

E-äri ja e-kaubanduse kasutamine Eestis ja kasutamise laiendamise võimalused

Uuringu tulemused
19. juuni 2013

Sisukord

- 1** Sissejuhatus uuringusse
- 2** E-äri ja e-kaubandus ettevõtete vaatest
- 3** E-kaubandus tarbijate vaatest

Sissejuhatus uuringusse

1

Eesmärk

Uuringu eesmärk:

- täpsustada e-äri ja e-kaubanduse kasutatavuse määra Eestis;
- selgitada välja e-äri ja e-kaubanduse laiemat kasutamist pärssivad tegurid;
- selgitada välja e-äri ja e-kaubanduse kasutuselevõtu laiendamise võimalused;
- uurida teiste riikide vastavat parimat poliitikakujundamise praktikat.

Uuringu tellija: Riigikantselei koostöös Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumiga

Uuringu läbiviija: PricewaterhouseCoopers Advisors AS

Uuringuprojekti kestus: november 2012 – aprill 2013

E-äri ja e-kaubandus

E-äri: Ettevõttesiseste ning ettevõtete vaheliste äriprotsesside automatiseerimine IKT (info- ja kommunikatsioonitehnoloogia) abil. E-äri kätkeb endas lisaks e-kaubandusele ettevõtete sisemisi ning ettevõtjate vahelisi protsesse. E-äri peamine eesmärk seisneb äriprotsesside automatiseerimises ja integreerimises ning seeläbi tekkivas mõjus.

E-kaubandus: Kaupade või teenuste ostmine/tellimine ja müük Interneti (sh mobiilse Interneti) või muu arvutivõrgu kaudu, sealjuures ei pruugi kauba või teenuse eest maksmine või selle kohaletoimetamine toimuda elektrooniliselt. Antud uuringus keskendutakse kaupade või teenuse ostule ja müügile ettevõtjalt ettevõtjale (B2B – *Business to Business*) ja ettevõtjalt tarbijale (B2C).

Uuringu metoodika ja ulatus

- **Individuaalintervjuud**

Ekspertintervjuud **6** IKT valdkonna eksperdiga

Intervjuud **10** ettevõtte esindajaga

- **Fookusgrupiarutelud**

2 fookusgruppi **15** ettevõtete esindajaga

2 fookusgruppi ja telefoniintervjuud **37** tarbijaga

- **Veebiküsitlused**

1007 ankeeti ettevõtetelt ja **1037** tarbijatelt

- **Juhtumiuuringud**

- **Välisriikide parimate praktikate koondamine**

Luksemburg, Malta, Taani, Slovakkia

Uuringu tulemused ja soovitused

E-äri ja e-kaubandus ettevõtete vaatest

2

Uuringu tulemused

E-äri

86% ettevõttest kasutab IKT-lahendusi äriprotsesside toetamiseks.

Enimkaetud protsessideks **raamatupidamine ja finantsjuhtimine**.

IKT-lahendusi mittekasutatavatest ettevõtetest enamus on mikroettevõtted ja FIE-d.

IKT-d mittekasutatavate ettevõtete hulgas on **24%** neid, kes soovivad äritegevuse viia e-kanalitesse.

E-kanalite olulisust äris tunnetavad paremini ettevõtted, kellel on suurem IKT kasutamise määr äriprotsessides (**4,6 vs 3,6**).

42% ettevõttest on viimase 3 aasta jooksul IKT-lahendusi kasutusele võtnud.

Neist **80%** hindavad kasutuselevõetud lahendusi õnnestunuiks, kuigi lahenduste maksumus ja kulunud aeg ei vasta ootustele.

IKT-vahendite kasutamisest saadavat kasu osatakse näha **konkurentsipüsimise** võimaldajana, kuid mitte **konkurentsieelise** saavutamise vahendina.

IKT on sageli ainus võimalus äritegevuse jätkamiseks.

Konkurentsieelist tunnetavad paremini ettevõtted, kelle **tegevusvaldkonnas** on kõige väiksem IKT-vahendite kaasamine*.

*M – Kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus; G – Hulgi- ja jaekaubandus, mootorsõidukite ja mootorrataste remont; F – Ehitus.

Uuringu tulemused

Takistused e-äris

IKT-lahendused on

kallid ka suurte ettevõtete jaoks, erandiks on vaid tööstusettevõtted.

