

# Tarbija otsustusmudeli uuring

**Advisio OÜ**  
Riia 181 A, Tartu 51014  
Lõõtsa 8, Tallinn 11415

Telefon: +372 735 2952  
Faks: +372 735 1241

E-post: [info@advisio.ee](mailto:info@advisio.ee)  
WWW: [www.advisio.ee](http://www.advisio.ee)



# Otsustusmodeli uuringu eesmärk



- Otsustusmodeli uuring annab vastuse küsimustele:
  - millistest toote/teenuse olulistest omadustest ja nende kombinatsioonidest otsustusmodel koosneb? (sh hinnatundlikkuse analüüs)
  - kas need parameetrid erinevad segmentide lõikes?
  - mis juhtub tarbija otsusega siis, kui üht või teist omadust selles toote/teenuse omaduste kombinatsioonis muuta?
- Uuritakse suvalisi tarbijaid, mitte olemasolevaid kliente, sest eesmärk on tuvastada üldine tarbijate otsustusmodel, mitte ainult klientidele omane.
- Tulemuseks on teadmine sellest,
  - milline toote parameeter on tarbija jaoks kõige olulisem, nt hind vs kvaliteet vs pakend (st millele tootja peaks enim tähelepanu pöörama)
  - kuidas varieerub parameetrite olulisus erinevate segmentide lõikes

# Metoodika ja tööprotsessi kirjeldus



- Seminari käigus tuvastavad klient ja Advisio lähteülesande ning panevad paika uuringu eesmärgid
- Eesmärkidest lähtuvalt pakub Advisio välja lahenduse uuringu teostamiseks
- Meetodiks ankeetküsitlus või *conjoint* analüüs
- Koostöös kliendiga määratletakse huvipakkuvad teemad ja küsimused
- Advisio koostab küsimustiku ning viib läbi küsitluse
- Advisio koondab ja töötleb kogutud andmed
- Andmete ning nende analüüsi tulemuste põhjal vormistatakse uuringuraport

# Näide: AS Siirup (1)



- **Lähtepunkt:** AS Siirup tahab hakata tootma lisandväärtusega siirupit. Sihtgrupina on määratletud lõpptarbijad ja toitlustusasutused. AS Siirup tahab teada,
  - kas siirupil, mida pakutakse rõhutatult tervislikuna, võiks olla suurem müügiedu ning mis tingimustel?
  - kas eratarbijad oleksid nõus rõhutatult tervisliku toote eest rohkem maksma ning mis tingimustel?
  - kas toitlustusasutused oleks nõus rõhutatult tervisliku toote eest rohkem maksma ning mis tingimustel?

Seega vajatakse otsustusmudeli uuringut.

- Koostöös Advisioga pannakse paika **uuringu eesmärk:**
  - leida, kas ja millistel juhtudel kaalub siirupi rõhutatult tervislik aspekt üles muud parameetrid, nt hinna.

## AS Siirup (2)



- Tulemuseks teadmine sellest, et
  - toidlustusasutuste hinnangul tervisliku mõjuga siirup ei suurendaks oluliselt siirupil põhinevate jookide läbimüüki
  - üldjuhul ei ole erakliendid nõus rõhutatult tervisliku toote eest oluliselt rohkem maksma, erandiks on keskmisest kõrgema sissetulekuga inimesed, eriti vanuses 26-45 aastat
  - tulevikus oleks mõeldav maksta rõhutatult tervislike toodete eest 10-15% rohkem
- Tulemus AS Siirupi jaoks seisneb selles, et
  - funktsionaalse siirupi hind püütakse hoida vaid veidi kõrgemal tasemel kui tavalisel siirupil, kuna üldjuhul pole tervislik aspekt tarbijate jaoks kuigi oluline lisandväärtus
  - turunduskampanias keskendutakse keskmisest kõrgema sissetulekuga tarbijatele
  - hakatakse otsima võimalusi koostööks organisatsioonidega, mis tegelevad ühiskonna teavitamisega funktsionaalsete toiduainete kasulikkusest

# Teostatud tööd



- Tervisliku Piima Biotehnoloogiate Arenduskeskuse ja AS Bacula uuring tarbijate otsustusmudeli väljaselgitamiseks seoses funktsionaalse moosi ostmisega
- OÜ Oskando uuring järgmise põlvkonna sõidukipargi haldussüsteemiga seonduva otsustusmudeli väljaselgitamiseks
- OÜ Business Information Systems uuring otsustusmudeli kohta seoses kindlustusseltsi infosüsteemiga
- Tartu Ülikooli ja OÜ Clay Processing Services uuring kinnisvara soetamise otsustusmudeli kohta, kui rõhk keskkonnasõbralikel tehnoloogiatel

