

Töö eesmärgiks oli luua logistikateenuste sisseostmiseks mudel, sest ei ole teada, kuidas valitakse logistika teenusepakkuja ning mismoodi juhitakse valitud partnereid. Lähtuvalt eesmärgist püstitas autor kaks peamist uurimisküsimust: (1) kuidas on struktureeritud logistikateenuse hankimise protsess, ja (2) kuidas toimub tarnijate juhtimine ning arendamine.

Püstitatud eesmärgi saavutamiseks ja andmete kogumiseks kasutas autor kvalitatiivse meetodina Eesti joogitootjate ning turustajate hulgas läbi viidud ekspertintervjuusid. Valimi ettevõtted baseerusid nii eestimaisel kapitalil kui ka kuulusid globaalsetesse kontsernidesse.

Logistikateenuste sisseostmise teoreetiliste lähtekohtade, varasemate uurimuste tulemuste ning Eesti joogitootjate ja turustajate seisukohtade põhjal koostas autor kuue-etapilise mudeli: (1) meeskonna loomine, (2) teenuste määratlemine, (3) logistika kogukulude võrdlus, (4) teenusepakkuja valimine, (5) ülemineku faas, ja (6) juhtimine. Loodud mudeli alusel saavad joogitootjad ja turustajad struktureerida logistikateenuste sisseostmise. Samuti on võimalik mudelit rakendada teistes tööstusharudes.