

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Hanna-Brett Luht

**COVID-19 MÕJU EESTIS TEGUTSEVATE RÕIVAKAUPLUSTE
FINANTSSEISUNDILE**

Bakalaureusetöö

Õppekava TABB, peeriala majandusarvestus

Juhendaja: Ester Vahtre, EMBA

Tallinn 2022

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 6734 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Hanna-Brett Luht

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 200732TABB

Üliõpilase e-posti aadress: hanna.luht@gmail.com

Juhendaja: Ester Vahtre, EMBA:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	4
SISSEJUHATUS	5
1. COVID-19 PANDEEMIA MÕJU RÕIVAKAUBANDUSELE.....	7
1.1. COVID-19 mõju maailmamajandusele	7
1.2. COVID-19 pandeemia mõju moetööstusele.....	8
1.3. COVID-19 pandeemia mõju maailma rõivasektori finantsseisundile.....	15
1.4. COVID-19 pandeemia mõju Eesti rõivasektori finantsseisundile.....	17
2. UURIMISMEETODID JA ALGANDMED	22
2.1. Uuringu meetodika	22
2.2. Uuringu tulemused ja analüüs	24
2.3. Uuringupõhised ettepanekud ja järeldused.....	30
KOKKUVÕTE	32
SUMMARY	34
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	37
LISAD	40
Lisa 1. Küsimustik.....	40
Lisa 2. Kiri uuringus osalenud ettevõtetele	43
Lisa 3. Lihtlitsents	44

LÜHIKOKKUVÕTE

Selles bakalaureusetöös on uuritud Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundi muutumist COVID-19 pandeemia ajal, kuna pandeemia on mõjutanud suurel määral kogu maailma majandust, sealhulgas ettevõtteid. Andmete kogumiseks koostati Google Forms'i keskkonnas eestikeelne küsimustik, mis saadeti e-posti teel Eestis tegutsevatele rõivakauplustele ning mis oli vastajatele avatud ajavahemikul 11.01.–11.04.2022. Valimi moodustasid Eestis tegutsevad rõivakauplused, olenemata nende tegutsemisaastate arvust. Kokku osales uuringus 24 ettevõtjat.

Töö eesmärk on välja selgitada koroonapandeemia mõju Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundile. Töö autor valis uurimistöö eesmärgiks selle, kuna ta tahab välja selgitada, millises olukorras on Eestis tegutsevad rõivakauplused ning, kas tingitud asjaolust muutus rõivakaupluste müügitulu ja milliseid meetmeid rõivakauplused kasutasid, et tulla toime pandeemia ajal.

Töö koostamisel on autor kasutanud kvantitatiivset uurimismeetodit, kuna selle abil on võimalik saada kõige täpsem ülevaade rõivakaupluste majandustulemustest ning leida vastused püstitatud uurimisküsimustele. Eesmärgi saavutamiseks koostati küsimustik, mis saadeti Eesti tegutsevatele rõivakauplustele

Uuringu tulemuste järgi järeldab autor, et rõivakaupluste finantsseis halvenes koroonapandeemia ajal. Ettevõtetel tuli viia ellu mitmeid muudatusi, et mitte kahjumisse langeda. Samuti pidid rõivakauplused välja mõtlema uusi viise, kuidas müügitulu taastada ning kuidas olla atraktiivne potentsiaalsetele klientidele. Selleks langetati rõivaste/toodete hindu, samuti tehti korrektureid e-poes või lausa loodi uus internetipood. Samuti muudeti internetipood võimalikult mugavaks ja lihtsaks, et tellijad ei peaks ostuprotsessi peale üleliigset aega kulutama

Võtmesõnad: COVID-19, pandeemia, finantsseisund, koroonapandeemia, e-pood,

SISSEJUHATUS

2020. aasta I kvartali lõpus kehtestati Eestis COVID-19 pandeemia puhkemise tõttu eriolukord. See mõjutas suurel määral nii inimesi kui ka riike, põhjustades mitte ainult terviseprobleeme, vaid ka majandusolukorra halvenemist. Koroonaviiruse levik on kutsunud esile üleilmse kriisi, mis on avaldanud mõju paljudele majandussektoritele. Kriis on majandust mitmeti muutnud: 1) seniseid tööprotsesse ja tegevusi on riskikindlamaks muudetud; 2) paljud ettevõtjad on panustanud digitaliseerimisse ja automatiseerimisse; 3) senisest rohkem on hakatud tegema kaugtööd ja kasutama virtuaalkanaleid. Kõik see on omakorda mõjutanud ka ühiskonda ja tarbimist.

Töö autori hinnangul on see teema endiselt aktuaalne, sest väga paljud ettevõtjad pole veel kriisist välja tulnud ja pandeemia pole Eestis taandunud. Andmete kogumiseks koostati küsimustik Eestis tegutsevate rõivakaupluste üldise finantsseisundi uurimiseks.

COVID-19 pandeemia tekitas Eestis olukorra, kus vaid esmatarbekaupu müüvad ettevõtted võisid olla avatud. Töö eesmärk on välja selgitada koroonapandeemia mõju Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundile. Töö autor valis uurimistöö sellise eesmärgi, kuna ta tahab välja selgitada, millises olukorras on Eestis tegutsevad rõivakauplused ning, kas tingitud asjaolust, muutus rõivakaupluste müügitulu ja milliseid meetmeid rõivakauplused kasutasid, et tulle toime pandeemia ajal.

Töö autor on püstitanud järgmised uurimisküsimused.

- 1) Kuidas on COVID-19 pandeemia ajal muutunud Eestis tegutsevate rõivakaupluste müügitulu võrreldes varasema ajaga?
- 2) Kuidas muutusid Eestis tegutsevates rõivakauplustes müüdavate toodete hinnad?
- 3) Kuidas on COVID-19 pandeemia ajal muutunud Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseis võrreldes koroonapandeemia-eelse ajaga?

Töö koostamisel on autor kasutanud kvantitatiivset uurimismeetodit, kuna selle abil on võimalik saada kõige täpsem ülevaade rõivakaupluste majandustulemustest ning leida vastused püstitatud uurimisküsimustele. Eesmärgi saavutamiseks koostati küsimustik, mis saadeti Eesti tegutsevatele rõivakauplustele

Töö jaguneb kaheks peatükiks, millest esimene peatükk annab ülevaate COVID-19 mõjust moetööstusele ning rõivatööstuse olukorrast maailmas ja Eestis. Teine peatükk käsitleb uuringut, esitades lõputöö meetodilist osa ja sisaldab läbiviidud uuringu tulemuste analüüsi ja ettepanekuid.

Esimeses peatükk jaguneb neljaks alapeatükiks, millest esimene annab ülevaate, kuidas on maailma moetööstus tulnud toime pandeemia olukorraga. Teine alapeatükk kirjeldab COVID-19 mõju maailmamajandusele ja kolmas alapeatükk käsitleb laiemalt maailma rõivakaupluste pandeemiaaegset finantsseisundit. Neljandas alapeatükis tuuakse välja kitsamalt Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundid pandeemia olukorras.

Teine peatükk on jagatud kolmeks alapeatükiks, millest esimene kajastab läbiviidud uuringu andmete valimit ja analüüsi metoodikat. Töö autor toob välja esimeses alapeatükis uurimisküsimused, uuringu sihtrühma ning analüüsi- ja andmekogumismeetodid. Teises alapeatükis kirjeldab töö autor uuringu tulemusi ja analüüsi. Kolmas alapeatükk koosneb uuringu ettepanekutest ja järeldustest.

1. COVID-19 PANDEEMIA MÕJU RÕIVAKAUBANDUSELE

Esimeses peatükis antakse ülevaade sellest, kuidas COVID-19 pandeemia on rõivakauplusi mõjutanud. Esimeses alapeatükis on vaadeldud, kuidas pandeemia mõjutab maailmamajandust. Teine alapeatükk kajastab, millist mõju on pandeemia avaldanud maailma moetööstusele üldiselt, ja on käsitletud rõivatööstuse võimalikke suundumusi tulevikus.

1.1. COVID-19 mõju maailmamajandusele

Pandeemia on pannud kogu ühiskonda igapäevaelu ümber korraldama. Viiruse kiire leviku tõttu kehtestati näiteks reisikeeld ja suleti koolid, see omakorda tõi kaasa sotsiaalse distantseerumise. Seetõttu on inimesed varasemast rohkem pöördunud digitaalsete vahendite poole, tekitades nende kaudu endale mõningase normaalsuse tunde. Lisaks on üheks murekohaks, millega paljud riigid peavad toime tulema, tööhõive suurenemine. Rahvusvahelise Tööorganisatsiooni (ILO) andmetel on välja arvatud, et pandeemia mõju maailma sisemajanduse kogutoodangule on umbes 0,1–0,4%. (Tabish 2020)

ÜRO Kaubandus- ja Arenguagentuur (UNCTAD) on ennustanud, et koroonaviiruse põhjustatud majanduslangus võib maailma majandusele 2020. aastal ligi 2 triljonit dollarit maksma minna. Sellele lisab omalt poolt suurt mõju see, et majandus seiskus mõningates tegevusharudes ning olukord võib veelgi halvemaks muutuda. Kõige suurem majanduslik mõju oleks arengumaade kaupade eksportijatel, kes on juba niigi suurtes võlgades. Kui pandeemia jääb kestma kauemaks, siis võib see pikemas plaanis vähendada maailmamajanduse tootmisvõimsust. Arvestades praegust olukorda ja seda, kuidas olukord võib tulevikus muutuda, võib eeldada, et tarneahela haavatavus kestab veel pikemat aega. Valitsus keskendub sellele, mis toimub nende piirides, mitte sellele, mis toimub väljaspool neid. Arvestades tarneahela haavatavust, võib ette näha suuremat liikumist iseseisva majanduse suunas. (Tabish 2020)

COVID-19 pandeemia on põhjustanud poliitilistes ja majanduslikes jõududes mitmesuguseid muutusi. Need ettevõtted, mis toetuvad inimeste kontaktidele, tunnevad juba praegu vahetut mõju

ja ootavad olulisi muutusi kõigis tööstusharudes. Mitmed riigid kogevad raskusi pandeemiast toibumisel. Pärast kriisi tunnevad inimesed, et peavad kiiresti taastama oma n-ö normaalse ehk pandeemiaeelse elu. Rahvatervise uuringute ajakirjas (*Journal of Public Health Research*) kajastatud uuring „COVID-19 pandeemia: esilekerkivad perspektiivid ja tulevikutrendid, toodi välja, et kõige kiiremini on pandeemiale reageerinud Korea, Taiwan, Singapur, Hongkong ja Hiina. Samuti on öeldud, et need riigid võivad väljuda olukorrast võitjatena, kuna reageerisid pandeemia olukorrale kiiresti. (Tabish 2020)

Autori arvates võib jätta selline majanduslik olukord suure märgi maha. Selle all mõtleb autor seda, et kõik väiksed ettevõtted, kellel oli varasemalt raske turul suurte ettevõtetega võistelda, võivad tegutsemise jäädavalt lõpetada ja ukсед sulgeda. Kui enamikel ajal vaadeldakse suurte ettevõtete majandusliku olukorda ja pigem suurriikide kui väikeseid mitte nii arenenuid. Sellest tulenevalt arvab autor, et ei osata hinnata, mida selline olukord võib neile teha. Sest enamikel juhtudel tulevad suured ettevõtted või arenenumad riigid olukorrast paremini välja.

1.2. COVID-19 pandeemia mõju moetööstusele

Mõni aasta tagasi ei osanud keegi arvata, et ühiskond seisab silmitsi uudse enneolematu kriisiga. Koroonapandeemia tõttu on maailmamajandust tabanud üks rängimaid majanduslangusi. Kannatada on saanud nii nõudlus kui ka pakkumine. Rahvusvaheline Valuutafond (IMF) kärpis 2020. aasta aprillis India majanduse kasvuproгноosi, ennustades sisemajanduse kogutoodangu kasvuks 1,9%. (Tabish 2020)

Pandeemia on mõjutanud paljusid tööstusharusid, teiste hulgas said ränga löögi ka tekstiili- ja rõivatööstus. Pandeemiaga tulid paremini toime need ettevõtted, kellel oli tugev veebipõhine kohalolek või mitu tootmiskohta ja kes kohanesid olukorraga kiiresti. Näiteks kui inimesed hakkasid rohkem kodukontoris töötama, siis nende riietumisstiil muutus ja tootjad suutsid sellele kiiresti reageerida. Kuna inimesed on pandeemia tõttu viibinud rohkem kodus ega ole saanud eriti väljas käia, osteti vähem pidulikke riideid. Seegi on moetööstusele avaldanud tugevat mõju. Inimesed on rohkem hakanud hindama mugavust ja vastupidavust, seevastu disainerrõivad ja trendiriided on jäänud pigem tagaplaanile. (Zhao, Kim 2021)

Töö autor arvab, et moetööstus pidi läbi viima kiire ja suure muutuse. Kuna inimesed pigem hakkasid tänu pandeemiale rohkem aega kodus veetma kui väljas, sellest tulenevalt tuli moetööstusel kiiresti disain ümber mõelda. Pole mõtet toota kleite või pidulike riideid kui kliendid ei näe nende vajadust. Samuti toob töö autor välja, et moeturul kestis pikemat aega seisak, kuna otseselt keegi ei tea kui kaua kestab pandeemia. Sellest tulenevalt ei toodetud juurde koheselt uusi kollektsioone vaid pigem moetööstused hoidsid stabiilset seisundit ja hakkasid rohkem keskenduma uutele nõudmistele nagu mugavus ja vastupidavus.

