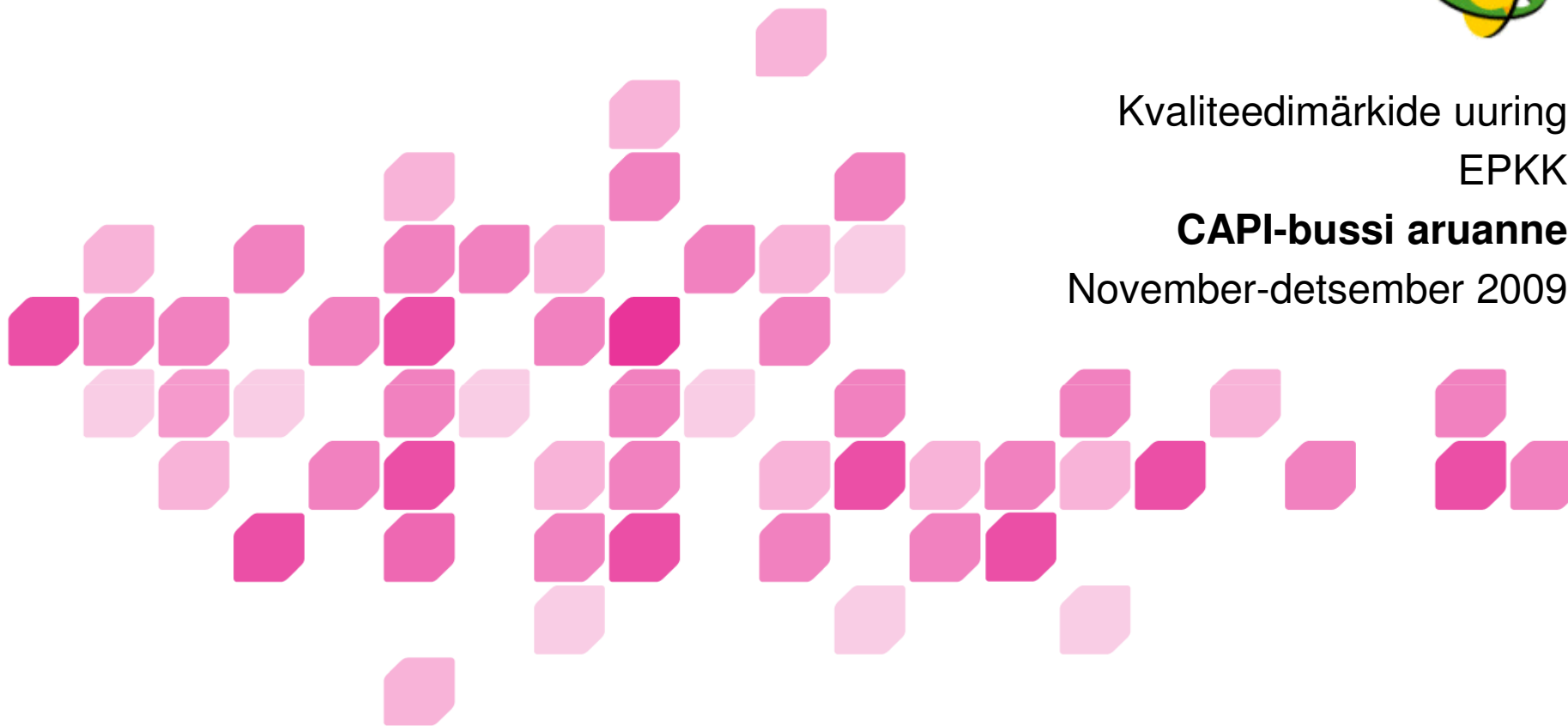




Kvaliteedimärkide uuring
EPKK
CAPI-bussi aruanne
November-detsember 2009



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 11.-18.11 ja 25.11-02.12.09 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

