

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Kristiina Kuusik

**KOHALIKU TOIDU KASUTAMINE
MAATURISMIETTEVÕTETES LAHEMAA PIIRKONNA
NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Tiina Tamm, MSc

Pärnu 2013

SISUKORD

Sissejuhatus	3
1. Kohaliku toidu teoreetilised käsitlused	6
1.1. Kohaliku toidu ja sellega seotud turismivormide määratlused	6
1.2. Sihtrühmade vajaduste arvestamine sihtpiirkonna toidlustusteenuste arendamisel	14
1.3. Jätksuutliku arendustegevuse põhimõtted	22
2. Kohaliku toidu kasutamine Lahemaa piirkonnas.....	26
2.1 Uuringu piirkonna tutvustus	26
2.2. Uuringu meetod, valim ja korraldus	30
2.3. Uuringu tulemuste analüüs	32
2.4. Järeldused ja ettepanekud	44
Kokkuvõte	48
Viidatud allikad	50
Lisad	54
Lisa 1. Küsimustik	54
LISA 2. Soovituslik tegevuskava MTÜ Arenduskojale.....	58
Summary	59

SISSEJUHATUS

Euroopa Liidus sh Eestis on hakatud viimastel aastatel kohaliku toidu temaatikat aktiivselt käsitlema ja populariseerima. Näiteks Euroopa Liidu 2014-2020 perioodi tegevuskava planeerimisel nägi Euroopa Komisjon kohalikku toitu kui ühte maaelu toetamist väärivat valdkonda.

2012. aastal leidis kohaliku toidu temaatika tunnustust Eesti riigi tasandil. Moodustati 25 Riigikogu liikmest koosnev turismi ja kohaliku toidu toetusrühm. Mille eesmärgiks on Euroopa Liidu vahendite kaasamine Eesti toidu tutvustamiseks väliskülaliste seas.

Inimesed on igapäevaelus hakanud teadlikumalt otsima informatsiooni pakutava toidu päritolu, omaduste ja selle tervislikkuse kohta. Inimeste muutunud soovide, vajaduste ja ootustega peavad arvestama ka turismiettevõtjad oma pakutavate turismitoodete disainimisel ja arendamisel. Võib eeldada, et kasvamas on nõudlus turismissihtkohtade ja –toodete järele, mis võimaldavad turistil kogeda piirkondlikku kohalikku toitu. Kohaliku toidu kasutamine maaturismiettevõtetes nii iseseisva teenuse kui ka turismitoote osana on üks võimalus, kuidas külalistele pakkuda ehedaid ja eristuvaid toiduelamusi.

Eestis on viimastel aastatel aktiivselt tegeletud maaturismi ettevõtjate teadlikkuse tõstmisega kohaliku toidu pakkumise olulisusest. Võib öelda, et kohaliku toidu pakkumine maaturismiettevõtetes on kasvutrend. Turismiettevõtjatel on tulenevalt kasvanud nõudlusest tekkinud ka majanduslik põhjendus kohaliku toidu pakkumisega seotud toodete ja teenuste süsteemseks väljaarendamiseks ja selleks vajalike investeeringute tegemiseks.

Põhja-Eestis asuv Lahemaa Rahvuspark koos sellega piirnevate lähialadega, milleks on Vihula-, Kadrina-, Tapa- ja Kuusalu valla osaline ala, moodustab MTÜ Arenduskoja piirkonna. Edaspidi käsitletakse seda töös Lahemaa piirkonna ja loodusturismi sihtkohana. Lahemaa piirkonna turismiasjalised peavad oluliseks kohaliku toidu temaatika arendamist. Koostöös MTÜ Arenduskojaga on viimastel aastatel algatatud kolm kohaliku toidu pakkumisega seotud toodete ja teenuste arendusprojekti. Käesolev teema lõputöö tegemiseks tuli eelkõige sellest, et MTÜ Arenduskoda on näidanud üles suurt huvi teada saada kohaliku toidu kasutamise ulatust Lahemaa piirkonnas tegutsevate toitlustusteenust pakkuvate ettevõtete seas.

Lahemaa kui Eesti vanimat rahvusparki hõlmava piirkonna näol on tegemist turismisihtkohaga, kus on head eeldused ja soodsad tingimused kohaliku toidu turismitootena pakkumiseks. Piirkonnas tuleb rahvuspargi nõuetest lähtuvalt tegeleda kultuuri- ja ajaloopärandi säilitamise ja tutvustamisega. Puhta looduskeskkonna tingimustes on kohaliku toidu tooraine kättesaadav. Kuid unustada ei saa, et piirkonna looduskaitseala tingimused kohustavad sealseid turismiettevõtjaid tegutsema kooskõlas säästva turismi põhimõtetega.

Probleemiks on, et hetkel puudub terviklik ülevaade kohaliku toidu pakkumise kohta Lahemaa piirkonna turismiettevõtete teenusena või toodete osana. Uuritavas piirkonnas kohaliku toidu pakkumise suurendamiseks ja toitlustusteenuste edasi arendamiseks on vaja täiendavat informatsiooni.

Probleemist lähtuvalt on autor seadnud järgneva lõputöö uurimisküsimuse: „Milline on kohaliku toidu kasutamise hetkesituatsioon Lahemaal piirkonnas ja selle arenguvõimalused?“

Lähtuvalt uurimisküsimusest on lõputöö eesmärgiks selgitada välja kohaliku toidu ja toorme kasutamise ulatus Lahemaa piirkonnas tegutsevate toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtete seas. Tulemusest lähtuvalt teha ettepanekuid Lahemaa piirkonna turismiettevõtetes kohaliku toidu pakkumise edendamiseks ja piirkonna turismiorganisatsioonile MTÜ Arenduskoda.

Eesmärgi saavutamiseks on seatud järgmised ülesanded:

- Töötada läbi kohaliku toidu-, ning toitlustusteenuse sihtrühmapõhise ja jätkusuutliku arendamise teoreetilised käsitlused;
- Ette valmistada ja läbi viia uuring Lahemaa piirkonnas toitlustusteenuseid pakkuvate turismiettevõtete seas;
- Analüüsida uuringust saadud tulemusi;
- Teha järeldusi ja ettepanekuid Lahemaa piirkonna turismiettevõtetes kohaliku toidu pakkumise edendamiseks ning koostada soovituslik tegevuskava MTÜ Arendukojale.

Teoreetilise ülevaate koostamisel on eelkõige tuginetud Euroopas enam levinud kohaliku toidu mõistele. Kasutatakse ka teisi valdkonnaga seotud nii võõr- kui ka eestikeelseid allikaid. Uurimismeetodina on kasutatud ankeetküsitlust Lahemaa piirkonnas toitlustusteenuseid pakkuvate ettevõtjate seas uuringu teostamiseks.

Käesolev lõputöö koosneb kahest peatükist. Esimene peatükk jaguneb omakorda kolmeks alapeatükiks, milles esimeses selgitatakse kohaliku toidu ja loodusturismiga seotud mõisteid ning nende seos teiste valdkondadega. Teises alapeatükis käsitletakse toitlustusteenuse arendamist ning potentsiaalsete sihtgruppide huve seoses sihtkoha külastamisega. Kolmandas alapeatükis tuuakse välja jätkusuutliku arendamise põhimõtted.

Teine peatükk jaguneb neljaks alapeatükiks. Esimeses alapeatükis tutvustatakse uuritavat Lahemaa piirkonda. Teises alapeatükis kirjeldatakse uuringu korraldust. Kolmandas alapeatükis analüüsitakse uuringust saadud tulemusi. Neljandas alapeatükis tehakse lähtuvalt uurimistulemustest järeldused ning autoripoolsed ettepanekud arendustegevuseks Lahemaa piirkonnas.

Lõputöö lisadena on esitatud uuringus kasutatud küsitlusankeet ning soovituslik tegevuskava MTÜ Arenduskojale.

1. KOHALIKU TOIDU TEOREETILISED KÄSITLUSED

1.1. Kohaliku toidu ja sellega seotud turismivormide määratlused

Käesolevas peatükis kajastatakse laiemalt kohaliku toidu teoreetilist käsitlust loodusturismitoodetes, mis hõlmab endas kohaliku toidu ja loodusturismitoodete käsitlusi ning nimetatud valdkondadega seotud mõistete selgitusi. Lahemaa piirkond on praeguseks tuntud maaturismi piirkond. Käesolevas töös avatakse maaturismi sisu ja olulisemad ressursid, milledest üheks olulisemaks on toit. Samuti tuuakse välja toiduturismi ja toidu kui turismitoote mõisted.

Turist reisib erinevate eesmärkidega (kes otsib seiklusi, kes on ökoturist jne), kuid toit on alati üks reisielamuse osa. See aga võimaldab kohalikku toitu pakkuda läbi erinevate turismivormide.

Eesti turismist suure osa (~2/3) moodustab maaturism, mis baseerub maapiirkondade ressurssidele ja tugevatele külgedele (nagu näiteks: loodus, privaatsus, omanäolisus, personaalne tähelepanu, vaikus, ehedus jms), võttes arvesse ja integreerides majanduslikke, sotsiaalseid ja kultuurialaseid struktuure ja traditsioone. Maaturismi defineeritakse üldises turismimajanduses kui maakoha loodusvarade, kultuuripärandi, asukoha, kohalike traditsioonide ja kohaliku toodangu majanduslikku kasutamist läbi turismitoodete ja teenuste, mis illustreerivad regionaalset identiteeti. (Uuring turismiettevõtjad maapiirkonnas 2010)

Maaturism hõlmab hulga erinevaid tegevusi/teenuseid, sealhulgas taluturismi, ökoturismi, loodusturismi, ratsaturismi, aktiivse puhkuse- ja seiklusturismi, kultuuri- ja elamusturismi, toidu- ja joogiturismi. Sellest võib järeldada, et loodus- ja maaturismi

osakaal on põimunud ja see on tänapäeval oluline väljund majanduslikuks mitmekesistamiseks ja sotsiaalseks taastamiseks. Maaturism ei ole enam ainult talunike lississetuleku allikas, vaid see on tänapäeval laiendatud tegevus, mis toetab nii otseselt kui kaudselt mitmeid maapiirkondade majandusharusid ja ärisid ning seob põllumajanduse majanduslikke väärtuseid maamajandusega. (Haven-Tang, Jones 2012: 29) Ühe tervikliku osa maaturismist moodustab loodusturism, mille alla koondub omakorda mitmeid maaturismi alaliike. Loodusturism keskendub loodusressurssidele ja looduskeskkonnale, mille kohta detailsem selgitus leidub töö edaspidises käsitluses.

Lahemaa piirkonnas tegutseb Eesti vanim rahvuspark ja sellest tingituna on tegu loodusturismi sihtkohaga. Seetõttu külastab seda piirkonda palju looduse süvahuviga turiste, kes kogevad reisil veedetud aja jooksul ka toiduelamusi.

Loodusturismi mõistet on ÜRO Maailma Turismiorganisatsioon defineerinud kui turismi vormi, mille all peetakse enamasti silmas looduses asetleidvat turismi, mille peamiseks motivatsiooniks on looduse vaatlemine ja väärtustamine. Antud definitsioon on rõhutatult turisti- ehk kliendikeskne, lähtudes eeskätt loodusturisti soovidest ja vajadustest. (Sustainable development... 2013) Lisaks eelnevale definitsioonile on loodusturismi mõistele olemas ka laiem ehk tootekeskne definitsioon, mille kohaselt loodusturism sisaldab kogu turismi, mis põhineb loodusel. Et paremini eristada kitsamas tähenduses 'loodusturismi' laiemast 'turismist looduses', on kohati kasutusele võetud mõiste „looduspõhine turism“ (*nature based tourism*), mille tähendus sarnaneb eelpool kirjeldatud laiemale loodusturismi definitsioonile. Looduspõhine turism viitab turismielamustele, mis otseselt või kaudselt sõltuvad looduskeskkonnast ning vajavad teostamiseks looduslikku maismaad või veekogu. Antud definitsiooni järgi sisaldab looduspõhine turism kõike seda, mida loodusturism UNWTO kohaselt, kuid lisaks sellele ka turismitooteid, mida pakutakse küll looduses, kuid mille puhul looduse vaatlemine või tundmaõppimine ei ole turisti peamiseks motivaatoriks. Sellisel juhul kuuluvad loodusturismi mõiste alla ka erinevad aktiivsed tegevused, seiklus- ja ekstreemsport, mis toimuvad looduskeskkonnas. (Loodusturismi pakkumise uuring 2008) Käesolevas lõputöös tuginetakse looduspõhise turismi mõistele, kuna Lahemaa piirkonna turismiettevõtjaid pakuvad Lahemaa piirkonna eripäradest tulenevalt just looduskeskkonda arvestavaid ja säästvaid tooteid/teenuseid.

Looduspõhise turismi kontseptsioon on laiaulatuslik. Üllatusena on aga konkreetse definitsiooni määratlemine osutunud uurijate hulgas raskeks ja selle definitsiooni üle vaieldakse pidevalt. Vaatamata sellele on teatud konkreetset elemendid siiski paljudes definitsioonides üldised. Näiteks õppimine, rekreatsioon ja seiklus leiavad selles kontekstis aset looduskeskkonnas. Looduskeskset turismi on sageli kasutatud sünonüümina koos terminitega jätkusuutlik turism, roheline-, maapiirkonna-, alternatiivne-, seiklus- ja vastutustundlik turism. (Tangeland, Aas 2011: 823)

ÜRO Rahvusvahelise Turismiorganisatsiooni (UNWTO) andmetel kasvab loodusturismi valdkond maailmas muu turismiga võrreldes kuus korda kiiremini. Loodusturismi kiirel kasvul on mitmeid põhjusi. Üheks põhjuseks on see, et kui seni on loodusturismi peamiseks sihtgrupiks olnud pigem keskealised ja vanemad inimesed, siis järjest enam tarbivad loodusturismi tooteid noored. (Loodusturismi pakkumise uuring 2008) Sellest võib järeldada, et loodusturism on kiiresti kasvav turismivaldkond, millesse tasub panustada ja mida tasub edasi arendada.

Mitmed arutelud ja vaidlused loodusturismi mõiste üle näitavad, et loodusturismi aktiivse turismi tooted ei kujuta endast homogeenset rühma ja seetõttu võib neid liigitada mitmeti. (Tangeland 2011: 824) Looduspõhist turismi on jaotatud kuude kategooriasse, millisteks on ökoturism, seiklusturism, 3S (meri, liiv päike) turism, vangistatud turism (loomapargid, botaanikaaiad, akvaariumid ja linnumajad), kasusaav turism (jahi- ja kalaturism) ning terviseturism. (Weaver 2008: 18)

Rahvusvaheline ökoturismi ühing (TIES) on ametlikult defineerinud ökoturismi kui vastutustundlikku reisimist looduslikku piirkonda, mis hoiaks looduskeskkonda ning parendaks kohalike elanike heaolu. (Lu, Stepchenkova 2012: 703) Ökoturism on turismi vorm, mis soodustab kogemustest õppimist ja õpetab lugu pidama looduskeskkonnast või mõnest selle osast, mis on seotud kultuurilise kontekstiga. Ökoturismi hallatakse kooskõlas turismi parimate tavadega, saavutamaks keskkonnasõbralik ja sotsiaalkultuuriliselt jätkusuutlik väljund ja lisaks ka rahaline elujõulisus. Ökoturismi alla kuuluvate tegevuste hulka kuuluvad näiteks linnuvaatlus, loodusfotograafia, ning loodusvaatlus. (Weaver 2008: 17, 25)

Seiklusturismiks saab teenuse kvalifitseerida siis kui on täidetud 3 alljärgnevat tingimust:

- riski element
- kõrgema taseme füüsiline pingutus
- spetsiaalostuste kasutamine, et edukalt ja ohutult osaleda tegevustes.

Mõned ökoturismivormid (eriti need, mis teostuvad puutumatus looduses või veealuses keskkonnas) kvalifitseeruvad samal ajal ka seiklusturismiks. Samas enamus seiklusturismist ei kvalifitseeru ökoturismiks. Esiteks seiklusturismirajatised ei ole sageli looduslikud. Teiseks, looduspõhisel turismil, eluslooduse turismil üldiselt ning seiklusturismil ei ole kohustust järgida jätkusuutliku turismi nõudeid. Kolmandaks, ökoturismis on esikohal õppimise kogemus, seiklusturismis aga seikluse kogemus. Seega ökoturismil ja seiklusturismil on väike ühisosa. Seiklusturismi tegevustena võib näiteks tuua mootorsaania sõitmise, mägironimise, koerarakendiga sõitmise ning köiega laskumise. (Weaver 2008: 20, 25)

3S (*sea, sand, sun*) turismi alaliikidena võib välja tuua purjelauasõidu, veesuusatamise, lainelauasõidu ja päevitamise. Kuna 3S turism assortseerub sageli masspuhketurismiga, ei seostata seda sageli ökoturismiga. Samas on nende osas mitmeid kattuvaid jooni ning mõned tegevused kvalifitseeruvad üheaegselt nii ökoturismina kui ka 3S turismina. Eriti on see tõene mereturismi teenuste osas sh snorgeldamine, sukeldumine ja ringreisid. Neid tegevusi saab liigitada ökoturismi alla kui on täidetud kõik jätkusuutliku teostamise reeglid ja ühtlasi on need teenused hea võimalus klientidel õppida tundma veealust loodust. (Weaver 2008: 21)

Kasusaav turism hõlmab endas neid tegevusi, millega on võimalik teenida endale rahalist tulu. Näidetena nendest tegevustest võib välja tuua kalapüügi, marja korjamise, jahinduse ning seente korjamise. (Weaver 2008: 25)

Eluslooduse turism on üks kiiresti arenev looduspõhise turismi alaliik, mida kirjeldatakse kui mitte kodumaiste loomadega kokkupuudet ürgses looduses ja vangistatud keskkonnas (loomaaiad, botaanikaaiad). See vangistuse element tähendab nii mitte tarbimise (vaatlus, õpe) kui ka tarbimise (kalastamine, jahindus) tegevusi.

