



LEADER
EESTI



VõrumaaPartnerluskogu



UMA MEKK – Võrumaa ja Võrumaa koostööpiirkonna väiketoidukäitlejate uuring

Tellijä: MTÜ Võrumaa Partnerluskogu

Täitja: SA Võrumaa Arenguagentuur

VÕRU 2011

Sisukord

Uuringutulemuste kokkuvõte	3
Sissejuhatus	21
1.1 Uuringu eesmärk	21
1.2 Uuringu ülesehitus.....	22
I OSA - Kasvatamine	24
III OSA - Arenguvajadused	35
VI OSA - Ettevõtte andmed.....	43
LISA 1 – Küsimustik.....	44
LISA 2 – Statistiline analüüs	65
LISA 3 – UMA MEKK võrgustiku paiknemine Võrumaal	96

Uuringutulemuste kokkuvõte

Antud kokkuvõttes kirjeldatakse uuringu tulemusi, kohalike tootjate tugevusi (ka nõrkusi ja riske), potentsiaali edasisteks tegevusteks, edastatud ettepanekuid võimalike edasiste tegevuste osas UMA MEKK võrgustiku raames. Kokkuvõte on koostatud uuringu peatükkide kaupa ning peatükkides olevad järeldused on võimalusel juba seostatud teiste peatükkide analüüsist saadud tulemustega. Lõpus on järeldused ning punktide kaupa välja toodud vastanute tugevused, potentsiaal edasisteks tegevusteks ja nende nõrkused-riskid. Samuti on välja toodud hulk punkte, mis uuringu koostaja hinnangul ja uuringu tulemusi arvestades võiksid olla UMA MEKK võrgustiku koordineerijale kasulikuks sisendiks, kuid see viimane jääb loomulikult koordineeriva asutuse enda otsustada. Seejärel on ülevaade UMA MEKKi ning Rohelisema Märgi kaubamärkide võrdlusest koos ettepanekute ning koostöövõimaluste nimetamisega. Kokkuvõtte lõpus on toodud uuringute nimekiri, mis on seotud toiduvaldkonna tulevikuperspektiividega ning olnud sisendiks ka antud uuringu läbiviimisel.

Esmaseks analüüsitavaks valdkonnaks on kasvatamise peatükk. Tugevuseks hinnati maa olemasolu ning selle viljakust. Arvestades kasutuses oleva tehnoloogia, hoonete ja sisseseade halba või keskpärast olukorda, on arvestatava tootmismahu tõstmiseks tootjate valduses oleva maa suurus ja viljakus piisavad. Kasutuses olevat tehnikat hinnati kas halvaks või väga halvaks, samuti hoonete ja sisseseade olukorda hinnati ebarahuldavaks. Kolme eelnimetatud tegurit (tehnika, hooned ja sisseseade) võib pidada antud peatükis võtmekohaks kohalike toidutootjate edasises arengus. Võttes arvesse käitlejate keskpärast või pigem keerulist finantsolukorda investeringute tegemiseks, on tegemist otseselt edasise võimalikke arenguid takistava kitsaskohaga. Tootjate hinnangul on nende endi ja personali oskused head, mida kinnitab ka koolitustel osalemise kõrge tase. Tööjõu olemasolu on keskpärane (või pigem halb) ja pole hetkel probleem. Siiski peale tehnoloogia ja tootmishoonetesse tehtavate investeringute tegemist võib see 5-10 a perspektiivis muutuda takistuseks ning kas ettevõtjate koostöö arenedes ja/või valdkonna koolitusprojektide rahastamisel MTÜ Võrumaa Partnerluskogu poolt, võiks otsustamise tingimuseks olla piirkonna UMA MEKK strateegia või koolituskava.

Kasvatatakse enam kartulit, kapsast ja porgandit. Samuti lambaliha ja astelpaju. Positiivne on see, et uuringust tuleb esile kasvatajate valmisolek areneda toidukäitlejateks. Näiteks hapukapsa valmistamine ning mahlade tootmine, samuti on valmisolek liikuda enam niššitootmisesse, nagu varajane ja mahe köögivili. Sama hoiak on liha müügiks kasvatavatel ettevõtjatel – ollakse valmis toodet vääristama. See hoiak on positiivne ning hea alus edasisteks arenguteks. Samuti näitab kohalike ettevõtjate soovi panustada toodete arendamisse. Eelmainitu, kui tugevuse, kõrval peab silmas pidama seda, et tootearenduse soovid on võrdlemisi vähe lisandväärtust loovad (nt kartul – varajane kartul, lambaliha – suitsetatud lambaliha) ning ei kasuta ära kogu potentsiaali, mida piirkondlik tooraine võimaldaks. Potentsiaali valdkonnas on ning eesmärk võiks olla enam toetada kõrgemat lisandväärtust loovate (nišši- või mahe-) toodete arendamisele.

Turustamine ja sellega seonduv on kohalikul toidukasvataval pigem nõrk ja ebakindel ehk sellega ei tegeleta. Samas on see valdkond, mida on võimalik võrreldes investeeringutega seadmetesse ning hoonetesse oluliselt lihtsamini parandada – alates ühinemisest katuseorganisatsioonidega (nt UMA MEKK, Lõuna-Eesti Toiduvõrgustik, MTÜ Maitsev Lõuna-Eesti), ühisest koostööst omavahel kuni ettevõtte turundusplaani loomiseni.

Antud peatükis uuriti ka, mida ettevõtjad, kui tooraine kasvatajad peavad oma ettevõtete arengu suurimateks takistusteks. Ennekõike nimetati selleks turu kaugust, mis on arusaadav, sest Tartu ja Tallinn, kui peamised ja enam ostujõudu omavad turud, asuvad kaugel. Seejärel nimetati enam vähest tööjõudu, kehva tehnikat ning tootmishooneid, vähest rahalist toetust, ajapuudust. Arenguvajaduste peatüki all käsitletakse võimalikke lahendusi toodud takistustele põhjalikumalt, kuid lühidalt võib nentida, et turu kaugus on takistus, mis piirkonna geograafilise asendi tõttu ka jääb. Siin on võimalikuks lahendiks logistilise koostöö arendamine (nt Lõuna-Eesti Toiduvõrgustik näitel) või kokkuostusüsteemi toetamine – sõltuvalt ettevõtjate endi soovist ja aktiivsusest. Tööjõupuudus võib samuti olla takistus, kuid see vajaks täpsemat analüüsi, kuna eelnevalt hinnati personali oskusi ja teadmisi pigem heaks ning tööjõu olemasolu keskpäraseks. Samuti on Võrumaa tööpuudus antud hetkel 12% ja varjatud tööpuudus 8% ning arvestades sektori töö iseloomu, mis on suhteliselt lihtne, ei tohiks antud küsimus sektoris strateegiliseks takistuseks olla. Puudulik tehnika ja tootmishooned hinnati takistusena ettevõtte arengu jaoks peaaegu neljandiku ettevõtjate poolt. Samas ümbertöötlemise

seadmete olukorda hindas halvaks või väga halvaks enamus ettevõtjaid, samuti tootmishooneid nimetati keskpäraseks või halvaks peaaegu kõigi ettevõtjate poolt – siis võrdlemisi ootamatu on, et seda ei nähtud kui peamist takistust ettevõtte arengus. Teisalt toob see esile ja tõendab veel olulise kitsaskohana turustamise võimaluste parandamise vajadust. Viimasesse panustades on võimalik saavutada võrdlemisi kiiresti ja väiksemate rahaliste vahenditega kvalitatiivne hüpe tootjate müügikäibes.

Olulise takistustena nimetasid ettevõtjad ka vähest rahalist toetust ning väheseid investeerimisvõimalusi. Samas investeerimisvõimalused piirkonnas tegutseva ettevõtja jaoks võiks pidada pigem heaks või väga heaks – lisaks PRIA toetusmeetmetele, väiksemas osas ka teiste rakendusasutuste (EAS, KIK jne) toetustele, on olemas piirkonnas ka Võrumaa Partnerluskogu ettevõtlusmeetmed, mis otseselt toetavad tootmisettevõtlust ja ühistegevust. Arvestades antud valdkonna strateegilist positsiooni piirkonnas, on loodud igati positiivsed võimalused toidukäitlejate toetamiseks. Rahalise toetuse vähesus nii mahuliselt kui toetuse määra suuruse osas, võiks arusaadavalt alati suurem olla, kuid see on reguleeritud erinevate Euroopa Liidu ja siseriiklike määradega ning kehtivad ühiselt kõigile Euroopa Liidus. Kitsaskohta leevendaks kindlasti parem teavitustöö ja sihtgruppide informeerimine toetusmeetmetest ning võimalustest – sellekohast informatsiooni ei ole kunagi liiga palju

Oma toorainet töötleb ümber vähe kasvatajaid - vaid veerand vastajatest töötleb ümber alla poole oma toodangust ja kuni pool vastanutest töötleb ümber vaid ligi 20% oma toodangust. Kui UMA MEKKi üheks eesmärgiks on toetada kohalikke ettevõtjaid oma tooraine ja toidu vääristamisel, siis siin on olemas arenguruum. Ja nagu eelnevalt ka välja on toodud, on ettevõtjate hoiakud positiivsed toodetele lisaväärtuse loomiseks. Oluline oleks antud valdkonna vedajatel püüda jõuda selleni, et ettevõtjatel oleksid võimalused otsustamiseks ja konsultatsiooni saamiseks, kuidas ja millistel võimalustel on võimalik ettevõtte arengus edasi liikuda, mida toob endaga kaasa tooraine ümbertöötlemine, millised peavad olema oskused ning milline on investeeringute vajadus, tasuvus ja riskid. See kompetents võiks olla kättesaadav ning võimalusel mitte väga kallilt. Kasvatamiselt töötlemisele üleminek ja tootearendus on ettevõtete elutsüklis olulise tähtsusega. Toetuste ja nõustamise võimalik lihtne kättesaadavus aitab riske maandada ning ettevõtjatel kiiremini ja väiksema ressursikuluga eesmärkideni jõuda. Samuti aidates ettevõtjal

selguseni jõuda, kas ja kuidas muutuda kasvatajast tootjani, aitab võrgustiku vedajal MTÜ Võrumaa Partnerluskogul paremini oma kasutuses olevaid toetusi suunata. Kuna eesmärk pigem ei ole toetada kasvatajaid, vaid töötlejaid ehk kohaliku toorme vääristajaid, luues nõnda piirkonda suuremat lisandväärtust ja paremaid töökohti.

Järgnevalt uuriti ettevõtjate rahulolu oma tegevuskoha suhtes. Seda peetakse heaks ja ligipääsetavaks, millest võib eeldada, et siinsed ettevõtjad on oma asukohaga rahul ning on valmis piirkonnas tegutsemisega jätkama. Ettevõtte tuntust hindavad pooled ettevõtjad heaks ja pooled halvaks või väga halvaks. Samas ka reklaamiga ei olda rahul, seda hindasid halvaks pooled vastanutest. Positiivselt vajab esiletoomist see, et ettevõtjatest hindab oma tuleviku visiooni heaks 38%, keskpäraseks ja kehvaks 62% - see on heaks lähtekohaks edasistele tegevustele – ühisturustamise, suurema lisandväärtuse loomise ja töötlemise suuna toetamine.

Ühe olulisima riskikohana või nõrkusena töötlejate arengus saab esile tuua koostöö puudumise kohaliku tooraine kasutamisel. Alla 44%-i ettevõtjatest ostab teistelt piirkonna ettevõtjatelt vähem kui 10%-i toorainet ehk koostööd sisuliselt ei toimu. Põhjuseks toodi esile kõige olulisematena liiga kõrge hind, kõikuv kvaliteet, varustatuse ebastabiilsus ja infopuudust. Kõik nimetatud neli kitsaskohta on olemuselt lihtsalt lahendatavad – kuna koostöösoov on tugev – siis võiks valdkonna vedajad korraldada ümarlaudu tuginedes uuringus välja toodud takistustele. Antud laadi probleemide suurimaks kitsaskohaks on vähene suhtlus ja usalduse puudus, seda on näidanud kõik ettevõtlusalased uuringud ja klatrikoostööde näited – ilma usalduse ning suhtlemiseta on ühiskoostöö teke keeruline. Liiga kõrge hinna põhjuseid võib olla palju, kuid antud juhul on seda võimalik maandada läbirääkimiste kaudu, kus lepatakse kokku hulgas, kvaliteedis ja tingimustes. Tõhusas ettevõtlusalases koostöös, peab olema isiklik usaldus, kuid samaväärselt ka tööde lepinguline fikseeritus. Seetõttu oleks positiivne kui valdkonna vedajal oleks vastav juriidiline kompetents või teave kontaktide, lepingute (teenuse- või ostulepingute põhjad ja erinevad valikud) ja info näol. Neutraalse eestvedaja olemasolu on lisagarantiiks, et poolte huvid oleks võrdselt kaitstud ja klatrikogemus on tõendanud, et see teeb ka ettevõtetevahelise suhtlemise oluliselt lihtsamaks ning pikas perspektiivis kõigile osapooltele kasulikuks. Lisaks aitab eemaldada omavaheline suhtlemine samuti uuringus mainitud vähese koostöö põhjuse – nimelt üksteist ei tunta ega teata, mis teenuseid ja

tooteid pakutakse. Ettevõtete omavaheline koostöö on piirkondliku innovatsiooni ja tootearenduse oluliseks veduriks.

Teine suurem takistus on ettevõtjate hinnangul toodangu keeruline turustamine (38,5%). Samaselt tooraine kasvatamisega nimetati takistusena väheseid investeerimisvõimalusi ja töötlemiseks vajalike seadmete ja hoonete puudumist. Nagu ka eelneval puhul saab toetuste kohta nentida, et alati võiks enam olla, kuid võrreldes toetustega teistes maakondades ja linnalistes piirkondades, samuti võrreldes siinse avaliku sektori asutuste positiivseid hoiakuid antud valdkonna suhtes, on toidukäitlejale Võrumaal loodud head võimalused antud valdkonnas edukalt tegutseda. Seega pigem tuleb tõdeda, et ehk on infot vähe toetuste ja nende tingimuste kohta. Kuid sellega, et võimalusi, arvestades ka valdkonna ettevõtjate üleüldist finantssuutlikkust, toetuste taotlemiseks vähe on, ei saa täiel määral nõustuda. Töötlemiseks vajalike seadmete ja hoonete puudumine on arusaadavalt probleem. See eeldab suuremahuliste investeeringute tegemist ning lahendusena võiks kaaluda ühiselt tegutsemist seadmete ja hoonete soetamisel, seda kas koostöös või läbi loodava või olemasolevate katuseorganisatsioonide (Lõuna-Eesti Toiduvõrgustik, MTÜ Võrumaa Tehnoloogiainkubaator, MTÜ Võrumaa Partnerluskogu jt). Tulles tagasi turustamise keerulisuse juurde, siis ka siin saaks lahenduseks olla koostöö. Arvestades toimivate ettevõtete suurust, haritava maa suurust ning viljakust, ei ole alust arvata, et siinsed ettevõtjad saaksid kasvada üldjuhul suurettevõteteks ja turgu võita mahtudega. Pigem seisneb edutegur spetsiifiliste, kultuurilist erisust ja väiksemamahuliste seeriatoodete tootmises ja turustamises läbi ühiselt tegutsemise. Turustamise võimaluste loomiseks on juba ka koostööd tehtud – nii UMA MEKK võrgustik ise, kui ka tegutsevad Lõuna-Eesti Toiduvõrgustik ja MTÜ Maitsev Lõuna-Eesti on headeks näideteks.

Kitsaskohana võiks esile tuua ladustamise võimaluste vähesuse, 82% tootjatest ladustab oma kauba ise. Ettevõtjatega suheldes on selgunud, et heade ladustamisevõimaluste olemasolul, oleks huvi enam toota ning seeläbi ka võimalused turustada tooteid hooajavälisel perioodil. Kaasaegsetes püsiva niiskuse ja temperatuuriga hoidlate kasutamine võimaldaks tagada toorainele parema kvaliteedi ja sõltuda vähem hooajalistest teguritest. Sarnaselt võimalusele ühisköögi või töötlemisüksuse rajamisele, võiksid tootjad planeerida sinna juurde ka kaasaegsete ladustamistingimustega hoidla. Viimane võtaks kohalikul

ettevõtjalt ära lisainvesteeringu tegemise vajaduse ning annaks võimaluse mahte ja toodangut paremini planeerida.

Tootjatest reklaamib end ligi 75%, mis on positiivne, kuigi enimkasutatavad kanalid on sõbrad, tuttavad ning koduleht. Positiivne on see, et reklaami tähtsust ja olulisust hinnatakse, kuid, tõenäoliselt ennekõike finantsvahendite puuduse tõttu, kasutatakse võimalikult odavaid kanaleid. Tugevusena võib esile tuua, et kohaliku kaubamärgi olemasolu turustamisel peab vajalikuks 78,8% vastanutest, sealhulgas 45% neist peab seda väga oluliseks. Olulisust on tõenäoliselt juurde lisanud finantsvahendite puudus, kuid siiski antud tulemus peaks andma kindla toe ja selguse, et UMA MEKK kaubamärk on kohalikele tootjatele oluline ning selle kaubamärgi ellukutsumine ja vedamine MTÜ Võrumaa Partnerluskogu poolt on olnud õige samm kohaliku ettevõtluskeskkonna edendamisel. Kaubamärgi välja arendamine ja tuntuse saavutamine on pikk ja kulukas tegevus ning ettevõtjate tagasiside põhjal saab väita, et see MTÜ Võrumaa Partnerluskogu algatus on tunnustust väärt.

Järgnevalt sai uuringu käigus uuritud ettevõtjate teadmisi ja koolituskogemust ning nende soove uute koolituste järele. Üldiselt saab tõdeda, et küsitletud ettevõtjad on hästi koolitatud, kuid samaväärselt nagu ollakse koolitatud, peetakse oluliseks lisakoolitusi. Kõige vähem on käidud alternatiivsete taime- ja loomakasvatuse koolitustel ja seda vajatakse. Erialastel taimekasvatuse ja loomakasvatuse koolitustel on käidud aktiivselt, kuid vajadus või ka puudus on ettevõtjatel toodangu töötlemise tehnoloogia, toodangu töötlemise nõuete, turunduse, tootearenduse ja retseptide ning finantskoolituste järele. Antud viie valdkonna koolitused võiksid kindlasti olla prioriteetideks valdkonna arendajal või toetuse andjatel, sest seosed on selged, kui ei ole teadmist, kuidas toodet arendada, siis ei ole ettevõtjal ka võimalik tootearendusega tegeleda. Sama kehtib ülejäänud nelja valdkonna kohta, kus hea koolitus tagab mõistliku investeeringu ja ettevõtja kasumlikkuse. Üldiselt võib tugevusena nimetada ettevõtjate koolitatust, kuid ehk veel olulisemana nende soovi ennast ikka ja jälle uuesti koolitada. See viitab uuendusmeelsetele ning avatud ettevõtjatele.

