et millised olid su tarbimisharjumused näiteks 3 või 5 aastat tagasi ja kuidas nad on hetkel?**

*Äämm, mu tarbimisharjumused on seotud sellega, et mul on sissetulekud. Et varem ma sõltusin hästi palju niiöelda vanematest ja praegu ma teenin oma rahad ise. Noh, lisaks veel vanemate see, et siis ongi see, et ma saan endale võrratult rohkem lubada nagu, et noh niivõrd ongi, et riided (...)*

**Nii et võib öelda, et sa oled hakanud rohkem tarbima?**

*Ää, ma ei saaks seda öelda nagu. Et varem ostsid vanemad mulle nagu need asjad, aga nüüd ma ise nagu noh, et pigem see sunnib mind rohkem mõtlema just, et see on mu enda raha, mida ma kasutan. Et ää, et ma ei saa öelda, et ma tarbin vähem või, või nagu rohkem nagu ses mõttes, et varem tegid need kulutused mu vanemad nagu ja pigem siis ma ei mõelnud just nagu sellele kulutamisele niipalju, et nüüd ma olen pigem nagu rohkem teadlik sellest, et ää. Et ma teen oma näiteks mingeid kuluarvestusi ja nii edasi, et vaatan kuidas mul niiöelda tulud ja kulud omavahel nagu seostuvad ja nagu pigem ma olen nagu just teadlikum sellest, et, et ma ütlesin, et ma olen nagu teatud asjades emotsionaalne šoppaja ja olen. Ma olen oma elu mänginud nii ka, et mul ei ole eriti palju aega, et mida seal kulutada nagu seal poes, et pigem kui mul on midagi vaja, et siis ma käin, aga samas ma olen nagu tsikk vaata, et, naine, neiu (naerab) Et siis, no ma ikkagi ostan ka selliseid asju, mis on niiöelda, noh võib-olla halva maiguga nagu niiöelda ette kirjutatud rolli täitmiseks, vaata et noh (...)*

**Kas erialaselt omandatud teadmised on kuidagi mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

*On ikka, aga see on pigem seotud. Okei, poliitiliselt, ämm, jah, et ma õpin juurat, siis minu jaoks on tähtis see, et nagu kõik oleks juriidiliselt korrektne, saad aru, et niiöelda nagu. Must tegevus, vaata on minu jaoks nagu niiöelda auk, vaata, ja siis majanduse poole pealt võib-olla see ongi, on rohkem turunduse ja teenindusega seotud ja niiöelda, kuidas see asi on mulle nagu pakutud. Sest kui mul on mingi vajadus eksole, siis (...) Ja ma ise olen nagu raamatuid ka müünud, niiöelda müügipoolega tegelenud, siis pigem on see nagu see, et kui*

*hästi seda mulle pakutakse, et, et ää. Et, et tihti on see, et inimesel ei olegi vajadust ja nad lähevad poodi, et hea teenindus on see, mis selle nagu välja toob ja ostma paneb, et ma mõtlen pigem nagu rohkem selle poole pealt, et ma hindan niiöelda teenindust. Kõrget teeninduskultuuri. Et ma ei osta selle, ma ei osta tihti, vahest jätan isegi ostmata selle pärast, et, et niiöelda teenindaja on maha mänginud selle, et ma tulin tegelikult sinna poodi ja ma ei teadnud nagu üldse oma vajadusi, nagu et ma ei teadvustanud endale seda, et ma tulin ostma, et pigem see.*

**Oled sa omandanud teadmisi, mis on seotud antud teemaga?**

*Jah, et, meil ei ole sellest eriti koolis räägitud. Okei, majanduses niivõrd-kuivõrd, aga. See on pinnapealne nagu, et pigem on mind selles vallas nagu harinud või mõjutanud niiöelda mu õde, kes on ka juuraharidusega. Ja niiöelda, noh, mõneti vanem mu'st, et, et tema jaoks on need nagu hingelt hullult tähtsad asjad, et, et, et teha õiget asja, et noh, et tema on mul niiöelda südames või nii, sest pigem kui see et. Et noh, ikka see lähedane mõjutus on nagu tunduvalt tugevama mõjuga kui see, et kui see tuleb kuskilt mingi õppejõu või, või kes teab (...)*

**Aga selline pinnapealne teadvustamine on siiski olnud?**

*Jah, et see on olnud, et niiöelda nagu teadvustamine, et see on olemas, on nagu noh sealt ikka, Jah.*

**Siis kuidas sina defineerid enda jaoks eetiline tarbimine?**

*Ämm, eetiline, et. Minu jaoks on see, see, et ma ei tarbi rohkem, kui mul vaja on. Ja eetiline tarbimine. Täiesti vastu sellele on see, mida ma nägin USA-s. Kui vastutustundetult nagu tarbitakse seal, et. Siis ma sain sellest nagu rohkem aru. Et niiöelda Eestis inimesed mõtlevad sellele rohkem ja see kultuur, mis on Rootsisis ja niiöelda Norras, et inimesed on nagu teadlikumad, et ei osteta endale niiöelda mõttetult lolli kraami niiöelda seisma, et mõeldaksegi välja, et nagu, milleks seda vaja on ja et see niiöelda kasufaktor on nagu olulisem nagu nende jaoks kui see, et ma lihtsalt ostan, et mul on siis hea meel nagu selle üle, et ma saan osta või, või noh, noh, pigem see, et nagu mõeldakse ka keskkonnale, mõeldakse sellele, et kui mul seda vaja ei lähe, et siis ma ei osta seda. Jääb rohkem puid võibolla kasvama, õhk on puhtam ja rohi on rohelisem, et nagu ma arvan, et selles mõttes on nagu.*

**Aga kuidas sa õiglasest kaubandusest ja sellisest asjast aru saad?**

*Okei. Et ää, see on see, et ää. Kui ma käin millegi eest raha välja, siis et, et niiöelda need inimesed, kes on selle valmis teinud ja oma mingi verd ja higi sinna valanud, et saada see*

*kopikas kätte, et selles mõttes. Noh, eks, eks, eks see eetilise nagu tarbimine on sellega küll seotud muidugi, et, et ää. Et need inimesed, kes on selle reaalselt teinud, et nad saaks nagu väärilise tasu selle eest. Et jah, ka see.*

**Kuidas sina õiglaselt kaubandusse suhtud?**

*Mhmh, okei, et ää. Ma arvan, et see ei ole eriti tuntud ja teatud nagu niiöelda. Äämm, niiöelda laialdasele, niiöelda publikule või avalikkusele, et (...) Et mina tean sellest ka nagu rohkem ainult selle tõttu, et nagu õde on nagu niiöelda sügav selle pooldaja, et ma ise suhtun sellesse nagu hästi, et rohkem on minu jaoks nagu võibolla tegu nagu, osa tooteid sellega seotud, et, et kuivõrd noh, reaalselt, kui mul on midagi vaja, siis ma käin ruttu poes ära, et ma nagu ei analüüsi seda eriti enda jaoks, et, et ää (...) Noh, ma väärtustan aega ka tohutult, et selles mõttes mul. Ma ei ole selle peale nagu võibolla mingi teiste toodete üle nagu mõelnud nii väga, aga see, mis ma enda ümber näen nagu niiöelda koduski köögis ja nii edasi, vaata, et noh see bränd on nagu noh, meie peres nagu ka täh... Noh, mitte bränd, see, kuidas seda kutsuda nagu, selles mõttes märk sellest, et, et ää. Et see on niiöelda läbi selle ausa kaubanduse, et, et jah (...)*

**Nagu ma praegu olen aru saanud, siis su teadmised eetilise tarbimisest pärinevad väga palju perekonnalt?**

*Jah.*

**Aga kas on ka mõni muu allikas, kust sa neid teadmisi saanud oled?**

*Ää, jah, et meediast, et ma vaatan üsna palju selliseid niiöelda, niiöelda harivaid saateid. Või siis ka Kuku raadios on sellest räägitud, et ka meedias on sellest päris palju räägitud, et (...)*

**Kas nende harivate saadete all mõtled dokumentaale või mida täpsemalt?**

*Ka neid, aga noh ETV-s, ETV kanalil on päris palju selliseid niiöelda, niiöelda noh ka Aktuaalses Kaameras on selliseid olnud ka. Issand jumal, mis nad olid, vahepeal jooksis, aa neid võib, võib vist nimetada küll dokumentaalideks, et nad ei ole nagu niiöelda mingid sarjad, aga lihtsalt nagu (...) jah.*

**Mida sina eetiliseks tarbimiseks pead?**

*See hõlmab ka niiöelda keskkonnasõbralikkust, ää, ja muid aspekte. Et see eetilisus nagu ma rääkisingi, et, et ää. See niiöelda vajadustest lähtuv tarbimine on samamoodi nagu, et see oleks säästlik käitumine, nii enda kui teiste suhtes, et, et ää. Mõni ostab endale neli autot, mõni ostab endale kaks, sest tegelikult kahte pole vaja, et ka see läheb nagu selle alla, et niiöelda kvantiteedi peale mõtlemine ja selle kasufaktori peale mõtlemine, et, et noh, et nagu*



ma rääkisin, sellest niiöelda Rootsi kultuurist, et, et seal on see mõtteviis nagu hoopis teine, et nagu tarbimiskultuuri koha pealt, et, et ää. Et kindlasti, mitte ainult see tööjõu aspekt ei ole nagu oluline, minu jaoks. Noh see ei tähenda, see eetiline tarbimine ei tähenda ainult seda, et ka niiöelda säästlikkus ja keskkonnasõbralikkus on minu jaoks nagu (...) tähendavad, lähevad selle alla, et (...)

### **Millise elustiiliga sa seostaksid eetilist tarbimist?**

Ma arvan, et see on intelligentse, niiöelda intelligentse ühiskonna üks tunnusmärke. Kes mõtlevad juba sellisel tasandil, et ää. Et tõesti see tarbimine, nagu tarbimishullus ei ole nende jaoks niiöelda prioriteetne. Et ää, noh, näiteks, minu enda eeskujuks, mul on hästi palju rootslastest sõpru nagu ja minu enda eeskujuks, ää, on nagu nende niiöelda kultuur, see on mõneti kõrgemal tasemel kui meie oma, et, et noh, okei, me saime sellest niiöelda sotsialismileerist välja, okei, nüüd on see ahvivaimustus, aga see hakkab ka nagu vaikselt nagu niiöelda lahtuma, aga noh, meil on arenguruumi ikka kõvasti. (naerab) Et (...)

### **Kuidas sa hindad, kas inimesed peaksid eetilisele tarbimisele rohkem tähelepanu pöörama, kui nad praegu seda teevad?**

Amm, jah, et ää, ma arvan, et kindlasti, et ää. No kui neil (...) See on ka näide nagu, et kui neil ikka ei lähe seda kahte autot vaja, siis milleks on seda nagu kolu mõtet toota. Et ää, et varsti ei jää nagu pinda, kus ei oleks asfalti nagu et, et noh.

### **Mis motiveeriks sind rohkem õiglase kaubanduse tooteid ostma?**

Aa, ma arvan, et see ongi see, et niiöelda, et, et näiteks, miks mina olen hakanud niiöelda toidupoes sellele nagu mõtlema, on see, et, et reaalselt ma näen seda nagu rohkem kui näiteks noh, siin on toodud ka mingid riided ja niiöelda, ma ei tea, teised kaubad, et, et sellest ei ole nii palju räägitud võib-olla, et ongi rohkem nagu ta. Niiöelda kõmu või kuidas öelda nagu. Rohkem räägitud niiöelda toiduainetest ja sellest kaubandusest nagu rohkem, et, et noh, et see on nagu meedia poolt ka rohkem kajastatud, minu meelest, et noh nii palju kui minu kõrvu on jõudnud, et võib-olla see, et lihtsalt, et sellistest asjadest on nagu. Need on, kas liiga vähe välja reklaamitud, et nad on sellega seotud, ausa kaubandusega, et võib-olla inimesed oleksid nagu teadlikumad ostma ka, noh alati ostma ka muid niiöelda tarbekaupu kui sellest nagu rohkem niiöelda seda välja reklaamitaks, kui ausat kaubandust. Et ma arvan, et see, et võib-olla on ainult need niiöelda toidukaubandusest võib-olla neid näiteid nagu liiga palju toodud, et võibolla sellepärast.

### **Aga kelle ülesanne see oleks, et inimesi rohkem harida sellel teemal?**

*Noh, selles mõttes, ma arvan, et ajakirjandus, kuivõrd see jõuab nagu laia meediasse, et inimesed vaatavad telekat peale tööd, nad lähevad koju, nad vaatavad Aktuaalset Kaamerat, vanemad inimesed eriti vaatavad ETV-d ju, et nagu sellised, nagu et just ongi see, et kuidas see jõuab inimeseni, ongi. Laila publikuni jõuab see läbi meedia ju, et, et läbi raadio, intelligentsemad inimesed kuulavad ju, vanemad inimesed kuulavad Kuku raadiot, Vikerraadiot, noh igasuguseid nagu kanaleid on olemas ju, et sellest rohkem rääkida võib-olla lihtsalt.*

**Kuivõrd oluline see teema sinu meelest Eestis hetkel on, võrreldes näiteks keskkonnasäästliku teemaga?**

*Mmm, eks ta ikka aktuaalne on. Selles mõttes, et neid ekspluateeritavaid riike on ju nii palju tegelikult ja kuidas. Kuidas seda niiöelda vahet tasandada. Et need niiöelda probleemid ja konfliktid tekivadki sellest, et, et kui mõni nagu riik on oma arengutasemelt nagu niivõrd palju madalamal või noh, selles mõttes, et see lõhe on nagu nii suur, siis need konfliktid muutuvad ainult suuremaks, et ää. Et see ekspluateerimise, niiöelda probleem on päris päris tugev, et (...)*

**Aga Eesti kontekstis, kas sa tunned, et Eestis räägitakse sellest piisavalt või on see väheoluline teema?**

*Ta on, aga see on teatud ringkondades, et see ongi see, et see ongi, et mis kanaleid kasutatakse selleks, et see jõuaks nagu inimesteni. Et noh, võibolla ma ise olen, ei ole sellele piisavalt tähelepanu pööranud, sest ma ei tea nagu öelda seda, aga noh, see ongi see, et, et ää (...)* See oleks nagu minu arvamus, et võibolla, võibolla on valitud valed kanalid või siis on tõesti nagu valed inimesed seda reklaaminud, et niiöelda need reklaamiikoonid on ka päris tähtsad, et, et kui ikka ää. Kui ikka reklaamiikooniks valida näiteks inimene, kes, kes tutvustab seda niiöelda, et kes on laias üldsuses nagu respektueeritud nagu niiöelda, respektueeritud inimene, siis see jõuab nagu rohkemate inimesteni, et ma arvan, et see on hästi tähtis, sest et miks naised ostavad igasuguseid asju, kus on ilusad näod ja nii, et noh, see on, see on psühholoogiline aspekt, et see jõuaks rohkemateni, kui sellel oleks nagu niiöelda paremad väljareklaamijad, või noh tutvustajad, inimesteni toojad, et ma arvan, et see.

**Kuidas sellesse teemasse suhtutakse näiteks 10 või 20 aasta pärast?**

*See ongi see tarkade meetodite valimine vaata, et ää. Miks asjad jäävad niiöelda soiku või vajuvad ära, et see ongi see, et, et hästi tähtis tegelikult ongi reklaam ja reklaamnägude ja reklaamikanalite ja niiöelda reklaam välja, tutvustamise nagu niiöelda meetodid. Sest et, miks*

*McDonalds on nii edukas? Mitte sellepärast, et nad ei tee häid burgereid, vaid sellepärast, et nende turundusstrateegia on lihtsalt pagana hea. Et selles mõttes. Okei, ma nõustun, et see on hea asi aga kui sellel ei ole korralikku reklaami taga, siis see lihtsalt ei, see ei lähegi kuskile edasi, et noh, see on jumalast oluline.*

**Nii et kui nüüd selle reklaami ei tehta, siis ta ei muutu olulisemaks?**

*Keegi ei teagi. Kui sellest pidevalt ei räägita, siis see sinna jääbki. See vajub sohu tagasi.*

**Soovid sa midagi täpsustada?**

*Aamm (...)*

**Või soovid äkki midagi lisada?**

*Noh, mul ei tule praegu midagi meelde (naerab)*

### **Lisa 3.6. Intervjuu transkriptsioon – 6M**

**Kui vana sa oled?**

*23*

**Millisel erialal sa õpid?**

*Ajakirjandus ja suhtekorraldus.*

**Mitmendal kursusel?**

*Kolmandal*

**Minnes poodi ja ostes toidukaupu, siis millistele toote omadustele mõtled?**

*Maitse on esimene ma arvan, hind on teine (...) ma arvan, et võiks kolmas olla siis see, et kus on toodetud, et kui ta on mingi väga kahtlast päritolu ja samas Eestis toodetakse samasugust toodet, siis ei, kui ta on natukene kallim Eestis, siis on pigem, ma ostan Eesti tooteid. Selles mõttes, et tont teab, kaua see, ma ei tea, Hiina või mingi muu toiduaine on kuskil ladudes seisnud.*

**Ostes endale riideid või jalanõusid, millistele omadustele sa siis tähelepanu pöörad?**

*No üldiselt kvaliteedile. Et, kui ma mõtlen spordiriideid, siis kindlasti kvaliteedile, kui ma mõtlen tavalisi riideid, siis noh põhimõtteliselt sellele ikka, kas nad mulle meeldivad, siis ei ole oluline, kus nad on toodetud või kelle poolt. Aga üldiselt, noh, ma pean ütlema, et ma ei ole selline brändijälgija, et mul on täiesti ükskõik, kes selle tootis. Kui see näeb nagu seljas hea välja, siis (...)*

**Kolmas valdkond oleks elektroonika ja tehnika, mis omadustele sa neid ostes mõtled?**

No eelkõige kvaliteedile ikka, et kui midagi suurt osta või isegi väikest, aga hinnalist, siis ma teen kindlasti eeltööd, selles mõttes, et ma nagu uurin, mis, mis kvaliteediga see asi on. Seal vist väga oluline ei olegi see, kes selle tootis. Kui see nagu töötab, siis (...)

