



Eesti Konjunkturiinstituut

Piima tarbimine Eestis

Marje Josing

Oktoober 2005

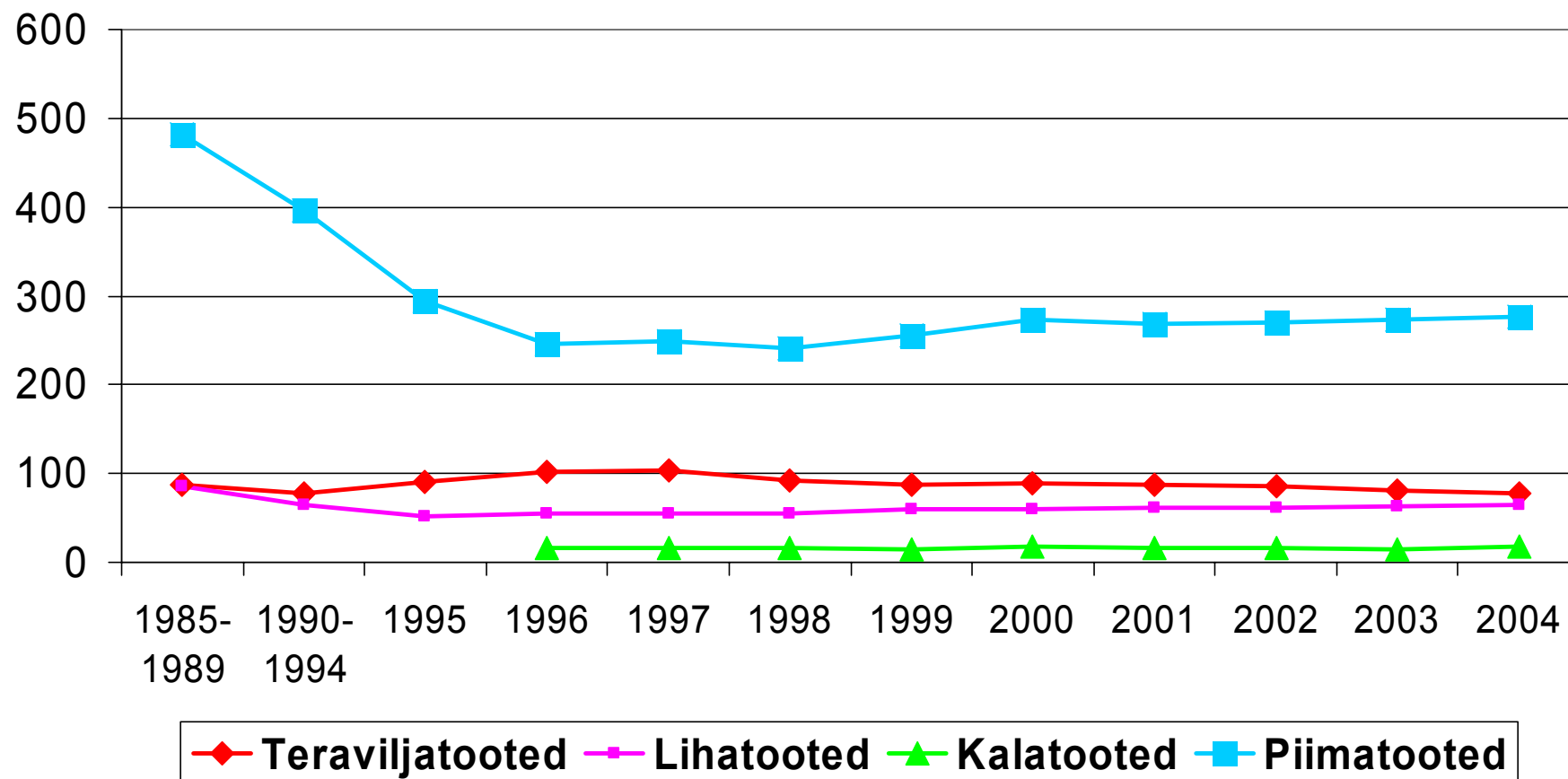


