

---

# ***Lühikokkuvõte*** E-äri ja e-kaubanduse kasutamine Eestis ja kasutamise laiendamise võimalused

*Riigikantselei*

*Aprill 2013*

Eesti majandus on silmitsi olukorraga, kus senised kasvuallikad on ammendunud ning inimeste elatustaseme parandamiseks tuleb otsida uusi majanduskasvu võimalusi. Kuivõrd investeeringuid IKT-sse peetakse üheks olulisemaks teguriks ettevõtjate tootlikkuse ja konkurentsivõime suurendamisel, on oluline, et ettevõtluskeskkond soosiks neid arenguid ning avalik sektor kohendaks oma poliitikaid vastavalt. Vastavaks poliitika kujundamiseks Eestis napib aga täna teavet IKT kasutamise kohta ettevõtjate äriprotsesside muutmisel, sealhulgas Interneti kasutamise kohta toodete ja teenuste müügiks nii tarbijaile kui teistele ettevõtjatele.

Ebapiisava ülevaate tõttu e-äri ja e-kaubanduse kasutamise ja kasutamise edendamise seotud väljakutsete kohta on Eesti jaoks raskendatud tõendus põhine poliitika kujundamine, et majanduses laiemalt IKT kasutust hoogustada ja seeläbi konkurentsivõimet tõsta. Muuhulgas on raskendatud Eesti prioriteetide seadmine EL-i digitaalse siseturu arendamise kontekstis. Seni on Eesti selles lähtunud eelkõige tarbija vaatest, kellele piiriülene kaubandus loob võimalused suuremaks kaupade ja teenuste valikuks, läbipaistvamateks ning soodsamateks hindadeks. Eesti ettevõtjate võimalusi, vastavaid arenguvajadusi ja samas ka potentsiaalseid ohte ei ole seni süvitsi analüüsitud. Suutlikkus maailma IKT arenguga kursis olla ning selle tulemeid aktiivselt ja oskuslikult rakendada on jätkuvalt üks arengu olulisemaid edutegureid. Eesti jaoks on seejuures põhiküsimuseks, kuidas kasutada IKT-d riigi ja ettevõtete ees seisvate oluliste probleemide lahendamiseks.

Käesoleva uuringu eesmärk oli täpsustada e-äri ja e-kaubanduse kasutatavuse määra Eestis, selgitada välja nende laiemat kasutamist pärssivad tegurid ning kasutuselevõtu laiendamise võimalused ning uurida teiste riikide vastavat parimat poliitikakujundamise praktikat.

Uuringu tulemid on sisendiks Eesti uue infoühiskonna arengukava ning ettevõtlus- ja innovatsioonipoliitika kujundamisele, EL uue eelarveperspektiivi prioriteetide seadmisele ja Eesti Euroopa Liidu poliitika kujundamiseks kõnealuses valdkonnas.

*Tulevikus  
on kogu äri  
vaid „e“.*

### *E-äri ja e-kaubandus ettevõtete vaatest*

**IKT-lahendused ettevõttes.** 86% tegutsevatest Eesti ettevõtetest kasutab vähemalt ühes äriprotsessis IKT-lahendusi. Ootuspäraselt on enimkaetud protsessiks raamatupidamine ja finantsjuhtimine. Teistes protsessides kasutatakse IKT-lahendusi oluliselt vähem. 30-40% kasutusvahemikku jäävad müügiprotsessidega seonduv, samuti teenuste osutamine ja kliendiandmete haldus. IKT-lahendusi mittekasutavatest ettevõtetest enamuse (92%) on mikroettevõtted ja FIE-d.

**IKT-lahendused ettevõtete vahel.** 69% ettevõtetest kasutab IKT-lahendusi ettevõtetevaheliseks protsesside automatiseerimiseks. Enamuse moodustab jällegi raamatupidamine ja finantsjuhtimine (41%).

