

EPKK kvaliteedimärkide uuring

oktoober 2011



SISUKORD

1	Uuringu tulemused	8
2	Lisad	16
3	Meeskond	21

EPKK
kvaliteedimärkide
uuring
oktoober 2011

AUTOR
Katrin Männaste

KLIENT
Eesti Põllumajandus-
Kaubanduskoda

Malle Lind

FIRMA
TNS Emor

| © TNS



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 28.09-05.10 ja 12.10-19.10.2011 TNS Emori omnibuss - küsitluse raames
 - meetod: CAPI (*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.

KOKKUVÕTE

EPKK kvaliteedimärkide üldine tuntuse tase on taas tasapisi kasvama hakanud, rohkem kui reklaamides, on märgistust tähele pandud toote pakendil. Märgistuse tuntuse tase püsib keskmisest kõrgemana eestlaste ning kõrgharidusega elanike seas. Kahest märgist on tarbijale tuttavam nn. Pääsukesemärk. Märgistusega toodete eelistamine on jätkuvalt kõrge, kuigi veidi on kummagi märgi puhul kasvanud ka märgistust mitte tähtsustavate tarbijate osakaal - keskmisest väiksemat rolli mängib märgistus just noorte, alla 25.a. tarbijate jaoks. Usaldus EPKK kvaliteedimärkide vastu püsib kõrge, kuid usalduse väljendamise kindlus on viimastel aastatel pisut nõrgenenud.

Järeldused (1)

- Viimastel uuringuperioodidel on EPKK kvaliteedimärkide üldine tuntuse tase taas tasapisi kasvama hakanud. Vähemalt ühte kahest kvaliteedimärgist on märganud 88% 15-74-aastastest Eestimaa elanikest (möödunud aastal 87%).
- Enamasti on tarbijad kvaliteedimärke tähele pannud toote pakendil ning pakendil märke märganute osakaal püsib sarnaselt läinud sügisele 84% tasemel.
- Kauplustes ja/või reklaamides on EPKK toidumärgistus silma hakanud veidi enam kui kolmandikule elanikkonnast (kauplustes/reklaamides märkamist nimetas paar protsendi jagu vähem vastajaid kui möödunud aastal) (slaid 9).
- Tuntuse tase püsib keskmisest kõrgemana eeskätt eestlaste ning kõrgharidusega elanike seas. Ka maapiirkondades on märke märganud veidi enam kui linnades, naiste poolt veidi enam kui meeste poolt ning kõrgema sissetulekuga vastajate poolt veidi sagedamini kui madalama sissetulekutasemega vastajate poolt.
- Keskmisest madalama teadlikkusega märgistusest hakkab silma peamiselt mitte-eestlaste segment, kuid ka siin on üldine märkamine tasapisi kasvanud, küündides 71%-ni. Regioonidest jäävad muu Eesti tasemele alla Virumaa ning Tallinn (seotud mitte-eestlaste suurema osakaaluga neis piirkondades).
- Kahest märgist tuttavamana püsib kindlalt nn. Pääsukesemärk - märki teab kaheksa-üheksa inimest kümnest ning tuntus on viimase nelja aasta jooksul näidanud kasvutrendi.
- Nn. Ristikumärki väitis sel aastal märganud olevat veidi vähem vastajaid kui aasta-paar tagasi (60%) ja väike langus on aset leidnud nii pakendil kui kauplustes/reklaamides märkamises (slaid 10).

Järeldused (2)

Sarnaselt varasematele uuringuperioodidele jätkasime märgistatud toidukaupade **ostueelistuse**, **usaldusväärse** ja **märgistuse tähenduse** kaardistamist, tehes seda Pääsukesemärgi ja Ristikumärgi kohta eraldi. Ajaline trend neis näitajates on välja toodud ka mõlema märgi kohta kokku.

