

Bakalaureusetöö eesmärgiks oli analüüsida edukalt toimiva väljundlogistika mõju kliendi ostuotsustusprotsessile. Töö probleem tulenes küsimusest, mis eristab Bar Bouludi looja Daniel Bouludi edumudelit (sarnase kontseptsiooniga 12 restorani viies erinevas riigis ja kaheksas erinevas linnas) teistest pealtnäha analoogsetest ettevõtetest. Püstitatud probleemi uurimiseks kasutas autor kvantitatiivset ankeetküsitlust leidmaks toitlustusäri eripära arvesse võttes tegurid, mis mõjutavad klienti ostuotsustusprotsessi kujunemisel. Lisaks kasutas autor eeliskombinatsiooniteooriat uurimaks, kas antud meetodikaga on võimalik püstitatud uurimisküsimuse puhul jõuda kompleksse ning kõiki tegureid arvestava lahenduseni.

Uuringust selgus, et ankeetküsitluse puhul mängisid tarbijaelistuse kujunemisel olulist rolli toitlustusäri väljundlogistika alla kuuluvad muutujad. Töö käigus ei suutnud autor õigustada eeliskombinatsiooni meetodi kasutamist käesoleva probleemi uurimismeetodina, kuna vastavalt mainitud analüüsile ei pidanud klient ühtegi neljast valikust kõige olulisemaks ning regressioon oli nõrk. Ankeetküsitluse tulemusi analüüsides jõudis autor järeldusele, et Bar Bouludi tähelepanu väljundlogistika elementidele loob tarbijale sobiva keskkonna korduvkülastuseks. Korduvkülastaja loob eelduse püsivaks ja järjepidevaks kliendivooks, mis toitlustusäris tähendab garanteeritud rahakäivet ning võimalikult väikest kadu.

Uurimistöö muutis uudseks autori soov käsitada toitlustusäris ühe olulisima tegurina tarbija ostuotsustuste tegemisel väljundlogistikat. Töö tulemusena võib väita, et väljundlogistika on toitlustusettevõtetes ilmselgelt alahinnatud, samas kui sisendlogistikale pööratakse kohati liigset tähelepanu. Juhindudes kliendi emotsionaalsete väärtuste kujunemisest söögikohas on ettevõtjal võimalik üles ehitada väärtusahel, kus sisend- ja väljundlogistika mängivad võrdselt tähtsat rolli ning turundus toetab pidevat ärimudeli edasiarendust.