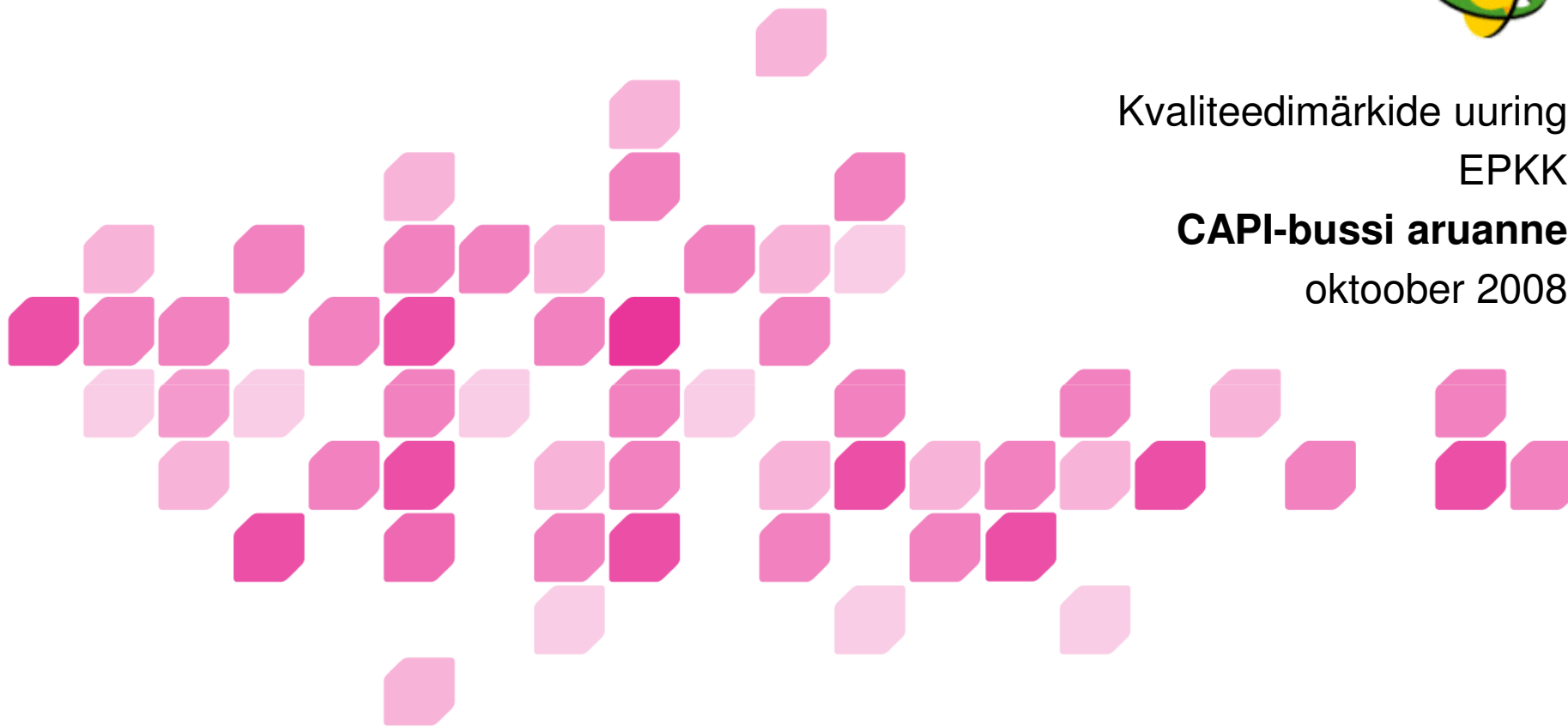




Kvaliteedimärkide uuring  
EPKK  
**CAPI-bussi aruanne**  
oktoober 2008



the sixth sense of business™

# Sisukord

■ Eesmärk ja metoodika	3
■ Kokkuvõte	4
■ Uuringu tulemused graafiliselt	6
■ Lisad	14
■ Uuringu metoodika, tulemuste usalduspiirid	
■ Projekti meeskond	
■ Tabelid	

# Eesmärk ja metoodika

- Uuringu eesmärk oli kaardistada võrdlevalt varasemate aastatega:
  - kuidas on muutunud tarbija teadlikkus Tunnustatud Eesti Maitse (TEM) ja Tunnustatud Maitse (TM) märkidest ning nende märkamise tase toidukaupadel;
  - milline on trend TEM ja TM märgiga toodete eelistamise osas teistele toodetele;
  - missugused omadused kirjeldavad TEM ja TM märgiga tooteid;
  - kas tarbija peab TEM ja TM märke usaldusväärseteks.
- Uuringu viisime läbi perioodil 01.-08.10 ja 15.-22.10.08 TNS Emori omnibuss küsitluse raames:
  - meetod: GAPI-buss (*Computer Assisted Personal Interviewing*);
  - küsitletavate sihtrühm: 1000 Eesti elanikku vanuses 15-74 a.
- Uuringu tellija on **Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda**. Uuringu tulemuste omandiõigus kuulub uuringu tellijale.
- Aruandes on esitatud uuringu tulemused tabeljaotustena koos lühikommentaari ja põhigraafikutega.