Vangistatud turismi näidetena võib välja tuua akvaariumid, linnumajad, puukoolid, botaanikaaiad, looduspargid, loomaaiad. (*Ibid.*: 25)

Viimane ehk kuues kategooria looduspõhises turismis on terviseturism. Terviseturism on ühtlasi ka maaturismi alaliik, mille põhisisuks on tervislikud eluviisid, tervise taastamine. Terviseturismi näidetena esitatakse mudavannid, looduslikud hoolitsused ning spaa protseduurid. (Weaver 2008: 25)

Erinevat tüüpi turistide köidavad erinevad loodusturismi teenused ja -sihtkohad erinevalt. Samuti on erinev teenustest huvitatuse aste ja soov aktiivsete tegevuste osas. Loodusturistide sihtrühmad jagunevad:

- süvahuviga loodusturistid
- pühendunud loodusturistid
- tava loodusturistid
- põgusad loodusturistid.

Mõisteid „sügav“ ja „põgus“ loodusturism kasutades rõhutati, et erinevad sihtrühmad omavad erinevaid vajadusi ja need saab jaotada suures plaanis kahte osasse:

- teadlik või kogenud loodusturist
- asjatundlik loodusturist (Lu, Stepchenkova 2012: 703)

Loodusturismi kontekstis on vältimatult vajalik aga teada kohaliku toidu mõistet ja selle olemust. On selge, et mis tahes turist vajab reisisid toidlustusteenuseid. Loodusturismi ettevõtjad ei paku aga mis tahes sööki, vaid keskenduvad looduslikule toidutoormele ja püüavad pakkuda oma külalistele just oma piirkonna kohalikku toitu.

Kohalikku toitu on võimalik kogeda läbi erinevate turismivormide nagu nt maaturism, loodusturism jne. Järgnevalt selgitatakse kohaliku toidu mõisteid.

Kohaliku toidu mõiste definitsiooni Eestis ei ole riiklikul tasandil selgelt kokku lepitud. Kohaliku toidu pakkumises on aga 3 eristatavat gruppi: toidutoorme tootjad, toidutoodete tootjad ja kohaliku toiduga toidlustusteenuse pakkujad. Eestis ei ole seda mõistet sätestatud ühegi riigi tasandi dokumendiga. Samas on erinevatel koolitustel (nt lektor Sirje Rekkor 04.05.2010 Oandul seminaril: „Kohalik toit, mis see on?“) ja kohaliku toidu üleriigilistel infopäevadel (nt 09.11.2011 Sirje Kuusiku ettekanne „Mida

saaks teha maaturismi kohaliku toidu pakkumise edendamiseks?“ Jänedal kohaliku toidu üleriigilisel infopäeval) esinejad võtnud aluseks paljudes Euroopa riikides levinud käsitluse, kus kohaliku toiduna käsitletakse:

- piirkonnas (100 km raadiuses) kasvatatud või kasvanud toormest valmistatud toitu;
- piirkonna väikeettevõtetes valmistatud toidutooteid;
- piirkonna toitlustus- ja maaturismiettevõtetes pakutavat toitlustusteenust, milles on püütud maksimeerida kohalikku tooret ja toidutooteid. (MTÜ Arenduskoda kohaliku toidu trükis 2013)

Kohalik toit Eesti maapiirkonna loodusturismiettevõtja toiduteenusena kätkeb endas enamasti lisaks piirkonna kohaliku toidu sisendite kasutamisele ka piirkonna kultuuripärandi kasutamist ja ettevõtte (talu, kõrts, turismikeskus vm) menüü omapära.

Kohaliku toidu mõiste Soomes

Kuna kohaliku toidu mõiste Eestis puudub, toob autor välja Soomes vastu võetud mõiste. Kohaliku toiduna Soomes käsitletakse sellist toiduainete tootmist/toitlustamist ning nende tarbimist, mis kasutab oma piirkonna kultuuripärandit ja sisendeid, edendades sellega oma piirkonna majandust ja tööhõivet. (Lähiuoka 2012, Soome)

Kohaliku toidu ökoloogiline jätkusuutlikkus:

- vahemaad on lühikesed
- pakendmaterjale vajatakse vähem
- tootmine on sageli väikesemahuline ja selleks saab kasutada ka kohalikke, taastavaid energiaallikaid
- loodusvarade tõhusam kasutamine
- lisaainete vajadus väheneb ja toit on värske
- iseseisvus ja kodumaine tootmine jäävad

Sotsiaalne jätkusuutlikkus:

- Maapiirkondade elujõulisus tugevneb
- Suhtlemine tootja ja tarbija vahel kasvab

Rahaline jätkusuutlikkus:

- Kohalik toit toetab kohalikke elanikke elatusvahendite hankimisel

Kultuuriline jätkusuutlikkus:

- Piirkondlik gastronoomia jääb
- Side tootja ja tarbija vahel on võimalik. (Lähiuoka 2012, Soome)

Eesti looduslik ja kultuuriline mitmekesisus on meie turismi oluline väärtus ja konkurentsieelis. Ühe osa sellest moodustavad kindlasti ka loodusannid meie puhtast loodusest, mis jõuavad turistide toidulauale. Seetõttu on loomulik, et kohaliku toiduga toitlustamist maaturismis käsitletakse just loodusturismi kontekstis. Selleks, et paremini mõista kohaliku toidu kasutamist toitlustusteenustes maailmas laiemalt, esitab autor järgnevalt käsitlusi erinevatest maailma piirkondadest.

USA-s on kohaliku toidu mõiste defineerimisel kasutusel lai skaala põhimõtteid. Üheks populaarseks viisiks defineerida „kohalikku“ on piiritleda juhuslik kaugus keskpunktist. Kõige levinumaks kauguseks on 100 miili raadius valitud keskpunktist. Teine vähem juhuslik variant kohaliku toidu defineerimisel on teha seda läbi inimeste tunnetuse nimetada teatud ala kodu- või põliseks piirkonnaks. California ülikooli jätkusuutliku põllumajanduse uuringute ja hariduse programm defineerib kohalikku toitu kui toidumajandust, mis sisaldab tootmist, töötlemist, jaotust ja tarbimist, et parendada piirkonna majanduslikku-, keskkonnaalast ja sotsiaalset heaolu. Seega kohalikud toidusüsteemid ei ole lihtsalt geograafiline piirkond ega toodete kogum tootmisest tarbijateni, vaid need on looduslikud ja sotsiaalsed võrgustikud, mis on moodustatud konkreetse piirkonna üldiste teadmiste ja mõistmise kohaselt. (Kremer, DeLiberty 2011: 1252)

On selge, et kohaliku toidu täpne defineerimine geograafilises mõttes on väga keerukas. Suurbritannias ei ole olemas ühtegi täielikult aktsepteeritud definitsiooni selle kohta, milles seineb kohalik toit. Erinevad huvigrupid valivad erineva definitsiooni, lähtudes nende vajadustest. Taluturgudel arvestatakse enamasti 30 miili raadiusega. Sellekohane läbi viidud uuring selgitas välja, et erinevad seotud grupid käsitlevad kohalikku erinevalt. Määratlusi esineb alates vahetust lähinaabrusest kuni Suurbritanniani välja. Kohaliku defineerimist raskendab ka toodete eripära, kus on kasutatud toormeid, mis eksporditakse (nt kaneel, suhkur). (Sims 2010: 107)

Kohaliku toiduga seotud motivaatoreid, mis mõjutavad kohaliku toidu pakkumist turismisihtkohas, saab defineerida läbi nelja erineva kategooria: füüsiliste-, kultuuriliste-, isikutevaheliste- ja staatuse- ja prestiiži motivaatorite. Kohaliku toidu tarbimist mõjutavad 9 motiveerivat mõjutegurit. Mõjuteguriteks on põnev kogemus, rutiinist põgenemine, tervislikkus, õppimise kogemus, ainulaadne kogemus, ühiskogemus, prestiiž, meeleline aisting ja füüsiline keskkond. (Kim, Eves 2012: 1458)

Turist võib Lahemaa piirkonnas kohaliku toidu elamust kogeda läbi erinevate loodusturismitoodete. Järgnevalt selgitab autor turismitoote olemust.

Turismitoode on terviklik külastuselamus, mis koosneb erinevatest toodetest ja teenustest, mida külastaja oma reisi ajal tarbib. Turismitoode tugineb füüsilistele, emotsionaalsetele ja elamuslikele elementidele ning viisile, kuidas neid külastajale pakutakse. Turismitoode põhineb puhtal keskkonnal, kohaliku kultuuri ja kogukonna positiivsel esitlemisel ning pakub külastajale midagi unikaalset – identiteet, mis erineb konkurentidest. (Eesti riikliku turismiarenduskava... 2006)

Igas majandusharus on kasutusel mõiste toode ning toodet arendatakse selleks, et rahuldada potentsiaalsete klientide vajadusi. Vastavates kirjandusallikates ei ole jõutud konsensussele turismitoote definitsiooni osas, aga on jõutud üldisele arusaamale, et turismitoode peab olema atraktiivne turistidele, kes otsivad kas äri- või puhkuse reisiteenuseid. Bill Hardman – endine Southeast Tourism Society president toob oma raamatus „Tourism product and services“ välja, et turismitoode on mistahes turunduse objekt. See võib olla terviklik kogukond või ka individuaalne asutus (nt hotell, park vms). (Xu 2010: 607) Turismi kontekstis eristuvad linnaturismitoode ja maaturismitoode. Järgnevalt keskendub autor vastavalt käesoleva lõputöö teemale ainult maaturismi mõistele.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et turist reisib erinevate eesmärkidega, toit on aga üks reisielamuse osa. See võimaldabki kohalikku toitu pakkuda läbi erinevate turismivormide.

1.2. Sihtrühmade vajaduste arvestamine sihtpiirkonna toidlustusteenuste arendamisel

Lahemaa piirkonna turismiteenused esindavad erinevaid turismivorme, kuid kõigis neis on külastajal võimalik saada ka kohaliku toidu kogemus. Turismiettevõtjatel on aga vajalik teada külastaja ootuseid, soove ning vajadusi. Lahemaa on lisaks loodusturismile tuntud ka kultuuriturismi piirkonnana. Seda eelkõige rikkaliku kultuuripärandi poolest, sh ajaloolised ehitised ja mitmesugused maaelu traditsioonid. Järgnevalt kirjeldatakse toiduturisti kui kultuurituristi iseloomu.

Toiduturist kui kultuuriturist. Toit ja jook ning sellega seotud tegevused ja tavad on osa iga rahvuse kultuuripärandist. Seega võib toiduturiste kirjeldada sarnaselt kultuurituristidega. Sellised inimesed sageli:

- naudivad toitu ja jooki ning on huvitatud teadmistest, kuidas söödut-joodut toodetakse. Nad peavad ennast sageli teadlikeks ja haritud külastajateks. Kui aga nii ei ole, siis neil on siiski tavapärasest kõrgem teadmistebaas;
- on avatud uutele kogemustele ja näevad toidus meeldivat võimalust avastada uut ja erinevat kultuuri ja identiteeti;
- on haritud ja heade kultuurialaste teadmistega. Neile meeldib elukestev õpe ja nad on nõus osa oma puhkuse ajast sisustama harivate tegevustega. Näiteks talu külastus, giidiga ekskursioonid, maitsmised jms;
- planeerivad ja teosavad oma reisi iseseisvalt. Nad ei kasuta eriti reisikorraldajate teenuseid, isegi juhul kui viimased on spetsialiseerunud toiduteemaliste reisiprogrammide korraldamisele; (Croce, Perri 2010: 45)
- omavad kõrgeid ootusi külastatava sihtkoha suhtes, näiteks teenuste kvaliteet, pakutavad maitseelamused jms.

Eeltoodu on iseloomulik kultuurituristidele, kes on huvitatud toidust ja joogist. Alati on ka teist tüüpi reisijaid. Näiteks kõik veinituristid, kes külastavad piirkonna veinikeldrit ei pruugi olla sügava huviga piirkondliku joogi ja joogikultuuri vastu. Neil võivad olla veinist vähesed teadmised ning külastuse käigus soovivad pigem lõõgastuda ja nautida.

Mõnele toiduturistidele on reisi koostades väga oluline puhkuse aspekt. Teised aga planeerivad reisile näiteks tihedalt söögikohakülastusi, mis on just värskelt avatud või kus töötab mõni kuulus peakokk. (Croce, Perri 2010: 45)

Toiduturist võib olla ka järgneva ettevalmistuse ja huviga:

- on varustatud uusima toidukohtade teatmikuga;
- on lugenud teiste, sihtkohta varem külastanud turistide kogemusi;
- otsivad hetkel kõige trendikamat toiduturismi sihtkohta;
- soovivad külastada esinduslikku restorani või veinikeldrit;
- ühendavad toiduturismi klassikalise ostureis või nädalalõpu puhkereisiga kõrgklassi kasiinohotellis.

Igal inimesel võib huvi kultuuri ning toidu ja joogi vastu olla erinev. Järgnevalt saab välja tuua toidu/joogi turistide jaotuse huvi alusel.

Toiduturistide jaotus huvi alusel. Inimeste ootused, soovid ja vajadused on erinevad. Seni on enam uuritud veinituriste ning erinevad autorid on nende põhjal välja pakkunud mitmeid toiduturistide liigitamise kriteeriume. Uuringute põhjal võib üldistavalt välja tuua järgmise toidu ja joogi huviliste turistide või ühepäevakülastajate jaotuse:

- **Haritud asjatundja.** Tunnevad maaelu ja sealset taime- ja loomakasvatust jms. Reisil olles ei soovita kulutada aega millelegi, mis on neile juba teada-tuttav. Reisil soovitakse täiendada oma teadmisi ning eelistatakse sihtkohta üksinda külastada või siis rühma inimestega, kellele on temaga sarnased teadmised.
- **Innukas huviline.** Soov toiduvaldkonnaga paremaks tuttavaks saada ja huvi toidutootmispiirkondi külastada on ehe. Neile meeldib külastuse ajal end kaasatuna tunda ning meeldib selge ja täpne teave, kuid ei soovi liigselt tehnilistesse detailidesse laskuda. Samuti meeldib neile külastuse ajal suhelda ekskursiooni juhiga. Osalevad meelelahutuslikes tegevustes kui need on intelligentselt korraldatud ja neisse on põimitud ka õpikogemus.
- **Sõbralik kaasatuliija.** Ei ole eriti toidust ja joogist huvitatud, kuid on nõus koos pere või sõpradega külastama veinikeldrit, veskit, talukompleksi vms toiduturismi sihtkohta. Eelistavad viibida koos rühmaga ja on nõus nendega kõik

tegemised kaasa tegema. Nende puhul säilib alati võimalus, et ühel hetkel muutuvad nad oma lihtsalt sõprade ja tuttavatega kaasaminemise ajal kogetust inspireerituna toidu ja joogi huvilisteks.

Turismi sihtkoha arendajatele on siinkohal oluline meeles pidada, et piirkonnas pakutavad turismitooted ei saa olla nn kõigile sobivad. Näiteks eeltoodud toiduturisti iseloomustuse jaotuse põhjal ei saa haritud asjatundjale ja innukale huvilisele samasisulist toodet pakkuda. (Croce, Perri 2010: 45)

Haritud asjatundjast toiduturist. Eeltoodud alajaotuses kasutati terminit haritud asjatundja. Järgnevalt soovin seda sihtrühma laiendatult tutvustada. Sõna asjatundja kasutatakse siinkohal eksperdi sünonüümina. Alljärgnevalt on toodud näiteid, kes võivad kuuluda haritud asjatundja kategooriasse:

- **Valdkonna juhtivtöötajad.** Toitlustusvaldkonnas erialased teadmised ja tehnilised oskused. Näiteks veinivabrik, meierei omanik, oliivikasvataja, restorani omanik jms. Nende jaoks on toiduturism kui a) võimalus õppida piirkonna tootmis- või majandustegevust paremini tundma, b) õppida tundma konkurente oma tegevusvaldkonnas ja võrrelda nende tegevusi enda omadega.

Nende toiduturismi reise peamine eesmärk on ärialast infot koguda. Näiteks on oluline kohtuda silmast-silma külastavate kohtade omanikega. Neil ei ole sageli reisil ajapuuduse tõttu võimalik külastada muid, toidu ja joogiga mitteseotud ettevõtteid.

- **Erialaliidud või -ühingud, liikmed.** Selle liigi alla kuuluvad näiteks väiksema või suurema organisatsiooni liikmed, näiteks sommeljeede liidu liikmed. Neil on erialased teadmised ja oskused ning nad külastavad sihtkohti, et ennast erialaselt täiendada ja arendada. Külastamiseks valitavad sihtkohad peavad olema kvaliteetsed ja hea mainega.

