



TALLINNA TEHNIKAÜLIKOO
INSENERITEADUSKOND
Kuessaare kolledž

Karolina Luidalepp

**KRIISIDE MÕJUST KÕRGEMA HINNAKLASSI
RESTORANIDELE AASTATEL 2022 JA 2023 RESTORANIDE
JOYCE JA HÕLM NÄITEL**

Lõputöö

Õppekava „Ettevõtlus ja elamusmajandus“

Juhendaja: Paavo Kuuseok, MBA

Kuessaare 2023

Deklareerin, et olen koostanud lõputöö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 7847 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Karolina Luidalepp 04.12.2023

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 207606SDVR

Üliõpilase e-posti aadress: Kluida@ttu.ee

Juhendaja: Paavo Kuuseok, MBA

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

Glossaar

Flambeerimine - termin, mis viitab toidu valmistamisele, kus toit pannakse kuumale pannile, et saavutada kiire ja kõrge kuumus. Lisatakse ka alkohole (tavaliselt brändi või rummi, mis leeklambiga pannakse põlema, et kliendile efekte luua.

Foodie - levinud hüüdnimi neile, kes naudivad peeneid eined ja otsivad peenemaid ja haruldasemaid einestamiskogemusi.

Hedooniline – elamus, mis viitab meeldivusele, rõõmule või naudingule ning seda kasutatakse erinevates kontekstides, et kirjeldada midagi, mis on seotud positiivse ja meeldiva kogemusega.

Michelini tärn – (või tärnid) on kulinaarne autasu, mida antakse restoranidele nende tipptasemel toiduvalmistamise, teeninduse ja üldise restorani kvaliteedi eest.

Michelin giidi ehk täрни andjad - prantsuse rehvi- ja restoranijuhtide ettevõtte Michelin.

Tehnoloogilised võtted köögis - köögis kasutatavad mitmesugused tehnikad ja võtted, et valmistada toite erineval viisil. Mõned peamised tehnikad hõlmavad järgmist: küpsetamine, keetmine, maitsestamine.

Poolfabrikaat - tööstuslikult töödeldud toiduaine või valmistootena pakutavale poolvalmistatud toiduaine.

SISUKORD

Glossaar	3
LÜHIKOKKUVÕTE.....	6
SISSEJUHATUS	7
1. KRIISIDE MÕJU KÕRGEMA HINNAKLASSI RESTORANIDELE	9
1.1 Kriiside seos majanduskeskkonnaga	9
1.2 Kõrgema hinnaklassi restoranide toimimine Eestis.....	13
2. KÕRGEMA HINNAKLASSI RESTORANIDE TOIMIMINE 2022-2023	17
2.1 Majanduskeskkonna mõju toitlustusvaldkonnale.....	17
2.1.1 Restoranide liigitus	17
2.1.2 Nõudlus ja pakkumine kõrgema hinnaklassi restoranide turul.....	21
2.1.3 Toitlustussektori toimimine Eesti majanduskeskkonnas	22
2.2 Kõrgema hinnaklassi restoranide analüüs	24
2.2.1 Süvaintervjuu restoranide Joyce ja Hõlm juhtidega	24
2.2.2 Restoranide küllastajatega läbiviidud uuring.....	28
2.2.3 Restoranide Joyce ja Hõlm SWOT analüüs	35
2.3 Ettepanekud praeguses majanduskeskkonnas toimetulekuks.....	38
KOKKUVÕTE	39
SUMMARY.....	41
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	43
LISAD	48
Lisa 1. Küsimustik.....	48
Lisa 2. Intervjuu küsimused.....	55

Lisa 3. Lihtlitsents56

LÜHIKOKKUVÕTE

Antud töös uuriti kriiside mõju kõrgema hinnaklassi restoranidele aastatel 2022 ja 2023. Seejärel koostati soovitusel võimalikeks jätkuvateks kriisideks, mis mõjutavad ettevõtluskeskkonnas toimetulekut. Autor uuris lähemalt toitlustusvaldkonnas toimuvate kriiside kohta, kuidas on need mõjutanud uuritavaid kõrgema hinnaklassi restorane Joyce ja hõlma. Lisaks kirjeldatakse restoranide olemust nende kontseptsiooni järgi.

Diplomitöö autor viis empiirilises osas läbi restorani juhtivtöötajatega süvaintervjuu, mille eesmärgiks oli teada saada, milline kriisidest ja kuidas on mõjutanud kõrgema hinnaklassi restorane. Lisaks viis autor läbi küsitluse suunatud valimis olevate klientidega, et saada teada rohkem kliendi vaatenurgast, kuidas on kriisid mõjutanud neid kui tarbijaid.

Süvaintervjuu peamine eesmärk oli saamaks teada, kas ja kuidas kriisid on mõjutanud nende tegevust ettevõtte seisukohalt vaadatuna. Intervjuudest selgus, et kõige rohkem on uuritavaid kõrgema hinnaklassi restorane mõjutanud Covid-19, energiakriis ning vene agressioonist tingitud tarneraskused. Lisaks tänu hinnatõusudele on langenud ettevõtete kasum.

SISSEJUHATUS

Antud töös uuritakse kriiside mõju kõrgema hinnaklassi restoranidele aastatel 2022 ja 2023. Seejärel koostatakse soovitud võimalikeks jätkuvateks kriisideks, mis mõjutavad ettevõtluskeskkonnas toimetulekut.

Autor valis antud teema erialasest huvist ja kogemusest toitlustuses. Autor on töötanud 9 aastat toitlustussektoris kokana ning on huvitatud teada saama, kuidas teised ettevõtted on möödunud ja hetkel olevate kriisidega toime tulnud. Autor töötas restoranis, mis muutis 2022 aasta sügisel oma lahtioleku aegu. Selliselt, et restoran enam igapäevaselt lahti ei ole. Restorani eesmärgiks oli kulude kokkuhoid. Seetõttu huvitab ka autorit võimalikud meetodid kriiside mõju vähendamiseks.

Diplomitöö eesmärgiks on uurida, milline kriisidest ja kuidas on mõjutanud kõrgema hinnaklassi restorane. Lisaks teha ettepanekuid võimalike edaspidiste kriiside tingimustes toimetulekuks.

Eesmärgi saavutamiseks püstitas diplomitöö autor järgnevad ülesanded:

- uurida Eestis majanduskeskkonda mõjutanud kriise ning nendes tingimustes toimetavaid restorane;
- viia läbi uuring suunatud valimi hulgas saamaks teada, kuidas on kriisid mõjutanud neid kui tarbijaid;
- viia läbi süvaintervjuud restoranide juhtivtöötajatega saamaks teada personaalselt käsitlevate restoranide olukorrast;
- läbi teiste andmete avalikest allikatest teostada majanduskeskkonna analüüs;
- teha ettepanekud edaspidiste kriiside mõju maandamiseks.

Diplomitöö on koostatud kahes peatükis. Esimeses osas antakse ülevaade kriiside mõjust kõrgema hinnaklassi restoranidele. Lisaks kirjeldab töö autor Eesti majanduskeskkonda ja selle seost kriisidega. Räägitakse ka lähemalt kõrgema hinnaklassi restoranide toimimisest Eestis.

Töö teises osas tutvustab autor uuritavaid restorane ning nende tegevust. Autor kirjeldab empiirilise uuringu meetodit ja läbiviimist. Lisaks antakse ka ülevaade restoranide liigitustest ning tutvustatakse põhjalikumalt kõrgema hinnaklassi restorani kontseptsiooni. Kirjeldatakse lähemalt toitlustust puudutavaid makromajanduse näitajaid. Diplomitöö autor viib empiirilises osas läbi

restorani juhtidega süvaintervjuu ning valimis olevate klientidega küsitluse. Töö autor analüüsib kogutud andmeid. Analüüsitakse restoranijuhtide süvaintervjuude vastuseid. Järelduste osas analüüsitakse ka kliendi küsitluse vastuseid, mille käigus uuritakse kliendi kui tarbija valmidust tarbima. Kogutud andmete baasil viib töö autor läbi analüüsi ja teeb ettepanekud kõrgema hinnaklassi restoranidele edaspidiste kriiside tingimustes toimetulekuks.

1. KRIISIDE MÕJU KÕRGEMA HINNAKLASSI RESTORANIDELE

Käesolevas peatükis kirjeldatakse tootlustussektoriga seotud kriise ja nende seost makromajanduslike teguritega. Kirjeldatakse ka lähemalt kõrgema hinnaklassi restorane ja nende toimimist Eestis.

1.1 Kriiside seos majanduskeskkonnaga

Kriis on olukord, mis nõuab kiiret sekkumist ning, kus otsused tuleb teha lühikese aja jooksul (Shaluf et al., 2003). Tänapäeval esineb kriise mitmel tasandil nii isiklikul kui sotsiaalsel. Kriise võib esineda energia-, humanitaar-, tervise-, loodus-, kliima-, majanduse kui ka poliitika valdkonnas, mille tõttu esinevad muutused igapäevaelus.

Majanduse makrokeskkond on iga organisatsiooni jätkusuutlikuks toimimiseks oluline sisend. Makroökonomika uurib, kuidas saavutada majanduse põhilisi eesmärke:

1. **pidev majanduskasv**- SKP mõõdab konkreetses territoriaalses piiris teatud aja jooksul genereeritud hüvitise lõppsummat. Käsitletakse ka SKP Eesti elaniku kohta (K. Kerem; M. Randveer, 2004, 73);
2. **hinnastabiilsus** aitab saavutada kõrgemat tööhõivemäära ja suuremat majandusaktiivsust. Madal inflatsioon aitab säilitada hinnastabiilsust (Eesti Pank, 2023);
3. **kõrge tööhõive** Tekib siis, kui tööturg on tasakaalus ja turul ei ole ülejääki ega puudujääki (K. Kerem; M. Randveer, 2004, 124);
4. **väliskaubanduse tasakaal** on seisund, kus turujõud on tasakaalus, seega puudub muutus (K. Kerem; M. Randveer, 2004, 150).

Järgnevalt kirjeldab töö autor Eesti majanduskeskkonda ja selle seost kriisidega.

Turumajanduses muutuvad kaupade ja teenuste hinnad pidevalt, mõned tõusevad ja mõned langevad. **Inflatsioon** on üldise hinnataseme märgatav ja püsiv tõus (K. Kerem; M. Randveer, 2004, 141). Inflatsioonist räägime siis, kui hinnatõusul on laiem mõju kui üksikute kaupade ja teenuste mõjutamine. Inflatsioon tähendab, et ühe euro eest saab osta vähem kaupu kui varem,

mis tähendab, et üks euro pole enam sama väärtusega nagu enne ning väärtus on langenud. Inflatsioon on viimasel ajal märkimisväärselt kiirenenud, seda peamiselt energia- ja toiduhindade tõusu tõttu. Inflatsioonitõusule on suurelt kaasa aidanud sõda Ukrainas, mis algas aastal 2022 ning kestab siiani (European Central Bank, 2023). Tänu inflatsiooni mõjule tehakse Joyce ja Hölmas rohkem tööd, kuid kõrged hinnad pärsivad kasumi ära.

Ettevõtete vaatenurgast on kriis defineeritud 1998. aastal kui madala tõenäosusega, aga kõrge tagajärjega sündmus, mis ohustab ettevõtte kõige põhilisemaid eesmärke (Seeger et al., 1998). Seeger, Sellnow ja Ulmer on defineerinud ettevõtte kriise kui "spetsiifilist, ootamatut ja ebatavalist sündmust või sündmuste jada, mis tekitab kõrge ebakindluse taseme". Kõrge ebakindlustasemega kaasneb töötajates hirm, ärevus, ohutunne ning ebakindlus (Cowden et al., 2002). Kriisid on kompleksed, kus üks kriis vallandab teise. Nii on ka juhtunud Covid-19, Ukraina sõja, energiakriisi kui ka inflatsiooniga.

Autor on seisukohal, et restoranide tööd on mõjutanud kõige rohkem inflatsiooni suurim põhjustaja energiakriis.

Majanduskriisi ajal on majanduskasv nullilähedane või negatiivne ning kaasneb kõrge töötuse määr koos järsu hindade tõusuga (T. Peterson, 2022). Majandustsükli aeglustumise faasis eratarbimine väheneb. Ettevõtete kaubavaru suureneb, mille tulemusena vähenevad tootmine ja investeeringud. Tööpuudus kasvab. Ettevõtte kasum ja seega ka dividendiootused langevad, mis omakorda toob tavaliselt kaasa langused aktsiaturul. Tsükli põhjas toimub "puhastus", kus kõige kehvemad ettevõtted lähevad pankrotti. Kasvufaasis toimuvad ülalkirjeldatule vastupidised protsessid. Üks peamisi majanduskasvu aeglustumise näitajaid on sisemajanduse koguprodukti (SKP) langus. Majandussurutis on tavapärasest pikem ja sügavam majanduslangus (Taim, 2012). Eratarbimise vähenemisel langeb kõrgema hinnaklassi restoranide käive, mistõttu on ettevõtted sunnitud oma töötajaid koondama. Tänu vähenenud tarbimisele on restoranid raskustes ning pikemas perspektiivis sunnitud oma ukseid sulgema.

Üks suuremaid majanduskriisi põhjustajaid on **energiakriis**, mille klassikalisteks põhjuseks võib olla liigne tarbimine, vananev infrastruktuur, tõkestuspunktide häired või naftatöötlemistehaste ja sadamarajatiste kitsaskohad, mis piiravad kütusevarustust. Praeguse kriis on tingitud otseselt Ukraina sõjast ning on toimunud kütuste ja seeläbi elektri hinna kasv. Energiakriis on mõjutanud nii kodumajapidamisi kui ka ettevõtteid. Gaasi ja elektri hinna järsk tõus on mõjunud ettevõtetele

koormavana. Järsk hinnatõus on tõstnud ettevõtete kommunaalkulusid, mille tõttu on pidanud paljud ettevõtted oma ärid sulgema või personali koondama. Järsk energiakandjate hinnatõus on mõjutanud suuresti ka toodete hinnatõusu (Euroopa Liidu Nõukogu, 2023). Sellest tingitult on ettevõtte tulud vähenenud.

Ukraina sõjaga seoses alanud **julgeolekukriis** sai üheks inflatsiooni allikaks. Kaitsekulude suurendamine 3%-ni SKP-st toob kaasa maksutõusu ja seeläbi kasvatab inflatsiooni. Saabunud ebakindluse tõttu vähendavad uuritavad restoranid pikaajalisi investeeringuid.

Humanitaarkriise kirjeldatakse kui ulatuslikke inimkannatusi, mis tulenevad suure hulga inimeste füüsilise puutumatuses rikkumisest või hävitamisest. Humanitaarkriisid võivad olla nii inimtegevusest tingitud kui ka looduse poolt loodud (Binder, 2009). Üheks aktuaalseks humanitaarkriisiks on sõda Ukrainas. Ukraina sõjast tingitult on toimunud Ukraina elanike hulgaline ümberpaiknemine. Tänu ümberpaiknemisele on Eestisse saabunud tuhandetes ukrainlasi, mis suurendab töajooliste elanike arvu. Ümberpaiknemisest tingitult võib suurenedat antud valdkonna spetsialistide arv.