**Nummerda palun need erinevad aspektid tähtsuse järjekorras.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	4	8	7
Kvaliteet	1	1	1
Bränd	10	10	5
Uus toode	8	9	6
Tuntus	5	7	2
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			8
Õiglane kaubandus	9	11	12
Värskus (toidukaupade puhul)	3		
Hind	2	2	3
Tootja eetiline reputatsioon	6	4	11
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		3	4
Teeninduse kvaliteet	7	6	9
Mood ja trend	11	5	10

**Vaata neid erinevaid kaubagruppe ja ütle, kuivõrd sa oled nende puhul mõelnud sellistele aspektidele, nagu aus kaubandus, tööjõu küsimused või poliitilised küsimused?**

*(pikem paus) Mmm, toiduainete puhul ausale kaubandusele ma ei mõtle eriti, ma olen ostnud küll neid fairtrade asju, aga (...) samas ei ole kunagi kindel, et need on täiesti õiged, äri on äri ja mingil hetkel kõik peavad kasu saama. (...) Mmm, tööjõu, poliitilistele küsimustele (...) ega vist väga ei mõtle (...) mhh, sporditarvete ostmisel mul on natuke allergia nende brändide koha pealt, sest see meeletu protsent, mis nad on ülehinnatud, sellepärast, et nad on brändid onju, on täiesti mõistusevastane. Ja mõningal puhul ka kodutehnika ja elektroonika puhul. (...)*

**Mida sa nende sporditarvete ja kodutehnika puhul mõtled?**

*Noh, no konkreetselt jah, et seda, et see asi, mis ma ostan, on nii tohutult üle hinnatud selle brändi pärast. Tegelikult pakuvad ka teised tootjad samade näitajatega asju nõksu odavamalt ja võibolla ka sama kvaliteediga, et nagu see hind ei ole põhjendatud. Et noh, see on ju ka osa ausast kaubandusest, et kui tegelikult kliendilt küsitakse mingisuguse tavalise asja eest lihtsalt brändi pärast meeletult suurt hinda, siis see on ebaaus kaubandus. Noh tööjõu küsimused on ju teatud määral varjatud, et ega me ei tea ju, kes ja mis tingimustel need on tootnud enamasti. Ma arvan, et need sporditarbed ja kodutehnika võiks olla ainukesed, et noh sporditarbed ja riided ja kodutehnika. Ma ei tea, mingite teiste asjade puhul, ei oma see mingit tähtsust üldse.*

**Sa ütlesid, et oled ostnud fairtrade toiduained, mida täpsemalt?**

*Ääm, teed, kohvi ja suhkrut. Toiduaineid.*

**Aga äkki oled midagi veel ostnud, mida seostad eetilise tarbimisega?**

*(...) Viimasel ajal ma ei mäleta küll, et oleks. Kindlasti olen, sest et neid on ikka reklaamitud välja, et kui sa selle ostad, et (...) On ju sellised asjad, et kui sa ostad mingisuguse asja, siis teatud protsent sellest läheb mingi lastehaigla toetuseks või kuhugi fondi või sellised asjad. Neid asju on ikka ostetud, aga need on rohkem sellised emotsionaalsed ostud. Samamoodi on päris tõestamata, et see raha ikkagi sinna läheb.*

**Vaata seda Nike'i botast ja ütle palun, millised omadused või väärtused sul sellega mõttesse tulevad?**

*(...) Mhh, kvaliteet ausalt öeldes ei seostu, sest et minu meelest teised brandid on palju kvaliteetsemad. Eee, seostubki see ülehinnatus eksole, mõningal määral ebaaus kaubandus.*

*(...) Mmm, seostub kuidagi selline mudel, et on, et on odava tootmine aga jõhkvalt ülehinnatud, noh edasimüük. Kliendile jõuab see kuidagi ülehinnatult.*

**Kas ebaaus kaubandus seostub ainult selle suure ülehindamisega või on selle taga midagi veel?**

*No see ka, et need inimesed seal saavad täiesti räbalat palka, mis neil noh, selle tootmise, selle töö eest, kus neid Vietnamis toodetakse.*

**Nii, et see sweatshopide teema seostub Nike'ga?**

*See nagu seostub jah, selles mõttes, et noh (...) nojah, on nagu kahelt poolt võimalik vaadata.*

*Üks on see ülehindamise aspekt ja teine on see, et selle ülehindamise kõrvale võib panna selle, et selle tootmise eest, nendes tingimustes, makstakse väga vähe palka. See on selline liigkasuvõtmine nagu mõlemas suunas.*

**Kas see ebaaus kaubandus mõjutaks ka sind ostuotsuse tegemisel?**

*Jah, loomulikult, sporditarvete ja riiete puhul igal juhul, kui ma midagi tean sellest asjast.*

**Millise riigi kauba sa jätaksid ostmata, kui see oleks võimalik?**

*Mmm (...) ma arvan, et ei ole, selles mõttes, et riikide ei seostu mul ebaaus kaubandus otseselt, sest tavaliselt kaubandusettevõtted on ju rahvusvahelised.*

**Aga mis sul Venemaa kaubaga seostub?**

*Polegi näinud Venemaa kaupa viimasel ajal.*

**Teine oleks Hiina kaup?**

*Hiina kaubaga on selline madal kvaliteet ja samas nagu odav hind seostub. Et noh, kuna riik on nii kinnine, siis me tegelt ei tea, kuidas või mis tingimustes need asjad on toodetud onju. Aga seda võib sellest ostetud asjast endast näha, et kui kaua ta vastu peab. Need on sellised, tavaliselt sellised esemed, mida tehakse hädaostudeks, stiilis, väljas sajab vihma, aga mul ei ole üldse vihmavarju, aga seal müüakse seda 50 krooniga ja see on Hiinas toodetud. Siis võib ju osta üheks korraks, isegi kui ta samal päeval katki läheb.*

**Mõeldes Vene-Gruusia konfliktile, siis kas sul tuli mõte osta rohkem Gruusia veine?**

*Tuli küll, aga ma ostan niikuinii palju Gruusia veine. Sest minu meelest need on ühed parimad, no mulle meeldivad.*

**Aga oled sa mõelnud sellisele asjale, et kaubanduse kaudu avaldada poolehoidu mõnele riigile või vastupidi vastumeelsust mõne riigi suhtes?**

*Mmm, üldiselt väga ei mõtle, sest mulle tundub, et see on piisk meres, sest isegi kui ma mingi asja ostaksin, siis ma ei suuda neid asju osta sellisel määral, et see kuidagi seda riiki aitaks, keda ma näiteks pooldan või seda ettevõtet. Et noh, ma võin selle, kui ma selle ostu teen, siis ma võibolla, see võib olla üks kaasrõõmudest, mida ma nagu tunnen sellest ostust, aga see ei ole nagu ainuke ajend, miks seda osta.*

**Kirjelda, kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud?**

*(...) Mmm, ma arvan, et selles mõttes teadlikumaks, et, et praktiliselt ma ei tee nagu emotsioonide ajal ühtegi ostu. Et noh, see asi, mida ma ostan, mul on enda jaoks mingid kriteeriumid, see peab olema nagu hetkel minu jaoks parim või et, või et see peab olema mingisugusest valikust nagu parim asi, enamasti. Varem võibolla seda ei olnud. Ma olen nagu väiksest linnast pärit, kus ei olnud, kus oli vähe poode, suhteliselt vähe valikuvõimalusi ja siis tuli teha ikkagi nagu mingid riiete ostud konkreetsetes poodides, aga nagu selle asja ma olen*

*ammu ära unustanud, et. Nüüd on ikka niimoodi, kui ma midagi ostan, siis ma vaatan igal pool ringi, enne, kui selle ostu teen.*

**Mis, lisaks suuremasse linna tulekule, on mõjutanud sinu harjumuste muutumist?**

*Mhh, põhimõtteliselt selles on põhjus, et ma ei taha nagu ää, raha kulutada kehva asja peale. Et ma olen ajaga hakanud ennast halvemini tundma, selles suhtes, et kui ma ostan midagi kehva, millega ma päris rahul ei ole, see jääb nagu piinama. Ühest küljest, sellepärast, et ma sain halva asja selle raha eest, aga teisest küljest selles suhtes, et samas nagu, milleks osta kehva asja, kui mingi aja pärast hakkad ikkagi tundma, et selle võiks asendada paremaga. Ja siis tekib selline keskkonna aspekt, et tegelikult noh, ma pean selle nüüd maha müüma või ära viskama, et kuidagi ära lõhkuma või muu lahenduse leidma sellele. Põhimõtteliselt võib seda ratsionaalsuseks nimetada, igas mõttes.*

**Millisel viisil on erialaselt omandatud teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

*(naerab) Keeruline öelda tegelikult (...) ajakirjanduse tarbimist, meedia tarbimise harjumusi on kindlasti mõjutanud, üsna palju, aga teiste kaupade, toodete ja teenuste tarbimist. Ma arvan, et see on rohkem seotud üldise silmaringi laienemisega, mitte päris erialaste teadmistega.*

**Oskad sa välja tuua omandatud teadmisi, mida seostaksid käesoleva teemaga: aus kaubandus, tööjõu ja poliitilised küsimused?**

*Meil on koolis, ülikoolis, räägitud ka sellest teatud siis brändingu loengutes, et kuidas, mismoodi see kaubandus toimib ja mismoodi toimib, suured kontsernid ja rahvusvahelised ettevõtted. Sealt see, teataval määral kriitika selliste suurte ettevõtete vastu nagu on. Aga konkreetselt ei saa nüüd päris niimoodi öelda, et koolis öeldi, et, ma ei tea, mingi ettevõtte on paha, et ärge selle tooteid ostke. Et tuleb ikka ise mõelda.*

**Palun defineeri eetiline tarbimine?**

*(...) Ma arvan, et eetiline tarbimine on see, kui, kui sa tarbid täpselt neid asju ja sellises mahus, esiteks, mida sul on vaja. Paratamatult, ehk et ei kulutaks liialt palju. Siis on eetiline tarbimine see, et sa need asjad, millele sa kulutad, oleksidki põhimõtteliselt parimad sinu jaoks. Äää, eetiline tarbimine on see, kui, kui sa teed nagu taustauuringuid nendele asjadele, et kus, kes need on tootnud, millisel määral sind pügatakse, millisel määral tootja pügab oma töölisi näiteks. Ja, ja, ja eetiline tarbimine on ka see, kui sa vaatad, kes sellest tegelikult nagu kasu saab. Et kui see kogu kompott kokku panna, siis ja vastavalt sellele oma otsuseid teha, siis ma arvan, et see ongi enamvähem eetiline.*

### **Kuidas sina suhtud eetilisse tarbimisse?**

*Ma arvan, et kui, nagu üks selline asi, mida iga mõistlik inimene peaks tegema. See võiks olla nagu täiesti tänapäeva üks elumudeleid. (...) Et ei kulutataks raha niisama ja et ei tolereeritaks selliseid ettevõtteid, kes üldse ei, nagu eetilisele tarbimisele või noh, kes on täiesti ebaetiliselt silmnähtavalt. Kui kõik inimesed seda teeksid, siis kaoks ka ebaetiliselt ettevõtteid ära.*

### **Kust sinu teadmised eetilisest tarbimisest pärinevad?**

*Noh, mõningal määral ülikoolis, mõningal määral olen ise lugenud. Ääm, põhiliselt välismeediast. Aga kui on (...) mõningased majandusraamatud on ka, mida ma olen lugenud, et need jäävad küll väga ammusesse aega. Ja (...) ma ei teagi nii konkreetselt. Tõenäoliselt on mingite dokfilmide taga ka mingid põhjused. Sest neid, nagu majandusteemadel vändatakse ikka nagu päris palju.*

### **Millise elustiiliga sa eetilist tarbimist seostaksid?**

*(pikem paus) Ma ei teagi. Mmm (...) minu meelest võiksid nagu igasugused inimesed täpselt sedasama elustiili järgida. Aga kui nüüd hetkeolukorda mõelda, siis (...) ma arvan, noh, isiksuse tasandil on see ikkagi inimene, kes, kes mõtleb nagu natuke laiemalt nendele asjadele, nendele protsessidele, mis ühiskonnas ja maailmas toimuvad. Et mitte ainult sellisele, täpselt, et ei otsusta poes emotsionaalselt või emotsionaalsetel alustel ei võta ostuotsust vastu onju. Et ta on ikka päris palju ratsionaalne oma otsustes ja mitte ainult egoistlik, vaid nagu tal on mingisugused teadmised, mingisugused sotsiaalsed teadmised ühiskonnast ja majandus ka ma arvan.*

### **Kuidas sa hindad, kas hetkel peaksid tarbijad eetilisele tarbimisele suuremat tähelepanu pöörama?**

*Jah, ma arvan, et võiks küll, aga ma usun, et see olukord on nagu palju paremaks läinud, et ma ei tahaks küll kiita seda fairtrade asja, aga, aga mingis valdkonnas on mingite pereemade puhul nagu, kellel need sissetulekud on võrdlemisi head, et need juba on muutunud selliseks, heas mõttes, moekaubaks. Ja see fairtrade turundus on ka ää nagu uued tuurid üles võtnud, kunagi nad seisid lihtsalt riulite peal, kuskil, ma ei tea, odavama suhkru, kohvi ja tee taga, et kuna keegi neid niikuinii ei tahtnud, aga nüüd on vastupidi, et need on ettepoole pandud just. Tallinnas eriti, ma märkasin. Mis sa täpsemalt küsisidki?*

### **Et kas peaks rohkem tähelepanu pöörama?**



*Ma arvan, et võiks küll jah. Tegelikult ei ole siin, selles mõttes see väga kerge, et fairtrade kaup on nagu üks väheseid, kuhu on tegelikult peale märgitud, see et järgitakse mingisuguseid ausa kaubanduse võtteid, aga teiste asjade puhul tuleb ju inimestel ise see vajalik taustuuring teha, kui nad on sellest huvitatud. Et see eeldab mingisugust enda pealehakkamist ka, lisaks sellele huvile, et sa nagu oleksid nõus pigem fairtrade kaupa ostma. Et eks ta raske on, aga ma arvan, et inimesed võiksid seda rohkem jälgida küll jah.*

### **Mis motiveeriks sind õiglase kaubanduse kaupa rohkem ostma?**

*No ma pean ütlema, et ausalt öeldes, ühest küljest võiks motiveerida nagu parem reklaam, et kui oleks veel neid fairtrade asju, peale selle konkreetse kaubamärgi. Võibolla siis see aitaks teadvustada nõnda ja teisest küljest need fairtrade asjad on suht kallid. Samas võiks toota seda ka odavamalt ja, ja see ei pea olema ainult rahvusvaheline toode, miks mitte ka Eesti kaup ei võiks ausa kaubanduse nime kanda mingi hetk, mingisugused tooted.*

### **Sa leiad, et Eestis sellise asjaga üldse eriti ei tegelda?**

*(...) Ma ei tea küll, ma ei ole uurinud ka.*

### **Kuivõrd oluliseks sa seda teemat Eestis üldse pead, näiteks võrdluses keskkonnasäästliku teemaga?**

*Praegu see ei ole aktuaalne, sellepärast et meil on kujunenud välja see, et eelkõige (...) mulle tundub vähemalt, et eelkõige vaadatakse ju toote hinnast lähtuvalt, et nagu (...) kas seda kaupa, hinnast ja ma ei tea siis, toiduainete puhul maitsest või kvaliteedist, et kas seda kaupa on mõtet osta. Ja keskkonna (...) noh keskkonnaaspekt on saanud nagu Eestis minu meelest rohkem lobitööd, kui see ausa kaubanduse asi, et ee inimese jaoks, eestlase jaoks see jääb natukene liiga kaugeks, sest et (...) ma ei tea, mul tuleb pähe ainult see umbes, et piimatootjad ei saa piisavalt raha selle toorme eest onju, mida nad ettevõtetele edasi müüivad onju, et see on nagu vähe, vähe ebaaus onju Eesti puhul. Aga samas ega tavainimene Eestis ei kujuta ette, millistes tingimustes teisi tooteid välismaal toodetakse, mida ta näiteks kohapealt ostab. Selles suhtes, see teavitustöö on ju väga nõrk olnud.*

### **Mida sa arvad, kuidas sellesse teemasse 10 või 20 aasta pärast suhtutakse?**

*(...) Mmm (...) no ma loodan, et see on natukene muutunud, aga, aga ma kahtlustan, et see ei muutu sellistel alustel, et eem, nagu see Nike'i näide oli, et Nike'i töölised saavad nagu mingi 3 senti tunnis palka onju, et, et see paneks nagu Eesti tarbijat seda kaupa mitte ostma või siis, ma ei tea, mingil kummalisel põhjusel hoopis ostma. Et ma arvan, et see muutus toimub sellisel alusel, et, et vaadatakse seda, kui palju see kaup on lihtsalt ülehinnatud. Hakatakse*

rohkem vaatama kvaliteedi ja hinna suhet. Lühidalt öeldes, ma mõtlen seda, et eetilise tarbimine, ma usun, et Eestis eetilise tarbimine ei muutu populaarsemaks sellest, kui keegi tuleks kurtma, et kuulge inimesed boikoteerime mingit kaupa selle pärast, et seda kuskil teisel pool maakera toodetakse nagu mm, ma ei tea, mingi täiesti inimõiguste vastaselt. Noh võibolla see mingil määral mõjutab, aga ma arvan, et ostuerinevus võiks tulla pigem sellest, et inimesed muutuvad ratsionaalsemaks onju, nad muutuvad palju kriitilisemaks selle kauba ja selle toote suhtes, mida neile pakutakse, noh selles mõttes teadlikumaks sellest asjast onju. Et nad hakkavad vaatama, kas see on üldse seda raha väärt ja kui see ei ole ning tunnevad, et neid petetakse, et siis võib see toode või see tootja selles mõttes nagu välja surra, kui keegi ei osta seda.

**Kelle asi see peaks üldse olema, et inimesi antud teemal rohkem informeerida?**

Ma arvan, et see võiks olla mingi mittetulundusorganisatsioon (...) mmm, ma väga kahtlen, et see oleks hea, kui riik hakkaks mingit siukest poliitikat ajama. Ma usun, et riigil ei lastaks ka sellist asja teha. Aga eelkõige ma arvan, et mingisugused lihtsalt inimeste ühendused, kes nagu mõtlevad selle peale ja kes tahavad ka, et teised hakkaks mõtlema.

**Soovid sa midagi lisada või täpsustada veel?**

Ei soovi.

### **Lisa 3.7. Intervjuu transkriptsioon – 7M**

**Kui vana sa oled?**

23 olen.

**Mis erialal sa õpid?**

Riigiteadused ja kõrvale võtan majandust.

**Mitmes kursuses?**

Kolmas

**Millistele toote omadustele sa rõhku paned, kui sa lähed poodi toidukaupu ostma?**

Ma mõtlen. Ääm, eestimaisele, ma ei tea, põhimõtteliselt vaatan, et see oleks kodumaine toodang.

**See on siis sinu jaoks kõige olulisem?**

Jah, ja siis on väljakujunenud, nagu need, mida sa sööd, mingid niuksed eelistused.