Järgnevalt tuli esile rahulolematuse nõustamise kvaliteediga, mida enamasti põhjendati nõustajate madala tasemega (45%) ja rahapuudusega (27%). Viimase väitega võib nõus olla, kuna eelnevalt on esile tulnud ettevõtjate kehvem finantsseis. Esimene väide on

kindlasti mõttekoht, kuna nõustamist pakutakse nii Võrumaa Talupidajate Liidus, Võrumaa Partnerluskogus, kui ka Võrumaa Arenguagentuuris, viimases kahes ka suuremas osas tasuta. See on kindlasti mõttekoht nõustajatele ja erialaliitudele ning võiks olla valdkonna eestvedaja jaoks eesmärk, kuidas paremini vastata ettevõtjate soovidele ja vajadustele. Heaks (ja vähekulukaks) sisendiks võiks olla ettevõtjate ümarlaudadelt saadav informatsioon.

Järgmine positiivne tulemus ühise kaubamärgi vajalikkuse kõrval oli kinnitus, et Kagu-Eestis toimivat kohalikku toitu väärtustava võrgustiku loomisest olid huvitatud sisuliselt kõik vastanutest (93%). Takistustena võrgustiku tekkele mainiti ennekõike tootjate omavahelist kaugust, koostöökogemuse puudumist, seaduste ja nõuete muutusi, kuid kõiki vähetähtsal määral. Nii kohaliku kaubamärgi kui ühendava võrgustiku rajamine võiksid olla antud uuringu tulemustel olulised prioriteedid. Uuring tõi välja ka mõningad kitsaskohad või põhjused, mis on olnud võrgustiku arendamisel takistuseks: vähene info mujal tehtust, soovitakse enam teada välisriikide kogemusi, vähene teadlikkus (koostööd reguleerivatest) seadustest ja nõuetest (60% pidas seda väga oluliseks), aktiivsetest võrgustikku vedavate inimeste puudus (väga oluliseks pidas seda 81% vastanutest), erialaste (koostöö-) koolituste puudumine. Vastajate valmidus taolise võrgustikku loomisesse ja panustamisse on kõrge: olulisel määral on nõus panustama 42% vastanutest. Seega, kui võimalik, võiks võrgustiku eestvedaja korraldada enam ümarlaudu, kus võiks tutvustada koostöö- ja klatrikogemusi, korraldada koostöökoolitusi ning võimaldada võrgustikku vedava palgalise inimese toetamist.

Võrgustiku ettevõtjate finantssuutlikkusest. Pooled võrgustikus tegutsevad ettevõtjad on investeerinud viie aasta jooksul vähem kui 100 000 krooni ehk alla 6400 euro, veerand vastanuist on viie aasta jooksul investeerinud miljon krooni või enam (ehk 64 000 eurot). Antud investeeringunumbrid viitavad enamuse ettevõtjate vähesele investeerimissuutlikkusele. Kui enamus ettevõtjaid investeerib aastas alla 1300 euro ettevõttesse, siis siin on võimalik ohumärk, mis viitab vähesele tootlikkusele ja tootearendusele. Kuna ei ole ette näha kiiret tõusu ja kasumlikkuse kasvu antud sektoris, peaks võimalikuks lahenduseks olema ühiselt tegutsemine. Valdcondades, kus ühiselt tegutsemisega ning ressursi suunamisega võiks edu saavutada on: ühisköögid, ühine turustamine, ühine tootearendus, efektiivsem omavaheline koostöö toorme, töötlemise ja

logistika osas. See on keerulisem, kuna eeldab seniste arusaamade ja tegutsemisharjumuste muutust, kuid toimides, arvestades ka välismaised klasterkogemusi, loob kiiremaid kasvu- ja arenguvõimalusi. Viimast argumenti toetab ka vastanute endi soov koostööd teha ning kaubamärki arendada.

Ettevõtjatele olulisemateks investeerimisallikateks on olnud PRIA toetusmeetmed ja ettevõtte enda kasum. Investeeringuid on tehtud eesmärgiga toodet tehnoloogiliselt uuendada, konkurentsivõimet suurendada, erinevate seadusandlikest aktidest tulenevate nõuete täitmiseks, uue toote või teenuse arendamiseks (25%) ja tehnika ning tootmishoonete soetamiseks (vaid 11%). Investeeringute mahtu ja valdavat iseloomu arvestades on tegemist enamalt jaolt eluspüsümiseinvesteeringutega. Seda seetõttu, et kuna hoonete ja tehnoloogia olukorda on ettevõtjad hinnanud halvaks, siis aastas 1300 eurot investeerides on võimalik vaid olemasolevat ehk säilitada. Seega arvestades ettevõtjate üldist aktiivsust ning koostöölembust, tuleks jätkata ettevõtjate teavitamist erinevatest toetusmeetmetest, võimaldada enam nõustamist ja koostööst ning jätkata, võimalusel, MTÜ Võrumaa Partnerluskoogu poolt välja töötatud meetmetega, mis toetavad tootmisettevõtlust ning ühist koostööd turustamise ja tootearenduse valdkondades. Seda ka seetõttu, et järgneva 5 aasta investeeringud ei näita investeeringute märkimisväärset suurenemist. Kui eelneva viie aasta jooksul investeerisid pooled vähem kui 100 000 eesti krooni, siis tulevikus planeerivad pooled ettevõtjaid investeeringud 100 000 – 500 000 krooni vahel. Kõik vastanud näevad üldjuhul kasvu investeeringute mahus – see on positiivne ning viitab tegutsevate ettevõtjate soovile antud valdkonnas ka edasi tegutseda. Samas, arvestades vajadusi ja kitsaskohti, ei ole investeeringud tõenäoliselt piisavad saavutamaks olulist kvalitatiiivset muudatust ettevõtete toimimises. Hoonete nõuetele vastavusse viimine, olemasolevate laiendamine või uute hoonete ehitamine eeldab oluliselt suuremaid investeeringuid. Samuti tehnoloogiline uuendus ettevõttes eeldab suuremat investeeringut kui praegu vastanute poolt enamasti planeeritud. Ka antud juhul on pigem lahenduseks koostöö ennekõike ühiste tootmisruumide, laopindade väljaarendamisel, toodete arendamisel ja ühisturustamisel, sest nagu eelnevalt mainitud, kiiret tõusu ettevõtete käibes ja müügi kasumis ette ei ole näha.

Ülaltoodut kinnitab ka see, et ettevõtjad planeerivad järgmisel viiel aastal investeerida sisuliselt samadesse valdkondadesse nagu seda on tehtud eelneval viiel aastal:

tehnoloogiline uuendus seadmetesse, nõuete täitmine, konkurentsipüsimine ja uute toodete või teenuste juurutamine – seda võiks teostada, arvestades eelnevalt esile tulnud koostöö soove ja valmidust, koostöös ja seeläbi soodsamalt.

Investeeringud enam ja aktiivselt need, kelle pere sissetulekutest 76-100% moodustavad ettevõtlusest saadav tulu. Vähem investeeringud need, kelle jaoks ettevõtlusest saadav tulu on vähetähtis (alla 25%). Seega neljandik vastanutest planeerib teha aktiivselt investeeringuid ning neist pooled planeerivad investeerida enam kui 1 000 000 krooni ehk üle 64 000 euro. See võiks olla üks võimalik otsustamise alus või hindamise kriteerium nt MTÜ Võrumaa Partnerluskogu toetuste andmisel – kui ettevõtja saab enamuse oma pere sissetulekutest valdkonnast, mille jaoks ta toetust taotleb, viitab see sellele, et ta investeerib enam ning tema tegevused on läbimõeldud ja tulevikku vaatavad.

Kui ekskursina anda hinnang võrgustiku ettevõtjate konkurentsivõimele ning jätkusuutlikkusele, siis olukord on pigem keeruline. Nii kasvatajate kui käitlejate peamiseks probleemiks on seadmete ja hoonete kehva olukord, keeruline on olukord turustamise ja enese nähtavaks tegemisega, tootearendus on pigem nõrk. Võrgustikust enamuse ca 75%-i identifitseerivad end toormekasvatajatena, mitte toidukäitlejatena. Valdav enamuse suudab investeerida vähe – 1300 euro või põgusalt suurema summa aastas investeerimine, arvestades juba olemasoleva infrastruktuuri kehva olukorda, ei ole antud valdkonnas piisav. Ka tulevikus tehtavate investeeringute plaanid, mis näitavad vaid väikest kasvutrendi, ei ole jätkusuutlikud antud valdkonnas kvalitatiivse tõusu saavutamiseks. Ning arvestades seda, et enamuse on vananevad füüsilistest isikutest ettevõtjad ning noori ettevõtjaid on võrgustikus vaid alla 10%, ootavad valdkonda ees keerulised ajad. Teisalt, globaalses majanduses toiduhinnad kasvavad ja toidupuuduse ärahoidmisest on saamas üks strateegilisi valdkondi. Lisaks näitavad trendid, et kohalik toit on muutumas üha enam populaarsemaks (Euroopa tasandil, Eestis on klient hetkel veel hinnatundlik), on sellel valdkonnal selge potentsiaal eduks olemas. Samuti arvestades võrgustiku ettevõtjate positiivseid hoiakuid koostöö arendamise osas, nende valmidust ennast jätkuvalt koolitada ning üldist positiivset tulevikku vaatamist (nt ligi 40% usub, et nende ettevõtmise võtab üle pealetulev põlvkond), on võrgustikul tugevused, mis annavad hea eelduse eduks tulevikus. Kriitiliseks eduteguriks võiks siin nimetada ettevõtjate omavahelist suutlikkust koostööd teha, koosinvesteeringu suutlikkust (näiteks

ühiskäitlemiskeskustesse, ühislaopindadesse, ühisesse tootearendusse ja - turustamisse ning logistikasse) ning avaliku sektori jätkuvat soovi võrgustiku arengusse panustada. Toit, ja ka kohalik toit, on tuleviku trende arvestades vee ja energia valdkondade kõrval nii globaalses kui ka siseriiklikus majanduses oluline valdkond.

Jätkates uuringuga, uuriti järgnevalt vastajate sugu ja haridustaset. Osalenutest olid enamus mehed (65%). Vastanute haridustase on hea: keskeriharidusega 41% ja kõrgharidusega 35%. Kõrge haridustase on kindlasti üheks UMA MEKK võrgustiku ja edasise koostöö tugevuseks. Positiivne on ka see, et vastanutest peab oma laste huvi ettevõtet edasi arendada suureks 39%, mis annab kindlust selles, et praegune investering ja arendus omab tähendust ka tulevate põlvete jaoks.

Järgnevalt uuriti, kellena ettevõtjad näevad iseennast. 91% peab ennast valdavalt siiski kohaliku toodangu kasvatajateks ning 24% nimetab end ka kohaliku toodangu käitlejateks. Kõige populaarsemaks ettevõtja juriidiliseks vormiks on füüsilisest isikust ettevõtja 82%. Enamus vastajaid on valdkonnas tegutsenud enam kui viis aastat ning vaid 10% tegutsenud vähem kui viis aastat. Seega, kuigi haridustase on hea ning tegutsejad omavad ettevõtjatena pikaajalist kogemust, mis on positiivne, tuleb riskina esile see, et võrgustik on pigem vananev ning noori ettevõtjaid tuleb juurde vähe. Sellele riskile viitavad ka vastused, kus 54% ei soovi aktiivselt oma tegevusi laiendada, 40% soovib säilitada olemasolevat taset ning 6% plaanib tegevust lõpetada. Samas positiivne on see, et 36% omab tahet tegevussuuna muutusteks ning see on see osa, kes on nõus saama käitlejateks ja panustama tootearendusse. Arvestades uuringus domineerivaid hoiakuid, on eelnimetatud osaliselt pessimistlikel hoiakutel seos tõenäoliselt varasema keerulise olukorraga põllumajanduses ja toidusektoris. Vähene kasumlikkus ei võimalda kriitiliselt investeerida ning see takistab mahu ja olemasolevate ning uute toodete parendamist ja loomist. Samuti on sektoris tegutsevad ettevõtjad pigem vanemaealised.

Kohalikult toidul on arengupotentsiaal, tulenedes ennekõike globaalsest rahvastikukasvust, kliimasoojenemisest, looduskeskkonna muutustest ning energiaressursside vähenemisest, seda kinnitavad kõik kaasaegsemad uuringud. Kuna piirkonna ettevõtted on kõik väikesed ning ei oma ja ei planeeri ka suuremat laienemist ning mahukasvu, võiks arengupotentsiaali teravik olla suunatud niššitoodetele ja mahetoodetele. Küll vananemistrendi kandev võrgustik on avatud ning koolitusaldis, valmis uusi võimalusi kasutama. Koostöösse

panustamiseta on aga edasist arengut positiivses valguses näha keeruline – finantssuutlikkus on nõrk. Samuti, arvestades loodud tingimusi ja toetuste võimalusi avaliku sektori poolt, ressursi pigem raiskav. Keskenduda tuleks keskkonna loomisele, kus koostöö tingimused ja võimalused on loodud usalduslikel alustel – selleks on head võimalused läbi viies ümarlaudu, õppereisi ja koostööseminare, koondades erinevaid kompetentse ning üles ehitades ekspertvõrgustikke. Viimased on tagamaks nõustamisprotsessi kvaliteeti kriitilise tähtsusega – valdkonda tundvad tootearendaja, turunduseksperdid ja juristid loovad usaldusväärse ning turvalise keskkonna ettevõtjalase koostöö sünniks.

Järgnevalt on esitatud kokkuvõtvalt ettevõtjate tugevused, potentsiaal edasisteks tegevusteks, nõrkused-riskid ning ettepanekud UMA MEKK kaubamärki koordineerivale asutusele edasise töö tõhustamiseks. Potentsiaali hinnati, sarnaselt tugevustele ja nõrkustele-riskidele ettevõtjate puhul, tuginedes uuringutulemuste analüüsile ja eri peatükkide alt saadud andmete võrdlemisele.

Uuringus osalenud ettevõtete tugevused:

1. Maa suurus ja viljakus on piisavad,
2. Ettevõtjatel ja personalil on hea oskuste tase,
3. Ettevõtjad on rahul oma asukohaga,
4. Peaaegu pooled vastanutest hindavad oma tulevikuvisioni heaks (38%),
5. Valmisolek ühise kaubamärgi arendamiseks on olemas (ennekõike turustamise valdkonnas),
6. Märkimisväärne valmisolek on olemas tugevama ja toimivama võrgustiku loomiseks ja soov sellesse panustada,
7. Hinnatakse ning ollakse teadlik reklaami vajalikkusest ja mõjust,
8. Ettevõtjad on õpihimulised ja avatud – koolitatakse endid ning uusi koolitusi peetakse oluliseks,
9. Kasvu nähakse planeeritavate investeeringute mahus – valmidus edasitegemiseks on olemas,

10. Positiivne tulevikku vaatamine – kuni 40% vastanutest eeldab, et nende töö võtab üle pealetulev põlvkond,

11. Võrgustiku ettevõtjate haridustase on hea: 2/3 on erialase või kõrgharidusega.

Potentsiaal edasisteks tegevusteks:

1. Enamusel on soov areneda toidukäitlejaks ning valmisolek oma tooteid vääristada,
2. Valmisolek tootearenduseks on olemas,
3. Potentsiaal ühiste käitlemisekeskuste rajamiseks on olemas,
4. Potentsiaal kauba kvaliteedi säilitamiseks läbi ühiste ladustamispiindade rajamise ja kauba kättesaadavuse aastaringseks tagamiseks on olemas,
5. Alternatiivpõllumajandusealase teadlikkuse suurendamise valmidus on olemas,
6. Ettevõtlusalaste teadmiste (finantsid, tootearendus, nõuded, turustamine ja müük) suurendamise valmidus on olemas,
7. Kõrge valmisolek panustada võrgustiku edasisse toimimisse (42%),
8. Muutumis- ja arenemisvõimekus on olemas nii tootearenduse, koolituste kui koostöö osas.

Nõrkused-riskid:

1. Nii kasvatamise kui käitlemise tehnoloogia, hooned ja sisseseade on kehvas olukorras,
2. Oskustööjõu vajadus 5-10 a perspektiivis,
3. Toidukäitlejateks soovitakse areneda, kuid esiletoodud toodete loodav lisandväärtus on madal,
4. Turustamine on nõrk nii kasvatajatel kui töötajatel,
5. Turu kaugusest tulenevad probleemid vajavad lahendamist – koos kaubavedu, ühised ladustamiskohad või kokkuostu tingimuste ühine läbirääkimine,
6. 62% vastanutest on tulevikunägemus keskpärane või olematu,
7. Nõrk koostöö võrgustiku ettevõtete vahel – ca 45% ettevõtjaid ostavad üksteiselt alla 10% toorainet. Takistused:
 - a) liiga kõrge hind,
 - b) kõikum kvaliteet,
 - c) varustatuse ebastabiilsus ja

- d) infopuudus, mida kasvatatakse ja toodetakse,
8. Ettevõtte arendamise ja majandamisega seotud teadmised on nõrgad,
 9. Rahul ei olda nõustamise kvaliteediga,
 10. Takistused võrgustiku arendamisel:
 - a) vähene info mujal tehtust,
 - b) soovitakse enam teada välisriikide kogemusi,
 - c) vähene teadlikkus (koostööd reguleerivatest) seadustest ja nõuetest,
 - d) aktiivsetest võrgustikku vedavate inimeste puudus,
 - e) erialaste (koostöö-) koolituste puudumine,
 11. Vähene olemasolev ning planeeritav investeerimissuutlikkus (pooled vastanutest on viimase viie aasta jooksul suutnud investeerida aastas ettevõttesse keskmiselt 1300 eurot) ei taga vajalikku kvalitatiivset muutust,
 12. Investeerida plaanitakse samadesse valdkondadesse, kuhu investeeriti 5 aastat tagasi – võimalik mahajäämus ja arengutakistused,
 13. Üleüldine konkurentsivõime ja jätkusuutlikkus on pigem kehvad,
 14. 75% vastanutest identifitseerivad endid kasvatajate, mitte aga töötlejate,
 15. Võrgustiku ettevõtjad on vanemad inimesed ning uusi ettevõtjaid lisandub vähe.

