

## Mee ostueelistuste küsitlus

Uuringu lõppraport



Uuring valmis Eesti Kutseliste Mesinike Ühingu tellimusel ja rahastati Eesti Mesindusprogrammist 2020-2022.

## Sisukord

LÜHIKOKKUVÕTE .....	4
SISSEJUHATUS.....	9
<b>1 KUST, KUI PALJU JA KUI SAGELI METT SAADAKSE? .....</b>	<b>10</b>
1.1 MEE HANKIMISE VIIS.....	10
1.2 MEE SAAMISE VÕI OSTMISE KOHT NING EELISTUSED.....	11
1.3 MEE SAAMISE VÕI OSTMISE KOGUS.....	14
1.4 MEE OSTMISE SAGEDUS.....	16
<b>2 MEE TARBIMISE HARJUMUSED.....</b>	<b>18</b>
2.1 MEE TARBIMISE SAGEDUS.....	18
2.2 MEE TARBIMATA JÄTMISE PÕHJUSED .....	21
2.3 MEE TARBIMISVIISID .....	22
<b>3 MEE OSTU MÕJUTAVAD TEGURID .....</b>	<b>25</b>
3.1 TEGURID, MIDA OSTUOTSUSEL SILMAS PEETAKSE .....	25
3.2 KÕIGE ENAM OSTUOTSUST MÕJUTANUD TEGUR .....	28
3.3 MEE KONSISTENSI EELISTUSED.....	29
3.4 MEE VALIKUL PROBLEEMIDE KAHTLUSTAMINE .....	29
3.5 MAHEMEE HIND .....	30
<b>4 VALITUD MEETOOTJATE TOODETE OSTU KAARDISTUS.....</b>	<b>33</b>
<b>5 KÜSITLUSELE VASTANUTE TAUST .....</b>	<b>34</b>

## Lühikokkuvõte

Uuring võtab kokku 2020. aasta sügisel tehtud Eesti 15-74-aastaste elanike mee tarbimise ja ostueelistuste küsitluse tulemused.

### Mee hankimise viis

Enamik Eesti inimesi tarbib suuremal või vähemal määral mett. Vähem kui 5% elanikest on sellistest leibkondadest, kus keegi ei tarbi mett, ja see osakaal on püsinud üle aastate sarnasena.

Leibkonnas viimati tarbitud mesi oli ligi 60%-l juhtudest ostetud ning ligi 40%-l juhtudest saadud kingina või oma pere toodetud. Seejuures ligi kolmandik said mee kingiks ja endale tootis ca 7%.

Nooremate inimeste seas on vanematega võrreldes rohkem neid, kes said mett kingiks või kelle pere tootis ise mett. Mida vanemasse vanuserühma inimene kuulub, seda suurema tõenäosusega ta ostab mett: 55-74-aastaste inimeste leibkondade viimati tarbitud meest oli 75% ostetud.

### Mee saamise või ostmise koht ning eelistused

Ca 40% leibkondadest, kelle viimati tarbitud mesi oli ostetud, ostsid selle otse tootjalt. Populaarsuselt järgmised ostmise kohad on toidupood ja turg või laat, mõlemast soetas ca viiendik mee ostjatest viimase tarbitud mee. Pereliikmete ja tuttavate kaudu ostsid mett veidi üle kümnendiku mee ostjatest. Kõik muud ostmise kanalid on suhteliselt vähe levinud ja neist soetas mett vähem kui 5% mee ostjatest.

Eelistatud kanalid mee ostmiseks sarnanevad populaarsuse järjestuse poolest tegelike ostmise kanalitega. Kuna inimeste eelistused on paindlikud, on nad nõus kasutama samaaegselt erinevaid kanaleid. Võrreldes inimeste ostukanalite eelistusi ja tegelikke ostuharjumusi näeme, et kõiki kanaleid peale toidupoee eelistaks mee ostmisel kasutada rohkem inimestesi, kui neist ostukäitumiste järgi seda tegelikult kasutab. Inimesed eelistaksid osta mett pereliikmete, sugulaste ja sõprade vahendusel rohkem, kui nad seda tegelikult teevad – viimasel mee ostul kasutas seda kanalit 10-16% inimestest, eelistatud valikuna aga nimetas 29-36%. Ka otse tootjalt ostmist eelistavate inimeste osakaal on u 10 protsendipunkti kõrgem kui otse tootjalt mett ostnute osakaal. Turult või laadalt ostmise puhul on vastav erinevus ca 15 protsendipunkti.

Võrreldes eestlaseid muust rahvusest elanikega ja maaelanikke linnaelanikega ostab suurem osa eestlasi ja maaelanikke mett otse tootjalt või läbi pereliikmete ja sõprade. Võrreldes eestlaste ja maaelanikega, ostab suurem osa muust rahvusest inimesi ja linnaelanikke mett toidupoest ja turult või laadalt.

### **Mee saamise või ostmise kogus**

Mee ostukogused on enamasti alla 1 kg. Viimase mee ostmisel oli 60%-l juhtudest ostukogus alla 1 kg. Samas on tasuta saadud meest 75%-l juhtudest kogus alla 1 kg. Seega on tasuta saadava ja kingitava mee kogused keskmiselt väiksemad kui ostetava mee kogused.

Mee ostukogus sõltub ostjate vanusest ja rahvusest. Vanemad inimesed ostavad sügisel korraga rohkem mett kui nooremad. 55-74-aastaste seas oli 2 kg või rohkem mett ostnuid 25-36%, samas nooremates vanuserühmades oli neid kuni 20%. Muust rahvusest inimesed ostsid korraga väiksemaid koguseid kui eestlased ja eestlaste hulgas seevastu oli enam neid, kes ostsid rohkem kui 1 kg mett.

### **Mee saamise või ostmise sagedus**

Ligi pooled inimestest, kelle leibkonnas tarbitakse mett, soetavad seda mõned korrad aastas (ca 45%). Lisaks neile on ca veerand selliseid leibkondi, kus ostetakse mett kord kuus või sagedamini. Mett ei osteta üldse ca 7% inimeste leibkondades. Seega neist, kes viimati said mee kingituseks (29,5-34,1% kõigist leibkondadest), ostab suur osa aeg-ajalt ka ise mett.

Mee ostmise sagedus erineb samuti rahvuse lõikes. Muust rahvusest inimesed ostavad mett sagedamini ja väiksemates kogustes kui eestlased.

### **Mee tarbimise sagedus**

Viimase kuu jooksul on vähemalt korra mett tarbinud ligikaudu 70% inimestest. 27-33% tarbivad mett mõned korrad kuus ja teised veelgi sagedamini. 22-27% inimestest ei tarbinud eelmisel kuul mett ja 3-6% ei tarbi üldse mett.

Soo ja rahvuse lõikes on mee tarbimises mõned erinevused. Naiste hulgas on mett igapäevaselt tarbivaid rohkem kui meeste seas ning eestlased tarbivad mett sagedamini kui mitte-eestlased. Samuti tarbivad vanemad inimesed mett sagedamini kui noored. Vanusegrupiti on igapäevaselt meetarbijaid 45-74-aastaste seas kaks korda suurem osakaal kui nooremate seas (ca 25 vs 12%).

### **Mee tarbimata jätmise põhjused**

Levinuim põhjus, miks **eelmisel kuul** mett ei tarbitud, on vähene mee tarbimise harjumus. See selgitab 72% inimeste, kes viimasel kuul mett ei tarbinud, mee mittetarbimise põhjuse. Teiseks põhjuseks on mee puudumine kodus ja see, et mesi ei maitse, mõlema tõttu ei tarbinud eelmisel kuul mett ligikaudu 12% vastanutest. Inimesed, **kes üldse mett ei tarbi**, ei tee seda peamiselt kolmel põhjusel: allergia või muu haigus, mesi ei maitse või puudub mee tarbimise harjumus.

## **Mee tarbimisviisid**

Kõige enam tarbitakse mett jookide magustamiseks (ca 60%), määrimiseks pannkookide, saia või leiva peale (ca 50%) ning paljalt söömiseks (ca 42%). Toiduvalmistamisel kasutab mett ligikaudu 27% inimestest. Mee välispidine kasutamine on inimeste hulgas oluliselt vähem levinud kui eelnevad kasutusviisid.

Võrreldes nendega, kes mett harvem tarbivad, tarbivad mee igapäevased kasutajad seda suhteliselt rohkem just jookide magustamiseks ja mõned korrad nädalas kasutajad suhteliselt rohkem saia- või leivamäärdena.

Tarbimisviisid erinevad vähesel määral ka rahvuse lõikes. Nimelt kasutavad eestlased muust rahvusest inimestega võrreldes enam mett nii jookide magustamiseks kui ka määrimiseks pannkookide, saia vms peale. Muu rahvuse hulgas eelistatakse eestlastest enam süüa mett paljalt. Vanuse lõikes on samuti väikesed erinevused, nooremate seas on just jookide magustamine sagedasim mee kasutamise viis ja vanimas rühmas on sagedasim mee saia- ja leivamäärdena kasutamine.

## **Mee ostuvalikut mõjutavad tegurid**

Mee ostuvalikut mõjutavad mitmed tegurid, ei ole ainult ühte teistest eristuvat olulist kriteeriumit. Olulisteks ostuvalikut mõjutavateks teguriteks, mille keskmine hinnang on 5-pallisel skaalal üle 4 palli, on järgnevad:

- toote kvaliteet on hea
- mesi on Eestis toodetud

3,5-4-pallise keskmise hindega on järgmised tegurid:

- mee konsistents (vedel, kreemjas, kristalliseerunud)
- mesi on mahetoodang
- olen sama toodet varem ostnud

3,2-3,5-pallise keskmise hindega on järgmised tegurid:

- hind
- eelistan kindla tootja toodet
- tunnen meetootjat isiklikult

2,5 ja 3 palli vahel on pakendil esitatud teave, pakendi materjal ja mee päritolu kindlalt taimeliigilt. Ülejäänud tegurid nagu etiketi kujundus ja toote reklaam on keskmise hindega alla 2 palli.

Väikesed erinevused ostuvalikut mõjutavate tegurite olulisuses on vanuse, rahvuse, elukoha ja soo lõikes. Eestis toodetud mee tegurit peavad keskmiselt olulisemaks naised, eestlased, maa-asula elanikud ning 55-74-aastased. Mahetoodangu tegurit peavad keskmiselt olulisemaks 35-54-aastased ja mitte-eestlased.

Inimesed teevad ostuvalikuid, võttes arvesse mitmeid erinevaid tegureid ja tingimusi, aga lõpliku valiku kõige olulisemaks mõjutajaks kriteeriumitele vastavate toodete hulgast võib olla neist vaid mõni üksik. Eristusid kolm kriteeriumit, mis on olnud peamised ostuotsuse mõjutajad: toote kvaliteet, varasem sama toote ostmine ja tootja isiklik tundmine. Need kolm kriteeriumit kokku kirjeldavad ca 60% vastajate lõpliku ostuotsuse tegemist. Lisades neile juurde kriteeriumi „eelistan kindla tootja toodet“, kirjeldame 2/3 mee ostjate valikute tagamaid. Eestis toodetud mesi või päritolumaa järgi mee ostmine ei ole kõige olulisemad ostuvaliku kriteeriumid, vaid taustatunnused, mis määravad toodete hulga, mille seas valik tehakse. Analoogne tegur on mee konsistents, mida peavad ostjad enamasti väga oluliseks (keskmise hinne 5-palli skaalal 3,9-4), kuid peamiseks ostuotsuse tegemise mõjuriks oli see vaid 5,3-8,6%-l mee ostjatest.

### **Mee valikul probleemide kahtlustamine**

Ligikaudu 62% inimestest, kes on mett ostnud, on mee valikul kahtlustanud mõnda probleemi. Siinkohal ei ole mõeldud probleeme viimasel mee ostul, vaid seda, kas inimene on üldse kunagi mee ostmisel probleemi kahtlustanud. Probleemide kahtlustamine võib aga olla üheks põhjuseks, miks suur osa inimestest valib mee, millega ta on juba tuttav ja mida usaldab. Kõige sagedamini esinevad kahtlused, millega mee tootmisel ja turundamisel arvestada, on järgnevad:

- mee on lisatud suhkrut (ca 48% mett ostnutest)
- Eesti mee nime all müüakse välismaal toodetud mett (ca 35% mee ostnutest)
- meele lisatakse säilivuse parandamiseks säilitusaineid (ca 25% mee ostnutest)
- mesi sisaldab taimekaitsevahendite jääke ja raskemetalle (ca 21% mee ostnutest)

Probleemi, et mee on lisatud suhkrut, kahtlustavad teistest sagedamini 35-54-aastased ja mitte-eestlased. Eesti mee nime all välismaal toodetud mee müümist kahtlustavad eestlased mõnevõrra enam kui mitte-eestlased ning 35-54-aastased enam kui nooremad.

### **Mahemee hind**

Kujutades ette olukorda, kus tavaline mee hind on 10 eurot kg, oleks valdav osa (ca 82%) inimestest mahemärgiga mee kilo eest nõus rohkem maksta. Keskmiselt on inimesed nõus maksta 5,8-6,5 eurot rohkem. Küll aga on seejuures oluline, et inimesed lähtuvad mee ostmisel mitmetest erinevatest kriteeriumitest ning selles hüpoteetilise olukorra küsimuses ei ole teiste tegurite mõju arvesse võetud. Kuigi tulemustest nähtub, et mahetoodang on ostjatele oluliseks mee valiku kriteeriumiks ning üldiselt ollakse maheda märgisega mee eest nõus rohkem maksta, siis ostuotsust mõjutab korraka palju erinevaid tegureid. Samuti tuleb reservatsiooniga suhtuda nende küsimuste tulemustesse, millele inimesed võivad vastata sotsiaalselt soovitava viisil ja mille vastamisega ei kaasne reaalselt kohustust.

Mahemärgiga mee eest on nõus juurde maksma teistest gruppidest keskmiselt enam mitte-estlased (6,9-8,4 eurot), linnaelanikud (6-6,9 eurot) ning 15-54-aastased (5,9-7,4 eurot).



## Sissejuhatus

Uuringuraport annab küsitluse põhjal ülevaate Eesti inimeste mee ostu- ja tarbimiseelistustest. Küsitluse andmed kogus Norstat Eesti AS 2020. aasta oktoobris veebi- ja telefoniküsitlusena. Küsitluse tulemused esindavad 15-74-aastaseid Eesti elanikke. Küsitlusele vastas 1000 inimest. Vastanute sotsiaaldemograafilise jaotuse esitame raporti viimases peatükis.

Küsitluse andmed koguti sügisel ja on teada, et suve lõpus ja sügise alguses müüakse ja ostetakse mett rohkem kui ülejäänud kuudel. Sellega tuleb arvestada tulemuste tõlgendamisel ja tulemusi ei saa laiendada automaatselt kogu aastale.

Küsitluse tulemused esitame usalduspiiridega, mis näitavad hinnangut nähtuse levikule üldkogumis. Joonistel näidatakse küsitluse andmetest arvutatud punkthinnangut ja selle 95%-lisi usalduspiire. Usalduspiiride otspunktid näitavad, kui kindlad me saame küsitluse põhjal olla selles, kus vahemikus nähtus üldkogumis (15-74-aastased Eesti inimesed) asub. Kui kahe hinnangu usalduspiirid kattuvad suures osas, siis ei ole võimalik küsitluse põhjal statistiliselt olulist erinevust gruppide vahel tuvastada. Kõikide ankeediküsimuste vastuste jaotused esitame üldiselt ja juhul, kui esineb statistiliselt olulisi erinevusi, siis ka sotsiaaldemograafiliste tunnuste lõikes.