Eesti Konjunkturiinstituut



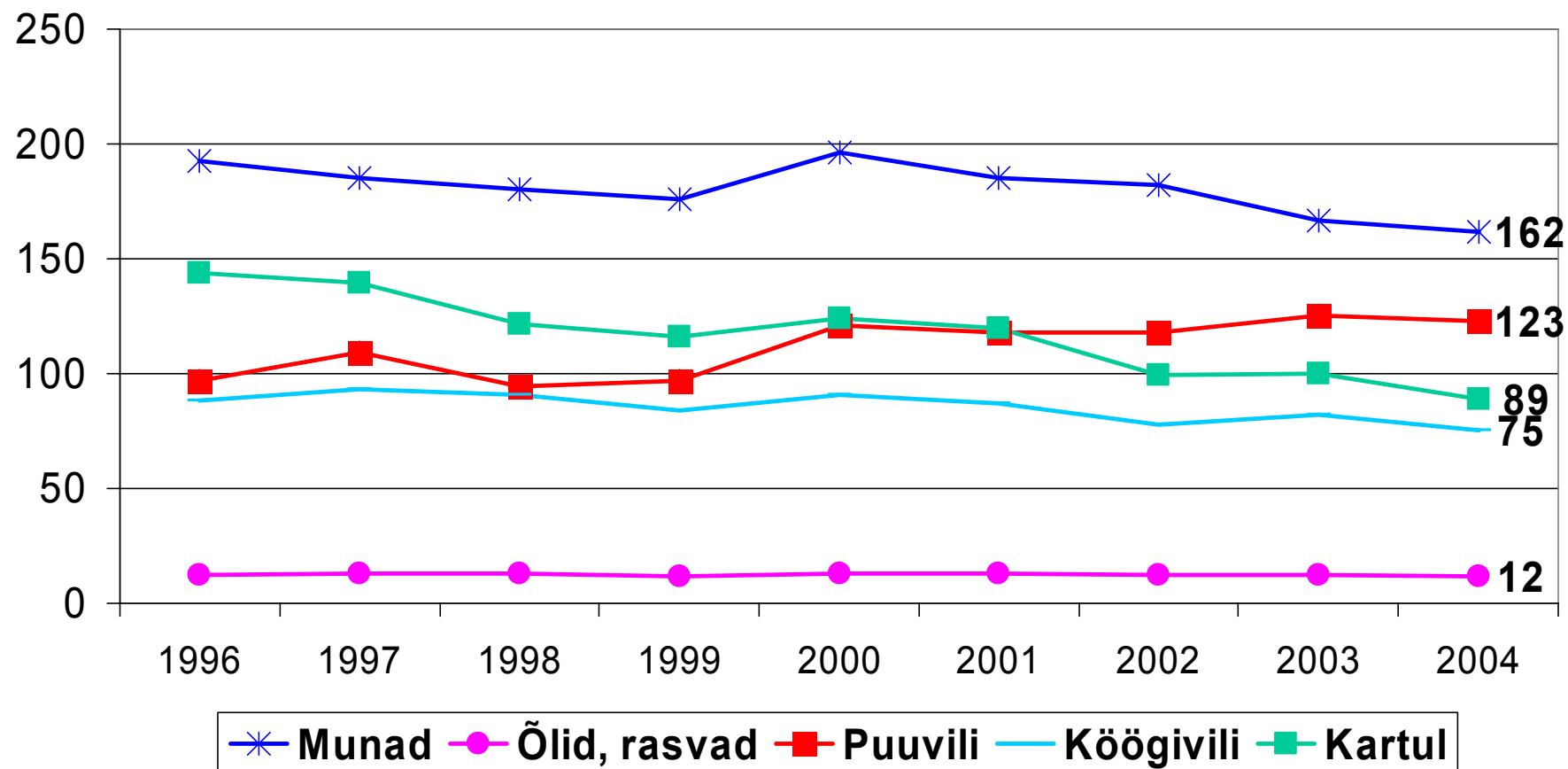


Tarbimine Eestis (kg/in kohta, arvestatud toorainesse)



