



Eesti Konjunkturiinstituut
Estonian Institute of Economic Research

Mee turg Eestis ja mee müügi suurendamise võimalused

Tallinn
November 2015

Töö on teostatud Eesti Kutseliste Mesinike Ühingu tellimisel

Projektigrupi koosseis: Pille Vahtramäe, Bruno Pulver, Marje Josing

Eesti Konjunktuuriinstituut

Rävala 6, 19080 Tallinn

Tel: 668 1242

E-mail: eki@ki.ee

<http://www.ki.ee>

Copyright © Eesti Konjunktuuriinstituut

Sisukord

Mõisted, lühendid	4
Sissejuhatus	5
1. Ülevaade mee turust Eestis	6
1.1. Mesinike arv	6
1.2. Mesilasperede arv	7
1.3. Meetoodang	10
1.4. Mee väliskaubandus	12
1.5. Mee hind	13
1.6. Mee tarbimine	15
2. Mesinike organisatsioonid Eestis	17
3. Mesinike küsitluse tulemused	19
3.1. Küsitluse üldandmed	19
3.2. Püsiklientide osakaal müügist	20
3.3. Mee müügi teavituskanaalid viimasel kahel aastal	21
3.4. Perspektiivikaim müügikanal lähiaastatel	24
3.5. Mee turu olukord lähemal kolmel aastal	26
3.6. Suuremad probleemid mee müügil ja nende lahendused	29
3.7. Meetootjate ühtne koduleht	33
3.8. Mesinike huviatus tootmise suurendamisest	34
3.9. Mesinike huviatus ühistegevusest	35
4. Soovitused mee müügi suurendamiseks	36
Kokkuvõte	38

Mõisted, lühendid

Põllumajanduslikud majapidamised	Ühtse majandusliku ja tehnilise juhtimisega üksus, kus toodetakse põllumajandussaadusi või säilitatakse maad heades põllumajandus- ja keskkonnatingimustes ning kus on vähemalt üks hektar kasutatavat põllumajandusmaad või kus on alla ühe hektari kasutatavat põllumajandusmaad ja kus toodetakse põllumajandussaadusi peamiselt müügiks.
Põllumajanduslikud kodumajapidamised	Üksus, kus on alla ühe hektari kasutatavat põllumajandusmaad (või see puudub) ja kus toodetakse põllumajandussaadusi peamiselt oma tarbeks ning kus on vähemalt kas: <ul style="list-style-type: none"> ○ 50 ruutmeetrit köögiviljamaad või 3 viljapuud või 6 marjapõõsast või ○ 10 küülikut, 10 kodulindu või teisi põllumajandusloomi või ○ 3 mesilasperet.
Mee esmatootja	Kuni 15 taru või mesilasperega majapidamine või ettevõtte, kus tegeletakse mesilaste pidamisega, mee võtmisega tarudest, vurritamisega ja pakendamise mesiniku valduses.
Kutsemesinik	150 ja enama mesilasperega mesinik.
EKI	Eesti Konjunktuuriinstituut
PRIA	Põllumajanduse Registrite ja Informatsiooni Amet
VTA	Veterinaar- ja Toiduamet
EKMÜ	Eesti Kutseliste Mesinike Ühing

Sissejuhatus

Uuringu eesmärgiks oli koostada Eesti Kutseliste Mesinike Ühingu ülevaade mee turust Eestis ja pakkuda mee tootjatele soovitusi mee müügi suurendamiseks.

Mee turuülevaate koostamisel tuginetakse Statistikaameti, PRIA, Põllumajandusameti, EMORi ja EKI poolt kogutud ja avalikustatud andmetele. Ülevaade antakse mesinike ja mesilasperede arvust, meetoodangust, väliskaubandusest ning mee hinnast ja tarbimisest.

Mee müügiga seotud probleemide ja arengute hindamiseks küsitleti internetipõhise ankeedi vahendusel Eestis tegutsevaid ja valdavalt mõne mesindusorganisatsiooniga liitunud mesinikke. EKI on küsitlenud mesinikke varasemalt kahel korral, 2009. ja 2012. aastal, kuid müügiprobleemide ja turunduse teemalisi küsimusi pole eelnevates ankeetides esitatud.

Küsitlusega uuriti püsiklientide osakaalu mesinike müügist, teavituskanalite kasutamist viimastel aastatel ja müügikanalite perspektiivikust lähitulevikus, meeturu olukorra hinnanguid lähiaastateks, suuremaid probleeme mee müügil ja nende võimalikke lahendusi, mesinike huvitatust ühistegevusest ja tootmise suurendamisest ning ühtsest meemüügi kodulehest.

Kogutud andmetele ja üldistele trendidele tuginedes pakub EKI välja soovitusi meemüügi suurendamiseks.

1. Ülevaade mee turust Eestis

1.1. Mesinike arv

Statistikaamet kogub mesinike ja mesilasperede kohta andmeid nii põllumajanduslikelt majapidamistelt¹ kui ka kodumajapidamistelt². Põllumajanduslikelt majapidamistelt kogutakse andmeid regulaarselt ja kodumajapidamistelt ebaregulaarselt, üldjuhul kord kümneni jooksul (2001, 2012). 2004. aastal koguti mesinike ja mesilasperede arvu kohta andmeid kodumajapidamistes ka ühe EL-i pilootprojekti raames. Vahepealsetel aastatel kasutatakse kodumajapidamiste puhul eelmiseid olemasolevaid andmeid. Seetõttu tuleb statistikaandmeid kasutades hoolega jälgida milliseid andmeid täpsemalt analüüsitakse.

2013. aastal oli Eestis 5469 mesilastega majapidamist, seda oli 4% rohkem kui 2003. aastal ja 12% rohkem kui 2010. aastal (tabel 1.1). Suurem osa ehk 78% neist olid kodumajapidamised, kes toodavad oma tarbeks ning 22% olid põllumajanduslikud majapidamised, kus toodetakse mett müügiks. 2001. aastal olid need osakaalud vastavalt 37% ja 63%. Mesilasperedega põllumajanduslike majapidamiste arv on jätkuvalt langustrendis, mesilasi pidavate kodumajapidamiste arv on aga viimastel aastatel suurenenud. Sellele on kaasa aidanud paljude varem põllumajanduslike ettevõtete muutumine kodumajapidamisteks, kuna müügiks tootmine on lõpetatud või põllumajandusmaad on jäänud kasutusse alla ühe hektari – 2013. aastal oli põllumajanduslikke majapidamisi, olenemata tegevusalast, Eestis ligi 2 korda vähem kui 2003. aastal, põllumajanduslikke kodumajapidamisi aga 3% rohkem kui 2003. aastal.

Tabel 1.1. Mesilasperedega majapidamised Eestis

	2001	2003	2005	2007	2010	2013
Mesilasperedega majapidamisi kokku	7561	5268	5504	5190	4889	5469
sh põllumajanduslikke majapidamisi	4787	2494	2730	2416	2115	1650
kodumajapidamisi*	2774	2774	2774	2774	2774	3819

* andmed kogutud 2001 ja 2012

Allikas: Statistikaamet

Mett müügiks tootvaid mesinikke oli Eestis 2013. aastal 1650, mis on 34% vähem kui 2003. aastal ja 22% vähem kui 2010. aastal (tabel 1.2). Suurem osa (86%) neist olid füüsilised isikud, 14% juriidilised isikud. Kui üldiselt müügiks tootvate mesinike arv pidevalt väheneb, siis juriidiliste isikutena tegutsevate mesinike osakaal on kasvutrendil. Regionaalselt oli mesilasperedega põllumajanduslikke majapidamisi 2010. aastal enam Võru-, Tartu-, Pärnu-, Viljandi- ja Jõgevamaal. 2015. aasta 12. mai seisuga oli Eesti Mahepõllumajanduse registris 29 mesinikku, kes pidasid mahemesilasi.

¹ Põllumajanduslik majapidamine - ühtse majandusliku ja tehnilise juhtimisega üksus, kus toodetakse põllumajandussaadusi või säilitatakse maad heades põllumajandus- ja keskkonnatingimustes ning kus on vähemalt üks hektar kasutatavat põllumajandusmaad või kus on alla ühe hektari kasutatavat põllumajandusmaad ja kus toodetakse põllumajandussaadusi peamiselt müügiks.

² Põllumajanduslik kodumajapidamine - üksus, kus on alla ühe hektari kasutatavat põllumajandusmaad (või see puudub) ja kus toodetakse põllumajandussaadusi peamiselt oma tarbeks ning kus on vähemalt kas 50 ruutmeetrit köögiviljamaad või 3 viljapuud või 6 marjapõõsast või 10 küülikut, 10 kodulindu või teisi põllumajandusloomi või 3 mesilaspere.

Tabel 1.2. Mesilasperedega põllumajanduslikud majapidamised Eestis

	2001	2003	2005	2007	2010	2013
Mesilasperedega põllumajanduslikke majapidamisi kokku	4787	2494	2730	2416	2115	1650
sh füüsiline isik	4772	2477	2716	2383	2067	1534
juriidiline isik	15	17	14	33	48	115
Harju maakond	301	176	154	135	123	
Hiiu maakond	80	..	37	45	35	
Ida-Viru maakond	170	87	78	99	68	
Jõgeva maakond	430	235	249	225	179	
Järva maakond	193	..	102	65	97	
Lääne maakond	232	83	107	103	114	
Lääne-Viru maakond	317	181	193	158	127	
Põlva maakond	352	205	214	246	159	
Pärnu maakond	454	113	256	185	187	
Rapla maakond	277	140	106	136	119	
Saare maakond	320	137	215	186	142	
Tartu maakond	492	190	201	243	200	
Valga maakond	299	174	170	151	124	
Viljandi maakond	392	..	240	216	186	
Võru maakond	478	310	408	224	255	

Allikas: Statistikaamet

1.2. Mesilasperede arv

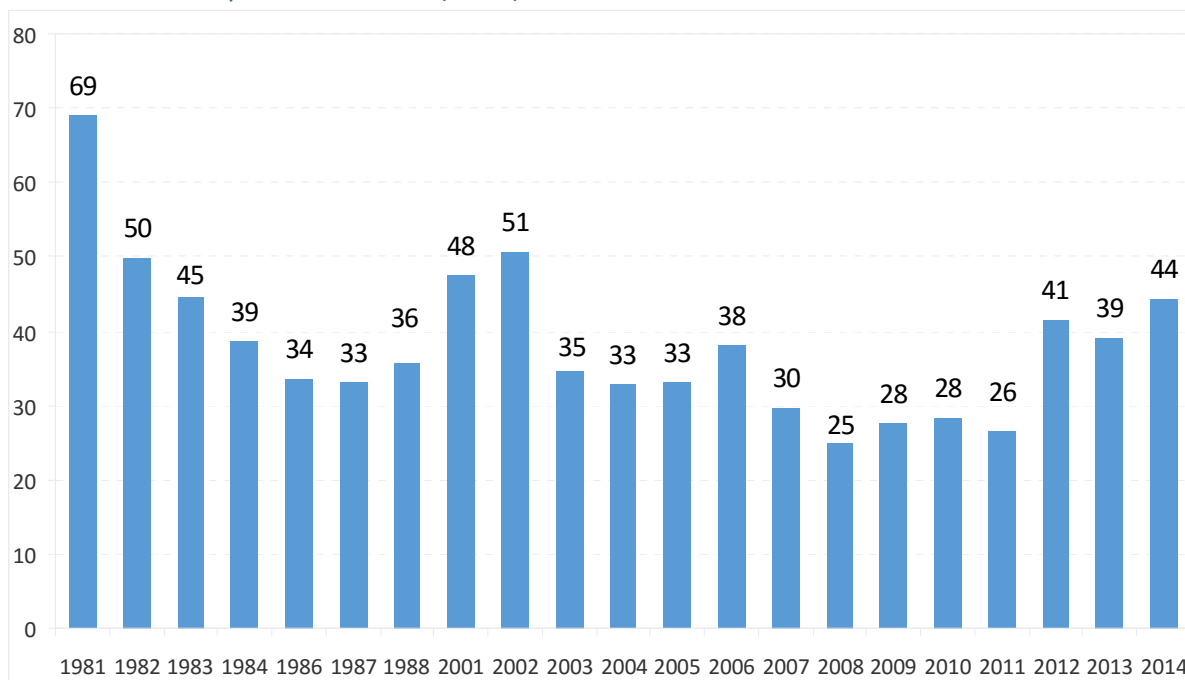
Mesilasperede arv on Eestis peale 2000. aastat kõikunud vahemikus 25..50 tuhandeni (tabel 1.3). 2002/2003. aasta karmi talve tõttu hukkus palju mesilasperesid ning nende arv vähenes Eestis järsult (-32%). 2014. aastaks oli mesilasperede arv 44 tuhat (joonis 1.1). Statistikaameti avalikus andmebaasis ei ole hetkel avaldatud mesilasperede arvu aastatel 1993–2000, kui see jäi vahemikku 19,9 – 23,7 tuhat³.

Maakonniti oli mesilasperesid 2014. aastal kõige rohkem Saare-, Pärnu-, Lääne-Viru- ja Valgamaal (tabel 1.3).

Lisaks tavamesilastele peetakse Eestis ka mahemesilasi, keda oli 2014. aastal 1737 peret ning need on arvestatud mesilaste üldarvu sisse.

³ [www] <http://mesinikeliit.ee/failid/mesinik/2006-2-lyhi.pdf> (12.11.2015)

Joonis 1.1. Mesilasperede arv Eestis (tuhat)



Allikas: Statistikaamet

Tabel 1.3. Mesilasperede arv Eesti majapidamistes (tuhat, aasta lõpu seisuga)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kogu Eesti	32.7	32.6	38.0	29.7	24.8	27.5	28.3	26.4	41.4	39.0	44.4
sh põllumajanduslikud kodumajapidamised	6.9	6.9	6.9	6.9	6.9	6.9	6.9	6.9	16.2	16.2	16.2
põllumajanduslikud majapidamised	25.8	25.7	31.1	22.8	17.9	20.6	21.4	19.5	25.2	22.8	28.2
sh Harju maakond	1.7	2.2	2.9	1.9	1.5	1.6	1.8	1.4	1.9	1.8	1.7
Hiiu maakond	0.7	0.7	0.7	0.7	0.6	0.6	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5
Ida-Viru maakond	0.9	1.1	1.5	1.0	0.5	0.7	0.9	0.8	0.9	0.6	.
Jõgeva maakond	1.4	1.6	3.1	1.2	0.9	1.0	1.2	1.0	1.5	1.2	1.4
Järva maakond	1.0	1.1	1.5	0.9	0.7	1.2	1.0	1.1	1.5	1.9	2.1
Lääne maakond	1.8	1.6	1.8	1.7	1.2	1.1	1.1	0.9	1.5	1.0	1.2
L-Viru maakond	1.8	2.2	2.2	1.8	1.4	1.8	1.6	1.8	2.3	2.5	2.6
Põlva maakond	1.7	1.9	1.5	1.3	1.0	1.5	1.2	1.1	1.3	1.1	1.5
Pärnu maakond	3.4	2.9	3.3	3.0	2.2	2.8	2.6	2.1	2.9	2.4	3
Rapla maakond	1.3	2.5	1.4	1.1	1.1	0.9	0.9	0.8	1.0	0.8	1.7
Saare maakond	2.9	0.7	2.7	2.3	2.0	2.0	2.2	2.3	2.6	2.8	3.1
Tartu maakond	2.1	2.2	2.8	1.7	1.6	1.5	1.7	1.5	1.8	1.4	2.1
Valga maakond	1.4	1.3	1.3	0.9	0.8	0.8	1.1	1.4	1.6	1.6	2.6
Viljandi maakond	2.2	2.2	2.3	1.7	1.5	1.8	2.1	1.5	2.0	1.4	1.5
Võru maakond	1.4	1.9	2.1	1.6	0.9	1.3	1.6	1.3	1.9	1.8	2.4

Allikas: Statistikaamet

Eestis on alates 2010. aastast kohustus registreerida kõik mesilaspered PRIA põllumajandusloomade registris. 2015. aasta 1. mai seisuga oli registris 1896 mesilat 20 263 mesilasperega (tabel 1.4). Varasematest uuringutest⁴ on teada, et enamik suuremaid ja keskmise suurusega mesinikke on oma andmed registrisse edastanud, kuid paljud väiketootjad ja hobimesinikud pole sellest kohustusest teadlikud või ei ole oma mesilasperesid registreerinud Maksu- ja Tolliameti, Statistikaameti või Veterinaar- ja toidumeti vaatevälja sattumise hirmust tingitult.