Pandeemia on mõjutanud moetööstuse erinevaid aspekte, sealhulgas hankimist ja tootmist, disaini ja tootearendust ning hulgi- ja jaemüüki. Ettevõtted on olnud sunnitud uute oludega kohanema, et vastata tarbijate muutunud vajadustele. Lisaks moekaubale hakkasid paljud ettevõtjad müüma ka isikukaitsevahendeid, näiteks näomaske. Samuti on disain muutunud klassikalisemaks ja vastupidavamaks, sest nõudlus uue moe järele on vähenenud. (Zhao, Kim 2021)

COVID-19 pandeemia on suurendanud nõudlust ajakohaste isikukaitsevahendite järele, kuna inimesed tahavad olla väljaspool ohtu ja samas uute suundadega sammu pidada. Ettevõtjad on selle suundumusega kaasa läinud ja näinud selles head võimalust uude valdkonda siseneda. Paraku pole ettevõtjad korralikult ette valmistunud, sest tootmise alustamiseks on vaja teatavaid sertifikaate. Meditsiinilistel maskidel on kindel materjal ja neile on seatud kindlad funktsionaalsed tingimused. Ettevõtetele, kes toodavad maske, on ära toodud kindel tootmise tehnoloogia, mida ettevõtte võib kasutada ja millest lähtuvalt oma tootmisprotsessile kohandada. (Grünfeldt 2020)

Tänu pandeemiale pidid paljud ettevõtjad muutma oma hankestrateegiaid. Näiteks need, kelle hanketegevus oli juba varasemalt väga mitmekesine, suutsid keerulised ajad üle elada. Seevastu nendele ettevõtjatele, kes olid kindlale suunale spetsialiseerunud, näiteks pidulikele kleitidele või ülerõivastele, võis pandeemia saatusliku löögi anda. Ettevõtted, kes läksid koheselt muudatustega kaasa ning ühiskonna normidega said natukenegi päästa oma ettevõtet. Ettevõtted, kes koheselt hakkasid maske tootma jäid inimestele paremini silma, sest maskide nõudlus on suur ning see on ka ühiskonna uus norm. (Grünfeldt 2020)

Töö autor toob oma arvamuseks, välja selle, et need ettevõtted, kes liikusid koheselt muudatustega kaasa ja hakkasid makse ning muid erinevaid isikukaitsevahendeid tootma, võisid inimestele rohkem silma jääda ning sellest tulenevalt ei langenud müügitulu nii suurel määral kui nendel ettevõtetel, kes ei pakkunud selliseid tooteid. Autor arvab, et kui inimene ostab endale riidepoest

kaitsemaski siis suur tõenäosus on, et ta võib lisaks sellele veel midagi juurde osta. Samuti kui kliendil tekib usaldus poe vastu ning ta teab, et ta saab sealt kõik vajalikud tooted siis klient võib seda poodi uuesti külastada. Sellest tulenevalt arvab autor, et need ettevõtted, kes pakkusid vajalike tooteid inimestele. Nendel ettevõtetel ei langenud müügitulu nii suurel määral.

Mõju maailma rõivatööstusele ja kaubandusele on uurinud Li Zhao ja Kihyung Kim. Nad on teinud uuringu, mis on avaldatud Sage ajakirjas (*Sage Journals*), koostasid uuringu Missouri ülikoolis “COVID-19 pandeemia reageerimine: ülemaailmse rõiva- ja tekstiili väärtusahela tavad ja strateegiad“. Muutuste selgitamiseks viidi läbi ulatuslik kirjanduse ülevaade koos kvalitatiivse sisuanalüüsiga. Seejärel viidi läbi ülemaailmne juhtumiuuring, et anda õigeaegne ja sügavam arusaam COVID-19 pandeemia mõjudest, pidades silmas riiete- ja tekstiilitööstuse sobivat ja kaasaegset konteksti. Autorid reorganiseerisid ülemaailmse riiete ja tekstiili väärtusahela kolmeks põhikomponendiks, kasutades globaalset väärtusahela (GVC) kaardistamise metoodikat. (Zhao, Kim 2021)

Sage ajakirjas kajastatud uuringu “COVID-19 pandeemia reageerimine: ülemaailmse rõiva- ja tekstiili väärtusahela tavad ja strateegiad“ läbiviinud töö autorid leidsid, et koroonaviiruse ajal olid kõige edukamad need ettevõtjad, kelle hanked olid väga mitmekesised: nad hankisid tooteid mitmest eri allikast, selle asemel et toetuda üksnes ühele konkreetsele allikale. Näiteks neil Hiina ettevõtjatel, kes olid investeerinud ja tootnud ainult Hiinas, oli raskem kui nendel ettevõtjatel, kes olid investeerinud mitmesse riiki. (Zhao, Kim 2021)

Väga oluline valdkond, mida pandeemia samuti mõjutab, on jae- ja hulgimüük. Missouri Ülikoolis tehtud uuringu kohaselt muutusid kodus töötamine ja sotsiaalne distantseerumine äärmiselt oluliseks. Tuli luua veebiplatvorm või seda suurel määral muuta, et kõik kaubad oleksid kõikjal kättesaadavad sel ajal, kui kauplused on suletud. Ühe olulise tähelepanekuna toodi uuringus esile seda, et ettevõtjad võiksid omavahel koostööd teha ja oma tegevust kooskõlastada. Ka tekstiili- ja rõivatööstus peab kohanema uue normaalsusega. Lisaks tuli uuringust välja see, et veebikuvand on ettevõtte ja selle heaolu jaoks väga oluline. (Zhao, Kim 2021)

Artikli töö autorid Li ja Kihyung Sage ajakirjas uuringu “COVID-19 pandeemia reageerimine: ülemaailmse rõiva- ja tekstiili väärtusahela tavad ja strateegiad“ tõid märkimisväärsena välja, et seda pandeemia aega peaks käsitlema kui digiüleminekut. Inimesed on ära harjunud virtuaalsete

platvormide ja nende pakutava mugavusega, samuti on inimesed näidanud üles suurt huvi veebis ostmise vastu. Hulгимүүjad on üha enam hakanud otsima uusi viise, kuidas oma tooteid läbi virtuaalsete kanali klientidele reklaamida ja kuidas oma tooteid digitaalsete kanalite kaudu uut moodi turustada. (Zhao, Kim 2021)

Autori arvates, aitab koroonaviiruse puhang kaasa paremale digitaliseerimisele. Kui me arvasime, et kõik ettevõtted on digimaailmaga kursis ning toimetavad peamiselt seal siis see arvamus, ei vasta tõele. Suhteliselt suurel määral eriti rõivatööstuse väikeettevõtete seas pole veebipood kasutusele võetud. See võib olla sellepärast, kuna kohe tekivad juurde lisakulud näiteks, veebipoe tegemine, selle haldamine ning turustamine. Samuti võivad väikesed ettevõtted karta koheselt töömahu suurenemist. Sellepärast on nad pigem harjunud väikse aga oma kindla piirkonnaga. Kuna on suuresti muutnud majandust siis sellega kaasnes ka ühiskonna käitumisviisi muutus. Inimesed on kohati ära harjunud veebipoe tellimisega ning see on muudetud klientide jaoks väga mugavas. Sellest tulenevalt toob töö autor välja, et kõik väikesed kui ka suured moetööstuse ettevõtted, kes ennem ei panustanud digitaliseerimisele saavad aru, kui palju kasu see neile toob.

Karantiinimeetmed olid üle maailma suhtelised sarnased, piirati koguneda võivate inimeste arvu, kehtestati isikukaitsevahendite kasutamise nõue. Vajaduse korral pandi rõivakauplused mõneks ajaks kinni, kuni haigestumine vähenes. Tekstiili- ja rõivatööstus on väga suur, globaliseerunud sektor. Pandeemia avaldas sellele suurt mõju. Kuna inimestel tekkis koroonaviiruse puhangu põhjustatud majanduslanguse ajal hirm liigselt kulutada, vähenes nõudlus tekstiilikaupade ja rõivaste järel. (Xu jt 2020)

Insenerijuhtimise ülevaate artiklis (*ieee engineering management review*) kajastatud uurimistöö „COVID-19 mõju maailmale - tarneahelad: faktid ja perspektiivid“ autorid Zhitao, Adele ja Laoucine eesmärk oli uurida COVID-19 mõju globaalse tarneahela tõhususele ja reageerimisvõimele ning pakkuda välja juhtimisalased teadmised nende riskide maandamiseks ja nende vastupanuvõime suurendamiseks erinevates tööstussektorites. Uuringus tuli välja, et COVID-19 pandeemia on põhjustanud enneolematuid häireid enamiku ülemaailmsete tarneahelates, kaasa arvatud moetööstuses. (Xu jt 2020)

Uuringus selgus, et Euroopa Liidus prognoositi 2020. aasta rõivasektoris 50%-list langust, see on suhteliselt suur. Mckinsey & Company prognoosi järgi vähenevad tulud 2020. aastal rõiva- ja jalatsisektoris 27–30%. Vastutustundliku Ettevõtlike Foorumi korraldatud uuringust selgus, et

50% rõivatööstuse tehastest ja nende tarnijatest ei tööta enam täisvõimsusel, kusjuures 15% nendest tehastest töötavad alla 50%-lise toodanguvõimsusega. Selle põhjuseks võib olla tarbijate nõudluse ning tooraine ja sisendite vähenemine. Ka tööjõupuudus aitab rõivasektori langusele kaasa. (Xu jt 2020)

Väidetakse, et koroonapandeemia ei mõjuta tööstussektorit mitte ainult lähitulevikus, vaid selle mõju võib avalduda pikemajalisemalt. Teadlaste hinnangul kujutab selline ajajärk endast eriolukorda, sest varem pole peaaegu üldse uuritud, kuidas peaks tööstussektor käituma kriisiolukorras ning kuidas kriisist võimalikult kiiresti toibuda. (Xu jt 2020)

Alates pandeemia puhkemisest ja eriolukorra kehtestamisest on tarbijate harjumused kohati muutunud ning see on sundinud moetööstust oma tegevust kohandama. Kuid nüüdseks on olukord muutunud ning riigid on hakanud lukustuskorraldusi tühistama ja vaikselt avatakse jaekaubandus kauplused, sellest tulenevalt on tarbijad järk-järgult hakanud kohanema COVID-19 reaalsusega. Koostatud töö autor arvab, et selliselt olukorrast ehk pandeemia ajast on kujunenud välja uued tarbimisharjumused. Disainiettevõtted ja tootearendus peavad rõivastiilides kajastama tänapäevast olukorda, kus inimesed töötavad kodus ja eelkõige panevad rõhku mugavusele ja lisaks vastupidavusele. Kindlasti tuleb arvestada ka ostukavatsuste vähenemist ning, et inimestel ei teki kohe peale pandeemiat tuju minna pidustustele seega pole peorõivad nii olulised.

Tarbijad hindavad üha vähem füüsilist keskkonda ning tänu sellele, et kogu informatsioon on veebis kiiresti kättesaadav, on nad ka hinnateadlikumad. Rohkem on hakanud väärtustama ühest kohast ostlemist, tehes seda ostuprotsessi võimalikult odavalt. Riidepoed peavad sellest tulenevalt suurendama kiirust ja reageerimisvõimet, sest ostetakse ühest kohast ning tarbijad hindavad kiiret kauba kättesaamist, peale ostuprotsessi tegemist internetipoes. Riidekauplused peavad lisaks kaubanduskeskustes olemasolevatele poodidele nüüd ka netipoes oste tehes tarbijad kõnetama, kätte saada kõik potentsiaalsed kliendid.