**Aga millele sa siis rõhku paned, kui riideid või jalanõusid ostma lähed?**

*Vaatan seda, millega ma olen enim käinud. Põhimõtteliselt brändi põhine. See sõltub ka sellest, milline ta välja näeb, aga kui ma olen enim seda kasutanud ja see on hästi toimunud ja vastu pidanud, siis ilmselt kasutan ka edasi seda sama firmat.*

**Kolmas valdkond oleks elektroonika, millistele omadustele sa siis mõtled?**

*Äääm (...) ma ei tea, välimusele. Ma ei ole ostnud endale ühtegi, midagi tehnikat. Telefonid on kõik venna vanad ja läpakas on ainuke, mis ma ostsin. Ja see tuli sellepärast, et see oli lihtsalt äge.*

**Tehnika puhul mängib ka siis välimus suurt rolli?**

*Põhimõtteliselt võib nii öelda vist küll jah. No aga see on läpaka puhul, ei saa päris öelda, et ma ostan endale, ma ei tea, mingi raadio koju välimuse järgi.*

**Vaata neid erinevaid toote omadusi ja nummerda need tähtsuse järjekorras.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalaõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	3	10	4
Kvaliteet	2	1	10
Bränd	6	2	1
Uus toode	10	9	2
Tuntus	8	6	7
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			5
Õiglane kaubandus			
Värskus (toidukaupade puhul)	1		
Hind	5	5	9
Tootja eetiline reputatsioon	7	7	8
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		3	6
Teeninduse kvaliteet	4	4	3
Mood ja trend	9	8	11

**Vaata neid kaubagruppe ja ütle, milliste puhul sa oled mõelnud sellistele aspektidele nagu aus kaubandus või tööjõu ja poliitilistele probleemidele?**

*(...) Gruusia veini ei ole ostnud. Meelega. (...) Sest see on nõme. Seega toiduainete puhul olen mõelnud. Aga (...) teiste puhul küll mitte.*

**Seega eetiline tarbimine kui selline ei ole ühegi kaubagrupi puhul mõttesse tulnud?**

*Ei selles suhtes, et kui ma lähen, kui ma ostan, siis ma ostan selle, mis mulle meeldib, ma ei hakka nagu sügavamalt mõtlema. Ma eeldan ka seda muidugi, vaata, et neid firmasid või ettevõtteid või kaubamärke, mida mina kasutan, et siis nagu (...) toiduainete puhul on esiteks kodumaised, et siin vaevalt nii palju mingit, selliseid küsimusi üldse üles tõuseb. Riiete ja jalanõude puhul muidugi võib täitsa olla, et need on kõik enamuses kuskil kaugel tehtud, kuskil Aasias. Aga ma eeldan, et kuna need on ikkagi, brändi rõivaid kasutan, et siis on see nagu, et kui seal oleks midagi, siis see oleks ammu see kajastunud kuskil.*

**Sa ütlesid, et sa seda Gruusia veini ei ostnud, mis oli selle põhjuseks?**

*Ei, vaata, kui vahepeal oli see kampaania, et ostame kõik Gruusia veini, toetuseks Gruusiale. Seepärast, et see on tobe.*

**Selline mõtteviis siis, et kaubanduse kaudu toetada?**

*Jah, põhimõtteliselt.*

**Sina siis niimoodi ei käituks kunagi?**

*Ei, mingit toetust, kui tahad avaldada, siis avalda. Selles suhtes sa võid ise avaldada, kui sulle meeldib niimoodi, aga, aga see on nagu veider. Teiseks ma ei leia, et Gruusia ise konfliktides väga õigesti on käitunud, nii et.*

**Aga kas sa kunagi oled mõelnud, et väldiks mingil põhjusel teise riigi kaupa?**

*Mmm, ei. Selles suhtes, et kui ma väldin mingit kaupa, siis sellepärast, et Eesti kaup on asenduskaubana olemas. Mingi a'la Hispaania kurk või Luunja kurk, hoolimata hinna vahet, aga see ei ole poliitilistel põhjustel. See ei ole konkreetselt selle pärast, et ma tahaks (...) Ma eelistan eestimaist pigem.*

**Kirjelda, kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud?**

*Paari aasta tagusega ei ole midagi muutunud. Aga noh keskkooli ajaga on kõik muutunud, kodust ära kolimine, ise söögi ostmine, kõik see läheb sinna alla. Lisaks sellele iseseisvusele, et oled ise endast rahaliselt sõltuv, et vanemad ei anna, et siis see on muutunud päris palju. Keskkooli ajal ei olnud midagi, siis ema isa ütlesid, et need teksad ostad, ongi kõik. Nüüd on see, et sa lähed vaatad ise.*

**Aga kuidas su toiduostmise harjumused on aja jooksul muutunud?**

*Ennem tegi ema kõik otsused, nüüd teeb tüdruk kõik otsused. Aga see eelista eestimaist mõtteviis on mul kogu aeg olnud, selle ma olen tüdrukule ka peale suutnud suruda. Tal alguses ei olnud.*

**Millisel viisil on erialaselt omandatud teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

*Ääm, noh, poliitreklaami vaatad teistpidi, et ses suhtes see on ka mingil määral tarbimine, reklaami tarbimine. Sa vaatad ja naerad mõni kord selle üle, kui sa tead seda põhja ja oled lugenud, ma ei tea, näiteks populismi kohta.*

**See on siis otseselt poliitikaga põhiliselt seotud?**

*Põhimõtteliselt küll. Ja majandusega ilmselt ka, et olen majandust õppinud, et ilmselt mingid turunduskampaaniad ja kuidas tahetakse nagu tõmmata, et sa vaatad asja kaks korda.*

**Milliseid teadmisi sa oled omandanud, mida sa seostaksid antud teemaga?**

*No põhimõtteliselt jah, see ei ole vist otseselt eetilise tarbimine, aga igasugused majandusained räägivad, kus on mõistlikum mingi toota jne ja siis see läheb sinna kategooriasse umbes peaaegu. Et välismaal ja odavalt ja ükstaspuha, kuidas sealt tuleb. Aga midagi konkreetset küll mitte.*

**Kas sa selle märgi tunnend ära?**

*Mkmm.*

**See on fairtrade'i märk, kas siis tuleb tuttavam ette?**

*Mkmm.*

**Palun defineeri, kuidas sina mõistad sellist asja nagu eetilise tarbimine?**

*Ma ei teagi, mingi põhimõtteliselt nagu jätkusuutlik vä, looduse või keskkonna suhtes just. Äkki, et jätkusuutlikum mõtlemine, et mida sa ostad ja sa ei, noh sa nagu tarbid ratsionaalselt, et mitte see sama, et võidab see, kellel on sures kõige rohkem asju. Et sa ei osta mõttetuid asju. Äkki sellega seoses kuidagi. Mõtlen nagu tarbimispiiramisi põhimõtteliselt.*

**Aga kuidas sa suhtud eetilisse tarbimisse?**

*Eino, mõistlik, selles suhtes, mul ei ole (...) kuidas ma suhtun, et ää tundub normaalne algatus, aga ma ei tea, kas ma sellega nii kaasa läheks, igas valdkonnas, ma ei tea.*

**Nii, et sa pigem pooldaksid seda?**

*Pigem pooldan.*

**Kas sa oled üldse teadlik sellisest teemast, nagu õiglase kaubandus, tööjõu probleemid?**

*Kuulnud olen.*

**Kirjelda, kust need teadmised pärinevad?**

*Ajakirjandusest, kuskilt. Uudistest või mis iganes, kus on olnud, räägitud.*

**Ise selle kohta uurinud ei ole?**

*Ei ole, ei.*

**Mis sa arvad, millise elustiiliga eetiline tarbimine seostub?**

*Mmm (...) loodussõbraliku ja inimsõraliku mõtteviisiga ja eluviisiga pigem. Ma ei oska midagi muud või ma ei oska öelda ka konkreetselt.*

**Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele suuremat rõhku pöörama?**

*Iseenesest ma ei leia seda. Miks nad peaksid pöörama rohkem tähelepanu eetilisele tarbimisele, et miks neid peaks huvitama need tagapinnad, ütleme, kust toode tuleb või kui ebaõiglane on olnud selle vastu. Esiteks sa ei tea seda onju ja teiseks sinul on oluline, teoreetiliselt suhteliselt oluline ikka hind, millega see lõpp-produkt tuleb ja selle arvelt, kui mingi mees kuskil Ladina-Ameerikas oma veiniga näiteks saab vähem pappi või tal on kahjulik toota, siis noh, sind ei huvita ju, sinu, selle võrra läheb sinu hind odavamaks.*

**Nii, et sina ei leia, et inimesed peaksid selle suuremat tähelepanu pöörama?**

*Põhimõtteliselt sa pead ju rohkem maksma, kui see mee saab oma õiglast tasu, siis sina hakkad rohkem maksma selle lõpp-produkti eest. Ja kui see mees ikka jätkab oma tegemist, siis järelikult tal on siiski kasulik see mingil määral. Ta tuleb ots otsaga kokku, et ta ei sure ära seal.*

**Sinu jaoks on siis isiklik heaolu esikohal?**

*Jah.*

**Kas midagi siis üldse motiveeriks sind rohkem, näiteks õiglase kaubanduse tooteid ostma?**

*Mmm (...) ilmselt mingi väga kehv uudis sellest, kuidas lapsed töötavad kuskil või kuidas kedagi ekspluateeritakse kuskil, et ilmselt siis võibolla mõtleks, et kui on konkreetselt seotud mingi kaubamärgiga või midagi. Mitte nagu üldiselt.*

**Kuivõrd oluliseks sa seda teemat Eesti kontekstis pead nt võrdluses keskkonnasäästliku teemaga?**

*(...) Eestis ilmselt see ei ole aktuaalne praegu. Sellepärast, et kõigil on nagu enda, enda pärast mure rohkem, isiklik heaolu on märksa olulisem, kui mõelda praegu (...) praegu veel just tundub nii, kui teiste peale mõelda.*

**Mis võiks lisaks selle põhjuseks olla, et ta nii väheoluline on?**

*See ongi see, et me ei ole saavutanud seda arengutaset, et sa hakkad nüüd teiste peale mõtlema, on minu arvamus. See, noh, sama konflikt rootslasega rääkides, kui sa ütled, et mind ei huvita, mis sa (...) või mina ütlesin, et Aafrikas (...) mind ei huvita, et nagu (...) mind*

*huvitab see, et ma ise ots otsaga kokku tulen, siis ta ei saanud sellest aru. Et ma arvan, et see on nagu see arengutase, kui sa oled saavutanud teatud heaolutaseme, siis sa nagu oled valmis mõtlema teiste peale.*

**Mida sa arvad, kuidas suhtutakse sellesse teemasse 10 või 20 aasta pärast?**

*Noh 15 aastaga viie rikkama riigi, viie aastaga viie rikkama riigi, mis see oli. (...) Ei ma arvan, et muutub, ta ilmselt (...) see sõltub muidugi ka promost, kui palju seda suudetakse teha. Kuna mina ei ole seda siltigi näinud, ilmselt ei ole siiani Eestis väga seda promo tehtud.*

**Nii et läbi reklaami?**

*Läbi reklaami, muutub ilmselt, noh, kui sa jõuad tarbijaskonnani ja suudad läbi hammustada selle kaitsekihi neil ja, siis võib juhtuda, et hakatakse hoolima.*

**Kelle asi see peaks olema, et inimesi antud teemal, mis on siis õiglane kaubandus ja tööjõu ning poliitilistel küsimustel, informeerida?**

*Mis iganes kodanikuühiskond (...) milline osa sellest, ma ei teagi, kes seda ise ajab. Et selles suhtes, kas riigi, riik minu meelest ei peaks seda tegema. Riik, riigil oleks konkreetne poliitiline sekkumine millessegi, nagu läbi selle. Minu meelest see ei oleks päris õige, et ilmselt mingi, noh, MTÜ või mis iganes, mingi kodanikuühendus, mis ise ajab seda asja.*

**Oleks sul midagi veel lisada?**

*Ei.*

### **Lisa 3.8. Intervjuu transkriptsioon – 8N**

**Kui vana sa oled**

*21*

**Millisel erialal sa õpid?**

*Majandust ja kõrvalerialana riigiteadust.*

**Mitmendal kursusel sa õpid?**

*Kolmandal.*

**Millistele tootomadustele sa mõtled, kui lähed ostma endale toitu?**

*Ää, kindlasti värske ja noh selline kvaliteetne, et ää ma eelistan nagu mahepõllundust ja, ja ee ja siukeseid üldiselt siis kodumaist, nagu Eesti kaupa.*

**Kas see on ainuke aspekt, millele sa tähelepanu pöörad?**

(...) Ee, noh ma ei oska nüüd niimoodi öelda, üldiselt küll jah. (...) Hinna ja kvaliteedi suhe kindlasti ja oleneb muidugi eksju poest, et kui, see kui sa nagu otseselt suhtled teenindajaga, siis muidugi loomulikult mõjutab see teenindaja suhtumine ka, et kui teenindaja on tasemel ja siuke noh, siis pigem ostad nagu võibolla tema käest kui võibolla mõne halva teenindaja käest. Aga jah ei, ses suhtes, et pigem nagu hinna kvaliteedi suhe ja noh pigem võibolla siis, võibolla mõni. Mina ostaks pigem nagu kallima toote, nagu kvaliteetsema aga kallima toote kui mingisuguse väga odava aga noh mitte kvaliteetse toote.

**Millistele tootemadustele sa siis mõtled, kui sa riideid või jalanõusid ostad?**

Millist kvaliteediomadust?

**Ei, millistele tootemadustele sa mõtled üldiselt? Mis on sinu puhul määravaks riiete ja jalanõude ostmisel?**

Et nad oleks mugavad esiteks, see muidugi, põhiline on see, et ta mulle meeldiks. Aga, et noh, ta oleks mugav, et ma tunneks ennast hästi selles, nendes jalanõudes või riides ja siis ee loomulikult hind on ka eksju faktor. Et kui on ikka mingi väga kallis, siis ma nagu, ei pigem, ei osta, et pigem otsin võibolla mingi muu toote, mis on odavam, aga noh samamoodi mugav. Aga loomulikult ka, et ta oleks nagu kvaliteetne asi, et ei ole mingi niidid ei jookse kuskilt, mingi ma ei tea, jalanõu tald tuleb kohe alt ära või midagi. Noh selles suhtes, et kvaliteet on ka tähtis, et mingit väga odavat ja mittekvaliteetset, samamoodi nagu kõigi teiste kaupadega, et või, et riiete jalanõude puhul samamoodi. Pigem kallim aga kvaliteetsem.

**Kolmas asi oleks siis et, mis on määrav siis, kui sa elektroonikat või tehnikat endale ostad?**

Noh nagu ma ütlesin, mul on suht kõigi kaupadega on see, et hinna ja kvaliteedi suhe ikkagi. Et ta oleks, elektroonika puhul kindlasti, et ta töötaks, et ta nagu, et seal on garantii. See on hästi tähtis, et ikka vähemalt paar aastat oleks garantii. Et kui ma mingit elektroonikat ostan et ma tean et ta ei lähe katki. Noh kui ka läheb katki, et siis noh mul on tagatud see parandus.

**Palun järjesta need erinevad omadused?**

	Toidukaup	Riided ja jalanõud	Tehnika
Loodussõbralikkus	5	10	11
Kvaliteet	1	1	1
Bränd	9	7	8



Uus toode	10	11	9
Tuntus	8	8	6
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			7
Õiglane kaubandus	6	9	10
Värskus (toidukaupade puhul)	2		
Hind	4	2	3
Tootja eetiline reputatsioon	3	6	5
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		5	2
Teeninduse kvaliteet	7	4	4
Mood ja trend	11	3	12

**Siin on välja toodud erinevad kaubagrupid. Ütle, kuivõrd oled nende puhul mõelnud sellistele aspektidele, nagu aus kaubandus, tööjõu küsimused või siis poliitilised küsimused?**

*(...) No eelkõige muidugi no riided ja jalanõud, et need on nagu need kaubad, mille puhul kõige rohkem on ju ka meediakajastus olnud et. Et need näiteks, noh alaealiste tööjõudu kasutatakse ja muud siukest. Et need on võibolla põhilised, mille puhul nagu, siis nagu vaatad, et ta oleks nagu normaalne ikka bränd, mis sa tead, et ei kasuta siukest tööjõudu. Ja siis noh kah sporditarbed ja, ja, ja, võibolla, et siis nagu mänguasjad, et ma ei ole nagu kuulnud. Et toiduainete puhul muidugi ka, et, et on mõned toiduained, mille puhul kasutatakse neid mingit siukest, siukest alaealiste tööjõudu või siis on nagu, ei ole nagu nii noh eetiline see asi. Et mõned toiduained ka aga, üldiselt nagu toiduainete puhul ma seda nii nagu väga ei ole mõelnud, sest et, noh, et ei ole väga kuulnud, et Eestis seda asja, nagu oleks väga probleeme sellega. Et siis nagu selle peale ei, ei ole nagu nii väga mõelnud. Aga jah noh, kodutehnika ja elektroonika puhul ma nagu sellele üldiselt ei ole küll nagu mõelnud.*

**Aga kas riiete ja jalanõude puhul, oled sa sellele mõelnud ka ostuotsuse tegemisel?**

*No pigem võibolla siis see, et nojah ostmise hetkel selles mõttes küll, et kui ma tean kindlalt, et see bränd kasutab ebaeetilisi, noh, võtteid oma toote valmistamisel, siis ma põhimõtteliselt nagu, kui ma lähen midagi ostma, et siis ma seda brändi nagu lihtsalt ei vaatagi või ei arvesta nagu sellega, et siis ma nagu, noh jah, kuidagi hoian nagu eemale sellest brändist, et selles suhtes küll jah.*

**Aga kas sa oskad välja tuua praegu mõnda brändi, mida sa tead, et on ebaeetilise tegevusega tegelenud?**

*Vot nüüd praegu kohe niimoodi ei tule ette, sest Eestis nad ei ole nagu väga suurt probleemi sellega olnud, et Eestis võibolla on suhteliselt vähe seda probleemi. Et võibolla nüüd, mul ei tule praegu niimoodi, ei tule ette.*

**Kas toiduainete ostmisel oled ka selle peale mõelnud ostmisel või sa lihtsalt tead sellest asjast midagi?**

*Ei võibolla see on nagu siuke alateadlik, vaata, mõjutus, et kui sa oled kuskilt kuulnud, et mingi asi on nagu, siuke, mitte nagu eriti hmm taunitav, et siis sa nagu kuidagi alateadlikult võibolla nagu. Selles suhtes, et poes ringi käies ma nagu ei mõtle küll, et nii, et see toode nüüd on võibolla, äkki ei ole nii eetiline või midagi, et siis pigem on võibolla jah mingi alateadlik nagu siuke, et lihtsalt ei juhata seda toodet, või noh, kuidagi lähed sellest mööda.*

**Aga poliitilistest aspektist, poliitilised asjad sind üldse ei mõjuta või sa ei ole neile mõelnud?**

*Üldiselt poliitilised, ma ei jah, ei leia, et see mind nagu nii väga mõjutaks, et see on nagu, kuidagi jah minust, nagu mööda läinud et.*

**Aga võibolla on mõni muu valdkond, mida siin ei ole, mille puhul sa oled samadele aspektidele mõelnud?**

*(...) Mmm (...)Hetkel küll ei tule nagu ette.*

**Oled sa ise ostnud mõne toote, mida sina seostaksid eetilise tarbimisega?**

*(...) Mida mina seostan eetilise tarbimisega, too mulle mõni näide.*

**Kas sa oled ostnud näiteks *fairtrade* kaupu. Või mida sina üldse seostaksid eetilise tarbimisega.**

*Ma ei oska nüüd, vist lähiajal, vist ei ole. Ses suhtes, et kindlasti ma olen, aga võibolla nagu pigem, võibolla nagu siis, olles nagu mitteteadlik sellest. Või noh selles suhtes, et võibolla ma nagu ei mõtle selle peale nii palju, et, et see on nüüd nagu eetiline tarbimine, aga pigem võibolla jah.*