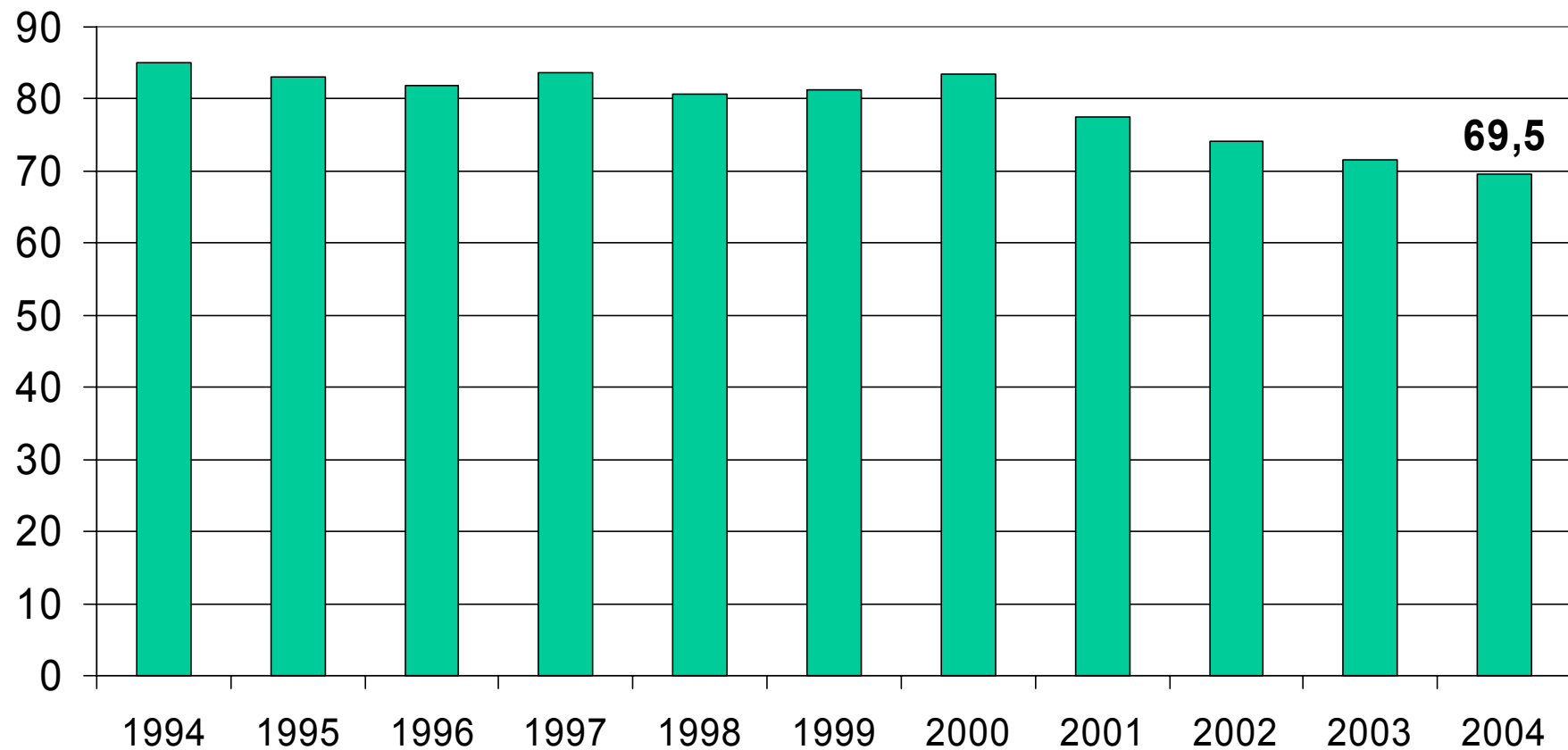


Tarbimine Eestis (kg/in kohta)



