



EESTI KONJUNKTUURIINSTITUUT

ESTONIAN INSTITUTE
OF ECONOMIC RESEARCH

Rävala 6 19080 Tallinn Estonia tel 668 1242 fax 668 1240 e-mail eki@ki.ee

Eesti toidu kuvand turistide seas (välisturistide küsitlusuuringu tulemused)

Tallinn 2006

Projektgrupi koosseis: L. Lepane, P. Liivaauk, M. Reiman, P. Koobas, M. Kelgo,
A. Hansman,
Aruande koostaja: Lia Lepane

Eesti Konjunkturiinstituut
Rävala 6 19080 Tallinn
Tel 668 1242
Fax 668 1240
E-mail: eki@ki.ee
<http://www.ki.ee>

Copyright © Eesti Konjunkturiinstituut

Sisukord

Sisukord	3
SISSEJUHATUS	5
METODOLOOGILINE LÄHENEMINE JA ÜLEVAADE KÜSITLETUTEST.....	7
1. EESTI TOIDU KUVAND TURISTIDE JAOKS.....	11
1.1. Informeeritus eesti toitudest ja jookidest	11
1.2. Soov proovida Eestis rahvuslikke toite ja jooke	13
1.3. Eesti toidu kuvand ja iseloomulikud võtmesõnad.....	15
1.4. Turistide toiduelamused Eestis	22
1.5. Hoiakud Eesti toidu suhtes – söömine ja soovimine tulevikus	25
1.6. Turistide arusaam Eesti rahvuslikest toitudest ja jookidest, nende söömine Eestis ja rahulolu	30
2. RAHULOLU TOITLUSTUSASUTUSTES PAKUTAVATE TOITUDEGA	39
2.1. Eesti piirkondade külastamine ja väljas söömine.....	39
2.2. Üldine rahulolu Eestis söödud toiduga	41
2.3. Rahulolu eesti toidu omaduste, hinna ja teenindusega.....	43
3. PEAMISED EESTIST KAASAOSTETAVAD TOIDUTOOTED JA KAASAOSTMISE PÕHJUSED	48
3.1. Eesti toidutoodete ja alkohoolsete jookide kaasaostmine	48
3.2. Toidutooded ja alkohoolsed joogid, mida kaasa osteti	50
3.3. Kaasaostetava toote Eesti päritolu olulisus	52
3.4. Eesti toodete kaasaostmise põhjused	54
4. RAHA KULUTAMINE TOIDULE EESTIS VIIBIDES	58
KOKKUVÕTE JA JÄRELDUSED.....	63
LISA 1. Küsitlustulemuste protsentjaotused	67
LISA 2. Tabelid tausttunnuste lõikes.....	71
LISA 3. Küsitletud kogumi iseloomustus	115

SISSEJUHATUS

Eestimaa elanikud eelistavad süüa kodumaist toitu, millega nad on igapäevaselt harjunud. Oma maa köögi eelistamine ei ole iseloomulik mitte ainult Eestile, vaid esineb nii lähinaabrite juures, kui kaugemal asetsevates riikides. Toidukultuur ja rahvusköök on osa iga rahva kultuurist ja identiteedist, mis on aegade jooksul välja kujunenud, mida hoitakse ja arendatakse. Eesti riiki külastavad igal aastal kümned ja sajad tuhanded turistid, kes tulevad siia mitmel eesmärgil, peamiselt siiski oma vabast ajast puhkama. Riigis olles viibivad nad pikemat või lühemat aega Eesti kultuuriruumis ja tarbimiskeskkonnas. Saadud kogemused ja muljed mõjutavad iga inimest ning positiivne tagasiside tekitab huvi ja soovi teinegi kord tagasi tulla või riiki sihtkohana soovitada. Pealtnäha pisikestest reisisündmustest ja kogetud eluolust läbi inimteadvuse prisma moodustubki ettekujutus riigist, inimestest ehk nn kuvand, mis avaldab omakorda mõju riigi atraktiivsusele ja mis leiab väljundi majanduses. Kuvand ei ole reaalsusele üks-üheselt vastav eluolu peegeldus. Ta hakkab teatud mõttes elama oma sõltumatut elu, suunama üksikute inimeste ja inimgruppide tegevust.

Eesti toit ja toidukultuur on osa Eesti üldisest kuvandist. Turistid ja kohalikud elanikud loovad seda koos siinsamas Eestis ja viivad endaga kaasa riigipiirest väljapoole. Protsess aga mõjutab otseselt ja kaudselt inimeste heaolu. Käesoleva töö eesmärgiks on selgitada, milline pilt on tekkinud eesti toidust meie riiki külastavate turistide seas ehk milline on eesti toidu kuvand.

Eesmärgist lähtuvalt olid konkreetsed tööülesanded järgmised:

- selgitada, milline on turistide jaoks eesti toidu kuvand, milliseid toite seostatakse Eestiga ja millised omadused on eesti toidule iseloomulikud;
- uurida turistide rahulolu Eesti toitlustusasutustes pakutavate toitudega, nende kättesaadavuse, maitse jm omadustega ning eri Eesti piirkondades pakutavaga;
- selgitada, milline on turistide huvitatus toidutoodete kaasaostmisest ja kaasaostmise põhjustest ning milliseid tooteid Eestist kaasa ostetakse;
- uurida turistide rahalisi kulutusi toidule.

METODOLOOGILINE LÄHENEMINE JA ÜLEVAADE KÜSITLETUTEST

Uuringu meetodika koostas lähtuvalt töö ülesandest AS Eesti Konjunktuuriinstituut. Tegemist oli konkreetse uuringuülesande täitmiseks koostatud meetodikaga, st võrdlused varasemate uuringutega puuduvad ja tulemused kajastavad olukorda 2006. aasta suve seisuga.

Intervjuu plaan (vt lisa 1) koostati eesti keeles, mis tõlgiti vene, soome ja inglise keelde. Kokku sisaldus küsitlusankeedis 31 küsimust, neist 7 taustküsimust: elukohariik, varasem Eesti külastamine, Eestis viibimise kestus, reisi eesmärk, sugu, vanus ja haridus. Ankeedis oli ka 8 lahtist küsimust, mille puhul etteantud vastusvariandid puudusid. Küsitlemine toimus suulise intervjuu vormis. Iga intervjuu kohta täideti vastavas keeles ankeet, mille andmete õigsust ja intervjuu nõuetekohast läbiviimist kinnitasid küsitlajad oma allkirjaga. Registreeriti ka iga intervjuu läbiviimise koht, kuupäev ja kellaaeg. Küsitlajaid kontrolliti pisteliselt intervjuude läbiviimise perioodil küsitluskohades ja iganädalaselt nädala tööst ülevaadete esitamisel. Intervjuud viisid läbi eelnevalt koolitatud ja instrueeritud 11 EKI küsitlajat vastavalt kas soome, vene või inglise keeles. Küsitlajad valiti käesoleva projekti jaoks selliselt, et nad oleksid vajadusel võimelised andma selgitusi vähemalt kahes võõrkeeles. Lisaks ametlikele küsitluskeeltele suhtlesid osad küsitlajad ka saksa, hispaania, rootsi ja läti keeles.

Ajavahemikul 10.juuli – 20.august 2006 viidi läbi 1000 suulist intervjuud Eestit külastavate turistide hulgas. Turistide all mõisteti käesolevas uuringus täiskasvanud välituriste, kes on vähemalt 18 aastat vanad. Ei küsitletud kruisituriste, kuna viimased viibivad Eestis lühiajaliselt ega jõua ekskursioonide järel tutvuda kohalike toitlustusasutustega. Kõik intervjuud viidi läbi Eestis. Kuna Tallinna kaudu tuleb valdav osa turiste Eestisse, siis toimus küsitlemine peamiselt Tallinnas. Intervjueerimise kohad olid järgmised: Tallinna vanalinn (53% intervjuudest), Tallinna sadam (17%), Tallinna lennujaam (3%), muu Tallinna piirkond (bussijaam, Balti jaam, Viru Keskus jms; 13%) ning muud kohad (Viinistu, Lahemaa, Kuressaare, Pärnu, Lohusalu, Laulasmaa, Niitvälja, Rõuge, Vormsi; 14%).

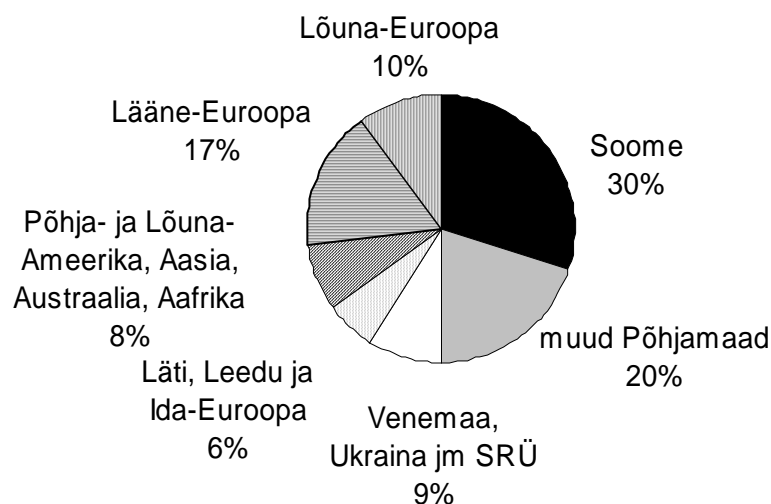
Turistide valimi koostamisel lähtuti põhimõttest, et tulemusi oleks võimalik analüüsida erinevatest maadest pärit turistide lõikes, st et toidu kuvand ei põhineks vaid Soome turistide küsitlemisel, kelle arvele langeb 39% välituristide ööbimistest. Välituristide ööbimise statistika järgi langeb Saksamaa arvele 5% ööbimistest, Rootsi arvele samuti 5%, 3% Läti ja 3% Venemaa arvele. Ülejäänud riikide osa oli eelpoolnimetatutest veelgi tagasihoidlikum. Vastanute rahvuslik koosseis jagunes järgmiselt: soomlasi 30%, teisi põhjamaalasi 20%, lätlasi, leedulasi 4%, sakslasi 8%, inglasi-iirlasi 6%, venelasi-ukrainlasi ja teisi SRÜ riikide elanikke 9% ning muude riikide elanikke 23%. Konkreetse turisti valik oli küsitluskohas juhuslik ja vabatahtlik, kuid pidevalt peeti arvestust Põhjamaadest, SRÜ-st, Suurbritanniast, Saksamaalt ning Lätist-Leedust pärit turistide arvu üle. Kokku küsitleti 45 riigist pärit turiste.

Andmetöötluse ja edasise analüüsi tarbeks jagati turistid suurematesse rühmadesse peamiselt elukohariikide geograafilise läheduse alusel (vt lisa 3).

Päritoluriigi tunnuse rühmad koos küsitletud turistide arvuga olid järgmised:

	turistide arv
1. Soome	299
2. muud Põhjamaad:	
Rootsi, Norra, Taani, Island	197
3. Venemaa ja muu SRÜ:	
Venemaa, Ukraina, Valgevene, Azerbaidžaan	93
4. Läti, Leedu ja Ida-Euroopa:	
Läti, Leedu, Ungari, Poola, Bulgaaria, Rumeenia, Tšehhi	59
5. Põhja- ja Lõuna-Ameerika, Aasia, Austraalia, Aafrika:	
Ameerika Ühendriigid, Jaapan, Austraalia, Hiina, Kanada, Iisrael, Põhja- ja Lõuna-Korea, Lõuna-Aafrika, Uus-Meremaa, Argentiina, Boliivia, Brasiilia, Jordaania, Mehhiko	77
6. Lääne-Euroopa:	
Saksamaa, Suurbritannia, Holland, Šveits, Belgia, Iirimaa, Austria	172
7. Lõuna-Euroopa:	
Itaalia, Prantsusmaa, Hispaania, Türgi, Kreeka, Portugal, Malta	103

Küsitletud turistide päritolumaa (% vastanutest)

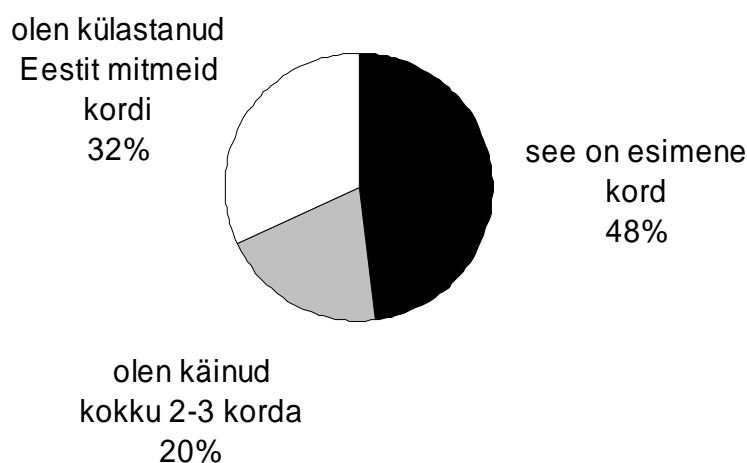


Joonis 1. Välis turistide jaotus päritolumaa lõikes

Ülaltoodud jooniselt (vt joonis 1) on näha Skandinaaviamaadest pärit turistide suur osakaal, mis moodustab koos Soomega 50%. Suhteliselt suur on ka Lõuna- ja Lääne-Euroopast pärit turistide esindatus.

Küsitletud turistidest oli 52% mehed ja 48% naised; 16% vanuses 18-29 aastat, 34% 30-44 aastat, 33% 45-59 aastat ja 17% 60 aastat või vanemad. 52% küsitletutest omas akadeemilist või rakenduslikku kõrgharidust. 48% küsitletud turistidest oli Eestis esimest korda, 20% oli käinud Eestis 2-3 korda ja 32% oli sagedane külaline olles siin käinud mitmeid kordi (vt joonis 2 ja lisa 3). Viimaste hulgas on enam esindatud soomlased (65% vastajarühmast, vt lisa 3). Esmakordsete Eesti külastajate hulgas oli suhteliselt suur Lääne- ja Lõuna-Euroopast ning teistest Põhjamaadest pärit turistide osakaal (vastavalt 30%, 20% ja 19% vastajarühmast). Lisas 3 on toodud küsitletute profiilid Eesti külastamise sageduse ja päritoluriikide lõikes, sh sotsiaal-demograafilised tunnused. Näiteks olid Lõuna-Euroopa riikidest küsitletud turistid teiste maadega võrreldes pigem nooremad ja esimest korda Eestis (vt ka lisa 2.1).

Eesti külastamine (% vastanutest)

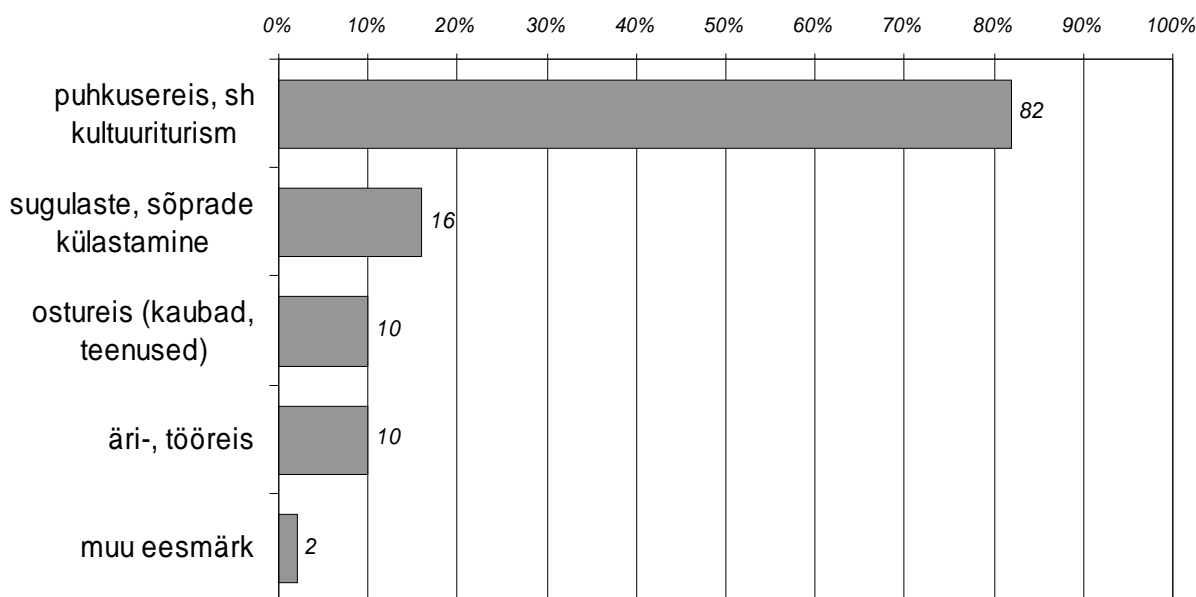


Joonis 2. Küsitletud turistide varasemad Eesti külastused

Valdav osa küsitletutest viibis Eestis puhkusereisil (82% turistidest), 16% käis külas sugulastel ja sõpradel, 10% oli Eestis töö- ja 10% ostureisil (vt joonis 3, lisa 2.3). Kusjuures puhkusereisijate hulgas oli suhteliselt rohkem naisi, vanemaid kui 60-aastasi, teistest Põhjamaadest ja Lääne-Euroopast pärit turiste. Äriasjus käisid Eestis pigem mehed, ning naabrid Venemaalt ja Lätist, Leedust. Sõpru-sugulasi külastasid enam Venemaalt, Lätist-Leedust ja väljaspool Euroopat elavad küsitletud ning ostureise tegid pigem soomlased.

Keskmiselt viibiti Eestis 6 päeva. Kõige lühemat aega (võrreldes teiste riikide turistidega) viibisid Eestis soomlased, rohkem aga Venemaalt või muudest SRÜ riikidest või teistelt kontinentidelt pärit turistid (keskmiselt vastavalt 11 ja 10 päeva). 1-2 päeva viibis Eestis 27% küsitletutest, 3-4 päeva 28%, 5-10 päeva 29% ja enam kui 10 päeva 16% küsitletutest (vt lisa 2.2).

Küsitletud turistide reisi eesmärk (% vastanutest)



Joonis 3. Küsitletud turistide reisi eesmärk

Uuringu metoodikas on rahulolu küsimuste puhul kasutatud hinnanguid 5-palli süsteemis, millede põhjal on leitud keskmised hinnangud. Näiteks rahulolu Eestis söödud toiduga ja Eestis söödud rahvuslike toitudega, rahulolu toidu maitse, väljanägemise, värskuse, hinna, toitumise valiku ja teenindusega.

Kuvandi väljaselgitamiseks kasutati turistide uuringus lahtisi küsimusi, kus ei olnud etteantud vastuseid, mis võiksid vastajaid mingit meeleolu suunata. Lisaks kasutati eesti toidu kuvandi väljaselgitamisel veel Osgoodi semantilise diferentsiaali meetodit, kus paluti anda hinnang 7-astmelistel skaaladel, mille otspunktideks on vastandlikud sõnapaarid ja kus keskmine skaalapunkt (4) väljendab neutraalsust. Käesolevas uuringus kasutati toidu kuvandi iseloomustamiseks järgmisi sõnapaare: lihtne-keeruline, maitseküllane-maitsetu, odav-kallis, rammus-lahja, meeldiv-ebameeldiv, harjumuspärane-ootamatu, üllatav. Kuna 2006. aasta augustikuus EKI poolt läbiviidud toidusektori ekspertide küsitlusanneet sisaldas samuti ülaltoodud hinnanguskaalasid, esitatakse tulemused ka võrdlevalt.

1. EESTI TOIDU KUVAND TURISTIDE JAOKS

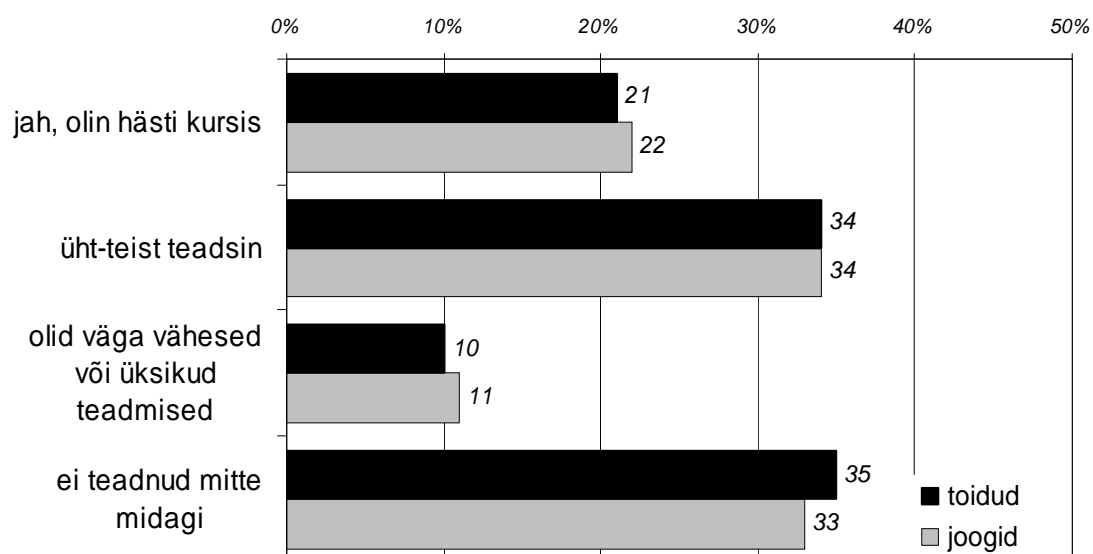
1.1. Informeeritus eesti toitudest ja jookidest

Enne eesti toidu kuvandi analüüsimist vajab selgitamist Eestisse sõitnud turistide üldine ettekujutus kohalikest toitudest ja jookidest, mis näitab ära, kuivõrd reaalsel alusel kuvand üldse on. Turistidel paluti avaldada arvamust oma informeerituse kohta eesti toitudest ja jookidest, st kas nad enne reisi teadsid midagi eesti toitudest ja jookidest.

Uringust selgus, et üldist ettekujutust võib pidada küllaltki ähmaseks: 35% vastanutest ei teadnud eesti toitudest ja 33% jookidest mitte midagi (vt joonis 4-6, lisa 2.4). Teine sagedasim vastus oli teadsin üht-teist, mida nii jookide kui toitude puhul nimetas 34% vastanutest. Hästi oli toitudega kursis 21% ja jookidega 22% vastanutest. Seega ligikaudu pooled turistid omasid mingit ettekujutust (55% toitude ja 56% jookide puhul) ning ülejäänutel olid kas väga puudulikud või täiesti olematud teadmised. Mida rohkem kordi oli turist Eestis käinud, seda enam informeeritud ta oli. Enam olid toitudega kursis Soome ja Venemaa turistid (vastavalt 84% ja 73%, hästi kursis + teadis üht-teist). Väga kesiseid eelteadmisi toitudest omasid aga muudelt kontinentidelt: Ameerikast, Aasiast, Aafrikast ja Austraalist pärit turistid ning Lääne- ja Lõuna-Euroopast pärit turistid (vastavalt 75%, 69% ja 90%, väga vähesed teadmised + ei tea mitte midagi). Jookide puhul olid tendentsid sarnased, kursis olid enam Soome ja Venemaa turistid (vastavalt 85% ja 74%) ning vähem väljapool Euroopat, Lääne- ja Lõuna-Euroopast saabunud (vastavalt 77%, 71% ja 87%). Üllatav oli lõunanaabrite, lätlaste ja leedulaste ning teiste ida-eurooplaste kesised teadmised eesti toitudest, hästi oli kursis vaid 5% sihtrühmast, kuid üht-teist ollakse kuulnud.

Kas Te enne Eesti reisi teadsite midagi eesti toitudest ja jookidest?

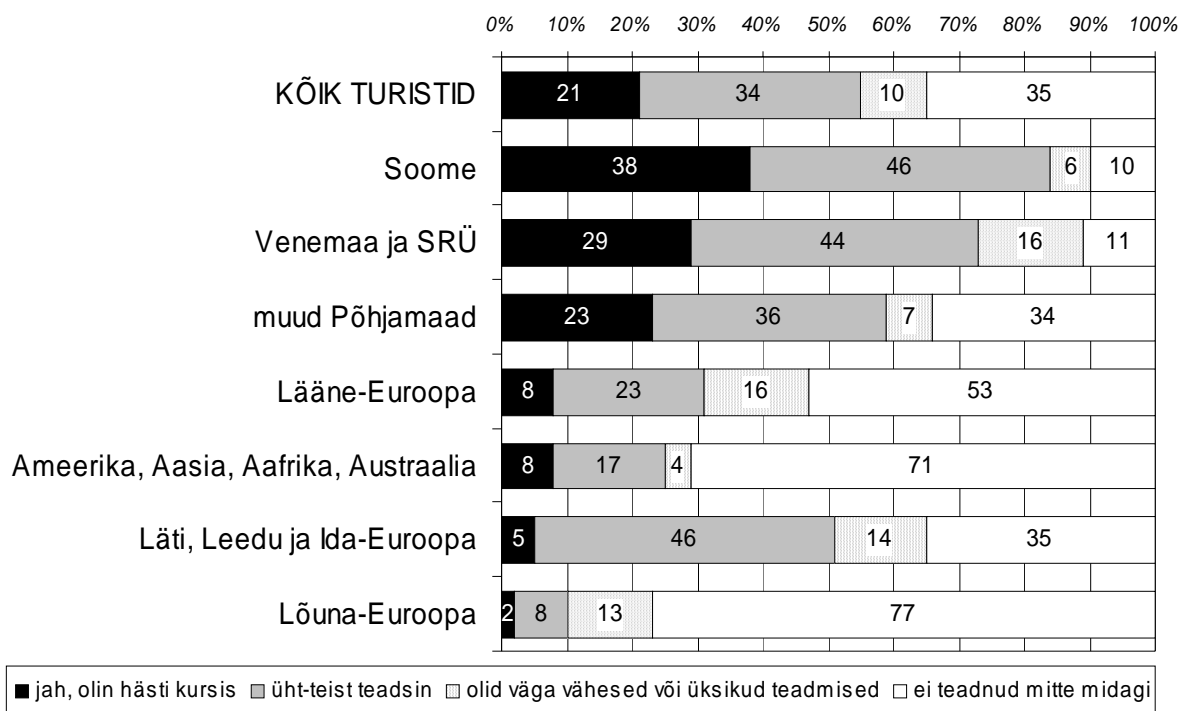
(% vastanutest)



Joonis 4. Reisieelne informeeritus eesti toitudest ja jookidest

Kas Te enne Eesti reisi teadsite midagi eesti toitudest?

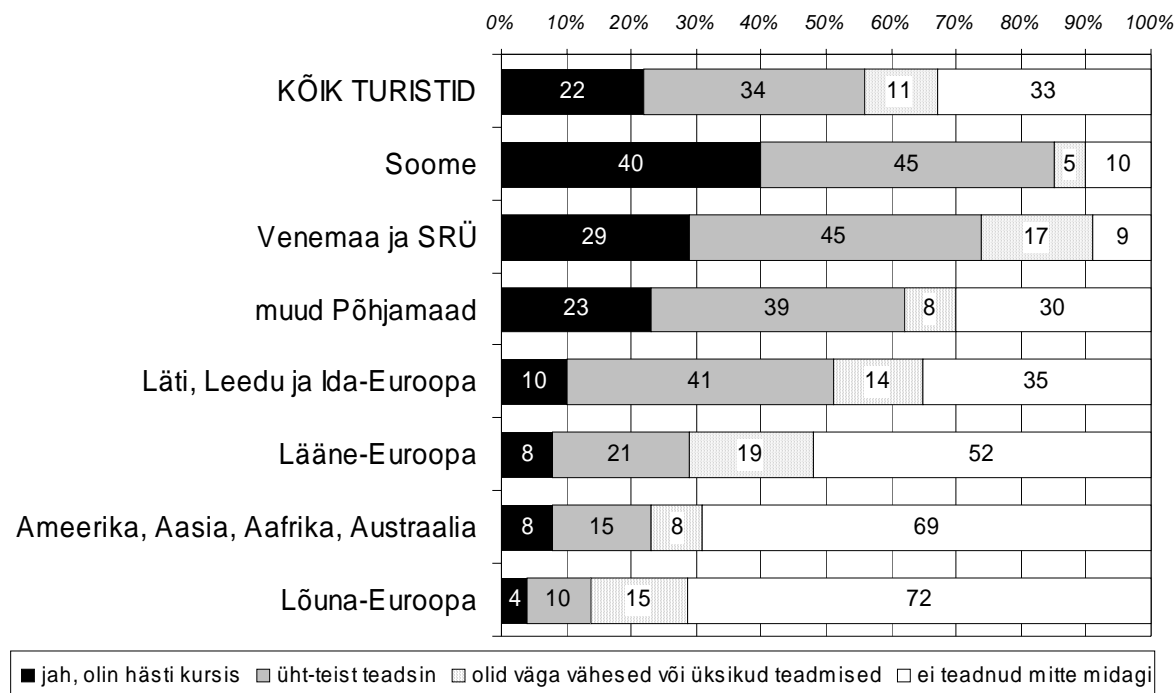
(% vastanutest)



Joonis 5. Reisieelne informeeritus eesti toitudest päritoluriigi lõikes

Kas Te enne Eesti reisi teadsite midagi eesti jookidest?

