

Mesindussektorisse sekkumise toetus 2023-2025

Eesti Mesinduskogu



Kaasrahanud Euroopa Liit,
Euroopa Põllumajanduse Tagatisfond

Teema

Slaidi number

Kokkuvõte	<u>3</u>
Valimi struktuur	<u>8</u>
Mee üldine kuvand	<u>12</u>
Mee tarbimine	<u>28</u>
Mee kasutusviisid, eelistatav mesi ning meetoodete ja saaduste tarbimine	<u>48</u>
Mee kvaliteedi tunnused	<u>62</u>
Mee hankimine	<u>69</u>
Kampaania märkamine ja potentsiaalne mõju	<u>80</u>

Mee kuvand

- Enamtarbitavateks maiustuste gruppideks on küsitletutel jäätised ning šokolaadid/iirised/sefiirid. **Mesi on neljandal kohal**, ehk 27% küsitletutest nimetab mett kolme enamtarbitava maiustuse seas.
- **Meeste jaoks on mesi maiustusena selgelt kõrgemal kohal (kolmas) kui naiste jaoks (6. kohal).** Vanuserühmade lõikes kasvab mee osatähtsus enamtarbitava maiustuste seas koos vanuse suurenemisega (noorimal rühmal madalaim, vanimal kõrgeim tase). Venekeelse rühma jaoks on mesi maiustusena mõnevõrra väiksema tähtsusega kui eestikeelsete jaoks. Maapiirkondades (alevid, alevikud, külad) on mee olulisus maiustusena mõnevõrra suurem kui linnades. Ka sagedaste mee tarbijate jaoks on mesi maiustusena kolmandal kohal, kuid ei konkureeri siiski kahe peamise ülalnimetatud maiustuste rühmaga.
- **Mee spontaanses kuvandis** domineerivad kaks märksõnade komplekti: **magus, maiustus, linnupiim ning tervislik, ravim, vitamiin**. Kui esimene komplekt viitab selgelt magususele siis teine on otseselt seotud tervislikkusega. Kolmas ja neljas märksõnade komplekt on küll vähem esindatud, kuid viitavad looduslikkusele ning tekstuurile.
- Naised rõhutavad meestest selgelt enam mee tekstuuri ning värvust. Nõ. kasulikke omadusi nimetavad mehed veidi sagedamini kui naised. Tervislikkuse ja looduslikkuse aspekti märksõnu nimetavad vanemad rühmad enam kui noored. Vene suhtluskeelega vastajad nimetavad eestlastest enam maitsvust ja toitvust ning kasulikkust ja energiaallikat.
- Kui mee sagedaste ja harvade tarbijate kuvand meest on suhteliselt sarnane (väiksemaid erinevusi on), siis mee mittetarbijad nimetavad väga vähe tervislikkuse märksõnu. Veerand mee mittetarbijate poolt nimetatud märksõnadest on seotud allergia, mittemaitsmise ja kahjulikkusega.
- Etteantud mee omaduste hindamisel nõustutakse enim sellega, et mesi on hea ravim külmetuste või mõne muu haiguse puhul (81% nõustujaid). Vähem nõustutakse sellega, et mesi on hea alternatiiv teistele maiustustele (nõustujaid 63%) ja et mesi on sobiv magustaja teistes jookides (52%).
- **Mehed nõustuvad naistest veidi enam mee tervislikkuse ja maitsvuse omadustega, naised aga meestest selgelt enam mee võimalustega toitade valmistamisel ja ilutoodete juures.** Vanim rühm hindab samuti eelkõige mee tervislikke omadusi, **nooremad rühmad aga mee sobivust toitade valmistamisel ja ilutoodete juures.** Mee tarbijad, eriti sagedased tarbijad, hindavad kõrgelt mee tervislikke omadusi.
- Mittetarbijad ei hinda ühtegi omadust kõrgemalt kui tarbijad, kuid enam mõõnavad mee võimalusi toitade valmistamisel ja ilutoodete juures.

Mee tarbimine

- **Mee sagedasi tarbijaid (vähemalt mõned korrad kuus) on antud valimis 66%,** harva tarbijaid (kord kuus või harvem) 28% ning mittetarbijaid 7%. Võrreldes neidjaotusi 2023 aasta uuringuga ja arvestades nende uuringute valimi mõningaid erinevusi, võib öelda, et nende rühmade proportsioonid on analoogsed., ehk ei ole oluliselt muutunud.
- Mee sagedasi tarbijaid on meeste seas enam (73%) kui naiste seas (58%). Samuti on sagedasi tarbijaid enam vanemates rühmades ning eestikeelse suhtlusega vastajate seas. Maa-asulates on mee sagedasi tarbijaid veidi enam kui linnades, kuid siin ei ole vahe väga suur.
- Mee mittetarbimise levinuimaks põhjuseks on, et see ei maitse. Ligi kolmandikuks põhjustest on seotud allergiaga vm sellisega ning mee tarbimise harjumuse puudumisega. **Vaid 9% antud vastustes viitab mee kõrgele hinnale.** Seejuures on mee mittemaitsemise põhjendused võrreldes varasemaga veidi sagenenud, tervislikud põhjused või harjumuse puudumine aga selgelt vähenenud. **Kõrge hinna argument on veidi sagenenud.**
- Mee mittetarbimise tervislikud põhjused on iseloomulikud eelkõige naistele, mee tarbimise harjumuse puudus aga meestele. **Kõrge hinna argumenti toovad naised enam kui mehed ning eriti noorim rühm.**
- 10%-ne hinnatõus ei mõjutaks mee tarbimist oluliselt. 20% hinnatõusu juures oleks tarbimise tõenäolisi vähendajaid juba enam kui tarbimise taseme säilitajaid, kuid vähenemine oleks ilmselt algul mitte väga oluline. Alates 30% hinnatõusust väheneks tarbimine juba oluliselt.
- **Pooled mee tarbijaist hindavad, et nende tarbimine ei ole viimase paari aasta jooksul muutunud.** Tarbimise mõningast suurenemist hindab 13% ja olulist suurenemist 4%. Tarbimise mõningast vähenemist väidab 23% ja olulist vähenemist 8% mee tarbijaist. **Seega ületab tarbimise vähendajate hulk üsna oluliselt suurendajate hulka (14%-punkti) ning ilmselt võib siit järeldada ka mee tarbimise üldist vähenemist.** Kui mee tarbimise vähendajate hulk tervikuna ületab suurendajate hulka 14%-punkti, siis kõigis vaadeldud tarbijarühmades on vähenemine ligilähedaselt sarnane. **sellest suurem on tarbimise vähendajate osa harvade tarbijate seas (28%-punkti).** Seega võib öelda, et kui mee tarbimise maht on viimasel ajal vähenenud, siis eelkõige harvade tarbijate rühmas, olenemata soost, vanusest, keelest või elukohast ning sagedaste tarbijate seas on tarbimise vähenemine väike.
- Nende seas, kes hindavad, et mee tarbimine on viimase paari aasta jooksul suurenenud, on levinumaks põhjuseks mee kasutamise suhkru asendajana joogi/toidu sees. Aga tuuakse ka muid põhjuseid, mis seonduvad tervislikkusega, mee väärtustamise õppimisega ning parema kättesaadavusega.
- **Mee tarbimise vähendajate seas on aga kolmeks peamiseks vähendamise põhjuseks kõrge hind ja muude maksude/kulude osa eelarves (38%),** magusa vältimise/dieet (24%) ning maitse mittesobimine (15%). Seega näib, et mee hind on tarbimise vähenemises küll oluline tegur, kuid mitte iseseisvalt vaid üldise hindade ja maksude tõusu kontekstis (meenutame, et tarbimise peamised vähendajad on harvad tarbijad).
- **Enim tarbitakse mett talvel** (55% märgetest). 39% vastustest viitab, et vahet pole ning 19%, et sügisel. Kevad ja suvi ei ole mee tarbimise hooajad.
- Aastaaegade suhtes on mehed tolerantsemad kui naised, kes kalduvad selgelt talve ja sügise poole. Kui vanemad tarbijarühmad teevad aastaaegade suhtes vähem vahet, nagu ka mee sagedased tarbijad, siis noorematel on selgelt esiplaanil talv ja sügis. Sama kehtib ka muukeelsete kohta.

Mee kasutusviisid

- Mee kasutusviisides on peamised järgmised: haiguste raviks (67% vastustest), kohvi või tee magustamiseks (60%), saiale, leivale, pannkookidele määrimiseks (52%) ja sellisena nagu ta on söömiseks (48%).
- Ülejäänud kasutusviisid (alates toidu valmistamisest) on juba vähem levinud, kuid neiks otstarveteks kasutavad mett naised enam kui mehed. Vanuserühmade järgi on mee põhilistes kasutusviisides mõningaid erinevusi, kuid need ei ole põhimõttelised. Küll aga kasutavad noored mett enam kui vanemad grupid nõ teise rühma otstarveteks – toidu valmistamisel, toitude magustamine, ilutoodetes kasutamine. Muukeelsed tarbijad (kes tarbivad mett üldiselt vähem kui eestikeelsed) kasutavad mett selgelt vähem tee või kohvi magustamiseks ja leivale/saiale/pannkookidele määrimiseks. Muus osas on erinevused väikesed.
- Mee sagedased tarbijad kasutavad mett kõigiks otstarveteks enam kui harvad tarbijad. Väiksem on erinevus mee kasutamises toidu valmistamiseks ja ilutoodetes.

Mee eelistused ja tarbitavad meetooted

- 40% mee tarbijaist eelistab vedelat mett, 23% väidab, et sobivad kõik ning 21% eelistab kreemjat mett. Kristalliseerunud mett eelistab 9%, meekärge 5% ja maitsemett vaid 2%. Toodud eelistused on läbivad kõigis vastajarühmades vaid väikeste erinevustega.
- Muudest meetoodetest ja- saadustest tarbitakse enam kärjemett (39% mee tarbijaist). Järgnevad maitsemeed ja taruvaigutooted. Ülejäänutoodete tarbijaid on vähem. 22% mee tarbijaist ei tarbi ühtegi nn eritoodet.
- Mehed tarbivad naistest sagedamini kärjemett, naised aga sagedamini enamikke muid tooteid, eriti maitsemett, ilutooteid mesindussaadustega, taruvaigutooteid ja mesilasvaha. Ilutooteid ja mesilasvahad tarbivad ka nooremad rühmad enam kui vanemad. Muukeelsed tarbivad eestlastest tunduvalt vähem kärjemett. Muudes toodetes on erinevused väikesed.
- Mee sagedased tarbijad tarbivad pea kõiki tooteid suhteliselt enam kui harvad tarbijad (v.a. ilutooted)

Mee kvaliteedi tunnused

- Mee kvaliteedi spontaanseteks tunnusteks on eelkõige **maitse, värvus ja väljanägemine, viskoossus ja voolavus, puhtus suhkru lisamiseta ning kindel päritolu**. Ülejäänud tunnuseid on nimetatud vähem. Eesti päritolu spontaanselt esile ei tooda.
- **Formaalsetest kvaliteedi tunnustest on siiski olulisim Eesti päritolu**. Järgnevad kontrollitav info tootja kohta, säilitusainete mittesisaldumine värskus/vedelus ning puhastelt aladelt korjatus. Mahe tunnused ning päritolu ühelt taimeliigilt ei ole üldiselt olulised.
- Need tunnused on ligikaudu samas pingereas kõigis vastajarühmades, kuigi näiteks muukeelsetele ei ole Eesti päritolu tähtsaim tunnus.

Mee hankimine

- **Valdav enamik (59%) mee tarbijaist ostab mett otse mõnelt mesinikult.** Ülejäänud allikate osatähtsus on suhteliselt väike ja hajuv. Naised saavad sageli ka kingituseks või teenuse/kauba vastu.
- Vanemad rühmad ostavad veelgi enam otse mesinukult ja vähem muudest allikatest. Noortel on aga peamiseks allikaks tasuta kingitus või mõne teenuse/kauba vastu. Venekeelsel rühmal on olulisteks allikateks poest või turult ostmine. Sagedaste tarbijate mee hankimise allikaks on samuti keskmisest enam otse mesinikult ostmine, harvadel tarbijatel neist mõnevõrra enam poest ostmine või kingitusena saamine.
- Mett ostnute mee päritolu on reeglina Eesti mesi. Kõigi muude riikide mee osakaal on marginaalne.
- Eesti mee ostmise peamiseks argumendiks on kvaliteedi kindlus ja selle kõrval ka kohaliku toodangu põhimõtteline eelistamine. Muu mee ostjaid oli küll vähe (23), kuid nende peamiseks argumentideks on kättesaadavus (tutvused) ja hind.
- Mee ostjad ostevad valdavalt (86%) väiksemates kogustes vastavalt vajadusele. Kogu aastase koguse korraga ostjaid on kokku vaid 15% ja ostuperioodid jagunevad suhteliselt hajusalt. Vaid mõnevõrra enam augustis ja septembris.

Kampaania märkamine ja selle potentsiaalne mõju

- Uuringus demonstreeritud videoklippi on näinud vaid 11% kogu valimist. See nähtavus on analoogne kõigis rühmades, vaid vanimeas rühmas veidi vähem (6%) ja muukeelses rühmas enam (17%). Klipi peamise sõnumina tajutakse mee tervislikkust (nimetab 34% vastanuist).
- Samas hinnatakse klipi mõju soovile osta kodumaist mett väga positiivselt – 70% kõigist küsitletutest tunnistab, et klipil on selline mõju ning see on ligilähedaselt sama kõigis vastajarühmades (v.a. mee mittetarbijad). 44% hindab, et klipp tõstis ka soovi mett üldse tarbida. Vanimas rühmas on see % väiksem, kuid nemad tarbida mett niigi rohkem.

Seega võib öelda, et klipp on igati positiivse mõjuga, kuid probleemiks on, et seda on vähe märgatud.

- Demonstreeritud kolmest reklaamist ei ole ühtegi näinud 80% küsitletutest. Kõiki on näinud 2%, mõnda 14% ja ühte neist 4%. Ka siin ei ole vastajarühmade lõikes märkimisväärsed erinevusi, ehk nende reklaamide nähtavus on läbivalt madal.
- Vaadeldud reklaamide sõnum väga selgelt ei eristu. 42% loeb neid reklaame informatiivseteks ja 23% näeb sõnumine mee tervislikkust.
- Taas hinnatakse nende reklaamide positiivset mõju kodumaise mee tarbimisele kõrgelt (62%) ning seda kõigis vastajarühmades. Ka reklaamide mõju mee tarbimisele üldse hinnatakse üsna kõrgelt (47% tunnistab mõju).

Vaadeldud reklaamide puhul ilmneb sama probleem, mis videoklipiga – mõju hinnatakse positiivseks, kuid reklaamide märgatavus on madal.

Antud uuringu tulemusi on varasemate aastatega raske võrrelda, kuna näib et valimite ja küsitlusmeetodite osas on olnud erinevusi. Enam saab üldist tarbimist võrrelda 2023. aasta uuringuga. Selle põhjal ilmneb järgmine.

- Mee tarbijate proportsioonid sagedaste, harvade ja mittetarbijate vahel ei ole oluliselt muutunud.
- Küll aga on muutunud tarbimise mahud vähenemise suunas. Kui sagedaste tarbijate seas on tarbimise vähenemine olnud väike, siis märgatav on see harvade tarbijate seas. Seejuures on selle rühma tarbimise vähenemisel oluliseks teguriks hind. Viimane omakorda seondub üldise hindade ja maksude tõusu fooniga. Ning kuna mesi ei kuulu selle rühma jaoks oluliste magusainete hulka, siis ongi siin koht, kus tarbimist piirata saab.
- Hinnates võimalusi mee tarbimise suurendamiseks, siis lisaks **harvadele tarbijatele**, on tarbimine keskmisest madalam ka **naiste ja nooremate rühmade seas**. Kõik need kolm rühma on aga sellised, kus mee klassikalised tarbimismudelid ja argumendid – haiguste raviks, tarbimine ehedal kujul, leiva/saia peal ja kohvi/tee magustamiseks – ei tööta hästi ning rohkem on võimalusi kasutada mett senisest enam nõ sekundaarsetel otstarvetel, so toidu valmistamiseks, toitude magustamiseks, ilutoodetes jms. Kõik need kolm rühma kasutavad mett juba praegu neiks otstarveteks suhteliselt enam ning tarbimise kasvu potentsiaal neis näib olevat suurem kui põhisihtrühmades (mehed, vanemad, sagedased tarbijad) klassikaliste kasutusmudelitega.
- Samal ajal ei ole põhjust eirata mee tervislikkuse aspekti, kuna mee kuvandis on see siiski tugevalt sees.
- Ülaltoodu võiks olla ka mee turundusstrateegia aluseks, kuid nagu antud uuringus nägime, on kampaania sisu ja sõnumi kujundamine mee puhul suhteliselt lihtne ülesanne. Hoopis suurem väljakutse on kampaaniatele piisava märgatavuse saavutamine (tänapäeva turundusmaastik on väga kirju).



Valimi struktuur

Sugu, vanus, peamine suhtluskeel, elukoht, asula tüüp, mee tarbimine

Valimi struktuur $N = 1004$

Sugu

Vanus

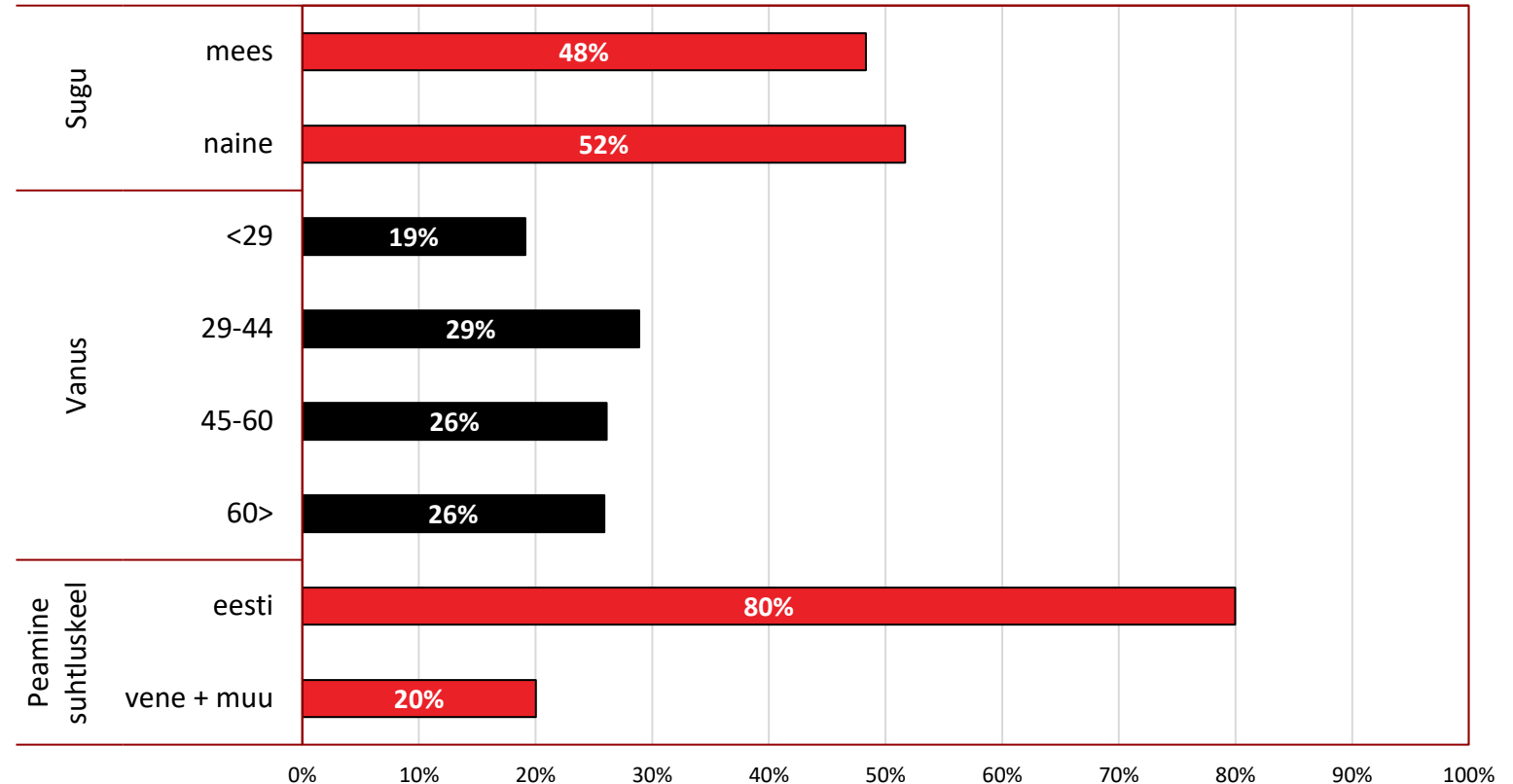
Peamine suhtluskeel

NB!

- Vanuseline jaotus gruppideks on tehtud vastavalt uuringu tellija soovitusel.
- Kuna uuringu küsimustik ja küsitlus olid planeeritud vaid eestikeelsena, siis rahvuse tunnust valimi kujundamisel ei kasutatud, kuid vastata said kõik, kelle eesti keele valdamine on piisav küsimustikule vastamiseks. Seega saadeti osalemise kutsed paneelis ka teiste rahvuste esindajatele. Küll aga küsiti vastanute peamine suhtluskeel ning nagu näeme on valimis 20% vene või muu keele kasutajaid, kes olid võimelised vastama eesti keeles. Kirjeldatud lahendus esitati ka uuringu pakkumuses.
- Muud valimi sotsiaaldemograafilised tunnused on ligilähedaselt esinduslikud.

Vt ka järgmine slaid

Mee tarbijauuringu valimi struktuur $N = 1004$

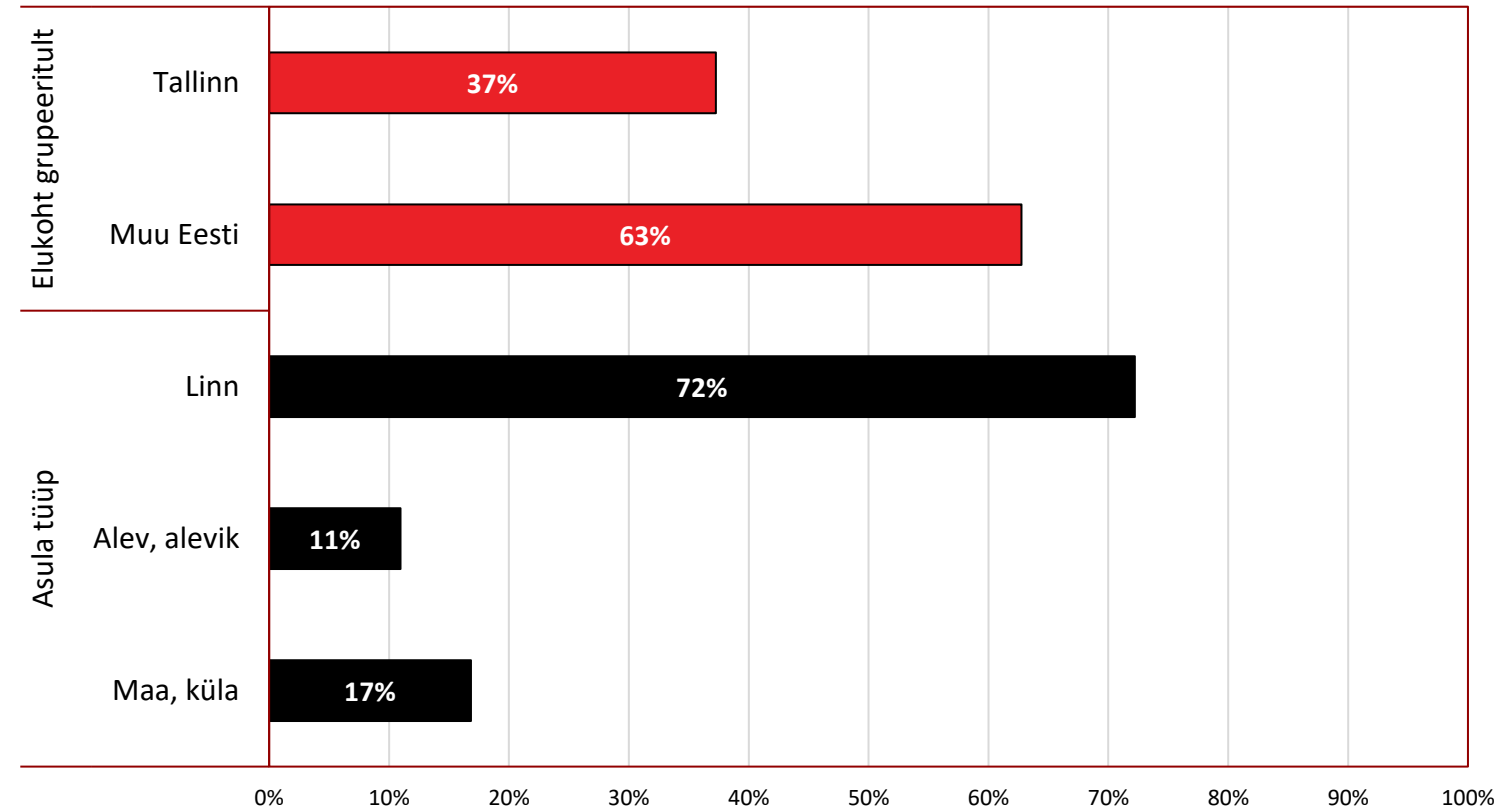


Valimi struktuur $N = 1004$

Elukoht grupeeritult

Asula tüüp

Mee tarbijauuringu valimi struktuur $N = 1004$



Valimi struktuur $N = 1004$

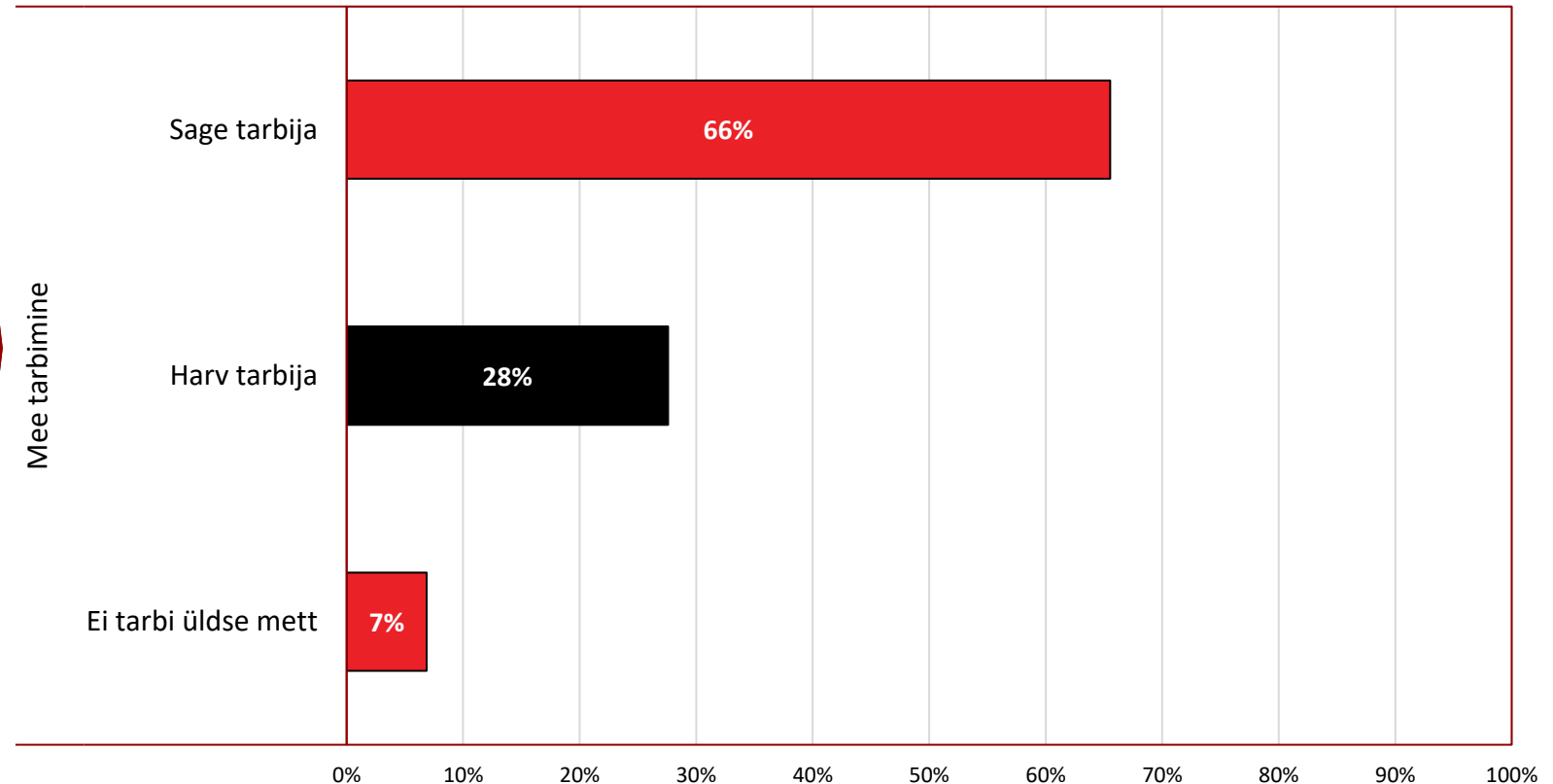
Mee tarbimine

See valimi tunnus on tehtud küsimustikus olnud vastava küsimuse tulemuse põhjal ning jaotuse alus on järgmine:

- Sage tarbija – tarbib mett vähemalt mõned korrad kuus
- Harv tarbija – tarbib mett keskmiselt kord kuus või harvem
- Ei tarbi üldse mett – vastaja sellekohane väide.

Võrreldes 2023. aasta uuringuga näitab toodud jaotus mee tarbijate veidi suuremat osakaalu, kuid see on ilmselt tingitud käesoleva uuringu valimi eripärast, mille kohta esitame täpsema selgituse vastava küsimuse juures.

Mee tarbijauuringu valimi struktuur $N = 1004$



Mee üldine kuvand

1. Milliseid loetelus toodud maiustustest tarbite enim? *Valige kuni 3 peamist.*
2. Mis on Teie silmis mesi? *Nimetage kuni 3 iseloomulikku märksõna mee kohta.*
3. Mil määral vastab mesi Teie arvates järgmistele omadustele? *Mesi on...*

Maiustuste tarbimine $N = 2652$ *märget*

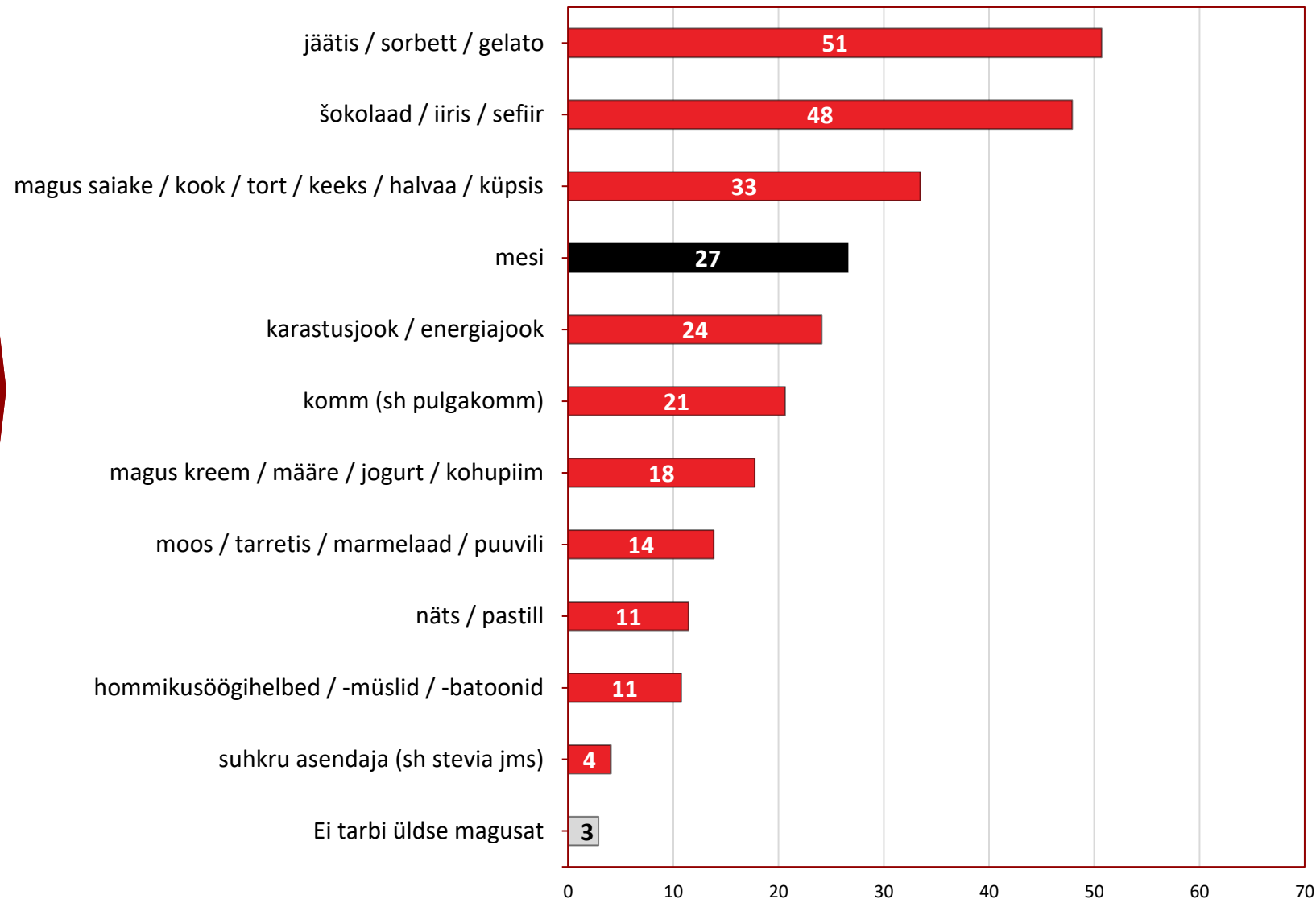
Üldjaotus

Selles küsimuses anti loetelu võimalikest maiustustest ette ning vastaja võis nimetada kuni 3 peamist maiustust.

- Näeme, et enamtarbitavateks maiustuste gruppideks on jäätised ning šokolaadid/iirised/sefiirid
- Mesi on neljandal koha, ehk 27% küsitletutest nimetab mett kolme enamtarbitava maiustuse seas.

Maiustuste tarbimine $N = 2652$

Küsimus: Milliseid loetelus toodud maiustustest tarbite enim? Valige kuni 3 peamist.



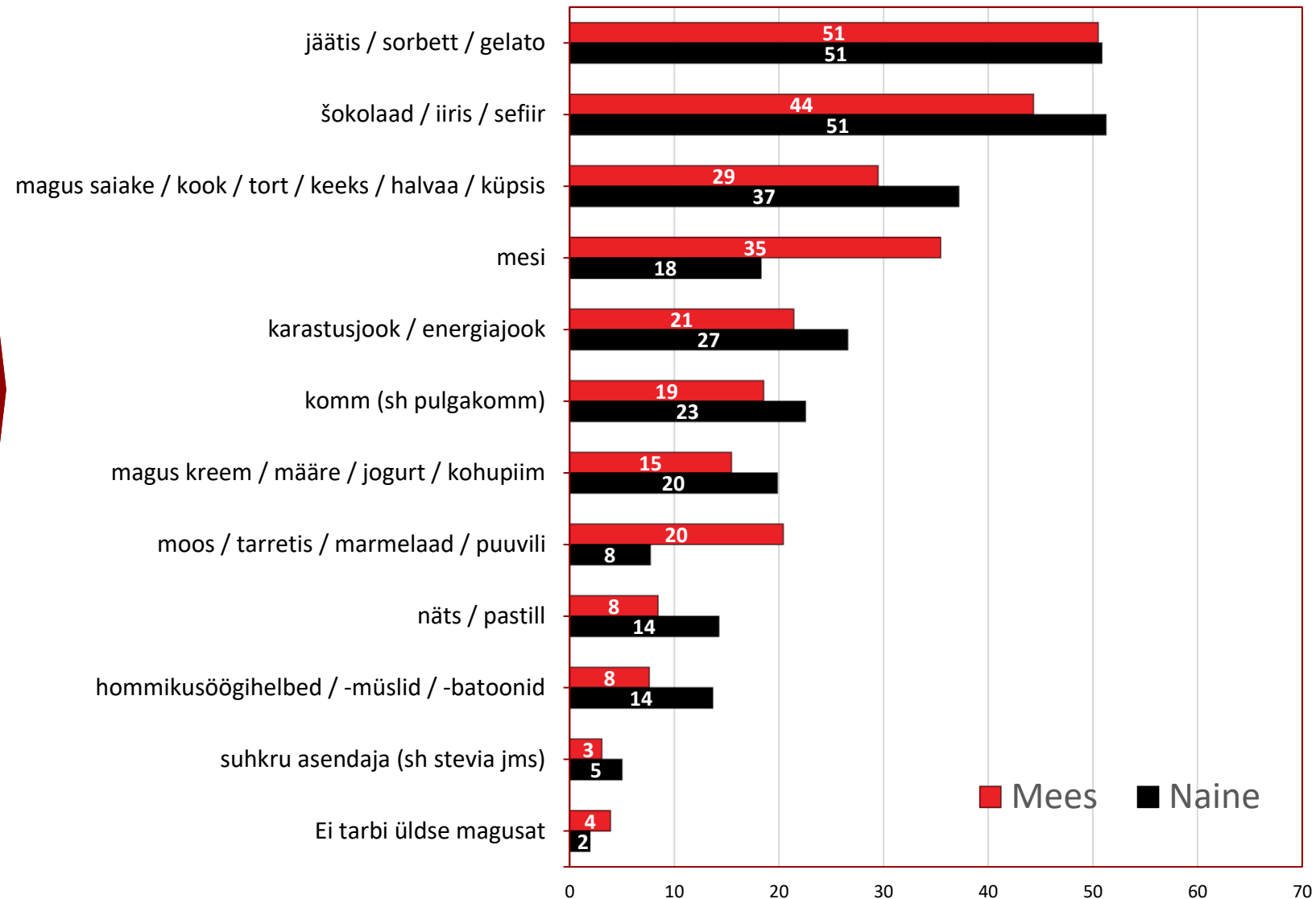
Maiustuste tarbimine $N = 2652$ märges

Soo järgi

- Meeste jaoks on mesi selgelt kõrgemal kohal (kolmas) kui naiste jaoks (6. kohal).

Maiustuste tarbimine $N = 2652$

Küsimus: Milliseid loetelus toodud maiustustest tarbite enim? Valige kuni 3 peamist.



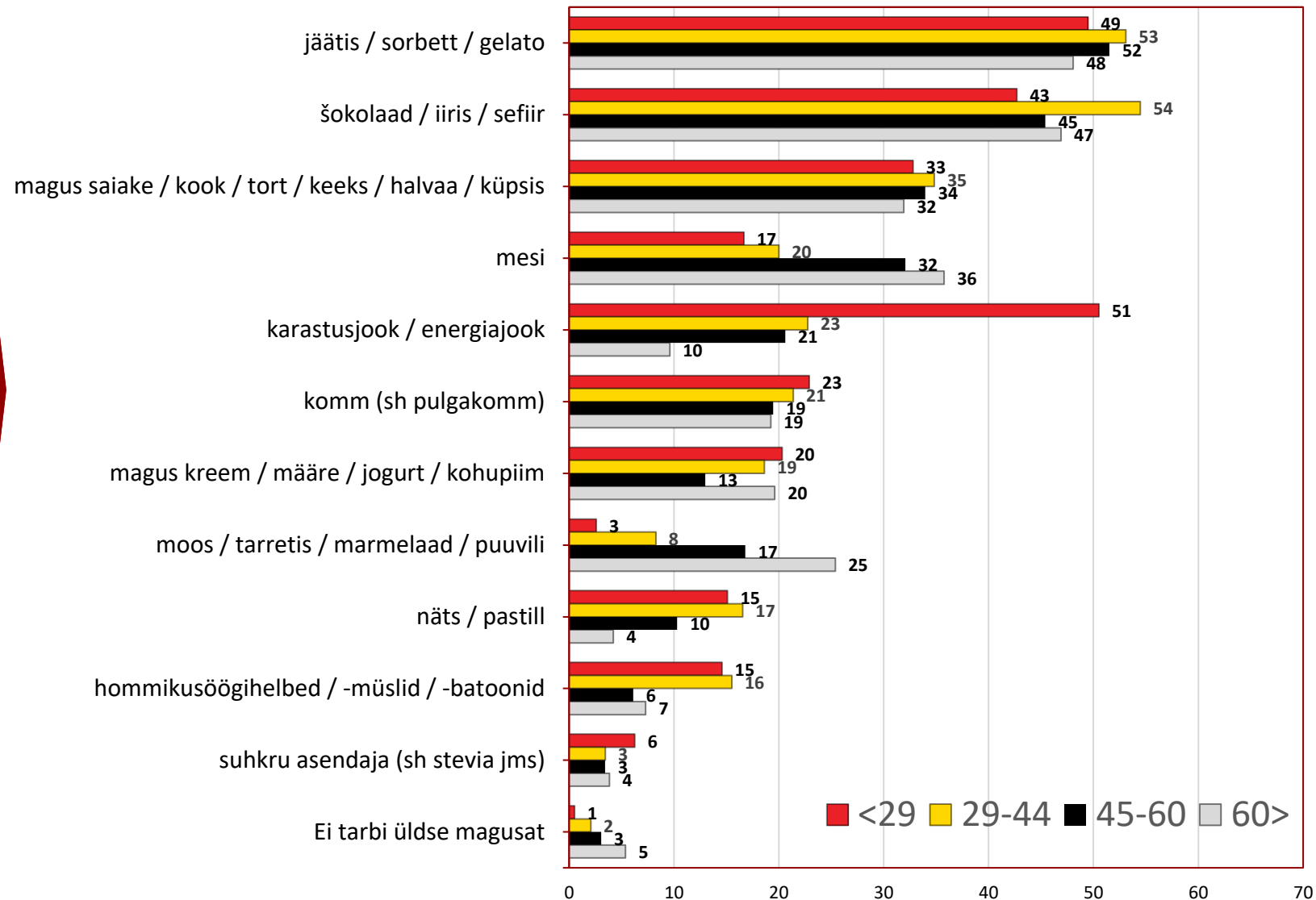
Maiustuste tarbimine N = 2652 märget

Vanuse järgi

- Vanuserühmade lõikes kasvab mee osatähtsus enamtarbitava maiustuste seas koos vanuse suurenemisega (noorimal rühmal madalaim, vanimal kõrgeim tase).

Maiustuste tarbimine N = 2652

Küsimus: Milliseid loetelus toodud maiustustest tarbite enim? Valige kuni 3 peamist.