Tabel 1.4. Mesilasperede ja mesilate arv PRIA põllumajandusloomade registris seisuga 01.05.2015

	Mesilasperede arv	Mesilate arv
Kokku	20 263	1896
Harjumaa	1328	128
Hiiumaa	482	58
Ida-Virumaa	750	64
Jõgevamaa	967	112
Järvamaa	1052	86
Läänemaa	777	67
Lääne-Virumaa	2490	250
Põlvamaa	666	69
Pärnumaa	2491	163
Raplamaa	1294	137
Saaremaa	2276	238
Tartumaa	2508	167
Valgamaa	1029	121
Viljandimaa	1034	122
Võrumaa	1119	114

Allikas: PRIA

Tabel 1.5. Mahemesinike ja mahemesilasperede arv Eestis

	2010	2011	2012	2013	2014
Mahemesinikud	19	18	21	27	27
Üleminekuajal mesinikud	1	4	7	5	2
Mahemesilaspered	499	632	864	1510	1737
Mahemesilasperesid ühe mahemesiniku kohta	25	29	31	47	60

Allikas: Põllumajandusamet

⁴ Eesti mesindussektori struktuur. (2013). Eesti Konjunktuuriinstituut. [www] <http://www.agri.ee/sites/default/files/public/juurkataloog/UURINGUD/2013/uuring-mesindussektor-2013.pdf> (12.11.2015)

2014. aastal tegutses Eestis 27 mahemesinikku, lisaks 2 mesinikku olid üleminekuajal (tabel 1.5). Enim on mahemesinikke Raplamaal (6) ja Võrumaal (5). Viimase viie aastaga on mahemesinike arv suurenenud 45%, mahemesilaspere arv on samal ajal kasvanud ligi 3,5 korda. Viimase viie aastaga on mesilasperede keskmine arv ühe mahemesiniku kohta suurenenud 25-lt 60-ni. Samal perioodil on mahemesilasperede osakaal kõigist Eesti mesilasperedest suurenenud 2%-lt 4%-ni. Seega mahemesindus on Eestis praegu jõudsalt arenemas – lisandub nii uusi tootjaid, kuid eelkõige toetab arengut see, et olemasolevad tootjad suurendavad oma mesilasperede arvu.

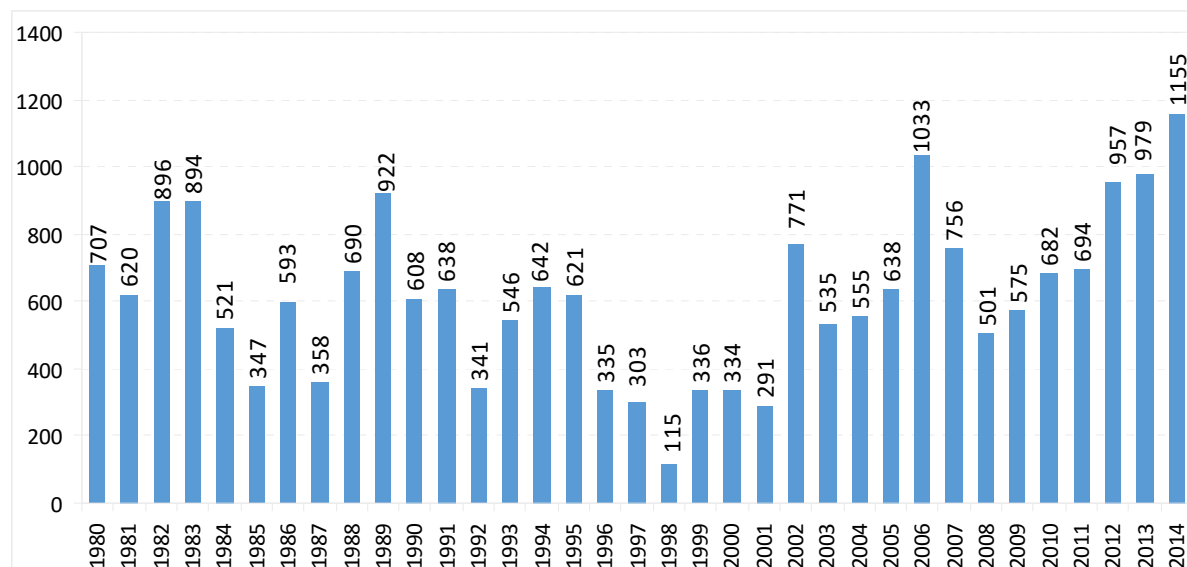
Mee käitlemise ettevõtteid oli Veterinaar- ja Toiduametis (VTA) 2015. aasta 20. mai seisuga registreeritud 169, sealhulgas 22 tegevusloaga ettevõtjat ja 147 esmatootjat⁵. VTA-s registreeritud meekäitlejatest suurem osa tegeleb ainult pakendamisega, 14 ettevõtjat ka mee töötlemisega.

1.3. Meetoodang

Viimase kümne aasta jooksul on meetoodang Eestis olnud keskmiselt 797 tonni aastas, kuid aastati on see olnud väga kõikumine – 501 tonnist 2008. aastal 1155 tonnini 2014. aastal. Statistikaameti andmetel toodeti Eestis 2014. aastal mett 18% rohkem kui aasta varem, 81% rohkem kui kümme aastat tagasi ning see on ühtlasi ajalooliselt parim tulemus (joonis 1.2, tabel 1.6).

Mahemett toodeti Eestis 2014. aastal 45 tonni, mis moodustas 3,9% kogu Eesti meetoodangust. Mahemee toodangumaht on viimastel aastatel olnud tõusutrendil.

Joonis 1.2. Mee toodang Eestis (tonni)



Allikas: Statistikaamet

⁵ Väikeses koguses mee esmatootja – kuni 15 taru või mesilasperega majapidamine või ettevõtte, kus tegeletakse mesilaste pidamisega, mee võtmisega tarudest, vurritamise ja pakendamisega mesiniku valduses. Tegevusluba on vaja tegevusteks (nt mee vurritamine, pakendamine) väljaspool mesiniku valdusi või teise mesiniku mee pakendamisel või mee hulka lisandite (nt õietolm, pähkliid jms) lisamisel.

Tabel 1.6. Mee toodang Eestis (tonni)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kogu Eesti	554.9	638.1	1033.1	755.7	500.9	574.7	681.4	693.8	957.0	978.7	1154.8
sh põllumajanduslikud kodumajapidamised	116.0	130.0	182.9	169.6	132.2	138.6	160.1	175.2	365.4	385.8	401.4
põllumajanduslikud majapidamised	438.9	508.1	850.2	586.1	368.7	436.1	521.3	518.6	591.6	592.9	753.4
sh Harju maakond	27.6	39.3	86.9	49.6	26.3	31.5	39.8	34.5	36.5	33.7	51.1
Hiiu maakond	7.6	9.0	14.7	11.0	7.9	7.7	7.0	6.9	6.7	6.2	5.1
Ida-Viru mk	18.0	22.7	32.4	17.1	7.7	15.8	22.6	19.9	20.5	19.7	33.1
Jõgeva mk	33.6	39.5	88.5	32.8	18.2	18.5	29.3	22.4	32.8	35.3	34.2
Järva maakond	22.8	28.6	54.4	38.3	20.2	27.7	26.0	36.7	41.4	49.3	68.5
Lääne maakond	28.6	28.7	43.6	36.8	20.2	19.5	21.5	17.8	25.5	18.1	24.4
Lääne-Viru mk	38.9	54.7	74.5	66.9	39.3	52.4	63.6	71.3	70.4	84.1	86
Põlva maakond	37.6	39.8	39.1	28.6	19.0	26.7	28.4	28.2	41.0	31.8	31.7
Pärnu maakond	48.4	54.7	104.0	65.9	45.0	52.3	61.3	48.6	59.7	56.9	100
Rapla maakond	21.8	41.0	36.6	30.7	19.0	17.7	17.5	20.3	18.1	20.2	31.9
Saare maakond	39.5	9.9	57.2	46.7	38.1	39.2	53.0	61.5	51.5	41.3	57.5
Tartu maakond	28.3	34.1	72.8	49.6	37.8	44.4	41.5	34.2	38.6	39.5	48.3
Valga maakond	27.0	28.7	39.0	29.1	15.8	15.5	19.7	42.6	45.2	48.8	67.4
Viljandi mk	39.1	46.8	61.1	50.8	39.8	44.4	57.8	42.1	56.2	51.3	44.7
Võru maakond	20.1	30.6	45.4	32.2	14.4	22.8	32.3	31.6	47.5	56.7	69.5
Mahemesi	5.6	8.0	5.5	6.0	11.6	13.4	21.6	19.9	45.1

Allikas: Statistikaamet, Põllumajandusamet

Alates 2007. aastast on keskmine meetoodang ühe mesilaspere kohta olnud üle 20 kg aastas, varem jäi see alla 20 kg (tabel 1.7). Toodang sõltub suurel määral konkreetset aastal valitsenud ilmast, kuid positiivset efekti peaks aastate lõikes andma korpustarude osakaalu suurenemine.

Tabel 1.7. Mee toodang Eestis ühe mesilaspere kohta (kg)

	2005	2006	2007*	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Eesti	17	19	27	25	20	21	24	27	23	25

*Perioodi pikkus 15 kuud

Allikas: Statistikaamet

1.4. Mee väliskaubandus

Mee väliskaubandusbilanss on läbi aastate Eestis olnud negatiivne – mett on imporditud oluliselt rohkem kui eksporditud (tabelid 1.8 – 1.10). Viimase viie aasta jooksul on mee väliskaubandussaldo olnud -620...-826 tuhat eurot, varem oli see vahemikus -258...-577 tuhat eurot. Viimastel aastatel on Eestisse mett imporditud ligikaudu 200 tonni, ehk 700–800 tuhande euro eest aastas. Eelkõige on imporditud EL-i riikidest, peamiselt Ungarist, Leedust, Lätist ja Hispaaniast (tabel 1.10). Viimase kümne aasta jooksul on importmesi moodustanud olenevalt aastast 12–31% mee bilansi järgi arvatatud tarbimiskogusest Eestis.

Mee impordihinnad tõusid järsult (24%) 2008. aastal, peale seda on hinnad aastati kõikunud üles-alla, kuid üldine hinnatõus on aeglasemas tempos jätkunud. 2014. aastal oli mee impordihind 3.44 eurot/kg, mis on 8% kõrgem kui 2008. aastal ning 56% kõrgem kui 2004. aastal.

Mett on Eestist eksporditud aga suhteliselt juhuslikult üksikutesse riikidesse (peamiselt Soome ja Hiinasse) ning väikestes kogustes (tabel 1.9). Viimastel aastatel on mee ekspordikogus olnud Statistikaameti andmetel vahemikus 3–6 tonni aastas, erandiks oli vaid 2013. aasta, kui mett eksporditi Eestist 13,3 tonni, millest 12,6 tonni viidi Hiinasse.

Tabel 1.8. Mee* ekspordi- ja impordikäive Eestis (tuhat eurot)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Import	441.1	336.4	287.3	264.0	394.2	613.7	851.3	714.8	803.6	701.2	709.5
sh EL-ist	208.8	238.7	182.9	217.7	343.8	538.8	719.9	590.0	626.4	653.9	655.2
<i>EL osakaal</i>	47.3	71.0	63.7	82.5	87.2	87.8	84.6	82.5	78.0	93.3	92.3
Eksport	7.1	0.6	0.8	5.7	19.0	36.7	25.7	19.2	36.4	81.5	26.5
sh EL-i	3.9	0.6	0.8	0.8	0.7	1.2	1.4	13.2	1.7	2.5	9.3
<i>EL osakaal</i>	54.0	100.0	99.9	14.1	3.8	3.4	5.6	69.1	4.6	3.1	35.3
Bilanss**	-434.0	-335.8	-286.5	-258.3	-375.2	-577.0	-825.6	-695.6	-767.2	-619.7	-683.0

* CN0409 Naturaalne mesi, ** Väliskaubandus bilanss on ekspordi ja impordi vahe
Allikas: Statistikaamet

Tabel 1.9. Mee* eksport Eestist (tonni)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kokku	1.6	0.1	0.1	1.3	3.3	5.7	3.3	2.3	6.0	13.3	3.4
Hiina	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.5	12.6	1.8
Aserbaidž.	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	4.0	0.6	0.7	0.0	0.0	0.0
Kasahstan	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0
Soome	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.3	0.2	0.2	0.4	0.5	1.5
Läti	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0
Teised	1.4	0.1	0.1	1.3	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.2	0.1
EL kokku	0.9	0.1	0.1	0.4	0.1	0.3	0.3	1.6	0.4	0.5	1.6

* CN0409 Naturaalne mesi
Allikas: Statistikaamet

Tabel 1.10. Mee* import Eestisse (tonni, päritoluriigi järgi)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kokku	199.5	142.4	138.0	102.4	123.3	184.8	268.2	215.4	244.8	197.2	206.4
Ungari	42.6	63.0	56.2	48.4	50.0	60.1	38.7	23.3	14.8	8.9	13.2
Leedu	0.6	0.2	0.0	0.8	17.8	30.7	35.0	31.8	82.3	79.1	83.5
Läti	2.0	0.0	0.0	0.7	0.2	15.2	102.5	66.4	45.7	53.0	54.2
Hispaania	18.9	20.9	16.7	18.9	22.0	20.8	18.7	25.2	22.2	33.5	30.8
Ukraina	113.1	29.3	38.1	15.2	9.3	5.8	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0
Hiina	0.0	0.0	20.3	0.0	0.0	18.6	38.9	40.6	20.3	0.0	0.0
Määramata	13.3	3.0	2.9	0.4	5.9	2.0	0.5	1.7	41.9	4.5	13.9
Taani	0.0	0.0	0.0	4.1	15.0	16.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Prantsusmaa	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15.1	11.5	0.6	0.4	0.2
Venemaa	4.0	11.7	0.0	10.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Soome	0.0	3.0	0.9	0.8	0.0	1.7	4.0	5.6	1.1	3.5	0.2
Šveits	3.3	3.4	3.0	2.5	2.4	1.6	0.9	0.6	0.6	0.6	0.0
EL	0.0	1.4	0.0	0.3	0.8	1.2	2.6	1.7	4.8	2.9	3.0
Poola	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	3.0	3.6	4.5
Teised	1.7	6.3	0.0	0.3	0.0	10.5	5.6	6.3	7.4	7.3	3.0
EL kokku	64.1	88.6	73.7	74.3	105.8	148.2	206.3	158.9	178.6	189.1	190.2

* CN0409 Naturaalne mesi

Allikas: Statistikaamet

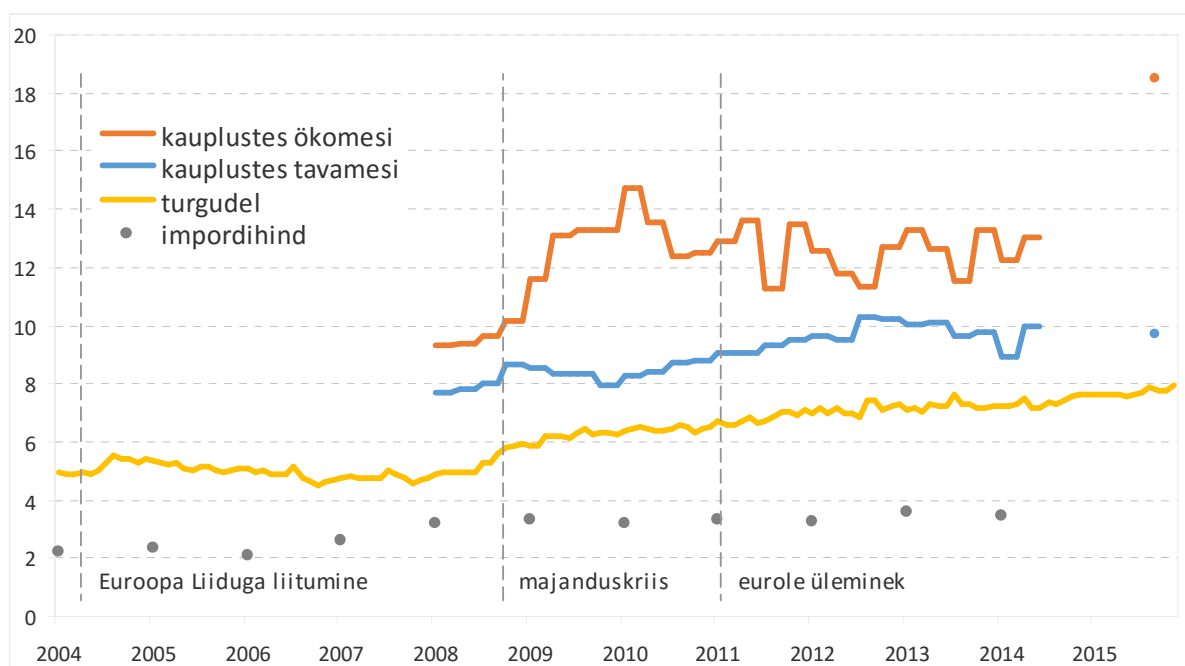
1.5. Mee hind

Kahetuhandetate aastate alguses maksis mesi Eesti turgudel 4–5 eurot/kg (joonis 1.3). 2008. ja 2009. aastal tõusis mee hind Eestis järsult kehva suvise ilma ja sellest tingitud väikse meetoodangu tõttu – pakkumine vähenes ning hind tõusis. Mee hind Eesti turgudel on alates 2008. aastast pidevalt tõusutrendil, kuid hinnatõusu tempo on viimasel kolmel aastal, kui mee hind on kerkinud üle 7 euro/kg, aeglustunud. Kümne aasta taguse ajaga võrreldes oli mesi turgudel 2014. aastaks kallinenud 43%. Mee impordihind on samuti kümne viimase aastaga oluliselt (56%) tõusnud, kuid see jääb endiselt ligikaudu kaks korda madalamaks, kui kodumaise mee hind turgudel.