(% vastanutest)



Joonis 6. Reisieelne informeeritus eesti jookidest päritoluriigi lõikes

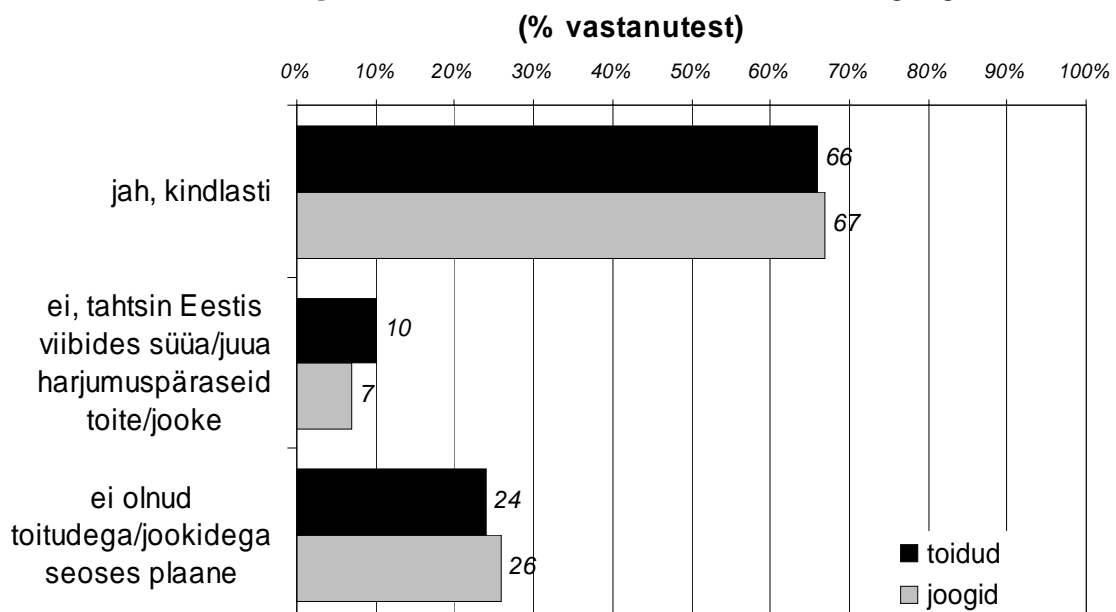
1.2. Soov proovida Eestis rahvuslikke toite ja jooke

Konkreetselt huvi eesti rahvuslike toitude ja jookide vastu näitavad vastused küsimusele, kui võrd soovitakse neid ise Eestis viibides proovida. Positiivsete vastuste ülekaal viitab turistide avatusele ja soodsale vastuvõtlikkusele.

Intervjuude põhjal võib väita, et turistide plaanid on rahvuslike toitude ja jookide söömise-
joomise osas soosivad ning Eesti toidukultuur pakub siireisinutele huvi. 66% vastanutest soovis kindlasti Eestisse reisides proovida rahvuslikke toite ja 67% rahvuslike jooke. Plaane ei omanud veerand vastanutest: 24% (toidud) ja 26% (jogid). Harjumuspäraseid toite või jooke eelistas vastavalt 10% ja 7% küsitletud turistidest.

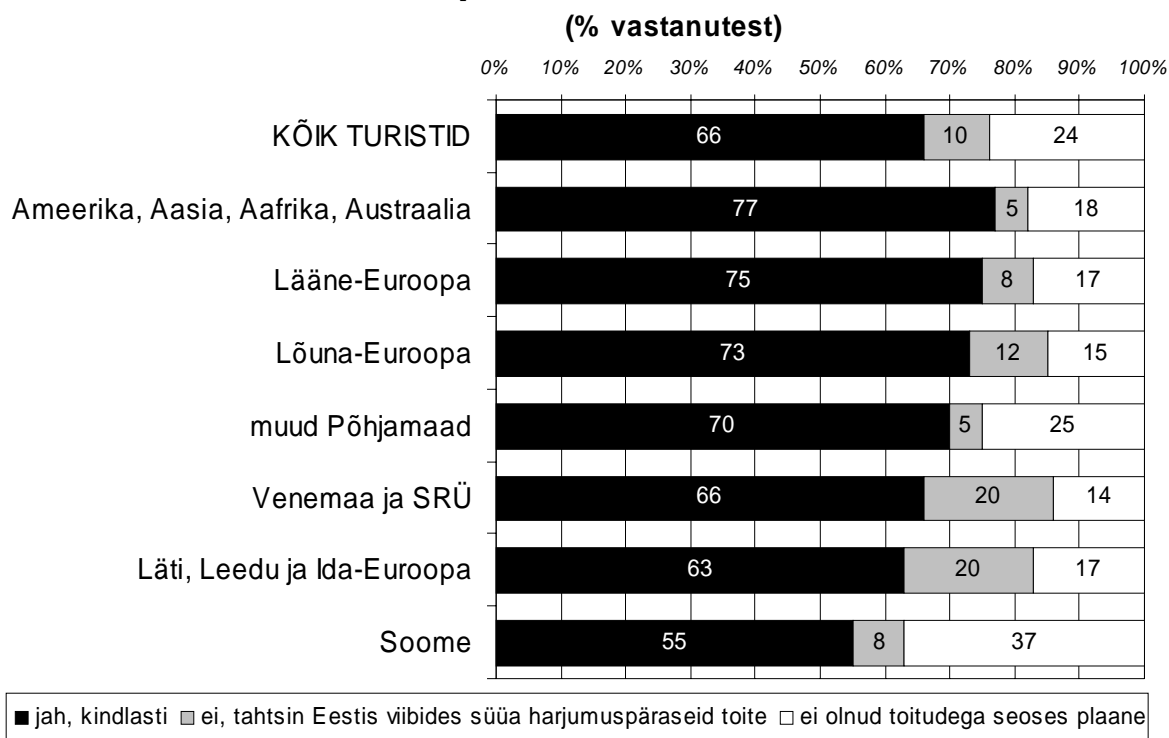
Kõige enam väljendasid oma huvi väljapool Euroopat Eestisse reisinud: 77% vastajarühmast tahtis kindlasti proovida rahvustoite ja jooke (vt joonis 7-9, lisa 2.5). Huvi oli väga kõrge veel Lääne- ja Lõuna-Euroopa turistidel (75% ja 77% - toidud; 73% ja 75% - jogid). Tõenäoliselt on eesti toidu näol tegemist eksootikaga, mis erineb nende maade tavapärasest toidust ning teadupärast on uus alati mingil määral huvitav. Soome ja lõunanaabrite vähesem huvi viitab sarnasele köögile, samuti tuleb arvestada, et Eestis on käidud sagedamini ja köök on tuttavam ning muud huvid (sisseostud, teenused) on suhteliselt tähtsama kaaluga kui kaugematest maadest pärit turistidel. Esimest korda Eestit külastades oli huvi proovida rahvuslikke toite ja jooke palju suurem, kui mitmekordsetel reisijatel, mis veelkord kinnitab tõsiasja, et uus pakub huvi. Eesti rahvuslikke toite soovis kindlasti proovida 72% esimest korda Eestis viibinutest ja 59% mitmeid kordi siin viibinutest, jooke vastavalt 72% ja 62%. See aga ei tähenda, et mitmekordsed tulijad eelistaksid tingimata teisi rahvuskööke, nad lihtsalt ei tee enam toidu osas väga kindlaid plaane.

Kas Te reisile tulles mõtlesite, et tahate Eestis proovida rahvuslikke toite ja jooke?



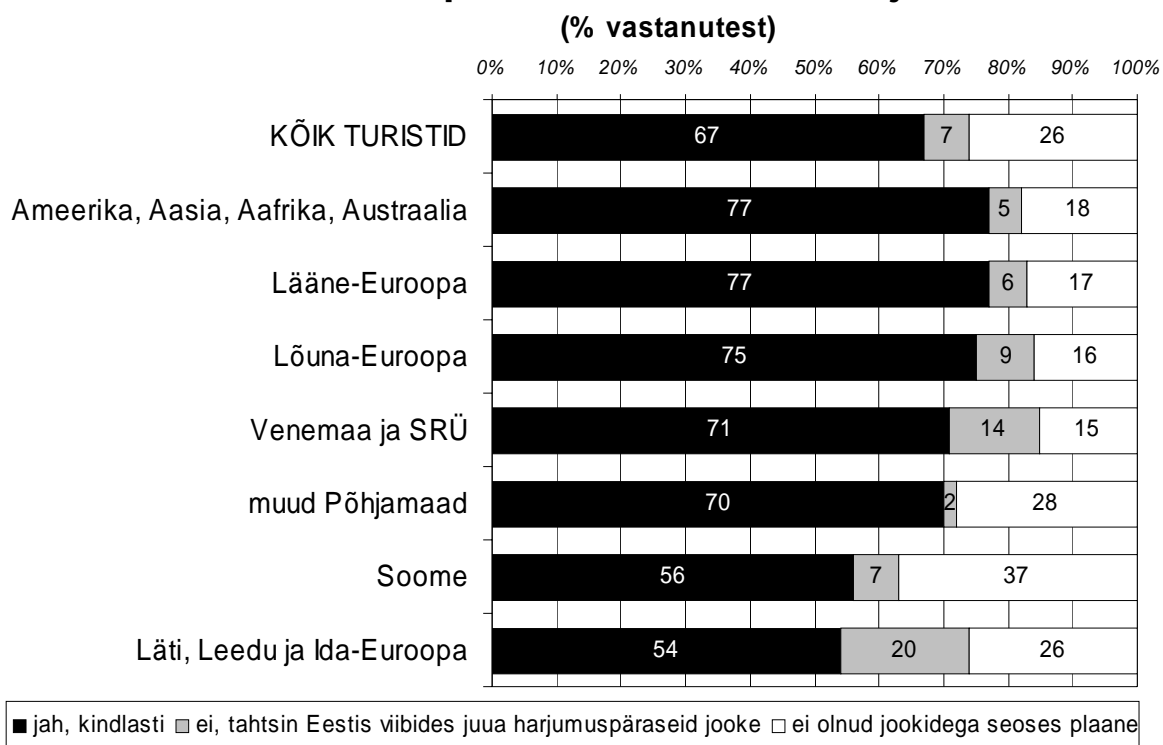
Joonis 7. Turistide soovid proovida Eestis rahvuslikke toite ja jooke

Kas Te reisile tulles mõtlesite, et tahate Eestis proovida rahvuslikke toite?



Joonis 8. Turistide soov proovida Eestis rahvuslikke toite päritoluriigi lõikes

Kas Te reisile tulles mõtlesite, et tahate Eestis proovida rahvuslikke jooke?



Joonis 9. Turistide soov proovida Eestis rahvuslikke jooke päritoluriigi lõikes

Eelnev informeeritus eesti toitudest ja jookidest tõstis mõnevõrra huvi neid proovida, kuigi ka väheste teadmistega inimesed sooviksid valdavalt ikkagi rahvustoite proovida, mis on positiivse märgiga informatsioon toitlustajatele (vt tabel 1 ja 2). Hästi informeeritustest sooviks kindlasti rahvustoite proovida 79% ja jooke 80%, mitte midagi teadjatest vastavalt 68% (toidud) ja 67% (jookid). Seega hoolimata eelteadmistest või selle puudumisest eesti rahvustoitude kohta on turistide huvi neid kohapeal proovida suur. Uuringu tulemust saaksid senisest rohkem ära kasutada nii turismikorraldajad, kui toitlustajad jagades vähemalt kohapeal paremini informatsiooni, suunates turiste ja pakkudes erinevaid rahvustoite üle kogu Eesti.

Tabel 1. Soov proovida eesti rahvuslikke toite ning varasem informeeritus

(% vastanutest)

Varasem informeeritud eesti toitudest	Jah, kindlasti proovin	Ei, tahtsin Eestis viibides süüa harjumuspäraseid toite	Ei olnud toitudega seoses plaane
Jah, hästi kursis	79	7	14
Üht-teist teadsin	61	10	29
Väga vähesed või üksikud teadmised	51	22	27
Ei teadnud mitte midagi	68	7	25

Tabel 2. Soov proovida eesti rahvuslikke jooke ning varasem informeeritus

(% vastanutest)

Varasem informeeritud eesti jookidest	Jah, kindlasti proovin	Ei, tahtsin Eestis viibides juua harjumuspäraseid jooke	Ei olnud jookidega seoses plaane
Jah, hästi kursis	80	4	16
Üht-teist teadsin	61	9	30
Väga vähesed või üksikud teadmised	60	15	25
Ei teadnud mitte midagi	67	6	27

1.3. Eesti toidu kuvand ja iseloomulikud võtmesõnad

Eesti toidu kuvandiks võib pidada üldistatud ettekujutust eesti toidust, mis võib, aga ei pruugi vastata tegelikkusele ning mis erineb sõltuvalt sihtrühmast või näiteks turisti päritoluriigist. Toidu kuvandi tekkimise eelduseks on informatsioon või kogemused, mis ei pea olema isiklikud, vaid võivad olla meedia poolt kujundatud. Kuvandiga liitub sageli emotsionaalne suhe, st kuvand ei ole umbisikuline kuiv ettekujutus, vaid omab hinnangulist mõõdet.

Varasemate tarbijauuringutega on selgitatud välja, millised on elanike arvates tüüpilised eesti road ja toiduained. Samuti on uuritud toidusektori ettevõtjate ettekujutusi, kuid senini puudusid andmed Eestit külastavate turistide kohta. Käesolevas töös läheneti kuvandi väljaselgitamisele kahel viisil. Esmalt paluti turistidel nimetada nende arvates iseloomulikke võtmesõnu, millega nad kirjeldaksid eesti toitu ning seejärel paluti hinnata eesti toitu semantilise diferentsiaali skaaladel, mille otspunktideks vastandlikud sõnapaarid.

Uuringus olid järgmised skaalad: lihtne-keeruline; maitseküllane-maitsetu; odav-kallis; rammus-lahja; meeldiv-ebameeldiv; harjumuspärane-ootamatu, üllatav. Tegemist oli 7-astmeliste skaaladega, kus andmetöötuse käigus leiti skaalapunktide aritmeetilised keskmised ja nende 95%-lised usalduspiirid. Kuna kõik uuringus kasutatud sõnapaarid sisaldasid ka toidusektori spetsialistide uuringus ning metoodika oli sama, oli võimalik võrrelda turistide hinnanguid Eesti toiduekspertide vastustega.

Kõigepealt aga ülevaade võtmesõnadest, millega eesti toitu kirjeldati. Need näitavad, mida eesti toidust arvatakse ja kas saame üldse rääkida väljakujunenud kuvandist või on ettekujutus veel liiga ebamäärane.

Tabel 3. Eesti toidule iseloomulikud võtmesõnad (% vastanutest)

Võtmesõnad	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=880	n=270	n=176	n=84	n=49	n=69	n=142	n=91
hea	29	39	47	4	12	16	20	23
maitsev	24	23	15	43	24	20	28	21
tavaline, normaalne	8	6	11	7	10	1	8	12
rasvane, rammus	7	6	6	6	2	6	8	15
meeldiv (sh isuäratav, ilus)	7	7	2	11	8	7	8	8
lihtne, talupojalik, kodune	6	2	4	18	12	12	8	4
toitev	5	6	1	15	6	1	7	0
sarnane	4	9	3	0	2	0	5	1
värske	4	3	1	10	2	9	7	1
omapärane	4	2	1	7	0	14	4	7
odav, soodne	4	7	5	0	0	1	1	3
naturaalne	4	0	3	5	2	9	9	1
tervislik, kasulik	3	1	2	5	4	6	3	0
huvitav, üllatav	2	1	2	5	0	4	3	2
vürtsikas	2	2	2	0	0	0	3	4
rahvusvaheline, euroopalik	2	1	1	2	0	3	4	2
maitsetu, vähe vürtsi, igav, halb	2	1	1	1	14	0	1	4
mitmekesine, suur valik	2	2	1	1	0	1	4	1
soolane	1	1	2	1	2	3	1	0
kvaliteetne	1	1	2	2	0	0	2	0
segu	1	0	1	1	0	0	0	2
rikkalik	1	1	0	0	0	3	1	2
traditsiooniline, rahvuslik	1	1	1	5	0	0	1	1
suured portsjonid	1	3	0	1	0	1	1	0
muu	5	3	3	4	18	10	4	7

Vabade vastuste analüüs näitas kahe võtmesõna domineerimist, need olid hea ja maitsev (vt tabel 3). Ükskõik, millisest riigist turisti küsitleti, ikka mainiti sagedamini neid kahte.

Erandi moodustasid Venemaalt, Ukrainast või muust SRÜ riigist saabunud turistid, kelle arvates on eesti toit eelkõige maitsev, lihtne, talupoeglik ja kodune, toitev, meeldiv ning värsk. Ka lõunanaabrid ja Ida-Euroopast ning muudelt kontinentidelt pärit turistid mainisid kuvandis toidu lihtsust, talupoeglikkust ja kodusust. Lätlased, leedulased ja teised ida-eurooplased märkisid ka toidu maitsetust, mis tähendas vähest vürtsikust, igavust ja seetõttu halba hinnangut. Ühe märksõnana esines neil sagedamini tavaline ehk normaalne, mis ei ole negatiivse värvinguga. Lõuna-Euroopa turistidele on eesti toit hea, maitsev, kuid samas rasvane ja rammus ning seda peeti tavaliseks ja normaalseks. Mida kaugemalt turist Eestisse saabus, seda omapärasem tundus meie toit (Aasiast, Aafrikast, Ameerikast ja Austraaliast pärit turistid). Lätist, Leedust ja Ida-Euroopast, teistel kontinentidelt ning Lääne-Euroopast pärit turistid olid teistest riikidest enam raskustes märksõnade väljatoomisel.

Kui **Eesti ekspertidele** näis eesti toit GMO-vaba, harjumuspärane, meeldiv, värsk, naturaalne, sünteetiliste lisaaineteta, talupoeglik, rammus, regionaalne, tervislik ja lihtne, siis **turistide taju** on erinev. Eesti toidu tervislikkus, naturaalsus ja värskus ei olnud turistidele niivõrd märgatav, et võiks rääkida kuvandist. Samuti ei teadnud turistid väärtustada GMO-vabadust ja sünteetiliste lisaainete puudumist. Eesti toit ei ole turistile harjumuspärane, kuigi seda võib pidada lähedaseks põhjamaalastele, sest võtmesõnadena nimetati: tavaline, normaalne ja sarnane. Turist lähtub hinnangu andmisel siiski väga lihtsatest kategooriatest: hea-halb, maitsev-ei ole maitsev, tavaline-ebatavaline, rasvane-lahja, meeldiv-ebameeldiv, lihtne-keeruline jne. Nii turistid kui eksperdid peavad eesti toitu meeldivaks, talupoeglikuks, rammusaks ja lihtsaks, ka värskus oli turistide märksõnade esikümnes.

Muudest vastustest märgiti, et eesti toidud on paljuski lihatoidud (sealiha), need on tuttavad vanematele inimestele, hapud (hapu leib, hapukapsas), magusad (kondiitritooted), sisaldavad kartulit kas põhitoiduna või lisandina, märgiti puu- ja köögiviljade rohket sisaldust, rohelist salateid, marineeritud hoidiseid ning õlut. Negatiivse alatooniga märksõnadest: eesti toit ei ole värsk, eesti toit on ühendus ühendamatutest asjadest, liiga palju liha, taimetoitude puudumine, toit pole väga tervislik ja teeb paksuks. Toiduvälistest märksõnadest nimetati kultuursust, viisakat ja ebaviisakat teenindust, kohalike inimeste jaoks liiga kõrget hinda restoranides ehk toidu kallidust.

Kokkuvõttes võib öelda, et turistide spontaanne (abistamata) kuvand eesti toidust ei ole välja kujunenud, vaid eksisteerib üldiste märksõnade tasemel. Eesti toit on **hea, maitsev**, meeldiv, tavaline, lihtne, rasvane-rammus, talupoeglik ja toitev. Üldist positiivset tausta võib pidada väga soodsaks edasisele turundustegevusele.

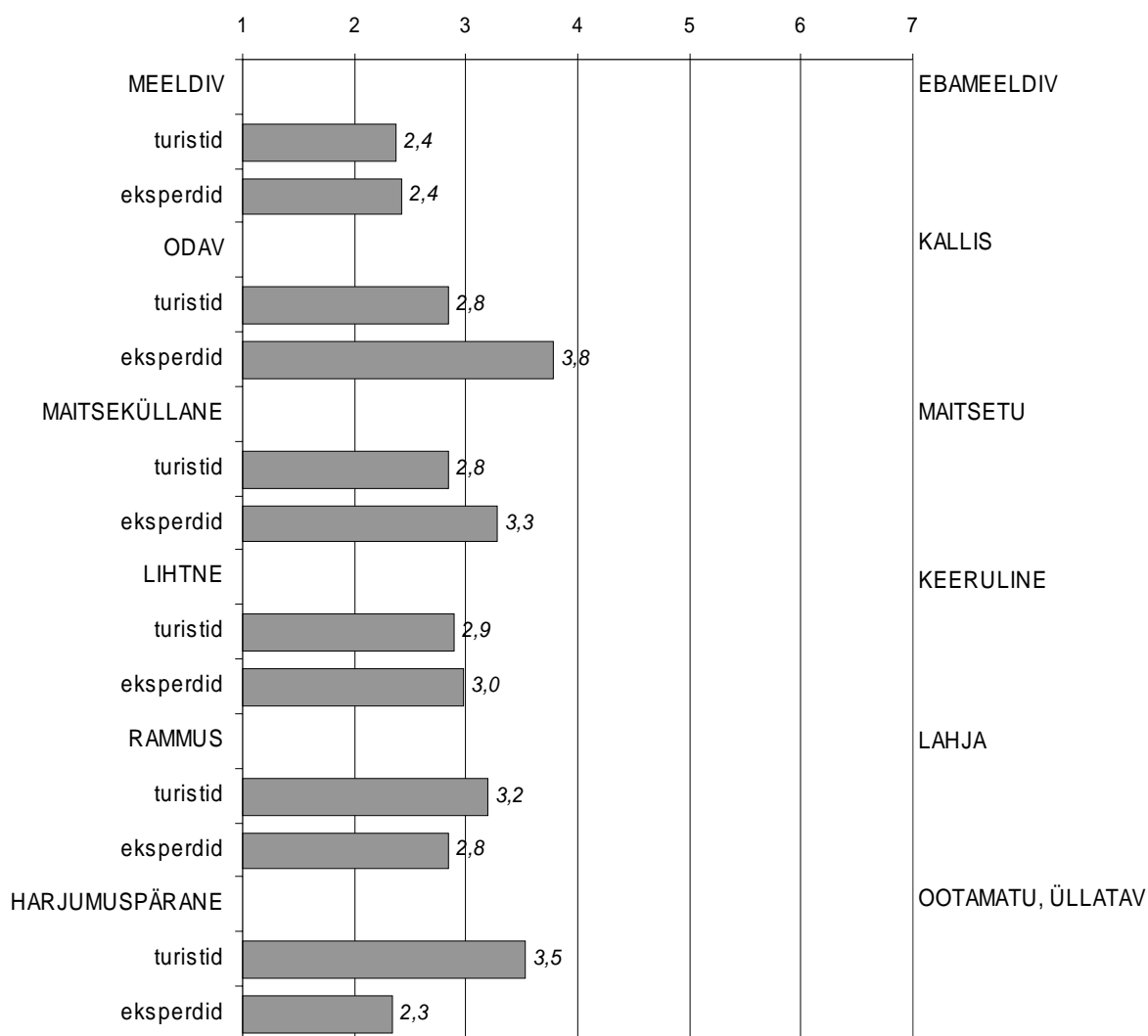
Etteantud 7-astmelistel skaaladel hindamine oli turistidele kergem ülesanne kui ise võtmesõnu välja mõelda. Kuue vastandliku sõnapaari kasutamine võimaldas aga spontaanset kuvandit täpsustada. Nagu juba eelpool öeldud, arvutati skaalapunktide aritmeetilised keskmised koos 95%-liste usalduspiiridega, mille võrdlemisel saab vastu võtta otsuse hinnangute sarnasuse või erinevuse kohta. Skaala keskpunkt (4) näitab tegelikult arvamuse puudumist, järelikult turist ei osanud öelda, kas eesti toit oli näiteks meeldiv või ebameeldiv.

Mida lähemal oli keskmine 1-le, seda väljendunum oli hinnang, st seda enam oli eesti toit lihtne, maitseküllane, odav, rammus, meeldiv ja harjumuspärane. Mida lähemal oli keskmine 7-le, seda enam oli eesti toit keeruline, maitsetu, kallis, lahja, ebameeldiv ja ootamatu, üllatav.

Uuringu tulemused olid üllatavalt kokkulangevad Eesti toidusektori ekspertide hinnangutega (vt joonis 10, lisa 2.10). Eesti toitu hinnati turistide poolt **meeldivaks** (2,4 palli), **odavaks** (2,8 palli), **maitseküllaseks** (2,8 palli), **lihtsaks** (2,9 palli), **rammusaks** (3,2 palli) ja **pigem harjumuspäraseks** (3,5 palli), kusjuures meeldivuse ja lihtsuse hinnangud kattusid täiesti ekspertide hinnangutega. Turistide jaoks oli eesti toit odav, ekspertidel pigem seisukoht puudus. Samuti tundus eesti toit turistidele maitseküllasem, kui kohalikud eksperdid ise arvasid. Nägemus toidu rammususest ning harjumuspärasusest aga erines veidi - eksperdid pidasid toitu rammusamaks ja harjumuspärasemaks kui turistid.

Eesti toidu kuvand praegu

(turistide ja ekspertide hinnangute keskmised 7-astmelisel skaalal)



Joonis 10. Eesti toidu kuvand välituristide hinnangul ja võrdluses Eesti toidusektori ekspertidega

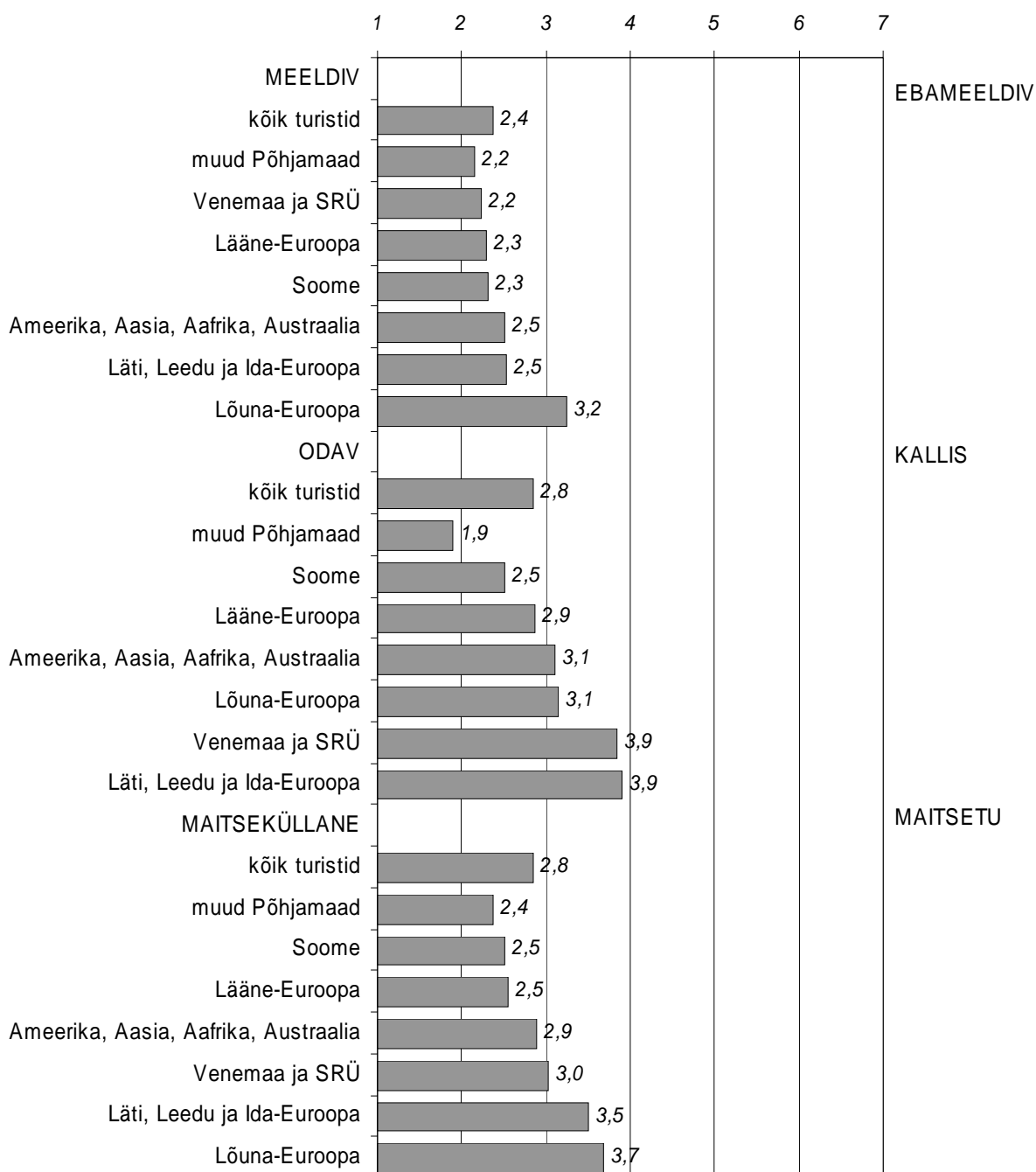
Eesti toidu kuvandis olid erinevused sõltuvalt riigist, kust turist Eestisse saabus (vt joonis 11, 12). Põhjamaade, v.a. Soome, turistidele näis eesti toit odav, meeldiv, lihtne, maitseküllane. Soome turistidele aga eelkõige meeldiv, odav, maitseküllane, rammus. Lõuna-Euroopast pärit turistid olid enim raskustes toidu hindamisega, kõik hinnangud olid 3 ja 4 palli piires, mis näitab, et eripära ei tunnetata. Lätlaste-leedulaste ja teiste ida-eurooplaste hinnangul oli eesti toit eelkõige lihtne ja meeldiv, lääne-eurooplaste hinnangul aga meeldiv, maitseküllane ja odav.