Raamatupidamise ja finantsjuhtimisega seotud lahenduste kontekstis peetakse silmas ka makselahendusi, arvete väljastamist, aga ka tellimuste käsitlemisega seotud protsesse, mille puhul andmed liiguvad automaatselt ühe ettevõtte infosüsteemist teise ettevõtte infosüsteemi.

**Avaliku sektori andmete kasutamine.** Avaliku sektori andmeid kasutab äritegevuses 52% ettevõtetest. Avalikud andmed leiavad kasutust eelkõige raamatupidamises, müügitegevuses, teenuste osutamisel ja kliendiandmete haldamisel, väiksemal määral ka turunduses.

**E-kanali olulisus äris.** 2012. aastal võttis e-kanalite kaudu müügitellimusi vastu 28% ettevõtetest ning ostutellimusi esitas e-kanalite kaudu 39%. Läbi e-kanalite tehtud käibe osakaal moodustas 44%, ostutellimustest esitati e-kanalite vahendusel 41%. Müügikäibest 43% moodustab müük teistele ettevõtetele, 29% eraisikutele ning 9% avaliku sektori asutustele.

**Vajadus IKT-lahenduste kasutuselevõtuks.** Vajadust IKT-lahenduste kasutamiseks äritegevuses näevad ettevõtjad erinevalt. Arvamused varieeruvad sõltuvalt ettevõtte suurusest ja tegevusvaldkonnast. E-kanalite olulisust äris tunnetavad paremini need ettevõtted, kellel on suurem IKT kasutamise määr äriprotsessides (4,6 protsessi vs keskmine 3,6). IKT-d mittekasutavate ettevõtete hulgas on 24% neid, kes tunnetavad vajadust ja soovivad äritegevuse viia e-kanalitesse. Vajaduse tunnetamise osas leidis kinnitust, et info- ja kommunikatsioonitehnoloogia kaasamine on sageli ainuke võimalus äritegevuse jätkamiseks. IKT-vahendite vajadus ei sõltu majandussektorist, ettevõtte suurusest ega ettevõtte kasvuambitsioonist.

**IKT-lahendustest saadava kasu tunnetamine.** IKT-vahendite kasutamisest saadavat kasu osatakse näha konkurentsivõimeldajana, kuid mitte konkurentsieelise saavutamise vahendina. Erandiks on tööstusettevõtted, kus IKT-lahendustes nähakse keskmisest enam konkurentsieelise saavutamise ja ekspordi kasvatamise võimaldajat. Viimase 3 aasta jooksul on uusi IKT-lahendusi kasutusele võtnud 42% ettevõtetest. Üldjoontes osatakse hinnata, et IKT-lahendused on aidanud äri edendada. Olulist kasu on tunnetanud 35% ettevõttest. Neist omakorda enamuse (79%) usuvad, et IKT-lahenduste kasutuselevõtt on andnud neile konkurentsieelise.

**Rahulolu kasutuselevõetud IKT-lahenduste osas.** IKT-lahenduste kasutuselevõttu hindavad õnnestunuks üle 80% lahendusi viimase kolme aasta jooksul kasutusele võtnud ettevõtetest. Küll aga ei vasta ootustele lahenduste tegelik maksumus ja lahenduste väljatöötamiseks kulunud aeg.

**E-kaubandus.** E-kanali kaudu võttis e-kanalite kaudu vastu müügitellimusi 28% ettevõttest ning ostutellimusi esitas e-kanalite kaudu 39%. Nii ostu- kui müügitellimusi tegi e-kanalis 19% ettevõttest.

## **Takistused e-äris**

**Kompetentsid.** 42% ettevõtjast on arusaamil, et nende teadmised IT-valdkonnas on ebapiisavad. Teadlikkuse osas saab selgelt tõdeda, et turul võivad küll IKT-lahendused olemas olla, kuid ettevõtja ei oska endale sobivat välja valida. Tellija ei oska hinnata arendaja kompetentsi ega nõuda lahendusi, mis vastaksid tema vajadustele mitte ainult hetkeolukorras, vaid oleksid ka tulevikuperspektiivis äri edendamise võimaldajaks. Olukorras, kus ettevõtjal on vähe oskusi tehnoloogiliste lahenduste valimiseks, puudub samas arendajal äriarusaam, kuidas IT-äri kaasa aitab. Ettevõtjad sooviksid kasutada äri ja IT-d vahendava tehnoloogilise või neutraalse nõuandja abi, ent ei tea, kust neid kompetentse leida.