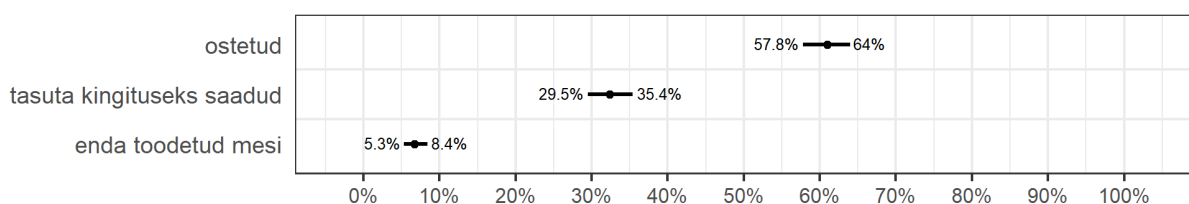
# 1 Kust, kui palju ja kui sageli mett saadakse?

## 1.1 Mee hankimise viis

Enamik Eesti inimesi tarbib mett. Inimesi, kes elavad leibkondades, kus mett ei tarbita, on väga vähe (2,4-4,7%) ning see osakaal pole 2010. aastaga võrreldes oluliselt muutunud. 2010. aasta mee tarbimise uuringus<sup>1</sup> leiti, et mett ei tarbi üldse 5% 15-74-aastastest inimestest.

Suhteliselt suur osa inimesi saab mett tasuta kingituseks või tarbib enda pere poolt toodetud mett. Inimeste jagunemine on ligikaudu 60/40 nende vahel, kes ostsid viimati tarbitud mee, ja nende, kes said selle kingiks või kelle pere selle ise tootis. Inimeste osakaal, kelle viimati tarbitud mesi oli nende pere toodetud või kingiks saadud, on käesoleva küsitluse järgi suurem kui Eesti sotsiaaluuringu (ESU) ja leibkonnaeelarve uuringu (LEU) põhjal võiks eeldada. ESU järgi<sup>2</sup> oli endale mett tootvaid leibkondi 2018. aastal 0,99-1,6% ja LEU järgi mett enda tarbeks tootvaid või lähedastelt tasuta saanud leibkondi 2015-2016. aastal 2,6-3,9%. Arvestades, et keskmises Eesti leibkonnas on 2,1 inimest, vastab LEU järgi mett enda tarbeks tootnud või tasuta mett saanud leibkondade osakaal ligilähedaselt käesolevas küsitluses leitud inimeste osakaalule, kes leiavad, et nad tarbisid viimati enda pere toodetud mett. Lisaks enda toodetud mett tarbivatele on ligi kolmandik inimesi, kelle viimati tarbitud mesi saadi kingitusena. Seega on mett turustavate ja müüvate tootjate jaoks väga suur konkurents n-ö mitteametliku turu näol, kus liigub endale ja lähedastele toodetav ning kingitustena saadud mesi. Kuigi osa kingitavat mett on ilmselt eelnevalt ostetud, siis seda osakaalu pole kahjuks võimalik küsitluse andmetest välja tuua.

Joonis 1. Leibkonnas viimati tarbitud mee päritolu (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud või saanud mett)

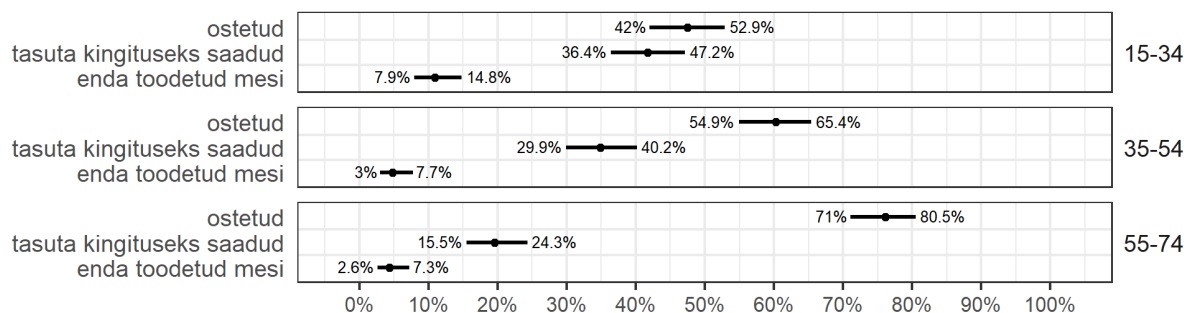


Vanuse järgi noorim vanuserühm (15-34-aastased) saab vanematest sagedamini mett tasuta ja samas ostab neist mett väiksem osakaal. Samuti on nende seas õige veidi suurem osakaal neid, kelle leibkond toodab ise mett.

<sup>1</sup> Socio uuringukeskus (2010) Eesti mee eratarbijate uuring 2010, lk 8.

<sup>2</sup> Centar (2020) Mee statistika kujunemine ja leibkondade mee ostud Eesti Statistikaameti andmetel, lk 19.

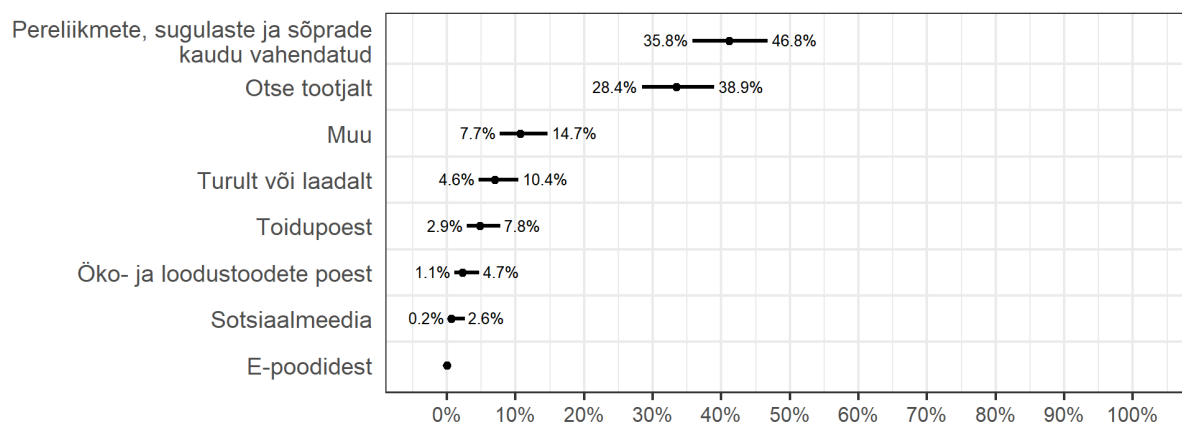
Joonis 2. Leibkonnas tarbitud mee päritolu (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud või saanud mett) - vanusegruppide kaupa



## 1.2 Mee saamise või ostmise koht ning eelistused

Kolm neljandikku neist, kelle viimati tarbitud mesi oli saadud kingiks või leibkonna enda toodetud, said mee pere, sugulaste ja sõprade kaudu või otse tootjalt. Väiksem osakaal on tasuta mett saanud ka muudest kohtadest.

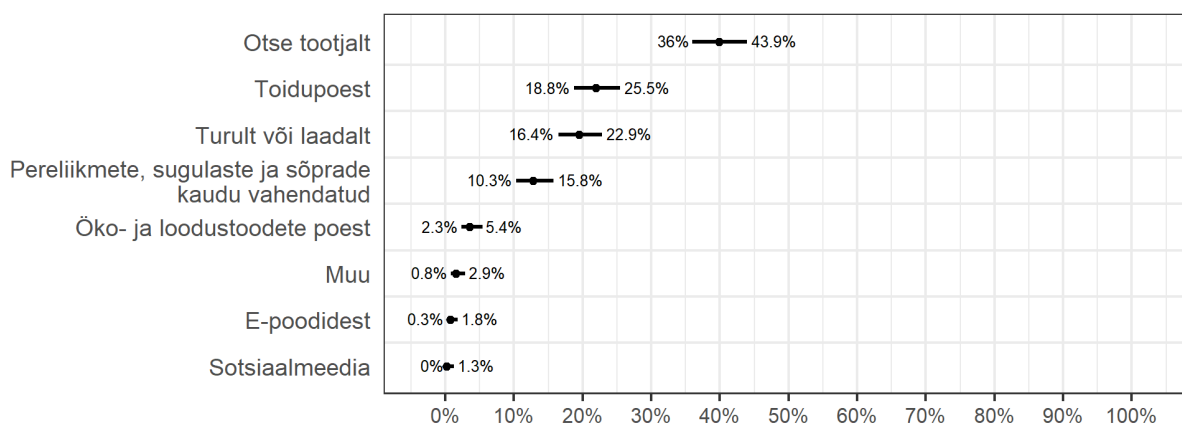
Joonis 3. Mee saamise koht (protsent 15-74-aastastest, kes on saanud mett tasuta või kingituseks)



Need vastajaid, kes said mett muudest kanalitest, täpsustasid, et nad toodavad mett ise või soetavad seda välismaalt.

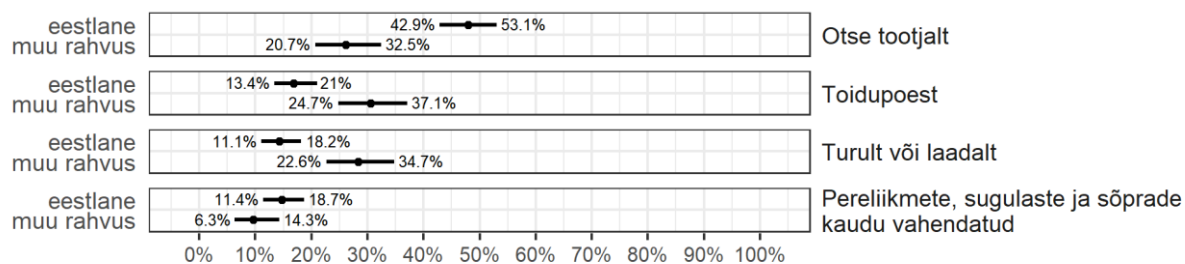
Neist, kelle viimati tarbitud mesi oli ostetud, ostsid ligi 40% selle otse tootjalt. Toidupoodidest ja turult või laadalt ostsid viimase tarbitud mee ca 20% ja tuttavate kaudu vahendatult ostsid selle veidi üle 10% vastanutest. Kõik muud kanalid on mee ostmisel oluliselt vähem levinud.

Joonis 4. Mee ostmise koht (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett)



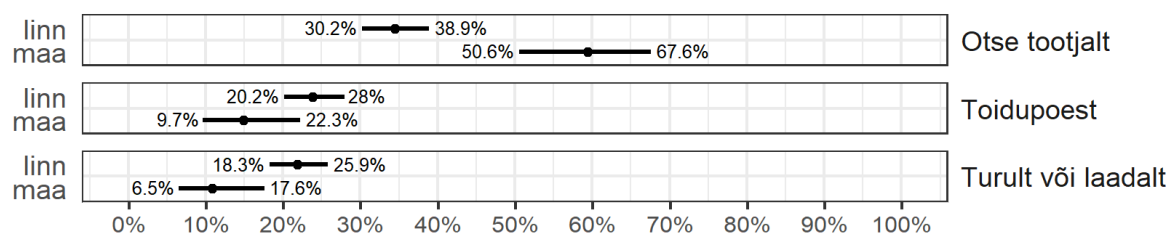
Mee ostmise kanalite mustrid on veidi erinevad rahvuse ja elukoha lõikes. Eestlastest ostavad mett otse tootjalt ligi pooled, muust rahvusest inimestest ligi veerand. Muust rahvusest inimesed ostavad seevastu suhteliselt enam mett turult, laadalt või ka toidupoest (ca 30% vs ca 15%).

Joonis 5. Mee ostmise koht (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett) – rahvuse kaupa



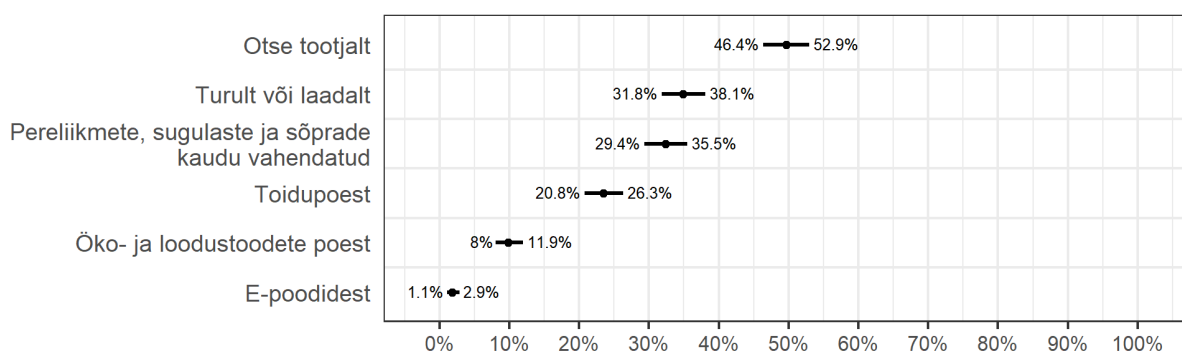
Võrreldes linnaelanikega soetavad maal elavad inimesed enam mett otse tootjalt ja linnaelanikud soetavad maaelanikega võrreldes mee enam toidupoest ja turult või laadalt

Joonis 6. Mee ostmise koht (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett) – elukoha asulatüübi kaupa



Mett ostvate inimeste ostueelistused ja ostmise kohad on üldjoontes vastavuses. **Pooled** inimestest **eelistavad** osta mett otse tootjalt (käest kätte). Ca kolmandik on neid, kes eelistavad osta turult või laadalt (ca 35%) ja pereliikmete, sugulaste või sõprade kaudu (29,4%-35,5%). Toidupoodi eelistab mee ostukohana ca veerand vastanutest. E-poodi eelistavad ostukohana väga vähesed (2,4%).

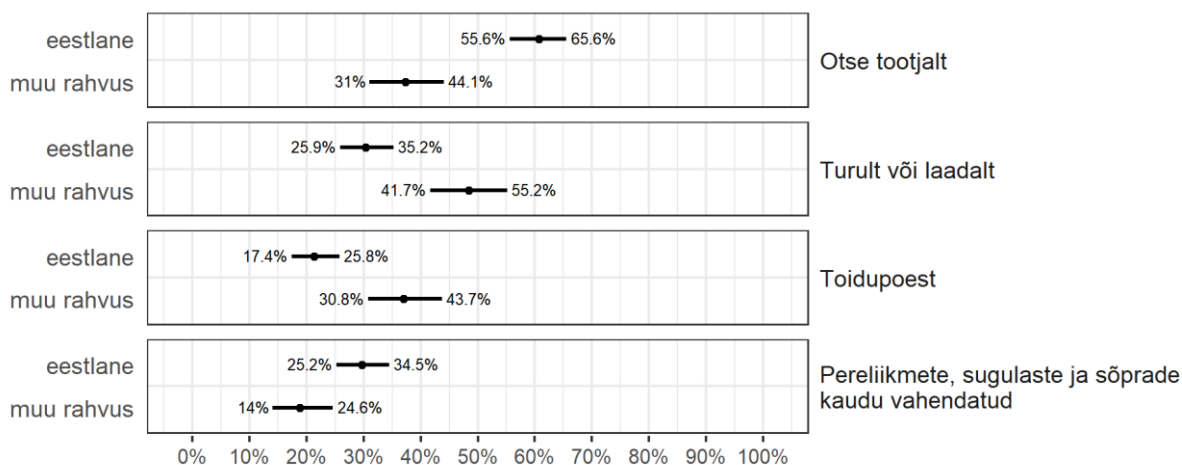
Joonis 7. Mee ostmise kanali eelistused (protsent 15-74-aastastest, kes on mett tarbinud)



**Avatud vastustes** põhjendati, miks eelistatakse otse tootjalt ostmist: ostmisel on oluline isiklik kontakt (sama mesiniku käest on varem ostetud või nendega on tekkinud usaldussuhe), mis võimaldab olla kindel mee kvaliteedis. Täiendavalt pidasid mitmed vastajad oluliseks võimalust mett enne ostmist maitsta. Samuti eelistatakse kvaliteetset ja puhas mett, mida vastajate hinnangul saab suurema tõenäosusega just otse tootjatelt või tuttavate inimeste käest.