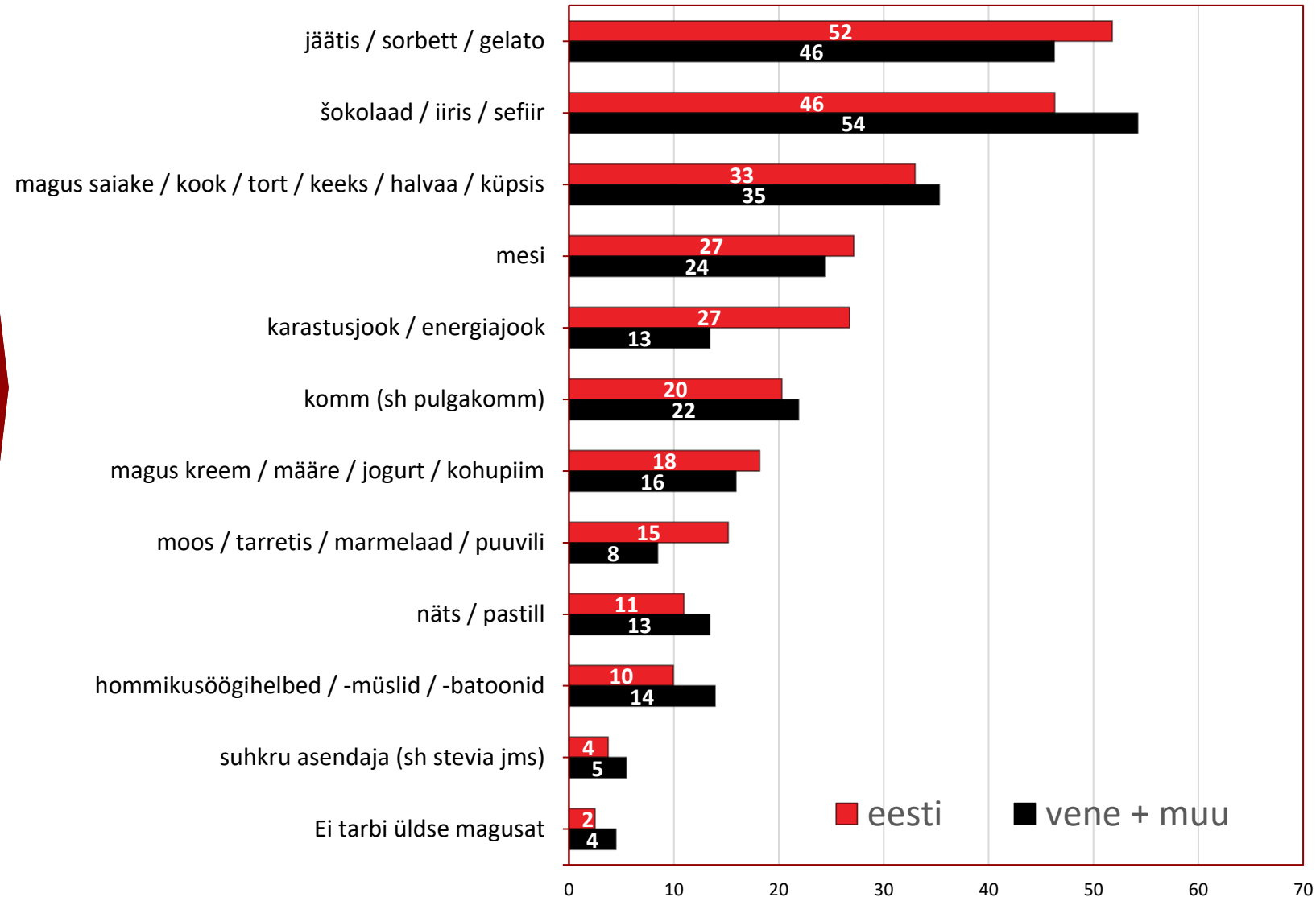
Maiustuste tarbimine N = 2652 märget

Peamise suhtluskeeke järgi

- Venekeelse rühma jaoks on mesi mõnevõrra väiksema tähtsusega kui eestikeelsete jaoks.

Maiustuste tarbimine N = 2652

Küsimus: Milliseid loetelus toodud maiustustest tarbite enim? Valige kuni 3 peamist.



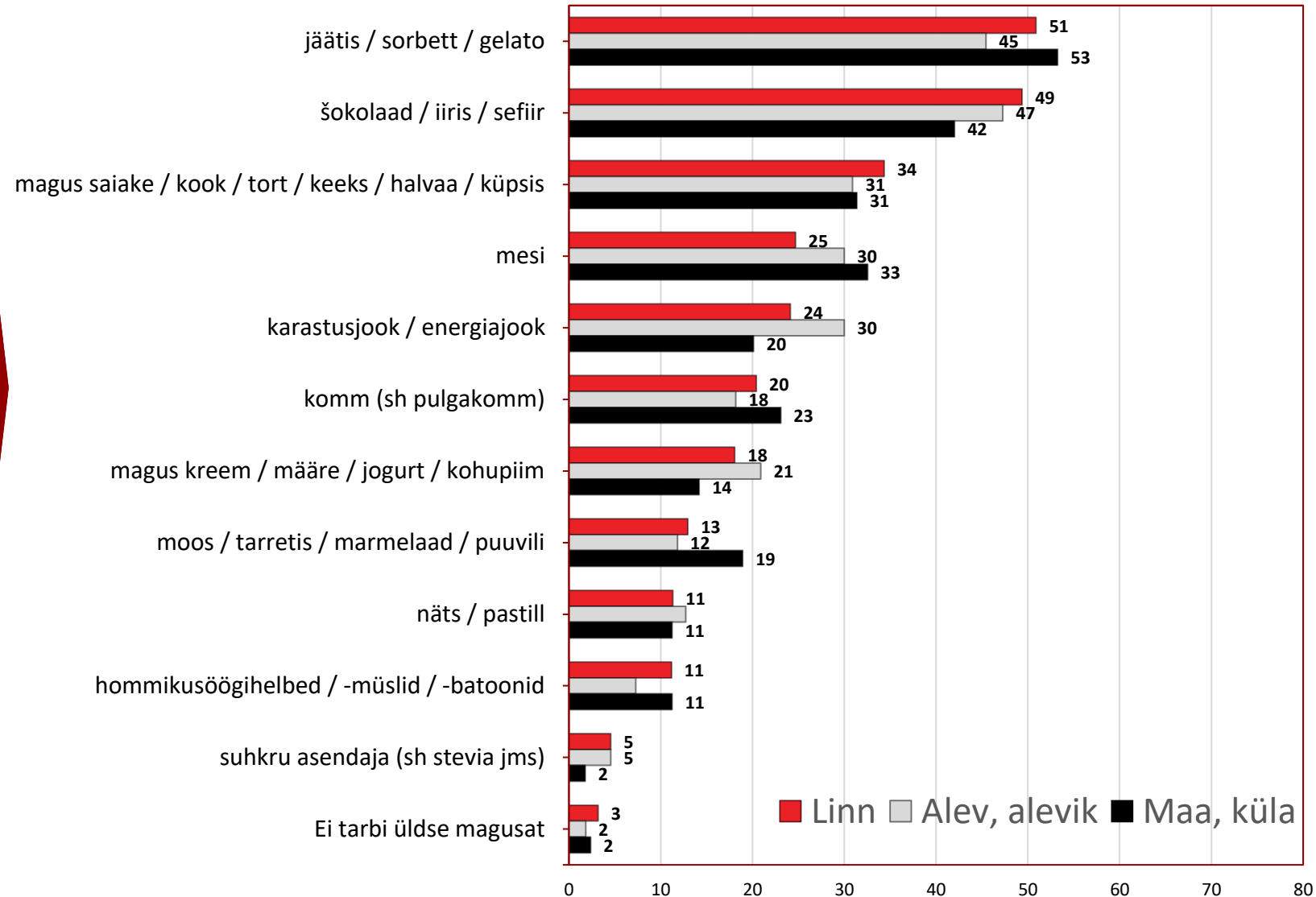
Maiustuste tarbimine $N = 2652$ märget

Asulatüübi järgi

- Asulatüübi lõikes ei ole erinevused suured, kuid maapiirkondades (alevid, alevikud, külad) on mee olulisus maiustusena mõnevõrra suurem kui linnades.

Maiustuste tarbimine $N = 2652$

Küsimus: Milliseid loetelus toodud maiustustest tarbite enim? Valige kuni 3 peamist.



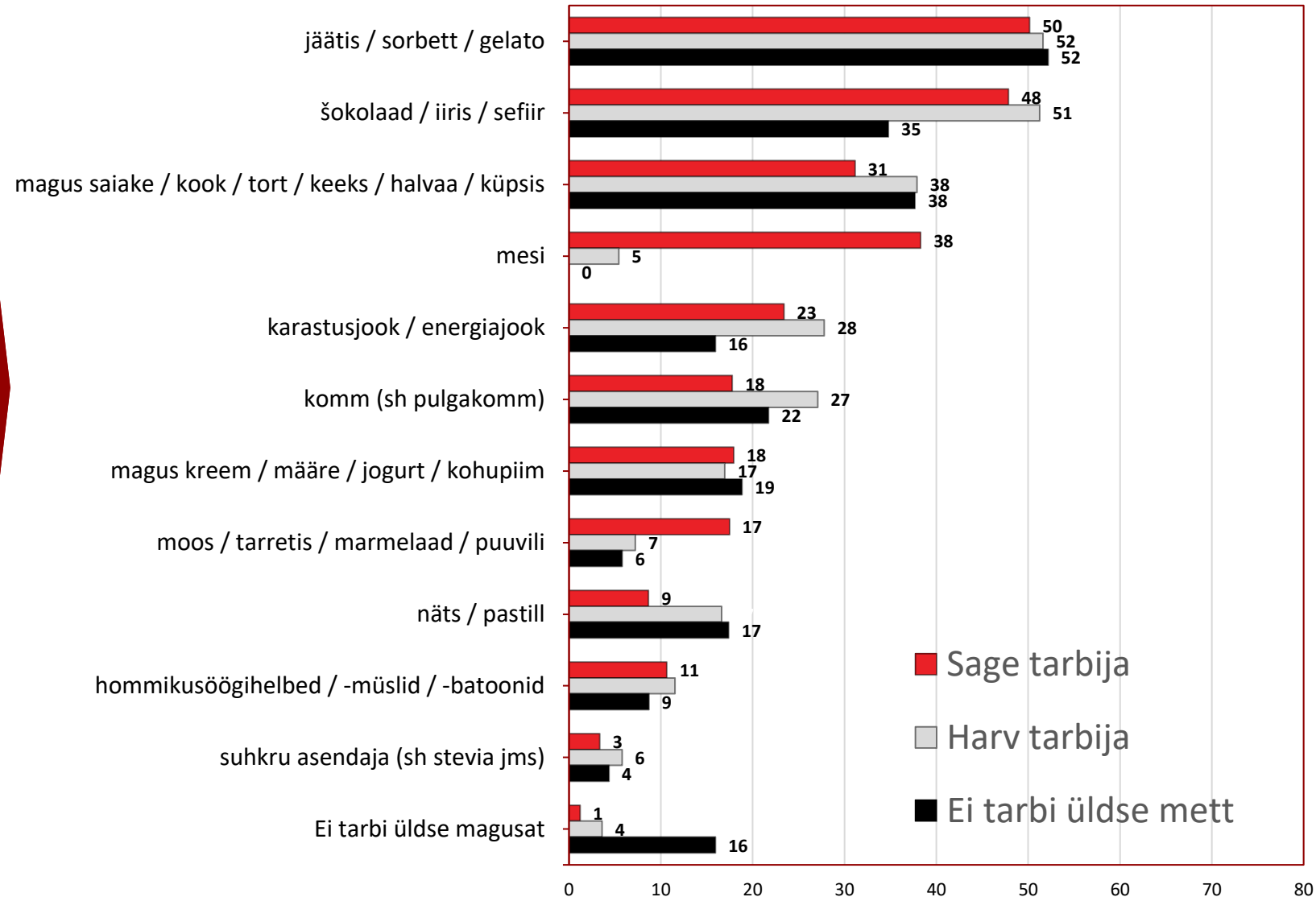
Maiustuste tarbimine N = 2652 märget

Mee tarbimise järgi

- Ka sagedaste mee tarbijate jaoks on mesi maiustusena kolmandal kohal, kuid ei konkureeri siiski kahe peamise ülalnimetatud maiustuste rühmaga.

Maiustuste tarbimine N = 2652

Küsimus: Milliseid loetelus toodud maiustustest tarbite enim? Valige kuni 3 peamist.



Mee iseloomustus, spontaanne kuvand.
N = 2579 märget

- Mee spontaanses kuvandis domineerivad kaks märksõnade komplekti:

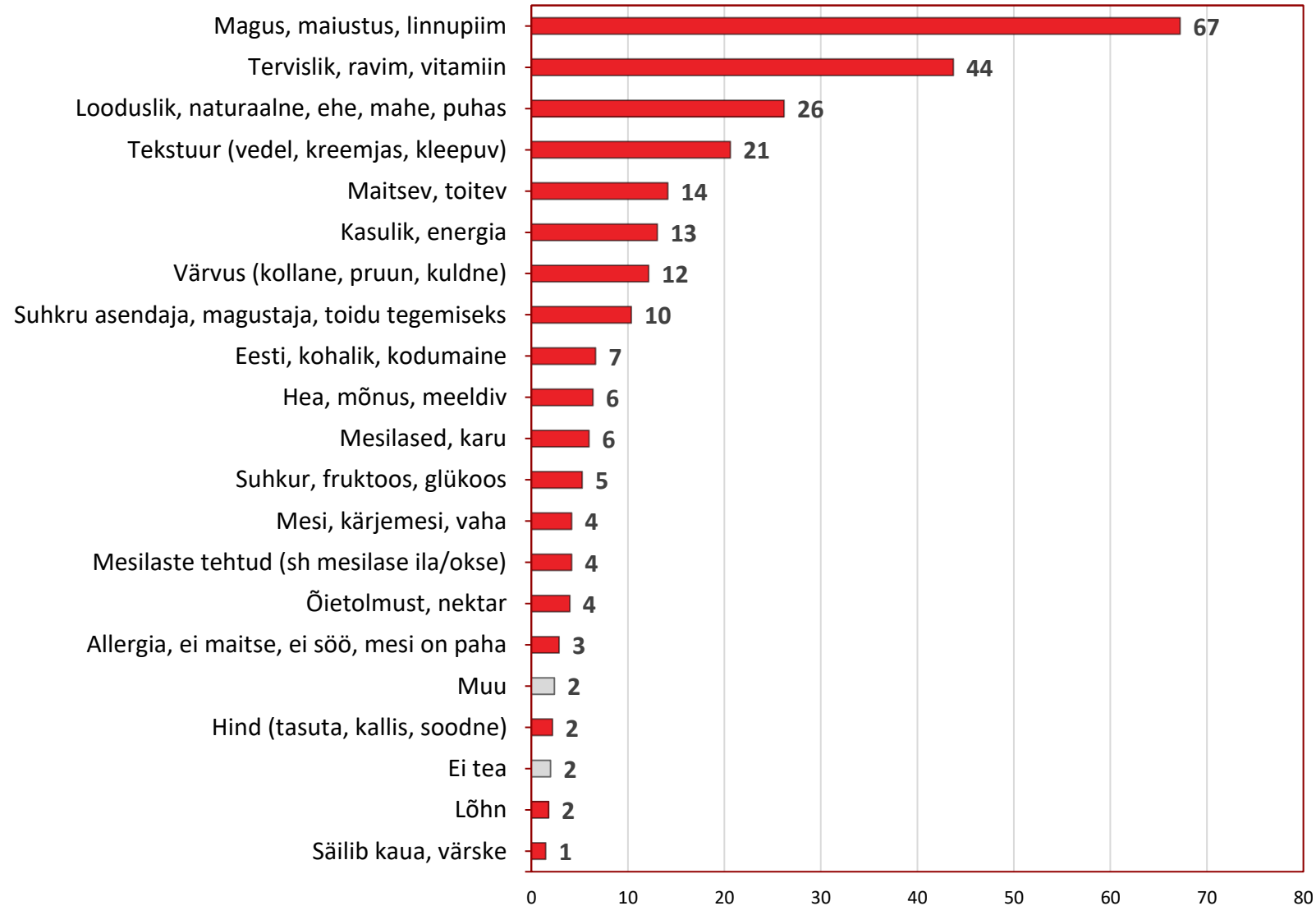
Magus, maiustus, linnupiim
ning

Tervislik, ravim, vitamiin

- Kui esimene komplekt viitab selgelt magususele siis teine on otseselt seotud tervislikkusega.
- Kolmas ja neljas märksõnade komplekt on küll vähem esindatud, kuid viitavad looduslikkusele ning tekstuurile

Mee iseloomustus (avatud) *N = 2579*

Küsimus: Mis on Teie silmis mesi? Nimetage kuni 3 iseloomulikku märksõna mee kohta.



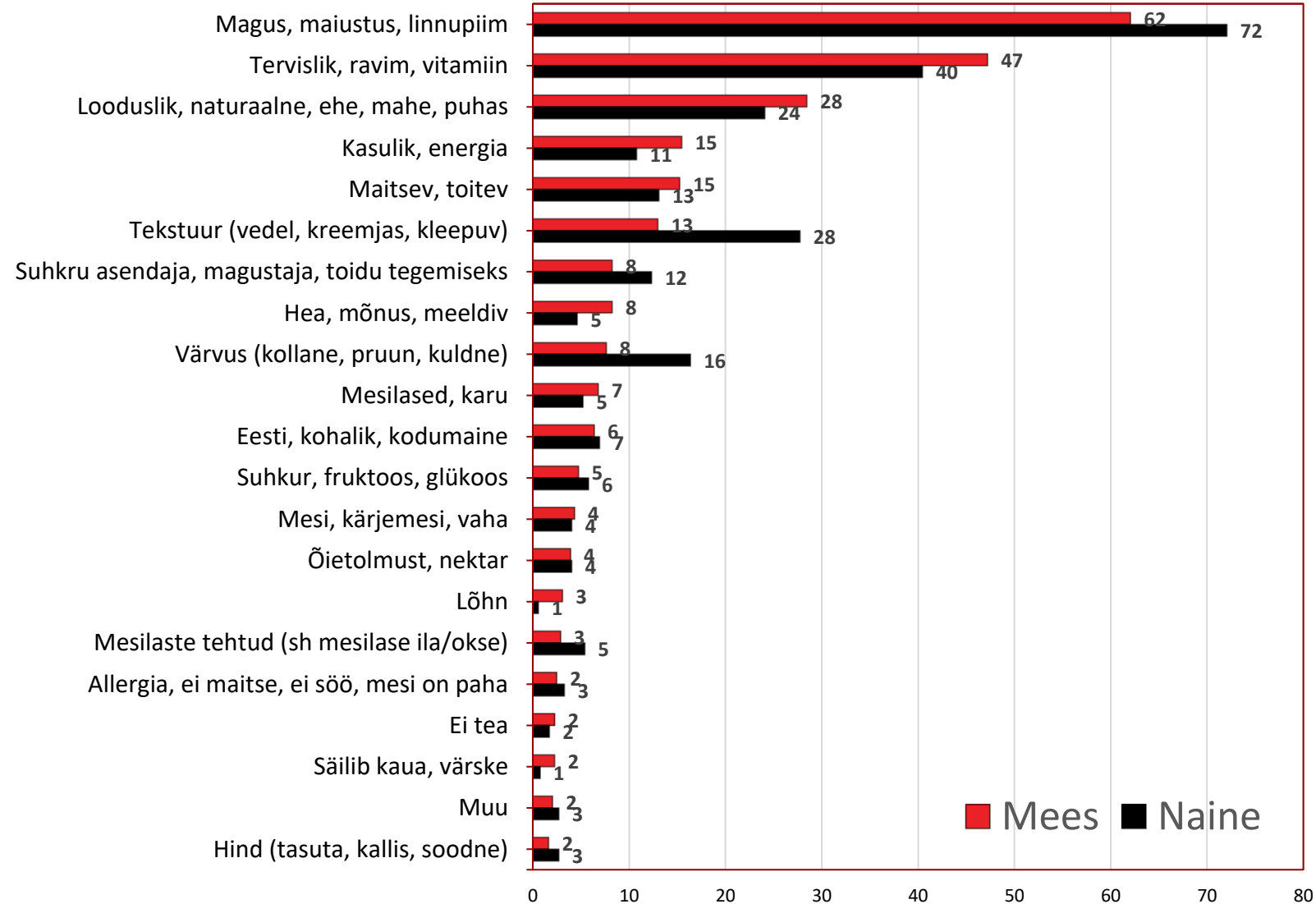
Mee iseloomustus, spontaanne kuvand.
N = 2579 märget

Soo järgi

- Naised rõhutavad meestest selgelt enam mee tekstuuri ning värvust. Nõ. kasulikke omadusi nimetavad mehed veidi sagedamini kui naised.

Mee iseloomustus (avatud) N = 2579

Küsimus: Mis on Teie silmis mesi? Nimetage kuni 3 iseloomulikku märksõna mee kohta.



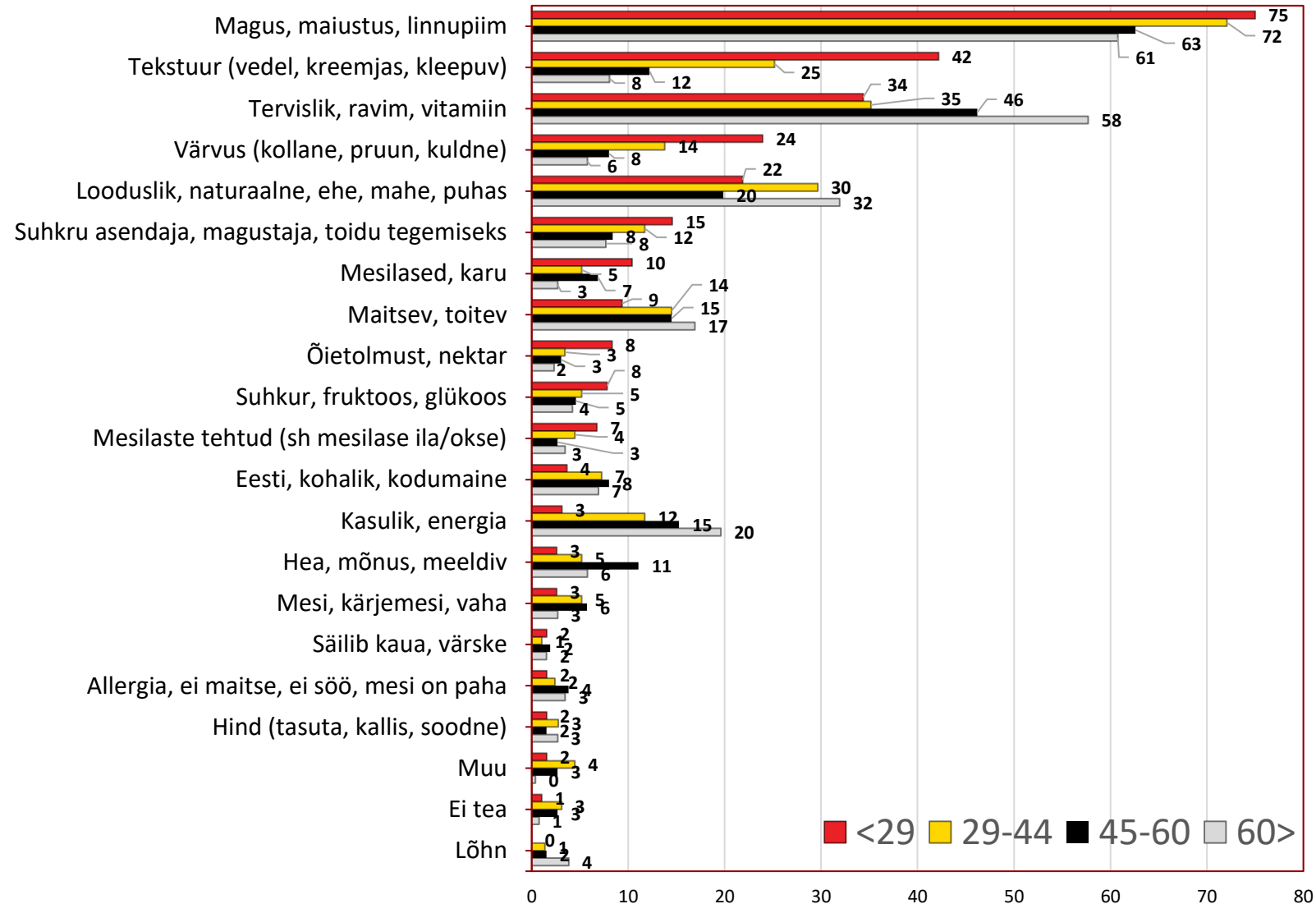
Mee iseloomustus, spontaanne kuvand.
N = 2579 märget

Vanuse järgi

- Tervislikkuse ja looduslikkuse aspekti märksõnu nimetavad vanemad rühmad enam kui noored.

Mee iseloomustus (avatud) N = 2579

Küsimus: Mis on Teie silmis mesi? Nimetage kuni 3 iseloomulikku märksõna mee kohta.



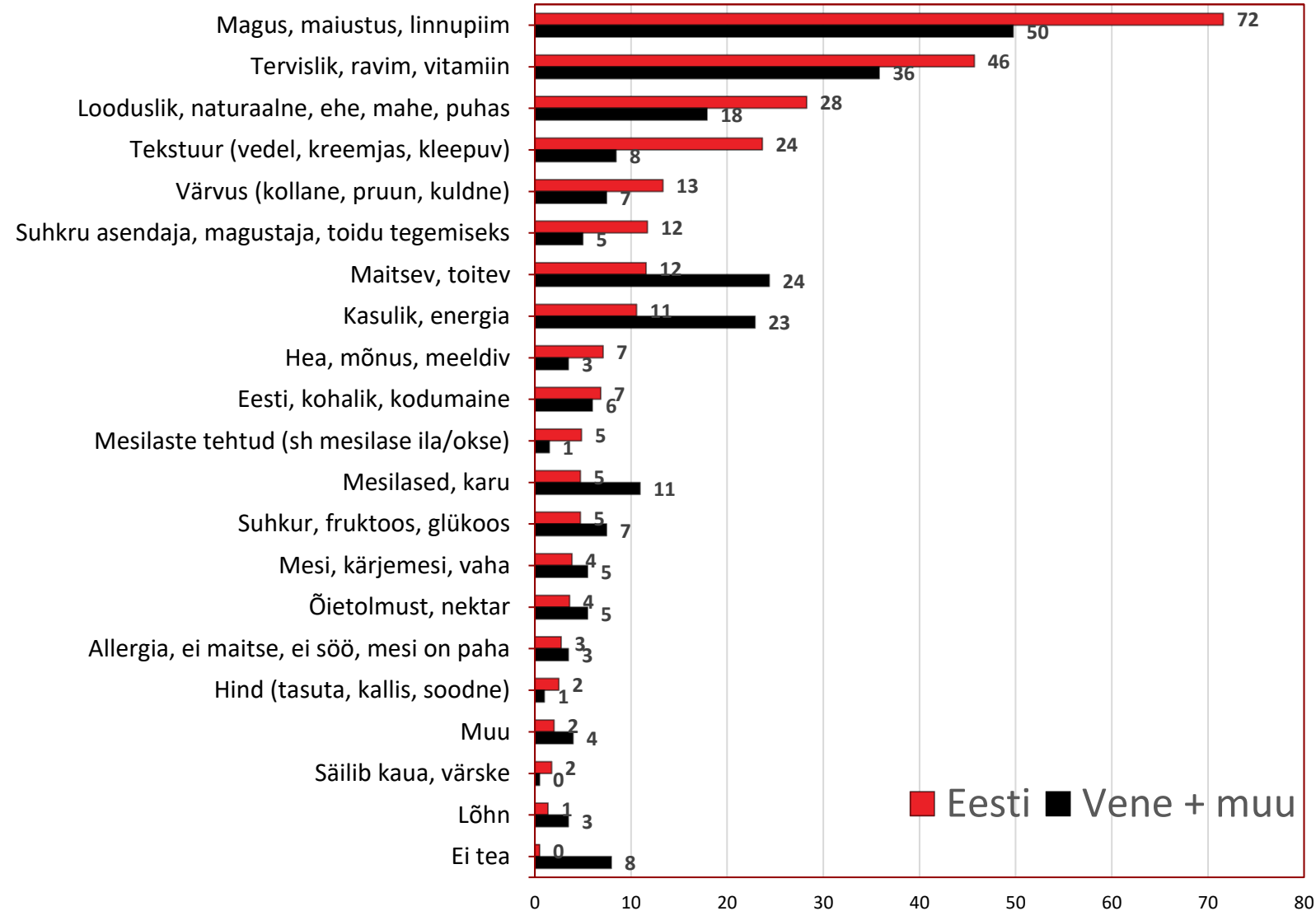
Mee iseloomustus, spontaanne kuvand.
N = 2579 märget

Peamise suhtluskeelee järgi

- Vene suhtluskeelele vastajad nimetavad eestlastest enam maitsevust ja toitvust ning kasulikkust ja energiaallikat.

Mee iseloomustus (avatud) N = 2579

Küsimus: Mis on Teie silmis mesi? Nimetage kuni 3 iseloomulikku märksõna mee kohta.



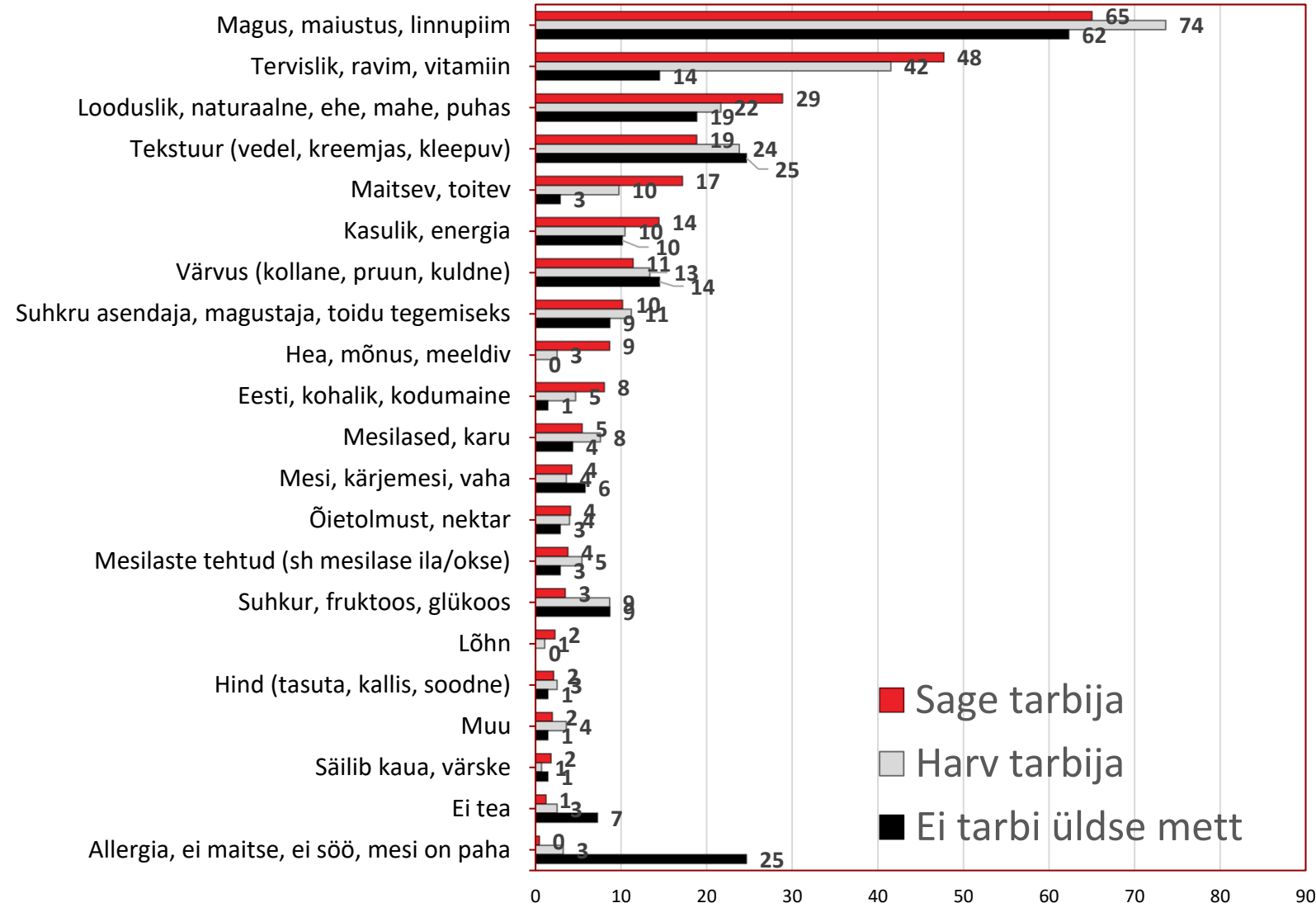
Mee iseloomustus, spontaanne kuvand.
N = 2579 märget

Mee tarbimise järgi

- Kui mee sagedaste ja harvade tarbijate kuvand meest on suhteliselt sarnane (väiksemaid erinevusi on), siis mee mittetarbijad nimetavad väga vähe tervislikkuse märksõnu. Samas on veerand mee mittetarbijate poolt nimetatud märksõnadest seotud allergia, mittemaitsmise ja kahjulikkusega.

Mee iseloomustus (avatud) N = 2579

Küsimus: Mis on Teie silmis mesi? Nimetage kuni 3 iseloomulikku märksõna mee kohta.



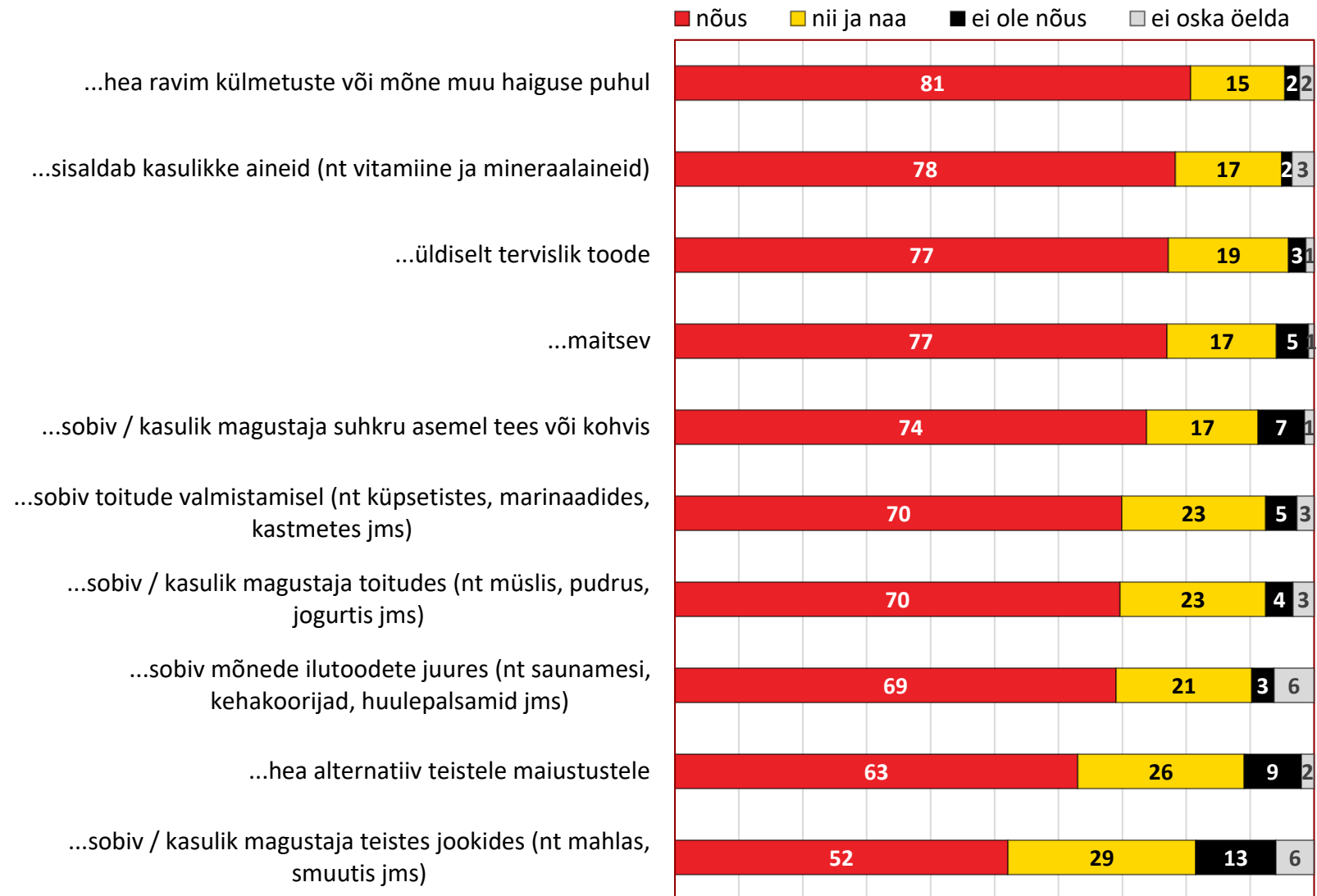
Mee kuvand etteantud omaduste järgi $N = 1004$

Üldjaotus

- Tervikuna nõustutakse kõigi vaadeldud omadustega. Enim nõustutakse sellega, et mesi on hea ravim külmetuste või mõne muu haiguse puhul (81% nõustujaid). Vähem nõustutakse sellega, et mesi on hea alternatiiv teistele maiustustele (nõustujaid 63%) ja et mesi on sobiv magustaja teistes jookides (52%).

Mee omadused $N = 1004$

Küsimus: Mil määral vastab mesi Teie arvates järgmistele omadustele? Mesi on...



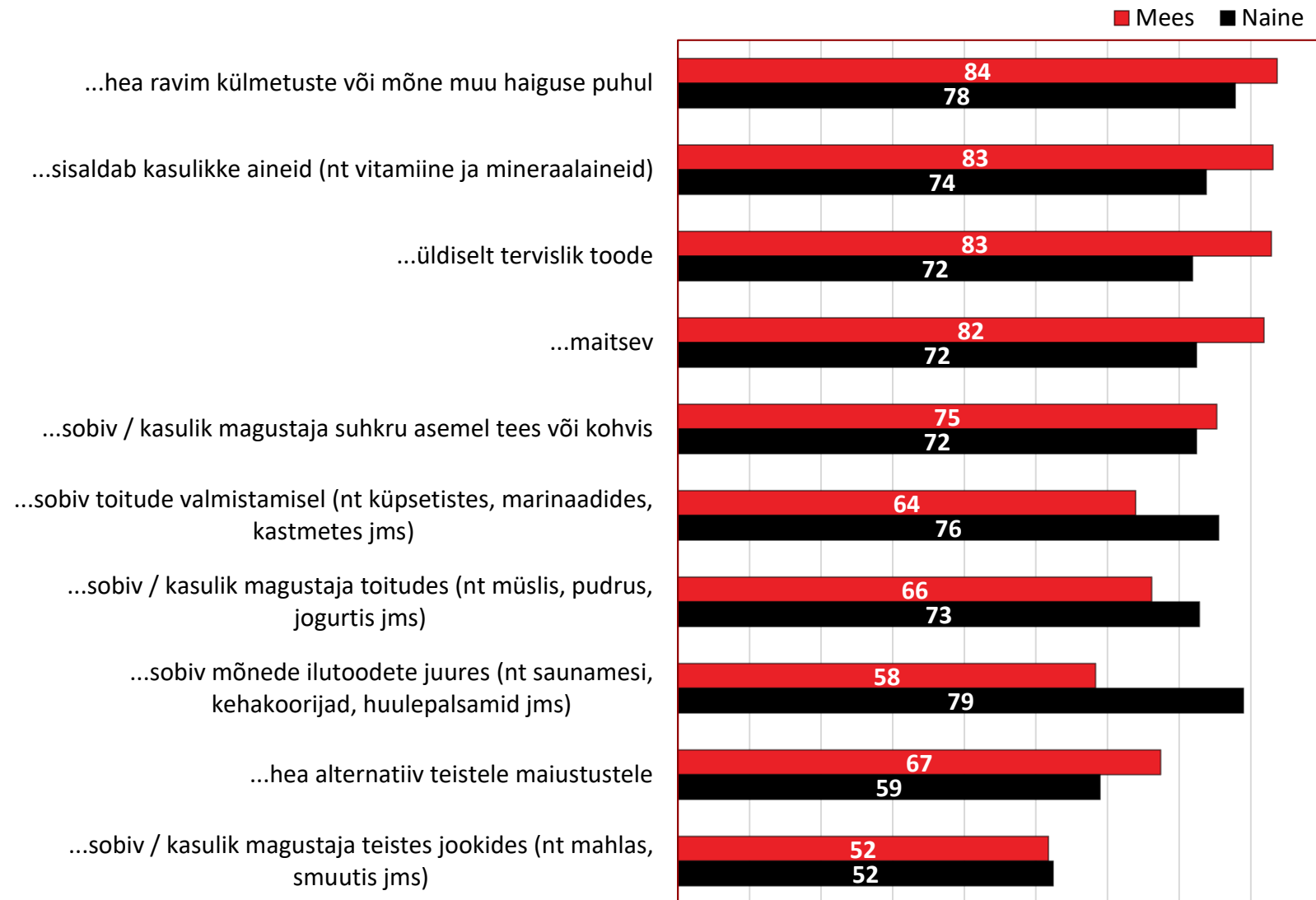
Mee kuvand etteantud omaduste järgi $N = 1004$

Soo järgi

- Mehed nõustuvad naistest veidi enam mee tervislikkuse ja maitsevuse omadustega, naised aga meestest selgelt enam mee võimalustega toitude valmistamisel ja ilutoodete juures.

Mee omadused $N = 1004$ (nõustujate osakaal)

Küsimus: Mil määral vastab mesi Teie arvates järgmistele omadustele? Mesi on...



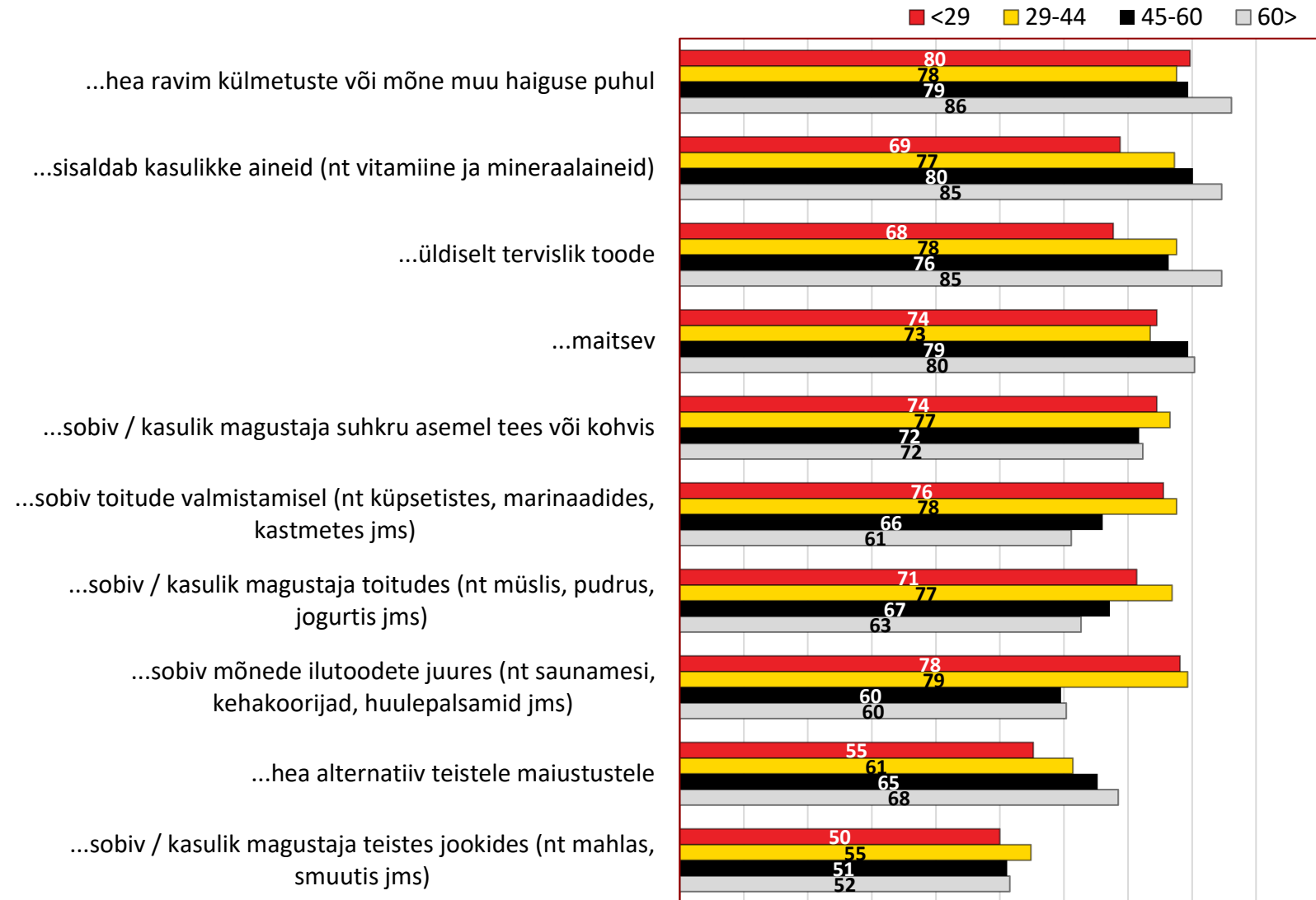
Mee kuvand etteantud omaduste järgi $N = 1004$

Vanuse järgi

- Vanim rühm hindab samuti eelkõige mee tervislikke omadusi, nooremad rühmad aga mee sobivust toitude valmistamisel ja ilutoodete juures.

