

Eesti väikese ja keskmise suurusega tööstusettevõtetes on probleemiks planeerimise protsesside ja juhtimise kvaliteet. Konkurentsivõime tõstmiseks vajavad Eesti ettevõtted uute ja tõhusamate protsesside kasutuselevõtmist.

Magistritöös uuriti, kuidas aitab müügi ja tootmise tervikplaneerimise (ingl. k. *Sales and Operations Planning*, edaspidi S&OP) protsess tõhustada uute toodete turuletoomist. Juhtumiuuring põhines pagaritööstusettevõttel Vaasan Grupp. Lühidalt toodi võrdluseks Coca-Cola HBC Balti ja Altia Eesti AS praktikad, kus S&OP protsessis ei keskenduta uutele toodetele. Uurimismeetoditena kasutati Vaasan Grupi protsesside vaatlust reaalajas osalus- ja täisvaatluse teel, dokumentide analüüsi ja intervjuu läbiviimist seitsme võtmeisikuga. Võrdlusettevõtetes viidi intervjuud läbi kahe võtmeisikuga.

Töö tulemused andsid ülevaate S&OP protsessi juurutamisest, kasutamisest, kasudest ja kitsaskohtadest uute toodete turule toomisel Vaasan Grupis. Töö tulemusena selgus, et uuritavates ettevõtetes nähakse S&OP protsessi kui väga vajalikku töövahendit, mis annab läbipaistvuse nii uute toodete turuletoomisel, nende nõudluse ja vajaminevate ressursside ühildamisel kui ka olemasolevate toodete osas. Hoolimata eeltööst protsessi struktuuri ja töövahendite ülesehitamisel ei ole majandustarkvara üldjuhul seadistatud S&OP protsessi jaoks sobival, mis takistab ettevõtte eri funktsioonide jaoks ühildatud plaani ehk konsensusplaani koostamist.

Töö tulemusena esitati Microsoft Excelil põhinevad töövahendid täiendamaks majandustarkvara andmeid uute toodete nõudlust arvestava konsensusplaani koostamisel ja testtootmise jaoks vajalike liiniressursside planeerimisel.