# Uuringu kokkuvõte

## Järeldused

- EPKK kvaliteedimärkide üldine tuntuse tase on kolme viimase uuringuperioodi vältel püsinud muutumatuna (*graafiliselt kujutatud slaidil 7*):
  - kahest märgist vähemalt ühte on märganud 84% 15-74-aastastest Eestimaa elanikest;
  - jätkuvalt on märke kõige sagedamini märgatud toote pakendil (77% küsitletutest nagu ka 2007.aastal), kauplustes ja/või reklaamides oli märki tähele pannud pisut enam kui kolmandik vastanuist (34%);
  - sarnaselt varasematele uuringutele püsib tuntuse tase keskmisest kõrgemana eestlaste, kõrgema sissetulekuga, maapiirkondade elanike ning kõrgharidusega vastajate seas (ca 90% või enam); regiooniti paistab kõrgeima tuntusega silma Lõuna-Eesti (96%);
  - teiste segmentidega võrreldes on märkide tuntus püsivalt madalam mitte-eestlaste seas (63% nagu ka 2007.a.) ning regiooniti Virumaal.
- Kahest märgist tuntum on läbi aastate olnud Pääsukesemärk, mis viimase kolme uuringuperioodi tulemuste kohaselt on tuttav vähemalt kaheksale inimesele kümnest. Ristikumärki on toote pakendil või kaupluses/reklaamides tähele pannud ca kuus inimest kümnest (*graafiliselt kujutatud slaidil 8*).

*Varasematele uuringutele sarnaselt küsiti ka märgistatud toidukaupade ostueelistuse, usaldusväarsuse ja tooteid kirjeldavate tooteomaduste kohta ning seda Pääsukesemärgi ja Ristikumärgi kohta eraldi. Ajaline trend neis näitajates on välja toodud ka mõlema märgi kohta kokku.*

# Uuringu kokkuvõte

## Järeldused

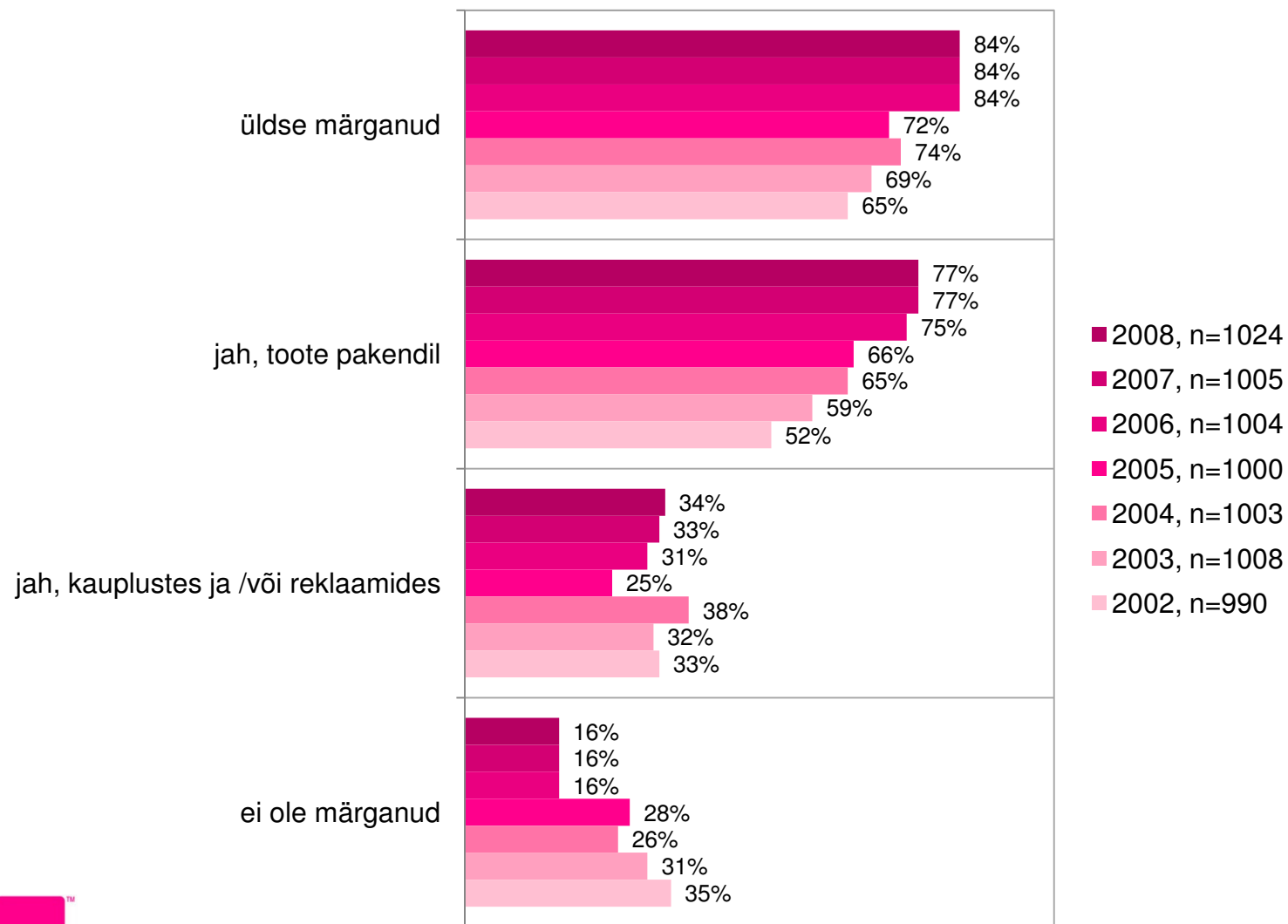
- Enamik vastajaid kaldub vähemalt aeg-ajalt eelistama märgistatud toidukaupu, kuigi nõ tugev eelistus on läbi aja näidanud pigem pisut langevat trendi: 2002/2003 väitis end alati märgistusega tooteid eelistavat ca kolmandik; 2004/2005 ca neljandik, nüüdseks aga umbes viiendik tarbijast (*slaidid 9 ja 10*);
  - viimasel kolmel aastal on eelistus püsinud praktiliselt muutumatuna: alati eelistab märgiga tooteid ca 20% ning mõnikord 60% vastanuist;
  - neid, kes märke ei tähtsusta, keskmisest mõnevõrra enam noorte (kuni 24-aastaste), meeste ning madalama haridustasemega elanike seas.
- Kvaliteedimärk tootel kannab eelkõige Eestis toodetud toote tähendust, seda mainis (nagu eelmistelgi aastatel) igast kümnest märke märganust seitse (*slaid 11*).
  - Pääsukesemärgi puhul nimetas kümnest kuus inimest ka toote valmistamist Eestimaisest toorainest; Ristikumärk informeerib toote kvaliteetsusest (seda tõi välja iga viies-kuues) (*slaid 12*).
- Mõlemat märki tajutakse viimastel aastatel üha enam kui info andjat sellest, et toode on osutunud toiduekspertide poolt hinnatuks.
- Usaldus märkide vastu on läbi aastate püsinud kõrge, ometi võis kuni möödunud aastani täheldada usalduse tugevuses pigem langevat trendi. Sel aastal on näha pöördumist kasvava usalduse suunas (*slaid 13*).