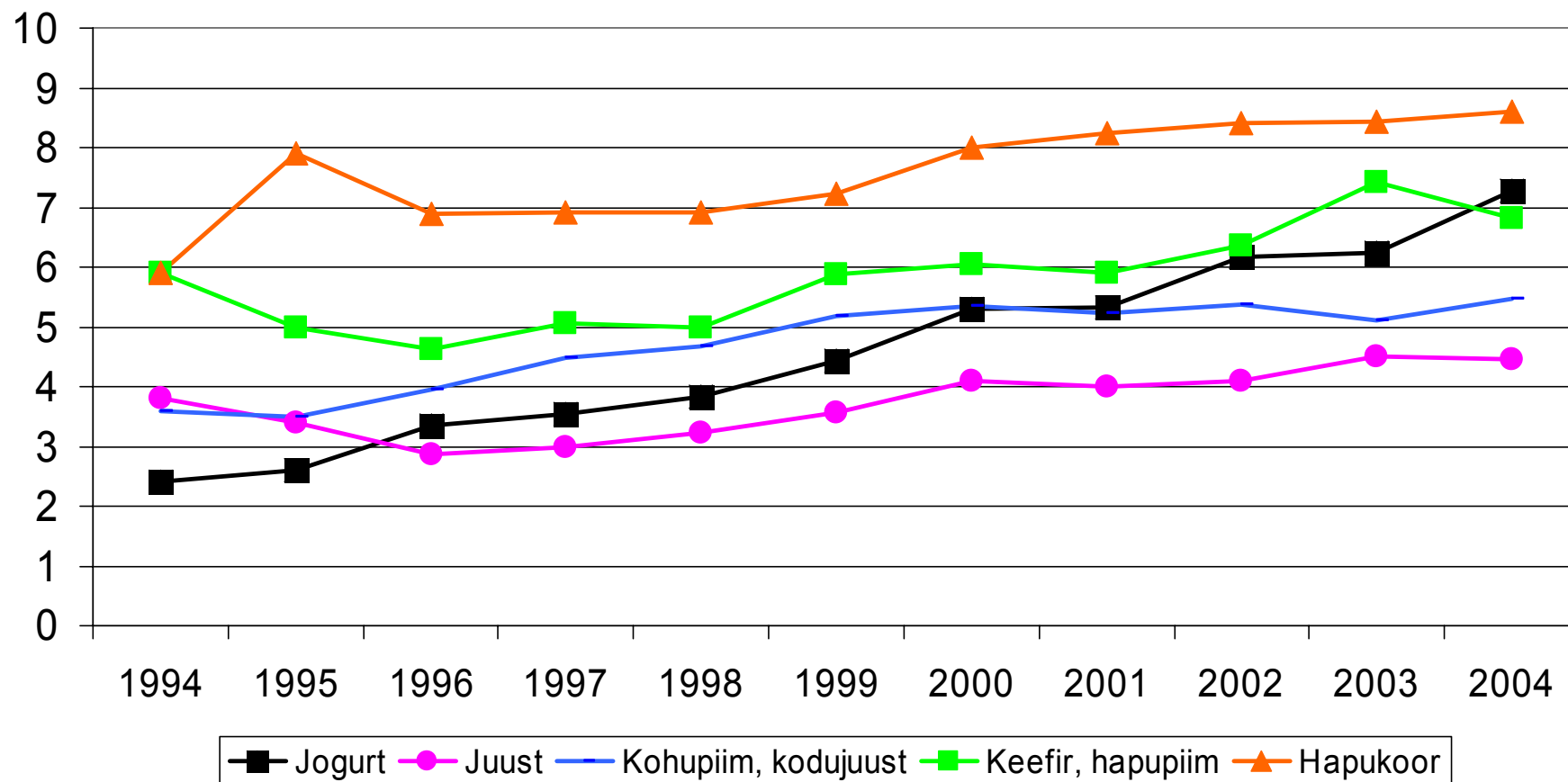


Joogipiima tarbimine Eestis (kg/in kohta)



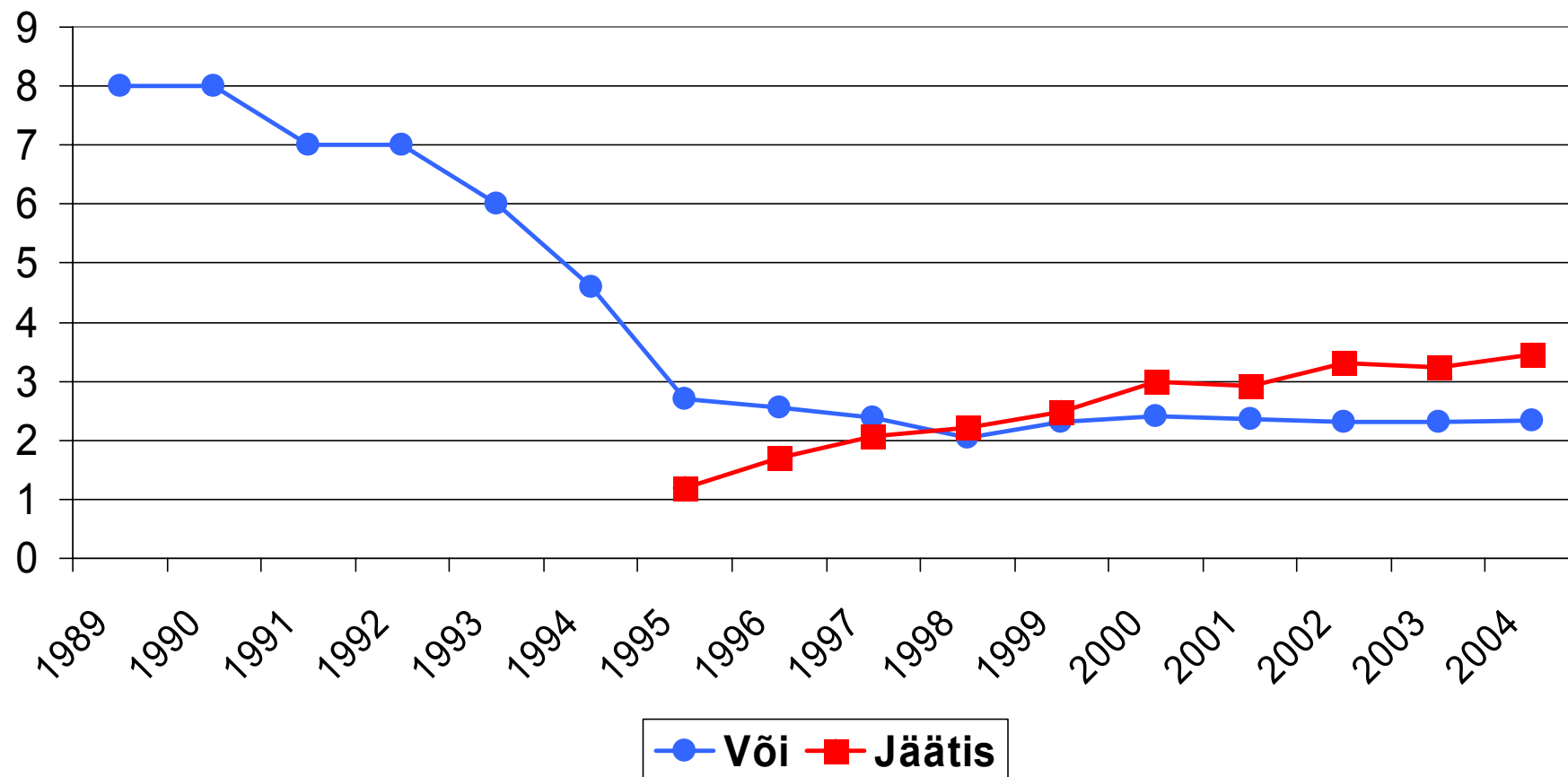


Piimatoodete tarbimine Eestis (kg/in kohta)