Oodatakse vastuvõttu väga hästi koolitatud personalilt, kes oskab vajadusel vastata nende spetsiifilistele küsimustele. Võimalusel huvitatakse ka mitte toiduga seotud harivast külastusest või infost.

- **Spetsialistid.** Töötavad sageli spetsialistidena oma ala valdkonnas. Neil ei ole spetsiifilisi toidualaseid teadmisi, kuid nad on väga teadlikud kvaliteetsetest ja parimatest toidutoodetest. (Croce, Perri 2010: 45)

Naudivad häid asju elus. Nad teavad eri piirkondade parimaid ja auväärsemaid tooteid ning ostavad neid regulaarselt ka igapäevelus. Spetsialistidel on elav kultuurihuvi. Hoiavad ennast informeerituna erinevate toidualaste teatmike, ajakirjade ja muude väljaannete põhjal. Sageli uurivad lisaks Internetist, et kogetud toidust ja joogist enam teada saada.

Kulutavad raha hea meelega hästi söömisele. See aga ei tähenda vaid kallites ja tunnustatud restoranides einestamist. Einestamise elamust võivad nad otsida just näiteks kohalikust toidust.

Sageli reisivad nad paarina või perega. Reisil olles on peamiseks eesmärgiks toidu ja joogiga seonduv. Lisaks aga tegelevad meeleldi ka muude lõõgastavate tegevustega, näiteks ratsutamine, matkamine, spaa külastus jms. (Croce, Perri 2010: 45)

Giidiga külastuselt ootavad nad asjakohast infot, kuid mitte liigselt tehnilist teavet.

- **Ajakirjanikud.** Toidu- ja joogivaldkonnale spetsialiseerunud ajakirjanikud. Nad muutuvad toiduturistideks, kui külastavad mõnda temaatilist sündmust või osalevad ajakirjanikele mõeldud sihtkoha tutvumisreisil.

Väga lühikese ja piiritletud aja jooksul kogevad nad parimat, mida külastataval toiduturismi sihtkohal on pakkuda. Tutvuvad piirkonnaga, kohtuvad ettevõtjatega jms. Tutvumisreisil olles on nad tasuta viibivad külalised, kes aga sageli eeldavad erilisemat ja eristaatuses kohtlemist.

Reisi peab saatma kogenud giid, kes omab häid valdkonnapõhiseid teadmisi. Giid võib neile tutvustada uusi ideid ja suundumusi toiduturismi valdkonnas, mida nemad siis omakorda üldsusele läbi oma ajakirjaniku töö edasi räägivad.

- **Teadlik toiduostja.** Pühendavad palju aega ja energiat, et omale igapäevaseks toiduks sobilikke toiduaineid valida. Loevad hoolega infot toidupakenditelt,

kontrollivad toidu päritolumaad, eelistavad sageli orgaanilist toitu ja võimalusel ostavad oma toidu otse tootjalt. Selleks nad külastavad tootjat personaalselt, kasutavad e-tellimisvõimalust või erinevaid võrgustikke.

Näevad sihtkoha külastustes head võimalust kontrollida seal pakutavate toidutoodete kvaliteeti ja vastavust kehtivatele nõuetele ja standarditele. Hariv ja meelelahutuslik tegevus reisil ei ole nende jaoks oluline. (Croce, Perri 2010: 46)

Arvestades ülaltoodud informatsiooni erinevate toiduturismi sihtrühmade kohta, saab neile teadlikult teenuseid kavandada. Et kohalik toit haakub mitmeti nende vajadustega, on sellel oluline koht jätkusuutlike toiduteenuste arendamisel maaturismis.

Kohalikul toidul on potentsiaali olla keskseks teguriks jätkusuutliku turismi pakkumises, läbi kõikehõlmava hoolitsuse toidu ohutusele ja mõjudele maakeskkonna põllumajandusele ning külastajate kasvavale nõudlusele kogeda sihtkohas rohkem ehedust. (Sims 2009: 326) Puhkusel olles saadud toidu elamused võivad sisaldada erinevat liiki ehedust ja sellest võib järeldada, et kohalik toit on oluline mitmest aspektist jätkusuutliku turismi kogemisel. Esiteks hõlmab see eesmärgi või ühiskondlikke tõekspidamisi eheduse kohta, kus proovitakse toite, mida võiks siduda sihtkoha kultuuri, looduskeskkonna ja maastiku eripäradega. (Sims 2009: 332)

Palju oleneb toidu pakkumisel ka juurde räägitavatest lugudest, mida inimene ei koge, kui ostab toidu näiteks suurest supermarketist. Erilisus seisneb selles, et turist, külastades suure kaupluse asemel väikest talupoodi kogeb personaalset lähenemist ja saab mitmesugust teenust selgitavat informatsiooni. Nad saavad sealt rohkem kui lihtsalt ostukogemuse. Seega see, et turistid otsustavad tarbida just kohalikke tooteid, ei pruugi olla ainult füüsilise maitse nautimises, vaid nad tarbivad ka selle toidu tähendust, mis sellega kaasneb. Seega reisisid söömine ja joomine on muutumas kolme-dimensiooniliseks kogemuseks, mis võimaldab turistil tunnetada seost sihtkoha ja selle piirkonna kultuuri vahel. (Sims 2009: 333)

Pakkudes külastajatele ehedat kogemust läbi kohaliku toidu pakkumise võib aidata kaasa jätkusuutliku turismi arengule. Kõige ilmselgem on see, et toidu- ja joogi toodete reklaamimine võib aidata luua ettekujutluse kindlast sihtkohast, mis saab omakorda

aidata meelitada sihtkohta uusi külastajaid ja võimendada majanduslikku jätkusuutlikkust pikas perspektiivis. Kohalikud tooted lubavad erinevaid kõikehõlmavaid sotsiaalseid-, majanduslikke- ja keskkondlikke kasusid nii võõrustajatele kui ka külastajatele, mis on nõutud osa IRT liikumisest üle Euroopa. Turistide nõudlus kohaliku toidu järele loob turule võimaluse, mis julgustab jätkusuutliku põllumajanduse arengut. See aitab säilitada kohalikke põllumaid ning toetab kohalikku jätkusuutlikku majandamist. (Sims 2009: 333-334)

Toitlustus on säästvas turismis oluline mitmel tasandil. Esiteks, kohaliku toidu tarbimisel on mitmekordistav tegur, kus kasusaajaks on kohalik majandus. Teiseks, „ostes kohalikult“ vähendab transpordist tulenevaid globaalseid keskkonna saastamise tagajärgi. Kolmandaks, olukorras, kus erinevad maailma sihtkohad konkureerivad turistide köitmise nimel, on kõrge kvaliteediga köök ja erilised kohalikud toidutooted üks viis selle saavutamiseks. Kohalikud toidutooted võivad osutada eriti populaarseks turistide silmis seetõttu, et need on hinnanguliselt nn ikoontooted, milles nähakse reisisihtkoha tüüpilist iseloomu. (Sims 2009: 322)

Kuigi turism võib tuua maapiirkondadesse mingil kujul majandusliku õitsengu, leiab üha enam kinnitust, et seoses külastajate arvu tõusuga sihtpiirkonnas kaasnevad ka negatiivsed muutused. Sellest võib järeldada, et tänapäeva katsed arendada jätkusuutlikkust peavad hoolitsema lisaks majanduslikele kaalutlustele ka sotsiaalsete, kultuuriliste ja keskkondlike külgede eest sihtkohas. See teadmine on andnud uue suuna turismitoodete ja -teenuste tarbimise edendamisel, et need kahandamise asemel hoopis parendaks maapiirkonna mainet. (Sims 2010: 105)

Mitmetes Euroopa turismi- ja maapiirkondades on kättesaadavad toetusprogrammid, mis võimaldavad kiirendada arendustegevust. Euroopa Liidus on näiteks loodud LEADER programm, mis on rahastatud Euroopa Liidu struktuurfondist ning mille üheks eesmärgiks on edendada säästvat maapiirkondade arendust Euroopa Liidu riikides sellisel viisil, mis on suunatud hoolt kandma üheaegselt nii majandusliku, sotsiaalse kui keskkondliku arengu eest. Antud programmi võtmerolliks on olnud ka aidata anda lisandväärtust säästavatele kohalikele käsitöö- ja toidutoodetele. Näiteks Loode-Inglismaal on LEADER programmi raames toetatud ettevõtet, mis tegeleb talupidamise

ja lambakasvatusega. LEADER programmist toetust saanud toiduettevõtjad on saanud kiiremini saavutada tootarenduslikke eesmärke kui tehes seda ainult omavahendeid kasutades. (Sims 2010: 107)

Toiduhuvi reisisid seostub turisti huvide ja taustaga igapäevaelus. Kõik inimesed ootavad reisisid toiduelamusi, kuid vaid osa neist soovib teadlikult saada just piirkonna kohaliku toidu ja kultuuripärandiga seonduvaid toiduelamusi. Seetõttu on sihtpiirkonna toitlustusettevõtjatel vajalik uurida sihtrühmade eripärasid ja ootusi.

Inimestel, kes valivad teadlikult toiduturismi, on peamiselt kultuurituristid. Üldiselt jagunevad nad inimesteks, kes:

- Nautivad toitu ja on huvitatud saama rohkem teada toidu tootmise kohta. Nad peavad ennast teadlikuks tarbijaks või soovivad teadlikumaks saada;
- On avatud uutele kogemustele ja nad näevad toitu kui vaimustavat viisi avastamiseks uusi ja erinevaid kultuure;
- On haritud ja neil on head kultuurilised teadmised. Samuti on neil soov õppida midagi uut ja nad soovivad oma puhkuse jooksul osaleda harivates aktiivsetes tegevustes;
- On iseseisvad reisijad, kes teevad tavaliselt ise oma reisi ettevalmistused. Tulemuseks on see, et nad ei ole reisi jooksul kellestki sõltuvad.

Need kirjeldused annavad meile toiduturismist huvitatud külastajale iseloomulikud tunnused. Kuid on ka teisi külastajate tüüpe, kes on huvitatud kulinaarsetest elamustest ning kes väärivad meie tähelepanu. Need külastajad ei pruugi olla nii teadlikud ning nad võivad olla juhuslikud külastajad, kes soovivad ainult kulinaarseid elamusi lõbu pärast. Paljude turistide jaoks on elamused kõige olulisem aspekt puhkuse jooksul, kuid mõned nautivad just elamusi nt kuskil renoveeritud söögikohas või nautivad kuskil toitlustuskohas tuntud koka valmistatud küpsetisi. (Croce, Perri 2010: 45)

Kõrgelt motiveeritud toidureisil olev turist otsib just piirkonna ressursse, keskendudes kõigi viie meelega piirkonna toodete nautimisele ja soovib osta ka suveniire, millel on reisi hõng. Selleks, et võita turistide meeli ja südameid ning tekitada kestva muljet peavad sihtkohad olema võimelised pakkuma unikaalseid ja terviklikke kogemusi. (*Ibid*: 45)

Tänapäevane trend on uurida turistide käitumist, kasutades kogemuslikku lähenemist, kus turisti/tarbijat nähakse ennetava osalejana kõigis ostu etappides. Otseselt, igas turismiteenuse etapis – enne reisi, reisi ajal ja pärast reisi, esimesest reisivajaduse tajumise hetkest kuni reisilt koju jõudmiseni – on nõutud kogu informatsioon, et teha teadlikke ostuotsuseid. Puhkuse ajal jätkab turist sihtkoha kohta info otsimist, et teada, mida veel avastada ja isegi koju tagasi jõudes otsitakse veelgi täpsemat informatsiooni, et saada kinnitust oma reisikogemustele. Turistid võivad tänapäeval olla ka ise aktiivsed reisikavandajad, kavandades endale ise kogu individuaalse reisikava või omades reisikorraldaja reisikava kasutades selle endale kohandatud varianti. (Croce, Perri 2010: 46)

Reisikogemuste jagamine on tänapäeval palju laiem kui ainult inimeste lähemad sõbrad ja pere, sest meeeldi jagatakse oma muljeid ja tagasisidet reisikorraldajatele, suheldakse teiste turistidega ning jagatakse muljeid ka erinevates sotsiaalmeedia väljundites, sh reisifoorumites ja blogides. (Croce, Perri 2010: 46) Seetõttu on ääretult oluline jätta küllastajatele igas reisi etapis parim võimalik mulje ning oluline on püüda klienti võimalikult hästi teenindada. Ühel kliendi külaskäigul on laiem tähendus kui ainult ühekordne külastus, kuna suure tõenäosusega räägib klient oma muljed lähedastele/tuttavatele edasi. Kui klient saab aga sihtkohas või ettevõttes hea kogemuse, võib sellest samast küllastajast saada ka korduvküllastaja ning teistele oma positiivsest kogemusest edasi rääkides võib tekkida ka uusi potentsiaalseid kliente.

Kohalik toit on jätkusuutliku turismi üheks keskseks teguriks. Looduskeskse reisi jooksul otsib turist samu elemente ka toidust. Talle on tähtsad toidutoorme ja –toodete päritolu, unikaalsed piirkonna toiduga seonduvad pärimuslikud ja muud lood ning omanäoline toitlustuskeskkond. Kohalikul toidul on piirkonna jaoks tähtis mitmekordistav tegur, kus toitlustusega seoses loodakse erinevaid töökohti nii kohaliku toidu toormetootjate, toidutöötajate kui toitlustajate ettevõtetes. Kohaliku toiduga toitlustamine aitab vähendada ka transpordikuluseid piirkonna toidusektoris, sest osa tulemist jääb oma piirkonda. Toitlustajal aitab kohalikule toidule keskendumine saavutada tihedas konkurentsis olulist konkurentsieelist. Toeks on selles ettevõtjatele Euroopas Liidu struktuurfondide vahendid, mida saavad taotleda maaettevõtjad just jätkusuutliku arengu saavutamiseks.

Kohaliku toidu sihtrühmad, kes on enamuses kultuurihuvilised, peavad oluliseks uudsete reisikogemuste saamist ja uute asjade õppimist seoses piirkonna toiduga. Näiteks pakutud toidus kasutatud huvitavad ürdid või maitsvad salatid võetakse hiljem kasutusele ka oma koduste toitade valmistamisel. Kulinaarsed kohaliku toidu elamused reisi piirkonnast, täiendavad piirkonna toidutoodete ostud ja meeldiv suhtlemine toitlustajatega võivad luua turistile sedavõrd palju häid reisiemotsioone, et nad soovivad tulla piirkonda uuesti külastama või soovivad sihtkoha ka oma lähedastele ja tuttavatele.

1.3. Jätkusuutliku arendustegevuse põhimõtted

Rahvusvahelises turismis ja riikidevahelises koostöös on säästva turismi mõiste laialdaselt kasutusel terminina „*sustainable tourism*“ (inglise keeles). Eestis, kus mitmetes maapiirkondades tuleb turismiettevõtjatel tegutseda kaitsealadel (5 rahvusparki, maastikukaitsealad, looduskaitsealad jt.). Sellistel piirkondadel peab arvestama säästva turismi nõuete ja piirangutega. Lahemaa piirkond hõlmab osaliselt kaitseall oleva rahvuspargi ala. Sellest tulenevalt peab antud piirkonnas tegutsedes järgima reegleid, mis tagaksid selle piirkonna unikaalsuse. Selle saavutamiseks peaks toitlustusteenuseid pakkuvad ettevõtted järgima seal piirkonnas jätkusuutliku arendustegevuse põhimõtteid.

Säästev turism on turismi valdkond, kus üritatakse teadlikult vältida kahju keskkonnale ja kohalikule kultuurile, aidates samal ajal luua töökohti kohalikele elanikele. Jätkusuutliku turismi eesmärk on tagada, et areng tooks positiivse kogemuse kohalikele inimestele, turismifirmadele ja turistidele endile. Säästev turism ei ole sama kui ökoturism. (Weaver 2008: 20)

Maailmas on olemas hulk käsitlusi, mis toovad välja säästva turismi nõudluse, kuid sellegipoolest enamus tarbijatest ei küsi teenusepakkuvalt säästva turismi teenuseid, sest nad eeldavad, et ettevõtete tooted/teenused lihtsalt sisaldavad seda. Säästva turismi käsitlused toovad välja ja hindavad nõudlust nõ roheliste toodete järele.

