

# miltton →

## **Poeriulitelt väärtusi otsides:**

Ühiskonna hoiakud kestliku tarbimise osas ja ootused vastutustundlikule ettevõtlusele Baltikumis

## → Uuringust

**Miltton uuris eestlastelt, lätlaselt, leedulastelt ja soomlastelt nende arvamusi kestliku tarbimise kohta ning kuidas nad näevad ettevõtete rolli ühiskondlike probleemide lahendamisel ja ühiskonnas oluliste ja kiireloomuliste väljakutsetega tegelemisel.**

Uuring viidi läbi 2023. aasta juulis, iga riigis osales üle tuhande vastaja vanusevahemikus 18–60+. Uuring oli esinduslik vanuse, soo ja piirkonna osas kõigis riikides ning seda viis läbi Norstat.

## → Uuringust

**Järgnev esitlus keskendub peamiselt Balti riikide elanike arvamusele, mõnes küsimuses on toodud võrdlus ka soomlastega.**

Esitlus sisaldab mõningaid võrdlusi eelnevate Miltoni uuringutega. Aastal 2017 avaldas **Milton uuringu "Pea liiva alt välja"** Soomes, Rootsis ja Eestis, 2020. aastal ainult Eestis ja 2021. aastal Soomes, Rootsis, Eestis, Lätis ja Leedus.



## **Mida tahtsime teada saada?**

- 01\_ Ettevõtte jaoks parim viis panustada ühiskondlike probleemide lahendamisse.**
- 02\_ Ettevõtte jaoks kõige tõhusamad viisid näidata oma vastutustundlikkust.**
- 03\_ Kõige olulisemad jätkusuutlikkuse teemad tarbijatele, mille osas peaks ettevõtetel olema suurem positiivne mõju.**
- 04\_ Jätkusuutlikkuse kriteeriumide tähtsus tarbimisvalikutes.**
- 05\_ Kriteeriumid, mida tarbijad kasutavad vastutustundliku toote või teenuse tuvastamisel.**
- 06\_ Teenused ja tootekategooriad, mis tekitavad tarbijates kõige rohkem ebakindlust nende vastutustundlikkuse osas.**
- 07\_ Faktorid, mis viitavad sellele, et toode või teenus on vastutustundlik.**
- 08\_ Ettevõtete varustusahelate kontrolli olulisus ja Venemaaga seotuse puudumine.**

# Tagataustal konkureerivad surved.

- Viimatised müügiandmed näitavad, et kasvav hulk tarbijaid valib tootekategoriatest soodsamaid variante. Sellest võime järeldada, et tarbijate jaoks on ostuotsuseid tehes kõige olulisem tegur madalam hind. Kuid see järeldus üksi oleks liiga lühinägelik.
- Müügiandmetest ei nähtu, millist muret inimesed tunnevad, tehes valikuid, mida nad peavad jätkusuutmatuteks. Huvitav on näha, milline surve prevalveerib, kui majandusolukord paraneb. Sest isegi, kui see ei kajastu veel inimeste ostukviitungitel, suureneb tagataustal vajadus jätkusuutlikemate valikute järele.



Tarbijad avaldavad ettevõtetele järjest rohkem survet pakkuda **jätkusuutlikke tooteid ja teenuseid.**

Nad näevad ettevõtteid osana suuremast pildist ja ootavad neilt **konkreetselt seisukohta võtmist ning osalemist avalikus arutelus**, et liikuda ühiskonnas **suurema võrdsuse ja jätkusuutlikkuse suunas.**

# → Milline on ettevõtte jaoks parim viis ühiskondlike probleemide lahendamiseks?

Ettevõtted peaksid...

**14%**

... võtma seisukoha ja osalema avalikul arutelul, aga nad ei peaks realselt probleeme lahendama.

**15%**

... realselt ühiskondlikke probleeme lahendama, aga nad ei tohiks võtta seisukohta ega osaleda avalikul arutelul.

**63%**

... osalema avalikul arutelul ja realselt ühiskondlikke probleeme lahendama.

**8%**

... mitte võtma seisukohta ega osalema avalikul arutelul.

↙

**5%-line kasv  
(2021. a. küsitluses  
58%)**

↘

**Kõrgem keskmine kui Soomes (48%).  
Kõrgeim Leedus 69% ja Eestis 63%,  
samas Lätis 56%.**

# → Kõige tõhusamad viisid ettevõtte jaoks näidata oma vastutustundlikkust

- 2021 uuringus olid esimesed 4 samad kuid teises järjestuses (1. Realistlikud eesmärgid, 2. Läbipaistev suhtlus, 3. Sertifitseeritud tooted..., 4. Jätkusuutlikud ärimudelid)
- **Jätkusuutlikkuse auditid ja sisekontroll** on esimest korda top 5 seas.