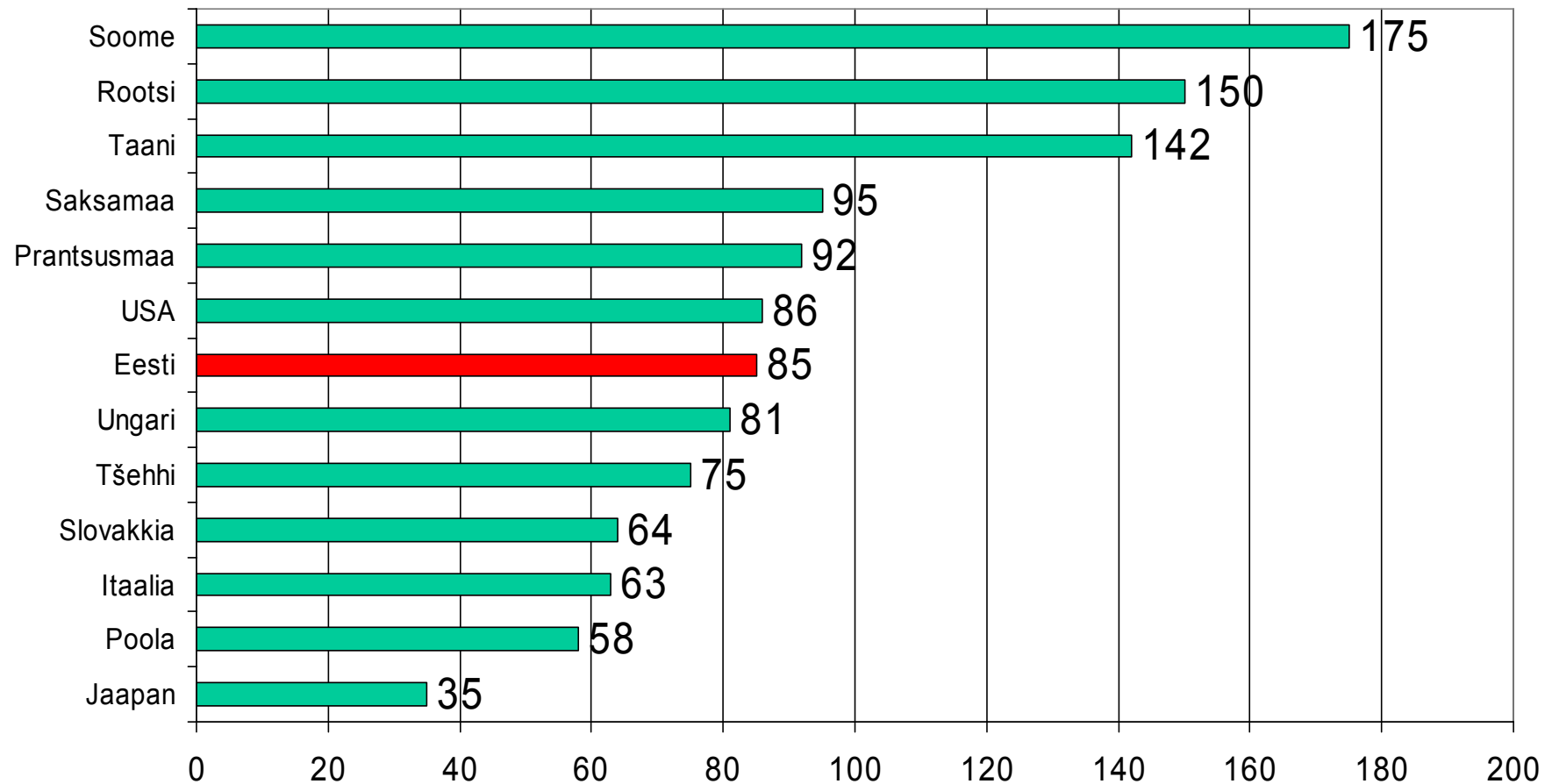


Piimatoodete tarbimine Eestis (kg/in kohta)