Uuringu  
tulemused

# Kvaliteedimärkide märkamine:

## märغانud ühte või teist märki

% kõikidest vastajatest



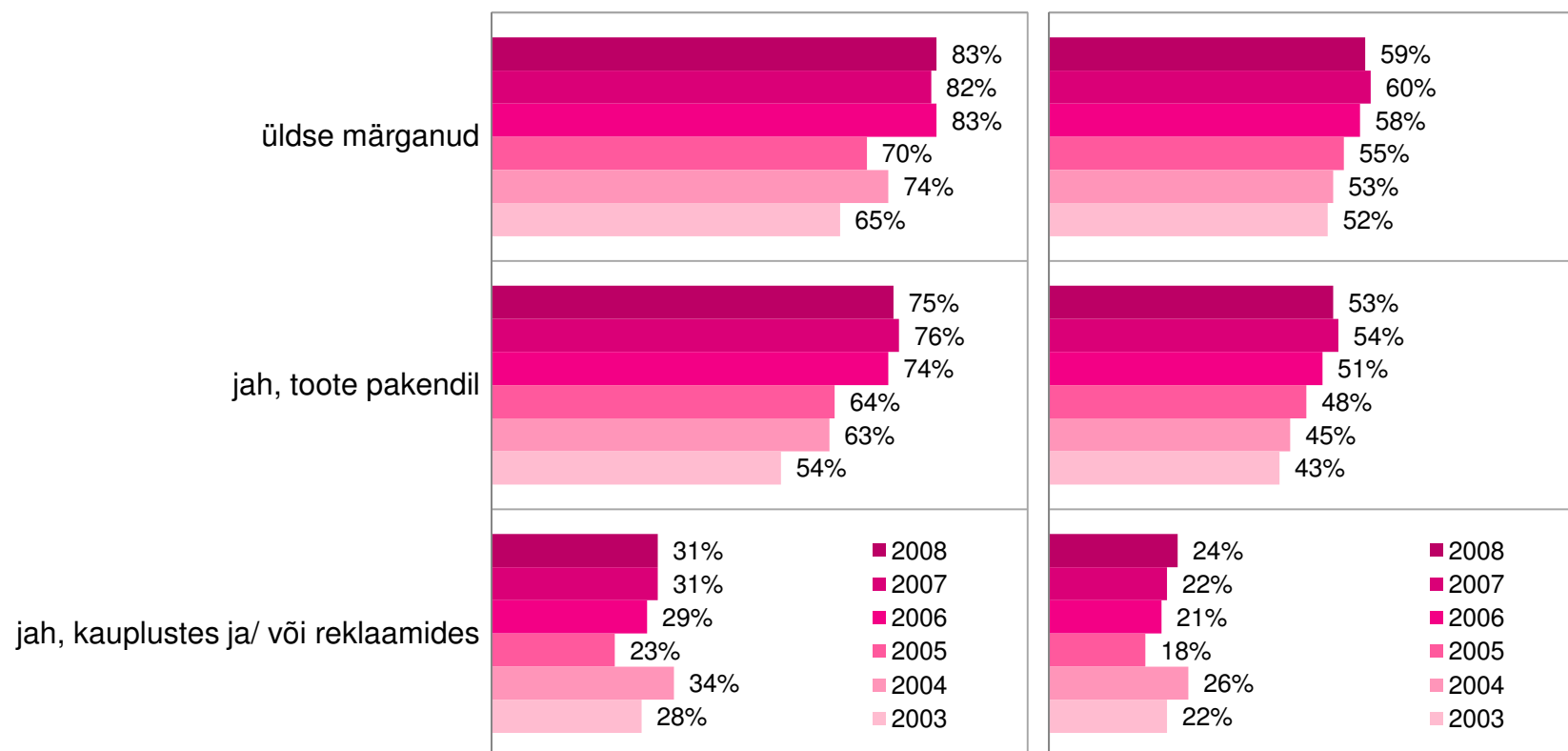
# Kvaliteedimärkide märkamine: märganud Pääsukesemärki / Ristikumärki