Tervishoiukriis - viimastel aastakümnetel on pidanud maailm vastu astuma Ebolale, salmonelloosile kui ka COVID-19le. Restoraniäri mõjutanud **COVID- 19** ehk koroonaviirushaigus avastati aastal 2019. COVID-19 majanduslik kahju restoranitööstusele ei ole ühtlaselt jaotunud. Kui kiirtoidu restoranid suutsid pandeemia ajal müüki säilitada või suurendada, siis a la carte ja kõrgema hinnaklassi restorani tulud vähenesid koguni 85 protsenti. Mõne kõrgema hinnaklassi restorani tulud langesid nullini (Haas et al.,2020). Tänu tervishoiukriisile toimus kõrgema hinnaklassi restoranides tulude oluline vähenemine. Kriisid seadsid mitmeid takistusi restoranide tegevusele seoses Covid- 19 piirangutega. Kõige rohkem said kannatada seetõttu mitmed majandussektorid.

Kliimakriis ehk globaalne soojenemine on faas, mis viitab inimtegevuse mõjule kliimale, eelkõige fossiilkütuste kivistüsi, nafta ja gaasi põletamisele ja ulatuslikule metsade hävitamisele, mis põhjustab atmosfääri suurtes kogustes kasvuhoonete heitmeid (Houghton, 2005). Tööinspektorid peatasid kuumalaine tõttu töö siseruumides kaasaarvatud kõrgema hinnaklassi restorani köökides, kus temperatuur ületas 30 kraadi. Tööinspeksioon on öelnud, et: „Tööandja kohustus on tagada töötingimused, mis ei kahjusta töötaja tervist ja ohutust. Kui töökohal on kõrge temperatuur, peab tööandja leidma lahenduse, et selline olukord töötajat võimalikult vähe kahjustaks. Näiteks on

asjakohane anda lisavaheaegu ajal, mil temperatuur on kõrge“ (Tööinspektsioon, 2022). Lisada võiks lisanduvad keskkonnamaksud ja piirangud, mis omakorda suurendavad toorme omahinda. Kaasamüüginäol peavad kõrgema hinnaklassi restoranid aastal 2024 rakendama korduvkasutatavaid nõusid, millega kaasnevad restoranidele lisakulud.

Maksupoliitika lähtub õiglase maksustamise põhimõttest, tagades regioonis majandusarengut soodustava keskkonna ja konkurentsivõimelise maksusüsteemi. Maksupoliitika on seaduste kogum, mis reguleerib seda, kellelt ja kui palju makse riigi toimimise ja ümberjaotamise eest võetakse. Rahandusministeeriumi sõnul: „Riigi maksupoliitika on loodud majanduskasvu soodustamiseks. Selleks muudetakse maksustruktuur majanduskasvu soodustavamaks, vähendades palgafondimakse ja töstes tarbimismakse, toetades samas ka keskkonnahoidu „(Rahandusministeerium, 2023). Kõrgema hinnaklassi restoranidel on hetke olukorras ebakindlus maksudes kuna hetkel olev valitsus on kehtestamas uusi makse ning ettevõtjatel ei ole veel täpselt aru saada, kuidas antud maksud neid mõjutavad hindade kui ka klientuuri poolest.

Tööjõu alla kuuluvad kõik tööealised töötavad ja aktiivselt tööd otsivad inimesed. **Töötus** esineb ühiskonnas siis, kui on olemas töötajad, kes soovivad olemasoleva palgataseme juures töötada, kuid ei suuda leida sobivat tööd (K. Kerem; M. Randveer, 2004, 151). **Töötuse määr** on protsentides väljendatud suhtarv, mis saadakse töötute arvu jagamisel tööjõu arvuga (K. Kerem; M. Randveer, 2004, 151). Hetkel on uuritavates restoranides tööjõupuudus stabiliseerumas, kuid tuntakse puudust antud eriala kogemustega spetsialistidest, kellel oleksid vajalikud oskused kõrgema hinnaklassi restorani keskkonnas toimetulekuks.

Brutopalga all peetakse silmas töölepingus või seadustes sätestatud töötasu, sealhulgas majandustulemusi ja tehingute eest makstud tasusid (Statistikaamet, 2023). Uuritavad restoranid on oma töötajate palkasid tõstnud palgasurve all, kuid nii kõrgele kui Eesti keskmine palk hetkel aastal 2023 on ei ole nad suutelised tõstma.

1.2 Kõrgema hinnaklassi restoranide toimimine Eestis

Antud peatükis käsitletakse kõrgema hinnaklassi restorani ettevõtlusvormi ja kõrgema hinnaklassi restoranide tunnuseid ning komponente. Räägitakse lähemalt kõrgema hinnaklassi restoranide toimimisest Eestis.

Tabel 1. Ettevõtete liigitus vastavalt näitajatele

Ettevõtte kategooria	Töötajate arv: aasta tööühik (ATÜ)	Aastakäive	Või	Aasta Bilansimaht
Keskmise suurusega ettevõtte	< 250	≤ 50 miljonit eurot	Või	≤ 43 miljonit eurot
Väikeettevõtte	< 50	≤ 10 miljonit eurot	Või	≤ 10 miljonit eurot
Mikroettevõtte	< 10	≤ 2 miljonit eurot	Või	≤ 2 miljonit eurot

Allikas: Autori koostatud EAS andmetel (03.12.2023)

Ettevõtted jagunevad suuruse järgi nelja kategooriasse: mikro-, väikesed, keskmised ja suureettevõtted. Mikro-, väikesed, keskmise suurusega ettevõtteid (Tabel 1) nimetatakse VKE-deks. VKE-de kategooriasse kuuluvad ettevõtted, kus töötab alla 250 töötaja, mille aastakäive ei ületa 50 miljonit eurot või aastabilanss on kokku kuni 43 miljonit eurot (EAS, 2015). Uuritavad kõrgema hinnaklassi restoranid Joyce ja Hõlm liigituvad **teenuseid pakkuvad väikeettevõteteks**. Uuritavate restoranide Joyce ja Hõlm eeliseks väikeettevõttena on paindlikus ning kiire reageerimisvõime kriiside lahendamisel. Kõrgema hinnaklassi restorane iseloomustab kommunaalkulude ning tööjõukulude suur osakaal. Uuritavaid restorane külastavad suurema maksujõuga klendid.

Kõrgema hinnaklassi restoran vajab **kõrgema kvalifikatsiooniga personali** kui a`la carte restoran kuna pakutav toit vajab tehniliselt keerukamaid oskusi. A`la carte restorani tunneb ära menüü, teeninduskvaliteedi ning atmosfääri poolest. A`la carte restorani menüü on mitmekülgne, kuid mitte nii detailne kui on kõrgema hinnaklassi restoranil. A la carte restoranidel on suurem tööjõu liikuvus ühest ettevõttest teise võrreldes kõrgema hinnaklassi restoraniga.

Kõrgema hinnaklassi restoranide kasv viimase kahe aastakümne jooksul on toonud kaasa termini "foodie", mis on levinud hüüdnimi neile, kes naudivad peeneid eined ja otsivad peenemaid ja haruldasemaid einestamiskogemusi. *Fine dining* on praegu üks kiiremini kasvavaid restoranitööstuse segmente. Kuulsate kokkade juhitud restoranid on muutumas rohkem populaarseks (Jayaraman, 2016, 65).

Fine dining ehk esindusrestoranid on peened, mis vastavad kõrgetele etiketti standarditele. *Fine Diningut* on defineeritud 1980.–1990. aastatel peene õhtusöögi restoranina ning ametliku õhtusöögina, mis hõlmas 1990ndatel aastatel rangelt ametlikku riietuskoodi ja keerukat teenindust, pöörates suurt tähelepanu peenetele detailidele (Harr, Ko King Lily, 2008, 16). Restoran pakub kõrgetasemelist toitu ja teenindust, mille atmosfääri mõjutavad peened lauanõud, teenuse detailid, mis muudavad õhtusöögi elamuste rohkeks sündmuseks. Seega on suur rõhk esmaklassilistel söögiriistadel, lauanõudel, korralikult targeldatud servettidel ja laudlinadel ning ülimalt tähelepanelikul teenindusel. Restoran on maitsekalt kujundatud ja nende töötajad on koolitatud mainekates kulinaariaasutustes. See kehtestab külalistele range riietumisstiili, milleks on pidulik riietus, näiteks kleit. Restoranis on ametlik atmosfäär ning nii personal kui ka külalised järgivad korralikku eineetiketti ja teenindusprotseduure. Nii lõigatakse ja serveeritakse kala külaliste silme all ning laua ääres valmistatakse isikupäraseid ettevalmistusi, näiteks flambeerimist. Toidu valmistamisel kasutatakse ka värskeid ja kvaliteetseid tooraineid. Koha tagamiseks tuleb laud eelnevalt broneerida (Harr, Ko King Lily, 2008, 4).

Toidu ja joogiga varustamine on iga restorani töös väga oluline osa. Hea *fine dining* restorani jaoks on kõige olulisem toidu kvaliteet, mida on võimalik saavutada vaid **kvaliteetse toorainega**. Peale hea koka ja kaasaegse toidu valmistamise ja säilitamise tehnika võib öelda, et toidu koostisosade kvaliteet on ülioluline (Radjenovic, 2014, 637).

Kõrgema hinnaklassi restoranide äri eeldab piisavalt suure **sihtturu olemasolu**. Arvestades, et sihttarbijateks on keskmisest suurema sissetulekuga turistid, võivad *fine dining* restoranid paikneda mitmes kohas ja enamasti luksushotelli sees, et pakkuda piisavat müügi mahtu. Üks ettevõtte negatiivsemaid külgi on suur risk, mis põhineb kõrgetel püsikuludel. Püsikulud on kulutused, mille eest tuleb tasuda igakuiselt. Need on kulutused, mis ei muutu vastavalt mahu muutustele, kuid muutuvad tootmise suurenedes vähem märgatavaks. Püsikulud on: kommunaalkulud, alaliste töötajate põhipalk jne (Radjenovic, 2014, 632). Positiivsed küljed kõrgema hinnaklassi restoranis väljenduvad kõige enam külaliste, töötajate ja omanike rahulolus. Tänu heale õhkkonnale, keskkonnasäästlikule ja tervislikule toidule ning heale teenindusele on *fine dining* restoranid muutumas kohaks, kus külalised tunnevad erilisi naudinguid läbi toidu ning samal ajal toituvad tervislikult. Peened restoranid on muutumas üha tavalisemaks kohaks erinevate koosolekute, sealhulgas ärikohtumiste korraldamiseks (Radjenovic, 2014, 633).

Väga tähtsal kohal kõrgema hinnaklassi restoranis on **sobiv riietus**. Kõrgema hinnaklassi restorani kliendi oluliseks tunnuseks on riietumisstiili järgimine. Harr, Ko King Lily (2008) on välja toonud, et kõrgema hinnaklassi restorani atmosfäär on muutunud kaasaegsemaks ning osad külalised kannavad teksasid ja T-särke. Restorani riietuskoodi formaalsusele on aga erinevad arvamused. Üle 40-aastased kliendid eelistavad poolpidulikke riideid ning alla 30-aastased aga, eelistavad T-särki ja teksasid (Harr, Ko King Lily, 2008, 23).

Restorane külastavad kliendid on avatud uuendustele. Restoranides jootraha andmise komme oli paar aastat tagasi Eestis praktiliselt tundmatu. Eestit külastades toovad kliendid kaasa teiste maade traditsioone ja nii on omaks võetud jootraha andmise harjumus. Kuna see kõik on üsna uus, siis reegleid kui selliseid ei ole, kuid eeldatakse hotellis või restoranis täiseine eest umbes 10% jootraha. Jällegi, kui olete kogemusega rahul, on kliendi otsustada, kas soovitakse hea teeninduse eest töötajaid premeerida (French & Butler, 2011).

Eestis on võimalik nautida lihtsat ja puhtast **kohalikust toorainest** valmistatud gurmeetoitu. Restorane asub Eestis nii linnas, maal kui ka mere ääres. Kvaliteetse Eesti köögi restoranis on aimatav segu Skandinaavia, Vene, Saksa ja kaasaegse Prantsuse kulinaarsetest mõjutustest. Viimase kümne aasta jooksul on Eesti tippkokad innukalt **panustanud kohaliku toidukultuuri arendamisse**, tuues esile mitmekesise valiku uusi ja põnevaid restorane üle kogu riigi. Need restoranid pakuvad nii kohalikke traditsioonilisi maitseelamusi kui ka rahvusvaheliste köökide mõjutusi. Toidu tervislikkuse ja värskete päritolu rõhutamine on innustanud mitmeid koduseid

restorane ja gurmeetalusid looma. Samuti on suurenenud populaarsus erinevate toidukoolituste osas (Puhka Eestis, 2023).

Iga-aastased valikud parimatest Eesti restoranidest tehakse koostöös kohalike gastronoomiaekspertide ja rahvusvaheliste toidukriitikutega. Nimekirjades, nagu mõjukas restoranijuhi White Guide oma, leidub mitmesuguseid restorane, mis pakuvad nii eksootilisemaid maitseid kui ka kogukonnakeskseid söögikohti, kus toiduained võivad otse külastaja silme all kasvada. Gastronoomiakonkursil Silverspoon on saanud oluliseks platvormiks Eesti restoranisektori edendamisel, kasvades aastast aastasse üha suuremaks (Puhka Eestis, 2023).

Puhka Eestis andmetel on Eestis 441 restorani. Autori hinnangul on Eestis Puhka Eestis andmetel 45 kõrgema hinnaklassi restorani. Ülejäänud 396 restorani liigituvad bistrood, kohvikud, pubid, pererestoranid, keskmise hinnaklassi restoranid alla (Puhka Eestis, 2023).

2. KÕRGEMA HINNAKLASSI RESTORANIDE TOIMIMINE 2022-2023

Antud peatükis kirjeldatakse majanduskeskkonna mõju toitlustusvaldkonnale. Räägitakse lähemalt restoranide liigitusest ning nõudlusest ja pakkumisest kõrgema hinnaklassi restoranides. Peatükis kirjeldatakse ka uuritavaid restorane. Käesolevalt analüüsitakse juhtide süvaintervjuude ja kliendi küsitluse tulemusi ning tehakse ettepanekud edaspidiste kriisidega toimetulekuks.

2.1 Majanduskeskkonna mõju toitlustusvaldkonnale

Järgnevalt kirjeldatakse majanduskeskkonna mõju toitlustusvaldkonnale. Kirjeldatakse lähemalt kriiside mõju Eesti majandusele ning toitlustussektori toimimist.

2.1.1 Restoranide liigitus

Sõna “restoran” pärineb Prantsusmaalt, aastast 1765, kus avati esimene restoran Pariisis. Esimese kõrgema hinnaklassi restorani avas Antoine Beauvilliers 1782. aastal, kellest on saanud esimene tuntud restoranipidaja ja võõrustaja (Radjenovic, 2014, 632). Restoran on toitlustusettevõtte, kus valmistatakse ja serveeritakse elamust pakkuvat toitu ja jooke. Restoranid on keskmisest kõrgema hinnaklassiga ja kliente teenindab lauast kelner ning sommeljee. Restoranid asuvad hotellides, laevadel, kaubanduskeskustes kui ka iseseisvalt tegutsevatena (Rekkor et al., 2008). Erinevad restoranid on spetsialiseerunud erinevatele stiilidele, nagu näiteks: Eesti köök, pitsa, pasta, Prantsuse, Vahemere, Kreeka, Ukraina jne. Toitlustusasutusi liigitatakse ka nende kontseptsiooni poolest: sööklad, bistrood, buffeed, kiirtoitlustus, kohvikud, pubid, pererestoranid, keskmise hinnaklassi restoranid ning kõrgema hinnaklassi restoranid.