- Märgistatud toidukaupade eelistamine on neljal uuringuperioodil püsinud üsna muutumatuna: jätkuvalt väidab ligi 80% märgistusega tuttav olevaist tarbijaist end vähemalt mõnikord ühe või teise märgistusega tooteid eelistavat (slaid 11).
- Tunnustatud Eesti Maitse märgistusega toidukaupu eelistab kindlalt ligi viiendik vastajatest (18%; aasta tagasi 19%). Tunnustatud Maitse märgistusega toidukaupade veendunud eelistamine on peale vahepealselt tõusu taas langenud 2006-2008.a. tasemele (16% vastanuist).
- Mõlema märgi puhul on pisut kasvanud nn tagasilükkajate osakaal - ca neljandik vastajatest märgistust tootevalikul ei tähtsusta (slaid 12).
 - Märgistus mängib keskmisest väiksemat rolli noorte, alla 25.a. tarbijate jaoks.
- Omadusi, mis sobiksid kvaliteedimärgistusega tooteid kirjeldama (nn. märgistuse tähendus), on sel aastal välja toodud mõnevõrra vähem kui paaril varasemal uuringuperioodil (slaid 13).
 - Olulist muutust ei ole Pääsukesemärgi puhul kohalikkusele viitava tähenduse tajumises - ligi kolmveerandi jaoks tarbijatest (72%) tähistab Pääsukesemärk kohapeal toodetud toodet (aasta tagasi 75%) ning umbes kuus vastajat kümnest tajub märgistust eestimaisele toorainele viitavana.
 - Varasemaga võrreldes oluliselt vähem seostati aga märki toote kvaliteediga ning toiduekspertide poolt saadud kõrge hinnanguga.
- Ka Ristikumärgi puhul on vastajad sel aastal valinud märgi tähenduse iseloomustamiseks keskmiselt vähem omadusi kui aasta eest. Märki tajutakse eeskätt Eesti päritolule, toote kvaliteedile ning kohalikule toorainele viitavana (esile tõi vastavalt 51%, 45% ning 40%). Seejuures möödunud aastaga võrreldes on oluliselt harvem välja toodud märki kui kvaliteedigarantiid, samuti leidis viimaste uuringuperioodidega võrreldes vähem välja toomist „toiduekspertide poolt kõrgelt hinnatud“ (slaid 14).

Järeldused (3)

- Usaldus EPKK kvaliteedimärkide vastu püsib kõrge – 9 inimest 10-st peab märke täiesti või pigem usaldusväärseks.
 - Siiski võib märgata, et peale positiivset trendi 2008.-2009.a., on usalduse väljendamise kindlus viimastel aastatel taas nõrgenenud – vähenenud on märke täielikult usaldavate inimeste osakaal (slaid 15).
- Keskmisest veidi kõrgem on märgistuse usaldamise tase kõrgema haridusega inimeste seas. Ka naised väljendavad oma usaldust pisut kindlamalt kui mehed.
- Keskmisest ebakindlamalt on usaldust väljendanud noored (alla 25-aastased) tarbijad.