*K25: Valige alljärgnevast loendist kuni kolm tegurit, mis on teie arvates ettevõtte jaoks kõige tõhusam viis näidata oma vastutustundlikkust.*

## Sertifitseeritud tooted, teenused või protsessid 44%

Läti 42%, Leedu 47%, Eesti 45% (Soome 38%)

## Läbipaistev suhtlus ja aruandlus ettevõtte jätkusuutlikkusega seotud töö kohta 37%

Läti 31%, Leedu 38%, Eesti 42% (Soome 45%)

## Ärimudeli jätkusuutlikumaks muutmine (nt taastuvenergia kasutamine tootmises) 35%

Läti 37%, Leedu 39%, Eesti 29% (Soome 36%)

## Ettevõtte realistlikud jätkusuutlikkuse eesmärgid 34%

Läti 45%, Leedu 21%, Eesti 37% (Soome 35%)

## Jätkusuutlikkuse auditid ja sisekontroll 27%

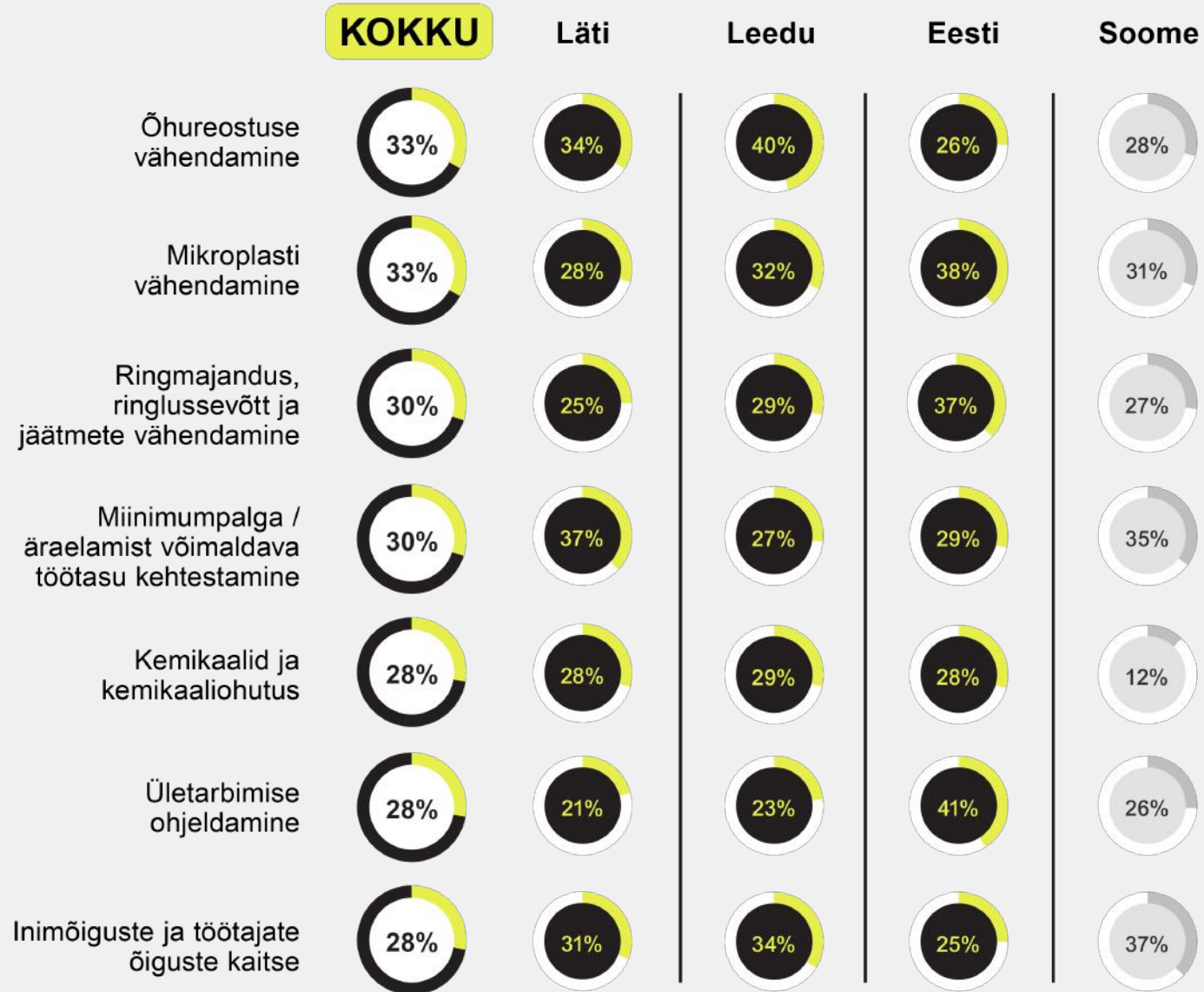
Läti 20%, Leedu 34%, Eesti 27% (Soome 22%)