UMA MEKK võrgustiku koordineerimiseks ettepanekud:

1. Toetada ettevõtjaid enam niššitoodete ja mahetoodete arendamisel,
2. Ühisturustamise toetamine,
3. Selgitada välja, kuidas leevendada turukaugusest tulenevaid riske – toetada ettevõtjaid oma logistikasüsteemi välja arendamisel või tagada neile toimiv kokkuostusüsteem, sõltuvalt ettevõtjate aktiivsusest,
4. Koondada kaubamärgi juurde turustamise kompetents, info või kontaktide võrgustik, tootarenduse kompetents, info või kontaktide võrgustik, koostööalane juriidiline kompetents, info või kontaktide võrgustik,
5. Võimalusel keskenduda enam töötlejate võimekuse arendamisele
6. Tagada erialase (tootmisalase ja põllumajandusliku) konsultatsiooni parem kättesaadavus, tagada ettevõtjate jaoks usaldusväärne ning kvaliteetne üldise nõustamise võrgustik,

7. Korraldada koostöö ümarlaudu (usalduse kasvatamiseks) ülaltoodud viie koostöö takistuse eemaldamiseks,
8. Tagada neutraalse koordinaatori-nõustaja olemasolu,
9. Tagada parem informatsiooni kättesaadavus piirkonnas tegutsevatest võrgustikest ja katuseorganisatsioonidest, nt oma kodulehel,
10. Ühisköövide ja/või –käitlemiskeskuste rajamisel/toetamisel nõustada ka võimalike laopindade rajamise võimalikkust sinna juurde,
11. Võimaldada alternatiivpõllumajandusalaste koolituste kättesaadavust/infot,
12. Võimaldada koolitust järgmistes ettevõtte arengu jaoks olulistes valdkondades:
 - a) toodangu töötlemise tehnoloogia,
 - b) toodangu töötlemise nõuded,
 - c) ettevõtte turundamine ja müük,
 - d) tootearendus ja retseptid
 - e) finantskoolitus ,
13. Kaaluda otstarbekust keskenduda ettevõtjatele, kes saavad 76-100% oma sissetulekust ettevõtlusega seotud tuludest – nende investeerimisvõimekus on suurem, edasine tegevus sihikindlam ning koostöövalmidus suurem,
14. Toit, ning eriti kohalik toit, on globaalses majanduses kasvav väärtus ning sellesse panustamine pikaajalises perspektiivis tasuv ettevõtmine,
15. Võimalusel propageerida kohaliku toidu töötlemist ja kultuuri eesmärgiga kaasata valdkonda enam noori ja hakkajaid ettevõtjaid,
16. Võimalusel viia läbi täpsem analüüs, mida turg vajab. Kaardistades olemasolevate uuringute alusel globaalsed ja siseriiklikud trendid ning suheldes teadlikult tarbijatega. Viimaste puhul oleks kasulik töötada välja lähenemisviis ning küsimused info saamiseks. Turuanalüüsi sisseostmine võiks olla pigem teisejärguline,
17. UMA MEKK võrgustikul võiks olla äriplaan/strateegia või koolituskava.

Järgnevalt viidi läbi olemasoleva info põhjal võrdlus Põlvamaa Rohelisema Märjiga.

Võrdlust teostada oli keeruline, kuna mõlemal kaubamärkil puuduvad äriplaan ja/või strateegia. Rohelisem Märk kuulub maakondliku arenduskeskuse SA Põlvamaa Arenduskeskus juurde ning UMA MEKK MTÜ Võrumaa Partnerluskogu juurde. Siit tulenevad mõningad erisused rahastamises ning töökoordineerimises, kuna Võrumaa Partnerluskogul on kaubamärgi arendamiseks paremad rahastamisvõimalused kui Põlva Arenduskeskusel, teisalt Võrumaa Partnerluskogu rahastamise skeem on projektipõhine, mis, erinevalt Põlvamaa Arenduskeskusest, kindlasti lisab annuse ebamäärasust tulevikuplaneerimise osas. Võrdluse teostamise aluseks on olnud vestlused kaubamärgi toimimise eest vastutavate inimestega ning kodulehtedelt ja mujalt saadud informatsioon.

Mõlema kaubamärgi eesmärk on toetada kohalikul toormel põhinevaid kohalikke tooteid. Põlvamaa tootjate kaubamärki Rohelisem Märk on välja antud alates 2009.a-st ning töögruppide tööga alustati 2007.a-l. Tegemist on võrgustikuga, erinevalt UMA MEKK võrgustikust, kuhu kuuluvad ainult märgi saanud ettevõtjad. Samuti on Rohelisem Märk valdkondlikult laiem kui UMA MEKK kaasates veel ehitusmaterjalide ning käsitöö valdkondi. Üldiselt saab aga tõdeda, et kahe kaubamärgi vahel on sarnasusi oluliselt enam kui erinevusi ning erinevused on pigem detailides kui strateegilised.

Kuna Põlvamaa kaubamärk on vanem ning teerajajaks nii taotlemise korra, komisjonide ja juhendite loomisel, siis seetõttu on nii UMA MEKK kui ka nt Setomaa Kimmäs eeskujuna pigem järginud esimest. Mõlemal märgil nii UMA MEKKil kui Rohelisemal Märjil on taotlemise kord või reglement, mis on sarnased nii ülesehituselt kui eesmärgilt. Rohelisemal märgil on ka lisaks taotlemistingimustele detailsed kriteeriumid. Viimase loomist võib UMA MEKK töögrupp kaaluda tulevikus, kui taotlejaid on enam ning detailidesse minek asjakohasem. Mõlemad kaubamärgi vedajad tegelevad aktiivselt sihtgrupi koolitamisega, hetkel ning projektipõhise rahastamise tõttu UMA MEKK enam, kuid ka Põlvamaa Arenduskeskus teeb vähemalt ühe kuupäevase koolitustsükli oma võrgustiku liikmetele aastas.

Mõlema kaubamärgi üheks nõrkuseks võib ehk nimetada strateegilise plaani puudumist. Põlvamaa Arenduskeskus peab vajalikuks ning kui vähegi võimalik lähiajal sellise dokumendi loomist, kuna peale nüüd ligi kolmeaastast toimetamist on tulevikusuundi ja rahastamisvõimalusi lihtsam planeerida kokkulepitud strateegilise dokumendi alusel.

Sama peaks ehk kaaluma ka Võrumaa Partnerluskogu, kuna see aitab seada selgemaid eesmärke, aitab saavutatut mõõta ning on ka kommunikatsioonivahendiks ettevõtjate, teiste avaliku sektori partnerorganisatsioonidega ja avalikkusega.

Erinevustest. Rohelisemal Märgil on neli erinevust, millest UMA MEKK võrgustikul võiks kasu olla. Nimelt on kaubamärkil oma koduleht, olemas on triipkood, samuti on koordineeritud pakendite välja töötamist ning võrgustiku vedaja töö tasustamine on eraldatud projektipõhisest rahastamisest.

Rohelisemal Märgil on oma koduleht (www.polyamaine.ee), erinevalt UMA MEKK lehest, mis toimib Võrumaa Partnerluskogu kodulehe alalehena, ning saab kuni 100 külastust päevas. Arvestades, et tegemist on märgile keskendunud lehega, kuhu tullakse konkreetse info saamiseks, on tegemist positiivse saavutusega. Samuti on leht kanaliks huvilistele kohaliku toidu/toorme osas, seda on kinnitanud ka sealse võrgustiku ettevõtjad. Võimalik, et tänapäeval toimivad efektiivsemalt erinevad sotsiaalsuhtlemise võrgustikud nagu Facebook, kuid täiendatud UMA MEKK veebileht võiks olla võrgustikule kasulik. E-poe rajamine tõenäoliselt ei ole otstarbekas kummalgi kaubamärgi valdajal, kuna toob endaga kaasa toorme ladustamise ja logistika probleemid. Siinkohal võiks küll kaaluda e-poe rajamist MTÜ Maitsev Lõuna-Eesti juurde, kes juba põhitegevusena tegeleb kaubandusega ning omab selleks häid võimalusi. Teiseks, Rohelisem Märk on kasutusele võtnud võrgustiku liikmetele ühise triipkoodi. See võiks ennekõike olla kasulik väiksematele tootjatele, kes teevad spetsiifilisi ja väikesekoguselisi niššitooteid ning sooviksid turustada neid kaubanduskettides või suuremates poodides. Nimelt on triipkoodi aastane tasu ca 200 eurot ning koos on seda soetada oluliselt odavam kui väiketootjal üksi. Pakendite välja töötamise koordineerimine võiks olla samuti üks tegevus, millega UMA MEKK võrgustik saaks ettevõtjat aidata. Pakendite välja töötamine ja arendamine on tootearenduse üks osa ning oma või ühise pakendi välja arendamine võib väiketootjale osutada keerukaks ja liiga kalliks ülesandeks. Kuid millega oleks tootjaid võimalik aidata on näiteks disaineri kasutamise võimaldamine, erinevate võimaluste välja pakkumine jne. Põlvamaal on tootjaid, kes on pakendi muutmiseга tõstnud oma toodangu müügi käivet kuni 50%-i. Pakendi välja töötamine on kindlasti võimalus, millega kohalikku ettevõtjat aidata. Pakenditesse panustades peab ettevõtja põhjalikult läbi mõtlema oma tegevuse eesmärgid ning turustamise võimalused ja kanalid – nõnda teeniks see ka erinevaid lisaeesmärke ja

leevendaks kitsaskohti (nagu selleks turundamise probleem on). Viimaseks soovitusena võiks olla stabiilse töökoha loomine UMA MEKK võrgustiku koordineerimiseks, projektipõhine rahastamine takistab pikaajalist planeerimist ning on pärssiv oma ebakindluses ja sõltuvuses järgmise projekti otsusest ka valdkonda vedavatele inimestele. Põlvamaa Arenduskeskus on paremas olukorras, kuna osaliselt toimub rahastamine EASi toetusel.

Koostöö ettepanekutest. Valdkonnas, kus sarnasus tegevuste vahel on suur ja vahendite puudus pidev, on võimalusi koostööks. Pikemaajalisem koostöö algab lihtsatest asjadest ning seetõttu võiks, kui on soovi, alustada koolitusinfo jagamisest. Kui kummaski kaubamärki vedavas organisatsioonis on või on tekkimas mõne valdkonna kompetents, võiks ka seda omavahel jagada. Konkurentidena ei näinud üksteist kummagi võrgustiku vedajad. Õppereisid ja infopäevad võiksid osaliselt toimida koos või võiks seda infot üksteisele levitada – sellistest kokkusaamistest tekivad ettevõtjatel omavahelised kontaktid, sellest algavad tooraine ostud-müügid, usaldus ja teadmine teineteise tegemistest. Praegune suhtlemine kaubamärkide eest vastutavate inimeste vahel toimib ja on positiivne, kuid võiks olla ehk enam süstemaatilisem väljendudes näiteks regulaarsetes nõupidamistes või töölounates.

Üldjoontes võib öelda, et ettevõtjate ootused kaubamärgi ja ühise koostöö osas on olnud kahel maakonnal sarnased. Koos on lihtsam ning ühise kaubamärgi kaudu panustamine maakonna toodetesse on efektiivsem, odavam ja kasulikum. Mõlemad algatused on saanud kohalike ettevõtjate poolt positiivse tagasiside. Liikmeid ja märki saanud on Põlvamaal enam, kuid märk on ka vanem ning tegevusvaldkond (lisaks ehitusmaterjalid ja käsitöö) laiem. Kuna mõlemas piirkonnas on vahendite puudus ja keerulisem finantsolukord, kui mõnda aega tagasi, on ka siin heaks võimaluseks ühine koostöö ja turundamine. Eriti kuna harjumus piirkondade vahel koostööd teha on olemas ja konkurentsi kaubamärkide vahel ei ole.

Sisendina ning taustaülevaate saamiseks kasutati uuringus erinevaid siseriiklike ja Euroopa Liidus läbiviidud uuringuid, mis on alltoodult ka ära nimetatud:

1. *2nd SCAR Foresight Exercise: New Challenges for Agricultural Research: Climate Change, Food Security, Rural Development, Agricultural Knowledge Systems, European Comission, 2009.*

2. *SCENAR 2020: Scenario study on agricultural and rural world, European Comission, 2006.*

3. *Uuring „Eesti regioonide majandusstruktuuri muutuste prognoos“, Siseministeerium, 2009.*

4. *Uuring „Tööjõu kompetentside ja oskuste taseme ning tööturu vajaduste väljaselgitamine põllumajanduse, - toidu ja –metsandussektoris“, Põllumajandusministeerium, 2010.*

5. *Eesti ruumstruktuur maailmasuundumuste taustal. Ekspertarvamus, A. Keskspaik ja E. Terk, TLÜ Eesti Tuleviku-uuringute Instituut, 2010.*

Sissejuhatus

1.1 Uuringu eesmärk

Käesolev uuring viidi läbi eesmärgil saada ülevaade aktiivsetest UMA MEKK võrgustikku kuuluvatest väiketoidukäitlejate ja –kasvatajatest Võrumaal ja Võrumaa koostööpiirkonnas¹. Uuringuga hinnati nende majanduslikku konkurentsivõimet ja jätkusuutlikkust mõjutavaid tegureid ennekõike selleks, et planeerida antud valdkonna arendamiseks vajalikke tegevusi ja hinnata nende tulemuslikkust².

Uuringu raames kaardistati Võrumaa ja Võrumaa koostööpiirkonna väiketoidukäitlejad, et saada ülevaade nende paiknemisest ning tootmise, esmase töötlemise, töötlemise ja turustamisega seotud probleemidest ning võimalikest lahendustest väiketoidukäitlejate toodete müügivõimaluste parandamiseks. Üldisem eesmärk oli antud uuringuga aidata kaasa väiketoidukäitlejate jätkusuutlikumaks arenguks, uute tekkeks ning tugistruktuuride³ tegevuste efektiivsemaks muutmiseks antud valdkonnas.

Töö alaeemärkideks oli selgitada välja:

¹ Võrumaa koostööpiirkond – käesoleva uuringu raames käsitletakse Võrumaa koostööpiirkonna all Karula, Hargla, Urvaste, Rõuge, Kanepi, Põlva, Räpina ja Vastseliina kihelkonnast (Valgamaa – Valgjärve, Karula, Taheva, Tõlliste ja Sangaste vald, Põlvamaa – Laheda, Veriora, Kanepi, Orava ja Värska vald).

² Uuring „Eesti regioonide majandusstruktuuri muutuste prognoos“ visandab samuti Lõuna-Eesti üheks võimaluseks toiduvaldkonna arendamise. „Seni on Lõuna-Eesti majandus olnud taanduvatel toidu- ja puiduklastritel põhinev. 2000ndatel loodi esmasektori asemele olulisel määral puidu- ja mööbli-, vähem metallitööstuse töökohti, mis kriisi tulemusel on aga kahanenud. Lõuna-Eestil on uuenevates majandustingimustes loodusressursse ja kultuuritraditsioone arvestades häid eeldusi puidu-mööblitööstuse, puhkemajanduse ja (loodus-)turismi, looduslike materjalide ning ökoloogiliselt puhaste toiduainete ja energia tootmiseks. Hea perspektiiv eriti Kagu-Eestis on ökopõllundusel ja aiandusel.“

³ MTÜ Võrumaa Partnerluskogu, Võrumaa Kutsehariduskeskus, Võru Maavalitsus, Võrumaa Arenguagentuur jt.

- Võrumaa ja Võrumaa koostööpiirkonna toodangut märgistava UMA MEKK toote ja teenusekäitlusega toimimisstandardi loomiseks ülevaate saamine ja konkurentsivõimalusteks rakendatava arengupotentsiaali tuvastamine.
- UMA MEKK kaubamärgile omase perspektiivi tuvastamine, mille kaudu saaks luua väiketoidukäitlejate ühisel koostoimel, ühisel väärtusel ja käitumisstandarditel baseeruvaid toote ja teenusepakette.
- Väiketoidukäitlejate vajadused/ootused tugiinfrastruktuuride osas (toetused, ühisköögid, logistika, ühistegevusvõime, muutumisvõimekus, logistikakorraldus koolitusvajadus eelneva rakendamiseks ja muu abi) - Missugusest abist üldjuhul puudust tuntakse ja millest teadlikud ollakse ?

Käesoleva uuringu raames käsitletakse väiketoidukäitlejate all kasvatajaid/tootjaid, esmaseid töötlejaid ja töötlejaid, mis annavad tööd kuni 50 inimesele ja mille aastakäive ja/või aastabilansi kogumaht ei ületa 10 miljonit eurot ning kes on registreeritud äriregistris.

1.2 Uuringu ülesehitus

Uuring viidi läbi ajavahemikul juuni-august 2010.a. Uuringu küsimustik saadeti UMA MEKK võrgustikku kuuluvale 55 ettevõtjatele. Ankeedi saatsid täidetult tagasi 35 ettevõtjat andes vastanute protsendiks 63,6%. Uuringu oli ülesehitatud kuueosalisena:

1. kasvatamine,
2. töötlemine,
3. arenguvajadused,
4. investeeringud,
5. vastajate andmed ja
6. ettevõtte andmed. Kokku 56 küsimust 14 leheküljel.

Uuring valmis SA Võrumaa Arenguagentuuri, Eesti Maaülikooli ja Võrumaa Kutsehariduskeskuse koostöös. Meeskonna moodustasid Võrumaa Arenguagentuurist Maili Vinn, Ene Kerge ja Jako Jaagu, Eesti Maaülikoolist prof. Rando Värnik ja PhD Argo Moor (sotsioloogiline osa) ning praktikandina Tõnis Kaska, Võrumaa Kutsehariduskeskusest Henn Tarro ja Kersti Taul (tulemuste töötlemine).

Tänuõnad tähelepanekute, arvamuste ja toetuse eest kuuluvad ka Tiiu Ohvrile Eesti Maaülikoolist, Ave Tamrale MTÜ Võrumaa Partnerluskoostöö, Kaire Metsale ning Tiiu Marranile SA Põlvamaa Arenduskeskusest.

UURINGU TULEMUSED

I OSA - Kasvatamine

Kõigepealt paluti uuringus osalejatel anda hinnang tootmises kasutatavale maale, tehnikale, tootmishoonetele, rahalistele vahenditele ja tööjõule. Kasutatava maa suurusega olid vastajad üldiselt rahul, selle pindala pidas keskpäraseks enamus vastajaid (57,1%), heaks ja väga heaks 39,3% vastanutest. Vähem oldi rahul mullaviljakusega, mida hindas keskpäraseks 45,5% ja pigem halvaks 42,4% väiketootjatest, heaks hindas mullaviljakust vaid 12,1% vastanutest. Tootmiseks kasutatav tehnika oli üldiselt keskpärane (51,5%), halvaks hindas seda 27,3% ja heaks 21,2% vastanutest. Rahul ei olnud ümbertöötlemiseks kasutatava tehnikaga, mille seisukorda hindas halvaks 71,4%, kusjuures väga halvaks 35,7% väiketootjatest. Hea või väga hea oli ümbertöötlemise tehnika vaid 14,3% vastajate arvates. Tootmishoonete olukorda hinnati keskpäraseks (40,6%) või halvaks (40,6%), heaks pidas seda 18,8% vastanuid. Rahul ei olnud ka sisseseadega, mille olukord oli halb või väga halb 53,3%, keskpärane kolmandiku (33,3%) ja hea või väga hea 13,3% vastajate arvates. Rahalisi vahendeid hinnati keskpäraseks (43,8%) või pigem halvaks (43,8%), heaks pidas neid vaid kümnendik (9,4%). Personali oskused ja teadmised olid enamuse vastajate arvates pigem head (54,6%), keskpäraseks hindas neid 39,4% ja pigem halvaks 6,1%. Tööjõu olemasolu oli 58,1% vastajate arvates keskpärane, halvaks pidas seda 25,8% ja heaks 16,1% vastanutest.