Kauplustes on mee hinda jooksvalt (kvartaalselt) jälgitud alates 2008. aastast. Alates sellest ajast kuni 2014. aastani on mesi kauplustes kallinenud 18%, hinnatõusu sisse jäi ka 2009. aasta 1. juulil toimunud käibemaksumäära tõus 18%-lt 20%-le (tabel 1.11). Mesi on kallinenud veidi rohkem kui üldine tarbijahinnaindeksi kasv sel perioodil (15%), kuid enam-vähem samas tempos üldise toiduainete ja mittealkohoolsete jookide hinnatõusuga (sel perioodil 17%). Viimaste aastate jooksul on kauplustes mesi olnud ligikaudu kolmandiku võrra kallim kui turgudel, ning hind on liikunud sama trendi pidi.

Ökomee jaehind kauplustes on tõusnud kiiremini kui tavameel, samas peamine hinnatõus toimus 2009. aastal. 2008–2014. aastani on ökomesi kauplustes kallinenud 32%. Võrreldes tavameega müüakse ökomett kauplustes olenevalt aastast 20–50% kallimalt. Ökomee tootjahind (tootjalt otsemüügihind) on tõusnud turgudel müüdava tavamee hinnaga samas tempos – hinnatõus 2008–2014. aastani oli 18%. Otse tootjalt ökomett ostes olulist hinnavahet võrreldes tavamee turuhinnaga ei ole (+/-5%).

Joonis 1.3. Mee hind Eestis (eurot/kg)



Allikad: EKI, Statistikaamet, EMOR

Tabel 1.11. Mee hind Eestis (eurot/kg)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Turgudel	5.16	5.13	4.85	4.77	5.27	6.20	6.45	6.80	7.12	7.23	7.36	7.69 ¹
Impordihind keskmine	2.21	2.36	2.08	2.58	3.20	3.32	3.17	3.32	3.28	3.56	3.44	3.55 ²
Lätist	2.94	3.67	-	3.04	5.95	2.73	2.94	3.09	3.01	3.23	3.37	3.28 ²
Leedust	6.74	6.78	-	5.53	3.36	3.52	3.80	3.77	3.28	3.14	3.10	3.10 ²
Ungarist	2.96	2.25	2.06	2.44	2.97	3.26	3.67	4.28	3.91	3.68	3.44	3.91 ²
EL kokku	3.26	2.69	2.48	2.93	3.25	3.64	3.49	3.71	3.51	3.46	3.44	3.41 ²
Kauplustes (km-ga) tavamesi	8.05	8.28	8.55	9.24	9.91	9.89	9.46	9.90 ²
ökomesi	9.63	12.81	13.20	12.81	12.11	12.68	12.65	18.50 ²
Ökomee tootjahind	5.53	5.82	6.78	7.08	6.96	6.59	6.50	..

¹ 11 kuud, ² 9 kuud

Allikad: EKI, Statistikaamet, EMOR

1.6. Mee tarbimine

Mee siseturumaht ehk tarbimine on Statistikaameti andmetel (bilansimeetodil leituna) Eestis viimasel kümnel aastal kõikunud vahemikus 649–1163 tonni aastas, kusjuures alates 2011. aastast on tarbimistase olnud pidevalt üle 900 tonni (tabel 1.12). Elaniku kohta on meetarbimine varieerunud kümne aasta jooksul keskmiselt 490–880 grammini aastas ning ka siin on tarbimises viimastel aastatel näha kasvutrendi. Aastatel 2005–2014 on meega isevarustatuse tase kõikunud 75–88%-ni. Kümne aasta keskmisena on ligikaudu 80% tarbitud meest olnud kodumaine, ülejäänud on sissetoodud.

Tabel 1.12. Mee tarbimine Eestis (bilansimeetodil**)

	2005	2006	2007*	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Kokku, tonni	696	788	1193	857	649	822	913	926	1160	1163
Kodumaise mee osakaal tarbimises, %	80	81	87	88	77	70	75	75	83	84
Elaniku kohta, kg	0.51	0.58	0.89	0.64	0.49	0.62	0.69	0.7	0.88	0.88

*Perioodi pikkus 15 kuud, ** tarbimine = toodang + import – eksport

Allikas: Statistikaameti andmed, EKI arvutused

Mee tarbimine oli leibkonnauuringute andmetel 2012. aastal 0,98 kg elaniku kohta. 2010. ja 2011. aastal oli tarbimine suurem, ehk 1,19 ja 1,23 kilogrammi elaniku kohta, aastatel 2004–2007 aga mõnevõrra madalam, ehk vahemikus 0,64–0,82 kilogrammi elaniku kohta (tabel 1.13). Leibkonnauuringut korraldati 1996–2007 ja 2010–2012 iga-aastaselt. Alates 2012. aastast toimub leibkonnauuring iga kolme aasta tagant ja 2015. aastal kogutud tulemused avaldatakse 2016. aastal.

Tabel 1.13. Mee tarbimine Eestis ühe elaniku kohta aastas (leibkonnauuringud***)

	2004	2005	2006	2007	2010	2011	2012
Tarbimine kokku, kg	0.67	0.64	0.82	0.72	1.19	1.23	0.98
sh ostud, kg	0.50	0.50	0.53	0.55	0.69	0.78	0.61
omatoodang või tasuta, kg	0.17	0.14	0.29	0.18	0.50	0.45	0.37
ostude osakaal tarbimises, %	75	78	65	76	58	63	62
Keskmine ostuhind, eurot/kg	4.83	5.12	4.84	5.03	5.94	6.26	6.66

*** kodus tarbimine, v.a väljas söömine, turistide tarbimine

Allikas: Statistikaameti andmed, EKI arvutused

Tabel 1.14. Mee tarbimine Lätis

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Läti	0.95	0.85	0.98	1.05	1.20	1.17	1.01	1.20	0.99	1.12	0.97

Allikas: Läti Statistikaamet (leibkonnauuringud)

Lätis on mee tarbimine leibkonnauuringute andmetel olnud aastatel 2004–2014 vahemikus 0,85–1,2 kilogrammi elaniku kohta (tabel 1.14). Eestiga võrreldes on Läti leibkonnauuringute näitajad olnud mõnevõrra vähem volatiilsed.

Tabel 1.15. Mee ostukohtade jaotus Eestis (% mee ostudest)

	Kauplus	Hulgiladu	Turg	Mesinik	Oma toodang	Kokku
2014	16	0	13	66	4	100%
2013	23	0	13	59	5	100%
2012	18	0	15	59	8	100%
2011	20	0	12	62	6	100%
2010	18	0	16	57	9	100%
2009	18	0	17	56	8	100%
2008	19	0	22	56	3	100%
2007	17	0	15	60	8	100%
2006	14	0	14	62	10	100%
2005	12	1	16	62	9	100%
2004	18	1	16	55	10	100%
2003	12	1	17	62	8	100%
2002	10	1	17	62	10	100%
2001	10	1	21	60	8	100%

Allikad: EKI 2001–2010, EMOR 2011–2014 (% tooterühma ostjatest)

Mett ei tarbi viimaste aastate EKI ja EMORi tarbijauuringute järgi 5–11% eestimaalastest, olenevalt aastast. Mittetarbijate osakaal on viimasel paaril aastal olnud 10–11%, varem oli neid mõnevõrra vähem. Mee ostmise omapära Eestis on see, et mett eelistatakse osta otse mesinikult. Ka turul müüvad mett enamasti mesinikud ise või nende edasimüüjad, seega 70–80% mee ostudest tehakse otse tootjalt ostuna ning see tase püsib Eestis juba aastaid (tabel 1.15).

2. Mesinike organisatsioonid Eestis

Mesindusorganisatsioone on Eestis mitmesuguseid, mesinikud on koondunud nii professionaalsetesse ühendustesse kui ka pikaaegsete traditsioonidega piirkondlikesse aianduse ja mesinduse seltsidesse. Mesindusorganisatsioonid levitavad mesindusalast infot, korraldavad koolitusi, annavad välja infolehti ning esindavad mesinikke riiklike institutsioonidega suheldes. Järgnev nimekiri ei pruugi olla täielik, kuid enamik 2015. aasta juuni seisuga tegutsevatest mesindusorganisatsioonidest on siin ära toodud.

Üle-Eestilised organisatsioonid:

Eesti Mesinduse Koostöökogu	www.mesinduskogu.ee
Eesti Kutseliste Mesinike Ühing	www.mesinikud.ee
Eesti Mesinike Liit	www.mesinikeliit.ee
Eesti Mesilaste Tõuaretajate Selts	www.estbee.eu
Eesti Meetootjate Ühendus	www.eestimesi.ee
Eesti Aianduse ja Mesinduse Kesksekselts	web.zone.ee/eamks

Piirkondlikud organisatsioonid:

Aegviidu Aianduse ja Mesinduse Selts	
Elva Aianduse ja Mesinduse Selts	
Elva Mesinike Selts	
Harju Mesinike Selts	
Hiiumaa Mesinike Selts	
Ida-Viru Mummu Selts	
Ida-Viru Vene Mesinike Seltsing	
Jõgeva Aianduse ja Mesinduse Selts	
Järvamaa Mesinike Seltsing	
Karksi-Nuia Aianduse ja Mesinduse Selts	http://aiandusmesindusselts.onepagefree.com
Keila Aianduse ja Mesinduse Selts	www.keilaams.eu
Kunda Aianduse ja Mesinduse Selts	
Läänemaa Aianduse ja Mesinduse Selts	
Läänemaa Mesinike Seltsing	
Lääne-Viru Mesindusselts	www.virumesi.ee
Otepää Aianduse ja Mesinduse Selts	
Puka Aianduse ja Mesinduse Selts	
Põltsamaa Mesinike Selts	www.poltsamaamesi.eu
Pärnu Aianduse ja Mesinduse Selts	http://aiandusmesindus.eu
Rakvere Aianduse ja Mesinduse Selts	
Raplamaa Mesinike Selts	

Saarde Aianduse ja Mesinduse Selts	
Saaremaa Meetootjate Ühing	www.mesindus.eu
Saare Mesinike Ühing	
Tallinna Mesinike Ühistu	
Tallinna Aianduse ja Mesinduse Selts	
Tapa Aianduse ja Mesinduse Selts	
Tartu Aianduse ja Mesinduse Selts	www.tams.ee
Turba Aianduse ja Mesinduse Selts	
Tõrva Aianduse ja Mesinduse Selts	
Türi Aianduse ja Mesinduse Selts	www.tyirilillelaat.ee
Viljandi Aianduse ja Mesinduse Selts	
Võhma Aianduse ja Mesinduse Selts	
Võrumaa Mesinike Seltsing	

Olulist mesindusalast infot saab ka “Mee tootmise ja turustamise Eesti riiklik arenguprogramm 2013–2016” kodulehelt <http://2013-2016.mesindusprogramm.eu>.

3. Mesinike küsitluse tulemused

3.1. Küsitluse üldandmed

Mesinike küsitlus toimus ajavahemikul 19.10.2015–8.11.2015 internetipõhiselt ning ankeedi täitis 136 vastanut. Küsitlusankeet sisaldas kokku 26 küsimust, mee müügivõimaluste suurendamise uuringu tarbeks esitati vastajatele kaheksa küsimust.

Uuriti püsiklientide osakaalu müügist, teavituskanalite kasutamist ja müügikanalite perspektiivikust, meeturu olukorra hinnanguid lähiaastateks, suurimaid probleeme mee müügil ja nende lahendusi, mesinike huvitatust ühistegevusest ja tootmise suurendamisest ning ühtsest meemüügi kodulehest.

Vastanute seas oli kõige rohkem (38%) 10..24 mesilasperega väiketootjaid, neljandikul (26%) oli 25..99 peret, alla 10 perega hobimesinikke oli neljandik (24%). Enam kui 150 mesilasperega kutselisi mesinikke oli vastanutest kümnendik (8%) ja 5% oli 100..149 mesilasperet (tabel 3.1). Eestis mesilasi pidavatest enam kui viiest tuhandest inimesest kattis vastanute osa 2,5%, ehk uuring hõlmas iga 40. mesilastega majapidamise (tabel 3.2). Kaetus oli suurim kutseliste mesinike (vastas kaks kolmandikku) ja suurtootjate (vastas veidi üle poolte) gruppides. Keskmise suurusega tootjatest vastas neljandik (23%). Väiketootjatest (10..24 perega) vastas veidi kümnendik (13%). Alla kümne perega hobimesinikest vastas küsitlusele 0,7%, ehk iga 152.

Vanuse järgi kuulus enamus, ehk kaks kolmandikku vastajatest keskealiste (30..59 eluaastat) ja kolmandik vanemaealiste gruppi. Alla 30 aastaseid vastajaid oli 4%. Vanemaealiste osakaal oli suurim väiketootjate ja hobimesinike hulgas. Keskmiselt olid vastanud pidanud mesilasi 17 aastat.

Tabel 3.1. Uuringule vastanute jaotus mesilasperede arvu järgi

mesilasperede arv	uuringus osales	osakaal, (%)
kutselised mesinikud	≥ 150	11
suurtootjad	100..149	7
keskmised tootjad	25..99	35
väiketootjad	10..24	51
hobimesinikud	< 10	32
kokku	136	100

Tabel 3.2. Uuringule vastanute osakaal üldkogumist

mesilasperede arv	mesilasperedega majapidamiste arv Eestis*	vastanute osakaal üldkogumist, (%)
kutselised mesinikud	≥ 150	17
suurtootjad	100..149	13
keskmised tootjad	25..99	152
väiketootjad	10..24	395
hobimesinikud	< 10	4892
kokku	5469	2,5

*2013. aasta põllumajandusloenduse ja 2012. põllumajanduslike kodumajapidamiste uuringu andmetel

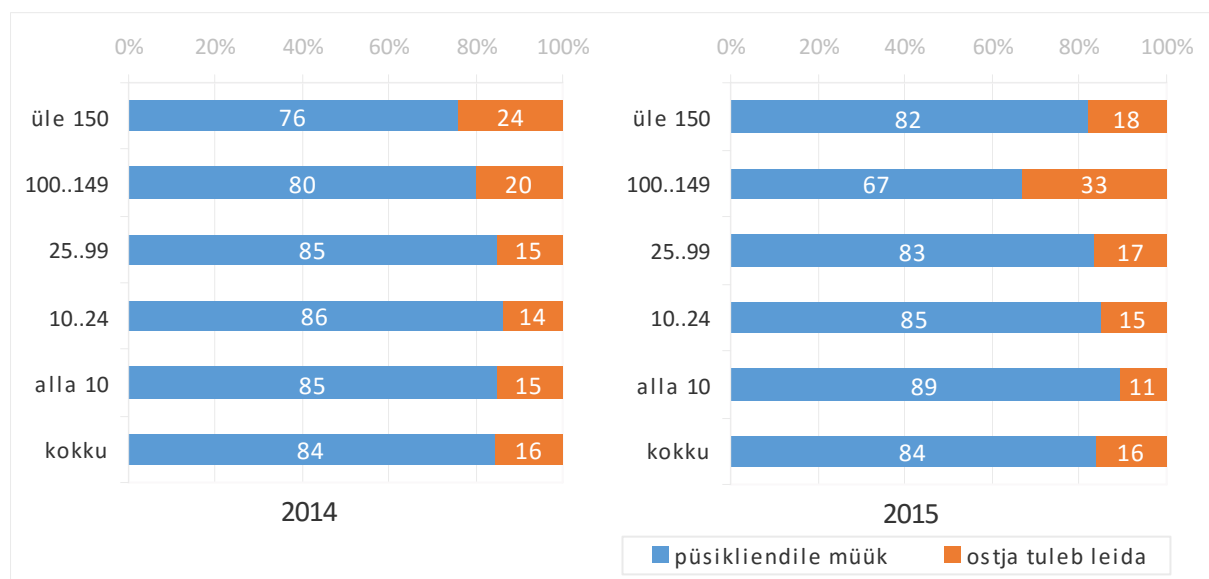
3.2. Püsiklientide osakaal müügist

Küsitlusega uuriti püsiklientide osakaalu mesinike mee müügist. Ankeedis esitati küsimus järgnevalt:

„Kui suure osa oma müüdavast meest müüsite püsiklientidele (sh tarbijad, pakendajad, töötlejad, kauplused jm) ja kui suurele osale tuleb leida ostja?„

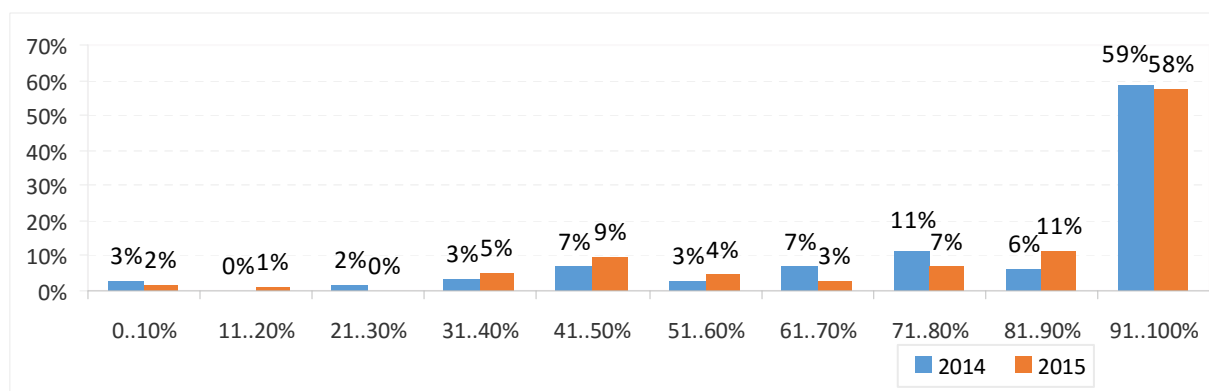
Vastuste põhjal arvatud keskmistest näitajatest selgus, et valdava osa meest müüvad mesinikud püsiklientidele (joonis 3.1). Püsiklientidele müügi osakaal oli väga oluline kõigis mesilasperede arvu järgi jaotatud suurusgruppides. Püsiklientide osakaal väheneb mõnevõrra nendel mesinikel, kes peavad üle 100 mesitaru.

Joonis 3.1. Püsiklientidele müügi osakaal (mesilasperede arvu järgi grupeerituna, %)



Joonisel 3.2 on ära toodud püsiklientidele müügi osakaalud vahemike lõikes. Enam kui pooltel (58%..59%) vastanustest oli püsiklientidele müügi osakaal vahemikus 91%..100%, ehk ostja pidid nad otsima 0%..10% kogusele. Vastanuid, kelle müügist jäi püsiklientide osa allapoole 50%, oli aastatel 2014–2015 kõigest 15% ja 17%. Mõne protsendiline on ka nende vastanute hulk, kellel püsikliente pole või on väga vähe. Peamiselt on tegu alles alustanud mesinikega. Kutselised mesinikud (üle 150 mesilasperega) müüvad püsiklientidele üldjuhul enam kui poole oma kogusest.

Joonis 3.2. Püsiklientidele müügi osakaalu jagunemine vahemike lõikes, %



Täpsustuseks tuleks märkida, et kõrge püsiklientidele müügi osakaal ei tarvitse majanduslikust seisukohast lähtudes olla üheselt positiivne, vaid viidata ka ebapiisavale tootmismahule või raskustele muudesse turustuskohtadesse pääsemisega (jaeketid, eksport). Ärilisest seisukohast lähtudes võiks peamiselt püsiklientidele müüvad mesinikud kaaluda võimalusi toodangu suurendamiseks ja eksportiturgude leidmiseks.

3.3. Mee müügi teavituskanalid viimasel kahel aastal

Mee müügi teavituskanalite kasutamise sagedust viimasel kahel aastal uuriti küsimusega:

„Milliseid teavituskanaleid olete viimase kahe aasta jooksul kasutanud oma mee müügil?“

Kolmeastmelisel skaalal (*sageli, harva, ei kasuta*) paluti hinnata järgnevaid müügikanaleid:

- reklaamid, kuulutused kohalikes ajalehtedes
- kuulutused teadetetahvlitel (kauplustes, külades)
- oma koduleht internetis
- Facebooki leht
- müügikuulutused teistel mesindusega seotud kodulehtedel internetis
- müügikuulutused mujal interneti kodulehtedel
- püsikliendi meilinglist
- otsepostitus
- info maanteede ääres
- üritused, messid, meepäevad

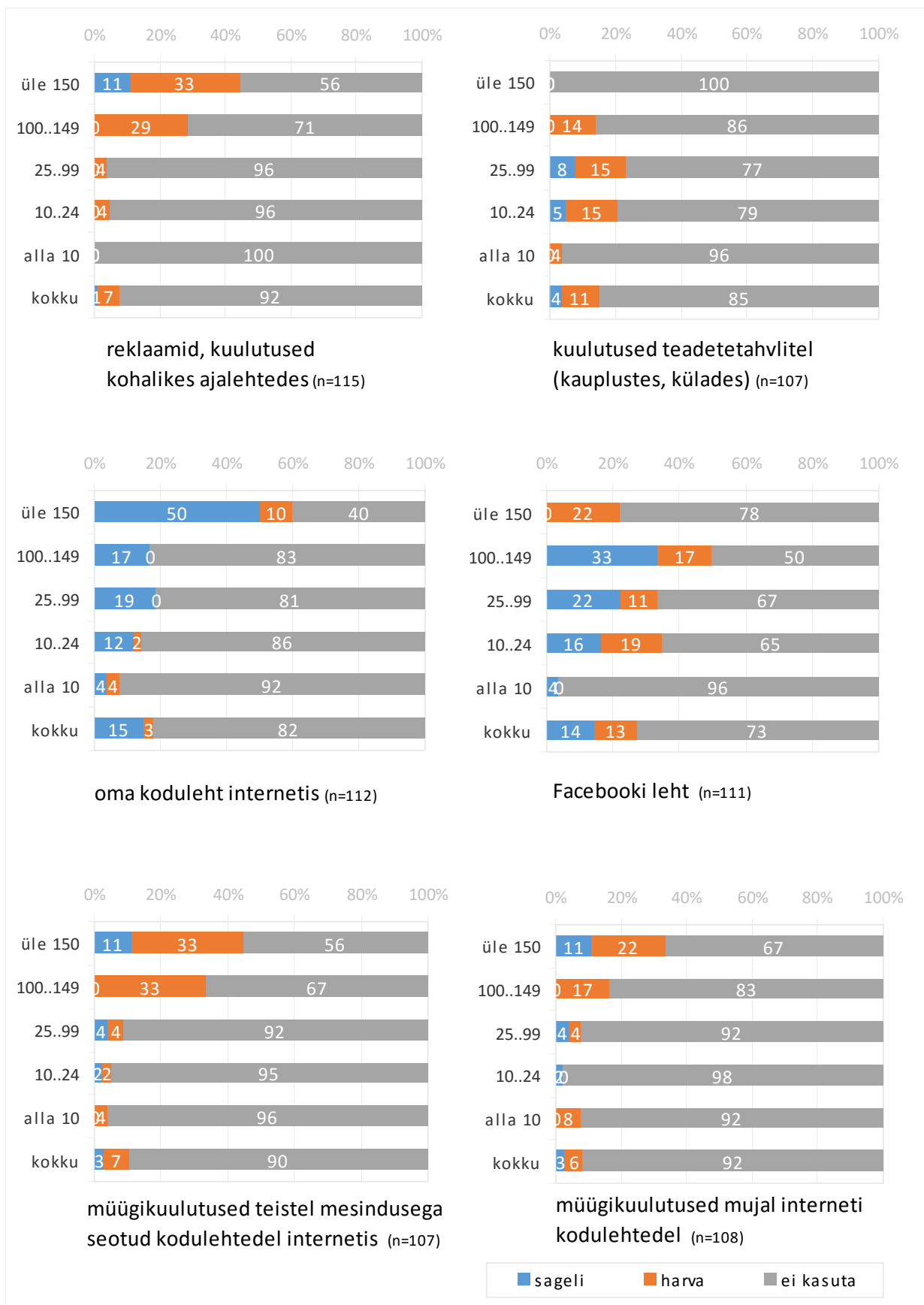
Lisaks nimetatutele oli võimalus märkida vabavastusena ka muid kanaleid. Antud võimalust kasutasid parkümmend vastajat, kellest kaheksa märkisid tuttavate ja sõprade kaudu suulist reklaamimist; kuus mainisid asjaolu, et hea kaup müüb end ise; viis nimetasid telefoni teel kontakteerumist (helistavad ise püsiklientidele või ootavad klientidelt kõnesid); kolm nimetasid otsekontakti; kolm märkisid teavituskanalina alalisi kliente; lisaks nimetati ka reklaami auto järelhaagisel.

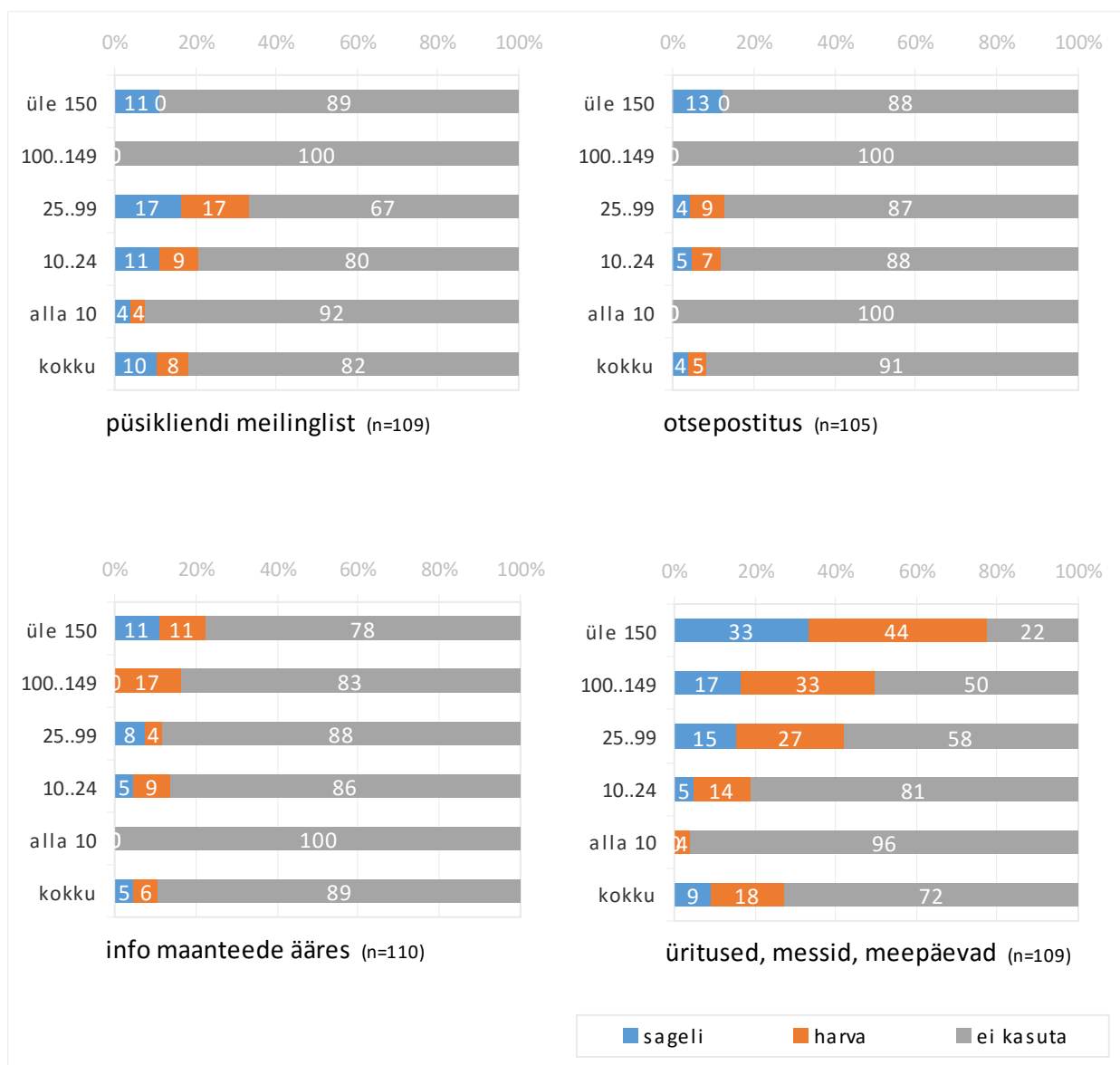
Viimasel kahel aastal ei ole reklaamid ja kuulutused kohalikes ajalehtedes mee müügi teavitamisel küsitlusele vastanutel eriti kasutamist leidnud (joonis 3.3). Sageli on sellist võimalust kasutanud kümnendik (11%) ja harva kolmandik (33%) kutsemesinikest. Veidi enam kui veerand (29%) 100..149 perega meetootjatest kasutas seda teavituskanalit harva. Ülejäänud suurusgruppides kasutasid kohalikes ajalehtedes kuulutamist vähesed vastanud.

Teadetetahvlitel kuulutusi avaldasid sageli 4% ja harva 11% vastanutest. Kutsemesinikud seda teavituskanalit ei kasutanud ja hobimesinikest kuulutasid kauplustes ja külades asuvatel teadetetahvlitel väga vähesed.

Oma kodulehte internetis kasutas teavituskanalina sageli 15% ja harva 3% vastanutest. Kutsemesinike seas on selle teavituskanali kasutamine levinuim kui alla 150 perega mesinike hulgas. Facebooki lehel teavitamine on kutsemesinike seas samas vähem levinud kui suurtel-, keskmistel- ja väikestel meetootjatel.

Joonis 3.3. Teavituskanalite kasutamine kahel viimasel aastal mee müügil (% vastanutest)





Müügikuulutusi teistel mesindusega seotud kodulehtedel kasutavad rohkem kutsemesinikud (11% sageli ja 33% harva) ja suurtootjad (33% harva). Alla 100 perega mesinikest kasutavad seda teavituskanalit vähesed. Mujal interneti kodulehtedel avaldasid sageli müügikulutusi kümnendik (11%) ja harva viiendik (22%) kutsemesinikest. Veidi vähem kui viiendik (17%) suurtootjatest avaldas müügikuulutusi mujal internetis harva. Alla 100 perega mesinikest avaldavad mujal internetis kuulutusi vähesed.

Püsikliendi meilinglisti kasutasid sageli kümnendik (10%) ja harva 8% vastanutest. Kõige suurem oli selle teavituskanal kasutamine keskmise suurusega tootjate hulgas. Otsepostitust kasutasid vähesed vastanud. Maanteede ääres avaldasid infot sageli 5% ja harva 6% vastanutest. Suurem oli selle teavituskanal kasutamise osakaal kutsemesinike ja suurtootjate hulgas. Üritustel, messidel ja meepäevadel müügiteabe levitamine omas seost mesinike mesilasperede arvuga. Mida rohkem mesilasperesid on mesinikul, seda laialdasemalt on levinud ürituste, messide ja meepäevade kasutamine teavituskanalina. Ülekaalukas enamus kutsemesinikest ja pooled suurtootjatest ning veidi alla poole keskmisest tootjatest kasutasid nimetatud teavituskanalit viimasel kahel aastal. Väiketootjate ja hobimesinike hulgas oli ürituste, messide ja meepäevade kasutamine teavituskanalina vähemlevinum.

3.4. Perspektiivikaim müügikanal lähiaastatel

Ankeedile vastanutel paluti hinnata erinevate müügikanalite olulisust alljärgneva küsimusega:

„Milline müügikanal on lähiaastatel teie jaoks kõige perspektiivikam?“

Küsitletavatel paluti hinnata viie erineva müügikanali (otse tarbijatele, kaubandusele, pakendajale, tööstusele ja ekspordiks) perspektiivikust lähiaastatel kolmeastmelisel skaalal (*väga oluline, mõnevõrra oluline, ei ole oluline*). Lisaks oli võimalus nimetada kõige perspektiivikam müügikanal ka vabavastusena. Peamiselt nimetati vabavastustes kõige perspektiivikaima kanalina müüki sugulastele, tuttavatele, perekonnale ja naabritele, aga ära märgiti ka müüki ühistule ja e-poe kaudu.