% kõikidest vastajatest, n=1024



**Pääsukesemärk**

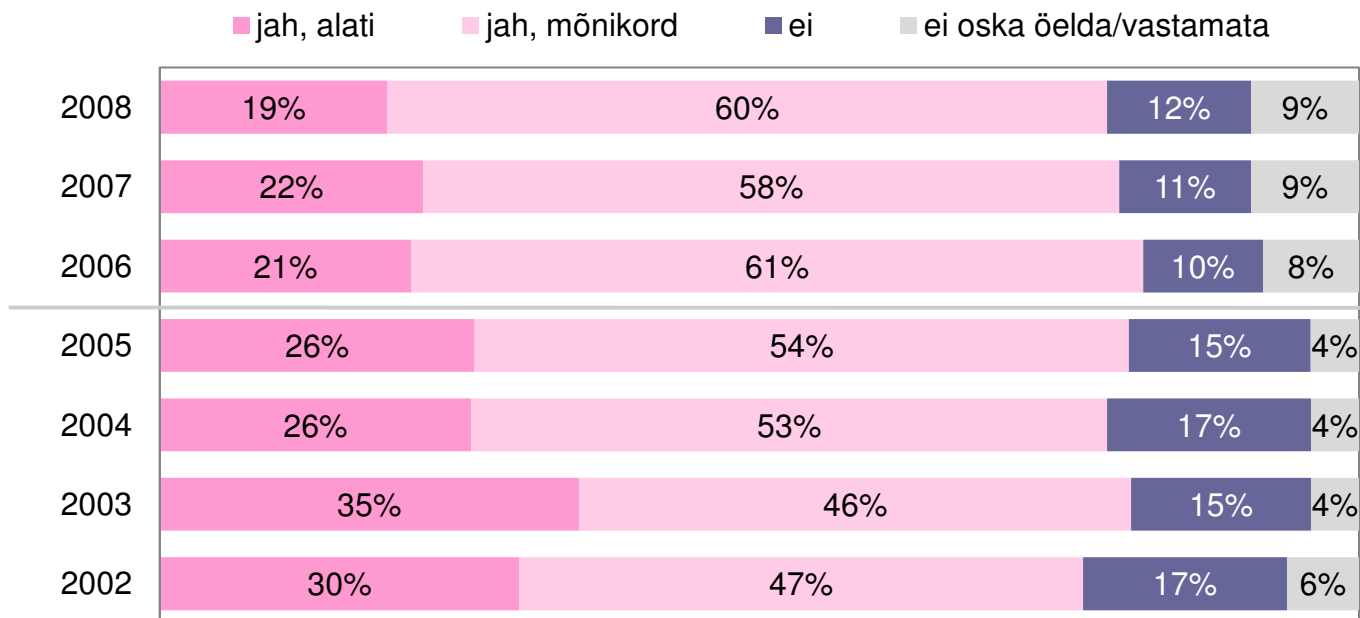
**Ristikumärk**



# Kvaliteedimärkide eelistamine:

## eelistab ühte või teist märki

% nendest, kes olid märgistust näinud



NB! Alates 2006 metoodika muutus: trend on esitatud kahe eraldi märgi kohta mõõdetud andmeid ühendades

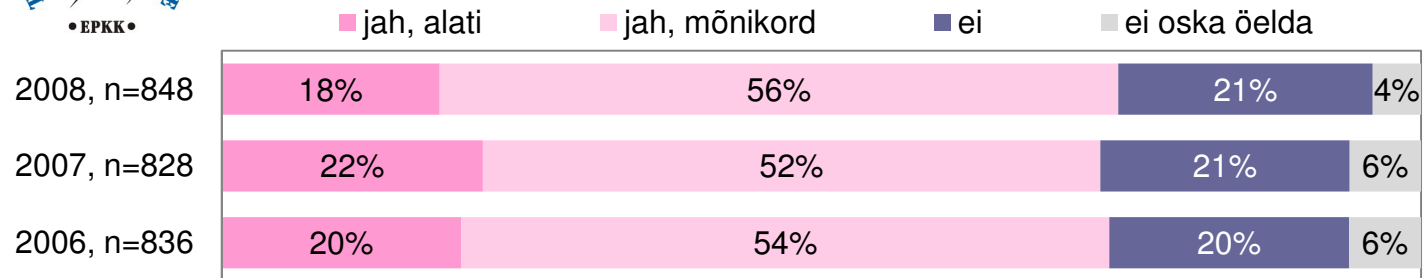
# Kvaliteedimärkide eelistamine:

## Pääsukesemärgi / Ristikumärgi eelistamine

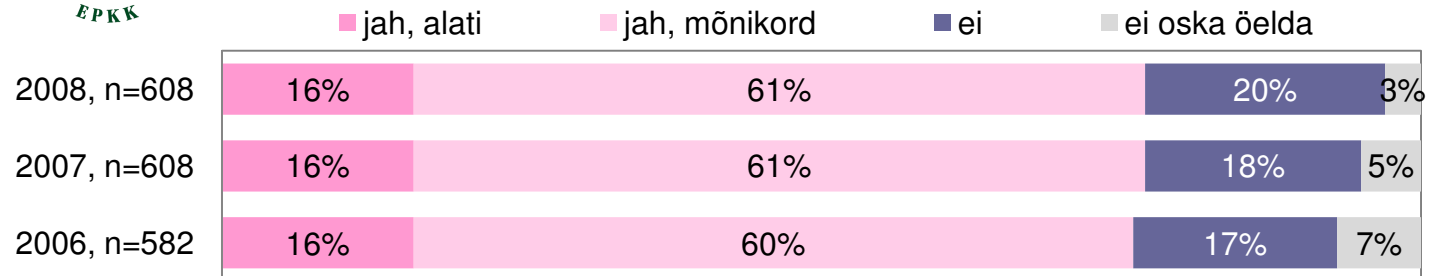
% nendest, kes olid vastavat märgistust näinud