Uuringu tulemused

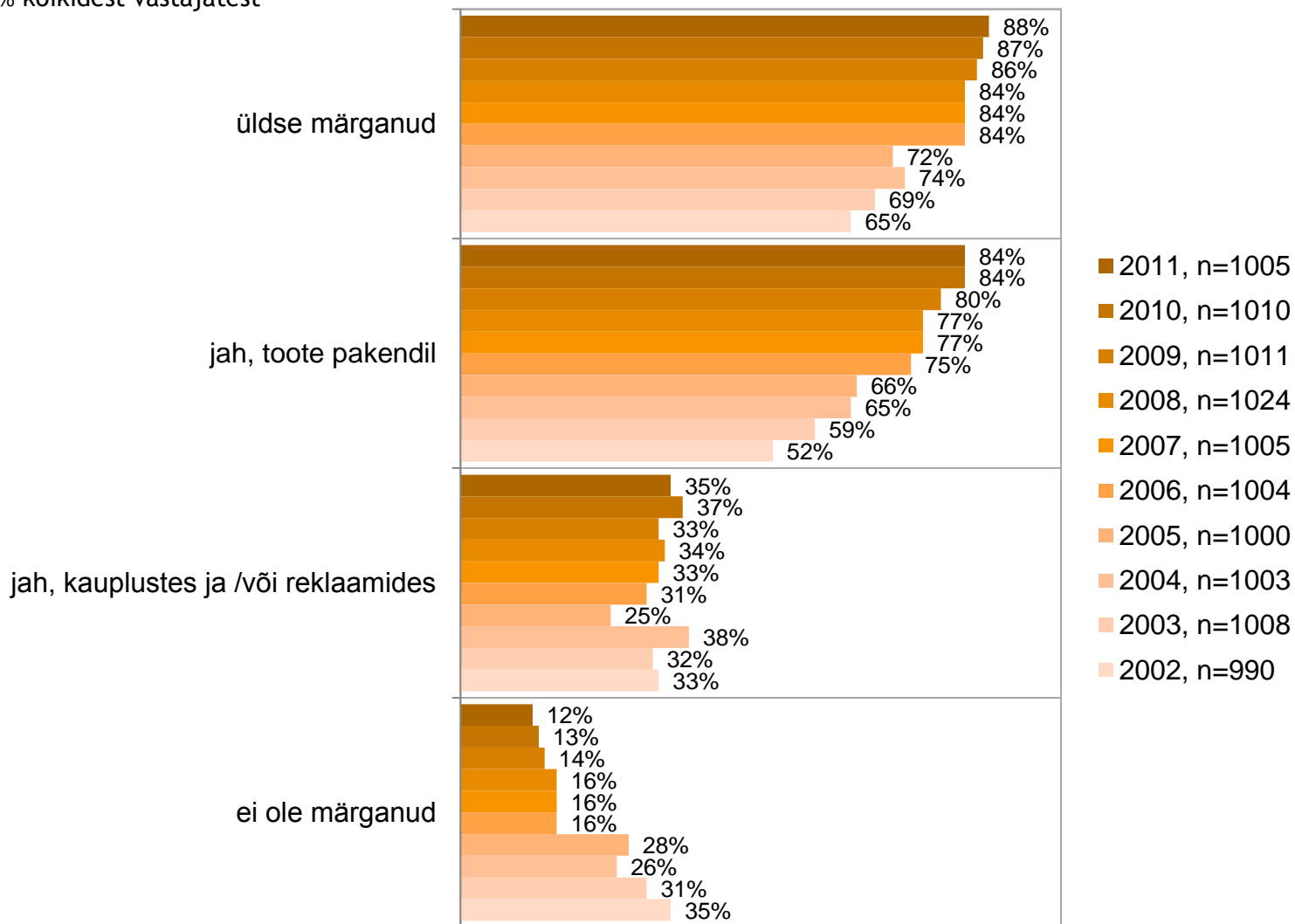
1

Kvaliteedimärkide märkamine, eelistamine,
usaldusväärsus



Kvaliteedimärkide märkamine: märganud EPKK märgistust (ühte või teist märki)

% kõikidest vastajatest



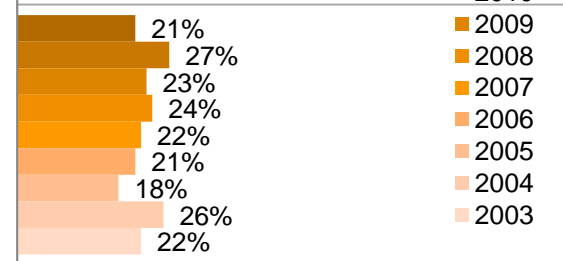
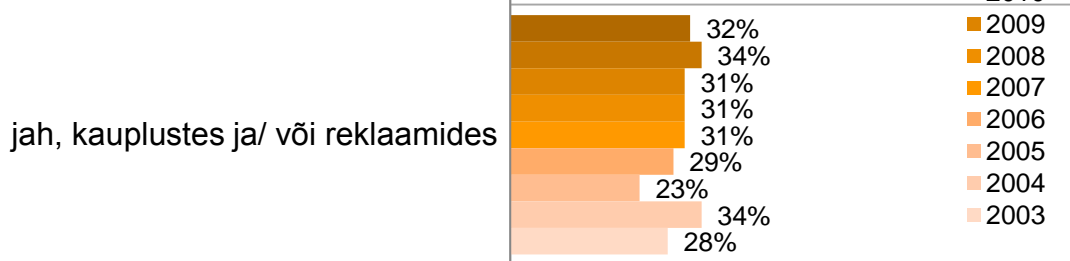
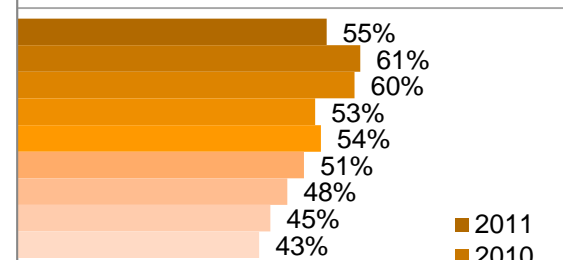
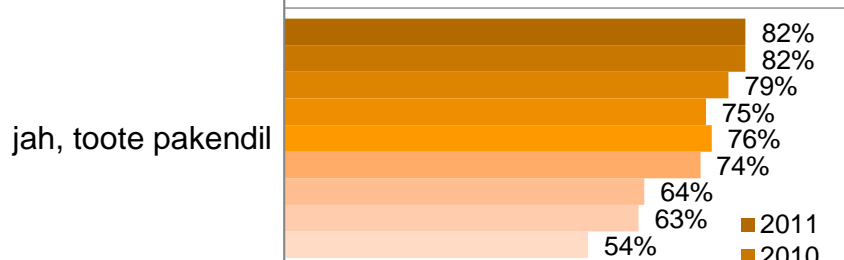
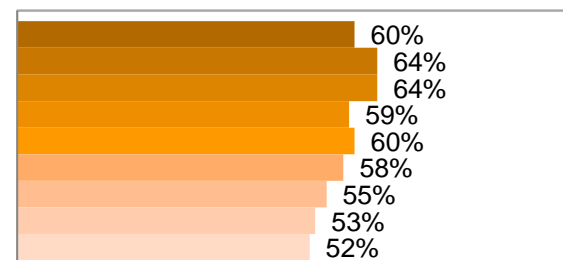
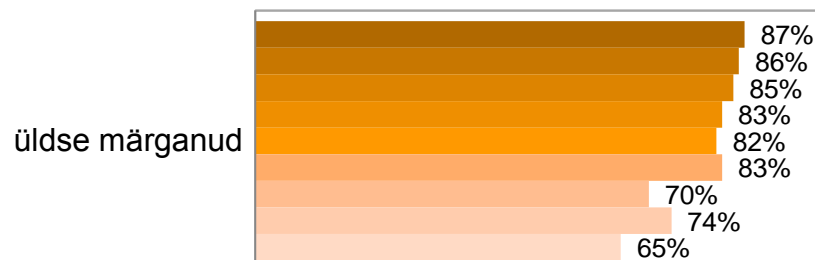
Kvaliteedimärkide märkamine: märganud Pääsukesemärki / Ristikumärki