Artiklis Taylor ja Francis kajastatud uuring „Kas COVID-19 toetab üleminekut jätkusuutlikumale moetööstusele?“ uurivad töö autorid Brydges, Retamal ja Hanlon, kas pandeemia toetas moetööstust, et ta saaks üle minna jätkusuutlikumale arengule. Töö autorid kasutasid uurimiseesmärgi leidmiseks raamistikku, et uurida jätkusuutlikkuse moe-tarneahelaid ning seeläbi

tõid välja jätkusuutliku ülemineku võimalused. Uurimistulemusi kogudes arvestasid autorid sotsiaalmajanduslikke mõõtmeid seoses sotsiaalse mõju, sooga ja tööhõivega. Autorid väidavad, et igasugune nihe jätkusuutlikkuse ja õiglase ülemineku suunas peab tunnistama sotsiaalseid ja keskkonnaalaseid väljakutseid omavahel seotuna, käsitledes struktuurset ebavõrdsust. (Brydges jt 2020)

Töö autorid Brydges, Retamal ja Hanlon jõudsid järeldusele, et COVID-19 oluliselt mõjutanud rõivatootmist ja eelkõige rõivatööstuse töötajaid. Riiete tootmiskiiruse ja tempo jätkuvad muutused mõjutavad töötajaid, kes on olnud sunnitud reageerima pandeemiast tingitud muutuva tööstuse dünaamikale reaajas ja nendega kohanema. Töö autorid tõid välja, et pandeemia ajal on toimunud järkjärguline muutus tarneahelas nii sotsiaalses kui ka keskkonnaalase jätkusuutlikkuse parandamise suunas ja sellest eemal. Veelgi enam võib moetarbimise vähenemine olla ajutine, mis on toonud tähelepanu kiirete süsteemimuutuste probleemsetele toimetulekumõjudele. Üleminek aeglasemale ja lokaalsemale moele peab sisaldama plaane õiglasteks üleminekuteks tootvates riikides. (Brydges jt 2020)

Artiklis leiavad autorid Taylor ja Francis, et kõige sobivamaks stsenaariumiks võib olla see, kui tähelepanuväärne majanduslik murrang ajendab muutusi tarbijate käitumises ja tootemargis, mis võib omakorda kaasa tuua moetööstuse uuenemise. Kuigi sellised rühmad nagu Global Fashion Agenda on pikka aega uskunud, et moetööstuse elujõulisus sõltub sellistest kaubamärkidest, mis on pühendunud jätkusuutlikule arengule, on tekkinud kahtlus, et COVID-19 pandeemia järel võib sellistesse algatustesse investeerimine oluliste rahavoogude probleemide tõttu väheneda. Kuigi jätkusuutlikkus on pikaajaline siht, võib mõne kaubamärgi puhul esikohale tõusta vajadus tegeleda lühiajaliste probleemidega, nagu varude haldamine, ja see võib lõppkokkuvõttes nende põhijoone määrata. Samas, kuna COVID-19 tõttu on pärsitud selliste põhifunktsioonide täitmine nagu tootmine, transport ja tarbimine, võib pandeemia mõne kaubamärgi puhul tegelikult jätkusuutlikkuse eesmärkide saavutamisele hoopis kaasa aidata. (Brydges jt 2020)

Artiklis „Kas COVID-19 toetab üleminekut kestlikumale moetööstusele?“ oli olulise aspektina välja toodud, et kaubamärgid ei tohiks kasutada COVID-19 pandeemiat ettekäändena, et peatada senised jätkusuutlikkuse plaanid. Tööstus võiks kasutada seda aega näiteks ümberkorralduste tegemiseks, samuti võiks seda aega kasutada kaasavama ning keskkonnasõbralikumana ja ühiskondlikult jätkusuutlikumana tööstuse kujundamiseks. Ettevõtetel jääb üle ainult oodata, kas

pandeemia mõju on püsiv või jõuab tööstus järgmisesse kriisi, jättes senised õppetunnid tähelepanuta. Disaini- ja moetööstus seisab hetkel silmitsi üsna ebakindla tulevikuga, tulevikutööstus võib suuresti erineda seni tuntust. (Brydges 2020)

Moetööstust on COVID-19 pandeemia suurel määral mõjutanud, tulevikus saab olema näha, kas pandeemiast saab jätkusuutlikkuse lähtestamine, mida tänapäeva tööstus rohkesti vajab. Kriisiolukorrast saab tuua näited, et arengud seoses jätkusuutlikkusega on tarneahelas väga ebahühtlased ning disain ja tarbimine saavad palju rohkem tähelepanu. Edaspidi tuleks lähemalt uurida, kuidas eri osalejad, nagu jaemüüjad, moedisainerid, haridusasutused ja rõivatööstus tervikuna, reageerivad praegusele tervishoiualasele hädaolukorrale erinevates geograafilistes paikades ja kuidas toimub üleminek.

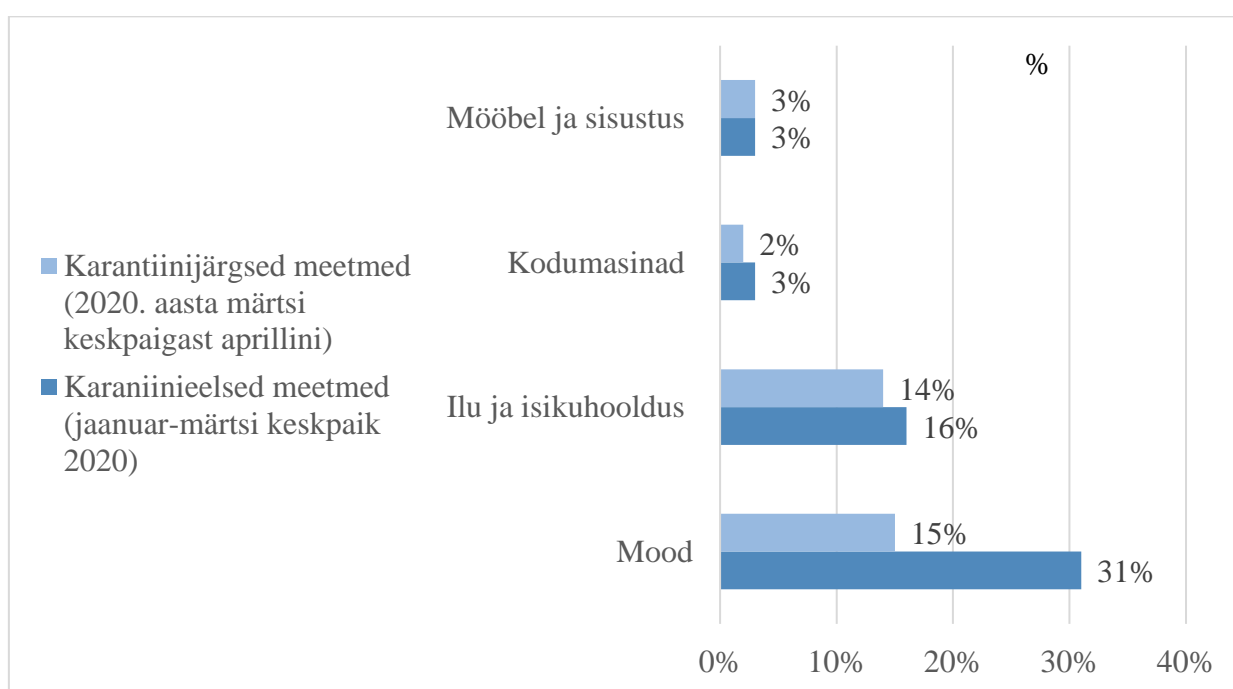
Kokkuvõtteks, kõik moetööstusettevõtted võiksid jälgida ühiskonnas ilmnevat suundumusi, see on eriti hästi esile tulnud pärast koroonaviiruse pandeemia puhkemist. Pandeemia on sundinud tarbijaid kasutama digitaalseid kanaleid. Nendel, kes seni olid eelistanud muid kanaleid või ei osanudki digitaalseid võimalusi kasutada, polnud kriisiolukorras enam muud valikut, kui hakata neid kasutama.

Teadlased peavad tõenäoliseks, et ka pärast pandeemiat jätkavad tarbijad aktiivset veebi teel ostmist. Artikli töö autorid Narayan, Nitin ja Shazi Sage ajakirjas uuringu „Moe jaemüügitööstuse ümberkujundamise COVID-19 mõju kaudu Pärsia lahe koostöönõukogu (GCC) riikides“ on välja toodud, et Pärsia lahe koostöönõukogu on uurinud tarbijate digivahendite kasutamist ning veebi teel ostude tegemist. Arvatakse, et internetis ostude tegemine ei taandu, vaid muutub veelgi ulatuslikumaks –isegi pärast kriisi, kui sotsiaalset distantseerumist enam ei nõuta. Olukorra võib keeruliseks muuta see, et digitaalne keskkond on mitmekülgne ja keeruline keskkond, kus moekaupade müüjad peavad andmeid analüüsides saama teadmisi, et jõuda kõigi potentsiaalsete klientideni ja täita nende soovid. Kuid olukorra muudab keerulisemaks see, et jaemüüjad peavad samal ajal hoidma tasakaalu e-kaubanduse ja füüsiliste kaupluste vahel. Tarbijad on üha enam hakanud võrdlema ostuprotsessi tavakaupluses ja veebipoes. (Rao jt 2021)

1.3. COVID-19 pandeemia mõju maailma rõivasektori finantsseisundile

Ülemaailmne COVID-19 pandeemia on avaldanud suurt mõju maailmamajanduse kõikidele sektoritele, selle täielik mõju on praegu veel kujuteldamatu. Pandeemia mõju ei piirdu mitte ainult tervishoiu- ja meditsiinivaldkonnaga, vaid see on ka poliitiline, sotsiaalne ja majanduslik. Sotsiaalne distantseeritus, kaugtöö tegemine, kaubanduse sulgemine ja teenuste osutamise peatamine, inimeste liikumise piiramine ning isegi ühiskondade täielik sulgemine ei ole mõjutanud mitte ainult maailmamajanduse ja integreeritud tarneahelate toimimist, vaid on vähendanud ka ülemaailmset nõudlust ja muutnud inimeste tarbimisharjumusi. (Fernades 2020)

Moetööstus on üks neist tööstusharudest, mida COVID-19 pandeemia on tõsiselt mõjutanud. ContactPigeoni andmetel on välja toodud tulenevalt eriolukorrast on toimunud muutused müügitulus. Aruandes kasutatud andmed esindavad e-kaubanduse tehinguid (veebitellimus), mis on koondatud suure hulga ContactPigeoni toetatud jaemüüjate lõikes ajavahemikus 2020. aasta jaanuarist aprillini. Joonis 1 on välja toodud 2020. aasta, esimese koroonapandeemia laine ajal ilmnunud muutused. Moetööstuses langus osutus kõige suuremaks -16%. (ContactPigeon 2020)



Joonis 1. Müügitulu muutumine valdkondade kaupa karantiinieelsel perioodil ja karantiinjärgsel perioodil ContactPigeoni toetatud jaemüüjate lõikes

Allikas: autori koostatud ContactPigeon alusel (2020)

Pandeemia on tekitanud suure ebakindluse tuleviku ees, olles muutnud eri valdkondade sotsiaalseid tavasid. Sissetulekud on muutunud ebakindlamaks, suurenenud on kodus viibimine, inimesed on suunatud kodukontorisse ja vajadus osta kaupu on muutunud teisejärguliseks. Moetööstust tabas pandeemia esimene laine kohe, moekaupade kaubamärgid ja jaemüüjad kogesid äkilist nõudluse langust. Töö autor arvab, et kuna inimesed kogesid sellist pandeemiat esimest korda, ei tehtud ebavajalike oste. Sellepärast ei suutnud ka e-kaubanduse kasv nõudluse vähenemist kompenseerida.

Jaekauplustes kahanesid tarbijate ostud märtsis, aprillis ja mais suure hooga. Kuna Sellest tulenevalt olid nii 2020. aasta kevadel kui ka suvel moetööstuse müügitulemused negatiivsed. Selle tagajärjel taotlesid Ameerika Ühendriikide suurimad jaemüüjad pankrotti, nende seas True Religion Apparel, J. Crew, Centric Brands, Neiman Marcus ja Aldo. (Ricchetti, De Palma 2020)

2020. aastal oli nõudluse langus moekaupade müüjate andmetel suurim märtsis, aprillis ja mais. COVID-19 pandeemia mõju nõudluse vähenemisele 2020. aasta esimesel poolel suurtes riikides on esitatud allolevas tabelis (vt 1. tabel). (Ricchetti, De Palma 2020)

Tabel 1. COVID-19 pandeemia mõju rõivaste ja aksessuaaride jaemüügis 2020. aasta kevad- ja suvehooajal toimunud muutused

	Itaalia	Saksamaa	Hispaania	Hiina	Ameerika ühendriigid
jaanuar	0.3%	0.2%	0.9%	-34.0%	3.0%
veebruar	2.5%	0.5%	4.6%	-34.0%	5.0%
märts	-64.5%	-51.8%	-61.4%	-36.0%	-51.0%
aprill	87.6%	-70.9%	-90.1%	-20.0%	-89.0%
mai	-41.8%	-23.6%	-66.7%	-2.6%	-62.0%
juuni	-14.7%	-16.3%	-27.1%	-2.9%	-24.3%