**Eelarvamused.** Väga oluliseks takistuseks IKT-lahenduste kasutuselevõtt mängib rolli eelarvamus, et äris ei saa IT abil midagi paremaks teha. Eelarvamustega ettevõttest iseloomustab asjaolu, et nad ei ole viimase kolme aasta jooksul IKT-lahendusi kasutusele võtnud ega olemasolevaid lahendusi täiendanud. Eelarvamuste juurpõhjuseks saab pidada teadmiste ja kompetentside puudumist mitte ainult IKT-valdkonnas, vaid ka juhtimises üldiselt – osad ettevõtted ei suuda muutunud ärikeskkonnaga toime tulla.

**Finantsvõimekus.** Suured ja keskmised ettevõtted, kellel on võimekus IKT-valdkonna kompetentsi sisseostmiseks, suudavad teha pikaajalisi strateegilisi plaane IKT kaasamiseks, seejuures aga väikestel ja mikroettevõtetel sageli see võimalus puudub ning IKT-d kaasatakse vaid üksikute probleemide lahendamiseks.

**IKT-lahenduste hind.** On märkimisväärne, et nii ettevõtjad kui eksperdid arvavad, et IKT-lahenduste soetamine ja ülalpidamine on ettevõtetele kallis. Siinkohal peavad lahendusi kalliks ka suured ettevõtted, kellel on paremad võimalused IKT-lahenduste kasutuselevõtuks võrreldes väikeste ja mikroettevõtetega. Eduka e-riigi kontekstis viitavad ettevõtjad riigi poolt tellitud IKT-lahendustele, mis on kergitanud IT arenduste hinna Euroopa hinnatasemele, jättes selle keskmisele Eesti ettevõttele kättesaamatuks. Tarkvara litsentside, arendamise ja hoolduse tasud ning lahenduste juurutamine on ettevõtetele kallid ning IKT-lahenduse kasutuselevõtt võib põhjustada ettevõtete konkurentsiväljalangemist. Tarkvaralitsentside kõrge hinna tõttu leidub olulisel määral ettevõtjaid, kes ei pea mõistlikuks litsentseeritud tarkvara kasutamist. Samas ei osata häid vabavaralisi lahendusi üles leida. Tähelepanuväärseks ei ole tööstusettevõtete puhul põhiliseks takistuseks mitte IKT-lahenduste hind, vaid konsultatsiooniteenuste hind. Tootmisettevõtetes on seadmed ja seadmete administreerimiseks vajalikud tehnoloogiad ühtviisi olulised. Samuti on tööstusettevõttes võrreldes teenust osutavate ettevõtetega lihtsam hinnata IKT-lahendustes saadavat lisaväärtust.

**Ebapiisavad lahendused.** Standardlahenduste ostmist peavad ettevõtjad kalliks ning nende ülalpidamiseks ja administreerimiseks võib ettevõtte vajada täiendavat tööjõuressurssi. Seejuures ei pruugi standardne lahendus anda ettevõttele vajalikke tööriistu, et saavutada konkurentsieelist. Standardlahendused on töötatud välja oma tegevusvaldkonna keskmiste ettevõtete põhjal, kuid turul eelise saavutamiseks vajatakse innovatsiooni ja paindlikkust mitte ainult põhitegevuses, vaid ka tugitegevustes. Tasuta lahenduste osas on ettevõtjad skeptilised. Ettevõtjate arvates ei saa tasuta lahendusi kasutusele võtta ärikriitilistes protsessides, kuna puudub kindlus, kas tarkvara on jätkusuutlik, kas sellele pakutakse kasutajatuge ning kas selle kasutamise tingimused säilivad tänasel tasemel ka edaspidi. Juurdumist vajab uus paradigma, et hea tulemuse võib IT projektides saavutada vaid omaniku või juhtkonna järjepideva järelevalve, eestvedamise ja juhtimise kaudu.