% kõikidest vastajatest, n=1011



Pääsukesemärk

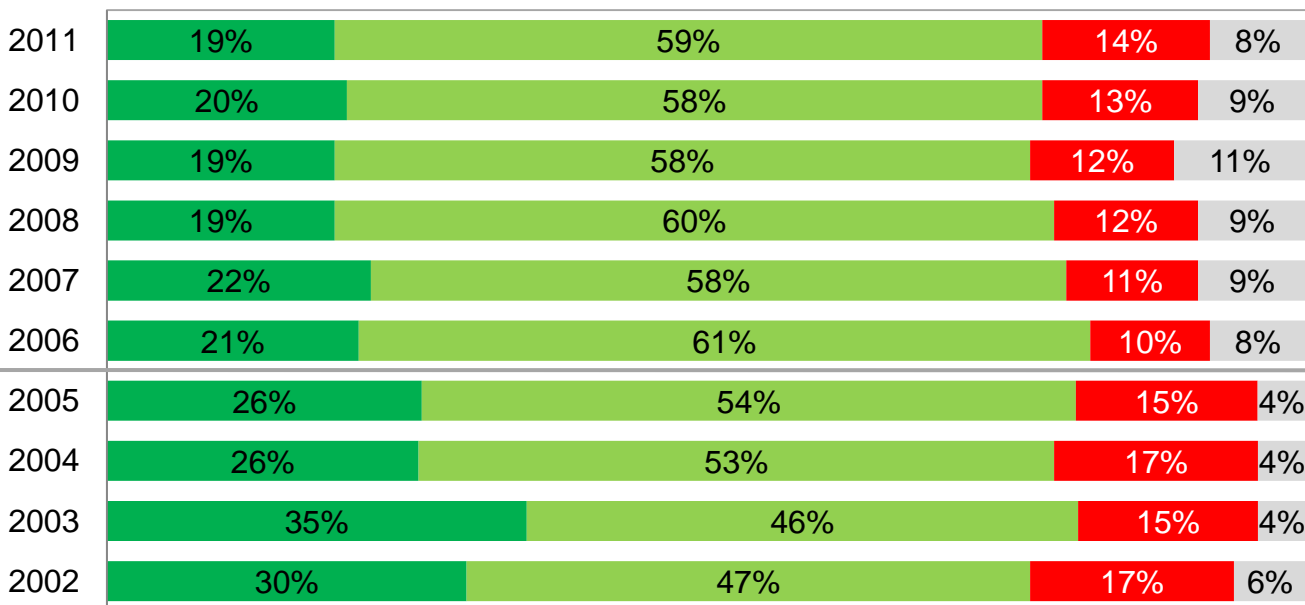
Ristikumärk



Kvaliteedimärkide eelistamine: eelistab EPKK märgistust kandvaid tooteid (kas TM või TEM)