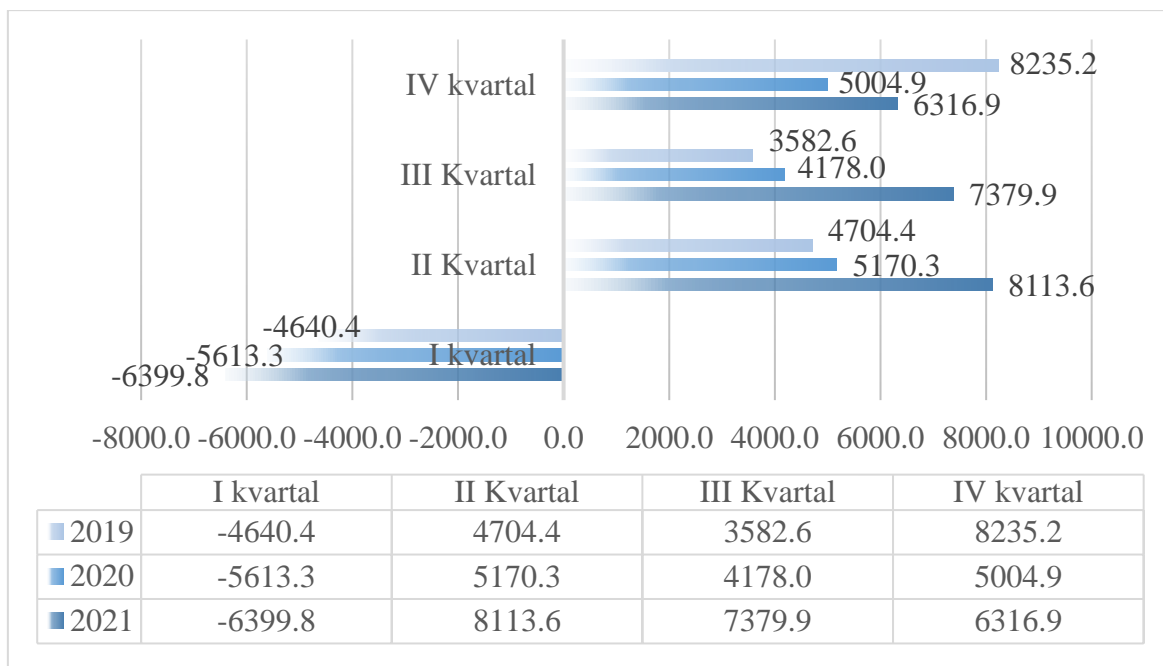
Allikas: autori koostatud Ricchetti ja De Palma alusel (2020)

Ka maailma suurimad kaubanduskeskused olid mures, kartes, et tootmisharu võib tabada sügav langus nagu 2008. aastal. Selle võib põhjustada asjaolu, et jaemüüjad ei suuda olemasolevaid rõivaid maha müüa ja laod täituvad ülemääraselt. Pandeemia viis selleni, et Briti kaubamaja Harrods, üks maailma suurimaid ja tuntuimaid, avas esimest korda müügipunkti, kus müüakse varasemate hooegade kaupu allahinnatult, et ei peaks uusi kaupu kohe soodsamalt müüma. Seevastu teised kaubamajad müüvad pandeemia ajal uusi kaupu 40–80% soodsamalt.

1.4. COVID-19 pandeemia mõju Eesti rõivasektori finantsseisundile

Suur viiruse levik puudutas ka Eestit. Vahetult peale seda, kui Maailma Terviseorganisatsioon oli teatanud, et viiruse levik on saavutanud ülemaailmse epideemia mõõtmed, kuulutati Eestis välja eriolukord, mis kehtis 13. märtsist 17. maini. (Pregel, Emor 2020) Viiruse kiire leviku peatamiseks võeti kasutusele mitmesuguseid meetmeid: mõneks ajaks suleti kõik avalikud ruumid, välja arvatud toidukauplused ja tervishoiuteenuseid, sealhulgas ravi- ja rehabilitatsiooniteenuseid pakkuvad asutused; lisaks piirati saarte ja mandri vahelist liikumist. Eestis kestis eriolukord kaks kuud, peale seda tühistati liikumispiirangud ja kaubanduskeskused avati taas. (Eesti Rahvusringhääling 2020)

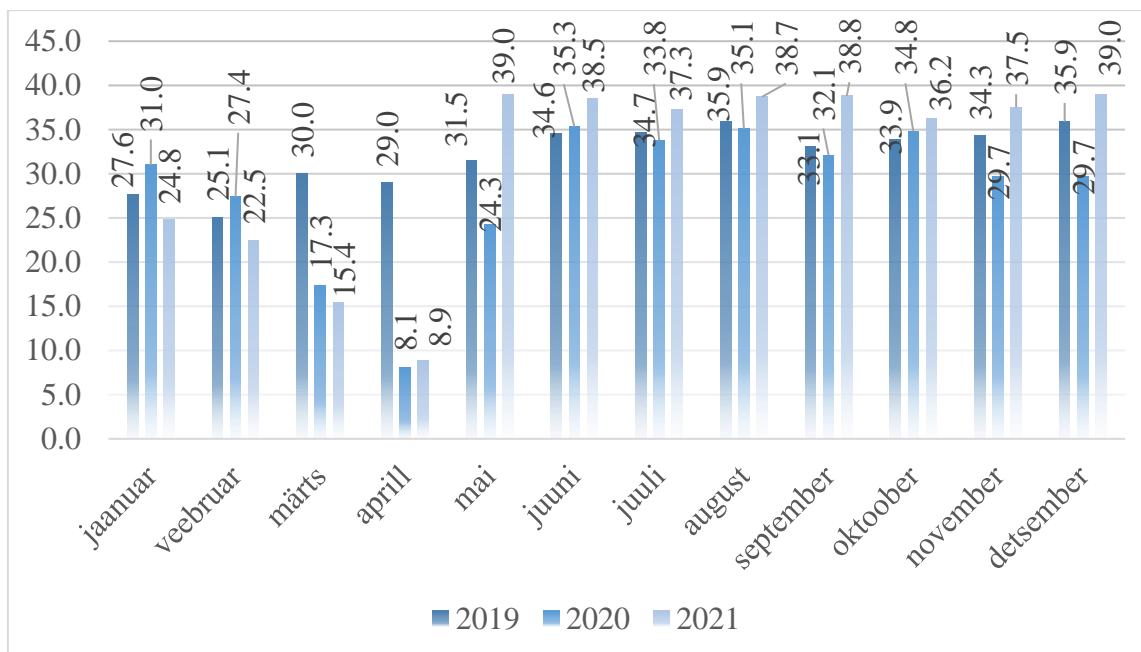
Eriolukord tõi nii mujal maailmas kui ka Eestis kaasa majanduslanguse, samuti töötuse määra kasvu. Eesti Panga andmete järgi ei põhjustanud koroonaviiruse puhang suurt hinnatõusu, vaid jaekaubandusettevõtted pigem langetasid hindu. (Eesti Pank 2020) Kui võrrelda nahktoodete, jalatsite, rõivaste ja tekstiiltoodete puhul 2019. ja 2020. aasta müügi kogukasumit, võib näha suurt langust. Pandeemia mõjul oli 2020. aasta IV kvartali kasum vähenenud 3,230.3 miljonit eurot (vt joonis 2). Töö autor tõi lisaks joonises välja 2021. aasta kogukasumi tekstiiltoodete, rõivaste, jalatsite ja nahktoodetes ning on näha märgatavat muutust võrreldes 2019. aasta esimese kvartaliga ning samuti neljanda kvartaliga. Lisaks hakkas Eesti valitsus teisest kvartalist piiranguid leevendama, selle tulemusel on ka näha kogukasumi tõusu (vt joonis 2). (Eesti Statistikaamet, tabel EM041)



Joonis 2. Ettevõtete majandustegevuse näitajad jooksevhindades: näitaja (kogukasum, tuhat eurot), tegevusala (EMTAK 2008), kvartal ja aasta

Allikas: autori koostatud Eesti Statistikaamet, tabel EM041 alusel

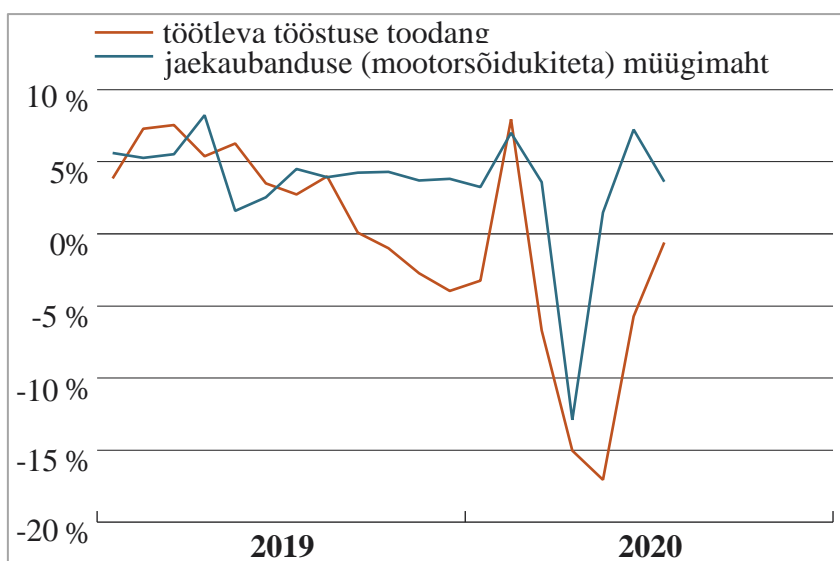
Rõivatööstus pidi leidma uusi lahendusi, kuidas oma kliente koroonapandeemia ajal kõnetada. Statistikaameti kaubandusettevõtete müügitabel toob ilmekalt välja rõivasektori müügitulu kuude kaupa. Selgelt on näha, kuidas müügitulu pandeemia tõttu kahanes. 2019. ja 2020. aasta märtsi, aprilli ja mai tulunäitajate vahel on täheldatavad suured erinevused. Eestis eriolukorra kehtestamise järel hakkasid tulunäitajad eelneva aastaga võrreldes märgatavalt vähenema. Pärast eriolukorra lõppu 2020. aasta järelejäänud kuude tulu küll kasvas, kuid vaevu suutis konkureerida 2019. aasta tuluga. Vaadates 2021. aasta müügitulu, on näha, et langus on esinenud enam-vähem samadel kuudel. 2021. aasta müügitulu tegi 2019. aasta suvekuudega võrreldes suure hüppe, sest Eestis olid liikumispiirangud kaotatud ning inimesed said jälle vabamalt liikuda (vt joonis 3). (Eesti Statistikaamet 2020)



Joonis 3. Müük kaubandusettevõtetes (v.a hulгимüük ja vahenduskaubandus): Näitaja (müügitulu, miljonit eurot), tegevusala (EMTAK 2008), kuu ja aasta

Allikas: autori koostatud Eesti Statistikaamet, tabel KM020 alusel

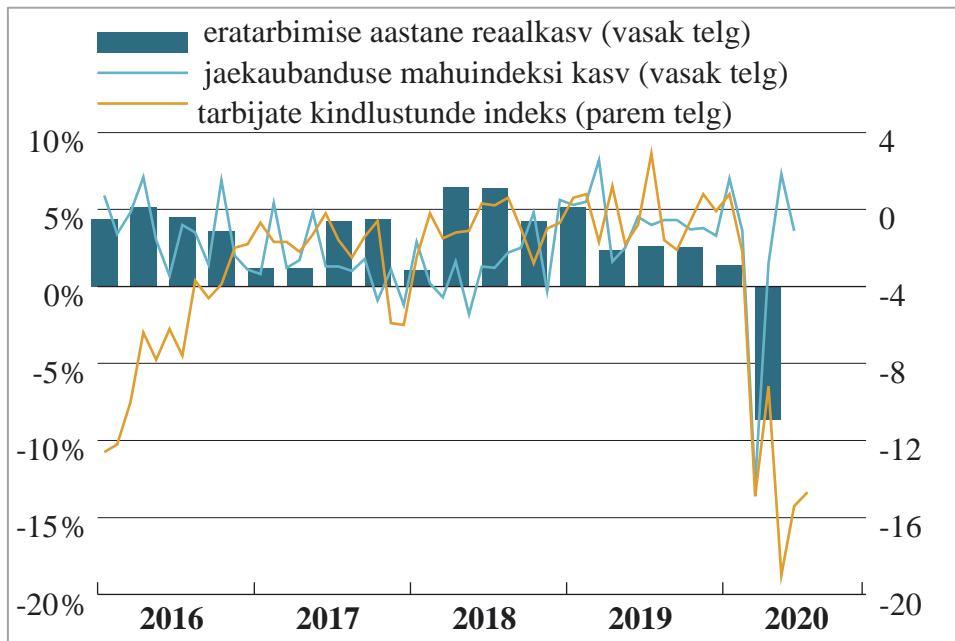
Eesti Pank on välja toonud (vt joonis 4) jaekaubanduse mahuindeksi kasvu kriisiolukorras. Jooniselt on näha, kui kiiresti ja kui palju kahanes tööstustoodangu ja jaekaubanduse mahuhindeks. Eesti Panga rahapoliitika ja majanduse aruande järgi hakkasid 2020. aasta III kvartalis pärast piirangute leevendamist taastuma jaemüük ja ekspordisektor, samuti tööstus (vt 4. joonis). (Eesti Pank, 2020)



Joonis 4. Tööstustoodangu ja jaekaubanduse mahuhindeksi kasv

Allikas: Eesti Pank. Rahapoliitika ja Majandus (3/2020)

Eriolukorra tõttu olid kaubanduskeskused suletud. Sellest tulenevalt vähenes ka tarbimine, mis mõjutas pikemas perspektiivis rõivakaupluste finantsseisu. Tarbimine taastus kvartali teises pooles kiiresti, kuid tarbijad olid ettevaatlikud ja ei teinud liigseid kulutusi. Jaekaubanduse ja kaardimaksete statistika näitab, et 2020. aasta mai lõpus ja juunis jõudis igapäevane ostukäitumine tagasi eelmise aasta tasemele. Kuid tarbijate kindlustunde näitaja oli jäänud aprilli tasemele (vt 5. joonis) ning püsikaupu ei söandatud eriti osta. (Eesti Pank 2020)