Restorane on määratletud kui kindla asukohaga ettevõtteid, kus on võimalik osta eineid ning suupisteid. Toitlustusettevõtted, mida restoranidena ei määratleta on baarid ja ööklubid (Canziani et al., 2016). Restorane liigitatakse ka täisteenuse ja piiratud teenuse poolest. Täisteenusega restoranid pakuvad oma toitlustusteenuseid klientidele, kes tellivad valitud toidu menüüst, einestavad kohapeal ning maksavad peale teenuse tarbimist. Piiratud teenusega restoranid pakuvad toitlustusteenuseid klientidele, kes tellivad ja maksavad tarbitava teenuse eest enne tarbimist. Täisteenust pakkuvate restoranide kategooriasse kuuluvad hinna poolest mõõduka hinnaga restoranid, keskmise hinnaklassiga restoranid, kallima hinnaga restoranid ning kõrgema

hinnaklassi restoranid. Piiratud teenust pakkuvate toitlustusasutuste alla kuuluvad kohvik/suupistebaar, kiirtoit, buffee, söökla ning kohvik (Canziani et al., 2016).

Restorane liigitatakse hinnaklassist lähtuvalt järgnevalt:

Kiirtoidurestoran on enamiku inimeste jaoks kõige tuttavam toitlustusasutus. Sellised ketid nagu McDonald's ja Burger King, said populaarseks 1950. aastatel ja aitasid luua lugematuid teisi kontseptsioone, nagu KFC, Subway, Kaus, Sirius, Fasters, Hesburger. Kiirtoitlustus on populaarne klientide seas oma kiiruse, mugavuse ja soodsate hindade poolest (Mealey, 2019). Enamjaolt valmistatakse kiirtoit poolfabrikaatidest ning seetõttu on ka hind soodne võrreldes restoranidega. Kõikidel kiirtoidurestoranidel on midagi ühist. Nad kõik pakuvad tuntumaid karastusjooke ning nende menüüst võib leida friikartuleid, burgereid, kanatiibu ning poolfabrikaatset toodangut. Kiirtoidurestoranide menüü on toodud välja tahvritel kuna tegemist on piiratud teenusega, kus klient maksab tellimuse eest enne tarbimist (Canziani et al., 2016). Kiirtoidurestoranid on tavaliselt ketid, mis paiknevad erinevates linnades, kaubanduskeskustes, suuremate keskuste kõrval kui ka maantee äärel.

Pererestoran, mida tuntakse ka kui vabaajastiilis restoranina, pakub mõõduka hinnaga eelroogasid, pearoogasid ning desserte (Mealey, 2019). Pererestorani atmosfäär on vaba ning hubane. Pererestorani on oodatud pered oma lastega. Restorani menüü on ülesehituselt lihtne ning lihtsasti arusaadav. Joogikaardil on välja toodud karastusjoogid, kuumad joogid, kokteilid ning alkohoolsed joogid. Pererestoranid kuuluvad täisteenust pakkuvate restoranide alla, kus restoran pakub lauateenindust (Canziani et al., 2016). Restoranid paiknevad linnades, väiksemates küladest ja saartel.

Pop-up restoran on toitlustuse tüüp, mis avab ukse, kas üheks või mitmeks õhtuks. Pop-up restoranil ei ole kindlat asukohta ning nende menüü võib olla igal avamisel erinev. Pop-up restoranid pakuvad kiirtoidust kuni kulinaaria tipp tasemel gurmeetoiduni välja. Kuigi pop-up restoranid on praegu populaarsed, pole see uus kontseptsioon. Restoranid tekkisid õhtusöögiklubidena 1960. ja 1970. aastatel. Tänapäeva pop-up restoranidel on palju erinevaid võimalusi ja funktsioone. Need võivad ilmuda ebatõenäolises kohas, näiteks vanas laos või hoone katusel. Pop-up restorani võlu on minimaalne aja- ja rahainvesteering (Mealey, 2019).

Keskmise hinnaklassi restoran ehk a la carte restoran on mõõduka hinnaga restoran, mis pakub mitmekesist poolstandardiseeritud menüüd. Restoranis on mitteformaalne atmosfäär, kus pakutakse kontseptsioonile vastavat joogikaarti. Restoranis pakutakse lauateenindust. Tegemist on täisteenusega, kus klient valib menüüst endale sobiva toidu ning joogi ja maksab teenuse eest peale tarbimist. Toidu valmistamisel ja teenuste osutamisel kasutatakse rohkem tehnoloogilisi võtteid (Parsa et al., 2020, 395). Keskmise hinnaklassi restoranid asuvad ostukeskustes, vanalinnades, teatrides.

Kõrgema hinnaklassi restoranid ehk peened restoranid on rikkalikud restoranid, mis pakuvad kohandatud ja professionaalset menüüd (Harr, Ko King Lily, 2008). Kõrgema hinnaklassi restoran pakub elegantset, isegi luksuslikku õhkkonda, kus kliendid maksavad kõrget hinda. Restoran pakub lisaks kõrgetasemelist kulinaarseid oskusi väljendavat menüüd ning kõrgetasemelist joogikaarti. Külalastajaid teenindab peenes riietuses ehk smokingis kelner. Peened restoranid keskenduvad kõrgete hedooniliste ja eksklusiivsete elamuste pakkumisele. Seetõttu võib sageli eeldada, et külalised järgivad neid restorane külastades ametlikku või formaalset riietumisstiili, et täiendada eeldatavat kõrget hedoonilist kogemust. Need restoranid on tavaliselt sotsiaalsete, äriliste, kultuuriliste ja perekondlike pidustuste jaoks mõeldud restoranid. Kulinaarne eksklusiivsus ja tipp-tase on kõrgema hinnaklassi restoranide kaubamärk. Kõrgema hinnaklassi restorani kokad kombineerivad erinevaid kööke, et pakkuda klientidele maitsetekombinatsioone (Parsa et al., 2020, 395).

Luksusrestoranid on eksklusiivsed restoranid, mis pakuvad erakordseid gastronoomilisi elamusi, isikupärastatud teenuseid meeldejäädavas atmosfääris. Luksusrestoran pakub kaunist vaadet ning tipp kokkade poolt koostatud menüüd ning sommeljee poolt pakutavat joogikaarti (Parsa et al., 2020, 395). Luksusrestoranides on kohad piiratud ning koha tagamiseks tuleb eelnevalt koht broneerida. Luksusrestoranid pakuvad parimaid võimalikke gastronoomilisi elamusi. Väga sageli kipuvad need restoranid olema sihtrestoranid, kus külalised on nõus reisima pikki vahemaid, et saada erilisi kulinaarseid elamusi. Riiklikult ja rahvusvaheliselt tunnustatud kuulsad kokad eelistavad mõnes sellises restoranis oma andeid näidata. Need restoranid on tulevaste kvaliteetsete kokkade tõelised koolitusväljakud. Luksusrestorane peetakse maailmatasemel restoranideks. Luksusrestorane kirjeldatakse kui gastronoomia ja kulinaaria maastiku uuendajaid ning trendiloojaid. Seda tüüpi restoranides oodatakse ja pakutakse kvaliteetset alkoholiteenust. Luksusrestoranis oodatakse külalistelt ametlikku või poolformaalset riietumisstiili (Parsa et al., 2020, 394). Luksusrestorane tunnustatakse Micheline tähtedega.

Euroopas on Michelin'i giid kõige tuntum ja auväärsem gastronoomia ja köögi edetabelisüsteem ning see on austatud institutsioon kokkade, restoranide, kulinaariaekspertide ja söögikohtade seas. Michelin'i juhendis on valik parimatest hotellidest ja restoranidest igasuguste mugavuste ja hinnakategooriatega, mille on valinud rangelt valitud ja koolitatud inspektorite meeskonna poolt (Daries- Ramon et al., 2017). Michelin'i tärn antakse restoranidele, mis pakuvad silmapaistvat toiduvalmistamist. Arvestatakse viite kriteeriumi: koostisosade kvaliteet, maitsete kooskõla, tehnikate valdamine, koka isikupära, mis väljendub läbi nende köögi ning mis sama oluline, järjepidevus nii kogu menüüs kui ka ajas (Michelin guide, 2022).

Tärne antakse järgnevate põhimõtete alusel:

- üks Michelin'i täht antakse tippkvaliteediga toorainet kasutavatele restoranidele, kus erilise maitsega roogasid valmistatakse püsivalt kõrgel tasemel (Michelin guide, 2022);
- kaks Michelin'i tähte antakse välja, kui koka isikupära ja talent ilmnevad nende asjatundlikult valmistatud roogades; nende toit on rafineeritud ja inspireeritud (Michelin guide, 2022);
- kolm Michelin'i tärna on kõrgeim autasu, mis antakse kokkadele oma elukutse tipptasemel toiduvalmistamise eest. Nende toiduvalmistamine on tõstetud kunstivormiks ja mõned nende toidud on määratud saama klassikaks (Michelin guide, 2022).

Michelin Bib Gourmandi auhind tõstab esile restorane, mis pakuvad hea hinnaga kvaliteetset toitu.

Luksuslikkuse mõistet võib olla raske määratleda, kuna see kipub olema äärmiselt subjektiivne. Luksuse tõlgendamine sõltub indiviidi sotsiaalsest võrdluspunktist. Sissetulekutase, sotsiaalne staatus ja maailmamajandus võivad määrata inimese arusaama luksusest. Teadlased selgitasid, et luksusrestoranide külastajad vaatavad maitsest kaugemale ja naudivad kogu söögikogemust. Kulinaariaturistide seas on Michelin'i restoranijuhid nende planeerimisel otsustava tähtsusega, kuna Michelin'i tärniga pärjatud restorane peetakse sageli söögikogemuse tipptasemeks (H. Heesup, 2019). Michelin'i giidi poolt tunnustatud restorane on Eestis kokku 34. Eestis on üks kahe tärniga restoran ning üks ühe tärniga restoran. Kuus restorani omavad suurepärase väärtuse eest Michelin Bib Gourmand tiitlit ning kaks restorani, on jätkusuutlikkuse eest esile tõstetud Michelin'i rohelise tärniga (Michelin guide, 2023).

2.1.2 Nõudlus ja pakkumine kõrgema hinnaklassi restoranide turul

Käesolevas peatükis kirjeldatakse nõudluse, pakkumise, konkurentsi ning turunduse olemust. Antud teemasid rakendatakse süvaintervjuude tulemustes ja analüüsis.

Negatiivset nõudlust võib defineerida kui seisundit, kus kõik või enamik olulisi segmente on olemas. Negatiivse nõudluse korral ei meeldi neile toode ja nad astuvad samme selle vältimiseks. Taimetoitlased tunnevad negatiivset nõudlust igasuguse liha järel. Mõned juudid ja araablased tunnevad sealiha järel negatiivset nõudlust. Paljud ameeriklased tunnevad negatiivset nõudlust neerude ja magusleiva vastu (P. Kotler, 1973).

On terve hulk objekte ja teenuseid, mille järel **puudub nõudlus**. Nõudluse puudumine on seisund, kus potentsiaalse turu kõik või olulised segmendid ei ole huvitatud või ollakse ükskõikne konkreetse objekti suhtes (P. Kotler, 1973). Nõudluse puudumine võib juhtuda sellisel juhul kui sarnaseid restorane on liiga palju ning tarbijaid pole piisavalt palju.

Täielik nõudlus on kõige parem olukord, millega müüja kokku puutub. Täielik nõudlus on seisund, kus nõudluse praegune tase ja ajastus on võrdne nõudluse soovitud taseme ja ajastusega (P. Kotler, 1973). Täieliku nõudluse on saavutanud kõrgema hinnaklassi restoranid, kes pakuvad kvaliteetset, tehniliste oskuste rohket menüüd ning tarbijal tekib huvi antud teenuse vastu.

Nõudluse muutus on kauba nõutava koguse suurenemine või vähenemine kauba kõigi võimalike hindade juures (K. Kerem; M. Randveer, 2004, 145).

Pakkumine on majanduslik mõiste, mis kirjeldab konkreetse kauba või teenuse kättesaadavust tarbijatele. Pakkumine on tihedalt seotud nõudlusega teenuse järel. Pakkumise nõudluse restorani turul määrab hind, asukoht ning kvaliteet toidu, jookide ja teeninduse näol (W. Kenton, 2023). Eestis on viimastel aastatel suletud paljusid restorane kuna pakkumine ja nõudlus ei ole tasakaalus. Eestis on kriiside jätkudes pakkumist rohkem kui on nõudlust.

Konkurents on ettevõtete vahel, kes pakuvad sama toodet või teenust. Konkurentide eesmärgiks on pakkuda parimat teenust, et jõuda tarbijani esimesena. Konkurents sunnib ettevõtteid pidevalt ennast täiendama ja oma kvaliteeti parandama (Euroopa komisjon, 2023).

Tervikliku **turunduse** üks tähtis komponent on sisemine turundus. Sisemise turunduse - nii nagu ettevõtte tahab oma kliente kaasata, informeerida ja lojaalseks muuta, tahab ta seda ka oma töötajate puhul. Tarbija peab tundma, et müüja on teenuse kvaliteedis ja sobivuses veendunud. Hea siseturundus aitab luua ettevõttes positiivse sisekliima, mis annab konkurentsieelise ükskõik millises ärivaldkonnas. Hästi korraldatud siseturundus mõjutab töötajate hoiakuid ja motivatsiooni ning seetõttu paranevad töötulemused mõjutavad omakorda müüki ja kliendirahulolu. Ettevõtte toote või teenuse parim soovitaja on oma asutuse töötaja, kes usub idee või teenuse headusse. Sellisel juhul levitab töötaja seda usku ka oma tuttavatele, sest ta on nende jaoks oma valdkonnas kõige teadlikum. Inimesed usuvad igasugu mitteametlikku siseinfot palju parema meelega, kui ametlikke teadaandeid. Seega on hea ja motiveeritud töötaja tasuta reklaam ettevõtte toodangule. Samas halb ja vähemotiveeritud töötaja on võimeline tegema ettevõtte mainele parandamatut kahju. Iga töötaja täidab turundaja kohustusi, kogu personal teeb 90% turundusest ning 10% teeb turundusosakond (Rafiq, M., & Ahmed, P. K, 2000).

2.1.3 Toitlustussektori toimine Eesti majanduskeskkonnas

Järgnevalt kirjeldatakse kriiside mõju Eesti majandusele. Tabelis on välja toodud 2020 ja 2021 aasta majandusnäitajad.

Tabel 2. Ettevõtete majandusnäitajad aastatel 2020 ja 2021

	2020	2021	Muutus
Ettevõtete arv	100127	127350	27223 (27,2%)
Töoga hõivatud isikute aastakeskmise arv	481378	516666	35288 (7,3%)
Müügitulu, tuhat eurot	66485509,9	79888353,7	13402844 (20,1%)
Tooraine, materjal, ostetud tooted ja pooltooted, tuhat eurot	12222446,7	14336890,5	2114444 (17,3%)
Ostetud elektrienergia, tuhat eurot	521170,6	672764,2	151594 (29%)
Ostetud kütus, tuhat eurot	984761,7	1096967,2	112206 (11,4%)
Ostetud soojusenergia, tuhat eurot	134593,3	166964,3	32371 (24%)
Üüri- ja rendikulud, tuhat eurot	1300733,7	1494944,3	194211 (14,9%)
Palk, tuhat eurot	7019289,2	7686711,8	667423 (9,5%)

Allikas: Statistikaamet 2023

Tabelist 2 selgub, et müügituluga on samas suurusjärgus kasvanud ka ostetud energiaga seotud kulud. Samas märksa vähemal määral kasvanud hõivatud isikute arv ja palk. Inimeste sissetuleku vähene kasv võrreldes inflatsiooniga võib vähendada nende valmisolekut kõrgema hinnaklassi restoranide teenuseid tarbima.