% nendest, kes olid märgistust näinud

■ jah, alati ■ jah, mõnikord ■ ei ■ ei oska öelda/vastamata



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

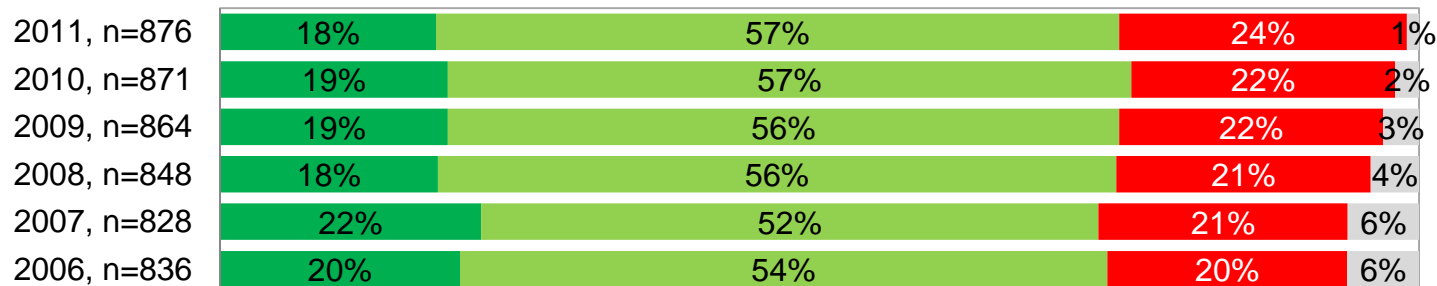
Kvaliteedimärkide eelistamine:

Päikesemärgi / Ristikumärgi eelistamine

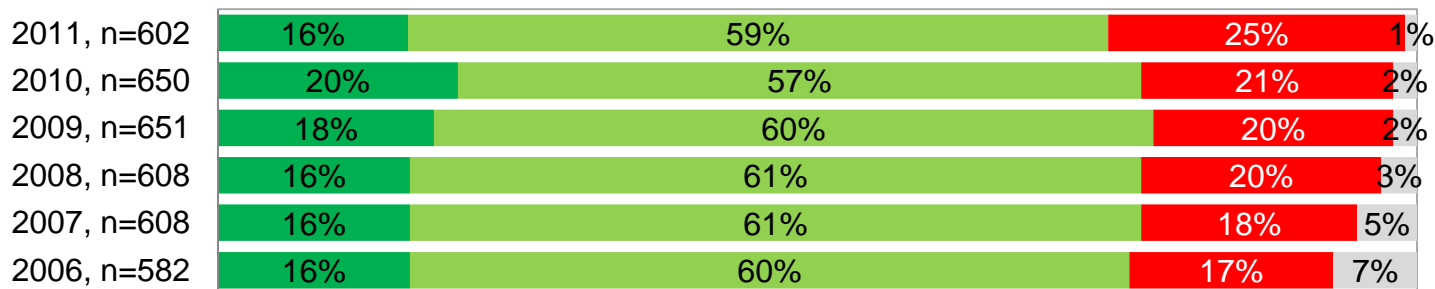
% nendest, kes olid vastavat märgistust näinud



