

Uurimistöö eesmärk oli selgitada välja, kuidas reageerivad Eesti tarbijad jaekauplustes kauba defitsiidile konkreetsete toodete osas ehk milline on nende SDL muster, ning pakkuda väärtuslikke varude juhtimise alaseid soovitusi Eesti jaekauplejatele ja tootjatele.

Bakalaureusetöö uurimisprobleemiks oli avaliku info puudumine selle kohta, kuidas tänapäeval reageerivad tarbijad juhuslikele toidukauba puudujääkidele jaekaubanduses. Töö eesmärgini jõudmiseks viidi läbi laiaulatuslik ankeeturing Eesti tarbijate hulgas. Saadud tulemusi analüüsiti kasutades statistilise andmeanalüüsi meetodeid ning nende peal testiti erinevaid hüpoteese. Uurimisstrateegiana kasutati kvantitatiivset uuringut. Elektroonilise küsitluse valimiks olid Eesti jaekaupluste kliendid. Esmasteks andmeteks olid küsitluse tulemused ning teiseks varasemate uuringute tulemused. Saadud leidude kohta paluti lisaks tagasisidet ühe jaekaubandusketi esindajalt, kes andis tulemustele omapoolse hinnangu.

Töö olulisimaks tulemuseks oli Eesti tarbijate SDL muster igapäevaste toidukaupade osas, mida kokku oli 15: piim, kohuke, kohvikoor, karastusjook, hommikuhelbed, pähklid, kartulkrõpsud, riis, kohv, õun, jäätis, pelmeenid, lemmikšokolaad, leib ja hakkliha. Selgus, et toodud artiklite puhul 65,9% Eesti tarbijatest valivad eelistatud toote defitsiidi olukorras asendustoote mõnelt teiselt tootjalt ning 11,5% samalt tootjalt. 8,9% tarbijatest lükkavad ostu edasi, st lähevad mõnel teisel korral samast kauplusest toodet otsima. Teist ostukohta külastavad 4,9% tarbijatest ning 8,6% tarbijatest jätavad ostu aga üldse tegemata.

Töö tulemused on Eesti tarbijate kontekstis ja akadeemilises uurimistöös originaalsed, kuna varem pole sellist uuringut töö autorile teadaolevalt läbi viidud. Töö olulisus seisneb kaubadefitsiidi probleemi esile tõstmises ning näitamises, kuidas erineva defitsiidikäitumisega on ka n.-õ igapäevased toidukaubad. Samuti on uurimistöö panus jaekaubandussektorile probleemi paremaks mõistmiseks ja sisend defitsiidi alternatiivkulude hindamiseks. Töö tulemustele tuginedes saavad jaeketid teha paremaid kategooriajuhtimise ja varude kavandamisega seotud otsuseid ning kaardistada, milliste toodete osas on tarnekindluse tagamine ning sobivate asenduskaupade olemasolu eelkõige kriitiline.