Eesti Panga presidendi Madis Mülleri sõnul pole Eesti majanduses kiiret taastumist oodata, kuna ostujõud taastub aeglaselt nii sise- kui välisurgudel. Seega võib olukord praegusega võrreldes mõnevõrra halveneda, enne kui see paremuse poole pöördub. Samuti jätkub võitlus inflatsiooniga ning kiire intressitõusu mõju on alles hakanud majanduses täiel määral avalduma. Müller hindas Eesti majanduse üldist olukorda tavapärasest kehvemaks ning Eestit mõjutab suuresti kehv olukord peamistel eksporditurgudel. Majanduse üldist nõrkust ei ole aga veel näha tööturul, Eestis on küll tööpuudus kasvanud kuna aktiivselt osalevate inimeste arv tööturul on kasvanud (M. Müller, 2023).

Järgnevalt kirjeldatakse majutus-, toitlustus- ja turismiteenuste müüki ja mahuindekseid aastate 2020- 2023 toidu ja joogi serveerimise valdkonnas.

Tabel 3. Majutus-, toitlustus- ja turismiteenuste müük ja mahuindeksi muutus

		2019	2020	2021	2022	2023
Teenuste müük, miljonit eurot	Toidu ja joogi serveerimine	619,8	474,0	508,7	704,9	377,8
Teenuste mahuindeksi muutus võrreldes eelmise aastaga, %	Toidu ja joogi serveerimine		-23,52	7,32	38,56	-46,4

Allikas: Statistikaamet 2023

Antud tabelist 3 on näha, kuidas majutus-, toitlustus- ja turismiteenuste müük ja mahuindeksid on aastate jooksul muutunud. Aasta 2023 on toodud välja kahekvartali kogumaht, kuid 2019,2020, 2021,2022 on toodud kogu nelja kvartali tootlikus. Tabelist on näha, et Teenuste müük (miljonit

eurot) on aastate jooksul kasvanud aastal 2020 oli selleks 474 miljonit ning see on tõusnud 2022. aastaks 704,9 miljonini. Tõus kahe aasta jooksul on olnud 230,9 miljonit. Antud arvud näitavad meile, et toidlustus sektor on taastumas Covid-19 kriisist jõudsalt. Aastal 2020 näeme, et võrreldes eelmise aastaga on toidu ja joogi serveerimise asutuste käive langenud 23,52%. Aastate lõikes näeme, et majutus-, toidlustus- ja turismiteenuste sektor on vaikselt eelnevatest kriisidest toibuma.

2.2 Kõrgema hinnaklassi restoranide analüüs

Järgnevalt analüüsitakse restorani süvaintervjuude ning kliendi küsitluse tulemusi. Teostatakse sektori analüüs ning tehakse ettepanekud kriiside tingimustes toimetulekuks.

2.2.1 Süvaintervjuu restoranide Joyce ja Hõlm juhtidega

Saamaks kõrgema hinnaklassi restoranide poolset vaadet kriiside tingimustes toimimiseks viidi läbi näitena kahe Tartus asuva kõrgema hinnaklassi restoranide Joyce ja Hõlm juhtivtöötajatega süvaintervjuu. Autor kasutas kvalitatiivset uurimusmeetodit süvaintervjuu läbi viimiseks.

Autor viis juhtivate töötajatega läbi kavandatud süvaintervjuu eesti keeles. Intervjuu toimus vastajale kõige omasemas keskkonnas. Nii intervjuueerija kui ka intervjuueeritav istusid teatava vahega kõrvuti, et luua hubane õhkkond. Enne intervjuu küsimusi toimus teema tutvustus, et intervjuueeritav saaks olukorraga kohaneda ning tunneks ennast pingevalt. Küsitlerval oli käes märkmik ja pliiats, millega intervjuu vältel märkmeid tehti. Intervjuul kogutud andmete põhjal viiakse läbi sektori analüüs, kus analüüsitakse kriiside mõju kõrgema hinnaklassi restoranidele ning kriiside mõju vähendamise võimalusi.

Intervjuu teemaks oli „Kriiside mõjust kõrgema hinnaklassi restoranidele aastatel 2022 ja 2023“. Uuringu peamine eesmärk oli saamaks teada, kas ja kuidas kriisid on mõjutanud nende tegevust. Intervjuueeritavateks olid restoran Hõlm peakokk Sven Pärn ning restoran Joyce Peakoka assistent Anni Nahkur. Intervjuueeritavatega võeti ühendust meili teel ning lepiti kokku intervjuu aeg ning koht. Intervjuud toimusid mõlemad Tartus. Esimene intervjuu toimus restoranis Hõlm 23. märts kell 11.00 Teine intervjuu toimus restoranis Joyce 28. märtsil kell 12.00. Intervjuud kestsid mõlemad 30 minutit. Intervjuu küsimused on lisatud tööle lisana (Lisa 2).

Uuritavad restoranid

Restoran **Hõlm** asub Tartu Raekoja taga Toomemäe nõlval aadressil Ülikooli 14. Restoran mahutab 63 klienti. Hõlm on Tartu kesklinnas asuv restoran, mis on üks 2022. aasta ja 2023. aasta Micheline giidi soovitatud restoranidest ning üks põhjamaade parimatest restoranidest, mille on välja valinud tuntud White Guide Nordic. See on koht, kus kõik tunnevad end oodatult. Peakokk Sven Pärna juhitud köök loob maitseelamusi, kus iga detail on läbi mõeldud, valmistatud ja serveeritud. Restorani eripäraks on avatud köök, mis loob harmoonilise atmosfääri külaliste ja köögi vahel, andes igapäevase võimaluse nautida võrratut kokakunsti. Restoran kasutab oma roogade valmistamisel põnevaid tehnikaid, kus suur roll on puhtal toorainel, kvaliteedil ja lihtsusel. Restoran Hõlm pakub A'la Carte menüüd, lastemenüüd, suurematele seltskondadele grupimenüüsid ning maitsemenüüd ning rikkaliku valikuga joogikaarti! Peakoka maitsemenüü on tipkoka koostatud menüü, mis võib koosneda 3-st kuni 7-st käigust. Menüü käigus näidatakse erinevaid oskusi, erilisi tooraineid ning serveeringut. Maitsemenüü kõrvale pakutakse ka sobitatud veinikaarti. Väikeseid külalastajaid ootab mängutuba, kus saab lõbusalt aega veeta ja kus tegevust jagub nii suurematele kui ka väiksematele. Restoranis koha tagamiseks tuleb broneerida laud (Hõlm, 2023).

Restoran **Joyce** asub Tartus Kvartali keskuse küljel (Riia 2). Joyce on Tartu kesklinnas asuv restoran, mis on üks 2022. aasta ja 2023. aasta Micheline giidi soovitatud restoranidest. Restoran on kahetasandiline ning mahutab kuni 120 inimest, mis võimaldab korraldada ka väiksemaid eriüritusi. Restoran hindab tooraine värskust ning maitsete erilist igas roas, mille nende kokad valmistavad. Joyce restorani brändiväärtustest kõige kesksel kohal on kaks ülemaailmselt mõistetavat kvaliteeti: rõõm (joy), mida pakub heas seltskonnas veedetav kvaliteetaeg ning muljetavaldav maitsete valik (choice), mille hulgast iga külaline leiab endale midagi meelepärast. Joyce pakub oma külalistele suurepärase A'la Carte menüüd, lastemenüüd, suurematele seltskondadele grupimenüüsid ning rikkaliku valikuga joogikaarti! Restoranis Joyce on olemas lastenurk koos rohkete lõbustuste ja multikatelekaga (Joyce, 2023).

Kriiside mõju ettevõtte vaatelt:

Uuritavad ettevõtted tõdesid, et väga palju külastatavus oleneb hooajast kui ka nädalapäevadest. Nädala alguses on külastatus väiksem ning nädalalõppudel suurem. Lisaks mõlemad kõrgema hinnaklassi restoranid rendivad välja konverentsi ruume, kus toimuvad seminarid, eraüritused (pulmad, sünnipäevad jne). Restoranis einestavad enamasti väljastpoolt hotelli külastavad kliendid, kuid on ka hotelli külastajaid, kes nende juures einestavad. Restoranis koha tagamiseks tuleb laud eelnevalt broneerida.

Uuritavates kõrgema hinnaklassi restoranides on oluline riietuda formaalselt. Kedagi ära ei aeta, mõni hotelli külastaja tuleb hommikumantlis teenindatakse ka tema ära, kuid üldine riietumisstiil on smart casual ehk viisakas. Restoranid tahavad luua kõikidele klientidel õhkkonna, kus oleks mugav ja tunneks ennast nende juurde minnes hästi.

Uuritavad kõrgema hinnaklassi restoranid Joyce ja Hõlm tunnevad, et nad erinevad teistest konkureerivatest restoranidest oma kvaliteedi, tehniliselt keerukama toidu valmistamise ja maitsete poolest.

Uuritavad restoranid kasutavad turunduseks enamasti sotsiaalmeedia ning suust suhu turundust. Sotsiaalmeedias turundatakse läbi Facebooki, Instagrami. Facebookis kasutatakse reklaamimise võimalust, mis jõuab suurema vaatajaskonnani. Facebookis jagatakse ka ettevõtte profiilil uudiseid ning toidupilte ja kutsutakse nende juurde einestama. Instagramis postitatakse pilte ning *storysi*. Turundamiseks kasutatakse ka maanteeäärseid plakateid, ning raadio kanaleid.

Restoranid leiavad, et nemad hinnatõusude tõttu muutust märganud ei ole ning kliente käib neil endiselt sama palju, kuid ettevõtte siseselt on kasumimarginaal langenud tänu hinnatõusudele. Nad leiavad, et kui nad suudavad pakkuda kvaliteetset toitu ja kliendile elamust siis hinnatundlikus ei mängi nii suurt rolli. Restoranid on pidanud hinnatõusudega leidma soodsamaid alternatiive ning osaliselt ka kallimatest toorainetest hooajaliselt loobuma. Soodsama tooraine all mõeldakse seda, et kasutatakse toorainet, mis on hooajaliselt soodsam, kuid antud tooraine kvaliteedis ei ole suuri muutusi. Restorani hinnad on tõusnud 1-2€. Uuritavad restoranid on öelnud, et ei saa hetke olukorras rohkem hindu tõsta, sest klient ei ole nõus maksma eelroa eest 20-22€. Restoranidel on arusaam, et klient on nõus maksma 3 käigulise õhtusöögi eest keskmiselt 50-70€ ning sinna sobitatud jookidega kokku 70-100€.

Toimiv restoran ei tohiks „müügikattes“ järeleandmisi teha, pigem tuleks leida hooajaliselt soodsam tooraine. Restoranid hetkel hindu rohkem tõsta ei plaani isegi kui tooraine hind peaks tõusma, kuna muidu poleks varsti kliente, kes tuleksid sööma ja oleksid nõus seda hinda maksma. Restoranid on ka leidnud alternatiivi, kus menüüs on valik odavamatest ja kallimatest toitudest ehk kliendil on võimalus valida vastavalt endale sobiva hinnaklassi järgi.

Restoranid tunnevad, et hetkel on olukord paremaks läinud ning nad on leidnud personali kellega hakkama saada. Tööjõuga oli eelnevalt olnud suured probleemid, kus kokkasid polnud kusagilt leida ja pidid hakkama saama vähese tööjõuga ning pidi tegema 300 tunniseid töökuusid. Ületunnid on olnud köögis alati probleemiks. Restoranidel ei ole erinevaid kööke, mis tolitlustavad konverentse ja restorani poolt, vaid restorani juhid hajutavad töökoormust rohkemate kokkade vahel, kuid päevad on pikad kõigil ikka.

Uuritavaid kõrgema hinnaklassi restorane on mõjutanud kõige rohkem COVID-19, energiakriis, hinnatõusud ning Venemaa agressioon Ukraina vastu. **COVID- 19** tõttu pidid restoranid sulgema oma ukseid ajutiselt kuni piirangud leevenesid. Tänu restorani sulgemisele kedagi koondama uuritavad restoranid ei pidanud ja leiti uued lahendused, kuidas kõrgema hinnaklassi restorani saaksid roogasid kaasa müüa. **Energiakriisist** tingitult tõusid korralikult elektriarved, mis mõjutasid hindu restoranis. Elektriarved tõusid 6000€ võrra kuu kohta, mis mõjutasid hindu restoranis ning kõrgete elektriarvete tõttu kasum vähenes. Restoranid leiavad, et nemad **inflatsiooni** tõttu muutust märganud ei ole ning kliente käib neil endiselt sama palju, kuid ettevõtte siseselt on kasumimarginaal langenud tänu hinnatõusudele. Restoranid on pidanud hinnatõusudega leidma soodsamaid alternatiive ning osaliselt ka kallimatest toorainetest loobuma. Tänu **Venemaa agressioonile** olid kõrgema hinnaklassi restoranidel tarneraskused, kuna paljud kaubad, mida restoranid kasutasid menüüs tarniti läbi Venemaa. Tarneraskustest tingitult muutus tooraine kohati kättesaamatuks. Kõrgema hinnaklassi restorani juhtivtöötajad tunnevad, et tööd tehakse rohkem kui enne, aga tänu kriisidele on kulud suuremad, mille arvelt sai enne investeerida köögitehnikasse ja nõudesse.

Uuritavad restoranid on järgnevateks sarnasteks kriisideks valmistunud neil on eelnevast kriisist kogemus ja valmisolek. Restoranid on õppinud, kuidas kiiremini ja paremini kliendini jõuda. Nad kasutaksid ära võimalust müüa toitu kaasamüügi näol ning korraldada hotelli toas privaatne õhtusöögi tuba. Restorani juhid arvavad, et nad ei saa elada järgnevate kriiside kartuses ning on

teinud ennetavad riskiplaanid, et järgnevateks kriisideks valmis olla. Kõige rohkem mõjutaksid neid viirushaigused tänu millele on keelatud klientidele teenuse pakkumine. Restoranid pole tundnud seost majanduskasvuga kuna kogu töö ja vaev kulude poolt pärsib kasumi ära. Uuritavate kõrgema hinnaklassi restorani edaspidisteks eesmärkideks on pakkuda väga head teenindus ja toidu kvaliteeti ning oma oskusi ja tehnilisi võtteid arendada.