■ jah, alati ■ jah, mõnikord ■ ei ■ ei oska öelda

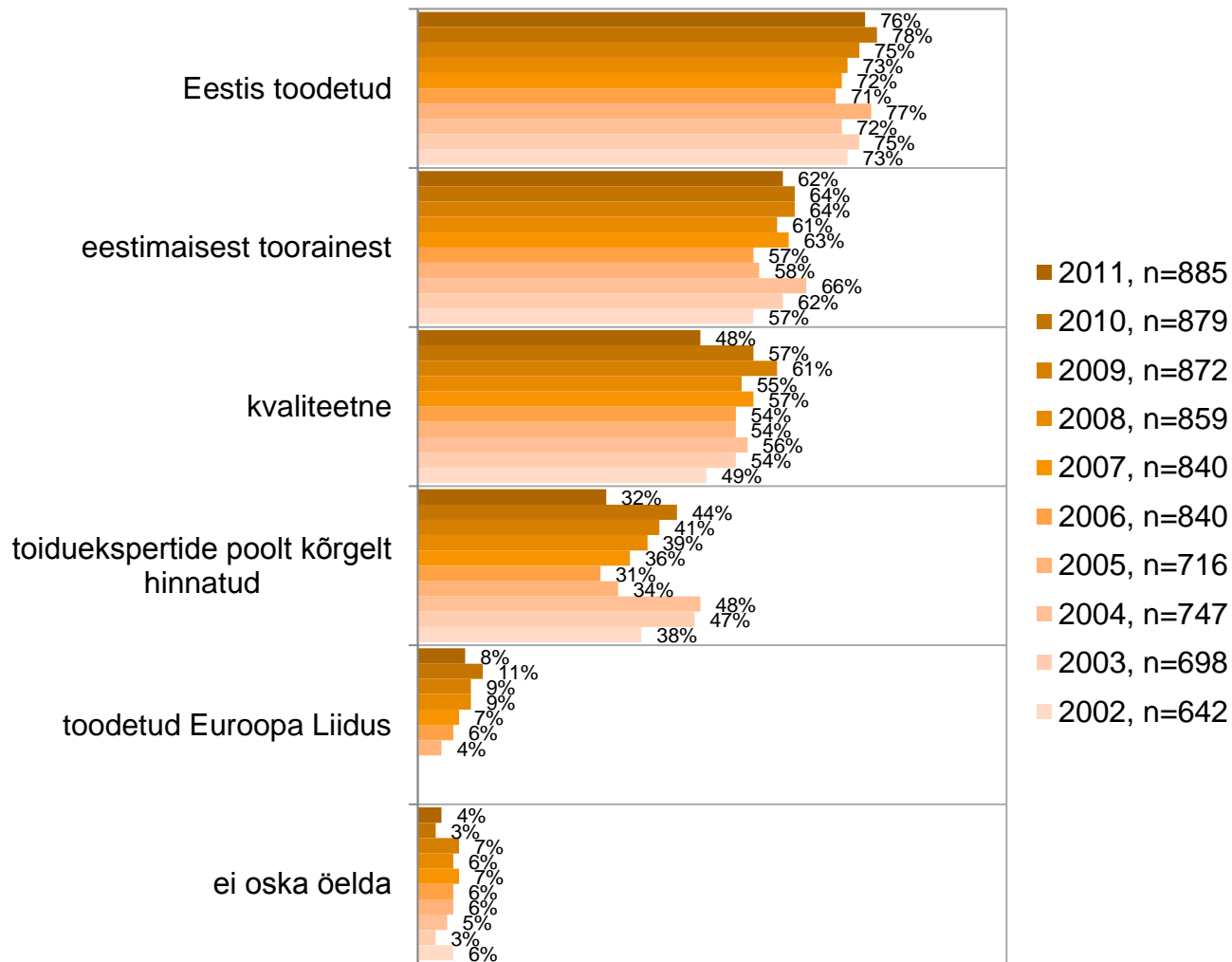


■ jah, alati ■ jah, mõnikord ■ ei ■ ei oska öelda



Kvaliteedimärgiga tooteid kirjeldavad omadused: kirjeldab EPKK märgistust (ühte või teist märki)