**Kõige olulisemad jätkusuutlikkuse teemad, mida ettevõtte peaksid rohkem mõjutama, on õhusaaste vähendamine ja mikroplasti vähendamine, kuid oluline on ka miinimumpalga tase.**

→ **TOP 7 kõige olulisemat teemat, millesse ettevõtted peaksid tulevikus rohkem panustama.**



*K17: Valige loendist kuni viis kõige olulisemat asja, millesse ettevõtted peaksid tulevikus rohkem panustama.*

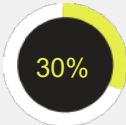
→ **TOP 7 kõige olulisemat teemat, millesse ettevõtted peaksid tulevikus rohkem panustama.**

- **Tööõigused** on eestlastele kõige vähem olulised, samas kui soomlastele on need kõige olulisemad.
- 2019. aastal küsisime: "Aga kes hoolitseb Läänemere eest?" Mitte ühegi viie Läänemere-äärse riigi jaoks ei kuulu kõige olulisemate teemade nimekirja. Seekord oli **"Läänemere reostuse ohjeldamine"** Läti TOP 5 nimekirjas 29%-ga.

# → Top 5 teemat Eestis aastate lõikes

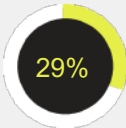
2017

Töötervishoid ja ohutus töökeskkonnas ja ühiskonnas




30%

Ringmajandus, ringlussevõtt ja jäätmete vähendamine



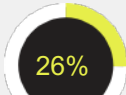
29%

Ületarbimise ohjeldamine



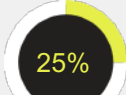
29%

Elurikkuse soodustamine



26%

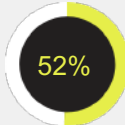
Palgalõhe vähendamine



25%

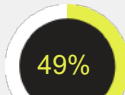
2020

Ringmajandus, ringlussevõtt ja jäätmete vähendamine




52%

Elurikkuse soodustamine



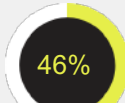
49%

Kohaliku tootmise tagamine



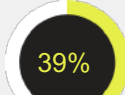
40%

Ületarbimise ohjeldamine



46%

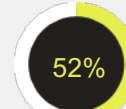
Kliimamuutus



39%

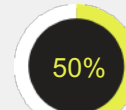
2021

Töötervishoid ja ohutus töökeskkonnas ja ühiskonnas




52%

Ringmajandus, ringlussevõtt ja jäätmete vähendamine



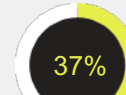
50%

Kohaliku tootmise tagamine



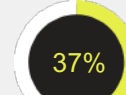
50%

Ületarbimise ohjeldamine



37%

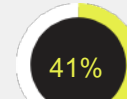
Elurikkuse soodustamine



37%

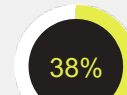
2023

Ületarbimise ohjeldamine



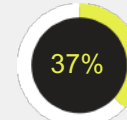
41%

Mikroplasti vähendamine



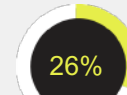
38%

Ringmajandus, ringlussevõtt ja jäätmete vähendamine



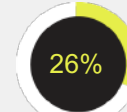
37%

Õhureostuse vähendamine



26%

Miinimumpalga / äraelamist võimaldava töötasu kehtestamine



26%

## → TOP 5 teemat Eestis aastate lõikes

- Balti riikidest kõige rohkem rõhutavad eestlased seda, et ettevõtted peaksid keskkonnateemadele suuremat mõju avaldama.
- **“Ületarbimise ohjeldamine” ja “ringmajandus, ringlussevõtt ja jäätmete vähendamine”** on olnud top 5 alates 2017 aastast.

 **MUUD JÄRELDUSED**

# Millised on erinevused eri vanuserühmade ja sugude vahel?

Soolise võrdõiguslikkuse saavutamine ja loomade õiguste parandamine on kõigis Balti riikides oluline eelkõige noorematele inimestele (18-34-aastased).