### Pääsukesemärk



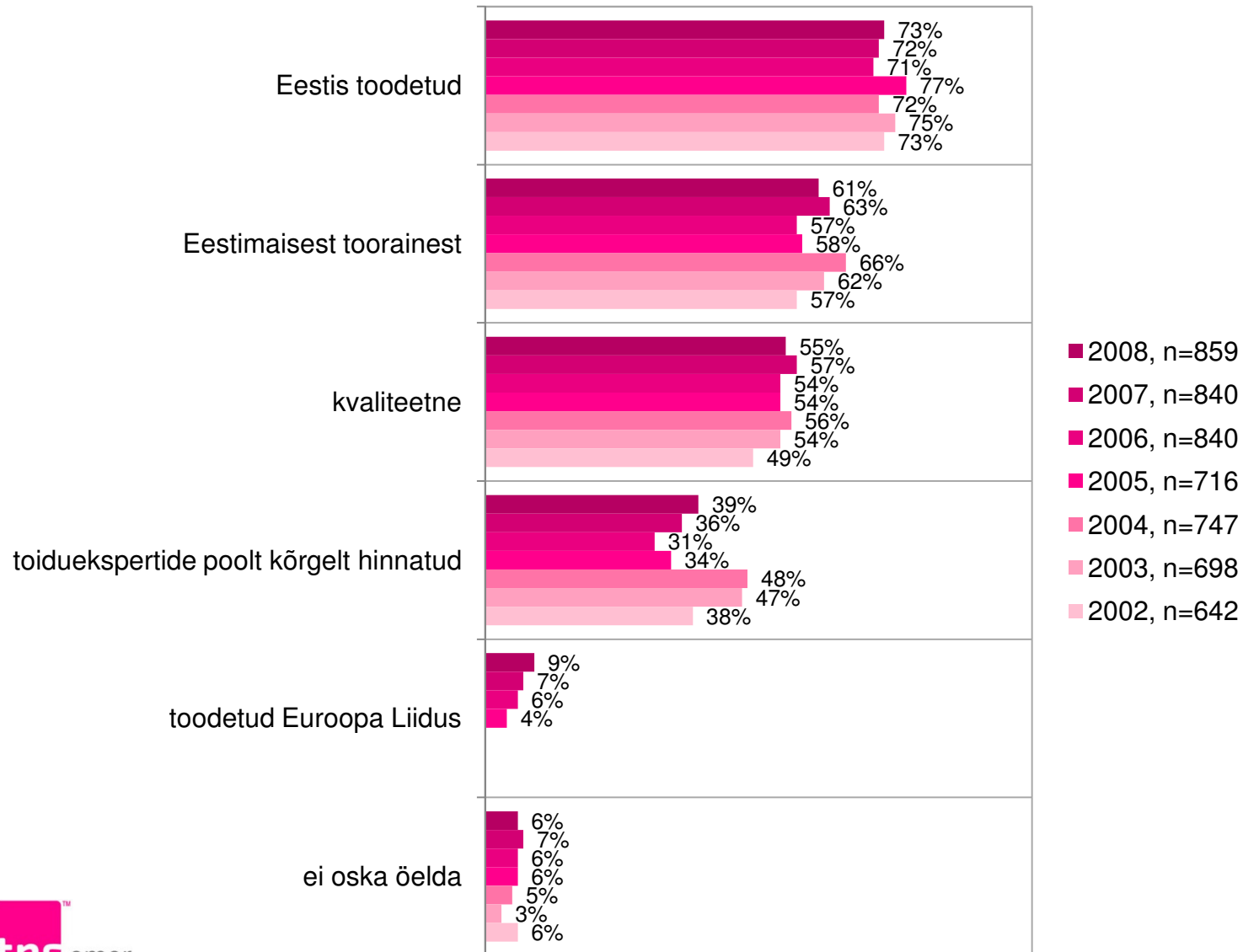
### Ristikumärk



# Kvaliteedimärgiga tooteid kirjeldavad omadused:

## kirjeldab ühte või teist märki

% nendest, kes olid märgistust märganud



# Kvaliteedimärgiga tooteid kirjeldavad omadused:

## kirjeldab Pääsukesemärki / Ristikumärki

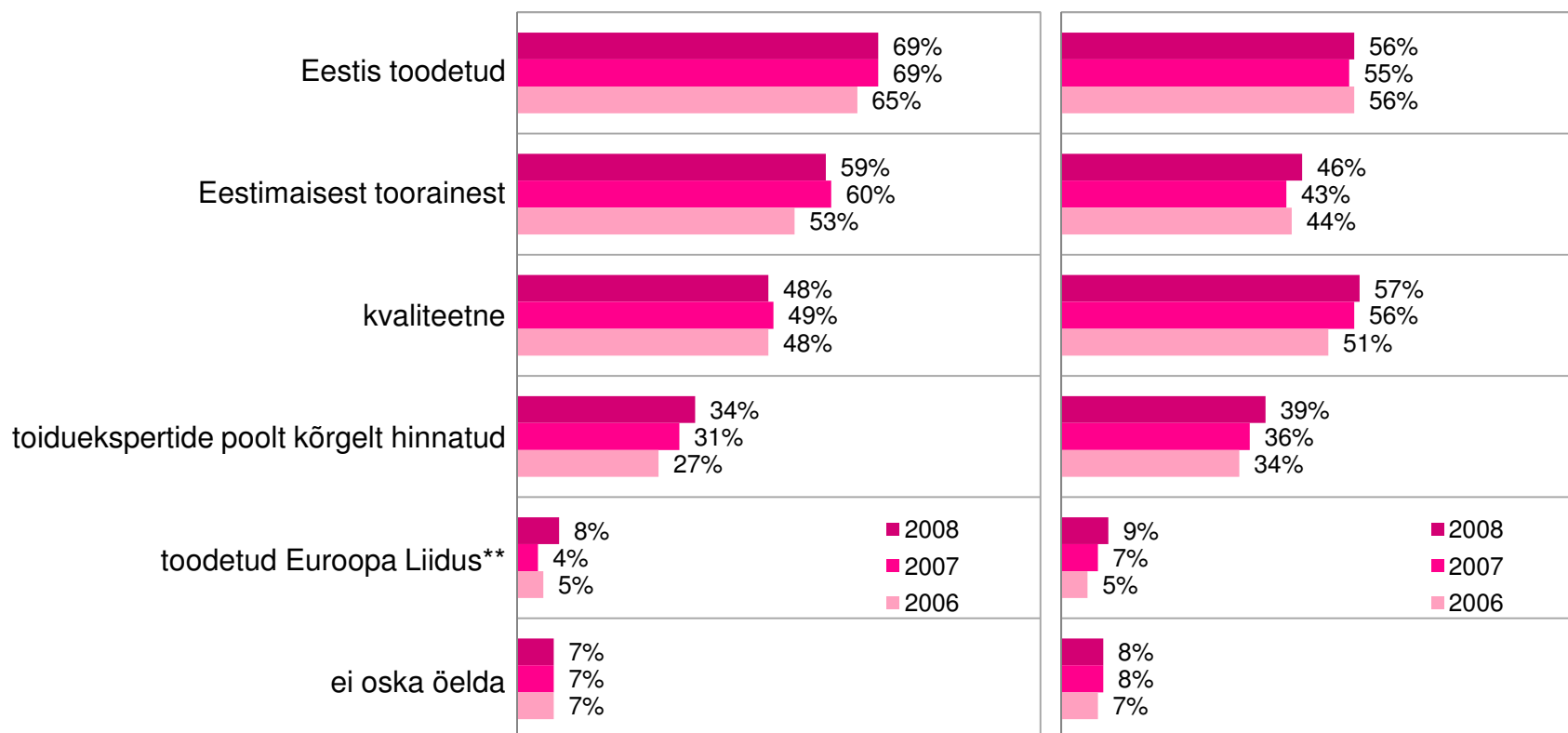
% nendest, kes olid vastavat märgistust näinud