Tabel 1. Väiketoidukäitlejate aastane toodangu maht 2009. aastal ja prognoos 2010. aastaks (kg)

	2009	2010
Kartul	1564750	875200
Piim	1209900	1309000
Oder	322000	121600
Kapsas	213650	104000
Peet	185780	102100
Kaer	183600	192000
Kohupiim	150000	170000

Kaalikas	105701	8000
Nisu	93200	81000
Porgand	86070	60450
Sealiha	41000	20000
Kurk	25940	11800
Jogurt	25000	27000
Mustrõigas	15000	0
Veiseliha	12647	10000
Astelpaju	5600	3300
Sõstar	5525	5195
Lambaliha	5206	6450
Sibul	4317	2350
Kõrvits	4155	11100
Juust	4000	7000
Piim (kitse)	4000	6000
Porru	3040	100
Punane kapsas	3000	100
Õun	2870	1700
Rukis	2800	1300
Leib	2730	3500
Maasikas	2265	2105
Tomat	2265	1100
Hapukoor	2000	3000
Mesi	1380	1000
Hernes	1310	600
Küüslauk	1021	0
Naeris	730	3500
Lillkapsas	525	750
Pastinaak	500	0
Talirõigas	500	0
Uba	490	100
Suitsuvorst kitselihast	220	120
Suitsuvorst metsealihast	200	100
Juust (kitse)	200	400

Suitsuvorst		
põdralihast	150	80
Vaarikas	80	130
Ploom	70	0
Paprika	65	0
Kabatšok	65	0
Karusmari	54	0
Kirss	50	0
Mahlad	50	0
Aroonia	40	0
Pirn	38	0
Ravimtaimed	4	0
Brokkoli	0	200
Kitse/soku liha	0	100
Arbuus	0	100
Viinamari	0	100
Jogurt (kitse)	0	100

Tabelis 1 on välja toodud uuringule vastanud väiketootjate poolt toodetud põllumajandussaaduste kogus 2009. aastal ja kui palju prognoositi toodangut 2010. aastaks. Võrreldes 2009. aastaga on kõige enam kasvanud kõrvita ja naeri kasvatamise populaarsus, lisandunud on mitmed eksootilised saadused nagu arbuus ja viinamari.

Järgmiseks uuriti, milliseid tooteid müüvad väiketootjad kõige rohkem ja milliseid saadusi oleksid nad valmis edaspidi tootma, juhul kui on olemas turustamise võimalused. Hetkel kõige müüdavamaks tooteks on kartul, mida nimetas 34,4% väiketootjatest, järgnesid lambaliha (18,8%) ja kapsas (15,6%). Üle kümnendiku (12,5%) ettevõtetest nimetas kõige müüdavamateks toodeteks veel porgandit, veiseliha ja astelpaju. Kui turustamise võimalused on olemas, siis uute toodetena ollakse edaspidi enim valmis tootma varajast ja mahedat köögivilja (22,7%) ja suitsetatud lambaliha (13,6%). Ligi kümnendik (9,1%) väiketootjatest soovib tulevikus toota hapukapsast, viinamarja, astelpaju ja mahedat mahla või moosi. Tabelis 2 on näidatud kui palju ettevõtteid praegu mingit toodanguliiki müüb ja milliseid uusi tooteid soovitakse tulevikus müüma hakata.

Tabel 2. Praegu müüdavad ja tulevikus uute toodetena planeeritavad müügiartiklid ettevõtete arvu järgi

	Praegu	Tulevikus
Kartul	11	
Lambaliha	6	
Kapsas	5	
Porgand	4	1
Veiseliha	4	
Astelpaju	4	2
Puna- ja mustsõstar	3	1
Küüslauk	3	1
Oder	3	
Mesi	3	
Muna	2	
Leib	2	
Kurk	2	
Piim	2	
Kohupiim	2	1
Kaalikas	2	
Viinamari	2	2
Kaer	2	
Rukkijahu	2	1
Maasikas	2	1
Sibul	1	1
Uba	1	1
Peet	1	
Kitsejuust/ piim	1	
Õun	1	1
Maitse- ja tee taimesegu	1	
Kõrvits	1	
Sealiha	1	
Metskitse - , metssea - ja põdralihast täissuitsuvorst	1	
Jogurt	1	1
Pastinaak	1	

Rõigas	1	
Varajane ja mahe köögivili		5
Suitsetatud lambaliha		3
Hapukapsas		2
Mahe mahl/ moos		2
Hapukurk		1
Juurseller		1
Hernes		1
Pruun juust		1
Odrarang ja kruup		1
Rasv		1
Neerukonserv		1
Metskitse - , metssea - ja põdralihast konserv		1
Laagerdatud loomaliha		1
Vaarikas		1
Mustikas		1
Viinamarjast valmistatud vein		1
Sõir		1
Punapeet		1
Pagaritooted		1
Hoidis		1
Talupiimatooted		1

Turustuskanalitest nimetas müüki kokkuostjatele oluliseks 5 ja väga oluliseks 10 väiketootjat. Müüki kombinaati pidas oluliseks 5 ja väga oluliseks 7 väiketootjat, müük turule oli oluline 6 ja väga oluline 4 tootja jaoks, kliendile kauba kojuviimine oli oluline 12 ja väga oluline 6 tootja jaoks. Talust otse klientidele müüki pidas oluliseks 12 ja väga oluliseks 14 väiketootjat. Oluliste turustuskanalitena nimetati veel jaekaubandust, ladudesse ja ühistulist müüki.

Tabel 3. Tooraine ümbertöötlemise osakaal

Ümbertöötlemise osakaal	Ettevõtteid %
Ei töötle üldse	28.13%

alla 25 %	46.88%
25- 50 %	18.75%
51- 75 %	3.13%
75- 100 %	3.13%
Kokku	100.00%

Tabelis 3 on näha kui palju toorainest ettevõtte ise ümber töötlevad. Toorainet ei töötle ise ümber 28,1% vastanutest, kuni veerandi töötleb ise ümber 46,9% vastanutest, 25-50% toorainest töötleb ümber 18,8% vastanutest ja üle poole töötleb ümber 6,3% väiketootjatest. Kõige suuremat takistust ettevõtte arengule nähakse turu kauguses (37,0%), väheses tööjõus (25,9%), puudulikus tehnikas ja tootmishoonetes (22,2%), väheses rahalises toetuses (18,5%) ning ajapuuduses (14,8%). Takistused ettevõtte arengule on välja toodud tabelis 4.

Tabel 4. Takistused ettevõtte arengule

Takistused ettevõtte (talu) arengule	Ettevõtteid %
Turu kaugus	37.04%
Vähene tööjõud	25.93%
Puudulik tehnika ja tootmishooned	22.22%
Vähene rahaline toetus	18.52%
Ajapuudus	14.81%
Vähesed investeerimisvõimalused	7.41%
Tooraine kättesaadavus	7.41%
Kokku	100.00%

Kokkuvõtteks saab öelda, et kuigi toodangu kasvatamiseks kasutatava maa suurust peetakse piisavaks, ei olda üldiselt rahul mullaviljakusega. Üheks põhjuseks on kindlasti loomapidamise vähenemine, sest sõnnikuga väetamine on lubatud ka mahetootmises ja aitaks mullaviljakust parandada. Ümbertöötlemiseks kasutatavat tehnikat hinnatakse üldiselt halvaks, mis seab piirangu väiketootjatel ise oma toodangut töödelda. Üheks põhjuseks on rahaliste vahendite nappus, sest tootmishooned ja sisseseade on pigem halvas seisus. Rahul ollakse personaliga ja tööjõudu peetakse piisavaks. Kõige rohkem toodetakse

ja müüakse kartulit, tulevikus soovitakse lisaks kasvatada varajast ja mahedat köögivilja. Kõige olulisem turustuskanal on talust otse kliendile müümine, mis on oluline 26 väiketootja jaoks. Enamus tootjaid töötleb ise ümber alla poole toorainest. Ettevõtte arengu kõige suuremat takistust nähakse kaugelasuvat turgu, mis eeldab logistika väljaarendamist.

II OSA - Töötlemine

Uuringus osalejatel paluti hinnata erinevate tegurite olukorda oma ettevõttes. Looduskaunist asukohta hindas heaks ligi kolmandik (32,3%) ja väga heaks peaaegu pooled (48,4%) vastajatest, keskpäraseks 16,1%. Juurdepääsetavust hindas heaks heaks 68,8%, keskpäraseks 21,9% ja pigem halvaks 9,4% vastanutest. Ettevõtte tuntust pidas heaks 43,8%, keskpäraseks 34,4% ja halvaks 21,9%. Reklaamiga ei olnud rahul, seda hindasid halvaks pooled (50,0%), keskpäraseks 36,7% ja pigem heaks 13,3% väiketootjatest. Pakutavate teenuste taset peeti üldiselt keskpäraseks (44,4%) või pigem heaks (37,0%), pigem halvaks pidas seda 11,1%. Pakutavate teenuste mitmekesisust hinnati keskpäraseks (51,9%), pigem halvaks (29,6%) ja heaks (14,8%). Personali arvu hindas enamus keskpäraseks (60,7%), heaks 21,4% ja halvaks 17,9% vastanutest. Personali motiveeritust hinnati üldiselt heaks (50,0%), keskpäraseks pidas motiveeritust 40,0% ja pigem halvaks 10,0% vastajatest. Selge visioon tulevikust oli keskpärane 44,8%, hea 37,9% ja halb 17,2% vastajate arvates.

Tabel 5. Väiketoidukäitlejate poolt aastas töödeldud põllumajandussaaduste kogus, kg

	Töödeldakse kg
Kartul	1270000
Porgand	83500
Hapukapsas	30000
Kaer	26000
Mustikas	12000
Sibul	9700
Kaalikas	9000
Kurk	6000
Sõstar	5250
Astelpaju	5200
Vaarikas	5000
Kapsas	5000
Maasikas	4000
Jõhvikas	3500

Rukis	3050
Pohl	2500
Õun	2150
Hernes	1600
Oder	1000
Kõrvits	1000
Peet	1000
Lambaliha	900
Karusmari	700
Mesi	600
Veiseliha	400
Paprika	200
Kitse/soku liha	200
Põdra liha	200
Metssea liha	200
Salat	150
Sealiha	60
Küüslauk	10

Tabelis 2 on näidatud väiketoidukäitlejate poolt aastas töödeldav toodangu kogus. Kuna kõige rohkem toodetakse kartulit (1270 tonni), siis on ta ka töötlemisel esikohal. Üle 10 tonni töödeldakse veel porgandit, hapukapsast, kaera ja mustikat.

Tabel 6. Kohalikelt tootjatelt sisseostetava toodangu osakaal toidukaupadest kahel viimasel aastal

Kohaliku toodangu osakaal	Ettevõtteid %
Ei osta üldse kohalikelt tootjatelt	16.00%
alla 10 %	44.00%
10- 25 %	12.00%
26- 50 %	4.00%
51- 75 %	8.00%
76 - 100 %	16.00%
Kokku	100.00%

Järgmiseks sooviti teada teistelt kohalikele tootjatelt sisseostetud toodangu osakaalu toidukaupadest kahel viimasel aastal. Tulemused on näha tabelis 6. Teistelt tootjatelt ei osta üldse 16,0%, alla 10% toidukaupadest ostab teistelt 44,0% ja üle 10% toidukaupadest ostab teistelt kohalikele tootjatelt 40,0% vastanutest.

Põhjuseks, miks ei kasutata kohalikku toorainet, ei ole enamuse vastajate arvates (80,0%) liiga kõrge hind, pooled vastanutest (50,0%) pidasid takistuseks kõikuvat kvaliteeti, 30% pidas takistuseks ebasobivat pakendit, 54,5% varustuse ebastabiilsust, 36,4% ebapiisavaid kogemusi, 50,0% protsendi arvates pole sellist kohta, kust saaks kogu sortimendi ja 54,5% arvates pole piisavalt infot teiste tootjate ja nende toodete kohta, kusjuures üle kolmandiku (36,4%) pidas seda väga oluliseks põhjuseks.

Suuremate edasimineku takistajatena nähakse toodangu keerulist turustamist (38,5%), vähesed investeerimisvõimalused (30,8%) ning töötlemiseks vajalike seadmete ja hoonete puudumist (15,4%). Tulemused on näha ka tabelis 7.

Tabel 7. Edasimineku takistavad tegurid

Takistused edasiminekuks	Ettevõtteid %
Keeruline turustamine	38.46%
Vähesed investeerimisvõimalused	30.77%
Töötlemiseks vajalike seadmete ja hoonete puudumine	15.38%
Stabiilne kauba realiseerimise puudumine	7.69%
Eesti turu ja rahvaarvu vähesus	7.69%
Kokku	100.00%

Teiste ettevõtjate teenuseid kasutatakse vähe, ainult 14,3% ankeedile vastanutest märkis, et kasutab allhanget ja seda kuni 50% ulatuses. Toodangu ladustab ise 86,2% väiketootjatest, 13,8% kasutab peaaegu täies mahus vastavat teenust.

Oma toodangule teeb reklaami kolmveerand (74,2%) väiketootjatest, 25,8% reklaami ei tee. Enimkasutatavad reklaamikanalid on sõprade ja tuttavate teavitamine (82,6%),

interneti kodulehekülg (30,4%), kohalikud ajalehed (26,1%), sildid postidel, plankudel või autodel (21,7%), reklaamvoldikud (17,4%) ja ülevabariigilise levikuga ajakirjandus (13,0%). Erinevate reklaamikanalite kasutamise osakaal on toodud tabelis 8. Kohaliku kaubamärgi olemasolu oma toodete turustamisel peab vajalikuks 78,8%, kusjuures väga vajalikuks 45,5% väiketoidukäitlejatest.

Tabel 8. Reklaamikanalid

Reklaamikanal	Ettevõtteid %
Sõprade, tuttavate teavitamine	82.61%
Interneti kodulehekülg	30.43%
Kohalikud ajalehed	26.09%
Sildid/ kirjad postidel, plankudel või autodel	21.74%
Reklaamvoldikud	17.39%
Ülevabariigilise levikuga ajalehed/ ajakirjad	13.04%
TV	4.35%
Kokku	100.00%

Üldiselt on väiketootjad rahul oma asukohaga ja sinna ligipääsuga. Kuigi ettevõtte tuntust hinnatakse üldjuhul heaks, peetakse reklaami ebapiisavaks. Pakutavate teenuste tasemega on vastajad üldiselt rahul, aga see võiks olla mitmekesisem. Personali peetakse piisavaks ja töötajate motiveeritust hinnatakse heaks. Ka visioon tulevikust on enamusel vastajatest välja kujunenud. Kõige rohkem töödeldakse koguseliselt kartulit. Enamus väiketootjaid ostab teistelt kohalikelt tootjatelt alla 10% toidukaupadest. Suuremad põhjused, miks ei kasutata kohalikku toorainet, on infopuudus teiste tootjate ja nende toodete kohta ning varustuse ebastabiilsus. Edasiminekut takistabki paljude arvates see, et tooteid on raske turustada. Toodangut reklaamib suurem osa väiketootjatest, kasutades selleks tavaliselt sõprade ja tuttavate teavitamist.

III OSA - Arenguvajadused

Järgnevalt uuriti, millistel erialastel koolitustel on küsitletud osalenud ja kas nad antud erialal koolitust vajavad. Taimekasvatuse alasel koolitusel on osalenud 89,7% vastanutest ja koolitust vajab (veel) 82,8% vastanutest. Põllumajandusliku keskkonnatoetuse koolitusel on osalenud kolmveerand (75,0%) ja koolitust vajab 64,3% väiketootjatest. Mahepõllumajanduse koolitusel on osalenud 73,1% ja koolitust vajab 80,8% vastanutest. Loomakasvatuse alasel koolitusel on osalenud 60,7% ja koolitust vajab 78,6% vastanutest. Alternatiivse taimekasvatuse koolitusel on osalenud ligi veerand (24,0%) ja koolitust vajab 64,0% väiketootjatest. Alternatiivse loomakasvatuse koolitusel on osalenud 23,1% ja koolitust vajab 53,9%. Toodangu töötlemise tehnoloogia koolitusel on osalenud kõigest 29,0% ja koolitust vajab 87,1% vastanutest. Toodangu töötlemise õigusaktide jm. nõuete koolitusel on osalenud 34,6% ja koolitust vajab 92,3% vastanutest. Turunduse koolitusel on osalenud 58,6% ja koolitust vajab 86,2%. Tootearenduse ja retseptide alasel koolitusel on osalenud 31,0% ja koolitust vajab 89,7%. Õkonoomika koolitusel on osalenud 27,6% ja koolitust vajab 82,8%. Raamatupidamise koolitusel on osalenud 55,2% ja koolitust vajab 89,7% vastanutest. Nõustajate abi mittekasutamist põhjendatakse üldiselt nende madala tasemega (45,5%), rahapuudusega (27,3%) ja info pealiskaudsusega (27,3%).

Ettevõtjaid koondavatest erialaliitudest ja ühendustest kuulub Võrumaa Talupidajate Liitu 32,0% väiketoidukäitlejatest, Lõuna-Eesti toiduvõrgustikku ja Võrumaa Turismiliitu kumbagi 12,0%, Lihaveisekasvatavate Seltsi ja ühingusse Eesti Mahe kumbagi 8,0%. Liitusesse ei kuulu ligi veerand (24,0%) vastanutest. Erinevatesse liitusesse kuulumise osakaal on näha tabelis 9.

Tabel 9. Kuulumine erialaliitusesse ja ühendusesse

Erialaliit või ühendus	Ettevõtteid %
Võrumaa Talupidajate Liit	32.00%
Lõuna- Eesti toiduvõrgustik	12.00%

Võrumaa Turismiliit	12.00%
Lihaveisekasvatajate selts	8.00%
Eesti Mahe	8.00%
Metsaomanike Liit	4.00%
Eesti Lambakasvatajate selts	4.00%
Eesti Biodünaamika Ühing	4.00%
Ei kuulu	24.00%
Kokku	100.00%

Kagu-Eesti kohalikku toitu väärtustava kasvatajate, esmatöötajate ja töötajate võrgustiku loomisest on huvitatud peaaegu kõik väiketootjad (93,8%). Vaid 6,2% ei oska täpselt öelda. Taolise võrgustiku teket võib vastajate arvates kõige enam takistada seaduste ja nõuete muutused (18,5%), tegelike tootjate vähesus (14,8%), tootjate omavaheline kaugus (14,8%), koostöö kogemuse puudumine (14,8%), logistika kallinemine (11,1%) ning järjepidevuse ja kogemuse puudus (11,1%). Takistavad tegurid on ära toodud tabelis 10.