2.2.2 Restoranide külastajatega läbiviidud uuring

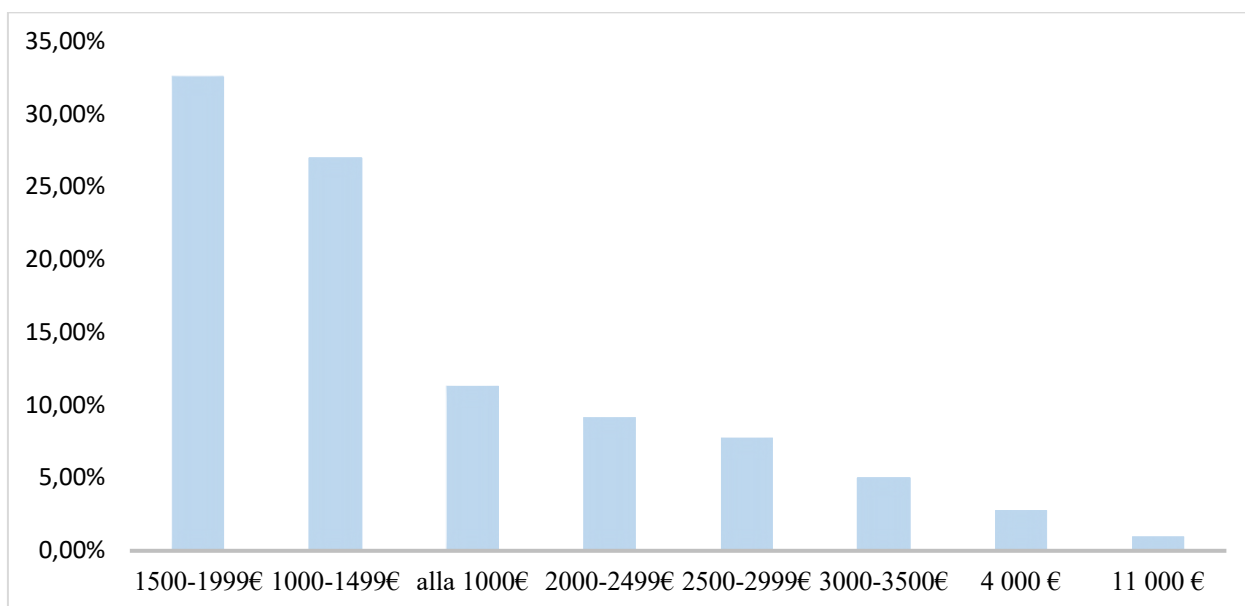
Lõputöö raames teostatava uuringu eesmärk on välja selgitada, milline kriisidest ja kuidas on mõjutanud kõrgema hinnaklassi restorane. Töö eesmärki toetab küsitlus, mille viib töö koostaja läbi restoranide klientuuriga, et saada teada rohkem kliendi vaatenurgast, kuidas on kriisid mõjutanud neid kui tarbijaid. Lõputöös kasutas autor kvantitatiivset uurimismeetodit empiirilise uuringu läbiviimiseks.

Autor viis läbi struktureeritud ankeetküsitluse. Statistiliselt õigete andmete saamiseks kasutab autor struktureeritud eesti keelset ankeetküsitlust. Küsitlus lisatakse lõputööle lisana (Lisa 1). Küsimustikku viidi läbi Google Formsi abil, et tagada vastajate privaatsus. Vastuste analüüs ja kokkuvõtted tehakse andmetöötlusprogrammis Excel. Küsitletavate leidmiseks kasutati veebiplatvormi Facebook, kus jagati küsitlust Toiduklubi grupis. Toiduklubi on grupp, kus inimesed jagavad kogemusi väljas einestamisest, retsepte kui ka pilte toitudest, mida nad kodudes valmistanud on. Küsitlus viidi läbi ajavahemikul 09.09.2023 – 25.09.2023. Küsitlusest saadud andmetest koostatakse statistika nägemaks tarbija eelistusi, palju kulub raha keskmiselt kliendi kohta ning millist riietus stiili eelistab klient restorane külastades. Tegemist oli suunatud valimiga.

Ankeetküsimustik koosnes 28 küsimusest. Ankeedis oli 5 inimese isiku küsimust 12 täpsustavat ning prognoosivat küsimust ja 11 küsimust Likerti skaalal (K. Osula,2008).

Uuringus osalenud vastajaid oli kokku 141, kellest 40,4% omas kõrgharidust, 32,6% omas kutseharidust, 25,5% omas keskharidust ning 1,4% vastanutest omas põhiharidust. Üks kolmandik vastanutest (31,2%) olid vanuses 21-30 neile järgnesid 41- 50 aastased 31,2% ning 31-40 aastased 24,1%. Vastajaid oli ka 50+ vanuseklassis. Vastajate seas kõige enam levinumateks ametikohtadeks olid spetsialist (34,8%), keskastmejuht (20,6%), lihttöeline (17,7%), ning ettevõtja (12,8%). Vastajate hulgas oli ka õpilasi, tippjuhte ning töötuid. Enamjaolt olid vastajad pärit Harjumaalt, Tartumaalt, Pärnumaalt, Läänemaalt ning Viljandimaalt.

Järgneval joonisel on välja toodud vastajate vastused keskmise sissetuleku kohta.

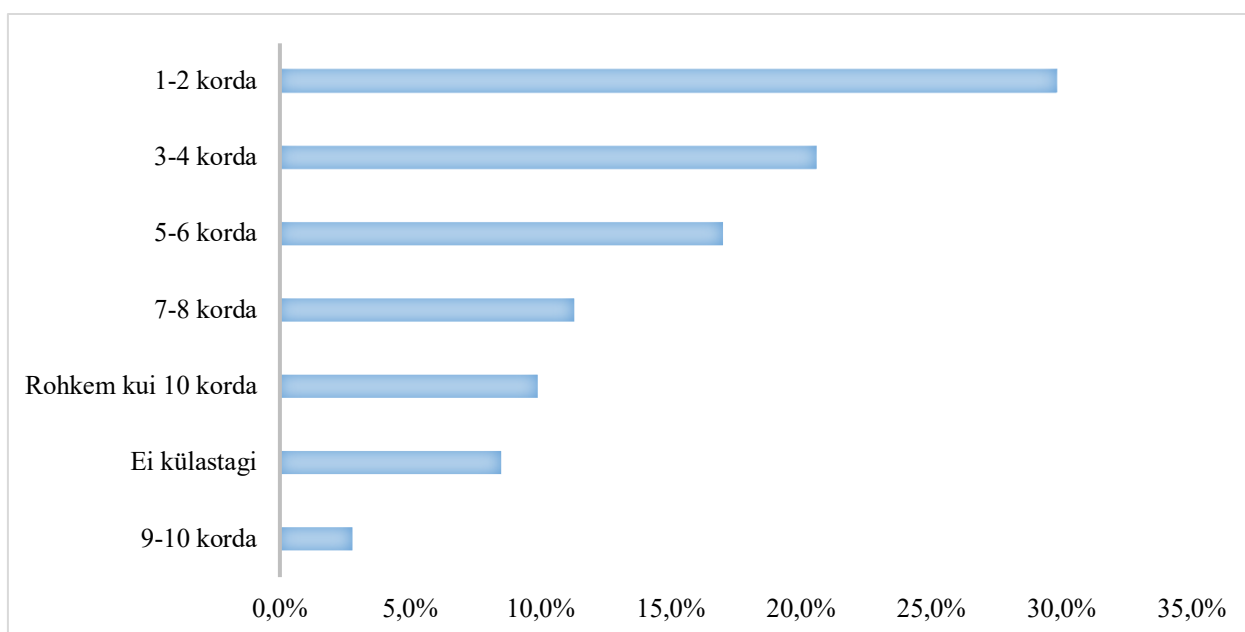


Joonis 1. Vastajate keskmine sissetulek

Allikas: Autori koostatud

Jooniselt 1 on näha, et külastajate põhiline sissetulek jääb 1000-2000€ vahele kuigi esineb ka teisi sissetulekuid moodustab 1000-2000€ sissetulek 59,6% vastanutest. Tabelist näeme, et keskmise vastaja sissetulek jääb Eesti keskmise brutopalgala vahemikku.

Järgnevalt küsiti kõrgema hinnaklassi külastamis sagedust.

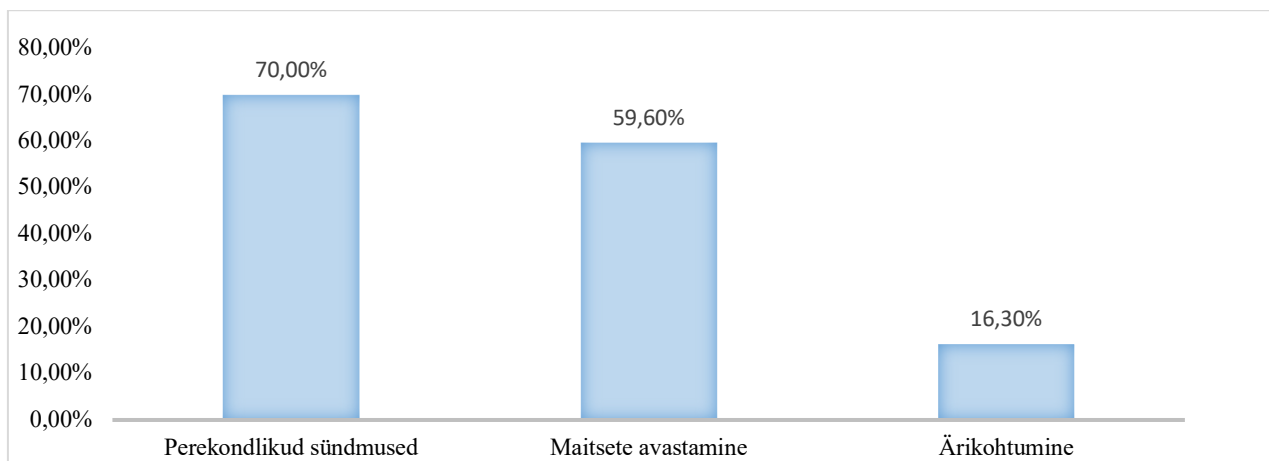


Joonis 2. Keskmise kõrgema hinnaklassi restoranide külastuste arv aastas

Allikas: Autori koostatud

Jooniselt 2 selgub, et ligi pooled vastajatest külastavad kõrgema hinnaklassi restorane 1-4 korral aastas. Joonisel on näha ka, et külastatakse restorane ka vastajate poolt tihedamalt, kuid vastajate osakaal on väiksem.

Järgneval joonisel on välja toodud vastajate külastamise põhjused.

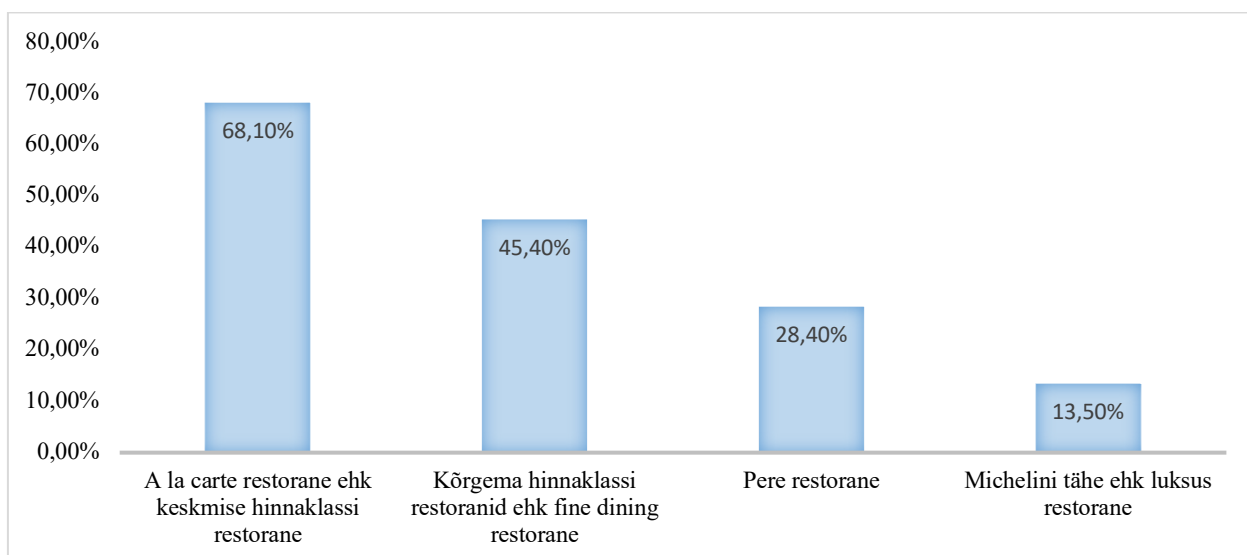


Joonis 3. Külastamise põhjused

Allikas: Autori koostatud

Jooniselt 3 on näha, et vastajad külastavad kõrgema hinnaklassi restorane kõige rohkem perekondlike sündmuste 70%, maitsete avastamise 59,6%, ärikohtumise 16,3% eesmärgil.

Järgnevas joonises on välja toodud vastajate eelistus restorani külastamises.



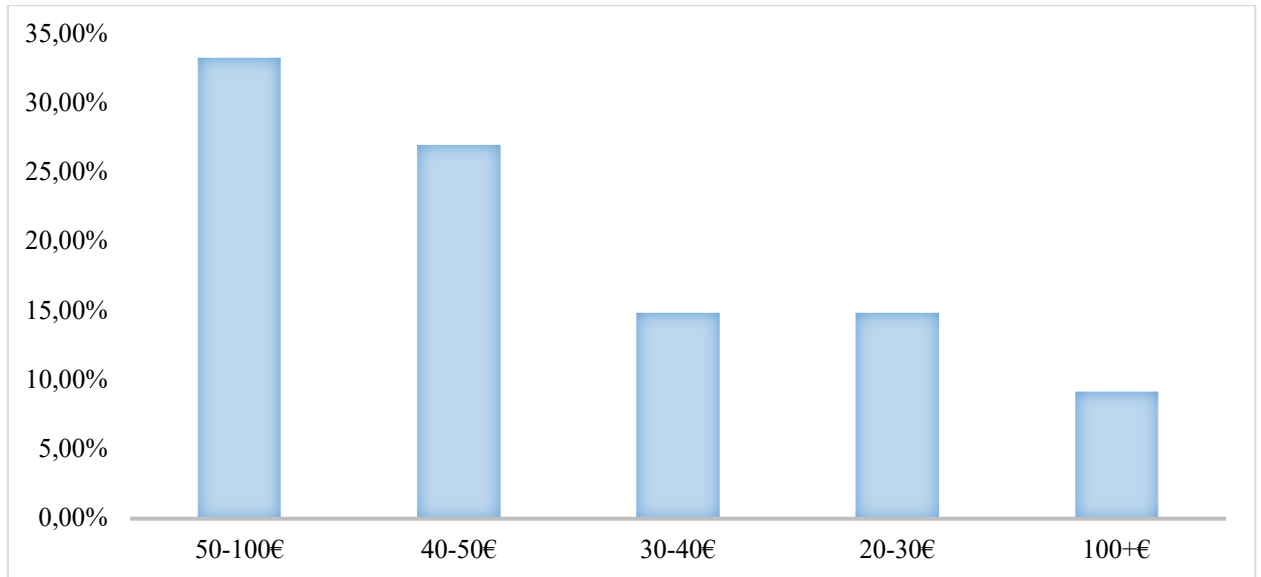
Joonis 4. Kõige tihedamini külastatavad restoranid

Allikas: Autori koostatud

Jooniselt 4 on näha, et vastajad külastavad kõige tihedamini a la carte restorane ehk keskmise hinnaklassi restorane 68,1%. Vastajate seas üheks enim külastatud restoranide liigiks on ka

kõrgema hinnaklassi restoranid ehk fine dining restoranid, mille valis 45,4% vastanutest. Pere restoranide ja Michelini tähe restoranide külastamise eelistus oli vastajate seas madalam.

Järgnevas joonises on välja toodud palju on vastaja nõus tasuma keskmiselt ühe inimese restorani külastuse eest.