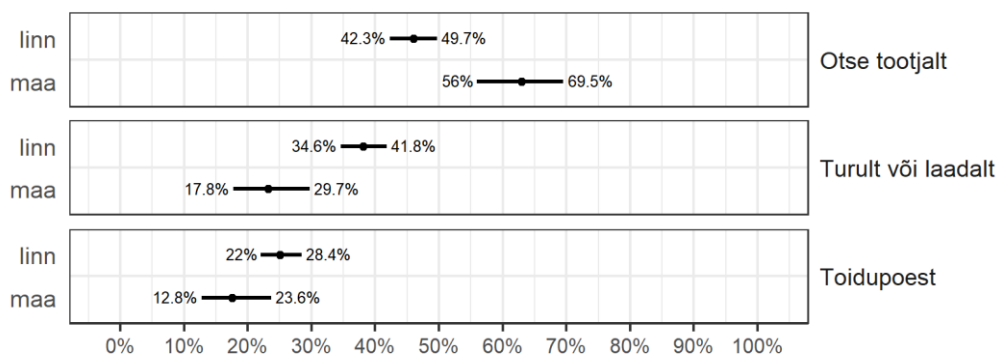
Ostueelistuste muustrid sotsiaaldemograafilises lõikes on analoogsed ostumustritele. Muust rahvusest inimesed eelistavad eestlastest enam osta mett turult või laadalt ning toidupoest. Eestlaste hulgas on levinum eelistus osta otse tootjalt või pereliikmete, sugulaste ja sõprade kaudu.

Joonis 8. Mee ostmise kanali eelistused (protsent 15-74-aastastest, kes on mett tarbinud) – rahvuse kaupa



Võrreldes linnaelanikega eelistavad maaelanikud enam osta mett otse tootjalt. Linnaelanikest enamus eelistavad maaelanikega võrreldes osta mett turult või laadalt ning toidupoest. Ülejäänud vastusevariantide vahel statistiliselt olulist erinevust ei esinenud.

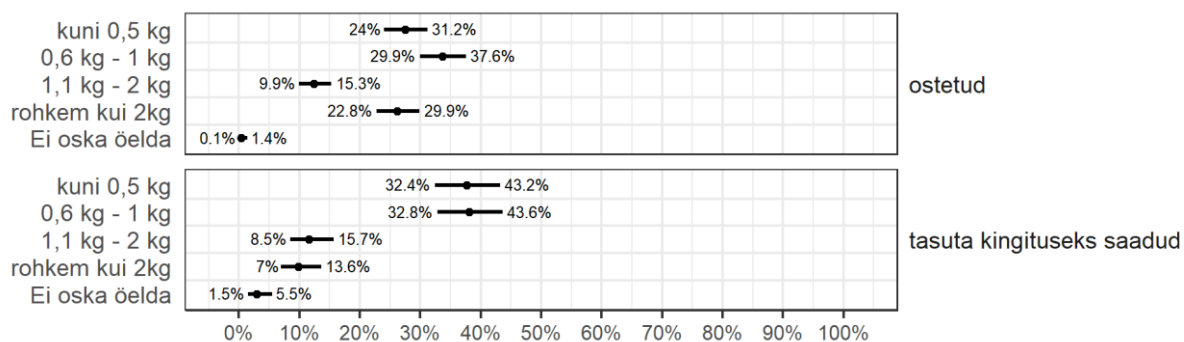
Joonis 9. Mee ostmise eelistused (protsent 15-74-aastastest, kes on mett tarbinud) – elukoha asulatüübi kaupa



### 1.3 Mee saamise või ostmise kogus

Tasuta saadud mee kogused on väiksemad kui ostetud mee kogused. Tasuta saadud mee kogus oli kolmveerandil juhtudest kuni 1 kg. Mee ostmisel oli aga alla ühe kilo ca 60% ostudest, ülejäänud ostukogused olid suuremad. Tervelt veerandi viimastest mee ostudest moodustasid kogused, mis olid suuremad kui 2 kg. Kuna sügisel jagatakse suvist saaki ning küsitlus toimus sügisel, siis on suures koguses mett soetanute osakaal suurem kui ülejäänud aastal<sup>3</sup>. Mee ostukoguste jaotusest annab parema ülevaate LEU, mille järgi võib väita, et kolm neljandikku (74%) ostetud meest on kogusega alla 1 kg ja ca 30% ostudest on kaaluga 0,4-0,6 kg.

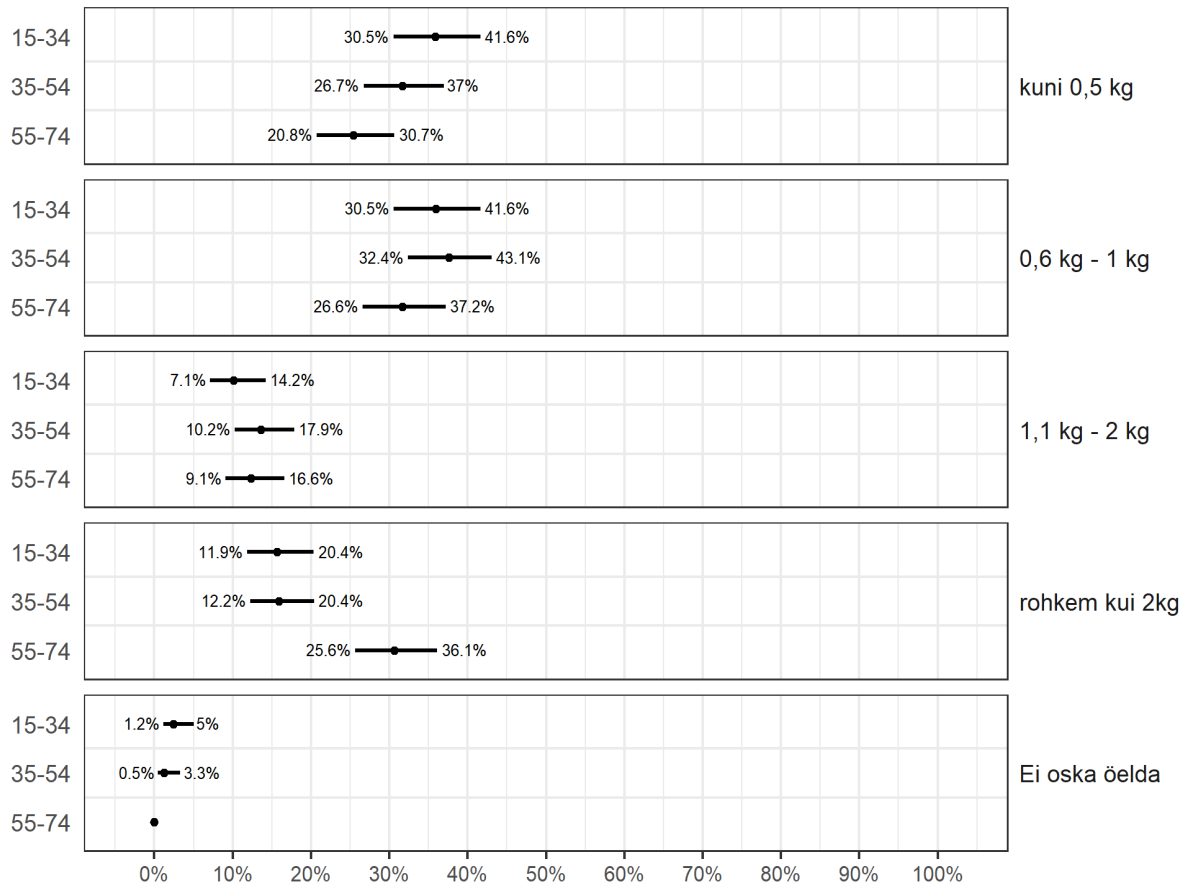
Joonis 10. Mee saamise ja ostmise kogus (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud või saanud mett)



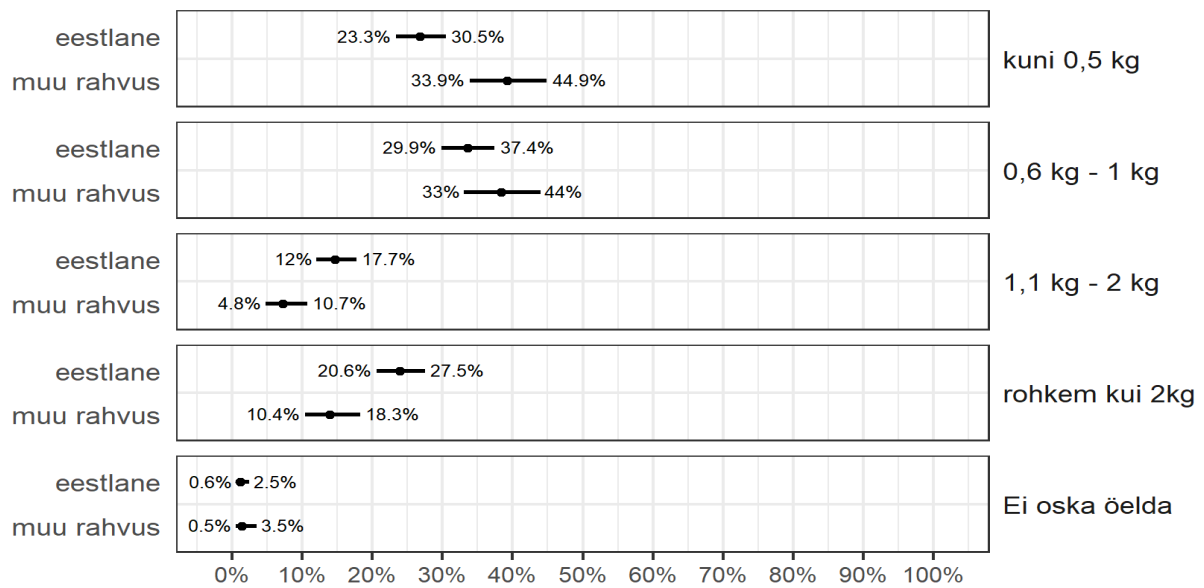
Mee ostukogus sõltub ostjate vanusest ja rahvusest. Vanemad inimesed ostavad sügisel korraka rohkem mett kui nooremad. 55-74-aastaste seas oli 2 kg või rohkem mett ostnud 25-36%, samas nooremates vanusrühmades oli neid kuni 20%. Muust rahvusest inimesed ostsid korraka väiksemaid koguseid kui eestlased ja eestlased seevastu ostsid suhteliselt enam 1,1 kg või rohkem mett.

<sup>3</sup> Vt ka Centar (2020) Mee statistika kujunemine ja leibkondade mee ostud Eesti Statistikaameti andmetel, lk 23.

Joonis 11. Mee saamise või ostmise kogus (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett) – vanusegruppide kaupa



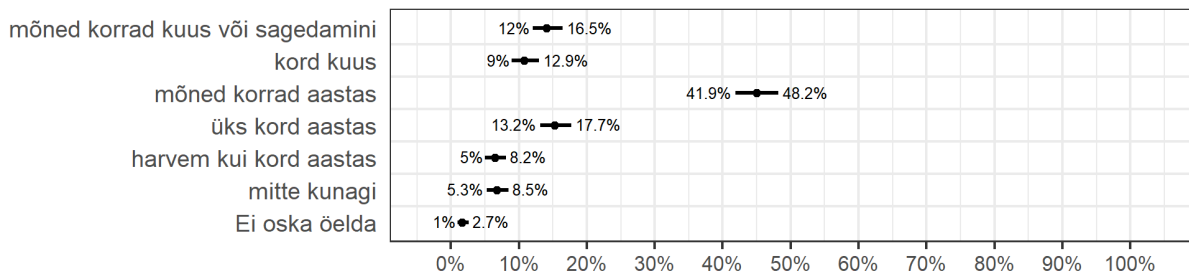
Joonis 12. Mee saamise või ostmise kogus (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett) – rahvuse kaupa



## 1.4 Mee ostmise sagedus

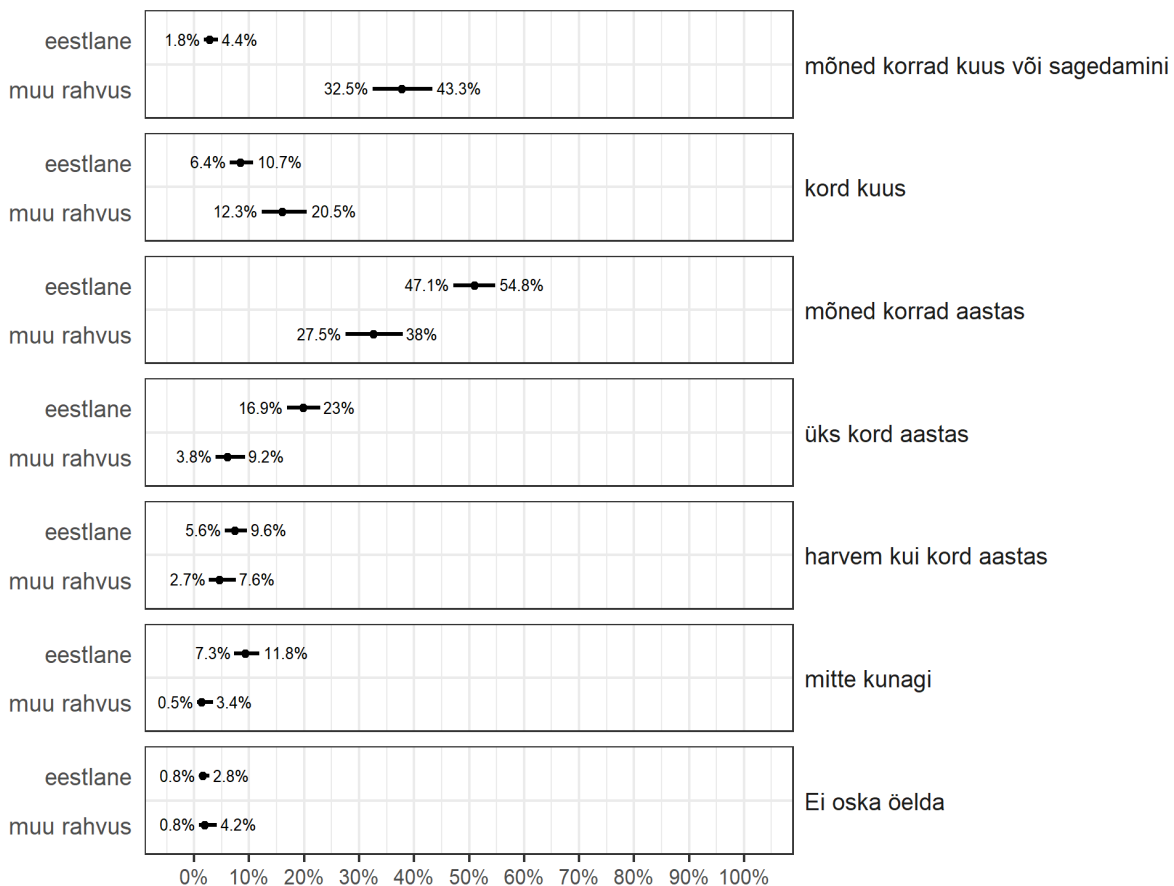
Ligi pooled inimestest elavad leibkondades, kus soetatakse mett mõned korrad aastas (ca 45%). Lisaks neile on ca veerand selliseid leibkondi, kus ostetakse mett kord kuus või sagedamini. Mitte kunagi ei osta mett ca 7% inimeste leibkonnad. Seega neist, kes said viimati mee kingituseks (29,5-34,1% kõigist leibkondadest), ostab suur osa aeg-ajalt ka ise mett.