Erinevatele müügikanalitele antud vastuste jagunemiste interpreteerimisel tuleks arvestada sellega, mitu vastust antud kanali kohta esitati (joonisel 3.4 kujutab seda n). Mida madalam on n number, seda väiksem hulk vastajaid antud müügikanalile hinnangu andis. Tõenäoliselt tulenes hindamata jätmise vähesest huvist antud müügikanali suhtes, kuid kindlalt seda väita pole võimalik.

Joonisel 3.4 on näha, et kõige perspektiivikamaks müügikanaliks peetakse lähiaastatel otse tarbijale müüki, väga oluliseks peavad seda 91% vastanutest. Otse tarbijale müük on väga oluline alla 100 mesilasperega mesinikel. Üle 100 mesilaspere pidavatel mesinikel on see endiselt väga oluline, aga mõnevõrra väiksemal määral. 90% kutsemesinikest on otse tarbijale müük lähiaastatel oluline. Kümnenendikul üle 150 perega ja 14% 100..149 perega vastanutest pole otse tarbijale müük lähiaastatel perspektiivne.

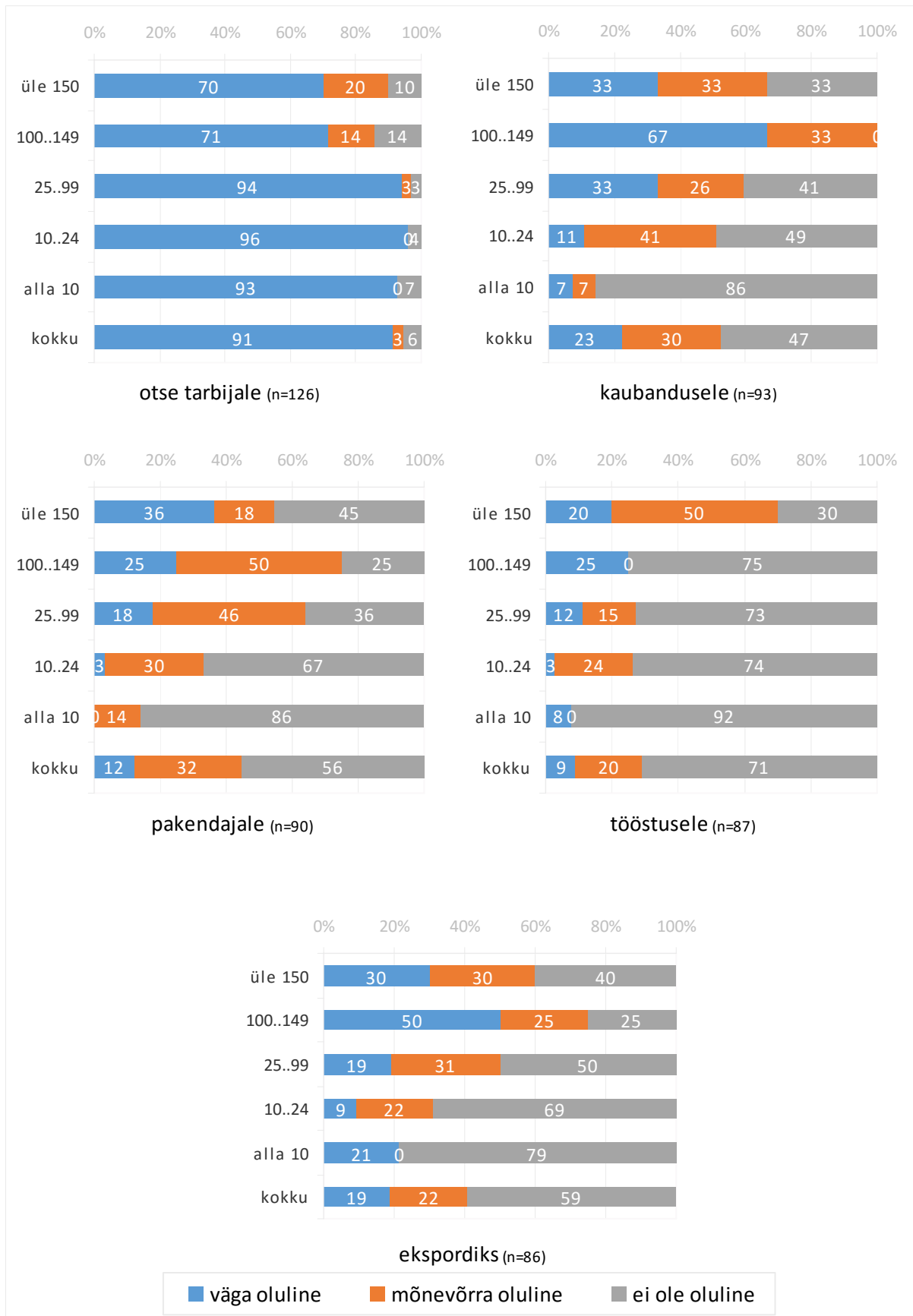
Kaubandusele müüki pidasid perspektiivseks kõik 100..149 perega vastanud. Üle 150 perega vastanutest hindas kaks kolmandikku kaubandusele müüki lähiaastatel perspektiivseks. Keskmiste- ja väiketootjate hulgas on kaubandusele müügi perspektiivikus mõnevõrra madalam, kuid ligi pooltele vastanutest siiski suuremal või vähemal määral oluline. Hobimesinike hulgas on suhteliselt vähesel määral vastanuid, kes näevad lähiaastatel kaubandusele müügis perspektiivi.

Pakendajale müük on lähiaastatel suuremal või vähemal määral oluline enamusele mesinikest, kellel on 25 või enam mesilasperet. Väga oluliseks hindavad pakendajale müüki lähiaastatel kolmandik (36%) kutsemesinikest, veerand (25%) suurtootjatest ja viiendik (18%) keskmise suurusega tootjatest. Väiketootjatest ja hobimesinikest enamus lähiaastatel pakendajale müüki perspektiivseks ei pea.

Tööstusele müüki peavad lähiaastatel väga oluliseks viiendik (20%) ja mõnevõrra oluliseks pooled (50%) üle 150 perega kutsemesinikest. Suurtest-, keskmisest- ja väiketootjatest hindab umbes veerand tööstusele müüki suuremal või vähemal määral perspektiivseks.

Ekspordi müügikanali suhtes andis hinnangu teistest väiksem arv vastanuid ($n=86$). Kõige optimistlikumad vaated ekspordi suhtes lähiaastatel on 100..149 perega suurtootjatel (kellest pooled pidasid väga oluliseks), neile järgnevad kutsemesinikud ja keskmised tootjad. Ekspordis näevad perspektiivi ka kolmandik (31%) väiketootjatest ja viiendik (21%) hobimesinikest.

Joonis 3.4. Perspektiivikaim müügikanal lähiaastatel (% vastanutest)



3.5. Mee turu olukord lähemal kolmel aastal

Küsitluses osalenutel paluti anda hinnang mee turu olukorrale lähemal kolmel aastal vastates küsimusele:

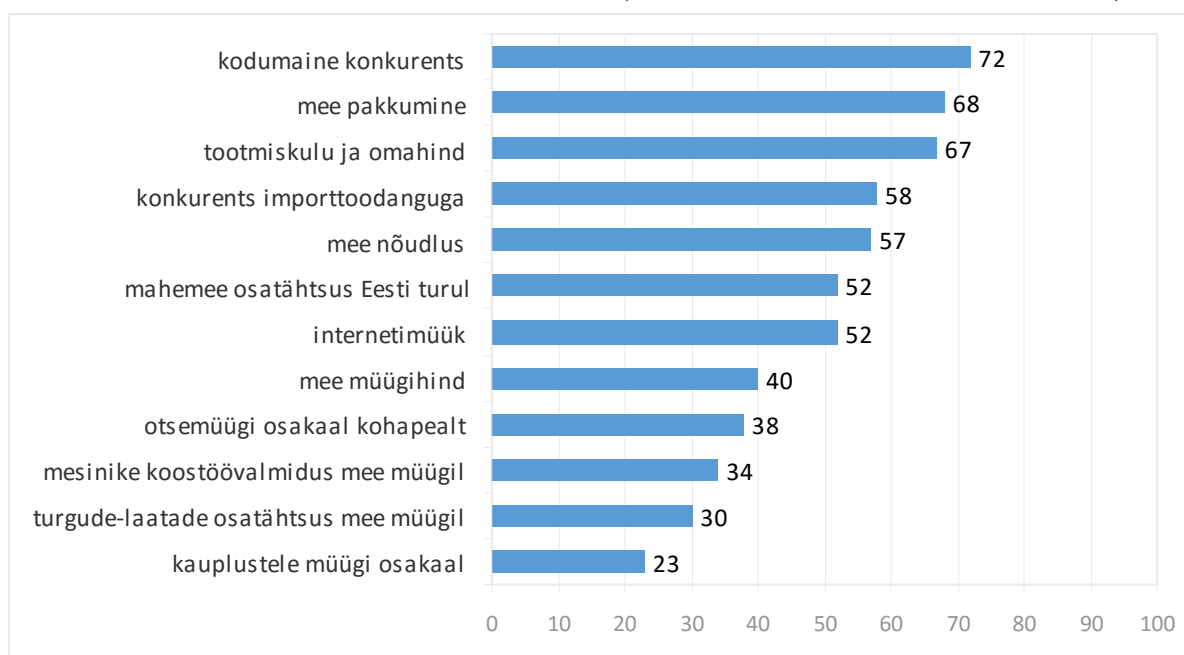
„Kuidas hindate Eesti mee turu olukorda lähema kolme aasta jooksul?“

Kolmeastmelisel skaalal (*suureneb, ei muutu, väheneb*) paluti hinnata järgnevaid tegureid:

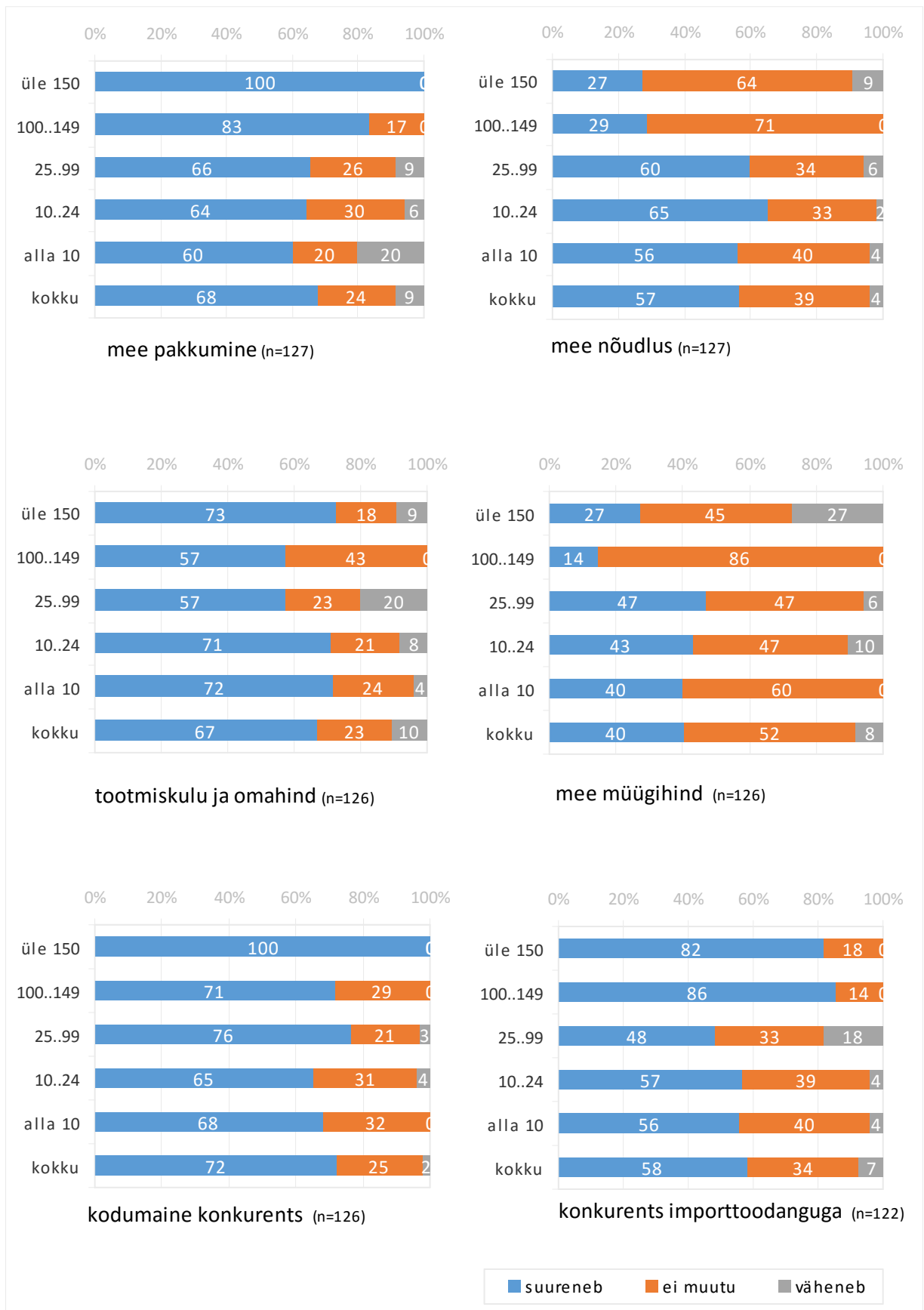
- mee pakkumine
- mee nõudlus
- tootmiskulu ja omahind
- mee müügihind
- kodumaine konkurents
- konkurents importtoodanguga
- otsemüügi osakaal kohapealt
- kauplustele müügi osakaal
- turgude-laatade osatähtsus mee müügil
- internetimüük
- mesinike koostöövalmidus mee müügil
- mahemee osatähtsus Eesti turul

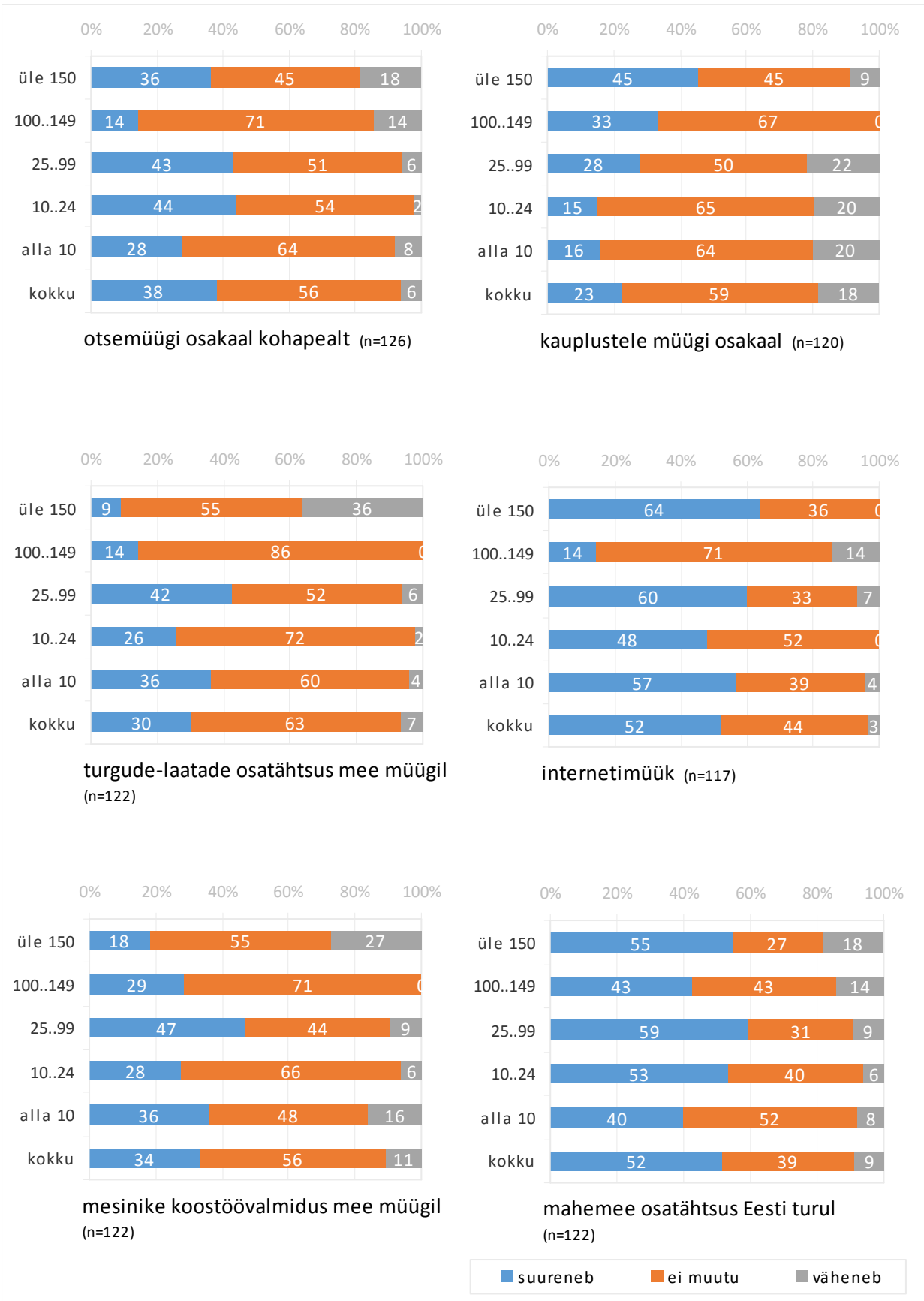
Suuremise prognoosijate osakaal oli kõrgem kodumaise konkurentsi (72%), mee pakkumise (68%) ning tootmiskulude ja omahinna (67%) osas (joonis 3.5). Üle poolte vastajate prognoosis suurenemist konkurentstil importtoodanguga (58%), mee nõudlusel (57%), mahemee osatähtsusel Eesti turul (52%) ja internetimüügil (52%). Kõige madalam oli suurenemise prognoosijate osakaal kauplustele müügi osakaal (23%).