- 2012. aastal viis *TripAdvisor* läbi uuringu, millest selgus, et 71% inimestest keda küsitleti, väitsid, et nad eelistavad keskkonnasõbralikke valikuid;

- Teine uuring 2012. aastal leidis, et peaaegu pooled ülemaailmsetest tarbijatest on nõus maksma rohkem toote eest, mis on sotsiaalselt vastutustundlik;
- 2011. aastal läbi viidud uuring näitas, et 22% vastajatest on puhkuse reisi broneerides suureks mõjufaktoriks säästev turism;
- 2010. aastal masstursimi pakkujate poolt läbi viidud uuring leidis, et 44% USA ja Euroopa klientidest oleksid huvitatud, kui ettevõtte pakuksid puhkuse veetmiseks säästva turismi võimalusi. (Sustainable tourism demand 2013)

Säästva turismi arendus nõuab teadlikku panust kõigilt asjakohastelt osapooltelt, sealhulgas tugev poliitiline eestvedamine, kindlustamaks laiaulatuslikku osavõttu ja üksmeele saavutamist. Säästva turismi arhiveerimine on järjepidev protsess ja see nõuab pidevat mõjude seiret juurutamiseks vajalikke ennetavaid ja parendavaid meetmeid, kus iganes vajalik. Säästev turism peaks saavutama kõrgel tasemel turisti rahulolu ja kindlustama meeldejäeva kogemuse külastajale, samas tõstes nende teadlikkust säästvuse küsimustest ning tutvustama säästva turismi aspekte külastajatele. (Sustainable tourism demand 2013)

Viimastel aastatel on turismist saanud üks kiiremini kasvav majandussektor maailmas ning turism on laialdaselt tuntud kui regionaalse ja rahvusliku majandusarengu toetaja. Turismitoote kujundus ja arendamine on saanud üheks oluliseks sissetuleku allikaks paljudes piirkondades. Sellest vaatenurgast nõuavad turunduse otsused ja strateegiline planeerimine uue turismitoote arendamisel erinevaid teadmisi kliendi nõudmistest ja eelistustest ning toote tunnuste kohta. Seega soovituslik otstarve uute turismitoodete arendamise uurimisel on parendada võimet hinnata ja/või ennustada ette reisikäitumist ning reisijate rahulolu turismi korraldamisel. Kokkuvõtteks võib öelda, et turismitoote nõudluse ja arendamise analüüsi juures on üheks oluliseks eesmärgiks parendada arusaama avalikust käitumisest selle suunas, et luua konkreetne kliendiprofiil või mudel. Vajalik on teada, mis põhjustel kliendid omale turismitooteid valivad ja mis neid valikuid mõjutavad. (Liao 2010: 4212)

Turism on üks maailma suurimaid tööstusharusid ning üks kiiremini kasvavaid majandussektoreid. See omab tohutut mõju, nii positiivset kui negatiivset, inimeste elu ja keskkonna üle. Säästva turismi arendamise suuniseid ja majandamise tavasid

kohaldatakse igasuguse turismi kõiki tüüpi sihtkohtadega, sealhulgas massturismi ja erinevate nišiturismi segmentidega. Jätkusuutlikkuse põhimõtted viitavad nendele keskkonna-, majanduslike ja sotsiaal-kultuurilistele aspektidele turismi arendamisel ning nende kolme mõõtme vahel tuleks välja kujundada sobiv tasakaal, et tagada selle pikaajaline jätkusuutlikkus. (Sustainable tourism UNWTO 2004)

Säästev turism peaks:

- Kasutama optimaalselt ära keskkonnaressursse, mis moodustavad võtmeteguri turismi arengus, säilitades olulised ökoloogilised protsessid ning aidates säilitada looduspärandit ja bioloogilist mitmekesisust.
- Austada sotsiaal-kultuurilist autentsust võõrustava riigi kogukonnas, säilitada oma ehitatud ja elavat kultuuripärandit ning traditsioonilisi väärtusi ning aidata kaasa kultuuridevahelisele mõistmisele ja sallivusele.

Tagada elujõuline, pikaajaline majanduslik tegevus, mis tagaks sotsiaalmajandusliku kasu kõigile sidusrühmadele ning mis oleks õiglaselt jagatud, sh stabiilse töö ja sissetuleku teenimise võimalusi ja sotsiaalteenuseid võõrustava riigi kogukonnale, aidates kaasa vaesuse leevendamisele.

Säästva turismi arendamine eeldab, et informeeritult osalevad kõik asjaomased sidusrühmad, samuti ka tugev poliitiline juhtkond, et tagada lai osalus ja konsensus. Säästev turism on pidevas protsess ja see nõuab pidevat järelevalvet mõjudele, kehtestades vajalikud ennetus- ja/või parandusmeetmed vastavalt vajadusele. Säästev turism peaks ka säilitama kõrgetasemelise turistide rahulolu ja tagama tähendusriikka kogemuse turistele, tõstes nende teadlikkust jätkusuutlikkusega seotud küsimustes ning edendada säästvat turismi tavasid nende keskel. (Sustainable tourism UNWTO 2004)

Sihtkohtade kvaliteet sõltub otseselt loodus- ja kultuuripärandi säilimisest ning kohaliku kogukonna panusest. Reisijate teadlikkus turismi mõjust keskkonnale ja kohalikule kogukonnale on järjepidevalt kasvamas, samuti nende valmisolek maksta rohkem keskkonnasäästlike teenuste eest. Säästva turismi arendamine aitab kaasa loodusliku tasakaalu säilitamisele ja loob paremad võimalused uutele turgudele sisenemisel ning seal eristumisel. (Eesti riiklik turismiarenduskava... 2013)

Eestis on teadvustatud laiapõhjalise koostöö vajadust säästvas turismis, sh meie rahvusparkide piirkondades. Selle tõenduseks on ka 08.-09.02.2012 toimunud üleriigiline säästva turismi koostööseminar Viljandimaal.

Viimastel aastatel on turismist saanud üks kiiremini kasvavaid majandusharusid maailmas. Samas on oluline osa loodusturismist säästev ja muutub järjest olulisemaks osaks turismist. Tänapäeval soovivad paljud külastajad teadlikult osta just säästva turismi teenuseid, mida tõendavad ka mitmed maailmas teostatud uuringud. Säästev turism on turismi osa, mis kasutab looduskeskkonna ressursse säästvalt, säilitades ja tutvustades piirkonna kultuuripärandit ning arvestades kõiges kogukonnaga. Kokkuvõtvalt võib öelda, et säästva turismi arendus nõuab panustamist kõigilt osapooltelt turismis, sealhulgas riikliku tasandi organisatsioonidelt. Säästev turism tagab turismi tegevuskeskkonna jätkusuutliku arendamise. Turistid, kes valivad teadlikult säästva turismi teenused, ootavad teenuste pakkujalt ühtaegu mõnusaid ja harivaid reisielamusi, kuid soovivad anda ka oma teadliku panuse säästvuse edendamise heaks.

2. KOHALIKU TOIDU KASUTAMINE LAHEMAA PIIRKONNAS

2.1 Uuringu piirkonna tutvustus

Käesolev alapeatükk keskendub Lahemaa kui lõputöö uuringu piirkonna tutvustamisele. Lahemaa piirkonnana on käsitletud neid Vihula-, Kadrina-, Kuusalu- ja Tapa valla territooriumi osasid, mis kuuluvad MTÜ Arenduskoja haldusalasse. Seda seetõttu, et käesoleva lõputöö uuringu tellijaks on MTÜ Arenduskoda (MTÜ Arenduskoda haldusala 2013) Geograafiliselt piiritletuna on uurimispiirkond ära toodud joonisel 1.

Uuringu piirkonda jääb loodusturismi sihtkoht Lahemaa Rahvuspark. See on loodud Põhja-Eestile iseloomuliku looduse ja kultuuripärandi, sealhulgas ökosüsteemide, bioloogilise mitmekesisuse, maastike, rahvuskultuuri ning alalhoidliku looduskasutuse säilitamiseks, uurimiseks ja tutvustamiseks. Seal kaitstakse metsa-, soo- ja rannaökosüsteeme, samuti poollooduslikke kooslusi (loopealsed), geoloogiamälestisi (balti klint) ning ajaloo- ja arhitektuurimälestisi. Lahemaa on Euroopa üks tähtsamaid metsakaitsealasid. Lahemaa Rahvuspark kuulub üle-euroopalisse Natura 2000 võrgustikku Lahemaa linnu- ja loodusalanana. (Lahemaa Rahvuspark 2013) Lahemaa Rahvusparki olemasolu annab antud piirkonnale eelise toiduhuviliste turistide kõitmiseks ja kohaliku toidu pakkumiseks. Näiteks on piirkonnas palju puutumatu loodusega seene- ja marjametsasid, mille pakutavaid ande saavad toitlustusettevõtjad kasutada oma toidumenüüde koostamisel.



Joonis 1. Lahemaa kui uurimispiirkonna geograafiline asukoht kaardil (Põhja-Eesti kaart 2013).

Lahemaa Rahvusparki turismiressurssideks peetakse looduslike, kultuurilisi ja ajaloolisi vaatamisväärsusi. Lahemaa piirkonnas asuvad loodusmaastikud, külamaastikud, ehitised sh erinevad mõisakompleksid on ühed suuremad turismiressursid. Käesolev rahvuspark loodi 1971. aastal ja alates sellest ajast on lisaks loodusele pööratud palju tähelepanu ka ajaloo- ja kultuuripärandile. Seda seetõttu, et Lahemaa Rahvusparki eesmärk on kaitsta, säilitada, tutvustada loodust, kultuuripärandit, ökosüsteeme, bioloogilist mitmekesisust, rahvuskultuuri ja säilitada alalhoidliku looduskasutust. Antud piirkonnas on kaitse all metsa-, soo- ja rannaökosüsteeme, millede loodus on puutumatu ning kus kasvavad erinevad metsaannid ja ravimtaimed. Samuti on Lahemaal ka pikk rannajoon ja seetõttu on antud piirkond tuntud ka kalastuspiirkonnana. (Lahemaa Rahvuspark 2013) Need kõik eelpool nimetatud ressursid loovad hea keskkonna/eelduse eriliste toitlustusteenuste pakkumiseks.

Lahemaa piirkonnale on iseloomulik väga pikaajaline asustuse ajalugu. Tänapäevani on säilinud isegi mitmeid keskaegseid kivikalmeid, vanu kiviaedu ja rehielamuid ning turismiorganisatsioonid on juba taastanud või taastamas mitmeid pärandkultuuri

väärtusi kandvaid hooneid taluhoonetest kuni mõisade ehitisteni. Oskuslikult on suudetud põimida turismiteenustesse ja piirkonna käsitöötoidetesse kultuuripärandi elemente: pärimusmuusika kollektiivide esinemised turismiettevõtetes, piirkonna vanad mustrid ja töövõtted käsitöötoidetes, pärimustoidud (talud, mõisa, kaluriküla jm) turismiettevõtete (talud, mõisad, muuseumid) menüüdes jms.

Erinevad Euroopa Liidu toetusprogrammid loovad turismiarendajatele võimalusi toetusvahendite taotlemiseks, et hõlbustada ja kiirendada turismiinvesteeringute teostamist.

MTÜ Arenduskoja eestvedamisel on Lahemaa piirkonnas 2009 – 2013 aastal läbi viidud mitu kohaliku toidu teemat käsitlevat projekt. Neisse on aktiivselt kaasatud piirkonna erinevat tüüpi kohaliku toidu maaturismiettevõtjaid. Esiteks viidi läbi Leader programmi kohaliku toidu eelprojekt, mille raames tehti kohaliku toidu rahvusvahelise projekti „*Loving local values*“ taotlemiseks eeltöid. Teiseks projektiks oli eelmainitud projekti järg - Arenduskoja rahvusvaheline koostööprojekt „*Loving local values*“ ehk kohalikud tooted ja toit, mis lõppes 2013. aasta augustis. Koostööprojekt keskendus kohaliku toote (toidutooted, käsitöötoided) ja toidu väärtustamisele MTÜ Arenduskoja piirkonnas. Käesoleva projekti välispartnerid olid Lõuna-Soomest Kymenlaakso maakonnast: Kouvola, Hamina, Kotka, Miehikkälä, Pyhtää, Lovisa, Virolahti ja Iti vallast. Projektiga pakuti erinevaid arendustegevusi kohaliku toidu, maaturismi ja käsitöö valdkonnas tegutsejatele. Üheks arendustegevusteks oli see, et toitlustusekspert Indrek Kivisalu nõustas 12 soovi avaldanud maaturismi toitlustusettevõtjat menüüde koostamisel. Projekti raames tehti ka ühine MTÜ Arenduskoja piirkonna kohaliku toidu ettevõtjate trükis ning loodi koduleht, kus on esindatud kõik soovi avaldanud Arenduskoja piirkonna kohaliku toidu ettevõtjad sh toitlustajad. Projekti raames toimusid ka arendusseminarid, praktilised- ja teoreetilised õppepäevad, õppereisid soome Kymenlaakso maakonda ja Eesti eri piirkondadesse. (Arenduskoja rahvusvaheline koostööprojekt... 2013)

Projekti raames kaasati ettevõtjate juurde ka kohalik kogukond ning kohalikud seltsid, kes samuti said toetada ja väärtustada piirkonna tooteid ja toitu. Projekti olid kaasatud erinevad kogukonna osapooled – kodukokad, lasteaedade- jakoolide kokad,

MTÜ-d sh külaseltside esindajad. Eelpool nimetatud kogukonna esindajad said koos ettevõtjatega osaleda õppereisidel ning töötubades, millede kaasabil sooviti arendada kogukonnatooteid ja teenuseid (nt kui MTÜ-d pakuvad ühiselt oma üritustel ja müügiks kohaliku toidu tooteid/teenuseid) ning luua suuremat koostööd piirkonna ettevõtjatega. Projekti tähtsust kogukonnale näitas see, et projektis osalemise grupid täitusid enne registreerimise lõpukuupäeva, mis omakorda tähendab, et kogukonna huvi projekti vastu oli suur.

Käesoleva projekti tulemusena tekkis kohaliku toidu ettevõtjate võrgustik, kuhu kuulub hetkel juba üle 100 ettevõtja. Tänu projekti raames saadud omavahelistele kontaktidele ostetakse üksteiselt tooteid ja teenuseid ning osatakse soovitada neid teistelegi. Samuti said ettevõtjad projekti sündmustel osalemisest uusi ideid oma ettevõttes toodete arendamiseks.

Eelmainitud projekti eelprojektiks oli projekt nimega – „Säästva turismi koostöövõrgustik MTÜ KEEL ühisturunduse ja koostöövõrgustiku arendus ja Lahemaa piirkonna koostöö käivitamine Soome Kymenlaakso piirkonnaga“. Projekti raames toimusid kohaliku toidu rahvusvahelise projekti „Loving local values“ taotlemiseks eeltööd sh kohtumised Eestis Soome partneritega. MTÜ KEEL'i ja MTÜ Arenduskoja külastus Kymenlaakso piirkonda, kus kohtuti Soome koostööpartneritega. Lepiti kokku ka projekti sihtrühmad, sisu ja taotlemise üksikasjad, et taodelda rahastust LEADER koostööprojektile „Loving local values“. (Sõnumitooja: Lahemaa naised... 2013)

Lõppenud projekt „*Loving local values*“ on saanud omale jätku kohalikul tasandil. Viiakse läbi uus projekt „Väärtustades kohalikku“, mis keskendub eelkõige kohalikele toidutootjatele ja toitlustajatele. Projekti käigus luuakse oma kohaliku toidu märk, mis aitab kohalikke toidutootjaid ja toitlustajaid paremini esile tuua. Märk sümboliseerib kvaliteetset kohaliku toidu pakkumist. Märki loomine on käivitunud MTÜ Arenduskoja poolt aga on avatud ühinemiseks kõigile Põhja-Eesti kohaliku toidu partneritele. Seda märki saavad taodelda nii toidu toormetootjad, -käitlejad ja toitlustajad. Piirkonna toidutootjate ja toodete paremaks esitlemiseks arendatakse välja tootjate ja toodete e-raamat, kus on tootjad ja nende tooted

/teenused esitletud koos piltide ja kontaktandmetega. Turismitalude köökide arendamiseks kaasatakse projekti ekspert, kes külastab 12 KEEL (koostöövõrgustik Ehedad Elamused Lahemaal) võrgustiku turismitalude kööki. (Sõnumitooja: Põhja-Eesti... 2013)

Need kaks eelnevalt kirjeldatud kohaliku toidu teemat käsitlevat projekti ja üks eelprojekt, on MTÜ Arenduskoja piirkonna kohaliku toidu pakkumise aredamiseks väga vajalikud. Antud projektidest on käesoleva piirkonna toitlustusettevõtjad palju kasu saanud nii uute teadmiste näol, mis on saadud õppereisidelt ja seminaridelt kui ka projekti raames loodud trükise ja kodulehe abil.

2.2. Uuringu meetod, valim ja korraldus

Lõputöö probleemiks on, et hetkel puudub terviklik ülevaade kohaliku toidu pakkumise kohta Lahemaa piirkonna turismiettevõtete teenusena või toote osana. Uuritavas Lahemaa piirkonnas on vaja toitlustusteenust pakkuvatelt ettevõtjatelt koguda täiendavat informatsiooni, et aidata kaasa kohaliku toidu pakkumise suurendamisele ja toitlustusteenuste edasi arendamisele. Lähtuvalt käesolevast probleemist on uuringu eesmärgiks selgitada välja kohaliku toidu ja toorme kasutamine Lahemaa piirkonnas toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtete seas.

Uuringu andmete kogumiseks valiti küsitluse meetod. Algselt oli uurija sooviks kasutada intervjuu meetodit. Potentsiaalsete ettevõtjatega ühendust võttes aga selgus, et neil ei ole piisavalt vaba aega intervjuu kujul küsimustele vastamiseks. Sellest tulenevalt muutis diplomand algselt planeeritud intervjuu küsimused poolstruktureeritud ankeetküsimustikuks. Uuring viiakse läbi anonüümsena. Uuringu üldkogumiks on 45 Lahemaa piirkonnas tegutsevat turismi ettevõtjat, kes pakuvad toitlustusteenust, olenemata tegutsemisvormist ja ettevõtte suurusest. Mikroettevõtted, näiteks (pereettevõtted, eramuuseumid, talukohvikud jm, kes tegutsevad peamiselt pereliikmete baasil) – Samuti on esindatud suuremad turismikeskused või –ettevõtted (mõisakompleksid, riiklikud muuseumid, hotellid külalistemajad jm).