Eesti toit ei oma turistide jaoks selgelt eristatavaid tunnusjooni, seega ei saa rääkida selgepiirilisest väljakujunenud kuvandist. Olemasolevate andmete põhjal võib eesti toitu pidada turistidele **meeldivaks, odavaks, maitseküllaseks, lihtsaks, heaks, maitsvaks, tavaliseks, rammusaks, talupoeglikuks ja toitvaks.** Harjumuspärane on ta meie lähinaabritele, kuid kaugemalt tulija näeb omapära ehk erinevust oma maa tavapärasest toidust. Ekspertide poolt soovitud tulevikusuunad toidu naturaalsusele, tervislikkusele, kaasaegsusele, huvitavusele ja mitmekesisusele¹ võiks antud uuringu tulemustele viidates sobida hästi Eestit külastavate turistide positiivse hoiakuga. Lisaks üldistele kuvandi väärtustele, võiks vastavalt turistide elukohamaale rõhutada kohalike toitade tutvustamisel erinevaid märksõnu ja väärtusi, näiteks lähinaabritele on olulisem toitade sarnasus ja tavapärasus, teistelt mandritelt tulnutele aga tundub meie talupoeglik, rammusam, kuid lihtne köök vägagi maitsev ja omapärane.

¹ Komplementaarne ekspertide fookusgrupi analüüs "Eesti toidu mõiste, arengukavale "Eesti toit" antavate hinnangute ja arengukava edasiste rakendusvõimaluste uurimiseks, EKI 2006

Eesti toidu kuvand vastaja päritolumaa lõikes (1)

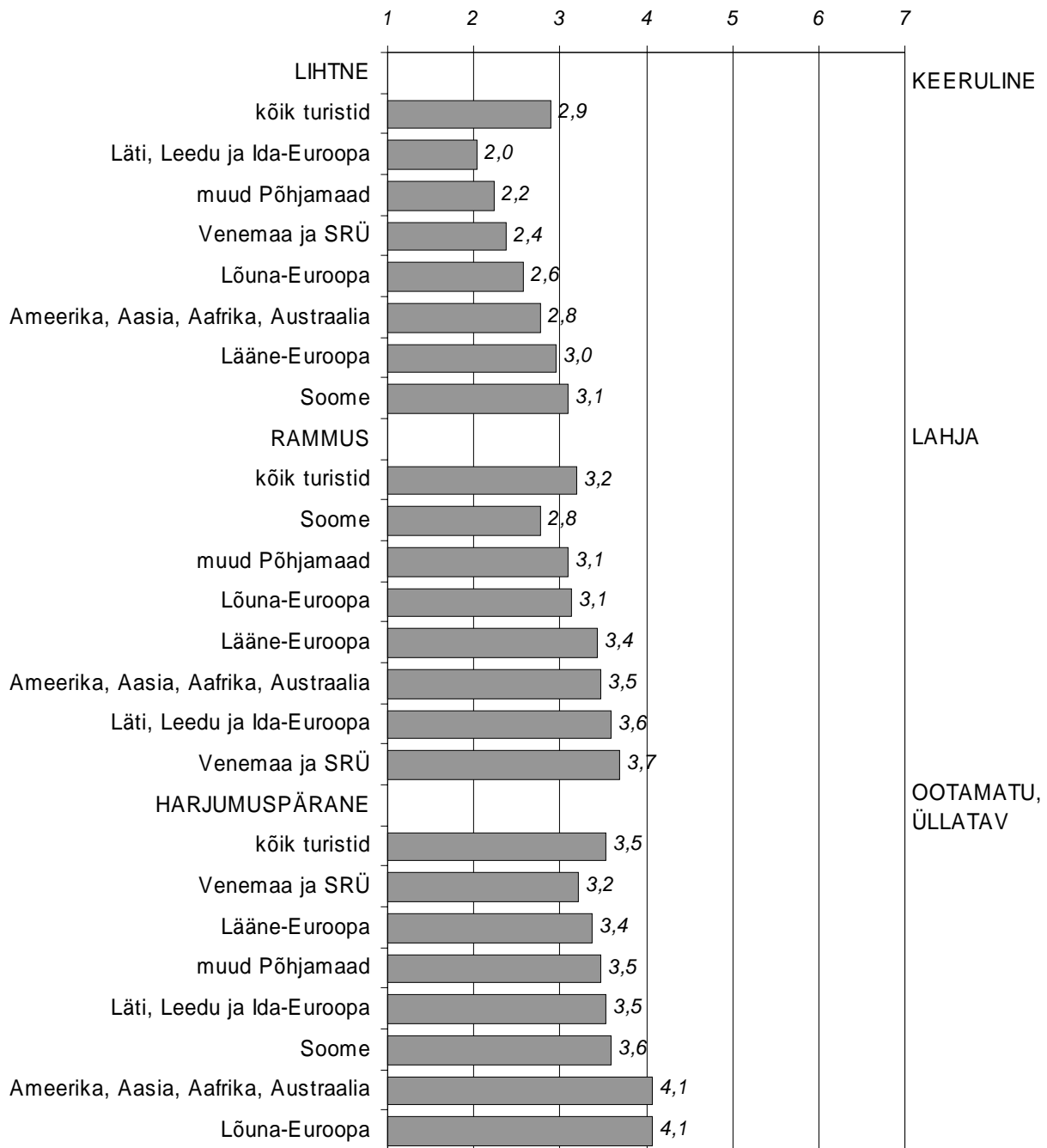
(hinnangute keskmised 7-astmelisel skaalal)



Joonis 11. Eesti toidu kuvand turistide päritoluriigi lõikes

Eesti toidu kuvand vastaja päritolumaa lõikes (2)

(hinnangute keskmised 7-astmelisel skaalal)



Joonis 12. Eesti toidu kuvand turistide päritoluriigi lõikes (järg)

1.4. Turistide toiduelamused Eestis

Uuringu käigus selgitati välja millised olid välituristide senised **toiduelamused** Eestis ning mis jäi neile Eestis söömisest meelde. Vastusvariante ette ei antud ning kirja pandi kõik, mis vastajale meelde tuli. Vastused võib jagada kahte gruppi: kommenteeriti tooteid ja roogasid, mida oldi proovinud ning anti emotsionaalseid üldhinnanguid toidu maitsele, kvaliteedile ja välimusele, teeninduse kvaliteedile ja toidukohtadele.

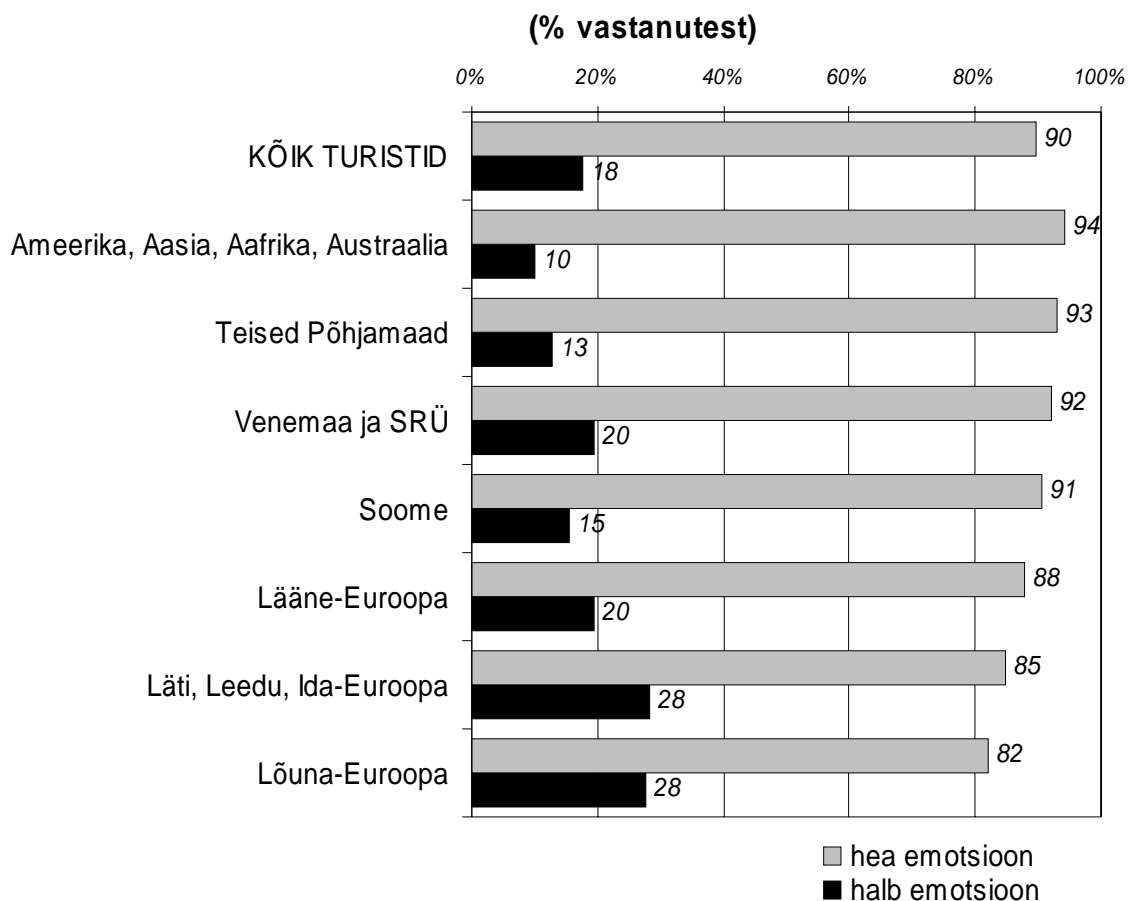
Selgus, et 2006. aasta suvel Eestit külastanud välituristide toidu ja Eestis söömisega seotud emotsioonid olid valdavalt positiivsed – 90% vastanutest sai Eestis häid toiduelamusi ning vaid 18% negatiivseid kogemusi (joonis 13). Osadel vastajatel oli nii positiivseid kui ka negatiivseid kogemusi. Paremaks hindasid toiduelamusi Ameerikast, Aasiast, Aafrikast ja Austraaliast pärit turistid ning põhjamaalased, ebameeldivaid kogemusi oli enam lõuna- ja ida-eurooplastel, sealhulgas lätlastel-leedulastel. Osaliselt on positiivsuse põhjuseks ka see, et inimestel on reeglina kriitikat raskem teha kui kiita, kuid kuna oma häid emotsioone väljendas nii suur osa vastanutest, siis võib üsna kindlalt väita, et turistide toiduelamused olidki valdavalt head.

Negatiivsete elamuste põhjused olid ebameeldiv toidu maitse (5% kõigist vastajatest), halb teenindus (3%), vähem mainiti seda, et Eesti toit on rammus või rasvane (1%), toidu või toidukohtade valik on väike (1%) ning kõrget hinda (1%; tabel 4). Ebameeldiva maitse juures toodi välja see, et toit oli olnud liiga vürtsine, soolane, kuiv, maitsetu, mage, mõni toidu koostisosa (nt kartul) oli vana või mõnd koostisosa oli liiga vähe (nt kala kalasupis). Maitse suhtes olid kriitilisemad lõuna-eurooplased. Mitmed soomlased tajusid selget toidu kallinemist Eestis võrreldes mõne aasta taguse ajaga. Samuti mainiti ära seda, et rahvuslikke toitusid või toitlustuskohti oli raske leida või ei leitudki neid üles.

Positiivseid elamusi pakkus aga põhiliselt Eestis söödu hea ja meeldiv maitse (62%). Siia on kokku arvestatud nii need, kes ütlesid kiitvaid sõnu eesti toidu kohta üldiselt kui ka need, kes nimetasid ära mõne neile eriti meelde jäänud toidutoote või roa. Enam kiitsid eesti toidu head maitset teiste Põhjamaade (v.a Soome) ning Venemaa ja SRÜ elanikud (vastavalt 70% ja 69% vastanutest). Vähem jagus eesti toidu maitsele kiidusõnu ida- ja lõuna-eurooplastel (vastavalt 53% ja 55%). Kui põhjamaalaste hulgas oli vähe neid, kes tõid positiivsena välja Eestis söödud toidu värskust, siis teistele rahvustele jäi see rohkem silma. See võib tulla ka sellest, et Põhjamaades on aastaid väga suurt tähelepanu pööratud toidu naturaalsusele ning sel teemal on neid raskem üllatada. Soomlastele meeldis eesti toidu soodne hind, ida-eurooplased pidasid hindu aga pigem kõrgeteks. Toitlustuskohtade teenindusega oldi ka pigem rahul – 7% vastanutest (mitte rahul 3%), kusjuures soomlased ja lääne-eurooplased hindasid teenindust kõrgemalt kui teised Eestit külastanud rahvad. Enim üllatuslikuks ja erinevaks pidasid eesti toitu kaugemalt tulnud väliskülalised, nendelt tuli ka kõige enam kiitust toidu kena välimuse kohta.

Toodetest-roogadest nimetati meeldejäävana kõige sagedamini lihatooteid ja –toitusid (14% vastanutest; 21% venelastest ja teistest SRÜ maade turistidest, 20% lõuna-eurooplastest). Köögiviljad ja salatid (sh hapukapsas) pakkusid toiduelamusi kaugematele rahvastele. Meeldejäävad olid ka kalatoidud, piimatooted, õlu ja leib.

Välisturistide toiduelamused Eestis



Joonis 13. Välisturistide toiduelamused Eestis

Tabel 4. Turistide toiduelamused Eestis, mis jäid Eestis söömisest meelde (% vastanutest)

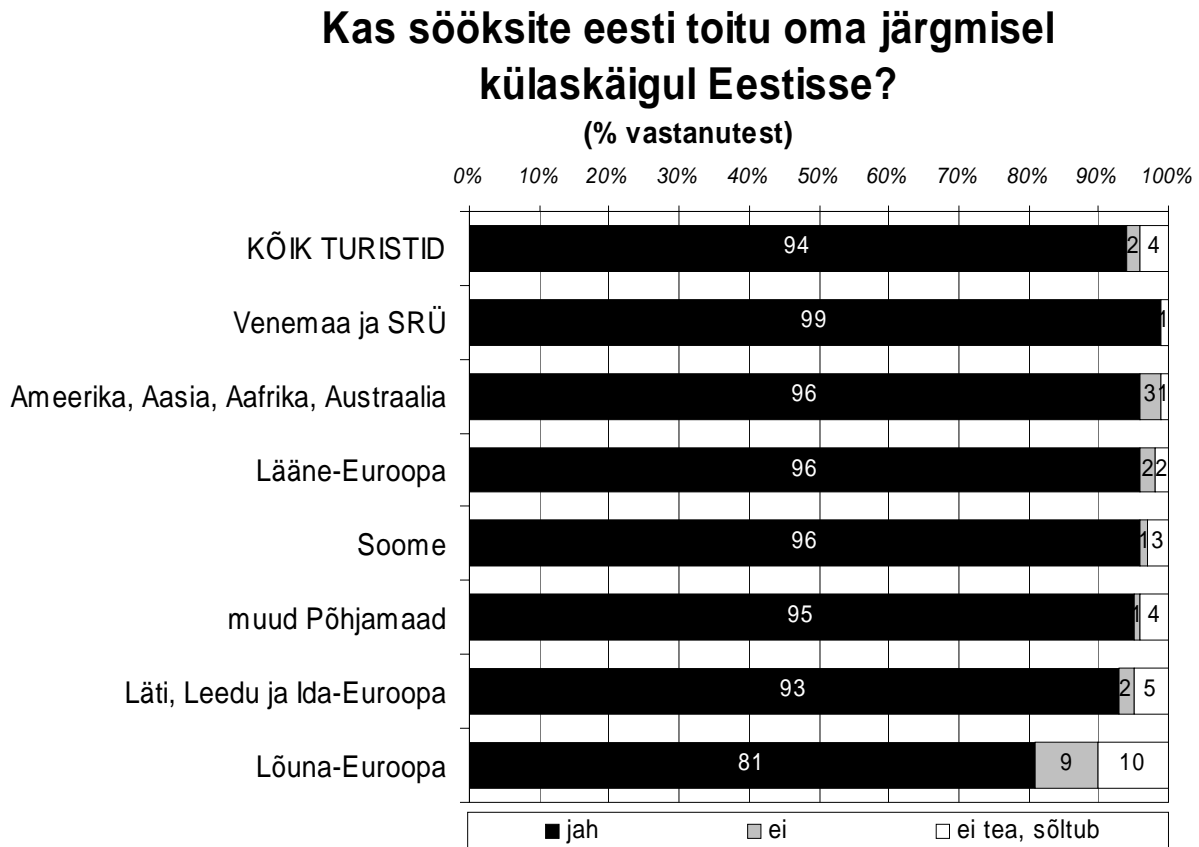
Toiduelamused	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=890	n=267	n=171	n=87	n=53	n=70	n=148	n=94
Tooted, road								
Liharoad ja -tooted	14	11	12	21	11	13	14	20
Köögi-, puuviljad, marjad, salat	9	4	5	8	2	17	20	14
Kalaroad ja -tooted	8	6	5	15	15	9	10	5
Piimatooted	7	3	3	26	11	9	7	3
Õlu	6	3	5	9	6	3	7	17
Leib	6	2	4	13	2	11	9	6
Supid	3	2	3	2	6	4	3	3
Pirukad-saiakesed	3	1	1	10	2	7	2	1
Magustoit, koogid	3	1	2	0	4	4	5	3
Muud (seened, muna, suitsutatud tooted jt)	2	1	2	1	0	1	3	0
Pastaroad, pelmeenid	2	0	3	0	2	3	1	3
Viin, muu kange alkohol	2	1	1	3	6	0	1	2
Komm, šokolaad, küpsis	1	0	1	2	2	3	2	1
Ürdid, idud	1	0	1	1	0	0	1	0
Vein, vahuvein, siider	1	0	0	1	0	0	1	1
Kali	0	0	1	1	0	0	1	1
Kogemused								
Hea meeldiv maitse	62	58	70	69	53	61	64	55
Hea teenindus	7	13	2	2	0	6	8	3
Tore, meeldiv miljöö	7	10	5	3	0	6	7	5
Ei midagi erilist	5	4	9	3	6	4	2	6
Halb, ebameeldiv maitse	5	5	1	3	6	3	6	11
Suur valik toite, toidukohti	4	4	3	7	2	1	7	4
Tuttav, sarn. maitse, köök	4	1	2	6	8	3	7	5
Toidu hea välimus	4	1	1	6	6	14	5	2
Halb teenindus	3	5	3	2	4	1	3	3
Värske	3	2	2	5	6	6	6	0
Soodne hind, odav	3	6	1	2	2	3	1	2
Suured portsud	3	5	0	1	2	1	3	3
Üllatav, erinev	3	1	2	2	4	9	4	0
Rammus, rasvane	1	0	2	2	2	1	1	4
Väike valik toite, toidukohti	1	2	1	1	0	0	1	3
Rahvuslikku raske leida	1	0	1	0	2	1	2	3
Tervislik	1	0	1	0	2	3	1	0
Kõrge hind	1	0	1	0	4	1	1	1
Toidu halb välimus	1	1	0	0	0	0	0	3
Lihtne	1	0	1	0	0	0	1	1
Väiksed portsud	0	0	1	0	0	0	0	0
Vana, mitte värske	0	0	0	0	2	0	0	0
Ei oska öelda, ei vastanud	12	12	15	7	11	10	16	10

1.5. Hoiakud eesti toidu suhtes – söömine ja soovimine tulevikus

Eestis söömine võis kujuneda turistile nii positiivseks kui negatiivseks kogemuseks, mille põhjal tekib eelhäälestus käitumiseks tulevikus. Kujunenud hoiaku selgitamiseks, palusime turistidel öelda, kas nad sööksid eesti toitu oma järgmisel külaskäigul Eestisse. Külaskäigu toimumine või mittetoimumine polnud seejuures üldse oluline.

Eesti toidu suhtes kujunenud hoiak oli väga soodne. 94% turistidest sööks eesti toitu oma järgmisel külaskäigul Eestisse, eitaval seisukohal oli 2% ja kahtleval 4% vastanutest, kusjuures vanuse tõustes muutub hoiak positiivsemaks (vt joonis 14, lisa 2.11). Kõige parema mulje oli jätnud eesti toit Venemaa ja teiste SRÜ maade turistidele (sööks 99% turistidest). Ka ülejäänud riikide turistid soovisid pea kõik süüa eesti toitu oma järgmisel külaskäigul (93%-96%), vaid Lõuna-Euroopa turistid olid teistest õige pisut tagasihoidlikumad (81%). Mida enam kordi oldi Eestis viibitud, seda soodsam oli hoiak tulevikus kohalikku toitu tarbida. Näiteks 97% mitmeid kordi Eestit külastanutest sööks eesti toitu oma järgmisel külaskäigul, esimest korda külastanutest 92%.

Kahtlejal sõltub eesti toidu söömine enamalt jaolt kohast, kus seda pakutakse või kust neid toite leida võib. Vastates antud küsimusele märgiti lisaks, et turistidele tutvustatakse vähe eesti roogasid, giidid seda ei tee.



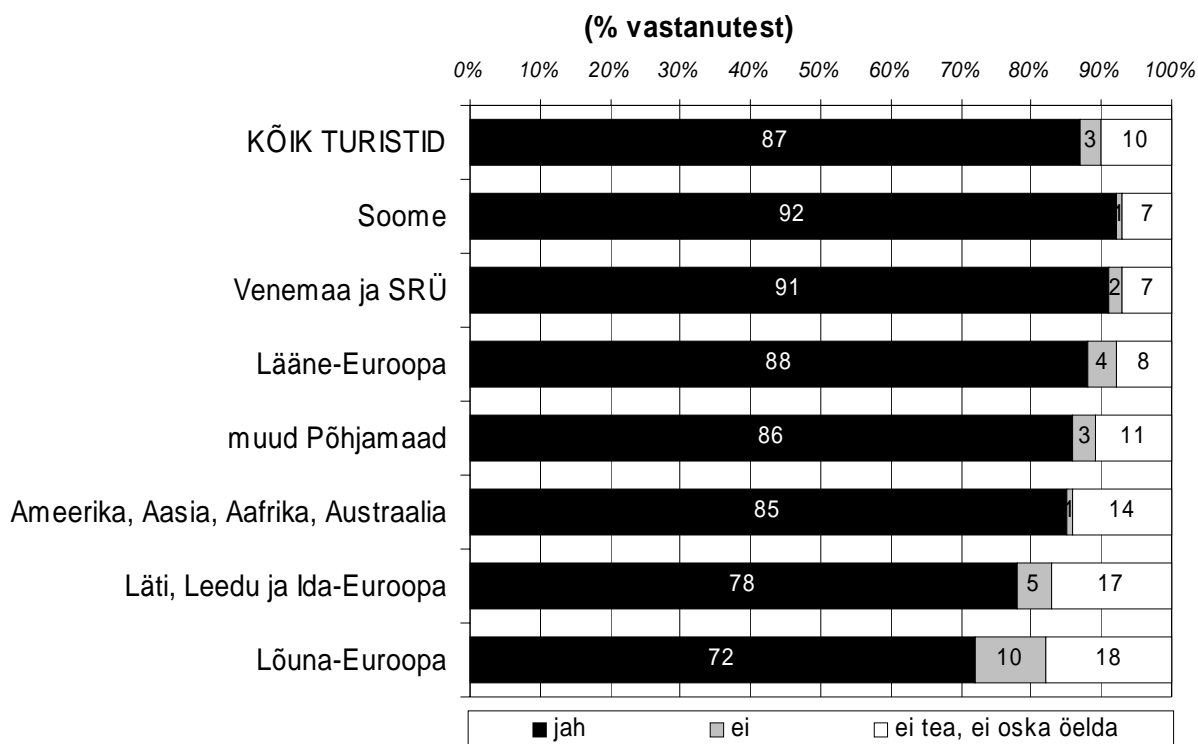
Joonis 14. Eesti toidu söömise soov järgmisel külaskäigul

Teine moodus selgitada turistide hoiakuid eesti toidu suhtes, oli küsida, kas nad soovitsid eesti toitu oma sõpradele, tuttavatele kodumaal. Selline käitumise projektsioon tulevikku on veelgi kindlam tõend toidu väärtustamisest või mitteväärtustamisest.

Käesolevas uuringus oli 87% turistidest valmis soovitama eesti toitu oma sõpradele ja tuttavatele, vaid 3% väljendas vastupidist soovi ja 10% ei osanud öelda (vt joonis 15, lisa 2.12). Soome, Venemaa ning muude SRÜ maade turistid soovitsid eesti toitu turistide üldisest tasemest (87%) veelgi enam (vastavalt 92% ja 91%). Lätist, Leedust ja Ida-Euroopast ning Lõuna-Euroopast Eestisse saabunud turistid on vaatamata kõrgele soovitamise tasemele kõige ettevaatlikumad (soovitsid vastavalt 78% ja 72%). Lõunanaabrite puhul võib põhjuseks olla toidu liigne sarnasus, Lõuna-Euroopa puhul aga liigne erinevus harjumuspärasest.

Varasema külastuskogemuse olemasolu muudab turisti hoiakut eesti toidu suhtes positiivsemaks. Mitmeid kordi Eestit külastanutest soovitsid kohalikku toitu oma sõpradele 91%, esimest korda külastanutest 83%.

Kas soovitsite eesti toitu oma sõpradele, tuttavatele kodumaal?



Joonis 15. Eesti toidu soovitamine sõpradele, tuttavatele kodumaal

Positiivne eelhäälestus loob positiivset “turundust” turisti kodumaal ja ka vastupidi. Kui toidu suhtes on hoiak positiivne ehk seda söödaks järgmisel korral, siis soovitatakse seda sõpradele ja tuttavatele. 90% positiivse hoiakuga turistidest soovitsid eesti toitu oma kodumaal (vt tabel 5). Negatiivse hoiakuga turistidest ei soovitsid eesti toitu oma kodumaal 68%, 32% jääks kahtlevale seisukohale.

Tabel 5. Eesti toidu soovitamise sõltuvalt eelhäälestusest (% vastanutest)

Eesti toidu söömise soov järgmisel külaskäigul Eestisse	Kas soovitaksite eesti toitu oma sõpradele, tuttavatele kodumaal		
	Jah	Ei	Ei tea, ei oska öelda
Jah	90	2	8
Ei	0	68	32
Ei tea, sõltub	33	6	61

87% turistidest soovitaks eesti toitu oma sõpradele ja tuttavatele kodumaal. Palusime neil nimetada, milliseid toite nad konkreetselt soovitaksid ja mille eest hoiataksid. Lahtisele küsimusele vastamise protsent oli 85% ehk need, kes olid positiivselt meelestatud, mõtlesid seda tõsiselt. Hoiatavat märkis kokku 32% küsitletud turistidest, kusjuures olenevalt kogemusest võis vastata mõlemale küsimusele.

Käesoleva uuringu järgi on turistidele meele järgi eriti **Eesti liharoad, kalaroad ja õlu**. Liha märkis kokku 36% vastanutest, sealhulgas liharoad (19%), seapraed ja sealiha (6%), lihtsalt liha seda täpsemalt määratlemata (7%), loomaliha (2%) ja ulukiliha (2%). Lihatoitud moodustasid suurima grupi ja nende all nimetati pasteeti, lihapalle, kotlette, pihve, piprapihve, grill-liha ja teisi grillroogasid lihaga, suitsuliha, suitsu seajalgu, pelmeene, karbonaade, šnitsleid, šašlõkki, sülti ning lihatooteid nagu vorste, sinke, verivorste, viinereid, grillvorste, ka pannkooke hakklihaga, tšeburekke, lihapirukaid jms. Need ei ole kõik rahvuslikud road, kuid on avaldanud muljet Eestimaad külastanud turistidele ja neid seostatakse Eestiga. Liharoad olid sagedamini lemmikuteks soomlastel ja teistel põhjamaalastel. Lõunanaabritel olid liharoad ja õlu võrdsel tasemel, lõuna-eurooplased soovitaksid oma kodumaal peamiselt õlut. Venemaalt pärit turistid hindasid väga piimatooteid: jogurteid, piima, võid, kohukesti, kohupiimakreeme jms ning alles seejärel liha- ja kalatoite. Meie piimatooteid hindasid idanaabrite kõrval ka teistelt kontinentidelt saabunud. Lääne-eurooplased ja teistel kontinentidelt Eestisse saabunud soovitaksid aga kõige enam kohalikke kalarogasid, sh lõhet, forelli, lesta, räime, heeringat, kilu, koha jms.

Eesti suppidest on võrreldes liharoogadega avalikkuses vähem räägitud, kuid näiteks Põhjamaade ja Lääne-Euroopa turistidele maitseisid need sedavõrd, et soovitati teistelegi.

Must leib koos tera-, seemneleibade ja küüslauguleibadega mahtus enimsoovitatud toitude hulka. Enam märkisid seda ida- ja lõunanaabrid ning teiste kontinentide turistid. Eesti kondiitritooted avaldasid muljet Venemaa, teiste kontinentide ja Lääne-Euroopa turistidele, viimastele ka salatid. Leedu, Läti ja Ida-Euroopa maade turistid soovitaksid lisaks eesti juuste ja kangemaid alkohoolseid jooke: viina (Saaremaa, Viru Valge), likööri (Vana Tallinn) ning veini jms. Kartulit, hapu-, mulgi-, praekapsaid, kama ja teisi traditsioonilisi roogasid (v.a sealiha) nimetasid turistid suhteliselt harva, mille põhjuseks võib olla nende pidamine lisanditeks. Turistidele olid jätnud hea mulje erinevate rahvusköövide restoranid, näiteks itaalia köök. Riikide lõikes esines teatud iseärasusi: soomlased on avastanud ulukilihast toidud, idanaabritele maitsevad endiselt eesti maiustused, magustoidud, kommid ja küpsised.