Mee omadused $N = 1004$ (nõustujate osakaal)

Küsimus: Mil määral vastab mesi Teie arvates järgmistele omadustele? Mesi on...



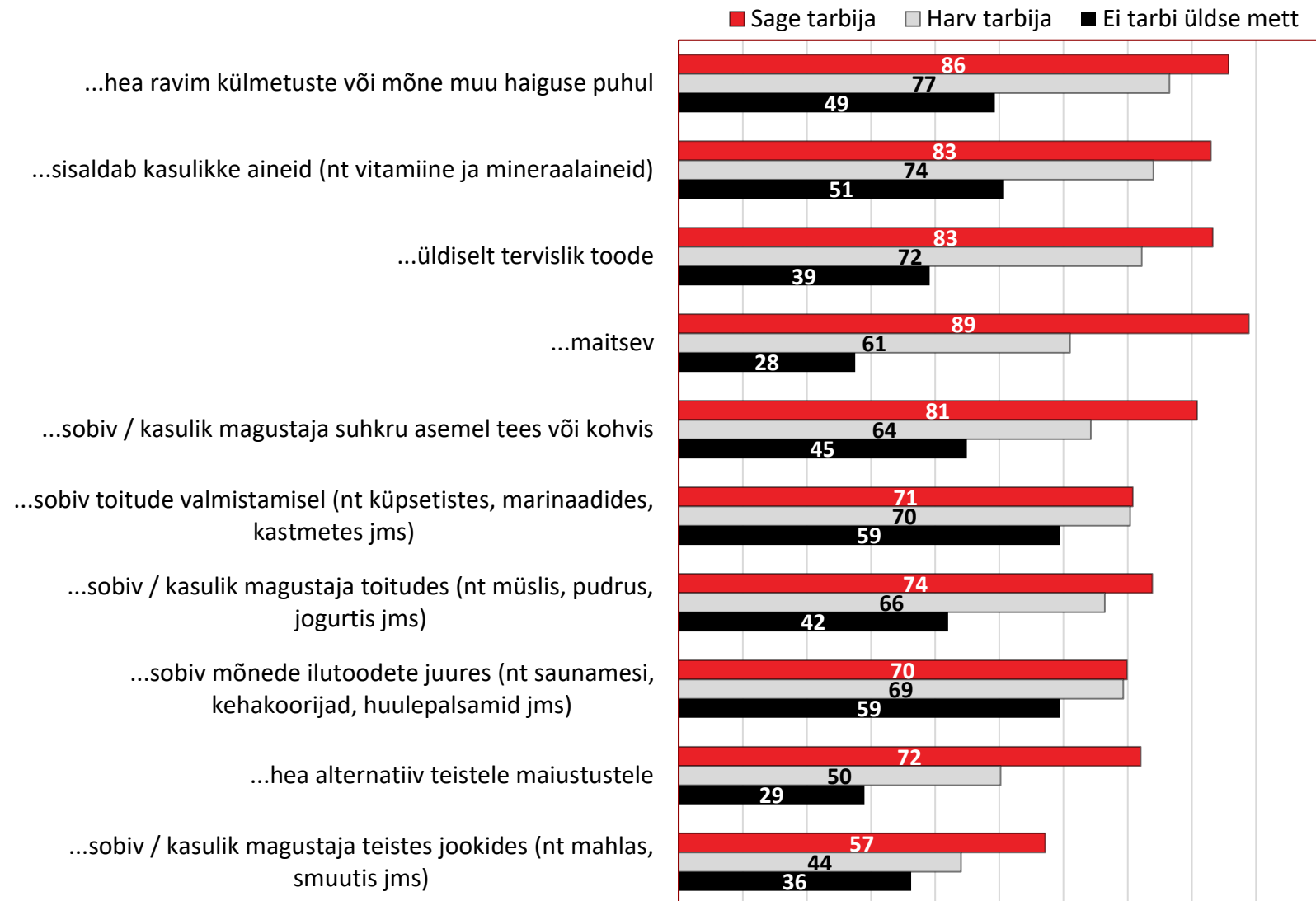
Mee kuvand etteantud omaduste järgi $N = 1004$

Mee tarbimise järgi

- Mee tarbijad, eriti sagedased tarbijad, hindavad kõrgelt mee tervislikke omadusi.
- Mittetarbijad ei hinda ühtegi omadust kõrgemalt kui tarbijad, kuid enam mõõnavad mee võimalusi toitude valmistamisel ja ilutoodete juures.

Mee omadused $N = 1004$ (nõustujate osakaal)

Küsimus: Mil määral vastab mesi Teie arvates järgmistele omadustele? Mesi on...



Mee tarbimine

1. Kui sageli Te mett tarbite?
2. Miks Te ei tarbi mett?
3. Kuidas muutuks Teie mee tarbimine kui selle kilohind tõuseks / langeks...
4. Kuidas on viimase paari aasta jooksul muutunud Teie mee tarbimine?
Mis on muutuse põhjuseks?
5. Millisel aastaajal Te mett kõige rohkem tarbite?

Mee tarbimise sagedus $N = 1004$

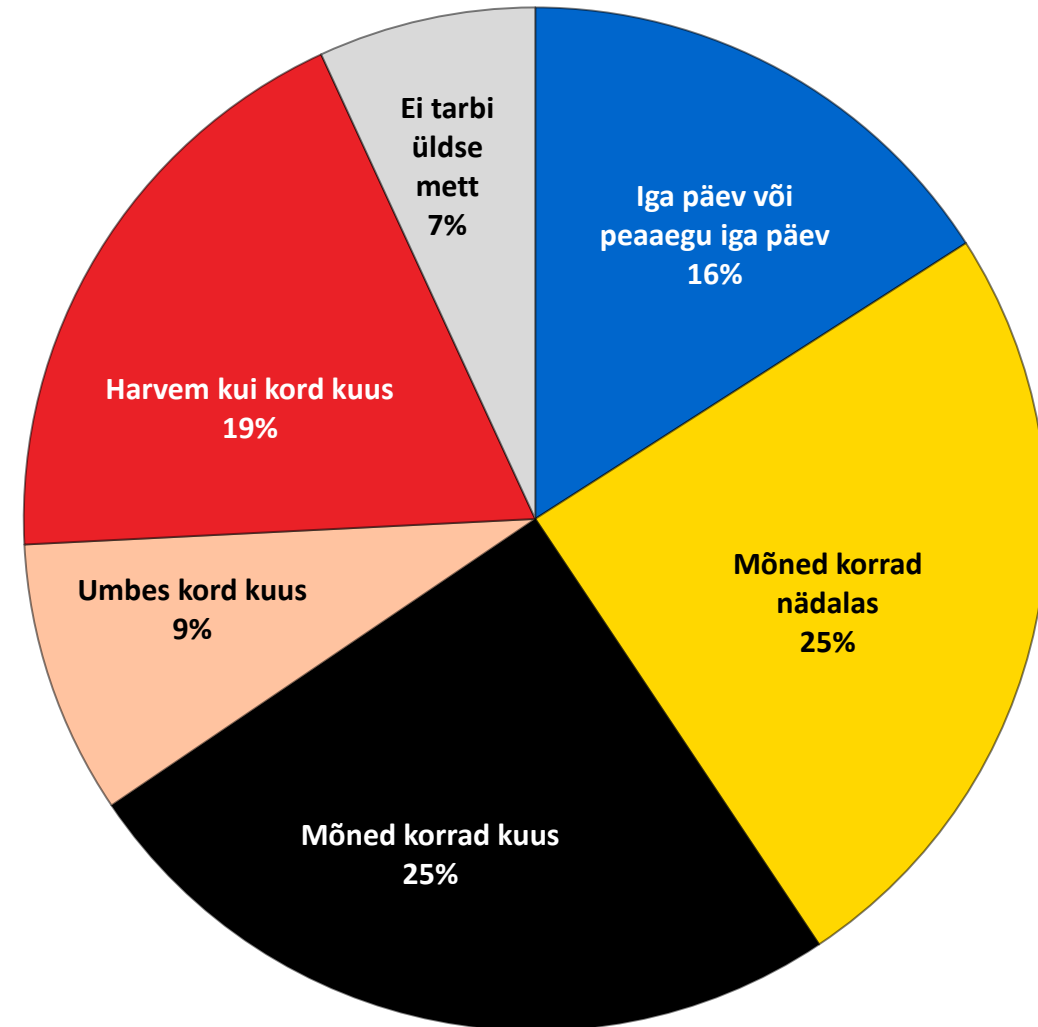
Üldjaotus

- Nagu valimi struktuuri juures selgitatud on mee sagedasi tarbijaid (vähemalt mõned korrad kuus) antud valimis 66%, harva tarbijaid (kord kuus või harvem) 28% ning mittetarbijaid 7%.

2023. aasta uuringus olid vastavad osakaalud 56%, 31% ja 12%, ehk sagedasi tarbijaid oli vähem, ning mittetarbijaid enam. Siinkohal tuleb arvestada järgmiste valimi eripäradega. Selle aasta uuringus kasutati vaid eestikeelset küsimustikku, ehk muude rahvuste vastajad said osaleda kui valdasid piisavalt eesti keelt. Neid oli valimis 20%. 2023 aasta uuringus kasutati ka venekeelset küsimustikku ning muude rahvuste osakaal valimis juhiti esinduslikuks (32% valimist). Eestlaste seas oli siis mittetarbijaid 9% ja muude rahvuste seas 18%. Nüüd vastavalt 5% ja 13%. Neid valimi erinevusi arvestades võib hinnata, et mee tarbijate üldine jaotus on 2025. ja 2023. aastal analoogne.

Mee tarbimise sagedus $N = 1004$

Küsimus: Kui sageli Te mett tarbite?



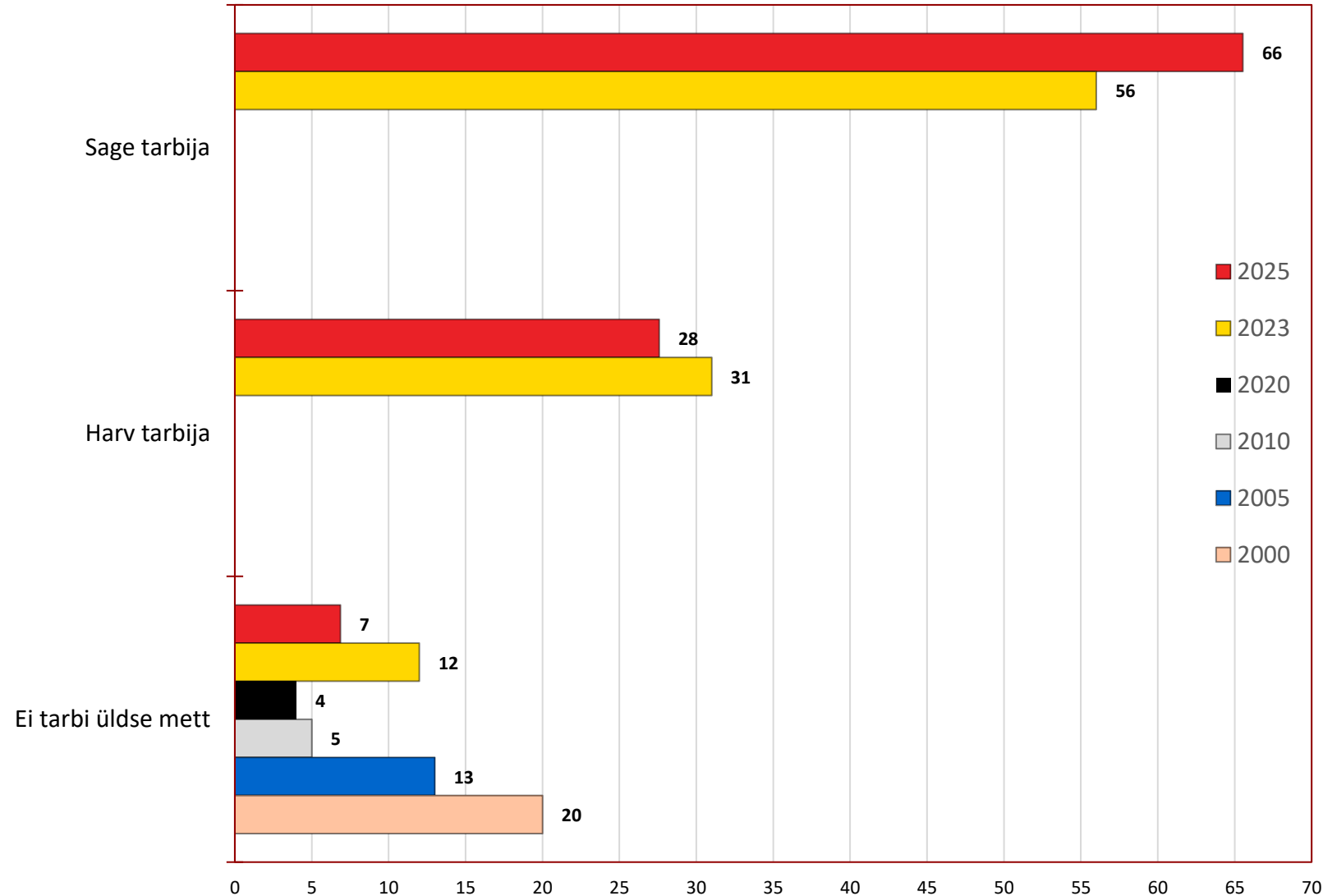
Mee tarbimise sagedus

Võrdlus eelmiste aastatega

- Tarbimisrühmade jaotuse erinevusi 2023. aasta ja seekordses uuringus on kommenteeritud eelmisel slaidil. Varasemate aastate oluliselt erinevaid tulemusi ei oska me kommenteerida, kuna ei tea, kuidas need uuringud tehti. 2003. aasta uuringu materjalidest paistab, et varasematel aastatel ei kasutatud küsimustikus mitmeid tarbimise sageduse variante, mistõttu sagedaste ja harvade tarbijate jaotusi ei ole samal alusel võimalik võrrelda.

Mee tarbimise sagedus

Küsimus: Kui sageli Te mett tarbite?



Mee tarbimise sagedus $N = 1004$

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

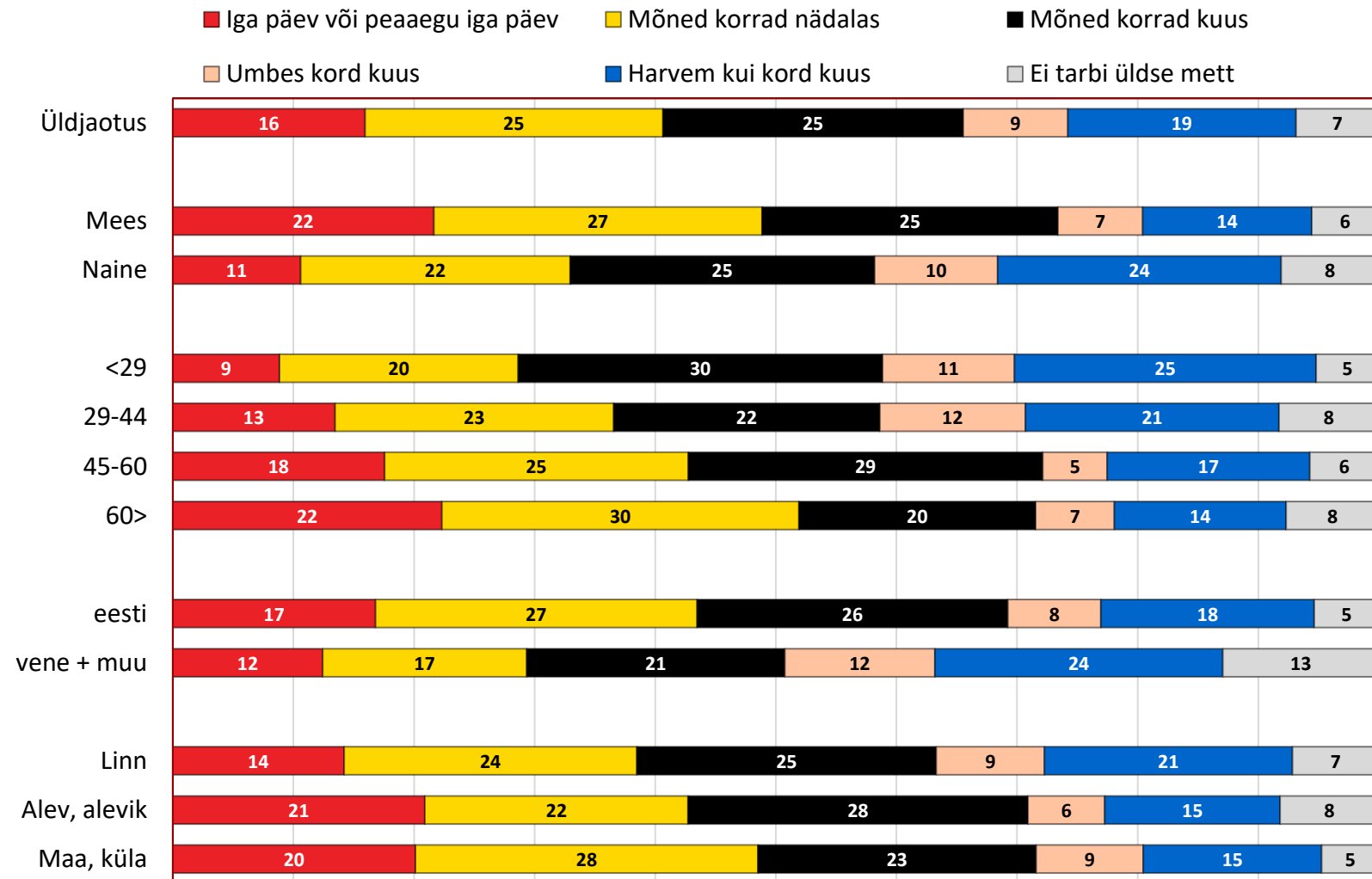
Peamise suhtluskeelee järgi

Asulatüübi järgi

- Mee sagedasi tarbijaid on meeste seas enam (73%) kui naiste seas (58%). Samuti on sagedasi tarbijaid enam vanemates rühmades ning eestikeelse suhtlusega vastajate seas.
- Maa-asulates on mee sagedasi tarbijaid veidi enam kui linnades, kuis siin ei ole vahe väga suur.

Mee tarbimise sagedus $N = 1004$

Küsimus: Kui sageli Te mett tarbite?



Mee mittetarbimise põhjused $N = 84$ märget

Üldjaotus

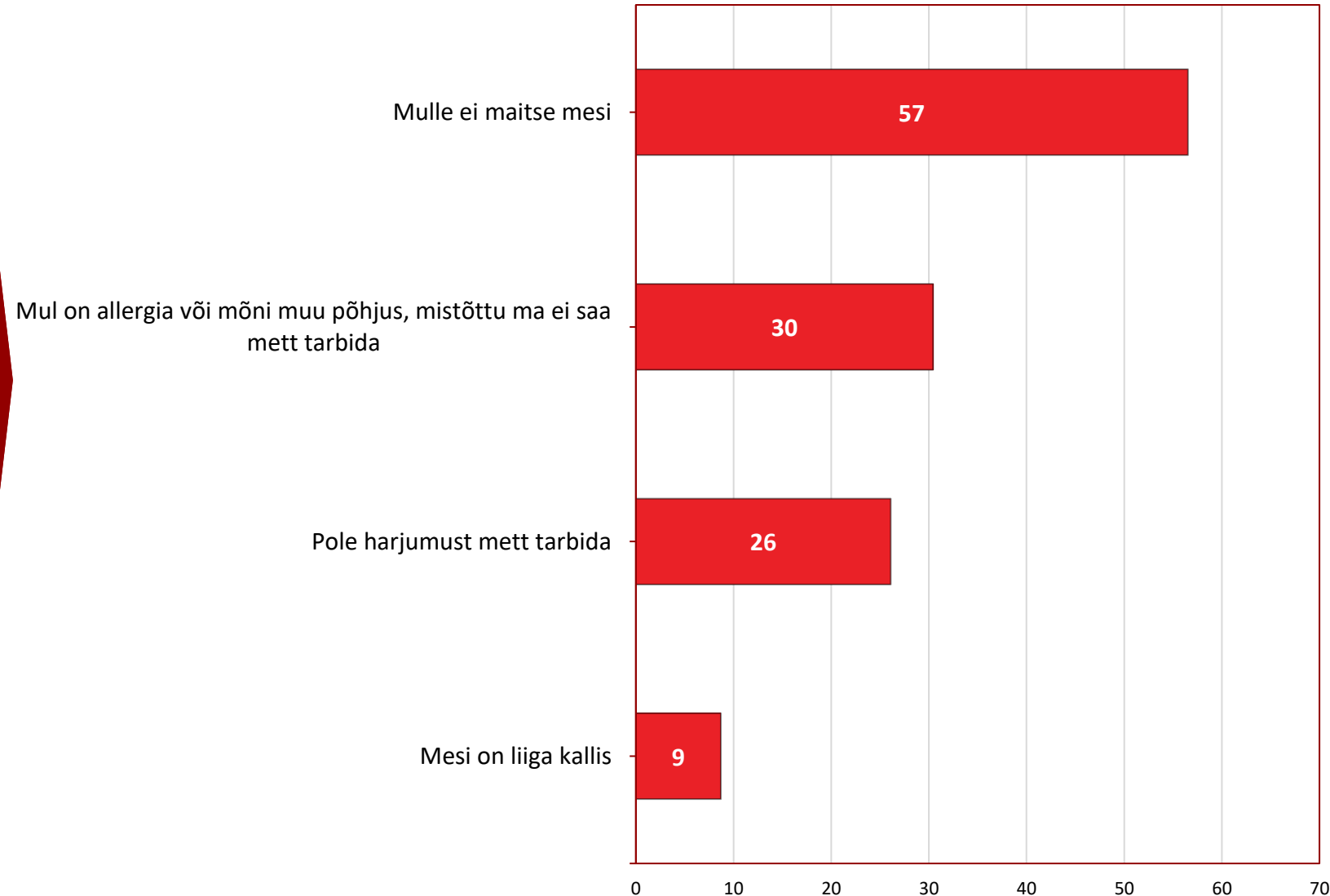
$N = 69$, kes ei tarbi mett. Kuna valida sai mitu vastust, siis kokku on $N = 84$ märkimist.

- Mee mittetarbimise levinuimaks põhjuseks on, et see ei maitse.
- Ligi kolmandikuks põhjustest on seotud allergiaga vm sellisega ning mee tarbimise harjumuse puudumisega.
- Vaid 9% antud vastustes viitab mee kõrgele hinnale.
- Seejuures on mee mitteraitsemise põhjendused võrreldes varasemaga veidi sagenenud, tervislikud põhjused või harjumuse puudumine aga selgelt vähenenud. Kõrge hinna argument on veidi sagenenud.

Vt järgmine slaid

Mee mittetarbimise põhjused $N = 84$

Küsimus: Miks Te ei tarbi mett?

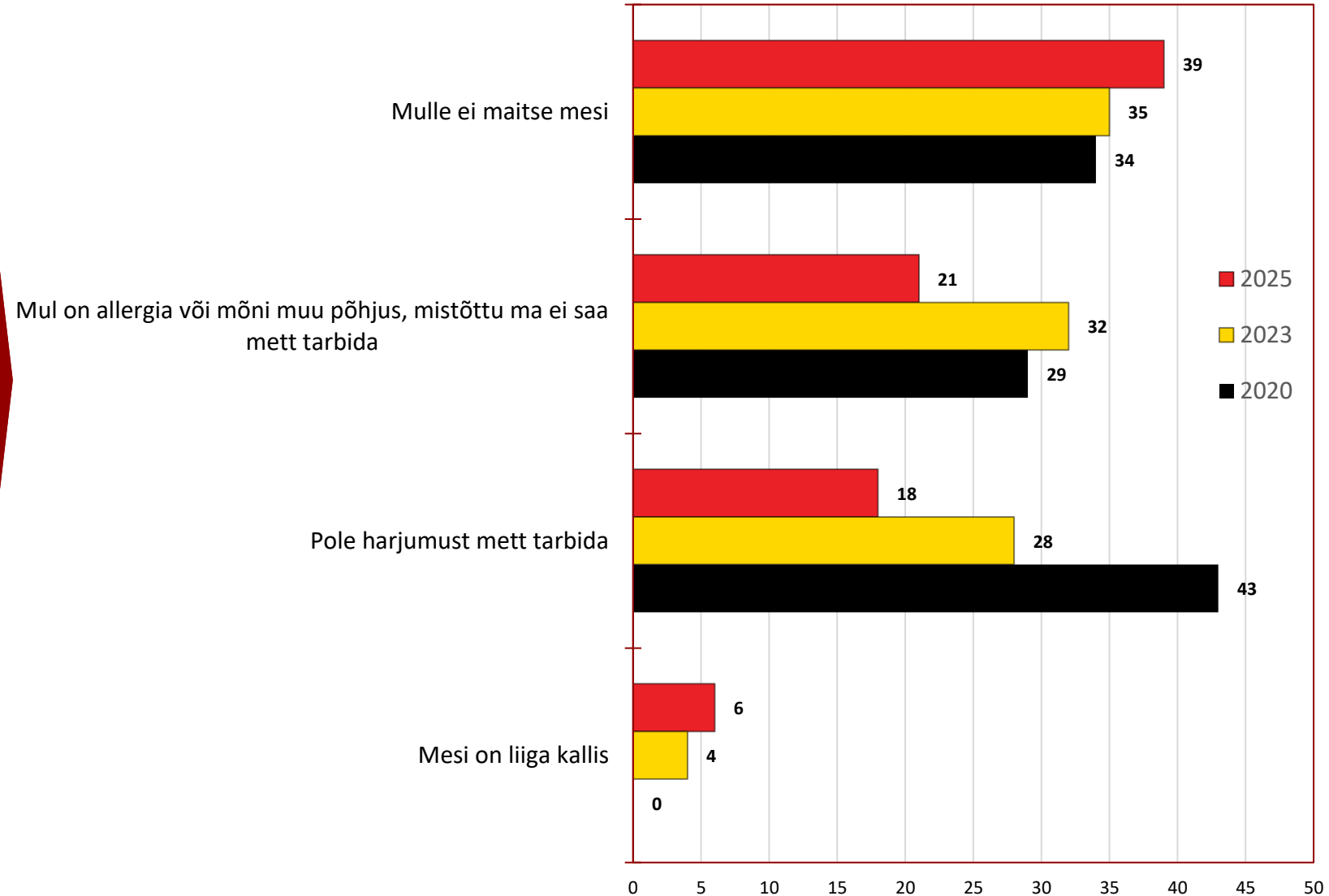


Mee mittetarbimise põhjused

Võrdlus eelmiste aastatega

Mee mittetarbimise põhjused

Küsimus: Miks Te ei tarbi mett?



Mee mittetarbimise põhjused $N = 84$ märget

Soo järgi

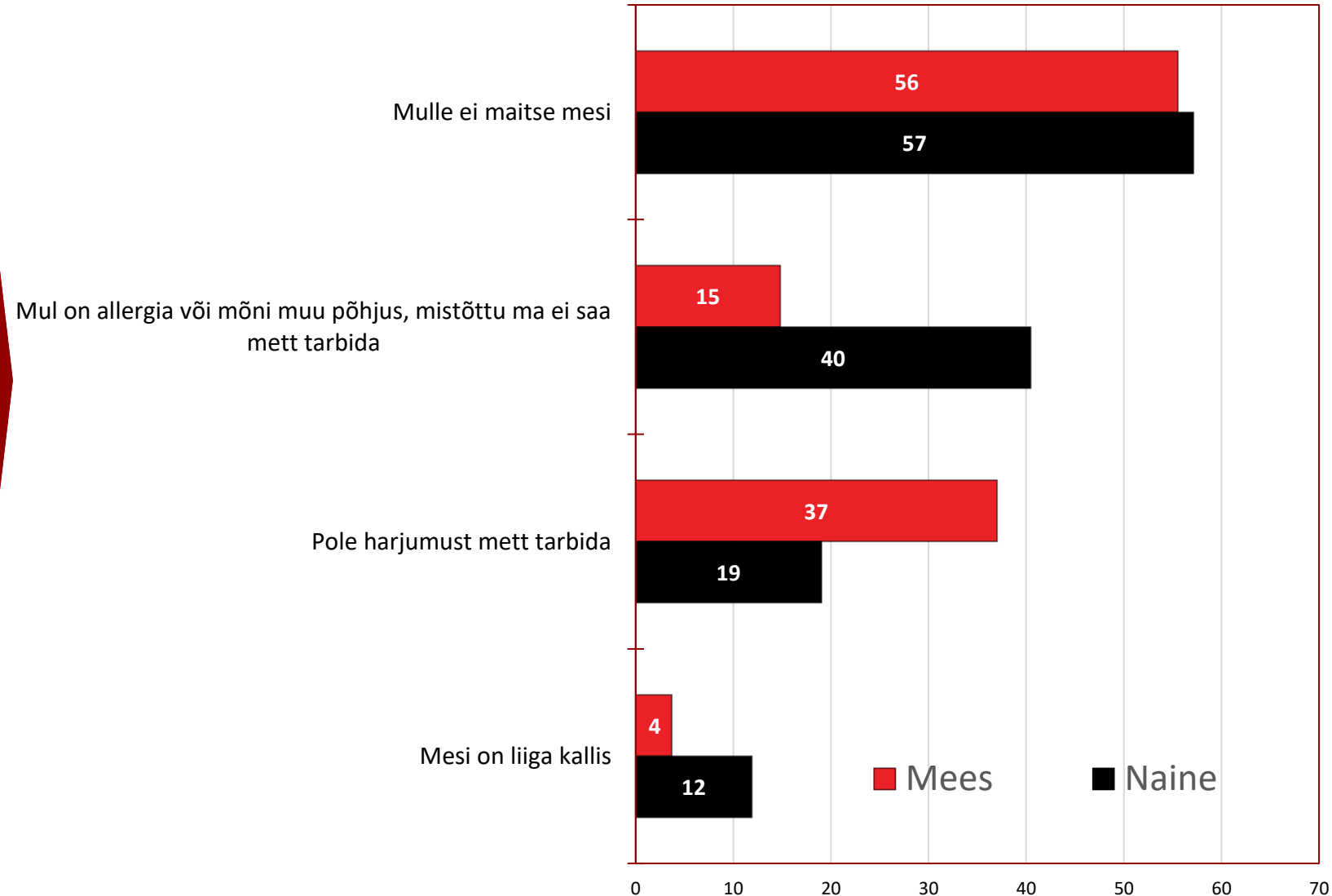
$N = 69$, kes ei tarbi mett. Kuna valida sai mitu vastust, siis kokku on $N = 84$ märkimist.

- Mee mittetarbimise tervislikud põhjused on iseloomulikud eelkõige naistele, mee tarbimise harjumuse puudus aga meestele.
- Kõrge hinna argumendi toovad naised enam kui mehed ning eriti noorim rühm.

Vt ka järgmine slaid

Mee mittetarbimise põhjused $N = 84$

Küsimus: Miks Te ei tarbi mett?



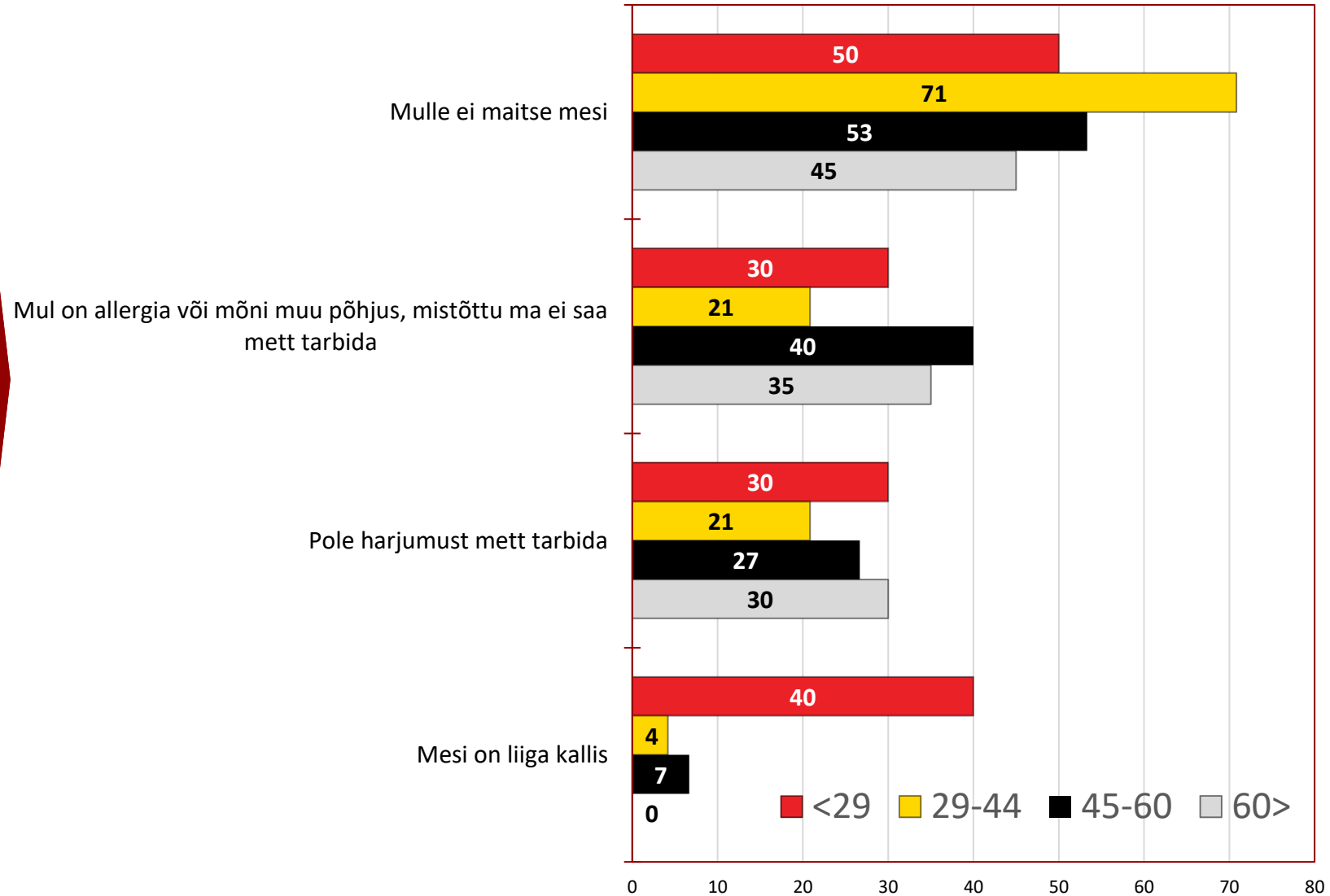
Mee mittetarbimise põhjused $N = 84$ märget

Vanuse järgi

$N = 69$, kes ei tarbi mett.

Mee mittetarbimise põhjused $N = 84$

Küsimus: Miks Te ei tarbi mett?



Mee hinnatõusu tundlikkus $N = 935$

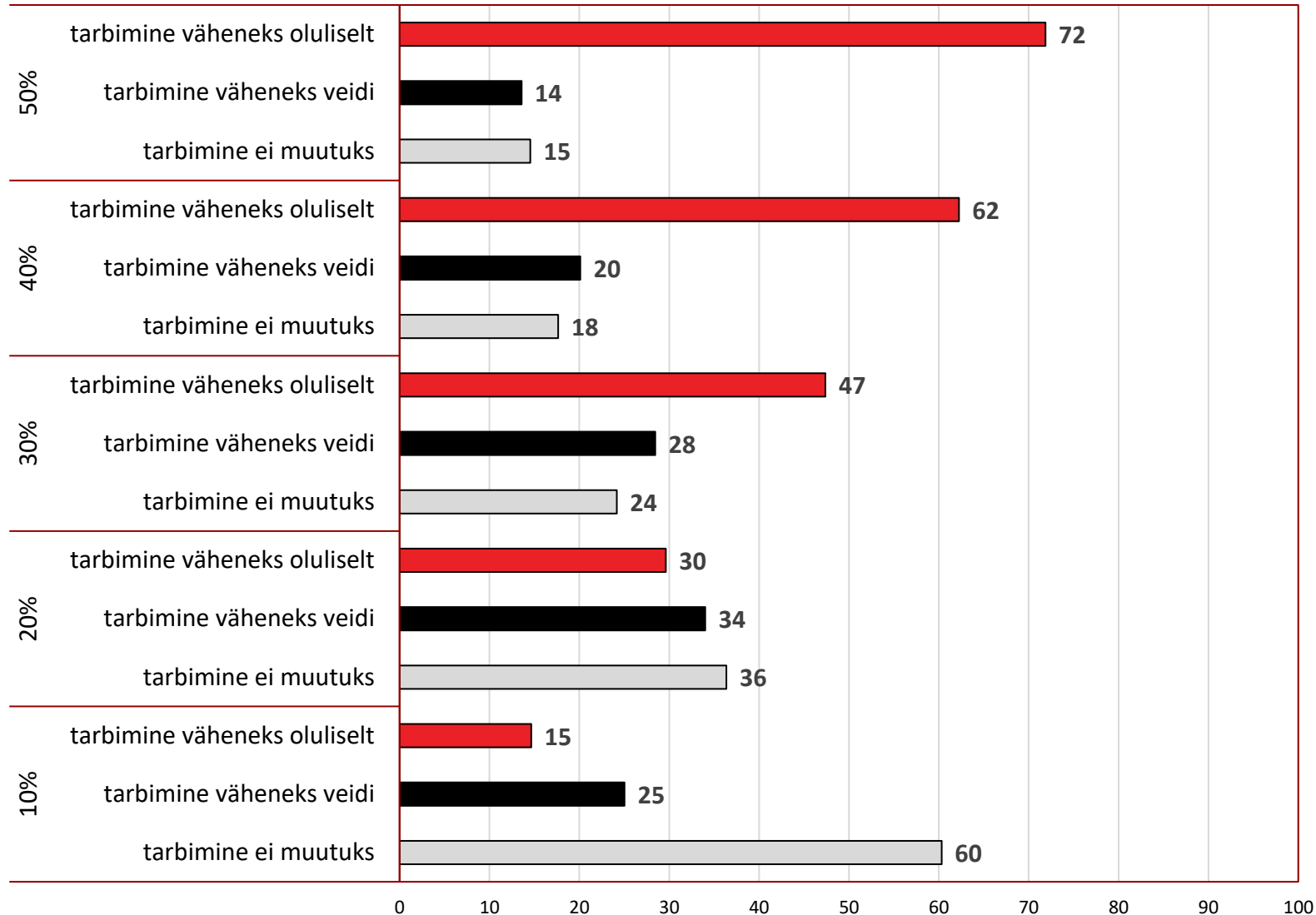
Üldjaotus

Küsimus küsiti kõigilt, kes tarbivad mett.

- Nagu näeme, siis 10%-ne hinnatõus ei mõjutaks tarbimist oluliselt. 20% hinnatõusu juures oleks tarbimise tõenäolisi vähendajaid juba enam kui tarbimise taseme säilitajaid, kuid vähenemine oleks ilmselt algul mitte väga oluline. Alates 30% hinnatõusust väheneks tarbimine juba oluliselt.

Mee hinnatõusu tundlikkus $N = 935$

Küsimus: Kuidas muutuks Teie mee tarbimine kui selle kilohind tõuseks...



Mee hinnalanguse mõju $N = 6$

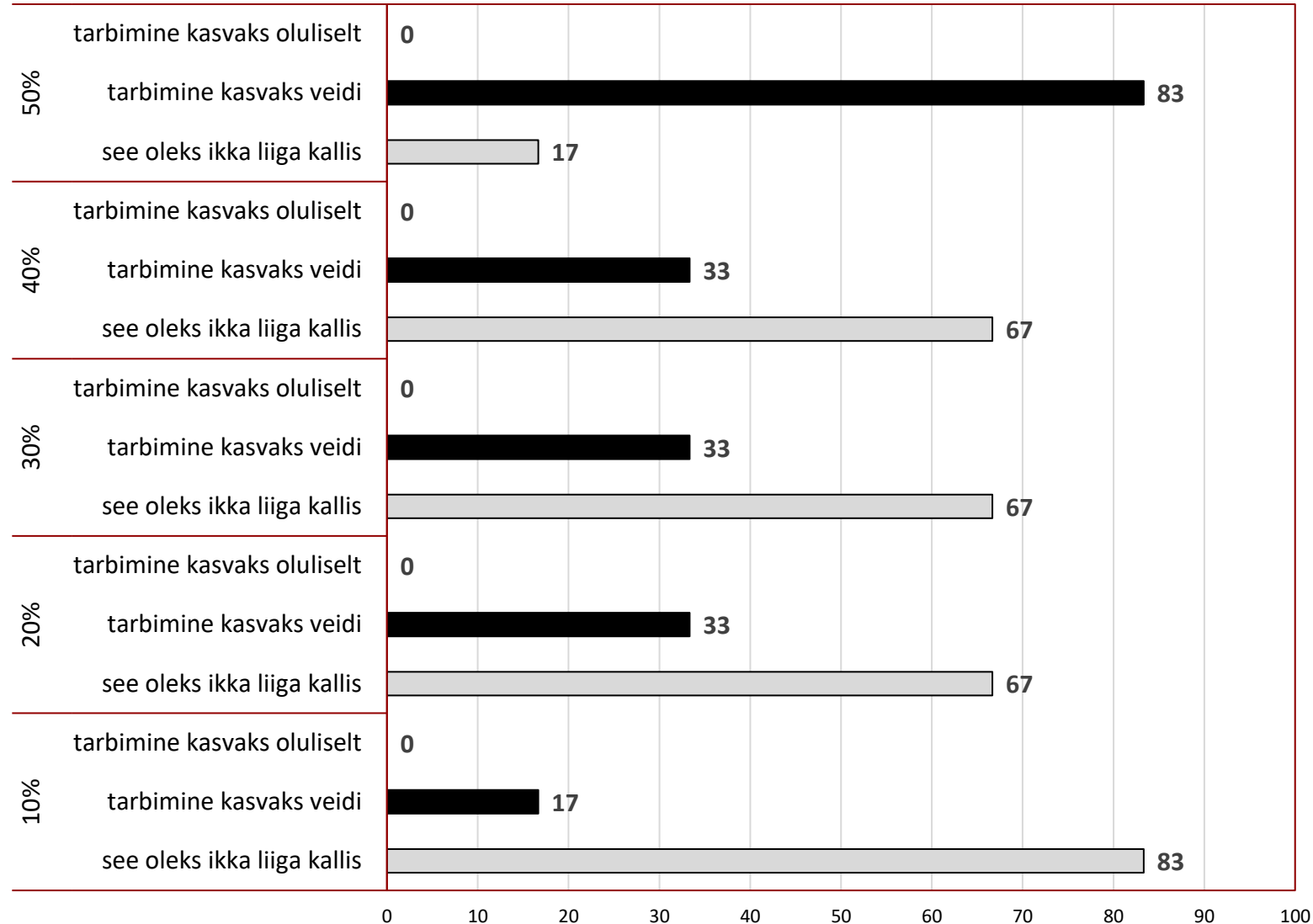
Üldjaotus

Küsimus küsiti kõigilt, kes ei tarbi mett, sest mesi on nende jaoks liiga kallis.