Eesti (15%) ja Läti (18%) mehed ei pea palgalõhe vähendamist sama oluliseks kui Eesti (28%) ja Läti (24%) naised.

Küberturvalisus ja infoturve on Eesti ja Leedu vanemaeliste (50-74-aastased) oluline.

Keskkonnareostuse küsimused on eakate (50-74-aastased) jaoks esmatähtsad kõigis kolmes riigis.

# → Kui olulised on järgmised kriteeriumid teie igapäevaostude juures?

- **59% ei näe, et taimetoitlus või veganlus** mängib rolli nende igapäevastes ostudes.
- **77% peab põllumajandusloomade heaolu** oluliseks või väga oluliseks.
- **Ökomärgiste** tähtsus on pigem väike või keskmine. Kuigi eestlased peavad seda olulisemaks kui lätlased ja leedulased.
- **Kohaliku tootmise toetamine, väärtusahela läbipaistvus ja tootmismeetodid** on pigem olulised.
- Kui te pakute oma töötajatele **häid töötingimusi ja õiglast kohtlemist**, siis kommunikeerige seda infot ka oma klientidele.

**54% vastas, et toote kvaliteet ja vastupidavust on kõige olulisemad**

**Keskenduda ringlussevõetavusele ja korduvkasutamisele**

Leedukad vanuserühmast 35-... peavad seda väga oluliseks kriteeriumiks.



**Põllumajandusloomade heaolu** on oluline kriteerium, mis võib julgustada inimesi ostma tooteid ettevõtetelt, mis **kohtlevad loomi eetilisemalt**. Samuti võib see soodustada tulevikus **taimsete või vegan-toodete tarbimist**. Eelkõige otsivad alternatiive nooremad inimesed.



# → Tegurid, mille järgi tarbijad tunnevad ära tooteid ja teenuseid, mis ei vasta nende ootustele vastutustundlikkuse osas

- Ainult **15%** kasutab **kaubamärki** või **märgistust**, et välistada tooted, mis neile ei meeldi. Kuid kui ettevõtte või kaubamärk võtab rohkem **vastutust**, siis valib klient tõenäolisemalt selle tooteid/teenuseid.

*K10: Millised on teie arvates tegurid, mis näitavad, et toode või teenus ei ole vastutustundlik?*

## Kvaliteet 44%

Läti 49%, Leedu 40%, Eesti 42% (Soome 28%)

## Toote materjal või tooraine 39%

Läti 39%, Leedu 34%, Eesti 42% (Soome 30%)

## Pakendi materjal või tooraine 28%

Läti 28%, Leedu 24%, Eesti 32% (Soome 18%)

## Tootja 26%

Läti 39%, Leedu 34%, Eesti 20% (Soome 19%)

## Välismaise tootemargi korral tootmisriik 22%

Läti 21%, Leedu 20%, Eesti 25% (Soome 37%)

# → Tootekategooriad, mis põhjustavad tarbijates kõige enam kõhklusid nende vastutustundlikkuse osas

- Tarbijad on kõige rohkem mures igapäevaste ostude pärast
- **Kütus** oli samuti kõigis riikides kõrgel kohal (Läti ja Leedu 27% ja Eesti 23%)
- Nooremad inimesed (18-34) on rohkem mures **riiete** pärast (Eesti 42%, Läti 35% ja Leedu 28%)

*K11: Milliste toodete puhul olete nende vastutustundlikkuse (nt ökoloogiline või eetilise) suhtes kõige ebakindlam?*

## Pesu- ja puhastusvahendid 40%

Läti 46%, Leedu 44%, Eesti 31% (Soome 16%)

## Kosmeetika 30%

Läti 28%, Leedu 27%, Eesti 34% (Soome 26%)

## Toit 29%

Läti 23%, Leedu 34%, Eesti 29% (Soome 20%)

## Riided 28%

Läti 23%, Leedu 22%, Eesti 38% (Soome 45%)

## Elektronika (nt mobiiltelefonid) 27%

Läti 29%, Leedu 28%, Eesti 23% (Soome 29%)

# → Teenused, mis põhjustavad tarbijate seas kõige enam kõhklusid nende vastutustundlikkuse osas

- Kui Läti ja Leedu puhul oli TOP 5 teenuste hulgas sama, siis Eesti puhul oli TOP 5 hulgas ka **finantsteenused**.
- Kõige väiksema keskmise punktisummaga olid **kultuuriteenused** - 5%

*K12: Milliste teenuste puhul olete nende vastutustundlikkuse (nt ökoloogiline või eetiline) suhtes kõige ebakindlam?*

