

Magistritöö eesmärgiks oli tuvastada tarneahela viimase lüli, jaekaubandusettevõtete tarneahelate juhtimise kitsaskohad läbi strateegiliste äriprotsesside uurimise. Lisaks kaardistati valimile vastavad teooriapõhised parimad praktikad ja analüüsiti nende rakendamist.

Eesmärgi saavutamiseks koostati valim kuuest ettevõttest: kolm ettevõtet kodu- ja ehituskaupade jaekaubandussektorist ning kolm toidu- ja esmatarbekaupade jaekaubandussektorist. Andmete kogumiseks kasutati poolstruktureeritud intervjuusid. Intervjuude põhjal kujundati juhtumid, mida vastandati teooriale.

Peamiste murekohtadena ilmneseid uuritud ettevõtetes tarnijate baasi juhtimine ning partnerlussuhted, ostu- ja varude juhtimise keerukus ning mõõdikute kasutamine ettevõtte sisestele toimingutele ja välistele partneritele. Probleemide lahendamiseks on ettevõtetel oluline muutuda paindlikumaks informatsiooni jagamise osas tarneahela sees. Muutuste toetamine on võimalik läbi toetavate tehnoloogiate ning tööprotsesside arendamise ja kontrolli.