

Lõputöö pealkiri: Coop Saaremaa tootmise läbimüügi suurendamise võimalused

Bakalaureusetöö / Diplomitöö / Magistritöö

Lõputöö autor: Kirily Lilleoja

Lõputöö juhendaja: Olev Tõru

---

## **KOKKUVÕTE**

Lõputöö on koostanud Kirily Lilleoja, mis on kirjutatud eesti keeles pealkirjaga „Coop Saaremaa tootmise läbimüügi võimalused“. Töö sisu on kokku 38 lehekülge, kus on 49 tabelit, mille järgi analüüs tehti.

Käesoleva lõputöö eesmärgiks oli välja uurida, kas ja millised Coop Saaremaa Tootmise tooted konkureerivad Coop Kokkade sarnaste toodetega. STÜ Tootmine on 100% Coop Saaremaa osalusega. Tootmise toodeteks on pagaritooted; kondiitritooted; soojad toidud, mis lähevad soojalettidesse ning jahutatult karpides; salatid, magustoidud ja heas valikus peovaagnaid. Eesmärgi saavutamiseks uuriti teooriat teemadel: kuidas mõjutab läbimüüki toodete kättesaadavus, tootepaigutus ja ostukohapõhine turunduskommunikatsioon ja alternatiivkaupade mõju. Tuli välja, et suur roll on selles, et kaupluse müüjad peavad olema motiveeritud müügitööst. Lõputöö kirjaliku osa põhilised autorid, kelle materjali läbi töödeldi olid: Leonardo Inghilleri, Micah Solomon ja Hans G. Tonndorf. Saadud info aitas edaspidi analüüsida sekundaarseid andmeid. Andmed saadi kahest konkureerivast ettevõttest, mis kuuluvad mõlemad Coop keskühistule. Coop Kokkade andmed saadeti sealse juhtkonna poolt ja STÜ Tootmise OÜ andmetele tehti eraldi ligipääs programmi Directo, kust pidi vajalikke elemente välja otsima. Mõlema ettevõtte ühised uurimisobjektid olid tooted, mida sai omavahel võrrelda ja kõrvutada. Tooteid võrreldi omavahel kolme erineva Coop Saaremaa kaupluse vahel. Rae Konsum, Tooma Konsum ja Kaubaait. Viimasel käivitati 03.02.2020 projekt. Kaupluses on kirevad ja kutsuvad sildid, mis meelitavad inimesi Saaremaa Köögi tooteid ostma. Uuringust selgus, et nii mõnedki tooted on problemaatilised. Samu asju, mida saab võtta kohalikult ettevõttelt ehk STÜ Tootmiselt, siis oli juhuseid, kus pole läbi terve aasta võetud konkureerivaid tooteid. Nendeks olid juustupallid ja kapsarullid. See hea kasum, millest Saaremaa omatoodang ilma jääb, on piisav, et probleem tõstatada. Veel oli tooteid, mida võiks ideaalis saada kõikidest kolmest poest, aga igakuiselt

siiski ei olnud. Nendeks olid: salatitest krõmpsuv vitamiinisalat, vinegrett, kartuli-lihasalat ja kirju salat.

Sooja/jahutatud toidu poolt maksa-pajaroog ja tatra-kanaroog. Mõnes kuus oli neid tooteid võetud rohkelt Coop Kokkadest ja STÜ Tootmisest ainult mõnede eurode eest müüki teostatud. Snäkkide valdkond oli väga ebastabiilne sellepolest, et mõni kuu võeti rohkem Coop Kokkadest ja mõni kuu jällegi STÜ Tootmisest.

Pärast sekundaarsete andmete analüüsi tehti uurimustulemuse analüüs, kus püstitati mõned tähtsad küsimused ja neile vastati võimalikult produktiivselt. Tulemuste järgi sai analüüsida seda, et milliseid tooteid eelistatakse ja miks, millistel juhtudel valitakse Coop Kokkade tooteid, kas Coop Kokkadega võrreldavamaid tooteid saaks juurde teha ning milliseid tooteid annaks vähendada ilma, et kliendile liiga teeks. Et müüki suurendada, saaks vähendada enamasti kõiki tooteid, mis konkureerivad STÜ Tootmisega.

Intervjuu tehti Rae konsumi ja Kaubaaida juhatajatega. Enne seda, kui pandi kokku küsimused, käidi eeltööd tegemas müügijuht Risto Leedoga. Tema käest sai paar head ideed, mida täpsemalt juhatajatelt küsida. Peale intervjuud sai vastata mõningatele tarbijaga seotud küsimustele, mis sekundaarsete andmete analüüsist välja lugeda ei õnnestunud.

Võtmesõnad: jaekaubandus, läbimüük, turunduskommunikatsioon, alternatiivkaubad, Coop Kokkad, STÜ Tootmine OÜ.