Kõikne valim hõlmas 45 Lahemaa piirkonna turismiettevõtet: Altja kõrts, Palmse mõis, Metsaveere turismitalu, Sagadi mõis, Vaksali trahter, Linnumäe turismitalu, Önnela külalistemaja, Mer Mer kodurestoran, Adami turismitalu, Kuusiku Loodustalu, Madi talu, Viitna kõrts, Kadaka baar, Arma ratsatalu, Eisma külalistemaja, Kuivoja puhkekeskus, Park Hotell Palmse, Männisalu puhkekeskus, Toomarahva turismitalu, Lontova seikluspark, Metsaantsu Loodustalu, Vergi kõrts, Iisaka Lambakasvatustalu, Pubi tareke, Pariisi puhkekeskus, Jõekääru talu, Kalarand OÜ, Mätta ratsatalu, Lainela puhkeküla, Laane Pansion, Vihula mõis, Külalistemaja Ranaliiv, Käsnu meremuuseum, O-körts, Võsu grill, Sireli külalistemaja, Arturi grill, Kuusekännu ratsatalu, Lahemaa kohvikann, Arbavere puhkekeskus, Musta täku tall, Koorejaam OÜ, Karepa ürdiaed, Külalistemaja rannamännid, Merekalda külalistemaja.

Uuringus kasutatud küsitlusankeet sisaldas 16 küsimust. Küsimustega uuriti piirkonna ettevõtjatelt kohaliku toidu olulisust nende toitlustusteenuste pakkumises, kohaliku toorme sortimenti ja mahtusid, lepingute sõlmimise iseärasusi, samuti piirkonna ettevõtete kohaliku toidu menüüde kujundamise põhjuseid ja eripärasid. Samuti uuritakse Lahemaa piirkonna toitlustusteenust pakkuvate turismi-ettevõtjatelt nende sihtrühmade eelistusi kohaliku toidu tarbimisel ja edasise jätkusuutliku arendamise võimalusi piirkondlikul tasandil. Uuringu küsimustik on enamjaolt kinniste küsimustega ehk valikvastustega. Esinevad ka mõned lahtised küsimused, kus palutakse vastajatel selgitusi kirjutada.

Uuringu valimiks on kõikne valim ehk uuringu käigus küsitleb autor kõiki Lahemaa piirkonnas tegutsevaid toitlustusteenust pakkuvaid turismiettevõtteid.

Autor viis küsitluse läbi ajavahemikul 25. jaanuar kuni 20. märts 2013. aastal. Pilootuuring viidi läbi ajavahemikul 20. jaanuar - 24. jaanuar aastal 2013. Toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtjatega võeti kõigepealt ühendust telefoni teel ja teavitati neid uuringu sisust ning küsiti nõusolekut uuringus osalemiseks. Nõusoleku korral anti vastajatele valida, kas nad soovivad vastata uuringu küsimustikule meili teel või sobib neile uuringu läbiviija kohaletulek ettevõttesse ja kohapeal küsitlemine.

Enamikel juhtudel tuli ettevõtetega ühendust võtta mitu korda enne, kui nad leidsid aega küsimustikule vastata. Peale esimest helistamist ettevõttesse täitsid küsimustiku ära vaid mõned üksikud ettevõtjad, peaaegu kõigile helistati ka teist korda ning tuletati neile meelde küsimustikule vastamist. Ettevõttesse kohapeale küsitlema tulemist soovis 5 ettevõtet, ülejäänud soovisid meili teel küsimustiku täita ja tagasi saata. Meilitsi vastamise põhjendusena toodi enamjaolt see, et neil on hetkel väga kiired ajad. Oli ka neid ettevõtteid, kes koheselt keeldusid uuringus osalemast. Uuringus osalenud vastanute määr oli 28 ehk 45-st ettevõttest vastas küsimustikule 28 ettevõtet.

Käesolevas uurimustöös kasutati andmeanalüüsiks põhiliselt statistilist analüüsi, kuid mõne küsimuse puhul tuli kasutada ka sisu ehk kontentanalüüsi. Saadud andmeid analüüsis autor tehes erinevaid jooniseid ja tabeleid. Kõik käesoleva lõputöö uuringuandmete analüüsi peatükis olevad joonised ja tabelid on autori koostatud.

2.3. Uuringu tulemuste analüüs

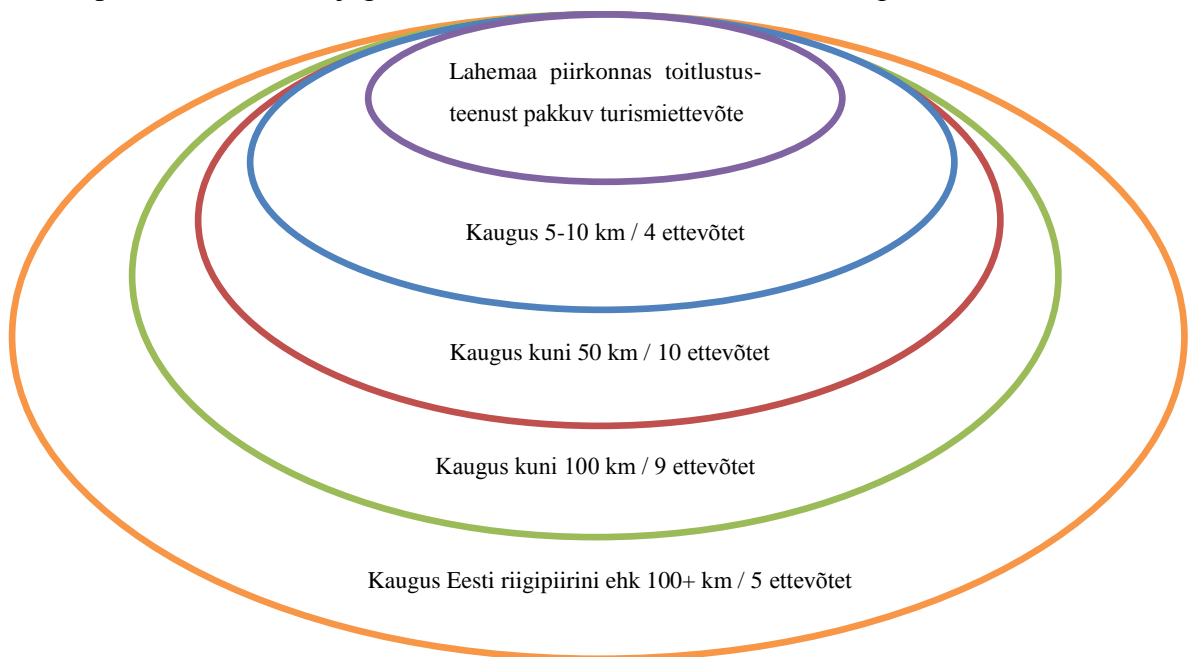
Käesoleva uuringu eesmärgiks oli leida vastus töö uurimisküsimusele „Milline on kohaliku toidu kasutamise hetkeolukord Lahemaa piirkonnas ning selle arenguperspektiiv? Selle väljaselgitamiseks analüüsiti järgnevalt Lahemaa piirkonnas toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtjate poolt 16 küsimusele antud vastuseid.

Kõige olulisemateks küsimusteks lähtuvalt uurimisküsimusest võib pidada: kohaliku toidu kasutamise ulatust ettevõtetes, ettevõtete sihtrühmade ootuseid toitlustusteenusele (st kas nad eelistavad kohalikku toitu), kohaliku toidu olulisuse osakaal ettevõtte jätkusuutliku arengu seisukohast, piirkonna ühise kohaliku toidu märgise vajalikkuse hindamine ning koostöö parendamise vajaduse ettevõtete vahel. Eelnevalt loetletud küsimusi peab autor olulisemateks seetõttu, et need annavad vajaliku ülevaate kohaliku toidu kasutamisest antud Lahemaa piirkonna turismiettevõtetes. Samuti on võimalik nende küsimuste abil selgitada välja antud piirkonna toitlustusettevõtjate arvamus kohaliku toidu pakkumiseks abistavate vahendite vajaduse järele. Seda eelkõige abistavate vahendite kohta kohaliku toidu pakkumise suurendamiseks tulevikus (nt riiklikud toetused, ühine kohaliku toidu

märgis jm) ja ettevõtjate vajaduste näol.

Igal ettevõtjal võib olla kohalikust toidust oma nägemus. Piirkonna ettevõtjate arusaamade väljaselgitamiseks paluti neil esmalt määratleda, milline on nende arvates kohaliku toidu geograafiline ulatus. Täpsemini mõeldi selle all toidu valmistamiseks kasutatava kohaliku tooraine ning toidutoodete päritolu kaugust toitlustusteenust pakkuvast ettevõttest. Etteantud vastusevariantide põhjal selgus, et 11 ettevõtjat peavad kohalikuks toiduks toorainet, mis on kasvatatud tema asukohast vaadatuna kuni 50 km raadiuses ja 9 ettevõtjat kuni 100 km raadiuses. Kaheksa ettevõtjat andsid muu sõnalise selgituse (vt joonis 2).

Seega kohaliku toidu määratlemisel antud vastused jagunesid kolmeks. Esimene ja teine kolmandik peavad kohalikuks toiduks, seda mille päritolu kaugus jääb kuni 50 ja kuni 100 km raadiusesse. Kolmas osa vastuseid jagunes kaheks: ettevõtjad, kes arvasid, et see on vähem kui 50 km ja kes arvasid, et see on rohkem kui 100 km ehk kogu Eesti. Üks ettevõtja, kes kirjutas vastuseks Eestist pärit toit, põhjendas oma arvamust sellega, et Eesti on suhteliselt väike ning osasid toiduaineid nagu nt värsket kurki, ei ole võimalik talveperioodil mujalt saada kui Luunjast. Põhjuseks, miks uuringus osalejad peavad kohalikuks toiduks kogu Eesti raadiuses kasvatatud toorainet või sellest valmistatud toitu võib olla see, et Eesti riik on pindalalt nii väike, et ei peeta otstarbekaks jagada seda väikest ala veel omakorda eri piirkondadeks.



Joonis 2. Lahemaa piirkonnas toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtjate arvamus, kui kaugel kasvanud toidu tooraine ja toidutooted liigituvad kohaliku toidu mõiste alla.

Järgnevalt vajas määratlemist kohaliku toidu sisu. Siinkohal mõisteti toitu kui toidutoodet (nt vorst, mesi, leib vms) või menüüs pakutavat rooga. Töö autor oli uuringu seisukohast kohalikku toitu määratlenud järgmiselt: „piirkonnas kasvatatud või kasvanud toormest valmistatud toit, piirkonna väikeettevõtetes valmistatud toidutooteid ning piirkonna toitlustus- ja maaturismiettevõtetes pakutav toit, mis on valmistatud peamiselt kohalikust toorainest.“

Võib öelda, et selle määratlusega nõustusid kõik uuringus osalenud Lahemaa piirkonnas toitlustusteenust pakkuvad ettevõtjad. Neist kolm vaid täpsustas oma vastuses piirkonna mõistet. Nimelt asendasid nad määratluses sõna „piirkond“ sõnaga „Eesti“. Need, kes sellise muutuse tegid, olid uuringu esimese küsimuse juures võrdustanud kohaliku toidu geograafilise piirkonna kogu Eestiga.

Iga ettevõtte kasutab oma menüüdes kohalikku toitu nii palju kui vajalikuks peab ja on võimalik. Järgnevalt sooviti teada saada, kui paljud piirkonnas toitlustusteenust pakkuvad ettevõtted kasutavad kohalikku toitu. Antud küsimuse juures mõisteti kohaliku toidu all kohalikke toidutooteid ja tooret.

Etteantud vastusevariantide põhjal selgus, et enamus ettevõtjaid (17) kasutavad toidu valmistamisel üle 50% kohalikku toitu. Ülejäänud 11 ettevõtjat kasutavad alla 50% kohalikku toitu toidu valmistamisel (vt joonis 2). Selline tulemus, et kõik Lahemaa piirkonnas tegutsevatest toitlustusteenust pakkuvatest ettevõtjatest kasutavad vähemalt mingil määral kohalikku toitu oma menüüdes. See võib tuleneda sellest, et Lahemaa piirkonna toitlustusettevõtjad näevad ise palju vaeva erinevate kohaliku toidu komponentide otsimisel ja kokku ostmisel lähipiirkonnast. Samuti on Lahemaa piirkonnas selliseid toitlustusettevõtjaid, kes kasutavad oma menüüdes oma ettevõttes kasvatatud kohaliku toidu tooret ja –tooteid. Näiteks peavad mitmed turismitalu omanikud ise kanu, kasvatavad juurvilja, puuvilja ja ürte ning varuvad lähedastest metsadest marju ja seeni. Ka mitmed suuremad toitlustajad kasvatavad/hangivad osa toormest ise, näiteks mõisate ürdi- ja õunaaiad, metsast seente ja marjade varumine.

Paljudel ettevõtjatel on suure tõenäosusega olemas perekonnast või antud piirkonnast tulenevad pärimustoidud. Antud küsimuse juures on pärimustoitide all mõeldud kahesuguseid toite. Esmalt neid, mida on näiteks turismiettevõtja peres oma retsepti järgi tehtud juba mitu põlvkonda. Teiseks võib pärimustoiduks pidada toite, mis on antud piirkonnale omased juba ajalooliselt või pikemat aega. See, kas ettevõtja pärimustoite oma ettevõtte toitlustusteenuse pakkumisel kasutab, oleneb aga nende enda soovist.

Pooled ettevõtjatest vastasid, et nad valmistavad olulisel määral menüüst pärimustoite kohalikust toidust. Teine pool vastanutest jagunes aga kaheks: 10 ettevõtjat vastasid, et valmistavad vähesel määral menüüst pärimustoite kohalikust toidust ning 4 ettevõtjat vastasid, et ei valmista üldse pärimustoite, kuid kasutavad kohalikku toidutooret ja –tooteid toidu valmistamisel.

Kõik küsitluses osalenud ettevõtted pakuvad küllastajatele pärimustoite ja valmistavad neid suuremal või vähemal määral kohalikust toidust. See näitab, et Lahemaal tegutsevate toitlustusettevõtete jaoks on oluline pärimustoite pakkuda. Olgu nendeks siis oma perekonnas põlvest põlve tehtud toidud või pakutakse oma klientidele antud piirkonna või riigi rahvustoite. Pärimustoitide pakkumise suur osakaal võib tuleneda sellest, et Lahemaa piirkonnas tegutseb palju pereettevõtteid, kes pakuvad oma menüüdes klientidele oma pere traditsioonilisi roogasid, mis on nende jaoks ka emotsionaalse väärtusega.

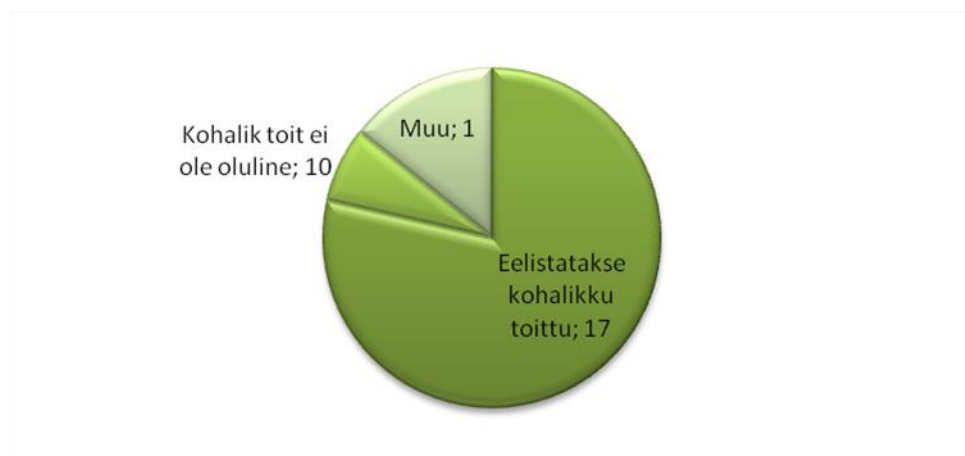


Joonis 3. Pärimustoitude pakkumise osakaal Lahemaa piirkonna toitlustusteenust pakkuvates turismiettevõtetes ehk kui suurel määral menüüst pakutakse pärimustoite.

Järgnevalt vajasid välja selgitamist ettevõtete sihtrühmade ootused toitlustusteenustele. Ootuste all mõeldi käesoleva küsimuse juures, kas ettevõtete kliendid eelistavad, et neile pakutav toit on valmistatud kohalikust toorainest või ei ole kohaliku tooraine sisaldus toidus nende jaoks oluline.