Tabel 10. Takistavad tegurid Kagu-Eesti kohaliku toidu võrgustiku loomisel

Takistav tegur	Ettevõtteid %
Seaduste ja nõuete muutused	18.52%
Tegelike tootjate vähesus	14.81%
Tootjate omavaheline kaugus	14.81%
Koostöö tahte / kogemuse puudumine	14.81%
Logistika kallinemine	11.11%
Järjepidevuse ja kogemuse puudus	11.11%
Energia ja aja puudumine	7.41%
Hea organisaatori puudumine	7.41%
Väiketootjate napid ressursid omafinantseeringuks	7.41%
Väikene huvi ühistute vastu	3.70%
Tarbijate vähenemine või puudumine	3.70%
Info vähesus	3.70%
Kokku	100.00%

Taalise võrgustiku loomisel peavad väiketootjad oluliseks välisriikide kogemuste tutvustamist (71,9%), vajalike seaduste ja nõuete tutvustamist (93,3%), kusjuures väga oluliseks peab seda 60,0%. Tähtsaks peetakse organiseerimisvõimeliste inimeste leidmist, kas asja vedama hakkaksid, oluliseks peavad seda kõik vastanud, kusjuures väga oluliseks 81,3%. Põllumajandusministeeriumilt ja Toiduametilt leebemate nõuete kehtestamist kohalikele toiduainetele peab oluliseks 93,6% vastanutest, kusjuures 77,4% peab seda väga oluliseks. Erialaste koolituste läbiviimist peab oluliseks 93,3%, kusjuures väga oluliseks 60,0%. Taalise võrgustiku loomisesse ja arendamisse on vastajad üldiselt valmis panustama olulisel määral (42,4%), kindlalt ei tea 36,4% ja 21,2% on nõus panustama vähesel määral.

Nagu vastustest selgub on erinevatest koolitustest osavõtnute osakaal kõrge ja koolitusi soovitakse jätkuvalt. Enim soovitakse koolitusi toodangu töötlemise, tootearenduse ja raamatupidamise valdkonnas. Nõustajate abist keeldumist põhjendatakse üldiselt nende madala tasemega. Kõige rohkem väiketootjaid kuulub Võrumaa Talupidajate Liitu. Sisuliselt kõik väiketootjad on huvitatud Kagu-Eesti kohaliku toiduvõrgustiku loomisest, selle suurima takistusena nähakse seaduste ja nõuete muutumist. Võrgustiku loomisel peetakse kõige olulisemaks inimeste leidmist, kes asja vedama hakkavad. Ka tootjad ise on nõus panustama sellise võrgustiku loomisesse ja arendamisse.

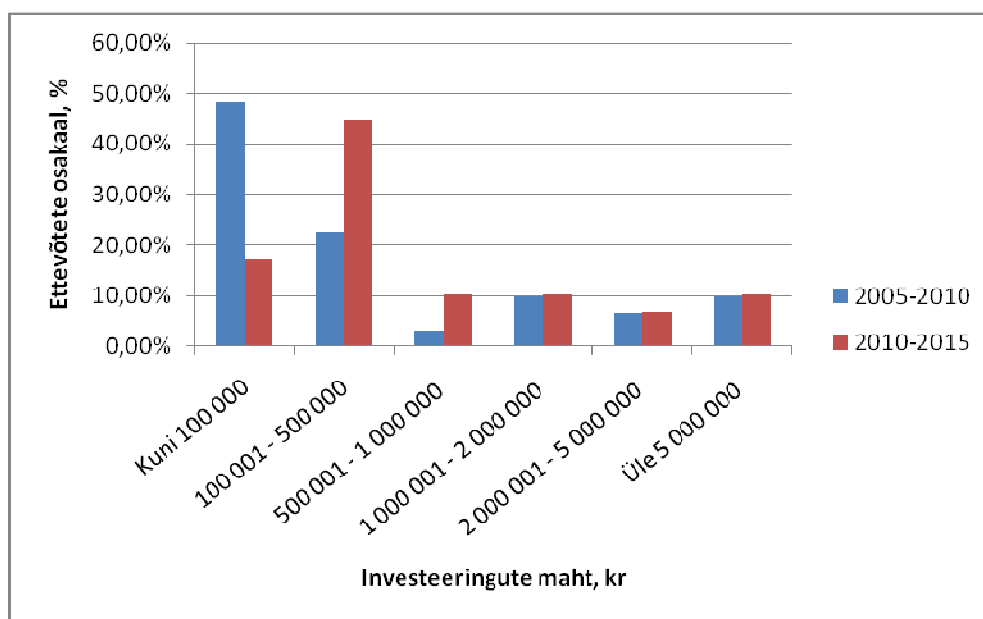
IV OSA - Investeeringud

Järgnevalt sooviti teada nii lähiminevikus tehtud kui ka planeeritavate investeeringute mahtu, nende rahastamise allikaid ja investeeringute eesmärki. Ligi pooltel ettevõtetel (48,4%) jäid investeeringud viimasel viiel aastal alla 100 000 krooni, 22,6% ettevõtetest investeeris 100 000-500 000 kr. Üle miljoni krooni investeeris veerand (25,8%) ettevõtetest. Tehtud investeeringute suurus on näga tabelis 11.

Tabel 11. Investeeringute suurus 2005-2010. aastal, krooni

Investeering, kr	Ettevõtteid %
Kuni 100 000	48.39%
100 001 - 500 000	22.58%
500 001 - 1 000 000	3.23%
1 000 001 - 2 000 000	9.68%
2 000 001 - 5 000 000	6.45%
Üle 5 000 000	9.68%
Kokku	100.00%

Tähtsamateks investeerimisallikateks on seni olnud omafinantseering 50% ulatuses ja tagastamatu euroraha (PRIA, EAS jm. toetused) 50% ulatuses, kumbagi nimetas 50,0% vastanutest. Olulise investeerimisallikana on ka kuni 50% käibest, mida märkis ära kolmandik (33,3%) vastanutest ja 50-100% käibest, mida kasutas 30,0% vastanutest. Investeeringute eesmärgiks on olnud toote tehnoloogiline uuendus (50,0%), konkurentsipüsimine (46,4%), ettevõttele esitatud nõuete täitmine (39,3%), uue toote või teenuse juurutamine (25,0%) ning tehnika ja tootmishoonete soetamine (10,7%).



Joonis 1. Investeeringute suurus viimasel viiel aastal ja kavandatav investeering järgmise viie aasta jooksul, krooni

Aastateks 2010-2015 kavandatavate investeeringute mahtu hindas 44,8% vastanutest 100 000-500 000 kroonile, 17,2% arvates on see summa kuni 100 000 kr, üle miljoni krooni plaanib investeeringuid teha 27,6% väiketootjatest. Tabelis 12 on näha kavandatavate investeeringute maht järgmisel viiel aastal. Joonisel 1 on võrreldud kahe erineva perioodi investeeringute mahtu, kusjuures 2010-2015 on esialgne prognoos.

Tabel 12. Kavandatav investeeringute suurus 2010-2015. aastal, krooni

Investeering, kr	Ettevõtteid %
kuni 100 000	17.24%
100 001- 500 000	44.83%
500 001 - 1 000 000	10.34%
1 000 001 - 2 000 000	10.34%
2 000 001 - 5 000 000	6.90%
üle 5 000 000	10.34%
Kokku	100.00%

Kavandatavate investeeringute eesmärgiks on toote tehnoloogiline uuendus (51,9%), ettevõttele esitatud nõuete täitmine (51,9%), konkurentsipüsimine (48,2%) ja uue toote või teenuse juurutamine (40,7%). Investeeringuallikana plaanitakse kasutada tagastamatut euronõu 50% ulatuses (71,4% vastanutest), käibest kuni 50% plaanib investeerida 50,0% ja omafinantseeringut 50% ulatuses kasutab 39,3% väiketootjatest.

Tabel 13. Investeeringute suurus ettevõttes seotuna ettevõtlusest saadava tuluga, krooni

Kui suure osa Teie pere sissetulekust moodustab ettevõtlusest saadav tulu?	Viimase 5 aasta investeeringu suurus ettevõttes?						
	Kuni 100 000 kr	100 001 - 500 000 kr	500 001 - 1 000 000 kr	1 000 001 - 2 000 000 kr	2 000 001 - 5 000 000 kr	Üle 5 000 000 kr	Total
Alla 10 %	10.00%	3.33%	0.00%	3.33%	0.00%	0.00%	16.67%
10 - 25 %	6.67%	6.67%	3.33%	0.00%	0.00%	0.00%	16.67%
26 - 50 %	10.00%	6.67%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	16.67%
51 - 75 %	6.67%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.33%	10.00%
76 - 100 %	16.67%	6.67%	0.00%	3.33%	6.67%	6.67%	40.00%
Total	50.00%	23.33%	3.33%	6.67%	6.67%	10.00%	100.00%

Tabel 14. Investeeringute suurus seoses ettevõtlusvormiga, krooni

Ettevõtte vorm	Viimase 5 aasta investeeringu suurus ettevõttes?						
	Kuni 100 000 kr	100 001 - 500 000 kr	500 001 - 1 000 000 kr	1 000 001 - 2 000 000 kr	2 000 001 - 5 000 000 kr	Üle 5 000 000 kr	Total
FIE	45.16%	19.35%	0.00%	6.45%	6.45%	6.45%	83.87%
OÜ	3.23%	3.23%	3.23%	3.23%	0.00%	3.23%	16.13%
Total	48.39%	22.58%	3.23%	9.68%	6.45%	9.68%	100.00%

Viimase viie aasta investeeringute suurus ettevõtetes on olnud enamasti kuni 100 000 krooni. Investeeringusallikadena on kasutatud üldiselt eurotoetusi ja omafinantseeringut, investeeringute eesmärk on olnud toodete arendamine ja konkurentsipüsimine. Järgmise viie aasta jooksul plaanitakse teha investeeringuid enamasti 100 000-500 000 krooni. Olulisima investeeringusallikana soovitakse kasutada eurotoetusi toodete arendamiseks, esitatud nõuete täitmiseks ja konkurentsipüsimiseks.

V OSA - Vastaja andmed

Ankeedile vastanutest enamus olid mehed (64,7%), naisi oli ligikaudu kolmandik (35,3%). Vastajatest suurem osa oli kas keskeriharidusega (41,2%) või kõrgharidusega (35,3%). Vastanute haridustase on näha tabelis 13.

Tabel 13. Vastajate haridustase

Haridus	Vastanuid %
Põhiharidus	2.94%
Keskharidus	11.76%
Keskeriharidus	41.18%
Kutseharidus	8.82%
Kõrgharidus	35.29%
Kokku	100.00%

Oma laste huvi ettevõtet edasi arendada peab suureks 38,7% ja väikseks 29,0% vastanutest.

VI OSA - Ettevõtte andmed

Vastanutest 90,9% nimetab ennast kohaliku toodangu kasvatajaks, lisaks nimetab veerand (24,2%) ennast ka kohaliku toodangu käitlejaks. Alustavaid alles tegevust planeerivaid ettevõtjaid on 9,1%. Kõige populaarsem ettevõtte vorm (82,4%) on füüsilisest isikust ettevõtja (FIE), osühinguna tegutseb 17,7%. Enamus vastanuid (90,3%) on tegutsenud ettevõtjana üle 5 aasta, 9,7% on tegutsenud 1-5 aastat.

Tabel 14. Ettevõtlusest saadava tulu osakaal pere sissetulekust

Osakaal kogutulust	Vastanuid %
Alla 10 %	15.15%
10 - 25 %	21.21%
26 - 50 %	15.15%
51 - 75 %	9.09%
76 - 100 %	39.39%
Kokku	100.00%

Tabelis 14 on näha kui suure osa pere sissetulekust moodustab ettevõtlusest saadud tulu. Ettevõtlusest saadav tulu moodustab üle 75% pere sissetulekust 39,4%, alla 25% pere sissetulekust 36,4% vastanutest. Praeguste eesmärkidena ettevõtluses märkis 54,6% soovi ettevõtte tegevust laiendada, 39,4% püüab püsida samal tasemel, 36,4% soovib muuta tegevussuunda ja 6,1% väiketootjatest plaanib tegevuse lõpetada.

LISA 1 – Küsimustik



LEADER
EESTI



Võrumaa Partnerluskogu



A. KASVATAMINE

1. Palun hinnake toodud tegurite olukorda teie ettevõttes järgneva hindamiskaala abil:

	Väga hea	Pigem hea	Kesk-pärane	Pigem halb	Väga halb
1. Kasutatava maa pindala					
2. Mullaviljakus					
3. Tehnika tootmiseks					
4. Tehnika ümbertöötlemiseks					
5. Tootmishooned					
6. Sisseseade					
7. Rahalised vahendid					
8. Personali oskused ja teadmised					

9. Tööjõu olemasolu					
---------------------	--	--	--	--	--

2. Kui palju teie ettevõttes töödeldakse põllumajandussaadusi 2009 ja 2010 – palun märkida selleks sobiva tooteliigi taha aastane toodangu maht (kg) ja tarneaeg (millistel kuudel olete valmis antud toodangut müüma nimetada kuud). Mahedale toodangule lisage – M ?

Toode	2009. aasta toodangu maht (kg)	Tarneaeg (kuu)	2010. aasta toodangu maht (kg)	Tarneaeg (kuu)
1. Rukkis				
2. Oder				
3. Nisu				
4. Kaer				
5. Maasikas				
6. Vaarikas				
7. Sõstar				
8. Karusmari				
9. Astelpaju				
10. Mustikas				
11. Jõhvikas				
12. Pohl				
13. Pirn				
14. Õun				
15. Kirss				
16. Ploom				
17. Tomat				
18. Kurk				

19. Paprika				
20. Salat				
21. Kõrvits				
22. Kartul				
23. Porgand				
24. Kapsas				
25. Lillkapsas				
26. Kaalikas				
27. Peet				
28. Naeris				
29. Hernes				
30. Uba				
31. Sibul				
32. Küüslauk				
33. Kitse/soku liha				
34. Põdra liha				
35. Metssea liha				
36. Lambaliha				
37. Veiseliha				
38. Sealiha				
39. Küülikuliha				
40. Forell				
41. Mahlad				
42. Piim				

43. Kohupiim				
44. Juust				
45. Jogurt				
46. Hapukoor				
47. Leib				
48. Sai				
49. Mesi				
50.				
51.				

3. Millised on teie ettevõtte 3 kõige ostetavamad toodet? Nimetage alustades kõige enam ostetavamast.

a).

b).

c).

4. Milliseid uusi tooteid/saadusi olete valmis edaspidi tootma, juhul kui turustamise võimalused on olemas?

.....

5. Kui olulised on teile hetkel järgmised turustuskanalid? Tehke iga turustuskanali taha märges teile sobivasse lahtrisse.

	Väga oluline	Pigem oluline	Ei tea, raske öelda	Pigem ebaoluline	Täiesti ebaoluline
1. Müük kokkuostjatele					
2. Müük kombinaati					
3. Müük turul					
4. Viin kauba kliendile koju					
5. Kliendid ostavad talust					
6.					
7.					

6. Millise osa toorainest töötlete ise ümber?

ei töötle üldse

alla 25%

25 – 50%

51 -75%

75 – 100%

7. Milles näete kõige suuremat takistust ettevõtte (talu) arengule?

.....

B. TÖÖTLEMINE

8. Palun hinnake toodud tegurite olukorda teie ettevõttes järgneva hindamisskaala abil:

	Väga hea	Pigem hea	Keskpärane	Pigem halb	Väga halb
1. Looduskaunis asukoht					
2. Juurdepääsetavus					
3. Tuntus					
4. Reklaam					
5. Pakutavate teenuste tase					
6. Pakutavate teenuste mitmekesisus					
7. Personali arv					
8. Personali oskused ja teadmised					
9. Personali motiveeritus					
10. Rahalised vahendid					
11. Selge visioon tulevikust					
12.					

13.					
----------	--	--	--	--	--

9. Kui palju Teie ettevõttes töödeldakse põllumajandussaadusi – palun märkida tooteliigi
 tah aastane vajadus (kg)? Kui tegu on hooajalise vajadusega, lisada eelviimasesse
 lahtrisse hooaja periood kuudega – näiteks maist- septembrini.

Saadus	Aastane vajadus (kg)	Hooaeg (kuu)	Kust ostate vastavaid saadusi?
1. Rukkis			
2. Oder			
3. Nisu			
4. Kaer			
5. Maasikas			
6. Vaarikas			
7. Sõstar			
8. Karusmari			
9. Astelpaju			
10. Mustikas			
11. Jõhvikas			
12. Pohl			
13. Pirn			
14. Õun			
15. Kirss			
16. Ploom			
17. Tomat			
18. Kurk			
19. Paprika			

20. Salat			
21. Kõrvits			
22. Kartul			
23. Porgand			
24. Kapsas			
25. Lillkapsas			
26. Kaalikas			
27. Peet			
28. Naeris			
29. Hernes			
30. Uba			
31. Sibul			
32. Küüslauk			
33. Kitse/soku liha			
34. Põdra liha			
35. Metssea liha			
36. Lambaliha			
37. Veiseliha			
38. Sealiha			
39. Küülikuliha			
40. Forell			
41. Mahlad			
42. Piim			
43. Kohupiim			

7. Pole piisavat infot tootjate ja nende toodete kohta					
8. Muu.....					
.....					

12. Milles näete suurimat takistust edasiminekuks?

.....

.....

.....

13. Kui suures osas kasutate allhanget? Nimetage %.

.....

14. Kas te ladustate kogu oma toodangu ise?

jah

ei

Kui „ei“, siis kui suures mahus kasutate vastavat teenust? Nimetage protsent

15. Kas teete oma toodangule reklaami?

jah

ei

Kui „jah“, siis missuguseid kanaleid kasutate? Võib valida mitu varianti.

TV

- raadio
- ülevabariigilise levikuga ajalehed/ajakirjad
- kohalikud ajalehed
- sildid/kirjad postidel, plankudel või autodel
- interneti kodulehekülg
- reklaamvoldikud
- sõprade, tuttavate teavitamine
- muu, siis mis

16. Kui vajalikuks peate kohalikku kaubamärgi olemasolu oma toodete turustamisel?

- väga vajalikuks pigem ebavajalikuks
- pigem vajalikuks täiesti ebavajalikuks
- ei tea, raske öelda

C. ARENGUVAJADUSED

17. Järgnevalt on loetletud mõningad erialased koolitusvaldkonnad. Palun märkide igal real, kas olete nimetatud koolitusel osalenud või ei ja kas vajate koolitust antud valdkonnas?

