

## Lühikokkuvõte

Töö pealkiri on: „Põldma Kaubanduse AS'i DD kaubamärgi konkurentsistrateegia kujundamine“

Magistritöö eesmärgiks oli tuvastada Põldma Kaubanduse AS'i oma kaubamärgi DD Brändi tarneahela juhtimise kitsaskohad läbi strateegiliste äriprotsesside uurimise, et kujundada kaubamärgile toimiv konkurentsistrateegia. Oma kaubamärgi loomine ja arendamine on ettevõttele väga oluline, mistõttu autor ka antud teema magistritöökaks valis. Eesmärgi saavutamiseks analüüsis autor põhjalikult rõivakaubanduse olemust ja parimaid strateegilisi lähenemisi tarneahela juhtimises. Lisaks analüüsis autor kaubamärgi tarneahelat ja turupositsiooni.

Autor positsioneeris kaubamärgi konkurendid ning leidis kõikidele kaubamärgi alamliinidele sobivaimad konkurentsistrateegiad. Kaubamärgi hetkeolukorra analüüsiga kaardistati kõik kitsaskohad ja arenguvõimalused, mis on eelduseks konkurentsistrateegia elluviimisel. Peamiste probleemidena selgus, et kaubamärgi kuuest alamliinist kahel puudub konkurentsieelis täielikult; tarneahela strateegia ei toeta konkurentsistrateegiat ning toodete omahind on liiga kõrge/juurdehindlus madal. Probleemide lahendamiseks formuleeris autor kõikidele alamliinidele konkurentsistrateegiad ja tegi strateegilised ettepanekud tarneahela kulude vähendamiseks. Töö tulemusena tekkis ettekirjutus, mida järgides suudab Põldma Kaubanduse AS luua konkurentsivõimelise ning hea tootlikkusega kaubamärgi.