**Pääsukesemärk**



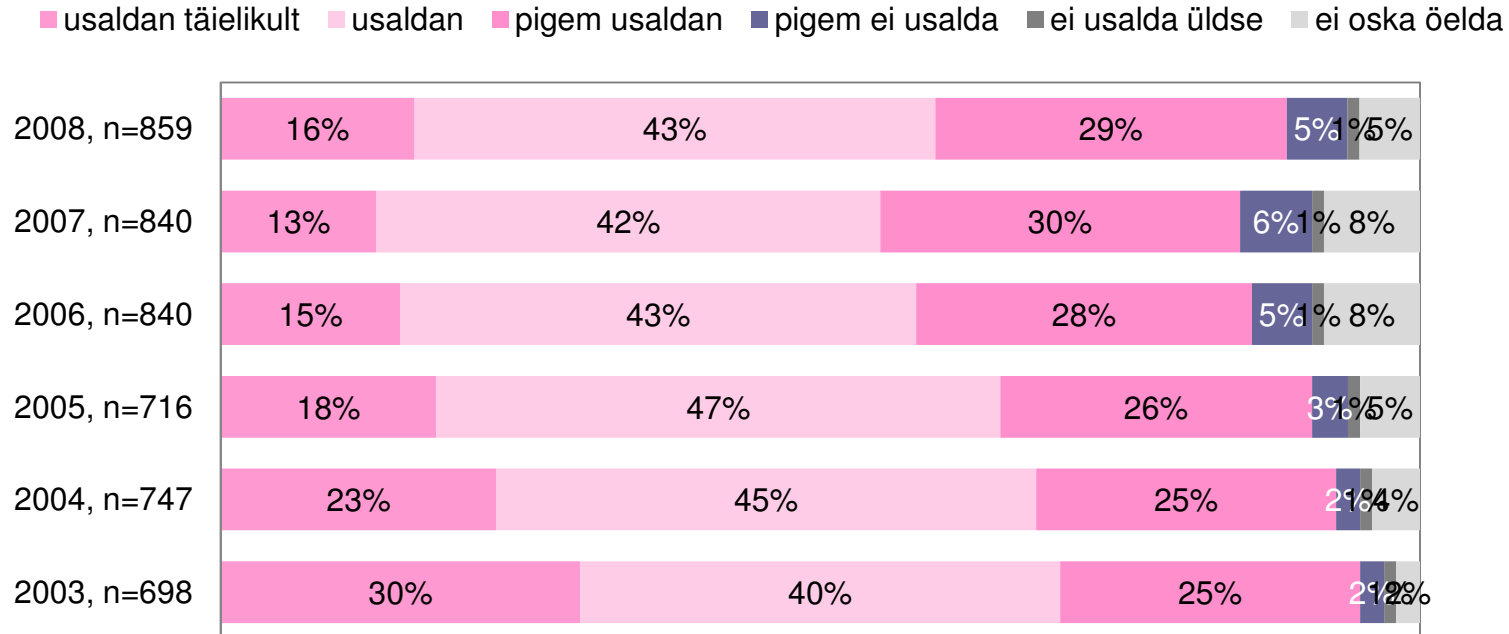
**Ristikumärk**



# Kvaliteedimärkide usaldusväärsus:

## usaldab ühte või teist märki

% nendest, kes olid märgistust märganud



Lisad

# Lisad

## Metoodika ja valimi kirjeldus

- CAPI-bussi üldkogum: Eesti Vabariigi alalised elanikud vanuses 15–74 a (kokku 1 046 357 inimest, Statistikaamet 01.01.2007. a).
- Valim: 500 inimest
- Valim on n-ö “isekaaluv”: üldkogumi proportsionaalne mudel – kõikidel üldkogumisse kuuluvatel inimestel on võrdne võimalus vastajaks sattuda.
- Valimi moodustamise printsiibid:
  - Territoriaalselt 6 valimikihti (proportsionaalne üldkogumi jaotusele, Statistikaameti rahvastikuandmed 01.01.2007. a), igas kihis kaheastmeline valik.
  - Esmane valikuühik: asula (linnad, alevid, alevikud, külad). Valimipunktid juhuvalikuga vastavalt elanike arvule – kokku 94 punkti.
  - Teisene valikuühik: inimesed. Ühes valimipunktis 8 inimest, Tallinnas , Tartus, Pärnus, Kohtla-Järvel ja Narvas 4.  
Küsitletavate leidmine: lähteaadressi meetod, noorte meeste–noorte naiste reegel
- Küsitluse käigus kujunenud valimi struktuuri võrdleme vastavate näitajatega üldkogumi kohta. Vajaduse korral kaalume valimit esinduslikkuse tagamiseks.

# Lisad

## Valimi mudel ja selle jaotus

Liigituse nimi	Lõigete sisu	Üldkogum (ESA 01.01.2007)		Mudel	Tegelik valim		Kaal	Kaalutud jaotus	
		Abs. arv	%	VP arv	Arv	%		Arv	%
<b>KOKKU</b>		1 046 357	100,00%	188	1024	100,00%		1024	100,00%
PIIRKOND	Tallinn	315 006	30,11%	76	313	30,57%	0,9840	308	30,08%
	Põhja-Eesti	154 775	14,79%	20	159	15,53%	0,9560	152	14,84%
	Lääne-Eesti	124 936	11,94%	18	112	10,94%	1,0893	122	11,91%
	Tartu piirkond	142 526	13,62%	26	136	13,28%	1,0294	140	13,67%
	Lõuna-Eesti	121 373	11,60%	14	120	11,72%	0,9917	119	11,62%
	Virumaa	187 741	17,94%	34	184	17,97%	1,0000	184	17,97%
ASULATÜÜP	Pealinn	315 006	30,11%		313	30,57%	0,9840	308	30,08%
	Suur linn	202 235	19,33%		188	18,36%	1,0532	198	19,34%
	Muu linn	214 376	20,49%		219	21,39%	0,9589	210	20,51%
	Alevik/küla	314 740	30,08%		304	29,69%	1,0132	308	30,08%
SUGU	Mehed	489 125	46,75%		445	43,46%	1,0764	479	46,78%
	Naised	557 232	53,25%		579	56,54%	0,9413	545	53,22%
VANUS	15-24	207 320	19,81%		136	13,28%	1,4926	203	19,82%
	25-34	188 507	18,02%		144	14,06%	1,2778	184	17,97%
	35-49	277 604	26,53%		234	22,85%	1,1624	272	26,56%
	50-64	239 865	22,92%		278	27,15%	0,8453	235	22,95%
	65-74	133 061	12,72%		232	22,66%	0,5603	130	12,70%
RAHVUS	Eestlased	705 666	67,44%		707	69,04%	0,9774	691	67,48%
	Muu rahvus	340 691	32,56%		317	30,96%	1,0505	333	32,52%