		Olen osalenud, enam	Olen osalenud, vajan	Ei ole osalenud, vajaksin	Ei ole osalenud, ei vaja ka

		ei vaja	veel		
1.	Taimikasvatus				
2.	Põllumajanduslik keskkonnatoetus				
3.	Mahepõllumajandus				
4.	Loomakasvatus				
5.	Alternatiivne taimikasvatus				
6.	Alternatiivne loomakasvatus				
7.	Toodangu töötlemine (tehnoloogia)				
8.	Toodangu töötlemine (õigusaktid jm nõuanded)				
9.	Turundus				
10.	Tootearendus ja retseptid				
11.	Ökonoomika				
12.	Raamatupidamine				
13.				

18. Kui teil ettevõtjana puudub huvi nõustaja abi kasutamise vastu, siis põhjendage seda

.....

19. Kas kuulute mõnda ettevõtjaid koondavasse erialaliitu või ühendusse. Kui jah, siis millisesse?

.....

20. Kuivõrd olete huvitatud Kagu-Eesti kohalikku toidu väärtustava kasvajate, toojate, esmatöötajate ja töötajate võrgustiku loomisest?

- väga huvitatud
- pigem huvitatud
- ei tea, raske öelda
- pigem ei ole huvitatud
- üldse ei ole huvitatud

21. Mis võib teie arvates takistada taolise võrgustiku teket?

.....

.....

22. Kui oluliseks peate taolise võrgustiku loomisel järgmisi meetmeid?

Meede	Väga oluliseks	Pigem oluliseks	Ei tea, raske öelda	Pigem ebaoluliseks	Täiesti ebaoluliseks
1. Tutvustada välisriikide kogemusi					
2. Tutvustada vajalikke seadusi ja nõudeid					
3. Leida organiseerimisvõimelisi inimesi, kes asja veaksid					
4. Pidada läbirääkimisi Põllumajandus- ja VET/Toiduametiga leebemate nõuete kehtestamiseks kohalikele toiduainetele					

5. Viia läbi erialaseid koolitusi					
6.					
7.					

23. Mil määral olete ise nõus panustama taolise võrgusiku loomisesse ja arendamisse?

- väga olulisel määral
 pigem vähesel määral
 pigem olulisel määral
 väga vähesel määral
 ei tea, raske öelda

D. INVESTEERINGUD

24. Viimase 5 aasta investeeringu suurus ettevõttes?

- kuni 100 000 krooni
 100 001 – 500 000 krooni
 500 001 – 1 000 000 krooni
 1 000 001– 2 000 000 krooni
 2 000 001 – 5 000 000 krooni
 üle 5 miljoni krooni

25. Millised on olnud investeerimisallikad? Olemasolevatele allikatele lisage ligikaudne protsent investeeringu kogumaksumusest.

- käibest protsenti
- omafinantseering (sh. sõbrad, tuttavad) protsenti
- krediidiettevõtted protsenti
- tagastamatu euroraha (PRIA, EAS jm toetused) protsenti

26. Milline on olnud investeeringute eesmärk? Võite märkida mitu varianti.

- tehnoloogiline uuendus sama toote puhul
- uued toote, teenuse juurutamine
- ettevõttele esitatud nõuete täitmine
- konkurentsipüsimine
- ettevõtlusvaldkonna vahetus
- muu

27. 2010-2015 kavandavate investeeringute maht?

- kuni 100 000 krooni
- 100 001 – 500 000 krooni
- 500 001 – 1 000 000 krooni
- 1 000 001– 2 000 000 krooni
- 2 000 001 – 5 000 000 krooni
- üle 5 miljoni krooni

28. Milline on kavandavate investeeringute eesmärk? Võite märkida mitu varianti.

- tehnoloogiline uuendus sama toote puhul

- uued toote, teenuse juurutamine
- ettevõttele esitatud nõuete täitmine
- konkurentsipüsimine
- ettevõtlusvaldkonna vahetus
- muu

29. Milliseid investeerimisallikaid kavandate? Lisage kavandatavale allikale ligikaudne protsent investeeringute kogumahust.

- käibest protsenti
- omafinantseering (sh. sõbrad, tuttavad) protsenti
- krediidiettevõtted protsenti
- tagastamatu euroraha (PRIA, EAS jm toetused) protsent

E. VASTAJA ANDMED

30. Vanus

- 31. Haridus:**
- algharidus
 - põhiharidus
 - keskharidus
 - keskeriharidus
 - kutseharidus
 - kõrgharidus

32. Sugu:

mees

naine

33. Perekonnaseis:

vallaline

abielus

vabaabielus

34. Kui palju on teie peres alla 18-aastasi lapsi?

35. Kui palju on peres elavaid üle 18-aastasi lapsi?

36. Milline on teie laste huvi tulevikus ettevõtet edasi arendada?

väga suur

pigem väike

pigem suur

väga väike

ei tea, raske öelda

F. ETTEVÕTTE ANDMED

37. Kes te olete? Võite märkida mitu varianti.

kohaliku toodangu kasvataja;

kohaliku toodangu käitleja;

alustav/tegevust alles planeeriv ettevõtja;

38. Millal alustasite antud valdkonnas ettevõtlusega (aasta)?

39. Ettevõtte vorm?

FIE

MTÜ

Tulundusühistu

OÜ

Täisühing

Muu

AS

Usaldusühing

40. Ettevõtte nimi

41. Nimetage palun oma ettevõtluse põhivaldkond?.....

42. Mida lisaks põhivaldkonnale veel teete, näiteks madalhooajal?

.....
.....

43. Ettevõtte asukoht

Talu

Küla/ Linn.....

Vald

Maakond

44. Ettevõtte katastritunnus:

45. Juhatuseliige(nimi)

46. Kontaktisik(nimi)

.....(telefoni nr)

.....(e-mail)

.....(kodulehekülg)

47. Kui kaua olete olnud ettevõtja (talunik)?

alla 1 aasta;

1-5 aastat;

üle 5 aasta.

48. Milline oli ettevõtte töötajate arv kevadel 2010?

.....

49. Millised muutused on toimunud personalis viimase 2 aasta jooksul?

.....

50. Kui suure osa Teie pere sissetulekust moodustab ettevõtlusest saadav tulu?

alla 10%

51 - 75%

10 – 25%

76 - 100%

26 – 50%

51. Kui palju töötajaid on ettevõttes oma perest, koduvallast, kodumaakonnast ja väljastpoolt kodumaakonda

Oma perest

Koduvallast

Kodumaakonnast

Väljastpoolt kodumaakonda

52. Millal kasutate palgatööjõudu ja mil määral?

alaliselt (..... töötajat)

hooajaliselt (.....töötajat)

ei kasuta üldse

53. Milline on teie töötajate koolitusvajadus?

väga suur

pigem suur

ei tea, raske öelda

pigem väike

väga väike

54. Millistest oskustest/teadmistest jääb teie ettevõtte töolistel kõige enam vajaka?

.....
.....

55. Kuidas võiks KOV teie ettevõtluse arengule kasuks olla?

.....
.....

56. Mis on teie praegune eesmärk ettevõtluses? Võib valida 2 varianti.

- soovin ettevõtte tegevust laiendada
- püüan püsida samal tasemel, mitte laieneda ega ka vähendada
- soovin ettevõtte tegevust vähendada
- plaanin ettevõtte tegevuse lõpetada
- soovin muuta tegevussuunda (otsida uusi sissetuleku allikaid).

LISA 2 – Statistiline analüüs

REPORT ON SURVEY: "Toit"

Context: "Universal (all cases)"

Number of documents in context: 35

The set of One-Way Tables includes:

- tables for text variables
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 91, 92, 93, 94, 95

Contents of tables for Text Variables

Column 1. Values of variable represented in the table.

Column 2. Number of cases by each value of the variable.

Column 3. % cases by values of the variable.

Table 1. [T/S] "A 1. Kasvatamine- Tegurite olukord ettevõttes"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>No data by variable 1</i>	35	100.00%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 2. [T/S] "A 1.1. Kasutatava maa pindala"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	0	0.00%
<i>Pigem halb</i>	1	2.86%
<i>Keskpärase</i>	16	45.71%
<i>Pigem hea</i>	9	25.71%
<i>Väga hea</i>	2	5.71%

<i>No data by variable 2</i>	7	20.00%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 3. [T/S] "A 1.2. Mullaviljakus"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	0	0.00%
<i>Pigem halb</i>	14	40.00%
<i>Keskpärane</i>	15	42.86%
<i>Pigem hea</i>	4	11.43%
<i>Väga hea</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 3</i>	2	5.71%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 4. [T/S] "A 1.3. Tehnika tootmiseks"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	1	2.86%
<i>Pigem halb</i>	8	22.86%
<i>Keskpärane</i>	17	48.57%
<i>Pigem hea</i>	5	14.29%
<i>Väga hea</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 4</i>	2	5.71%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 5. [T/S] "A 1.4. Tehnika ümbertöötlemiseks"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	10	28.57%
<i>Pigem halb</i>	10	28.57%
<i>Keskpärane</i>	4	11.43%
<i>Pigem hea</i>	2	5.71%

<i>Väga hea</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 5</i>	7	20.00%
Total	35	100.00%

Table 6. [T/S] "A 1.5. Tootmishooned"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	2	5.71%
<i>Pigem halb</i>	11	31.43%
<i>Keskpärane</i>	13	37.14%
<i>Pigem hea</i>	4	11.43%
<i>Väga hea</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 6</i>	3	8.57%
Total	35	100.00%

Table 7. [T/S] "A 1.6. Sisseseaded"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	6	17.14%
<i>Pigem halb</i>	10	28.57%
<i>Keskpärane</i>	10	28.57%
<i>Pigem hea</i>	2	5.71%
<i>Väga hea</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 7</i>	5	14.29%
Total	35	100.00%

Table 8. [T/S] "A 1.7. Rahalised vahendid"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	1	2.86%
<i>Pigem halb</i>	14	40.00%
<i>Keskpärane</i>	14	40.00%

<i>Pigem hea</i>	2	5.71%
<i>Väga hea</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 8</i>	3	8.57%
Total	35	100.00%

Table 9. [T/S] "A 1.8. Personali oskused ja tadmised"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	0	0.00%
<i>Pigem halb</i>	2	5.71%
<i>Keskpärane</i>	13	37.14%
<i>Pigem hea</i>	18	51.43%
<i>Väga hea</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 9</i>	2	5.71%
Total	35	100.00%

Table 10. [T/S] "A 1.9. Tööjõu olemasolu"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	2	5.71%
<i>Pigem halb</i>	6	17.14%
<i>Keskpärane</i>	18	51.43%
<i>Pigem hea</i>	4	11.43%
<i>Väga hea</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 12</i>	4	11.43%
Total	35	100.00%

Table 11. [T/M] "A 2. Millised on teie ettevõtte 3 kõige ostetavamad toodet?"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Porgand</i>	4	11.43%
<i>Sibul</i>	1	2.86%

<i>Uba</i>	1	2.86%
<i>Muna</i>	2	5.71%
<i>Leib</i>	2	5.71%
<i>Kurk</i>	2	5.71%
<i>Kapsas</i>	5	14.29%
<i>Peet</i>	1	2.86%
<i>Kitsejuust/ piim</i>	1	2.86%
<i>Õun</i>	1	2.86%
<i>Maitse- ja tee taimesegu</i>	1	2.86%
<i>Lambaliha</i>	6	17.14%
<i>Piim</i>	2	5.71%
<i>Kohupiim</i>	2	5.71%
<i>Kartul</i>	11	31.43%
<i>Puna- ja mustsõstar</i>	3	8.57%
<i>Veiseliha</i>	4	11.43%
<i>Küüslauk</i>	3	8.57%
<i>Kaalikas</i>	2	5.71%
<i>Astelpaju</i>	4	11.43%
<i>Kõrvits</i>	1	2.86%
<i>Viinamari</i>	2	5.71%
<i>Oder</i>	3	8.57%
<i>Kaer</i>	2	5.71%
<i>Rukkijahu</i>	2	5.71%
<i>Mesi</i>	3	8.57%
<i>Maasikas</i>	2	5.71%
<i>Sealiha</i>	1	2.86%
<i>Metskitse - , metssea - ja põdralihast täissuitsuvorst</i>	1	2.86%
<i>Jogurt</i>	1	2.86%
<i>Pastinaak</i>	1	2.86%
<i>Rõigas</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 14</i>	3	8.57%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 12. [T/M] "A 3. Milliseid uusi tooteid/saadusi olete valmis edaspidi tootma, juhul kui turustamise võimalused on olemas"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Maasikas</i>	1	2.86%
<i>Hapukurk</i>	1	2.86%
<i>Hapukapsas</i>	2	5.71%

<i>Juurseller</i>	1	2.86%
<i>Sibul</i>	1	2.86%
<i>Hernes</i>	1	2.86%
<i>Kohupiim</i>	1	2.86%
<i>Pruun juust</i>	1	2.86%
<i>Jogurt</i>	1	2.86%
<i>Õun</i>	1	2.86%
<i>Puna - ja mustsõstar</i>	1	2.86%
<i>Rukkijahu</i>	1	2.86%
<i>Odrarang ja kruup</i>	1	2.86%
<i>Rasv</i>	1	2.86%
<i>Neerukonserv</i>	1	2.86%
<i>Metskitse - , metssea - ja põdralihast konserv</i>	1	2.86%
<i>Laagerdatud loomaliha</i>	1	2.86%
<i>Vaarikas</i>	1	2.86%
<i>Mustikas</i>	1	2.86%
<i>Viinamari</i>	2	5.71%
<i>Astelpaju</i>	2	5.71%
<i>Viinamarjast valmistatud vein</i>	1	2.86%
<i>Küüslauk</i>	1	2.86%
<i>Uba</i>	1	2.86%
<i>Sõir</i>	1	2.86%
<i>Punapeet</i>	1	2.86%
<i>Porgand</i>	1	2.86%
<i>Suitsetatud lambaliha</i>	3	8.57%
<i>Piim</i>	0	0.00%
<i>Pagaritooted</i>	1	2.86%
<i>Hoidis</i>	1	2.86%
<i>Mahe mahl/ moos</i>	2	5.71%
<i>Talupiimatooted</i>	1	2.86%
<i>Varajane ja mahe köögivili</i>	5	14.29%
<i>No data by variable 15</i>	13	37.14%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 13. [T/S] "A 4. Olulisemad turustuskanalid"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>New value1</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 16</i>	35	100.00%

<i>Total</i>	35	100.00%
--------------	----	---------

Table 14. [T/S] "A 4.1 Müük kokkuostjatele"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluline</i>	6	17.14%
<i>Pigem ebaoluline</i>	3	8.57%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	3	8.57%
<i>Pigem oluline</i>	5	14.29%
<i>Väga oluline</i>	10	28.57%
<i>No data by variable 17</i>	8	22.86%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 15. [T/S] "A 4.2 Müük kombinaati"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluline</i>	7	20.00%
<i>Pigem ebaoluline</i>	5	14.29%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	1	2.86%
<i>Pigem oluline</i>	5	14.29%
<i>Väga oluline</i>	7	20.00%
<i>No data by variable 18</i>	10	28.57%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 16. [T/S] "A 4.3. Müük turule"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluline</i>	6	17.14%
<i>Pigem ebaoluline</i>	7	20.00%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	5	14.29%
<i>Pigem oluline</i>	6	17.14%
<i>Väga oluline</i>	4	11.43%

<i>No data by variable 19</i>	7	20.00%
Total	35	100.00%

Table 17. [T/S] "A 4.4 Viin kauba kliendile koju"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluline</i>	4	11.43%
<i>Pigem ebaoluline</i>	4	11.43%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	2	5.71%
<i>Pigem oluline</i>	12	34.29%
<i>Väga oluline</i>	6	17.14%
<i>No data by variable 20</i>	7	20.00%
Total	35	100.00%

Table 18. [T/S] "A 4.5 Kliendid ostavad talust"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluline</i>	1	2.86%
<i>Pigem ebaoluline</i>	4	11.43%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	1	2.86%
<i>Pigem oluline</i>	12	34.29%
<i>Väga oluline</i>	14	40.00%
<i>No data by variable 21</i>	3	8.57%
Total	35	100.00%

Table 19. [T/S] "A 4.6 Muu.. (jaekaubandus, laod, ühistuline)"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluline</i>	1	2.86%
<i>Pigem ebaoluline</i>	1	2.86%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	0	0.00%
<i>Pigem oluline</i>	0	0.00%

<i>Väga oluline</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 22</i>	30	85.71%
Total	35	100.00%

Table 20. [T/S] "A 5. Millise osa toorainest töötlete ise ümber?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei töötle üldse</i>	9	25.71%
<i>alla 25 %</i>	15	42.86%
<i>25- 50 %</i>	6	17.14%
<i>51- 75 %</i>	1	2.86%
<i>75- 100 %</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 23</i>	3	8.57%
Total	35	100.00%

Table 21. [T/M] "A 6. Milles näete kõige suuremat takistust ettevõtte (talu) arengule?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Vähene tööjõud</i>	7	20.00%
<i>Vähene rahaline toetus</i>	5	14.29%
<i>Kaugne turg</i>	10	28.57%
<i>Aja puudus</i>	4	11.43%
<i>Vähene investeerimisvõimalused</i>	2	5.71%
<i>Tooraine kättesaadavus</i>	2	5.71%
<i>Puudulik tehnika ja tootmishooned</i>	6	17.14%
<i>No data by variable 24</i>	8	22.86%
Total	35	100.00%

Table 22. [T/S] "B 7. Töötlemine"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>New value1</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 25</i>	35	100.00%

<i>Total</i>	35	100.00%
--------------	----	---------

Table 23. [T/S] "B 7.1 Looduskaunis asukoht"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	0	0.00%
<i>Pigem halb</i>	1	2.86%
<i>Keskpärane</i>	5	14.29%
<i>Pigem hea</i>	10	28.57%
<i>Väga hea</i>	15	42.86%
<i>No data by variable 26</i>	4	11.43%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 24. [T/S] "B 7.2. Juurdepääsetavus"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	0	0.00%
<i>Pigem halb</i>	3	8.57%
<i>Keskpärane</i>	7	20.00%
<i>Pigem hea</i>	5	14.29%
<i>Väga hea</i>	17	48.57%
<i>No data by variable 27</i>	3	8.57%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 25. [T/S] "B 7.3 Tuntus"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	1	2.86%
<i>Pigem halb</i>	6	17.14%
<i>Keskpärane</i>	11	31.43%
<i>Pigem hea</i>	12	34.29%
<i>Väga hea</i>	2	5.71%

<i>No data by variable 29</i>	3	8.57%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 26. [T/S] "B 7.4. Reklaam"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	2	5.71%
<i>Pigem halb</i>	13	37.14%
<i>Keskpärase</i>	11	31.43%
<i>Pigem hea</i>	4	11.43%
<i>Väga hea</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 30</i>	5	14.29%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 27. [T/S] "B 7.5 Pakutavate teenuste tase"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	0	0.00%
<i>Pigem halb</i>	3	8.57%
<i>Keskpärase</i>	12	34.29%
<i>Pigem hea</i>	10	28.57%
<i>Väga hea</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 31</i>	8	22.86%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 28. [T/S] "B 7. 6 Pakutavate teenuste mitmekesisus"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	1	2.86%
<i>Pigem halb</i>	8	22.86%
<i>Keskpärase</i>	14	40.00%
<i>Pigem hea</i>	2	5.71%