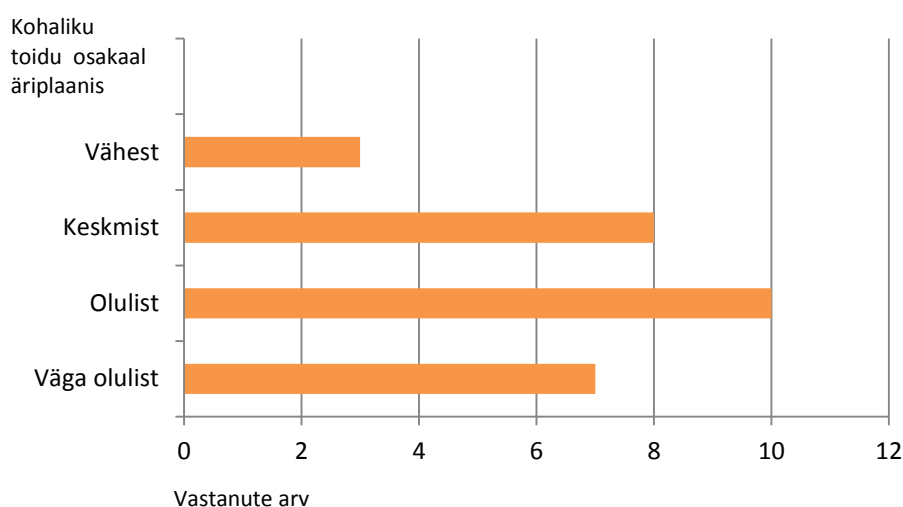
Valdav enamus (22 ettevõtjat) vastas, et nende kliendid eelistavad kohalikku toitu ehk et neile pakutav toit oleks valmistatud kohalikust toorainest. Kohalikku toitu ei pidanud oluliseks 2 ettevõtjat. Neli ettevõtjat andsid muu sõnalise selgituse (vt joonis 4). Muu vastusevariandi valinud ettevõtjad selgitasid, et kui nad ise kohalikule toidule tähelepanu ei juhi, siis ei ole see kliendile oluline. Üks ettevõtja põhjendas, et nende klientidele on oluline, et toit oleks valmistatud eestimaisest toorainest. Vastati ka, et toitlustus toimub alati individuaalse pakkumise vormis, mille kohaselt lepitakse konkreetne menüü kokku ning pakkumises rõhutavad nad alati kohaliku toidu serveerimise võimalust. Valiku teeb aga klient ja seda tihti peale odavama menüü kasuks, mis ei pruugi olla kohalikust toorainest tehtud toit.

Üheks põhjuseks, miks Lahemaa piirkonna toitlustusteenuseid pakkuvate ettevõtete kliendid eelistavad suures osas kohalikku toitu, võib olla käesoleva piirkonna omapära, et tegu on maapiirkonnaga. Lahemaal tegutsevad suures osas väikesed toitlustusettevõtted, kellelt oodataksegi oma menüüdes midagi teistugust kui suurtest toitlustusettevõtetest.



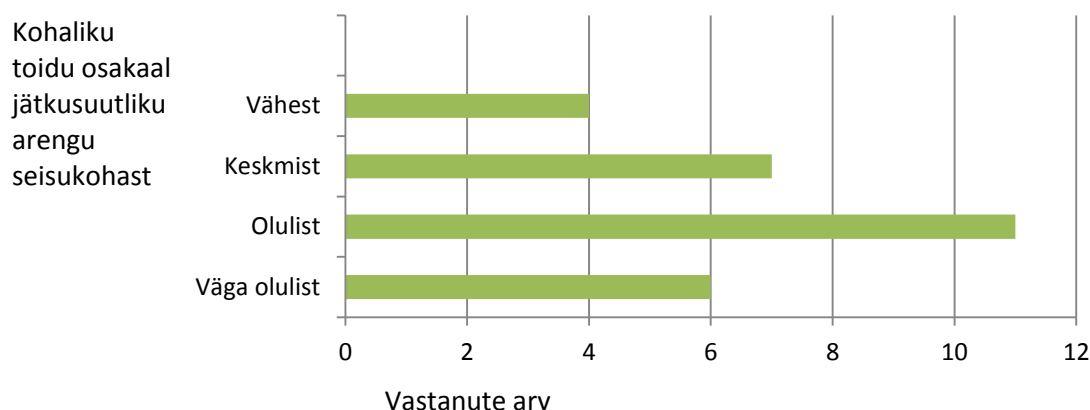
Joonis 4. Lahemaa piirkonnas toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtete arvamus, oma sihtrühmade eelistustest

Ettevõtjate käest uuriti, millist osakaalu omab kohalik toit nende ettevõtte äriplaanis praegusel hetkel. See tähendab, kas kohaliku toidu pakkumine oma toitlustusettevõtte menüüdes on eraldi eesmärk või ei. Vastused jagunesid suuresti kolmeks (vt. joonis 5). Väga oluliseks pidas kohalikku toitu oma äriplaanis 7, oluliseks 10 ning keskmise tähtsusega 8 ettevõtjat. Kolm ettevõtjat pidasid kohalikku toitu ettevõtte äriplaani seisukohalt väheoluliseks.



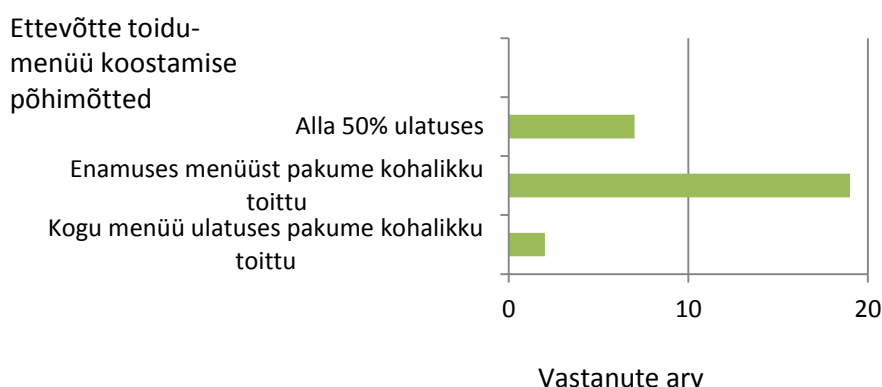
Joonis 5. Kohaliku toidu osakaal Lahemaa piirkonnas tegutsevate toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtete äriplaanis.

Järgnevalt oli oluline teada saada, kui oluliseks hindavad uuritavad kohaliku toidu osakaalu oma toitlustusettevõtte jätkusuutliku arengu seisukohast (vt. joonis 6). Osakaalu all mõeldi kahte aspekti. Esmalt seda, kuidas näeb ettevõtte hetkel potentsiaali kohaliku toidu pakkumise suurendamiseks. Teiseks, kas kohaliku toidu pakkumise osakaalu suurendamine ettevõtte toidumenüüdes tuleks ettevõttele kasuks ja meelitaks rohkem kliente ligi. Vastuste põhjal võib öelda, et enamusele ettevõtjatest omab kohalik toit nende ettevõtte jätkusuutliku arengu seisukohast olulist osakaalu. See tuleneb arvatavasti sellest, et inimesed on hakanud üha enam eelistama kohalikku toitu. Seda eelkõige sellepärast, et see on tervislik ning selle päritolu on teada.



Joonis 6. Lahemaal piirkonnas tegutsevate toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtete hinnang kohaliku toidu pakkumise osakaalule ettevõtte jätkusuutliku arengu seisukohast.

Ettevõtjatelt uuriti, millistel põhimõtetel on koostatud nende ettevõtte toidumenüü (vt. joonis 7). Põhimõtte all mõeldi, kui suurel määral pakuvad ettevõtjad oma menüüdes kohalikku toitu. Vastustest võib välja lugeda, et kõik Lahemaal tegutsevad toitlustusettevõtted pakuvad oma klientidele kohalikku toitu ja kohaliku toidu pakkumise osakaal on suhteliselt suur. Üheksateist ettevõtjat kasutavad enamuses menüüst kohalikku toitu oma menüüdes. Sellest võib järeldada, et kohaliku toidu pakkumist peetakse ettevõtete seas oluliseks ning enamus ettevõtjaid soovib ka kohaliku toidu pakkumise osakaalu suurendada.



Joonis 7. Kohaliku toidu pakkumise määr Lahemaa piirkonnas tegutsevate toitlustusteenust pakkuvates turismiettevõtetes ehk toidumenüü koostamise põhimõtted.

Järgnevalt vajas uurimist hinnang kohaliku toidutoorme ja –toodete kättesaadavusele. Antud küsimuse all mõeldi, kas toidutoore- ja tooted on Lahemaal tegutsevatele toitlustusettevõtjatele kättesaadavad. Sooviti teda saada, kui suurtes kogustes kaupa müüakse st kas kaupa on võimalik osta aastaringselt või võib kaup (nt kartul, porgand) talvel otsa saada. Samuti sooviti teada, kas kauba sortiment on sobiv ja kas kaup toimetatakse vajadusel ka ettevõttesse kohapeale või peab ettevõtja ise kaubale järele minema.

Sortimendi kohta tuli palju väga erinevaid vastuseid, nt osad ettevõtjad vastasid, et sortiment on hea, osad vastasid aga, et kesine. Samuti oli ka vastuseid, kus öeldi, et kõik vajalik on kättesaadav või hetkel on sortiment piisav. Vastati ka, et „saame valida vaid meile sobivaid ja kvaliteediga tooteid juba usalduse võitnud tarnijalt“ ning „kuna valmistame lihtsaid rannatoite, siis pole toorme kättesaadavus probleem“. Kõige enam vastati aga, et spetsiifilist tooret on äärmiselt raske leida, kuid igapäevase toorme hankimisega probleeme ei ole.

Hankekindluse juures oli samuti erinevaid vastuseid. Oli ettevõtjaid, kes hindasid hankekindlust väga heaks ja oli ka neid, kes hindasid seda ebapiisavaks. Üks ettevõtja põhjendas oma hinnangut „ei või alati kindel olla“ sellega, et kuna ta valmistab oma klientidele palju kala. Siis võib takistuseks olla ebasobiv ilm või see, et merest kala lihtsalt ei tule. Veel kirjutati, et väikeste koguste korral probleeme ei teki, kuid suurema nõudluse korral peavad nad siiski leidma alternatiive. Seda siiski harva, umbes 5-10% suurtest üritustest ning kirjutati ka, et on püütud lähipiirkonna ettevõtjatega koostada eellepinguid ligilähedaste kogustega juba kevadel ehk enne tooraine külvamist/istustamist. Selline lähenemine ei ole aga tulemusi andnud, kuna tootjad ei taha võtta vastutust.

Antud vastuste põhjal võib öelda, et hankekindlusega on täiesti rahul vaid üksikud ettevõtjad ning enamusel tuleb osa toidutoodetest ning –toormest hankida tihtipeale mujalt, sest väiketootjatel ei ole alati piisavalt kaupa. Selline probleem ongi arvatavasti tingitud sellest, et Lahemaal puuduvad kindlad kohaliku toidu ostukohad nagu näiteks kauplus, kus kohalikud väiketalud ja –tootjad saaksid oma kauba müüki viia. Samuti on vajadus ka ühise internetikeskkonnas toimiva nn taluturu järele. Seal saaksid kõik

väikeettevõtjad, kes soovivad oma olemasoleva kauba koos kirjelduse, koguste ning hindadega üles panna. Nii kauplus kui ka internetikeskkonnas tegutsev nn taluturg aitaksid suurel määral kaasa Lahemaal tegutsevate ettevõtete kohaliku toidu pakkumise suurendamisele. Seda seetõttu, et siis on rohkem ettevõtjaid ühes keskkonnas ning kui ühel väiketalul on nt kartul otsa saanud siis saab seda mõnelt teiselt talunikult osta.

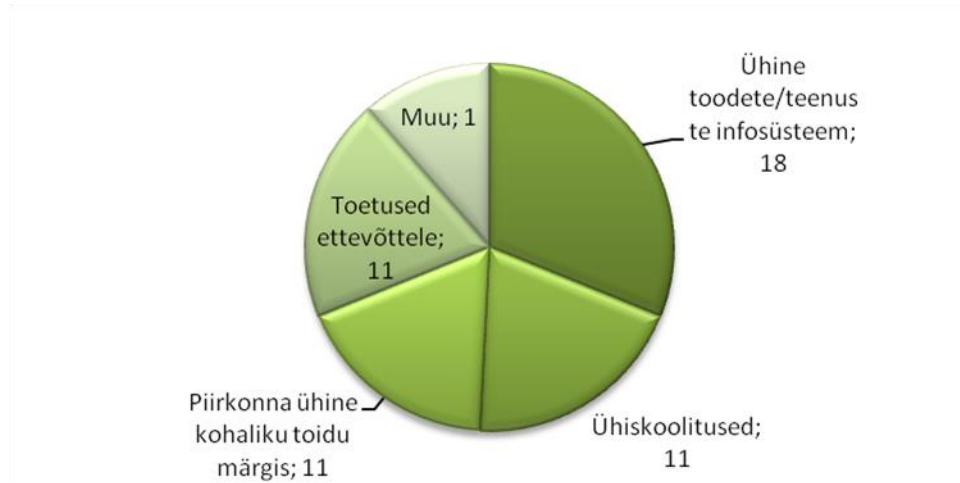
Ostukohtade sh kauba kohaletoomise kohta oli valdavalt kahesuguseid vastuseid. Pooled ettevõtjatest vastasid, et peavad ise kaubale järele minema ning teine pool vastas, et kaup tuuakse koju. Probleemina toodi välja, et transport ja tarne on suurim probleem, sest väiketootjad ei ole veel nii paindlikud oma kohaletoomises. Oli ka neid, kes vastasid, et vahest peavad nad ise kaubal järel käima, kuid vahel toob tootja ise kauba koju kätte.

Muude oluliste aspektidena toodi välja erinevaid probleeme nt üks ettevõtja peab kõige olulisemaks probleemiks hinna küsimusi. Sest kalkulatsioonide järgi muutuks kohalikust kvaliteetoorainest valmistatud toidud nii kalliks, et kohalik klient valib suure tõenäosusega alternatiivse (soodsama) pakkumise menüüst. Kirjutati ka sellest, et tervisekaitse nõuded on kohati liiga jäigad ja turismihooajal on nõudlus suurem ning väiketootjad ei suuda kaupa nii palju toota kui vaja.

Järgnevalt vajas välja selgitamist kohaliku toidu kasutamise võimalikkus seadusandlike nõuete valguses ehk kuidas hindavad ettevõtjad praegu kehtivaid seadusest tulenevaid piiranguid kohaliku toidu pakkumises. Valdav enamus ettevõtjatest (25) vastas, et nende ettevõtte jaoks ületamatuid probleeme ei ole ning koostöös ametnikega on võimalik leida lahendused. Kolm ettevõtjat vastasid, et nende ettevõtte jaoks on probleemiks nt see, et riik ei toeta piisavalt väikeettevõtjaid. Seda eelkõige sellest küljest, et nad saaks suuremates kogustes kohalikku toitu pakkuda, kuna kohalik toit on tihtipeale kallim. Samuti toodi probleemidena välja, et lambaliha seaduslik kättesaadavus on raskendatud ning veterinaar- ja toiduametiga on mitmel korral probleeme olnud.

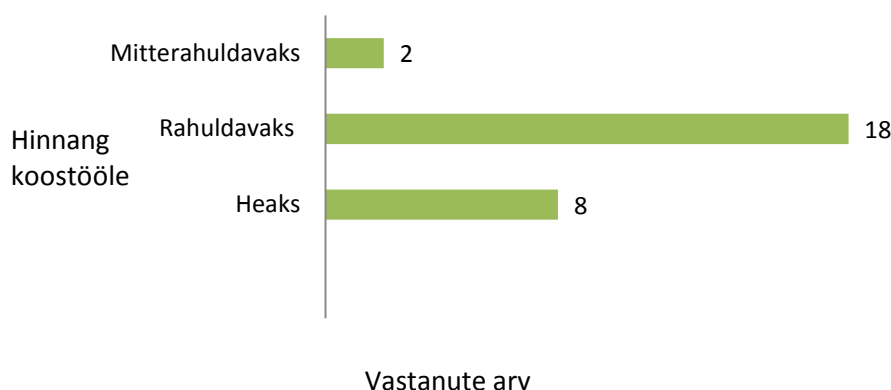
Ettevõtjate käest uuriti ka, millised meetmed aitaksid suurendada nende ettevõttes kohaliku toidu kasutamist (vt. joonis 8). Meetmete all mõeldi abinõusid, mida rakendada kohaliku toidu kasutamise suurendamiseks Lahemaa piirkonnas. Kõige enam (19 ettevõtjat) valiti vastusevariant ühine toodete/teenuste infosüsteem, 12 korral valiti

vastusevariante ühiskoolitused ja toetused ettevõttele. 11 korral valiti vastusevariant piirkonna ühine kohaliku toidu märgis ning muud vastusevarianti valiti 7 korral. Selgitustes toodi välja soov, et võiks luua ühise internetipõhise nõ taluturu, kus oleks koguaeg üleval värsked info kauba- ning selle saadavuse ning hindade kohta. Samuti oli välja toodud ühe meetmena kohaliku toidu kasutamise suurendamiseks see, et võiks luua piirkonda ühe ühise kaupluse, kus müüdaks kohalikke toidutooteid ja –tooret.



Joonis 7. Lahemaal piirkonnas toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtete arvamus, meetmetest, mis- aitaksid suurendada ettevõttes kohaliku toidu kasutamist.