IKT-lahenduste kasutuselevõtus mängib rolli

eelarvamus, et äris ei saa IT abil midagi paremaks teha.

42% ettevõtjaist on arusaamisel, et nende teadmised IT-valdkonnas on ebapiisavad.

Ettevõtjad sooviksid kasutada äri ja IT-d vahendava

tehnotõlgi
või neutraalse nõuandja abi.

Suured ettevõtted saavad teha strateegilisi plaane IKT kasutuselevõtuks, väikeettevõtetel pole selleks finantsvõimekust ja IKT-d kaasatakse

üksikute probleemide lahendamiseks.

Standardlahendus ei anna

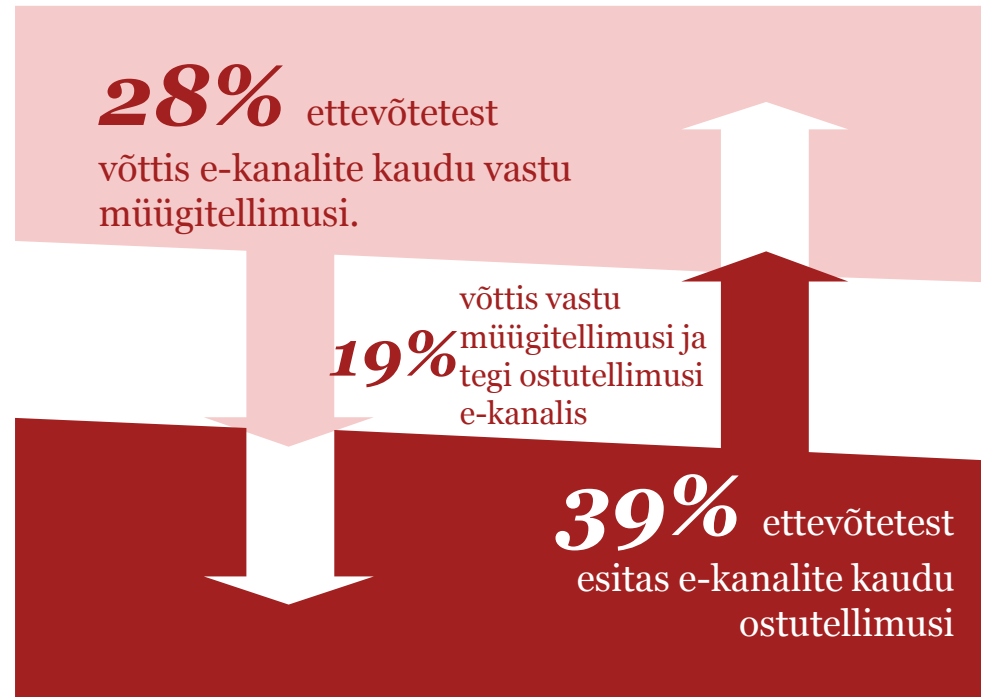
konkurentsieelist.

Uuringu tulemused

E-kaubandus

1/3 ettevõttest on kinnitanud, et neil on tulevikus soov või plaan e-kanali käibe osakaalu suurendada.

Tööstusettevõtetes on e-kanali osatähtsuse suurendamise soov keskmisest kõrgem – **46%** uuringus osalenud tööstusettevõttest on maininud, et neil on soov või plaan e-kanali käibe osatähtsust tulevikus suurendada.



Uuringu tulemused

Takistused e-kaubanduses

E-poes ***pole***
piisavalt infot
toote või teenuse kohta.

E-poes puudub
läbirääkimise
võimalus.

Meedia
rõhutab, et
e-kaubandus on
ohtlik. Tarbijad ei
usalda kaupmehi.

Turg on
väike.

E-poe
rahvusvaheline
mastaap käib Eesti ettevõtjatele
sageli oma juriidiliste, tehniliste ja
kultuuriliste aspektidega üle jõu.

E-pood
ei tasu
end ära.

2/3 ettevõttest leiab,
et nende tooted
ei sobi
e-kanalis müümiseks.

Ettevõtete ootused riigile e-äri arendamiseks

Riik ei tohiks keskenduda vaid tehnoloogia ja seadmete soetamisele.