## **Ettevõtete takistused e-kaubanduses**

**Usalduse puudumine.** Ettevõtted toovad peamise takistustena välja e-kanalite kaudu kaupade või teenuste ostmisel usalduse puudumist ja ebapiisavat infotoodete kohta, mis viitab vähestele oskustele e-poodides kaupa või teenust turundada ning ei anna ostjale veendumust kauba sobivuses ega kindlust ostu sooritamiseks.

E-poodide madala usaldusvääruse ühe põhjusena nähakse ka sagedasi negatiivseid meediakajastusi ning riigiasutuste hoiatavaid kampaaniaid, mis kutsuvad üles tarbijat hoiduma e-poodidest ostmast.

**Läbirääkimisvõimaluste puudumine.** Ettevõtete vahelistes tehingutes mängib olulist rolli ka läbirääkimisvõimaluste vajadus, milline võimalus e-kanalis puudub. Näiteks ettenägematute logistiliste probleemide korral, kui ei osata prognoosida kauba või teenuse saamise aega ja maksumust.

**Teadmiste puudumine.** E-kanalite kaudu kaupade või teenuste müümisel toob 2/3 ettevõttest peamise takistusena välja asjaolu, et nende tooted või teenused ei sobi e-kanalis müümiseks. Lisaks sellele viitab mainitud asjaolu selgelt e-kaubandusega seotud teadmiste puudumisele väga üldises plaanis. Ettevõtjad ei adu, et e-kaubanduse teenuseid on vaja kontseptuaalsel tasemel erineval viisil kujundada.

**Turu väiksus ja tavakaupluste asukoht.** Eesti e-kaubanduse kitsaskohti iseloomustavad nii ettevõtjate kui tarbijate arvates e-poe sõltuvus tavakaupluste asukohast ning üleüldine turu väiksus, mistõttu ei ole kohalike e-poodide pakutav kaubavalik välismaa e-poodidega võrreldav. See tõukab tarbijaid pigem vaatama välismaise e-kaubanduse poole.

**Rahvusvaheline mastaap.** E-poe rahvusvaheline mastaap käib Eesti ettevõtjatele sageli oma juriidiliste, tehniliste ja kultuuriliste aspektidega üle jõu. Rahvusvahelise e-poe tegemine eeldab erinevate riikide seadusandluse tundmist, e-poe keskkonna tõlkimist mitmetesse keeltesse, kasutajatoe pakkumist võõrkeeles ning logistikaga seonduvate probleemide lahendamist, mis ei puuduta mitte ainult kaupade kliendile saatmist, vaid ka tagastusi ja reklamatsioonide käsitlemist, maksusid, tolliformaalsusi jm. Rahvusvahelise e-kaubanduse pidurdajana tuuakse välja maksusid, mis teatud tegevusvaldkonnas mõjutavad kaupade ja teenuste hinnapoliitikat oluliselt, kui ka sobivate makselahenduste puudumist. Makselahenduste osas on tarbijad nõudlikud ka kohalikul turul ning pigem ei osteta e-poodidest, kus puuduvad sobivad pangalingid, krediitkaardimakse vm mugavused.

**E-poe tasuvus.** Kuna e-poe ülalpidamine on samuti ressursimahukas nagu tavapoe ülalpidamine, nähakse pigem, et e-pood peab end ise ära tasuma. Sealjuures ei oska kaupmehed käsitleda e-poodi kui tavakaupluse ühte võimalikku turundusvõimalust, teenuse lisaväärtuse loojat ja täiendava nõudluse tekitajat.