% nendest, kes olid märgistust märganud



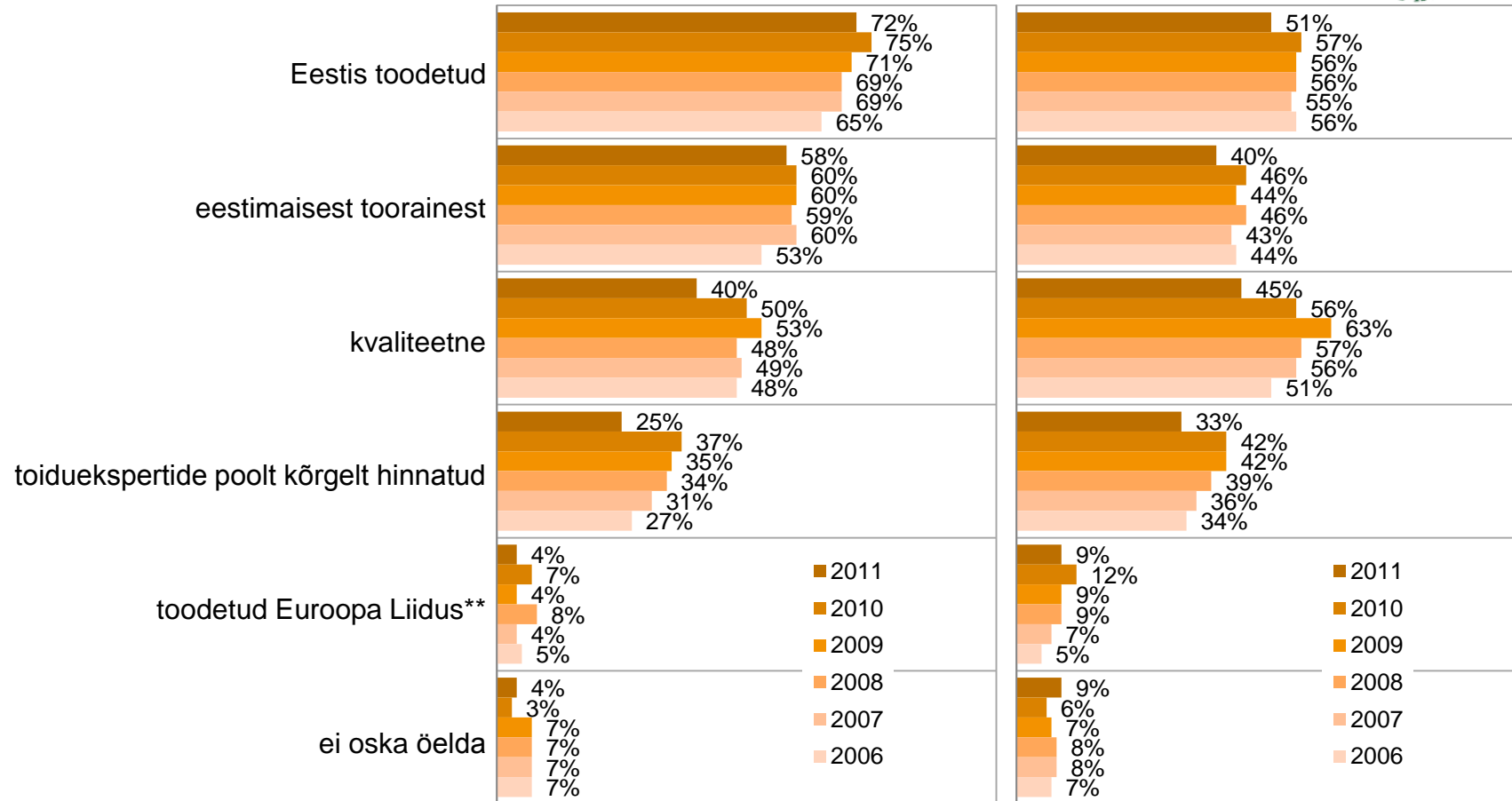
Kvaliteedimärgiga tooteid kirjeldavad omadused: kirjeldab Pääsukesemärki / Ristikumärki