- Kolm eelnevat perioodi muutumatuna püsinud EPKK kvaliteedimärkide üldine tuntuse tase on käesoleva uuringu kohaselt veidi kasvanud (*graafiliselt kujutatud slaidil 7*):
 - vähemalt ühte kahest kvaliteedimärgist on märganud 86% (2006-2008 - 84%) 15-74-aastastest Eestimaa elanikest;
 - peamiselt pannakse kvaliteedimärke tähele toote pakendil ning just selles osas on märkide märkamine näidanud tõusu (80%, varasemalt 77%);
 - kauplustes ja/või reklaamides oli märki tähele pannud sarnaselt eelmistele uuringuperioodidele iga kolmas vastaja;
 - tuntuse tase püsib keskmisest kõrgemana eestlaste, maapiirkondade elanike ning kõrgharidusega vastajate seas, regiooniti paistab kõrgeima tuntusega silma Lõuna-Eesti;
 - keskmisest oluliselt vähem on märkidest teadlikke tarbijaid mitte-eestlaste seas, kuid võrreldes möödunud aastaga saab ka selles segmendis täheldada tuntuse kasvu (eeskätt on tõusnud märkamine toote pakenditel).
- Kahest märgist tuntumana püsib nn. Pääsukesemärk, mida viimaste uuringuperioodide tulemuste kohaselt teab kaheksa-üheksa inimest kümnest.
 - Samas, tuntuse kasv on olnud suurem nn. Ristikumärgi puhul, mille märkamine toote pakendil või kauplustes/reklaamides on kasvanud ligi kahe kolmandikuni Eesti elanikkonnast (*graafiliselt kujutatud slaidil 8*).

Uuringu kokkuvõte

Järeldused

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

- Kokkuvõtvalt vaadelduna märgistatud toidukaupade eelistajate ja mitte-eelistajate osakaaludes olulisi muutusi aset leidnud ei ole: märke teadvate inimeste hulgas eelistab ca kaheksa inimest kümnest vähemalt mõnikord valida märgistusega tooteid (*slaidid 9 ja 10*);
 - Ristikumärgi puhul võib möödunudaastase uuringuga võrreldes täheldada väikest eelistuse kasvu;
 - keskmisest väiksemat tähtsust omab märgistus noortele tarbijatele (kuni 24-a.).
- Pääsukesemärk kannab eelkõige Eestis toodetud toote tähendust - seda informatsiooni andvana tajub märki seitse vastajat kümnest. Kuus vastajat kümnest tajub märgistust eestimaisele toorainele viitavana, möödunud aastaga võrreldes on kasvanud usk toote kvaliteeti garanteerivasse tähendusse.
- Ristikumärk informeerib eeskätt toote kvaliteetsusest, selle tähenduse nimetamine on kasvanud ning tõusnud selgelt esimeseks (Eesti päritolule viitamise ees). (*slaid 12*).
- Mõlemat märki tajutakse viimastel aastatel järjest laiemalt ka kui info andjat sellest, et toode on osutunud toiduekspertide poolt hinnatuks.
- Usalduses EPKK kvaliteedimärkide vastu on viimasel kahel uuringuperioodil olnud tegu positiivse trendiga. Kui kuni 2007 usaldajate osakaal pidevalt vähenes, siis möödunud aastal pöördus see taas kasvule ning kasv on jätkunud ka 2009.aastal. (*slaid 13*).
 - Keskmisest madalam on usaldus märke vähim tähtsustava segmendi, so noorte hulgas ning piirkonniti Lõuna-Eestis.