Joonis 5. Eratarbimine

Allikas: Eesti Pank. Rahapoliitika ja Majandus (3/2020)

Lisaks on rahapoliitika ja majanduse 2020. aasta III kvartali ülevaates toodud välja varude vähenemine lisaks sisemajanduse kogutoodangu langusele 0,9%-ni. Eesti Panga andmetel vähenesid müügiks ostetud kaupade varud nii jae- kui ka hulgikaubanduses. See võis tuleneda sellest, et kaupmehed soovisid hoida laovarusid väiksemana, sest olukord oli ebakindel. Varud vähenesid ka põllumajanduses ja tööstuses. (Eesti Pank 2020)

Eriolukorra tõttu olid paljud ettevõtjad sunnitud kulusid vähendama ning töökorraldust muutma. Kantar Emor viis 2020. aastal läbi uuringu, et „mõõta Eesti ettevõtete hinnanguid Covid-19 mõju kohta nende ettevõtte majandustegevusele ning toetusmeetmete vajadust ja kasutamist“ (Pregel, Emor 2020). Uuringust selgus, et COVID-19 pandeemia on ettevõtete tegevusele suurt või väga suurt mõju avaldanud 69% vastanute arvates ning üldiselt riigi majandusele ligikaudu 85% vastanute arvates. Peamise probleemina toodi välja vähene nõudlus toodangu järel, seda oli

kogenud 75% ettevõtetest. Uuringus osales 132 hulgi- ja jaekaubandusettevõtet, neist 84 vastasid, et COVID-19 on mõjutanud nende majandust väga oluliselt. Nendest ettevõtetest 25 olid pidanud pandeemia tõttu töötajaid koondama ning 2 ettevõtte esindajad vastasid, et kavatsevad lähima kuu jooksul veel töötajaid koondada. Hulgi- ja jaekaubandusettevõtted tõid välja peamised mõjutegurid, kuidas COVID-19 mõjutas ettevõtte tegevust. Kõige levinumaks vastuseks osutus vähene nõudlus toodangu järele, järgmisena toodi välja raskused tegevuse planeerimisel. Samuti mainiti raskusi sissetulnud arvete tasumisel. Uuringust selgus seegi, et 2020. aasta hulgi- ja jaekaubandusettevõtete II kvartali käive oli võrreldes eelmise aasta käibega suurel määral kahanenud, nii leidis 77,78% ettevõtetest. Samuti ilmnnes, et 55 hulgi- ja jaekaubandusettevõtet vajasisid toimetulekuks riiklikke toetusmeetmeid. (Pregel, Emor 2020).

2. UURIMISMEETODID JA ALGANDMED

Teine peatükk käsitleb läbiviidud uuringu andmete valimist, uuringu metoodikat ning analüüsi. Esimeses alapeatükis vaadeldakse uurimisküsimusi, uuringu sihtrühma ning analüüsi- ja andmekogumismeetodit. Teises alapeatükis tuuakse välja uurimistöö tulemused ja analüüs. Kolmas alapeatükk sisaldab autori ettepanekuid ja järeldusi.

2.1. Uuringu metoodika

Töö eesmärk on välja selgitada koroonapandeemia mõju Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundile. Koroonapandeemia tõttu kehtestati Eestis eriolukord, mille vältel rõivakauplused olid suletud ning rõivaste soetamine seetõttu raskendatud. Riidekauplused pidid kohe hakkama alternatiive otsima. Uuringu käigus selgitati välja Eestis tegutsevate rõivakaupluste hinnang finantsseisundile ning uuriti, kuidas on pandeemia seda mõjutanud.

Uurimistöö teema ei ole väga tundlik, kuna vaadeldud on Eesti rõivakaupluste üldist finantsseisu. Küsimustik koostati nii, et vastaja ei peaks pikalt analüüsima, vaid saaks valida väljapakutud vastusevariantide seast. Autor soovis uuringu käigus välja selgitada, kas üks või teine asjaolu muutis inimeste tarbimisviisi, ning esitas respondentidele küsimused, uurimaks, kas inimesed hakkasid vähem rõivaid või muid moetooteid ostma, kui poed pandi kinni ja võimalus tooteid selga proovida kadus; kas selle tagajärjel vähenes kasum; kas riidekauplused pidid seetõttu toodete hinda tõstma; kuidas muutus Eesti rõivakaupluste finantsseis pandeemia ajal; kas muudeti tööprotsessi või vähendati kulusid.

Ettevõtete finantsseisundi uurimiseks kasutati kvantitatiivset uurimismeetodit. Valimi moodustasid Eestis tegutsevad ettevõtted, olenemata nende asukohast või suuruselt. Ettevõtetele saadeti e-posti teel küsimustik. Ettevõtteid teavitati, et uuringus osalemine on vabatahtlik ja vastused jäävad anonüümseks. Töö autor kogus andmeid ise ning samuti töötles ja analüüsis neid ise.

Uurimistöö keskendub Eestis tegutsevatele rõivakauplustele, sõltumata sellest, kes on nende sihtrühm: naised, mehed või lapsed. Valimi moodustavad 72 ettevõtet, kellele saadeti e-posti teel Google Formsi keskkonnas koostatud küsimustik. Nendest 24 ettevõtet olid nõus uuringus osalema. Ettevõteteks on valitud keskmise suurusega Eestis tegutsevad ettevõtted, olenemata nende kaubagrupidist.

Töö koostamisel on autor kasutanud kvantitatiivset uurimismeetodit, kuna selle abil on võimalik saada kõige täpsem ülevaade rõivakaupluste finantstulemustest ning leida vastused püstitatud uurimisküsimustele. Eesmärgi saavutamiseks koostati küsimustik, mis saadeti Eestis tegutsevatele rõivakauplustele. Koostati ankeetküsitlus, kuna see osutus kõige kiiremaks viisiks andmete kogumisel. Uuringu küsimustik (vt Lisa 1) on koostatud Google Formsi keskkonnas, kuna seal saab tasuta koostada küsitlust ning samuti saab vastajatele hästi edastada küsimustikku lingi kaudu. Samuti pakub Google Formsi keskkond ise välja uuringuga seotud tabeleid ja graafikuid, mis teeb uuringu analüüsimise kergemaks. Vastajate vastuseid saab vaadata nii iga küsimuse põhiselt kui ka personaalselt, kus on välja toodud ainult ühe osaleja küsimuste vastused.

Bakalaureusetöö autor koostas vastajatele e-kirja (vt Lisa 2), millega pöördus osalejate poole. E-kirjas on välja toodud autori nimi, mis teemal ning eesmärgil autor uuringu läbi viib. Samuti on välja toodud ligikaudne küsimustikule vastamise aeg ning on lisatud juurde link, millega pääseb küsimustikule ligi. Lisaks on kirjas välja toodud, et vastamine on anonüümne ja vabatahtlik. Töö autor tagab oma bakalaureusetöös vastajate anonüümsuse.

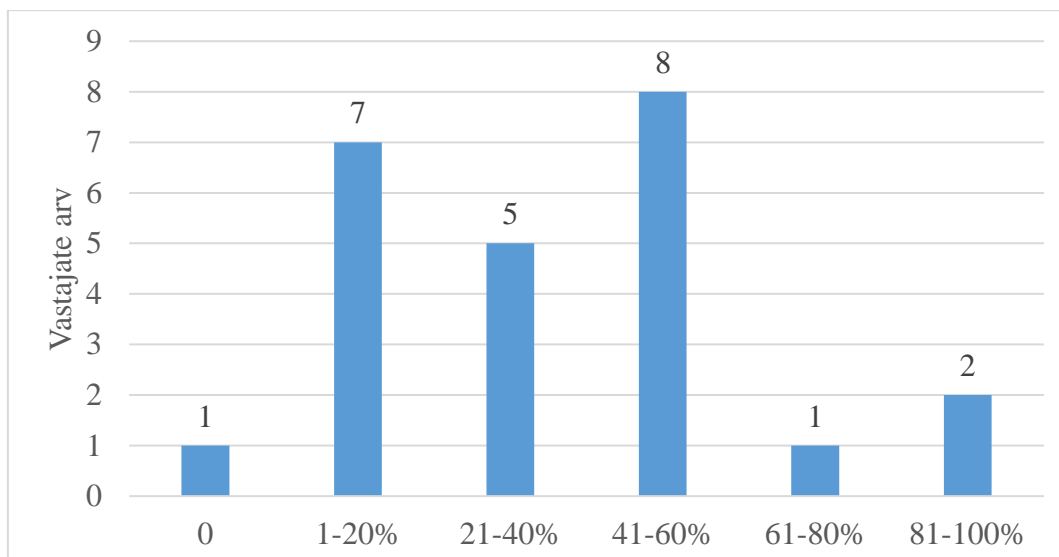
Autor koostas andmete statistiliseks analüüsimiseks vajalikud tabelid ja joonised Microsoft Exceli tarkvaras, ning teeb nende alusel järeldused. Esmalt toob töö autor taustainformatsiooniks välja uuringus osalenud vastaja ametipositsiooni, ettevõtte tegutsemisaasta, töötajate arvu ning millistele tootegruppidele ettevõtte keskendub. Järgnevalt toob töö autor välja esimese püstitatud uurimisküsimusega seotud küsimuste tulemused ja järeldused. Selleks koostab töö autor joonise, kus on välja toodud müügitulu langus tulenevalt koroonakriisist. Lisaks koostab autor uue joonise, tuues välja kasumi languse tulenevalt koroonakriisist, samuti on uuringus küsitud ettevõtte kasumi kasvu koroonapandeemia ajal. Töö autorit huvitas samuti, millistes kaubagruppides vähenes müügitulu kõige enam – selleks toob autor küsimustikus välja erinevad riiete kaubagrupid. Teise uurimisküsimuse tulemuste analüüsimiseks koostab autor uuringus vastajatele rõivaste/toodete hinna muutuse joonise, kus autor toob välja, kas ettevõtte pidi tulenevalt koroonakriisist hindu

langetama või tõstma. Joonisel on näha, mitu protsenti langetas või tõstis ettevõtte riiete/toodete hindu. Kolmanda uurimisküsimuse analüüsimiseks koostab töö autor tabeli, kuidas vastaja hindab oma ettevõtte finantsseisu enne koroonapandeemia aega ning pandeemia ajal. Samuti on uuringus osalejatelt küsitud, kas nad muutsid koroonapandeemia tõttu strateegiat ning mis olid esimesed sammud, mida ettevõtted pidid kohe tegema. Viimaseks uurib töö autor, kas uuringus osalenud ettevõtteid toetas riik koroonakriisi ajal ja milliseid hüvitisi ettevõtte taotles. Lisaks küsib autor vastajate käest, millised on koroonakriisi positiivsed ja negatiivsed küljed ja kas eelmisest kriisist tulenes midagi, mida saaks ära kasutada järgnevas koroonakriisis.

2.2. Uuringu tulemused ja analüüs

Uuringus osalesid 24 Eestis tegutsevat rõivakauplust. Üheteistkümmel vastajal oli ettevõtte vanuseks 16 või enam aastat, kuuel vastajal 11–15 aastat, kuuel vastajal 6–10 aastat ning üks vastaja märkis ettevõtte vanuseks 1–5 aastat. Kaheksal vastajal oli ettevõttes töötajate arv 1–20 töötajat, kaheksal 21–50 töötajat, viiel 51–100 töötajat ning kolmel vastajal oli ettevõttes töötajate arv 251 või enam töötajat. Vastajatelt oli ka küsitud, millistele rõivastele/toodetele ettevõtte keskendub. Nendest kaheksal vastajal olid välja toodud, et nende ettevõtte keskendub ainult naisterõivastele, üheksal vastajal oli välja toodud, et nemad keskenduvad naiste- ja meesterõivastele ning seitsmel vastajal oli välja toodud, et nemad keskenduvad naiste-, meeste- ja lasterõivastele. Uuringus küsiti vastajatelt nende ametipositsiooni neliteist vastajat töötavad ettevõtte finantsjuhina ning kümme valdkonnajuhina.