Kuna neid, kes ei tarbi mett kõrge hinna tõttu oli valimis vaid 6 vastajat, siis pole need tulemused suureks üldistuseks piisavad, kuid paistab, et isegi hinna märgatav alanemine ei tooks selles rühmas märkimisväärtet mee tarbimise kasvu.

Mee hinnalanguse mõju $N = 6$

Küsimus: Kuidas muutuks Teie mee tarbimine kui selle kilohind langeks...



Mee tarbimise muutumine $N = 935$

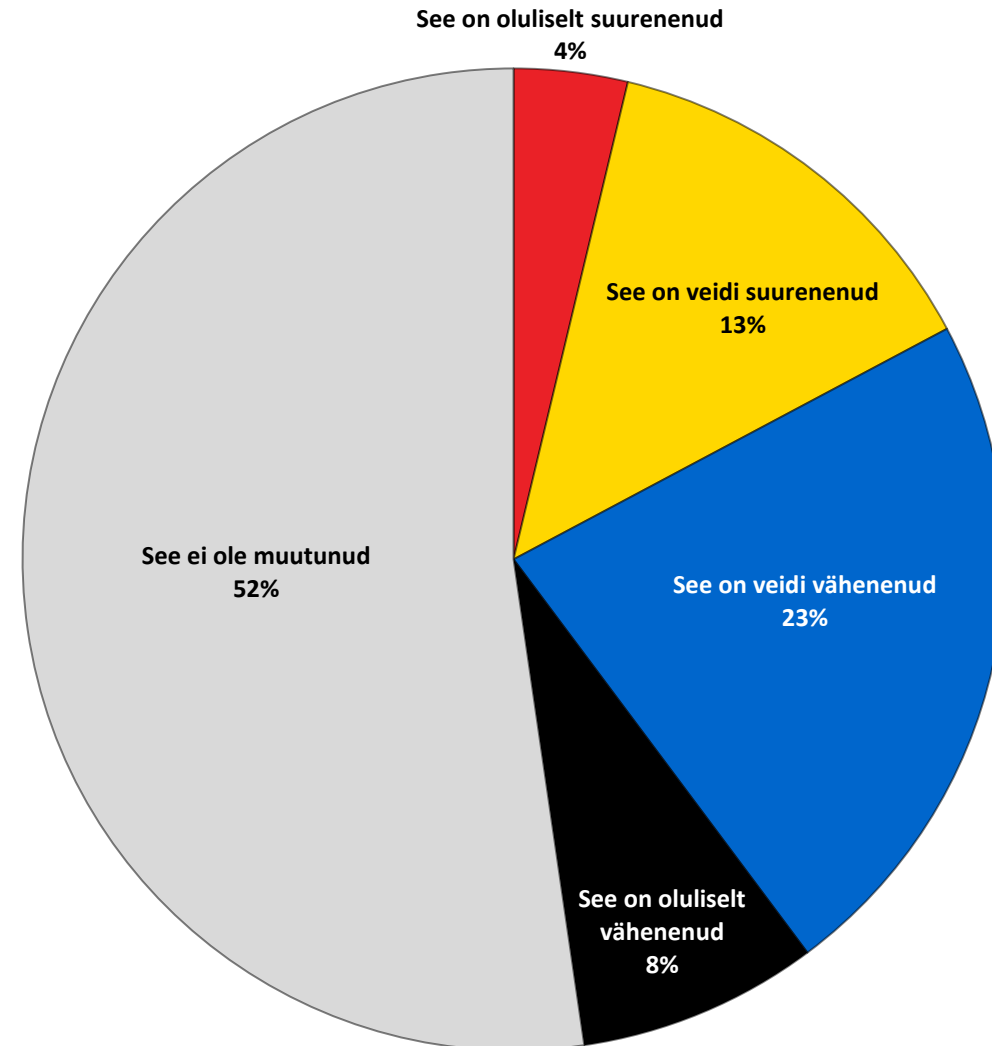
Üldjaotus

Küsimus küsiti kõigilt, kes tarbivad mett.

- Pooled mee tarbijaist hindavad, et nende tarbimine ei ole viimase paari aasta jooksul muutunud.
- Tarbimise mõningast suurenemist hindab 13% ja olulist suurenemist 4%.
- Tarbimise mõningast vähenemist väidab 23% ja olulist vähenemist 8% mee tarbijaist.
- Seega ületab tarbimise vähendajate hulk üsna oluliselt suurendajate hulka (14%-punkti) ning ilmselt võib siit järeldada ka mee tarbimise üldist vähenemist.

Mee tarbimise muutumine $N = 935$

Küsimus: Kuidas on viimase paari aasta jooksul muutunud Teie mee tarbimine?



Mee tarbimise muutumine $N = 935$

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

Peamise suhtluskeelee järgi

Grupeeritud elukoha järgi

Asulatüübi järgi

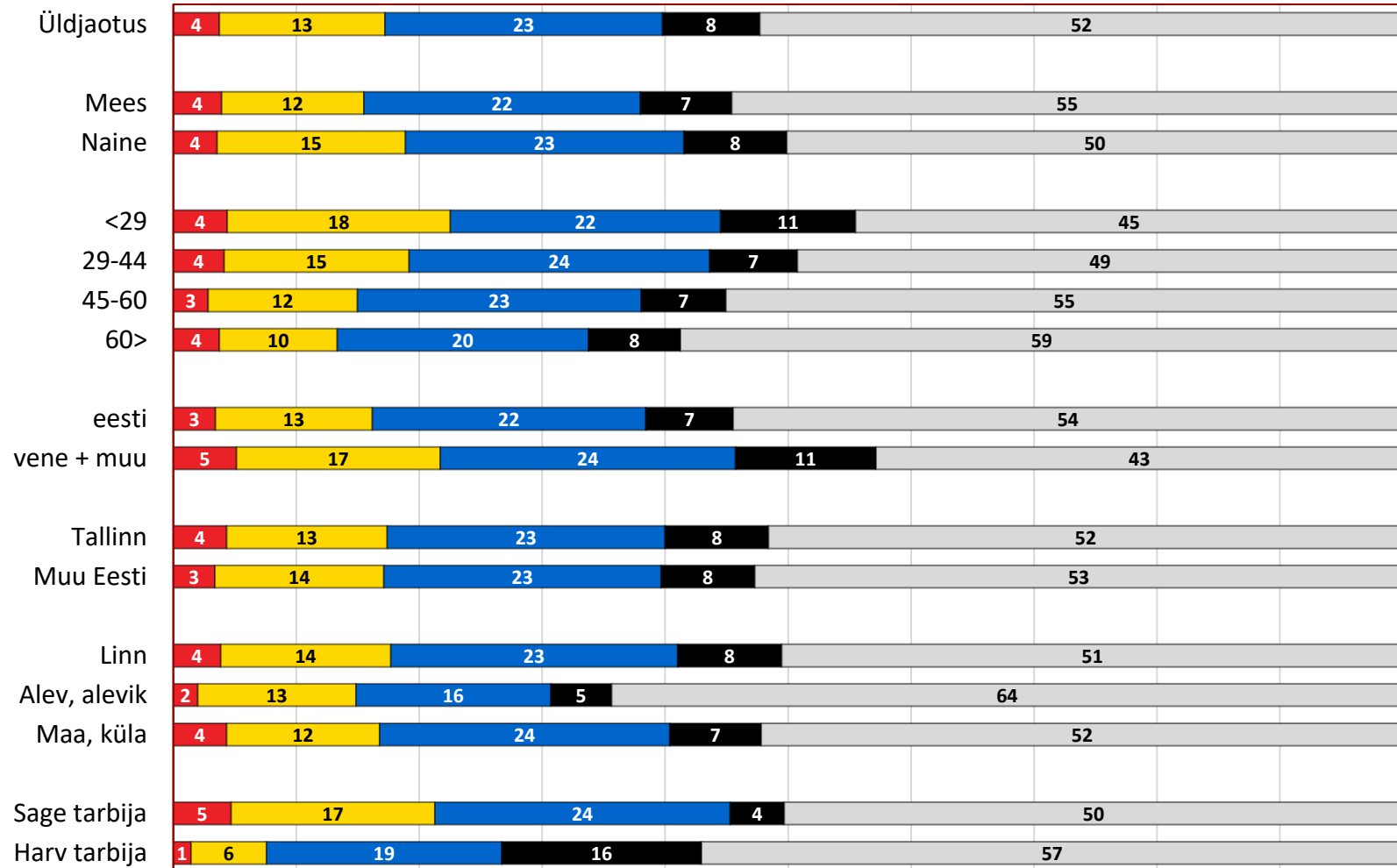
Mee tarbimise järgi

- Kui mee tarbimise vähendajate hulk ületab suurendajate hulka 14%-punkti, siis sellest suurem on tarbimise vähendajate osa vaid harvade tarbijate seas (28%-punkti). Kõigis muudes vaadeldavates rühmades on vähenemine ligilähedaselt võrdne üldjaotusega.
- Seega võib öelda, et kui mee tarbimise maht on viimasel ajal vähenenud, siis eelkõige harvade tarbijate seas, olenemata soost, vanusest, keelest või elukohast ning sagedaste tarbijate seas on tarbimise vähenemine väike.

Mee tarbimise muutumine $N = 935$

Küsimus: Kuidas on viimase paari aasta jooksul muutunud Teie mee tarbimine?

■ See on oluliselt suurenenud
 ■ See on veidi suurenenud
 ■ See on veidi vähenenud
 ■ See on oluliselt vähenenud
 ■ See ei ole muutunud



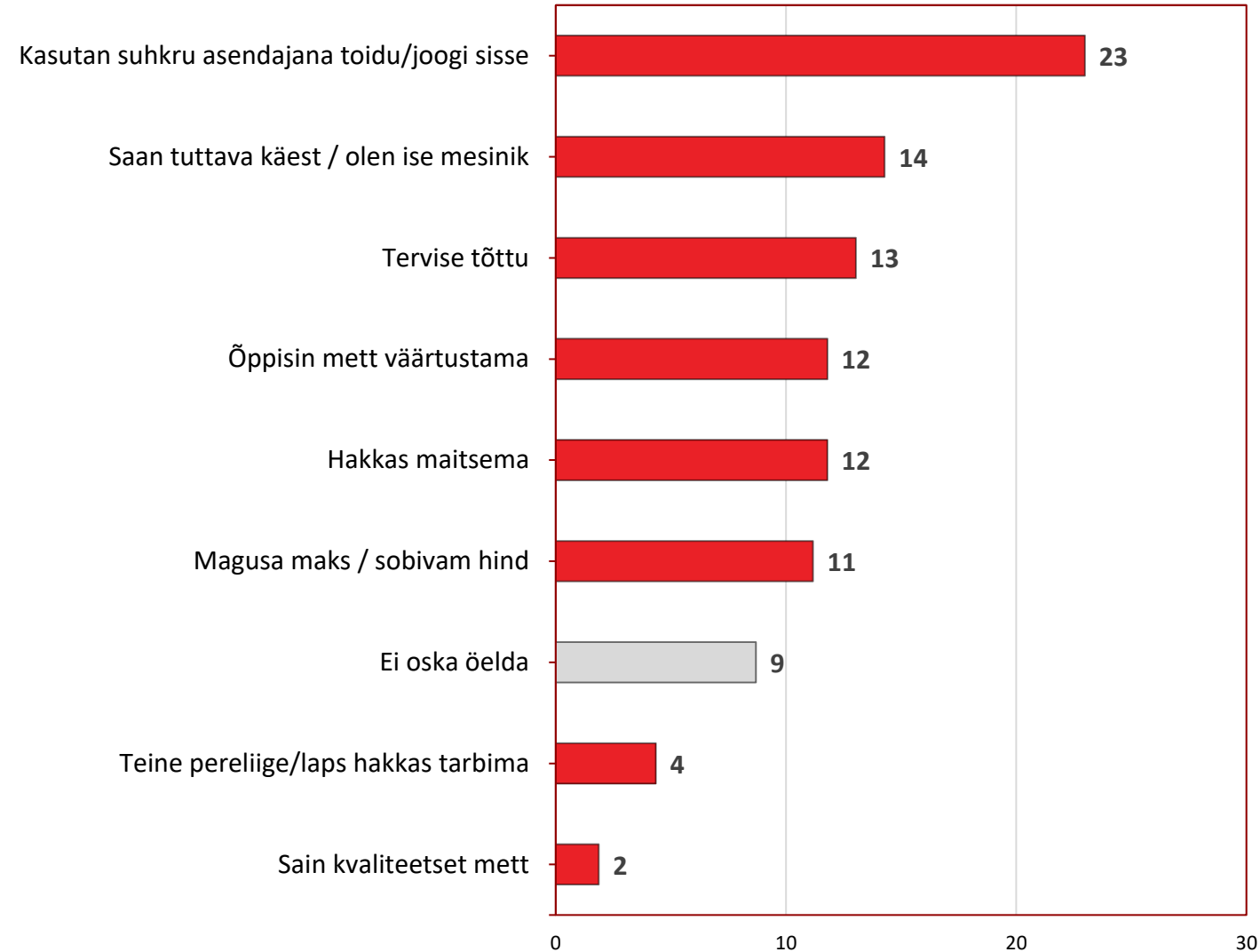
Mee tarbimise muutuse põhjused (suurenenud) *N = 161 märget*

Üldjaotus

- Nende seas, kes hindavad, et mee tarbimine on viimase paari aasta jooksul suurenenud, on levinumaks põhjuseks mee kasutamise suhkru asendajana joogi/toidu sees. Aga tuuakse ka muid põhjuseid, mis seonduvad tervislikkusega, mee väärtustamise õppimisega ning parema kättesaadavusega.

Mee tarbimise muutuse põhjused (suurenenud) *N = 161*

Küsimus: Mis on muutuse põhjuseks?



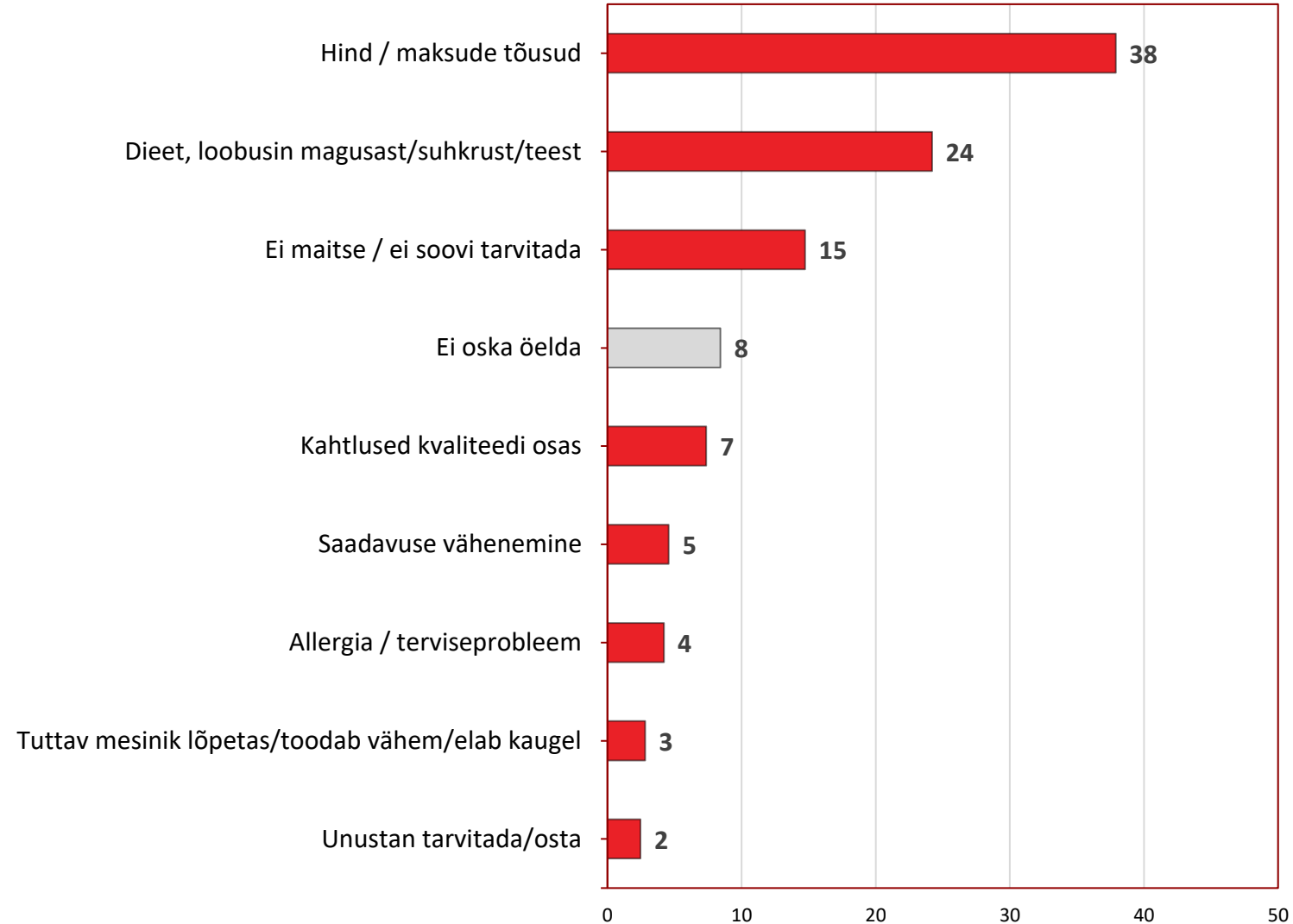
Mee tarbimise muutuse põhjused (vähenenud) *N = 304 märget*

Üldjaotus

- Mee tarbimise vähendajate seas on aga kolmeks peamiseks vähendamise põhjuseks kõrge hind ja muude maksude/kulude osa eelarves (38%), magusa vältimise dieet (24%) ning maitse mittesobimine (15%).
- Seega näib, et mee hind on tarbimise vähenemises küll oluline tegur, kuid mitte iseseisvalt vaid üldise hindade ja maksude tõusu kontekstis (meenutame, et tarbimise peamised vähendajad on harvad tarbijad).

Mee tarbimise muutuse põhjused (vähenenud) *N = 304*

Küsimus: Mis on muutuse põhjuseks?



Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$ märged

Üldjaotus

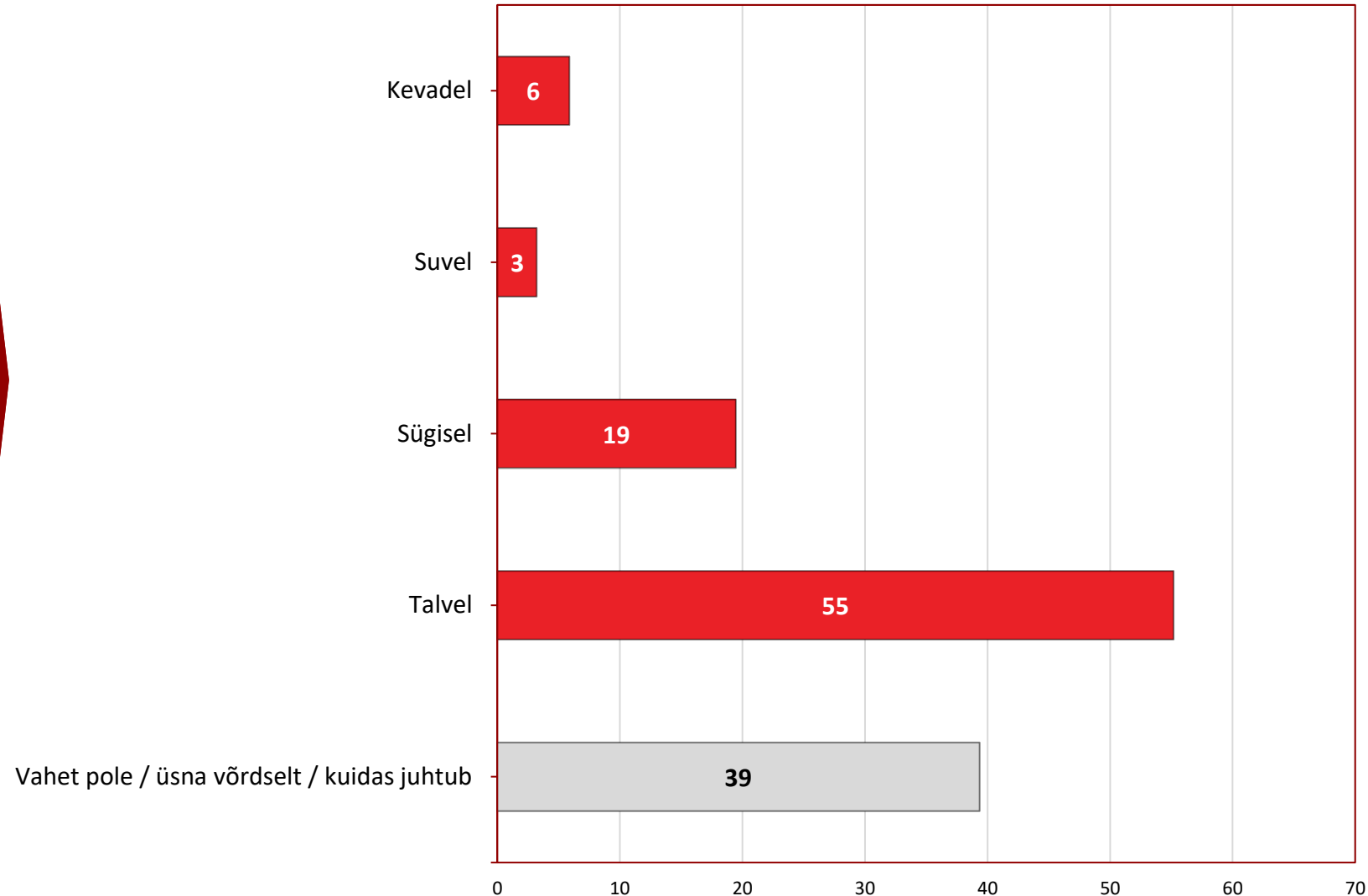
Kuna vastaja võis märkida enam kui ühe aastaaja, siis on vastuste hulk suurem kui mee tarbijaid valimis.

- Aga selgelt on näha, et enim tarbitakse mett talvel (55% märgetest).
- 39% vastustest viitab, et vahet pole ning 19%, et sügisel.
- Kevad ja suvi ei ole mee tarbimise hooajad.
- Aastaaegade suhtes on mehed tolerantsemad kui naised, kes kalduvad selgelt talve ja sügise poole. Ka vanemad tarbijarühmad teevad aastaaegade suhtes vähem vahet, nagu ka mee sagedased tarbijad, noorematel on selgelt esiplaanil talv ja sügis. Sama kehtib ka muukeelsete kohta.

Vt järgmised slaidid.

Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$

Küsimus: Millisel aastaajal Te mett kõige rohkem tarbite?



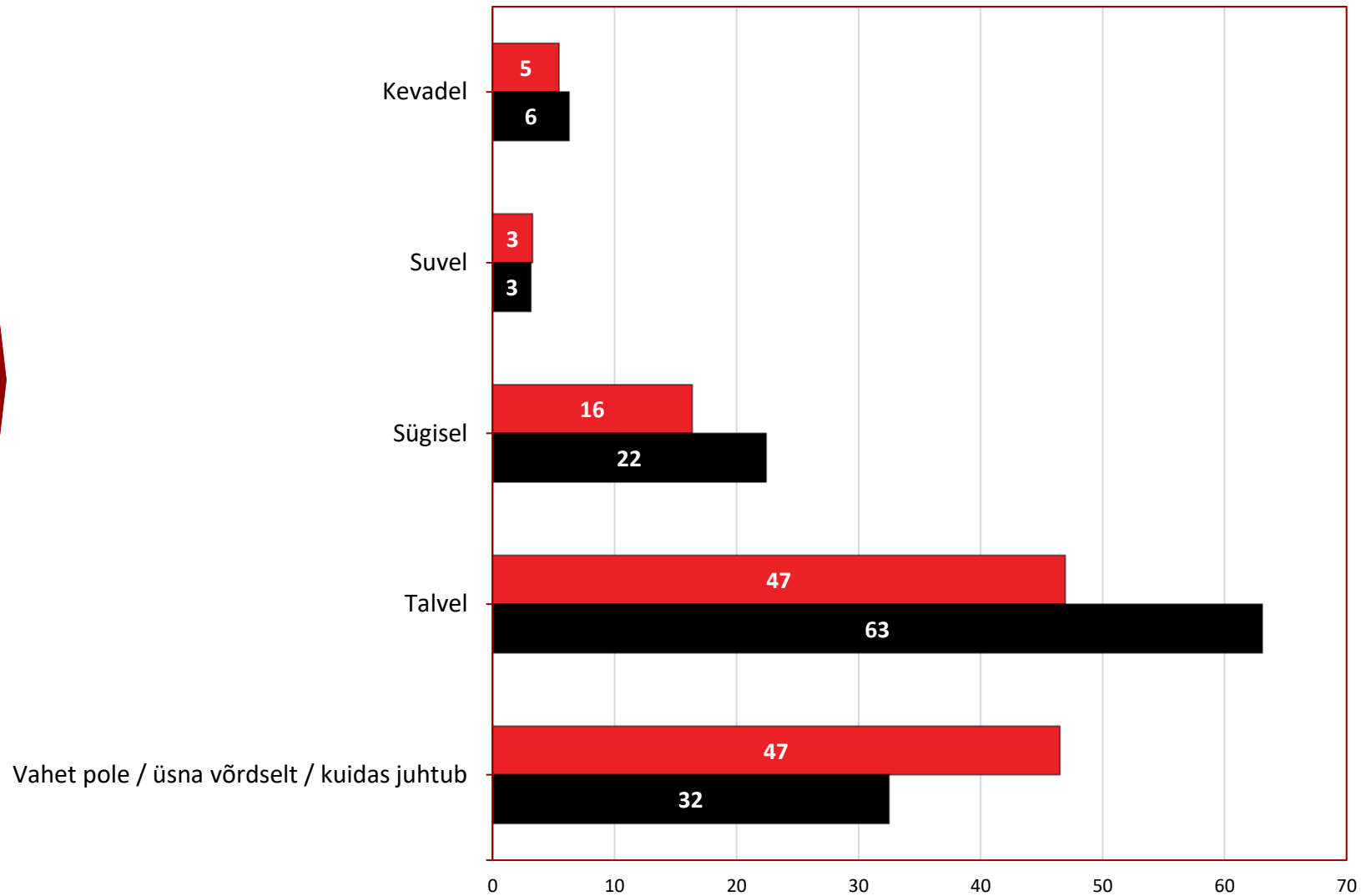
Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$ märged

Soo järgi

Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$

Küsimus: Millisel aastaajal Te mett kõige rohkem tarbite?

■ Mees ■ Naine



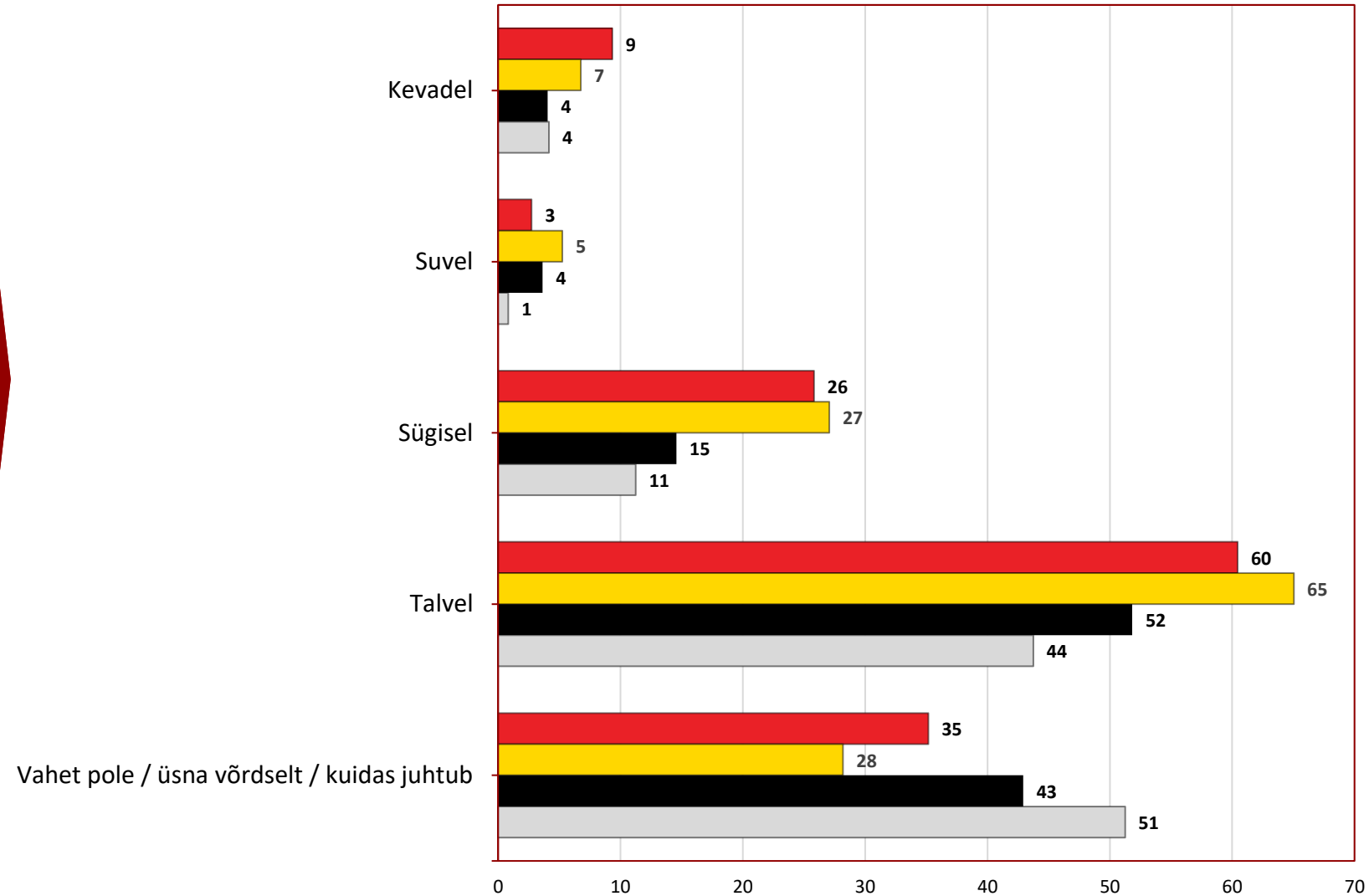
Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$ märged

Vanuse järgi

Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$

Küsimus: Millisel aastaajal Te mett kõige rohkem tarbite?

■ <29 ■ 29-44
■ 45-60 ■ 60>



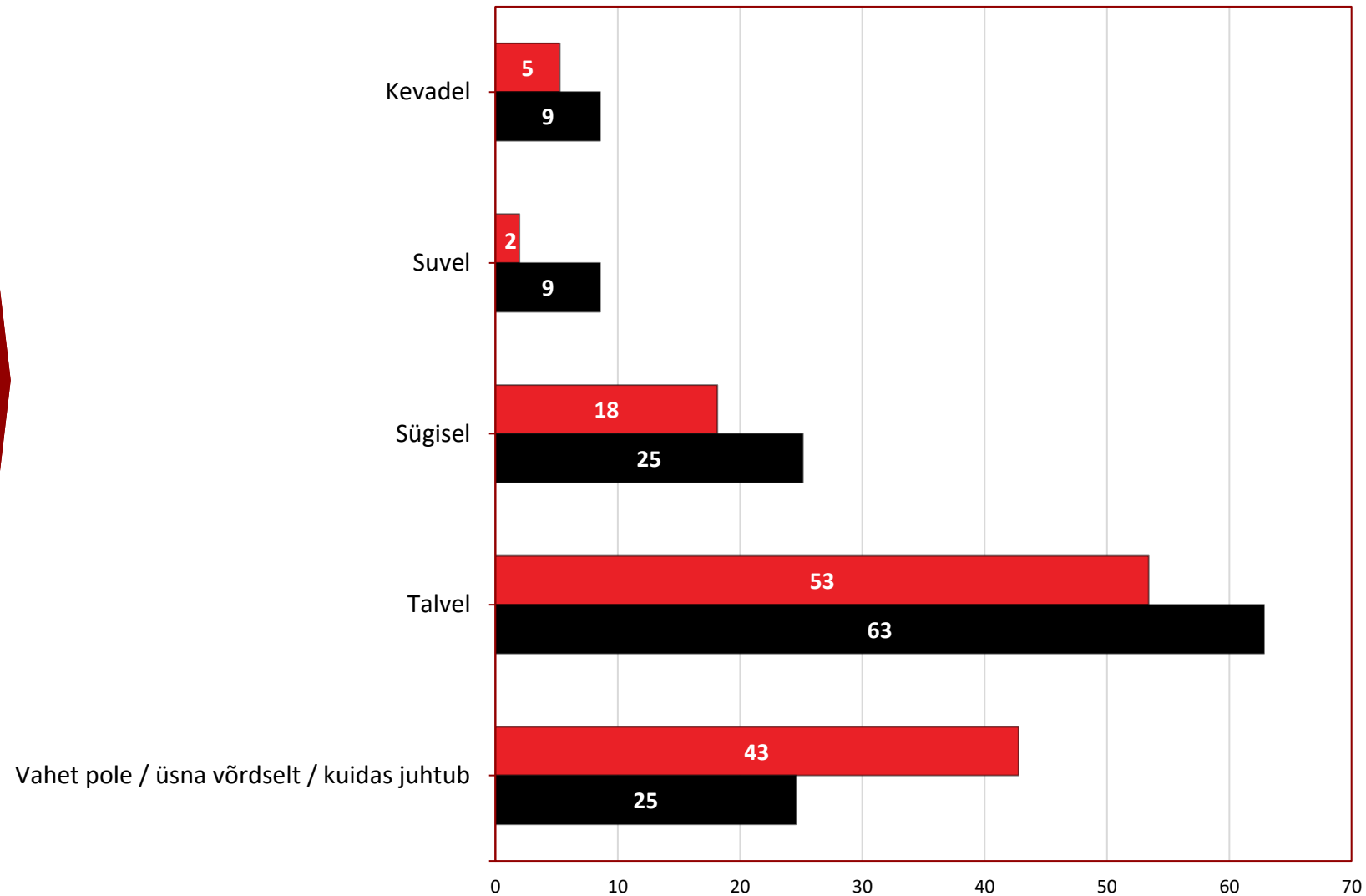
Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$ märged

Peamise suhtluskeelee järgi

Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$

Küsimus: Millisel aastaajal Te mett kõige rohkem tarbite?

■ eesti ■ vene + muu



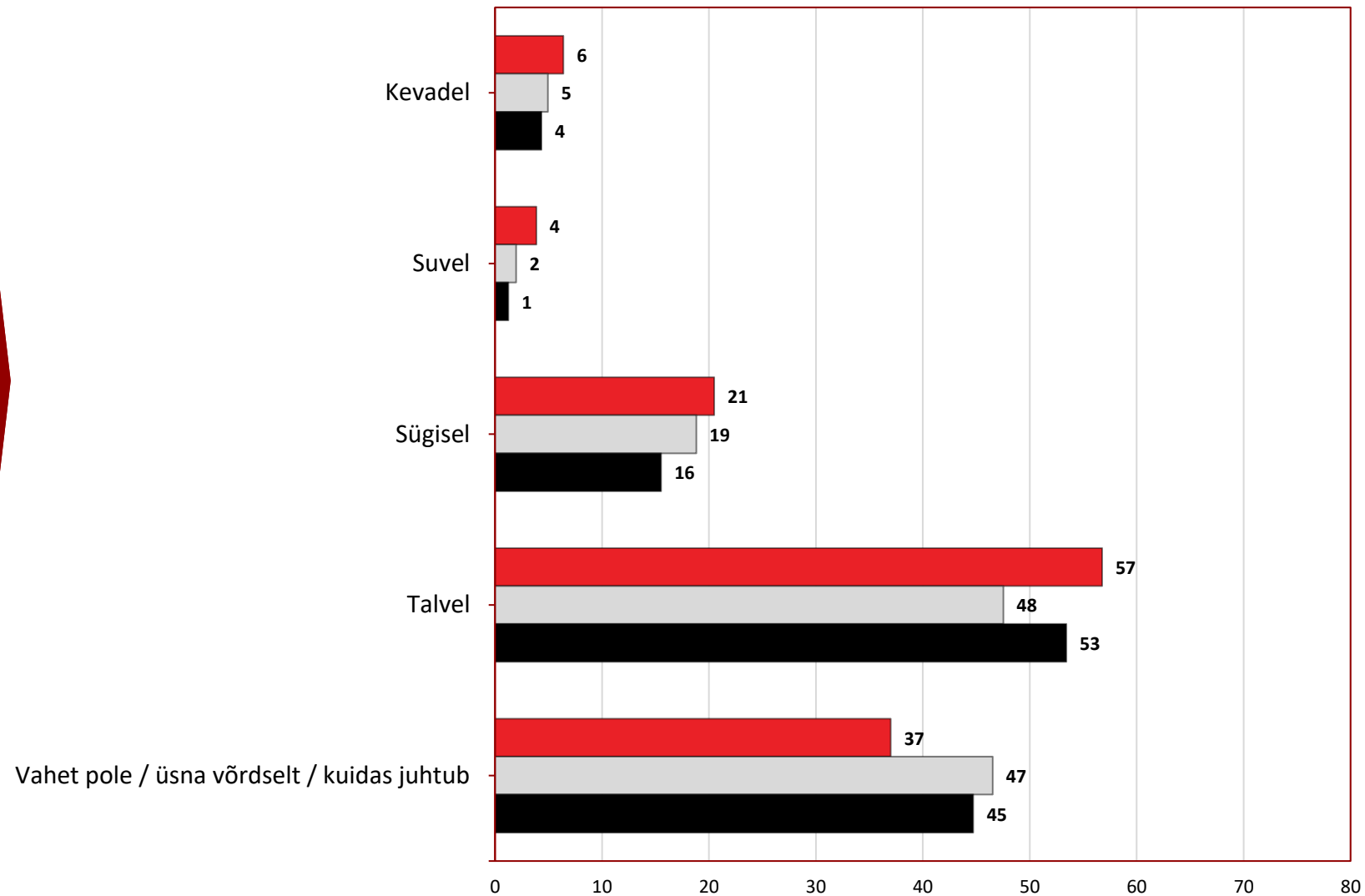
Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$ *märget*

Asulatüübi järgi

Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$

Küsimus: Millisel aastaajal Te mett kõige rohkem tarbite?

- Linn
- Alev, alevik
- Maa, küla



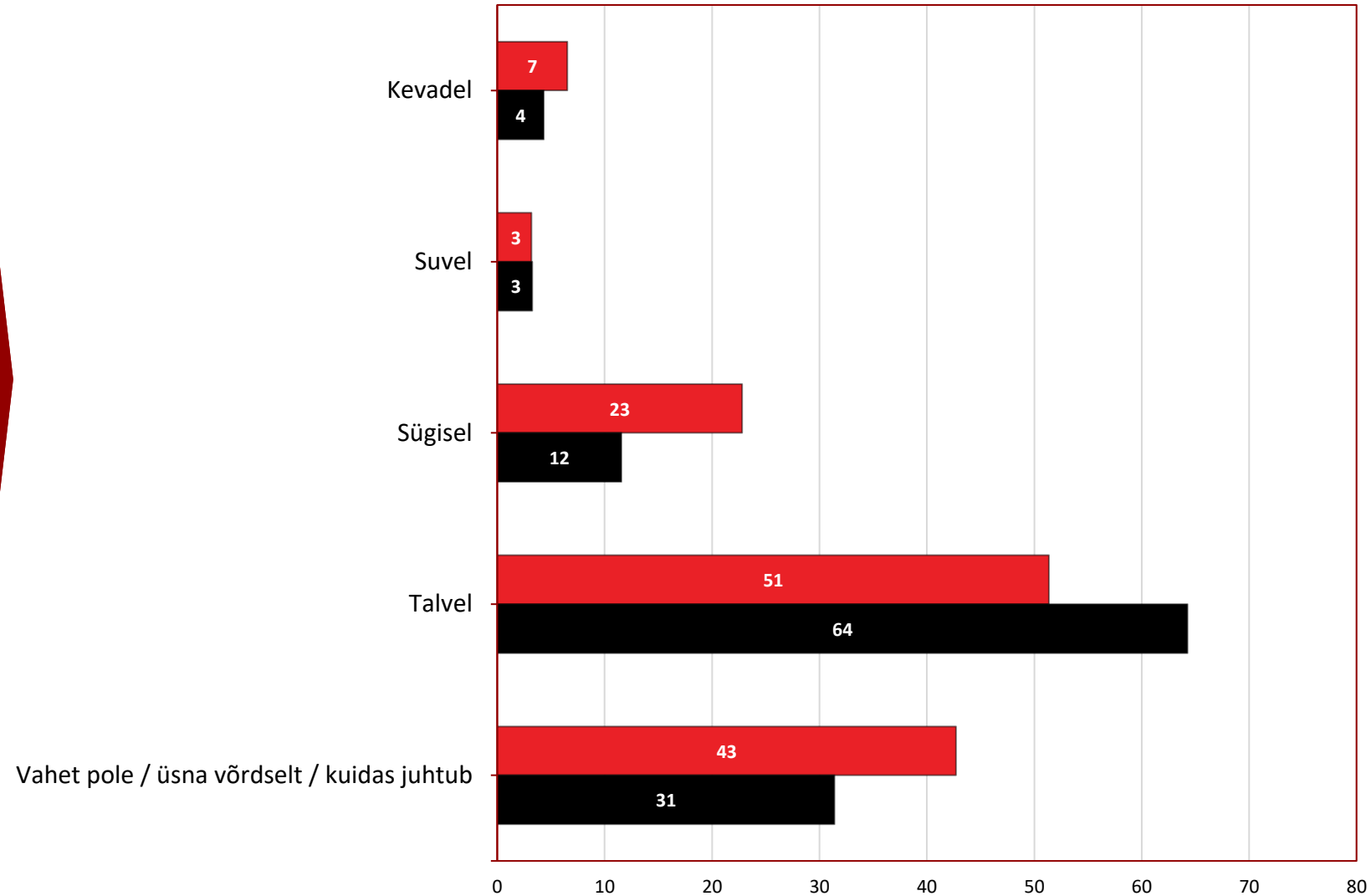
Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$ *märget*

Mee tarbimise järgi

Mee tarbimise aastaajad $N = 1151$

Küsimus: Millisel aastaajal Te mett kõige rohkem tarbite?