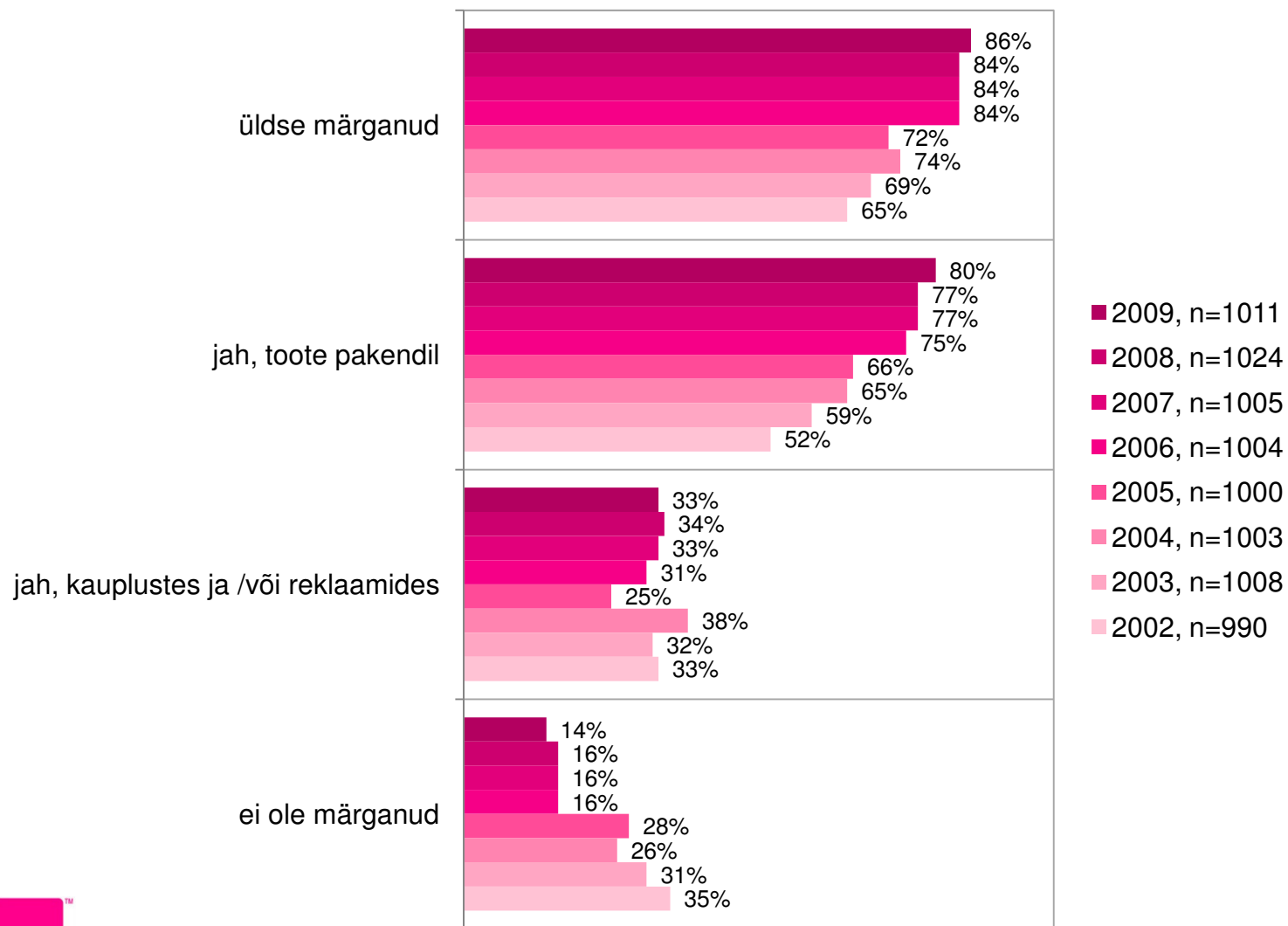
Uringu tulemused



Kvaliteedimärkide märkamine:

märغانud ühte või teist märki

% kõikidest vastajatest



Kvaliteedimärkide märkamine:

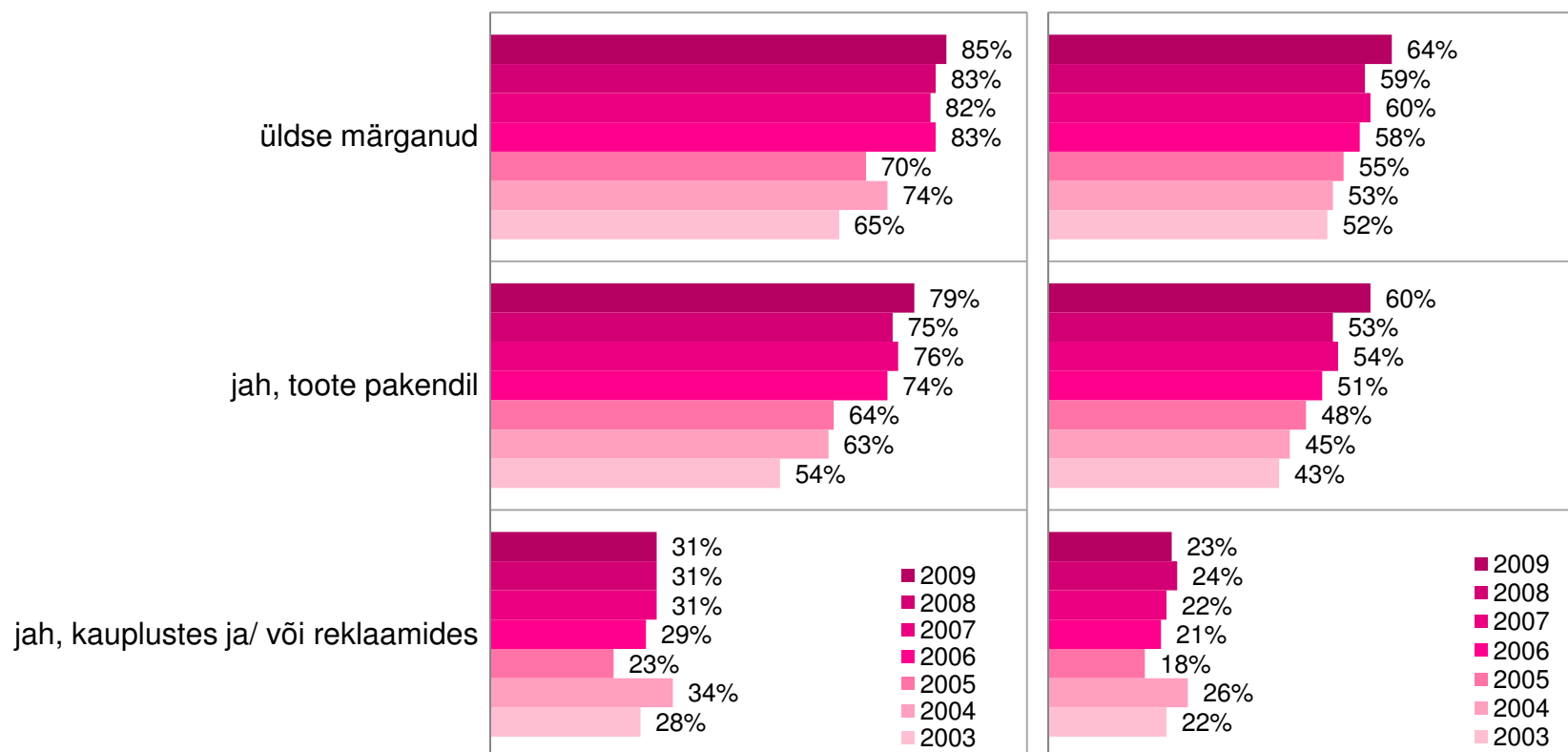
märغانud Pääsukesemärki / Ristikumärki

% kõikidest vastajatest, n=1011



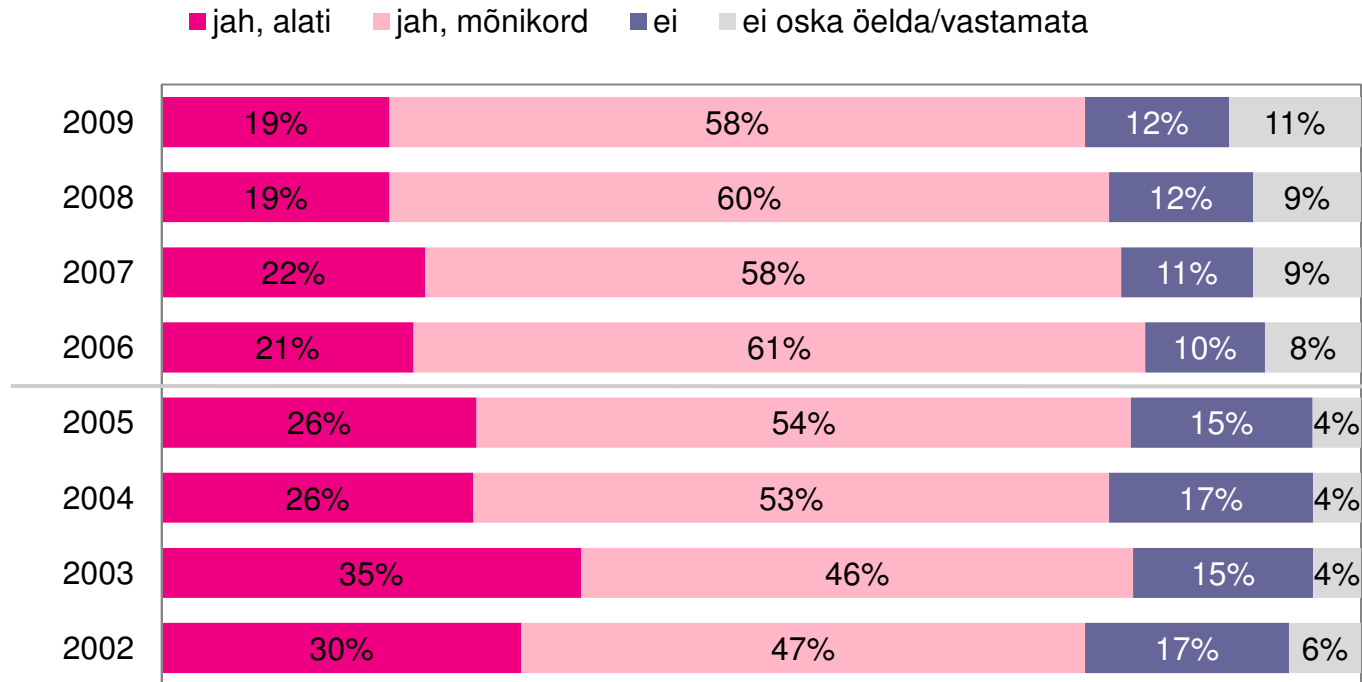
Pääsukesemärk

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*