Ettevõtjate jaoks on nii seadmed kui nende töösserakendamine võrdselt olulised, riigi toetusmeetmed võiksid laieneda ka IKT-lahenduste väljatöötamisele ja juurutamisele, kindlasti ka e-kaubanduse lahenduste tarbeks ning jae- ja hulgimüügi ettevõtetele.

Avaliku sektori e-teenuste parem kättesaadavus. Eelkõige ootavad ettevõtjad vastutulekut neile vajalike andmekomplektide kombineerimisel riigi ja kohaliku omavalitsuse andmekogudest (nt päringud rahvastikuregistrist, kinnistusregistrist, äriregistrist, aga ka kohalike omavalitsuste kogutavatest andmetest, päästeteenistuste info, teedeinfo vms).

Andmepäringute maksumus masspäringute tegemisel osadest riiklikest andmekogudest on liiga kõrge ning riigiga puudub selles osas läbirääkimiste võimalus.

65% ettevõttest ei usu, et riigil saaks olla roll IKT-kasutuselevõtu suurendamisel.

Ettevõtete vajadused e-kaubanduse edendamiseks

E-kanalite käibe suurendamiseks näevad ettevõtjad vajadust oma **internetiturunduse ja e-kaubanduse oskusi** parandada.

E-kaubandusega seonduvate **usaldusprobleemide** lahendamise vajadus. Tarbijate usalduse võitmise osas nähakse vajadust riiklikul tasandil tegevusteks, ettevõtjad ei tule usaldamatusega ise toime.

Ühe osana e-kaubanduse usalduse tõstmisel tuuakse välja **maksevahenduslahenduste** loomist, mis vähendaks võimalike pettuste hulka.

Lähtuvalt IKT-lahenduste kallidusest ning sobivate lahenduste leidmise keerukusest, nimetatakse ka soovi **tasuta mitmekeelse e-poe platvormi** kasutuselevõtuks.

Selleks, et oma tooteid või teenuseid e-kanalite vahendusel müüa, vajavad ettevõtjad riigipoolset tuge ja **nõustamisteenust**, mis aitaks e-kaubanduse probleemidega toime tulla ning võimaldaks sellest kujundada oma konkurentsieelise.

Soovitused

1. Suunatud koolituste korraldamine ja toetamine e-äri ja e-kaubanduse lahenduste kasutamiseks äriprotsessides ja sellest saadavate kasude tutvustamiseks.

- Napid teadmised põhjustavad passiivsust ja mitteotsustamist, need omakorda kogemuste puudumist ja valede eelarvamuste kujunemist.
- Mida väiksem on ettevõte, seda vähem on arusaamist IKT võimalustest.
- Koolituste sihtrühmaks peaks olema ettevõtjad ning juhid, kes peavad toime tulema paljukanalilises keskkonnas. Koolitustesse on mõistlik kaasata edulugusid kogunud ettevõtete esindajaid, et edasiantav kasu oleks võimalikult praktiline.
- Koolitusprogramm peaks võimaldama kiiret ja ulatuslikku teadlikkuse kasvatamist ja olema pikaajalise perspektiiviga programm, kus ettevõtjad saavad osaleda korduvalt.
- Koolitus- ja nõuandeteenuste pakkujaks võiks olla riik (ettevõtlust arendavad organisatsioonid) koostöös katusorganisatsioonidega (nt valdkondlikud erialaliidud).

Soovitused

2. Suunatud koolituste viimine valdkondlikusse õppesse.

- Ettevõtetele on probleemiks valdkonnaspetsialistide IKT-oskuste mittevastavus konkreetse töökoha nõuetele. Haridussüsteemist väljujatel on küll olemas üldised IKT-alased teadmised ja oskused, ent need ei ole enamasti erialaspetsiifilised.
- Piiratud IKT-teadmised juhtide seas, mis takistab neil hinnata IKT võimalusi oma äri edendamiseks.
- Ülikoolides on küll tugevaid õppejõudusid, kuid on ka palju neid, kes pole ka ettevõtetes lahendusi näinud või kellel puudub kokkupuude infosüsteemidega oma valdkonnas.
- Täiendavalt võiks kaaluda ka erialaõppejõudude enesetäienduses kohustusliku praktika sisseviimist, mis sarnaneb tudengite praktikaga.
- Antud meetme väljatöötamises ja rakendamises peaksid osalema nii riik (nt EAS, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Haridus- ja Teadusministeerium, Riigi Infosüsteemi Amet jt), katusorganisatsioonid (nt ITL jt) kui ka kõrg- ja kutsekoolide esindajad.