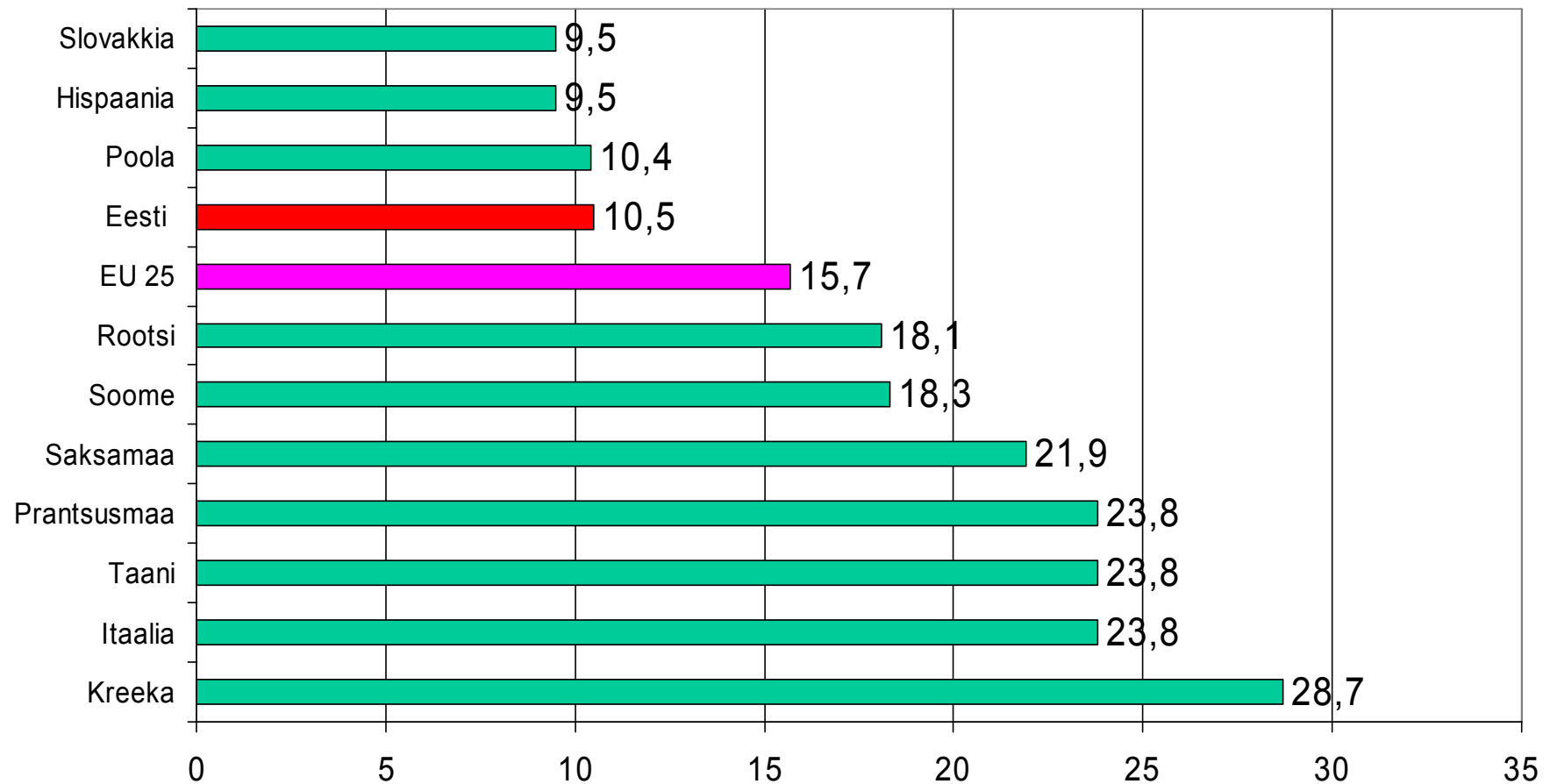


Joogipiima tarbimine maailmas (kg/in. kohta; koos segude, keefiri ja jogurtiga)





Juustu tarbimine Euroopas (2004, kg/in. kohta, koos kohupiimaga)