Joonis 13. Mee ostmise sagedus (protsent 15-74-aastastest, kelle viimati tarbitud mesi polnud leibkonna enda tootnud)



Mee ostmise sagedus erineb rahvuse lõikes. Muust rahvusest inimesed ostavad mett sagedamini ja väiksemates kogustes.

Joonis 14. Mee ostmise sagedus (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett) - rahvuse kaupa





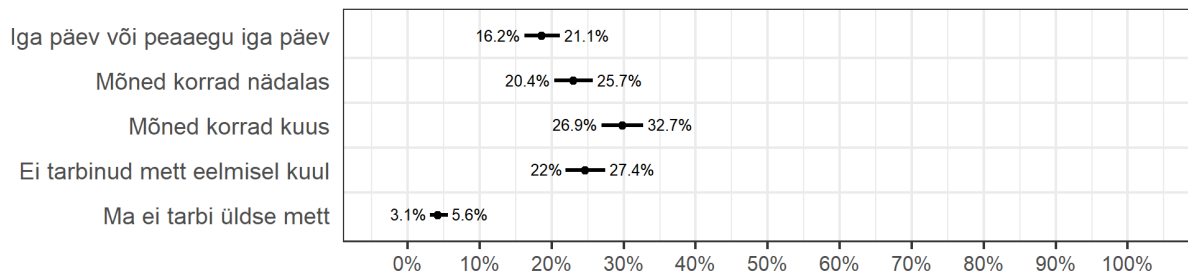
Mee ostmise sageduse ja leibkondade sissetuleku vahel ei ole küsitluse põhjal võimalik statistiliselt olulist seost leida.

## 2 Mee tarbimise harjumused

### 2.1 Mee tarbimise sagedus

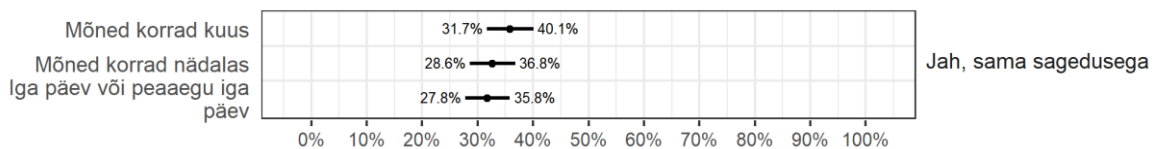
Viimase kuu jooksul tarbis **vähemalt korra** mett ligikaudu 70% inimestest. Seejuures ligi kolmandik tarbis mett mõned korrad kuus ja teised veelgi sagedamini.

Joonis 15. Mee tarbimise sagedus viimasel kuul (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud või saanud mett)



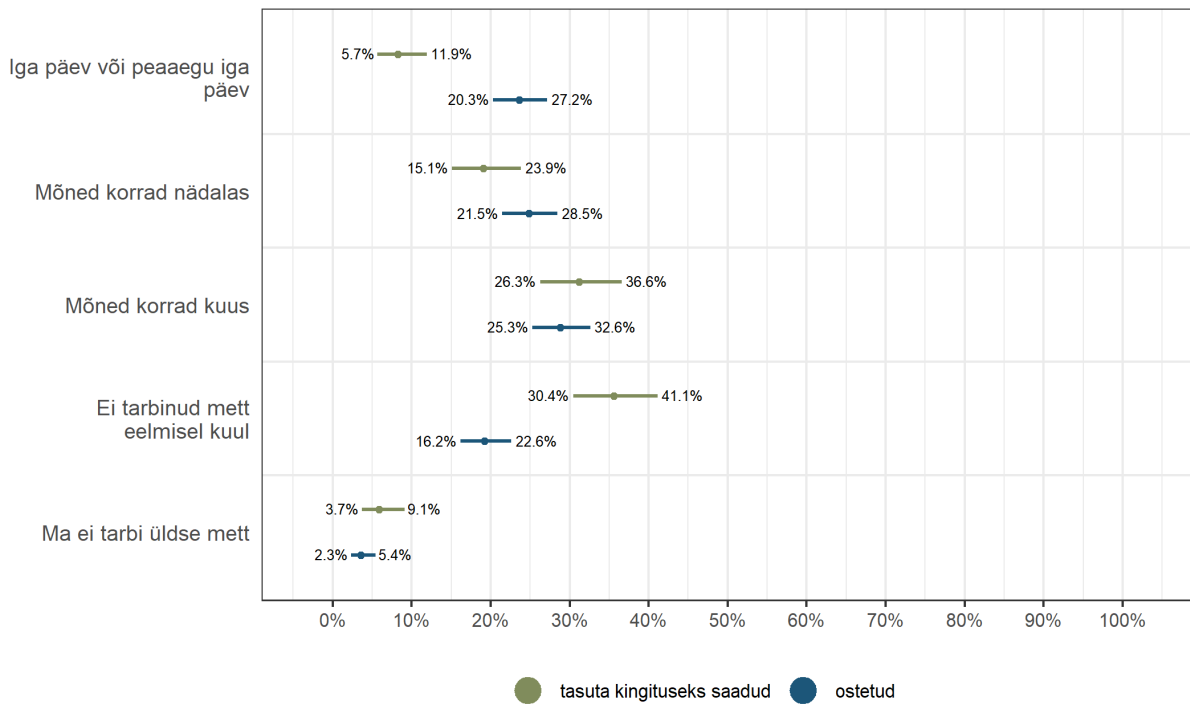
Sügisene aeg, mil küsitlus toimus, võib olla erinev muudest aastaegadest ja ei pruugi näidata kõigi vastajate tavapärasest meetarbimist aastaringset. Vastajatest 72-77% hinnangul kirjeldasid nad küsitluses oma tavapäraseid meetarbimise harjumusi. Kui vaadata ainult neid, kes tarbisid mett tavapärase muustriga, siis nende seas on igapäevane tarbimine sagedasem.

Joonis 16. Mee tarbimise sagedus viimasel kuul (protsent 15-74-aastastest inimestest, kelle mee tarbimine oli küsitluse ajal tavapärase sagedusega)



Meeostjad tarbivad mett sagedamini kui need, kes said viimase tarbitud mee kingituseks. Võrreldes mett ostnutega on mee kingituseks saanute hulgas igapäevaselt mett tarbijaid vähem ja rohkem on neid, kes viimasel kuul üldse mett ei tarbinud.

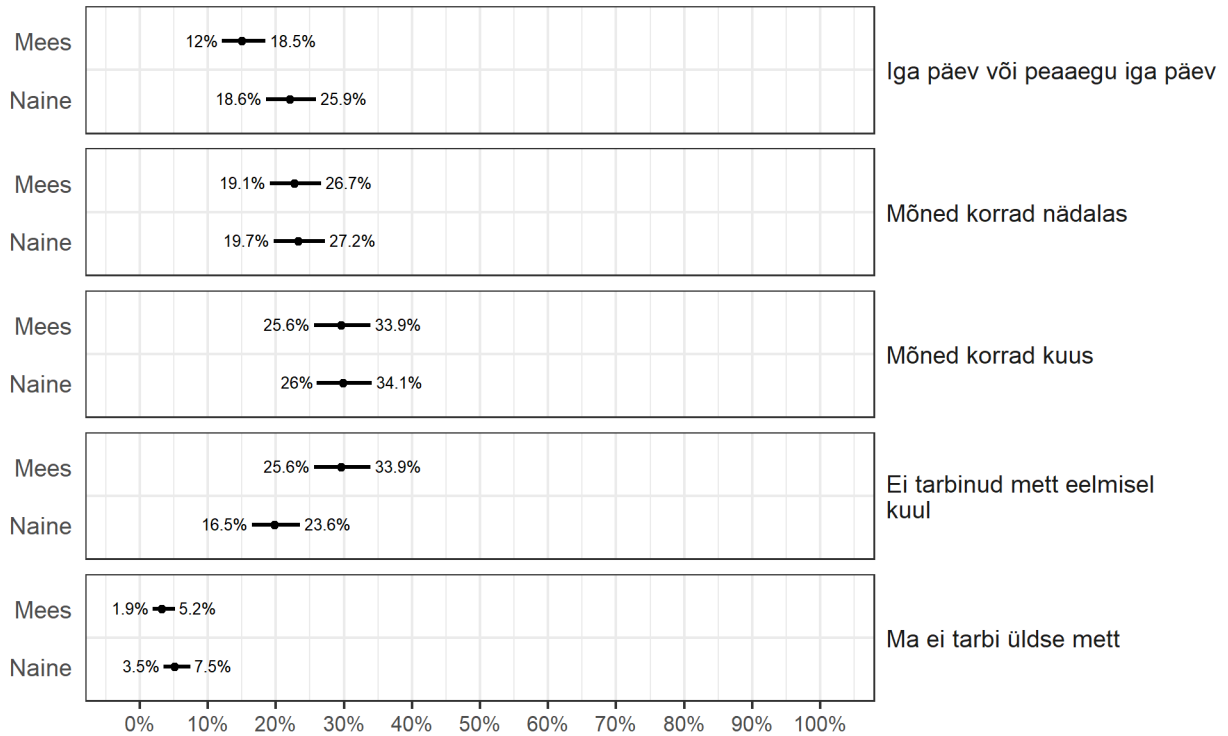
Joonis 17. Mee tarbimise sagedus viimasel kuul (protsent 15-74-aastastest) – mee päritolu kaupa



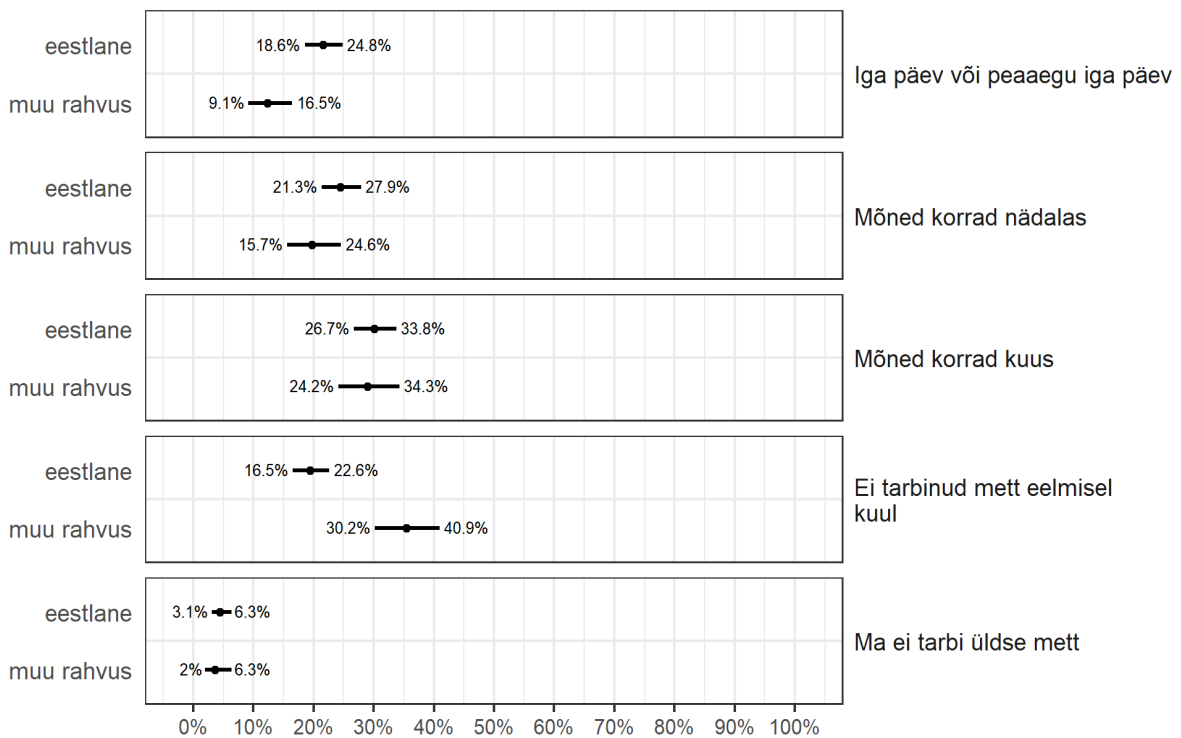
Soo ja rahvuse lõikes on mee tarbimises mõned erinevused. Igapäevaselt tarbibid naised meestest ja eestlased mitte-eestlastest sagedamini mett. Naiste hulgas tarbib mett igapäevaselt 18,6-25,9%, meeste hulgas 12-18,5%. Seevastu viimasel kuul mett mitte tarbinud meeste osakaal (25,6-33,9%) oli suurem kui naistel (16,5-23,6%). Sisulised erinevused ei ole aga siiski väga suured.

Analoogsed seosed on rahvuste vahel märgatavad. Eestlased on muu rahvuse esindajatest sagedasemad mee tarbijad. Eestlaste hulgas tarbib iga päev või peaaegu iga päev mett 18,6-24,8% vastanutest. Muu rahvuse hulgas tarbib igapäevaselt mett 9,1-16,5% vastanutest. Eelmisel kuul ei tarbinud mett 30,2-40,9% muu rahvuse esindajatest. Eestlaste hulgas oli selliseid inimesi 16,5-22,6%.

Joonis 18. Mee tarbimise sagedus (protsent 15-74-aastastest, kes on ostanud mett) – sugude kaupa

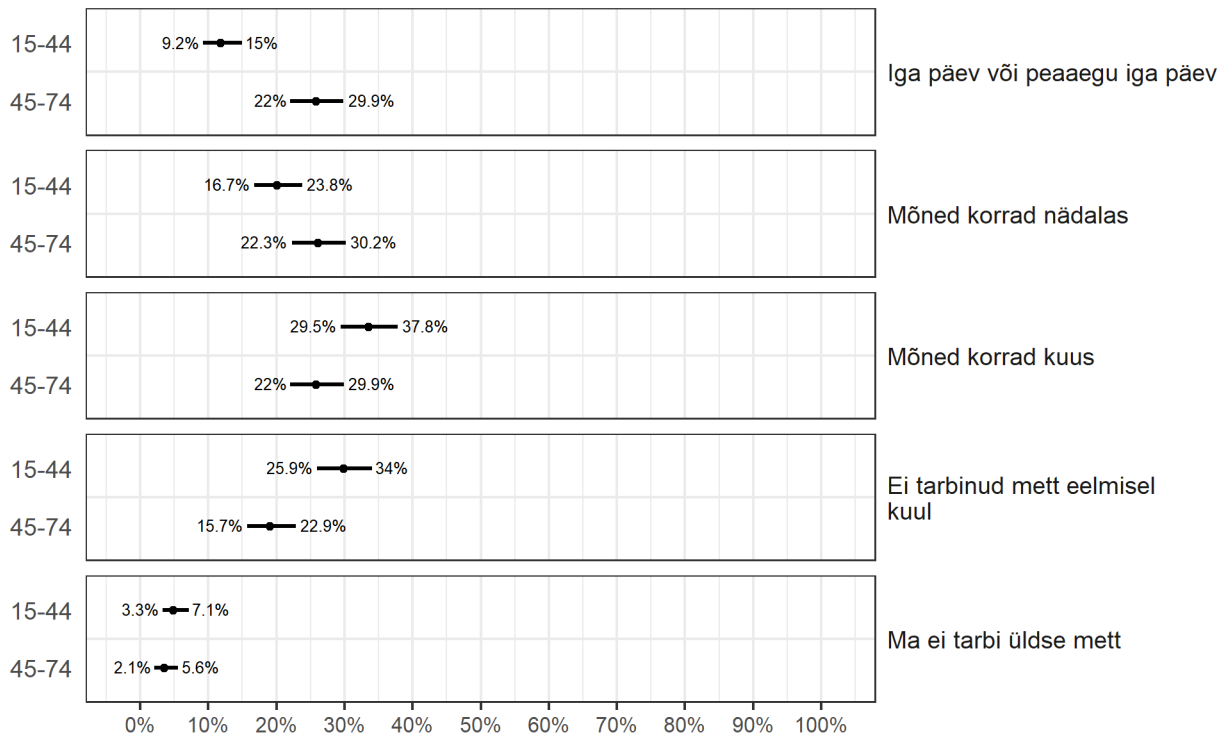


Joonis 19. Mee tarbimise sagedus (protsent 15-74-aastastest, kes on ostanud mett) - rahvuse kaupa



Vanemad inimesed tarbivad mett sagedamini kui noored. Vanusegrupiti tarbivad mett tihedamini 45-74-aastased, kelle hulgast ligikaudu 25% tarbivad mett igapäevaselt, 15-44-aastaste hulgas tarbivad mett igapäevaselt ligikaudu 12%. Samuti on 15-44-aastaste hulgas enam neid, kes eelmisel kuul mett üldse ei tarbinud.