Tabel 6. Eesti toidud, mida soovitatakse sõpradele, tuttavatele kodumaal

(% vastanutest)

Soovitused	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=852	n=264	n=162	n=80	n=52	n=68	n=144	n=82
liharoad (grill-liha, vorstid, pihvid jms)	19	28	20	23	21	10	11	9
kala ja kalaroad (koha, lõhe, forell, lest, räim, heeringas, kilu)	16	13	15	18	19	19	26	7
õlu (Saku)	10	2	8	16	21	13	10	26
supid (peedi, aedvilja, kala, seene, herne, seljanka, juustu, sibula, tomati, kana)	9	8	14	4	6	6	10	6
piimatooted	8	3	7	33	6	10	6	7
liha (määratlemata)	7	8	5	8	4	10	6	11
sealiha	6	7	5	8	0	7	8	6
leib (must, tera, seemne, rukki, küüslaugu)	6	2	6	11	10	10	8	9
kondiitritooted	6	4	2	13	4	10	11	2
salatid	6	4	4	5	2	4	13	5
kartul (ahju, prae, frii)	5	5	3	5	2	9	6	6
kana	4	3	5	1	4	4	4	1
juust	3	2	1	8	10	0	3	2
puuviljad, marjad, aedviljad, köögiviljad (k.a kurk ja hapukurk)	3	1	2	0	2	6	7	4
pannkookid (jäätise, moosi, hakklihaga, seentega)	3	1	5	3	4	1	5	6
kapsas (hapu, mulgi, prae)	3	2	6	6	2	6	2	1
erinevad köögid ja restoranid	3	5	2	1	4	3	1	2
muud alkohoolsed joogid (viin, liköör, vein jms)	3	1	4	9	10	1	1	2
loomaliha	2	3	3	0	0	0	1	0
uluk	2	5	1	0	0	0	0	1
magustoidud, maiustused, šokolaad, kommid, küpsised	2	2	3	5	2	4	3	0
pasta, pizza, hamburger - itaalia toidud	2	3	4	0	0	1	1	4
traditsioonilised eesti toidud	2	4	1	0	2	0	3	0
kõike	2	3	0	4	0	6	1	2
riis	1	0	2	1	2	1	0	0
joogid (mahl, vesi, kohv)	1	1	1	1	0	3	2	2
mandlid, pähklid	1	0	2	0	4	0	1	0
kama	1	0	0	1	4	0	0	2
muu	4	6	4	4	2	3	3	1

Kui palusime turistidel nimetada toite, mida nad ei soovitaks sõpradele kodumaal, siis küsimusele vastas vaid 32% küsitletutest, neist omakorda 38% ei hoiataks mitte millegi eest ehk jäi rahule. Ülejäänud vastanud nimetasid sagedamini lihatooteid. Sealjuures põhiroogi peeti ilmetuteks, panniroogade, suppide (näiteks seljanka) ja pelmeenide kvaliteet ei olnud hea. Mõnedele turistidele ei olnud vastuvõetavad verest lihatooted (verivorstid). Enim kogesid liharoogadega probleeme Venemaa ja SRÜ riikidest ning Lätist, Leedust ja teistest Ida-Euroopa maadest pärit turistid. Põhjus võib leiduda aga hoopis külastatud söögikohtades, ülaltoodud maade turistid käisid sagedamini taskukohasemates söögikohtades einestamas (kohvikud, pubid, trahterid jms), kus toitude kvaliteet ei pruukinud olla võrdväärne restoranidega. Eesti liharoad tundusid liiga rasvased Lääne-Euroopa ja muudelt kontinentidelt pärit turistidele, valgest leivast tundsid puudust Venemaa turistid. Oma kaasmaalasi sooviti hoiatada kangete alkoholsete jookide eest, samuti viina pruukimise eest koos õllega. Kama kui rahvustoit ei pruugi maitseda kõigile, näiteks käesolevas uuringus põhjamaalastele ja meie lõunanaabritele. Üldiselt öeldes ei soovi turistid leida igalt poolt maailmast eest pizsat ja hamburgereid, vaid eelistavad kiirtoidule muud toitu. Itaalia kööki küll üldiselt kiideti, kuid mitte igas kohas ei vasta itaalia toitude kvaliteet turistide ootustele ning seetõttu soovitati pigem pakkuda omi kohalikke roogasid. Hotellide toitlustuskohtade asemel soovitati külastada restorane, kus parem teenindus ja kvaliteetsemad toidud. Muud märkused puudutasid toitude liigset soolasust, liigset pipardamist, liigset majoneesi ja maitsetaimede kasutamist, hommikusöögiks kala ja rosolje pakkumist, liigset rämpstoitude ja ameerika toitude pakkumist. Märgitigi vastuvõetava hinnaga restoranide ja vastuvõetava hinnaga spetsiaalse eesti restorani puudumist ning tunti muret kohalike elanike pärast, kellele on restoranides söömine liialt kallis.

Tabel 7. Eesti toidud, mida ei soovitataks sõpradele, tuttavatele kodumaal (% vastanutest)

Hoiatused	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=318	n=88	n=86	n=18	n=13	n=25	n=65	n=23
ei hoiataks millegi eest	38	40	62	0	15	20	32	26
lihatooted (grillvorst, verivorst, pihvid)	8	3	8	11	31	8	8	4
toitlustuskohad, hotelli toidud	7	9	3	0	8	8	9	4
liha, liharoad (sealiha, loomaliha)	6	5	0	6	8	12	14	4
pizza, hamburger	5	5	6	6	0	4	8	0
õlu, viin, vein	5	1	0	17	8	16	8	13
kala, kalatooted	4	6	1	6	8	4	5	0
leib, sai	4	2	2	28	8	0	2	4
kama	4	2	9	0	8	0	2	4
kartul (prae, frii, puder)	3	2	1	0	15	0	3	4
liiga rasvast toitu	3	5	1	0	0	4	6	4
salatid	2	3	0	0	0	8	0	0
pasta ja pannkoogid	2	2	2	0	8	0	0	4
piimatooted ja juust	2	1	0	6	0	8	2	4
kapsas	1	0	1	11	0	0	0	0
muu	13	17	3	11	0	12	14	35

1.6. Turistide arusaam Eesti rahvuslikest toitudest ja jookidest, nende söömine Eestis ja rahulolu

Kui seni käsitlesime Eestis pakutavaid toite üldiselt, pööramata suuremat tähelepanu rahvusroogadele, siis järgnevalt selgitame, kuivõrd adekvaatsed on turistide teadmised Eesti rahvuslikest toitudest ja jookidest, kuivõrd neid Eestis viibides söödi ning mis põhjustel seda ei tehtud.

Turistide arusaam Eesti rahvuslikest toitudest ja jookidest

Uuringu ülesande kohaselt paluti kõikidel turistidel avaldada oma arvamust, millised on Eesti rahvuslikud toidud või joogid. Nimetada võis kuni 5 toitu või jooki, kuna tegemist oli lahtise küsimusega, siis vastusvariante ette ei antud. Küsimuse vastused peegeldavad turistide informeeritust ja seda on toilitustajatel, turismiala ettevõtjatel ja teistel asjasthuvitatutel tulevikus võimalik korrigeerida või muuta.

Kõige esimesena nimetatud toitude või jookide loetelu on toodud tabelis 8. See on nn *Top of Mind*, mis tuleb esimesena meelde ehk seostub esimesena rahvuslike toitude või jookidega – teatud mõttes konkreetne rahvusliku toidu kuvand turisti pilgu läbi. Rahvustoidu või -jooigi küsimusele andis sisulise vastuse 82% küsitletutest, st ei ole arvestatud “ei oska öelda” - vastuseid.

Eesti rahvusliku toidu kuvand välituristide seas on valdavalt liha ja õllekeskne. Esimesena meenutatud rahvustoitude ja -jookide loetelus (*Top of Mind*) märgiti kõige sagedamini erinevaid lihatoite, ja praade (22% vastanutest), kusjuures põhiliselt **sealihast**. Lihasuppe mainiti vaid üksikjuhtudel. Lihatoitude alla rühmitati sea-, metssea-, talle-, veise-, lamba-, hirveliha ja muu ulukiliha, kana ning nendest valmistatud road, nagu ka sült, pajapraad, karbonaad, pikkpoiss, hakkšnitsel, kotlet, suitsutatud seajalad jms. Kui arvestada lihatoitude juurde ka tooted nagu vorstid, viinerid, lihaleivad, pihvid, singid, verivorstid ja verikäkid, märkis liha või sellest valmistatud toite kokku 28% vastanutest (vt tabel 8).

Turistid tajuvad Eesti rahvustoiduna kala ja kalatooteid, mida nimetas 12% vastanutest ning mis oli eespool hapu-, mulgi- ja praekapsastest (7%), samuti kartulist (7%). Kala ja kalatoitude alla rühmitati erinevad kalad nagu lõhe, forell, lest, angerjas, räim, kilu, heeringas, koha, tursk jms ning nendest valmistatud road, ka sprotid ja grillkala. Oluliseks valmistamismeetodiks oli kala suitsutamine, suitsukala võiks kindlasti kuuluda rahvuslike toitude kuvandisse. Suppe mainiti võrreldes lihaga tagasihoidlikumalt (7%), kusjuures rahvuslikeks peeti mitmeid suppe, millest osa ei kuulu Eesti rahvuskööki. Suppidest nimetati näiteks herne-, piima-, liha-, frikadelli-, sibula-, krevet-, tomati-, oasuppi, seljankat ja borši.

Õlu oli uuringu andmetel kõige populaarsem rahvuslik jook (mainis 21% vastanutest) ja tootemarkidest oli tuntuim Saku. Kangemad alkohoolsed joogid, liköörid ja viinad (Vana Tallinn, Viru Valge, Saaremaa viin) olid õlle kõrval teiseks tuntumaks rahvusjookide rühmaks (6%).

Magustoite ja maiustusi, musta leiba, salateid, piimatooteid, kama ja alkoholivabu jooke (kali, mahlad), kohalikke aed- ja köögivilju, aiasaadusi ja putrusid märgiti rahvustoiduna vaid 1-3% vastanute poolt, mida võib pidada küllalt väheseks. Maiustuste all nimetati komme, küpsiseid, kooke, pannkooke, kisselle, torte jms. Muude rahvuslike toitade alla koondati üksikud vastused nagu näiteks pizza, pasta, kartulkröpsud, hamburgerid, hautatud toidud, võileivad, müsli, pirukad, karask, millest kiirtoidud ja pizzad kuuluvad vältimatult iga riigi tänapäevase multikultuurse köögi, aga mitte rahvusköögi juurde.

Tabel 8. Eesti rahvuslikud toidud ja joogid turistide arvates, mida nimetati esimesena – TOP OF MIND (% vastanutest)

Rahvuslikud toidud ja joogid	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=816	n=248	n=162	n=81	n=47	n=58	n=139	n=81
liha (sh sealiha, kana) ja lihatoidud, praed, -supid	22	33	25	5	17	19	16	12
õlu (sh Saku õlu)	21	25	14	20	9	17	27	27
kala ja kalaroad, -supid (sh lõhe, heeringas jms)	12	8	10	7	19	17	17	14
kapsas (mulgi-, hapu-, praekapsas)	7	4	6	30	9	7	1	1
kartul (ahju-, praekartul, kartulivorm)	7	6	7	1	6	10	9	11
supid	7	6	14	4	4	3	2	7
alkohoolsed joogid (sh Vana Tallinn, viin)	6	8	3	16	6	3	4	7
lihatooted	4	6	4	2	6	3	4	1
magustoidud ja maiustused	3	2	4	1	4	3	4	5
leib (must leib)	2	1	4	2	0	2	4	1
verivorst	2	2	1	5	11	0	2	1
salat (kartuli-, kreveti, rosolje jms)	2	0	1	1	2	2	3	4
piimatooted ja juustud (hapukoor, jogurt, jäätis, kohupiim, keefir jms)	2	1	1	2	0	3	2	5
kama	2	1	2	0	6	0	4	1
alkoholivabad joogid (kali, mahlad, vesi)	1	0	1	1	0	5	3	1
aed- ja juurviljad, puuviljad, marjad, seemned	1	1	1	1	2	2	2	1
pudrud (odra-, mulgi-, kruubi-, manna-, kaerahelbe jms)	1	0	0	0	2	5	1	1
muud	5	4	7	6	2	7	1	7

Vaadates kõiki vastuseid koos (vt tabel 9), on üldine pilt rahvustoitudest väga sarnane esimesele muljele. **Eesti rahvuslikud toidud on turistide arvates peamiselt liha sisaldavad toidud, ka kalaroad ja jookidest õlu ning Vana Tallinna liköör või viin, täpsemalt Viru Valge või Saaremaa viin.** Liha, liharoogi ja verivorsti mainis kokku 68% vastanutest, õlut 50%, kala ja kalatoite 34% ja kangeid alkohoolseid jooke 24% vastanutest.

Esimese kümne toidu rühma mahtusid veel kartul ja kartulist valmistatud toidud, näiteks värske kartul, ahju- ja praekartulid (19%), mulgi- ja hapukapsad (17%), erinevad supid (17%), magustoidud ja maiustused (14%) ning piimatooted koos juustudega (9%). Turistid nimetasid oma vastustes ka musta leiba, kama, erinevaid alkoholivabasid traditsioonilisi jooke ja putrusid ning salateid, kuid seda märgatavalt vähem võrreldes liha ja õllega.

Uuringu tulemuste taustal näib eesti rahvuslike roogade ja jookide kuvand küllalt ühekülgne. Siin võib probleem olla turistide teadmatuses rahvusroogadest ja toitlustusasutuste menüüde sarnasuses. Turist ei oska kohalikku toitu üles leida, kui talle keegi juhtnööre ei jaga. Seega võiksid giidid toitlustusasutuste kõrval edukalt turistidele rahvustoite ja rahvusköögi traditsioone tutvustada, kuid neil oleks vaja vastavaid teadmisi ja vastavat koolitust. Vajadus tutvustada turistidele Eesti rahvuskööki on uuringu järgi suur.

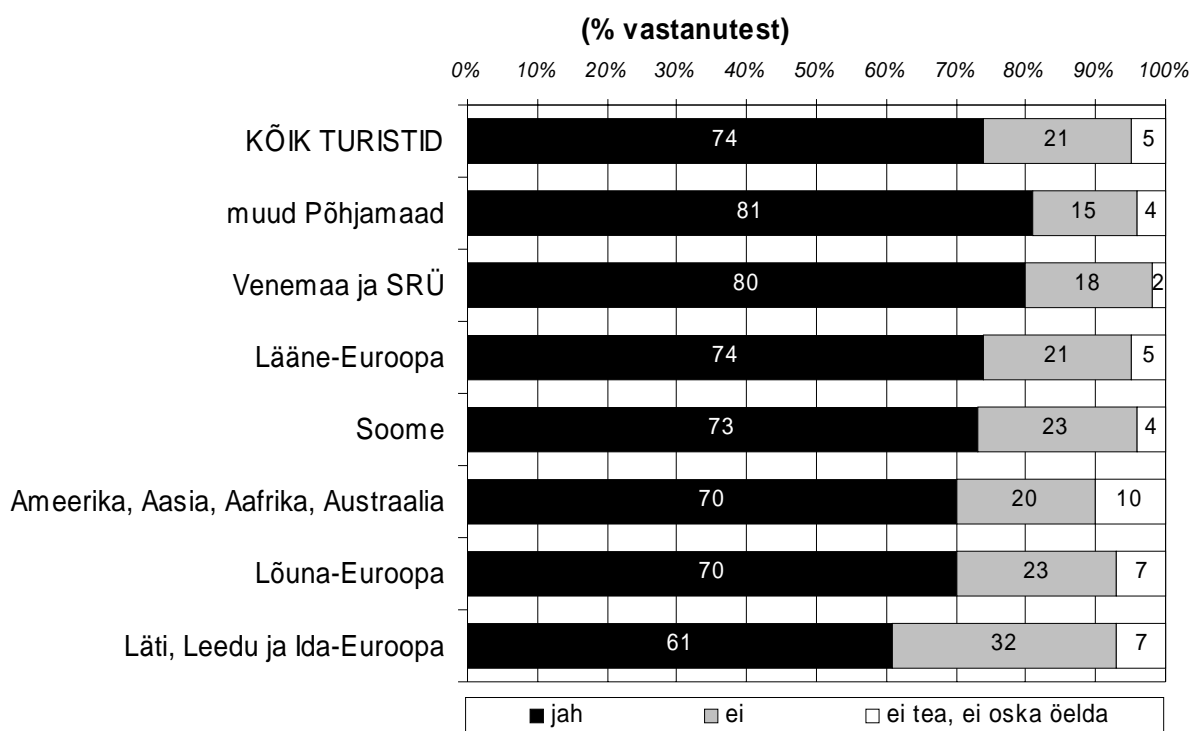
Tabel 9. Toidud ja joogid, mida turistid pidasid eesti rahvuslikeks (% vastanutest)

Rahvuslikud toidud ja joogid	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=821	n=253	n=162	n=81	n=47	n=58	n=139	n=81
liha (sh sealiha, kana) ja lihatoidud, praed, -supid	51	69	58	32	32	40	45	32
õlu (sh Saku õlu)	50	60	40	52	32	36	50	53
kala ja kalaroad, -supid (sh lõhe, heeringas jms)	34	29	42	37	32	36	35	30
alkohoolsed joogid (sh Vana Tallinn, viin)	24	31	14	42	21	21	18	22
kartul (ahju-, praekartul, kartulivorm)	19	16	17	16	17	26	24	21
kapsas (mulgi-, hapu-, praekapsas)	17	16	19	38	11	17	14	4
supid	17	20	28	6	15	12	10	15
magustoidud ja maiustused	14	13	20	15	17	14	14	7
lihatooted	10	12	9	14	9	9	9	5
piimatooted ja juustud (hapukoor, jogurt, jäätis, kohupiim, keefir jms)	9	9	7	14	9	19	6	5
leib (must leib)	8	7	10	4	11	5	12	7
kama	7	6	13	6	6	2	5	2
verivorst	7	5	4	28	17	0	4	2
aed- ja juurviljad, puuviljad, marjad, seemned	7	10	4	2	4	7	9	5
salat (kartuli-, kreveti, rosolje jms)	6	2	5	5	11	16	7	6
alkoholivabad joogid (kali, mahlad, vesi)	6	6	9	1	2	10	10	2
pudrud (odra-, mulgi-, kruubi-, manna-, kaerahelbe jms)	3	2	1	7	4	7	1	2
muud	14	15	15	11	13	19	9	12

Eesti rahvuslike toitude söömine

Eesti rahvuslike toitude ja jookide söömist enda hinnangul Eestis viibides 74% vastanutest, 21% ei söönud ja 5% ei osanud öelda, kas söödud toidud olid rahvustoidud või mitte (vt joonis 16). Kui kolm turisti neljast sööb enda arvates eesti rahvuslike toitude ja jookide, siis võib seda pidada suurepäraseks. Turistide üldisest tasemest enam oli rahvustoitude sööjaid-joojaid mujalt Põhjamaadest (81%) ja Venemaalt saabunud turistide hulgas (80%). Keskmisest tasemest harvemini proovisid rahvustoitude Aasiast, Aafrikast, Ameerikast ja Austraaliast siiasõitnud (70%), samuti Lõuna-Euroopa (70%) ja Läti-Leedu turistid (61%). Viimastest 32% ei söönud neid Eestis viibides. Mida enam kordi ja mida kauem Eestis viibiti, seda suurema tõenäosusega rahvustoitude söödi. Üks-kaks päeva Eestis viibinutest söi rahvustoitude 57%, 11 päeva ja kauem siin viibinutest aga 85% (vt lisa 2.13). Rahvusroogade söömine on seotud nende kättesaadavuse ja muude valikuvõimaluste puudumisega. Tallinnat külastavatest turistidest, kus teatavasti on eri köökide vahel valida, söi enda arvates rahvustoitude 74%, muudes Eesti piirkondades aga oluliselt enam, näiteks Lääne-Eestis 82%, Lõuna-Eestis 83%, Kirde-Eestis 91% ja Kesk-Eestis 93% vastavat piirkonda külastanud turistidest.

Kas söite või jõite eesti rahvuslike toitude ja jookide Eestis viibides?



Joonis 16. Rahvuslike toitude ja jookide söömine-joomine Eestis viibides

Turistidest, kes soovisid enne reisi proovida rahvuslike toitude (66%), tegi oma soovi teoks 78% (vt tabel 10-11), harjumuspärase toidu eelistajatest (10%) 53% ja toidu suhtes väljakujunemata plaanidega turistidest (24%) 71%. Seega nii või teisiti puututi kokku rahvustoitude söötmata eelnevast motivatsioonist. Ka jookide osas kehtis sama trend.

Tabel 10. Eesti rahvuslike toitude proovimise soovi teostamine Eestis (% vastanutest)

Soov reisile tulles proovida Eestis rahvuslikke toite	Kas Te sõite eesti rahvuslikke toite ja jooke Eestis?		
	Jah	Ei	Ei tea, ei oska öelda
Jah, kindlasti	78	17	5
Ei, tahtsin Eestis viibides süüa harjumuspäraseid toite	53	40	7
Ei olnud toitudega seoses plaane	71	24	5

Tabel 11. Eesti rahvuslike jookide proovimise teostamine Eestis (% vastanutest)

Soov reisile tulles proovida Eestis rahvuslikke jooke	Kas Te sõite eesti rahvuslikke toite ja jooke Eestis?		
	Jah	Ei	Ei tea, ei oska öelda
Jah, kindlasti	79	16	5
Ei, tahtsin Eestis viibides juua harjumuspäraseid jooke	51	43	5
Ei olnud jookidega seoses plaane	68	28	5

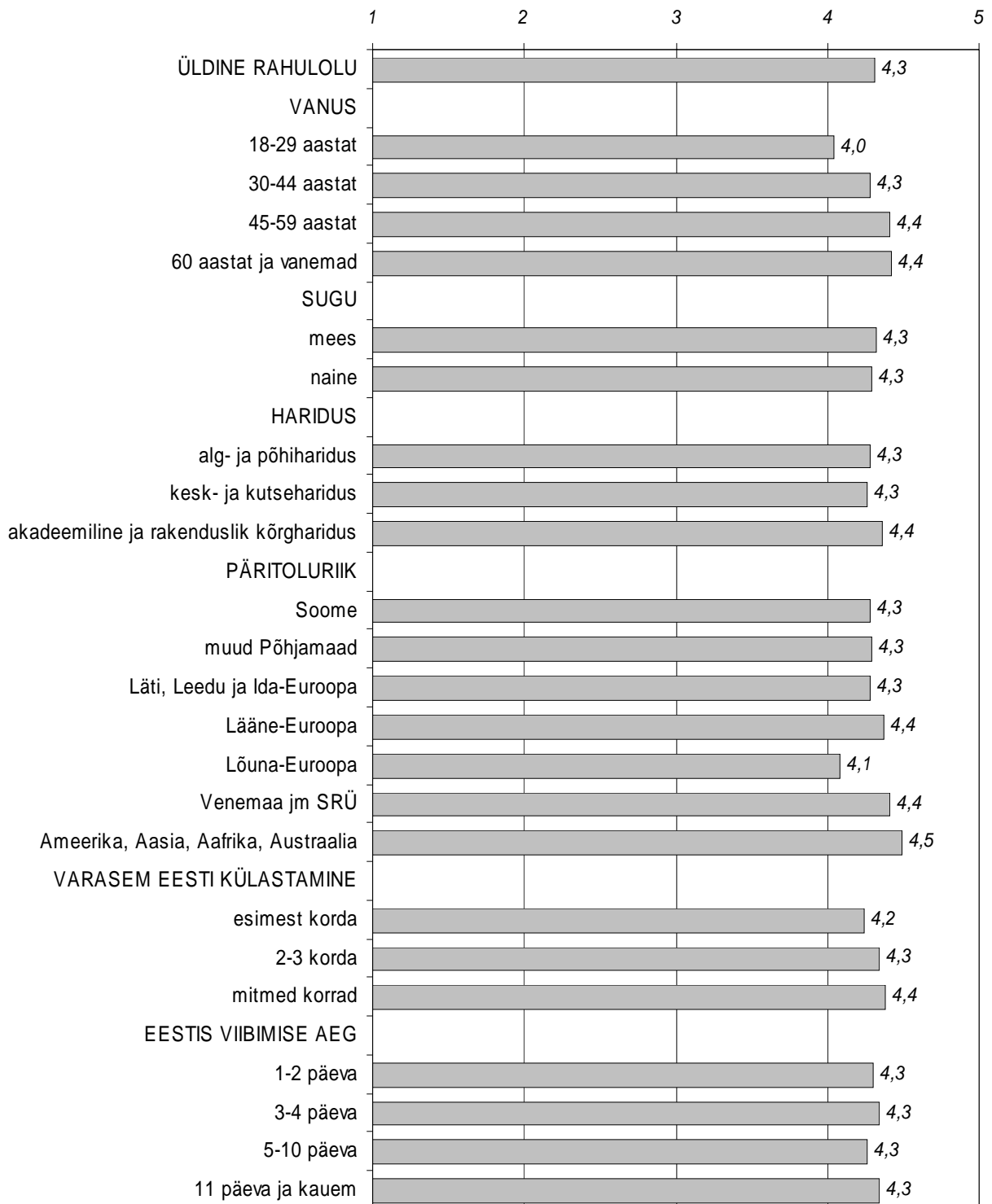
Rahulolu rahvuslike toitudega ja mittedöömise põhjused

Eestis söödud rahvuslike toitudega jäid turistid rahule, keskmine hinnang 5-palli süsteemis oli 4,3 palli, mis on hea ja väga hea vahel. Hea hinnang anti olenemata varasematest külaskäikudest, visiitide kestusest, külastatud piirkondadest, turisti haridusest ja soost (vt joonis 17, lisa 2.14). Kõige nooremate Eesti külastajate rahulolu hinnang oli madalam teistest vanusegruppidest (4,0 palli), kuid ikkagi heal tasemel.

21% küsitatud turistidest ei söönud Eestis viibides rahvuslikke toite ja selle peamiseks põhjuseks oli teadmatus – ei teatud, millised on eesti rahvuslikud toidud või joogid (53%), ei teatud, kus neid toite ja jooke pakutakse (26%). Turist eeldab teenindavalt personalilt, kellega toitlustusasutustes ja ka ööbimiskohtades kokku puututakse, rahvustoitude soovitamist ja pakkumist (teenindajad ei pakkunud ega soovitanud - 22% vastanute puhul). Suhteliselt vähe märgiti põhjusena rahvustoitude puudumist menüüdes (11%), kohtade vähesust, kus neid toite pakutakse (7%) ja toidu maitse vastuvõetamatust (1%). Muu köögi eelistamine ei ole rahvustoitude mittedöömise põhjusena olulisel kohal (7%). Ülejäänud põhjustest võib siinkohal nimetada aja puudust otsimaks üles eesti rahvusrestorane, reklaamide puudumist, kogu perele sobiva söögikoha eelistamist, sobimatust dieediga ja ise toidu valmistamist.

Kahetsusväärset on kujunenud arusaam, et eesti rahvuslik jook on ainult kas viin või õlu. Hea oleks tutvustada ja pakuda turistidele alkoholivabu alternatiive nagu kali, mahlad, piim, hapupiimajoogid, keefir, taimetee vms.

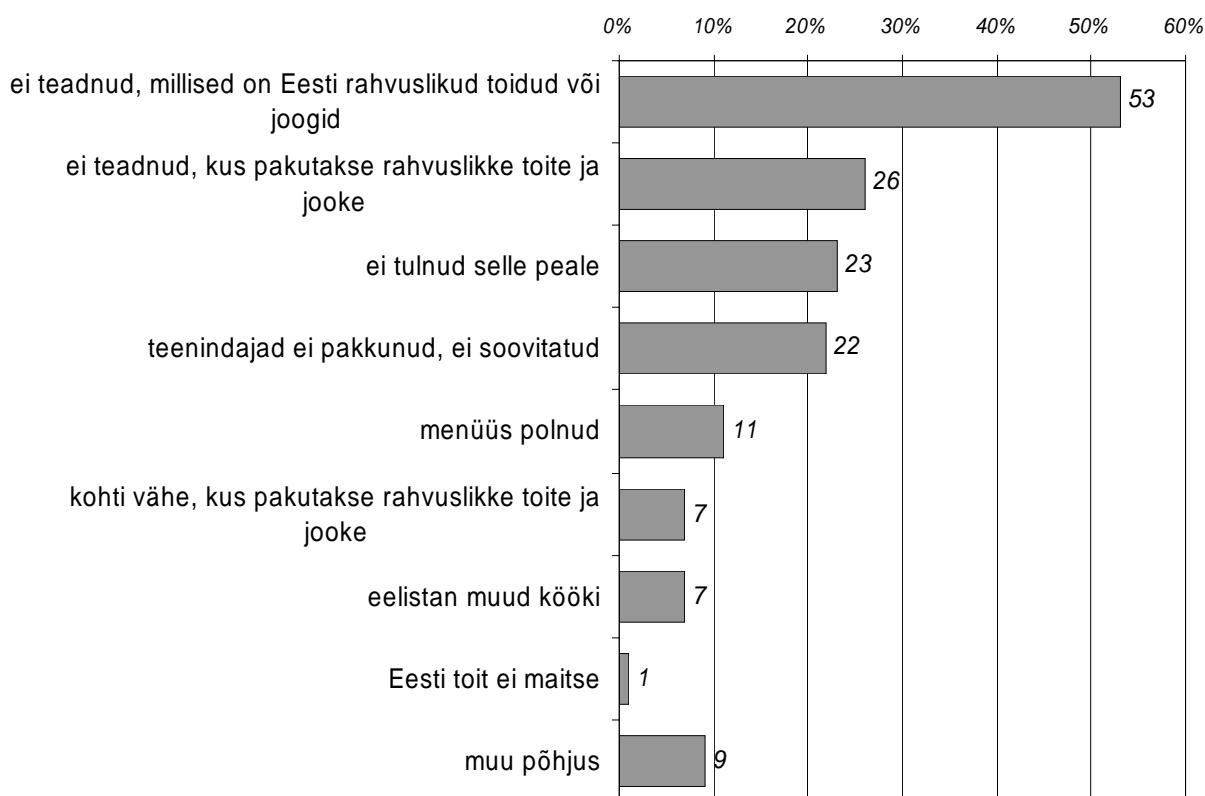
Üldine rahulolu Eestis söödud rahvuslike toitudega (Eestis rahvuslike toite söönud turistide hinnangute keskmised 5-palli süsteemis)



Joonis 17. Rahulolu Eestis söödud rahvuslike toitudega

Rahvuslike toitude mittesöömise põhjused

(% turistidest, kes ei söönud Eestis viibides eesti rahvuslikke toite)



Joonis 18. Rahvuslike toitude mittesöömise põhjused

Rahvuslikud toidud, mida turistid Eestis sõid

Järgnevalt konkreetselt rahvuslikest toitudest ja jookidest, mida turistid Eestis viibimise ajal sõid või jõid. Etteantud vastuseid polnud, seega tuginesid turistid vastates oma isiklikele kogemustele. Söödud rahvuslikku toitu või jooki nimetas 73% kõigist küsitletutest (74% sõi neid Eestis viibides).