<i>Väga hea</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 32</i>	8	22.86%
Total	35	100.00%

Table 29. [T/S] "B 7.7 Personali arv"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	2	5.71%
<i>Pigem halb</i>	3	8.57%
<i>Keskpärane</i>	17	48.57%
<i>Pigem hea</i>	5	14.29%
<i>Väga hea</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 33</i>	7	20.00%
Total	35	100.00%

Table 30. [T/S] "B 7.8 Personali oskused ja teadmised"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	1	2.86%
<i>Pigem halb</i>	2	5.71%
<i>Keskpärane</i>	13	37.14%
<i>Pigem hea</i>	13	37.14%
<i>Väga hea</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 34</i>	5	14.29%
Total	35	100.00%

Table 31. [T/S] "B 7.9 Personali motiveeritus"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	0	0.00%
<i>Pigem halb</i>	3	8.57%
<i>Keskpärane</i>	12	34.29%

<i>Pigem hea</i>	11	31.43%
<i>Väga hea</i>	4	11.43%
<i>No data by variable 35</i>	5	14.29%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 32. [T/S] "B 7. 10 Rahalised vahendid"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	2	5.71%
<i>Pigem halb</i>	13	37.14%
<i>Keskpärase</i>	12	34.29%
<i>Pigem hea</i>	1	2.86%
<i>Väga hea</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 36</i>	6	17.14%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 33. [T/S] "B 7. 11 Selge visioon tulevikust"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga halb</i>	2	5.71%
<i>Pigem halb</i>	3	8.57%
<i>Keskpärase</i>	13	37.14%
<i>Pigem hea</i>	9	25.71%
<i>Väga hea</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 37</i>	6	17.14%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 34. [T/S] "B 8. Millise osa on moodustanud kohalike tootjate toodang Teie ettevõtte poolt sisseostetavates toidukaupades viimasel kahel aastal?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei osta üldse otse ostjalt</i>	4	11.43%
<i>alla 10 %</i>	11	31.43%
<i>10- 25 %</i>	3	8.57%

<i>26- 50 %</i>	1	2.86%
<i>51- 75 %</i>	2	5.71%
<i>76 - 100 %</i>	4	11.43%
<i>No data by variable 39</i>	10	28.57%
Total	35	100.00%

Table 35. [T/S] "B 9. Põhjus, miks ei kasuta kohalikku toorainet"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>No data by variable 40</i>	35	100.00%
Total	35	100.00%

Table 36. [T/S] "B 9. 1 Liiga kõrge hind"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>See kindlasti mitte</i>	4	11.43%
<i>See pigem mitte</i>	4	11.43%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	1	2.86%
<i>Pigem see</i>	1	2.86%
<i>See kindlasti</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 41</i>	25	71.43%
Total	35	100.00%

Table 37. [T/S] "B 9. 2 Kõikuv kvaliteet"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>See kindlasti mitte</i>	4	11.43%
<i>See pigem mitte</i>	1	2.86%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	0	0.00%
<i>Pigem see</i>	4	11.43%
<i>See kindlasti</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 42</i>	25	71.43%

<i>Total</i>	35	100.00%
--------------	----	---------

Table 38. [T/S] "B 9.3 Ebasobiv pakend"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>See kindlasti mitte</i>	5	14.29%
<i>Pigem mitte</i>	2	5.71%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	0	0.00%
<i>Pigem see</i>	2	5.71%
<i>See kindlasti</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 43</i>	25	71.43%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 39. [T/S] "B 9.4 Varustuse ebastabiilsus"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>See kindlasti mitte</i>	4	11.43%
<i>See pigem mitte</i>	0	0.00%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	1	2.86%
<i>Pigem see</i>	4	11.43%
<i>See kindlasti</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 44</i>	24	68.57%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 40. [T/S] "B 9.5 Ebapiisavad kogemused"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>See kindlasti mitte</i>	2	5.71%
<i>See pigem mitte</i>	2	5.71%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	3	8.57%
<i>Pigem see</i>	3	8.57%
<i>See kindlasti</i>	1	2.86%

<i>No data by variable 45</i>	24	68.57%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 41. [T/S] "B 9.6 Pole ühtegi kohta, kust saaks kogu sortimendi"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>See kindlasti mitte</i>	3	8.57%
<i>See pigem mitte</i>	2	5.71%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	0	0.00%
<i>Pigem see</i>	2	5.71%
<i>See kindlasti</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 46</i>	25	71.43%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 42. [T/S] "B 9.7 Pole piisavalt infot tootjate ja nende toodete kohta"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>See kindlasti mitte</i>	2	5.71%
<i>See pigem mitte</i>	2	5.71%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	1	2.86%
<i>Pigem see</i>	2	5.71%
<i>See kindlasti</i>	4	11.43%
<i>No data by variable 47</i>	24	68.57%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 43. [T/M] "B 10. Milles näete suurimat takistust edasiminekuks?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Stabiilne kauba realiseerimise puudus</i>	1	2.86%
<i>Raske toodangu müümine</i>	5	14.29%
<i>Töötlemiseks vajalike seadmete ja hoonete puudumine</i>	2	5.71%

<i>Eesti turu ja rahvaarvu vähesus</i>	1	2.86%
<i>Vähene investeerimisvõimalusi</i>	4	11.43%
<i>No data by variable 48</i>	22	62.86%
Total	35	100.00%

Table 44. [T/M] "B 11. Kui suures osas kasutate allhanget? Nimetage %."

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>10- 25 %</i>	2	5.71%
<i>26 - 50 %</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 49</i>	30	85.71%
Total	35	100.00%

Table 45. [T/S] "B 12.Kas te ladustate kogu oma toodangu ise?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei</i>	4	11.43%
<i>Jah</i>	25	71.43%
<i>No data by variable 50</i>	6	17.14%
Total	35	100.00%

Table 46. [T/M] "B 12. 1 Ei; siis kui mahus kasutate vastavat teenust? Nimetage protsent"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>50 - 75 %</i>	0	0.00%
<i>76 - 100 %</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 52</i>	32	91.43%
Total	35	100.00%

Table 47. [T/S] "B 13 Kas teete oma toodangule reklaami?"

Values	Context: "Universal (all
--------	--------------------------

	cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei</i>	8	22.86%
<i>Jah</i>	23	65.71%
<i>No data by variable 53</i>	4	11.43%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 48. [T/M] "B 13. 1 Kui "Jah", siis missuguseid kanaleid kasutate?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>TV</i>	1	2.86%
<i>Raadio</i>	0	0.00%
<i>Ülevabariigiline levikuga ajalehed/ ajakirjad</i>	3	8.57%
<i>Kohalikud ajalehed</i>	6	17.14%
<i>Sildid/ kirjad postidel, plankudel või autodel</i>	5	14.29%
<i>Interneti kodulehekülg</i>	7	20.00%
<i>Reklaamvoldikud</i>	4	11.43%
<i>Sõprade, tuttavate teavitamine</i>	19	54.29%
<i>No data by variable 54</i>	12	34.29%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 49. [T/S] "B 14. Kui vajalikuks peate kohalikku kaubamärgi olemasolu oma toodete turustamisel?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebavajalikuks</i>	0	0.00%
<i>Pigem ebavajalikuks</i>	2	5.71%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	5	14.29%
<i>Pigem vajalikuks</i>	11	31.43%
<i>Väga vajalikuks</i>	15	42.86%
<i>No data by variable 55</i>	2	5.71%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 50. [T/S] "C 15. Osalemine erialaste koolitusvaldkondades"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>No data by variable 56</i>	35	100.00%
Total	35	100.00%

Table 51. [T/S] "C 15.1 Taimekasvatus"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	2	5.71%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	1	2.86%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	23	65.71%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 57</i>	6	17.14%
Total	35	100.00%

Table 52. [T/S] "C 15.2 Põllumajanduslik keskkonnatoetus"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	4	11.43%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	3	8.57%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	15	42.86%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	6	17.14%
<i>No data by variable 58</i>	7	20.00%
Total	35	100.00%

Table 53. [T/S] "C 15.3 Mahepõllumajandus"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	2	5.71%

<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	5	14.29%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	16	45.71%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 59</i>	9	25.71%
Total	35	100.00%

Table 54. [T/S] "C 15.4 Loomakasvatus"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	6	17.14%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	5	14.29%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	17	48.57%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 60</i>	7	20.00%
Total	35	100.00%

Table 55. [T/S] "C 15.5 Alternatiivne taimekasvatus"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	8	22.86%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	11	31.43%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	5	14.29%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 61</i>	10	28.57%
Total	35	100.00%

Table 56. [T/S] "C 15.6 Alternatiivne loomakasvatus"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	11	31.43%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	9	25.71%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	5	14.29%

<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 62</i>	9	25.71%
Total	35	100.00%

Table 57. [T/S] "C 15.7 Toodangu töötlemine (tehnoloogia)"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	3	8.57%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	19	54.29%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	8	22.86%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 63</i>	4	11.43%
Total	35	100.00%

Table 58. [T/S] "C 15.8 Toodangu töötlemine (õigusaktid jm nõuanded)"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	1	2.86%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	16	45.71%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	8	22.86%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 64</i>	9	25.71%
Total	35	100.00%

Table 59. [T/S] "C 15.9 Turundus"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	2	5.71%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	10	28.57%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	15	42.86%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 65</i>	6	17.14%

<i>Total</i>	35	100.00%
--------------	----	---------

Table 60. [T/S] "C 15.10 Tootearendus ja retseptid"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	3	8.57%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	17	48.57%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	9	25.71%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 66</i>	6	17.14%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 61. [T/S] "C 15.11 Ökonoomika"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	5	14.29%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	16	45.71%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	8	22.86%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 67</i>	6	17.14%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 62. [T/S] "C 15.12 Raamatupidamine"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Ei ole osalenud, ei vaja ka</i>	3	8.57%
<i>Ei ole osalenud, vajaksin</i>	10	28.57%
<i>Olen osalenud, vajan veel</i>	16	45.71%
<i>Olen osalenud, enam ei vaja</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 68</i>	6	17.14%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 63. [T/M] "C 16 Kui teil ettevõtjana puudub huvi nõustaja abi kasutamise vastu, siis põhjendage seda"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Rahapuudus</i>	3	8.57%
<i>Nõustajate tase pole kõrge</i>	5	14.29%
<i>Info pealiskaudne</i>	3	8.57%
<i>Ei ole vajadust</i>	2	5.71%
<i>Puudub võimalus saada</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 69</i>	24	68.57%
Total	35	100.00%

Table 64. [T/M] "C 17 Kas kuulute mõnda ettevõtjaid koondavasse erialaliitu või ühendusse. Kui jah, siis millisesse?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Lõuna- Eesti toiduvõrgustik</i>	3	8.57%
<i>Võrumaa Talupidajate Liit</i>	8	22.86%
<i>Metsaomanike Liit</i>	1	2.86%
<i>Eesti Lambakasvatajate selts</i>	1	2.86%
<i>Lihaveisekasvatajate selts</i>	2	5.71%
<i>Eesti Biodiinaamika Ühing</i>	1	2.86%
<i>Võrumaa Turismiliit</i>	3	8.57%
<i>Eesti Mahe</i>	2	5.71%
<i>Ei kuulu</i>	6	17.14%
<i>No data by variable 70</i>	10	28.57%
Total	35	100.00%

Table 65. [T/S] "C 18 Kuivõrd olete huvitatud Kagu-Eesti kohaliku toidu väärtustava kasvajate, toojate, esmatöötajate ja töötajate võrgustiku loomisest?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Üldse ei ole huvitatud</i>	0	0.00%
<i>Pigem ei ole huvitatud</i>	0	0.00%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	2	5.71%
<i>Pigem huvitatud</i>	15	42.86%
<i>Väga huvitatud</i>	15	42.86%
<i>No data by variable 71</i>	3	8.57%

<i>Total</i>	35	100.00%
--------------	----	---------

Table 66. [T/M] "C 19 Mis võib teie arvates takistada taolise võrgustiku teket?"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Tegelike tootjate vähesus</i>	4	11.43%
<i>Logistika kallinemine</i>	3	8.57%
<i>Väikene huvi ühistute vastu</i>	1	2.86%
<i>Tootjate omavaheline kaugus</i>	4	11.43%
<i>Tarbijate vähenemine või puudumine</i>	1	2.86%
<i>Energia ja aja puudumine</i>	2	5.71%
<i>Järjepidevuse ja kogemuse puudus</i>	3	8.57%
<i>Hea organisatori puudumine</i>	2	5.71%
<i>Koostöö tahe / kogemuse puudumine</i>	4	11.43%
<i>Info vähesus</i>	1	2.86%
<i>Väiketootjate napid ressursid omafinantseeringuks</i>	2	5.71%
<i>Seaduste ja nõuete muutused</i>	5	14.29%
<i>No data by variable 72</i>	8	22.86%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 67. [T/S] "C 20 Olulisus võrgustiku loomise meetmedel"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>No data by variable 73</i>	35	100.00%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 68. [T/S] "C 20. 1 Tutvustada välisriikide kogemusi"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluliseks</i>	1	2.86%
<i>Pigem ebaoluliseks</i>	5	14.29%

<i>Ei tea , raske öelda</i>	3	8.57%
<i>Pigem oluliseks</i>	12	34.29%
<i>Väga oluliseks</i>	11	31.43%
<i>No data by variable 74</i>	3	8.57%
Total	35	100.00%

Table 69. [T/S] "C 20. 2 Tutvustada vajalikke seadusi ja nõudeid"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluliseks</i>	0	0.00%
<i>Pigem ebaoluliseks</i>	0	0.00%
<i>Ei tea , raske öelda</i>	2	5.71%
<i>Pigem oluliseks</i>	10	28.57%
<i>Väga oluliseks</i>	18	51.43%
<i>No data by variable 75</i>	5	14.29%
Total	35	100.00%

Table 70. [T/S] "C 20. 3 Leida organiseerimisvõimelisi inimesi, kes asja veaksid"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluliseks</i>	0	0.00%
<i>Pigem ebaoluliseks</i>	0	0.00%
<i>Ei tea , raske öelda</i>	0	0.00%
<i>Pigem oluliseks</i>	6	17.14%
<i>Väga oluliseks</i>	26	74.29%
<i>No data by variable 76</i>	3	8.57%
Total	35	100.00%

Table 71. [T/S] "C 20. 4 Pidada läbirääkimisi Põllumajandus-ministeeriumi ja VET/Toiduametiga leebemate nõuete kehtestamiseks kohalikele toiduainetele"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluliseks</i>	0	0.00%
<i>Pigem ebaoluliseks</i>	1	2.86%
<i>Ei tea , raske öelda</i>	1	2.86%

<i>Pigem oluliseks</i>	5	14.29%
<i>Väga oluliseks</i>	24	68.57%
<i>No data by variable 77</i>	4	11.43%
Total	35	100.00%

Table 72. [T/S] "C 20. 5 Viia läbi erialaseid koolitusi"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Täiesti ebaoluliseks</i>	0	0.00%
<i>Pigem ebaoluliseks</i>	0	0.00%
<i>Ei tea , raske öelda</i>	2	5.71%
<i>Pigem oluliseks</i>	10	28.57%
<i>Väga oluliseks</i>	18	51.43%
<i>No data by variable 78</i>	5	14.29%
Total	35	100.00%

Table 73. [T/S] "C 21 Mil määral olete ise nõus panustama taolise võrgusiku loomisesse ja arendamisse?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Väga vähesel määral</i>	1	2.86%
<i>Pigem vähesel määral</i>	6	17.14%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	12	34.29%
<i>Pigem olulisel määral</i>	13	37.14%
<i>Väga olulisel määral</i>	1	2.86%
<i>No data by variable 79</i>	2	5.71%
Total	35	100.00%

Table 74. [T/M] "D 22 Millised on olnud investeerimisallikad?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Käibest 5- 40%</i>	10	28.57%
<i>Omafinantseering (sh sõbrad, tuttavad) 5-50 %</i>	15	42.86%

<i>Krediidiettevõtted 25 - 50 %</i>	7	20.00%
<i>Tagastamatu euroraha (PRIA, EAS jm toetused) 10- 45 %</i>	15	42.86%
<i>Käibest 50- 100 %</i>	9	25.71%
<i>Omafinantseering (sh sõbrad, tuttavad) 51 - 100 %</i>	5	14.29%
<i>Tagastamatu euroraha (PRIA; EAS jm toetused) 46 - 100 %</i>	5	14.29%
<i>Krediidiettevõtted 51 - 100 %</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 81</i>	5	14.29%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 75. [T/M] "D 23 Milline on olnud investeeringute eesmärk?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>tehnoloogiline uuendus sama toote puhul</i>	14	40.00%
<i>uued toote, teenuse juurutamine</i>	7	20.00%
<i>ettevõttele esitatud nõuete täitmine</i>	11	31.43%
<i>konkurentsipüsimine</i>	13	37.14%
<i>ettevõtlusvaldkonna vahetus</i>	1	2.86%
<i>tehnikaja tootmishoonete soetamine</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 82</i>	7	20.00%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 76. [T/S] "D 24 2010-2015 kavandavate investeeringute maht?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>kuni 100 000 kr</i>	5	14.29%
<i>100 001- 500 000 kr</i>	13	37.14%
<i>500 001 - 1 000 000 kr</i>	3	8.57%
<i>1 000 001 - 2 000 000 kr</i>	3	8.57%
<i>2 000 001 - 5 000 000 kr</i>	2	5.71%
<i>üle 5 000 000 kr</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 83</i>	6	17.14%
<i>Total</i>	35	100.00%

Table 77. [T/M] "D 25 Milline on kavandavate investeringute eesmärk?"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>tehnoloogiline uuendus sama toote puhul</i>	14	40.00%
<i>uued toote, teenuse juurutamine</i>	11	31.43%
<i>ettevõttele esitatud nõuete täitmine</i>	14	40.00%
<i>konkurentsipüsimine</i>	13	37.14%
<i>ettevõtlusvaldkonna vahetus</i>	2	5.71%
<i>muu</i>	2	5.71%
<i>No data by variable 84</i>	8	22.86%
Total	35	100.00%

Table 78. [T/M] "D 26 Milliseid investeerimisallikaid kavandate?"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Käibest 10 -49 %</i>	14	40.00%
<i>Omafinantseering (sh sõbrad, tuttavad) 10 -49 %</i>	11	31.43%
<i>Krediidiettevõtted 20 - 50 %</i>	6	17.14%
<i>Tagastamatu euroraha (PRIA, EAS jm toetused) 20 - 50 %</i>	20	57.14%
<i>Käibest 50- 100 %</i>	7	20.00%
<i>Omafinantseering (sh sõbrad, tuttavad) 50-100 %</i>	4	11.43%
<i>Krediidiettevõtted 51 - 100 %</i>	0	0.00%
<i>Tagastamatu euroraha (PRIA, EAS jm toetused) 51 - 100 %</i>	4	11.43%
<i>No data by variable 85</i>	7	20.00%
Total	35	100.00%