### ***Ettevõtete ootused riigile IKT laiemaks kaasamiseks äris***

Uuringus toodi välja 7 erinevat meedet, mida hindasid oluliseks või keskmiselt oluliseks 80% ettevõtetest, kes arvasid, et riigil on IKT arendamisel ettevõtluses mingi roll. Ettevõtjate hinnangul keskendub riik oma meetmetega liialt tehnoloogia ja seadmete soetamisele, mitte aga nende administreerimisele, et tehtud investeeringust kasu saada. Et ettevõtjate jaoks on nii seadmed kui nende töösse rakendamine võrdselt olulised, siis riigi toetusmeetmed võiksid laieneda ka IKT-lahenduste väljatöötamisele ja juurutamisele, kindlasti ka e-kaubanduse lahenduste tarbeks ning jae- ja hulgimüügi ettevõtetele. Riigi poolt pakutavate e-teenuste osas soovitakse teenuste paremat kättesaadavust. Eelkõige ootavad ettevõtjad vastutulekut neile vajalike andmekomplektide kombineerimisel riigi ja kohaliku omavalitsuse andmekogudest (nt päringud rahvastikuregistrist, kinnistusregistri, äriregistrist, aga ka kohalike omavalitsuste kogutavatest andmetest, päästeteenistuste info, teedeinfo vms). Samuti tuuakse e-äri pidurdajana välja asjaolu, et andmepäringute maksumus masspäringute tegemisel osadest riiklikest andmekogudest on liiga kõrge ning riigiga puudub selles osas läbirääkimiste võimalus.

### ***Ettevõtete vajadused e-kaubanduse edendamiseks***

E-kanalite käibe suurendamiseks näevad ettevõtjad vajadust oma **oskusi internetiturunduse ja e-kaubanduse osas parandada**. Samuti tuuakse välja e-kaubandusega seonduvate usaldusprobleemide lahendamise vajadus. 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. Ka 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.

### ***Poliitikasoovitused e-äri arendamiseks***

Alljärgnevalt oleme uuringu tulemustest lähtuvalt välja toonud poliitikasoovitused e-äri arendamiseks. Enne iga meetme rakendamist tuleks aga teha täiendav analüüs iga üksiku meetme mõju osas, et hinnata meetme

ellurakendamisest saadavat lisandväärtust. Soovitused on järjestatud olulisest vähemoluliseni. Peamiseks hinnangukriteeriumiks oli takistuste olulisus, meetme kiire ellurakendatavus ning tulemuste saavutamiseks kuluv võimalikult lühike aeg. Alljärgnevalt on kirjeldatud kolm peamist soovitusi. Täpsema info saamiseks palume tutvuda uuringu täisversiooniga.

**1. soovitus: Suunatud kooolituste korraldamine ja toetamine e-äri ja e-kaubanduse lahenduste kasutamiseks äriprotsessides ja sellest saadavate kasude tutvustamiseks.**

Teadmiste puudumine ilmneb uuringust nii ettevõtete poolt otseselt väljendatuna kui ka ettevõtjate seas läbiviidud analüüsi järelalusena. Napid teadmised põhjustavad passiivsust ja mitteotsustamist, need omakorda kogemuste puudumist ja valede eelarvamuste kujunemist. Mida väiksem on ettevõte, seda vähem on arusaamist IKT võimalustest.