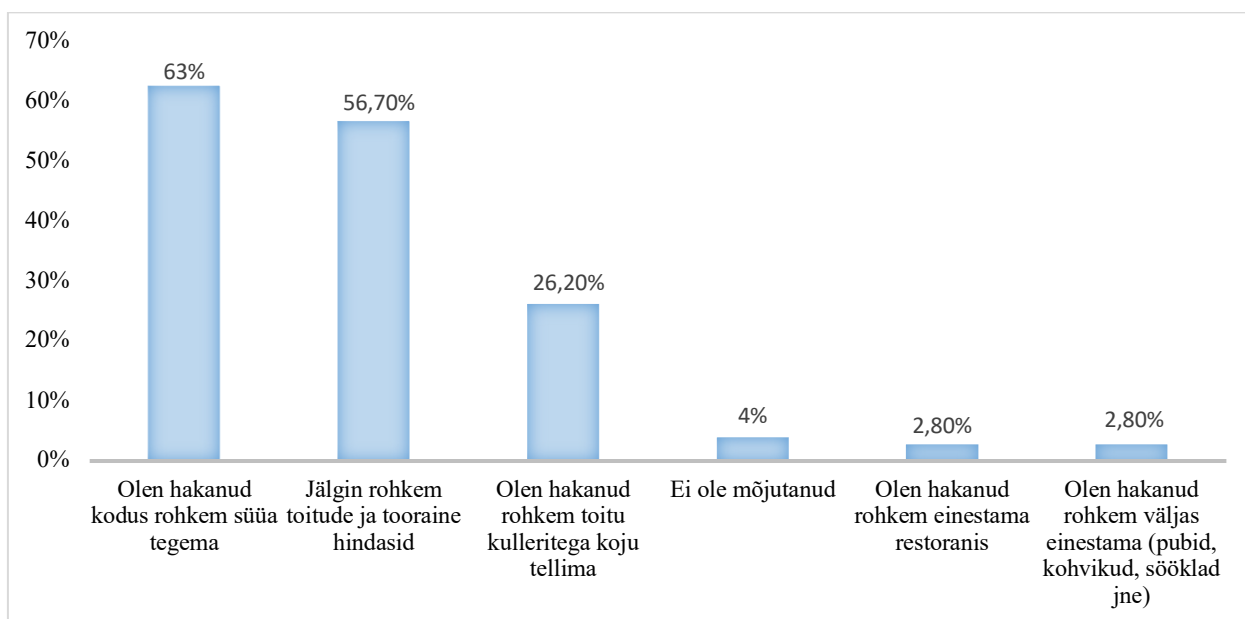


Joonis 5. Keskmise arve suurus inimese kohta

Allikas: Autori koostatud

Jooniselt 5 on näha keskmise arve suuruse osakaalu protsentuaalselt. Küsitluses osalenud 33,3% kulutab keskmiselt ühe inimese kohta restoranis 50-100€. Nelikümmend seitse inimest vastanutest, mis moodustab 33,3 % kulutab keskmiselt ühe inimese kohta 40-50€. Joonisel on ka välja toodud vähema osakaaluga vastused.

Järgneval joonisel on välja toodud, kuidas on kriisid mõjutanud vastajaid kui tarbijaid.

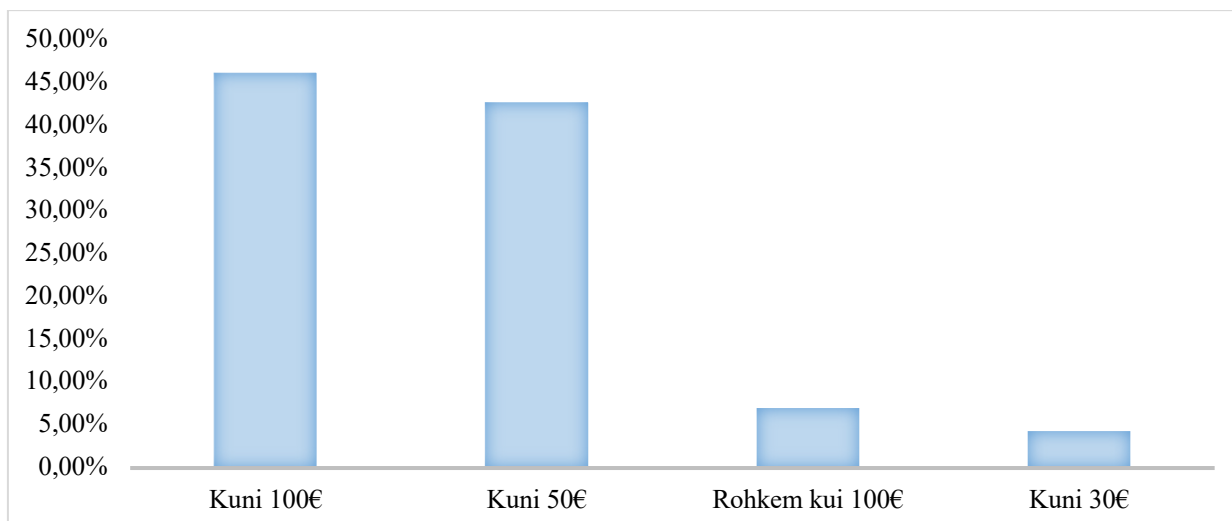


Joonis 6. Kriiside mõju

Allikas: Autori koostatud

Jooniselt 6 on näha, et 63% vastanutest on hakanud kodus rohkem süüa tegema ning 56,7% vastanutest leidis, et tänu kriiside mõjule on nad hakanud rohkem toitude ja tooraine hindasid vaatama. Tänu kriiside mõjule on inimesed rohkem hakanud oma kulutusi planeerima.

Järgneval joonisel on välja toodud palju on nõus vastaja maksuma ühe kolmekäigulise õhtusöögi eest.

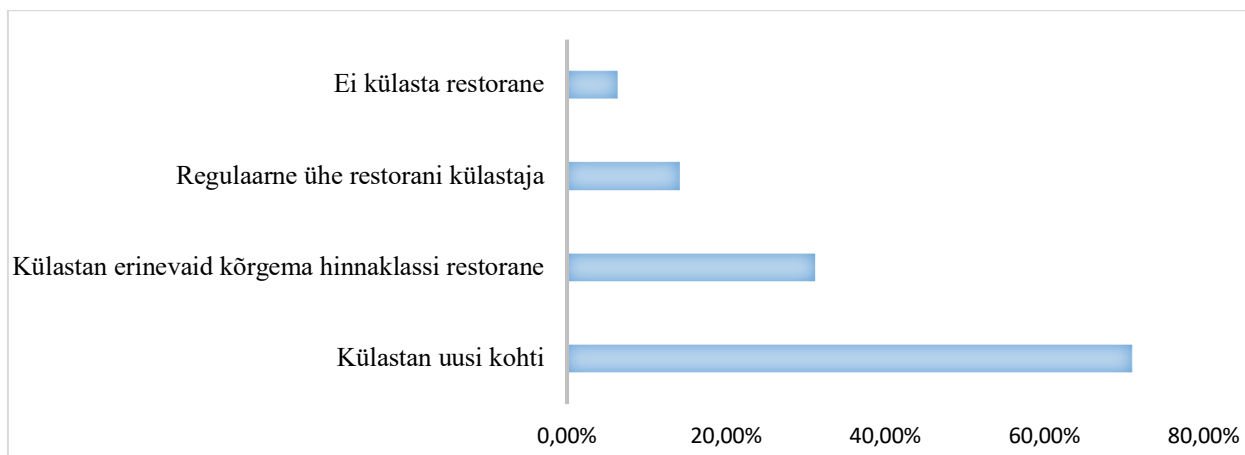


Joonis 7. Kolme käigulise õhtusöögi maksumuse prognoos

Allikas: Autori koostatud

Jooniselt 7 on näha, et üle poole vastanutest on nõus maksma ühe kolmekäigulise õhtusöögi eest kuni 100€ ja alla poole on nõus maksma kuni 50€. Vastustest selgub, et vastajad väärtustavad kvaliteetset toitu ning on selle eest nõus maksma kõrget hinda.

Järgneval joonisel on välja toodud millised külastajad küsimustikule vastajad on.



Joonis 8. Restorani külastus eelistus.

Allikas: Autori koostatud

Vastajate seas enam levinud vastuseks 70,9% ulatuses oli uute kohtade külastamine. Erinevaid kõrgema hinnaklassi restorane eelistab külastada 31,2% vastanutest. Vastajatele meeldib mitmekesisus ning nad eelistavad külastada uusi avatavaid kõrgema hinnaklassi restorane kui ka restorane, mida nad veel külastanud pole.

Vastajatelt uuriti, kas hinnatõusud on mõjutanud nende restorani külastus sagedust. Küsitlusest selgus, et 55,3% vastanutest vastas, et hinnatõusud on mõjutanud nende restorani külastamis sagedust samas 44,7% inimestest sellega ei nõustu. Seitsekümmend neli vastajat ehk 52,5% plaanib jätkata restoranide külastamist sarnaselt senisega ning 47,5% plaanib oma restorani külastamise sagedust piirata. Selgus ka, et 34,8% vastanutest plaanib restorane külastada tulevikus rohkem kui seni, kuid 65,2% oma külastus sagedust muuta ei plaani.

Kriiside ajal eelistavad 48,9% vastanutest einestada restoranis kohapeal, 25,5% vastanutest eelistab tellida toitu kulleritega koju ning 25,6% vastanutest eelistab kasutada mõlemat varianti. Järgnevas esitatakse Likerti skaalal mõõdetavad küsimused. Need on esitatud kompaktsuse mõttes tabelina. Likerti skaalal mõõdeti 1-5 palli skaalal olulisust kliendile. Skaalal 1,2,3,4,5 tähendavad järgnevat: 1- pole tähtis, 2- vähetähtis, 3- neutraalne, 4- pigem tähtis, 5- tähtis.

Tabel 4. Vastused Likerti skaalal esitatud küsimustele

	Mediaan	Aritmeetiline keskmine	Standardhälve
Kas kõrgema hinnaklassi restorani külastades on oluline riietuda pidulikult?	4	4,04	0,88
Kui tähtis on meedia kajastus restorani valikul?	3	3,02	1,2
Kui tähtsad on sooduskampaaniad?	3	3,15	1,37
Kui tähtis on lastemenüü olemasolu?	2	2,5	1,56
Kui tähtis on toidukriitiku tunnustus restorani kohta?	3	2,8	1,2
Kui tähtis on hea asukoht ja tasuta parkimine?	4	4,07	2,7
Kui tähtis on peakoka maitsemenüü olemasolu kõrgema hinnaklassi restoranis	3	3,42	1,22
Kui tähtis on teie jaoks, et restoran valmistab toidud mahetroorainest?	3	3,3	1,25
Kui tähtis on kust riigist on tooraine pärit?	3	3	1,3
Kas on oluline, et restoran oleks valmis tööle võtma sõjapõgenike?	3	2,5	1,18
Kas on oluline, et restoran kasutab taastuvenergiat?	3	2,5	1,13
Kas eriüritused/ kontserdid kutsuksid teid restorane rohkem külastama?	4	3,34	1,4

Allikas: Autori koostatud

Kõrgema hinnaklassi restorani külastavatest inimestest peab pigem tähtsaks riietuda pidulikult ehk formaalselt. Vastajad olid neutraalsed meedia kajastuse kui ka sooduskampaaniate olulisuse osas. Lastemenüü olemasolu on vähetähtis uuringus osalenud vastajatele. Kõrgema hinnaklassi restorani külastavad kliendid peavad pigem tähtsaks head asukohta ja tasuta parkimist. Uuringus osalenud vastajad on neutraalsed peakoka maitsemenüü, mahetroorainest valmistatud toitude, tooraine päritolu ning sõjapõgenike töölevõtmise osas. Kontserte kui ka eriüritusi pidas pigem vastaja tähtsaks ning need kutsuksid kõrgema hinnaklassi restorane rohkem külastama.

2.2.3 Restoranide Joyce ja Hõlm SWOT analüüs

Järgnevalt koostab autor SWOT analüüsi, mille eesmärk on välja selgitada restorani tugevad ja nõrgad küljed ning võimalused ja ohud keskkonnas. Pärast nende tegurite tuvastamist töötatakse välja strateegiad, mis võivad tugineda tugevatele külgedele, kõrvaldada nõrkused, kasutada ära võimalusi või võidelda ohtudega. Kasutati süvaintervjuu küsitluse tulemusi, lisaks ankeetküsitluse tulemusi ja majanduskeskkonda kirjeldavaid avalike allikaid. Sisehindamisel uuritakse kõiki organisatsiooni aspekte, sealhulgas personali, rajatise, asukohta, tooteid ja teenuseid, et teha kindlaks organisatsiooni tugevad ja nõrgad küljed (Dyson, 2004).

Tabel 5. Restoranide Joyce ja Hõlm SWOT analüüs

<p>Sisemised tugevused:</p> <ul style="list-style-type: none">• Turundus• Arenev köögitehnika• Sommeljeed• Maitseelamuse pakkumine klientidele• Tehnilised oskused köögis• Kvaliteet• Oma ala spetsialistid kes täiendavad end pidevalt• Inventar• Mitmekesine menüü• Kõrge teeninduskvaliteet• Pädevad juhid	<p>Sisemised nõrkused:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ületundide liiga suur osakaal• Tööjõupuudus• Eesmärgi täitmiseks liiga väike köök• Klientide vähesus degusteerimismenüü teostuseks
--	---

<p>Ärikeskkonna soodsad arengud ehk võimalused:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uued välised mõjutajad • Kvaliteetne tooraine • Nõudluse kasv • Vaba tööjõu lisandumine 	<p>Ärikeskkonna ebasoodsad arengud ehk ohud:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voolukatkestused • Viirused • Kõrge inflatsioon • Konkurentsi muutlikus • Nõudluse langus • Ebakindlus maksudes
---	--

Allikas: Autori koostatud

TUGEVUSED:

Turundus - Joyce ja Hõlm tunnevad, et turundus on nende tugevus. Joycel on konkreetne spetsialist, kes tegeleb restoranide turundamisega. Turundatakse läbi sotsiaalmeedia, postrite ning raadio.

Arenev köögitehnika - restoranidel on suur köök, kus toitlustatakse ära igapäevaselt hotelli külalastajad, konverentsid kui ka restorani külalastajad. Pidevalt arenev köögitehnika aitab kaasa erinevate kulinaarsete tehnikate kasutamisele ning aitab kaasa kiiremale tööle.

Sommeljeed - kõrgel tasemel sommeljeed, kes oskavad toitude kõrvale soovitada vastavaid veine. Enamasti on sommeljeed kõrgema hinnaklassi restorani palgal.

Maitseelamuse pakkumine klientidele - läbi huvitava tooraine ja maitsekombinatsioonide elamuse pakkumine klientidele.

Tehnilised oskused köögis - köögis kasutatakse erinevaid tehnilisi võtteid, küpsetus stiile, et pakkuda kliendile midagi uut ja huvitavat.

Kvaliteet - restoranide eesmärk on pakkuda klientidele kvaliteetset kogemust toitude näol.

Oma ala spetsialistid kes täiendavad end pidevalt - restorani meeskond on professionaalne ning ühise eesmärgi poole püüdlev. Töötajate koolitamine parema elamuse pakkumise nimel.

Inventar - restoran Joyce ja Hõlmal on palju köögi kui ka baari inventari, mis loob neile võimaluse pakkuda kvaliteetsemat ja tehnilisemat toitu.

Mitmekesine menüü - menüü koosneb erinevatest toitudest, et iga klient leiaks vastavalt maitse eelistusele vastava toidu.

Kõrge teeninduskvaliteet - teenindajad on läbinud vastavad koolitused ning on rietatud formaalselt.