Table 79. [T/S] "D 27 Viimase 5 aasta investeringu suurus ettevõttes?"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of	% of cases

	cases	
<i>Kuni 100 000 kr</i>	15	42.86%
<i>100 001 - 500 000 kr</i>	7	20.00%
<i>500 001 - 1 000 000 kr</i>	1	2.86%
<i>1 000 001 - 2 000 000 kr</i>	3	8.57%
<i>2 000 001 - 5 000 000 kr</i>	2	5.71%
<i>Üle 5 000 000 kr</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 86</i>	4	11.43%
Total	35	100.00%

Table 80. [T/S] "E 28 Vastaja andmed - Haridus"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Algharidus</i>	0	0.00%
<i>Põhiharidus</i>	1	2.86%
<i>Keskharidus</i>	4	11.43%
<i>Keskeriharidus</i>	14	40.00%
<i>Kutseharidus</i>	3	8.57%
<i>Kõrgharidus</i>	12	34.29%
<i>No data by variable 87</i>	1	2.86%
Total	35	100.00%

Table 81. [T/S] "E 29 Sugu"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Mees</i>	22	62.86%
<i>Naine</i>	12	34.29%
<i>No data by variable 88</i>	1	2.86%
Total	35	100.00%

Table 82. [T/S] "E 30 Milline on Teie laste huvi tulevikus ettevõtet edasi arendada?"		
Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases

<i>Väga väike</i>	4	11.43%
<i>Pigem väike</i>	5	14.29%
<i>Ei tea, raske öelda</i>	10	28.57%
<i>Pigem suur</i>	7	20.00%
<i>Väga suur</i>	5	14.29%
<i>No data by variable 89</i>	4	11.43%
Total	35	100.00%

Table 83. [T/M] "F 31 Ettevõtte andmed- Kes te olete ?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Kohalikutoodangu kasvataja</i>	30	85.71%
<i>Kohaliku toodangu käitleja</i>	8	22.86%
<i>Alustav tegevust alles planeeriv ettevõtja</i>	3	8.57%
<i>No data by variable 91</i>	2	5.71%
Total	35	100.00%

Table 84. [T/S] "F 32 Ettevõtte vorm"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>FIE</i>	28	80.00%
<i>OÜ</i>	6	17.14%
<i>AS</i>	0	0.00%
<i>MTÜ</i>	0	0.00%
<i>Täisühing</i>	0	0.00%
<i>Usaldusühing</i>	0	0.00%
<i>Tulundusühistu</i>	0	0.00%
<i>Muu</i>	0	0.00%
<i>No data by variable 92</i>	1	2.86%
Total	35	100.00%

Table 85. [T/S] "F 33 Kui kaua olete olnud ettevõtja/ talunik?"

Values	Context: "Universal (all cases)"
--------	----------------------------------

	Count of cases	% of cases
<i>Alla 1 aasta</i>	0	0.00%
<i>1 - 5 aastat</i>	3	8.57%
<i>üle 5 aasta</i>	28	80.00%
<i>No data by variable 93</i>	4	11.43%
Total	35	100.00%

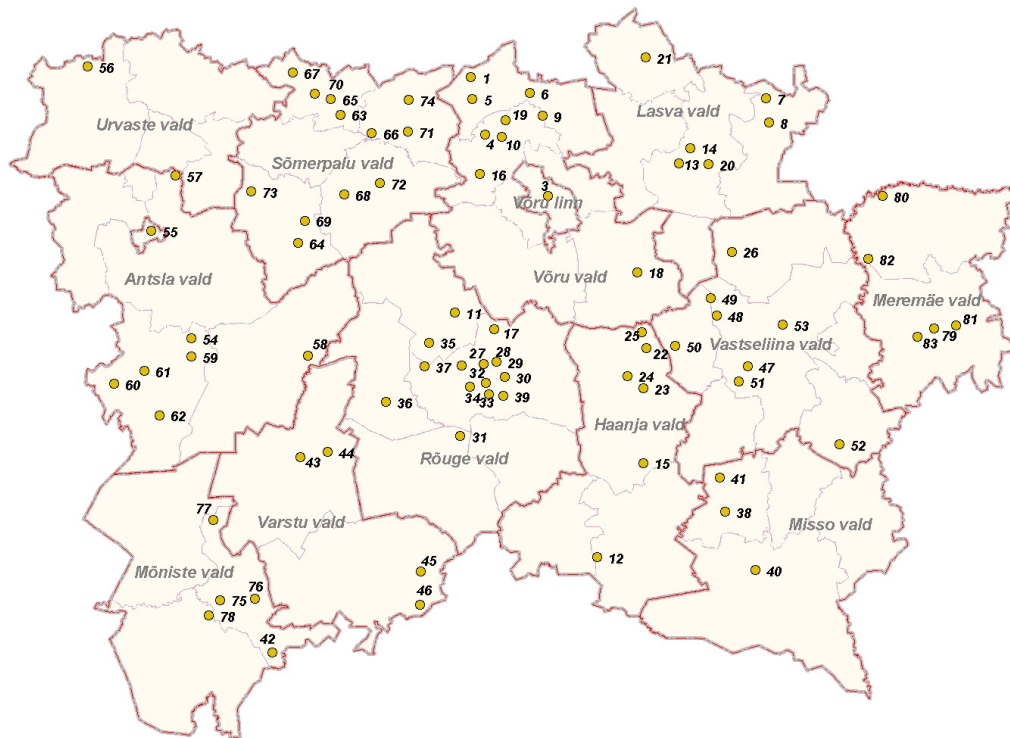
Table 86. [T/S] "F 34 Kui suure osa Teie pere sissetulekust moodustab ettevõtlusest saadav tulu?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>Alla 10 %</i>	5	14.29%
<i>10 - 25 %</i>	7	20.00%
<i>26 - 50 %</i>	5	14.29%
<i>51 - 75 %</i>	3	8.57%
<i>76 - 100 %</i>	13	37.14%
<i>No data by variable 94</i>	2	5.71%
Total	35	100.00%

Table 87. [T/M] "F 35 Mis on teie praegune eesmärk ettevõtluses?"

Values	Context: "Universal (all cases)"	
	Count of cases	% of cases
<i>soovin ettevõtte tegevust laiendada</i>	18	51.43%
<i>püüan püsida samal tasemel, mitte laiendada ega ka vähendada</i>	13	37.14%
<i>soovin ettevõtte tegevust vähendada</i>	0	0.00%
<i>plaanin ettevõtte tegevuse lõpetada</i>	2	5.71%
<i>soovin muuta tegevussuunda (otsida uusi sissetuleku allikaid)</i>	12	34.29%
<i>No data by variable 95</i>	2	5.71%
Total	35	100.00%

LISA 3 – UMA MEKK võrgustiku paiknemine Võrumaal



NR

	KÜLA	Nimi	Tegevussuund	Postiaadress
1	Tagaküla	FIE Andres Jaaska - Pistimäe talu	Kartul, maasikas, varajane köögivili	Tagaküla k Võru v Võrumaa 65501
2	Loosu	FIE Tarmo Jürisaare	Köögiviljad	Loosu k Võru v Võrumaa 65511
3	Loosu	Fie luule Jürisalu - Võrumaa Taluturg	Köögiviljad	Loosu k Võru v Võrumaa 65511
4	Navi	Jaagumäe toidukeskus OÜ Kreutzwaldi 27	köögivili, juurvili, kondiiter, kulinaaria, toitlustus	Navi k Võru v, Võrumaa
5	Tagaküla	FIE Ants Muld Kartulitehnik a	Kartul, porgand, kaalikas aastaringsest, esmatöötlemine	Navi k Võru v, Võrumaa

6	Parksepa	Arvi Sulg - Lapi-Lepiku talu	Köögivilid, marjad, puuviljad, küüslauk	Parksepa k Võru v Võrumaa 65501
7	Kõrgessaare	FIE Kristel Viin	Köögiviljad	Kõrgessaare k, Lasva v, Võrumaa
8	Kõrgessaare	Kärblase talu	Köögiviljad	Kõrgessaare k, Lasva v, Võrumaa
9	Loosu	FIE Tarmo Jürisaare Köögiviljad	Köögiviljad	Loosu k Võru v Võrumaa 65511
10	Navi	Rita Kikkas	köögivilid (lai sortiment), kartul, toiduvili	Navi k Võru v Võrumaa 65511
11	Kaku	Aare Kahre, ABL Baltic Seeds AS	mahe teravili	Kaku k, Lasva v, Võrumaa 65401
12	Hurda	Mare Lind OÜ Meiepere	sõstrad, karusmari, aroonia	Hurda k Ruusmäe Haanja v Võrumaa 65102
13	Pässa	Taivo Kokk'a talu	Sõstrad, vaarikad, munad(mahe)	Pässa k Lasva v Võrumaa 65401
14	Pässa	FIE Karin Sepp	mesi	Pässa k Lasva v Võrumaa 65401
15	Piipsemäe	FIE Sulev Kraam Piipsemäe talu	lambakasvatus, lihaveisekasvatus	Piipsemäe k Haanja v Võrumaa 65101
16	Vagula	Peep Kallas	teravili	Vagula k, Võru v , Võrumaa
17	Võru vald	Tiit Soosaar	turism, kõõmned	Võru v , Võrumaa
18	Räpo	Meelis Rämim	kartul, teravili, lambad, lambanahad	Räpo k Võru v Võrumaa 65512
19	Navi	Jaanus Trola / Iilumäe talu OÜ	köögivilid, maitseroheline, hapukapsas, juurvili	Navi k Võru v Võrumaa 65511
20	Lasva	Terje Piirisild	mesindus, teravili, loomakasvatus	Lasva v, Võrumaa
21	Tsolgo	Ain Lõiv	kartul, lihaveised, teravili, lammas, tatar	Tsolgo Lasva vald Võrumaa 65411
22	Uue-Saaluse	Aare Rätsepp	Lihaveised(mahe)	Uue-Saaluse , Haanja v, Võrumaa 65101
23	Ihatsi	Agu Hollo	leib	Hartsmäe talu, Ihatsi k, Haanja v, Võrumaa
24	Peedo	FIE Margus Viitkar	Porgand, kaalikas, kõrvits, uba sibul, sõstrad. Hooajaliselt	Peedo k Haanja v Võrumaa 65101
25	Uue-Saaluse	FIE Mati Kivistik	Astelpaju aastaringselt	Uue-Saaluse k Haanja v Võrumaa
26	Loosi	Kuldar needo	mesindus, teravili	Loosi k Lasva v Võrumaa 65202
27	Rõuge	Aigar Piho	taluturism	Rõuge v, Võrumaa
28	Rõuge	Andres Soots	kartul, heinaseeme	Rõuge v, Võrumaa
29	Ossipe	Ever Pindmaa	teravili, kartul, mets	Ossipe talu, Rõuge v, Võrumaa
30	Rõuge	Jüri	jaanalinnuliha ja -muna	Rõuge v, Võrumaa 66201

		Juhanson			
31	Saarlasõ	Jüri Vakk	forell, majutus	Saarlasõ k, Rõuge v, Võrumaa 66201	
32	Rõuge	Kaja Kesküla	mahe aiandus, taluturism	Rõuge v, Võrumaa	
33	Rõuge	Kalvi Kõva	kartul	Rõuge v Võrumaa 66201	
34	Rõuge	Merle Rosin	taluturism	Ratasjärve 1, Rõuge alev, Võrumaa 66201	
35	Nursi	Milvi Alvela	taluturism	Nursi k, Rõuge v, Võrumaa	
36	Kaugu	Rainis Ruusamäe	lihaved, maasikad, varajane kartul	Kaugu k Rõuge v Võrumaa 66203	
37	Nursi	Tarvi Tuusis	kartul	Nursi k Rõuge v Võrumaa 66204	
38	Kärina	Arvi Umbleja	Siberi talu	suitsuliha, kartul, sead	Kärina k Misso v Võrumaa 65002
39	Rõuge	Laili Ago	turism	Rõuge vald	
40	Misso	Helli Loigu	aiandus	Misso, Misso v, Võrumaa 65001	
41	Kärina	Tiit Niilo	piimatooted	Kärina k Misso v Võrumaa	
42	Mõniste	Meelis Mõttus	Metsavenna talu		
43	Kangsti	Edgar Kolts	ümbertöötlemine, sõstrakasvatus	Kangsti k Varstu v Võrumaa 66101	
44	Kangsti	Arvi Saluorg	munad	Kangsti k Varstu v Võrumaa 66101	
45	Krabi	Toomemäe talu	maasikas, m.sõstar, lilleseaded, istikud	Krabi k Varstu v Võrumaa 66102	
46	Paganamaa	Helina Tammemägi	mustikakasvatus	Paganamaa, Krabi sjsk Võrumaa	
47	Vastseliin	Elmo Mölder	aiandus, küülikukasvatus	Vastseliina v, Võrumaa	
48	Holsta	Merle Kons	mahetalu, käsitöö	Holsta k, Vastseliina v, Võrumaa	
49	Holsta	Endel Rauba	maasikas	Holsta k Vastseliina v Võrumaa 65201	
50	Voki	Eva Vodi	porgand, porru, kaerapadjad, käsitöö	Voki k Vastseliina v Võrumaa 65201	
51	Vastseliina	Madis Soesoo	astelpaju värske ja külmutatud	Vastseliina Võrumaa 65201	
52	Viitka	Raivo Paas	lambad, lambanahad	Viitka k Vastseliina v Võrumaa 65201	
53	Vastseliina	Inge Lepp	turism, ulukiliha	Vastseliina vald	
54	Jõepera	Hele Vaher	marjakasvatus, kartul	Jõepera k, Antsla v, Võrumaa	
55	Antsla	Malle Piht	teravili, loomak.; leib ja sõir .turistidele	Antsla v, Võrumaa	
56	Visela	Kalev Veskus	kartul, teravili, raps	Visela k Antsla v Võrumaa 66501	
57	Kraavi	Taimi Uppin	kartul, lihaved, sead	Kraavi Antsla vald Võrumaa 66405	
58	Roosiku	Aivar Sloog	piimakari	Roosiku Antsla v Võrumaa 66301	
59	Jõepera	Ira Hirse	sõir	Jõepera k Antsla v Võrumaa 66405	
60	Mähkli	Silver Visnapuu	lihaved, lambad, hobused	Mähkli k Antsla v Võrumaa 66405	

61	Kaika	Tea Treimuth		Kaika küla Antsla vald Võrumaa
62	Ähijärve	Kaili Preisman		Ähijärve k Antsla v Võrumaa
63	Sulbi	Ivar Rosenberg	mahe teravili	Sulbi k, Sõmerpalu v, Võrumaa
64	Kurenurme	Peeter Rehkli	maasikas, mesi, sead, astelpaju, m.sõstar	Kurenurme k, Sõmerpalu v, Võrumaa
65	Sulbi	Aivar Rosenberg	teravili, toitlustus-majutus, küülikud, maasikad	Sulbi k Sõmerpalu v Võrumaa 66611
66	Sulbi	Üllar Mark	maasikad	Sulbi Sõmerpalu v Võrumaa
67	Kärgula	Allar Asi	jahud, helbed	Kärgula k Sõmerpalu v Võrumaa 66611
68	Hänike	Ellen Lainemaa	astelpaju, maasikas	Hänike k Sõmerpalu v Võrumaa 66601
69	Kurenurme	Gaile Tammemägi	astelpaju	Kurenurme k Sõmerpalu v Võrumaa 66601
70	Sulbi	Küllli Stubis	m.sõstar, puitnõud, ravimtaimekotid, käsitöö	Sulbi k Sõmerpalu v Võrumaa 66611
71	Osula	Tea Leius	küülikud	Osula k Sõmerpalu v Võrumaa
72	Sõmerpalu	Reet Käär	turism, käsitöö, kúpsetised	Sõmerpalu vald
73	Liiva	Liia Kaska	teravili, maasikas, viinamari	Liiva k Vaabina sjk Sõmerpalu v
74	Mustja	Toomas Lagovits	teravili	Mustja k, Sõmerpalu v, Võrumaa
75	Mõniste	Urmas Tulviste	lambakasvatus	Mõniste v, Võrumaa
76	Tundu	Mati Org Läätsamäe talu	köögivil (lai sortiment), kartul, vaarikas	Tundu k Mõniste v Võrumaa 66002
77	Hürova	Maimo Sarv	kartul	Hürova k Mõniste v Võrumaa 66002
78	Kuutsi	Hele Tulviste	lambad, hobusesõit	Kuutsi k Mõniste v Võrumaa 66001
79	Meremäe	Roman Rahusoo	kartul, köögivil	Meremäe Võrumaa 65302
80	Hilana	Mart Uibokand	kartul, teravili, lambad	Hilana k Meremäe v Võrumaa 65301
81	Meremäe	Rein Kooser	kartul, teravili, sead	Meremäe Võrumaa 65302
82	Härma	Mati Haljasmets	kartul	Härma k Meremäe v Võrumaa 65301
83	Kalatsova	Enn Laanemäe	õun, ploom, kirss, maasikas, vaarikas	Kalatsova k Meremäe v Võrumaa 65302
84	Orava	Aino Suurmann	maasikakasvatus, turism, tugiisik e/v alust.	Orava v, Põlvamaa
85	Laheda	Helle Kivi	maaelu arendamine	Laheda v, Põlvamaa
86	Kanepi	Kalli Jõgiaas	metsandus, marjakasvatus	Kanepi v, Põlvamaa 63101
87	Orava	Kristiina Lõhmus	FIE käsitöö, toit	Orava k, Orava v, Põlvamaa 64101
88	Piiri	Merike Tigas	lihajänes	Piiri Põlva 63308
89	Kõlleste	Sander Silm	hobitalu, käsitöö	Kõlleste v, Põlvamaa 63501
90	Sülgoja	Riina Kolk	marjakasvatus	Sülgoja k, Räpina v, Põlvamaa 64507
91	Orava	Tiiu Truup	mahetalu, piim, liha, must sõstar	Orava v, Põlvamaa

92	Lutsu	Vallo Mägi	lambakasvatus	Lutsu k, Põlva v, Põlvamaa
93	Kõlleste	Kalmar Mägi	kartul, mesilased	Kõlleste v, Põlvamaa 63501
94	Kanepi	Ly Kaasik	ürdid, tervislikud küpsetised	Põlvamaa, Kanepi vald
95	Kõlleste	Ruth Holts	mahetöötlemine, mahepõllundus	Põlvamaa, Kõlleste vald
96	Kanepi	Eela Jää	Turism, talude võrgustik	Põlvamaa, Kanepi vald