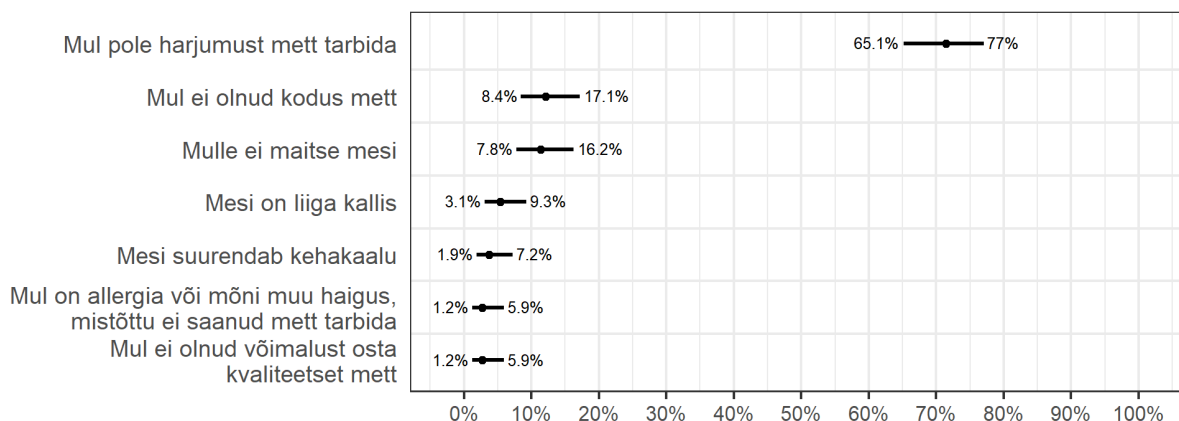
Joonis 20. Mee tarbimise sageduse (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett) – vanusegruppide kaupa



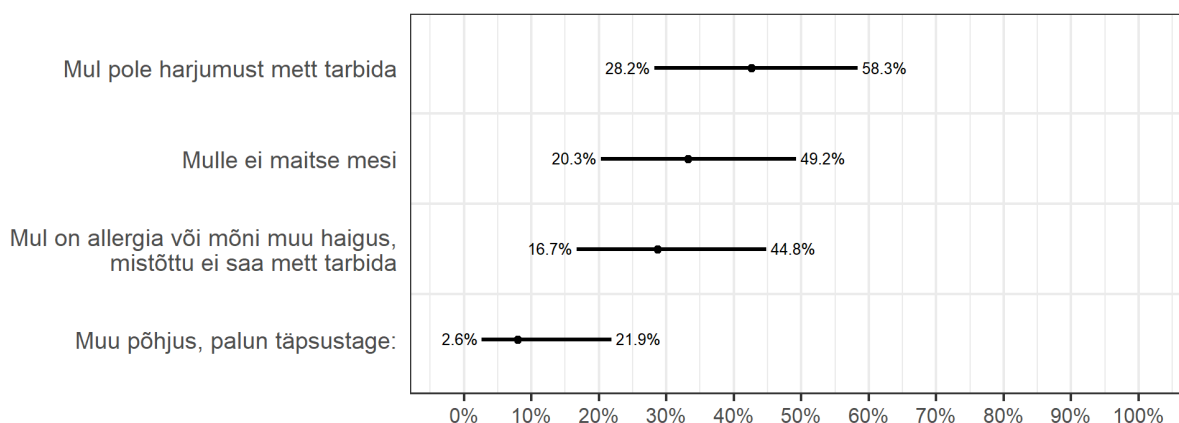
## 2.2 Mee tarbimata jätmise põhjused

Levinuim põhjus, miks **eelmisel kuul** mett ei tarbitud, on vähene mee tarbimise harjumus. See selgitab 72% inimeste, kes viimasel kuul mett ei tarbinud, mee mittetarbimise põhjust. Teiseks põhjuseks on see, et kodus ei ole mett, ja see, et mesi ei maitse: mõlema tõttu ei tarbinud eelmisel kuul mett ligikaudu 12% vastanutest. Inimesed, **kes üldse mett ei tarbi**, ei tee seda peamiselt kolmel põhjusel: allergia või muu haigus, mesi ei maitse või puudub mee tarbimise harjumus.

Joonis 21. Mee tarbimata jätmise põhjused viimase kuu jooksul (protsent 15-74-aastastest, kes mett viimase kuu jooksul ei tarbinud)



Joonis 22. Mee tarbimata jätmise põhjused (protsent 15-74-aastastest, kes mett üldse ei tarbi)

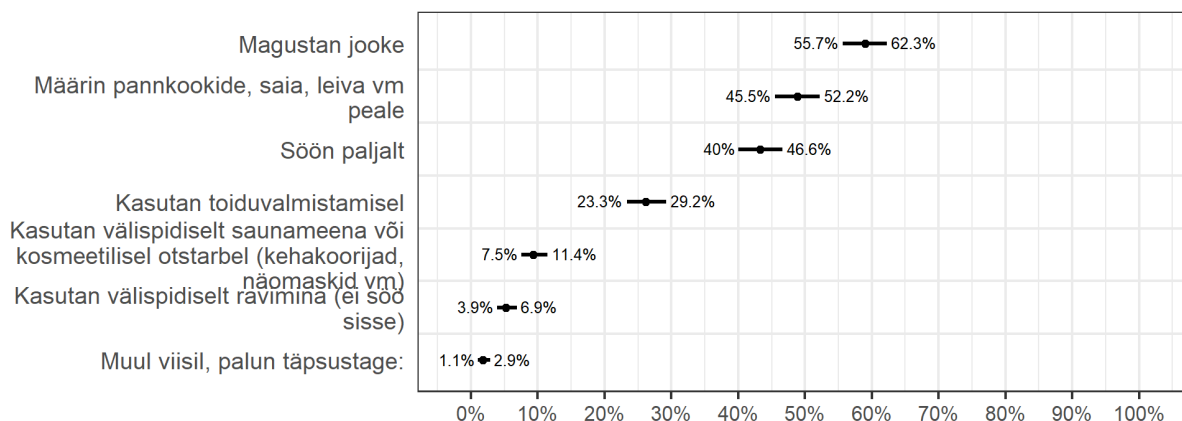


Muude põhjustena täpsustasid vastajad, et nad ei tarbi üldse loomseid tooteid või tarbivad mett perioodiliselt vastavalt vajadusele.

### 2.3 Mee tarbimisviisid

Kõige enam tarbitakse mett jookide magustamiseks (ca 60%), määrimiseks pannkookide, saia või leiva peale (ca 50%) ning paljalt söömiseks (ca 42%). Toiduvalmistamisel kasutab mett ligikaudu 27% inimestest. Mee välispidine kasutamine on oluliselt vähem levinud kui eelnevad kasutusviisid.

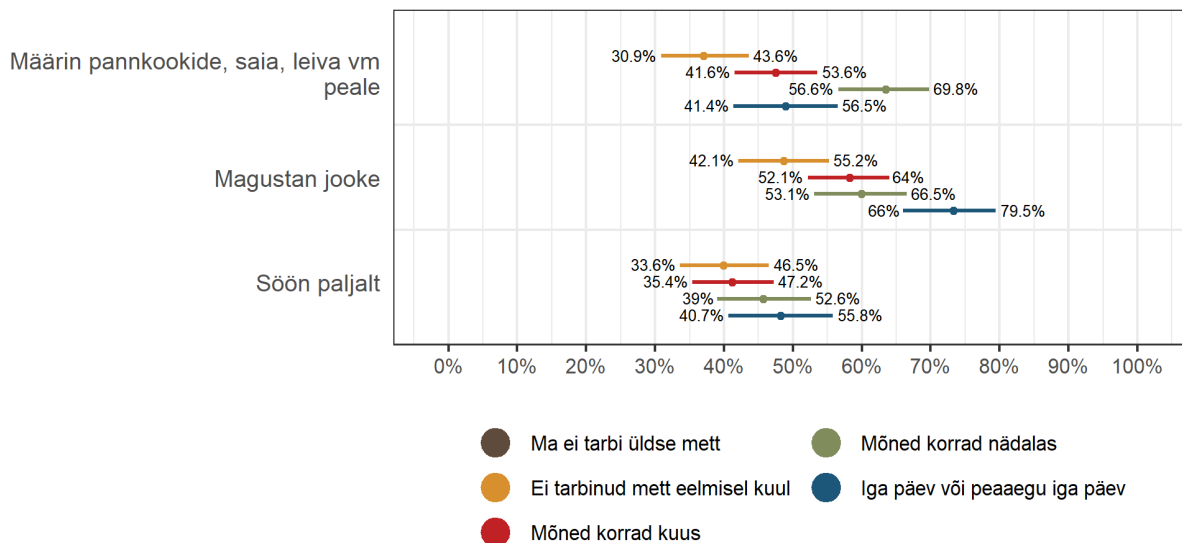
Joonis 23. Kuidas mett tarbitakse (protsent 15-74-aastastest, kes on mett tarbinud)



Muude põhjustena toodi välja lisaks jookide magustamisele ka erinevate söökide magustamist, näiteks kasutavad mõned vastajad mett kohupiima või jogurti magusamaks muutmisel.

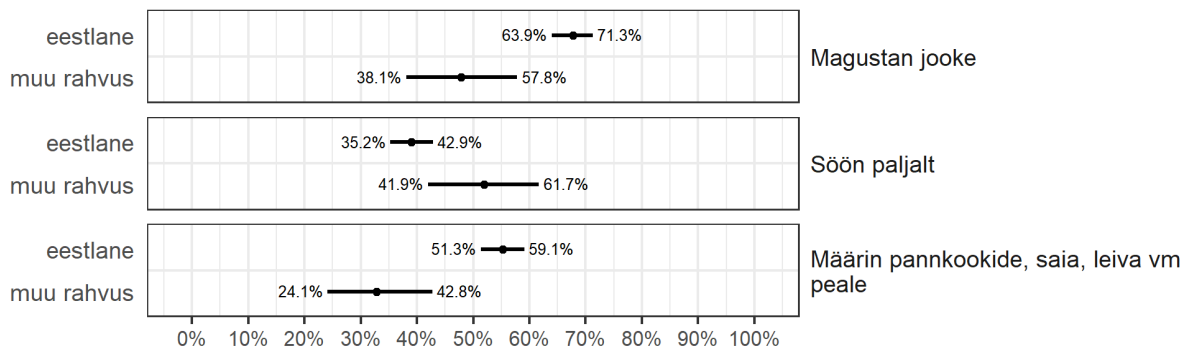
Neist, kes tarbivad mett igapäevaselt, kasutab suhteliselt rohkem seda just jookide magustamiseks. Neist, kes kasutavad mett mõned korrad nädalas, kasutab suhteliselt rohkem mett saia- või leivamäärdena.

Joonis 24. Kuidas mett tarbitakse (protsent 15-74-aastastest, kes on mett tarbinud mee tarbimise sageduse lõikes)



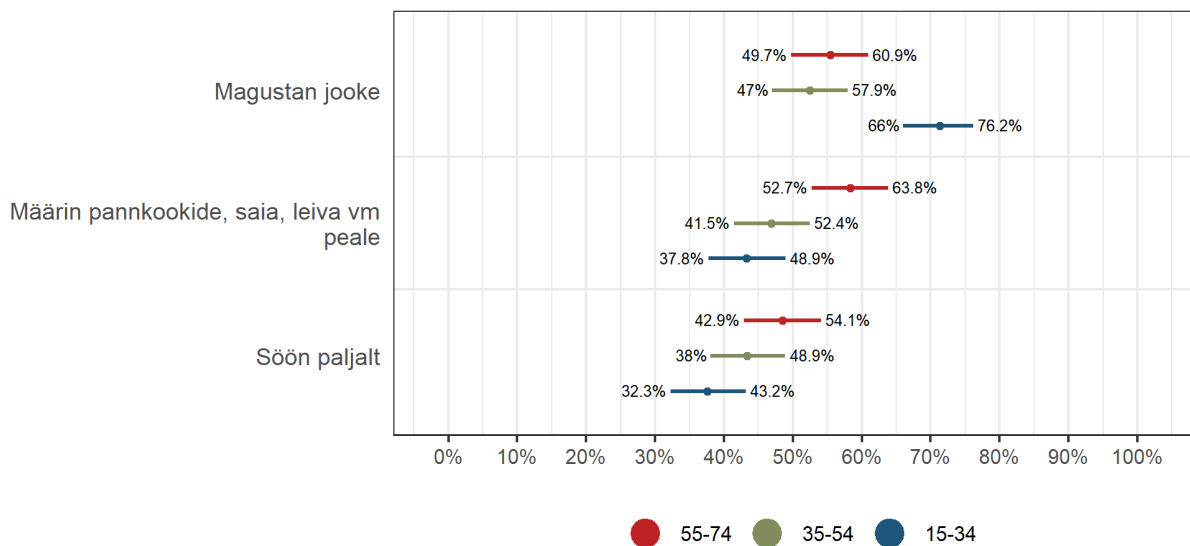
Rahvuse lõikes on mee tarbimise viisides väikesed erinevused. Eestlaste hulgas on mee tarbimine veidi populaarsem jookide magustamiseks (63,9-71,3% inimestest) ning määrimiseks pannkookide, saia, leiva vms peale (51,3-59,1% inimestest) võrrelduna teiste rahvustega. Muu rahvuse hulgas eelistatakse eestlastest veidi enam tarbida mett paljalt (45,9-57,3% inimestest).

Joonis 25. Kuidas mett rahvuste kaupa tarbitakse (protsent 15-74-aastastest, kes on mett tarbinud)



Vanuse lõikes on samuti väikesed erinevused, kus nooremate seas on just jookide magustamine sagedasem mee kasutamise viis ja vanimas rühmas saia- ja leivamäärdena kasutamine.