Pädevad juhid - juhid, kes oskavad oma töötajaid motiveerida ja suunata õigele teele.

VÕIMALUSED:

Kvaliteetne tooraine - tooraine tellitakse mainekatel tarnijatelt ning on alati kvaliteetne ning värske.

Nõudluse kasv - valmisolek reageerida juhul kui peaks olema järsk nõudluse kasv.

Uued välised mõjutajad - uued riiklikult mõjutavad seadused.

Vaba tööjõu lisandumine - töö lõpetanud restoranide vabanev personal.

NÕRKUSED:

Ületundide liiga suur osakaal - tänu tööjõupuudusele ning suurele nõudlusele on tingitud ületunnid, millest on tingitud väsimus ning motivatsiooni langus.

Tööjõupuudus - eesmärgi saavutamiseks liiga väike personal, mis põhjustab töötajatel ületunde.

Eesmärgi täitmiseks liiga väike köök - selleks, et saada Michelin tähte on köök liiga väike selle teostamiseks.

Klientide vähesus degusteerimismenüü teostuseks - tuleks suuremalt turundada selleks, et jõuda sihtgrupini, mis omakorda toob kaasa kulutused turunduses.

OHUD:

Voolukatkestused - voolukatkestusest tingitult on maja suletud ning külastus puudub. Tuleks mõelda tagavara generaatorite peale.

Viirused - viiruste leviku ennetamiseks oleks vajalik töötajatel kehtiv tervisetõend ning viia läbi koolitus hügieeni ja enesekaitsevahendite kasutamise osas. Viiruste perioodi ajal rõhuda personali tervisele ning haigestumisel koheselt töövõimetuslehele jääda.

Kõrge inflatsioon - kõrge inflatsiooni tõusust tingitud hinnatõusud. Tooraine hinnatõusude mõjul asendada kasutusel olevad toorained odavamate toorainetega.

Konkurentsi muutlikus - tähtis on hea turundus ning teistest erinemine. Konkurents motiveerib ettevõtteid kvaliteeti ja pakutavat elamust paremaks muutma.

Nõudluse langus - ettevõtjatel on oluline jälgida tarbijate eelistuste muutusi ja pakkuda paindlikke lahendusi, et vastata turu nõudluse muutustele. Nõudluse langus on seotud elatustaseme langusega.

Ebakindlus maksudes - restoranid peavad prognoosima järgnevateks aastateks maksude tõusmist. Riik prognoosib järgnevateks aastateks maksude tõusu ning see ka mõjutab toitlustusvaldkonda.

2.3 Ettepanekud praeguses majanduskeskkonnas toimetulekuks

Kriiside tingimustes toimetulekuks on teinud töö autor mõningad ettepanekud.

Viiruste leviku tõkestamiseks töökeskkonnas oleks mõistlik tööandjal tagada sarnaselt Covidi tippajaga kvaliteetsed esmakaitsevahendid (näomaskid, kummikindad, desinfitseerimisvahendid, plaastrid). Esmakaitsevahendid aitavad tagada viiruse levimist töökeskkonnas. Iga töötaja peaks tööle asudes läbima tervisekontrolli ja omama kehtivat tervisetõendit ning olema läbinud hügieeni koolituse.

Tervisekriiside ennetamiseks tuleks restoranidel koostada riskiplaanid, kuidas toimida juhul kui peaks kriis saabuma. Juhul kui kriisi saabudes suletakse toitlustusasutused, tuleks mõelda tagavara plaanidele nagu näiteks: kaasamüük, õhtusöögituba, tooraine kaasamüük koos retseptidega. Tooraine kaasamüük koos retseptidega annab kliendile võimaluse valmistada restorani kvaliteediga toit oma kodus ning nautida peakoka sobitatud maitseid.

Töötajate ületundide ja ülekoormuse vähendamiseks, tuleks suurendada personali nii, et ei tekiks ületunde ja töökoormus jaotuks vastavalt tööajafondi normaaltundide järgi.

Voolukatkestuse ohu vältimiseks tuleks mõelda suurel ettevõttel tagavara generaatori olemasolule, et tagada ka elekter pärast suuremat voolukaotust. Võimalusel paigaldada katusele päikesepaneelid. Restoranidel on võimalus ka endale soetada alupank, millega ajutiselt oma seadmeid ja energiavarustust toetada.

Tarneraskustega toimetulekuks, peaks menüüd koostades mõtlema asendus võimalustele. Juhul kui peaks tekkima raskus tooraine kättesaadavusel on välja mõeldud alternatiiv (teise tarnija või tooraine asenduse näol). Sellega saab vältida menüü ümbertegemist ning sujuvamat tööd.

Külastatavuse tagamiseks, tuleks teha pidevat suunatud turundust. Postitused, mida turundusspetsialist välja reklaamib peaksid olema kutsuvad ning klienti haaravad.

Planeerida järgmise aasta tegevusplaanidesse maksutõusud, jätkuva mõningase töötuse määra tõusu, inflatsiooni, palgatõusu.

KOKKUVÕTE

Antud töös uuriti kriiside mõju kõrgema hinnaklassi restoranidele aastatel 2022 ja 2023. Seejärel koostati soovitusel võimalikeks jätkuvateks kriisideks, mis mõjutavad ettevõtluskeskkonnas toimetulekut. Autor uuris lähemalt toidlustusvaldkonnas toimuvate kriiside kohta, kuidas on need mõjutanud kõrgema hinnaklassi restorane. Selleks viidi läbi küsitlus ning süvaintervjuu.

Süvaintervjuudest selgus, et uuritavaid kõrgema hinnaklassi restorane on mõjutanud kõige rohkem COVID-19, energiakriis, hinnatõusud ning Venemaa agressioon Ukraina vastu. **COVID-19** tõttu pidid restoranid sulgema oma ukseid ajutiselt kuni piirangud leevenesid. Tänu restorani sulgemisele kedagi koondama uuritavad restoranid ei pidanud ja leiti uued lahendused, kuidas kõrgema hinnaklassi restorani roogasid kaasa müüa. **Energiakriisist** tingitult tõusid korralikult elektriarved, mis mõjutasid hindu restoranis. Elektriarved tõusid 6000€ võrra kuu kohta, mis mõjutasid hindu restoranis ning kõrgete elektriarvete tõttu kasum vähenes. Restoranid leiavad, et nemad **inflatsiooni** tõttu muutust märganud ei ole ning kliente käib neil endiselt sama palju, kuid ettevõtte siseselt on kasumimarginaal langenud tänu hinnatõusudele. Restoranid on pidanud hinnatõusudega leidma soodsamaid alternatiive ning osaliselt ka kallimatest toorainetest loobuma. Tänu **Venemaa agressioonile** olid kõrgema hinnaklassi restoranidel tarneraskused, kuna paljud kaubad, mida restoranid kasutasid menüüs tarniti läbi Venemaa. Seetõttu pidid restoranid tegema päris palju muudatusi menüüs. Kõrgema hinnaklassi restoranid tunnevad, et kõik kriisid mõjutasid neid omamoodi samapalju, kuna need järgnesid üksteisele väikese vahega. Kõrgema hinnaklassi restorani juhtivtöötajad tunnevad, et tööd tehakse rohkem kui enne, aga tänu kriisidele on kulud suuremad, mille arvelt sai enne investeerida köögitehnikasse ja nõudesse.

Järgnevalt kajastatakse kokkuvõtlikult olulisemaid tulemusi klientide hulgas läbiviidud küsitlusest. Vastanud olid enamjaolt pärit Harjumaalt, Tartumaalt, Pärnumaalt, Läänemaalt ning Viljandimaalt. Küsitlusest selgus, et kriisid on tarbijaid omal moel mõjutanud, kuid tarbijal on siiski valmisolek tarbima. Kriisidega on kaasnenu tarbijate seas suurem kulleritega toidu koju tellimine, millest on saanud nüüdseks normaalsus. Paljud vastajad küll leidsid, et soovivad ka edaspidi pigem kohapeal einestamas käia, et saada terviklikku elamust. Restoranid tarbijate

vähesuse pärast muretsema ei pea kuna küsitlusest selgus, et ligi pooled plaanivad jätkata restoranide külastamist sarnaselt senisega. Vastajate seas üheks enam külastatud restoraniks on a la carte restorane, kuid järjest rohkem hakkavad populaarsust koguma kõrgema hinnaklassi restoranid.

Töö autor leiab, et lõputöö eesmärk sai täidetud ning on teadlik kriiside mõjust uuritavatele kõrgema hinnaklassi restoranidele. Edaspidiste kriiside tingimustes toimetulekuks tegi töö autor mõningad ettepanekud. Töötajate ületundide ja ülekoormuse vähendamiseks, tuleks suurendada personali nii, et ei tekiks ületunde ja töökoormus jaotuks vastavalt tööajafondi normaaltundide järgi. Tarnearaskustega toimetulekuks, peaks menüüd koostades mõtlema asendus võimalustele. Juhul kui peaks tekkima raskus tooraine kättesaadavusel on välja mõeldud alternatiiv (teise tarnija või tooraine asenduse näol). Sellega saab vältida menüü ümbertegemist ning sujuvamat tööd.

Autor leiab, et järgnevalt võiks edasi uurida teemat, „Miks eelistatakse välismaist liha/kala toorainet kohalikule“.

SUMMARY

In this work, the impact of crises on higher price class restaurants was researched in 2022 and 2023. Then, recommendations were made for possible ongoing crises that affect coping in the business environment. The author researched in more detail about the crises occurring in the catering industry, how they have affected on higher price class restaurants. For this purpose, a survey and an in-depth interview were conducted.

The in-depth interviews revealed that the higher price class restaurants under investigation have been most affected by COVID-19, the energy crisis, price increases and Russia's aggression against Ukraine. Due to COVID-19, restaurants had to close their doors until restrictions were eased. Thanks to the closing of the restaurant, the restaurants under study did not have to lay off anyone, and new solutions were found to sell takeaway dishes from the higher-priced restaurant. Due to the energy crisis, the electricity bills rose considerably, which affected the prices in the restaurant. The electricity bills increased by €6,000 per month, which affected the prices in the restaurant, and the profit decreased due to the high electricity bills. Restaurants that they have not noticed any changes due to inflation and they have the same number of customers, but the company's profit margin has decreased due to price increases. With price increases, restaurants have to find cheaper alternatives and partly to give up more expensive raw materials. Thanks to Russian aggression, higher-end restaurants had supply difficulties, as many of the items that restaurants used on their menus passed through Russia. Restaurants had to make quite a few changes to the menu. The higher-end restaurants feel that all the crises affected them in a way as much as they follow by the next little margin. The management staff of a restaurant in a higher price category feel that more work is being done than before, but due to the crisis, the costs are higher, for which they could invest in kitchen equipment and crockery.

In the following, the most important results from the survey conducted among the effects are discussed in summary. Most of the respondents were from Harju County, Tartu County, Pärnu County, Lääne County, and Viljandi County. The consumer survey revealed that the crises have had an impact in their own way, but the consumer is still willing to consume. Crises have been accompanied by an increase in home delivery of food by couriers among consumers, which has now become normal. Many respondents felt that it would be better to dine on site to get a complete experience. Restaurants do not have to worry about the lack of consumers, as the survey revealed that nearly half plan to continue visiting restaurants in the same way as before. Among the

respondents, one of the most visited restaurants is a la carte restaurants, but restaurants in the higher price category are gaining more and more efficiency.

The author of the paper considers that the aim of the thesis was fulfilled and is aware of the impact of the crises on the higher price class restaurants. In order to cope with future crises, the author of the paper made some proposals. In order to reduce overtime and overload of workers, staff should be increased in such a way that no overtime and workload are allocated according to the normal hours of the working time fund. In order to cope with delivery difficulties, when preparing menus, you should think about replacement options. In the event of difficulties in accessing raw materials, an alternative (in the form of another supplier or substitute for raw materials) has been developed. This will prevent the menu from being reworked and work more smoothly.

The author considers that further research could be carried out in the following: "Why foreign meat/fish raw materials are preferred to local ones."

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

Binder, M. (2009). Humanitarian Crises and the International Politics of Selectivity. *Hum Rights Rev* 10, 327–348. <https://doi.org/10.1007/s12142-009-0121-7> (15.03.2023)

Canziani, B.F., Almanza, B., Frash, R.E., McKeig, M.J. and Sullivan-Reid, C. (2016), "Classifying restaurants to improve usability of restaurant research", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 28 No. 7, pp. 1467-1483. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2014-0618>. (13.02.2023)

Cowden, K., & Sellnow, T. L. (2002). Issues advertising as crisis communication: Northwest Airlines' use of image restoration strategies during the 1998 pilot's strike. *The Journal of Business Communication* (1973), 39(2), 193-219. Pp 194. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/002194360203900203> (09.02.2023)

Dyson, R. G. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European journal of operational research*, 152(3), 631-640. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(03\)00062-6](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(03)00062-6) (15.02.2023)

EAS, 2015. VKE määratlemine. https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2015/12/VKE_definitsiooni_selgitus_-_EK_mruse_651-2014_alusel_-_2015.pdf (03.12.2023)

Eesti Pank, (2023). Hinnastabiilsuse tähtsus. <https://www.eestipank.ee/rahopoliitika/hinnastabiilsuse-tahtsus> (04.11.2023)

Euroopa komisjon, (2023). Mis on konkurentsipoliitika? https://competition-policy.ec.europa.eu/about/what-competition-policy/what-competition-policy-brief-definitions_et (09.09.2023)

European Central Bank, (2023). Mis on inflatsioon?
https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me-more/html/what_is_inflation.et.html (04.11.2023)

Euroopa Liidu Nõukogu., (2023). Mida teevad ELi liikmesriigid energiakriisi lahendamiseks?
<https://www.consilium.europa.eu/et/policies/energy-prices-and-security-of-supply/> (30.04.2023)

French, C., Butler, R. (2011). Tips on Tipping: A Global Guide to Gratuity Etiquette. Bradt Travel Guides. Pp 65. (15.03.2023)

Haas, S., Kuehl, E., Moran, J. R., & Venkataraman, K. (2020). How restaurants can thrive in the next normal. *McKinsey & Company, May*, 1-8.
<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/How%20restaurants%20can%20thrive%20in%20the%20next%20normal/How-restaurants-can-thrive-in-the-next-normal-v3.pdf> (09.09.2023)

H. Heesup, (2019). What drives customers' willingness to pay price premiums for luxury gastronomic experiences at michelin-starred restaurants?
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.024> (12.09.2023)

Harr, Ko King Lily, (2008). "Service dimensions of service quality impacting customer satisfaction of fine dining restaurants in Singapore". UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 686. <http://dx.doi.org/10.34917/1910687> Pp 4-16. (09.02.2023)

Houghton, J. (2005). Global warming. Reports on progress in physics, 68(6), 1343.
<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/0034-4885/68/6/R02/meta> (15.03.2023)

Hölm, (2023). RESTORANIST <https://www.holmrestoran.ee/restoranist> (02.10.2023)

Jayaraman, S. (2016). Forked. New York: Oxford University Press, Incorporated. https://tutl-primo.hosted.exlibrisgroup.com/permalink/f/17cn94k/TN_cdi_askewsholts_vlebooks_9780199380497 Pp 65. (09.02.2023)

Kaitseministeerium, (2023). Julgeolekupoliitika. <https://www.kaitseministeerium.ee/et/eesmargid-tegevused/julgeolekupoliitika> (11.10.2023)