■ Sage tarbija
■ Harv tarbija



Mee kasutusviisid, eelistatav mesi ning meetoodete ja saaduste tarbimine

1. Kuidas Te mett kasutate? *Märkige kõik variandid, mida kasutate.*
2. Millist mett Te eelistate?
3. Kas tarbite järgmisi meetooteid ja mesindussaaduseid? *Märkige kõik mida tarbite.*

Mee kasutusviisid $N = 2948$ märged

Üldjaotus

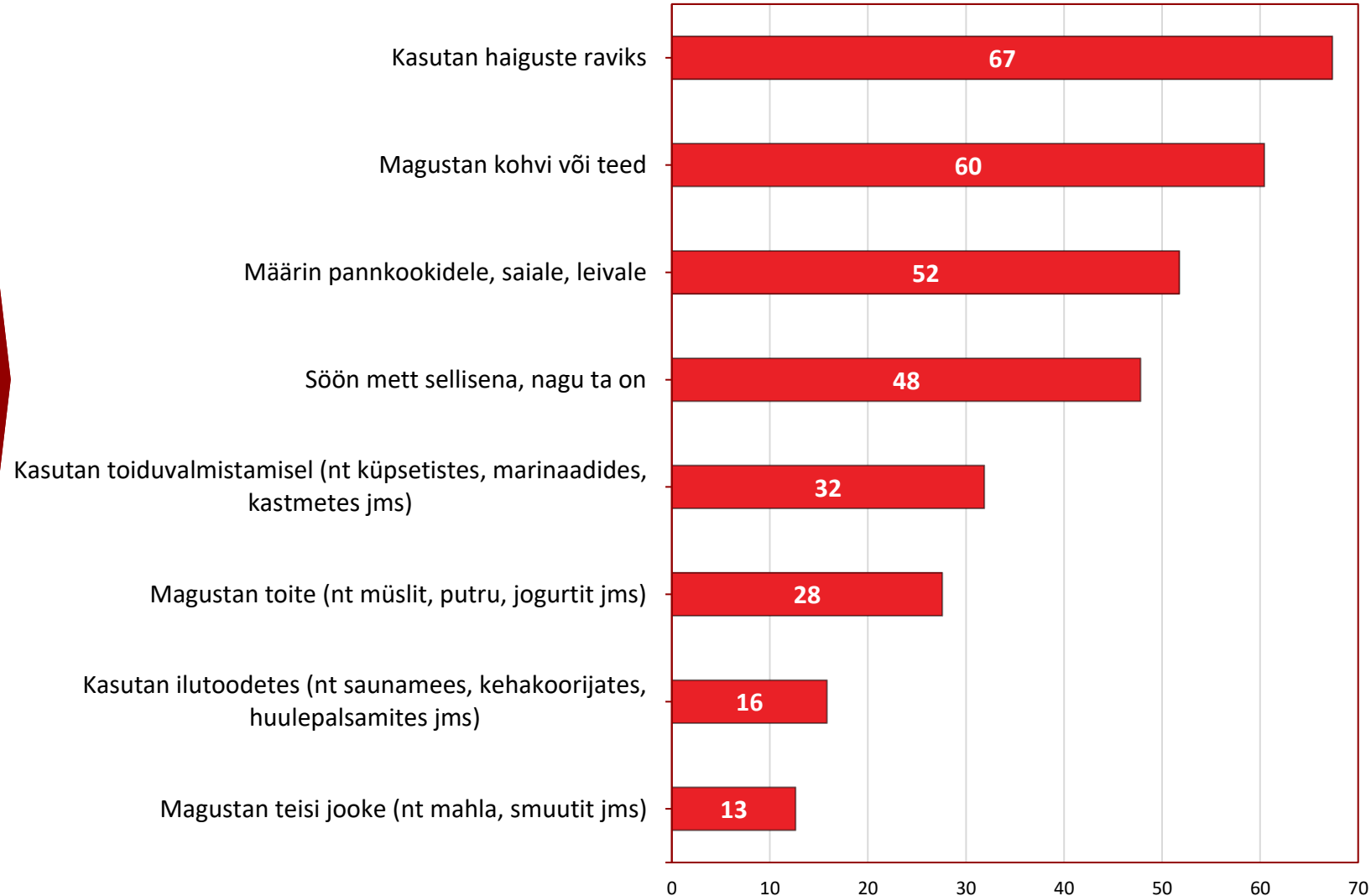
Märkida tuli kõik kasutatavad variandid.

- Mee kasutusviisides on peamised järgmised:
 - Haiguste raviks (67% vastustest)
 - Kohvi või tee magustamiseks (60%)
 - Saiale, leivale, pannkookidele määrimiseks (52%)
 - Sellisena nagu ta on söömiseks (48%)
- Ülejäänud kasutusviisid (alates toidu valmistamisest) on juba vähem levinud, kuid neiks otstarveteks kasutavad mett naised enam kui mehed.

Vt järgmine slaid.

Mee kasutusviisid $N = 2948$

Küsimus: Kuidas Te mett kasutate? Märkige kõik variandid, mida kasutate.

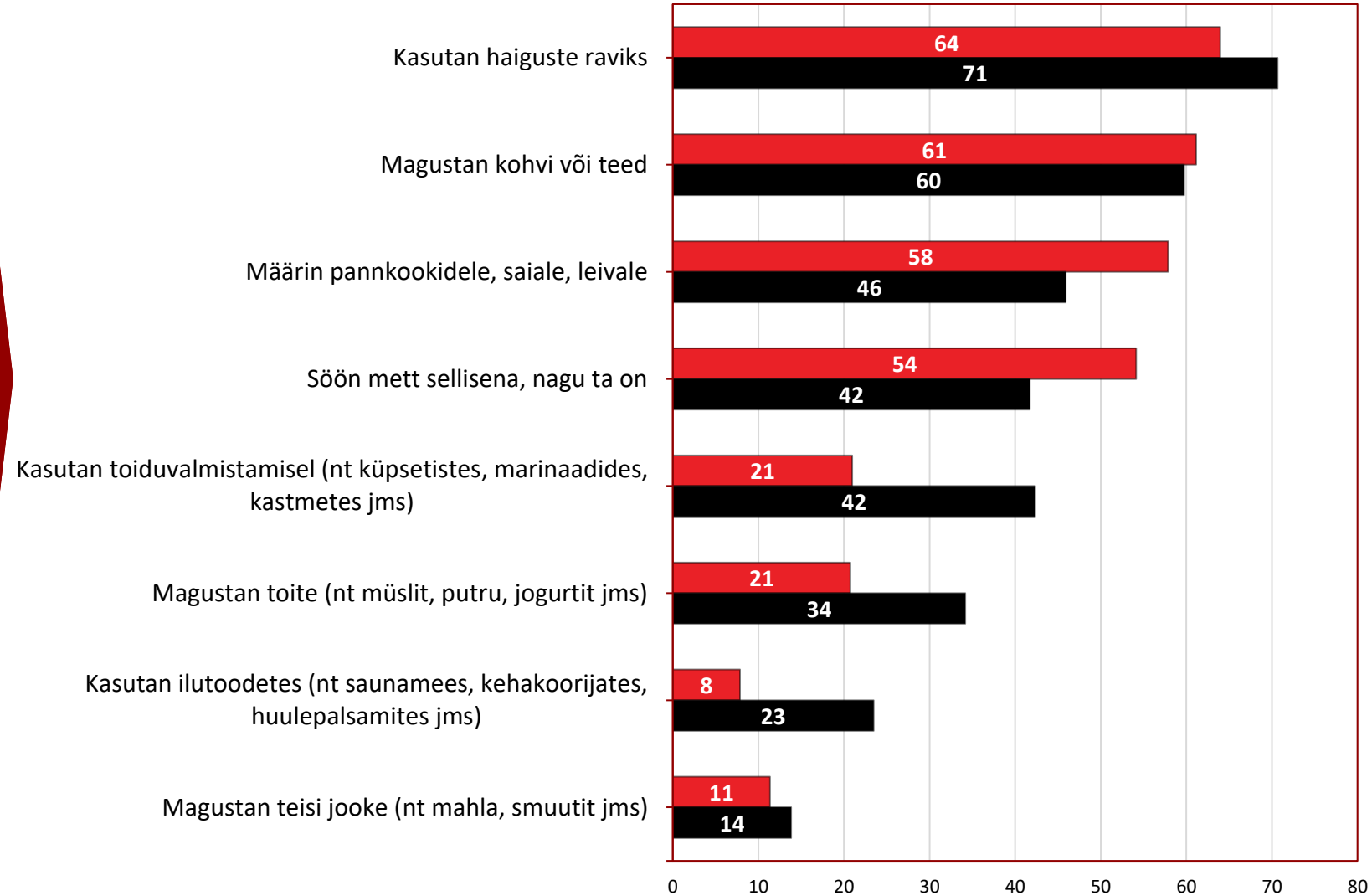


Mee kasutusviisid $N = 2948$ märged

Soo järgi

Mee kasutusviisid $N = 2948$

Küsimus: Kuidas Te mett kasutate? Märkige kõik variandid, mida kasutate. ■ Mees ■ Naine



Mee kasutusviisid N = 2948 märged

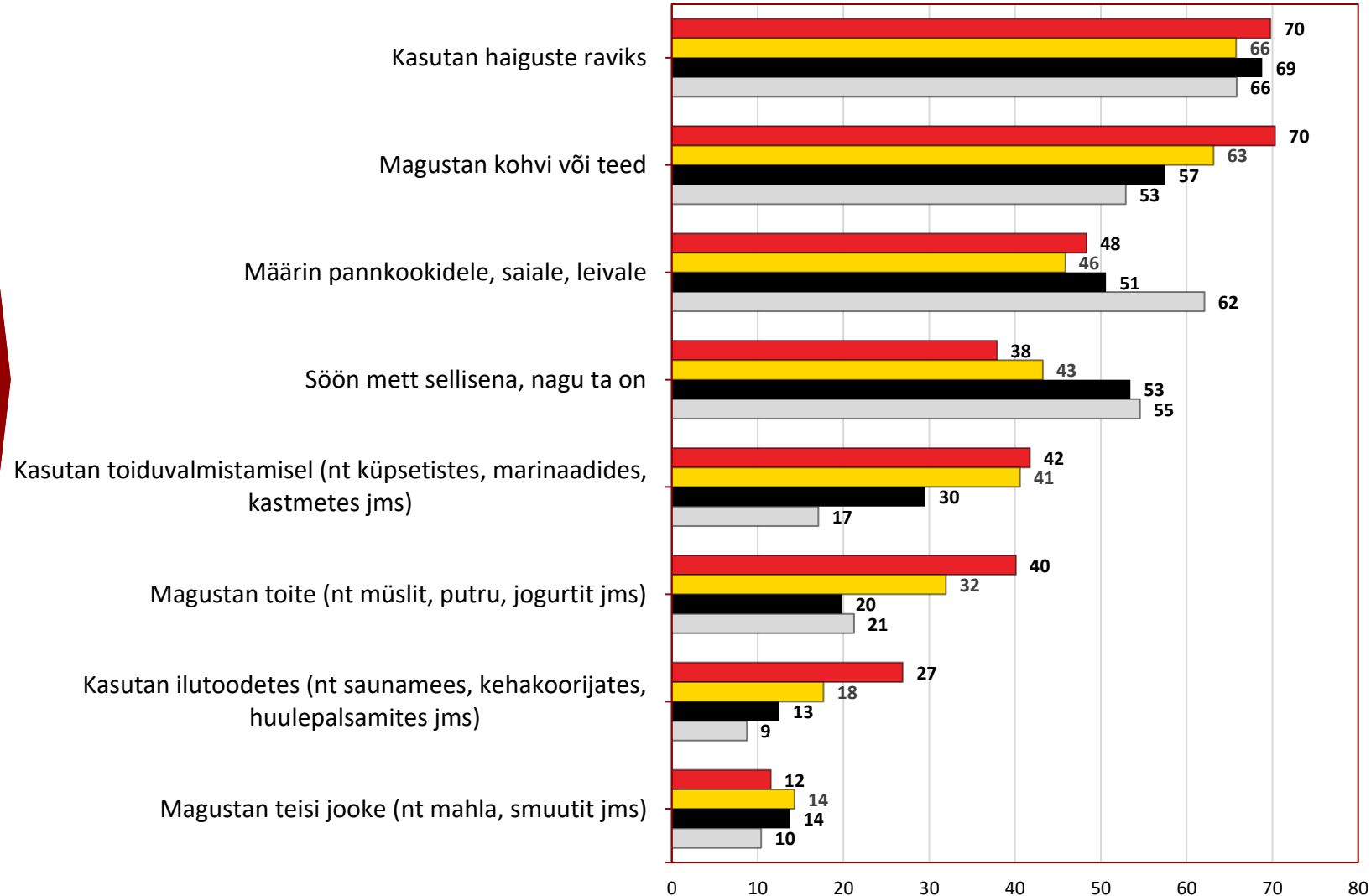
Vanuse järgi

- Vanuserühmade järgi on mee põhilistes kasutusviisides mõningaid erinevusi, kuid need ei ole põhimõttelised.
- Küll aga kasutavad noored mett enam kui vanemad grupid nõ teise rühma otstarveteks – toidu valmistamisel, toitude magustamine, ilutoodetes kasutamine.

Mee kasutusviisid N = 2948

Küsimus: Kuidas Te mett kasutate? Märkige kõik variandid, mida kasutate.

■ <29 ■ 29-44
■ 45-60 ■ 60>



Mee kasutusviisid $N = 2948$ märges

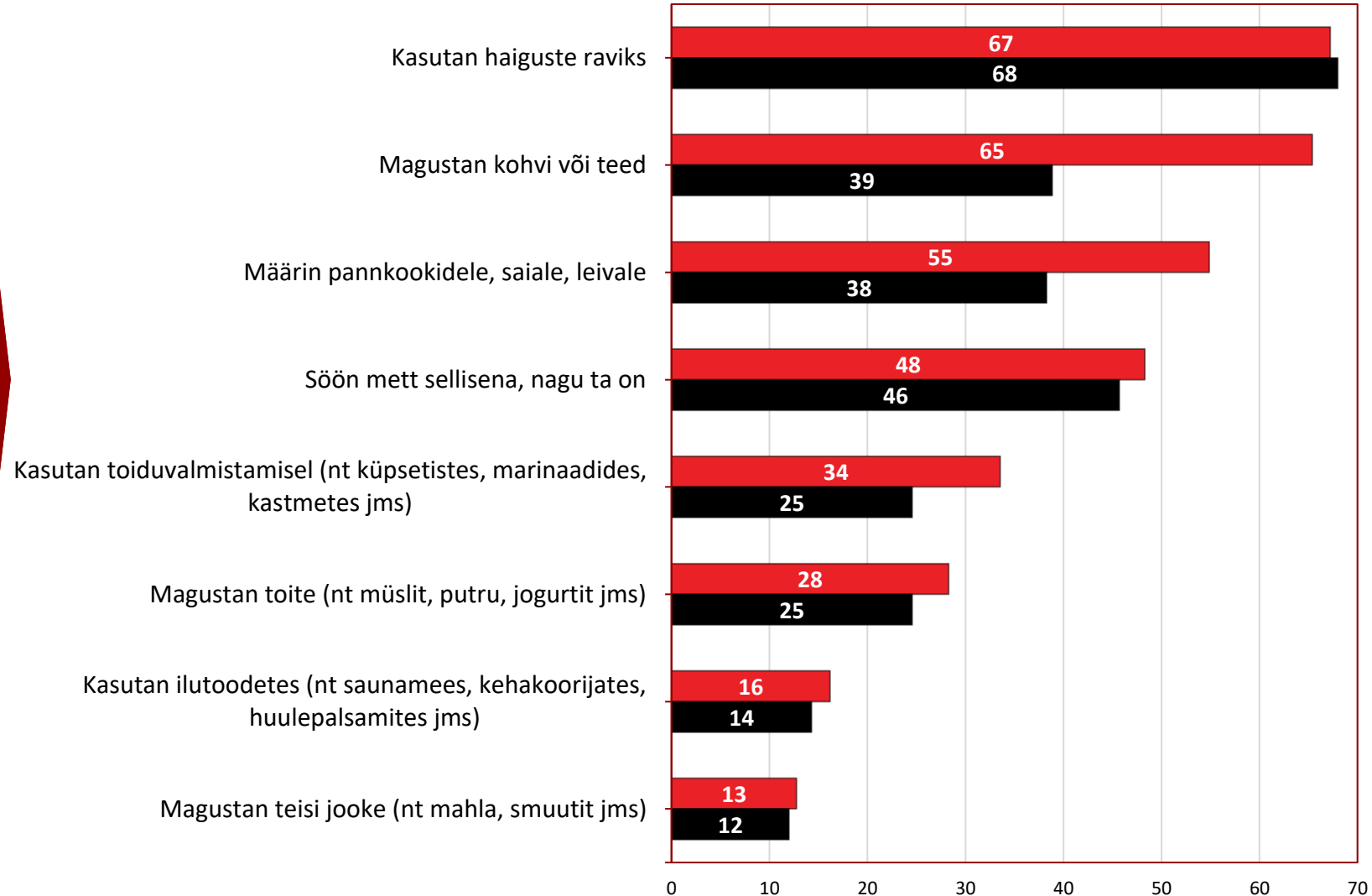
Peamise suhtluskeele järgi

- Muukeelsed tarbijad (kes tarbivad mett üldiselt vähem kui eestikeelsed) kasutavad mett selgelt vähem tee või kohvi magustamiseks ja leivale/saiale/pannkookidele määrimiseks. Muus osas on erinevused väikesed.

Mee kasutusviisid $N = 2948$

Küsimus: Kuidas Te mett kasutate? Märkige kõik variandid, mida kasutate.

■ eesti
■ vene + muu



Mee kasutusviisid $N = 2948$ märged

Mee tarbimise järgi

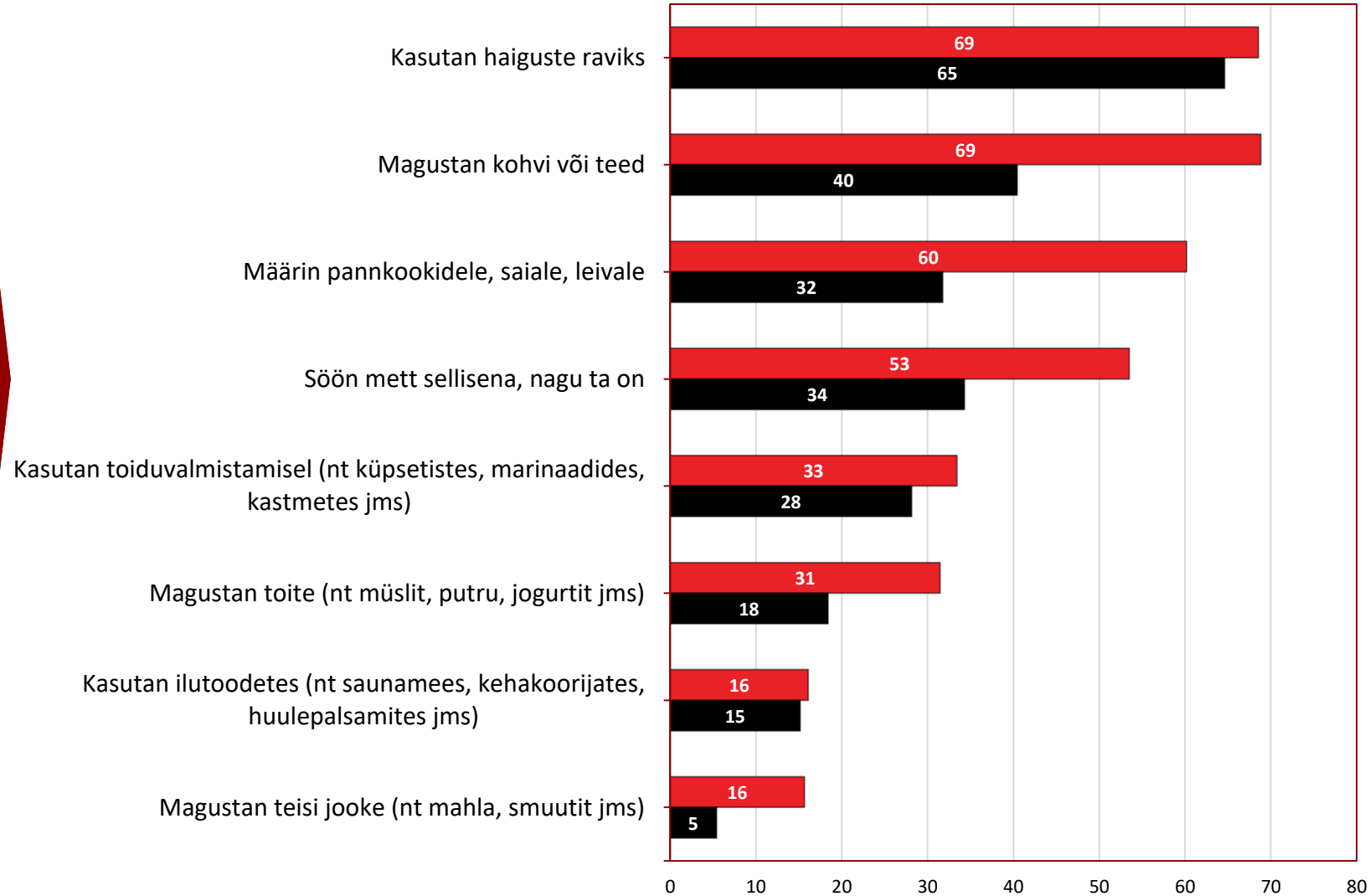
- Mee sagedased tarbijad kasutavad mett kõigiks otstarveteks enam kui harvad tarbijad. Väiksem on erinevus mee kasutamises toidu valmistamiseks ja ilutoodetes.

Mee kasutusviisid $N = 2948$

Küsimus: Kuidas Te mett kasutate? Märkige kõik variandid, mida kasutate.

■ Sage tarbija

■ Harv tarbija



Mee eelistused $N = 935$

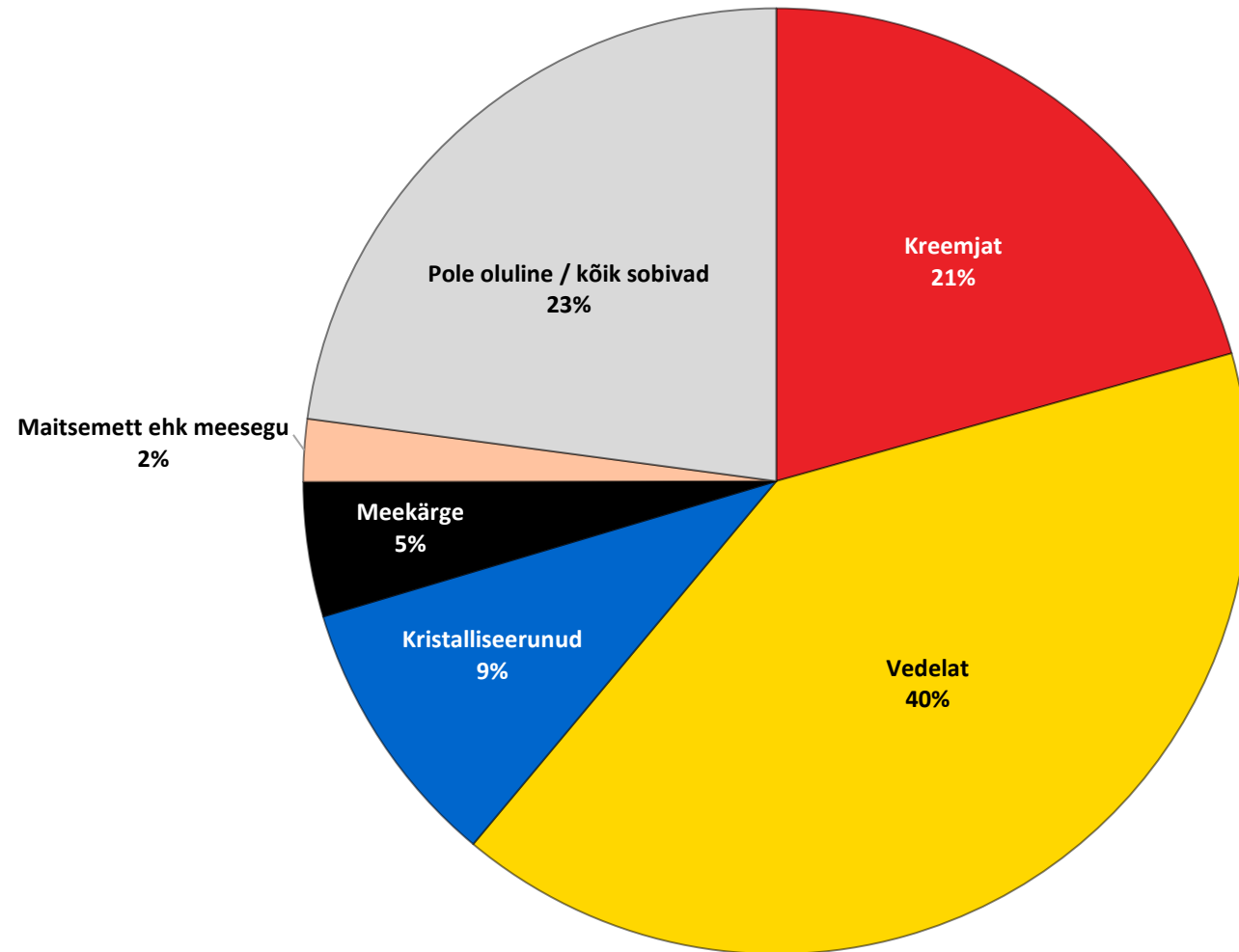
Üldjaotus

- 40% mee tarbijaist eelistab vedelat mett, 23% väidab, et sobivad kõik ning 21% eelistab kreemjat mett.
- Kristalliseerunud mett eelistab 9%, meekärge 5% ja maitsemett vaid 2%.
- Toodud eelistused on läbivad kõigis vastajarühmades vaid väikeste erinevustega.

Vt järgmine slaid.

Mee eelistused $N = 935$

Küsimus: Millist mett Te eelistate?



Mee eelistused $N = 935$

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

Peamise suhtluskeelee järgi

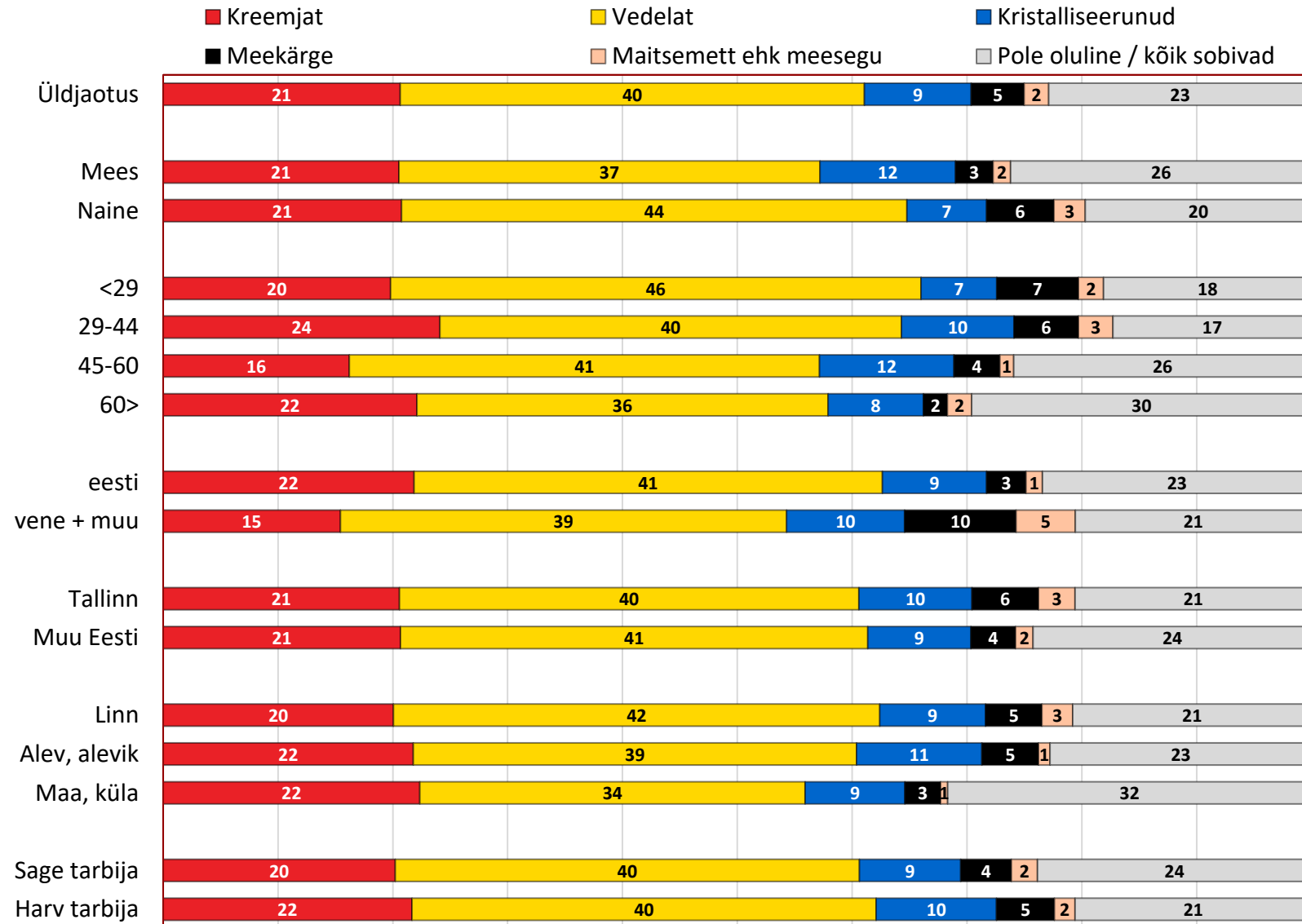
Grupeeritud elukoha järgi

Asulatüübi järgi

Mee tarbimise järgi

Mee eelistused $N = 935$

Küsimus: Millist mett Te eelistate?



Meetoodete ja -saaduste tarbimine N = 1975 märke

Üldjaotus

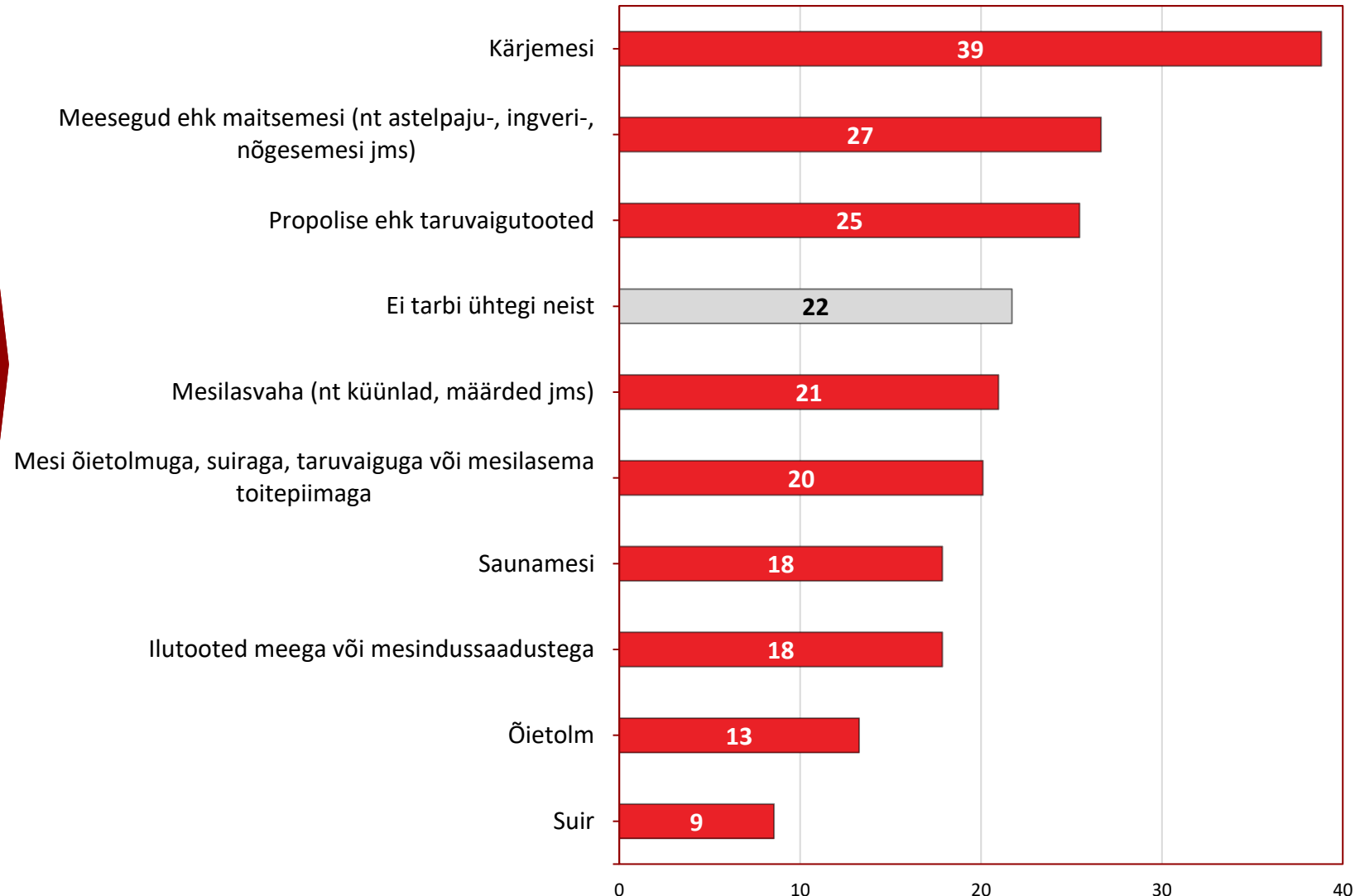
Märkima pidi need, mida tarbitakse

- Nimekirjas olnud meetoodetest ja-saadustest tarbitakse enam kärjemett (39% mee tarbijaist). Järgnevad maitsemeed ja taruvaigutooted. Ülejäänute tarbijaid on juba vähem.
- 22% mee tarbijaist ei tarbi ühtegi nn eritoodet.
- Mehed tarbivad naistest sagedamini kärjemett, naised aga sagedamini enamikke muid tooteid, eriti maitsemett, ilutooteid mesindussaadustega, taruvaigutooted ja mesilasvaha. Ilutooteid ja mesilasvaha tarbivad ka nooremad rühmad enam kui vanemad.
- Muukeelsed tarbivad eestlastest tunduvalt vähem kärjemett. Muudes toodetes on erinevused väikesed.
- Mee sagedased tarbijad tarbivad pea kõiki tooteid suhteliselt enam kui harvad tarbijad (v.a. ilutooted)

Vt järgmised slaidid.

Meetoodete ja -saaduste tarbimine N = 1975

Küsimus: Kas tarbite järgmisi meetooteid ja mesindussaaduseid? Märkige kõik mida tarbite.

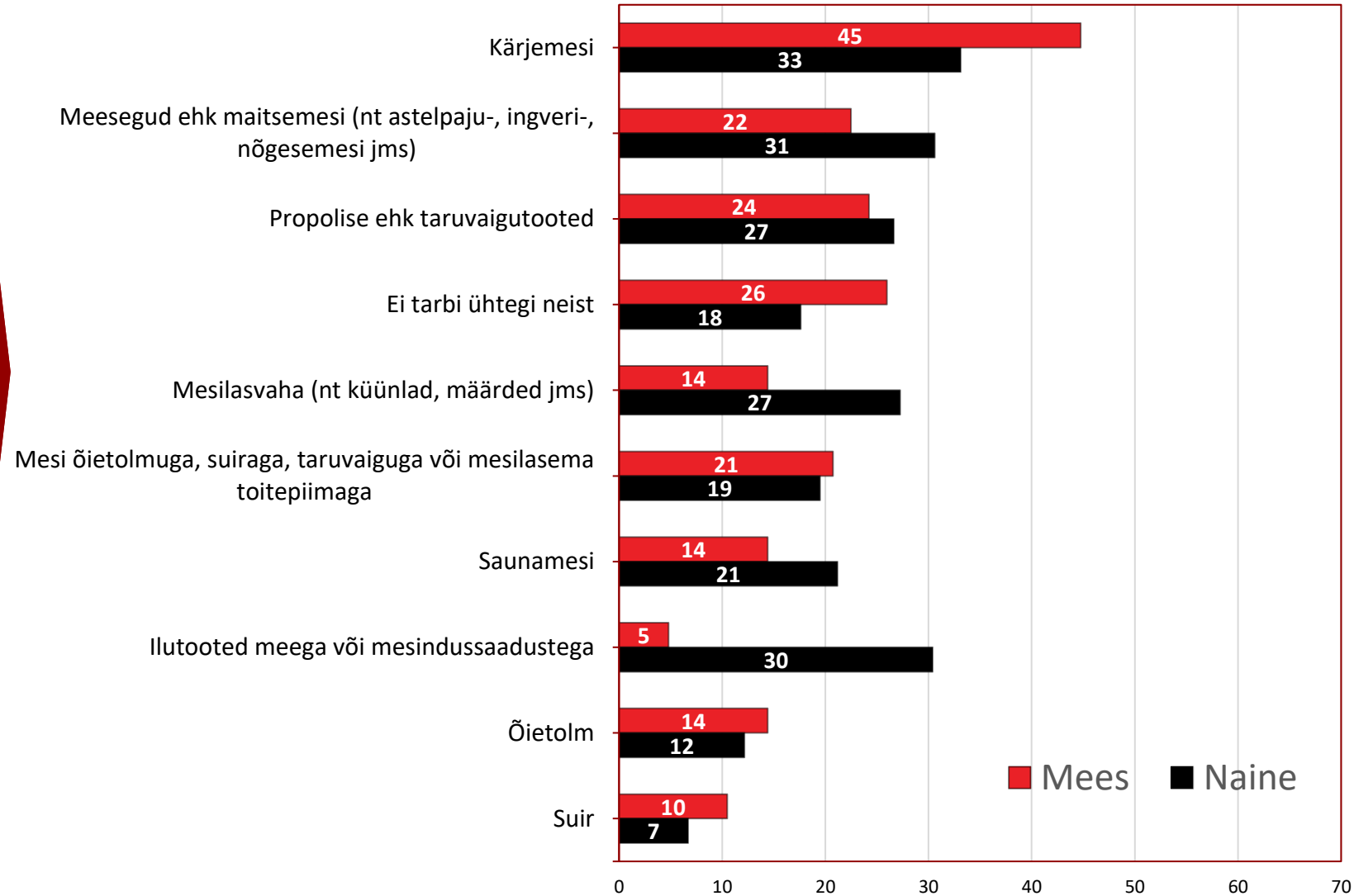


Meetoodete ja -saaduste tarbimine N = 1975 märke

Soo järgi

Meetoodete ja -saaduste tarbimine N = 1975

Küsimus: Kas tarbite järgmisi meetooteid ja mesindussaaduseid? Märkige kõik mida tarbite.

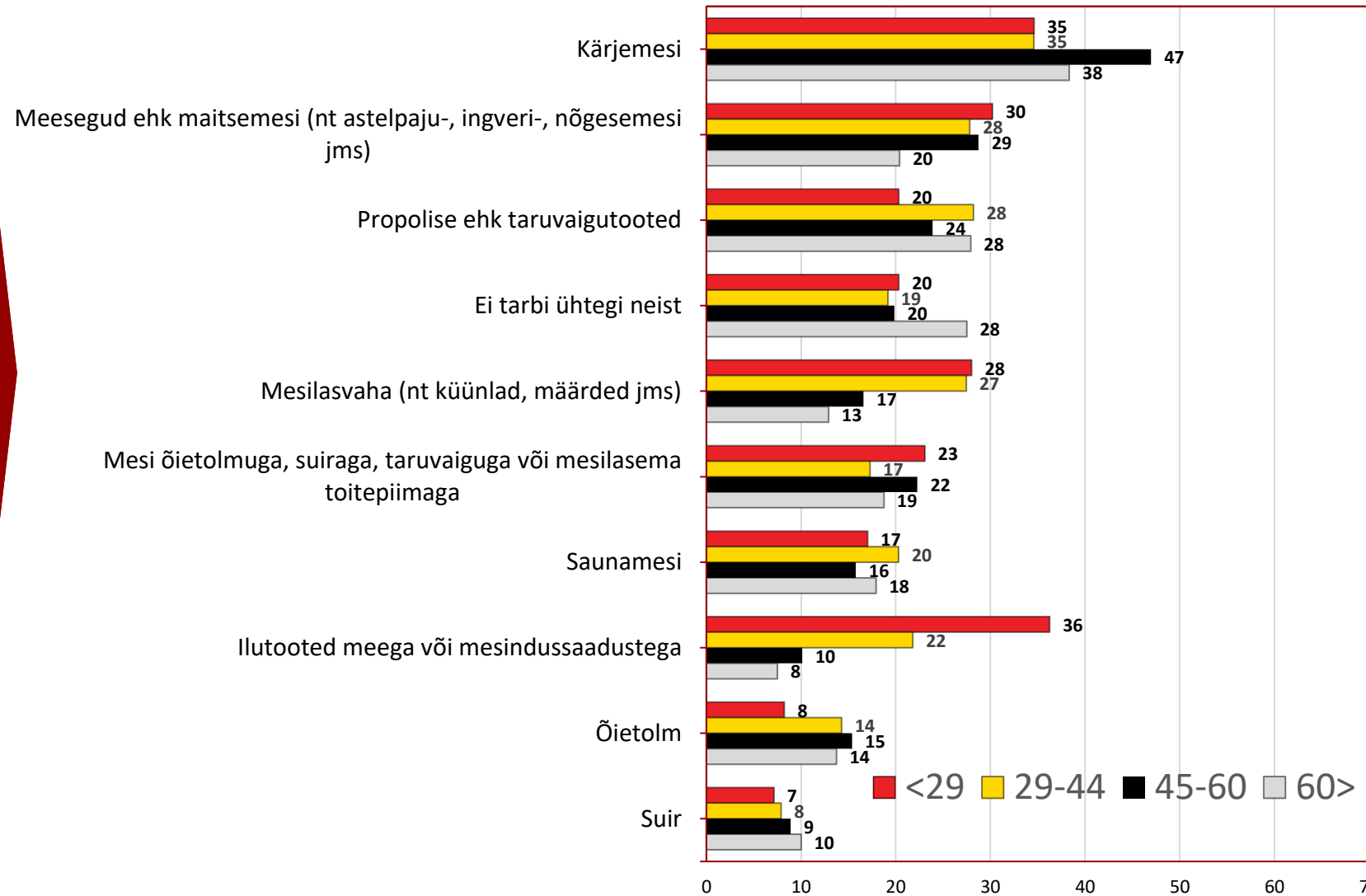


Meetoodete ja -saaduste tarbimine N = 1975 märget

Vanuse järgi

Meetoodete ja -saaduste tarbimine N = 1975

Küsimus: Kas tarbite järgmisi meetooteid ja mesindussaaduseid? Märkige kõik mida tarbite.

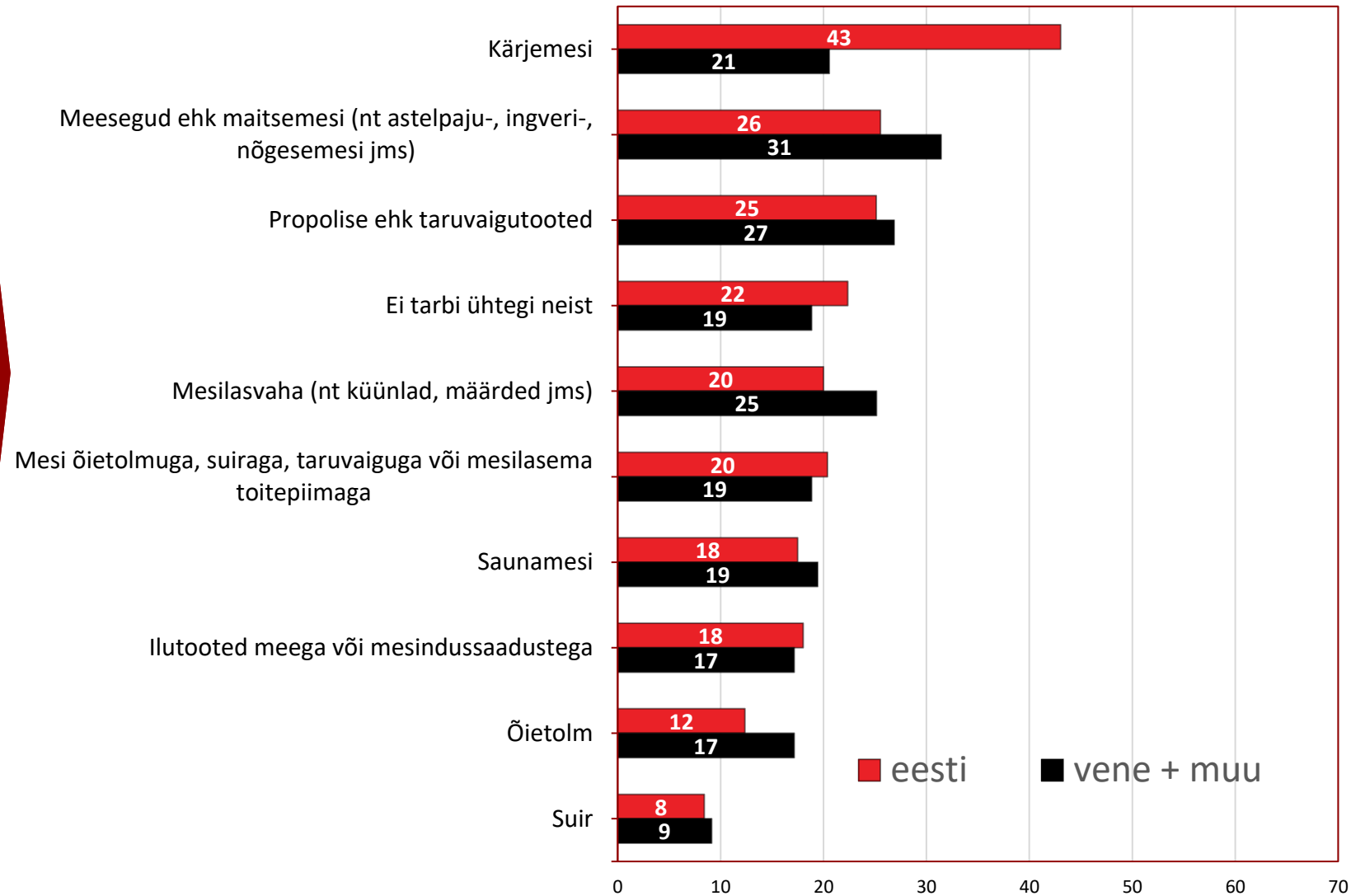


Meetoodete ja -saaduste tarbimine $N = 1975$ märget

Peamise suhtluskeelee järgi

Meetoodete ja -saaduste tarbimine $N = 1975$

Küsimus: Kas tarbite järgmisi meetooteid ja mesindussaaduseid? Märkige kõik mida tarbite.