**Sa ostad mahepõllundustooteid ja eestimaist kaupa, kas sa seda ei pea eetiliseks tarbimiseks?**

*Mingil määral kindlasti on jah.*

**Aga sinu jaoks see ei ole eraldi siht, et eetiliselt tarbida?**

*(...) Otseselt, hmm, ei ma nagu ei ütleks jah, nagu et eetiline tarbimine nagu omaette siht, et oleks nagu minu jaoks.*

**Vaata seda Nike'i botast ja ütle millised omadused või väärtused selle botasega seostuvad?**

*Ääm, et just nagu et ta Nike on.*

**Jah, ta on Nike'i botas, mis märksõnad sul kohe tulevad mõttesse?**

*Noh (...) Nike on kuidagi noh, selles suhtes, et ta oli varem minu jaoks nagu siuke kindla kvaliteedi ja usaldusvääruse ja noh, et selline (...) noh et, jah, et ta on selline kvaliteetne ja usaldusväärne ja vastupidav. Aga viimasel ajal on see arvamus nagu veidi muutunud, Nike'st, et ta, nüüd ta nagu nii väga nagu kvaliteeti minu jaoks nagu ei rõhu. Või noh selles suhtes, et ta ei ole enam nii kvaliteetne enam minu jaoks. Aga noh, Nike'i botased on alati minu jaoks olnud, on nagu väga mugavad. Selles suhtes, et nad on, nad on suhteliselt vastupidavad ka. Et jah. Jah ka vastupidavus ja mugavus.*

**Kas kõik sinu poolt nimetatud aspektid mõjutaksid sind ostuotsuse tegemisel?**

*Kindlasti.*

**Kas selle Nike'i botasega seostuvad ka sellised aspektid nagu tööjõu väärkohtlemine?**

*Viimasel ajal, viimasel ajal küll jah. Viimasel ajal ma olen nagu just nende suurte brändide puhul, nagu üritanud tähele panna, et kes neist (...) teeb oma tooteid ebaeetiliselt, valmistab neid ebaeetiliselt, viimasel ajal kindlasti.*

**Seega sa oled igasugustest debattidest ja asjadest ikkagi teadlik ja kuulnud?**

*Jah, noh mitte nüüd mingi väga põhjalikult neid uurinud, aga kindlasti jah.*

**Ja kuidas siis seda hindaksid, et mis sinu arvamus sellest on?**

*No ma leian, et see ei ole õige, et nüüd need suurfirmad niimoodi tööjõudu ära kasutavad, et, et kuna nad on juba noh, nad on nii kaua eksisteerinud ja nad on, noh, oma imidži nagu loonud juba, siis ja noh üldiselt see imidž siinamaani on olnud nagu suhteliselt hea, et see, et nad nüüd, nagu lähevad seda teed ja tööjõudu ära kasutavad, et see on, noh, see minu jaoks toob nende maine alla, et. Et, ää, ma jah võibolla varem nagu ei mõelnud kaks korda enne kui ma ostsin mingi, mingi Nike'i toote või mingid siukesed, aga noh, nüüd ta nagu paneb mõtlema, et, kas äkki võibolla siis hoopis mõne teise brändi kasuks otsustad. Kuna on nagu siukesed, noh, need need, kuidas ma nüüd ütlen nüüd, on nagu võimalused, et nad on kasutanud mingeid ebaeetilisi võtteid.*

**Millise riigi kauba sa jätaksid ostmata, kui see oleks võimalik, kui on selline riik olemas?**

*Ee, ei ole, ei seda küll nii, et mingit riiki nagu eiraks või midagi. Et ää, kui, kui see on nagu, kui kaup on kvaliteetne ja on kasutatud normaalset tööjõudu, ei ole nagu mingit ebaeetilist aspekti sellel, ma ei näe nagu vahet, mis riigi toodang ta on.*

**Kas näiteks Venemaa või Hiina kaupade vältimiseks oleks mingi põhjus?**

*Ei, ei ole.*

**Eelmine aasta oli Venemaa ja Gruusia vahel konflikt. Kas sa sellel ajal mõtlesid selle peale, et ostaksid näiteks rohkem Gruusia veine?**

*(pikem paus) Kusjuures võibolla isegi, nagu uuu, oligi või no selles suhtes jälle, et nagu pigem siis mitte nüüd nii otseselt mõeldes sellele, et eksju Venemaa ja Gruusia vahel on konflikt, vaid see, et kuna Venemaa ja Gruusia käisid niipalju läbi nagu meedias ja et ta oli kogu aeg aktuaalne, et siis võibolla lihtsalt nagu, et poes, nagu veini ostes, vaatad, et oo näe Gruusia veinid, et siis võibolla pigem nagu niipidi, et mitte otseselt nagu, et see siis kuidagi toetad Gruusiat.*

**Kirjelda, kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud?**

*Ma ei oskagi öelda (...)*

**Kuidas su tarbimisharjumused olid paar, kolm, viis aastat tagasi ja kuidas nad nüüd on?**

*Ma pakun, et kindlasti võibolla teadlikumaks, selles suhtes, et ee, et ee ma võibolla jah vaatan rohkem nagu just seda, nagu seda kodumaise toodangu aspekti võibolla rohkem. Et ma nagu ee tarbin pigem nagu kodumaist kui välismaist. Et selles suhtes võibolla, eem, jah võibolla see on nagu muutunud.*

**Aga mis selle põhjuseks on?**

*Noh, võibolla, et põhiline (...), põhiline ee aspekt on see, et toetada Eestit ja Eesti põllumajandust, et kuna ta on siin viimastel aastatel suht siuke, noh (...) kriisis, et võibolla jah, et natukenegi toetada.*

**Millisel viisil on erialased teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi? Nii majandusalased kui ka politoloogiariduse poole pealt.**

*Noh ses suhtes, et kuna ma nagu otseselt olen nagu võtnud aineid ka, mis just nagu tarbimisest, et just nagu tarbimise (...) kuidas ma nüüd ütlen, tarbimisotsused, inimeste tarbimisotsustest, see mingil määral mõjutab, et. Et, ee kui sa jälle kuuled mingisugusest ebaeetilisest käitumisest või mõne suurfirma puhul või teada saad, et kuidas tegelikult mingi, mingi firma toimib, et, et, et kindlasti mõjutab, et kui see ei vasta minu nägemusele eetilisest,*

*ei noh selles suhtes, et kui ma nagu ei ole nõus sellega, et mida nad teevad, et see kindlasti mõjutab ja paneb rohkem mõtlema ja teisi brände valima. Et, ee see, selles suhtes, et (...) politoloogiline või see politoloogia nii väga pole mõjutanud. Pigem jah see majandus, et haridus, natuke ikka.*

**Oskad sa välja tuua, milliseid omandatud teadmisi sa seostaksid antud teemaga?**

*Milliseid omandatud teadmisi (...) No, näiteks ma, omandatud teadmisi, terve üks aine mis mul oli nagu, rahvusvaheline tarbijakäitumine ja -kultuur ongi nagu põhimõtteliselt see. Seesama et, sellega nagu piirdukski. Ja see on ka rahvusvaheline tarbijakäitumine, sellega seoses on mul veel aineid, et, et, suhteliselt suur osa sellest, mida ma majanduses õpin ongi seotud nagu tarbijakäitumisega.*

**Kas sa tead, mis märgiga tegemist on?**

*Ei oska öelda praegu küll. Ma, ma olen näinud seda.*

**See on fairtrade märk. Oled sa sellega ise nüüd kokku puutunud?**

*Ma olen, ma olen näinud seda märki päris, päris mitu korda jah.*

**Defineeri palun, mida tähendab eetiline tarbimine sinu jaoks või kuidas sina seda mõistad?**

*Eetilist tarbimist. (...) Hmm, teda pole võimalik nii nagu ühe lausega nagu defineerida.*

**Sul on võimalus mitme lausega seda defineerida.**

*(naer) Ok, noh eetiline tarbimine minu jaoks (...) on siis see, et ma, et valitaks tooteid, mis on, mis on toodetud, eem ausal teel, et pole kasutatud alaealisi selle tootmiseks või siis makstud ebaõiglaselt, väga vähe töölistele või siis kuidagi teistviisi neid töölisi, kes seda toodet siis nagu teevad, kuidagi neid nagu ära kasutatud mingil viisil. Noh ja need materjalid, et need oleks nagu ausal teel saadud ja poleks nagu, noh. Põhiliselt siis, et see tootmine ja see kõik oleks aus ja avalik, et seal pole peidetud aspekte.*

**Kirjelda kust sinu teadmised eetilise tarbimise kohta pärinevad?**

*Noh, kindlasti koolist, ülikoolist, et sealt võibolla enamus teadmisest, aga ka ajakirjandusest ja üldse meediast.*

**Millise eluviisiga eetiline tarbimine seondub sinu jaoks?**

*Eluviis (...)*

**Või mõtteviis?**

*Selles suhtes, et eluviis, vahet pole ju, et milline su eluviis on, et. See mõtteviis, et tarbid kvaliteetseid tooteid, tooted, mis on tunnustatud võibolla ja selles suhtes, et nad on läbinud mingi kvaliteedikontrolli.*

**Aga mõeldes eetilise tarbija peale, siis milline ta on?**

*Selles suhtes, et ma leian, et tegelikult nagu, näiteks vanus, et kas ta on noor või, või vana, pigem nagu ei tohiks selles rolli mängida. See on rohkem nagu mõtteviis. Pigem võibolla jah, kui võtta nagu rikas või vaene, siis, kui võtta vaesed inimesed, kuna üldiselt kipuvad need eetilised tooted olema veidi kallimad või selles suhtes, et nad ei ole nüüd nii meeletult odavad. Et võibolla vaestel inimestel on vahel nagu raskem neid tarbida. Aga üldiselt ma leian, et nagu sellist kriteeriumit, et need nagu, et see ei oma nagu tähtsust.*

**Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele rohkem tähelepanu pöörama, kui nad hetkel seda teevad.**

*(...) Alati võiks rohkem tähelepanu pöörata sellistele asjadele, nagu näiteks eetiline tarbimine.*

**Aga mis põhjusel võiks seda rohkem teha?**

*Ehh, noh võibolla kõige lihtsama on noh, et ennast harida, et harida ühiskonda, et tõsta seda teadlikkust.*

**Mis motiveeriks sind isiklikult näiteks ausa kaubanduse tooteid rohkem ostma?**

*(...) Mis motiveeriks mind. (...) Noh, mis alati mõjutab muidugi hästi palju, on reklaam. Et, ee, just, et mitte ainult mind üksi, vaid just üldse nagu, et see massideni jõuaks, tuleb teha reklaami. Jaa, ja noh muidugi rõhuda võibolla jah sellele, et on tegemist nagu ausa kaubandusega, et jah, ma ei oska nagu (...)*

**Et sind siis nagu mõjutaks see, et oleks rohkem reklaami ja rõhutataks ausale kaubandusele, et need kaks aspekti?**

*Ma usun küll, et see nagu alateadlikult alati nagu mõjutab. Et jah, ma arvan, et need on võibolla kaks põhilist.*

**Kui oluliseks sa seda teemat hetkel pead, näiteks võrreldes keskkonnasäästlikkusega?**

**On see inimeste seas aktuaalne või pole?**

*Eem ja, ei muidugi ta on aktuaalne, peabki olema. Et see on tähtis teema ja, jaa (...)*

**Nii et sina tunned, et see teema on praegu üleval ja et selle üle arutletakse?**

*Jah, jah ma usun küll, et ta on üks nendest. Praegu varjutab kõiki see majanduskriisi teema, aga. Aga jah, ta on, ta on üks nendest teemadest.*

**Mis sa arvad, mis on selle põhjus, et ta aktuaalne on?**

*Ma arva võibolla, et põhiline ongi see, et viimasel ajal on hästi palju välja tulnud neid juhtumeid, et kasutatakse ebaeetilisi võtteid nagu toodete valmistamisel. Et ee, see on tõstnud seda, et noh teadlikkust või. Ja nagu jah, see on nagu meedia. Kuna, kuna need on välja tulnud, need juhtumid, siis ta on meedia huviorbiidis ja seeläbi ka aktuaalne.*

**Mis on sinu arvamus, kuidas sellesse teemasse suhtutakse näiteks 10 või 20 aasta pärast?**

*Ma loodan et selleks ajaks on juba nagu inimesed rohkem haritud sellel teemal ja võibolla siis panevad rohkem tähele seda, kuidas neid kaupu on toodetud ja ma loodan, et ka suurfirmad on õppinud sellest kogemusest. Et, et siis võibolla siis on, ei ole enam nii põhjust sellest rääkida. Võibolla siis, ma loodan vähemalt, et selleks ajaks on see (...) nagu noh probleem leidnud lahenduse ja eetiline tarbimine on selles suhtes, kuidas ma nüüd ütlen, ta on, pole enam probleem, et noh inimesed tegutsevad sellel teel.*

**Kelle asi see peaks olema, et inimesi harida sellel teel? Kes peaks inimeste teadlikkust tõstma?**

*(...) Pigem nagu, ma usun, et see võiks olla nende ettevõtete, ja inimesed ise peaksid ennast harima sel teemal ja, et siis jah. Muidugi keegi peab seda infot ja seda, andma.*

**Kas reklaam või mittetulundusühingud või kes peaks seda infot edastama?**

*Noh, võibolla kõige lihtsam ja nagu inimestele nagu kõige vastuvõtlikum viis oleks mittetulundusühingute ja vabatahtlike kaudu, siis kes on, kes tegelikult ju, noh, kes on osa kodanikest, nad on samal tasemel, et siis see tuleb, et inimesed kuulavad seda rohkem kui riigi kampaaniat.*

**Soovid sa midagi lisada, täpsustada või jäi midagi mainimata?**

*Praegu küll ei tule ette.*

### **Lisa 3.9. Intervjuu transkriptsioon – 9M**

**Kui vana sa oled?**

22

**Millisel erialal sa õpid?**

*Majandusteadust, kolmandal kursusel. Ma olen võtnud nii ettevõttemajandust kui rahvamajandust nagu majanduse kõrvalerialasi.*

**Minnes poodi, millistele toote omadustele sa rõhku paned, kui ostad toitu?**

Mhm, et kuna ma olen tudeng, siis ma olen väga hinnatundlik tarbija, et esimese aspektina ilmselt hind, aga hinna kvaliteedi suhe ka üldiselt, et noh odava hinna nimel päris halba toodet ka ei osta, aga hinna kvaliteedi suhtele põhimõtteliselt.

**Millised omadused kvaliteedi alla veel kuuluvad?**

Värskus on kindlasti kvaliteedi osa minu jaoks. Ää, ja loodusesõbralikkus ka tegelikult toidukaupade puhul

**Ostes riideid või jalanõusid, milliseid omadusi sa siis vaatad?**

(...) Mmm, jälle sama tegelikult, aga mm seal, seal ei ole hind niivõrd oluline minu jaoks, et toidu puhul on tähtsam, kuna riideid ja jalanõusid ma ostan pigem harva, siis esmatähtis on kvaliteet. Vastupidavus läheb kvaliteediga kokku, ka väga oluline, ja rohkem vist sinna alla mitte.

**Kolmas valdkond oleks elektroonika, millele sa siin rõhku paned?**

Et see on veel samm edasi kvaliteedi poole, seal on (...) et noh jälle, ma ostan seda veel harvem ja sellega kehtib see asi, et ei ole nii rikas, et odavat asja osta. Et, et kvaliteetseid asju. Arvuti ostmisel näiteks, äää, et oleks äriklasi sülearvuti näiteks, mitte tavakasutaja oma, et olen nõus ka rohkem maksma kvaliteedi eest. Kvaliteedi all on tehnilised omadused ja ka teeninduse kvaliteet on tehnika puhul päris oluline, et just järelteenindus ja see pool ka, et müüja aitaks valida tehnikat ja saaks vastuseid oma küsimustele.

**Nii et kõigi kolme valdkonna puhul on hind ja kvaliteet kõige peamised?**

Jah, ma arvan küll.