**2. Kooolituste sihtrühmaks peaks olema ettevõtjad ning juhid, kes peavad toime tulema paljukanalilises keskkonnas. Kooolitustesse on mõistlik kaasata edulugusid kogunud ettevõtete esindajaid, et edasiantav kasu oleks võimalikult praktiline. soovitus: Suunatud kooolituste viimine valdkondlikku 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. Eraldi probleem on 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 täielikult kokkupuude infosüsteemidega oma valdkonnas. Väljakutseks on IKT-võimekate õppejõudude arendamine. Näeme siin suurt potentsiaali koostöös erasektoriga. Mõistlik on õppekavade väljatöötamisse kaasata oma valdkonna eksperte, kes teoreetilise õppe suudavad seostada praktilise vajadusega. Samuti on vaja õppekavasid arendada mitte ainult ülikoolides, vaid ka kutsekoolides. Selle meetme raames tuleks eelnevalt läbi viia uuring, kuivõrd ja millisel määral on erinevad õppekavad seotud IKT-ga ning mil määral tuleks õppekavasid muuta. Samuti on võimalik eelnevalt väljatoodud teadlikkuse tõstmise meetmete raames kaasata kooolitus- ja nõuandeprogrammidesse mitte ainult ettevõtjaid, vaid ka kutse- ja kõrgkoolide õppejõudusid. Täiendavalt võiks kaaluda ka erialaõppejõudude enesetäienduses kohustusliku praktika sisseviimist, mis sarnaselt tudengite praktikale võimaldaks õppejõududel iga-aastaselt täiendada end reaalsete praktiliste kogemustega oma valdkonna juhtivates ettevõtetes praktiseerimisega.

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

Riigi, katusorganisatsioonide ja erasektori koostöös (sh tarkvaraarendajad) on soovitav luua keskkond ettevõtluse esmavajaduste rahuldamiseks vajalike (ERP ja CRM) süsteemide tutvustamiseks eesmärgiga õpetada eelkõige mikro- ja väikeettevõtteid IKT-lahendustest kasu saama. Keskkonna fookus on tasuta ja lihtsatel ning odavamatel lahendustel. Lahendusi toetatakse nõuandeteenustega valikute tegemisel ning lahenduste sidumisel äriprotsessidega. Et pelgalt ERP ja CRM keskkondade tutvustamisest ei pruugi väiksematele ettevõtete süsteemide ülesseadmise ja hooldamise kulu ning IKT kompetentsi puudumise tõttu piisata, võiks tulevikuperspektiivis tekkida koostöö keskkonna halduril ERP ja CRM teenusepakkujatega, et luua pilvetehnoloogiatel põhinev platvorm. Pilvekeskkonnas saaks ettevõtja luua oma äri iseteeninduskeskkonna, kus vajalikud tööriistad on moodulitena tellitavad ja tasuta või kasutatavad marginaalse tasu eest, seejuures hoitaks kokku süsteemide arendamise, ülesseadmise ja hooldamise kuludelt ning vähendatakse ettevõtete halduskoormust. Riigi poolt doteeritud süsteemi kasutamine võiks lihtsustada ka ettevõtete poolt riigile oma tegevuse kohta statistika andmist. Ettevõtlust arendavad organisatsioonid võiks selle programmi raames luua endale parema IKT-teadlikkuse (tehnotõlgi roll) kui seda on alustavatel ja väikestel ettevõtetel.

**4. soovitus: IKT-vahendite rakendamise toetamine äriprotsesside arendamiseks.**

**5. soovitus: IT-investeeringute tasuvuse mõõtmise meetodika väljatöötamine ja populariseerimine.**

**6. soovitus: Avaliku sektori andmekogude kättesaadavuse suurendamine.**

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

**8. soovitus: Kohaliku standardiseeritud tarkvaraarenduse toetamine.**

## *E-kaubandus tarbijate vaatest*

**E-ostlemise teadvustamine.** Uuringus osalenud kodanikest 86% on ostnud kaupu või teenuseid e-kanalitest. Uuringu tulemusena selgus, et inimesed ei teadvusta sageli endale, et tegutsevad e-kaubanduse tarbijatena. E-ostlemisena tunnetatakse pigem asjade ostmist, mitte teenuste tarbimist. Teenuste esiletoomine küsimustikus on ka põhjus, miks e-ostlemise määr kujunes sedavõrd suureks.