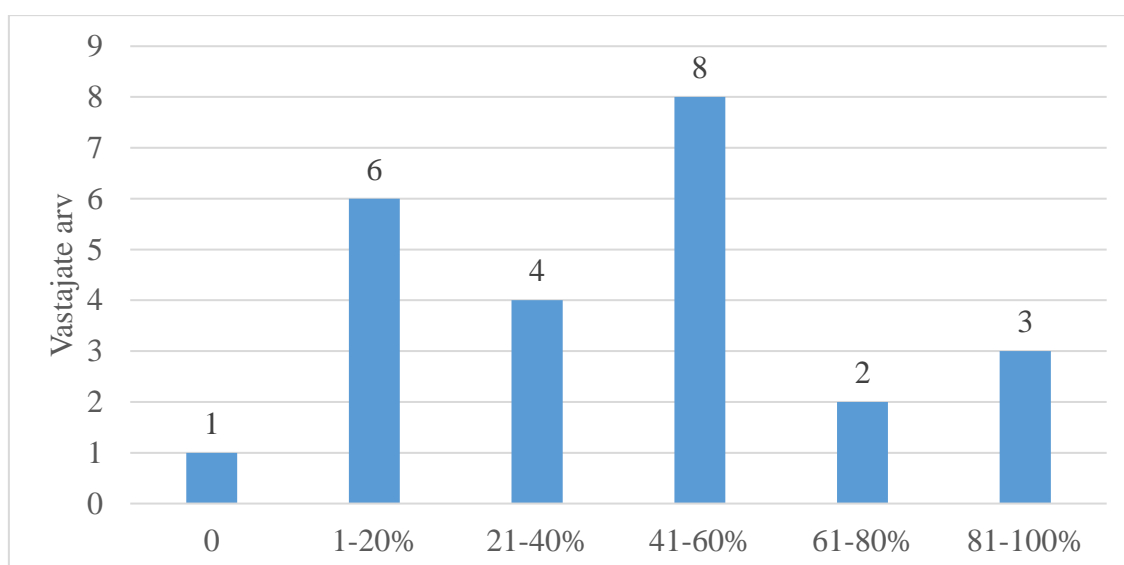
Töö autor analüüsib esimest uurimisküsimust järgmisena: „Kuidas on COVID-19 pandeemia ajal muutunud Eestis tegutsevate rõivakaupluste müügitulu võrreldes varasema ajaga?“. Uuringus selgus, et tulenevalt koroonakriisist langes ettevõtetel 2020 aasta müügitulu võrreldes 2019 aastaga. Üks vastajatest valis 0%. Kõige rohkem vastati, et 41–60% oli langenud nende ettevõtte müügitulu – 8 vastajat 24-st. Järgmisel tasemel oli müügitulu langus 1–20% – 7 vastajat, seejärel 21–40% – 5 vastajat, 61–80% – 1 vastajat ning ja 81–100% oli 2 vastaja (vt joonis 6).



Joonis 6. Müügitulu langus

Allikas: Autori koostatud

Tulemustest selgus, et Eestis tegutsevate rõivakaupluste müügitulu langes tulenevalt koroonakriisist. Lisaks selgus, et rõivakauplustel langes selle tõttu ka puhaskasum. Töö autor uuris vastajate käest nende ettevõttepuhaskasumi langust tulenevalt koroonakriisist. Autor tahtis teada saada kui palju langes 2020 aasta puhaskasum võrreldes 2019 aastaga. Uuringust tuli välja, et 23 vastajat 24-st vastas, et nende ettevõtte puhaskasum langes. 6 vastajat tõid välja, et kasum langes 1–20%, 4 vastajat 21–40%, 8 vastajat 41–60%, 2 vastajat 61–80%, 3 vastajat tõid välja kasumi languse 81–100% (vt joonis 7).



Joonis 7. Puhaskasumi langus

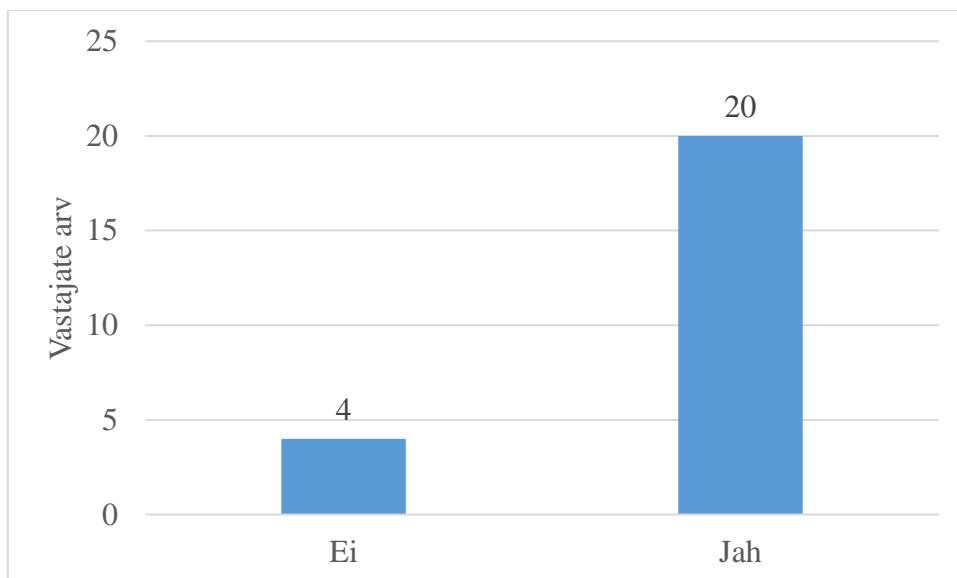
Allikas: Autori koostatud

Sellest võib järeldada, seda, et üks vastajatest vastas, et nende ettevõtetel ei langenud puhaskasum. Sest võrreldes uuringus osalenud ettevõtetega tõstis ainukesena üks ettevõtte rõivaste/toodete hindu ning tänu sellele ei langenud ka ettevõtte puhaskasum.

Samuti huvitas töö autorit, millistes kaubagruppides vähenes müügitulu koroonakriisi perioodil (13.märts kuni 17. mai). Töö autor koostas selle uurimiseks vabas vormis küsimuse, kus vastaja sai välja tuua oma ettevõttega seotud kaubagruppide müügitulu vähenemise. 90% vastajatest tõid välja, et kõige enam langes pidulike riiete ja kleitide müügitulu. Samuti oli välja toodud, et kõigis kaubagruppides langes, kuid kõige enam mitte vajalikud tooted. Nagu näiteks erinevad aksessuaarid ning jalanõud. Mõned vastajad tõid välja pidulike riiete müügitulu vähenemise põhjuseks selle, et polnud vajadust enam osta, sest pole kuskil kanda, kuna üritusi ei toimunud. Töö autor arvab samuti, et kuna inimestel ei olnud enam kuskil käia ning inimesi suunati pigem kodukontorisse siis langes suurel määral nõudlus ning inimesed ei pidanud enam vajalikus uusi riideid osta, kuna polnud neid kuskil kanda.

Järgnevalt analüüsib autor teist uurimisküsimust, milleks oli „Kuidas muutusid Eestis tegutsevates rõivakauplustes müüdavate toodete hinnad?“. Uuringust selgus, et Eestis tegutsevad rõivakauplused pidid tulenevalt koroonakriisist langetama rõivaste/toodete hindu. Uuringus küsiti vastajatelt kas nad pidid 2020 aastal võrreldes 2019 aastaga langetama rõivaste/toodete hindu 83% ehk 20 vastajatest pidid langetama koroonakriisi perioodil ehk 2020 aastal võrreldes 2019 aastaga rõivaste/toodete hindu ja 17% ehk 4 vastajatest ei pidanud langetama ettevõttes rõivaste/toodete hindu (vt joonis 8).

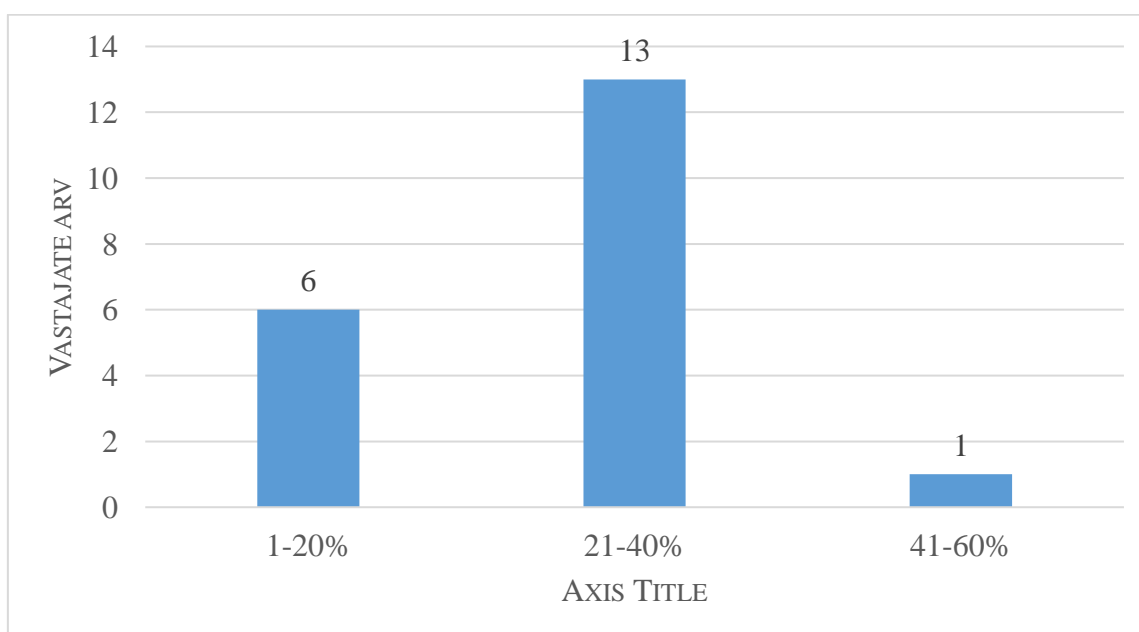
Autori arvates võib see tuleneda sellest, et inimestel polnud enam nii suurt vajadust osta uusi riideid, kuna koroonapandeemial ajal kehtestati piirangud ning seetõttu olid meelelahutus- ja vaba aja veetmise kohad kinni ning enam ei saanud kuhugi minna. Töö autor arvab, et selle tõttu vähenes ka tarbimine rõivasektoris.



Joonis 8. Rõivaste/toodete hinna langus

Allikas: Autori koostatud

83% vastajatelt, kes tõid välja uuringus, et nende ettevõtte langetas tulenevalt koroonakriisist rõivaste/toodete hindu aastal 2020 võrreldes 2019 aastaga, oli küsitud, mitu protsenti nad langetasid rõivaste/toodete hindasid. Kolmeteist vastajat olid toonud välja, et nende ettevõtte langetas 21–40% hindu, kuus vastajat 1–20% ning 1 vastajatest tõi välja, et langetasid hindu 41–60% ning neli vastajat tõid välja, et ei langetanud hindu (vt joonis 9).

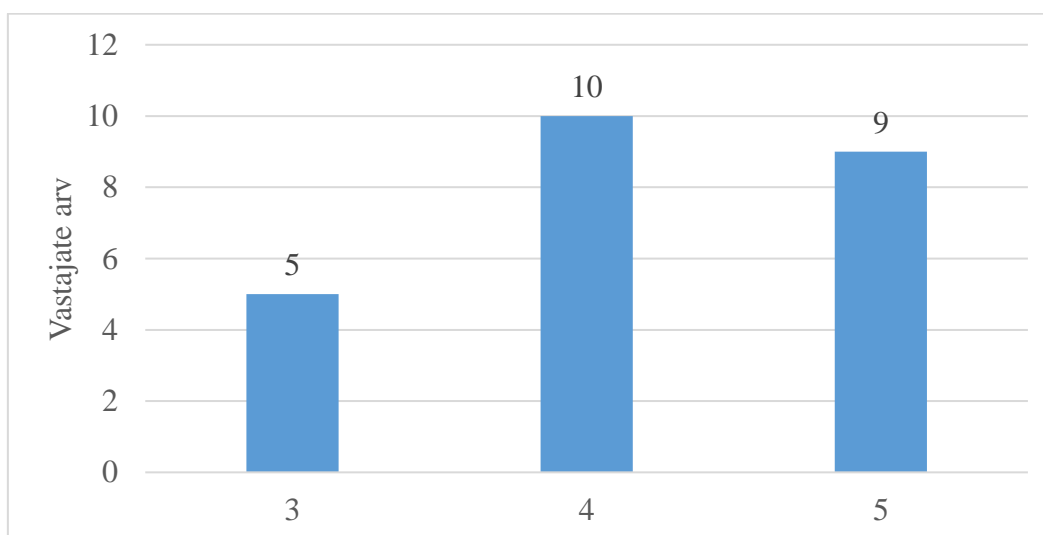


Joonis 9. Rõivaste/toodete hinna langus protsendiliselt

Allikas: Autori koostatud

Töö autor tahtis samuti teada, kas koroonatõttu muutsid ettevõtte strateegiat. Uuringus selgus, et kõik vastajad tõid välja erinevad strateegia muutused. Töö autor on välja toonud kõige populaarsemaks osutunud vastused, milleks on kulude vähendamine, töötajate koondamine ja veebipoe arendamine. Lisaks tuli uuringus välja, et osal ettevõtetel ei olnud internetipoodi, tulenevalt koroonakriisist pidid nad looma e-poe ning samuti sulgema kõik kauplused pandeemia ajaks.