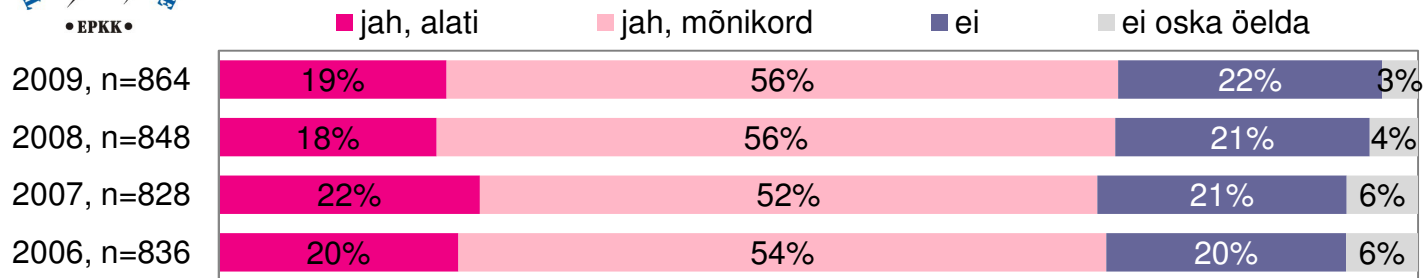
Kvaliteedimärkide eelistamine:

Päasukesemärgi / Ristikumärgi eelistamine

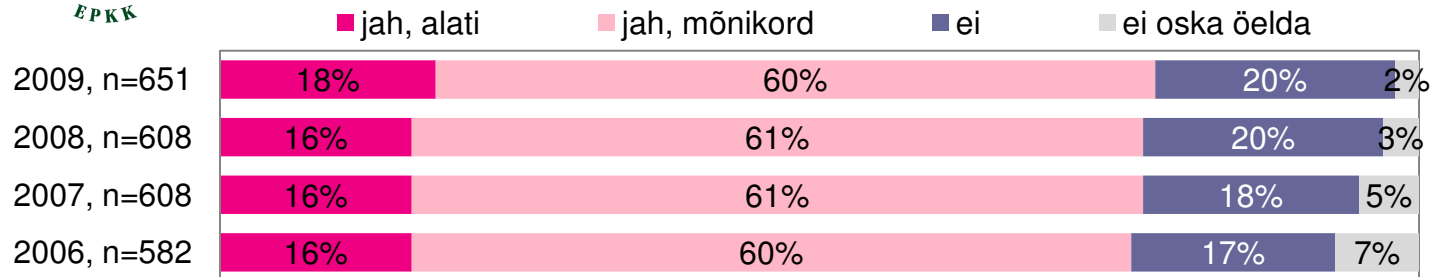
% nendest, kes olid vastavat märgistust näinud