**Ostetavad kaubad ja teenused.** Kõige enam ostetakse e-kanalite kaudu teenuseid, kuna neid on lihtne e-kanalite kaudu osta. Rõivaid ja sporditarbeid ostetakse peaaegu võrdselt nii Eestist kui välismaalt, samuti majutusteenuseid, filme ja muusikat. Ainsate kaubagrupidena on välismaalt ostmine suurem arvutitarkvara ja mängude osas. Linnaelanikud eelistavad transporditeenuseid, pileteid, telekommunikatsiooniteenuseid. Maaelanikud eelistavad lisaks transporditeenustele veel raamatuid, rõivad ja sporditarbeid ning majutusteenuseid.

**Kulutused e-poodidest ostmisel.** Suurima osakaaluga on esindatud tarbijad, kes kulutavad aastas e-kaubandusest ostmisele 51-100 eurot (19%). Kõrgemad vahemikud skaalal 101-1000 eurot jagunevad suhteliselt võrdselt (13-17%). Kõrgharidusega tarbijad ostavad rohkem, mis on seletatav ka tõenäoliselt suuremate sissetulekutega võrreldes kesk- või põhiharidusega tarbijaskonnaga. Kulutuste grupis 501-1000 eurot/aastas on kõrgharidusega ostjate hulk domineeriv. Kõige enam on esindatud 2-4 liikmelised leibkonnad, kelle igakuine netosissetulek jääb vahemikku 501-2000 eurot. Kõige suuremaid ostusid teevad leibkonnad, kelle sissetulek jääb vahemikku 1001-2000 eurot kuus.

## *Tarbijate takistused e-kaubanduses*

**E-poes ei saa kaupa katsuda.** Kõige levinumaks põhjuseks, miks eelistatakse osta tavakauplustest, on asjaolu, et eelistatakse kaupu enne ostmist näha, katsuda, proovida, veenduda täielikult selle sobivuses (77%).

**Transpordi hind ja tingimised ei sobi.** Ulatuslik probleem on ka transpordi maksumuse (40%) ja tingimuste mittesobivus (34%) ning usaldamatus e-kaubanduse suhtes (29%).

**E-pood ei ole usaldusväärne.** On märkimisväärne, et nii ostlejad kui mitteostlejad arvavad ühtmoodi, et paljud e-pood ei ole usaldusväärne ning pettuse oht on suur. Usaldamatust ja pettuse ohtu tunnetavad keskmisest enam tarbijad vanuses 45-74 eluaastat. Ostu tegemisel ei ole kaupmehe taustakontrolli tegemine alati tarbija jaoks prioriteetne tegevus. Enam otsitakse internetist antud toote, teenuse või kaupmehe kohta teiste ostlejate kommentaare ja hinnanguid, mis aitaksid ostuotsust langetada. Usaldusväärseuse märgiks ei pea ettevõtjad ega ka tarbijad märgist „Turvaline ostukoht“, vaid teiste ostlejate arvamusi, kommentaare ning hinnanguid müüjale.

**Kaupade tagastus on keeruline.** Pretensioonide lahendamise oskus on äärmiselt oluline e-poe usaldusväärse maine loomisel ja säilitamisel. Mitmed tarbijad on seisukohal, et ostavad välismaalt vaid neid asju, mille puhul nad ei hakka otsima võimalusi pretensioonide esitamiseks. E-kaubandusest mitteostlejatele on pretensioonide esitamise ja kauba tagastamise keerukus ja maksumus oluliseks põhjuseks, miks nad e-poodidest oste teha ei soovi.

Märkimisväärne on asjaolu, et Eesti kaupmeeste usaldamatusega seotud takistused (pettuse oht, kauba keeruline tagastamine) on rohkem kuuldud kui kogetud probleem.

**Hinnad on kõrged.** Eesti e-poodidest ostmisel on ligi 35% vastanuist arvamusel, et Eesti e-poodides olevad kaubad on kallimad välismaa e-poodides olevast kaubast ning ei ole samas ka soodsamad tavakauplustest olevast kaubast, seejuures on kaubavalik väiksem ja postikulu suur.