Joonis 26. Kuidas mett vanusegruppide kaupa tarbitakse - (protsent 15-74-aastastest, kes on mett tarbinud)



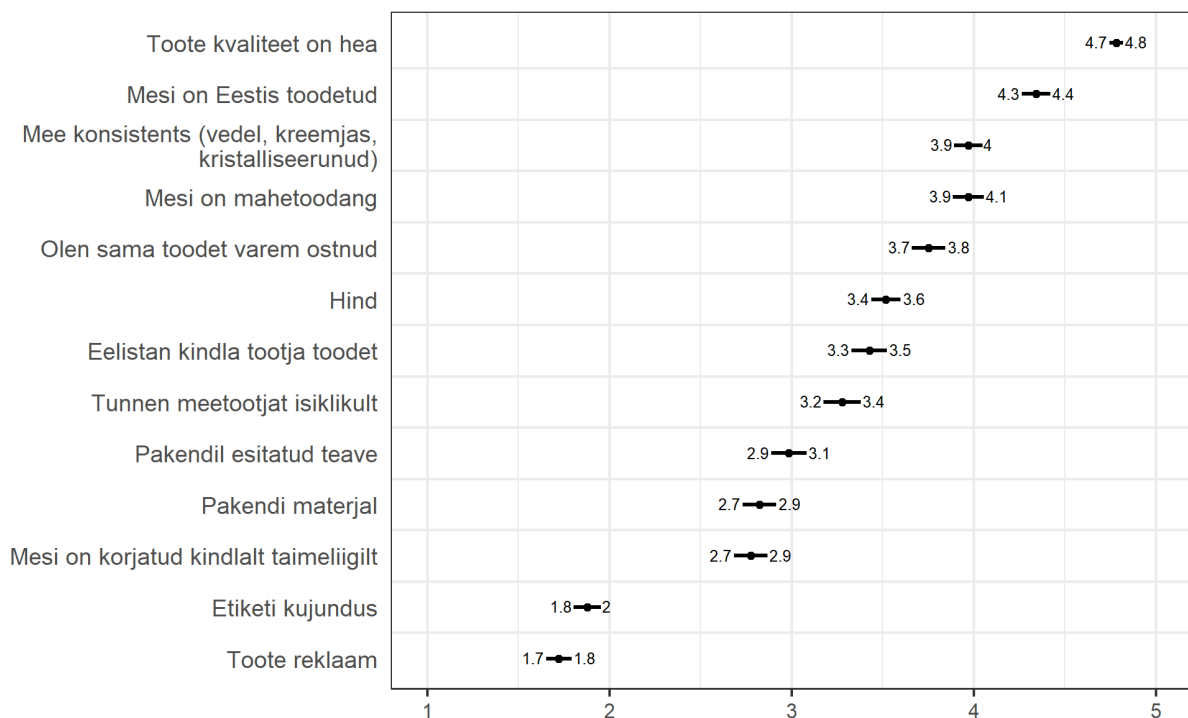


### 3 Mee ostu mõjutavad tegurid

#### 3.1 Tegurid, mida ostuotsusel silmas peetakse

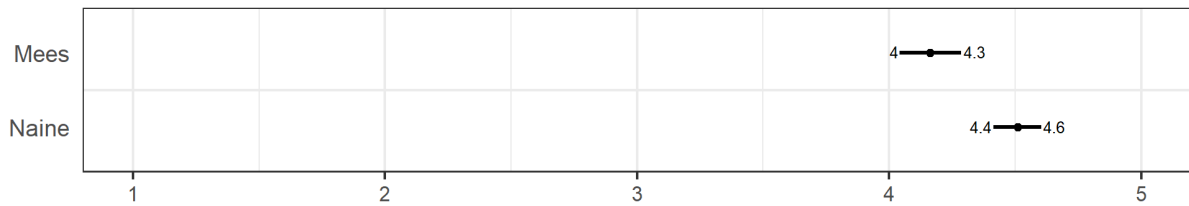
Mee ostmisel peetakse oluliseks erinevaid tegureid (Joonis 27) ja peale hinnangu mee kvaliteedile, mida peavad oluliseks peaaegu kõik mee ostjad, on hulk muid olulisi tegureid, mis ostuvalikut mõjutavad. Mee kvaliteediga pea sama oluline on mee ostjate jaoks see, et mesi oleks toodetud Eestis. Järgmine tegurite grupp, mis ostuvalikut mõjutab, on seotud toote omadustega: mee konsistents ja mahetoodang. Samuti on mee ostjate jaoks suhteliselt oluline see, et ostetakse mett, mida on enne ostetud. See näitab, et mee ostmisel ollakse lojaalsed ühele tootele ja juba turul tegutsevatel tootjatel ning toodetel on oluline eelis uute sisenejate ja toodete ees. Kindel meetootja eelistamine ja meetootja tundmine isiklikult sai 5-palli skaalal olulisuse keskmiseks hindeks 3,2-3,5 palli. Teistest teguritest keskmiselt väiksema tähtsusega on ostjate keskmise hinnangu järgi pakendi materjal, taimeliik, millelt mesi pärineb, etikett ja reklaam.

Joonis 27. Keskmine hinnang järgnevate tegurite olulisusele mee ostmisel skaala 1-5, kus 1 tähistab „pole üldse oluline“ ja 5 tähistab „väga oluline“



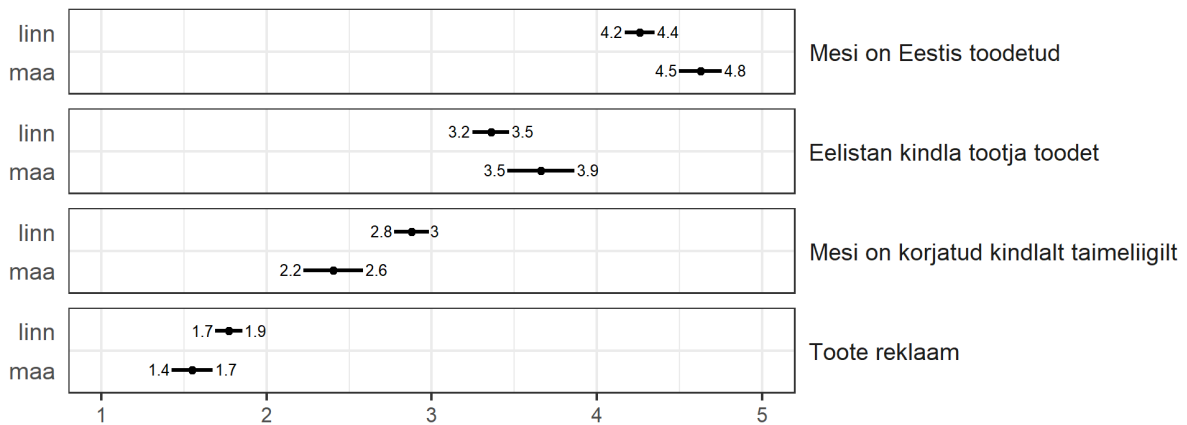
Meeste keskmine hinnang mee ostul sellele, et tegemist oleks Eestis toodetud meega, on veidi madalam kui naistel (Joonis 28). Sisuline erinevus on aga hinnangute vahel väga väike.

Joonis 28. Keskmine olulisuse hinnang mee ostmisel tegurile "Mesi on Eestis toodetud" - soo kaupa



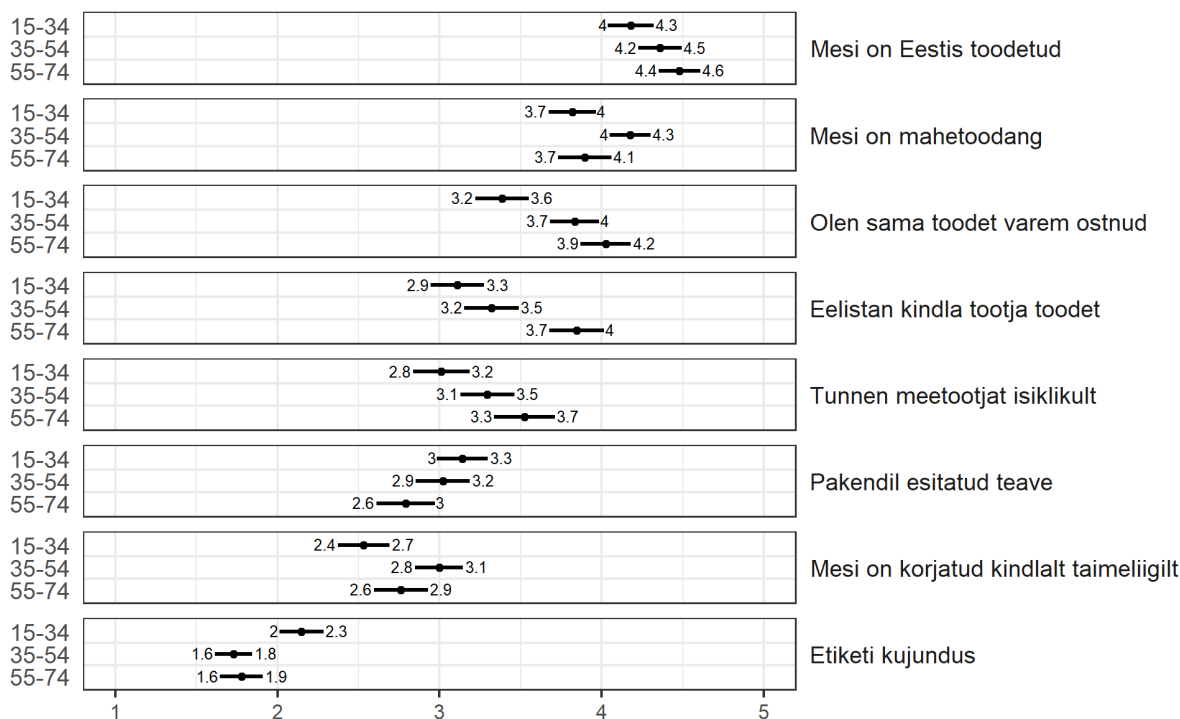
Statistiliselt olulised, aga sisuliselt väga väikesed erinevused on maal ja linnas elavate meeostjate vahel. Maal elavad inimesed väärtustavad veidi enam seda, et mesi oleks Eestis ning kindla tootja toodetud (Joonis 29). Linnaelanikud peavad aga veidi olulisemaks toote reklaami ja seda et mesi on korjatud kindlalt taimeliigilt.

Joonis 29. Keskmine olulisuse hinnang mee ostmisel järgnevatele teguritele elukoha asulatüübi kaupa



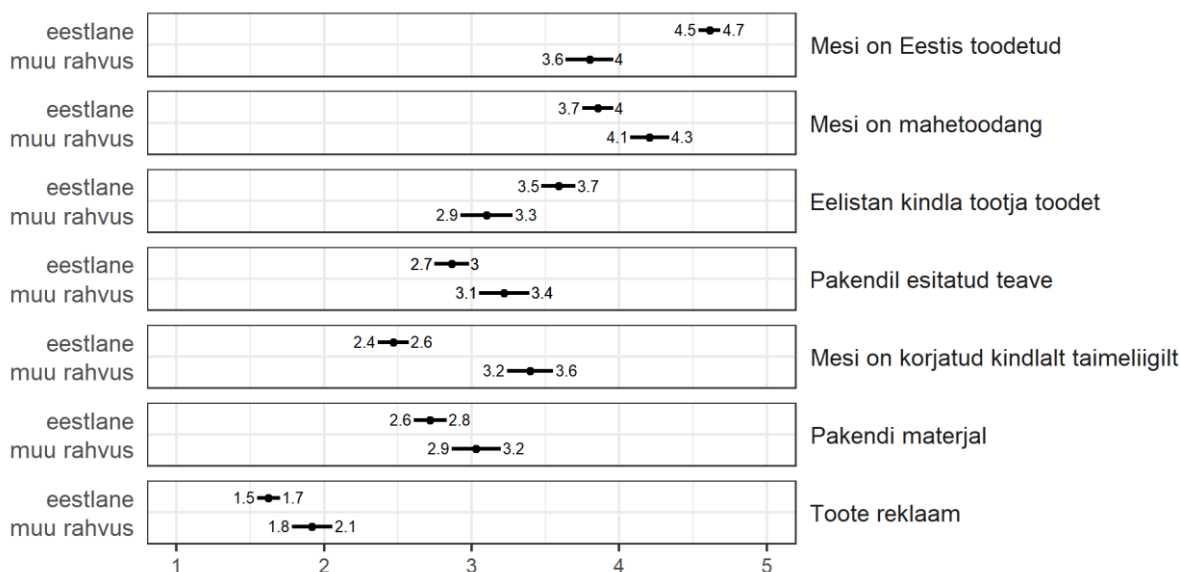
Vanuse järgi joonistuvad välja veidi erinevad profiilid noorte, alla 35-aastaste ja vanemate inimeste vahel. Vanemates vanusegruppides on rohkem inimesi, kes väärtustavad kõrgemalt mee tootmise maana Eestit, isiklikku meetootja tundmist, kindlat meetootjat ja varasemat mee ostukogemust. Seevastu noorte seas hinnatakse enam tootel esitatud teavet ja etiketi kujundust (Joonis 30).

Joonis 30. Keskmine olulisuse hinnang mee ostmisel järgnevatele teguritele vanusegruppide kaupa



Eestis toodetud mesi on palju olulisem eestlastele kui teistest rahvustest elanikele (Joonis 31), mis näitab, et Eesti mesi ei ole iseenesest parem kui teiste maade tootjate mesi, vaid Eesti toote argument on pigem seotud eesti tootjate, toodete ja kodumaa toetamisega. Muust rahvusest elanikud aga peavad eestlastest keskmiselt olulisemaks toote, selle pakendamise ja teabe esitamise tegureid: mesi on mahetoodang, pakendil esitatud teave, mesi on korjatud kindlalt taimeliigilt, pakendi materjal, toote reklaam.