Ettevõtjatelt sooviti ka teada, kuidas nad hindavad koostööd kohaliku toidu valdkonnas (vt. joonis 8). Enamus ettevõtjaid (17) hindas seda rahuldavaks, 8 ettevõtjat pidas koostööd heaks ning 2 lausa mitterahuldavaks. Väga heaks ei hinnanud koostööd kohaliku toidu valdkonnas mitte ükski ettevõtja. Selle põhjuseks, et enamus ettevõtjaid pidasid koostööd vaid rahuldavaks, võibki olla see, et puudub ühine toodete/teenuste infosüsteem. Infosüsteemi abil saaks leida tooteid ning toorainet pakkuvaid väikeettevõtteid, kellega edaspidi koostööd teha. Hetkel puudubki ühtne info selliste talude kohta. Samuti võib kehva koostöö põhjuseks olla ka see, et väikeettevõtjad tegutsevad pigem üksi, pakkudes vaid enda ettevõtte tooteid/teenuseid. Nad ei soovi üldiselt siduda enda teenuseid teiste ettevõtjatega, kuna siis ei ole lisa probleeme ning lisatööd, mis sellega kaasneb.



Joonis 8. Lahemaa piirkonnas tegutsevate toitlustusteenust pakkuvate ettevõtjate hinnang koostööle piirkonna kohaliku toidu valdkonnas.

Järgmisena küsiti respondentidelt, milliseid koostööpartnereid nad senises tegevuses kohaliku toidu osas omavad. Selgus, et enamus ettevõtjatest vastasid, et nad ei saa partnerite nimesid avaldada ning loetlesid selle asemel hoopis kaupa, mida nad koostööpartneritelt ostavad. Mõned ettevõtjad nimetasid valdasid ja külasid, kust nad kaupa ostavad. Näiteks oli ära mainitud Tapa- ja Kadrina valla talunikud ja teised väiketootjad. Loetleti ka partnereid Kolga-Aabla, Pudisoo, Tsitre, Uuri ja Sõitme külast. Kaubana, mida talunikelt ja väiketootjatelt ostetakse, toodi välja eelkõige köögiviljad (kartul, kapsas, porgand jm), liha, munad, kala, metsasaadused jm.

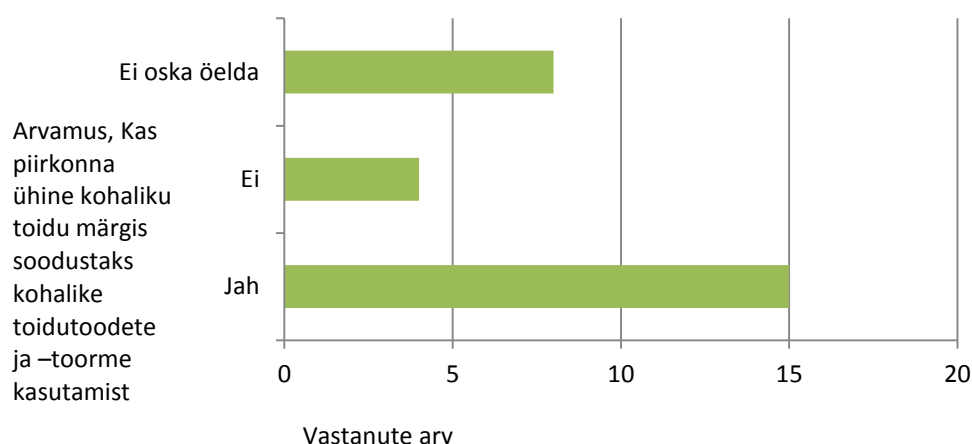
Uuringu käigus vajab ka välja selgitamist, kuidas ettevõtjad tunnetavad koostöö parendamise vajadust piirkonna kohaliku toidu valdkonnas. Koostöö all mõeldakse käesoleva küsimuse juures näiteks toormetootjate ja turismitalude vahelist koostööd, kui poolte vahel on sõlmitud kokkulepe nt, et toormetootja müüb igakuiselt turimitalule juurvilju, liha jms. Koostöö all mõeldakse ka näiteks turismitalude ja piirkondlike turismiorganisatsioonide vahelist koostööd jne. Valdav enamus (18 ettevõtjat) nägid piirkonnas koostöö parendamise vajadust, 8 ettevõtjat ei osanud öelda, kas nenede arvates on koostööd vaja parendada ning 1 ettevõtja ütles, et nad ei tunne vajadust koostöö parendamiseks. Koostöö parendamise vajaduse juures selgitati, et vaja oleks koordineeritud koostööd, sest juhuslikku laadi kontaktid on pikas perspektiivis jätkusuutmatud. Stabiilse hinna ja kvaliteediga pikaajaliselt ostetav kohalik tooraine võimaldaks pakkuda uudseid roogasid. Need erineksid laiatarbetoodetest oma

spetsiifika ja maitsenüansside poolest. Samuti nähti probleemi selles, et info olemasolevatest tootjatest võiks olla enam kättesaadav ja kohaliku toorme kaardistus võiks olla parem. Ka käesoleva probleemi lahenduseks oleks kas kohaliku toidu kauplus või internetipõhine nn taluturg.



Joonis 9. Lahemaa piirkonnas tootlusteenust pakkuvate ettevõtete hinnang koostöö parendamise vajadusele piirkonna kohaliku toidu valdkonnas.

Järgnevalt uuriti, kas piirkonna ühine kohaliku toidu märgis soodustaks küsitluses osalenud ettevõtete arvates kohalike toidutoodete ja –toorme kasutamist. Kohaliku toidu märgise alla mõeldakse logo, mis antakse väikeettevõtjale, kes müüb kohalikust toorainest toidutooteid ja –tooret. Enamuse (15) ettevõtjate arvates soodustaks piirkonna ühine kohaliku toidu märgis kohalike toidutoodete ja –toorme kasutamist. 8 ettevõtjat ei oskanud öelda ning 4 korral vastati, et piirkonna ühine kohaliku toidu märgis ei soodusta nende ettevõtte kohalike toidutoodete ja –toorme kasutamist. Põhjuseks, miks lausa 8 ettevõtjat vastasid, et nad ei oska öelda, on arvatasi see, et nad ei ole lihtsalt teadlikud, mida see kohaliku toidu märgis tähendab ning mis kasu see nende ettevõttele tooks. Seetõttu oleks vajalik ettevõtjate parem informeerimine seoses taoliste märgistega.



Joonis 10. Hinnang, kas piirkondlik kohaliku toidu märgis soodustaks uuritud ettevõtete seas kohalike toidutoodete ja –toorme kasutamist.

Käesolevast peatükist selgus Lahemaa piirkonna kohaliku toidu pakkumise hetkeolukord, sealhulgas piirkonna kohaliku toidu pakkumise arendamisega seotud võimalused ja ettevõtjate vajadused. Uurimustulemustest selgus, et enamuse Lahemaa piirkonnas tegutsevatest toitlustusteenust pakkuvatest ettevõtjatest kasutavad vähemal või rohkemal määral kohalikku toitu oma menüüdes. Samuti selgus, et kohalik toit omab paljude ettevõtjate äriplaanis jätkustuuliku arengu seisukohast olulist rolli.

2.4. Järeldused ja ettepanekud

Käesolevas alapeatükis tehakse, lõputöö teooriale ning läbiviidud uurimuse tulemustele tuginedes, järeldusi ning ettepanekuid nii Lahemaa piirkonna turismiettevõtjatele kui ka MTÜ Arenduskojale kohaliku toidu pakkumise edendamiseks piirkonnas. MTÜ Arenduskojale on töö autori poolt koostatud soovituslik tegevuskava aastateks 2013-2015 (vt Lisa 2).

Läbiviidud uuringu tulemused näitavad, et kõik uuringus osalenud Lahemaal tegutsevad toitlustusteenust pakkuvad ettevõtjad kasutavad oma menüüdes vähemal või rohkemal määral kohalikku toitu. Ettevõtjad peavad kohaliku toidu pakkumist oluliseks teguriks ettevõtte jätkusuutlikkuse tagamisel.

Kohaliku toidu mõiste kohta geograafilises tähenduses saadud vastused jagunesid peaaegu kolmeks võrdseks erinet tüüpi vastuseks. See näitab, et kauguse tajumine kohaliku toidu kontekstis ei ole ettevõtjatel sarnane. Nähtavasti on teatud mõju ka sellel, et meie riik on suhteliselt väike ja kohalikuks peetakse isegi riigi tasandit. Selles osas on soovitatav jätkata piirkonnas täiendavat partneritevahelist diskussiooni, et arusaam ühtlustuks. Siis on võimalik ka piirkonnast sihtrühmadele suunatud turundusinformatsiooni täpsemalt suunata. Arvatavasti tajuvad suurematest riikidest saabuvad välituristid kohalikku toitu siiski kitsama mõistena kui kogu riigi tasand. Seda aga tuleks arvesse võtta.

Kohaliku toidu mõiste kohta sisulises tähenduses anti valdavalt vastus, mis on üldlevinud kohaliku toidu mõistena ka Eestis ja teistes riikides. Selline tulemus näitab, et ettevõtjatel on küllaltki ühtne arusaam kohaliku toidu olemusest, mis omakorda tuleb kasuks nii koostöö kui turundustoetuse teostamisel.

Kohaliku toidu toorme ja –toodete kasutamine piirkonnas on suhteliselt heal tasemel, sest enamuse (17 vastanut) kasutab üle 50% ulatuses kohalikku toitu. Lahemaa piirkonna toitlustusettevõtete poolt kohaliku toidu väärtustamine loob head võimalused kohaliku toidu kaudu piirkonnale turismis konkurentsieelise saavutamiseks. Samuti loob see ka võimaluse jätkusuutliku säästva turismi piirkonnana arenemiseks võrreldes teiste Eesti piirkondadega. Autori arvates oleks piirkonna turunduses senisest enam vajalik tuua esile kohaliku toidu pakkumine, näiteks interneti kodulehel lahemaa.ee ja MTÜ Arenduskoja käivituval kohaliku toidu kodulehel.

Pärimustoitude pakkumise kohta saadud 24 ettevõtja positiivne vastus, kellest 14 pakub sihtrühmadele enamuses just pärimustoite, näitab, et piirkonnas on külastajatel võimalik päris paljudes toitlustusettevõtetes saada omanäolist kohalikku toitu. See võimaldab Lahemaa piirkonnal kasutada sellist kohaliku toidu pärimustoitude pakkumise situatsiooni ühe atraktiivse elemendina säästva turismi turismi sihtkohana eristumisel ja kliendikasude esile toomisel. Lahemaa piirkonnal on potentsiaali saada tuntuks kui eriliste suurte (nt mõisad, muuseumid) ja väikeste (nt turismitalud) gurmeeköökidest poolt rikas turismipiirkond.

Sihtrühmade ootuste kohta ilmnes uuringust selgelt, et enamus küsitletud toitlustusettevõtjate sihtrühmadest eelistab toitlustusteenuse puhul kohalikku toitu. Muude vastuste osas ilmnes, et kohalikku toitu tellimast takistab eelkõige selle kõrgem hind, mitte ei ole küsimus kohaliku toidu mitte soovimises. Uuringust ilmnenu tugev kliendivajaduse olemasolu kohalikule toidule näitab selle olulisust toitlustusettevõtjate äriplaanis. Samuti annab see kindluse kohaliku toidu teenuste edasiseks paremaks välja arendamiseks veelgi parema kliendirahulolu saavutamise eesmärgil. Autor soovib toitlustusteenust pakkuvatel ettevõtjatel leida võimalusi ka piiratuma ostujõuga sihtrühmadele odavama, aga huvitava kohaliku toidu pakkumiseks. Näiteks lihaga plaadipiruka asemel ise korjatud metsaseentega pirukas, kevadised tervisesalatid naatide, nurmenukkude jm sarnaste komponentidega, köögivilja- või nõgesekotletid, jne.

Veel võib järeldada, et antud piirkonnas on kohaliku toidu kättesaadavus suhteliselt halb, sest enamus ettevõtjatest mainis vastustes, et raske on kohaliku toidu toorme ja -toodete müüjaid leida. Isegi kui toitlustusettevõtjatel on teada kindlad talunikud, kellelt kohaliku toidu kaupa osta, siis ei saa kunagi kindel olla saadaolevates kauba kogustes ning sortimendis, st et talunikel ei pruugi alati selliseid koguseid kaupu sel hetkel müüa olla, kui täpselt vaja on. Veelgi keerulisem on seega saada informatsiooni uute tekkivate toidutoorme ja -toodete tootjate kohta. Autor soovib jätkata Arenduskoda MTÜ poolt loodud piirkonna kohaliku toidu pakkujate (toidutoorme ja -toodete tootjad, toitlustajad) ühise interneti kodulehe täiustamist. See aga eeldab erinevat tüüpi piirkonna toidusettevõtjate vahelist head koostöötaht.

Tuginedes käesoleva lõputöö teooriale ning lõputöö raames uuritud materjalidele teeksin ettepaneku koostada Lahemaa piirkonnas elektroonilised abimaterjalid ettevõtjatele. Näiteks elektrooniline retseptikogu kohalikust toidust, kus on toodud välja erinevad retseptid, vajaminev tooraine ja toidu valmistamis õpetus. Antud retseptikogu eesmärgiks oleks aidata ettevõtjatel leida uusi toiduretsepte, mida võiks kliendile pakkuda, kasutades just kohalikku toorainet. Näitena võib tuua juba valminud projekti Irimaal – „Place on plate“, kus on projekti raames koostatud just sellise retseptikogu (Place on plate 2013). Samuti võib näiteks tuua ka Saaremaa Turundusühingu Leader projekti „Tootearendus kohalikule toidule“. Tegemist on uuendusliku

koostööprojektiga, kus 10-15 toidutoojat, väiketöötajat ja turustajat üle Saaremaa ühendasid ideed, kogemused ning üheskoos töötati välja uued, kuid samas vanu traditsioone kandvad retseptid hoidiste, teravilja- ja lihatoodete valdkonnas. (Saaremaa turundusühingu... 2013)

Saavutamaks autori poolt ülaltoodud ettepanekute tulemuslikkust, on oluline jätkata mitmekülgselt piirkonna kohaliku toidu ettevõtjate koostööd, sh ühist arendustööd ning turundustegevusi.

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö teemaks oli „Kohaliku toidu kasutamine maaturismiettevõtetes Lahemaa piirkonna näitel“. Lõputöö eesmärgiks oli selgitada välja kohaliku toidu ja -toorme kasutamise ulatus Lahemaa piirkonnas tegutsevate toitlustusteenust pakkuvate turismiettevõtete seas. Tulemusest lähtuvalt teha ettepanekuid Lahemaa piirkonna turismiettevõtetes kohaliku toidu pakkumise edendamiseks ja piirkonna turismiorganisatsioonile MTÜ Arenduskoda. Lõputöös täideti kõik püstitatud uurimisülesanded ning nende saavutamiseks esitatud uurimisküsimused. Kohalik toit on Lahemaa piirkonnas enamuste ettevõtete ning nende klientide jaoks olulise tähtsusega ja kohalikul toidul on sihtpiirkonna jätkusuutliku arengu tagamisel oluline roll ning selle tähtsus kasvab iga aastaga.

Lõputöö koosnes kahest peatükist, millest esimene keskendus loodusturismi ja kohaliku toidu teoreetilise tagapõhja uurimisele. Teoreetilisi allikaid uurides leiti erinevaid kohaliku toidu ning loodusturismiga seotud definitsioone ning nendevahelisi seoseid. Loodusturimi kohta on olemas kaks definitsiooni: turisti- ehk kliendikeskne definitsioon ütleb, et loodusturism on turismi vormi, mille all peetakse enamasti silmas looduses asetleidvat turismi, mille peamiseks motivatsiooniks on looduse vaatlemine ja väärtustamine. Laiem ehk tootekeskse definitsiooni kohaselt sisaldab loodusturism aga kogu turismi, mis põhineb loodusel. Käesolevas lõputöös tugineti just looduspõhise turismi mõistele, kuna Lahemaa piirkonna turismiettevõtjaid pakuvad Lahemaa piirkonna eripäradest tulenevalt just looduskeskkonda arvestavaid ja säästvaid tooteid/teenuseid. Arvestades loodusturismi osatähtsust kogu turismis, selle jätkuvat kasvudentensi ning olulisust, on säästvate ning jätkusuutlike aspektidega arvestamine vägagi tähtis.

Kohaliku toidu mõistetega seonduvat uurides selgus aga, et erinevates maailma riikides on ka kohaliku toidu mõiste käsitlused väga erinevad ning seda nii sisulisest kui ka geograafilisest aspektist. Antud lõputöös tugineti Euroopas enamlevinud kohaliku toidu käsitlusele, milles peetakse kohalikuks toiduks 100 kilomeetri raadiuses kasvatatud või kasvanud toormest valmistatud toitu ning piirkonna väikeettevõtetes valmistatud toidutooteid.