Joonis 3.5. Mee turu olukord lähemal kolmel aastal (% vastanutest, kes märkisid suurenemist)



Joonis 3.6. Mee turu olukord lähimal kolmel aastal (% vastanutest)





Vastanute hinnangul suureneb mee pakkumine lähimal kolmel aastal (joonis 3.6). Mee nõudluse osas arvab enamus üle 100 perega mesinikest, et see ei muutu, samas alla 100 perega mesinike enamuse hinnangul nõudlus suureneb. Tootmiskulu ja omahinna kallinemisest prognoosib enamus vastanuid. Mee müügihinna osas arvab enamus vastajaid, et see lähiaastatel ei muutu, samas enam kui kolmandiku (40%) arvates hind tõuseb. Hinnatõusu prognoosijate osa on suurem alla 100 perega meetootjate hulgas.

Kodumaine konkurents suureneb lähiaastatel kolme neljandiku (72%) vastanute hinnangul. Konkurentsi tugevnemist prognoosivad kõik kutselised mesinikud. Enamuse vastanute (58%) hinnangul suureneb ka konkurents importtoodanguga. Eriti suur on importtoodanguga konkurentsi suurenemise prognoosijate hulk kutseliste mesinike ja suurtootjate seas (vastavalt 82% ja 86%).

Otsemüügi osakaal kohapealt suureneb lähiaastatel kolmandiku (38%) ja jääb samaks poolte (56%) vastajate hinnangul. Kauplustele müügi osakaalu suurenemist prognoosib veerand (23%) ja samaks jäämist üle poole (59%) vastanutest. Kauplustele müügi osakaalu suurenemise osas on optimistlikumad kutselised mesinikud. Turgude-laotade osatähtsus mee müügil suureneb lähiaastatel kolmandiku (30%) ja jääb samaks kolmandiku (63%) hinnangul. Suurenemise prognoosijate osakaal on kõrgem alla 100 perega mesinike hulgas. Internetimüügi kasvu prognoosib vastanute enamus (52%). Kutselistest mesinikest kaks kolmandikku (64%) prognoosib interneti müügi kasvu lähimal kolmel aastal.

Mesinike koostöövalmiduse osas mee müügil omab optimistliku vaadet kolmandik (34%) vastajatest, ning kümnendiku (11%) hinnangul see väheneb. Kutsemesinikest valdav enamus (82%) ei usu koostöövalmiduse suurenemisse lähimal kolmel aastal. Mahemee osatähtsus Eesti turul kasvab enamuse vastajate (52%) hinnangul lähiaastatel.

3.6. Suuremad probleemid mee müügil ja nende lahendused

Viimasel kahel aastal mee müügil esinenud probleeme ja nende võimalikke lahendusi püüti välja selgitada järgmiste küsimustega:

„Millised on viimasel kahel aastal olnud suuremad probleemid mee müügil?“

„Kuidas võiks Teie arvates neid probleeme lahendada?“

Müügiprobleeme kirjeldavatele küsimustele andis vastuse 100 mesinikku. Mesilasperede arvu põhjal leitud suurusgruppide lõikes on probleemid ja nende lahendused toodud ära tabelites 3.3 – 3.7.

Kutsemesinike märgitud probleemidest jäi kõige rohkem kõlama odava importmee pealetung kaubanduses, mille osas tuleks tõhustada järelvalvet ja kontrolli. Mitmel korral mainiti ebapiisavaid võimsusi ja vajadust meetoodangut suurendada. Samuti mainiti probleeme kaubandusse pääsemisel ja madalat hinda (tabel 3.3). 100..149 mesilasperega suurtootjaid märkisid samuti ebapiisavaid tootmisvõimsusi ja kontrolli tugevdamise vajadust importmee suhtes, sest seda toovad Eestisse ka paljud mesinikud. Nimetati ka turgude leidmise raskusi ja konkurentsi kasvu, mis toob kaasa vajaduse oma niši leidmiseks ja kvaliteedile tähelepanu pööramiseks (tabel 3.4).

Tabel 3.3. Üle 150 mesilasperega kutseliste meetootjate müügiprobleemid

Probleem	Lahendus
Importmee pealetung kaubanduses.	
Ei ole. Alatootmine.	
Importmesi on odav ja tõmbab hinda alla ning hinnatundlikud kliendid ostavad odavat importmett.	Imporditava mee tõhusam järelvalve.
Kaubanduses "jutule" saamine.	Kaubandusettevõtted on jõupositsioonil ja seda juba ei muuda.
On vaja kõrgemat hinda mee eest.	Importmee piiramine, eksport.
Pole anda nii palju mett, kui tahetakse.	Suurendada meetoodangut.
Ei ole 23 aasta jooksul probleeme olnud. Kui liiga hästi läheb tõstan hinda.	Müügipoliitika - aastaga peaks müügist järgi jääma ca 20% mett, et saada 5 aastaga lattu 1 aasta tagavara – kunagi ei tea, millal võib tulla ikaldus ja neid tuleb kindlasti.
Konkurents importmeega - hind.	Meekvaliteedi kontroll.

Tabel 3.4. 100..149 mesilasperega meetootjate müügiprobleemid

Probleem	Lahendus
Turgude leidmine.	Tõhusam kontroll mee päritolule, sest ka paljud mesinikud veavad mett sisse.
Mett ei ole jätkunud.	Tootmismahu suurendamine.
Konkurentsi kasv.	Oma niši leidmises ja kvaliteedile tähelepanu pööramine.

25..99 mesilasperega keskmise suurusega tootjad toovad välja tarbijate vähest teadlikkust mee kasulikkusest, mida võiks reklaamikampaaniatega suurendada (tabel 3.5). Samuti viidatakse probleemidele bürokraatiaga ja VTA liiga rangete nõuetega. Mainitakse, et teatud hulk mesinikke müüb sissetoodud mett omatoodangu nime all ja kaubanduskettide poolt omamärgi tootena pakutav mesi on kahtlase kvaliteediga. Kvaliteedi kontrolli tõhustamine aitaks nende probleemidega võidelda. Probleemina nähakse tootmisühistute puudumist ja raskusi uute müügikohtade leidmisel. Lahenduseks pakutakse ühismüüki ja toimiva ühistu olemasolu, mis võimaldaks mett eksportida. Seitse vastanut märgivad, et probleeme ei ole.

Tabel 3.5. Keskmise suurusega (25..99 mesilasperega) meetootjate müügiprobleemid

Probleem	Lahendus
Inimeste teadlikkus mee kasulikkusest on madal.	Teha meedias rohkem mett propageerivaid reklaame.
Nõudlus on ületanud pakkumise.	Suurendan tootmist.
Töö kõrvalt ei jõua niipalju mett toota kui turgu oleks.	
Mesinduses toetuste ja maksude optimeerimise abil odavamalt tootjad.	Ei tohi suretada välja selle väikemesindust, sealt tuleb korralik mesi, mis ei ole anonüümne.
Ühtlane kvaliteet.	Investeeringud käitlemisse.
VTA nõuded ja kontroll - loobusin segumeede tegemisest.	Mesi on erinev piimast ja lihast, see ei rikne ja säilib, kui ametnikud seda teaksid oleks kergem.
Nõukaegsed kahtlustused (suhkru söötmine saagikuse suurendamise eesmärgil) on visad kaduma.	Laatadel, kauplustes, turgudel mee kvaliteedi kontrolliga.

Tarbijate vähesed teadmised mee tegelike kvaliteedi-näitajate osas ja mõjutatavus ajakirjanduses liigselt õhutatud hirmudest, et eesti mesi võib sisaldada põl-lumajanduskeemia jääke.	Tarbijat tuleb harida mee tõelisi väärtusi hindama ja ära tundma, eesti mee väärtusi esile tuua ja kiita ning tarbijat võimalike pettuste hirmust vabaks rääkida.
Odav ja mitte kvaliteetne mesi kaubanduskettides nn keti logoga mesi, mis tihti on juba hirmuäratava välja-nägemisega, maitset ei tea. Peaks rohkem esitama nõudeid mee kvaliteedile ja selle kontrollile.	Kindlasti esialgu tõhustada müügil oleva mee kvaliteedi kontrolli ja võtta müügil ära mittekvaliteetne kaup!
Mahemee eest õiglase hinna saamine.	Inimeste teadlikkuse tõstmine.
Ostjate teadlikkus.	Propaganda.
Madal hind.	
Inimeste teadmatus, milline on kvaliteetne mesi. Nõutakse ka südatalvel vedelat mett.	Rohkem teavitamist. Artiklid ajakirjades näiteks.
Inimeste vähene teadlikkus.	Inimeste teavitamine ja harimine mee alal, miks mesi kristalliseerub ja mis on Hiina mesi jne.
Mett ei jätku piisavalt, jaotus- ja transpordikulud on suured.	Suurendada meetoodangut taru kohta ja tarude arvu, püsiklientidele müüdavad kogused kliendi kohta suu-remaks.
Tootmise suurenedes tuleb leida uusi turustamiskana-leid.	Tuleb osaleda laada müükidel. Leida koostöö partne-reid hulgemüügiks.
Müüakse sisetoodud mett oma mee pähe. Lõunanaabrid pakuvad mett väga odavalt.	Mee päritolumaad märgistada täpsemalt. Mujalt toodud mee segamisel kohaliku (Eesti) meega olgu täpne % märgitud.
Tootmisühistute puudumine.	Tootmisalase ühistegevuse puudumine.
Olen algaja ja puuduvad kogemused – pakendamisel, pakend ja sildid.	Koostöös vanemate kolleegidega ja ise juurde õppides.
Uute müügikohtade leidmine.	Ühismüük. Korralik ja toimiv mee ühistu. Eksport.
Liigne bürokraatia tunnustamisel ja ka mahemee tootmisel piirkonniti erinevad nõudmised. Vajalik eraldi firma mahe jaoks!? See on ettevõtluse piirami-ne.	Levendada bürokraatiat. Ühtlustada ja konkretiseeri-da mahemee tootmise nõuded. Mahe- ja tavamee tootmiseks võiks olla 1 ettevõtte - erisus tootmisel, pa-kendamise jne tuleb teha niikuinii, milleks veel raama-tupidamine jm kulud.
Import mee koguse suurenemine kaubanduses, mis ei anna Eesti mesinikele võimalust. Mesilaspere toetus võiks olla, see alandaks mee omahinda, millest saavad tarbijad kasu.	Tuleks kehtestada piirangud import meele teistest rii-kidest. Tuleks leida raha mesilasperede toetamiseks.

Paljud väiketootjad märgivad (13 vastanut), et neil pole müügiga probleeme olnud. Läbiva probleemi märgitakse mee vähesust, mida müügiks pakkuda (tabel 3.6). Kritiseeritakse ajakirjanduse ja tarbija vähest teadlikkust. Probleeme on valmistanud ebasoodne ilm. Tuuakse välja vajadus suuremaks ühistegevuseks ja investeringuteks tootmisse.

Tabel 3.6. Väiketootjate (10..24 mesilasperega) meetootjate müügiprobleemid

Probleem	Lahendus
Korrektne pakendamine ja markeering.	Investeeringud seadmetesse ja ruumidesse.
Mett on vähem kui soovitakse.	Otsustasin keerispead külvata.
Ostjal raha vähe, pakkujaid palju.	Riigi poolsed pere toetused, nagu naaberriikides.
Probleeme ei ole. Pigem on mett vähe.	Toota rohkem mett.
Ostja soovidele vastava taara hankimine.	
Ilmastiku tingimused õitsemise ajal.	

Ei ole probleeme märganud. Mee soovijaid lisandub aina juurde, kui ainult mett jätkuks.	Probleemid, mis tekivad, tuleb mesinikul ise lahendada. Eeskätt mesilaste ravi ja nende heaolu- et oleks tööd ja korjemaad.
Tarbija võiks enam osata heal meel ja tavalisel meel vahet teha, aga paraku pole inimesed reeglina lõppvalminud kohaliku tumemesilase valgetest või heledatest kärkekest pigem metsakorjast vurritatud valikmett üldse kunagi maitsta saanudki.	Vajalik on taastada esimese Eesti Vabariigi aegsed koolimesilad koolide juures ning toetada mesindusalast haritust.
Probleeme ei ole, sugulased – sõbrad = püsikliendid. Mett ei jätku. Ilmastik ja KOHALIK loodus. Iga viie kilomeetri kohta on erinev kliima - sealsamas paistab päike ja sealsamas ladistab vihma. 30 aastase mesilaste pidamise jooksul ei ole olnud nii viletsat ilma nagu kahe viimase aasta jooksul?	Mesilaste pidamine võimalikult varjatud kohas - mitte lagedal põlluservad.
Ei ole probleeme, lihtsalt mett on suuremaks müügiks veel vähe. Kodunt müües on jälle kliente veel vähe.	Ise aktiivsem olema ja laatadel käima ja interneti kaudu võib olla müüa.
Mett jääb väheks.	
Müügiga ei olegi probleeme olnud- mesi ise kiidab ennast. Kui ostja on purgi mett ära tarvitanud, küsib kas on veel seda mett müüa.	
Otsemüügil piiratud kogus. Hulgi-kokkuostu vähe (hind madal ja raha kättesaamine väga pikaajaline).	Mesinike parem koostöö.
Raskused mee realiseerimisel.	Toota rohkem, alandada omahinda või teha koostööd teiste mesinikega, et suurendada pakutava mee kogust, siis saab hulgimüügist paremat hinda kaubelda või eksportida - ühistegevus, ühistud.
Esineb meeturu rikkujaid.	Ei oska arvata, need jäävad.
Ebakompetentne ostja.	
Püsiklientide soovid on olnud suuremad kui minu müügivõimalused.	Külvan kevadel keerispead ja palun jumalat, et ilmad oleksid mesilastele sobivad -päeval paistaks päike kuid ilm ei oleks kuum (kuni 25 kraadi).
Ostja leidmine; ostjate teadmised meest on vähesed.	Ostjate teavitamine.
Tarbija harjumus vedelat mett osta, kunstmesi.	Tarbija harimine ja import eriti kunstmee selge väljatoomise nõue pakendil.
Turusolkijate osakaalu suurenemine.	VTA rangem järelevalve.
Raske klienti leida kui on mett suurtes kogustes.	Mee kokkuost võiks olla normaalse hinnaga, see mis paneb ikka hulgi müüma, hetkel tuleks anda poole hinnaga ära. Peaks olema riigipoolt soovitud toetatud kohalik kokkuost, et viia riigist kvaliteetmett välja ja mesinikel raha ja riik saab ka kuulsaks.
Klientide otsimine.	Tuleb laiendada müüki internetis.
Nõudlus ületab pakkumise, st ei saanud toota nii palju kui oli nõudlust.	Oskuste, teadmiste parendamisega.
Minul isiklikult on probleemiks väike pakkumine.	Tootmise suurendamine.
Klientuuri seas levivad väärarusaamad meest ja selle kvaliteedist. Põhjuseks ebaprofessionaalne ajakirjandus, mis omakorda tugineb väheste teadmistega või lihtsalt rumalate mesinike arvamusel.	Harides ajakirjanikke.