**Vaata palun neid erinevaid omadusi ja järjestaja need valdkondade kaupa tähtsuse järjekorras.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	5	12	13
Kvaliteet	3	2	1
Bränd	8	5	9
Uus toode	10	11	7
Tuntus	9	6	5
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			4
Õiglane kaubandus	7	10	11



Värskus (toidukaupade puhul)	4		
Hind	1	4	6
Tootja eetiline reputatsioon	6	9	10
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		3	2
Teeninduse kvaliteet	11	7	3
Mood ja trend	12	8	12
Maitse või meeldivus	2	1	7

**Vaata seda teist nimekirja ning ütle, kas oled mõne kaubagrupi puhul mõelnud õiglasele kaubandusele või töötajate või poliitilistele küsimustele, probleemidele?**

*Ma mõtlesin selle peale enne siiatulekut, et täiesti üldises plaanis ma eriti palju sellele ei mõtle. No minu puhul, noh, ilmselt see töötaks niimoodi, et kui ma teaksin mõnel konkreetsel juhul, et mõnda negatiivset näidet, et selle firma toode on konkreetselt seotud lapstööjõu kasutamisega või, või mingi täiesti ebaeetiline kaubandus, et siis, sellisel juhul ma, ma ei eelistaks seda toodet, aga lihtsalt see, et noh see positiivne reklaam, minu puhul, hinnatundliku tarbijana, väga palju ei tööta. Et kui panna mõnele tootele, noh ausa kaubanduse silt peale ja selle arvelt kõrgem hind, siis ma ei pruugi seda eelistada, sellepärast et odavama toote puhul, kui ma ei tea, et selle puhul ei ole tegemist ausa kaubandusega. Aga, noh, kui niimoodi gruppide kaupa vaadata, siis noh, ilmselt saaks siin mõelda rohkem selle peale näiteks (...) riiete ja jalanõude, kosmeetika puhul (...) Mmm, teiste puhul, ma arvan, et see on vähem aktuaalne.*

**Aga mida sa riiete ja jalanõude puhul siis mõelnud oled?**

*See sama lapstööjõu kasutamise teema, et ja noh alatasustamine ja noh seal võib olla mingi pooleldi orjatöö variant ja noh selliseid asju. Ma jälle ei tea konkreetseid näiteid konkreetsetest toodetest, aga ma usun, et nendes tootegruppides võib, võib see probleem olla aktuaalsem.*

**Ja mida sa kosmeetika puhul siis mõelnud oled?**

*Seal on nagu pigem ebaeetiline testimine, et noh, kas loomade või ka inimeste peal, et mingite toodete testimisel ebaeetilised võtted.*

**Kas sa ise oled ostnud mõne toote, mida sa seostaksid eetilise tarbimisega?**

*(...) Äää, mul ei tule meelde niimoodi konkreetset näidet, et ma oleks just selle pärast ostnud mingi toote, et ta on eetilise tarbimise märgiga või midagi sellist.*

**Aga mida sina üldiselt pead eetiliseks tarbimiseks?**

*(...) Äää, see tähendaks, noh näiteks see sama riiete ja jalatsite valmistamisel, et ma tean, et töötajad saavad korralikult tasustatud. See on üks, üks põhiline asi. Kosmeetika puhul just see sama, et, et neid ei, noh see on jälle, et noh neid ei testitaks ebaõiglaselt, et ei tehtaks liiga loomadele või inimestele toodete testimisega, aga noh see piir jälle, kus see täpselt on, et noh seda ma ei oska ütelda.*

**Vaata seda Nike'i botast ja kirjelda, millised omadused või väärtused sul sellega seostuvad?**

*Äää, Nike'i puhul kvaliteet kindlasti, kõrge hind samas jälle, vastupidavus ja mugavus.*

**Kas need omadused mõjutaksid sinu ostuotsust ka?**

*Kindlasti, et need on nagu põhilisemad asjad, mis mõjutaksid, kui noh tegu on spordijalatsiga, siis seal on kvaliteet ja vastupidavus isegi veel olulisem, kui tavalise jalatsi puhul, minu jaoks.*

**Kas sul selle botasega töäjõu väärkohtlemise teema ka mõttesse tuleb?**

*Äää, natukene tuleb mõttesse, ee, samas ma ei tea jälle, kuidas on teiste firmade botastega, et tuleb tõesti mõttesse, et selles mõttes, need on toodetud kuskil Malaisias, sellises Aasia piirkondades, kus nagu vabalt võib midagi sellist olla. Aga jälle ma ei ole kuulnud konkreetselt, et (...)*

**Mida sa arvad sellisest lapstööjõu ärakasutamisest ja töäjõu väärkohtlemisest?**

*See on vale kindlasti, et (...) nojah, negatiivselt suhtun üldiselt. Aga noh, minu tarbimisotsust nagu iseenesest ei muudaks see, et, ei muudaks see, kui ma kindlalt ei tea, kas on midagi sellist või ei ole, kui mul on lihtsalt mingi aimdus, et võib olla, see veel ei muuda mu tarbimisotsust. Sellepärast ma ei hakka eelistama näiteks kallimat toodet, mille puhul ma kindlalt tean, et seal seda ei ole. Aga kui ma olen kuulnud konkreetselt, noh mingid väga koledad asjad toimuvad, et, et siis võiks mõjutada.*

**Millise riigi kauba sa jätaksid ostmata, kui sul oleks võimalus, kui selline riik on olemas?**

*Ei ole, ma arvan.*

**Aga mida sa arvad Venemaa kaubast?**

*(pikem paus) Äää, miks mitte (...) noh, kui kauba muud omadused täiesti sobivad, siis ei ole minu jaoks nagu piiri. (...) No mõni kord võiks mõtelda, noh nagu oli Gruusia sõja ajal, osteti Gruusia veini, selleks, et toetada Gruusia majandust. Selliseid asju ma pooldan ja selliseid asju ma teeks ka ise. Noh, Gruusia vein, ma ise küll ei ostnud, aga, aga noh seltskonnaga*

ostsime küll, näiteks sellel ajal, kui, kui see nagu populaarne oli ja aktuaalne. Ää, aga selles mõttes, noh poliitilistel põhjustel mingi majanduse soodustamist ma teeks küll, aga mingi, mingi riigi, noh, täielikku boikoteerimist lihtsalt selle riigi nime pärast, et seda mul ei tule praegu kohe pähe. Et noh, võibolla (...) minu jaoks on vist olulisem konkreetse ettevõtte, konkreetse tootja teod kui selle riigi teod. Noh, ostuotsuse tegemisel

**Saan ma õigesti aru, et sinu puhul oleks mõeldav toetuse avaldamine läbi tarbimise?**

Jah, kui see on nagu vajalik. Noh, näiteks praegu võiks avaldada toetust eestimaiste asjade kaupade ostmisega. Et jah, täitsa vabalt?

**Sina siis toetad Eesti majandust sedasi?**

Praegu konkreetsetel hetkel vist mitte väga, noh ma mõtlen, ma pean praegu lähtuma rohkem hinnast. Noh, ma üleüldiselt, kui hind ei oleks faktor, siis ma eelistan eestimaist kaupa, aga niimoodi päris teadlikult ainult Eesti kaupa tarbida, noh midagi sellist ma ka ei tee.

**Mis sul Hiina riigi toodanguga seostub?**

Eee, Hiinaga on selline huvitav lugu, et kapitalismi ja noh kommunismi kokkupanemine, et see on nagu suht huvitav majandusmudel, mis, millega nad on edu saavutanud. Et kindlasti seostub odav tööjõud ja varem seostunud ka, ka nõrgem kvaliteet. Aga, aga ma arvan, et see kvaliteedi küsimus ei ole praegu enam nii oluline, et see on paranenud. Samas, kui nüüd spetsiifilisemaks minna, siis tehnika puhul ja selliste toodete puhul, kus, jah just tehnika puhul ma pigem ikka väldin, selle varasema kvaliteedikahtluse pärast. Aga jah, kõrgtehnoloogiliste toodete puhul ma pigem väldin.

**Kirjelda, kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud?**

(pikem paus) Mmm.

**Millised need olid 3 või 5 aastat tagasi ja millised need nüüd on?**

Ei ole väga palju muutunud (...) et noh, võibolla, võibolla lihtsalt see, et ma olen nagu ee, rahalises mõttes iseseisvunud rohkem ja ma pean rohkem silma pidama nagu, silmas pidama hinda. Selles mõttes on muutunud, et ma olen hinnatundlikum. Aga noh, muud, muud asjad nagu tõekspidamised ja mille järgi ma kaupu valin ja kõik see, ma ei tunne, et oleks eriti muutunud.

**Millisel viisil on erialaselt omandatud teadmised sinu tarbimisharjumusi muutnud?**

Eee, ma arvan, et ei ole.

**Aga oskad sa välja tuua, milliseid omandatud teadmisi sa seostaksid käesoleva temaga?**

Natukene mul hakkas seostuma see sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtluse teema, et noh just positiivse näited, kus ettevõtted hoolivad ka millestki muust kui oma kasumist, et noh see mõtteviis. Aga (...) rohkem, rohkem jälle ei tule, nagu kuidas erialaselt. Noh, ma väliskaubandusteooria peale mõtlen ka nagu päris palju, selles mõttes, et siis kui sa küsisid selle, selle kohta nagu milliste riikide toodanguid eelistada ja milliseid mitte, siis üldiselt, noh, minu eriala on mulle õpetanud seda, et kaubandus on hea, et igasugune kaubandus on hea tegelikult ja mõlemale poolele hea. Selles mõttes, noh, ma pooldan nagu täielikult igasugust väliskaubandust, et noh, mõnikord poliitilistel põhjustel tõesti tasub nagu mõnda riiki rohkem toetada, aga see võib olla põhjus, miks ma ei tahaks ühtegi riiki nagu boikoteerima hakata.

**Kas sa tunned ära selle märgi?**

Tegelikult ei tunne, aga ma arvan, et see võib olla see fairtrade.

**Oled sa sellega kokku puutunud?**

Eem, ma ei ole seda näinud, aga ma olen sellest kuulnud viimasel ajal.

**Mida sa sellest kuulnud oled?**

Äää, no kõigepealt, ee sinu kursaõde Elina tegi minuga ühe intervjuu ja mainis seda. Ja siis (...) ja siis kuskilt ajakirjandusest on ka läbi jooksnud, aga noh, no olengi kuulnud seda. No minu arust tähendab see märk igal juhul seda, et mingitele toodetele pannakse see külge ja siis need tooted on, mm toodetud eetilisel ja õiglase kaubandusega on tegu, et, et just need samad küsimused: ei kasutata lapstööjõudu, tööjõud saab õiglaselt tasustatud, mm seal on kindlasti midagi veel.

**Siis kohe palungi sul anda definitsioon eetilisele tarbimisele?**

(pikem paus) Eem, noh, eetiline, eetiline tootmine siis just, mitte nii pigem eetiline tarbimine. No üks komponent on kindlasti noh, legaalse tööjõu kasutamine ja mõistlik tööjõu tasustamine ja töötaja väärtustamine. Ja siis ka igasugune muu sotsiaalselt vastutustundlike ettevõtlus, noh kui mingi ettevõtte, lisaks oma põhitegevusele, toetab mingit sotsiaalvaldkonda näiteks või teeb mingit ühiskondlikku heategevust, et jälle väga eetiline. (...) Siis see komponent ka, et ravimite ja kosmeetika testimise küsimus, et, et kellelegi seoses sellega liiga ei tehtaks. Ja ilmselt siis see on väga tootespetsiifiline ka, et ta ei ole ainult, noh et üldiselt, üldiselt tulid need komponendid meelde, aga mingite konkreetsete toodete puhul on omad eetilised aspektid juures.

**Aga mõeldes nüüd pigem tarbimise poole pealt, kuidas sa sellest aru saad?**

*Siis sa eelistad sellisel juhul tooteid, mis on eetilisel toodetud. Et sa väldid, väldid tooteid, mille puhul sa tead, et on käitunud, käitunud ebaeetiliselt. On ka see ökoloogilise jalajälje ja keskkonnasäästlikud aspektid ka veel.*

**Millistest allikatest sinu teadmised eetilise tarbimise kohta pärinevad?**

*Arvan, et ajalehtede ja internetiväljaannetest, üksikud artiklid on silma hakanud. Ma, mul mingit süsteemset teadmist ei ole veel, et see on kuskilt lihtsalt, niimoodi, jooksvalt üht teist kuulen, väga palju pole uurinud. Seega ise ei ole midagi otsinud, kui olen märganud midagi huvitavat, siis olen lugenud.*

**Millise eluviisi, mõtteviisiga sa eetilist tarbimist seostaksid?**

*(pikem paus) Ta on ilmselt iseenda tegevuses ka eetiline, et selles mõttes, ise lähtub ka põhimõtetest, et kellelegi mitte liiga teha ja, ja noh, endast nagu anda midagi ühiskonnale. Ta on ilmselt, kui sellist stereotüüpi luua, siis pigem kõrgelt haritud, eem, teadlik ühiskonnast toimuvast ja tunneb huvi, et on kursis ajakirjandusega ja, ja noh, maailma majandusega, näiteks.*

**Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele suuremat tähelepanu pöörama, kui nad hetkel seda teevad?**

*(...) Pigem jah, alati võib rohkem tähelepanu pöörata. Ee, seal võib olla, noh see küsimus ka, et tarbijate teadlikkust tuleks tõsta, siis see juhtuks võibolla iseenesest. Lihtsalt mina näiteks enamasti tean, noh see fairtrade kampaania on iseenesest selles mõttes hea asi, et kui mul oleks rohkem raha, siis ma võibolla mõtleks selle peale rohkem ja eelistaks neid kaupu. Et, või noh, kui asi ei ole rahas, oletame, et hinnad on võrdsed, siis miks mitte eelistada sellist kaupa või noh, kui ei ole see kaubamärk, aga sa tead, et, et ettevõtte on nagu sotsiaalselt aktiivne ja eetiliselt tegutsev.*

**Sina leiad siis, et inimesed ei tea sellest hetkel väga palju?**

*Ma arvan küll jah.*

**Aga mis võivad selle põhjuseks olla, et praegu ei teata sellest?**

*(...) See võib olla, võibolla lihtsalt see, et inimesed ei tunne huvi nagu nende asjade vastu, et em, selle peale lihtsalt ei mõelda. Ma ise olen hakanud ka viimasel ajal rohkem mõtlema, tänu sellele, et ma olen sellest rohkem kuulnud. Et varem, näiteks toidupoes üldse ei pööranud tähelepanu sellistele asjadele, võibolla suuremate ostude puhul mõtlen natuke rohkem, aga niimoodi, noh, see ei ole otseselt mõjutanud minu ostuharjumusi eriti. Aga just on põhiliselt, et need samad kaubagrupid, nagu riided, jalatsid, kosmeetika, ravimid, nende puhul on olnud*

mingeid negatiivseid uudiseid, see on pannud selliselt üldiselt mõtlema teema üle rohkem. Ma arvan, et selline üldine mõtlemine teeks ka head ja pikas perspektiivis võiks ta nagu viia eetilise tarbimiseni.

### **Kelle asi see peaks olema, et inimesi eetilisest tarbimisest rohkem teavitada?**

(...) Eem, see on paljude mure, et alustuseks ta võiks olla eetiliste tootjate mure. Noh, kui, kui näiteks võtta kasvõi see tööjõu õiglase tasustamine, siis see, näiteks selle puhul tuleb ka toote hind kõrgem ja siis on juba puhtalt nende majanduslik huvi, et inimesed saaksid teada, et noh, et see on nende üks põhieesmärk, olla eetiline tootja. Et see teadlikkus võiks tõusta sealtkaudu. Lisaks sellele, noh, miks mitte ka riigi mure. Et noh, riikide mure, et, et suurendada, suurendada eetilist tarbimist ja seeläbi nagu vähendada, vähendada turumehhanismide kaudu siis ebaeetilist tootmist. Et noh, see teeks ühiskonnale tegelikult head, nagu mõnes mõttes jälle turutõrge, et kui, kui inimesed selle peale ise ei mõtle ja ebaeetiliselt toodetud kaupade hind on odavam, siis nii tootmine kui seeläbi ka tarbimine on pigem ebaeetilised.

### **Sina näed siis neil kahel suuremat rolli?**

Esmajärjekorras siis eetilised tootjad ise, nii palju kui neid on, ja siis jah võibolla ka mingid riiklikud kampaaniad, kui need probleemid on täiesti tõsised, just nendes valdkondades, kus need on tõsised. Et, kui näiteks, mul ei ole väga palju informatsiooni, aga kui riiklikult on olemas mingi informatsioon, et näiteks jalatsitootmises on, on orjakaubandus käib ja mingil Aasia riigil on informatsioon, et nende inimesed on väärkoheldud mingis tootmisfirmas, siis see peaks olema selle riigi küsimus hakata propageerima eetilist tootmist või kuidagi seadusandlusega tagada seda, eetilist tootmist.

### **Mis motiveeriks sind rohkem eetiliselt tarbima?**

Eem, minu puhul, pigem töötaks negatiivsed teadmised, et kui ma teaksin mingeid konkreetseid juhtumeid, mingite ebaeetiliste tootmiste kohta, siis ma saaksin vältida neid tooteid. Et see fairtrade kampaania motiveerib mind ilmselt ka, aga ainult sellisel juhul, kui hinnad üksteisest nagu väga palju ei erine. Võibolla see töötaks rohkem minu puhul siis, kui ma ei oleks nii hinnatundlik tarbija. Ja noh, motiveeriks ka see, kui üldine teadlikkus tõuseks, et kui, mida rohkem ma sellest kuulen, mida rohkem ma selle peale mõtlen, siis ilmselt see hakkaks mõjutama mu ostuharjumusi.

### **Kuivõrd oluliseks sa seda teemat Eestis üldse pead, võrreldes näiteks keskkonnasäästliku teemaga?**

*Ma arvan, et Eestis, et ta ei ole väga aktuaalne (...) eetilise tarbimise asjus just, kuna majandus on nii rahvusvaheline ja noh, minu, minu silmis on ebaeetilise tarbimise juhtumid tulevad suures osas kuskilt, kas siis Aasiast või et Ida-Euroopa riigist võibolla. Et noh, ma ei näe seda ebaeetilise tootmise kohta väga palju Eestis.*

**Aga ma mõtlen pigem selline eetilise tarbimise teema, mitte tootmine?**

*Ma arvan, et just sellepärast ta ei olegi nii väga aktuaalne, et me väikese riigina ei mõjuta väga palju, et (...) Ma arvan, et see keskkonnasäästlikkuse teema on ikka olulisem.*

**Nii et eetilise tarbimise teema ei ole oluline?**

*Nii ei saa ka öelda, on oluline, aga ilmselt on olulisemaid asju praegu.*

**Mida sa arvad, kuidas sellesse teemasse suhtutakse 10 või 20 aasta pärast?**

*Ma arvan, et üha rohkem hakatakse selle peale mõtlema, et em noh, riikide majandusliku arengu tagajärjel ka hakatakse, hakatakse rohkem tähelepanu pöörama muudele aspektidele kui puht majanduslik kasu. Et juba, noh, globaalse majanduse arengu tõttu hakatakse rohkem tähelepanu pöörama inimeste heaolule ja nii edasi. Et üha rohkem, ma arvan.*

**On sul midagi veel lisada?**

*Ei, ma arvan, et see on kõik.*

**Lisa 3.10. Intervjuu transkriptsioon – 10M**

**Kui vana sa oled?**

*21*

**Millisel erialal sa õpid?**

*Ajalugu, lähiajalugi ja kunstiajalugu.*

**Mitmendal kursusel?**

*Kolmandal.*

**Millistele toote omadustele sa tähelepanu pöörad, kui ostad endale toitu?**

*Kas hind on omadus? Jah. (...) Vaatan, esiteks hinda, siis ma vaatan (...) mmm, vaatan, sellist, toiteväärtust, et kui palju ma tunnen sellest kõhu täis saan? Mmm noh ja siis mingil määral ma võibolla vaatan, vaatan seda, kas ta on, on ta Eestis tehtud või tundub, tundub nagu selline tervislikum kui mõni teine sarnane toode. Ja siis pakendit vaatan ka.*

**Kui sa lähed endale riideid või jalanõusid ostma, millele sa siis tähelepanu pöörad?**

Mmm (...) mmm, ma ei oska nagu öelda (...) pigem ütleme siis nagu funktsioon on oluline, et nad oleksid vastupidavad, et nad näeksid enamvähem head välja, et oleks normaalsed. (...) Ta peab mulle tunduma ja mingil määral ka olema vastupidav eksju, ta peab olema, mmm peab sobima mulle ja peab hea välja nägema või midagi sellist.

**Kolmandaks, mis omadused on olulised elektroonikat ostes?**

Mmm, vaatan, et ta rahuldaks mu vajadusi, seda, mis mul vaja teha on selle tehnikaga, kui mõtleme arvuteid ja selliseid asju, et eem, et eem (...) Selles mõttes, et need tooted on ka nagu erinevad, et nagu mingi asi sobib millekski ja mingi asi mitte, et siis täpsemalt vajadustest lähtuvalt.