Teine peatükk keskendus Lahemaa piirkonna tutvustamisele, poolstruktureeritud kvantitatiivse uurimuse läbiviimisele, saadud tulemuste välja toomisele ning lähtuvalt uurimuse tulemustest ja lõputöö teooriast tegi autor järeldusi ning asjakohaseid ettepanekuid MTÜ Arenduskojale edaspidiseks tegevuseks sh tegevuskava. Lahemaa piirkond on tuntud oma kauni ning puutumatu looduse poolest. Uuringu piirkonda jääb loodusturismi sihtkoht Lahemaa Rahvuspark. See on loodud Põhja-Eestile iseloomuliku looduse ja kultuuripärandi, sealhulgas ökosüsteemide, bioloogilise mitmekesisuse, maastike, rahvuskultuuri ning alalhoidliku looduskasutuse säilitamiseks, uurimiseks ja tutvustamiseks. Lahemaa Rahvusparki olemasolu annab antud piirkonnale eelise toiduhuviliste turistide köitmiseks ja kohaliku toidu pakkumiseks.

Lahemaa piirkonna toitlustusteenust pakkuvate ettevõtjate seas läbi viidud uurimuse tulemusena leiti vastus uurimisküsimusele ning selgitati välja Lahemaa piirkonna kohaliku toidu pakkumise hetkeolukord, sealhulgas piirkonna kohaliku toidu pakkumise arendamisega seotud võimalused ja ettevõtjate vajadused. Uurimustulemustest selgus, et enamus Lahemaa piirkonnas tegutsevatest toitlustusteenust pakkuvatest ettevõtjatest kasutavad vähemal või rohkemal määral kohalikku toitu oma menüüdes. Samuti selgus, et kohalik toit omab paljude ettevõtjate äriplaanis jätkustuuliku arengu seisukohast olulist rolli.

VIIDATUD ALLIKAD

Arenduskoja rahvusvaheline koostööprojekt. MTÜ Arenduskoda. [http://www.maainfo.ee/index.php?article_id=1667&page=3452&action=article&]. 12.12.2012.

Croce, E. Perri, G. 2010. Food and wine tourism: Integrating Food, travel and territory. Pp. 45-72.

Definitions. Sustainable tourism. [http://www.sustainabletourism.net/definitions.html] 08.12.12.

Eesti riiklik turismiarenduskava 2014-2020. Eelnõu 19.12.2012. Eesti Kaubandus-Tööstuskoda koduleht. [http://www.koda.ee/public/Turismiarenduskava_eelnou_2014_-_2020.pdf] 24.04.2013.

Global report of food tourism. 2012. World tourism organisation UNWTO. [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/food_tourism_ok.pdf]. 01.10.2013.

Haven-Tang, C., Jones, E. 2012. Local leadership for rural tourism development: A case study of Adventa, Monmouthshire UK – Tourism Management Perspectives. Vol. 4, pp. 28-45.

J. B. Xu. 2010. Perceptions of tourism products – Tourism Management. Vol. 31 (5), pp. 607-610.

Kim, G. Y., Eves, A. 2012. Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food – Tourism management, Vol. 33 (6), pp. 1458-1467.

Knight J. A. 2013. Evaluating local food programs: The case of Select Nova Scotia – evaluation and programm planning.

Kremer, P., DeLiberty, L. T. 2011. Local food practices and growing potential: Mapping the case of Philadelphia - Applied Geography, Vol. 31 (4), pp. 1252-1261.

Lahemaa Rahvuspark. Keskkonnaamet. [<http://www.keskkonnaamet.ee/?lang=lahe>] 24.04.2013.

Liao, S. 2010. Mining customer knowledge for tourism new product development and customer relationship management – Expert Systems with Applications. Vol. 37 (6), pp. 4212-4223.

Loodusturismi pakkumise uuring. 2008. OÜ Consumetric, tellija EAS Turismiarenduskeskus.

[<http://www.eas.ee/images/doc/ettevotjale/turism/looduspuhkus/lt%20uuring%20consumetric%202008.pdf>] 04.02.2013.

Lu, W., Stepchenkova, S. 2012. Ecotourism experiences reported online: Classification of satisfaction attributes – Tourism Management. Vol. 33 (3), pp. 702-712.

Lähiuoka. Suomen Kilpailu- ja kuluttajavirasto. [<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/elintarvikkeet/lahiruoka/>] 12.03.2012.

MTÜ Arendukoda põhikiri. MTÜ Arenduskoda koduleht. [<http://www.arenduskoda.ee/et/arenduskoda/pohikiri>] 14.09.2013.

Place on Plate. Iirimaa turismiamet Failte Ireland. [<http://www.failteireland.ie/In-Your-Sector/Food-Tourism-in-Ireland/Place-on-a-Plate.aspx>]. 10.10.2013.

Põhja-Eesti kaart. Põhja-Eesti turism koduleht. [http://www.northeastonia.eu/sites/default/files/pictures/p-estiturism_loodus_kaat_eng.pdf]. 03.06.2013.

Riigikogus moodustati Eesti turismi ja kohaliku toidu toetusrühm. 2012. Riigikogu koduleht. [<http://www.riigikogu.ee/index.php?id=173632>]. 16.01.2013.

Tootearendus kohalikule toidule. Saaremaa Käsitöö Toidu tegijad. Saaremaa Turundusühing. [<http://www.saaremahe.ee/tootearendus/>]. 10.10.2013.

Sims, R. 2009. Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience - Journal of sustainable tourism. Vol. 17 (3), pp. 321-336.

Sims, R. 2010. Putting place on the menu: The negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption – Journal of rural studies, Vol. 26 (2), pp. 105-115

Sustainable tourism demand. World Tourism Organization UNWTO. [<http://www.sustainabletourism.net/resources.html>] 20.03.2013.

Sustainable tourism definition. World Tourism Organizaion UNWTO. [<http://www.sustainabletourism.net/definitions.html>] 21.03.2013.

Sõnumitooja: Lahemaa naised teevad soomlastega toiduprojekti „Väästustame kohalikku“. 2010. Leader uudised. Maamajanduse infokeskus. [http://www.maainfo.ee/index.php?article_id=945&page=3452&action=article&]. 5.06.2013.

Sõnumitooja: Põhja-Eesti kohaliku toidu märgis – Arenduskoda laiendab projekti üle Harju- ja Virumaa. Maamajanduse infokeskus. [http://www.maainfo.ee/index.php?article_id=3142&page=3452&action=article&]. 05.06.2013

Sustainable development of tourism. Ecotourism and Protected areas. World Tourism Organizaion UNWTO. [<http://sdt.unwto.org/en/content/ecotourism-and-protected-areas>]. 10.02.2013.

Tangeland, T., Aas, O. 2011. Household composition and the importance of experience attributes of nature based tourism activity products - A Norwegian case study of outdoor recreationists – Tourism Management. Vol. 32 (4), pp. 822-832.

Torres-Delgado, A. 2012. The growth and spread of the concept of sustainable tourism: The contribution of institutional initiatives to tourism policy – Tourism Management Perspectives. Vol. 4, pp. 1-10.

Uuring turismiettevõtjad maapiirkonnas. 2010. Maaturismiettevõtjate olukord ja vajadused ning maaturismi toodete ja teenuste tarbijate eelistused. Põllumajandusministeerium.

[http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/TURISMI_UURING_2010.pdf]

04.02.2013.

Weaver, D. 2008. Criteria and context – Ecotourism (2-nd edition). Pp. 1-30.

LISAD

Lisa 1. Küsimustik

UURING „KOHALIKU TOIDU KASUTAMINE MAATURISMIETTEVÖTETES LAHEMAA PIIRKONNA NÄITEL“

Käesolev uuring teostatakse MTÜ Arenduskoda ja Tartu Ülikooli Pärnu kolledži diplomandi Kristiina Kuusiku koostöös. Uuringu eesmärgiks on aidata kaasa kohaliku toidu pakkumise edendamisele Arenduskoja (sh Lahemaa) piirkonnas. Käesolev uuring on anonüümne.

Lugupidamisega Kristiina Kuusik

Selgituseks küsimustiku täitmisel: Palume tõmmata ring ümber Teie arvates kõige sobivamale vastusevariandile (internetikeskkonnas vastates palume sobiva vastuse number joonida alla või teha teist värvi) ning küsimustes, kus on palutud selgitusi ja/või kommentaare, palume need Teie poolt sinna lisada. Erandiks on küsimus 4.2, kus palume märkida ära kõik Teile sobivad vastusevariandid.

KÜSIMUSTIK

I. Mida tähendab Teie ettevõtte jaoks mõiste kohalik toit?

1.1 Mida tähendab Teie ettevõtte jaoks kohaliku toidu mõiste geograafiliselt?

1. Kuni 100 km raadiuses

2. Kuni 50 km raadiuses

3. Muu

(palun

selgitage):

1.2 Mida tähendab Teie ettevõtte jaoks mõiste kohalik toit sisulisest aspektist?

1. Piirkonnas kasvatatud või kasvanud toormest valmistatud toit, piirkonna väikeettevõtetes valmistatud toidutooted ning piirkonna toitlustus- ja maaturismiettevõtetes pakutav toit, mis sisaldab peamiselt kohalikku toorainet.

2. Muu

(palun

selgitage)

:

II. Kohaliku toidu osa äriplaanis.

2.1 Kuidas kirjeldate kohaliku toidu (kohalikud toidutooted ja - toore) kasutamist Teie ettevõttes?

1. Kasutame üle 50% ulatuses kohalikku toitu toidu valmistamisel
2. Kasutame alla 50% kohalikku toitu toidu valmistamisel
3. Ei kasuta üldse kohalikku toitu toidu valmistamisel

2.2 Kuidas kirjeldate pärimustoitude kasutamist Teie ettevõtte kohaliku toidu pakkumises?

1. Valmistame kogu menüü ulatuses ainult pärimustoite kohalikust toidust
2. Valmistame olulisel määral menüüst pärimustoite kohalikust toidust
3. Valmistame vähesel määral menüüst pärimustoite kohalikust toidust
4. Ei valmista üldse pärimustoite, kuid kasutame kohalikku toidutooret- ja tooteid toidu valmistamisel
5. Ei valmista üldse pärimustoite ega kasuta kohalikku toidutooret- ega tooteid

2.3 Millised on Teie ettevõtte sihtrühmade ootused toitlustusteenustele?

1. Eelistatakse kohalikku toitu
2. Kohalik toit ei ole oluline
3. Muu _____ (palun _____ selgitage)
: _____

2.4 Millist osakaalu omab kohalik toit Teie ettevõtte äriplaanis praegusel hetkel?

1. Väga olulist
2. Olulist
3. Keskmist
4. Vähest
5. Üldse mitte

2.5 Millist osakaalu omab kohalik toit Teie ettevõtte jätkusuutliku arengu seisukohast?

1. Väga olulist
2. Olulist
3. Keskmist
4. Vähest
5. Üldse mitte

III. Kohalik toit ettevõtte toidumenüüs.

3.1 Millistel põhimõtetel on koostatud Teie ettevõtte toidumenüü?

1. Kogu menüü ulatuses pakume kohalikku toitu (toore, tooted, pärimustoidud)
2. Enamuses menüüst pakume kohalikku toitu
3. Alla 50% ulatuses
4. Ei paku üldse kohalikku toitu

3.2 Kuidas hindate kohaliku toidutoorme ja toodete kättesaadavust (Palun kirjutage kommentaarid)?

1. Sortimendi _____ sobivus:
2. Hankekindlus _____ (sh. _____ kogused):

3. Ostukohad (sh _____ kohaletoiemamine):

4. Muud olulised aspektid (palun nimetage):

IV. Kohalik toit ja seadusandlikud nõuded.

4.1 Kuidas hindate kohaliku toidu kasutamise võimalikkust seadusandlike nõuete valguses?

1. Ületamatuid probleeme ei ole, koostöös ametnikega on võimalik leida lahendused
2. Meie ettevõtte jaoks on probleemiks (palun nimetage):

4.2 Millised meetmed aitaksid suurendada Teie ettevõttes kohaliku toidu kasutamist (märkige kõik sobivad)?

1. Ühine toodete/teenuste infosüsteem (sh. trükised)
2. Ühiskoolitused (sh. õppereisid)
3. Piirkonna ühine kohaliku toidu märgis
4. Toetused ettevõttele
5. Muu (palun nimetage) :

V. Koostöö piirkonnas kohaliku toidu valdkonnas.

5.1 Kuidas hindate koostööd piirkonna kohaliku toidu valdkonnas?

1. Väga heaks
2. Heaks
3. Rahuldavaks
4. Mitterahuldavaks

5.2 Milliseid koostööpartnereid omate senises tegevuses kohaliku toidu osas?

1. Kui omate siis palun loetlege:

2. Ei oma mingit koostööd kohaliku toidu valdkonnas

5.3 Kas tunnetate koostöö parendamise vajadust piirkonna kohaliku toidu valdkonnas?

1. Jah (palun selgitage, milles seda vajate) :

-
2. Ei
 3. Ei oska öelda

5.4 Kas piirkonna ühine kohaliku toidu märgis soodustaks Teie ettevõtte poolt kohalike toidutoodete ja –toorme kasutamist?

1. Jah
2. Ei
3. Ei oska öelda

5.5 Teie ettevõtte tegevusvorm?

1. FIE
2. OÜ
3. AS
4. SA
5. MTÜ

TÄNAME KOOSTÖÖ EEST!

LISA 2. Soovituslik tegevuskava MTÜ Arenduskojale

Tabel 1. Soovituslik tegevuskava ettevõttele edasiseks tegevuseks.

Arendustegevus	Tähtaeg	Teostaja	Vastutaja	Ressursid	Tulemuste mõõtmise indikaatorid
Ühtse piirkonna kohaliku toidu toorme ja –toodete turustussüsteemi edasi arendamine	2014	MTÜ Arenduskoda koostöös ettevõtjatega	LEADER projekti juht	LEADER projekti vahendid või eelarve	Kohalike toidutoodete ja –toorme parem kättesaadavus toitlustajatele ja teistele sihtrühmadele
Ühine kohaliku toidu märgis	2013 sügis	MTÜ Arenduskoda	LEADER projekti juht	LEADER projekti vahendid või eelarve	Ettevõtete parem märgatavus turul
Õppereisid, õppepäevad, koolitused kohaliku toidu pakkumise parendamiseks ettevõtjatele (tootmisettevõtjad ja toitlustusettevõtjad)	2014 suvi	MTÜ Arenduskoda	LEADER projekti juht	LEADER projekti vahendid või eelarve	Ettevõtete parem tootearedus, sh uued ideed tootearenduseks
Ühine kohaliku toidu müügikoht piirkonnas	2015	MTÜ Arenduskoda	LEADER projekti juht	Ettevõtjad	Piirkonna ettevõtjatele kohaliku toidutoorme ja –toodete parem kättesaadavus

Summary

The subject of current thesis is *Using local food in nature tourism destination on example of Lahemaa region*. The actuality of the subject is proved by several aspects linked to local food, which came forth in Estonia and European Union inside last few years. In European Union, as well in Estonia the subject has been actively discussed and popularized in recent years. European Union sees local food as forth to support rural life subject.

From 2012 local food topic has been acknowledged in Estonia on state level. Legislative council has formed a tourism and local food support group with its 25 members. This group has a aim to support the inclusion of European funds for introducing Estonian food among foreign guests.

In Estonia there has been worked actively for rising the awareness of rural tourism entrepreneurs about the importance of good local food offer. By now the local food offer among rural tourism entrepreneurs has been raised. Because of raised demand for local food the entrepreneurs have an economical predication for systematical development of local food services and needed for that investments.

There has not made any overview about the offer of rural tourism local food services in Lahemaa region. It is obvious that more information from the offer side is needed. Because of that the author of current thesis has put the research question as following: „What is the current situation of using the local food in Lahemaa nature tourism services and what development perspective it has?“

Because of the research question the aim of the thesis is to find out the extent of using local food in any form among nature tourism entrepreneurs in Lahemaa region. Linked to the results of the research, the author presents suggestions to the regional development organization NGO Arenduskoda for further development of local food services in the region.

For reaching the aim of the thesis the author has aimed at the following tasks:

- to work through the theoretical disquisitions of gathering, based on local food and its sustainable development;
- to implement the research among nature tourism entrepreneurs of the Lahemaa region;
- to analyze and present the results of the research;
- to make the conclusions for development.

The thesis has two chapters. The first chapter presents all linked to the subjects concepts and terms and their links to the area. It also presents the different target groups needs and the sustainable local food development most important aspects. The second chapter first introduces the Lahemaa nature tourism region, then presents all important aspects of the research and its results. Finally it gives the author's suggestion about further development of the local food in Lahemaa region.

The main result of the research was that most part of the entrepreneurs are already using local food in their gathering in many different forms and most of them see the growing demand for local food and therefore are planning to increase the local food usage in their menus in the future. The positive attitude to local food usage in Lahemaa region nature tourism and the entrepreneurs plan to increase the usage of it in the future is strongly based on the grown demand of local food by target groups and the grown attention to it on national level in Estonia and more widely in EU. Local food has an important part in sustainable development of rural gatherers business plans.

The main suggestions to the regional development organization NGO Arenduskoda from the author of the thesis were:

- to continue to develop the started local food entrepreneurs network of Lahemaa region , including different trainings, information days and study tours for entrepreneurs;
- to continue to implement and develop the regional joint local food label for the region and support the entrepreneurs local food marketing, among what the joint local food internet home page for the region.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina

Kristiina Kuusik

(autori nimi)

(sünnikuupäev:29.08.1989)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Kohaliku toidu kasutamine maaturismiettevõtetes Lahemaa piirkonna näitel

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on

Tiina Tamm,

(juhendaja nimi)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **13.11.2013**