**Kaupa ei tarnita Eestisse.** Välismaa e-poodidest ostmisel on olulisimaks takistuseks asjaolu, et kaupu ei tarnita välismaa e-poodidest Eestisse. Seda on välja toonud 29% kõigist uuringus osalenud inimestest.

## *Tarbijate vajadused julgustamaks e-ostlemist*

Tarbijat julgustaks e-poodidest senisest rohkem kaupu ja teenuseid ostma **e-kaupmeeste usaldusväärseuse kasv**. Täna ei ole tarbijal piisavalt informatsiooni usaldusväärsete e-poodide osas. Pettuseohtu aitaksid vähendada ka **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. 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.

## ***Poliitikasooitused e-kaubanduse arendamiseks***

Kuna e-kaubanduse eelduseks on e-äri olemasolu, siis mitmed meetmed e-äri peatükis katavad ka e-kaubanduse vajadusi. Alljärgnevalt on kirjeldatud kolm peamist soovitusi. Täpsema info saamiseks palume tutvuda uuringu täisversiooniga.

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

Meetme abil saaks tõsta ettevõtete teadlikkust e-kaubanduse olemusest ning internetiturunduse kasudest. See on eriti oluline alustavatele, mikro- ja väikeettevõtetele, kelle investeerimisvõimalused on piiratud. Mingil määral tehakse seda koolitust täna ettevõtlusega alustamise koolituste raames, kuid pakutav maht on väga väike. Internetiturunduse kompetents annab eriti alustavatele ettevõtetele võimaluse saada IKT-lahendustest kasu ilma oluliste investeeringuteta. .

### **2. soovitus: E-kaubanduse ekspertiisialase toe loomine.**

E-kaubanduse ekspertiis riigi tasandil on täna 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 läbi elada. E-kaubanduse lahenduste arendamise meetmeid on kasutusele võetud Slovakkias, kus on loodud integreeritud infovõrgustik, et propageerida e-kaubandust ja uusi ärimudeleid ning jagada teavet ja meetodilisi juhendmaterjale tarbijatele ja ettevõtjatele e-kaubanduse erinevate aspektide kohta. Samuti on e-kaubanduse nõustamise teenused olemas Maltas.

### **3. soovitus: E-kaubanduse kohta publitseeritud avaliku retoorika positiivsemaks muutmisele kaasaaitamine.**

Tänane avaliku e-kaubanduse retoorika keskendub selle valdkonna probleemidele ja tarbijaid valitsevatele ohtudele. Tarbijad tajuvad neid ohtusid pigem läbi abstraktse hirmu kui läbi saadud kogemuse. Soovitame luua pikaajaline programm, mis keskendub e-kaubanduse usaldusväarsuse aspektidele. Kuigi esmatähtis on Eesti e-kaubanduse olukorra parandamine, tuleks siiski tähelepanu pöörata ka välismaa e-poodidest ostmise tarbijaõiguste laialdasemale tutvustamisele. Antud meetme puhul on oluline roll ettevõtja e-kaubanduse oskustel. Kui ettevõtja teab, kuidas e-kaubanduse valdkonnas äri teha, saab ka seeläbi tarbija usaldust võita. Tarbija teadlikkuse tõstmise meetmetest ei ole kasu, kui ärikultuur e-kaubanduses ei parane. Meetme raames on võimalik kasutusele võtta riiklik usaldusmärk, millega seonduvaid positiivseid aspekte tarbijatele kommunikeerida. Usaldusmärgist kasutatakse näiteks Slovakkias, kus sertifitseeritakse e-poode. Samuti soosivad sealse e-kaubanduse arengut tugev meedia toetus ning edukaid e-kaubanduse ettevõtteid esile tõstvad ettevõtlusauhindade konkursid.

### **4. soovitus: Usaldusväärse tarneahela komponentide loomine: garantiiga makselahendused ja logistikateenus.**

### **5. soovitus: Mõõdikute loomine e-kaubanduse tulemuste mõõtmiseks.**

***www.pwc.ee***