Soovitused

3. Alustavatele, väikestele ja keskmistele ettevõtetele tarkvaravaliku keskkonna ja nõustamisteenuse loomine.

- Riigi, katusorganisatsioonide ja erasektori koostöös (sh tarkvaraarendajad) on soovitatav luua keskkond ettevõtlike esmavajaduste rahuldamiseks vajalike (ERP ja CRM) süsteemide tutvustamiseks eesmärgiga õpetada eelkõige mikro- ja väikeettevõtteid IKT-lahendustest kasu saama.
- Lahendusi toetatakse nõuandeteenustega valikute tegemisel ning lahenduste sidumisel äriprotsessidega.
- Ettevõtlast arendavad organisatsioonid võiks selle programmi raames luua endale parema IKT-teadlikkuse (tehnotõlgi roll) kui seda on alustavatel ja väikestel ettevõtetel.

Soovitused

4. IKT-vahendite kaasamise toetamine äriprotsesside arendamiseks.

5. IT-investeeringute tasuvuse mõõtmise metoodika väljatöötamine ja populariseerimine.

6. Avaliku sektori andmekogude kättesaadavuse suurendamine.

7. Ettevõtjate IT-investeeringute riskide jagamine laenude või garantiide abil.

8. Kohaliku standardiseeritud tarkvaraarenduse toetamine.

Uuringu tulemused ja soovitused

E-kaubandus tarbijate vaatest

3

Uuringu tulemused

Tarbijad e-kaubanduses

86% inimestest on ostnud kaupu või teenuseid e-kanalitest.

E-ostlemisena tunnetatakse pigem asjade ostmist, mitte teenuse tarbimist.

Kõige enam ostetakse teenuseid, kuna neid on lihtne e-kanalite kaudu osta.

19% tarbijaist kulutab e-ostlemisele **51-100** eurot aastas.

Kõrgharidusega tarbijad ostavad rohkem kaupu ja teenuseid e-kanalite kaudu.

Võrdselt nii Eestist kui välismaalt ostetakse rõivaid ja sporditarbeid, majutus-teenuseid, filme ja muusikat.

Ainsate kaubagrupidena on välismaalt ostmine suurem arvutitarkvara ja mängude osas.

Linnaelanikud eelistavad transporditeenuseid, pileteid, telekommunikatsiooniteenuseid.

Maaelanikud eelistavad lisaks transporditeenustele veel raamatuid, rõivaid ja sporditarbeid ning majutusteenuseid.

Uuringu tulemused

Tarbijate takistused

77% tarbijaist märgib, et e-poes ei saa kaupa katsuda, näha, proovida, veenduda selle sobivuses.

Hirm,
et kaupade tagastus on keeruline.

Meedia
rõhutab, et e-kaubandus on ohtlik.

Nii ostlejad kui mitteostlejad leiavad, et e-pood **ei ole usaldusväärsed**.
Probleem on pigem kuulnud, kui kogetud.

Eesti e-poodides on tooted ja teenused

kallimad
kui välismaa e-poodides ning ei ole soodsamad tavakauplustest.

Kaubavalik on e-poes **väike**.

Tarbijate vajadused julgustamaks e-ostlemist

E-kaupmeeste usaldusväärse kasv. Täna ei ole tarbijal piisavalt informatsiooni usaldusväärsete e-poodide osas.

Garantii või kindlustusega makselahendused (sh mikromaksed), mille puhul kaupmees ei saa kauba või teenuse eest enne raha kätte, kui tarbija on kauba või teenuse saanud.

Transport. Samuti on tarbija ootus nii hinna kui tingimuste suhtes paindlikuma ja usaldusväärsema transpordi- ja logistikateenuse järele.

Suurem teadlikkus tarbijaõigustest nii Eestis kui välismaal aitaks kaasa hirmu vähenemisele ning võimaldaks osta e-poodidest ka neil inimestel, kes ei ole täna seda isiklikult kogenud, vaid tunnetavad kaupade tagastamise ja pretensioonide lahendamise seonduvat keerukust läbi loetu või kuuldu.

