

Käesoleva uurimistöö aktuaalsus seisneb selles, et Eestis tegutseb ca 140 ettevõtet, kes tegelevad puitmajade tootmisega. Suurem osa neist on väikese ja keskmise suurusega ettevõtted, kes tegutsevad nii välisurgudel kui ka siseturul. Ettevõtted, kes varem olid keskendunud ainult siseturule, on muutnud oma äristrateegiat, ning soovivad samuti siseneda välisurgudele, kus tegutsevad nii kohalikud kui ka välisriikide puitmajade tootjad.

Käesoleva magistr töö eesmärgiks oli välja töötada parim tarneahela strateegia alustavale või algusfaasis olevale ettevõttele. Uurimistöö koostamisel kasutati 11 Eesti puitmajatootja andmeid, mis koguti ankeetküsitluse ja poolstruktureeritud telefoniintervjuude kaudu. Lisaks viis töö autor läbi intervjuud Eesti Puitmajaliidu ja Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse esindajatega, kes samuti jagasid enda kogemusi parimatest praktikatest Eesti puitmaja tootmise ja ekspordi sektoris.

Kogutud andmete põhjal koostas töö autor voodiagrammi, mille põhjal tegi ettepanekuid neljas erinevas tarneahela võtmeküsimuses: välisurule sisenemine, teha ise või osta väljast, transpordi korraldamine ja hoone püstitamine. Välisurule sisenemisel kasutada EAS-i poolt pakutavaid teenuseid, võtta tööle ekspordijuht ning tõlkida ettevõtte koduleht sihtriigi keelde. Tootmisel tellida väljast kõik komponendid, mis ei muuda maja unikaalseks ning juurutada strateegilise tarnija juhtimise programm. Transpordi korraldamisel tellida teenust sisse transpordiettevõttelt ning olla kursis pakutavate veovahendite mõõtmega. Palkmajade püstitamisel kasutada enda meeskonda, kuid moodul-, element- ja puitkarkassmajade puhul kasutada algul allhanget ning hiljem suurendada enda meeskonna osalust.

Valminud töö on ülevaatlik juhised alustavale või algusfaasis olevatele puitmajade tootjatele, kes soovivad siseneda välisurule.