

Käesoleva magistritöö uurimisprobleemiks oli tõsiasi, et pole teada, kuidas rakendada müügi ja tootmise tervikplaneerimist (ingl. k. *sales and operations planning*, edaspidi S&OP) nii, et sellest ettevõttele kasu oleks. Lähtudes uurimisprobleemist seati magistritöö eesmärgiks välja töötada soovituslik S&OP rakenduskava. Selleks, et magistritöö eesmärki täita, püstitas autor uurimisülesanded. Kuna käesolev töö on teadaolevalt esimene S&OP alane magistritöö Eestis ning seetõttu on sellealane terminoloogia olematu, võttis autor lisaülesandeks tuvastada, milline on sobivaim eestikeelne termin S&OP mõistele. Magistritöö uurimismeetodiks oli kvantitatiivne ülevaateuurimus. Andmeid kogus autor ankeetküsitlusega, valimi moodustasid eesmärgistatud ja lumepallvalimi tulemusel 36 S&OP spetsialisti. Teooria analüüsi ja ankeetküsitluse vastuste põhjal leidis autor lahendused püstitatud uurimisülesannetele ning töötas välja soovitusliku kuuest sammust koosneva S&OP rakenduskava. S&OP rakenduskavast on kasu ettevõtete juhtidele, kes soovivad endale abiks tööriista, mis aitaks S&OP rakendamisel olulisele keskenduda. Peamiste järeldustena tõi autor välja, et S&OP töötab igat tüüpi ettevõtetes, kui seda vastavalt kohandada, suurimaks kasuks S&OP rakendamisel on uuringu tulemusena klienditeeninduse taseme tõus ning kõige kriitilisem edutegur S&OP rakendamisel on tippjuhtkonna kaasatus, eestvedamine ja tugi. Tulevaste uuringute raames soovitas autor uurida, kuidas antud rakenduskava praktikas töötab, milliseid erinevusi võiks rakenduskavas olla lähtuvalt ettevõtte tüübist ning välja töötada soovituslikud kontrollküsimustikud või protsessiskeemid, mida S&OP rakendamisel kasutada.