Vabade vastuste rühmitamise käigus moodustus 29 suuremat toitude gruppi, millest suuremad olid **liha ja lihatoidud, kala ja kalatoidud, kartul ning õlu**. Liha ja lihatoite märkis kokku 49% vastanutest; neist 20% ei määratlenud liha tüüpi, kuid märkis ära toidu või supi; 18% nimetas praadi, sealjuures valdavalt märgiti seapraadi; 8% nimetas vorste ja teisi lihatooteid, millest suure osa moodustasid grilltooted; 3% mainis verivorsti (vt tabel 12).

Teise suurema grupi moodustas õlu – 30% vastanutest, sh 25% nimetas õlut seda täpsemalt määratlemata ja 5% märkis Saku õlut. Kolmanda suurema rühma moodustasid kala ja kalaroad – kokku 25% vastanutest, kusjuures lõhet nimetas 5% ja heeringat 3%. Muudest kalaroadest mainiti marineeritud kala, suitsukala (sh suitsuheeringat, -angerjat, -lesta, -räime, -forelli, -ahvenat), kalamarja, kalasalatit, grillkala, kilu, räimepihve, lõhekotlette, kartuli-kilu vormi, sprotte, koha, turska jms.

Tabel 12. Eesti rahvuslikud toidud ja joogid, mida söödi Eestis (% vastanutest)

Rahvuslikud toidud ja joogid, mida söödi Eestis	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=731	n=215	n=160	n=72	n=35	n=54	n=123	n=72
õlu	25	15	21	28	31	26	35	44
liha ja lihatoidud (sh supid)	20	27	21	17	17	15	17	14
sealiha, seapraad jm praed (põdra-, lamba-, jänese-, ahju jt)	18	30	14	10	9	13	15	14
kala ja kalaroad (sh supid)	17	13	13	33	9	20	22	11
kartul	14	12	16	10	11	20	17	14
magustoidud (koogid, pannkoogid, tordid jt)	9	9	9	7	3	11	9	8
vorstid jt lihatooted	8	8	7	15	11	9	5	4
salat (sh kartuli-, rosolje)	7	6	8	1	6	17	6	6
supid (sh spinati-, herne-, juustu-, sibula-, hapukapsa-, tomati-, seene- jt)	7	6	10	4	6	7	5	11
leib	6	3	6	1	9	6	12	8
Saku õlu	5	5	1	11	6	4	7	3
lõhe	5	4	5	1	11	7	4	8
kana ja kanaroad	5	7	6	3	3	2	6	3
liköör Vana Tallinn	5	2	2	25	6	2	5	4
viin	5	3	5	3	9	7	6	8
piimatooted (piim, keefir, jogurt, hapupiim, kohukesed, kohupiim, -kreem)	5	4	4	7	0	13	7	4
kapsas (mulgi-, hautatud-, ahju, kapsarullid)	5	1	2	29	6	7	3	4
joogid (kali, mahl, kohv, morss)	4	4	4	0	0	9	7	3
hapukapsas	4	3	9	0	0	4	6	0
verivorst	3	2	1	17	6	0	2	1
heeringas	3	2	4	3	0	2	5	3
aed- ja juurvili, puuvili, marjad	3	5	1	0	0	6	7	4
juust	2	3	1	1	6	4	2	1
kama	2	2	0	3	6	0	3	3
maiustused (kommid, küpsised, mandlid, piparkoogid, šokolaad jt)	2	1	1	3	9	2	2	0
alkohoolsed joogid (siider, brändi, liköör, džinn, vein, balsam jt)	2	1	2	3	0	2	2	3
pudrud (odra, kerahelbe jt)	2	0	0	4	3	6	1	3
seened	1	2	1	0	0	2	2	1
muud road (müsli, hoidised, võileivad, munad, mesi jt)	11	11	14	6	9	15	9	14

Kartulit nimetas kokku 14% vastanutest. Ülaltoodud toitude rühmad olid sagedamini esindatud vaatamata maailmajaole või riigile, kust turist pärit oli.

9% turistidest sõid rahvuslikke magustoite, sh kooke, pannkooke, torte; 7% salateid, sh kartulisalati, rahvuslikuks nimetati ka rosoljet. Erinevaid suppe sõi 7% vastanutest, sh herne-, spinati-, juustu-, sibula-, hapukapsa-, tomati-, krevetisuppi, seljankat jms, kusjuures viimast kahte peeti eesti rahvustoiduks. Musta leiba sõid turistid võrreldes liha- ja kalaroojadega tunduvalt vähem, vaid 6% vastanutest ja seda mainisid enam Lääne-Euroopast pärit turistid. Piimatooteid sõi rahvustoiduna 7% vastanutest, sh piima, keefiri, jogurteid, hapupiima, kohukesti, kohupiima ja juuste. Omaette toitude rühma moodustasid kapsast valmistatud toidud või lisandid: hapukapsast sõi 4% ja teisi kapsast valmistatud toite kas põhitoiduna või lisandina 5% (näiteks mulgikapsad, hautatud kapsad, ahjukapsad, kapsarullid).

Alkohoolsed joogid osutusid üllatavalt populaarseteks (kokku 42%), lisaks õllele jõid 5% vastanutest likööri Vana Tallinn, 5% viina ning 2% muid alkohoolseid jooke nagu näiteks siidrit, džinni, veine, brändit jms. Olgu siinkohal märgitud, et tegemist oli suvise ajaga, talvisel perioodil küsitledes võivad õlle ja kange alkoholi protsendid olla teised. Alkoholivabu jooke (kali, mahl, kohv, morss) nimetas vaid 4% vastanutest, mida on küllalt vähe arvestades traditsiooniliste jookide mitmekesisust. Need joogid ei ole kahjuks turistidele niivõrd teada ja neid ka ei pakuta restoranides madalama hinnataseme ja ehk liigse "lihtsuse" tõttu.

Hoolimata suveperioodist märkis kama söömist vaid 2% vastanutest, samuti ei olnud ilmselt pudrud menüüdes piisavalt nähtaval (2%) või paljudes kohtades seda ei pakutud. Kohalikke aedvilja- ja juurviljatoite sõi 3% vastanutest, sh ube, naerist, kaalikat, porgandeid, kurke ja tomateid, sibulat ja küüslauku ning marju ja puuvilju.

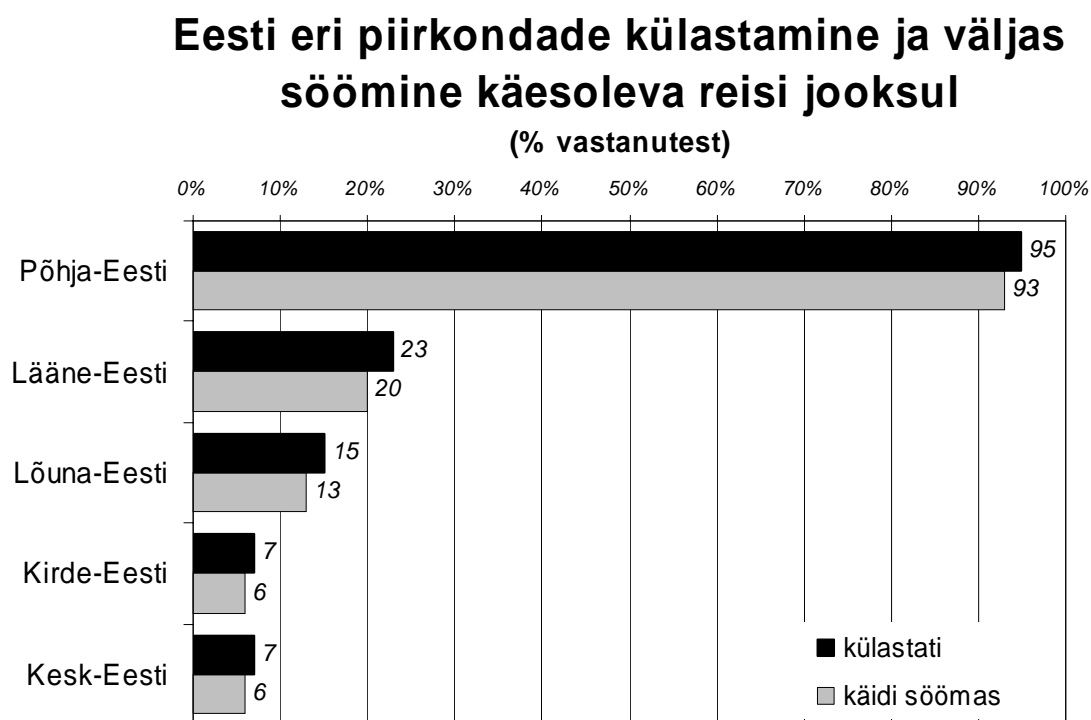
Uuringu tulemuste põhjal võib öelda, et turisti arusaam kujuneb suures osas toitlustusasutuste pakkumiste alusel ja kui menüüdes on peamiselt lihatoidud, õlu, Vana Tallinn ja Viru Valge, siis seda tajutakse rahvustoitidena ja eesti köögi mitmekesisus jääb tahaplaanile. Positiivne on kala ja kalatoodete suur osakaal turistide poolt rahvustoiduna söödud toitade nimekirjas, samuti erinevate ulukite praadide nõ avastamine turistide poolt. Kindlasti võiksid pälvida suuremat toitlustajate tähelepanu kohalikud mittealkohoolsed joogid (ka taimeteed), aed- ja juurviljatoidud (ka taimetoidud), pudrud, marjad, piimatooted ning metsaandidest valmistatud toidud, leib, magustoidud.

2. RAHULOLU TOITLUSTUSASUTUSTES PAKUTAVATE TOITUDEGA

2.1. Eesti piirkondade külastamine ja väljas söömine

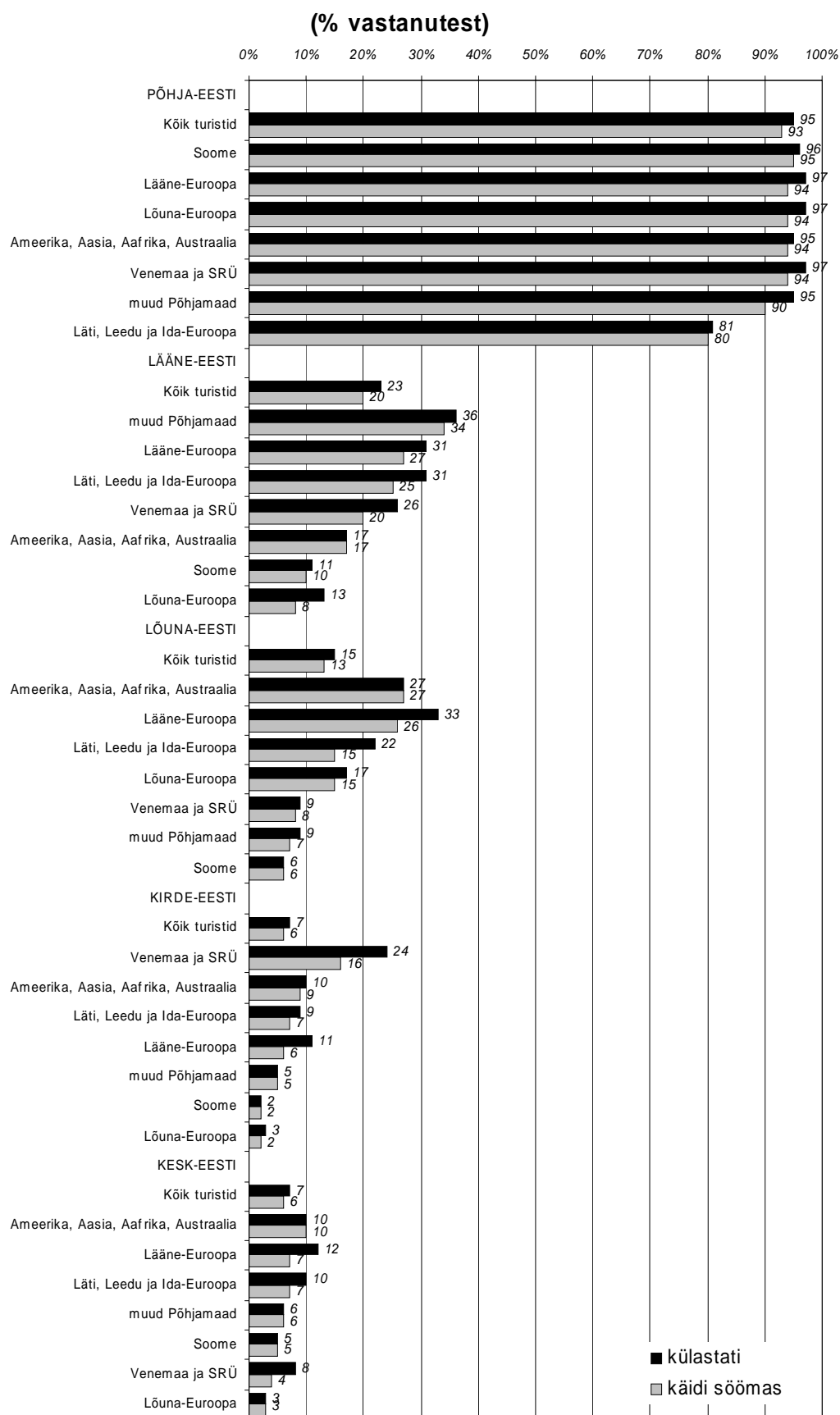
Küsitluse üheks ülesandeks oli selgitada välja, milline on turistide rahulolu meie toitlustusasutuses pakutavate toitudega. Enne rahulolu teema käsitlemist on hea teada, milliste Eesti piirkondade söögikohtade külastamisele see hinnang põhineb ehk kus turistid üldse väljas sõid. Kuna valdav enamus turiste küsitleti Tallinnas ja Tallinn on peamiseks nn väravaks, kust Eestisse tullakse ja lahkutakse, võis eeldada tema suuremat esiletulekut võrreldes muude piirkondadega. Eesti erinevate piirkondade järjestus külastatuse protsendi järgi peegeldab hetkel ka piirkondade atraktiivsust turistide jaoks (vt joonis 19).

Tulemused näitasid, et kui Eestit ja mingit Eestimaa piirkonda juba külastati, siis seal ka söödi. Vaid 1% kõigist küsitletutest ei käinud Eesti külastamise ajal üldse mõnes toitlustusasutuses söömas. Tallinna ja Põhja-Eestit külastas kokku 95% küsitletud turistidest ja 93% käis söömas mõnes toitlustuskohas. Tallinn on kahtlemata kõige ligitõmbavam linn, millele järgnevad Lääne-Eesti koos saartega ja Lõuna-Eesti (külastas vastavalt 23% ja 15% küsitletud turistidest). Kirde- ja Kesk-Eestit võib pidada praegu veel turistidele avastamata piirkondadeks, mis kätkeb potentsiaali tulevikuks (külastas 7% küsitletud turistidest). Uuringu tulemuste põhjal võib kindlalt öelda, et peale piirkonna vaatamisväärsuste on turistile oluline, et ta saab kohapeal süüa ja juua. Kohaliku toitlustuse tase kas toetab või kahjustab piirkonna mainet.



Joonis 19. Eesti piirkondade külastamine ja väljas söömine

Eesti eri piirkondade külastamine ja väljas söömine käesoleva reisi jooksul



Joonis 20. Eesti piirkondade külastamine ja väljas söömine turistide päritolumaade lõikes

Erinevatest riikidest pärit turistid külastavad Tallinna kõrval erinevaid maakondi (vt lisa 2.6). Joonisel 20 on esitatud küsitletud turistide visiidid ja väljas söömisel Eesti piirkondade lõikes. Valdav enamus küsitletud turistidest viibis Tallinnas (81-97%). Tallinna ja Põhja-Eesti külastajate hulgas oli suhteliselt rohkem Venemaalt ja muudest SRÜ riikidest pärit ning Lääne- ja Lõuna-Euroopast pärit turiste (kõik 97%) ning vähem Lätist, Leedust ja Ida-Euroopast pärit turiste. Sagedasimad toitlustusasutustes sööjad olid soomlased (95%), kuid ka Lääne- ja Lõuna-Euroopast ning teistelt kontinentidelt pärit turistid (94%).

Lääne-Eesti oli Põhja-Eesti kõrval teiseks Eesti magnetiks. Küsitletud turistidest olid Lääne-Eestit külastanud suhteliselt enam Põhjamaade turistid (külastas 36%, sõi 34%), v.a Soome ning Lääne-Euroopa (külastas 31%, sõi 27%) ja Lätist-Leedust pärit turistid (külastas 31%, sõi 25%).

Lõuna-Eesti oli populaarne küsitletud Lääne-Euroopa (33%), muude kontinentide (27%) ja lõunanaabritest turistide hulgas (22%). Kuna väljas söömise protsendid olid lähedased külastamiste protsentidele, siis olid ülaltoodud maade turistid ka sagedasemad piirkonna toitlustusasutustes einestajad (vastavalt 26%, 27% ja 15%). Kirde-Eesti külastamine oli ootuspäraselt suurem küsitletud Venemaa turistide hulgas (24%, piirkonnas sõi 16%).

2.2. Üldine rahulolu Eestis söödud toiduga

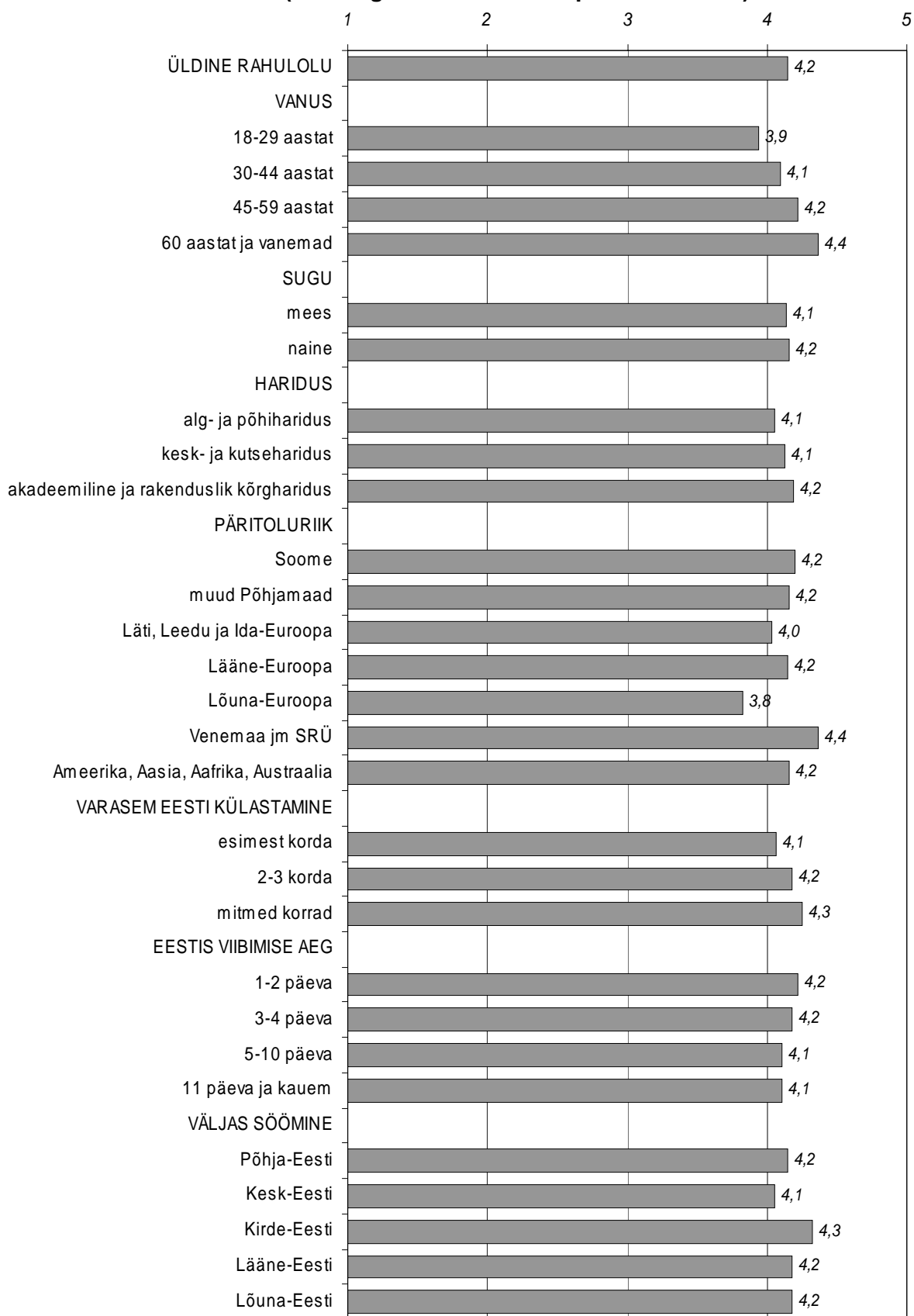
Turistide rahulolu Eestis söödud toiduga selgitati küsimusega, kus paluti anda üldine hinnang 5-palli süsteemis, kus 5 – väga hea, 4 – hea, 3 – rahuldav, 2 – halb ja 1 – väga halb. Küsimusele vastati meelsasti, hinnangut ei osanud anda vaid 1% kõigist küsitletutest.

Küsitletud turistid olid Eestis söödud toiduga rahul, keskmine rahulolu hinnang oli 4,2 palli, mis näitab head taset. Hinnangutes olid erinevused sõltuvalt turisti vanusest, päritolumaast ja varasemast Eesti külastamisest (vt joonis 21, lisa 2.7). Väljas söömise piirkondade lõikes olid hinnangud sarnased, samuti ei sõltunud üldine hinnang Eestis viibitud päevade arvust, vastaja soost või haridustasemest.

Vanemad kui 45-aastased turistid olid alla 30-aastastega võrreldes enam toiduga rahul. 45-59-aastaste keskmine hinnang oli 4,2 palli, 60-aastaste ja vanemate turistide hinnang 4,4 palli, samas kui 18-29-aastaste hinnang oli vaid 3,9 palli. Need erinevused olid statistiliselt olulised ja saadud keskmiste 95%-liste usalduspiiride võrdlemisel. Noored võisid eelistada tänapäevasemaid toite ja odavamaid söögikohti, mistõttu oli nende hinnang madalam. Siit toitlustajatele idee mõelda välja noortele suunatud eestipäraseid toite. Esimest korda Eestit külastanud turistide hinnang oli madalam siin palju kordi viibinutest (kes on peamiselt soomlased), keskmised hinnangud olid vastavalt 4,1 palli ja 4,3 palli. Lõuna-Euroopast pärit turistid olid eesti toiduga kõige vähem rahul, keskmine hinnang 3,8 palli. Hinnang oli oluliselt madalam Soome, teiste Põhjamaade, Venemaa ning Lääne-Euroopa turistide poolt antud hinnangutest. Kuid hoolimata vastajate väga erineva toidukultuuriga taustast hinnati eesti toitu üldiselt heal tasemel olevaks.

Üldine rahulolu Eestis söödud toiduga

(hinnangute keskmised 5-palli süsteemis)



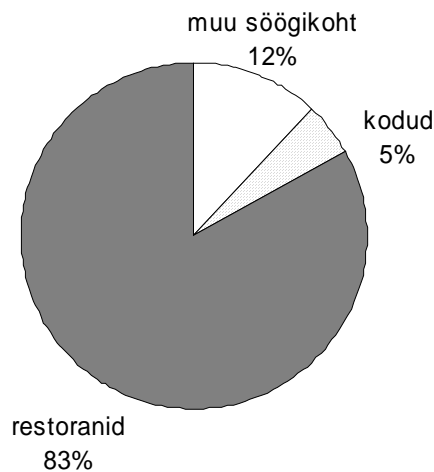
Joonis 21. Üldine rahulolu Eestis söödud toiduga

2.3. Rahulolu eesti toidu omaduste, hinna ja teenindusega

Uuringus käsitleti lisaks üldisele toiduga rahulolule kitsamalt rahulolu toidu maitse, väljanägemise, värskuse, toitumise valiku ja hinnaga. Hindamiseks kasutati juba tuttavat 5-palli süsteemi, kus 5 – väga hea, 4 – hea, 3 – rahuldav, 2 – halb ja 1 – väga halb. Analüüsil leiti hinnangute aritmeetilised keskmised koos 95%-liste usalduspiiridega (vt joonis 23, lisa 2.9). Ebamäärasuse vältimiseks paluti turistil mõelda eelmise päeva ühele söögikorrale (kui Eestis viibiti ainult üks päev, siis küsitlemise päevale). Söögikorra valis vastaja omal vabal valikul ilma küsitlejapoolse suunamiseta. Küll aga pandi kirja einestamise koht, kus söögikorda hinnati (vt joonis 22, lisa 2.8).

83% küsitatud turistidest hindas restoranitoitu, 5% kodudes ja 12% muudes söögikohtades söödud. Restoranides sööjate hulgas oli enam keskealisi 30-59-aastasi (86%) ning Lääne-Euroopast pärit turiste (89%), kuid vähem alla 30-aastasi (71%), Venemaalt (78%), Lätist-Leedust ja Ida-Euroopast pärit turiste (69%). Siin on põhjuseks restoranide kõrgem hinnatase, mistõttu vähem kulutada soovivad turistid valisid restorani asemel muu söögikoha. Viimastest nimetati sagedamini kohvikuid (38% muus söögikohas einestanutest); pubisid, baare ja trahtereid (26%); hotelle, turismitalusid ja võõrastemaju (10%) ning kiirsöögikohti (8%). 5% küsitatud turistidest hindas eelmise päeva einet, mis söödi kellegi juures, sest nad ei olnud sel päeval väljas einestanud.

Turistide einestamise kohad küsitlusele eelnenud või samal päeval, kus söögikorda hinnati (% vastanutest)

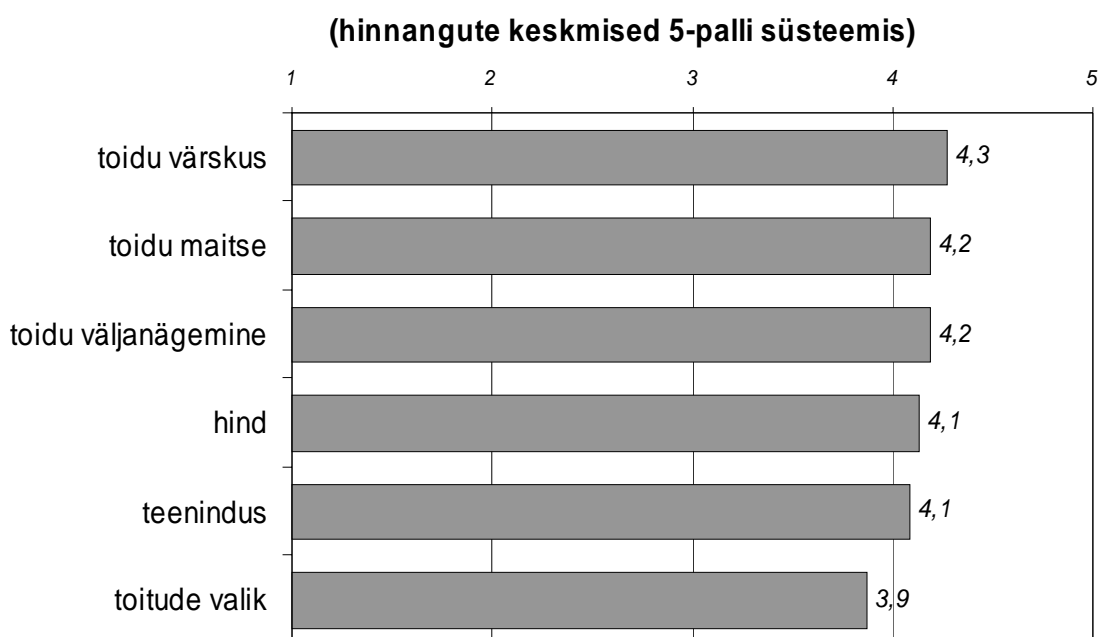


Joonis 22. Turistide einestamise kohad, kus söögikorda hinnati

Kokkuvõtlikult näitavad tulemused turistide rahulolu kõikide uuritud tunnuste osas. Eesti toidu värskust, maitset, väljanägemist, hinda, teenindust ja toitude valikut võib kõiki pidada heal tasemel olevateks, sest hinnangud on heal tasemel alates 3,9 pallist (toidu valik) kuni 4,3 pallini (toidu värskus).

Samas näitavad tulemused, et hinnaga olid turistid vähem rahul (4,1 palli) võrreldes toidu värskuse (4,3 palli) ja väljanägemisega (4,2 palli), samuti oli rahulolu teenindusega (4,1 palli) madalam rahulolust toidu maitse (4,2 palli) ja väljanägemisega (4,2 palli). Toitude valik (3,9 palli) jättis turistide arvates kõige rohkem soovida, rahulolu oli oluliselt madalam kõikidest teistest hinnangutest.

