

LÜHIKOKKUVÕTE

QUICK RESPONSE KONTSEPTSIOONI RAKENDAMISE VÕIMALUSED MONTONI KAUBAMÄRGI NÄITEL

Maris Aljaste

Rõivakaupadele, sh eriti moekaupadele, on iseloomulik hooajaline ja lühike müügiperiood, mille järele nõudlus on ebastabiilne ja pidevalt muutuv, mistõttu on seda väga keeruline prognoosida. Quick Response on tarnekontseptsioon, mis keskendub täitmisaegade vähendamisele kõigis ettevõtte protsessides ning selle tulemusel on võimalik paindlikumalt ja efektiivsemalt reageerida reaalsele nõudlusele ja toime tulla turu ebastabiilsusega. Samas on tarneahela reageerimiskiiruse parandamine kompleksne küsimus organisatsioonis, mille tänane tegutsemismudel seda prioriteedina ei rõhuta.

Magistritöö eesmärgiks oli analüüsida AS Baltika suurima kaubamärgi Monton näitel Quick Response rakendamise võimalusi ning hinnata valitud tooterühma põhjal alternatiivse tarneahela konfiguratsiooni sooritusvõimet.

Magistritöö põhines juhtumiuuringul, mille puhul kasutati nii kvalitatiivset kui ka kvantitatiivset uurimismeetodit. Tänapäevase tarneahela kaardistamiseks kasutati peamiselt ettevõtte dokumentatsiooni, valdkondade protsessikirjeldusi ja juhendeid. Ühtlasi viidi läbi eksperdiintervjuu kahe ettevõtte esindajaga. Tarneahela sooritusvõime hindamiseks kasutati SCOR-mudelit ning valitud tooterühma müügitulemusi ja kulunäitajaid.

Tarneahela sooritusvõime hindamise tulemusel selgus, et Quick Response avaldab märkimisväärset mõju valitud tooterühma müügitulule, kaubavarude tasemele ja kuludele. Quick Response printsiipide rakendamisel suurenes valitud tooterühma müügitulu ning vähenes kaubavarude tase ning kulud.

Töö tulemusena toodi välja Quick Response rakendamise võimalused Montoni kaubamärgi näitel, mis võimaldavad suurendada tarneahela reageerimisvõimekust ja paindlikkust, et tõsta ettevõtte tegevusefektiivsust ning millist mõju avaldas see tarneahela sooritusvõimele.