Joonis 31. Keskmine olulisuse hinnang mee ostmisel järgnevatele teguritele - rahvuse kaupa

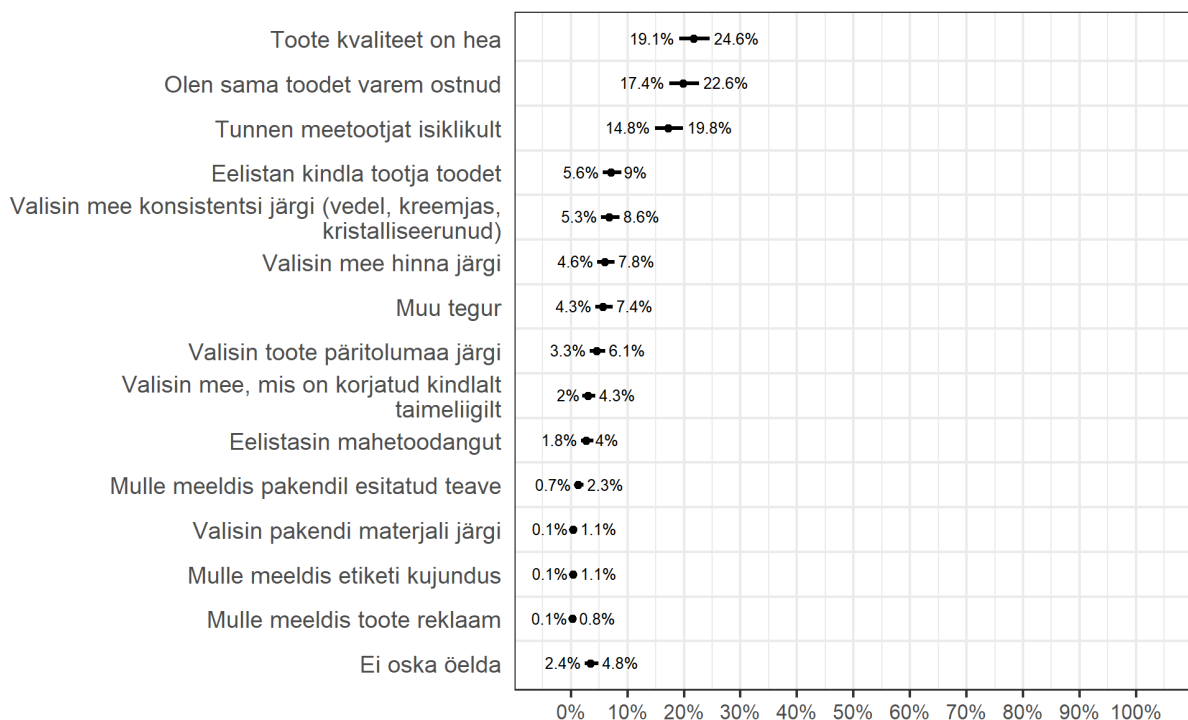


### 3.2 Kõige enam ostuotsust mõjutanud tegur

Inimesed teevad ostuvalikuid võttes arvesse palju erinevaid tegureid ja tingimusi, aga lõpliku valiku kõige olulisemaks mõjutajaks kriteeriumitele vastavate toodete hulgast võib olla neist mõni üksik. Kolm kriteeriumit on olnud peamised ostuotsuse mõjutajad (Joonis 32): toote kvaliteet, varasem sama toote ostmine ja tootja isiklik tundmine. Need kolm kriteeriumit kirjeldavad ca 60% vastajate lõpliku ostuotsuse kõige olulisema otsustamise kriteeriumi. Lisades neile ka kindla meetootja toodangu, kirjeldame 2/3 meeostjate kõige olulisema ostuotsuse tegemise kriteeriumi. Eestis toodetud mesi või päritolumaa järgi mee ostmine ei ole kõige olulisem ostuvaliku otsustaja vaid taustatunnus, mis määrab toodete hulga, mille seas valik tehakse. Analoogne tegur on mee konsistents. Mee konsistentsi peavad enamasti ostjad väga oluliseks (keskmine hinne 5-palli skaalal 3,9-4), aga peamiseks ostuotsuse tegemise mõjuriks oli see vaid 5,3-8,6%-l mee ostjatest.

Vaatamata sellele, et tootja ja toote tundus ostjale ning toote kvaliteet on olulisemad ostuvaliku kriteeriumid, on hulk muid kriteeriume, mis on väiksemale inimeste hulgale olulisimaks ostuotsuse mõjutajaks.

Joonis 32. Mis mõjutas kõige enam mee ostu viimasel korral (protsent 15-74-aastastest inimestest, kes on ostnud mett)



Muude teguritena, mis olid ca 5% mee ostjate jaoks ostuvaliku aluseks, nimetati:

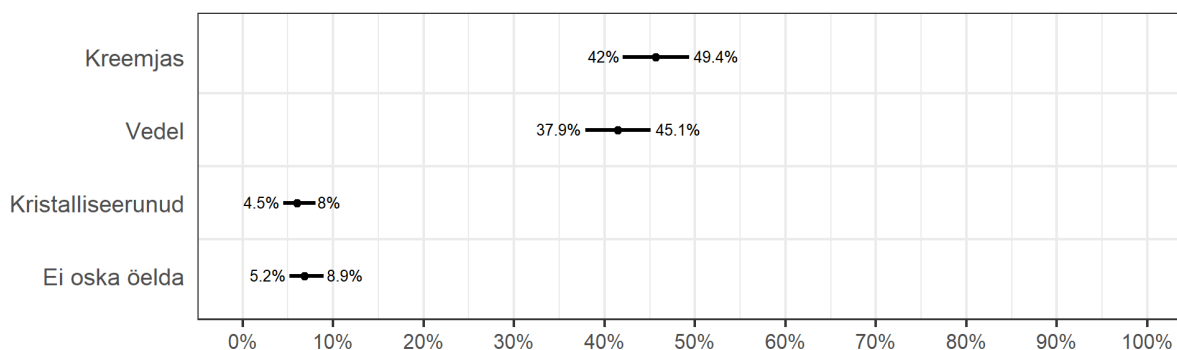
- ei valinud mett / ostsin suvalise
- soovitati
- müüja tundus sümpaatne

- oli müügikohas ainuke mesi valikus

### 3.3 Mee konsistentsi eelistused

Need, kellele on mee ostul mee konsistents oluline, eelistavad kreemja või vedela konsistentsiga mett. Ainult ca 6% ostjatest eelistavad kristalliseerunud mett ja 7% vastanutest ei oska öelda, milline on nende eelistus (Joonis 33).

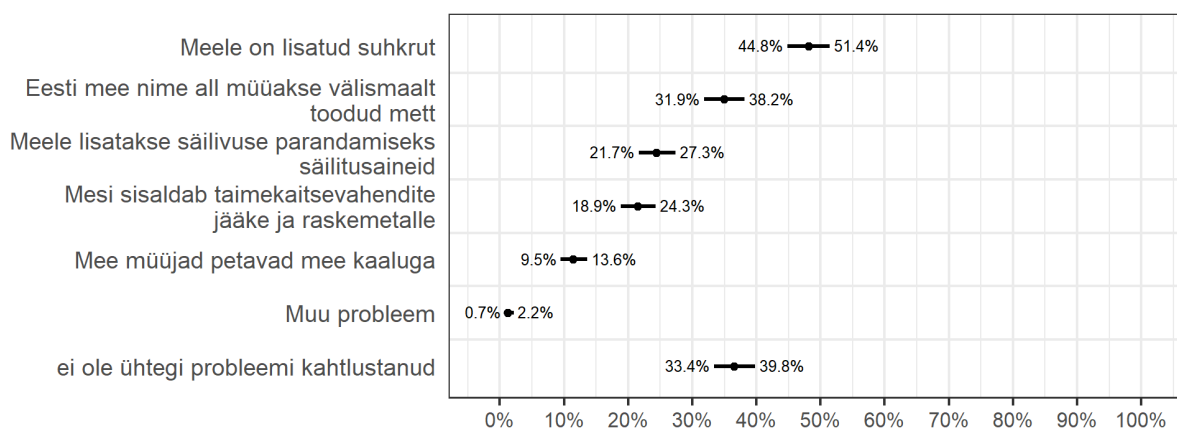
Joonis 33. Millise konsistentsiga mett eelistatakse osta (protsent 15-74-aastastest inimestest, kes on mett ostnud ja kellele mingil määral (5-pallisel olulisuse skaalal vähemalt 2 palli) on mee ostul oluline tegur mee konsistents)



### 3.4 Mee valikul probleemide kahtlustamine

Mett valides on mõnda probleemi kahtlustanud ligi kaks kolmandikku meeostjatest (Joonis 34). Kõige sagedamini (ca 48%) kahtlustatakse, et meeles on lisatud suhkrut ning seejärel, et Eesti mee nime all müüakse välismaalt toodetud mett (ca 35%).

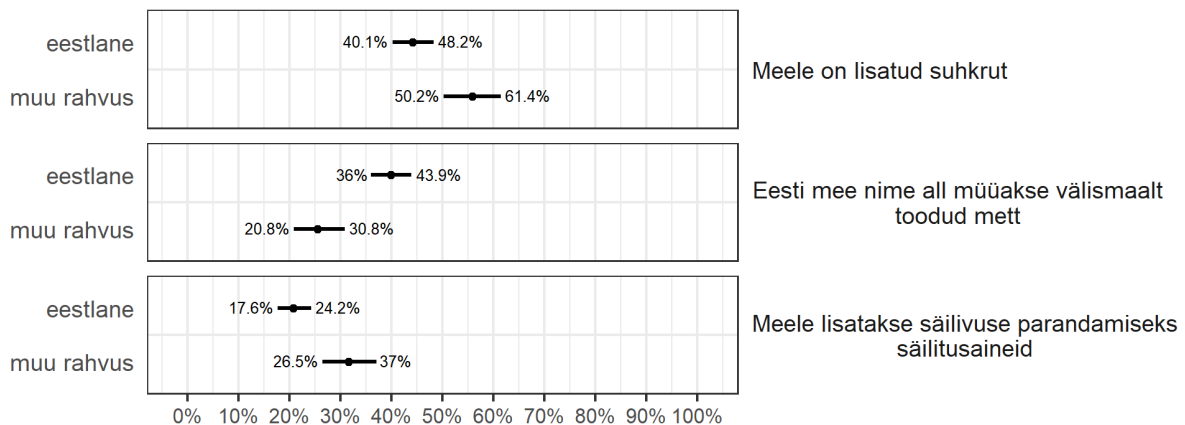
Joonis 34. Kas on mee valikul kahtlustanud järgnevaid probleeme (protsent 15-74-aastastest inimestest, kes on ostnud mett)



Kahtlustused meeles lisatud suhkrute, aga ka Eestis tootmise kohta on levinud ja need on väga olulised ostuvalikut mõjutavad kriteeriumid, aga mitte peamised otsustuskriteeriumid. Seega, selleks, et oma toodetega konkurentsias ja ostuvalikus püsida, on tootjal hea näidata, et tootel pole lisatud suhkrut ning on Eestis toodetud. Samas ei ole selle näitamine väga lihtne, kuna etikett, teave tootel ja reklaam ei ole ostjate hinnangul olulised ostuotsuse mõjurid.

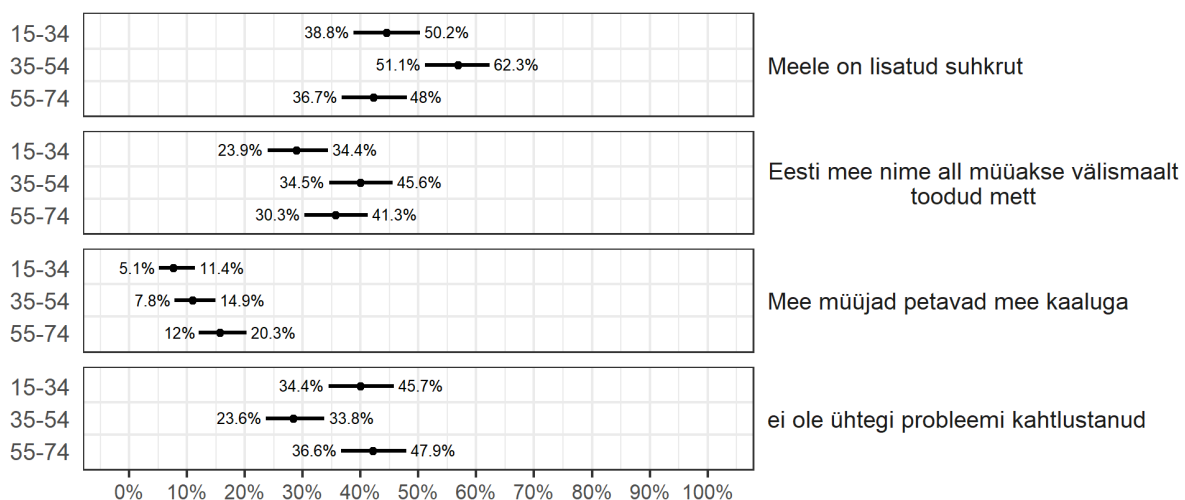
Eestlased kahtlustavad mõnevõrra enam kui muust rahvusest elanikud, et Eesti nime all müüakse välismaal toodetud mett (Joonis 35). Muust rahvusest inimesed kahtlustavad eestlastest sagedamini, et meeles on lisatud suhkrut ja säilivuse parandamiseks säilitusaineid.

Joonis 35. Mee valikul on kahtlustanud järgnevaid probleeme - rahvuse kaupa (protsent 15-74-aastastest inimestest, kes on ostnud mett)



35-54-aastased kahtlustavad mee valikul probleeme mõnevõrra sagedamini kui nendest nooremad ja vanemad (Joonis 36). Nii esineb 35-54-aastaste vanusegruppi kuuluvate hulgas mõnevõrra sagedamini kahtlust, et meeles on lisatud suhkrut ja Eesti mee nime all müüakse välismaal toodetud mett. Vanimas vanuserühmas kahtlustatakse noortest veidi enam, et petetakse kaaluga.

Joonis 36. Mee valikul on kahtlustanud järgnevaid probleeme - vanusegruppide kaupa (protsent 15-74-aastastest inimestest, kes on ostnud mett)



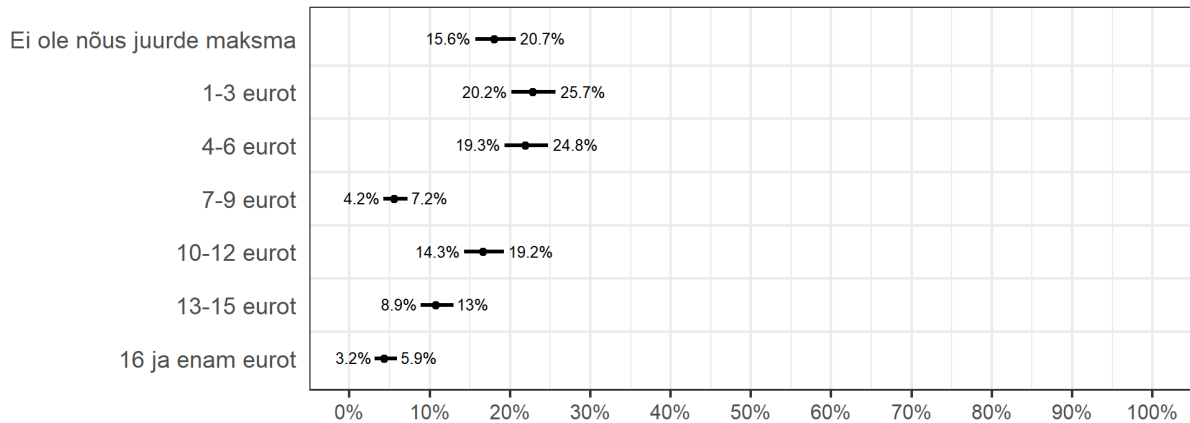
### 3.5 Mahemee hind

Mee hind on oluline ostuotsust mõjutav tegur (5-palli skaalal 3,4-3,6), kuid kõige olulisemaks teguriks ostjatest vaid ca 5% jaoks. Mahemee eest oleks valdav enamik (82%)

nõus maksma rohkem kui tavamee eest, mis näitab, et mahemee väärtust hinnatakse kõrgemalt.

Kui kujutame ette olukorda, et tavaline mee hind on 10 eurot kg, siis mahemärgiga mee kilo eest oleks nõus rohkem maksma ligikaudu 82% inimestest, kes on mett ostnud. Keskmiselt on inimesed nõus rohkem maksma 5,8-6,5 eurot ehk ca 50% algsest hinnast.

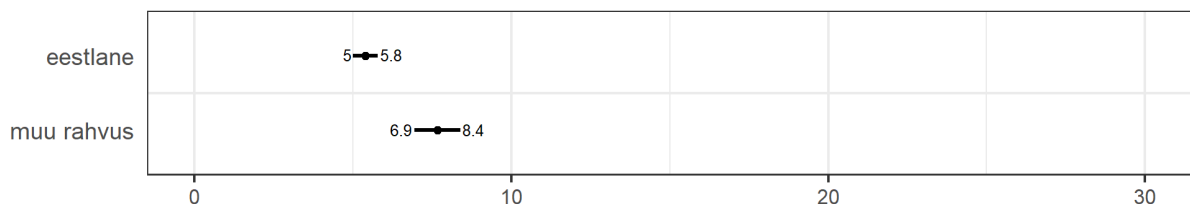
*Joonis 37. Kui tavaline mee hind on 10 eurot kg, siis kui paljud on nõus mahemärgiga mee kilo eest rohkem maksma (protsent 15-74-aastastest inimestest, kes on ostnud mett)*



\* Vastajad said märkida, kui palju on nõus juurde maksma, skaalal 0-30 eurot.