## Ehitus- ja remonditeenused 43%

Läti 48%, Leedu 47%, Eesti 34% (Soome 30%)

## Logistika- ja transporditeenused 31%

Läti 32%, Leedu 36%, Eesti 25% (Soome 25%)

## Tervise- ja iluteenused 28%

Läti 21%, Leedu 39%, Eesti 35% (Soome 19%)

## Majapidamis- ja puhastusteenused 26%

Läti 28%, Leedu 25%, Eesti 24% (Soome 10%)

## Restorani- ja kohvikuteenused 23%

Läti 18%, Leedu 29%, Eesti 22% (Soome 21%)

# Mida inimesed Baltikumis peavad vastutustundlikuks, keskkonnasõbralikuks või eetiliseks?

*K9: Millised tegurid näitavad teie arvates, et toode või teenus on vastutustundlik (nt ökoloogiline või eetiline)?*

**Toote kvaliteet (47%), selle materjalid (47%) ja toote pakendimaterjalid (29%)** on olulised kriteeriumid, mis annavad aimu sellest, et tooted on vastutustundlikud.

Oluline on suunata fookus toote **disaini** faasile!

## 38%

**Eestlasete** jaoks on **kodumaine tootmine** oluline kriteerium, mis näitab, et tegemist on vastutustundliku tootega.

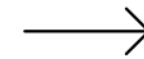
## 35%

**Eestlased** peavad **ökomärgiseid, näiteks Põhjamaade Luigemärki ja Öiglase kaubanduse märki** usaldusväärseks valikuks, samas kui märgised onolulised ainult **16%-le lätlastest** ja **17%-le leedulastest**.

→ **Kui oluline on teie jaoks, et ettevõtted kontrolliksid oma tarneahelaid (kust tooted ja teenused pärinevad), et puuduks seos Venemaaga?**

*Vastuse skaala 1 kuni 5,  
1 = Pole tüdse ähtis  
5 = Väga tähtis.*

**45% vastas, et see on väga oluline**



Kõrgeim Eestis 48% ja Leedu 47%, ning 41% Lätis.

## → Põhijäreldused

### Ole kuuldav!

Suurenevad ootused, et ettevõtted astuksid samme, võtaksid vastutuse ühiskondlike probleemide eest ja võtaksid avalikes aruteludes seisukoha.

### Mõtle läbi, mida pakute

Tarbijad hindavad sertifitseeritud tooteid, mille kõrge kvaliteet ja vastupidavus käivad käsikäes nullkulu põhimõtetega.

### Vähenda negatiivsed mõju

Õhusaaste ja mikroplastid on ühed esimesed ja kõige olulisemad teemad, millele ettevõtted peaksid keskenduma.

### Hea pinnas jätkusuutlike teenusliinide lansseerimiseks

Igapäevaselt kasutatavad tooted ja teenused on rohkem tähelepanu all.

### Tegudele!

Ehitus- ja renoveerimissektoris on kõige suurem ebakindlus jätkusuutlikkuse küsimustes.

# Kuidas me saame tarbijate elu lihtsustada läbi jätkusuutliku kommunikatsiooni?

- Tarbimisvalikud ei ole lihtsad, vaid võivad mõnikord olla **valusa kaalutlemise tulemus**. Kommunikatsioon on võti ja seda ei tohiks alahinnata.
- Need, kes on kõige rohkem huvitatud jätkusuutlikkusest, on väsinud jätkusuutlikkuse sõnumitest. Siiski **ei tohiks ettevõtte loobuda lootusest**, kui tegemist on kestlikust hindavate tarbijatega. Lootust ja tähendusrikkust tuleks hoida ning väärtustada.
- **Tarbijad on teadlikud, et ei ole olemas täiesti jätkusuutlikke valikuid** - seda asjaolu ei tohiks alahinnata. Jätkusuutlikkuse küsimustes peaksid ettevõtte olema julgelt läbipaistvad ja rääkima jätkusuutlikust äritegevusest kui protsessist, mis ei ole veel lõppenud.
- Suured eesmärgid tuleb jagada osadeks, sest **tarbijate usaldus võidetakse konkreetsuse kaudu**. Jätkusuutlikkuse sõnumi edastamisel peaksid ettevõtte vastama küsimusele "Kuidas?".
- Jätkusuutlikkusest kommuniqueerimine nõuab selgust: tarbijad ankurdavad end asjadesse, **mida nad oskavad mõista**.

→ **Aitäh!**

**Rohkem informatsiooni:**

**Helen Tammemäe**

[helen.tammemae@miltton.com](mailto:helen.tammemae@miltton.com)

+372 5349 0339