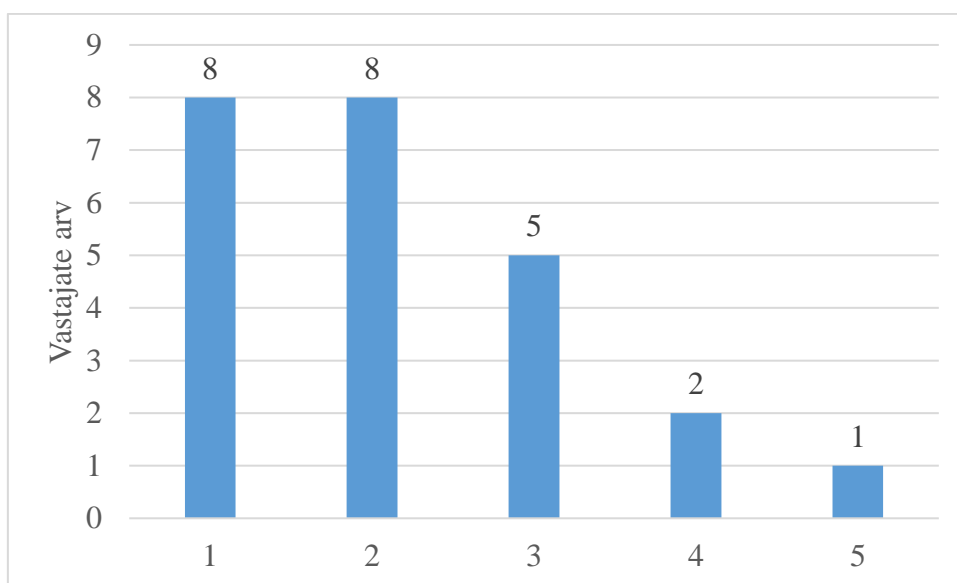
Järgnevalt analüüsib autor kolmandat uurimisküsimust, milleks on „Kuidas on COVID-19 pandeemia ajal muutunud Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseis võrreldes koroonapandeemia-eelse ajaga?“. Selleks uuris autor ettevõtete finantsseisu enne ja koroonapandeemia ajal. Selleks küsis töö autor vastajatelt enim ehk 2019 aasta finantsseisu ning 2020 aastal ehk koroonapandeemia ajal. Uuringus pidid vastajad hindama skaalal 1 kuni 5 oma ettevõtte finantsseisu. Skaala 1 tähistas nõrka finantsseisu ja skaala 5 väga head finantsseisu. 9 ettevõtet vastasid, et nende finantsseis enne koroonapandeemia aega oli väga head. 10 ettevõtet vastas skaalal 1 kuni 5 neli ning viis ettevõtet vastas skaalal 1 kuni 5 kolm. Uuringu tulemustest võib järeldada, et Eesti rõivakaupluste hinnang finantsseisu kohta enne koroonapandeemiat oli suhteliselt hea. (vt joonis 10). Töö autor järeldada seda, et vastajad vastasid küllaltki ühetaoliselt hinnates oma ettevõtte finantsseisu 2019 aastal ehk koroonapandeemia eelsel ajal.



Joonis 10. Vastajate hinnang ettevõtte finantsseisundi kohta enne koroonapandeemia aega 5-palli skaalal

Allikas: Autori koostatud

Järgmiseks uuris autor Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundit koroonapandeemia ajal. Töö autor koostas selleks küsimuse finantsseisu kohta koroonapandeemia ajal ehk 2020 aastal. Uuringust selgus, et võrreldes koroonapandeemia-eelse ajaga ehk 2020 aasta võrreldes 2019 aastaga, langes ettevõtete hinnang finantsseisu kohta tunduvalt. Peaaegu kõik uuringus osalenud Eestis tegutsevad rõivakauplused (3 ettevõtet 24-st) tõid välja, et nende ettevõtte finantsseisund langes koroonapandeemia ajal. Kolm ettevõtet vastasid, et nende finantsseisund ei muutunud pandeemia tõttu. Enamik vastajatest tõid välja, et nende finantsseis halvenes koroonapandeemia tõttu (vt joonis 11).



Joonis 11. Vastajate hinnang ettevõtte finantsseisundi kohta pärast koroonapandeemia aega 5-palli skaalal

Allikas: Autori koostatud

Uuringu autori arvates nõrgenes ettevõtete finantsseisund koroonapandeemia ajal, sest eriolukorra tõttu olid paljud ettevõtjad sunnitud kulusid vähendama ning töökorraldust muutma. Samuti olid eriolukorra tõttu kaubanduskeskused suletud. Sellest tulenevalt vähenes ka tarbimine ning sellest tulenevalt kahanes ka müügitulu, mis mõjutas pikemas perspektiivis rõivakaupluste finantsseisundit.

Lisaks huvitas autorit, kas ettevõtted said koroonakriisi ajal riigilt toetust. Selleks esitas töö autor vastajatele küsimuse ning samuti uuris auto, milliseid toetusi ettevõtted taotlesid. Töö autorit huvitasid, need küsimused, kuna olude sunnil pidid rõivakauplused sulgema kõik kauplused, sest riigis kehtestati eriolukord ning pidid kogu müügi üle viima internetti. Suuremal määral

rõivakauplused (23 ettevõtet 24-st) taotlesid riigilt COVID-19 ajal toetust. Uuringus oli küsitud vastajate käest, milliseid hüvitisi ettevõtted taotlesid. Enamjaolt toodi välja samad hüvitised. Töö autor on välja toonud kolm kõige populaarsemaks osutavat hüvitist, mis olid palgahüvitis, rendihüvitis ning kulude hüvitis.

Kõikidelt uuringus osalenud ettevõtetelt küsiti, millised olid nende arvates koroonakriisi positiivsed ja mis olid negatiivsed küljed. Vastajatelt selgus, et negatiivseid küsimusi oli rohkem, kunagi pandeemia mõjutas ettevõtte finantsilist seisu kõige rohkem, juba negatiivse poole pealt. Ettevõtted pidid tegema erinvaldi muudatusi, et mitte kahjumisse langeda ja pood alles jätta. Negatiivsete külgedena toodi välja, et käive langes tohutu kiirusega, rõivakauplused pandi kinni ja tuli mõelda, kuidas turustada kaupu internetis. Samuti pikenesid tarneahelad ning selle tõttu tekkisid tarneraskused, töötajate kriis ja keerulised läbirääkimised keskustega, frantsiisiga jne. Kuna töömaht vähenes ning ettevõtted pidid kõikvõimalikke kulusid vähendama, siis tuli loobuda osa inimestest, kellega koos teatud kaupluseid oldi rajatud. Positiivsete külgedena toodi välja kiire reageerimine pandeemiaolukorrale. Samuti tänu kriisile vaadati üle ettevõtte kulud, e-poe arendamine ja loomine. Paljud tegevused muudeti optimaalsemateks, vähesema ressursi ja kuluga õpiti paremini optimeerima kaubavooge.

2.3. Uuringupõhised ettepanekud ja järeldused

Uuringus osalenud ettevõtete puhul selgus, enamik ettevõtteid pidi langetama 2020 aastal rõivaste/toodete hindu võrreldes 2019 aastaga. Autori arvates langetati hindu, sest lisaks niigi suurele tarbimismahu vähenemisele, mis põhjustas suure müügitulu ning puhaskasumi languse, pidid rõivakauplused kuidagi sellest olukorrast välja tulema. Rõivakauplused võisid tekitada tarbijates ostuhuvi suurenemist sellega, kui alandasid oma rõivaste/toodete hindu ning reklaamisid oma ettevõtet internetis suurte allahindlustega. Uuringus selgus, et osal ettevõtetel ei olnud varasemalt veebipoodi ning kriisiolukorra tõttu pidid nad looma e-poe või tegema täiendavaid korrekture veebipoes. Töö autori arvates võib see tulevikus kasuks tulla, kuna tänapäeva maailm liigub üha enam edasi internetti ja inimesed hindavad mugavust ning kiirust. Tarbijad on üha enam hakanud hindama kaupade ühest kohast tellimist ning toote võimalikult kiiresti kättesaamist. Lisaks on autori arvates siiani inimestel külge jäänud pandeemia ajast veebipoest tellimine, kuna

seada saab teha olenemata kohast ning on tunda, et inimesed, ei torma kohe peale pandeemiat tagasi ostukeskustesse. Pigem ollakse ettevaatlikumad.

Läbiviidud uuringu tulemuste põhjal võib väita, et COVID-19 on mõjutanud suurel määral nii ettevõtteid kui ka tarbijaid. Ettevõtted pidid tänu pandeemiale viima läbi suured korrektuurid ettevõttes ning üle vaatama tegevusplaani. Uuringus selgus, et koroonaviiruse puhang on ettevõtetele kaasa toonud nii positiivsed kui ka negatiivsed küljed. Negatiivseid pooli oli küll rohkem, kuid autori arvates õppisid paljud ettevõtted tänu koroonale paremini protsesse juhtima.

Bakalaureusetööd saaks tulevikus edasi uurida ja arendada, kuna autori arvates võib COVID-19 viirus veel pikemat aega meie ühiskonnas levida. Sellest tulenevalt on erinevad valdkonnad ja ettevõtted tugevalt mõjutatud. Täpset pandeemia mõju majandusele on raske hinnata, kuna viirus kestab veel. Seetõttu võiks sarnase uurimistöo läbi viia paari aasta möödudes. Autori arvates ei osutunud valim esinduslikuks, mistõttu võiks kordusuuringu läbiviimisel valimit suurendada. Samuti saaks uurida, kuidas ettevõtted taastusid koroonakriisist, kas nad jätkasid samamoodi või võtsid kasutusele vanad meetodid, mis olid käigus enne koroonaperioodi.

KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö keskmes oli Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundi uurimine COVID-19 ajal. Koroonapandeemia on tekitanud ebameeldiva olukorra ettevõtetele, mil tarbijate leidmiseks ja nende vajaduste rahuldamiseks tuli leida erinevaid alternatiive. Samamoodi on viiruse levik mõjutanud suurel määral kogu maailma majandust, sealhulgas ettevõtteid. Uurimisprobleemiks oli pandeemiast tulenevalt välja selgitada, millises olukorras on Eestis tegutsevad rõivakauplused ning kas tingitud asjaolust muutus rõivakaupluste müügitulu ja milliseid meetmeid rõivakauplused kasutasid, et tulla toime pandeemia ajal. Bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada koroonapandeemia mõju Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundile.

Eesmärgi saavutamiseks püstitas töö autor kolm uurimisküsimust.

- 1) Kuidas on COVID-19 pandeemia ajal muutunud Eestis tegutsevate rõivakaupluste müügitulu võrreldes varasema ajaga?
- 2) Kuidas muutusid Eestis tegutsevates rõivakauplustes müüdavate toodete hinnad?
- 3) Kuidas on COVID-19 pandeemia ajal muutunud Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseis võrreldes koroonapandeemia-eelse ajaga?

Uurimisküsimustele vastuste leidmiseks uuriti teoreetilisi lähtekohti, rõivakaupluste müügitulu ja kasumi statistikat ning viidi läbi uuring. Küsitluses uuriti Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisu. Töö jagunes kaheks peatükiks, millest esimene peatükk andis ülevaate lõputöö teoreetilistest lähtekohtadest. Teine peatükk käsitles uuringu meetodilist osa ja andis läbiviidud uuringu tulemuste analüüsi ja ettepanekud.

Bakalaureusetöös uuriti Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundi muutumist COVID-19 pandeemia ajal. Andmete kogumisel koostati Google Formsi keskkonnas eestikeelne küsimustik, mis oli vastajatele kättesaadav ajavahemikul 11.01.–11.04.2022. Valimi moodustasid Eestis tegutsevad rõivakauplused, olenemata nende tegutsemisaastate arvust ja suurusest. Uuringus osales 18 ettevõtet.

Bakalaureusetöös läbiviidud uuringu põhjal teeb töö autor Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisu kohta järgmised järeldused. Tulenevalt koroonapandeemiast halvenes ettevõtete finantsseisund. Uuringus oli küsitud nii varasemat kui ka koroonapandeemia olukorra aja finantsseisu. Tulemustest selgus, et üle kolmandiku vastanutest hindasid enda ettevõtte finantsseisundit peale koroonapandeemiat palju halvemaks.

Uuringus osalenud ettevõtted väitsid, et nende müügitulu vähenes tänu pandeemiale ning samuti toodi välja, et kasum langes ka suurel määral. Eriolukorra ajal kehtestatud reegli tõttu, et riidekauplused peavad teatud ajaks kinni minema, tekkis suur kaos ettevõtetes. Samuti pidid rõivakauplused välja mõtlema uusi viise, kuidas müügitulu taastada ning kuidas olla atraktiivne potentsiaalsetele klientidele. Sellest tulenevalt lagetati toodete/rõivaste hindu. Kuna kauplused olid suletud, siis pidid ettevõtted oma tarbijaid kõnetama internetis. Lisaks mängisid suurt rolli hinnad. Kuna enamik vaba aja veetmise kohti olid kinni, siis inimestel polnud enam põhjust teatud riideid osta.

Samuti võtsid rõivakauplused ette suured muutused ettevõttesiseselt. Koondati inimesi, tuli kõikvõimalikest üleliigsetest kuludest loobuda ning tööprotsessi tuli muuta pandeemiale vastavalt. Vastustest selgus, et ettevõtted taotlesid riigilt toetust. Peaaegu enamik neist taotles nii palga-, rendi- kui ka tegevkulude hüvitist.

Saadud tulemuste põhjal analüüsis autor rõivakaupluste ettevõtteid. Pandeemia ajal oli oluline rõhku panna veebipoele, sest inimesed hoidsid distantsi ning enamik oli suunatud kodukontorisse. Sellest tulenevalt pidid ettevõtted rohkem rõhku panema e-poele ning seal turustamisele.