Alla 10 perega hobimesinike enamlevinud probleemiks on liiga napp toodang nõudluse rahuldamiseks, mida saaks lahendada perede arvu kasvatamise ja ratsionaalsema tootmisega. Paljud ei toodagi mett piisavas koguses, et seda müügiks jätkuks (11 vastanut). Mainitakse, et enamusel meesõpradest on juba oma mesinik olemas ja püsiklientuurita mesinikku aitaks mõne eksportiva meeühenduse olemasolu (tabel 3.7).

Tabel 3.7. Alla 10 mesilasperega hobimesinike müügiprobleemid

Probleem	Lahendus
Nõudmine ületab pakkumist	Tuleks mesilat laiendada.
Pole mida müüa.	Tuleks toodangut suurendada.
Mee vähesus	Aega oleks rohkem vaja, peresid juurde muretseda.
Oleks vaid rohkem mett müügiks.	Pean ratsionaalsemalt tootma, suurendama perede arvu.
Enamikul meesõpradest ostjatest on juba oma mesinik. Ülejäänud ostvad mett kas vaid kingiks või kasutavad külmetuse puhul aasta jooksul väikeses koguses mett.	Mulle meeldiks kui oleks mingi ühendus kes leiab võimaluse mee eksportimiseks.
Nõudlust on rohkem kui pakkuda võimalik.	Laiendada mesilat ja paluda ilmataadilt ilusaid korjeilmu.
Pole probleemi olnud, kuna mett vähe.	Eelistada tuleks kodumaist mett, mitte mingit tundmatut.

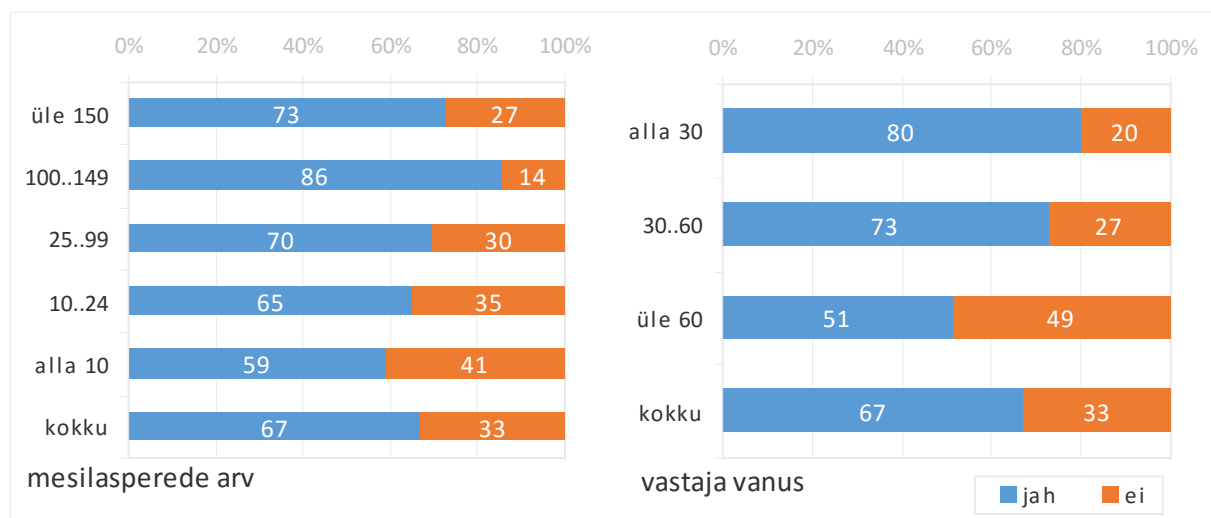
3.7. Meetootjate ühtne koduleht

Uuringuga püüti välja selgitada mesinike huvitatust esitada oma andmed tootjate ühtsele kodulehele, selleks paluti vastata küsimusele:

„Kui Eestis oleks ühtne mee tootjate koduleht, kust ostjad saaksid endale sobiliku tootja ja toote välja valida ja tooteid tellida, kas oleksite huvitatud oma andmeid sinna esitama?“

Vastata oli võimalik kaheastmelisel skaalal (*jah, ei*) ning oma arvamuse esitas 127 küsitletavat 136-st.

Joonis 3.7. Huvitatus andmete esitamisest meetootjate ühtsele kodulehele (% vastanutest)



Vastanutest veidi üle kahe kolmandiku (67%) oleks huvitatud oma andmete esitamisest (joonis 3.7). Tootjate ühtse kodulehe ideed toetas kõikide vaadeldud suurus- ja vanusegruppide järgi jaotatud vastanute enamus. Toetajate osakaal on suurem nooremates vanusegruppides ja rohkema perede arvuga vastanute puhul. Kõige kõrgem on toetajate osakaal 100..149 mesilasperega vastanute hulgas (86%) ning vanuse järgi jaotatuna alla 30 aastaste seas (80%). Toetajate osakaal on väga kõrge ka kutsemesinike (73%) ja 30 kuni 60 aastaste grupis (73%).

3.8. Mesinike huvitus tootmise suurendamisest

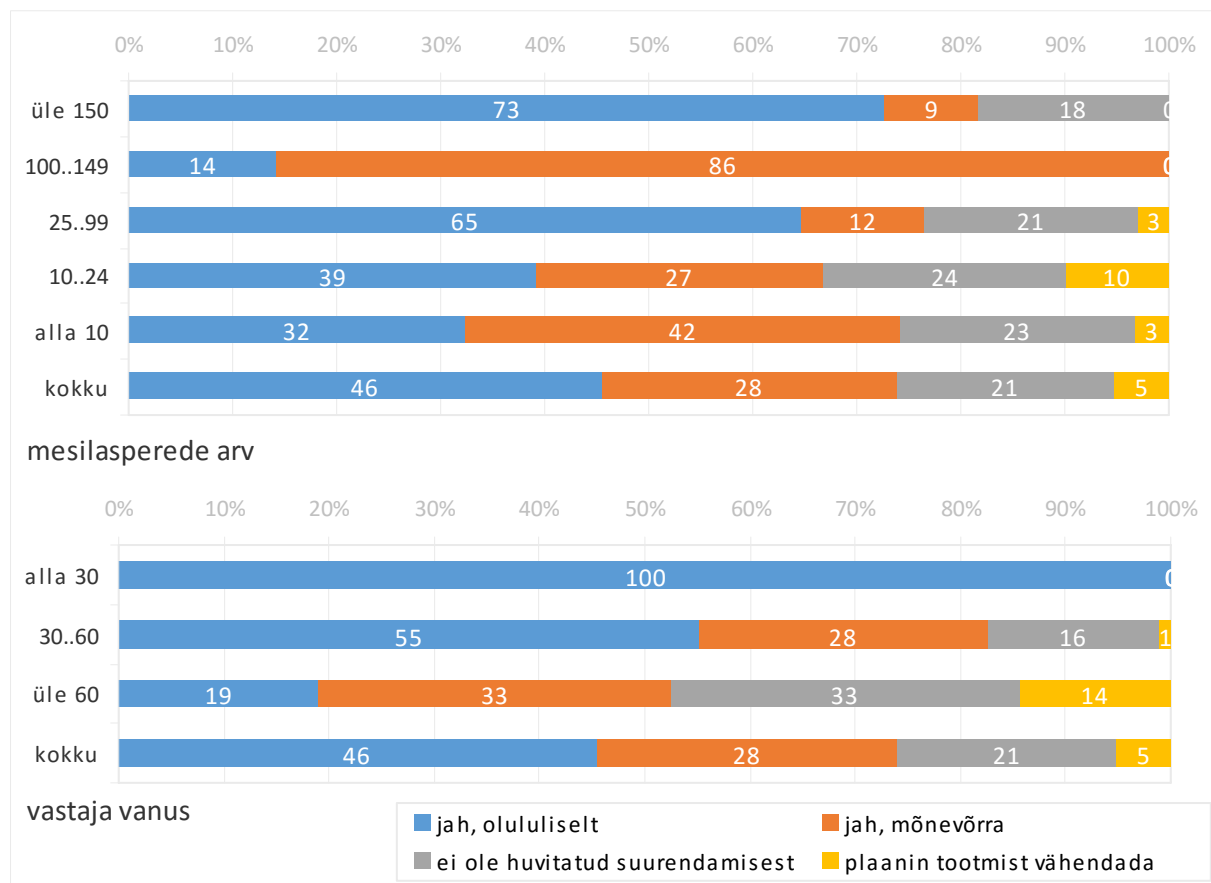
Mesinike huvitatust oma toodangut suurendada uuriti küsimusega:

„Kui teil oleks võimalik suuremas koguses mett müüa kui praegu, siis kas oleksite huvitatud mee tootmise suurendamisest?“

Vastata oli võimalik neljaastmelisel skaalal (*jah, oluliselt; jah, mõnevõrra; ei ole huvitatud suurendamisest; plaanin tootmist vähendada*) ning oma arvamuse esitas 134 küsitletavat 136-st.

Vastanutest enamus oleks huvitatud tootmise suurendamisest, ligi pooled (46%) oluliselt ning veerand (28%) mõnevõrra (joonis 3.8). Viiendik (21%) vastanutest ei olnud huvitatud toodangut suurendama. Kutsemesinikest kolm neljandikku (73%) ja 25..99 perega keskmise suurusega tootjatest kaks kolmandikku (65%) oli huvitatud toodangu olulisest suurendamisest. Alla 30 aastaste vanusegrupis olid olulisest suurendamisest huvitatud kõik vastanud ja 30..60 aastaste hulgast enam kui pooled (55%).

Joonis 3.8. Huvitus mee tootmise suurendamisest (% vastanutest)



3.9. Mesinike huvitatus ühistegevusest

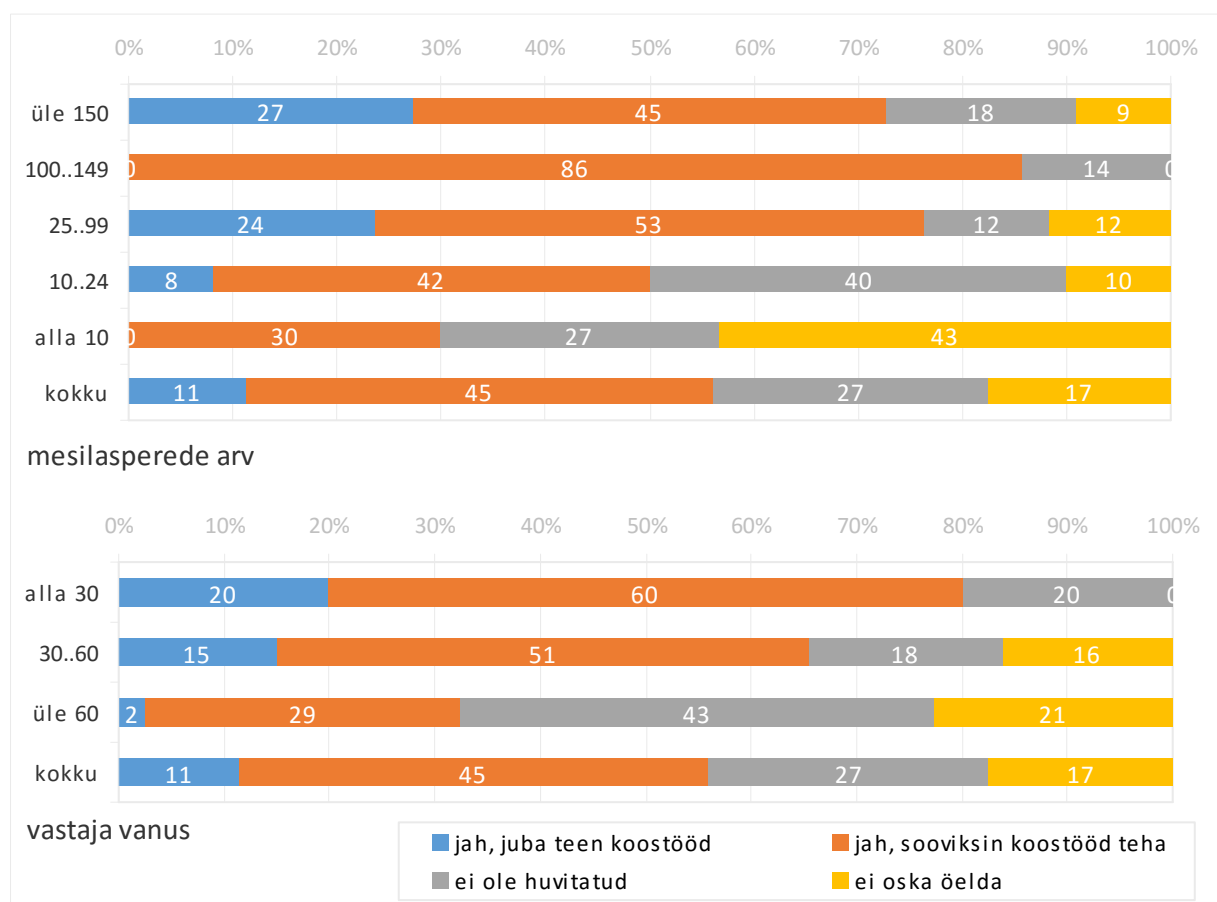
Mesinike huvitatus ühistegevusest müügi ja turustuse alal uuriti küsimusega:

„Kas oleksite huvitatud ühistegevusest mee müügil ja turustamisel?“

Vastata oli võimalik neljaastmelisel skaalal (*jah, juba teen koostööd; jah, sooviksin koostööd teha; ei ole huvitatud; ei oska öelda*) ning oma arvamuse esitas 132 küsitletavat 136-st.

Vastanutest kümnendik (11%) juba teeb müügi ja turunduse alast koostööd ning ligi pooled (45%) oleks sellest huvitatud. Neljandik (27%) ei ole huvitatud koostööst ja vastanutes 17% ei oma kindlat seisukohta (joonis 3.9).

Joonis 3.9. Mesinike huvitatus ühistegevusest mee müügil ja turustamisel (% vastanutest)



Kutselistest mesinikest neljandik (27%) juba teeb koostööd ja ligi pooled (45%) oleks sellest huvitatud. 100..149 perega tootjatest keegi koostööd ei teinud, kuid ülekaalukas enamus (86%) oleks sellest huvitatud. Müügi-alast koostööd tegi neljandik (24%) keskmise suurusega ja kümnendik (8%) väiketootjatest. Kõige rohkem on müügi-alase koostöö tegijaid alla 30 aastaste grupis (20%), lisaks sooviksid enam kui pooled (60%) hakata seda tegema. 30..60 aastaste seas teeb koostööd 15% ja sellest oleks huvitatud pooled vastanutest (51%). Üle 60 aastastest teevad müügi-alast koostööd vähesed ning sellest oleks huvitatud kolmandik (29%). Hobimesinike ja üle 60 aastaste seas on kõige rohkem kindla seisukohata vastajaid.

4. Soovitused mee müügi suurendamiseks

○ Tootmise suurendamine

Paljude vastanute hinnangutest jäi kõlama asjaolu, et neil ei ole piisavalt mett ostjatele pakuda. Kõige lihtsam viis müügi edendamiseks on suurendada tootmisvõimsusi, mis võimaldaks olemasoleva nõudluse rahuldada. Mesi ei ole kiiresti riknev kaup ja meetootjad võiks toota mahus, mis võimaldab alati hoida teatud koguses laovarusid.

○ Lisaklientide otsimine

Mesinikud, kes müüvad kogu toodangu püsiklientidele võiksid kaaluda tootmise suurendamist ja lisamüügikanalite otsimist.

○ Hinnapoliitika ülevaatamine

Mee müügilt suurema tulu teenimiseks tuleks lisaks kogusele pöörata tähelepanu ka hinnale. Kogusest sõltuvatel allahindlustel tasuks olla konservatiivne ning jaemüügil pigem neid vältida. Kõrgema hinna rakendamiseks võib osutada vajalikuks müügikoha viimine ostujõuliseks ja rahvarohkemasse asukohta. Kutselised mesinikud ja suuremad tootjad peaks hinnakujundusel lähtuma vähemalt keskmisest turuhinnast ning sellest madalama hinnaga müüki üldjuhul vältima. Odava importmeega ja mittekutseliste mesinikega hinnapõhiselt konkureerida ei tasu, panustada tuleks oma kaubamärgi tugevusse.