% nendest, kes olid vastavat märgistust näinud



Pääsukesemärk

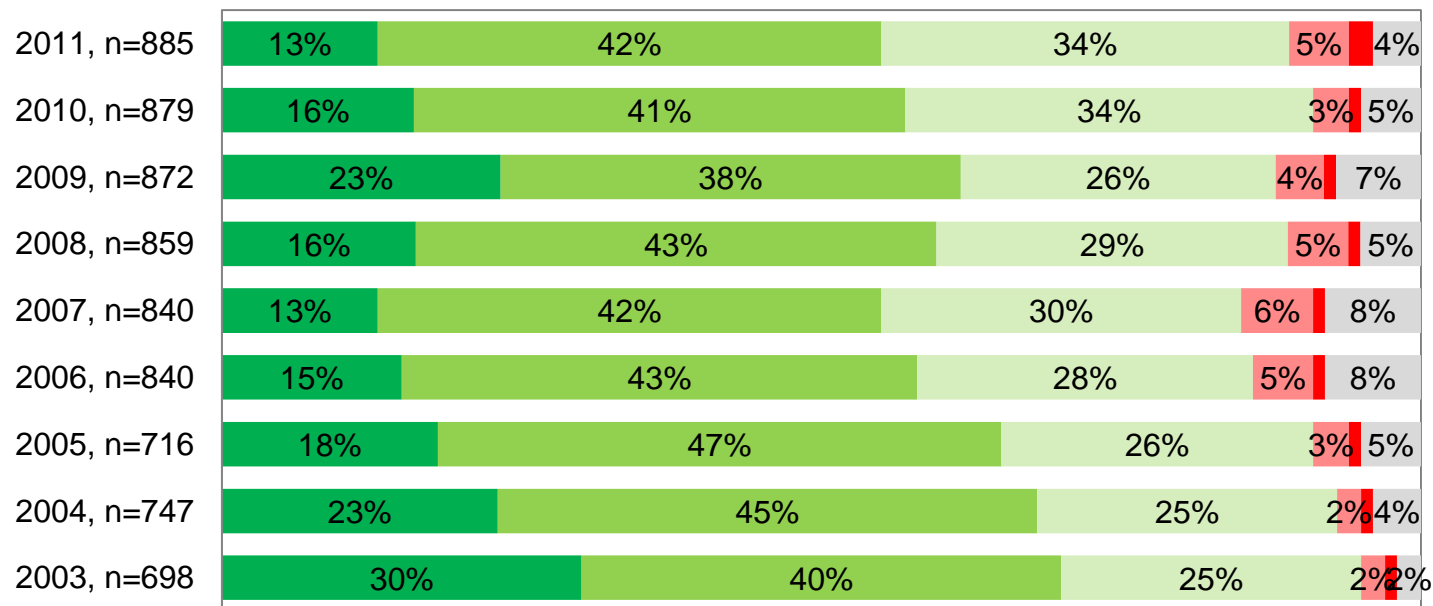
Ristikumärk



Kvaliteedimärkide usaldusväärsus: usaldab EPKK märgistust (ühte või teist märki)

% nendest, kes olid märgistust märganud

■ usaldan täielikult ■ usaldan ■ pigem usaldan ■ pigem ei usalda ■ ei usalda üldse ■ ei oska öelda





Lisad

Metoodika ja valimi kirjeldus

- CAPI-bussi üldkogum: Eesti Vabariigi alalised elanikud vanuses 15–74 a (kokku 1 034 752 inimest, Statistikaamet 01.01.2010. 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 01.01.2010. 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: lähteadressi 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 01.01.2010)		Mudel	Tegelik valim		Kaal	Kaalutud jaotus	
		Abs. arv	%	VP arv	Arv	%		Arv	%
KOKKU		1 034 752	100,00%	188	1005	100,00%		1005	100,00%
PIIRKOND	Tallinn	310 092	29,97%	76	303	30,15%	0,9934	301	29,95%
	Põhja-Eesti	154 530	14,93%	20	160	15,92%	0,9375	150	14,93%
	Lääne-Eesti	124 098	11,99%	18	112	11,14%	1,0714	120	11,94%
	Tartu piirkond	142 107	13,73%	26	135	13,43%	1,0222	138	13,73%
	Lõuna-Eesti	120 486	11,64%	14	111	11,04%	1,0541	117	11,64%
	Virumaa	183 439	17,73%	34	184	18,31%	0,9674	178	17,71%
ASULATÜÜP	Pealinn	310 092	29,97%		247	24,58%	1,2186	301	29,95%
	Suur linn	199 109	19,24%		200	19,90%	0,9700	194	19,30%
	Muu linn	212 280	20,52%		255	25,37%	0,8078	206	20,50%
	Alevik/küla	313 271	30,27%		654	65,07%	0,4648	304	30,25%
SUGU	Mehed	484 737	46,85%		428	42,59%	1,1005	471	46,87%
	Naised	550 015	53,15%		577	57,41%	0,9255	534	53,13%
VANUS	15-24	188 110	18,18%		136	13,53%	1,3382	182	18,11%
	25-34	195 122	18,86%		164	16,32%	1,1585	190	18,91%
	35-49	273 111	26,39%		229	22,79%	1,1616	266	26,47%
	50-64	252 123	24,37%		274	27,26%	0,8942	245	24,38%
	65-74	126 286	12,20%		202	20,10%	0,6040	122	12,14%
RAHVUS	Eestlased	703 417	67,98%		708	70,45%	0,9647	683	67,96%
	Muu rahvus	331 335	32,02%		297	29,55%	1,0842	322	32,04%

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 60 vastava ettevalmistuse saanud ASi Emor küsitlejat.
- Kokku viidi läbi 1005 intervjuud.

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%



Projektijuht:
Katrin Männaste | Uuringuekspert
626 8539
e: katrin.mannaste@emor.ee
w: emor@emor.ee

Uuringu eri etappides osalesid ja olid vastutavad:

Tellijapoolne kontaktisik:	Malle Lind
Uuringu kava ja aruande koostaja:	Katrin Männaste
Valimi koostaja:	Mare Lepik
Küsitlustöö koordineerija:	Kaja Ruuben
Tabeltöötlus:	Aivar Felding
Graafilised tööd:	Maire Nõmmik





Kontaktandmed:

AS Emor

Telefon (üld): 626 8500

Faks: 626 8501

E-mail (üld): emor@emor.ee

Adress: A. H. Tammsaare tee 47
11316 Tallinn