**Nummerda palun need erinevad omadused tähtsuse järjekorras.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	5	8	7
Kvaliteet	2	1	1
Bränd	7	7	8
Uus toode	6	10	5
Tuntus	4	6	9
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			3
Õiglane kaubandus	10	11	12
Värskus (toidukaupade puhul)	8		
Hind	3	2	6
Tootja eetiline reputatsioon	9	12	11
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		4	2
Teeninduse kvaliteet	11	9	10
Mood ja trend	12	3	13
Maitse või meeldivus	1	5	4

**Vaata palun neid erinevaid tootegruppe ja ütle, milliste puhul sa oled mõelnud sellistele aspektidele nagu õiglane kaubandus, lapstööjõu või tööjõu väärkohtlemisele või mõningale poliitilisele aspektile?**



*(pikem paus) Mmm, kusjuures (...) mõelnud, selles mõttes, et tõenäoliselt (...) mmm, ma võibolla selle mõttes toiduainete puhul mõtlen sellest aspektist õiglasele kaubandusele, et ma tean, mida see toit sisaldab, et seal ei ole mingeid E-aineid. Kuidagi sa ikka toetad. Et ei ole kondipuru vorstide puhul, üks näide. Jah, põhimõtteliselt toiduainete puhul ausa kaubanduse põhimõtted iseenesest (...) Ma põhimõtteliselt ei järgi seda, selles mõttes (...) et kui ma praegu mõtlen, siis ma mõtlen, aga kui ma pärast poodi lähen, siis ma nagu ei vaata neid embleeme. (pikem paus) Mmm, võibolla on vahest seltskonnas jalanõudest räägitud, sellest on ka mingi dokfilm olnud. Kas mingitest Nike'i jalatsitehasest või ma ei mäleta, ma konkreetset firmat ei mäleta, aga mingist firmast, just jalanõude puhul, oli, oli alaealiste mingisugune (...) alaealised tööd tohivad vist ikka teha, aga seal oli ületundide, mingi palga asi oli seal väga, väga paigast ära. Ma tean, ma olen jalanõude asjadest teadlik, et midagi vist on valesi kuskil. Aam, riiete puhul on see vist ka samamoodi, ma ei ole kuulnud, aga see on loogiliselt sama. Kosmeetika, ma ei kujuta ette, kus kosmeetikat tehakse.*

**Sa ei pea praegu hakkama selle üle väga üksikasjaliselt mõtlema.**

*Ma tean, et riided ja jalanõud tehakse väga palju, paljuski Hiinas ja Jaapanis. (...) Et noh, kolmandates riikides. Aga (...) aga (pikem paus) Toiduainete koha pealt, ma ei joonud ennem Gruusia veine ega joo nüüd ka.*

**Aga oled sa üldiselt sellisele eetilisele tarbimisele või sellisele mõtteviisile kunagi mõelnud?**

*Vaata, sellele ei saa selles mõttes rõhku pöörata, kui otseselt eem (...) asi on nagu teadlikkuses või, see, see, see tundub nagu nii nagu tänapäeva argiaskeldusest eemal ja et, et, et nagu tekiks selline tasand, et sa mõtleksid selle peale otseselt, noh väga ei ole. Neid kampaaniaid tehakse, või pannakse mingisugustele toodetele märgid peale, aga reaalselt tavatarbimist minuarust jah, otseselt inimeste teadlikkust ja sealhulgas minu oma ei ole oluliselt muutnud.*

**Sa mainisid ennem Nike'i botaseid, vaata nüüd seda botast ja ütle, millised omadused ja väärtused, sul sellega seoses pähe tulevad?**

*Mmm (...) kindlasti spordivõistlused, kus on nende reklaamid, nagu olümpiamängud, maailmameistrivõistlused, mingis sportlased tulevad kohe meelde. Eem, siis mul tuleb, kuna sportlased kasutavad neid, siis järelikult on see toode, on väga nagu, kuidas öelda, kui juba sportlastele sobib, siis sobib see mulle ka. Järelikult on loogiline mõelda, et need on head tossud, näiteks.*

### **Kas selle botasega selline tööjõu väärkohtlemise teema ka mõttesse tuleks?**

*Ee, ma mõtlesin, et kui ma (...) ma olen botaseid ostnud, siis ma realselt ei ole selle peale mõelnud, aga seal tekib nagu selline paratamatus, et, et mul on niikuinii neid botaseid vaja, siis mmm, Eesti turult, ma ei tea, kas saad osta selliseid botaseid, et saad tead, et need botased on tehtud, noh, et nad on õiglasel, nagu sellel õiglasel tööjõul ja muul meetodil, et need tooted ei ole nagu eraldatud.*

### **Aga oled sa sellest teemast muidu teadlik?**

*Jaa, ja.*

### **Aga mida sa sellest arvad?**

*Minu arust on see (...) väljastpoolt eemalt vaadates, absoluutselt võib hukka mõista, aga seal on kindlasti sotsiaalmajanduslikud põhjused nendes riikides, miks (...) see on paratamatu ring, miks need lapsed lähevad sinna tööle ja, ja, et see (...) üldises mõistes, ma mõistan hukka, aga (...) ma, ma ei taha kuidagi õigustada, aga ma mõtlen seda, et seal on mingisugused, suur osa sellest on, mitte heas mõttes, aga paratamatuslikus mõttes, selline paratamatus, et see on lihtsalt, need riigid on sellises arengustaadiumis, et, et (...) Et ega, kas, kas saaks ka nii, et, noh selles mõttes, et kas neid lapsi, ma ei tea, kas neid lapsi sunnitakse või nad lähevad vabatahtlikult või on see pere või leibkond sunnib sind tööle minema. No ütleme siis üldjuhul, üldiselt ma panen seda pahaks, see isegi, ma hooliks sellest.*

### **Millise riigi kaupa sa väldiksid, kui see oleks võimalik?**

*Et kui ma (...) ma võibolla Vene kauba jätaksin ostmata.*

### **Mis põhjusel?**

*(...) Äää, mul on jäänud mulje, lihtsalt nagu (...) kasvõi näiteks, ma ei ostaks, ma mõtlen praegu autotööstust, ei ostaks Ladat. Sellepärast, et ta ei ole konkurentsivõimeline teiste autodega. Siis kvaliteedi aspektist ma ei ostaks.*

### **Aga mis sul näiteks Hiina kaubaga seostub?**

*Ka pigem mitte kvaliteetsus.*

### **Sa mainisid ennem Gruusia veine ja eelmine aasta osteti Gruusia toetuseks veine, kuidas sina sellesse suhtud?**

*(pikem paus) Tegelikult otseselt, sellega sa võid ütleme kasvõi meedia tasandil, sa saavutad selle tähelepanu, kui sa boikoteerid või tarbid midagi rohkem või midagi ei tarbi. Aga realselt, kas selle riigi hüvanguks või riigi vastu realselt ei juhtu mitte midagi, sest näiteks selle Gruusia puhul, sest tegelikult seda raha said ju nende veiniärimehed ja palju sinna riigi*

tuludesse läks, see on nii mõttetu osa, et, et ükski riikide kogum ei suuda ühte riiki rikkaks osta. Selles mõttes, et ta nüüd mingi poliitilise statement'ina, mingil määral on isegi mõjunud. Aga, aga reaalselt mitte.

**Aga kas sina käituksid kunagi niimoodi, et avaldaksid tarbimise kaudu oma poolehoidu või vastupidi?**

Ütleme siis nii, et kui, kui see on nagu selline (...) ma ei loobuks tõenäoliselt mingi riigi toote tarbimisest, kui ta on minu jaoks primaarne toode ja ta on alati olnud see, mida ma ostan. Aga kui on mingi sekundaarne toode, mille puhul, kui mul (...) ma võibolla otseselt teadlikult ei boikotiks, aga, aga kui nagu, kui nagu (...) kui see, kui see toode on vaieldamatult hea ja ma nagu vajan seda toodet tarbida, siis ma ikkagi ostan selle, hoolimata sellest, kas mõnel riigil on konflikt või mõnel teisel on omavahel konflikt. (...) Kokkuvõtvalt, põhimõtteliselt jah, ma oma isikliku hüvangu nimel ei loobuks millestki tarbimise osas. Aga mingil kaudsel, kaudses mõttes ma isegi võibolla nagu, nagu ei ostaks mingeid tooteid.

**Kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud?**

(pikem paus) Mis ajaperiood see oleks?

**Ütleme 3 või 5 aastat tagasi ja hetkel?**

Noh ütleme siis nii, kooliajal, gümnaasiumi ajal, et eem, kunagi ma üldjuhul ei, ma ei ostanud esmatarbekaupu ise. Et, et kõik see, mis puutus olme ja esmatarbekaupu, oli minu vanemate hooleks. Siis ma põhiliselt tarbisin (...) noh ütleme, kõiki selliseid, noh selles mõttes, riideid ja tehnikat ka mingil määral, ma ostsin, tarbisin ise. Et oluline muutus toimuski siis ülikooli tulles, kui ma hakkasin niiöelda neid esmatarbekaupu ise.

**Aga nüüd selles mõttes, et kas sinu tarbimine on muutunud tervislikumaks või vähemtervislikumaks, säästvamaks või laristad sa rohkem jne?**

Jaa, mittetervislikumaks ei ole muutund, et pigem gümnaasiumi ajal, siis sai nagu (...) või nagu vähemsõltuv mõnes mõttes rahast või noh ikkagi sõltuv, aga, aga sa said nagu laristada mõnes mõttes muretumalt. Et, et nüüd sa pead arvestama, sa pead oma elamisega iseseisvalt hakkama saama. Teiselt poolt jällegi, nagu mõnes mõttes laristan praegu, ülikooli ajal, rohkem, selles mõttes, et ise vastutan ja ise laristan, eksju, umbes see. Aga noh, kui nii üldises plaanis hinnata, kas olen pigem kokkuhoidlik või laristaja, olen pigem laristaja.

**Millisel viisil on erialaselt omandatud teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

Kunsti tarbimise harjumusi või (...) ei, ei, ei, muidugi (...) nagu (...) oh jeerum, pean natuke mõtlema. (...) Tõenäoliselt, minu hetketarbimist see ei ole muutnud. Aga ma arvan, et minu

tuleviku või noh teoreetilist tarbimist ta siiski on muutnud. (pikem paus) Ma ei tea, ta on muutnud seda, ütleme (...) jah, oluliselt ei ole muutnud.

**Aga oled sa omandanud teadmisi, mis seostaksid käesoleva teemaga, milleks on eetiline tarbimine?**

*Ei ole midagi.*

**Kas sa tunned ära, mis märgiga tegemist on?**

*(pikem paus) Selles suhtes, et ma esmalt kohe ei tunne, ta ei meenuta mulle ka midagi.*

**Tegemist on fairtrade märgiga, nüüd kus sa tead, kas siis tuleb meelde, et sa oleks seda kusagil näinud?**

*Ei ole näinud, mitte kunagi.*

**Kuidas sina defineeriksid sellist asja nagu eetiline tarbimine, mida see sinu meelest tähendab?**

*Mmm (...) see tähendaks, et see, see see toode, mida ma ostan, et see, ta on valmistatud õiglaselt ja valmistamise all mõtlen siis nagu toodet iseenesest, iseennast kui ka protsessi, kuidas seda tehtud sai, et ka protsess ise oleks eetiline.*

**Kuidas sina üldse eetilisse tarbimisse suhtud?**

*(...) Mmm, ma olen üldiselt absoluutselt selle poolt kui sellise eetilise tarbimise, otseselt nagu ma näen, et seal on see oht, et toote hind, mõnede toodete hind tõuseb, eem, oluliselt. Siis tekib küsimus, kui konkurentsivõimelised on need tooted, sest et noh, kui palju see maksab. Ma arvan, et praeguses ajas arvestades, et ma olen tudeng siis ma mõttetasandil suhtun sellesse väga hästi, reaalsel tasandil ma ei kujuta ette, kas ma eelistaks neid tooteid. Eem, ütleme tulevikus, kui, kui ütleme, ütleme see kui see, ütleme kui nagu raha (...) kui sa oma eelarve või ütleme tarbimisega suudad nagu kui see su muud elu nagu ei sega. (...) Siis nagu, minu jaoks vahet ei tee, kas ma eelistan seda, mitte nii väga eetilist või eetilist toodet, siis ma eelistan eetilist toodet, kui mu rahaline seis lubab.*

**Praegu sa leiad, et see kaup on kallis sinu jaoks?**

*Kusjuures ma ütlesin ka ennem, et ei ole otseselt näinud ega ole teadlikult märganud näiteks kasvõi nagu riiete puhul, et ma tean, et selle, selle kaupluse riided ei ole valmistatud näiteks ebaeetiliselt. Et kui see nagu eristada, siis (...) mmm, siis kui need hinnad oleksid võrdsed konkureerivad, siis ma valiksin eetilise loomulikult. Aga mingilt maalt, kui see differentis läheb liiga suureks, siis ma ikkagi praegusel hetkel otsustan selle ebaeetilise toote (...) Aga see kõik sõltub inimese majanduslikust seisust.*

**Millise elustiiliga või inimesega eetiline tarbimine seondub sinu meelest?**

*Mõnes mõttes ta on ikkagi siuke, siuke trendi küsimus, et see on (...) sinna alla võib natuke liigitada ka selle öko- ja rohelise teema. Et, et kogu see (...) et elustiili ja moeajakirjades räägitakse sellest võibolla, et see on üks koht, kus ma sellest olen midagi kuulnud. Et, eem, ma arvan sellised pigem, mitte väga noored, aga nooremapoolsed trenditeadlikud, pisut edukama kuvandiga inimesed.*

**Kust pärinevad sinu teadmised eetilise tarbimise kohta?**

*Mmm, aga olen vist täiesti juhuslikult ajakirju sirvides, täpselt siukse ajakirjade sirvimise tasandil kuulnud.*

**Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid sellisele eetilisele tarbimisele suuremat tähelepanu pöörama?**

*Mmm, jah, nad võiksid seda teha, kui see on võimalik. Kui järjekordselt rääkides sellest aspektist, et pigem nagu (...) pooldada midagi reaalselt, kui sa saad seda pooldada mugavalt, mitte (...)*

**Aga miks inimesed peaksid seda rohkem pooldama?**

*Mmm (...) seeläbi, kui sa toetad neid tooteid, mis on nagu eetiliselt valmistatud, siis need ebaeetilised langevad konkurentsist välja ehk siis mingis mõttes võib ta kaudselt mingis, noh ütleme abstraktses mõttes, ma ei tea, tekitada sellise olukorra, kus need ettevõtted siis pankrotistuvad. See jällegi ei ole omakorda ei ole hea, sest need lapsed, kes seal töötavad või see põhjustab jälle omakorda probleemi, et ta ei ole alati nii, alati on kaks poolt. Aga jõujoontes võiks, et see, et see ebaeetiline toode oleks taunitud, et ta ei peaks soositud olema.*

**Mis motiveeriks sind rohkem näiteks õiglase kaubanduse tooteid tarbima?**

*Kui mul oleks selle jaoks nagu (...) Ma ei tea ju hetkel, kas need on kallimad tooted või ei ole (...) Ma arvan, et siis kui mul oleks rohkem raha.*

**Kas peale rahalise poole oleks midagi veel?**

*Mmm (...) kindlasti ka see, kui ta on eetiliselt toodetud, järelilikult see toode iseenesest on, kui me ei räägi ainult, mis on toote ümber, vaid see toode ise on parem, siis ka enda pärast.*

**Kuivõrd oluliseks sa seda teemat Eesti ühiskonnas hetkel pead?**

*(...) Just (...) ikkagi on, ses mõttes, et Eestis pigem toidusaadused, igasugused puuviljad, juurviljad, et on Hispaaniast õunad ja kurgid, et, et riik ikkagi on väga palju rahastanud neid igasuguseid programme teinud, et eesti toitu propageerida, mis peaks olema mõnes mõttes ausam ja, ja tervislikum. Igatahes räägitav teema.*

### **Kuidas suhtutakse antud teemasse 10 või 20 aasta pärast?**

*(...) Tead, see on nii ja naa, selles mõttes, et võibolla banaalne mõte, aga noh praeguse majanduskriisi foonil pigem, see, see, ütleme see teema ei vaibu, aga mul on selline tunne, et inimesed praegu ikkagi eelistavad, nagu ütleme nad on väga hinnast sõltuvad. Aga noh, hästi üldiselt siis ma arvan, et kindlasti rohkem ja inimesed vist tarbivad ka rohkem.*

### **Miks sa arvad, et siis rohkem tähelepanu pööratakse?**

*Sellepärast, et kui millestki rääkida, mingi asi on piisavalt õhus, siis ta mingis mõttes nagu juurdub ühiskonda ja, ja hoiakud tekivad mingisuguse aja jooksul.*

### **Kelle asi see peaks olema, et inimesi antud teemal rohkem teavitada või harida?**

*Mmm, ta peaks olema, ühelt poolt ta võiks olla riigi ülesanne, mingil tasandil. Aga riik ei peaks sinna väga palju energiat kulutama, aga ennekõike nende samade ettevõtete ülesanne see peaks olema.*

### **Aga mida riik peaks tegema?**

*Mmm (...) ma pean mõtlema, selles mõttes, praegu tehti mingisugune (...) riik peaks seda tegema, et, et ta peaks, ma räägin Eesti näitel, ma muid asju ei tea. Neid märke on nii palju, et näiteks, et, et peaks olema mingi riiklik, riiklikult, mõnes mõttes riiklikult või siis organisatsiooni poolt nagu ühtlustatud see, et on need pääsukese pildid, siis on need ristikuheina pildid ja no lõpuks ongi see, et sa, see märk devalveerub. Et noh, on tore küll, et need märgid seal on, võibolla neid vaadatakse ka, aga noh, et tavatarbijale oleks asi selgem. Et riiks võiks reguleerida või koondada seda ettevõtmist.*

### **Ja mis on nende ettevõtete ülesanne?**

*Läbi turunduse, läbi reklaami, läbi (...) mmm (...) jah.*

### **Soovid sa midagi veel lõppu lisada?**

*Arvan, et ei.*

## **Lisa 3.11. Intervjuu transkriptsioon – 11M**

### **Kui vana sa oled?**

25

### **Millisel erialal sa õpid?**

*Arstiõpe, Tartu Ülikoolis.*

### **Mitmendal kursusel?**

*Kuuendal.*

**Esimene küsimus oleks see, et millistele toote omadustele sa rõhku pöörad, kui lähed endale toitu ostma?**

*Mmm (...) noh esiteks, ää, eestimaisust ma vaatan küll, et kas ta on Eesti toode või ei ole Eesti toode. Ja teiseks on välja kujunenud mingid, sellised tooted, mida ma ostan. Aga kui ei ole konkreetselt välja kujunenud, siis ma vaatan firma ja firma maine järgi, kui tuntud firma on. Et, et kui on valida ikka mingi, mingi liha, et siis ma võtan Rakvere, mis sest et, ma ei tea, kas see oleks hea liha.*

**Teine valdkond oleks riided ja jalanõud, mida sa siis oluliseks pead?**

*Äää, jalanõude puhul vaatan puhtalt, noh et, kui nad on minu stiilis, siis ma vaatan puhtalt välimust ja hinda. Et, et kui nagu välimus klapib ja hind klapib, siis ei ole mingit vahet, mis firma toode on ja. Ja otsin just nagu allahinnatud jalanõusid, mis on nagu, noh, hästi palju on kampaaniaid miinus 50 protsenti. Et, et, et kasutan selliseid asju hästi palju, jalanõude ostmiseks.*