○ Ühistegevuse suurendamine

Kümnendik vastanutest teeb mee müügil ja turundusel koostööd, nende osakaal võiks suurem olla. Ligi pooltel vastanutel oli huvi koostöö osas, seega valimisolekut ühistegevuseks leitud, ning seda tuleks edaspidi rakendada, kasutades näiteks PRIA turuarendustoetusi.

○ Tööjaotus ja spetsialiseerumine

Mesinduses on spetsialiseerumine ja tööjaotus võrreldes paljude muude sektoritega madal. Spetsialiseerumine aitaks toota ja turundada efektiivsemalt. Tootmisühistute teke võimaldaks mesinikel läbi ühtse turunduse keskenduda rohkem tootmisele.

○ Ühtne meetootjate koduleht

Kaks kolmandikku vastanutest oleks valmis oma andmed ühtsele meetootjate kodulehele esitada, seega pakujate poolne huvi on olemas. Võttes arvesse e-kaubanduse ja postipakkide saatmise turu kiiret arengut ning otse tootjalt tarbijale müügi järjest suuremat populaarsust, võiks eeldada ka ostjate huvi sellise müügikanali suhtes. Suuremad tootjad, kes ühtse kodulehega liituda ei soovi, peaks omama isiklikku e-poodi.

○ Informatsioon

Informatsioon müügikohtade ja -aegade osas ühtsel kodulehel, mida jooksvalt uuendatakse. Otsemüügil soovib tarbija rohkem informatsiooni mesiniku, korjemaa, mee omaduste ja muude asjaolude kohta.

- **Eksport**

Eksportiturgudel edu saavutamine eeldab piisavalt suure müügikoguse olemasolu. Ilma ühistegevuseta on ekspordimahus keeruline kasvu saavutada ning see jääb ka edaspidi koguseliselt tagasihoidlikuks ja juhuslikuks. Ekspordiks on vajalik tootjate koostöö, kas ühistu vormis või väiksematel teha allhanget suurematele.
- **Otse tarbijale eksport**

Eestit külastab aastas ligi kuus ja Tallinnat neli miljonit turisti, neist ligi pool miljonit kruisituristi. Mee pakkujad võiks neid asjaolusid rohkem ära kasutada ning müüa välisklientidele otse ilma välismaise vahendajata. Kruisituristide kõrghooajal võiks vanalinnas ja sadama piirkonnas kaaluda spetsiaalsete meemüügipunktide avamist. Kruisituristidele on mett võimalik müüa tavapärasest kõrgema hinnaga, kuid pakend peaks olema suveniiri laadselt atraktiivne ja hästi transporditav.
- **Teavituskampaania**

Mee tarbimise populariseerimist tuleb jätkata ning selle fookus suunata keskmisest noorematele inimestele, sest nende teadlikkus on tõenäoliselt madalam. Kasutada võiks ka uue meedia kanaleid, näiteks mesindusteemaline meelelahutuslik ja hariv mobiili-arvutimäng, animafilm või õppevideod. Audio-visuaalmeedia kasutamine võimaldaks lisaks põllumajanduslikele toetustele rakendada mesinduse hüvanguks ka loomemajandusega seotud meetmete ja kultuurkapitali raha.
- **Pakendamine**

Mee siltide ja pakendite osas on olukord kaubanduses üldjuhul rahuldav, kuid arenguruumi tootedisainis osadel tootjatel jätkub. Ühistegevuse läbi ning EAS meetmete ja PRIA turuarendustoetuste toel oleks võimalik kasutada professionaalsete disainerite abi kaubamärgi loomisel ja siltide kujundamisel ning erikujulise pakendi kasutuselevõtul. Atraktiivne pakend võimaldab mett edukamalt müüa noortele ja juhuostjatele. Mee pakend peaks olema konkurentsivõimeline ka võrreldes muude magusate toodetega. Pakendit ja sildikujundust tuleks hoida kaasaegsena ning vajadusel kujundust värskendada. Eestis toodetud mett võiks selgeminini tähistada, et tarbija näeks seda ilma väikest kirja lugemata.
- **Premium tooted**

Tarbija on *premium* toodete eest nõus maksma tavameest oluliselt kallimat hinda. Kõrgema kvaliteediga ja nišitoodete puhul tuleks kasutada väiksemaid pakendeid, et hind tunduks kättesaadavam.
- **Kvaliteedi kontroll**

Müüki aitaks suurendada Eesti mee kvaliteedi parem esiletoomine ja imporditava mee kvaliteedi kontroll. Praegu on odava hinna taga sageli kaheldav kvaliteet. Riik saaks siin VTA abil analüüside hulka oluliselt suurendada.

Kokkuvõte

2013. aastal oli Eestis 5469 mesilasperedega majapidamist, nendest mett müügiks tootvaid mesinikke oli 1650. Mee käitlemise ettevõtteid oli Veterinaar- ja Toiduametis 2015. aasta 20. mai seisuga registreeritud 169, sealhulgas 22 tegevuslooga ettevõtjat ja 147 esmatootjat.

2014. aastal oli Eestis 44 tuhat mesilasperet. Maakonniti oli mesilasperesid 2014. aastal kõige rohkem Saare-, Pärnu-, Lääne-Viru- ja Valgamaal. 2015. aasta 1. mai seisuga oli PRIA põllumajandusloomade registris 1896 mesilat 20 263 mesilasperega. 2014. aastal tegutses Eestis 27 mahemesinikku ja mahemesilasperesid oli 1737.

Viimase kümne aasta jooksul on meetoodang Eestis olnud keskmiselt ligi 800 tonni aastas, kuid aastati on see olnud väga kõikumine – 501 tonnist 2008. aastal 1155 tonnini 2014. aastal. Mahemett toodeti Eestis 2014. aastal 45 tonni, ehk ligi 4% kogu meetoodangust. Alates 2007. aastast on keskmine meetoodang ühe mesilaspere kohta olnud üle 20. kilogrammi aastas, 2014. aastal oli see 25 kilogrammi.

Mee väliskaubandusbilanss on läbi aastate Eestis olnud negatiivne ning mett on imporditud oluliselt rohkem kui eksporditud. Viimastel aastatel on Eestisse mett imporditud ligikaudu 200 tonni aastas, sellest suurem osa EL-i riikidest. Mett on Eestist eksporditud suhteliselt juhuslikult üksikutesse riikidesse ning väikestes kogustes. Viimastel aastatel on mee ekspordikogus olnud Statistikaameti andmetel vahemikus 3–6 tonni aastas, erandiks oli vaid 2013. aasta, kui mett eksporditi 13 tonni ning seda valdavalt Hiinasse.

Mee hind Eesti turgudel on alates 2008. aastast pidevalt tõusutrendil, kuid hinnatõusu tempo on viimasel kolmel aastal, kui mee hind on kerkinud üle 7 €/kg, aeglustunud. Kümne aasta taguse ajaga võrreldes oli mesi turgudel 2014. aastaks kallinenud 43%. Viimaste aastate jooksul on kauplustes mesi olnud ligikaudu kolmandiku võrra kallim kui turgudel. Ökomee jaehind kauplustes on tõusnud kiiremini kui tavameel. Võrreldes tavameega müüakse ökomett kauplustes olenevalt aastast 20–50% kallimalt. Mee impordihind on samuti kümne viimase aastaga oluliselt (56%) tõusnud, kuid see jääb endiselt ligikaudu kaks korda madalamaks, kui kodumaise mee hind turgudel.

Mee siseturumaht ehk tarbimine oli Statistikaameti andmetel (bilansimeetodil leituna) 2014. aastal kokku 1163 tonni ja elaniku kohta 880 grammi ning viimastel aastatel on näha kasvutrendi. Leibkonnauuringute andmetel oli mee tarbimine 2012. aastal 980 grammi elaniku kohta.

Mesinike küsitlus toimus internetipõhiselt ning ankeedi täitis 136 vastanut. Enam kui 150 mesilasperega kutselisi mesinikke oli vastanutest kümnendik ja 5% oli 100..149 mesilasperet. Eestis mesilasi pidavatest majapidamistest kattis vastanute osa 2,5%, kaetus oli suurim kutseliste mesinike hulgas, kellest vastas ligi kaks kolmandikku.

Püsiklientidele müügi osakaal oli väga kõrge kõigis mesilasperede arvu järgi jaotatud suurusgruppides. Enam kui pooltel vastanutest oli püsiklientidele müügi osakaal vahemikus 91%..100%. Kutselised mesinikud (üle 150 mesilasperega) müüvad püsiklientidele üldjuhul enam kui poole oma kogusest.

Mee müügi teavituskanalitest on viimasel kahel aastal olnud enamlevinud osalemine üritustel, mesidel ja meepäevadel. Ülekaalukas enamus kutsemesinikest, pooled suurtootjatest ja veidi alla poole

keskmistest tootjatest on nimetatud teavituskanalit kasutanud. Pooled kutsemesinikud on sageli kasutanud müügikanalina oma kodulehte. Müügikuulutusi teistel mesindusega seotud kodulehtedel ning reklaame ja kuulutusi kohalikes ajalehtedes kasutas kutsemesinikest kümnendik sageli ja kolmandik harva. Mujal interneti kodulehtedel avaldasid sageli müügikulutusi kümnendik ja harva viiendik kutsemesinikest.

Kõige perspektiivikamaks müügikanaliks peetakse lähiaastatel otse tarbijale müüki, väga oluliseks peavad seda 91% vastanutest (sealhulgas kutsemesinikest kaks kolmandiku väga oluliseks ja viiendik oluliseks). Kaubandusele müüki hindas lähiaastatel väga- või mõnevõrra oluliseks kaks kolmandikku kutsemesinikest. Keskmiste- ja väiketootjate hulgas on kaubandusele müügi perspektiivikus lähiaastatel mõnevõrra madalam, kuid pooltele vastanutest siiski suuremal või vähemal määral oluline. Pakendajale müük on lähiaastatel suuremal või vähemal määral oluline enamusele mesinikest, kellel on 25 või enam mesilasperet. Väga oluliseks hindavad pakendajale müüki lähiaastatel kolmandik kutsemesinikest ja veerand suurtootjatest. Tööstusele müüki peavad lähiaastatel väga oluliseks viiendik ja mõnevõrra oluliseks pooled kutsemesinikest. Kõige optimistlikumad vaated ekspordi suhtes lähiaastatel on 100..149 perega suurtootjatel, kelle järgnevad kutsemesinikud ja keskmised tootjad.

Vastanute hinnangul suureneb mee pakkumine lähimal kolmel aastal. Mee nõudluse osas arvab enamuse üle 100 perega mesinikest, et see ei muutu, samas alla 100 perega mesinike enamuse hinnangul nõudlus suureneb. Tootmiskulu ja omahinna kallinemisest prognoosib enamuse vastanuid. Mee müügihinna osas arvab enamuse, et see lähiaastatel ei muutu. Kodumaine konkurents suureneb lähiaastatel kolme neljandiku vastanute hinnangul. Konkurentsi tugevnemist prognoosivad kõik kutselised mesinikud. Enamuse vastanute hinnangul suureneb ka konkurents importtoodanguga ning eriti suur on selle prognoosijate hulk kutseliste mesinike ja suurtootjate seas.

Otsemüügi osakaal kohapealt suureneb lähiaastatel kolmandiku ja jääb samaks poolte vastajate hinnangul. Kauplustele müügi osakaalu suurenemist prognoosib veerand ja samaks jäämist üle poole vastanutest. Kauplustele müügi osakaalu suurenemise osas on optimistlikumad kutselised mesinikud. Turgude-laatade osatähtsus mee müügil suureneb lähiaastatel kolmandiku ja jääb samaks kahe kolmandiku hinnangul. Internetimüügi kasvu prognoosib vastanute enamuse, sealhulgas kutselistest mesinikest kaks kolmandikku.

Mesinike koostöövalmiduse osas mee müügil lähimal kolmel aastal omab optimistliku vaadet üle kolmandiku vastajatest. Kutsemesinikest valdav enamuse ei usu koostöövalmiduse suurenemisse lähimal kolmel aastal.

Suuremate probleemidena ja nende võimalike lahendustena mee müügil viimastel aastatel märkisid kutsemesinikud kõige rohkem odava importmee pealetungi kaubanduses, mille osas tuleks tõhustada järelvalvet ja kontrolli. Mitmel korral nimetati ebapiisavaid võimsusi ja vajadust meetoodangut suurendada. Samuti mainiti probleeme kaubandusse pääsemisel ja madalat hinda. 100..149 mesilasperega suurtootjaid märkisid samuti ebapiisavaid tootmisvõimsusi ja kontrolli tugevdamise vajadust importmee suhtes, sest seda toovad Eestisse ka paljud mesinikud. Nimetati ka turgude leidmise raskusi ja konkurentsi kasvu, mis toob kaasa vajaduse leida oma nišš ja pöörata tähelepanu kvaliteedile.

Probleemiks on mesinike hinnangul ka vähene teadlikkus mee kasulikkusest, mida võiks reklaamikaupandusega suurendada. Samuti viidatakse probleemidele bürokraatiaga ja VTA liiga rangete nõuetega. Mainitakse, et teatud hulk mesinikke müüb sissetoodud mett omatoodangu nime all ja kaubanduskettide poolt omamärgi tootena pakutav mesi on kahtlase kvaliteediga. Kvaliteedi kontrolli tõhustamine aitaks nende probleemidega võidelda. Probleemina nähakse tootmisühistute puudumist ja kogetakse raskusi uute müügikohtade leidmisel. Lahenduseks pakutakse ühismüüki ja toimiva ühistu olemasolu, mis võimaldaks mett eksportida.

Paljud väiketootjad märgivad, et neil pole müügiga probleeme olnud. Läbiva probleemina märgitakse mee vähesust, mida müügiks pakkuda. Tuuakse välja vajadus suuremaks ühistegevuseks ja investeringuteks tootmisse.

Ühtsele mee tootjate kodulehele, kust ostjad saaksid endale sobiliku tootja ja toote välja valida ja tooteid tellida, oleks huvitatud oma andmete esitamisest kaks kolmandiku vastanutest. Tootjate ühtse kodulehe ideed toetas kõikide vaadeldud suurus- ja vanusegruppide järgi jaotatud vastanute enamus.

Vastanutest enamus oleks huvitatud tootmise suurendamisest, juhul kui mett oleks võimalik müüa suuremas koguses kui praegu, sealhulgas ligi pooled oluliselt ning veerand mõnevõrra. Kutsemesinikest kolm neljandikku ja 25..99 perega keskmise suurusega tootjatest kaks kolmandikku oli huvitatud toodangu olulisest suurendamisest.

Vastanutest kümnendik juba teeb müügi ja turunduse alast koostööd ning ligi pooled oleks sellest huvitatud. Kutselistest mesinikest veerand juba teeb koostööd ja pooled oleks sellest huvitatud. 100..149 perega tootjatest keegi koostööd ei teinud, kuid ülekaalukas enamus oleks sellest huvitatud.

EKI soovib müügi suurendamiseks esmalt kasvatada tootmisvõimsusi neil, kellel pole piisavalt mett ostjatele pakkuda. Meetootjad võiks toota mahus, mis võimaldab alati hoida teatud koguses laovarusid. Lisaklientide otsimist ja toodangu suurendamist võiks kaaluda need, kes müüvad ainult püsiklientidele. Odava meega ei tasuks hinnapõhiselt konkureerida, vaid panustada tuleks oma kaubamärgi tugevusse. Ühistegevust tuleks suurendada ning valmisolekut selleks mesinike seas leidub. Rohkem tuleks spetsialiseeruda, sest see võimaldaks toota ja turundada efektiivsemalt. Käivitada võiks ühtse meetootjate kodulehe, sest otseturustuse populaarsus on järjest kasvanud. Otsemüügil soovib tarbija rohkem informatsiooni mesiniku, korjema ja mee omaduste kohta.

Eksporditurgudele minemiseks tuleks suurendada ühistegevust, et oleks võimalik pakkuda piisavalt suuri koguseid. Rohkem tuleks panustada turistidele müüki, näiteks kruisituristidele kõrghooajal. Teavituskampaaniaid tuleks jätkata, fookuseerides noortele ja kasutades ka uue meedia võimalusi. Kõrgema kvaliteediga nn premium toodete osakaalu tuleks suurendada, sest tarbija on nõus maksma nende eest tavameest oluliselt kallimat hinda. Pakendite atraktiivsuse tõstmist tuleks jätkata, sest need peavad olema konkurentsivõimelised ka muude magusate toodetega. Ühistegevuse abil oleks võimalik kasutada professionaalsete disainerite abi kaubamärgi loomisel ja siltide kujundamisel ning erikujulise pakendi kasutuselevõtul. Müüki aitaks suurendada Eesti mee kvaliteedi rõhutamise ja imporditava mee kvaliteedi kontrolli.