Rahulolu Eestis söödud toiduga - ühe toidukorra näitel



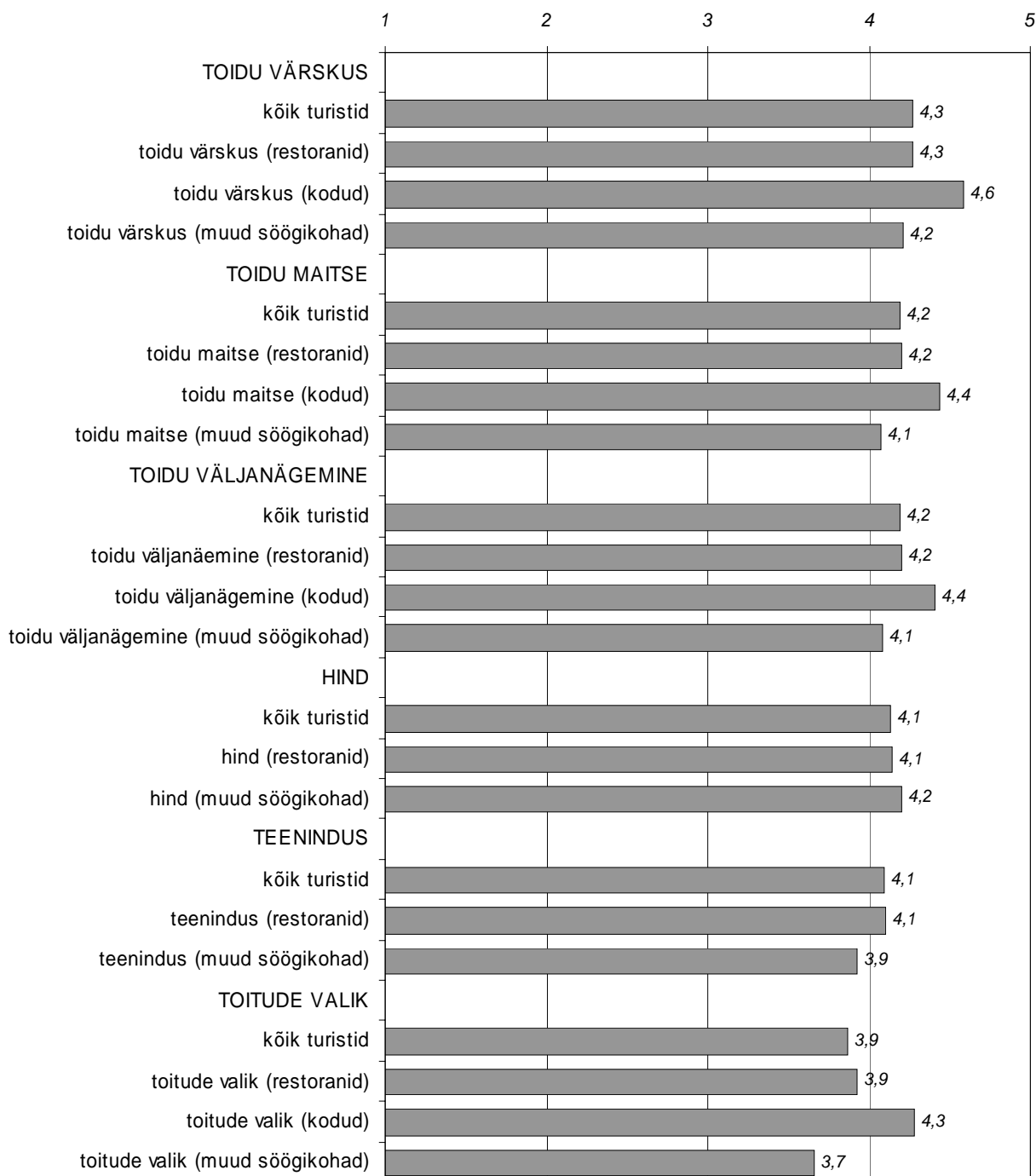
Joonis 23. Rahulolu Eestis söödud toiduga

Rahulolu restoranides pakutud toiduga oli samal tasemel kõigi turistide koondhinnangutega (vt joonis 24). Toidu värskus, maitse, väljanägemine ja toitude valik aga oli kodudes söönute arvates paremal tasemel.

Turistide päritolumaa järgi vaadates oli rahulolu kõrgeim Venemaalt ja teistest SRÜ riikidest pärit turistide hulgas (vt joonis 25, 26) ja seda toidu värskuse, maitse, väljanägemise ning toitude valiku osas. Lõuna-Euroopast pärit turistid olid aga kõige rahulolematumad, kuigi ka nende hinnangud olid heal tasemel. Eesti köök tundub prantsusmaa, itaalia ja hispaania köökidega võrreldes liialt erinev, millega harjumine võib olla raskem. Toitude hinnad olid vastuvõetavamad Põhjamaade inimestele, kõige väiksem oli rahulolu Lätist-Leedust ja mujalt Ida-Euroopast saabunute hulgas. Teenindusega olid enam rahul muudelt kontinentidelt Eestisse saabunud ning vähem Lõuna-Euroopast ja Põhjamaadest saabunud.

Tulemuste valguses on erineva hinnatasemega eesti toitu pakkuvate toitlustusasutuste mitmekesisus väga vajalik, restoranidele ja praegusele menüüdes pakutavale on vaja alternatiive ja turistidele sellekohast teavet.

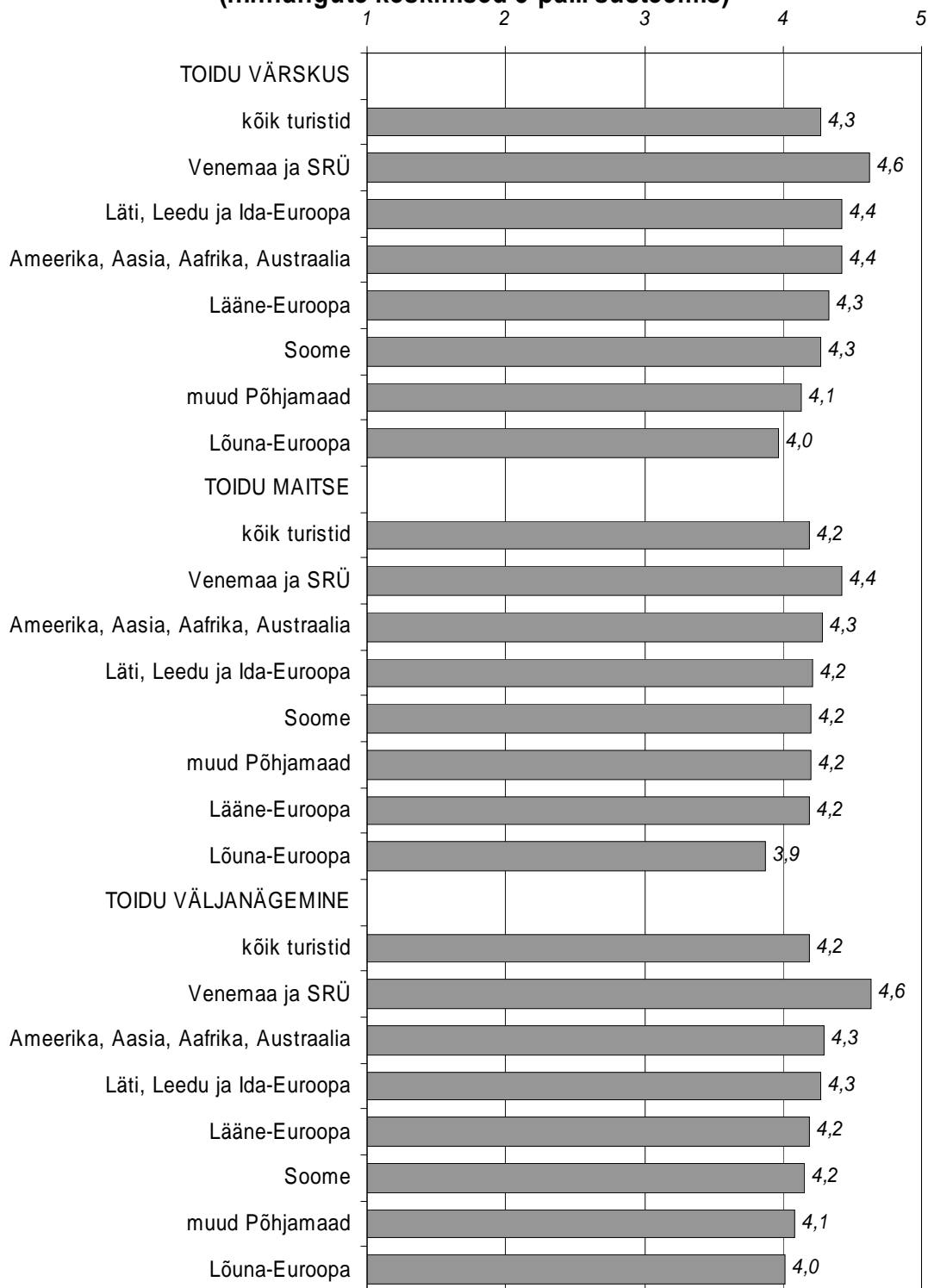
Rahulolu Eestis söödud toiduga einestamiskohtade lõikes (hinnangute keskmised 5-palli süsteemis)



Joonis 24. Rahulolu Eestis söödud toiduga einestamiskohtade lõikes

Rahulolu Eestis söödud toiduga päritolumaa lõikes (1)

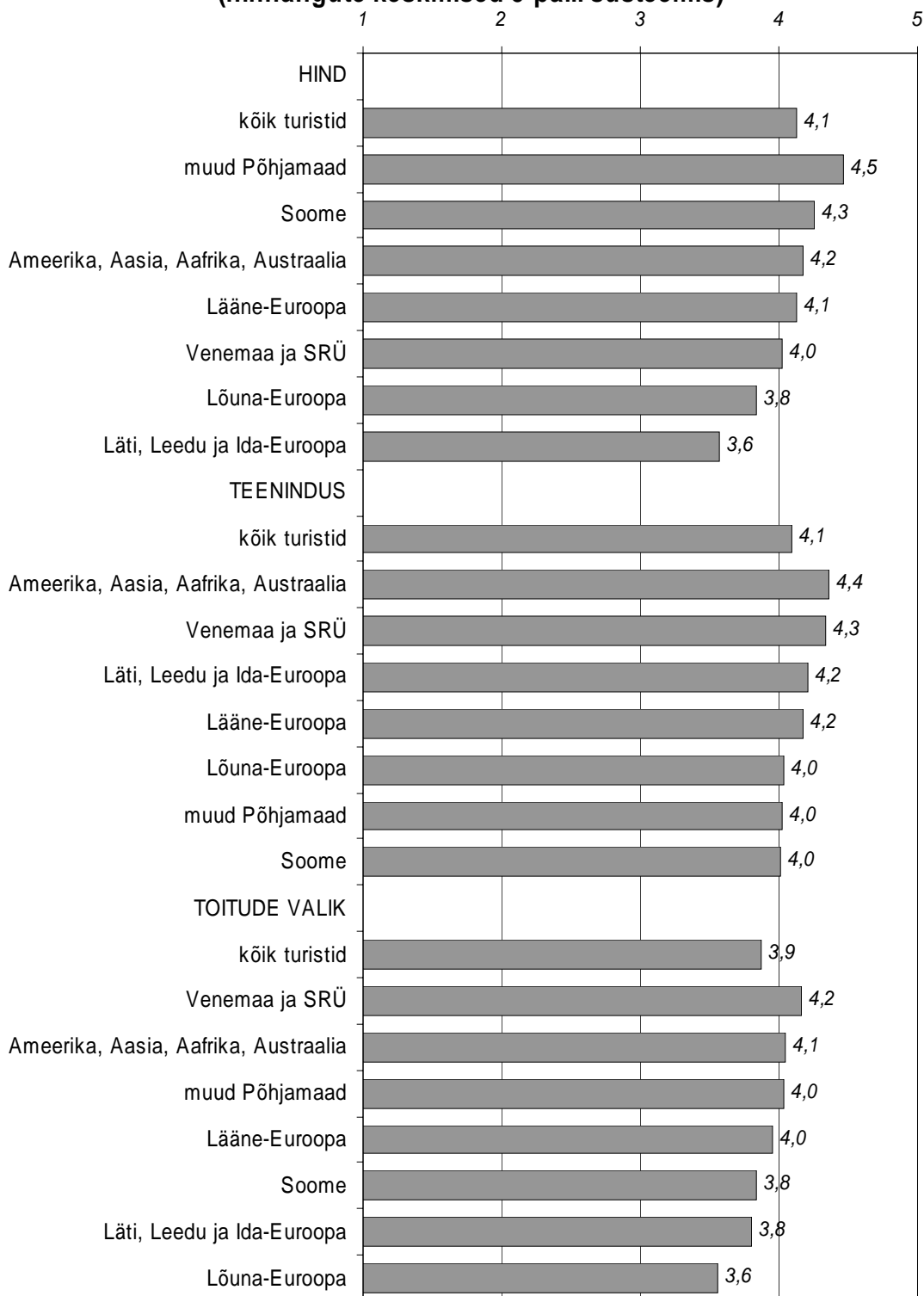
(hinnangute keskmised 5-palli süsteemis)



Joonis 25. Rahulolu Eestis söödud toiduga päritolumaa lõikes – toidu värskus, maitse ja väljanägemine

Rahulolu Eestis söödud toiduga päritolumaa lõikes (2)

(hinnangute keskmised 5-palli süsteemis)



Joonis 26. Rahulolu Eestis söödud toiduga päritolumaa lõikes – hind, teenindus ja toitade valik

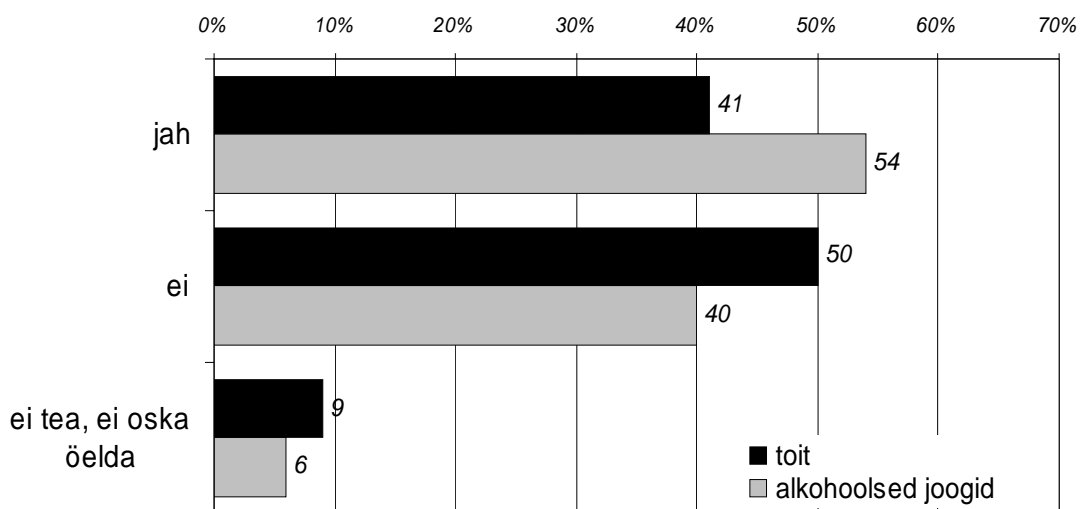
3. PEAMISED EESTIST KAASAOSTETAVAD TOIDUTOOTED JA KAASAOSTMISE PÕHJUSED

3.1. Eesti toidutoodete ja alkoholsete jookide kaasaostmine

Teadaolevalt ostavad paljud soomlased Eestist alkoholseid jooke ja toiduaineid koju kaasa. Kuivõrd ulatuslik on see tegevus Eestit külastavate turistide, sealhulgas soomlaste hulgas tervikuna, sellest alljärgnevalt. Palusime turistidel öelda, kas nad ostsid või kavatsesid enne Eestist lahkumist osta kaasa toidutooteid või alkoholseid jooke.

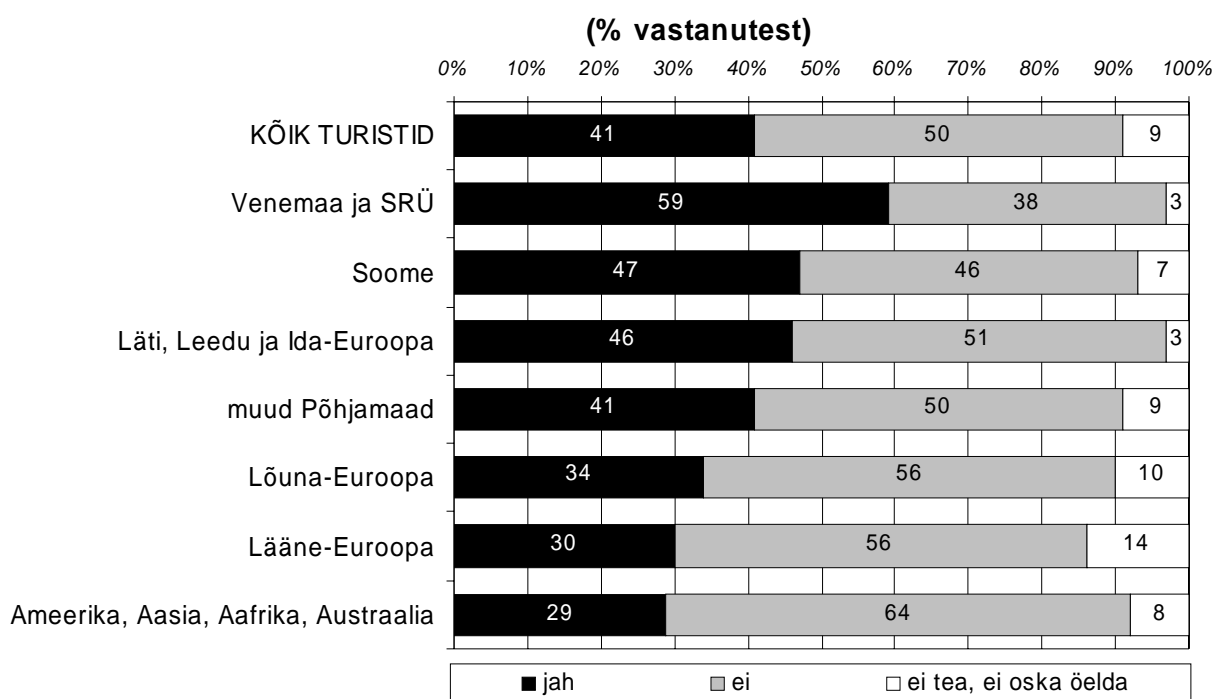
Uuringu järgi ostis või kavatses Eestist toitu kaasa osta 41% vastanutest ja alkoholseid jooke 54% vastanutest. Toitu ei ostnud ega kavatsenud kaasa osta 54% vastanutest, 9% ei osanud veel küsitluse hetkel oma plaanide kohta öelda. Alkoholit ei ostnud ega plaaninud kaasa osta 40% vastanutest ja 6% ei osanud öelda (vt joonis 27, lisa 2.15). Toitu ostavad sagedamini kaasa naised (47%), alg- ja põhiharidusega turistid (51%), samuti turistid, kes külastavad Eestit mitmeid kordi (51%), näiteks soomlastest oli selliseid 70%. Mida lähemalt maalt turist Eestisse saabus, seda tõenäolisemalt ostab ta toitu kaasa (vt joonis 28). Kõige enam soovivad toidutooteid kaasa osta Venemaalt või muudest SRÜ riikidest (59%), Soomest (47%) ning Lätist-Leedust või Ida-Euroopast pärit turistid (46%). Toimib ka vastupidine tendents: mida kaugemalt turist Eestisse tuli, seda tagasihoidlikum on toidutoodete kaasaost. Ameerikast, Aasiast, Aafrikast ja Austraaliast saabunutest sooviks toitu kaasa osta vaid 29%, Lääne-Euroopast 30% ja Lõuna-Euroopast 34%.

Eesti toidutoodete ja/või alkoholsete jookide kaasaostmine või kaasaostmise kavatsus enne Eestist lahkumist (% vastanutest)



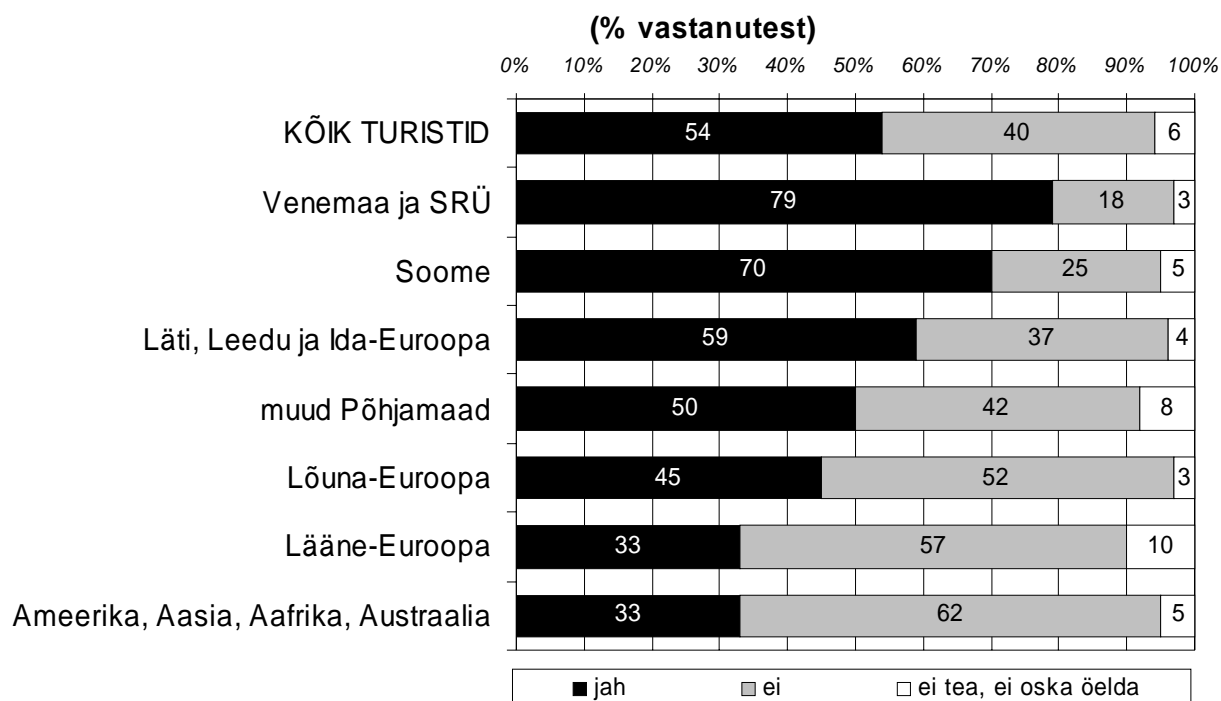
Joonis 27. Eesti toidutoodete ja/või alkoholsete jookide kaasaostmine enne Eestist lahkumist

Eesti toidutoodete kaasaostmine või kaasaostmise kavatsus enne Eestist lahkumist



Joonis 28. Eesti toidutoodete kaasaostmine enne Eestist lahkumist

Eesti alkoholsete jookide kaasaostmine või kaasaostmise kavatsus enne Eestist lahkumist



Joonis 29. Eesti alkoholsete jookide kaasaostmine enne Eestist lahkumist

Alkohoolsete jookide kaasaostmisel olid üldised tendentsid turistide päritolumaade, külastamise kordade ja hariduse osas sarnased (vt joonis 29). Kui alkoholi ostis või kavatses kaasa osta 54% vastanutest, siis alg- ja põhiharidusega vastanutest 78% ja mitmeid kordi Eestit külastanutest 76%. Kõige enam väljendasid kaasaostmise soovi Venemaalt ja teistest SRÜ riikidest (79%), Soomest (70%) ja Lätist-Leedust ning teistest Ida-Euroopa riikidest pärit turistid (59%). Teistelt kontinentidelt, Lääne-Euroopast ja Lõuna-Euroopast pärit turistid aga oluliselt vähem (vastavalt 33%, 33% ja 45%).

3.2. Toidutooted ja alkohoolsed joogid, mida kaasa osteti

Turistidel, kes ostsid või kavatsesid toitu ja alkoholi kaasa osta, paluti nimetada, milliseid toidutooteid või alkohoolseid jooke nad kaasa ostsid. Tegemist oli lahtise küsimusega, kus etteantud loetelud puudusid. Lahtisele küsimusele toidu kohta vastas kokku 40% küsitletutest ja alkohoolsete jookide osas 54% ehk peaaegu kõik, kes väljendasid kaasaostu soovi.

Toidutoodetest osteti või sooviti kõige enam kaasa osta **šokolaadi ja komme (33%), juustu (27%), kõikvõimalikke maiustusi, kooke ja snäkse (22%)**, sealhulgas vahvleid ja kartulivahvleid, küpsiseid, martsipani, marmelaadi, halvaad, vigurmaiustusi, saiakesi jms. Suhteliselt sagedane oli musta leiva (16%), vorsti ja vorstitoodete (13%), liha ja lihatoodete (11%) ning kala ja kalatoodete kaasaostmine (11%). Vorstide all peeti silmas suitsuvorste, põdra- ja metsseavorste, õlle- ja grillvorste ning verivorste. Liha ja lihatoodetest osteti nii loomaliha, sealihaga, kui ulukiliha (hirve-, põdra-, metssealiha) ja nendest valmistatud tooteid, mis olid valdavalt suitsutatud. Juust ja liha olid just soomlaste hulgas enim populaarsed kaasaostetavad tootegrupid. Kala ja kalatoodetest viidi kaasa lõhet, suitsulõhet, punast ja musta kalamarja, heeringat, sprotte, kilu, kalakonserve jms, seda armastasid kaasa osta peamiselt Soomest, teistest Põhjamaadest ning teistelt kontinentidelt pärit turistid.

Tavaliselt ei osanud turistid nimetada toodet koos valmistajaga või täpset toote nime, kuid oli üks erand – Kalevi tooted (8%). Tabelis 13 sisalduvad need tooted ka maiustuste ning šokolaadi ja kommide real. Kalevi komme ja teisi maiustusi hindasid eriti ida- ja lõunanaabrid ning turistid Lõuna-Euroopast. Venemaa turistid ostsid šokolaadi ja kommide järel meelsamini kaasa Eesti piimatooteid, sh kohukesi, jogurteid ja kohupiima.

Võrreldes toiduga oleks alkohoolsete jookide kaasaostjaid rohkem (vt tabel 14). **Peamiselt ostetakse kaasa õlut (43%), likööre (41%) ja viina (41%)**. Õlle alla liigitati ka Saku õlu, mida nimetas konkreetselt 15% vastanutest. Likööridest moodustas Vana Tallinn 29%, viinadest Viru Valge 6% ja Saaremaa viin 7%. Ülaltoodud alkohoolsete jookide grupid olid esimese kolme hulgas olenemata turisti päritolumaast. Õlu eelistasid Soome, Põhjamaade ja teiste kontinentide turistid, likööri Venemaa ja Läti-Leedu turistid ning viina jällegi Soome ning ka Lääne- ja Lõuna-Euroopa turistid. Teiste kangete alkohoolsete jookide, nagu näiteks konjaki-brändi, viski, veinide, siidrite kaasaostmine oli tagasihoidlikum (vastavalt 14%, 11% ja 9%), see on levinud valdavalt Soome ja teiste Põhjamaade turistide hulgas.