P.Kotler. (1973). The major tasks of marketing management. *Journal of marketing*, 37(4), 42-49. https://www.jstor.org/stable/pdf/1250357.pdf?casa_token=KWKPN9YKrv0AAAAA:gv3GMqjsQpxTT1ydXPzHcCBpdcVIRHVS1_gjHF_q8z1rdgOnHlu3b1kLyf4ZJHBozFmwZ3fVoXJZj6vvYv0f8PfQJJjdMZ81hq-s6zLGNqSCbxBGOQUVsQ (09.09.2023)

K. Kerem; M. Randveer, (2004). MIKRO- JA MAKROÖKONOOMIKA PÕHIKURSUS. Pp.73-150. (04.11.2023)

M. Müller, (2023). Madis Müller: majanduse toibumine tuleb aeglane <https://www.eestipank.ee/press/madis-muller-majanduse-toibumine-tuleb-aeglane-20092023> (09.09.2023)

Manieniyani, V., Thambidurai, M., & Selvakumar, R. (2009). Study on energy crisis and the future of fossil fuels. *Proceedings of SHEE*, 10, 2234-3689. DOI:10.13140/2.1.2234.3689 (15.02.2023)

Mealey. L. (2019) Different Types of Restaurant Concepts. <https://www.liveabout.com/different-types-of-restaurant-concepts-2888698> (13.02.2023)

Michelin guide, (2023). Estonia's First Two Star Restaurant Is Unveiled! <https://guide.michelin.com/ee/en/article/features/estonia-s-first-two-star-restaurant-is-unveiled> (09.09.2023)

Michelin guide, (2022). What is a Michelin Star? <https://guide.michelin.com/ee/en/article/features/what-is-a-michelin-star> (09.09.2023)

N. Daries-Ramon, E. Cristobal-Fransi & E. Mariné-Roig (2017). Deployment of Restaurants Websites' Marketing Features: The Case of Spanish Michelin-Starred Restaurants, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, DOI: 10.1080/15256480.2017.1383961 (04.10.2023)

Osula K., (2008). Likerti skaala. <http://www.tlu.ee/~kairio/failid/kysimused.pdf> (15.03.2023)

- Parsa, H. G., Shuster, B. K., & Bujisic, M. (2020). New classification system for the US restaurant industry: Application of utilitarian and hedonic continuum model. *Cornell Hospitality Quarterly*, 61(4), 394-395. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1938965519899929> (15.03.2023)
- Puhka Eestis, 2023. Restoranid <https://www.puhkaeestis.ee/et/erilised-elamused/sook-jook-ja-klubid/restoranid> (02.12.2023)
- Radjenovic, M. (2014). ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF FINE DINING RESTAURANTS. Pp 632-637. <https://images.template.net/wp-content/uploads/2015/10/01191829/fine-dining-restaurant-marketing-plan.pdf> (09.02.2023)
- Rahandusministeerium, (2023). Maksu- ja tollipoliitika. <https://www.fin.ee/riigi-rahandus-ja-maksud/maksu-ja-tollipoliitika> (06.10.2023)
- Rafiq, M. and Ahmed, P.K. (2000), "Advances in the internal marketing concept: definition, synthesis and extension", *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 No. 6, pp. 449-462. <https://doi.org/10.1108/08876040010347589> (15.08.2023)
- Rekkor. S., Kersna. A., Roosipõld. A., Merits. M., (2008). Restoranid <https://argokirjastus.ee/wp-content/uploads/2020/06/Toitlustuse-alused.pdf> (15.03.2023)
- Shaluf, I.M., Ahmadun, F. and Mat Said, A. (2003) "A review of disaster and crisis", *Disaster Prevention and Management*, Vol. 12 No1, pp. 24 32. <https://doi.org/10.1108/09653560310463829> (09.02.2023)
- Seeger. Matthew W., Timothy L. Sellnow & Robert R. Ulmer, (1998). *Communication, Organization, and Crisis*, *Annals of the International Communication Association*, 21:1, 231-276, DOI: 10.1080/23808985.1998.11678952 (09.02.2023)
- Statistikaamet, (2023). Keskmise brutokuupalk. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/valdkonnad/tooelu/palk-ja-toojoukulu/keskmise-brutokuupalk> (29.10.2023)

Statistikaamet, (2023). EM003: ETTEVÕTETE MAJANDUSNÄITAJAD. https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_ettevetete-majandusnaitajad_ettevetete-tulud-kulud-kasum_aastastatistika/EM003/table/tableViewLayout2 (28.10.2023)

Statistikaamet, (2023). TU410: MAJUTUS-, TOITLUSTUS- JA TURISMITEENUSTE MÜÜK JA MAHUINDEKSI MUUTUS. https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus__turism-ja-majutus__turismi-ja-majutuse-majandusnaitajad/TU410/table/tableViewLayout2 (28.10.2023)

T.Peterson, (2022). Toomas Peterson: üleilmne majanduskriis ja Eesti. <https://www.err.ee/1608751354/toomas-peterson-uleilmne-majanduskriis-ja-eesti> (05.11.2023)

Taim. A. (2012). MAJANDUSKRIISIDE PÕHJUSTE KIRJELDAV–VÕRDLEV ANALÜÜS VIIIE MAJANDUSKRIISI NÄITEL. <https://core.ac.uk/download/pdf/14496245.pdf> (15.02.2023)

Terviseamet, (2020). Eestis diagnoositi esimene COVID-19 haigusjuhtum <https://www.terviseamet.ee/et/uudised/eestis-diagnoositi-esimene-covid-19-haigusjuhtum> (09.02.2023)

Tööinspektsioon,(2022). Tööinspektsioon: peatame töö kohtades, kus siseruumi temperatuur ületab 30 kraadi. <https://www.ti.ee/uudised/tooinspektsioon-peatame-too-kohtades-kus-siseruumi-temperatuur-uletab-30-kraadi> (08.04.2023)

W. Kenton, (2023). Supply. <https://www.investopedia.com/terms/s/supply.asp#:~:text=Investopedia%20%2F%20Sydney%20Saporito-,What%20Is%20Supply%3F,if%20displayed%20on%20a%20graph.> (09.09.2023)

Joyce, (2023). Joyce restoran pakub oma külalistele rõõmu Tartu parimast maitsetevalikust. https://joyce.ee/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA3aeqBhBzEiwAxFiOBIDfA6vR-Z5rBB1A67Vk1kwdH-KCF-uf6YYxZVPb9T9I8Tmua-bn9hoCIeUQAvD_BwE

LISAD

Lisa 1. Küsimustik

Hea vastaja!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare Kolledži üliõpilane Karolina Luidalepp ning kirjutan lõputööd teemal “Kriiside mõjust kõrgema hinnaklassi restoranidele aastal 2022 ja 2023.” Ühe osana lõputöö kirjutamisel viin läbi uuringu saamaks teada, kuidas on käesolevad ning möödunud kriisid mõjutanud Teid kui tarbijaid.

Uuringus osalemisega ei kaasne Teile teadaolevaid riske. Vastavalt Tallinna Tehnikaülikooli poolt teostatavate uurimistöde eetikale on Teie osavõtt sellest uuringust vabatahtlik ja anonüümne. Andmed, mis kogutakse lõputöö käigus esitatakse ainult summeerituna ühtses andmebaasis. Küsitluses, palume igale küsimusele vastust. Kui Küsimuses on loetelu, siis valida loetelust, üks kuni mitu varianti. Kui on punktiirjoon, palume see täita käsitsi. Küsimustikus ei ole õigeid ega valesid vastuseid. Teie isiklik seisukoht vastavalt igale küsimusele on õige vastus. Küsimustiku täitmine võtab aega 5-10 minutit.

Kõrgema hinnaklassi restoranid ehk peened restoranid (fine dining) on rikkalikud restoranid, mis pakuvad kohandatud ja professionaalset menüüd. Kõrgema hinnaklassi restoran pakub elegantset, isegi luksuslikku õhkkonda, kus kliendid maksavad suhteliselt kõrget hinda. Restoran pakub lisaks kõrgetasemelist kulinaarseid oskusi väljendavat menüüd ning kõrgetasemelist joogikaarti. Küllastajaid teenindab peenes riietuses või smokingis kelner. Peened restoranid keskenduvad kõrgete hedooniliste ja eksklusiivsete elamuste pakkumisele. Seetõttu võib sageli eeldada, et külalised järgivad neid restorane külastades ametlikku või ärilist riietumisstiili, et täiendada eeldatavat kõrget hedoonilist kogemust..

Kui Teil tekib küsimusi olen nõus neile meeeldi vastama.

Karolina Luidalepp / Karolina.luidalepp@gmail.com

Täna Teid väga Teie vastuste ja abi eest!

Lisa 1. (järg)

1. Mitu korda te külastate kõrgema hinnaklassi restorane keskmiselt aastas?
 - 1-2 korda
 - 3-4 korda
 - 5-6 korda
 - 7-8 korda
 - 9-10 korda
 - Rohkem kui 10 korda
 - Ei külastagi

2. Millise sündmuse puhul te külastate kõrgema hinnaklassi restorane? (kui valisite muu, palun täpsustage)
 - Tähtpäev/ sünnipäev
 - Maitsete avastamine
 - Ärikohtumine
 - Muu___

3. Milliseid restorane te külastate kõige tihedamini? (kui valisite muu, palun täpsustage)
 - Micheline tähe restoran / luksus restoran
 - Kõrgema hinnaklassi restoran / fine dining
 - A la carte restoran/ keskmise hinnaklassi restoran
 - Pere restoran
 - Muu___

4. Kas hinnatõusud on mõjutanud teie restorani külastus sagedust?
 - Jah
 - Ei

5. Kui palju te kulutate keskmiselt raha ühe inimese kohta restorani külastamisel?

- 20-30€
- 30-40€
- 40-50€
- 50-100€
- 100+€

6. Kuidas on kriisid (Covid-19, majanduskriis, energiakriis) mõjutanud teid kui tarbijaid? (kui valisite muu, palun täpsustage)

- Olen hakanud kodus rohkem süüa tegema
- Olen hakanud rohkem einestama restoranis
- Olen hakanud rohkem toitu kulleritega koju tellima
- Olen hakanud rohkem väljas einestama (pubid, kohvikud, sööklad jne)
- Jälgin rohkem toitude ja tooraine hindasid
- Muu ____

7. Kas hinnatõusu jätkudes plaanite restorani külastamist jätkata sarnaselt senisega?

- Jah
- Ei

8. Kui palju olete nõus maksma ühe kolmekäigulise õhtusöögi eest kõrgema hinnaklassi restoranis? (kui valisite muu, palun täpsustage)

- Kuni 30€
- Kuni 50€
- Kuni 100€
- Rohkem kui 100€

Lisa 1. (järg)

9. Milline restorani külastaja te olete?

- Regulaarne ühe restorani külastaja
- Külasthan uusi kohti
- Külasthan erinevaid kõrgema hinnaklassi restorane
- Ei külasta restorane

10. Kas te eelistate kriiside ajal tellida toitu kulleritega koju või eelistate einestada restoranis kohapeal?

- Kohapeal restoranis
- Tellida kulleriga koju
- Mõlemat

11. Kas te plaanite restorane tulevikus rohkem külastada kui seni?

- Jah
- Ei

12. Kas kõrgema hinnaklassi restorani külastades on oluline riietuda pidulikult?

- Pole oluline 1-5 Oluline

13. Kui tähtis on meedia kajastus restorani valikul?

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

14. Kui tähtsad on sooduskampaaniad?

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

15. Kui tähtis on lastemenüü olemasolu?

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

Lisa 1. (järg)

16. Kui tähtis on toidukriitiku tunnustus restorani kohta?

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

17. Kui tähtis on hea asukoht ja tasuta parkimine?

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

18. Kui tähtis on peakoka maitsemenüü olemasolu kõrgema hinnaklassi restoranis

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

19. Kui tähtis on teie jaoks, et restoran valmistab toidud öko ja mahetroorainest?

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

20. Kui tähtis on kust riigist on tooraine pärit? (Kas see mõjutab kui on ostetud Venemaalt või Ukrainast)

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

21. Kas on oluline, et restoran kasutab taastuvenergiat?

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

22. Kas on oluline, et restoran oleks valmis tööle võtma sõjapõgenike?

- Vähe tähtis 1-5 Tähtis

23. Kas eriüritused/ kontserdid kutsuksid teid restorane rohkem külastama?

- EI 1-5 Jah

Nüüd palun vastata mõnele isikut puudutavale küsimusele:

24. Haridustase

- Põhiharidus
- Keskkharidus
- Kutseharidus
- Kõrgharidus

25. Vanus

- 10- 20
- 21- 30
- 31- 40
- 41-50
- 50+

26. Ametikoht

- Töötu
- Õpilane
- Lihttööline
- Spetsialist
- Keskastmejuht
- Tippjuht
- Ettevõtja

27. Elukoht

- Tallinn
- Tartu
- Pärnu
- Haapsalu
- Rakvere
- Narva
- Viljandi

- Muu_____

28. Keskmise sissetulek

- Puudub
- Alla 1000€
- 1000-1499€
- 1500-1999€
- 2000-2499€
- 2500-2999€
- 3000-3500€
- 4000+€
- Muu_____

Lisa 2. Intervjuu küsimused

1. Mitu klienti teil päevas keskmiselt käib? Nädala sees/ Nädalavahetusel? Keskmiselt suvepäeval keskmiselt talvel
2. Kas külastajad on pigem hotelli külastavad turistid või väljastpoolt tulijad?
3. Kas kõrgema hinnaklassi restorani külastades on oluline riietuda formaalselt?
4. Kas tänu hinnatõusudele on klientide hulk vähenenud?
5. Kas ja kuidas hinnatõusud on mõjutanud teie restorani hindu?
6. Kas teil on kujunenud arusaam, palju klient on nõus maksma kolme käigulise õhtusöögi eest?
7. Kui suur on arve keskmiselt ühe kliendi kohta?
8. Kas hinnatõusude jätkudes plaanite veel hindu tõsta?
9. Mis eristab teid teistest Tartus konkureerivatest restoranidest?
10. Millisena näete oma tugevusi?
11. Millised on teie võimalused edaspidiseks arenguks?
12. Kuidas teie restoran jõuab kliendini? Kas ja kuidas te ennast tutvustate?
13. Kuidas on teil lood tööjõuga? Kas tööjõupuudus on probleem?
14. Milline möödunud ja jätkuv kriisidest on teid kõige rohkem mõjutanud ja kuidas?
15. Juhul kui peaks tekkima sama seis nagu covid- 19 kriisi ajal, kas olete selleks valmis ja kuidas?
16. Milliseid meetmeid te rakendasite kriisidega toimetulekuks kriiside ajal?
17. Kas praeguses käesolevas kriisis ukraina sõjast tingitult on teid mõjutanud tarneraskused kui jah siis kuidas?
18. Millisena näete oma kitsaskohti?
19. Milliseid ohte te tunnetate väljastpoolt tingitult?
20. Millist kriisi te kardaksite kõige rohkem?
21. Kuidas te tunnete seost majandusliku kasvuga?
22. Kus te näete ennast 5 aasta pärast restoranina, mis on teie eesmärgid?

Lisa 3. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina Karolina Luidalepp

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

KRIISIDE MÕJUST KÕRGEMA HINNAKLASSI RESTORANIDELE
AASTATEL 2022 JA 2023 RESTORANIDE JOYCE JA HÕLM NÄITEL

mille juhendaja on Paavo Kuuseok,

1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

04.12.2023

¹ Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingu tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtajaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. ja 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.