

Uuring: Eestis on 85% platvormide kasutajatest on leidnud sel moel uue kohaliku restorani või poe

Eestis enam kui poolte inimeste kasutusse jõudnud digitaalsed tarneplatvormid ei ole ammu enam pelgalt mugav viis endale söögi või muude kaupade koju tellimiseks. Värske Ipsose uuring viitab, et platvormidest on saanud restoranide, kohvikute ja poodide jaoks üha olulisem kanal, mille kaudu jõutakse uute klientideni ajal, mil üha suurem osa ostuotsustest tehakse veebis ning konkurents ei tule enam ainult kõrvalmajast, vaid ka rahvusvahelistelt e-kaubandusplatvormidelt.

Uuringufirma Ipsos rahvusvahelisest uuringust selgub, et viimase 12 kuu jooksul on restoranide või toidukaupade tarneplatvormi kasutanud üle poole ehk 53% Eesti elanikest. Nende seast koguni 85% on platvormi kaudu leidnud vähemalt ühe uue kohaliku restorani, kohviku või poe.

Tulemused viitavad sellele, et tarneplatvormid täidavad üha enam ka kohalike ettevõtete digitaalse vaateakna rolli. Platvormide kasutajad ei piirdu üksnes juba tuttavatest kohtadest tellimisega, vaid on valmis aktiivselt uusi tegijaid avastama. Üksnes tuntud kohtadest tellib uuringu järgi 15% Eesti vastanutest, 12% avastab sageli ka uusi kohalikke ettevõtteid ning 42% teeb seda aeg-ajalt.

Eesti tarbija eelistab kohalikku

Uuringus paluti vastajatel teha ka oma valik olukorras, kus sama toode on saadaval võrdse hinnaga nii tarneplatvormi kaudu tegutsevalt kohaliku ettevõtte valikus kui ka mõnel rahvusvahelisel e-kaubandusplatvormil. Eesti inimestest kinnitas suisa 54%, et eelistaks antud juhul kohalikku tarneplatvormil tegutsevat ettevõtet, samas kui rahvusvahelise platvormi kasuks otsustaks 14% ning ligikaudu kolmandikul puudus selge eelistus.

Seda kinnitab ka Eesti inimeste laiem suhtumine tarneplatvormidesse. Pea kaks kolmandikku vastanutest leiab, et platvormid toetavad nende piirkonna kohalikke restorane ja poode. Kusjuures 18–34-aastaste seas on see näitaja lausa 77%.

Väikeettevõtte jaoks on nähtavus oluline konkurentsieelis

Tarneplatvormide kasvav roll langeb kokku Eesti e-kaubanduse jätkuva kasvuga. Eesti E-kaubanduse Liidu andmetel teeb internetioste 77% Eesti elanikest ning e-kaubanduse osakaal kogu jaekaubandusest ulatub juba ligi veerandini. Samal ajal konkureerivad kohalikud restoranid, kohvikud ja väikepoed üha enam rahvusvaheliste ettevõtetega, mille turundusvõimekus ja nähtavus on kordades suurem.

Seetõttu on klientideni jõudmine muutunud paljude väiksemate ettevõtete jaoks üheks praeguse ajastu peamiseks väljakutseks. Tarneplatvormid on siin üheks võimalikuks lahenduskäiguks, pakkudes väikeäridele võimalust olla nähtav seal, kus tarbijad oma ostuotsuseid teevad, ning jõuda klientideni ilma, et ettevõtte peaks ise üles ehitama eraldi e-poe, makselahendused ja tarnevõrgustiku.

Platvormidel on kohalikus majanduses keskne roll

See paistab välja ka platvormide endi andmetest. Näiteks 2025. aasta Wolti Local Commerce Reporti järgi on valdav osa platvormil olevatest partnerrestoranidest või -kauplustest just väikese tegevusmahuga ettevõtted – 88% neist tegutseb kuni kolmes asukohas. Üle poole ettevõtetest tõi platvormi oluliste väärtuste hulgas välja võimaluse leida uusi kliente, kelleni nad muidu ei ulatuks, ning kasvatada müüki lisaks kohapealsele teenindusele. Üle kolmandiku vastanutest ütles lisaks, et ilma platvormita puuduks neil üldse võimalus klientidele kojuvedu pakkuda.

Ka Ipsose uuringu tulemused näitavad, et tarneplatvormidel on ühe kohaliku ettevõtluse tugisambana järjest olulisem roll, märkis Irina Kuzina, Wolti võtmekliendihalduse juht Soomes ja Baltikumis.

„Kui juba 85% kasutajatest ütleb, et on platvormi kaudu avastanud mõne uue kohaliku ettevõtte, siis näitab see, et tarneplatvormid on kujunenud ettevõtete jaoks oluliseks viisiks

uute klientideni jõudmiseks. Sageli toimub just platvormi kaudu inimese esimene kokkupuude mõne restorani, kohviku või poega,” ütles Kuzina.

„Väiksemate ettevõtete jaoks on nähtavus digikeskkonnas üha olulisem. Platvormid aitavad jõuda klientideni, kelleni muidu oleks keeruline ulatuda, ning võimaldavad konkureerida turul, kus tarbija tähelepanu pärast võistlevad nii kohalikud kui ka rahvusvahelised tegijad,” lisas ta.

Uuringust

Uuringu tellis Wolt ning selle viis 2026. aasta jaanuarist märtsini sõltumatult läbi uuringufirma Ipsos. Eestis küsitleti kokku 1000 inimest vanuses 18–75 aastat. Valim on esinduslik ning tasakaalustatud vanuse, soo ja piirkonna järgi. Eesti tulemused on osa 24 Euroopa riiki hõlmavast uuringust, milles osales kokku ligikaudu 22 500 vastajat.

Teave Wolt kohta

Wolt on Helsingis asuv tehnoloogiaettevõte, mis pakub veebiplatvormi tarbijatele, kaupmeestele ja kulleritele. Platvorm ühendab inimesi, kes soovivad tellida toitu ja muid kaupu, nende müümisest ja kohaletoomisest huvitatud inimestega. Selleks arendab Wolt erinevaid tehnoloogilisi lahendusi alates kohalikust logistikast kuni jaemüügitarkvara ja finantslahendusteni. Platvorm opereerib Wolt Market kaubamärgi all oma toidupoode. Wolt'i teenuste hulka kuuluvad Wolt+ (tellimusteenus klientidele), Wolt at Work (toidu tellimine töötajatele ja kontoritesse kohalevedu), Wolt Drive (kiire viimase miili tarne kaupmeestele) ja Wolt Self-Delivery (teenus kaupmeeste partneritele, kellel on oma kullerid). Wolt'i missioon on muuta kohalikku kogukonda panustamisega linnaelu paremaks. Wolt asutati 2014. aastal ja ühendas 2022. aastal jõud DoorDashiga.

Kontaktandmed

Piret Pert

Head of Communications, North Region

press@wolt.com

Kopeeri link

<https://press.wolt.com/et-EE/267168-uuring-eestis-on-85-platvormide-kasutajatest-on-leidnud-sel-moel-uue-kohaliku-restorani-voi-poe/>