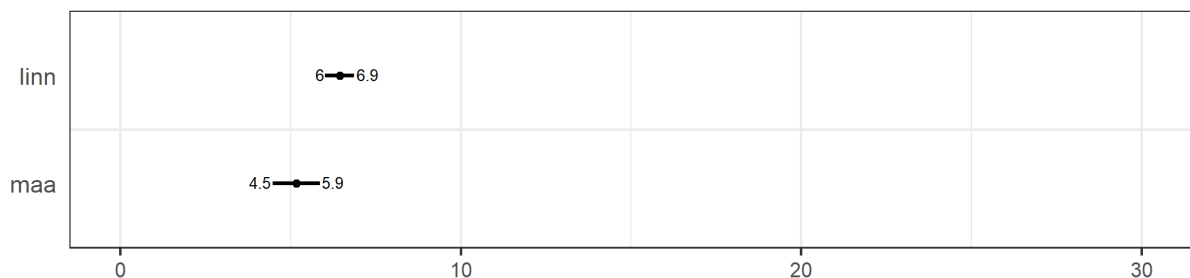
Keskmisest mõnevõrra enam on mahemärgiga mee eest nõus juurde maksma mitte-eestlased (6,9-8,4 eurot, Joonis 38).

*Joonis 38. Keskmine hinnang, kui palju ollakse mahemärgiga mee eest nõus juurde maksma, kui tavaline mee hind on 10 eurot kg - rahvuse kaupa*



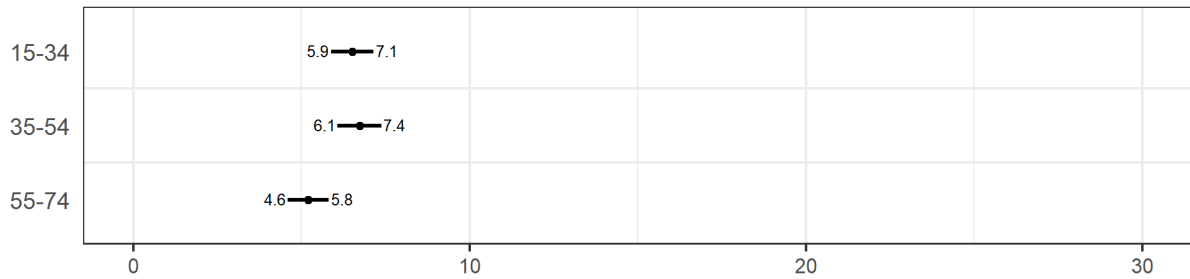
Elukoha asulatüübi lõikes on linnaliste asulate elanikud nõus mahemärgiga mee eest juure maksma keskmiselt mõnevõrra rohkem kui maa-asulate elanikud (Joonis 39).

*Joonis 39. Keskmine hinnang, kui palju ollakse mahemärgiga mee eest nõus juurde maksma, kui tavaline mee hind on 10 eurot kg - elukoha asulatüübi kaupa*



55-74-aastased on keskmiselt noortest vähem nõus mahemärgiga mee eest juurde maksma (Joonis 40).

*Joonis 40. Keskmine hinnang, kui palju on mahemärgiga mee eest nõus juurde maksma, kui tavaline mee hind on 10 eurot kg - vanusegrupi kaupa*

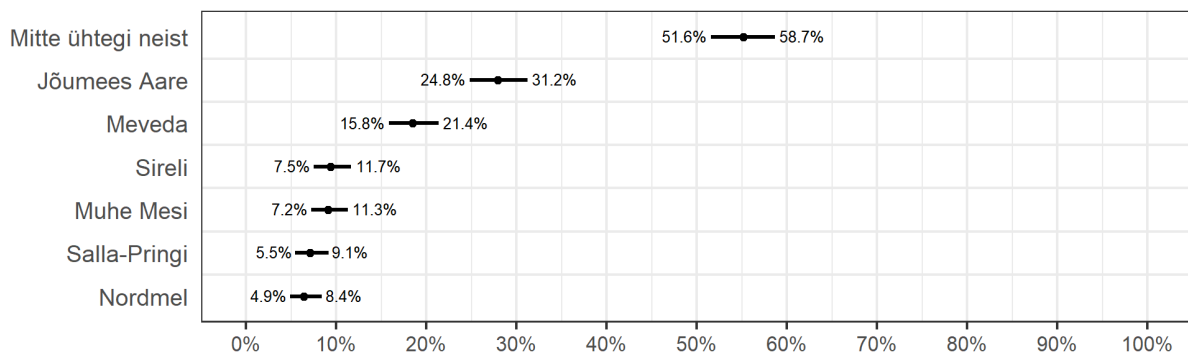




## 4 Valitud meetootjate toodete ostu kaardistus

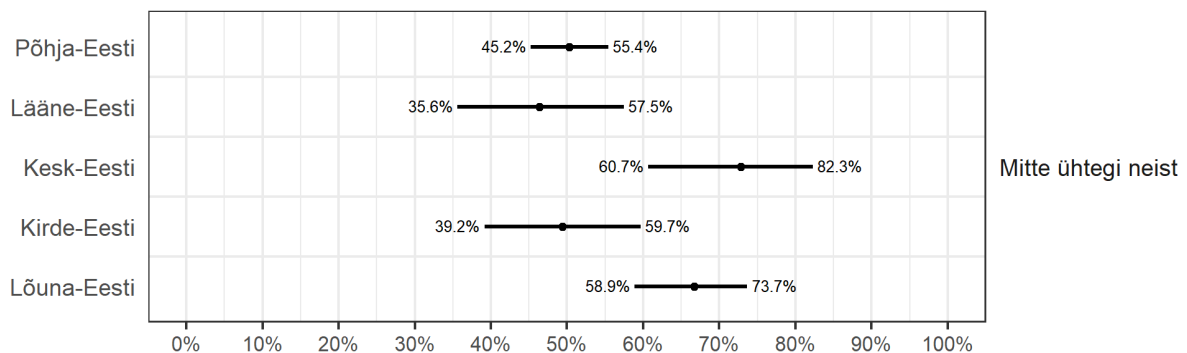
Veebikeskkonnas küsitlusele vastanutelt küsisime, kas nad on viimase viie aasta jooksul ostnud mõne nimekirjas oleva tootja mett. Iga tootja nime juures olid pildid selle tootja tuntumatest meetoodetest. Ligikaudu pooled (ca 55%) ei ole viimase viie aasta jooksul ostnud ühegi nimetatud tootja mett (Joonis 41). Kõige enam tundsid vastajad ära, et nad on ostnud Jõumees Aare (ca 28%) ja Meveda mett (ca 18%).

Joonis 41. Kas on viimase viie aasta jooksul ostnud järgnevate tootjate mett (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett)



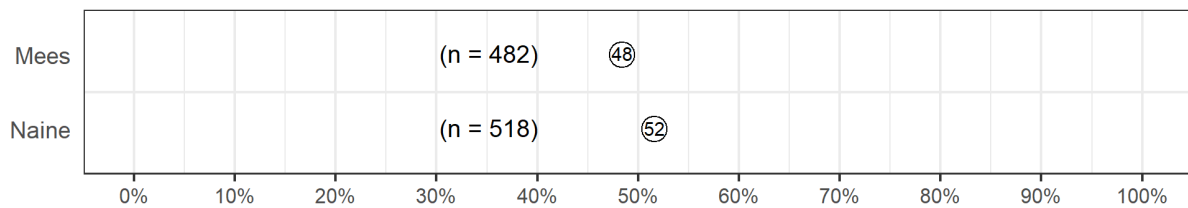
Regionaalselt esineb erisus nende inimeste hulgas, kes ei ole nimekirjas esitatud kuuest meetootjast ühegi tootja mett viimase viie aasta jooksul ostnud (Joonis 42). Kesk- ja Lõuna-Eestis on mõnevõrra enam kui Põhja-, Lääne- ja Kirde-Eestis neid, kes ei ostnud mitte ühegi eelnimetatud tootja mett.

Joonis 42. Ei ole ostnud ühegi nimekirjas esitatud tootja mett viimase viie aasta jooksul (protsent 15-74-aastastest, kes on ostnud mett)

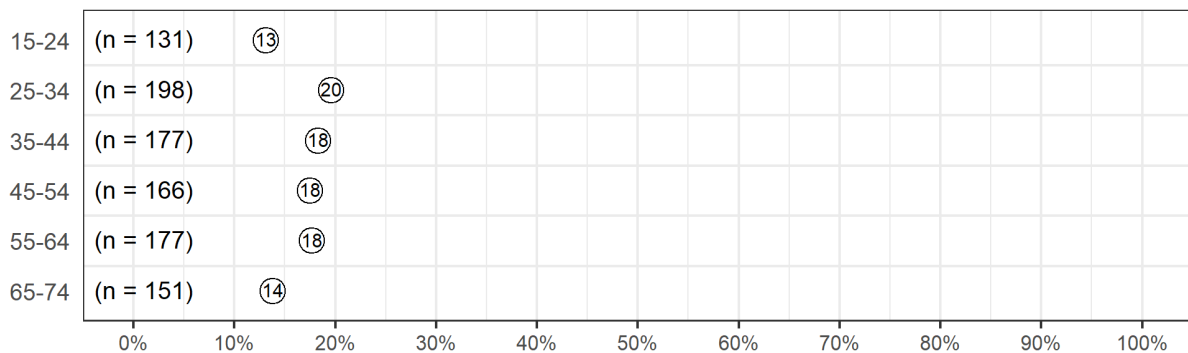


## 5 Küsitlusele vastanute taust

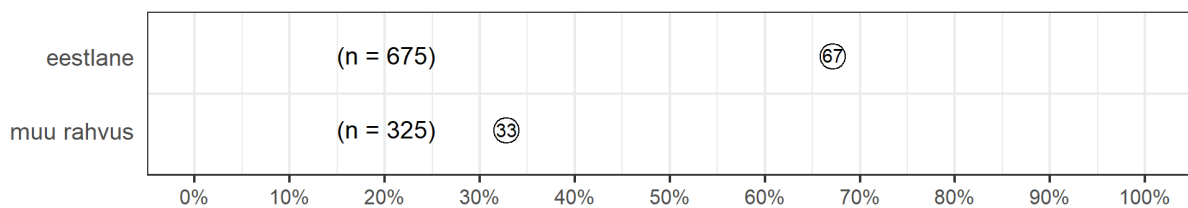
Joonis 43. Sugu (protsent küsitlusele vastanutest)



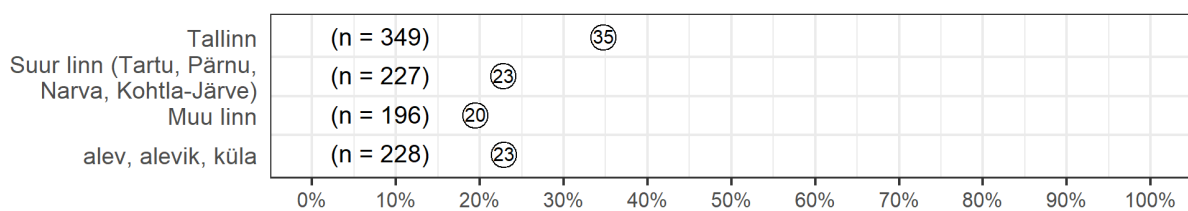
Joonis 44. Vanus (protsent küsitlusele vastanutest)



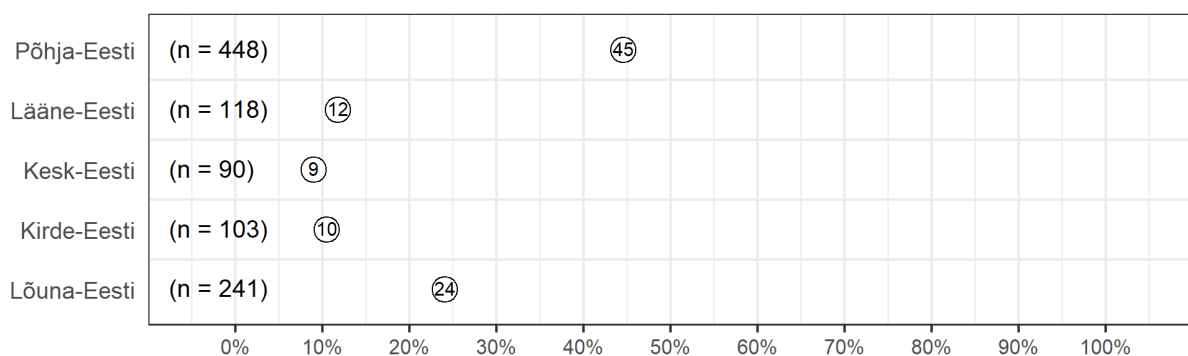
Joonis 45. Rahvus (protsent küsitlusele vastanutest)



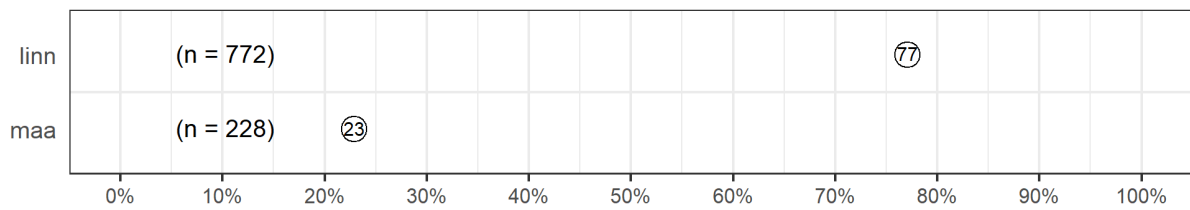
Joonis 46. Elukoht (protsent küsitlusele vastanutest)



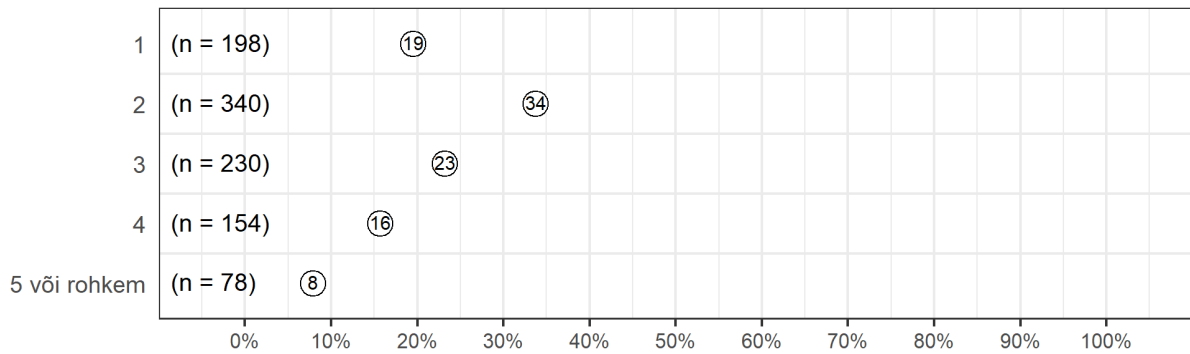
Joonis 47. Elukoha regioon (protsent küsitlusele vastanutest)



Joonis 48. Elukoha asulatüüp (protsent küsitlusele vastanutest)



Joonis 49. Inimeste arv leibkonnas (protsent küsitlusele vastanutest)



Joonis 50. Isiklik netosissetulek keskmiselt ühes kuus (protsent küsitlusele vastanutest)