**Ja siis veel, kui sa ostad endale elektroonikat, mida sa siis vaatad?**

*Ääm, firmat kindlasti, ää ja teiseks, et elektroonika ja tehnika puhul ma teen, et loen internetist arvamusi ja teiste.*

**Midagi veel?**

*Ää, tehnika puhul (...) no üldiselt on omadused ka olulised. Aga ikkagi, kui on samade omadustega toode, siis ma eelistan ikkagi neid, mis on testis paremaid arvamusi saanud. Ja noh firma on ka hästi tähtis, mõnda firmat ma lihtsalt mitte kunagi ei osta.*

**Nummerda palun need erinevad omadused tähtsuse järjekorras.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	10	12	12
Kvaliteet	5	8	3
Bränd	6	6	2
Uus toode	7	5	7
Tuntus	4	7	9
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			6
Õiglane kaubandus	12	10	13

Värskus (toidukaupade puhul)	2		
Hind	11	2	10
Tootja eetiline reputatsioon	9	11	11
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		9	4
Teeninduse kvaliteet	3	4	5
Mood ja trend	8	3	8
Maitse või meeldivus	1	1	1

**Vaata seda teist nimekirja ja ütle, kas oled kunagi mõelnud sellistele küsimustele või probleemidele, mis on seotud ausa kaubandusega, tööjõu kasutamisega või poliitikaga kuidagi?**

*(...) No toiduaineid on see poliitiline küsimus, et eelista eestimaist. Aga (...) ülejäänute puhul ei ole küll mõelnud tegelikult, mitte mingile ausale kaubandusele ega tööjõu õiglasele kohtlemisele ega poliitikale.*

**Aga võibolla on mõni muu valdkond, mida siin kirjas ei ole?**

*Kaubanduse seisukohast või? (...) Ee, ei üldiselt nagu teisest küsimusest, mis sa andsid välja tuli, et, et need aus kaubandus ja et need olid kõik vähetähtsad minu jaoks. Ma tean küll neid fakte, et ühe jalanõu hind maksab Hiina tootjale nii vähe ja siis kui palju ta sellest siis raha annab oma töölistele. Aga see nagu ei mõjuta minu seisukohta selles, mis firma toodet ma ostan, sellepärast, et ma ei ole kursis, kes see toodab, kus oma jalanõusid. Enamus on muidugi „Made in China“, aga ma ei ole absoluutselt kursis, kas mõni firma toodab või kohtleb oma töötajaid paremini. Et ma ei ole kasutanud seda teadmist oma valikute tegemisel ja seetõttu ma ei ole ka mõelnud selle peale otseselt.*

**Vaata seda Nike'i botast ja ütle, millised omadused või väärtused sul sellega seonduvad ja mõttesse tulevad?**

*(...) Ääh, esiteks minu tarbija eelistus on see, et ma ei osta ühtegi toodet, mille peal on Nike'i märk. Nii, aga teiseks, kui jutt käib mingist konkreetsest tootest, siis olenevalt, noh, et kui ta on vabaaja jalanõu, siis mul ei ole tema suhtes mitte mingeid, nagu noh, ma ei vaata midagi eriti, ainult välimust ja noh mugavust ka jalas. Kui proovid, peab olema ikka mugav. Aga kui on jooksujalanõu, siis ma vaatan talla paksust või midagi sellist.*

**Aga millised seosed sul ikkagi selle Nike'i firmamärgiga pähe tulevad?**



*Nike'i märgiga tulevad pähe selline kontingent (...) no ühesõnaga, mingi (...) ääm, kui noh, selle õndsas Eesti aja alguses kandsid Nike'i sellised ägedad inimesed, vaata ja, ja sellest ajast saati mul ei ole nagu see Nike'i firma meeldinud väga ja seetõttu ma ei kasuta ka selle (...) Nike oli selles suhtes, teda tehti alguses hästi palju järgi ja siis ta lõpuks oli nii, et „Õu, mul on Nike, ma olen nii äge“. Et mulle ei meeldi see Nike firma, aga midagi, selles mõttes, et toote omadusega ei tule, vaid toote reputatsiooniga. Selline ossilik reputatsioon.*

**Aga kas selle Nike'i märgiga kuidagi ka tööjõu väärkohtlemise teema meelde tuleb?**

*Eee, üldiselt ma ei ole kursis, mis firmade kohta seda räägitakse, et, et nad kasutavad mingit odavat Hiina tööjõudu, millele nad eriti ei maksa. Aga see oli Nike ja Adidas vist ka räägiti sellest. Ma ei ole täiesti kursis sellega.*

**Aga teemast oled kuulnud?**

*No ma olen kuulnud jah, et, et sellest. Et on, kasutatakse liialt odavat tööjõudu ja toodetakse kõik asjad Hiinas.*

**Mida sa sellest arvad?**

*Noh selles suhtes, et objektiivset informatsiooni mul ei ole, sest mind see teema ei ole huvitanud, järelikult ma ei ole selle kohta ka uurind midagi. Aga üldjuhul mulle, noh kaks poolt on ju (...) osalt võib see ju ka ülevõimendatud mingite inimõiguslaste poolt olla, kes tahavad asjale nagu tähelepanu juhtida ja teiselt poolt see probleem on kindlasti olemas, kuna kõikidel jalanõudel on peal, vist, et „Made in China“, siis noh, mingi point peab sellel asjal olema.*

**Millise riigi kaupa sa väldiksid, kui sul oleks selleks võimalus?**

*Ma eriti ei saa öelda, kui ma räägin tehnikast, siis enamuse tehnikast, isegi see, mis on Sony märgiga, on toodetud kuskil Taiwanis, kui ma nüüd välja mõne riigi, siis ma ei saakski tehnikat osta, sellepärast, et enamuse on sellises kohas mingid osad toodetud. Ja konkreetselt mul ei ole nagu, noh, tegelikult võib öelda ühe riigi – Venemaa. Et selles riigis toodetud tooteid ma ei ostaks.*

**Mis selle põhjuseks oleks?**

*Selle põhjuseks on igasugused need jutud, et kuidas Venemaal see töökultuur on. Ja kuidas on need Lada üles ehitatud. Lada on ikkagi Venemaal toodetud auto ja noh nad lagunevad siiski märgatavalt rohkem, nad logisevad, kolisevad nad ei ole ühesõnaga kvaliteetselt ehitatud autod, kuigi nad maksavad sama palju, kui mõned odavad välismaa autod näiteks.*

**Nii et Venemaa kaubaga seostub selline odav kvaliteet?**

*Ee, see on üks pool, teine pool on lihtsalt seos Venemaaga, nagu et, Venemaa on jätnud lihtsalt halva mulje Eesti inimestele.*

**Seega mingi poliitiline faktor on ka sees?**

*Jah, võib küll öelda nii.*

**Eelmine aasta oli Venemaa ja Gruusia vahel konflikt, kas sina mõtlesid sellele, et ostaks seetõttu Gruusia veine?**

*Ma ei joo veini. Aga seda vett ma ei ostnud küll. Aga, aga seda ka põhimõtteliselt sellepärast, et ma ei osta pudelivett poest.*

**Aga selline mõtteviis?**

*Jah, põhimõtteliselt, võibolla isegi oleks toetanud või kui oleks olnud sellel hetkel poes vaja osta veini või vett, siis võibolla oleks isegi mõelnud selle peale. Aga kas see on just selle tõttu, et toetada ühte kindlat maad või rohkem selle tõttu, et teha teisele maale nagu, noh, et, et kui oleks Gruusia sõda olnud mingi Hiinaga, siis võibolla ei oleks kutsunud mind Gruusia asju ostma. Aga kuna oli Gruusia sõda Venemaaga, et siis nagu oleks.*

**Kirjelda, kuidas on sinu tarbimisharjumused muutunud, millised need olid kolm või viis aastat tagasi ja millised need nüüd on?**

*Ääm (...) noh esiteks eem, raha on mul rohkem ja see osalt mõjutab. Aa tehnika suhtes ei ole eriti muutunud, sest tehnikat ma olen alati armastanud, kõige viimasemat ja kõige paremat. Aga noh, toit on mul ka, et toidu suhtes on mul ka niimoodi, et see ei ole mul kunagi sõltunud enda rahast otseselt. Ja need toitumisharjumused mul ei ole ka eriti muutunud, sellepärast, et ikka ma olen valinud seda, mis mulle meeldib. Riided on küll muutunud, selles mõttes, et viimasel, vanasti ma kasutasin ma rohkem, kas kaltsu või isetehtud riideid, aga nüüd ma olen täiesti üle läinud nendele, noh ma ei teagi, mis need on, mingised keskmise hinnaklassi poed, nagu Reserved ja New Yorker ja sellised. Et nüüd ma kõik oma riided ostan sellistest poodidest enamvähem.*

**Võib öelda, et sinu tarbimisharjumused on muutunud sellevõrra, et sul on rohkem raha?**

*Jah.*

**Millisel viisil on erialaselt omandatud teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

*Äää, ma suhtun nagu toidupoodide väljanägemisse nagu niimoodi kriitilisemalt ja puhtusesse. Et ma, kui ma olen maapoes ja ma vaatan lahtist lihaletti, kus umbes lendavad kärbsed, siis ma tõesti ei osta sealt, et ma ostan, noh tehases ärapakendatud asju. Sellepärast, et neid ei*

*ole vahepeal keegi käperdanud. Ja, ja selles mõttes on muutnud nagu puhtus, toiduainete puhtuse osas. Ja turu peal ma ei käi ja turu pealt süüa ma ei osta, sellepärast, et ma siiski usun nagu Eesti riigi võimesse kontrollida suuri tootjaid, aga väikestes tootjatesse ma ei usu nagu.*

**Oskad sa välja tuua, milliseid teadmisi sa oled omandanud seoses käesoleva teemaga, milleks on siis eetiline tarbimine?**

*Ei ole omandanud. Selles suhtes, et see eriala ei ole sellega, kuidagi ka kaudselt seotud olnud. Ainult võibolla see, et, noh et, usu tõendus-põhjusesse. Kui keegi räägib, siis sa nagu suhtud kõigesse skeptiliselt senikaua, kuni ei ole seda lugenud kuskilt, sellisest nagu, noh usutavast allikast.*

**Kas tunned selle märgi ära?**

*Äää (...) jah, ma arvan, et see on see märk, mis kellelgi oli orksis profiilis. Et see on mingi ausa, et maksa, makse oma (...) kohvitootjad kasutavad umbes seda märki, kes maksavad oma tootjate või noh nagu tootjatele just õiglast hinda selle kohvi tooraine eest. Aga seda ma olen, sellega ma olen ka aint kokku puutunud sellepärast, et ma käisin orksis ja nägin kellegi profiilis seda reklaami, sest kuskil mujal ma seda reklaami näinud ei ole.*

**Seega poes sa ei ole seda kohandu?**

*Ei, ei ole näinud.*

**Kuidas sina üldse defineeriksid eetilist tarbimist, kuidas sina sellest mõistest aru saad?**

*Eetilist tarbimist just, ma seostaks sellega, et inimesed nagu mõtlevad enne, kui nad tarbivad, et selle mõjust mingile keskkonnale või, või, või just keskkonnale. Aga samas ma ise ei jälgi seda. Et, et, noh ma isiklikult küll, kui ma joon pudeli ära, siis ma viin selle taarasse ja ma sorteerin pakendit, et selles mõttes ma jälgin eetilist tarbimist, aga et valida mingit ökotoodet, ma ei, ei tee.*

**Aga kust sinu teadmised, eetilisest tarbimisest, seoses tööjõu ja ausa kaubandusega, pärinevad?**

*Ajakirjandusest põhiliselt. Postimees ja Päevaleht on mu põhilised sellised ajalehed, mida ma loen. Et seal mõnikord ikka on selliseid artikleid, aga neid on suhteliselt harva.*

**Millise eluviisiga sinu arvates eetiline tarbimine seostub?**

*Äää, ma arvan, et haridustaseme poolest ikkagi natuke rohkem haritud ja, ee, noh ilmselt mitte (...) nad ei ole kõige rikkamad inimesed tavaliselt. Et need, kes on kõige rikkamad, need*

*tavaliselt ei pööra tähelepanu sellistele probleemidele absoluutselt. Ma arvaks, et selline noored ja teistpidi mõtlejad, mingid ökoainimesed.*

**Sina leiad, et eetiline tarbimine seostub siis väga tugevalt sellise ökotarbimisega ja keskkonnasäästliku tarbimisega?**

*Jah, jah, kuna ma sellele teisele asjale ei ole kunagi nagu tähelepanu pöörand.*

**Kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilisele tarbimisele, aus kaubandus, tööjõu küsimused jne, rohkem tähelepanu pöörama?**

*No nad u võiks sellele rohkem tähelepanu pöörata, aga siis peaks kuskil kättesaadav olema nagu see informatsioon, et noh lihtsalt, kus, mis firma on see eetiline, selles kontekstis nagu. Aga minu arust seda informatsiooni praegu kerge kätte saada ei ole.*

**Mis sind motiveeriks ausa kaubanduse tooteid ostma?**

*Noh võibolla, kui nad teeksid mingi sellise korraliku teadvustava kampaania, siis see mõjaks mingi südamepiinadele või noh südametunnistusele. Et siis sa hakkaksid mõtlema selle peale rohkem, aga kuna see informatsioon on suhteliselt puudulik, siis sa ei mõtle selle peale ja ei pööra sellele ka absoluutselt tähelepanu. Et siis, ma arvan, et üks korralik teadustuskampaania tegelikult isegi natukene muudaks seda. Aga üldjuhul kui ikka riiete puhul on hind oluline, siis ma ei tea, kas ma väga hakkam jälgima seda, kus makstakse nagu rohkem oma töötajatele, kus mitte.*

**Kuivõrd oluliseks sa seda teemat Eestis hetkel pead, võrreldes näiteks keskkonnasäästliku teemaga?**

*Seda eetilist ei räägita üldse nii palju kui keskkonnasäästlikust.*

**Sina leiad, et see on väheoluline teema siis?**

*Eee, ta on vähe, nagu kajastatud teema. Võibolla ta ei olegi nii väheoluline, aga temast lihtsalt ei räägita, nagu selles mõttes öko- ja keskkonnasõbralikkusest räägitakse igal pool märgatavalt rohkem. Vähemalt minu niimoodi selle, noh niipalju kui mina sellega kursis olen.*

**Mis on sinu arvamus, kuidas sellesse teemasse 10 või 20 aasta pärast suhtutakse?**

*Ei oska öelda. Et, et ma arvan, et ta mingis mõttes ilmselt läheb aktuaalsemaks see probleem, aga (...) aga samas noh, jääb see kogu tootmine, jääb selliste odavama tööjõuga maade peale. Ja ma ei usu, et seal ka midagi väga kiiresti muutub. Nii, et see probleem iseenesest ei lahene, võibolla hakatakse rohkem tähelepanu pöörama, nagu lääneriikides, aga mitte nii väga Eestis, sest et Eesti ei jõua niipea sellisele arengutasemele, et kõik võiks endale seda lubada, kuna ilmselt need tooted on, noh märgatavalt kallimad.*

**Aga miks sa arvad, et läänemaailm sellele rohkem tähelepanu pöörab?**

*Noh, seal üldse pööratakse selles mõttes nagu mingitele inimõigustele tähelepanu. Mujal nagu arengumaade olukord, olukorrale pööratakse nagu et, tehakse mingeid abiprogramme ja ma ei tea. Eesti inimene nagu eriti ei huvitu sellest, mis toimub kuskil arengumaas.*

**Kelle asi see peaks olema, et inimesi eetilise tarbimise teemal rohkem harida ja informeerida?**

*Mm, see peaks olema siis mingite inimõiguslaste teema rohkem, et, et need, kes on otseselt huvitatud sellest, et inimestele õigesti palka makstakse ja nad saaksid oma korralikud elutingimused. Et noh, kuna, mingid konkreetsed organisatsioonid peaksid sellega tegelema. Et, et mingit riiklikku sellist kava ma küll ei näe, et oleks vajalik, sellepärast et see on ikkagi mingi sellise grupi inimeste (...)*

**Kas Fairtrade läheb ka sinna organisatsioonide alla?**

*Ei, ma ei ole täpselt kursis, mis see Fairtrade endast, kas see on mingi organisatsioon või midagi, aga ta ilmselt on mingi selline organisatsioonitaoline asi, mis nagu üritab mingeid, kuidagi asju parandada.*

**Soovid sa midagi veel lisada?**

*Mm, ei.*

### **Lisa 3.12. Intervjuu transkriptsioon – 12M**

**Alustuseks küsiks sinu vanust?**

*22 olen.*

**Millisel erialal sa õpid?**

*Informaatika*

**Ja mitmes kursuses?**

*Kolmas.*

**Minnes poodi ja ostes endale toidukaupu, millistele toote omadustele sa mõtled või rõhku pöörad?**

*Mm tegelt vaata ma ei tea, kas (...) noh ma ei tea, kui ma, kui ma käisin nagu trennis rohkem, siis ma vaatasin küll rohkem, et noh et (...) mis on nagu süsivesik, mis on, kui palju valku, palju rasva, nii edasi, seda ma nagu jälgisin, et võibolla see tuleneb ka sellest, et noh, et*

*mulle nagu numbrid meeldivad. (...) Aga (...) seda mõtet nagu ma küll püüan, nagu noh, püüan nagu eestimaist eelistada. Et.*

**Aga hind ja kvaliteet, sellised omadused?**

*Ma mõtlengi, et võib-olla põhiline ongi mul, on selline hinnakvaliteet see nagu, see oleks hea diil, et see on nagu, noh nagu „value for money“ selles mõttes. Et noh.*

**Olgu. Aga siis, kui sa ostad endale riideid ja jalanõusid, et mida sa nende puhul kõige olulisemateks omadusteks pead?**

*Mm (...) ma ei tea, teinekord on see, et kui nagu ma ise olen poodi läinud, siis (...) odavamat nagu tõenäoliselt ei osta, et ee noh, ma nagu riideid ma nii palju ei osta alati ka, et siis kui ma midagi ostan, siis ma natukene rohkem maksta nagu ei muretse sellepärast, et kui nüüd natuke kallim on. Aga ütleme, et ma üsna vähe ostan Eestist riideid või Ees- üldse noh. (...)*

*Mm (...) Võimalikult vähe ikka tegelikult ostan riideid.*

**Mis põhjusel siis Eestis vähe?**

*Mh noh, et on võimalik ee (...) noh mul on nagu olnud võimalik äärm (...) välis.. noh USA-st on palju odavam näiteks.*

**Nii et hind on ikkagi üpris oluline siis kaupade puhul?**

*No see, et noh kui ma näiteks (...) võibolla kui ma mäletan, et selle suve lõpus, näiteks septembris ma ostsin terve hunniku lihtsalt riideid ja ma ei mäleta, kas ma siin olengi üldse Eestis pärast seda poodi läinud ja ostnud midagi juurde. Vist aint ujumispüksid. Nagu et tegelikult mm see lihtsalt nagu hea võimalus ära kasutada olukorda, et noh osta mingi hunnik asju valmis (...) mm shopata ära, üks asi mulle shopata väga ei meeldi, et shopata ära ja on korras nagu. Kingad ostsin Eestist, mm jah ma ei teagi. Kvaliteet ikka jääb, sest üle ka ei taha maksta midagi.*