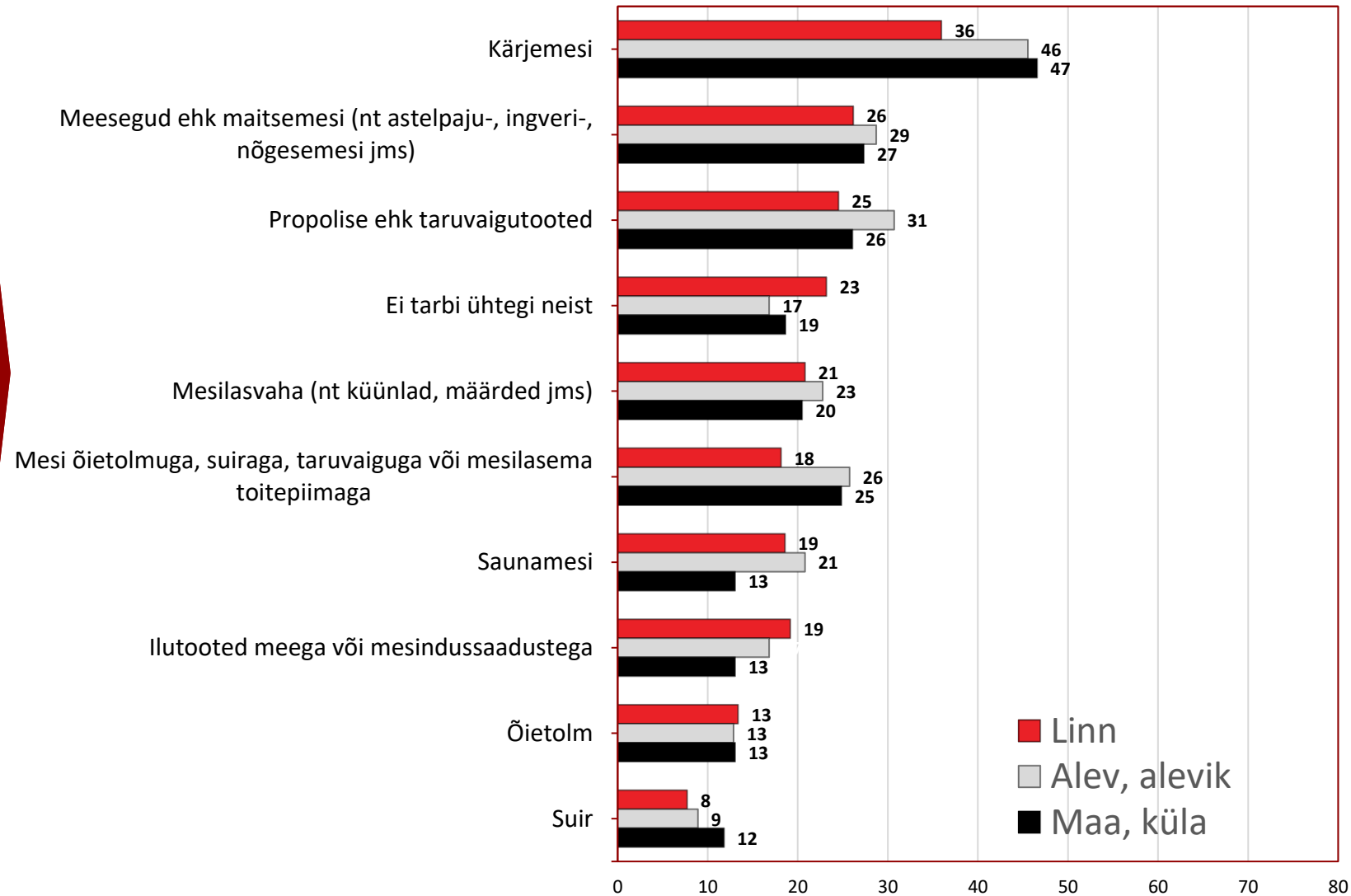


Meetoodete ja -saaduste tarbimine $N = 1975$ märget

Asulatüübi järgi

Meetoodete ja -saaduste tarbimine $N = 1975$

Küsimus: Kas tarbite järgmisi meetooteid ja mesindussaaduseid? Märkige kõik mida tarbite.

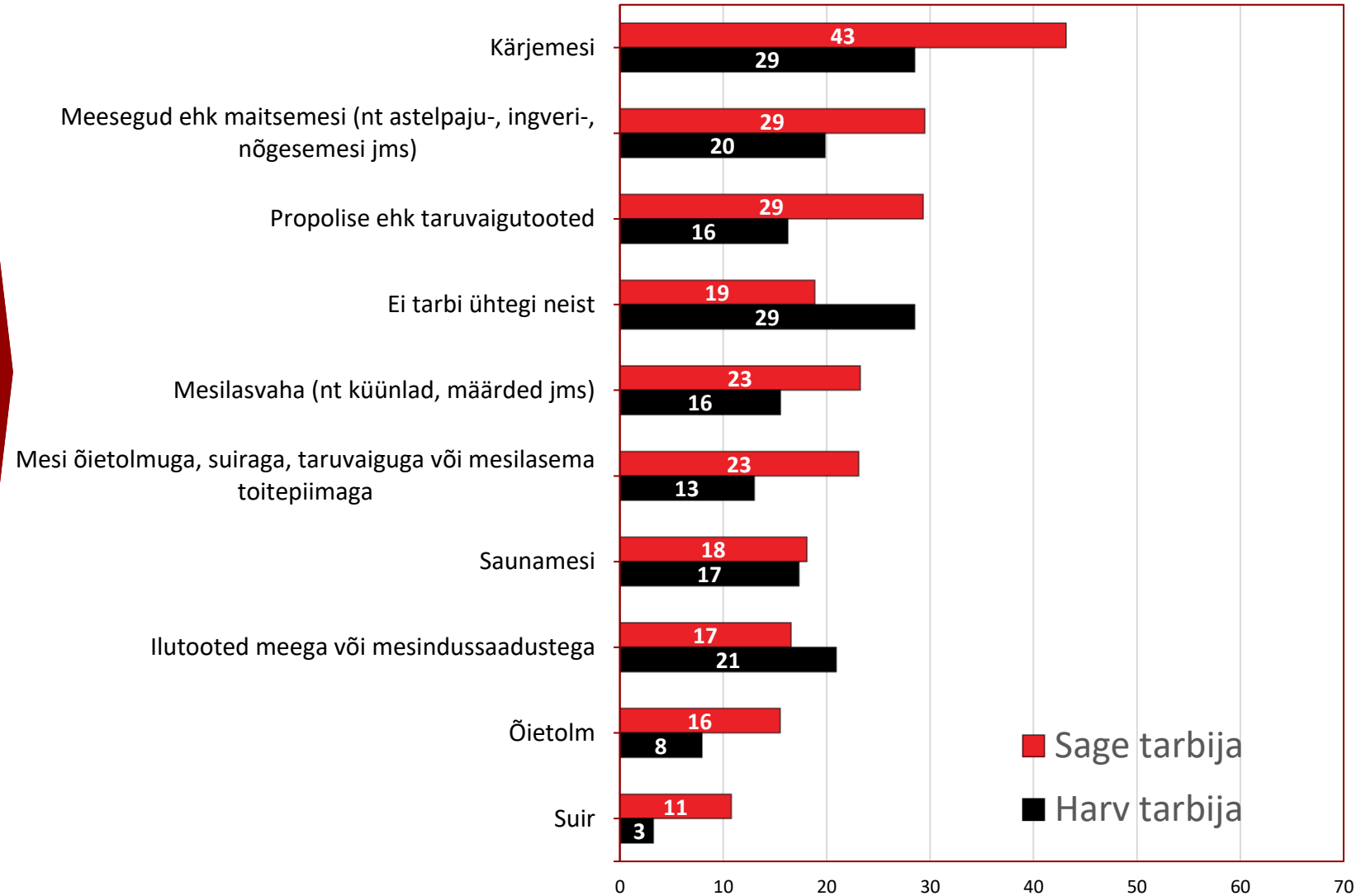


Meetoodete ja -saaduste tarbimine $N = 1975$ märget

Mee tarbimise järgi

Meetoodete ja -saaduste tarbimine $N = 1975$

Küsimus: Kas tarbite järgmisi meetooteid ja mesindussaaduseid? Märkige kõik mida tarbite.



Mee kvaliteedi tunnused

1. Milles seisneb Teie jaoks mee kvaliteet? Mille järgi Te seda hindate? *Nimetage olulisimad tunnused.*
2. Palun vaadake järgmisi tunnuseid ning hinnake, millised neist on Teie jaoks olulisimad mee kvaliteedi hindamisel. *Märkige kuni 3 peamist.*

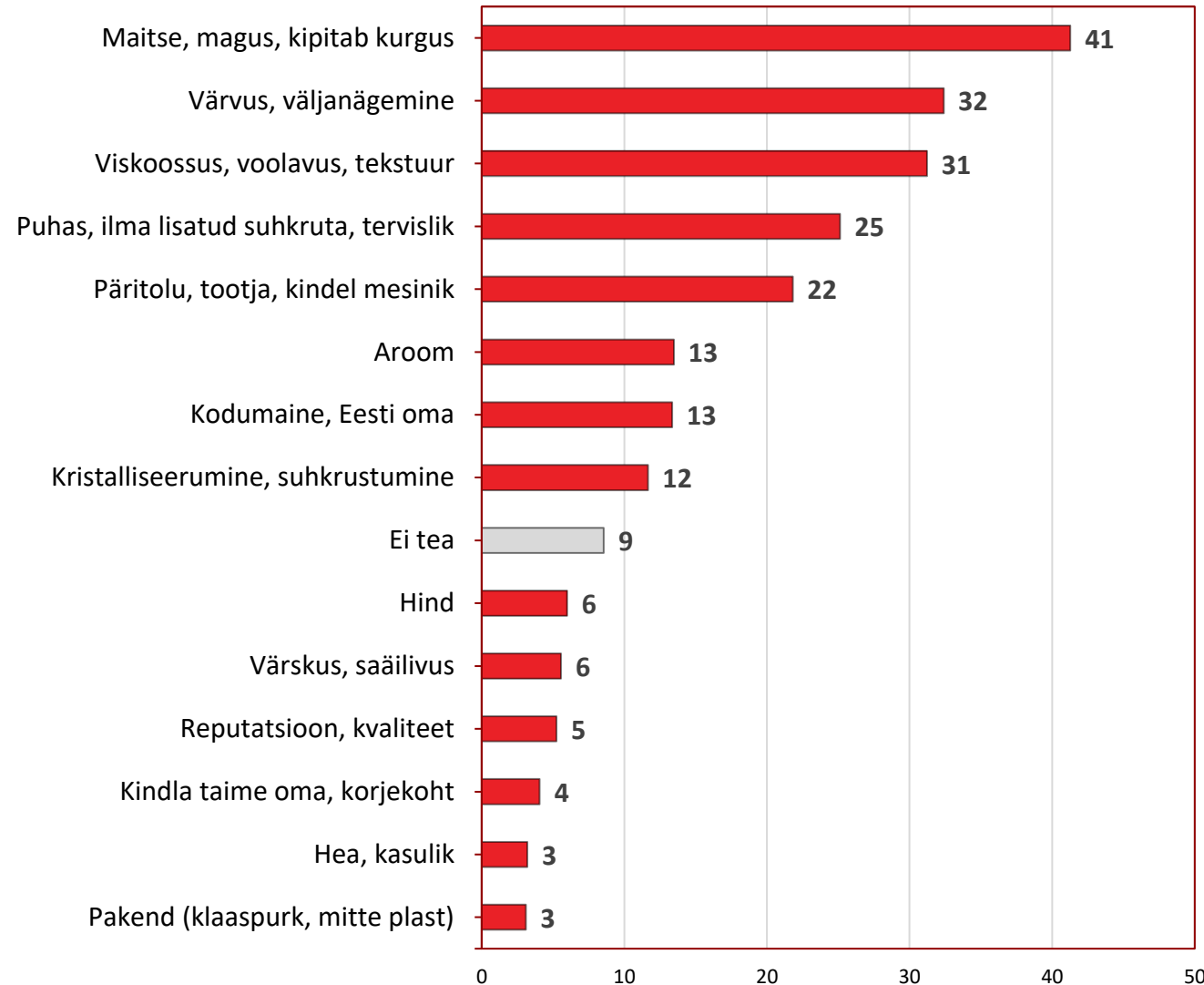
Mee kvaliteedi tunnused (spontaanne) $N = 2114$ märget

Üldjaotus

- Mee kvaliteedi spontaanseteks tunnusteks on eelkõige maitse, värvus ja väljanägemine, viskoossus ja voolavus, puhtus suhkru lisamiseta ning kindel päritolu.
- Ülejäänud tunnuseid on nimetatud vähem.
- Eesti päritolu spetsiifiliselt esile ei tooda (13% märgetest)

Mee kvaliteedi tunnused (spontaanne) $N = 2114$

Küsimus: Milles seisneb Teie jaoks mee kvaliteet? Mille järgi Te seda hindate? Nimetage olulisimad tunnused.



Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$ märged

Üldjaotus

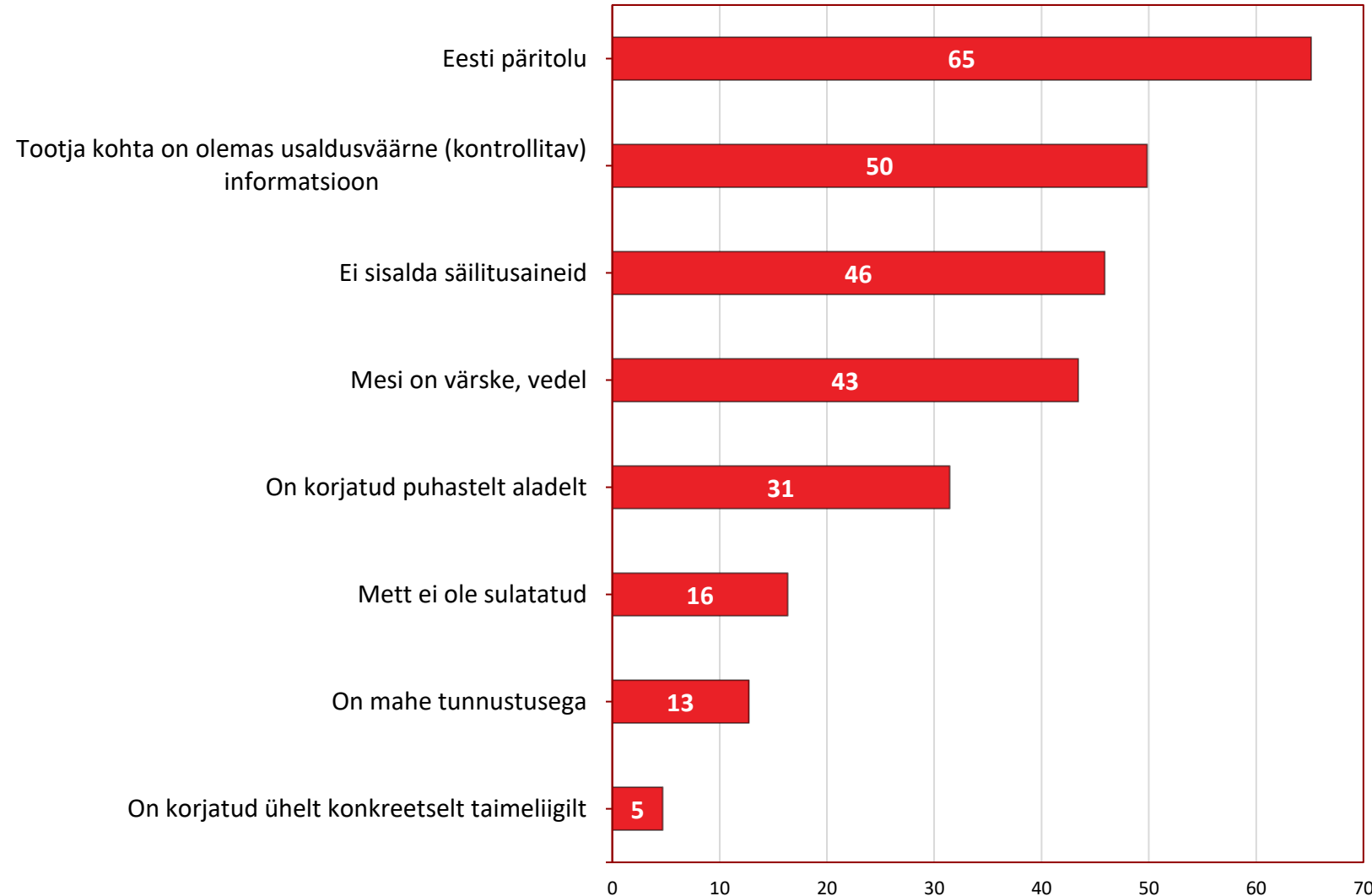
Siin anti ette loetelu võimalikest kvaliteedi tunnustest ning paluti märkida need, mis on olulised.

- Formaalsetest kvaliteedi tunnustest on siiski olulisim Eesti päritolu.
- Järgnevad kontrollitav info tootja kohta, säilitusainete mittedisaldumine värskus/vedelus ja puhastelt aladelt korjatus.
- Mahe tunnused ning päritolu ühelt taimeliigilt ei ole üldiselt olulised.
- Need tunnused on ligikaudu samas pingereas kõigis vastajarühmades, kuigi näiteks muukeelsetele ei ole Eesti päritolu tähtsaim tunnus.

Vt järgmised slaidid.

Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$

Küsimus: Palun vaadake järgmisi tunnuseid ning hinnake, millised neist on Teie jaoks olulisimad mee kvaliteedi hindamisel. Märkige kuni 3 peamist.

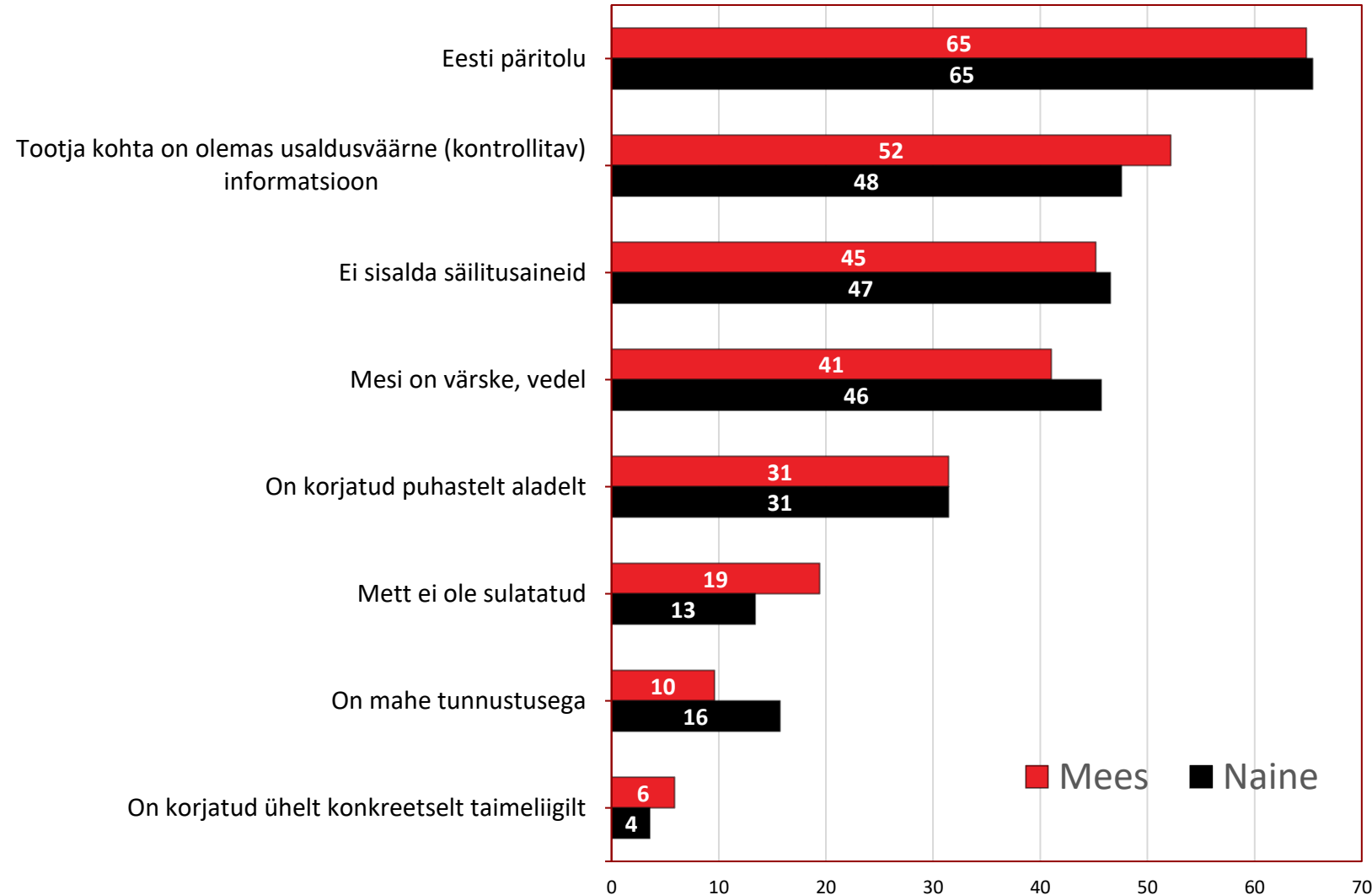


Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$ märged

Soo järgi

Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$

Küsimus: Palun vaadake järgmisi tunnuseid ning hinnake, millised neist on Teie jaoks olulisimad mee kvaliteedi hindamisel.
Märkige kuni 3 peamist.

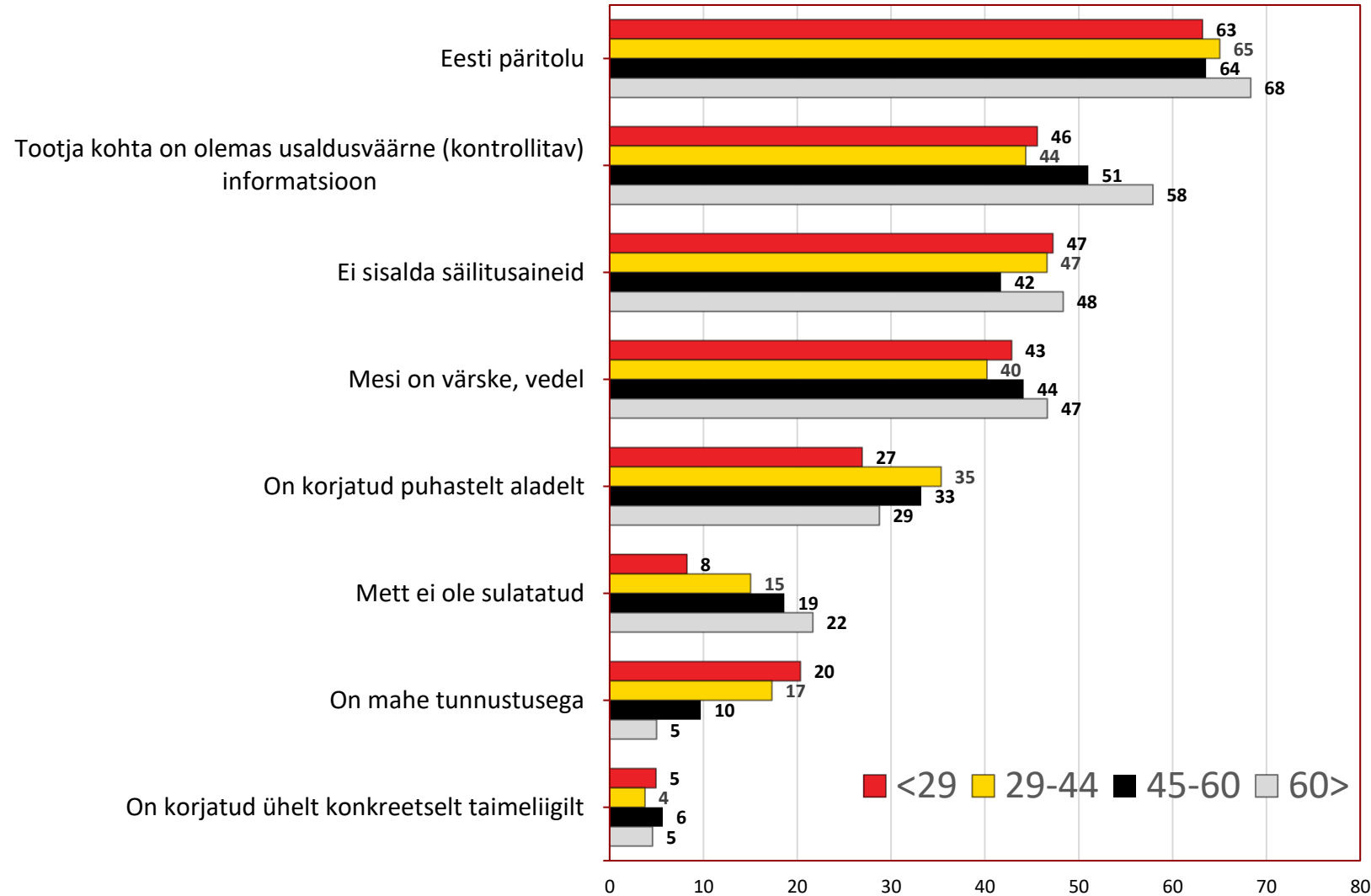


Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$ märget

Vanuse järgi

Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$

Küsimus: Palun vaadake järgmisi tunnuseid ning hinnake, millised neist on Teie jaoks olulisimad mee kvaliteedi hindamisel.
Märkige kuni 3 peamist.

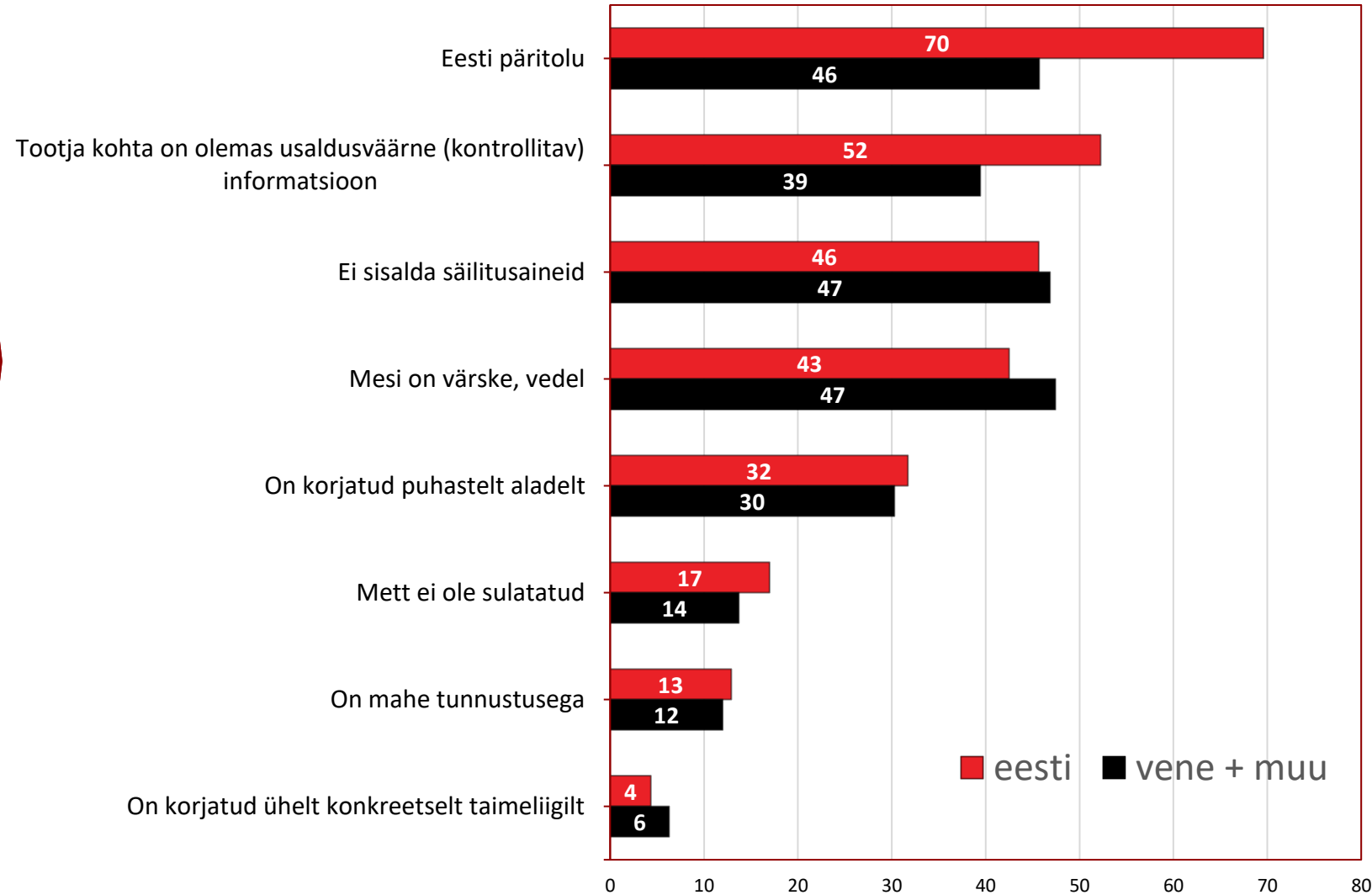


Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$ märget

Peamise suhtluskeelee järgi

Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$

Küsimus: Palun vaadake järgmisi tunnuseid ning hinnake, millised neist on Teie jaoks olulisimad mee kvaliteedi hindamisel.
Märkige kuni 3 peamist.

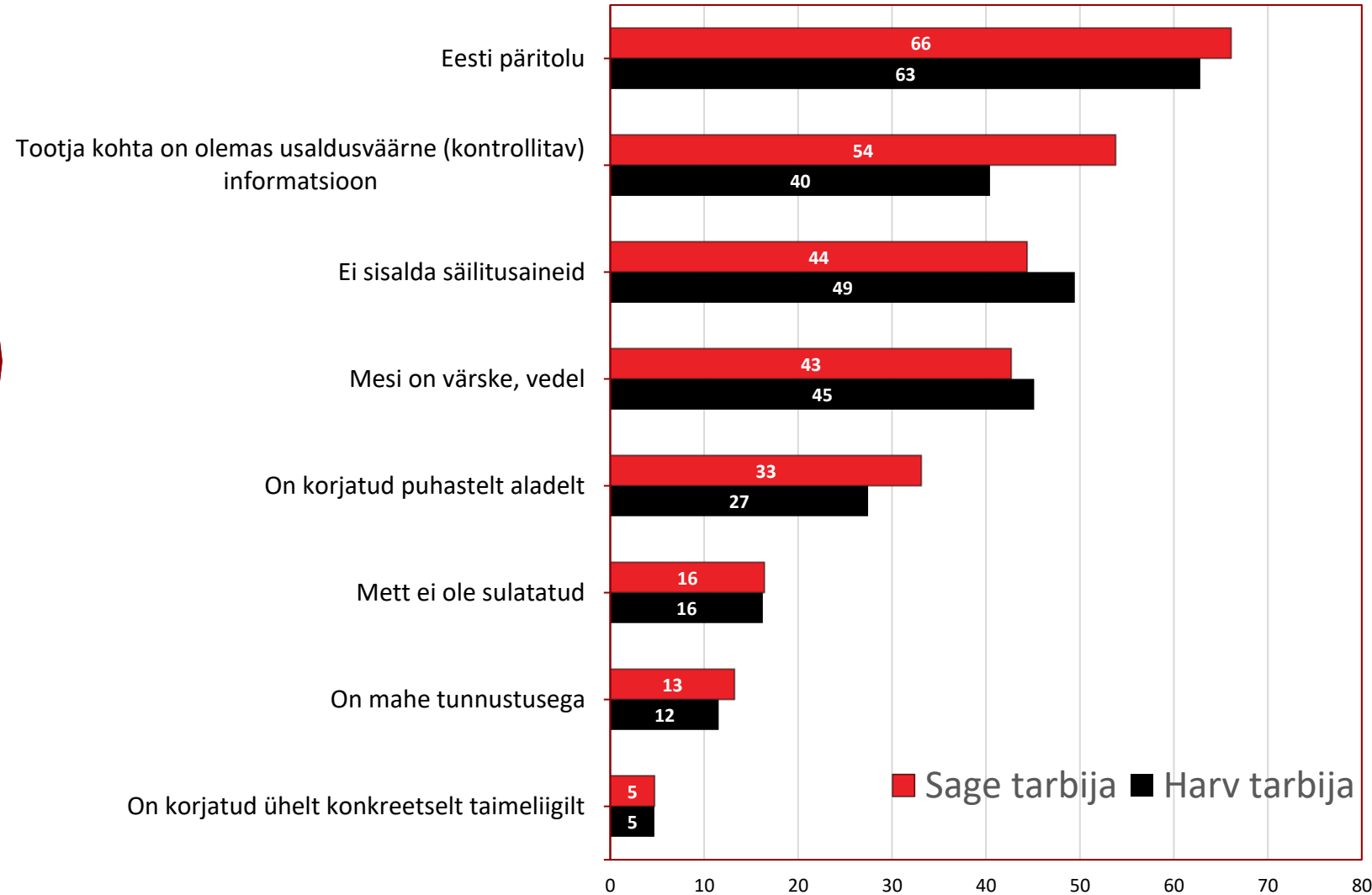


Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$ märged

Mee tarbimise järgi

Mee kvaliteedi tunnused $N = 2520$

Küsimus: Palun vaadake järgmisi tunnuseid ning hinnake, millised neist on Teie jaoks olulisimad mee kvaliteedi hindamisel.
Märkige kuni 3 peamist.



Mee hankimine

1. Kuskohalt Te mett ostate või saate?
2. Millist päritolu mett olete viimase aasta jooksul ostnud?
3. Miks ostate just *seda* päritolu mett?
4. Millises koguses Te mett korraga ostate?

Mee hankimise viisid $N = 1466$ *märget*

Üldjaotus

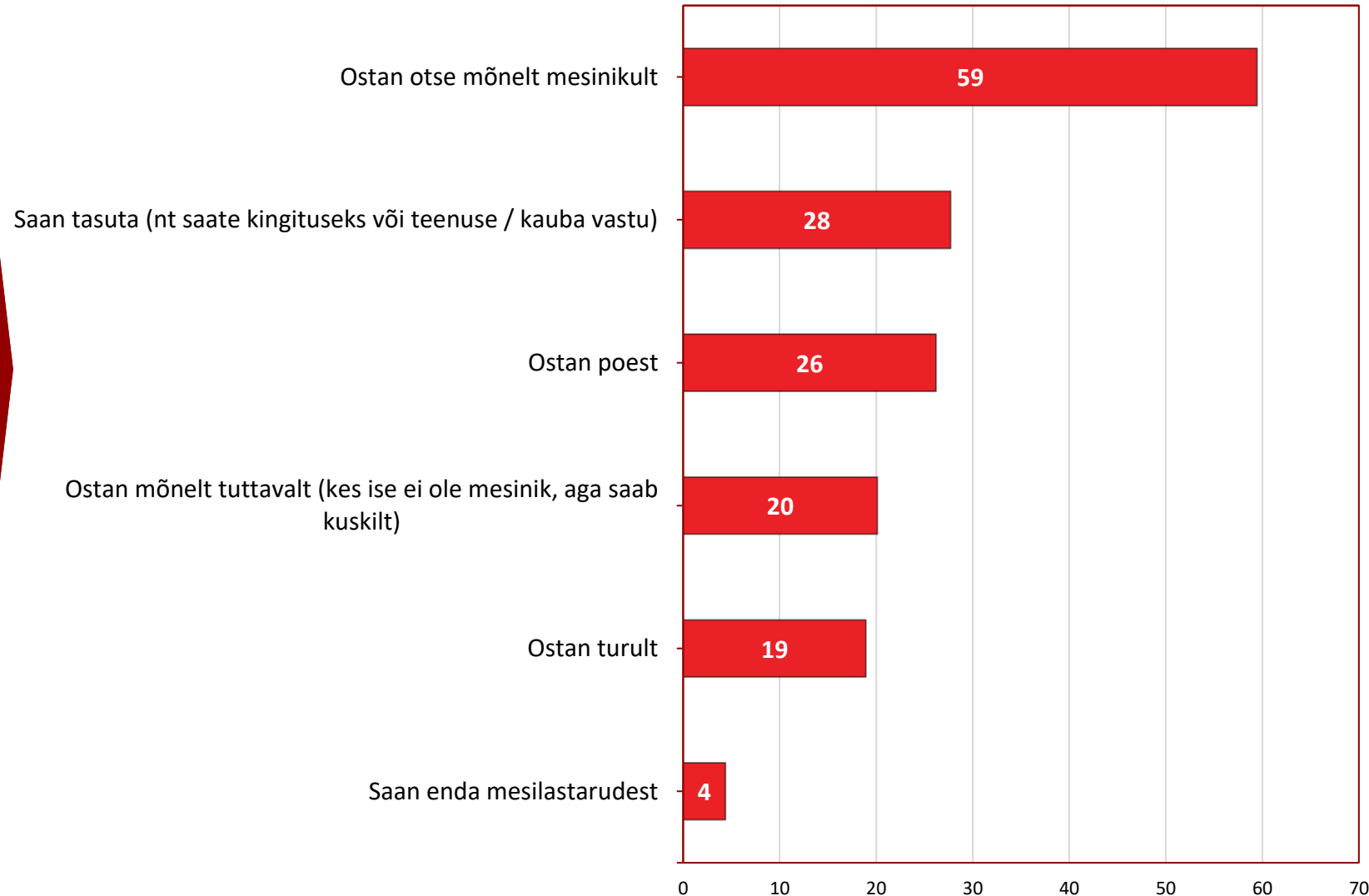
Võis märkida mitu allikat.

- Valdav enamik (59%) mee tarbijaist ostab mett otse mõnelt mesinikult. Ülejäänud allikate osatähtsus on suhteliselt väike ja hajuv.
- Naised saavad sageli ka kingituseks või teenuse/kauba vastu.
- Vanemad rühmad osavad veelgi enam otse mesinukult ja vähem muudest allikatest. Noortel on aga peamiseks allikaks tasuta kingitus või mõne teenuse/kauba vastu.
- Venekeelsel rühmal on olulisteks allikateks poest või turult ostmine.
- Elukoha järgi on mee hankimise allikates mõningaid erinevusi, kuid need ei ole põhimõttelised.
- Sagedaste tarbijate mee hankimise allikaks on samuti keskmisest enam otse mesinikult ostmine, harvadel tarbijatel neist mõnevõrra enam poest ostmine või kingitusena saamine

Vt järgmised slaidid

Mee hankimise viisid $N = 1466$

Küsimus: Kuskohalt Te mett ostate või saate?

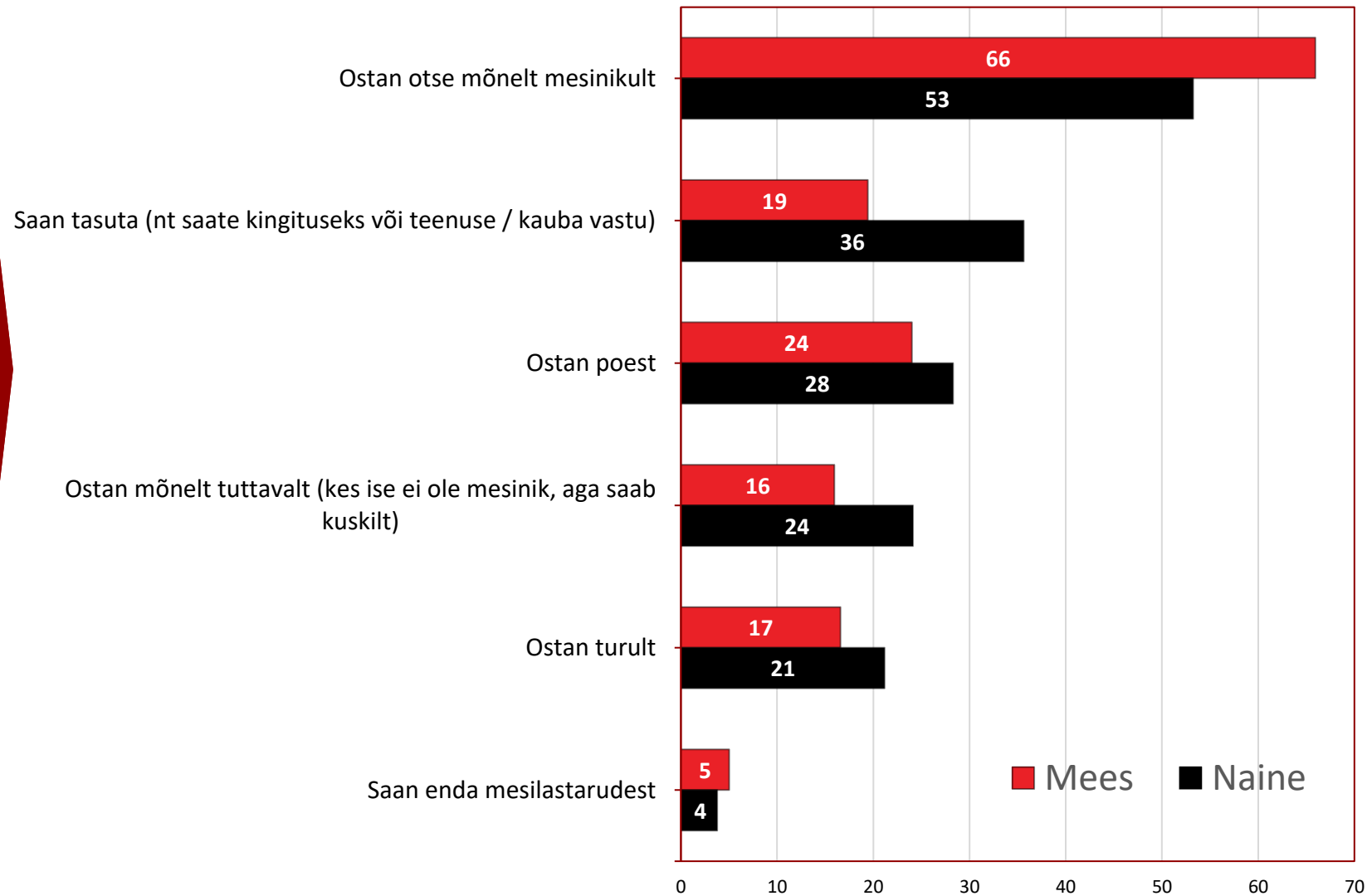


Mee hankimise viisid $N = 1466$ märget

Soo järgi

Mee hankimise viisid $N = 1466$

Küsimus: Kuskohalt Te mett ostate või saate?