Tabel 13. Toidutooted, mida turistid Eestist kaasa ostsid (% vastanutest, kes ostis või kavatses toitu kaasa osta)

Kaasaostetud toidutooted	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=399	n=133	n=80	n=54	n=26	n=22	n=50	n=34
šokolaad, kommid	33	18	31	52	42	50	42	35
juust (sh Saaremaa)	27	56	8	22	27	5	12	3
snäks, maiustused, koogid	22	14	21	22	42	32	18	32
leib (must leib)	16	13	28	11	4	14	18	12
vorst, vorstitooted (sh suitsu-, põdra-, metssea-, veri-, õlle-, grillvorstid)	13	17	18	13	8	0	10	3
liha ja -tooted, sink (sh suitsu-, looma-, metssea-, hirve-, põdraliha)	11	26	5	6	0	5	2	0
kala ja -tooted (lõhe, kalamari, heeringas, kilu, sprotid)	11	13	16	4	8	18	8	9
Kalevi tooted	8	0	3	31	19	5	8	12
piimatooted (sh kohukesed, jogurtid, kohupiim, hapukoor)	5	3	3	17	4	5	6	0
kartul, aed-, köögi-, puuvili ja marjad	3	2	0	2	0	0	8	6
kama, helbed, müsliid	3	3	4	0	4	0	2	6
kapsas (hapu-, praekapsas)	3	7	4	0	0	0	2	0
kurk (hapu-, marineeritud kurk)	2	1	6	0	0	0	0	0
muu (sh salat, pähklid, mesi, majonees, seemned, mandlid)	7	4	9	4	8	5	12	9

Tabel 14. Alkohoolsed joogid, mida turistid Eestist kaasa ostsid (% vastanutest, kes ostis või kavatses alkohoolseid jooke kaasa osta)

Kaasaostetud alkohol	KÕIK	Soome	Teised Põhja-maad	Venemaa ja SRÜ	Läti, Leedu, Ida-Euroopa	Ameerika Aasia, Aafrika, Austraalia	Lääne-Euroopa	Lõuna-Euroopa
Vastanute arv	n=542	n=210	n=98	n=73	n=35	n=25	n=57	n=45
õlu (sh Saku õlu)	43	53	46	22	37	52	40	29
liköör (sh Vana Tallinn)	41	28	37	86	60	40	28	42
viin (sh Saaremaa viin ja Viru Valge)	41	51	32	21	26	32	49	47
konjak, viski, brändi, rumm	14	28	10	1	3	0	5	2
vein, vahuvein, šampus	11	18	11	4	6	4	9	0
siider, gin long drink	9	20	3	0	6	8	2	0
muu (traditsioonilised eesti joogid, Riia Balsam jt)	2	0	1	4	3	0	4	2

3.3. Kaasaostetava toote Eesti päritolu olulisus

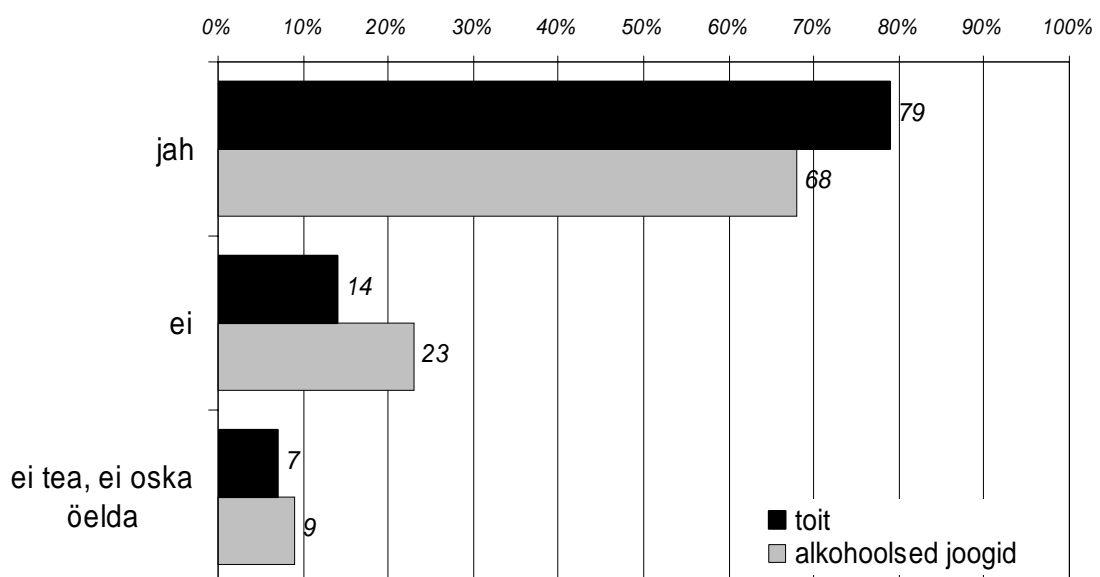
Turistidelt, kes ostsid või kavatsesid toitu ja alkohoolseid jooke kaasa osta, küsiti täiendavalt toote eesti päritolu olulisuse kohta. Küsimusele oli võimalik vastata kolme vastusvariandi vahel valides: jah, ei, ei oska öelda.

Toidu kaasaostjatest (kokku 41% turistidest) pidas toote eestimaist päritolu oluliseks 79%, alkoholi kaasaostjatest (kokku 54% turistidest) 68%. Seega toidutoodete puhul jälgivad turistid eesti päritolu rohkem kui alkoholi ostes, kuid vahed ei olnud suured. Eesti päritolu ei ole toidu puhul oluline 14%-le toidu kaasaostjatest ja 23%-le alkoholi kaasaostjatest (vt joonis 30, lisa 2.16).

Eestimaist päritolu väärtustasid toidu puhul enam Läti-Leedu, Venemaa, muude Põhjamaade ja teistelt kontinentidelt saabunud turistid, vähem Soomest, Lääne- ja Lõuna-Euroopast pärit turistid (vt joonis 31). Alkoholi eestimaist päritolu hindasid enim aga ida- ja lõunanaabrid, mujalt Euroopast ja teistelt kontinentidelt saabunud turistid, vähem soomlased (vt joonis 32). Nii toidu kui alkoholi kaasaostmisel peavad toote eestimaist päritolu olulisemaks esimest korda Eestit külastavad turistid: toidu puhul esimest korda külastanutest – 83%, mitmeid kordi külastanutest – 76%; alkoholi puhul esimest korda – 78%, mitmeid kordi – 59%. Kaasaostetud toit või alkohol on turistile teatud mõttes suveniiriks. Küsitletud soomlastest, kellest 70% oli Eestis mitmendat korda, olid paljud selle etapi juba läbinud. Ida- ja lõunanaabritele lisandub Eesti tooteid ostes teadvustatud või teadvustamata nostalgia argument.

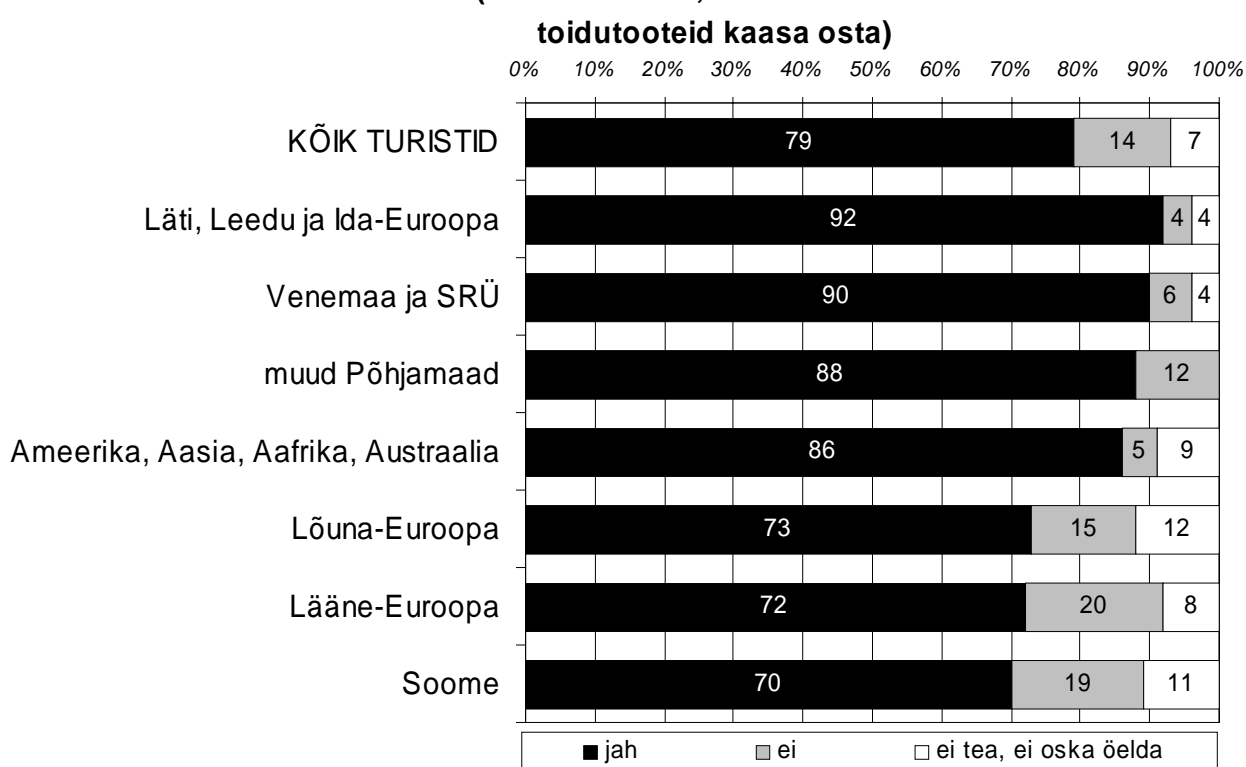
Kaasaostetava toote eesti päritolu olulisus

(% vastanutest, kes ostis või kavatses Eestist toidutooteid ja/või alkohoolseid jooke kaasa osta)



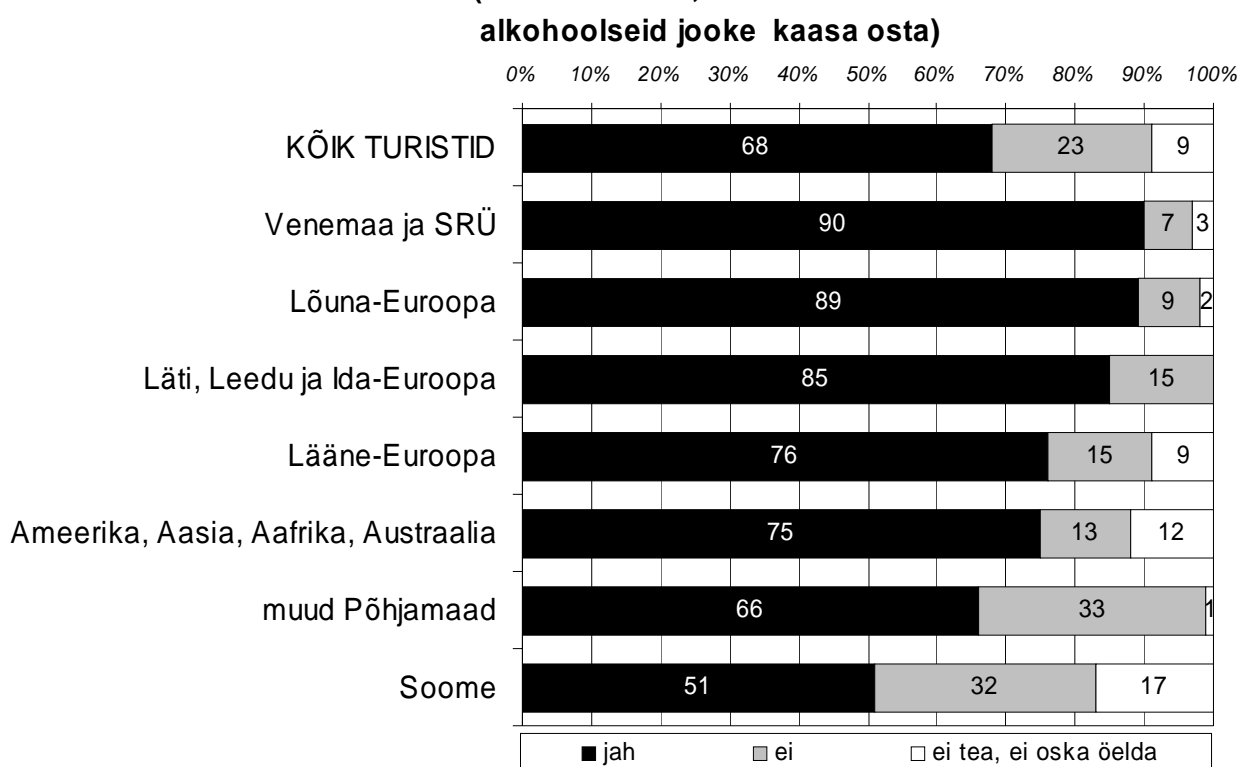
Joonis 30. Kaasaostetava toote eesti päritolu olulisus

Kaasaostetava toidutoote eesti päritolu olulisus



Joonis 31. Kaasaostetava toidutoote eesti päritolu olulisus

Kaasaostetava alkoholi eesti päritolu olulisus



Joonis 32. Kaasaostetava alkoholi eesti päritolu olulisus

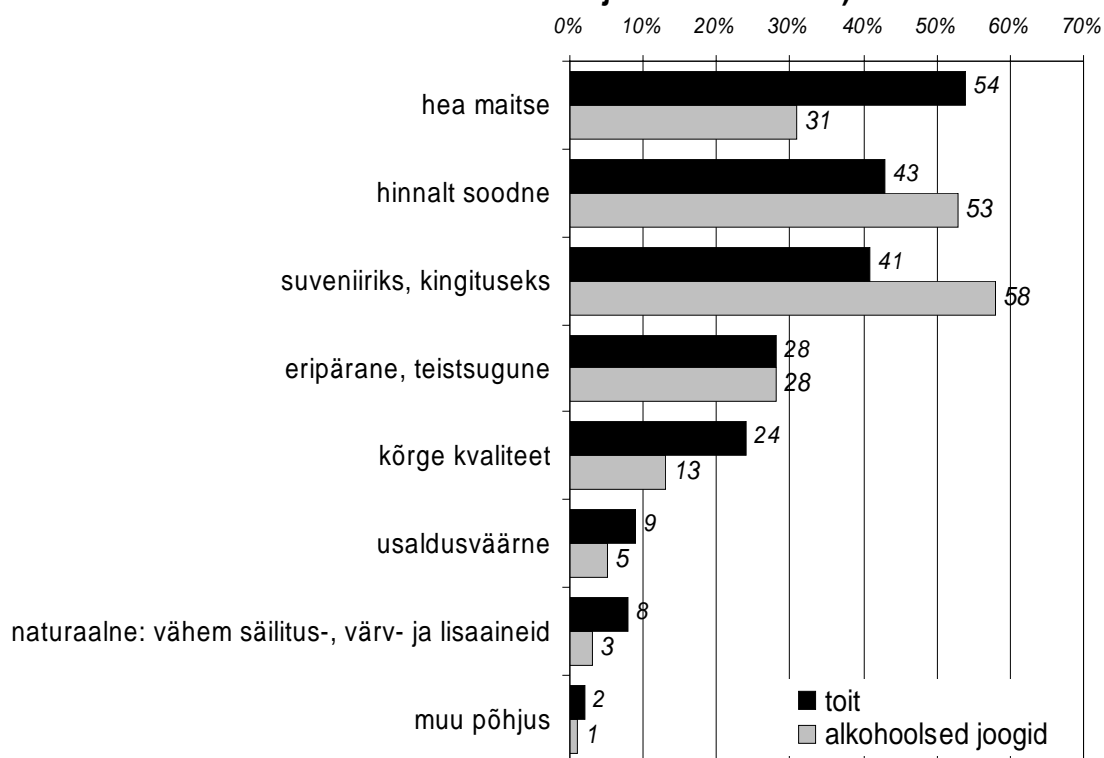
3.4. Eesti toodete kaasaostmise põhjused

Turistidel, kes ostsid või kavatsesid Eestist toitu või alkoholi kaasa osta, paluti märkida, mis põhjusel nad neid sisseoste tegid või teha kavatsesid. Etteantud seitsmest vastusvariandist võis valida sobiva või lisada juurde puuduva.

Toitu osteti kaasa peamiselt hea maitse (54%), soodsa hinna (43%), suveniiri või kingituse eesmärgil (41%), kuid ka eripära (28%) ning kõrge kvaliteedi tõttu (28%). Alkohoolseid jooke osteti peamiselt suveniiriks või kingituseks (58%), soodsa hinna tõttu (53%) ning hea maitse (31%) ja eripära tõttu (28%). Naturaalsus, väiksem säilitus-, värv- ja lisaainete sisaldus ei olnud üldises turistide ostumotivatsioonis oluline, kuid üksikud turistid rõhutasid muude põhjuste all toidu tervislikkust (vt joonis 33, lisa 2.17). Lisaks tervislikkusele toodi kaasaostmise põhjustena välja toote head väljanägemist, söömist-joomist tagasiteel koju, lihtsalt huvi ja toote kättesaamatust turisti asukohamaal.

Eestist toidutoodete ja alkohoolsete jookide kaasaostmise põhjused

(% vastanutest, kes ostis või kavatses Eestist toidutooteid ja/või alkohoolseid jooke kaasa osta)



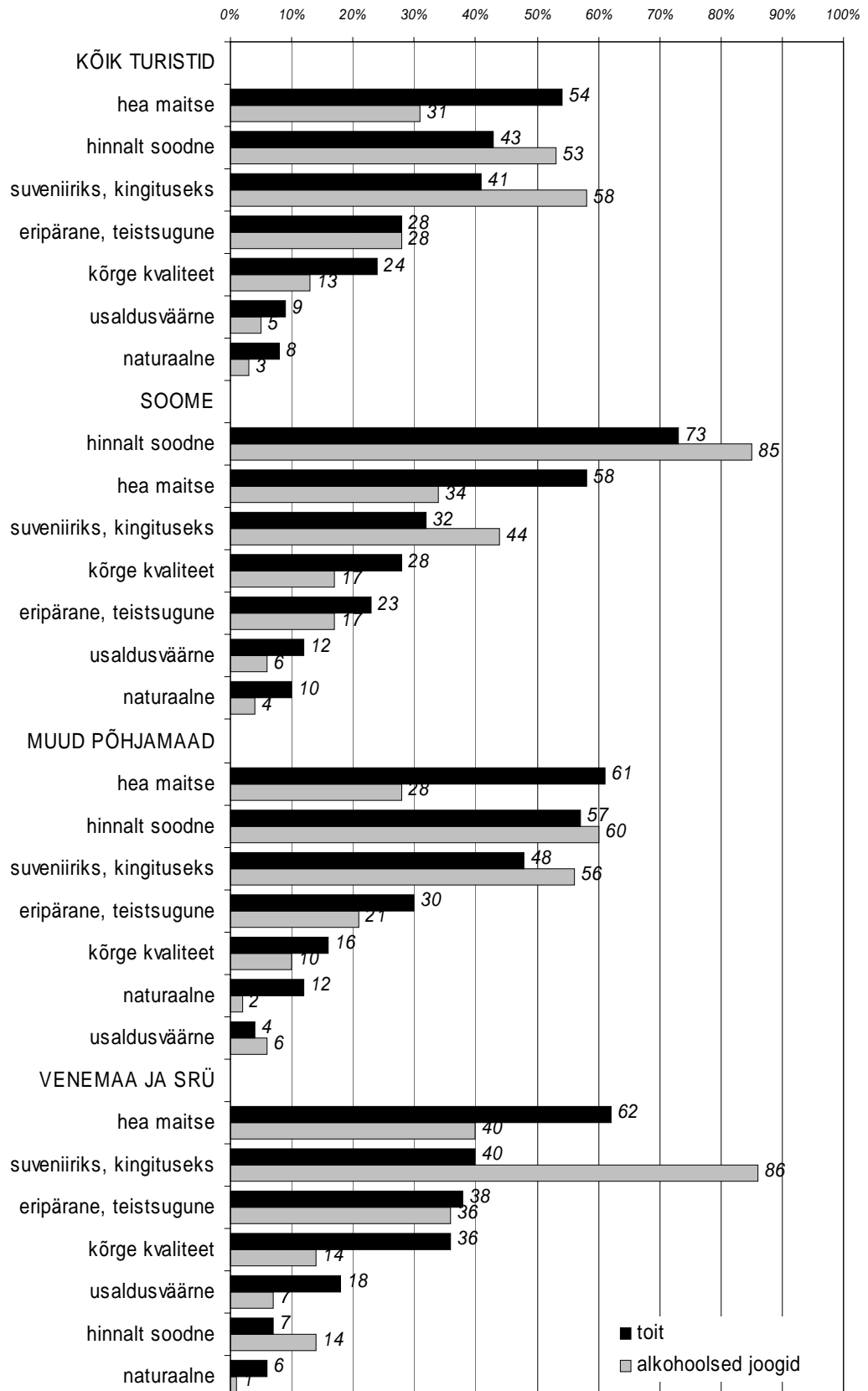
Joonis 33. Eestist toidutoodete ja alkohoolsete jookide kaasaostmise põhjused

Riikide lõikes olid toidu ja alkoholi kaasaostmise motivatsioon erinev (vt joonis 34-35). Soomlased on hinnatundlikud ja võrreldes oma kodumaaga on Eesti hinnatase neile soodne. Seega ei ole Soome turistide vastused üllatavad, toidu puhul peeti oluliseks eelkõige soodsat

hinda (73%) ja head maitset (58%) ning alkoholi puhul samuti ülekaalukalt soodsat hinda (85%). Hinnavahe oli ostu põhjusena oluline ka muudest Põhjamaadest pärit turistidele, kes pidasid toidu osas oluliseks selle head maitset (61%), soodsat hinda (57%) ning kingituse ja suveniiri eesmärgil ostmist (48%). Alkoholi puhul olid neile tähtsad soodne hind ja suveniiri funktsioon (60% ja 56%). Venemaa ja teiste SRÜ riikide turistide jaoks ei ole Eesti tooted soodsad, toitu osteti kaasa peamiselt hea maitse pärast (62%) ning alkoholi kingituseks või suveniiriks (86%). Ka Läti, Leedu ja teiste Ida-Euroopa riikide turistid ostsid toitu kaasa peamiseks kingituseks või suveniiriks (67%) ja hea maitse pärast (63%), alkoholi puhul rõhutati meene funktsiooni (74%), millele lisandus eripärasus (54%). Teistelt kontinentidelt, Lääne- ja Lõuna-Euroopast Eestisse saabunud turistid ostsid toitu peamiselt hea maitse pärast ja kingituseks või suveniiriks. Alkoholi puhul nimetati sagedamini kingiks, suveniiriks ostmist ja eripärasust. Teistsugust, erinevat alkoholi märkisid kaasaostmise põhjusena kõikide riikide turistid, v.a soomlased ja muude Põhjamaade turistid, kelle sisseoste Eestis määrab paljuski hind.

Eestist toidutoodete ja alkoholsete jookide kaasaostmise põhjused (1)

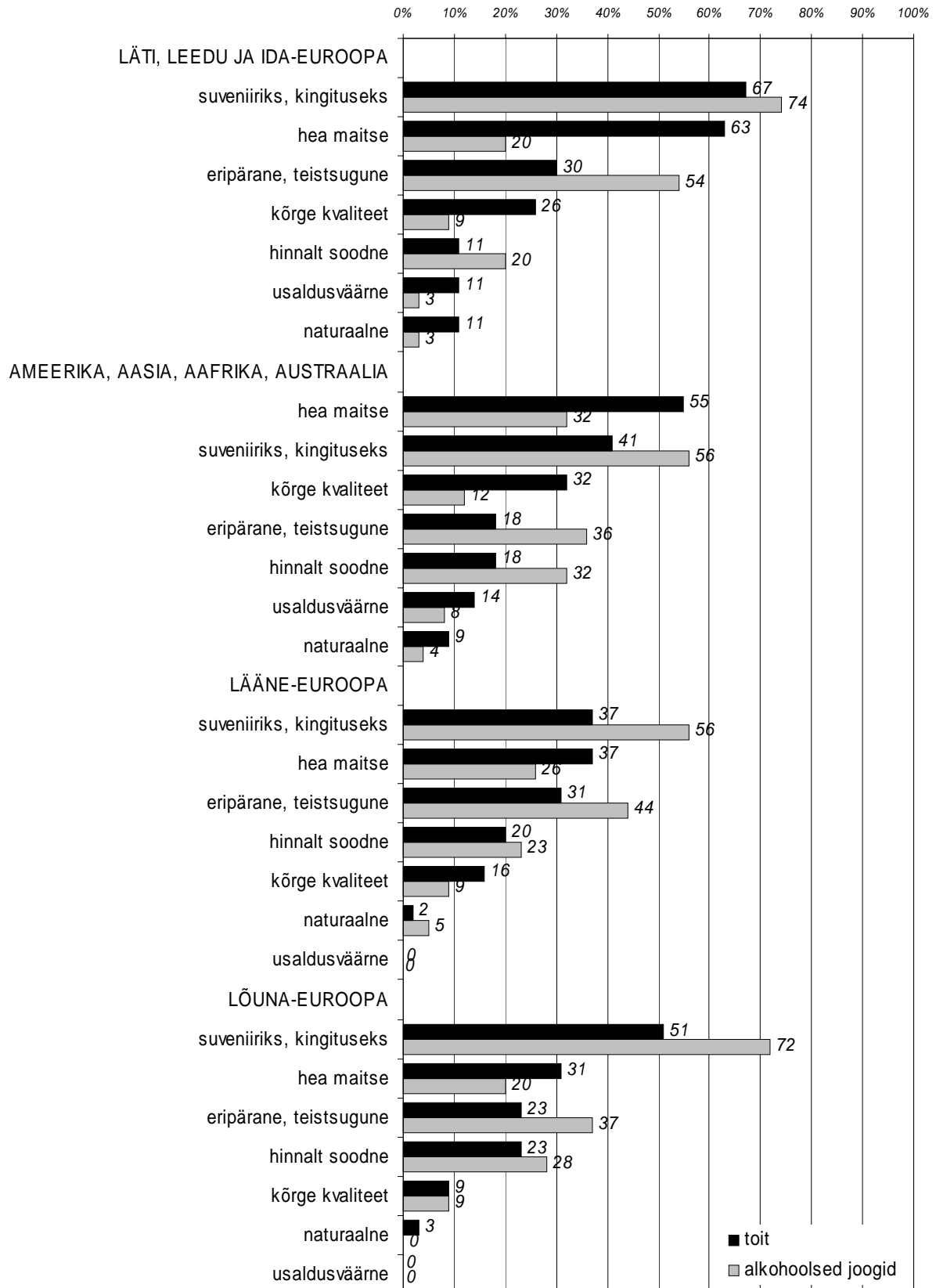
(% vastanutest, kes ostis või kavatses Eestist toidutooteid ja/või
alkohoolseid jooke kaasa osta)



Joonis 34. Eesti toidutoodete ja alkoholsete jookide kaasaostmise põhjused päritoluriigiti (1)

Eestist toidutoodete ja alkoholsete jookide kaasaostmise põhjused (2)

(% vastanutest, kes ostis või kavatses Eestist toidutooteid ja/või
alkohoolseid jooke kaasa osta)



Joonis 35. Eesti toidutoodete ja alkoholsete jookide kaasaostmise põhjused päritoluriigiti (2)

4. RAHA KULUTAMINE TOIDULE EESTIS VIIBIDES

Intervjuus küsiti välituristidelt ka seda, kui palju raha nad kulutasid Eestis viibides toidule ja alkohoolsetele jookidele keskmiselt ühe inimese kohta ööpäevas. Samuti oli eesmärgiks välja selgitada, kui suur osa toidule tehtud kulutustest tehti kauplustes ja kui suur toitlustusasutustes ning kui suure osa moodustasid kulutused toidule ning kui suure alkohoolsetele jookidele. Summasid võis vastata nii Eesti kroonides, eurodes kui ka muude riikide valuutades, mis andmete töötlemise käigus arvestati ümber Eesti kroonideks.

Uuringust selgus, et keskmiselt kulutas üks Eestit suvel külastanud turist toidu ja alkohoolsete jookide peale 766 krooni ööpäevas. Kusjuures 43% turistidest kulutas Eestis olles toidu ja alkoholi peale 201-500 krooni inimese kohta päevas ja 42% üle 501 krooni, teised vähem (vt lisa 2.18). Kulutused olid vanematel inimestel ja meestel suuremad kui noortel ja naistel (vt joonis 36).

Päevas toidule tehtavate kulutuste suuruselt eristusid soomlased selgelt teistest rahvustest – keskmine Soome turist kulutas Eestis olles toidule ja alkohoolsetele jookidele 1417 krooni ööpäevas (sh 43% soomlastest kulutas üle 801 kr), teistest rahvustest turistide kulutused jäid 358 ja 568 krooni vahele. Kõige tagasihoidlikumad olid toidu ja alkoholi ostusummad lätlastel, leedulastel ja teistel ida-eurooplastel – 358 krooni, 27% neist kulutas kuni 200 krooni päevas, 57% 201-500 krooni, teised rohkem. Venelaste ja teiste SRÜ maade turistide toiduostu summad olid üsna samal tasemel Lääne-Euroopast pärit turistidega (kogusummad vastavalt 407 kr ja 448 kr inimese kohta ööpäevas). Kusjuures venelased ja teised SRÜ rahvad kulutasid toitlustusasutustes vähem ja ostsid rohkem kaasa kui lääne-eurooplased. See on seletatav sellega, et paljudel neist on Eestis sugulasi, tuttavaid, sõpru, keda suvel külastati ning kelle juures söödi kodus ning kes kauplustest leidsid n-ö nostalgia-tooteid (nt šokolaadikommid, Vana Tallinn jms), mida sooviti kindlasti kaasa osta.

Kuna soomlastest ostuturistide osakaal 1-2 päeva, Eestis mitmendat korda viibivate ning alg- ja põhiharidusega turistide seas oli suur, siis oli ka neis gruppides kulutused keskmisest suuremad. See näitab selgelt, et vaatamata toidukaupade ja alkohoolsete jookide hinnatõusule vähenemisele Eesti ja Soome vahel, jätavad vähemjõukad põhjanaabrid, kes siin ostureisidel käivad, endiselt meie toidusektoris üsna suuri summasid. Eestist toitu kaasa ostvate turistide päevased kulutused toidule olid neljandiku võrra suuremad kui neil, kel toitu kaasa osta polnud plaanis või kes polnud seda veel otsustanud (vastavalt 869 kr ja 695 kr). Alkoholi kaasaostjate kulutused olid aga üle 2 korra suuremad, kui neil, kes alkohoolseid jooke tarbisid vaid kohapeal (vastavalt 1010 kr ja 476 kr).

Välituristide poolt toidule ja alkohoolsetele jookidele tehtud kulutustest moodustasid kauplustes tehtud ostud keskmiselt 45% (345 kr) ning toitlustusasutustes tehtud kulutused 55% (421 kr).