Väga ulatusliku soodustajana näeksid tarbijad ka kaubale või teenusele **lisanduvate maksude info näitamist e-poes**, kuid see ei soodustaks mitte Eesti e-kaubanduse arengut, vaid tõukaks tarbijaid pigem välismaa e-poodidesse ostlema.

Soovitused

1. Suunatud koolituste korraldamine ja toetamine e-kaubanduse ja internetiturunduse kasutamiseks ja sellest saadavate kasude tutvustamiseks.

- Ettevõtjad ei tunne valdavalt e-kaubanduse eripärasid ning kauplemist elektroonilistes kanalites.
- Meetme abil saaks tõsta ettevõtete teadlikkust e-kaubanduse olemusest ning internetiturunduse kasudest. See on eriti oluline alustavatele, mikro- ja väikeettevõtetele, kelle investeerimisvõimalused on piiratud.
- E-kaubanduse ja internetiturunduse edendamisel saaksid koostööd teha riik (nt EAS) ning erasektor, kelle omavahelises koostöös võiks senisest laialdasemalt ja süsteemsemalt õpetada ettevõtjatele e-kaubandusega seonduvat. Seejuures ei saa keskenduda e-kaubandusele Eestis, vaid koolitustes tuleks oluline rõhuasetus seada ekspordile.

Soovitused

2. E-kaubanduse ekspertiisialase toe loomine.

- Ettevõtjad vajavad e-kaubanduse arendamisel, takistuste ületamisel ja igapäevaste probleemide lahendamisel e-kaubanduse ekspertiisialast tuge ja kaasaráärmisvõimekust.
- Tánane riigi tegevus e-kaubanduse alase teadlikkuse tõstmisel on kallutatud tarbijakaitse suunas.
- E-kaubanduse ekspertiis riigi tasandil on tána küll olemas, kuid see on killustunud eri ametkondade vahel. Riik peaks e-kaubanduse alase info osas suurendama koordineeritud ühistegevust.
- Ekspertiisile tuginevalt ootavad ettevõtjad nõuandeteenuse pakkumist, et e-kaubandusega seonduvaid takistusi ja probleeme ennetada, mitte neid lábi elada.
- E-kaubanduse sisuline ekspertiis võiks koonduda kas Majandus- ja Kommunikatsiooniministariumisse, riiklike ametkondade ja katusorganisatsioonide (Eesti E-Kaubanduse Liit, Kaubandus-Tööstuskoda) omavahelises koostöös või Tarbijakaitseametisse.

Soovitused

3. E-kaubanduse kohta publitseeritud avaliku retoorika positiivsemaks muutmisele kaasaaitamine.

- Tänane avaliku e-kaubanduse retoorika keskendub selle valdkonna probleemidele ja tarbijaid valitsevatele ohtudele.
- Oluline on tarbija suunata ära tundma turvalist ja usaldusväärset, mitte ebaturvalist ostukohta.
- Soovitame luua pikaajaline programm, mis keskendub e-kaubanduse usaldusväärseuse aspektidele.
- Kuigi esmatähtis on Eesti e-kaubanduse olukorra parandamine, tuleks siiski tähelepanu pöörata ka välismaa e-poodidest ostmise tarbijaõiguste laialdasemale tutvustamisele.

Soovitused

4. Usaldusväärse tarneahela komponentide loomine: garantiiga makselahendused ja logistikateenus.

5. Mõõdikute loomine e-kaubanduse tulemuste mõõtmiseks.

Paneeldiskussioon

IKT-vahendite kasutamisest saadavat kasu osatakse näha ***konkurentsipüsivuse*** võimaldajana, kuid mitte ***konkurentsieelise*** saavutamise vahendina.

Meedia
rõhutab, et e-kaubandus on ohtlik. Tarbijad ei usalda kaupmehi.

80% viimase 3 aasta jooksul IKT lahendusi kasutusele võtnud ettevõttest hindavad kasutuselevõetud lahendusi õnnestunuiks, kuigi ***lahenduste maksumus ja nende väljatöötamiseks kulunud aeg ei vasta ootustele.***

Nii ostlejad kui mitteostlejad leiavad, et e-poed ***ei ole usaldusväärsed.***
Probleem on pigem kuulnud, kui kogetud.

Turg on ***väike.***

www.pwc.ee

© 2013 AS PricewaterhouseCoopers Advisors. All rights reserved.

"PwC" refers to AS PricewaterhouseCoopers Advisors which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.