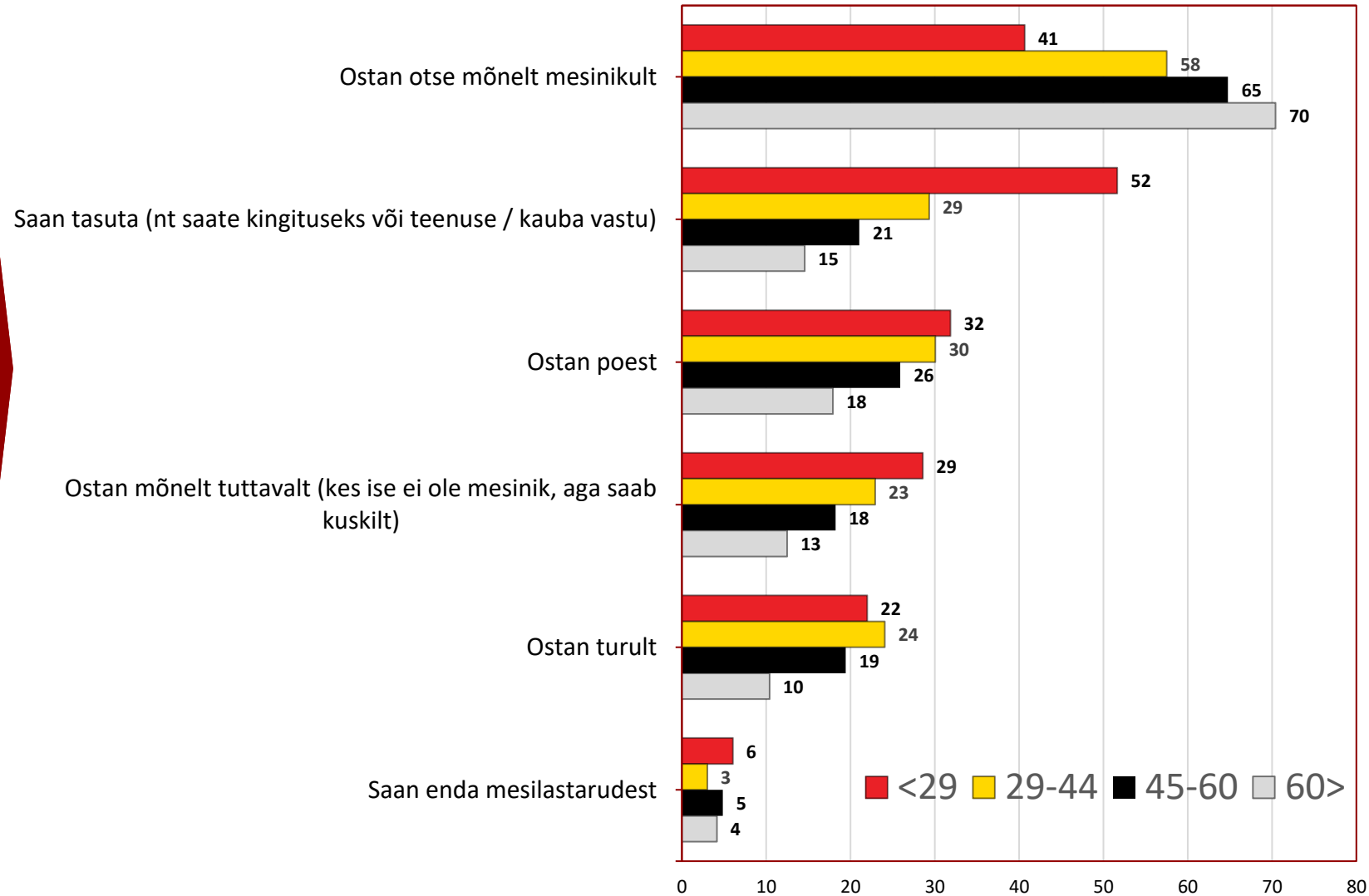


Mee hankimise viisid $N = 1466$ märges

Vanuse järgi

Mee hankimise viisid $N = 1466$

Küsimus: Kuskohalt Te mett ostate või saate?

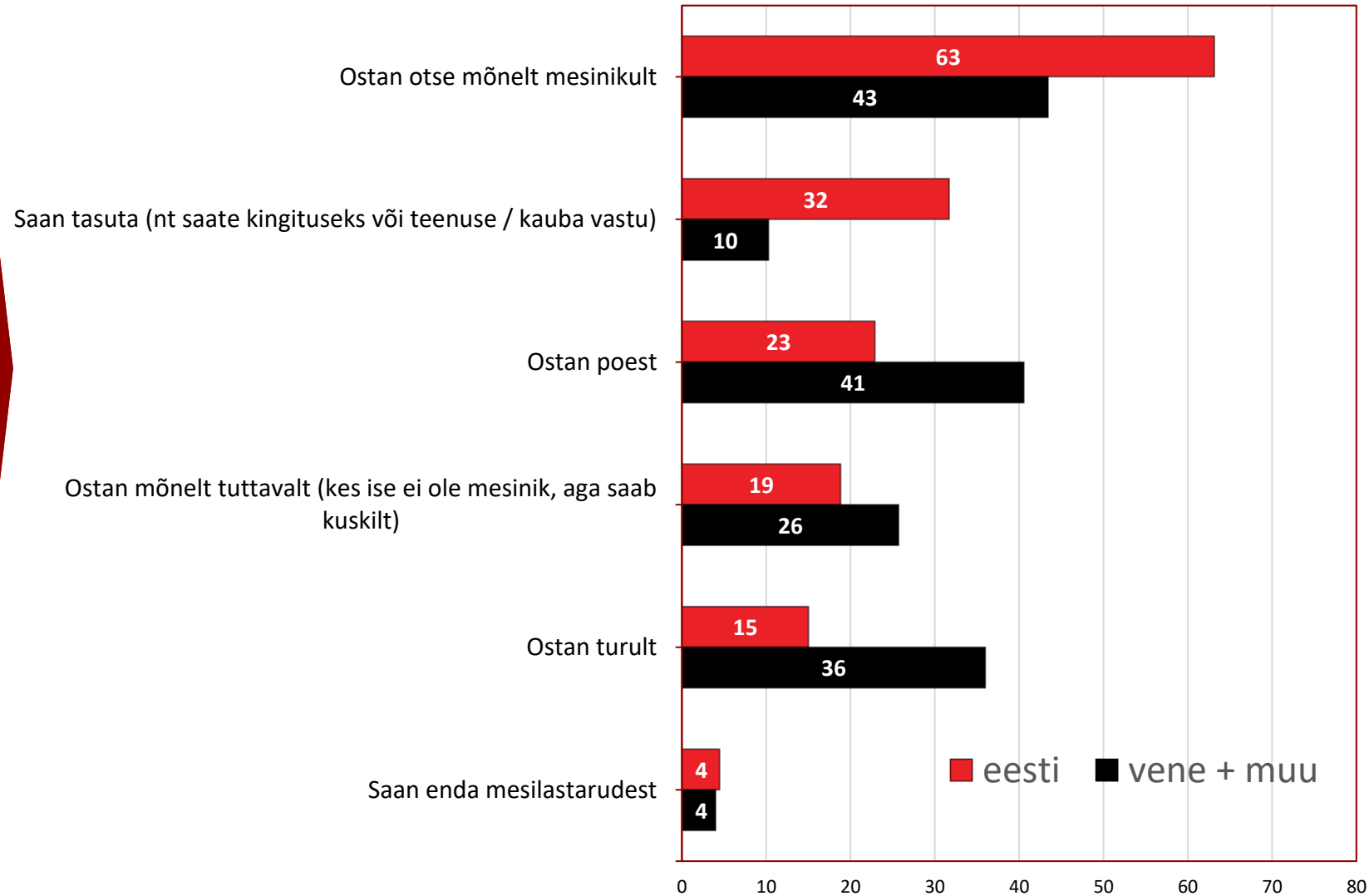


Mee hankimise viisid $N = 1466$ märges

Peamise suhtluskeelee järgi

Mee hankimise viisid $N = 1466$

Küsimus: Kuskohalt Te mett ostate või saate?

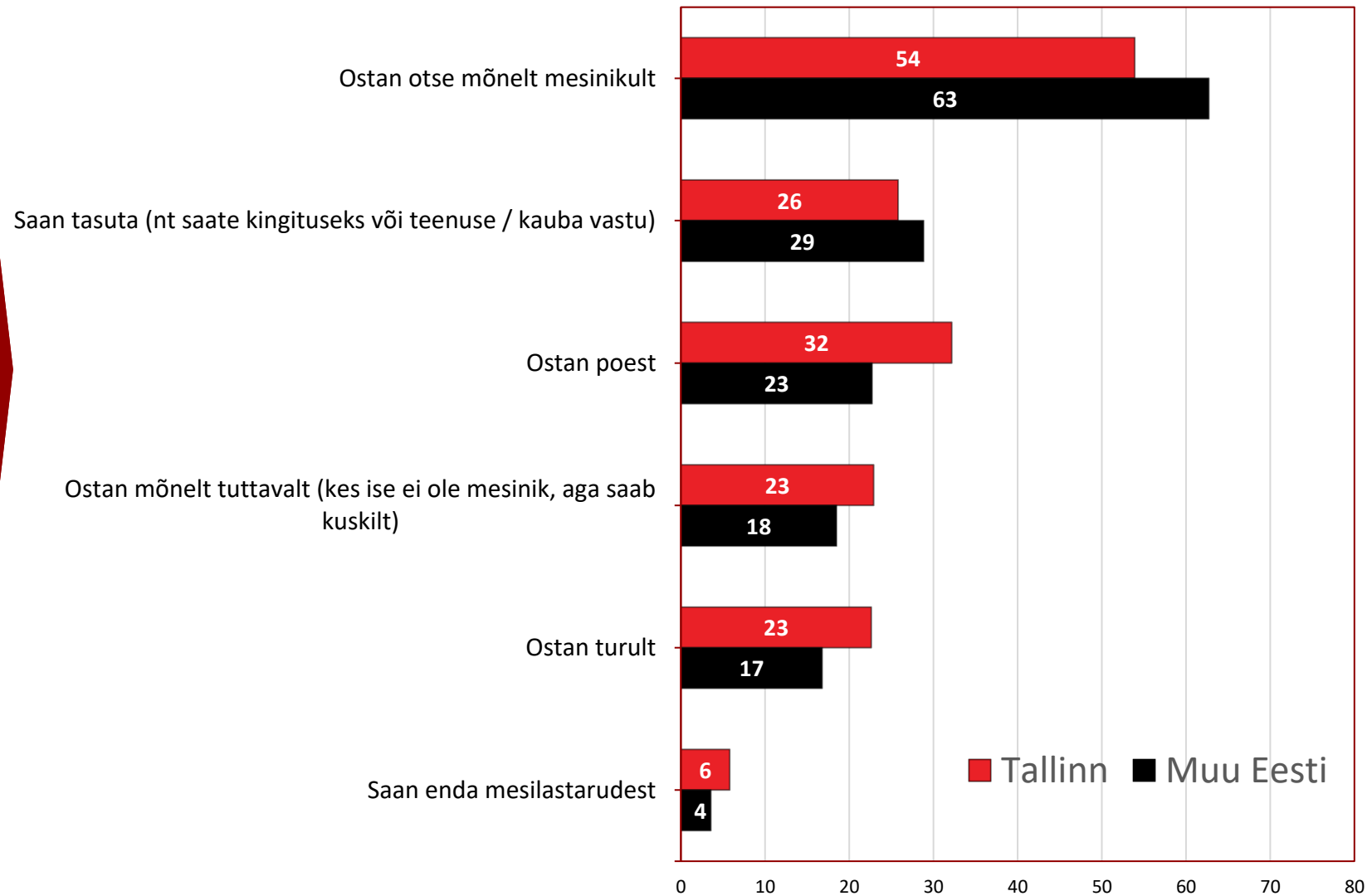


Mee hankimise viisid $N = 1466$ märges

Grupeeritud elukoha järgi

Mee hankimise viisid $N = 1466$

Küsimus: Kuskohalt Te mett ostate või saate?

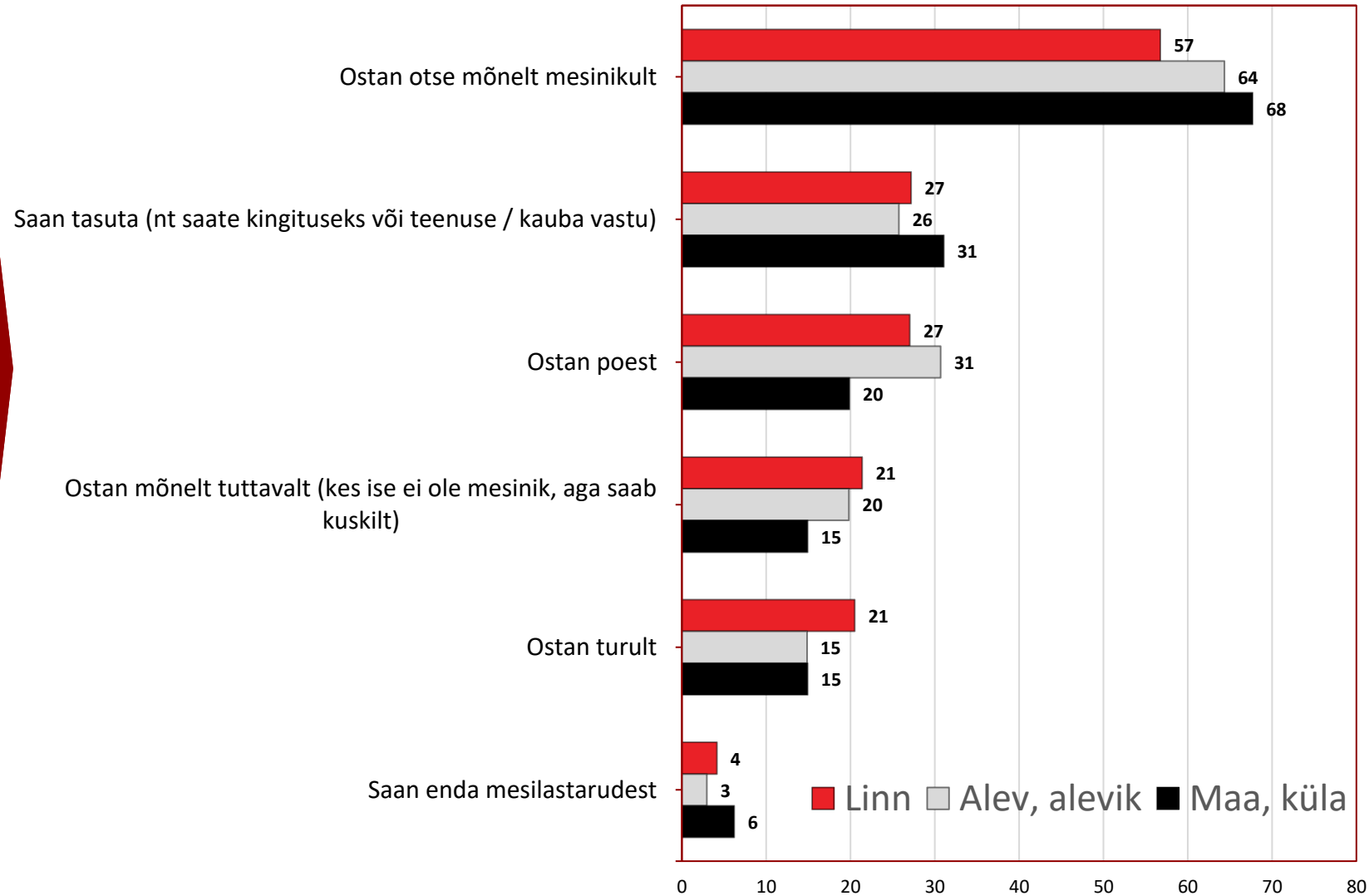


Mee hankimise viisid $N = 1466$ märges

Asulatüübi järgi

Mee hankimise viisid $N = 1466$

Küsimus: Kuskohalt Te mett ostate või saate?

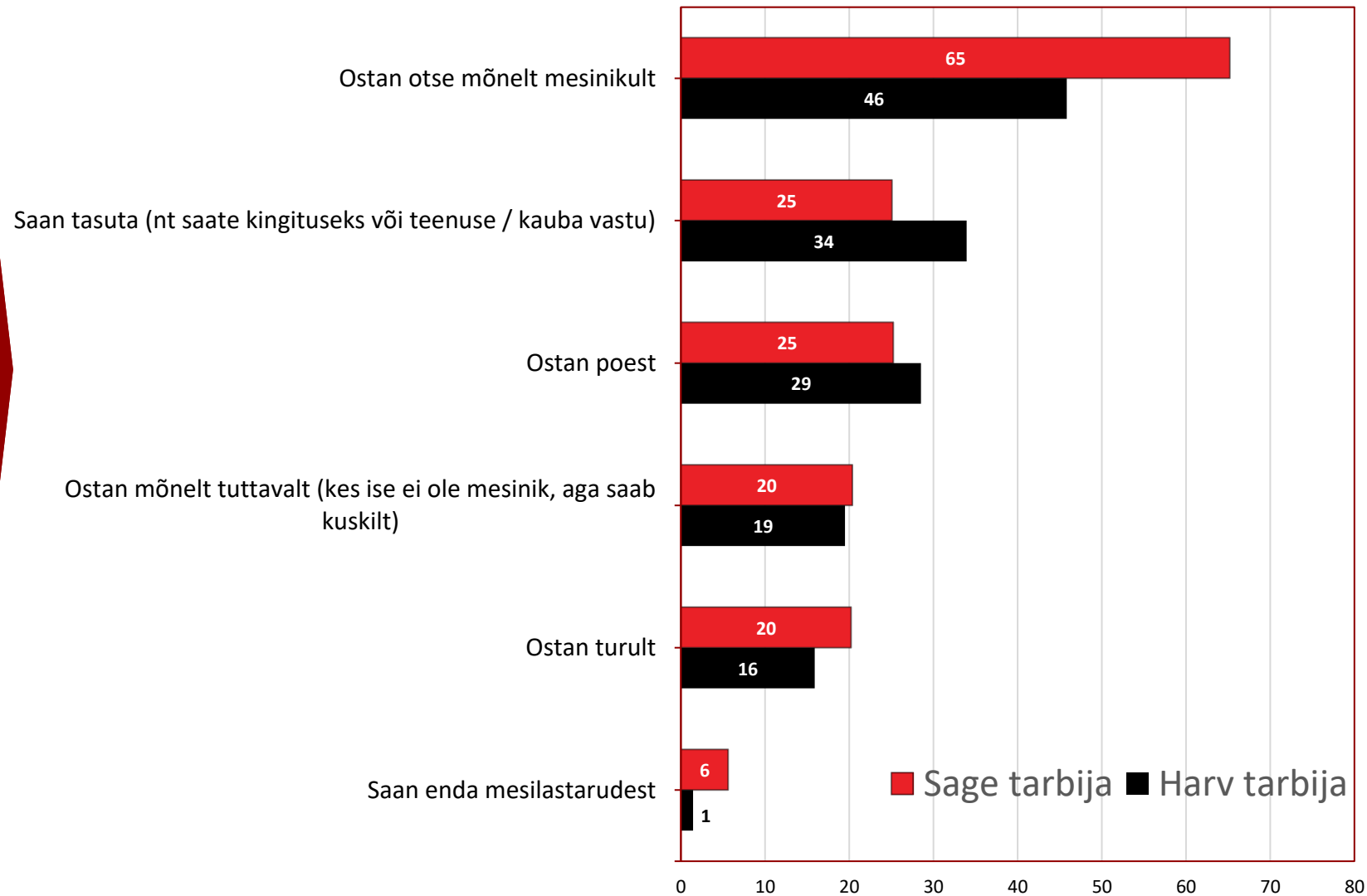


Mee hankimise viisid $N = 1466$ märges

Mee tarbimise järgi

Mee hankimise viisid $N = 1466$

Küsimus: Kuskohalt Te mett ostate või saate?



Mee päritolu $N = 836$ märget

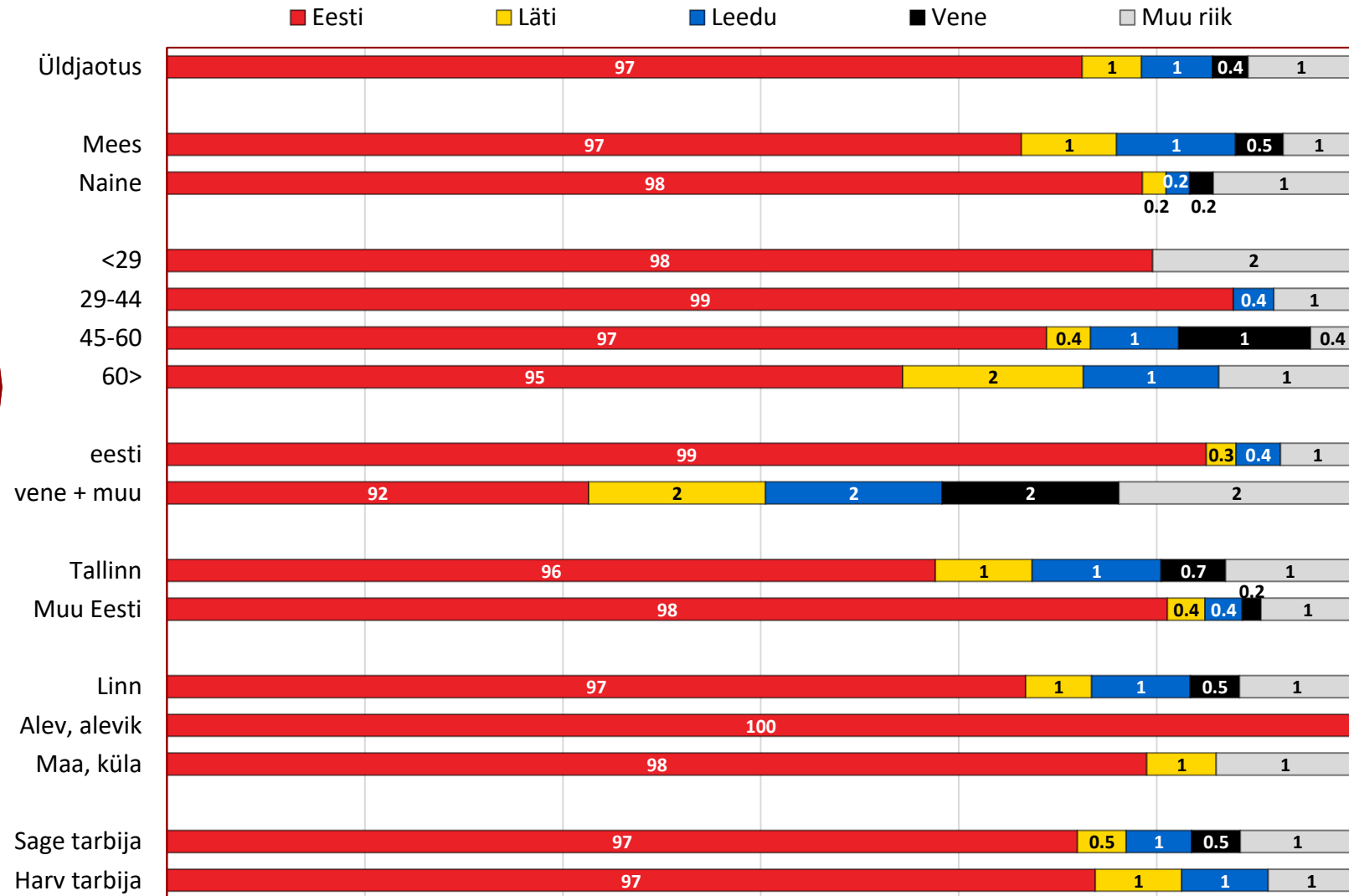
Üldjaotus

Küsi neilt, kes on mett ostnud.

Mett ostnute mee päritolu on reeglina Eesti mesi. Kõigi muude riikide mee osakaal on marginaalne.

Mee päritolu $N = 836$

Küsimus: Millist päritolu mett olete viimase aasta jooksul ostnud?



Mee päritolu selgitus (Eesti)

N = 813

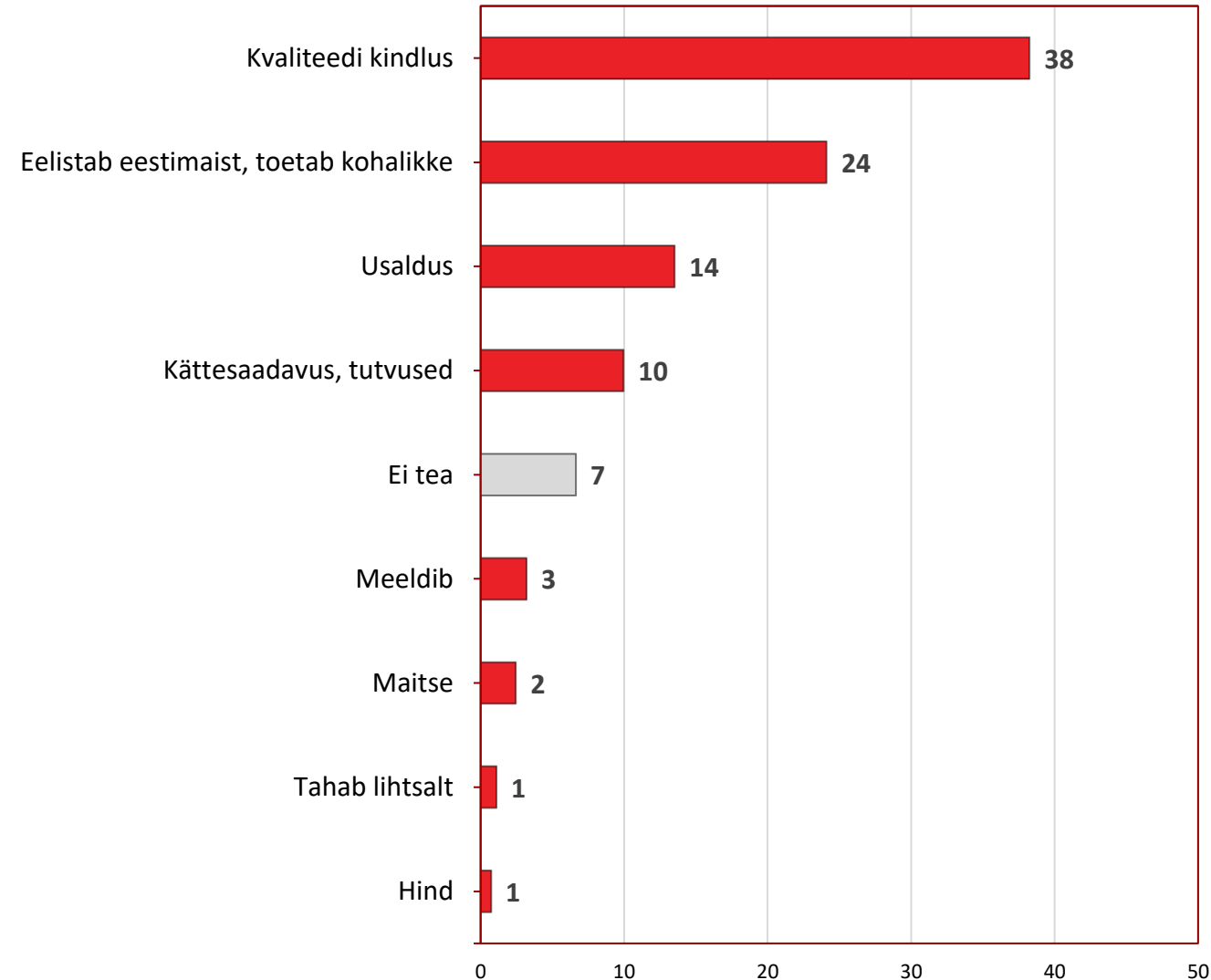
Üldjaotus

Küsimi neilt, kes on mett ostnud.

- Eesti mee ostmise peamiseks argumendiks on kvaliteedi kindlus ja selle kõrval ka kohaliku toodangu põhimõtteline eelistamine.
- Muu mee ostjaid oli küll vähe (23), kuid nende peamiseks argumentideks on kättesaadavus (tutvused) ja hind.

Mee päritolu selgitus (Eesti) N = 813

Küsimus: Miks ostate just Eesti päritolu mett?



Mee kogused ja ostuajad $N = 836$

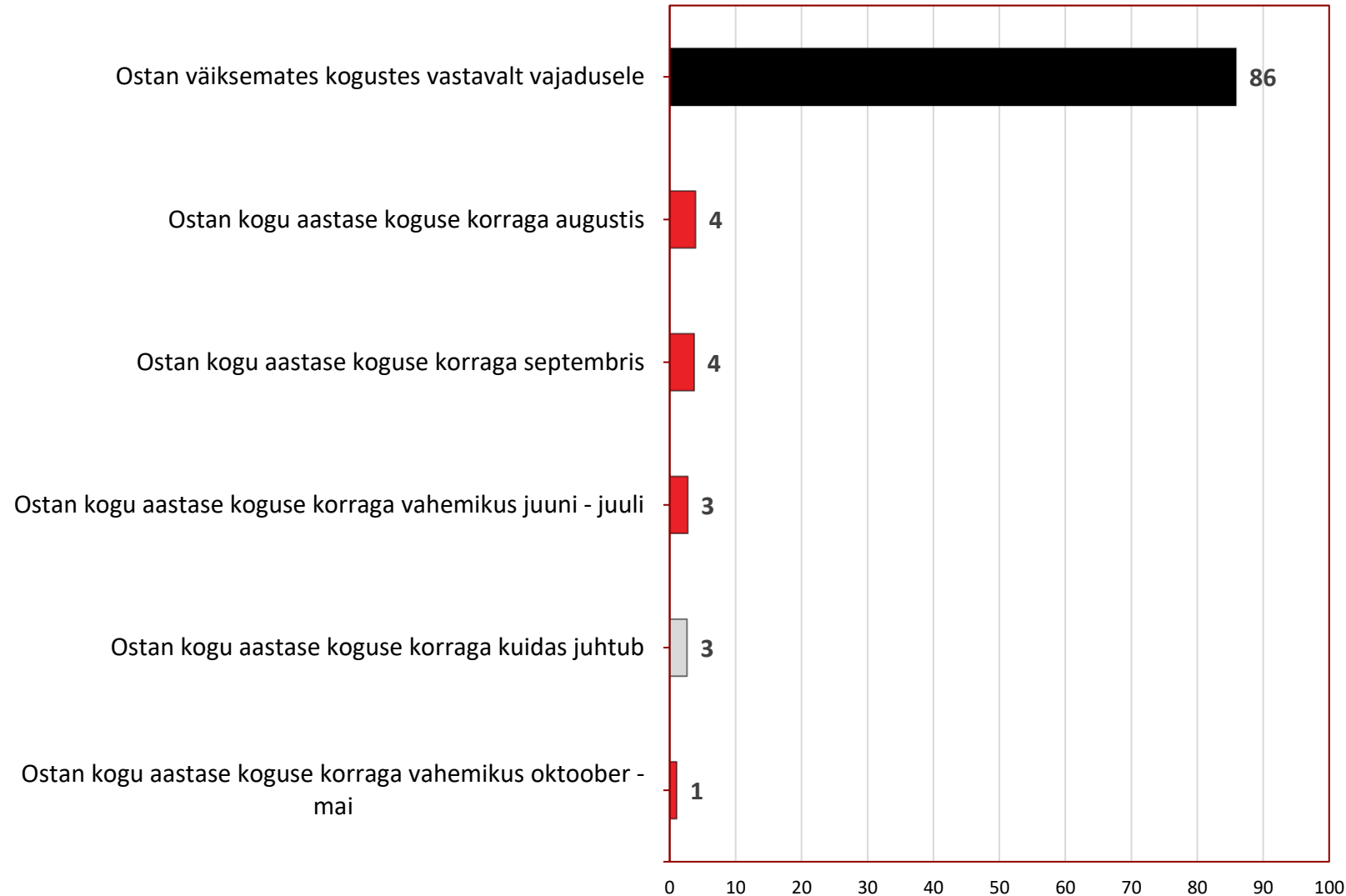
Üldjaotus

Küstiti neilt, kes on mett ostnud.

- Mee ostjad ostevad valdavalt (86%) väiksemates kogustes vastavalt vajadusele.
- Kogu aastase koguse korraga ostjaid on kokku 15%, kuid ostuperioodid jagunevad suhteliselt võrdselt, vaid mõnevõrra enam augustis ja septembris.

Mee kogused ja ostuajad $N = 836$

Küsimus: Millises koguses Te mett korraga ostate?



Kampaania märkamine ja potentsiaalne mõju

1. Kas olete seda klippi / neid reklaame varem näinud?
2. Milline on Teie arvates selle klipi / nende reklaamide sõnum?
3. Kas see klipp tõstis Teie soovi kodumaist, Eesti mett tarbida?
4. Kas see video tõstis Teie soovi mett üldse rohkem tarbida?
5. Kas need reklaamid tõstsid Teie soovi kodumaist, Eesti mett tarbida?
6. Kas need reklaamid tõstsid Teie soovi mett üldse rohkem tarbida?

Klipi varasem nähtavus $N = 1004$

Üldjaotus, vastasid nii mee tarbijad kui mittetarbijad (kogu valim)

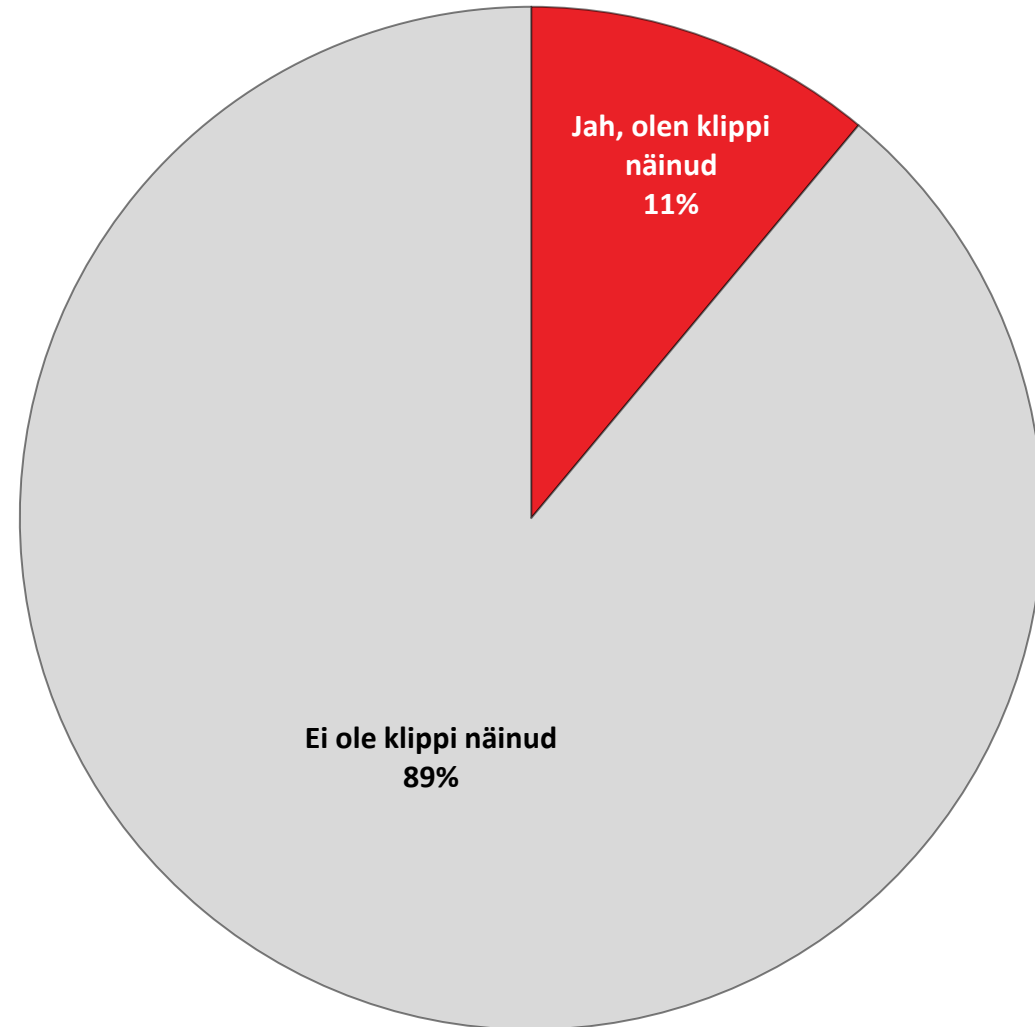
- Demonstreeritud videoklippi on näinud vaid 11% kogu valmist.
- See nähtavus on analoogne kõigis rühmades, vaid vanimeas rühmas veidi vähem (6%) ja muukeelses rühmas enam (17%).
- Klipi peamise sõnumina tajutakse mee tervislikkust (nimetab 34% vastanuist).
- Samas hinnatakse klipi mõju soovile osta kodumaist mett väga positiivselt – 70% kõigist küsitletutest tunnistab, et klipil on selline mõju ning see on ligilähedaselt sama kõigis vastajarühmades (v.a. mee mittetarbijad).
- 44% hindab, et see tõstis ka soovi mett üldse tarbida. Vanimas rühmas on see % väiksem, kuid nemad tarbivad mett niigi rohkem.

Vt järgmised slaidid.

Seega võib öelda, et klipp on igati positiivse mõjuga, kuid probleemiks on, et seda on vähe märgatud.

Videoklipi varasem nähtavus $N = 1004$

Küsimus: Kas olete seda klippi varem näinud?



Klipi nähtavus $N = 1004$

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

Peamise suhtluskeele järgi

Asulatüübi järgi

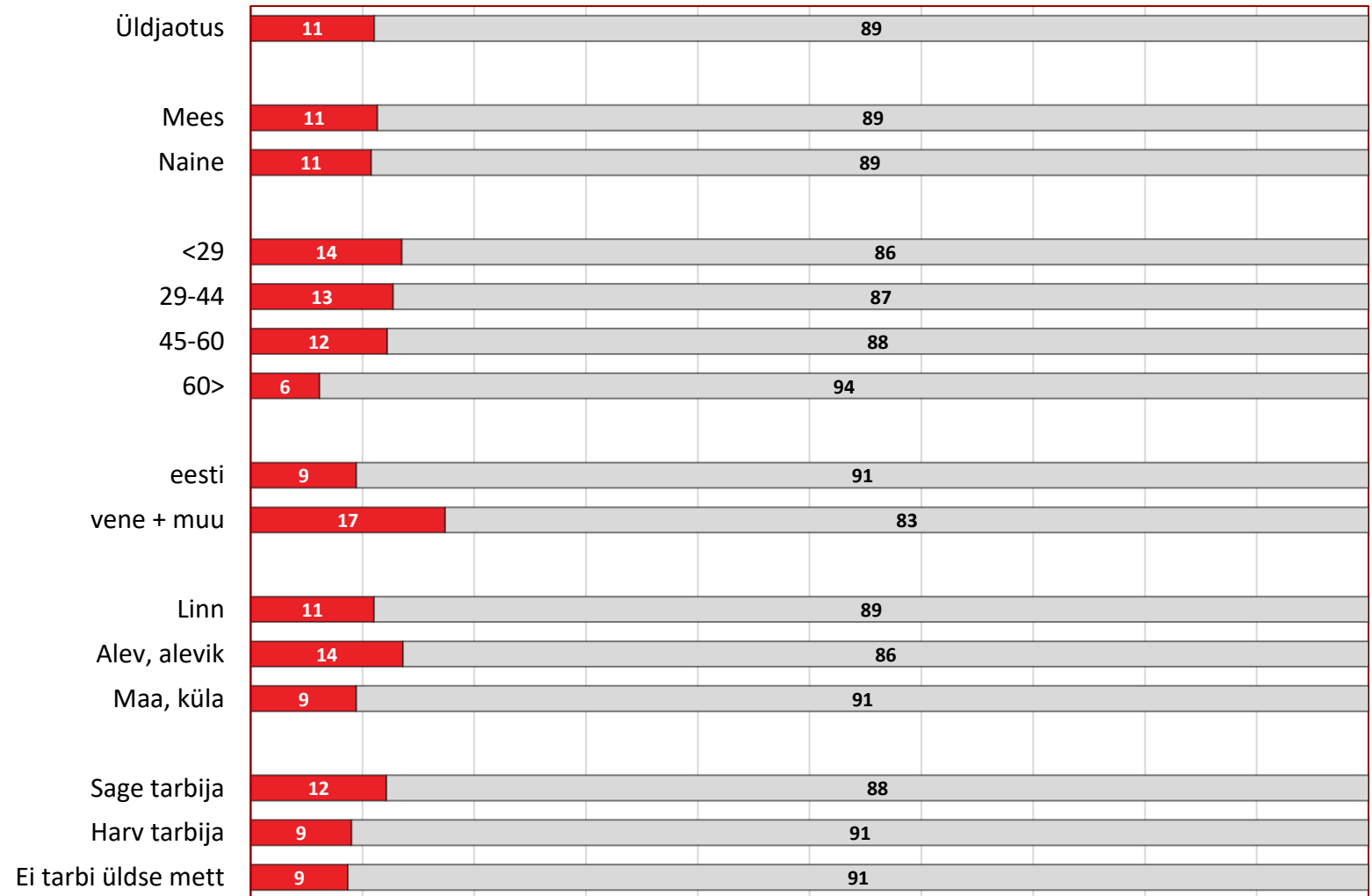
Mee tarbimise järgi

Videoklipi varasem nähtavus $N = 1004$

Küsimus: Kas olete seda klippi varem näinud?