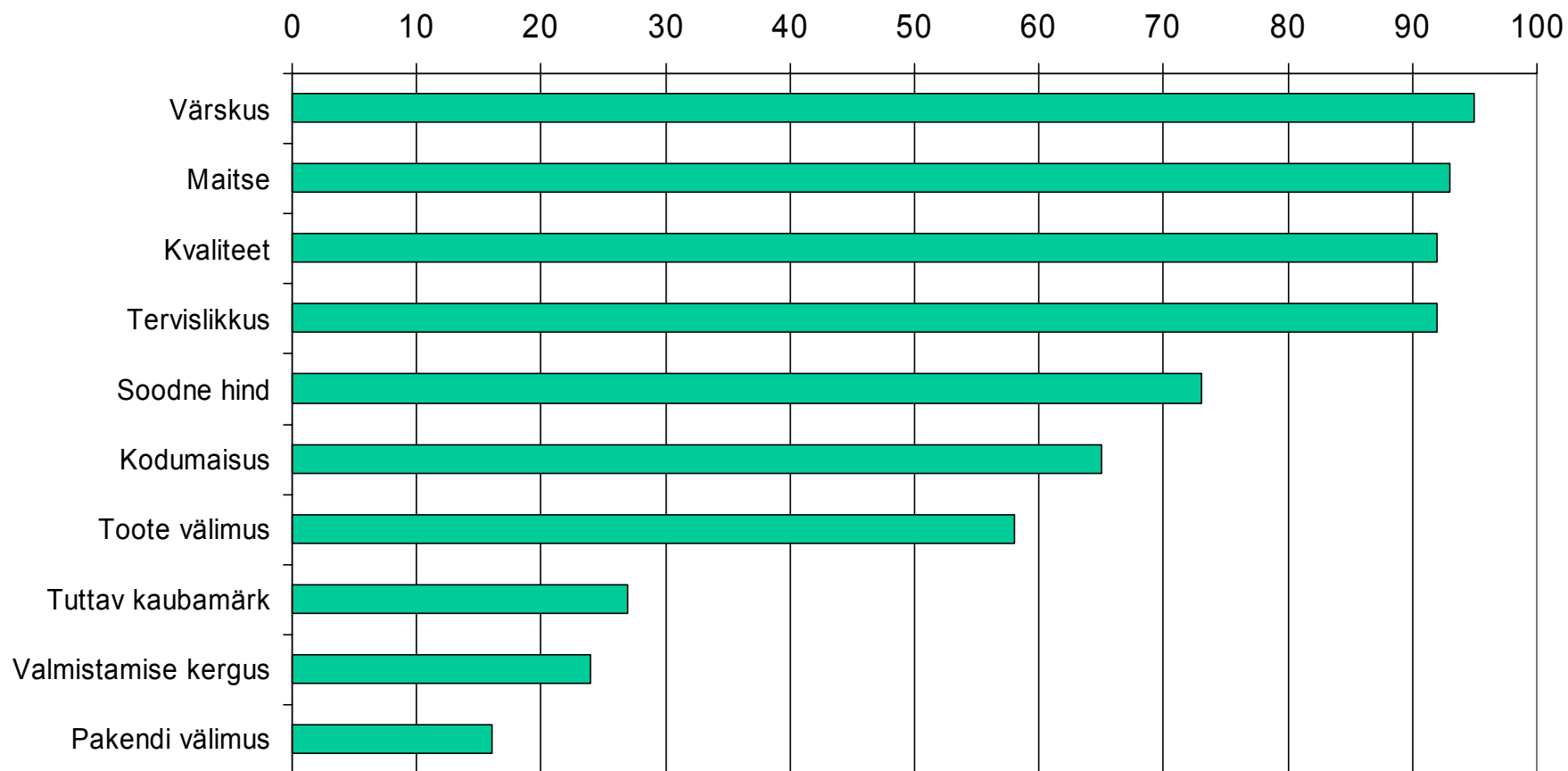
Eesti Konjunkturiinstituut





Elanike toidu ostuotsuseid mõjutavad tegurid

(2004.a ; % küsitletutest, kes tegurit väga oluliseks hindas)





Ostuotsuse tegemine

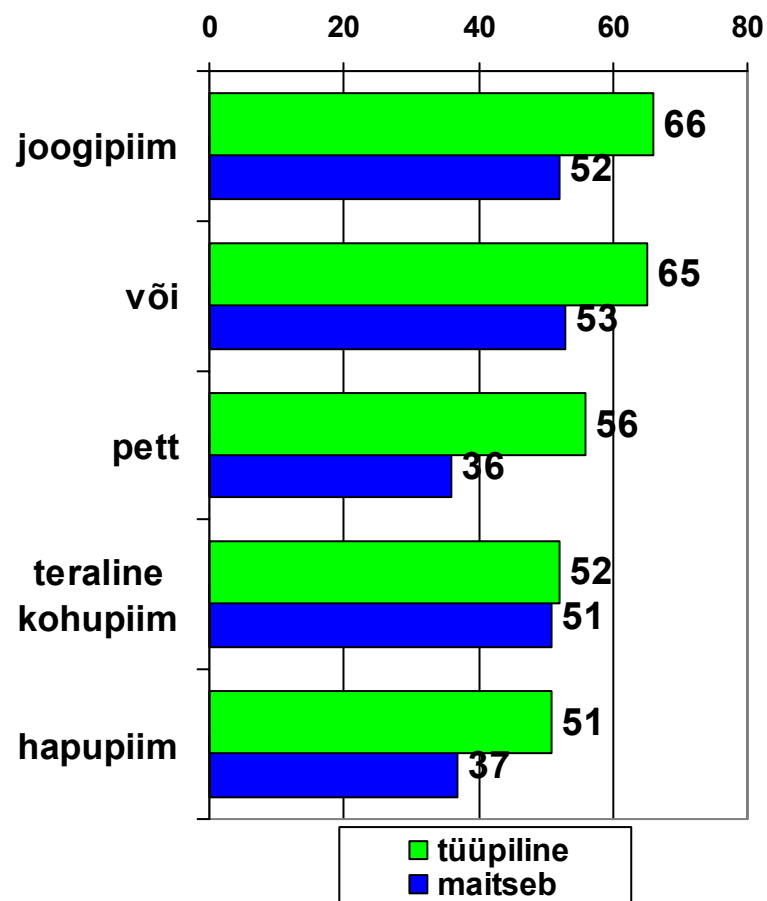
- 3/4 ostuotsuseid on spontaansed
- Muude võrdsete omaduste juures (kvaliteet, maitse) saab toidu ostmise juures määravaks hind ja müügikoht riiulil
- Suure hulga infomüra sees ei leia tarbija üles informatsiooni. Efektiivne reklaam müüb emotsiooni, mõjutab alateadvust ja kõiki meeli (lõhnad, värvid). Märgatavaim on telereklaam.
- Sõnum olgu selge (tarbija on segaduses)



