

Töö eesmärgiks oli välja selgitada tehnoloogia arengu mõju Eesti jae- ja hulgikaubandusettevõtetele ning nende võimalused ja vajadused edukaks konkureerimiseks digitaalses maailmas. Käesoleva magistritöö uurimisprobleemiks oli kaasaegsete tehnoloogiate vähene kasutatavus Eesti jae- ja hulgikaubandusettevõtetes ning tehnoloogia arengust tulenevad muutused kaubandusettevõtete tegevussuundade dünaamikas.

Töö käigus viidi läbi poolstruktureeritud intervjuud Eesti kaubandusettevõtete esindajatega. Eesti kaubandussektoris on suur konkurents ning ettevõtted tunnevad tugevat vajadust luua e-kanal. Jaekaubandusettevõtted soovivad lühendada tarneaehelat liikudes tootjale lähemale, välistades seejuures hulgikaubandusettevõtteid. Hulgikaubandusettevõtted peavad looma müügikanalid, mis võimaldaksid jõuda lõpptarbijale lähemale või keskenduma enam logistika- ja turundusteenuse pakkumisele äriklientidele.

Kõige olulisema tehnoloogilise trendina nimetasid kaubandusettevõtted suurandmetel põhinevat ennustavat analüüsi, seejuures toodi välja, et puuduvad andmed või ressursid selle läbiviimiseks. Teiseks toodi välja robottehnoloogia, kui hea lahendus ettevõttesiseste protsesside efektiivsemaks muutmiseks. Suurimaks takistuseks nii tehnoloogiate kui e-kanali rakendamisel on inimfaktor ning erinevate tarkvarade mitteühilduvus. Eesti jaekaubandusettevõtted tunnevad seoses suure konkurentsiga vajadust eristuda ning pakkuda tarbijatele kiiret, mugavat ja kvaliteetset teenust.