■ Jah, olen klippi näinud

□ Ei ole klippi näinud



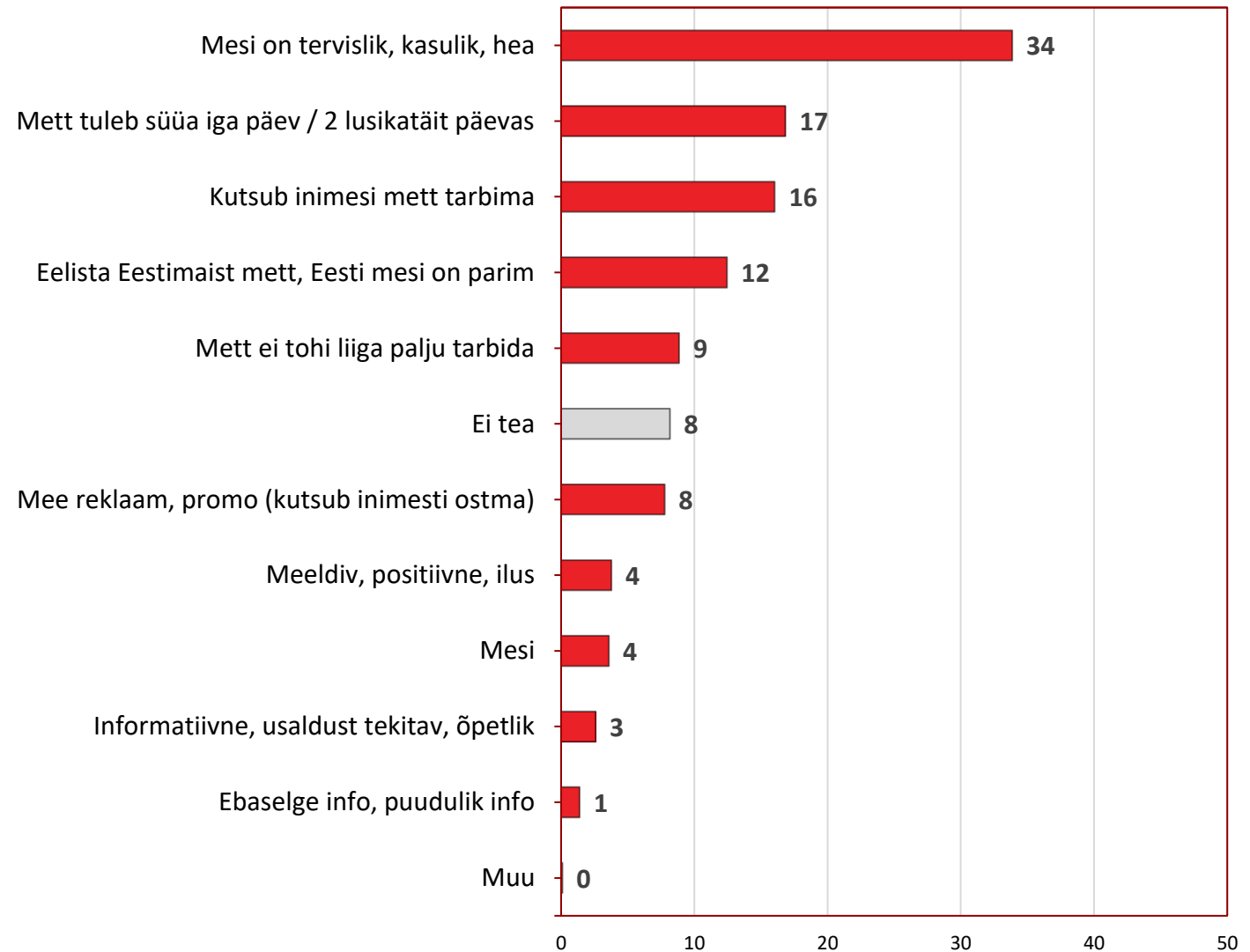
Klipi tajutud sõnum $N = 1159$

Üldjaotus

Spontaansed vastused

Klipi tajutud sõnum $N = 1159$

Küsimus: Milline on Teie arvates selle klipi sõnum?

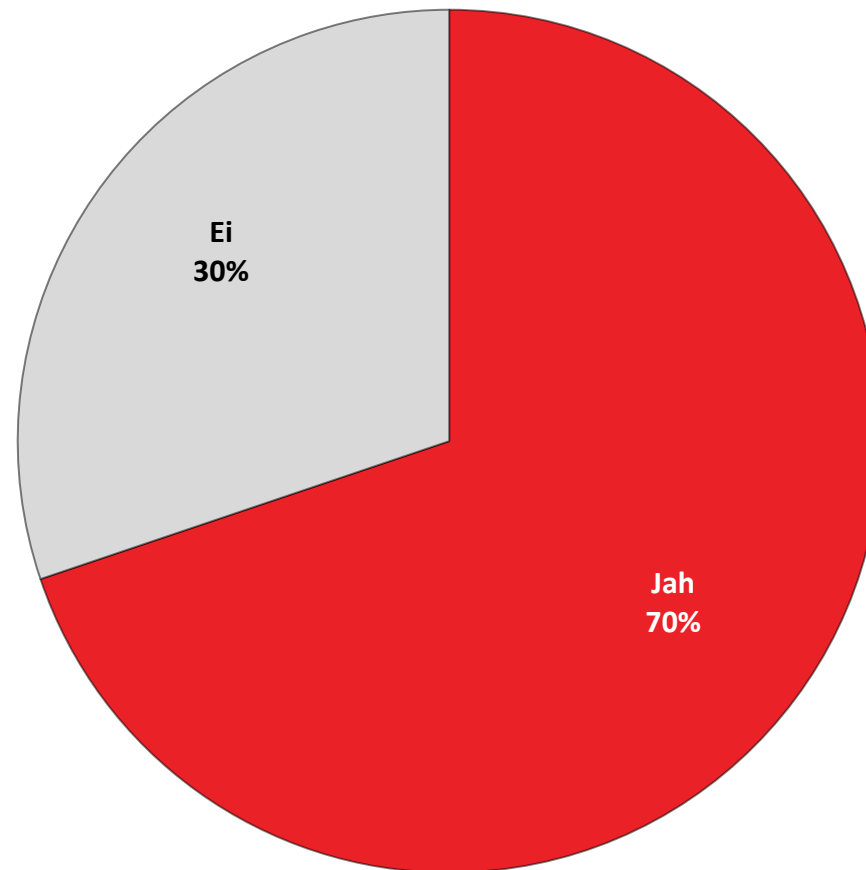


Klippi mõju Eesti mee tarbimisele *N = 1004*

Üldjaotus

Videoklippi mõju Eesti mee tarbimisele *N = 1004*

Küsimus: Kas see klipp tõstis Teie soovi kodumaist, Eesti mett tarbida?



Klippi mõju Eesti mee tarbimisele N = 1004

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

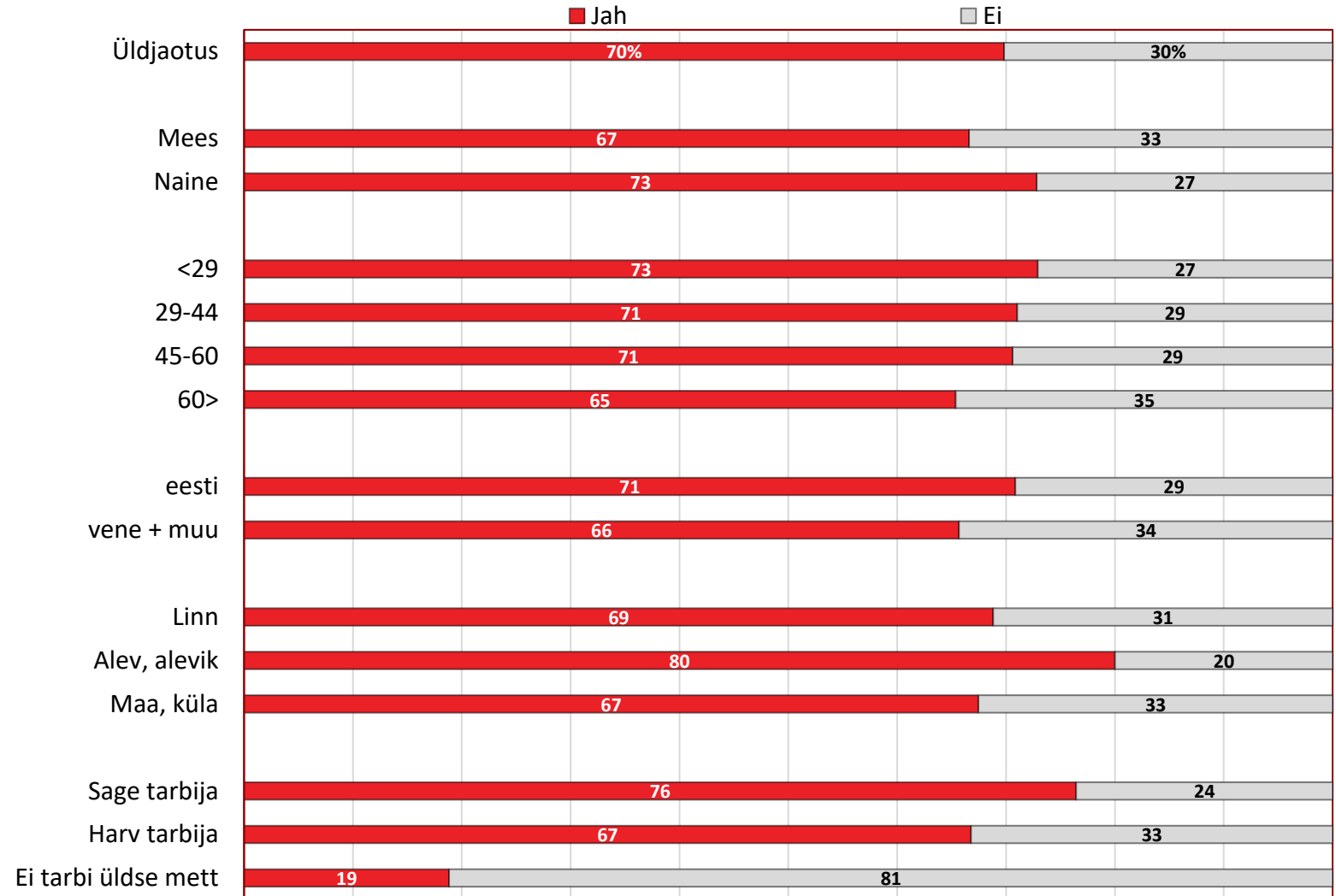
Peamise suhtluskeele järgi

Asulatüübi järgi

Mee tarbimise järgi

Videoklippi mõju Eesti mee tarbimisele N = 1004

Küsimus: Kas see klipp tõstis Teie soovi kodumaist, Eesti mett tarbida?

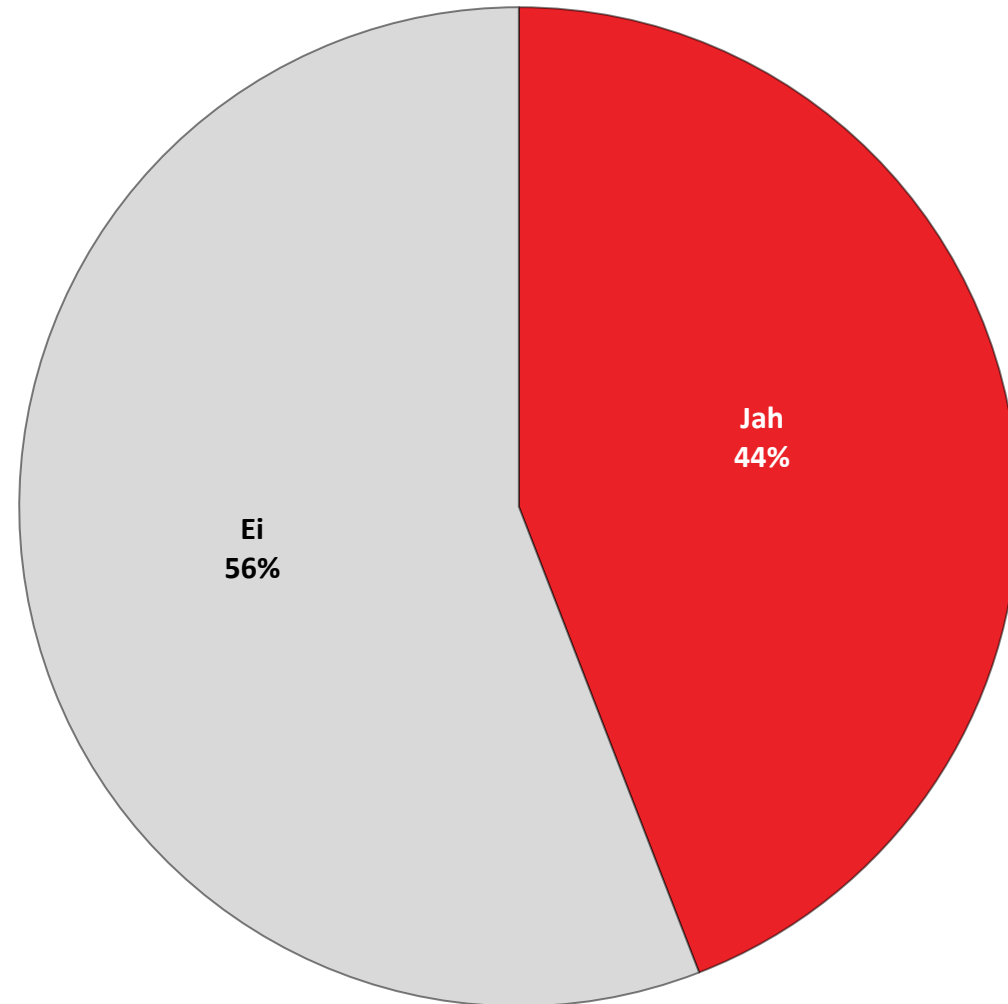


Klipi mõju mee tarbimisele üldiselt $N = 1004$

Üldjaotus

Videoklipi mõju mee tarbimisele üldiselt $N = 1004$

Küsimus: Kas see video tõstis Teie soovi mett üldse rohkem tarbida?



Klipi mõju mee tarbimisele üldiselt $N = 1004$

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

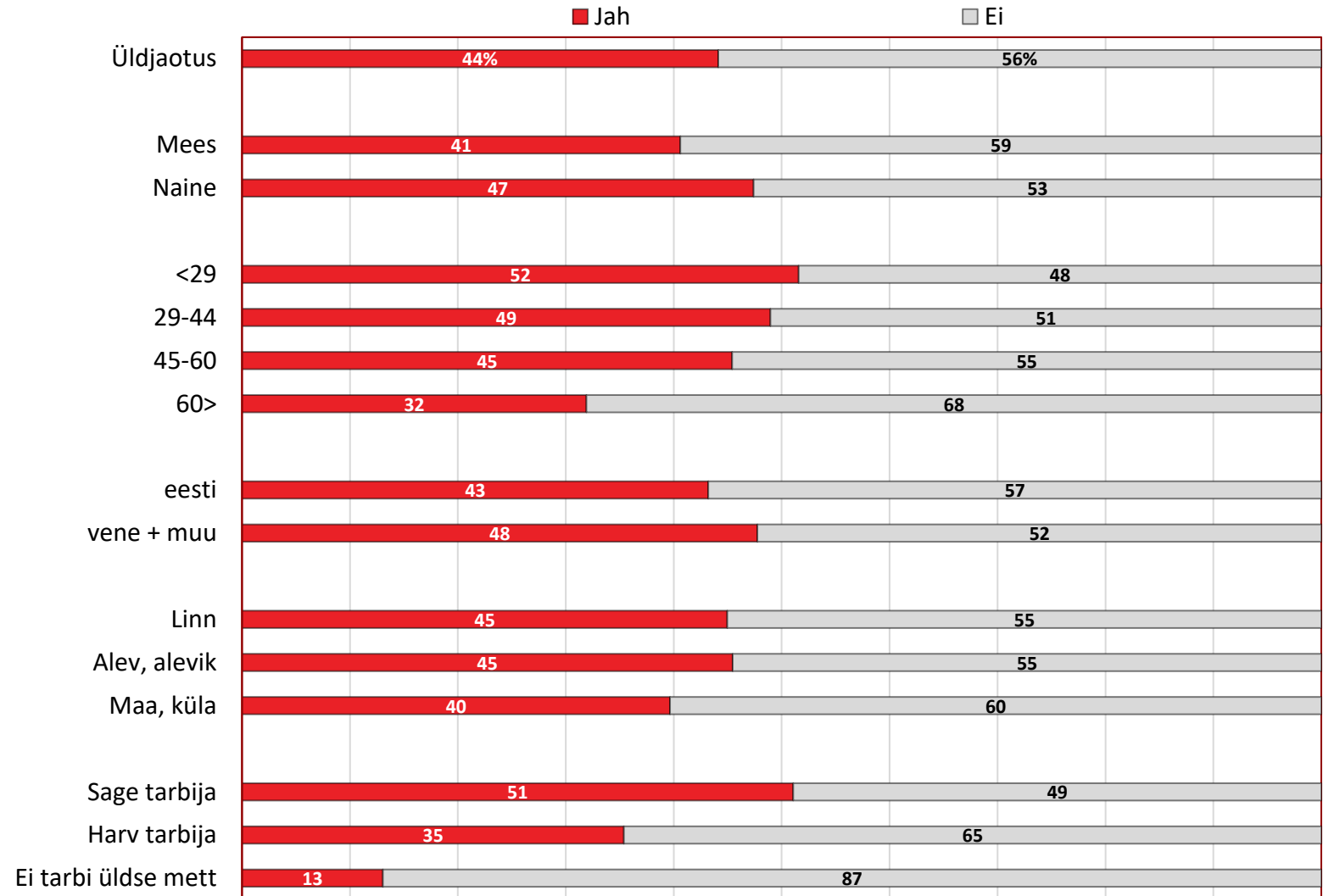
Peamise suhtluskeele järgi

Asulatüübi järgi

Mee tarbimise järgi

Videoklipi mõju mee tarbimisele üldiselt $N = 1004$

Küsimus: Kas see video tõstis Teie soovi mett üldse rohkem tarbida?



Reklaamide varasem nähtavus

N = 1004

Üldjaotus, kogu valim

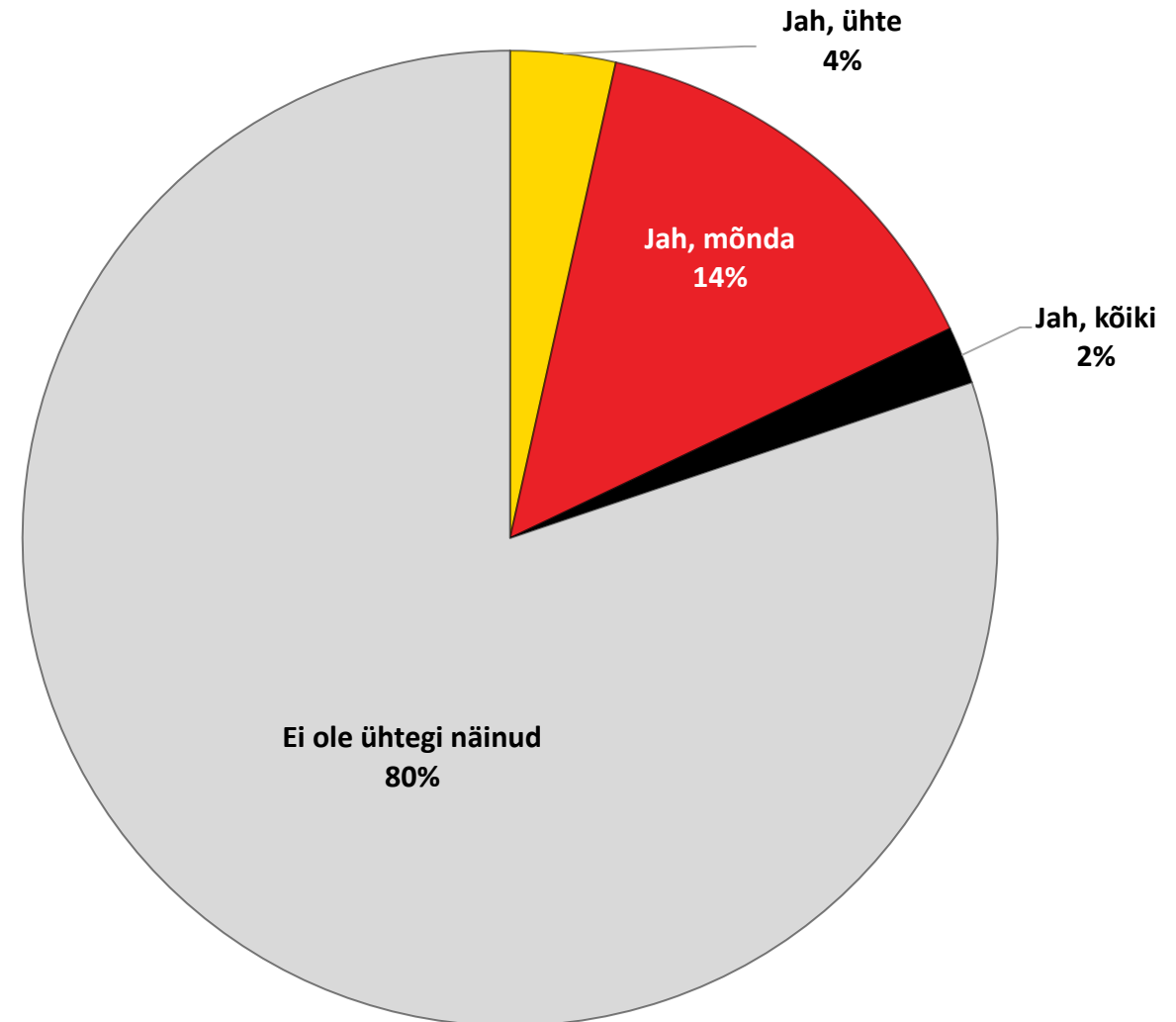
- Demonstreeritud kolmest reklaamist ei ole ühtegi näinud 80% küsitletutest.
- Kõiki on näinud 2%, mõnda 14% ja ühte neist 4%.
- Ka siin ei ole vastajarühmade lõikes märkimisväärsed erinevusi, ehk nende reklaamide nähtavus on läbivalt madal.
- Vaadeldud reklaamide sõnum väga selgelt ei eristu. 42% loeb neid informatiivseteks ja 23% näeb sõnumina mee tervislikkust.
- Taas hinnatakse nende reklaamide positiivset mõju kodumaise mee tarbimisele kõrgelt (62%) ning seda kõigis vastajarühmades.
- Ka reklaamide mõju mee tarbimisele üldiselt hinnatakse üsna kõrgelt (47% tunnistab mõju).

vt järgmised slaidid

Seega, ka vaadeldud reklaamide puhul ilmneb sama probleem – mõju hinnatakse positiivseks, kuid reklaamide märgatavus on madal.

Reklaamide varasem nähtavus ***N = 1004***

Küsimus: Kas olete neid reklaame varem näinud?



Reklaamide varasem nähtavus

N = 1004

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

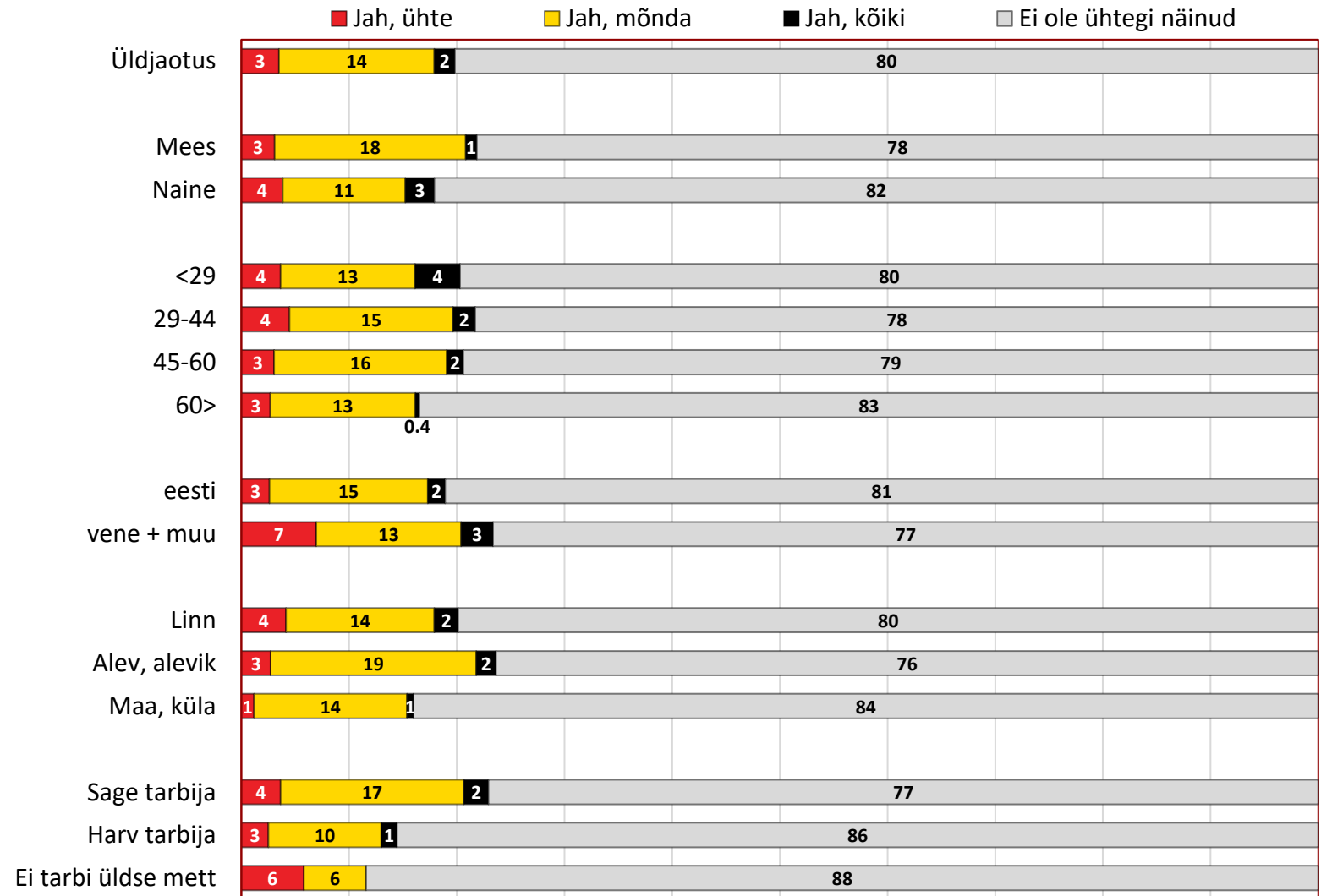
Peamise suhtluskeele järgi

Asulatüübi järgi

Mee tarbimise järgi

Reklaamide varasem nähtavus *N = 1004*

Küsimus: Kas olete neid reklaame varem näinud?



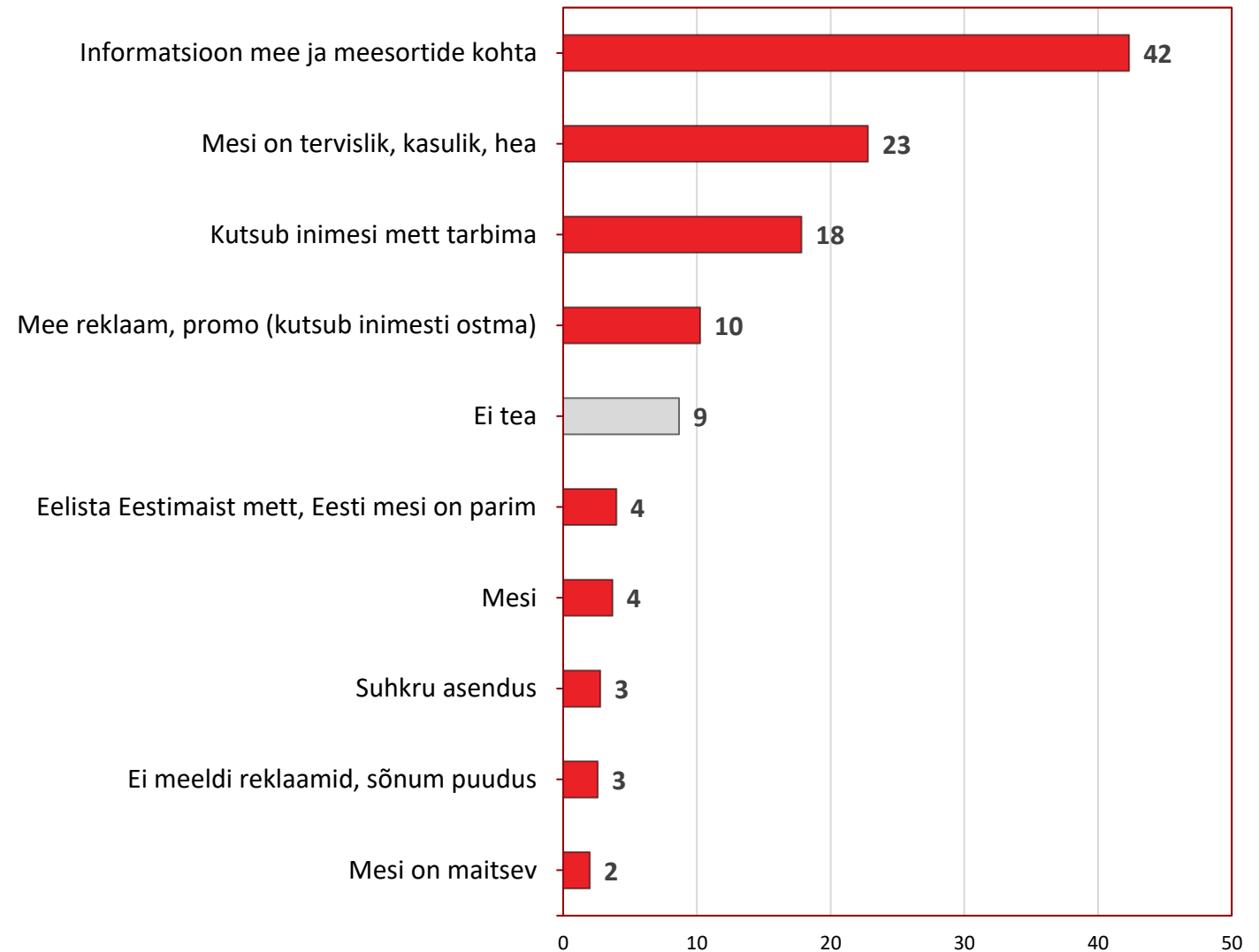
Reklaamide tajutud sõnum

N = 1174

Üldjaotus

Reklaamide tajutud sõnum *N = 1174*

Küsimus: Milline on Teie arvates nende reklaamide sõnum?

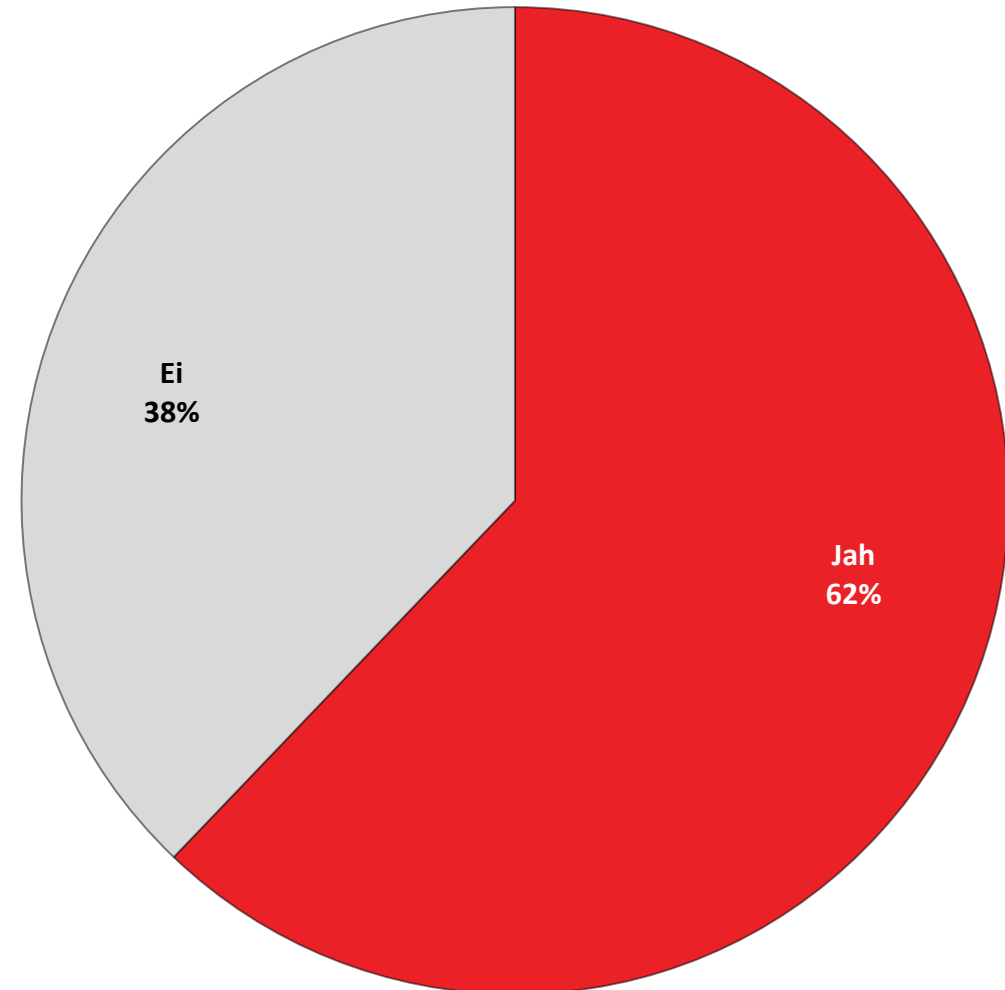


Reklaamide mõju Eesti mee tarbimisele $N = 1004$

Üldjaotus

Reklaamide mõju Eesti mee tarbimisele $N = 1004$

Küsimus: Kas need reklaamid tõstsid Teie soovi kodumaist, Eesti mett tarbida?



Reklaamide mõju Eesti mee tarbimisele $N = 1004$

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

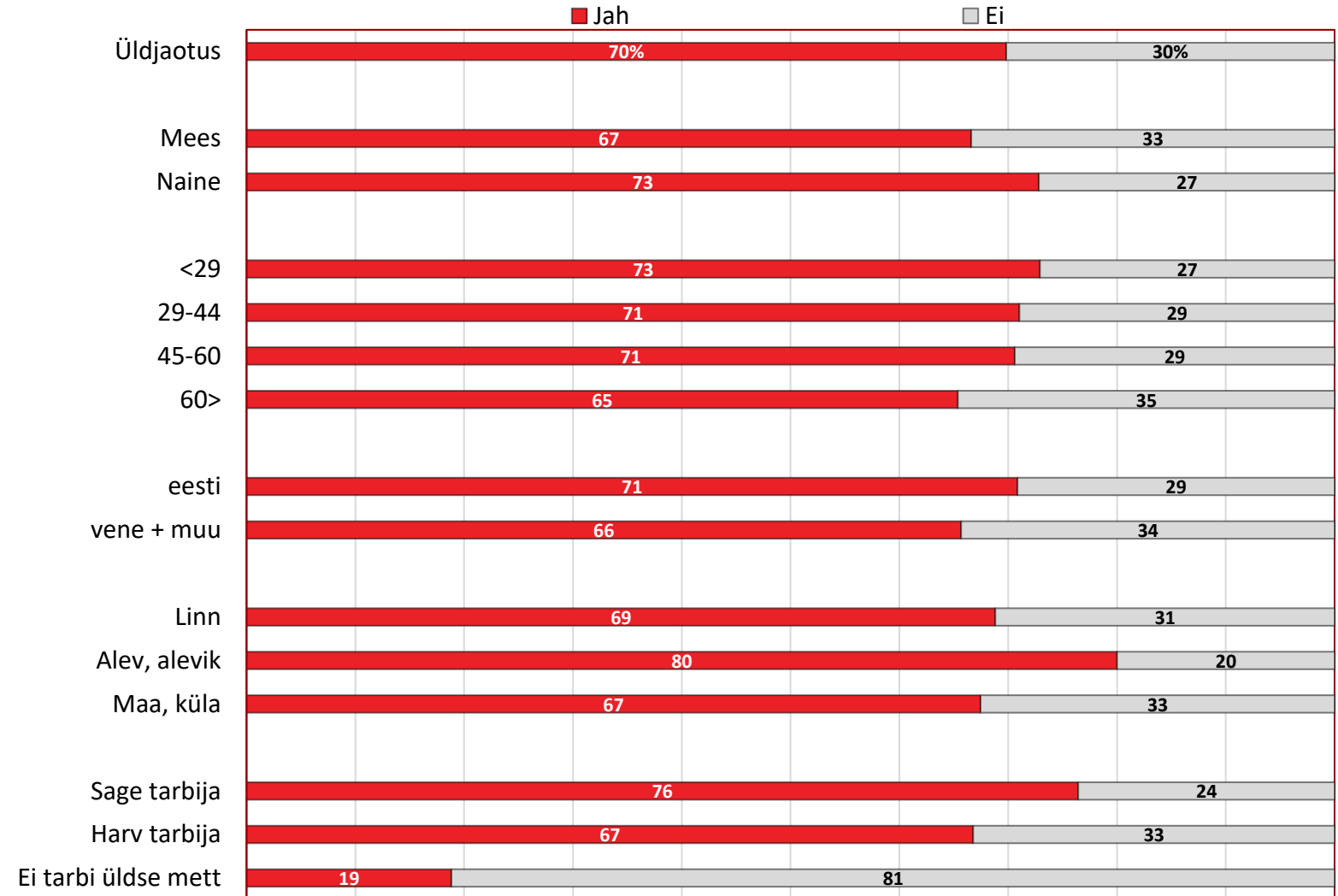
Peamise suhtluskeele järgi

Asulatüübi järgi

Mee tarbimise järgi

Videoklipi mõju Eesti mee tarbimisele $N = 1004$

Küsimus: Kas see klipp tõstis Teie soovi kodumaist, Eesti mett tarbida?

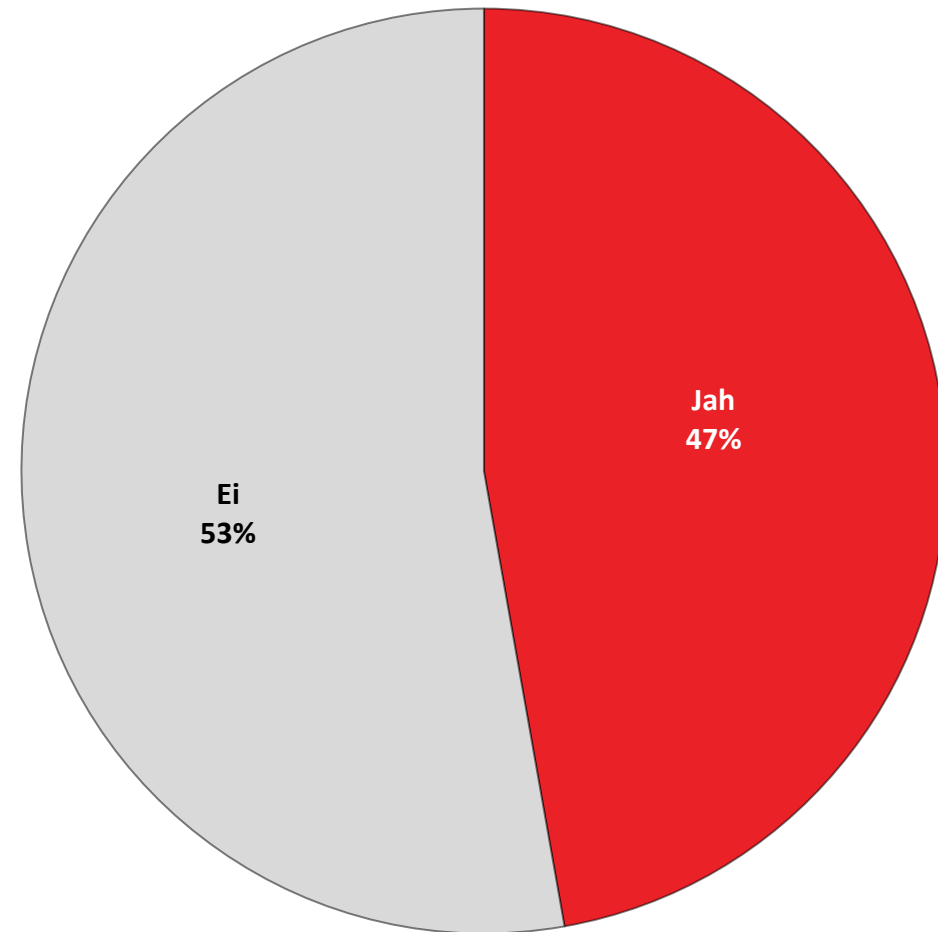


Reklaamide mõju mee tarbimisele üldiselt $N = 1004$

Üldjaotus

Reklaamide mõju mee tarbimisele üldiselt $N = 1004$

Küsimus: Kas need reklaamid tõstsid Teie soovi mett üldse rohkem tarbida?



Reklaamide mõju mee tarbimisele üldiselt $N = 1004$

Üldjaotus

Soo järgi

Vanuse järgi

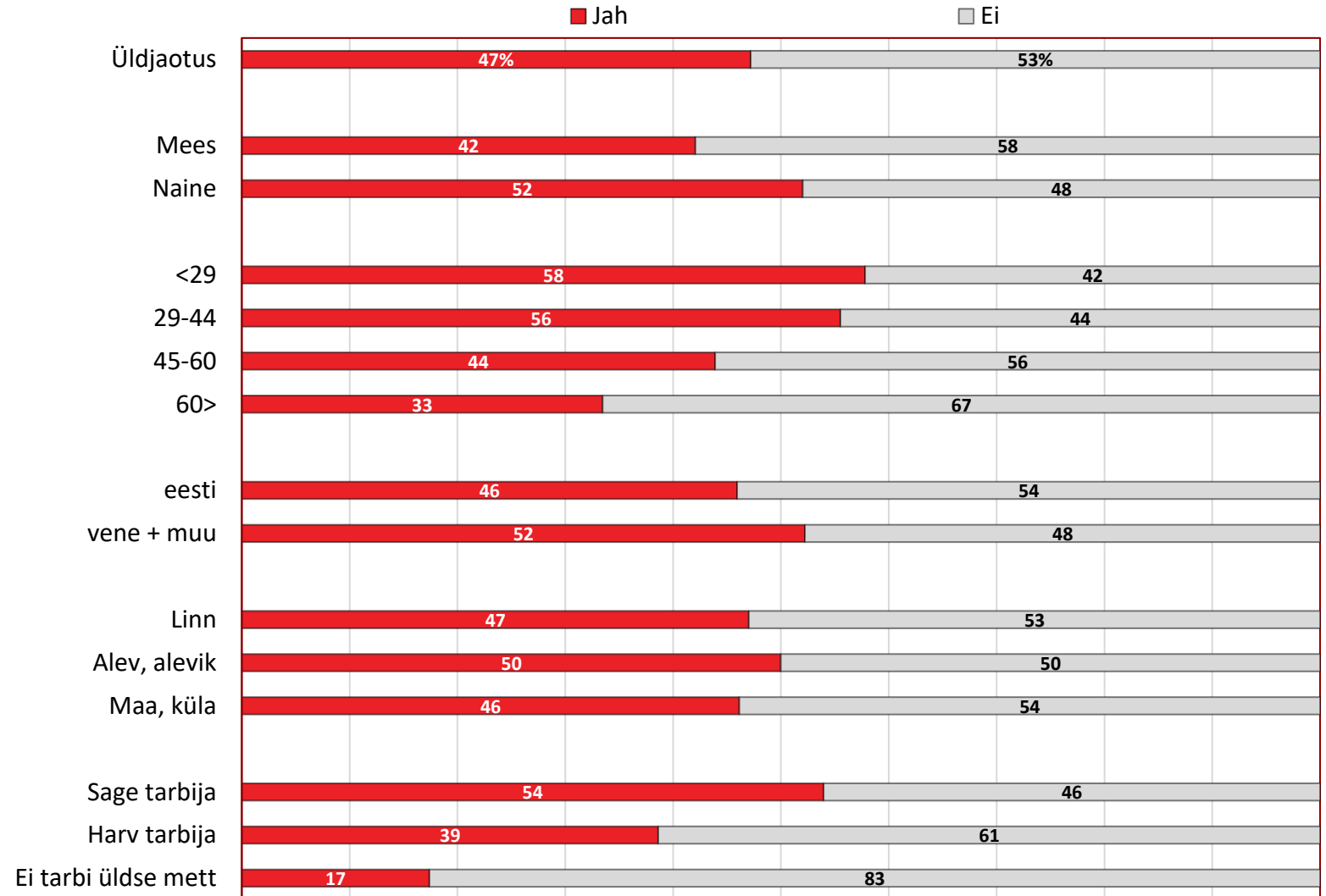
Peamise suhtluskeele järgi

Asulatüübi järgi

Mee tarbimise järgi

Reklaamide mõju mee tarbimisele üldiselt $N = 1004$

Küsimus: Kas need reklaamid tõstsid Teie soovi mett üldse rohkem tarbida?



Projektijuhtimine ja analüüs:

Kalev Petti

✉ | kalev@pingit.ee

☎ | +372 56 51 272

Tehniline teostus:

Mirjam Petti

✉ | mirjam@pingit.ee

☎ | +372 56 46 9244