**Ja kui sa ostad endale elektroonikat, mida selle puhul vaatad ja oluliseks pead?**

*Asi samamoodi jälle, et Eestist ei olegi eriti ostnud, et, et eem (...) eem noh ma ei tea, eks kusagil marki võibolla natuke vaatan ikka (...) et noh.*

**Ehk siis bränd on kõige olulisem selle puhul?**

*(...) Ma püüan nagu ikka rohkem uurida, mitte ainult brändi põhjal, ütleme püüan nagu rohkem infot koguda, et kui ma elektroonikat ostan, et ee (...) mm väikeste vidinate puhul on ,noh, oleneb, mis mul vaja on, mälu pulga puhul, noh seal ei ole üldse vahet tegelikult, mis bränd see on absoluutselt. Mm mingi väikse kõvaketta puhul, noh sellel nii palju ei vaata, kui*

*läpakat ostad siis võibolla uurid rohkem vist. Selles mõttes need on (...) need erinevad firmad on üsna üsna noh võrreldavad kvaliteedi poolest.*

**Palun nummerda need erinevad omadused tähtsuse järjekorras.**

	<b>Toidukaup</b>	<b>Riided ja jalanõud</b>	<b>Tehnika</b>
Loodussõbralikkus	4	11	7
Kvaliteet	3	1	2
Bränd	8	3	5
Uus toode	7	7	9
Tuntus	9	8	8
Tehnilised omadused (tehnika puhul)			1
Õiglane kaubandus	5	10	10
Värskus (toidukaupade puhul)	1		
Hind	2	5	6
Tootja eetiline reputatsioon	6	9	12
Vastupidavus (riiete ja tehnika puhul)		2	3
Teeninduse kvaliteet	11	4	4
Mood ja trend	10	6	11

**Siin on erinevad kaubagrupid. Vaata ja ütle, milliste puhul oled sa mõelnud sellistele aspektidele, nagu aus kaubandus, töajõuküsimused või siis poliitilised küsimused?**

*(...) Mh ma ei tea tõenäoliselt (...) sa tahad igapäev kohta saada? Toiduainete puhul võibolla rohkem nagu mõelnud, kust see nagu tuleb. Et eem riiete puhul, kui ta on noh, „Made in China“, mis siis ikka nagu. (...) Jalanõude puhul natuke rohkem. (...) Mm (...) Siuksed tehnika ja sporditarbed vaatad rohkem kvaliteet, et väga nagu, mis seal taga nagu on, nagu, ma nagu nii palju telekat ka ei jälgi ja reklaame, et ma teaks, et mida siis noh promotakse et. Et eem rohkem teen niisama otsuseid vist.*

**Aga mida sa jalanõude puhul näiteks vaatad?**

*Tead, et ma neid palju ei osta, et siis kui peaks vastu ja oleks noh kvaliteet, et noh, kui nüüd mõniseda krooni rohkem maksta, see ei ole nagu probleem siis.*

**Aga sellised aspektid, et, kus kohas või kuidas ta valmistatud on, kelle poolt ta valmistatud jne?**

*Palju sa seda ikka nagu jõuad. Palju sa seda ikka täpselt teada saad, vaata. Kes selle lõpuks (...) et eem kui mingid kaup.. poed või ketid seda müüvad, siis noh (...) ikka sa tead nagu ei tule otse tootjalt või nagu nii palju tead, noh enam asjad ei tule. (...) Ee aga poliitilise.. ma ei oska poliitikaga kuidagi seostada jalanõude ostmist.*

**Aga kas on olemas mõni riik kelle tooteid sa väldid või pigem ei ostaks?**

*Aa ainuke asi, mis mul praegu meelde tuleb, on see, et et ma üldiselt väldin näiteks „Laima“ šokolaadi ostmist.*

**On mingi põhjus ka miks?**

*Ee selles mõttes nagu noh, ses mõttes nagu midagi Läti või ühegi riigi vastu mul midagi ei ole, aga aga ma ütlen, et sellel puhul võin ma mingi „Kalevi“ asju osta nagu rohkem. Et, et nagu selles mõttes küll, et, et noh (...) ma ei tea, miks ma nii mõtlen. (...) See on võibolla üks näide, mis ma oskaks tuua, et noh.*

**See oleks siis pigem kodumaise eelistamine välismaisele?**

*Jaamh nagu, et mitte sellepärast, et ta Lätis tehtud on, et Läti on ka tore koht. Ses mõttes, et ei ma väga, noh mingi riiki nagu, et ma mingit riiki ei vihka nagu, et ses mõttes, et (...) väga nagu jamh ei ole, vaatan rohkem, misasi on ja otsustan selle põhjal, kui on „Made in China“, siis võibolla mõtled kaks korda teinekord. Jalanõude puhul võib-olla. Tehnika noh, paljud asjad niikuinii on „Made in China“ selles suhtes et.*

**Aga miks see „Made in China“ sind kõhklema paneb või teistpidi mõtlema paneb?**

*Tõenäoliselt, noh nüüd ei ole enam nii probleem ses mõttes, et (...) noh kui see (...) noh ses, nüüd on nagu okei, nüüd ma enam nagu väga ei vaata, a ses suhtes, et niikuinii seal palju asju tehakse ja noh ses mõttes, et kvaliteet on ka on sama hea poes. Isegi suured nimed nagu valmistavad palju nagu komponente või siis tehnika osas või ükskõik tehakse, nii kui nii tehakse maailmas.*

**Nii et see „Made in China“ on seostub siis kvaliteediga?**

*No nüüd jah, no nüüd väike mõra, aga noh see on ikka see jalanõude probleem ikkagi, et ma ikka suht üldiselt ei vaatagi. Kust ta täpselt. (...) Ma ei usu, et see nüüd nii palju mõjutab, võib-olla alateadlikult natukene võibolla, aga mitte nagu. Üldiselt nagu mitte enam nii palju. Vanasti oli rohkem seda juttu, et „Made in China“ on nagu siis, on nagu pask, et aga.*



**Vaata seda Nike'i botast, siis millised omadused või väärtused sellega seoses kohe meelde tulevad?**

*Mm siukene (...) noh siukene, noh ma ei tea, massitarbija asi vaata tuleb sellega meelde. Siuke mm (...) peab ütlema, et ise ei eelista, ma isegi olen natuke, võibolla vältinud ostmast Nike'i või noh Nike'i botast eriti. Sellepärast, et (...) eem ma ei tea, see on kuidagi nagu, ma ei nagu defineeri ennast selle brändi kaudu ikkagi nii väga vaata, et ma nagu selles mõttes on võibolla need inimesed, kes (...) kes on kandnud noh mingi neil on vaja, et neil on kõik brändi oma, et noh võibolla ma ise nagu ei ost.. ma lihtsalt ise ei seosta nende inimestega väga noh, et või kes tuleb nagu ütlema, et või noh, et nohh, noh see nagu (...) jätab hästi külmaks nagu, et ise ei tahaks selline olla.*

**Aga kas selle botasega seostub näiteks lapstööjõu ärakasutamine või üldse tööjõu ärakasutamine, kas selline teema üldse seostub selle botasega?**

*(...) See nagu väga ei seostu, pigem nagu noh (...) lihtsalt see, et tõenäoliselt nad odavalt nagu teevad ikkagi, et noh. Mingi väike tunne on just Nike'i puhul on nagu.*

**Aga, kas sa oled selles teemast muidu teadlik?**

*Mm noh ma natuke seda õpin ka vältima nagu seda (...) seda Nike-i. Aga (...) selles mõttes, et nagu ei usu, ma ei mõtle enda jaoks kindlasti nii, et nagu (...) mingi tööjõu ärakasutus, ma arvan, et nii noh see, et mul seda nii suurt missioonitunnet nagu ei ole.*

**Kui toimus Venemaa ja Gruusia vahel konflikt, siis kas sa mõtlesid sellise asja peale, et toetada Gruusiat sellega, et osta rohkem Gruusia veini?**

*Okei. Ei mõelnud. Ma mõtlesin, et ää, et millal me selle Gruusiaga, et selles mõttes, et nagu ma ei jõudnud ühegi tegevusega seda toetada nagu.*

**Aga oled sa sellise asja peale mõelnud, et oma tarbimisotsuste läbi toetada teist riiki?**

*Eemh (...) Kui, siis Eestit.*

**Aga sa ei väldiks kedagi?**

*Ma nagu jah, nagu nii (...) vihapidaja ei ole ega nagu ses mõttes, et ma vaatan, et kui, et on hea, hea kaup. Võibolla (...) kui ma nagu mingi, kui ma rohkem mäletan, siis ma vanasti rohkem telekat vaatasin ja mingi reklaam kogu aeg jooksis, siis see võibolla nagu veidikene ajas nagu noh mingi pesupulbri reklaam, mis kogu aeg jooksis, pani pigem nagu mitte seda ostma, nagu et. Aga ma väga nagu riigi põhjal ei boikoteeri kedagi. Siis tõepoolest.*

**Oskad sa kirjeldada kuidas on sinu tarbimisharjumused aja jooksul muutunud?**

*Selle, üks asi on küll, ma (...) ei, ei olegi ütleme, et riideid riideid ja tehnikat olen hakanud väljaspool noh välismaalt ostma. Lihtsalt sellel eesmärgil, et eem saan nagu brändi asju seal palju, palju odavamalt ja noh tehnika on ka odavam ikkagi.*

**See on siis ainukene suurem muutus?**

*Jaah lihtsalt, et mugav on lihtsalt on hea nagu (...) noh Eestist siin ikka noh väga vähe asju hakanud viimastel, noh suuremaid asju ostma. Üritan ikka välismaal.*

**Millisel viisil on erialaselt omandatud teadmised mõjutanud sinu tarbimisharjumusi?**

*Hmm eem (...) võibolla selles, et ma püüangi nagu (...) mõelda läbi seda hinna ja kvaliteedi suhet. Et eem nagu, mis ma saan oma raha eest, see on ka seda, et kui ma ostan kahesaja krooni eest toitu või kolmesaja eest või neljasaja eest, et noh siis on nagu läbi mõelda, et (...)*

**Siis oskad sa välja tuua, milliseid omandatud teadmisi sa seostaksid eetilise tarbimise teemaga?**

*Informaatikas?*

**Üldse ülikooliajal.**

*Mm mõnes mõttes küll nagu tead, teadlikum noh, mõnikord vaat mõtled nagu, mis mingi toote taga on ja mis mingi, mis mingi kauba taga nagu, mis see, mis ettevõtte ja mis eem mm (...) noh kust see nagu tuleb ja nii edasi. Na.. natuke nagu mõtlen nüüd niimodi, et Leedu piimad ja nii edasi ja mingeid siukseid asju odavalt mingi siukene asi, mis püüdis turule tulla. Siis (...) noh, mis ma omandatud teadmised, nooh (...) võibolla õpetab natukene nagu analüüsima kalkuleerima, tõepoolestki.*

**Kas sa oskad öelda, mis märgiga tegemist on?**

*Eem ma kujutan ette, et (...) väike ee see oli mingi kunagi see oli mingi Eesti, et see oli roheline teema vaata, et see eelista eestimaist, ei ole eelista eestimaist vä?*

**Ei ole.**

*Eesti mingi ta.. tarbijad mingisugune Eesti (...) ettevõtted mingi mingi selline asi.*

**Tegemist on fairtrade märgiga, mis on seotud õiglase kaubandusega.**

*„Fair trade“.*

**Kas ma saan õigesti aru, et sina sellega kokku ei ole puutunud?**

*Mkm.*

**Kuidas sina mõistad sellist väljendit nagu eetiline tarbimine, kuidas sina seda defineeriksid?**

*Kas see fairtrade on tõlgitud eetilise tarbimisena?*

**Noo, õiglane kaubandus on fairtrade eesti keeles, aga eetiline tarbimine oleks veel laiem.**  
*Mhmh. Nojah võibolla tähendakski seda, et nagu rohkem teadlikum olla, mis siis millegi, mis, mis nagu millegi, mis to.. mis millegi toote taga on. Mis on selle tootmisprotsess, võibolla noh (...) kust see tuleb. Ma oskaks ainult ma arvan seda, et (...) noh ja seostaks seda nagu seda eestimaise tarbimisega, nagu eestimaise kauba eelistamisega. (...) Teinekord on, mis veel nagu meelde tuleb. Noh kunagi on nagu (...) kunagi on ka näiteks turult, turul käidud. Näiteks ostetud ee kartul, kartulikott näiteks. Et ee nohh, et see, millist sul eelis on et. Noh ongi, et sa jätad selle vahepealse selle kaubandusketi vahelt ära ja tuleb see inimene saab selle raha kohe, saab noh ilma, noh saab oma töö eest siis selle väärilise tasu nagu, mitte ei pea odavalt andma ketile. (...) Noh see on küll nagu natuke, mille peale olen mõelnud.*

**Kuidas sa sellesse üldse, sellesse eetilisse tarbimisse kui sellisesse suhtud? Et kas sa üldse mõtled selle peale?**

*Väga hea! Ses mõttes mina nüüd nii palju väga iga päev sellele ei mõtle. Mingeid otsuseid noh nagu ma olen rääkinud, et teen, aga (...) nagu (...) ma arvan, et nohh iseenesest nagu inimesed teadlikumad oleks, on normaalne. Ma arvan, et see on aitab küll. Eriti just nagu jah mm noh, et ettevõtted ise peaksid ka rohkem läbi mõtlema. Nii mis see küsimus oli siis?*

**Kuidas sina suhtud eetilisse tarbimisse.**

*Jah, et kui noh kui tõepoolest ma nagu nii palju ei tea, aga tõenäoliselt sina tead ettevõtetest, kes nagu midagi kurjasti ära kasutavad mm, et see noh paneks nagu neid midagi muutma, et noh kui inimesed rohkem selle peale mõtleksid.*

**Kust sa oled eetilise tarbimise või õiglase kaubanduse kohta kuulnud?**

*Mm (...) noh eks ma nagu ise kujutan ka ette, mis nagu natuke võibolla panen mööda.. ma ei usu, et ma siis täiesti mööda panen, aga mingi arusaam on ikka, mis on õiglane kaubandus ja nii edasi, et et ee „common sense“ on üks, kust mu teadmised pärinevad ja noh mingisugune teadvustustöö, mis on on käinud ka nagu, kas mis iganes.*

**Aga mille kaudu see teadvustustöö on käinud nagu? Kes on teadvustanud siis?**

*Meedia natuke ja siis võibolla mingisugused (...) siuksed entusiastlikud sõbrad.*

**Nii et sul on sõpru, kes selle peale lähemalt mõtlevad?**

*Noo mõned, kes on siuksed keskkonna ja siukse asja teadlikumad vaata. Tegelevad, kes tegelevad siukse asjaga rohkem. (...) Mõned ikka nagu räägivad ja kuulutavad.*

**Oskad sa tuua näiteid, et mida sina pead eetiliseks tarbimiseks**

*Mm (...) noh see, mis ma juba rääkinud olen, et kogu see (...) noh, et ee teadlikum olla, mida, mis nagu, mis mille misass, mis nagu protsess on mingi toote taga ja et kust see pärineb, et minu meelest see ongi. (...) Mm turul turult kartulikoti ostmine on ka väga mõtlik, väga super.*

**Millise eluviisiga sa eetilist mõtteviisi seostad?**

*Mm (...) nojah ses mõttes, et see nagu (...) ei saa nagu eraldiseisev asi olla, et, et ise (...) mm (...) siukse mingis mõttes peaks nagu missioonitunne olema, et kui midagi tahad muuta selles valdkonnas, kus mingi (...) kujutan ette, et see keskkonna, keskkonnasõbralik või ja igasugu tervisliku eluviisiga. Ma arvan, et see on see on tervislik mõtlemine.*

**Siis kuidas sa hindad, kas tarbijad peaksid eetilise tarbimisele rohkem tähelepanu pöörama kui nad hetkel seda teevad?**

*Mm miks mitte.*

**Aga mis selle põhjuseks oleks, et miks nad peaksid rohkem tähelepanu pöörama?**

*Aai just ütlesin, et see nohh tõenäoliselt on, on, on ettevõtteid, kes toodavad (...) toodavad nagu (...) ütleme, et ee noh mitte nagu nii eetiliselt siis. Noh nagu sa väitsid. Mis iganes lapstööjõud on see välismaa või siis noh mis iganes, kas siis reostavad või mida iganes. Et ee kui on piisavalt inimesi, siis ma arvan, et saame need ettevõtjate nagu tegevust muut.., noh muuta. Mis siis on kasulik.*

**Mis motiveeriks sind ausale kaubandusele rohkem tähelepanu pöörama?**

*(...) Ma usun, et, et ee kui ma otsus.. kui ma nagu (...) noh ma, ma ei, ma võin seda teha lihtsalt nagu kui ma täna nagu.*

**Mis praegu takistuseks on, miks sa seda täna ei tee?**

*Võibolla ma teen. Tänu sinule nüüd.*

**Aga see on tänu minule, kas seega võiks öelda, et sa vajad rohkem teavitustööd selle kohta siis?**

*Jaa. (...) Ma arvan, et kui keegi põhjendab mulle ilusti ära, et mis ee miks see hea on (...) juba see aitab nagu.*

**Kuivõrd oluliseks sa seda teemat Eestis, näiteks võrdluses keskkonnasäästliku teemaga üldse pead? Kas see teema on meil aktuaalne või mitte?**

*Mm (...) ma ei teagi, kui aktuaalne nii aktuaalne siis vist ei ole nagu. (...) Eem ma arvan, et võiks nagu rääkida rohkem, sest tõenäoliselt ee, et saada nagu noh, noh näiteks Baltikumis ka heaks eeskujuks olla võibolla.*

**Mis on selle põhjuseks, et see hetkel Eestis aktuaalne ei ole?**

*Muud mured on.*

**Mis need muud mured hetkel siis oleks?**

*Noo võibolla ei oleks nii palju aktiv aktiviste nagu. Et kes nagu, kelle häält, et me saaks kuulda kuskilt.*

**Mis sa arvad, kuidas sellesse teemasse suhtutakse näiteks 10 või 20 aasta pärast?**

*Ma usun, et ee ma usun, et ee kui see asi levib, siis noh tõenäoliselt ollakse nagu veidi teadlikumad. (...) Või see et eetiline märk on, et mingitel asjadel on ja mingitel ei ole nagu võibolla natuke muudaks nagu tarbimispilk.*

**Seega see teema peaks lihtsalt populaarsemaks saama siis?**

*Ikka nagu, et ettevõtted ka võtaksid vedu sellest. (...) Et ma ei ole näind seda märki eriti paljudel nagu toodetel siin Eestis.*

**Nii et see on inimese enda asi teavitada teisi?**

*Jah.*

**On sul veel midagi lisada?**

*Mm ei tea. Edu soovin sulle.*