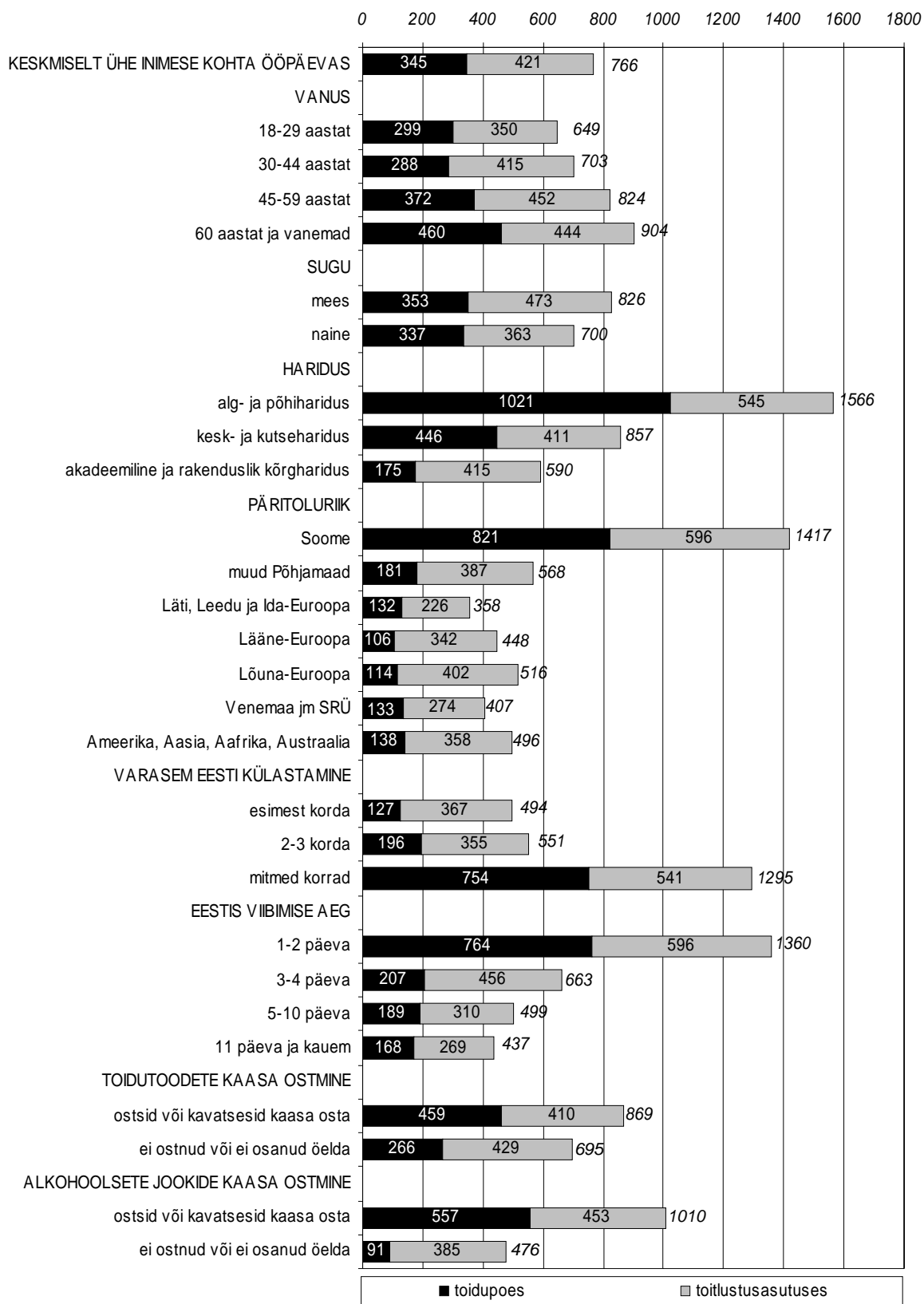
Soomlased olid ainsad, kelle toidu- ja alkoholiostud kauplustest olid suuremad kulutustest toitlustusasutustes (vastavalt 821 kr ja 596 kr) ja ka toitlustusasutustes olid soomlaste kulutused suuremad mujalt tulnutest. 43% Soome turistidest kulutas kauplustes ja 42% toitlustusasutustes üle 500 krooni päevas. Teistest riikidest pärit turistidel jäid kauplustest toiduostu keskmised summad alla 200 krooni turisti kohta ööpäevas, mis teeb 27-35% kogu nendest riikidest pärit turistide kulutustest toidule ja alkoholile Eestis. Toitlustuskohtades jäid keskmised ostusummad teistel rahvustel 226 ja 402 krooni vahele. Seega võib öelda, et Eesti toidusektori jaoks kõige tulusamad väliskliendid on endiselt just soomlased, seda nii nende rohkuse, kui ka inimese kohta kauplustes ja toitlustusasutustes tehtud päevaste keskmiste kulutuste tõttu.

Välituristide poolt toidule ja alkohoolsete jookidele tehtud kulutusi küsiti protsentuaalse jaotusena toidule ja jookidele tehtud kogukuludest. Tulemusi võib kokku võtta kahel moel: 1) vastuste aritmeetilise keskmisena; 2) vastuste põhjal arvestatud rahasummade kaalutud keskmisena. Tulemused on erinevad ning neid tuleb ka erinevalt tõlgendada. Esimese meetoodika puhul selgub keskmine vastuste jaotus olenemata kui palju igaüks raha kulutas, teise puhul selgub keskmine rahaline jaotus toidu ja alkohoolsete jookide ostul turistide poolt. Kuna antud uuringus ei ole turistide päritolu osakaal tegelikule päriselt vastav (et välistada soomlaste liiga suurt mõju tulemustele ja saada statistiliselt aktsepteeritavaid tulemusi ka teistest rahvustest turistide kohta), siis põhjalikumate järelduste tegemiseks turistide toidule ja alkohoolsetele jookidele kulutatud kogusummade kohta on võimalik antud uuringu tulemusi kasutades teha ümberarvutused tegelikku turistide päritolu jaotust kasutades. Käesolevas uuringus on kasutatud meetoodika osas kirjeldatud turistide jaotust.

Turistide kulutused toidule ja alkohoolsetele jookidele olid väga erinevad, kuid iga turist kulutas sellest keskmiselt 72% toidule ja 28% alkoholile (vt joonis 37). Kuna soomlaste kogukulutused toidule ja alkoholile kokku ning ka alkoholile eraldi olid märgatavalt suuremad kui teistest riikidest pärit turistidel, siis kaalutud keskmisena võttes kaldusid vastused tugevalt suuremate alkohoolikulutuste suunas (vt joonis 38). Seega antud uuringus kasutatud turistide päritolu jaotuse puhul jagunesid keskmised rahasummad järgmiselt: 53% kulutati toidule ja 47% alkohoolsetele jookidele. Soomlaste endi ostudes oli alkoholi ostukulude osakaal toidukulutustes koguni 62%, teistel 23-30%. Väiksem oli alkohoolikulude osakaal lõuna-eurooplastel ning venelastel ja SRÜ riikidest pärit turistidel. See on ka loogiline, sest lõuna-eurooplased on alkohoolsete jookide suhtes teistsugused maitse-eelistused (veinid) ning venelastel õlu ja viin üsna samasugused kui meil, kuid hind omal maal soodsam. Mehed kulutasid alkoholile suurema osa toidukuludest kui naised. Sama oli selgelt märgata ka mitmendat korda Eestit külastanute ja siin vaid kuni paar päeva viibinute puhul (ostuturistid). Samuti oli selgelt näha, et madalama haridusega turistide ostukuludes moodustas alkohol oluliselt suurema osa (66%) kui kõrgharidusega väliskülastajatel (33%) ning alkoholi kaasaostvatel turistidel suurema osa (56%) kui vaid kohapeal tarbinutel (21%). See on jällegi näide vähemjõukate ostuturistide ja jõukamate puhkuse- ja ärituristide erinevast ostukäitumisest Eestis. Vanuselisel toidu- ja alkohoolikulude osakaaludes suuri erinevusi ei olnud.

Raha kulutamine Eestis viibides toidule ja alkohoolsetele jookidele

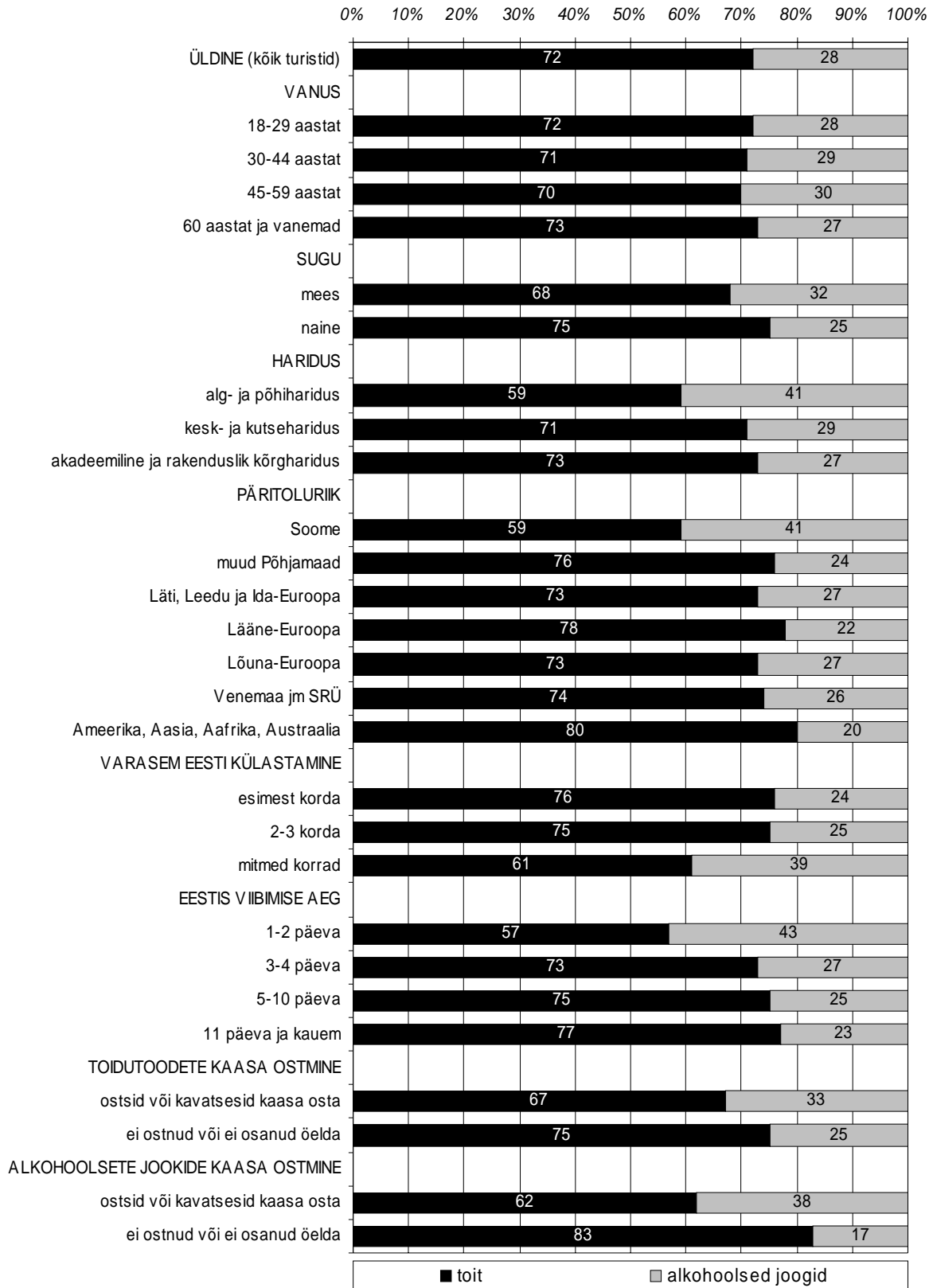
(keskmised summad ühe inimese kohta ööpäevas Eesti kroonides)



Joonis 36. Raha kulutused Eestis toidule ja alkohoolsetele jookidele

Kulud toidule ja alkohoolsetele jookidele kõikidest toidukulutustest Eestis

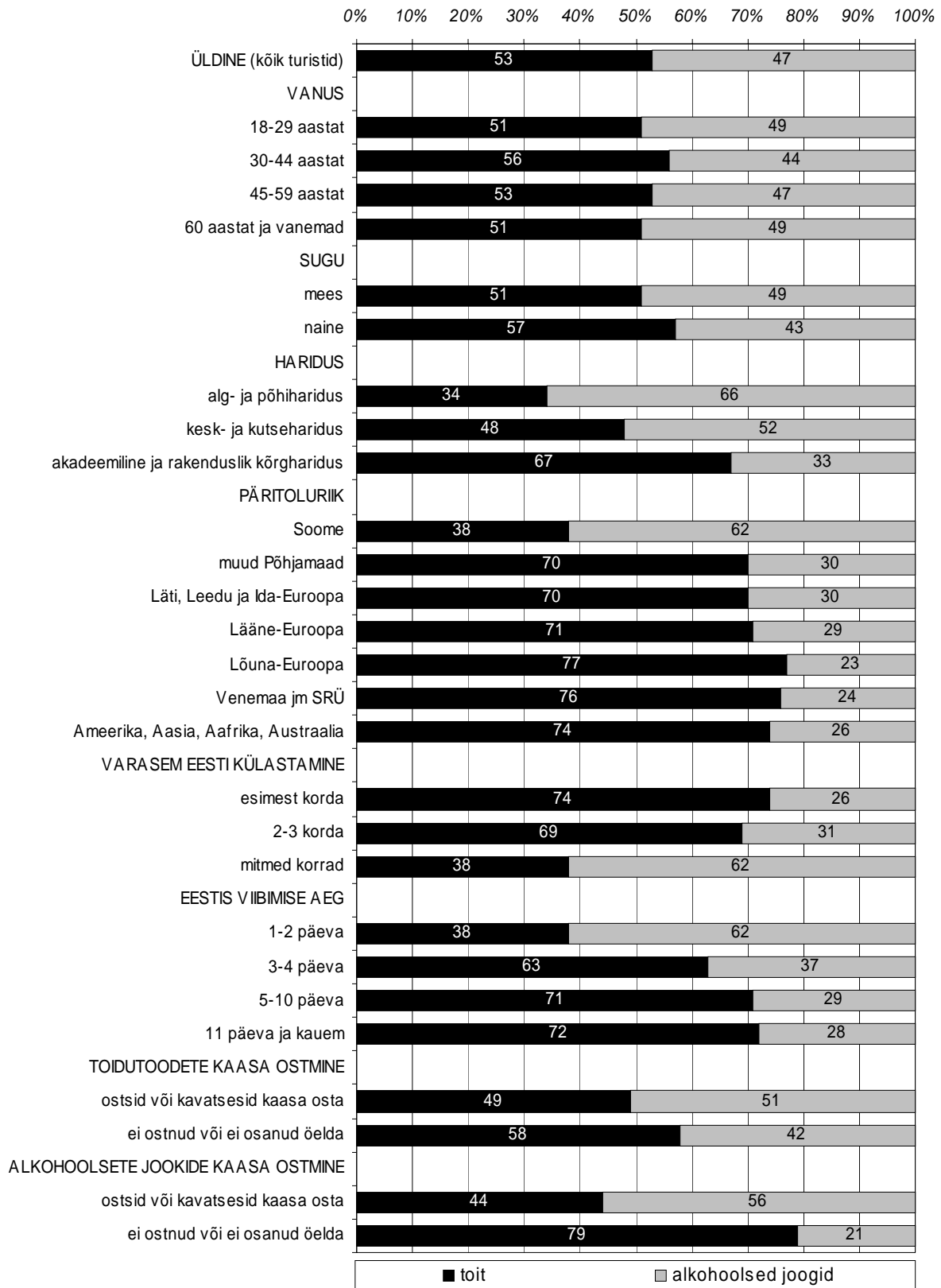
(% vastanutest)



Joonis 37. Kulud toidule ja alkohoolsetele jookidele kõikidest toidukulutustest

Kulud toidule ja alkohoolsetele jookidele kõikidest toidukulutustest Eestis rahaliselt

(% vastanutest)



Joonis 38. Kulud toidule ja alkohoolsetele jookidele kõikidest toidukulutustest rahaliselt

KOKKUVÕTE JA JÄRELDUSED

EKI küsitluse tulemustest:

- Välis turistide üldine ettekujutus eesti toidust on ei ole välja kujunenud. Ligikaudu pooled turistidest omasid mingit ettekujutust (55% toitudest ja 56% jookidest), ülejäänute teadmised olid väga kesised või polnud neid üldse. Soome ja Venemaa turistid olid teiste maadega võrreldes informeeritumad.
- Turistidele pakub Eesti toidukultuur huvi: 66% vastanutest soovis kindlasti Eestisse reisisid proovida rahvuslikke toite ja 67% rahvuslikke jooke. Plaane ei omanud veerand vastanutest, 24% toitude ja 26% jookide osas. Endale harjumuspäraseid toite või jooke eelistas vastavalt 10% ja 7% küsitletud turistidest. Esimest korda Eestit külastades oli huvi proovida rahvuslikke toite ja jooke palju suurem kui mitmekordsetel reisijatel, st uus pakub huvi. Eesti rahvuslikke toite soovis kindlasti proovida 72% esimest korda Eestis viibinutest ja 59% mitmeid kordi siin viibinutest, jooke vastavalt 72% ja 62%. Mitmekordsed külastajad ei tee niivõrd eelnevaid kindlaid plaane, vaid otsustavad kohapeal.
- Eelnev informeeritus eesti toitudest ja jookidest tõstis mõnevõrra huvi neid proovida, kuigi ka väheste teadmistega inimesed sooviksid Eestis valdavalt rahvustoite süüa. Näiteks hästi informeeritute sooviks kindlasti rahvustoite proovida 79% ja mitte midagi teadjatest 68%. Seega aitab infomaterjalide jagamine kohapeal natuke tõsta turisti huvi.
- Eesti toidu kuvand ei ole välja kujunenud. Spontaanse (abistamata) kuvandi järgi on eesti toit hea ja maitsev, ka meeldiv, tavaline, lihtne, rasvane-rammus, talupoeglik ja toitev. Selline positiivne taust on väga heaks lähtepunktiks turistidele suunatud turundusele, kuvandi üldisus ainult laiendab võimalusi, sest pole vaja hakata ümber kujundama väärarusaamu või negatiivset. Erinevalt kohalikest toidusektori ekspertidest ei olnud eesti toidu tervislikkus, naturaalsus ja värskus turistidele niivõrd märgatavad, samuti ei teatud väärtustada GMO-vabadust ja sünteetiliste lisaainete vähesust.
- Eesti toit on turistidele meeldiv, odav, maitseküllane, lihtne, hea, maitsev, tavaline, rammus, talupoeglik ja toitev. Harjumuspärane on ta lähinaabritele, kuid kaugemalt tulija näeb omapära. Ekspertide poolt soovitatud tulevikusuunad toidu naturaalsusele, tervislikkusele, kaasaegsusele, huvitavusele ja mitmekesisusele võiks hästi sobida turistide positiivse hoiakuga. Üldistele kuvandi väärtustele lisaks võiks vastavalt turistide päritolumaadele rõhutada toitude tutvustamisel erinevaid märksõnu, näiteks on lähinaabritele olulisem toitude sarnasus, teistelt mandritelt külastajatele aga tundub meie talupoeglik, rammusam, kuid lihtne köök omapärane ja maitsev.

- Turistide toiduelamused olid valdavalt positiivsed – 90% vastanutest sai häid toiduelamusi ja vaid 18% negatiivseid (osad vastajad said nii positiivseid kui negatiivseid kogemusi). Positiivseid elamusi pakkus söödu hea ja meeldiv maitse (62% vastajatest), eriti kiitsid seda teiste Põhjamaade (v.a Soome) ning Venemaa ja SRÜ elanikud (vastavalt 70% ja 69% vastanutest), vähem ida- ja lõuna-eurooplased (53% ja 55%). Soomlastele meeldis eesti toidu soodne hind, ida-eurooplased pidasid hindu aga pigem kõrgeteks. Enim üllatuslikuks ja erinevaks pidasid eesti toitu kaugemalt tulnud väliskülalised, nendelt tuli ka kõige enam kiitust toidu kena välimuse kohta.
- Positiivne kogemus mõjutab käitumist tulevikus, eesti toidu suhtes kujunes turistidel väga soodne hoiak: 94% turistidest sööks eesti toitu oma järgmisel külaskäigul Eestisse, 2% ei sööks ja 4% ei osanud öelda. Mida enam kordi Eestis on viibitud, seda soodsam on hoiak tulevikus kohalikku toitu tarbida: 97% mitmeid kordi Eestis viibinutest sööks eesti toitu oma järgmisel külaskäigul, esimest korda külastanutest 92%. Kohalik toit on turistide poolt väärtustatud, 87% turistidest soovitaks eesti toitu oma sõpradele ja tuttavatele kodumaal, 3% ei soovitaks ja 10 % ei osanud öelda. Kui toidu suhtes oli hoiak positiivne ehk toitu söödaks järgmisel korral, siis soovitatakse seda sõpradele, mis loob positiivse turunduse ja vastupidi. Seega on positiivne kogemus väga oluline, ka kuvandi seisukohalt.
- Üldine rahulolu Eestis söödud toiduga oli 5-palli süsteemis 4,2 palli. Hea hinnang anti hoolimata vastajate väga erineva toidukultuuriga taustast. Lõuna-Euroopa turistide ja 18-29-aastaste noorte hinnangud oli kõige madalamad, kuid siiski heal tasemel (vastavalt 3,8 ja 3,9 palli). Noored võisid eelistada tänapäevasemaid toite ja odavamaid söögikohti, mis hinnangut mõjutas. Siit tuleneb vajadus mõelda välja noortele suunatud eestipäraseid toite ja pakkuda neid restoranide kõrval teistes söögikohtades.
- Peale piirkonna vaatamisväärsuste on kohaliku toitlustuse tase oluline piirkonna maine toetaja või kahjustaja, sest kui turistid mingit Eestimaa piirkonda külastasid, siis seal ka söödi. Seega ei tohiks eesti toitade pakkumine ja tutvustamine jääda ainult Tallinna keskseks ega olema Tallinna moodi, traditsioonilise kombineerimine uue ja omapärasega meelitaks turiste toite proovima.
- Eesti toidu värskust, maitset, väljanägemist, toitade valikut, hinda ja teenindust võib kõiki pidada heal tasemel olevaks, keskmised hinnangud olid 5-palli süsteemis 3,9 (toidu valik) kuni 4,3 palli (toidu värskus). Rahulolu toidu värskuse, maitse, väljanägemise ja valikuga oli kõrgeim Venemaa ja teiste SRÜ riikide turistidel, madalaim aga Lõuna-Euroopa turistidel, kellele tundub eesti köök liialt erinev. Samas olid ka nende turistide hinnangud heal tasemel. Vajalik oleks erineva hinnatasemega eesti toitu pakkuvate toitlustusasutuste mitmekesisus, restoranidele ja praegusele menüüdes pakutavale oleks vaja alternatiive ning turistidele sellekohast teavet. Pidevat tööd turistide rahulolu saavutamiseks menüüde, toitade valiku, kvaliteedi, värskuse, teeninduse jms osas tuleb pidada väga oluliseks.

- Toitudest, mida soovitatakse teistele, nimetati sagedamini liha- ja kalaroo gasid ning õlu. Liharoad olid enam lemmikuteks soomlastel ja teistel põhjamaalastel, kusjuures soomlased on avastanud Eestis ulukilihast toidud. Lõunanaabritel olid liharoad ja õlu võrdsel tasemel, lõuna-eurooplased soovitasid oma kodumaal peamiselt õlut. Venemaalt saabunud turistid hindasid väga meie piimatooteid: jogurteid, piima, võid, kohukesti, kohupiimakreeme ning alles seejärel liha- ja kalatoite. Neile maitsevad endiselt eesti maiustused, magustoidud, kommid ja küpsised.
- Välituristide arusaam eesti rahvuslikest roogadest ja jookidest on küllalt ühekülgne ning valdavalt liha- ning õllekeskne. Eesti rahvuslikud toidud on turistide arvates peamiselt liha sisaldavad toidud, ka kalaroad ja jookidest õlu, Vana Tallinna liköör või viin, täpsemalt Viru Valge või Saaremaa viin. Liha, liharoogi ja verivorsti nimetas rahvusroana 68% vastanutest, õlut 50%, kala ja kalatoite 34% ja kangeid alkohoolseid jooke 24% vastanutest. Järelikult oleks vaja turistidele senisest enam meie rahvusroogi tutvustada. Turistid ei oska rahvuslikke toite ja neid pakkuvaid toitlustusasutusi üles leida, kui keegi neile juhtnööre ei jaga. Rahvustoitude ja rahvusköögi traditsioonide tutvustamisega saaksid aga toitlustusasutuste, trükiste jm infomaterjali kõrval edukalt hakkama giidid, kellele oleks vaja vastavat koolitust. Turistid ootaksid nõuandeid ja soovitusi just giididelt.
- Eesti rahvuslikke toite ja jooke sõi enda hinnangul Eestis viibides 74% vastanutest, 21% ei söönud ja 5% ei osanud öelda, kas need olid rahvuslikud road või mitte. Söödud rahvuslike toitudega jäid turistid rahule, keskmine hinnang oli 5-palli süsteemis 4,3 palli. Hea hinnang anti olenemata varasematest külaskäikudest, visiitide kestusest, külastatud piirkondadest, haridusest ja soost. Rahvuslike toitude mittedöömise peamiseks põhjuseks oli teadmatus – ei teatud, millised on eesti rahvuslikud toidud ja joogid (53%), samuti ei teatud, kus neid pakutakse (26%). Turistid eeldavad toitlustusasutuste ja ööbimiskohtade personalilt rahvustoitude ja rahvuslike söögikohtade soovitamist, mis omakorda eeldab vastavaid teadmisi ja infomaterjale ehk jällegi koolitamist.
- Turistide arusaam rahvuslikest toitudest kujunes suures osas toitlustusasutustes söödu põhjal. Eesti rahvusliku toiduna söödi sagedamini liha- ja kalatoite (vastavalt 49% ja 25% turistidest, kes sõid rahvuslikke toite), kartulit (14%). Kuid toitlustajad saaksid muuta rahvuslikku toitu huvitavamaks ja mitmekülgsemaks. Turistidele saaks pakkuda näiteks senisest enam aed- ja juurviljatoite (ka taimetoite), putrusid, leiba, piimatooteid, magustoite, marju ja teisi metsaandidest valmistatud toite. Alkohoolsed joogid osutusid üllatavalt populaarseteks (kokku 42%), lisaks õllele (30%) jõid turistid likööri Vana Tallinn (5%), viina (5%) või muid alkohoolseid jooke (2%). Arusaam, et eesti rahvuslik jook on kas õlu, viin või liköör Vana Tallinn vajaks kindlasti muutmist. Turistidele oleks hea tutvustada alkoholivabade jookide traditsiooni ehk näiteks selliseid rahvuslikke jooke nagu kali, mahlad, hapupiimajoogid, keefir, taimeteed jms.

- Toitude ja alkoholsete jookide kaasaostmine on turistide, eriti soomlaste hulgas küllalt levinud. Toitu ostis või kavatses kaasa osta 41% vastanutest, 54% ei kavatsenud toitu kaasa osta ja 9% ei osanud veel oma plaanide kohta öelda. Alkoholi ostis või plaanis kaasa osta 54% vastanutest, ei ostnud 40% ja 6% ei osanud öelda. Mida lähemalt maalt turist Eestisse saabus, seda tõenäolisemalt ostis ta toitu kaasa. Kõige enam väljendasid toidu kaasaostusoovi Venemaalt (59%), Soomest (47%), Lätist-Leedust või Ida-Euroopast (46%) pärit turistid. Alkoholi kaasaostmisel olid tendentsid turistide päritolumaade osas sarnased. Enam väljendasid ostusoovi Venemaa (79%), Soome (70%) ja Läti-Leedu ning Ida-Euroopa turistid (59%), kuid vahe on siin kogustes.
- Toidu või alkoholi eestimaist päritolu hinnatakse. Toidu kaasaostjatest pidas toote eestimaist päritolu oluliseks 79%, alkoholi kaasaostjatest 68%. Toitu osteti kaasa peamiselt hea maitse (54% toidu kaasaostjatest), soodsa hinna (43%) või suveniiri, kingi eesmärgil (41%); alkoholi aga peamiselt kingituseks, suveniiriks (58% alkoholi kaasaostjatest) või soodsa hinna tõttu (53%).
- Toidutoodetest sooviti kõige enam osta kaasa šokolaadi ja komme (33% vastanutest, kes ostsid või väljendasid ostusoovi), juustu (27%), kõikvõimalikke maiustusi, kooke ja “näksimist” (22%). Suhteliselt sagedane oli musta leiva (16%), vorsti ja vorstitoodete (13%), liha ja lihatoodete (11%) ning kala ja kalatoodete (11%) kaasaostmine. Antud informatsiooni põhjal saaksid tootjad senisest enam pakkuda kohalikke tooteid kaasaostmiseks sobivates pakendites või spetsiaalseid tooteid välja töötada. Alkoholsetest jookidest ostetakse kaasa peamiselt õlut (43% vastanutest, kes ostsid või väljendasid ostusoovi), likööri (41%) ja viina (41%).
- Keskmiselt kulutas üks Eestit suvel külastanud turist toidule ja alkoholsetele jookidele 766 krooni ööpäevas, kusjuures 43% turistidest kulutas 200-500 krooni ja 42% üle 500 krooni päevas, ülejäänud alla 200 krooni. Soome turistid eristusid selgelt teistest rahvustest - keskmine Soome turist kulutas Eestis olles toidule ja alkoholsetele jookidele 1417 krooni (sh 43% soomlastest kulutas üle 801 krooni), teistest rahvustest turistide kulutused jäid 358 ja 568 krooni vahele. Kõige tagasihoidlikumad olid toidu ja alkoholi ostusummad lätlastel, leedulastel ja teistel ida-eurooplastel – 358 krooni. Vaatamata toidukaupade ja alkoholsete jookide hinnaerinevuste vähenemisele Eesti ja Soome vahel, jätvavad vähemjõukad põhjanaabrid, kes siin ostureisidel käivad, endiselt meie toidusektorisse üsna suuri summasid.
- Välituristide poolt toidule ja alkoholsetele jookidele tehtud kulutustest moodustasid kauplustes tehtud ostud keskmiselt 45% (345 krooni) ja toitlustusasutustes tehtud kulutused 55% (421 krooni). Soomlaste toidu- ja alkoholiostud kauplustest olid ainsana küsitletud rahvustest suuremad kulutustest toitlustusasutustes. Turistide toidukulutused Eestis jagunesid järgmiselt: 53% toidule ja 47% alkoholsetele jookidele (kaalutud keskmised). Soomlastel oli alkoholi ostukulude osakaal toidukulutustes 62%, teistel 23-30%.