# Lisad

## Küsitlus

- CAPI-meetod (arvuti abil tehtavad personaalintervjuud):
  - ankeedi küsimused sülearvuti ekraanil ja vastused sisestab küsitleja kohe arvutisse. Filtrid ja roteerimised on programmeeritud, vähendades nii vigu küsitlemisel. Ankeet võib sisaldada multimeediat (pilte, videot, muusikaklippe).
- Pärast küsitluse toimumist korraldasime intervjuude järelkontroll. Selleks võtsime ühendust veelkord 15% valimist ja palusime vastajal kommenteerida küsitleja töö erinevaid aspekte. Järelkontrolli alusel võime väita, et küsitlustöö viidi läbi vastavalt koolituse nõuetele.
- Kõik meie küsitlejad on läbinud koolitusprogrammi. Keerukamate projektide puhul teeme ka erikoolituse.
- Küsitlustöös osales 59 vastava ettevalmistuse saanud ASi Emor küsitlejat.
- Kokku tegid küsitlejad 2550 kontaktivõttu, neist:
  - 1024 juhul viidi intervjuu läbi
  - 687 juhul ei olnud kahe külastuskorra järel kedagi kodus
  - 167 juhul ei olnud sihtrühma esindajat
  - 672 korral keelduti vastamisest või sobiv isik oli vastamisvõimetu.

# Lisad

## Tulemuste usalduspiirid

- Andmetabelite uurimisel ja tulemustest järelduste tegemisel tuleb arvestada valimi veaga. Oleme andnud vea piirid 95% tõenäosusega, arvestades kogu valimi ja sagedamini esinevate alarühmade arvulist suurust.

Valimi suurus	50%	45%	40%	35%	30%	25%	20%	15%	10%	5%	3%	2%
	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	97%	98%
5	57,47%	57,18%	56,31%	54,82%	52,67%	49,77%	45,97%	41,04%	34,48%	25,05%	19,61%	16,09%
10	35,26%	35,08%	34,55%	33,64%	32,32%	30,54%	28,21%	25,18%	21,16%	15,37%	12,03%	9,87%
15	27,63%	27,49%	27,07%	26,35%	25,32%	23,93%	22,10%	19,73%	16,58%	12,04%	9,43%	7,74%
20	23,37%	23,25%	22,89%	22,29%	21,42%	20,24%	18,69%	16,69%	14,02%	10,19%	7,97%	6,54%
25	20,60%	20,50%	20,18%	19,65%	18,88%	17,84%	16,48%	14,71%	12,36%	8,98%	7,03%	5,77%
30	18,62%	18,53%	18,25%	17,76%	17,07%	16,13%	14,90%	13,30%	11,17%	8,12%	6,35%	5,21%
40	15,97%	15,89%	15,65%	15,23%	14,64%	13,83%	12,78%	11,40%	9,58%	6,96%	5,45%	4,47%
45	15,06%	14,98%	14,75%	14,36%	13,80%	13,04%	12,04%	10,75%	9,03%	6,56%	5,14%	4,22%
50	14,28%	14,21%	13,99%	13,63%	13,09%	12,37%	11,43%	10,20%	8,57%	6,23%	4,87%	4,00%
60	12,91%	12,84%	12,65%	12,31%	11,83%	11,18%	10,33%	9,22%	7,75%	5,63%	4,40%	3,61%
65	12,40%	12,34%	12,15%	11,83%	11,37%	10,74%	9,92%	8,86%	7,44%	5,41%	4,23%	3,47%
75	11,55%	11,49%	11,31%	11,01%	10,58%	10,00%	9,24%	8,25%	6,93%	5,03%	3,94%	3,23%
100	10,00%	9,95%	9,80%	9,54%	9,16%	8,66%	8,00%	7,14%	6,00%	4,36%	3,41%	2,80%
120	9,04%	8,99%	8,85%	8,62%	8,28%	7,83%	7,23%	6,45%	5,42%	3,94%	3,08%	2,53%
150	8,00%	7,96%	7,84%	7,63%	7,33%	6,93%	6,40%	5,71%	4,80%	3,49%	2,73%	2,24%
200	6,93%	6,89%	6,79%	6,61%	6,35%	6,00%	5,54%	4,95%	4,16%	3,02%	2,36%	1,94%
300	5,66%	5,63%	5,54%	5,40%	5,18%	4,90%	4,53%	4,04%	3,39%	2,47%	1,93%	1,58%
500	4,38%	4,36%	4,29%	4,18%	4,02%	3,79%	3,51%	3,13%	2,63%	1,91%	1,49%	1,23%
1 000	3,10%	3,08%	3,03%	2,95%	2,84%	2,68%	2,48%	2,21%	1,86%	1,35%	1,06%	0,87%

# Lisad

## Projekti meeskond

Uuringu eri etappides osalesid ja olid vastutavad:

- Tellijapoolne kontaktisik: Ave Kingu
- Uuringu kava ja aruande koostaja: Katrin Männaste
- Valimi koostaja: Katre Seema
- Ankeedi programmeerija: Mare Lepik
- Ankeedi tõlge vene keelde: Maria Repkina
- Küsitlustöö koordineerija: Kaja Ruuben
- Andmetöötlus: Aivar Felding
- Graafilised tööd: Maire Nõmmik

### Lisainfo

Projektijuht: Katrin Männaste  
Telefon: 6268539  
E-mail: [katrin.mannaste@emor.ee](mailto:katrin.mannaste@emor.ee)



# Lisad

## Tabeljaotused