Päasukesemärk



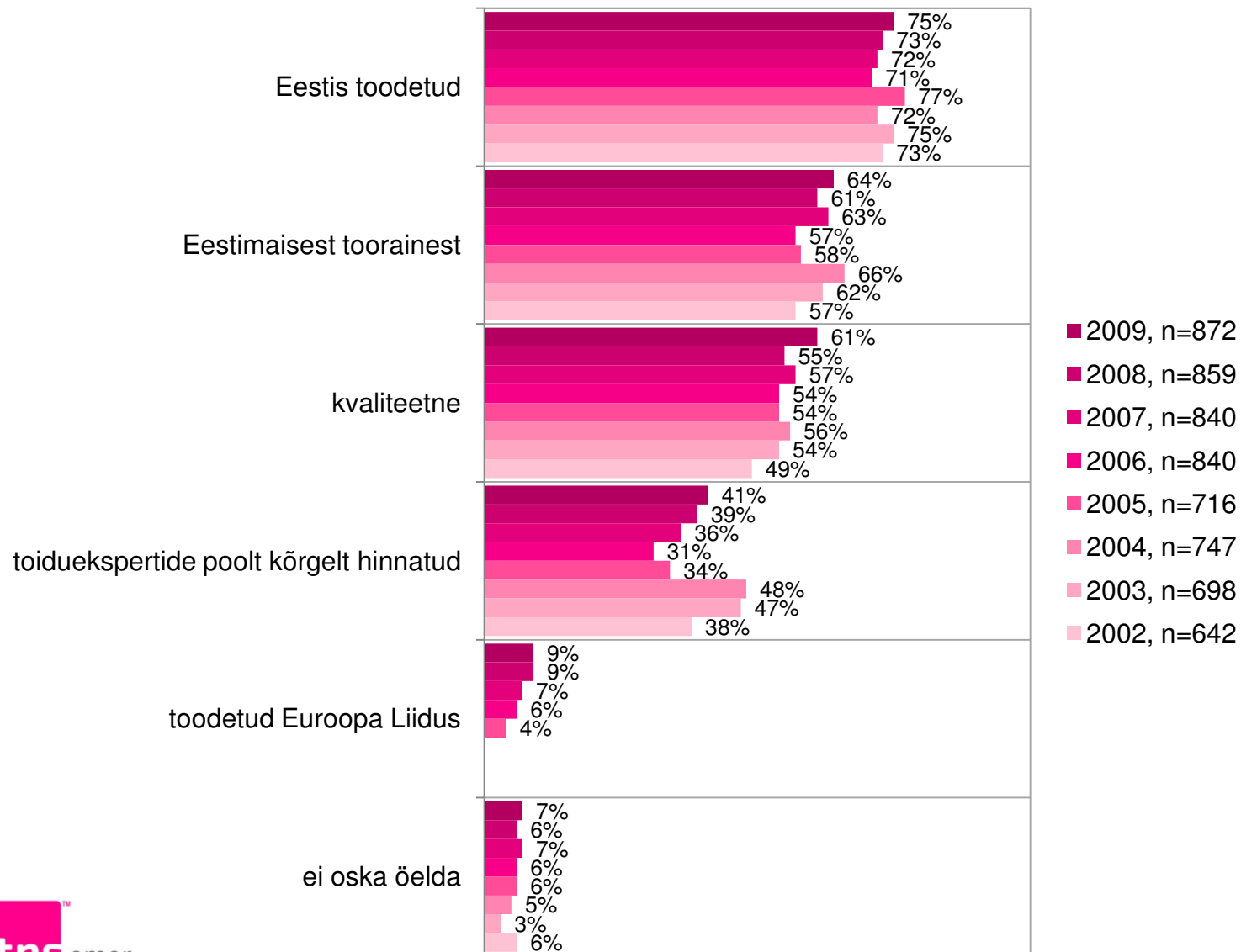
Ristikumärk



Kvaliteedimärgiga tooteid kirjeldavad omadused:

kirjeldab ühte või teist märki

% nendest, kes olid märgistust märganud



Kvaliteedimärgiga tooteid kirjeldavad omadused:

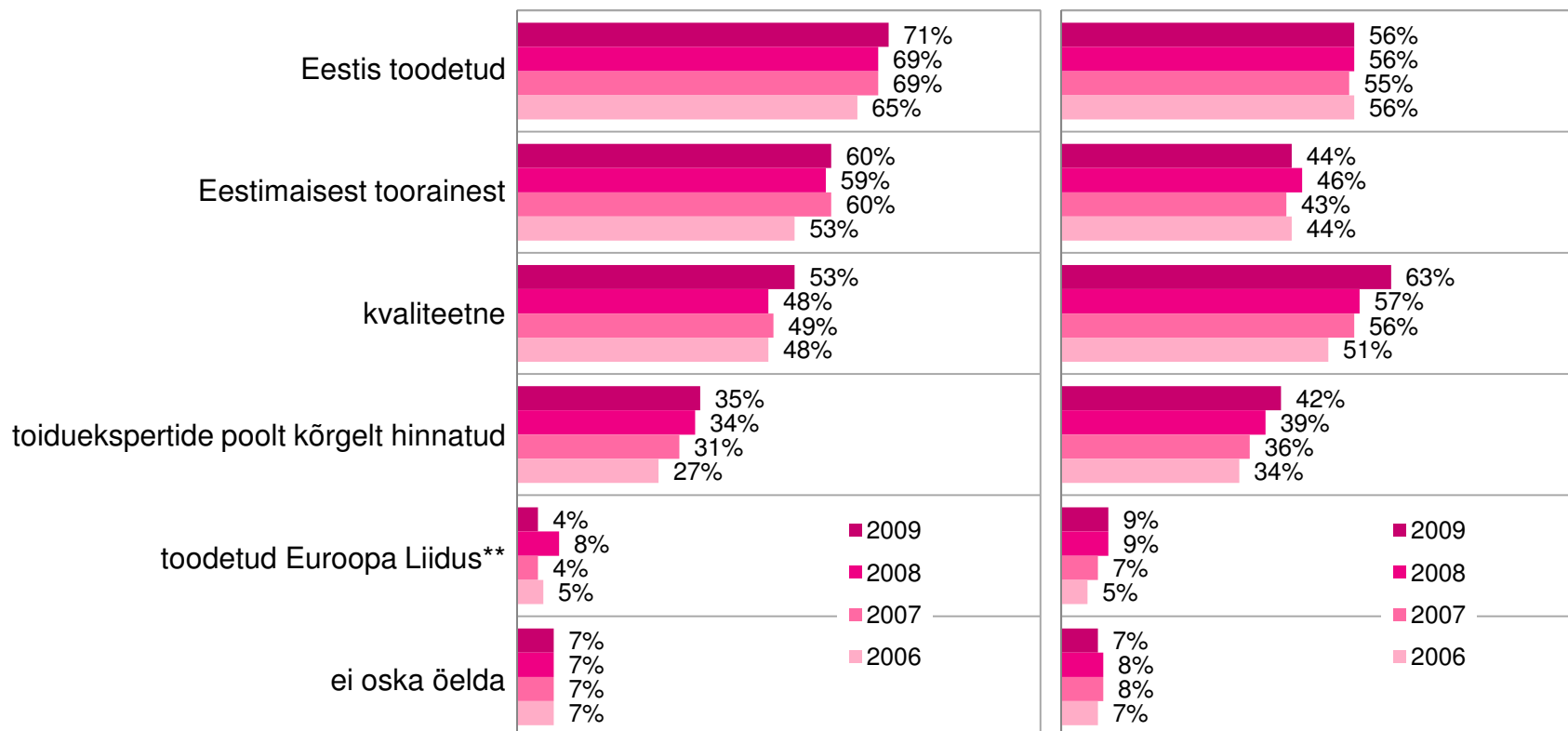
kirjeldab Pääsukesemärki / Ristikumärki

% nendest, kes olid vastavat märgistust näinud



Pääsukesemärk

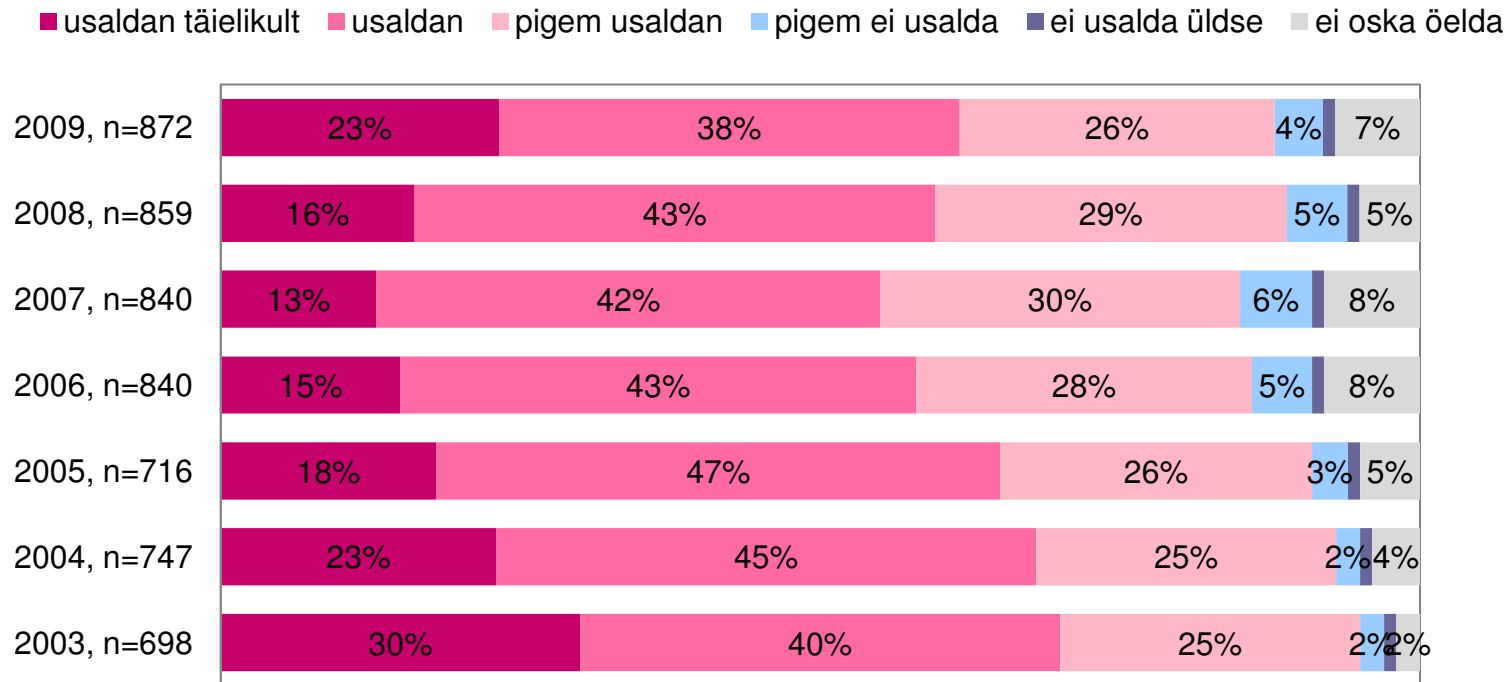
Ristikumärk



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 1 038 848 inimest, Statistikaamet 01.01.2009. 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 01.01.2009. 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 01.01.2008)		Mudel	Tegelik valim		Kaal	Kaalutud jaotus	
		Abs. arv	%	VP arv	Arv	%		Arv	%
KOKKU		1 042 808	100,00%	188	1011	100,00%		1011	100,00%
PIIRKOND	Tallinn	313 345	30,05%	76	308	30,46%	0,9870	304	30,07%
	Põhja-Eesti	154 914	14,86%	20	159	15,73%	0,9434	150	14,84%
	Lääne-Eesti	124 755	11,96%	18	111	10,98%	1,0901	121	11,97%
	Tartu piirkond	142 521	13,67%	26	136	13,45%	1,0147	138	13,65%
	Lõuna-Eesti	121 027	11,61%	14	112	11,08%	1,0446	117	11,57%
	Virumaa	186 246	17,86%	34	185	18,30%	0,9784	181	17,90%
ASULATÜÜP	Pealinn	313 345	30,05%		308	30,46%	0,9870	304	30,07%
	Suur linn	201 246	19,30%		201	19,88%	0,9701	195	19,29%
	Muu linn	213 774	20,50%		208	20,57%	0,9952	207	20,47%