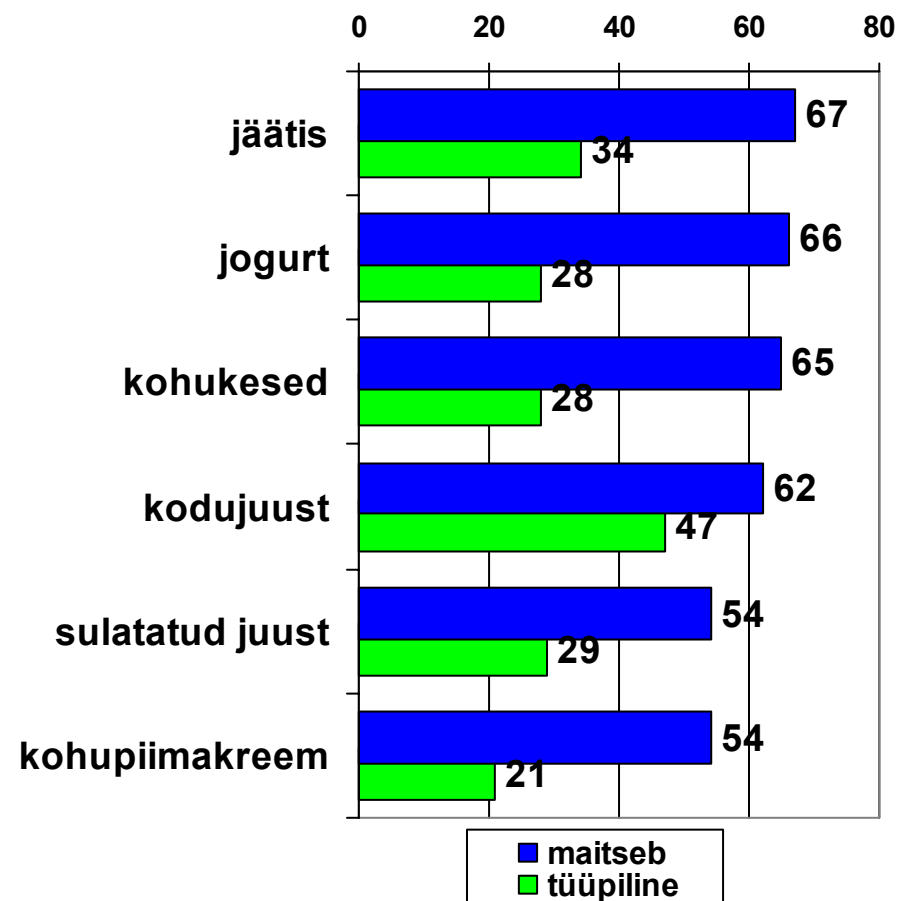
Piimatooted

(% küsitletutest)

TÜÜPILINE EESTI TOIT



MAITSEB, SÖÖB MEELELDI





Eesti Konjunkturiinstituut





Tarbimist mõjutavad tegurid

- Sissetulekute muutus
- Hinna muutus
- Elanike sots.-dem struktuuri muutus
 - elanike vananemine – vanemad inimesed tarbivad vähem piima
 - väiksemad pered –kodus tehakse vähem süüa
- Tehnika areng (mikrolaineahi)
- Turism – populaarsed on teised rahvusköögid
- Turu globaliseerumine – värsked toit aasta läbi
- Välisinvesteeringud - uued töötingimused, stress, kiirus
- Välisinvesteeringud kaubandusse - pakkumise muutus
- Teadlikkus tervislikkusest



Kuidas suurendada tarbimist

- Joogipiima tarbimine – sihtgrupp eelkõige lapsed, sobilik sortiment (maitsepiimad), kiirtoidukettides pakkuda ka piima
- Söögikohtades ei tohiks tahta klaasi piima müügit ülikasumit
- Piima reklaam peaks olema sama atraktiivne kui “Limpal”
- Täiskasvanutele – oluliselt annab suurendada juustu tarbimist (sortiment, hind)
- Piimast valmistoitude sortiment oluline (tootearendusse ideid teistest riikidest)
- Kohvikoor - probleemiks ühiskondlik toitlustus kus kasutatakse “igavesti säilivat” importkohvikoort
- Oht -värske piima joomine asendub UHT piimaga???