Uurimistööd võiks mõne aasta möödudes jätkata, kuna koroonaviiruse levik kestab veel ning praegu majanduse käekäiku uurides võib olla keeruline seda hinnata. Samuti saaks pandeemia mõju uurida teistes tegevusvaldkondades, näiteks meditsiinis või esmatarbekaupades, sest autori arvates toimus nendes valdkondades samuti suur tarbimise kasv eriolukorra ajal.

SUMMARY

IMPACT OF COVID-19 ON THE FINANCIAL SITUATION OF CLOTHING STORES OPERATING IN ESTONIA

Hanna-Brett Luht

This bachelor's thesis is focused upon analysing the financial situation of clothing stores operating in Estonia during COVID-19. The pandemic has put companies at a disadvantage, forcing them to find different alternatives to reach customers and meet their needs. Similarly, the spread of the virus has had a major impact on the global economy, including businesses. In this regard, the research problem was to ascertain the situation of the clothing stores operating in Estonia, whether the sales revenue of clothing stores changed, and what measures the clothing stores took to cope during the pandemic. The aim of the bachelor's thesis was to study the financial situation of clothing stores operating in Estonia during the COVID-19 pandemic. To achieve this goal, the author raised three research questions.

- 1) How has the sales revenue of clothing stores operating in Estonia changed during the COVID-19 pandemic compared to earlier times?
- 2) How did the prices of products sold in clothing stores operating in Estonia change?
- 3) How has the financial situation of clothing stores operating in Estonia changed during the COVID-19 pandemic compared to before the pandemic?

Theoretical starting points, sales revenue of the clothing stores, and profit statistics were analysed and a survey was conducted to find answers to the research questions. The survey was used to analyse the financial situation of clothing stores operating in Estonia. The thesis was divided into two chapters, the first of which gave an overview of the theoretical starting points of the thesis. The second chapter described the methodological part of the survey and provided an analysis for the results of the survey and suggestions.

The bachelor's thesis studied changes in the financial situation of clothing stores operating in Estonia during the COVID-19 pandemic. To collect data, a questionnaire in Estonian was compiled in Google Forms, which was available to the respondents between 1 November and 25 November 2021. The sample consisted of clothing stores operating in Estonia, regardless of their size and how long they had been operating. Eighteen companies participated in the survey.

Based on the research conducted in the bachelor's thesis, the author can draw the following conclusions regarding the financial situation of clothing stores operating in Estonia. The financial situation of companies declined as a result of the pandemic. The survey included questions about both the earlier financial situation and the financial situation during the COVID-19 pandemic. The results revealed that more than a third of the respondents found the financial situation of their company to be much worse. The companies that participated in the survey claimed that their sales revenue decreased due to the pandemic and also noted that profits dropped sharply.

Clothing stores underwent a major change and the crisis forced companies to make great adjustments. The regulation introduced during the emergency situation, which closed clothing stores for a certain period of time, caused a great deal of chaos for the companies. Prices needed to be reduced by several percentages to reach customers. Clothing stores also underwent major changes within companies. People were laid off, all extra costs had to be cut, and the work process had to be adjusted due to the pandemic. The responses revealed that the companies applied for state support. About half of them applied for compensation for salaries, rent, and operating expenses.

The author analysed clothing store companies based on the results obtained. It was important to place emphasis on online stores because people were socially distancing and most were working from home.

As a result, companies had to focus more on online stores and their marketing. Because the stores were closed, businesses had to reach their consumers online. In addition, prices played a major role. Since most leisure and recreation venues were closed, people no longer had a reason to buy certain clothes. Therefore, clothing stores had to lower the prices of their products / clothing in order to avoid huge losses.

This research could be continued after a few years, as COVID-19 continues to spread and assessment may be difficult based on the current state of the economy. The impact of the pandemic could also be studied in other areas of activity, such as medicine or essential goods, as the author finds that consumption in these areas increased significantly during the emergency situation.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Brydges, T. Retmal, M. Hanlon, M. (2020). *Will COVID-19 support the transition to a more sustainable fashion Industry?* Kättesaadav: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15487733.2020.1829848?scroll=top&needAccess=true&>, 10. jaanuar 2022.
- ContactPigeon. (2020). *Ecommerce trends during COVID-19*. Kättesaadav: <https://www.contactpigeon.com/cp/resources/ebooks/ecommerce-trends-covid19.pdf>, 11. jaanuar 2022.
- EAS: Ettevõtluse Sihtasutus (2020) COVID-19 mõju Eesti majandusele. Kättesaadav: <https://www.eas.ee/covid-19-moju-eesti-majandusele/>, 11. jaanuar 2022
- Eesti Pank (2020).ee Rahapoliitika ja Majandus 3/2020. Kättesaadav: <https://www.eestipank.ee/publikatsioonid/rahapoliitika-ja-majandus/2020/rahapoliitika-ja-majandus-32020>, 13. jaanuar 2022.
- Eesti Pank (2020). Rahapoliitika ja Majandus 4/2020. Kättesaadav: <https://www.eestipank.ee/publikatsioonid/rahapoliitika-ja-majandus/2020/rahapoliitika-ja-majandus-42020>, 13. jaanuar 2022.
- Eesti Pank (2020). Rahapoliitika ja Majandus. Kättesaadav: <https://www.eestipank.ee/publikatsioonid/rahapoliitika-ja-majandus>, 14. jaanuar 2022.
- Eesti Rahvusringhääling (2020). *Valitsuse korraldused eriolukorra väljakuulutamiseks ja meetmete rakendamiseks*. Kättesaadav: <https://www.err.ee/1063468/valitsuse-korraldused-eriolukorra-valjakuulutamiseks-ja-meetmete-rakendamiseks>, 14. jaanuar 2022.
- Eesti Statistikaameti andmebaas (2020). *Ettevõtete majandustegevuse näitajad jooksevhindades: aasta, kvartal, tegevusala (EMTAK 2008), tööga hõivatud isikute arv, näitaja ja aasta*. Kättesaadav: https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_ettevetete-

[majandusnaitajad_ettevetete-tulud-kulud-kasum_luhiajastatistika/EM041/table/tableViewLayout2](#), 24. jaanuar 2022.

Eesti Statistikaameti andmebaas (2020). *Müük kaubandusettevõtetes (v.a hulgimüük ja vahenduskaubandus). Näitaja (müügitulu miljonites eurodes), tegevusala (EMTAK 2008), kuu ja aasta*. Kättesaadav: https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_ettevetete-majandusnaitajad_ettevetete-tulud-kulud-kasum_luhiajastatistika/EM041, 11. märts 2022.

Fernandes, N. (2020). *Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy*. Kättesaadav: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3557504, 9. märts 2022.

Grünfeldt, I. (2020). Valmis kaitsemaskide tegemise juhend. Kättesaadav: <https://virumaateataja.postimees.ee/6940004/valmis-kaitsemaskide-tegemise-juhend>, 23. veebruar 2022.

Ots, M. Kook, U. (2020). Eestis leiti esimene koroonaviirusesse nakatunu. Kättesaadav: <https://www.err.ee/1057192/eestis-leiti-esimene-koroonaviirusesse-nakatunu>, 9. märts 2022.

Pregel, K., Kantar Emor (2020). *Ettevõtete olukord ja hoiakud seoses COVID-19 pandeemiaga*. Kättesaadav: https://mkm.ee/sites/default/files/ettevotete_olukord_ja_hoiakud_seoses_covid-19_pandeemiaga_1006.pdf, 10. veebruar 2022.

Rao, P. H. N., Vihari, N. S., Jebeen, S. S. (2021). *Reimagining the Fashion Retail Industry Through the Implications of COVID-19 in the Gulf Cooperation Council (GCC) Countries*. Kättesaadav: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/23197145211039580>, 4. märts 2022.

Ricchetti, M., De Palma, R. (2020). *Will COVID-19 accelerate the transition to a sustainable fashion industry?* Kättesaadav: <https://www.unido.org/stories/will-covid-19-accelerate-transition-sustainable-fashion-industry>, 03. märts 2022.

- Zhao, L., Kim, K. (2021). *Responding to the COVID-19 Pandemic: Practices and Strategies of the Global Clothing and Textile Value Chain*. Kättesaadav: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0887302X21994207>, 1. veebruar 2022.
- Tabish, S. A. (2021). *COVID-19 pandemic: Emerging perspectives and future trends*. Kättesaadav: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7282311/pdf/jphr-9-1-1786.pdf>, 3. veebruar 2022.
- Xu, Z., Elomri, A., Kerbache, L., El Omri, A. (2020). *Impacts of COVID-19 on Global Supply Chains: Facts and Perspectives*. Kättesaadav: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9174793>, 3. veebruar 2022.

LISAD

Lisa 1. Küsimustik

1. Millisel ametikohal te töötate?
2. Kui kaua on teie ettevõtte Eestis tegutsenud?
 - 1-5 aastat
 - 6-10 aastat
 - 11-15 aastat
 - 16 või enam aastat
3. Kui palju inimesi töötab teie ettevõttes?
 - 1-20
 - 21-50
 - 51-100
 - 101-250
 - 251 või enam
4. Millistele rühmadele/toodetele teie ettevõtte keskendub? (NT: naiste rühmadele, meeste rühmadele, laste rühmadele jne)
 - Naiste rühmad
 - Meeste rühmad
 - Laste rühmad
 - Muu
5. Tulenevalt koroonakriisist kehtestati Eestis eriolukord, võrreldes 2020 aastat 2019 aastaga kui mitu % langes müügitulu ?
 - 0%
 - 1-20%
 - 21-40%
 - 41-60%
 - 61-80%
 - 81-100%
6. Tulenevalt koroonakriisist kehtestati Eestis eriolukord, võrreldes 2020 aastat 2019 aastaga kui mitu % langes puhaskasum?
 - 0%

- 1-20%
- 21-40%
- 41-60%
- 61-80%
- 81-100%

7. Kas pidite koroonakriisist tulenevalt tõstma võrreldes 2020 aastat 2019 aastaga rõivaste/toodete hindu?

- Jah
- Ei

8. Kui vastasite eelmisele küsimusele jah, siis kui mitu % tõstsite riiete/toodete hindu?

- 1-20%
- 21-40%
- 41-60%
- 61-80%
- 81-100%

9. Kas pidite koroonakriisist tulenevalt langetama võrreldes 2020 aastat 2019 aastaga rõivaste/toodete hindu?

- Jah
- Ei

10. Kui vastasite eelmisele küsimusele jah, siis kui mitu % langetasite riiete/toodete hindu?

- 1-20%
- 21-40%
- 41-60%
- 61-80%
- 81-100%

11. Milliste kaubagruppide müügitulu vähenes 2020 aastal 13. märtsist kuni 17. maini pandeemia tingimustes kõige enam?

Ülerõivad –

Sviitrid, džemperid, kampsunid –

Särgid, topid, T-särgid –

Püksid (Kõik erinevad stiilis püksid) –

Seelikud-

Kleidid-

Aksessuaarid-

Muu-

12. Kas muutsite koroonapandeemia tõttu strateegiat? (NT: vähendasite kulusid, koondasite inimesi, turunduses hakkasite rohkem tegelema e-poega)

13. Kuidas hindate oma ettevõtte finantsseisu enne koroonapandeemia aega ehk 2019 aastal?
1 2 3 4 5
Nõrk Väga hea
14. Kuidas hindate oma ettevõtte finantsseisu koroonapandeemia ajal ehk 2020 aastal?
1 2 3 4 5
Nõrk Väga hea
15. Tulenevalt eriolukorrast Eestis, mis olid esimesed sammud, mida pidite tegema koheselt?
16. Kas riik toetas teie ettevõtet COVID-19 ajal?
- Jah
 - Ei
17. Kui vastasite eelmisele küsimusele jah, siis milliseid hüvitisi teie ettevõtte taotles?
18. Mis oli koroonakriisi positiivsed küljed ja mis olid negatiivsed küljed?
19. Kas eelmisest kriisist tulenes midagi, mida praeguses koroonakriisis kasulikult ära kasutada sai/saaks?

Lisa 2. Kiri uuringus osalenud ettevõtetele

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli äranduse õppekava üliõpilane Hanna-Brett Luht ning kirjutan bakalaureusetööd teemal „COVID-19 mõju Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundile“.

Seoses oma lõputööga, palun Teil osaleda küsitluses, mille eesmärgiks on uurida Eestis toimetavate rõivakaupluste majandustulemusi COVID-19 ajal ning hinnata võimalikke mõjusid

Uuringus osalemine on vabatahtlik. Küsitlus on täiesti anonüümne ning selle tulemused kasutatakse ainult uuringu jaoks. Küsimustele vastamine võtab vaid paar minutit Teie aega.

Ette tänades,

Hanna-Brett Luht

Lisa 3. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina Hanna-Brett Luht (*autori nimi*)

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
COVID-19 mõju Eestis tegutsevate rõivakaupluste finantsseisundile,
(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja on Ester Vahre,
(*juhendaja nimi*)

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.

_____ (kuupäev)

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 loomingulise 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.