	Alevik/küla	314 443	30,15%		294	29,08%	1,0374	305	30,17%
SUGU	Mehed	487 878	46,79%		514	50,84%	0,9202	473	46,79%
	Naised	554 930	53,21%		497	49,16%	1,0825	538	53,21%
VANUS	15-24	203 471	19,51%		154	15,23%	1,2792	197	19,49%
	25-34	189 694	18,19%		163	16,12%	1,1227	183	18,10%
	35-49	276 453	26,51%		240	23,74%	1,1167	268	26,51%
	50-64	241 972	23,20%		278	27,50%	0,8453	235	23,24%
	65-74	131 218	12,58%		176	17,41%	0,7216	127	12,56%
RAHVUS	Eestlased	705 426	67,65%		704	69,63%	0,9716	684	67,66%
	Muu rahvus	337 382	32,35%		307	30,37%	1,0651	327	32,34%

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 64 vastava ettevalmistuse saanud ASi Emor küsitlejat.
- Kokku tegid küsitlejad 2754 kontaktivõttu, neist:
 - 1011 juhul viidi intervjuu läbi
 - 676 juhul ei olnud kahe külastuskorra järel kedagi kodus
 - 394 juhul ei olnud sihtrühma esindajat
 - 673 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
- Küsitlustöö koordineerija: Kaja Ruuben
- Andmetöötlus: Aivar Felding
- Graafilised tööd: Maire Nõmmik

Lisainfo

Projektijuht: Katrin Männaste
Telefon: 6268539
E-mail: katrin.mannaste@emor.ee

Lisad

Tabeljaotused