

eBCM Mindset: **TEADLIKKUS JA MOTIVATSIOON**

LEARNING OBJECT #01

Sissejuhatus E-ärisse: plussid ja võimalused, väljakutsed ja takistused

Sisukord

- Mis on e-äri?
- E-äri võtme-printsüübid
- Plussid ja võimalused
- Väljakutsed ja takistused

Mis on E-äri?

Internet kui ülemaailmse e-äri fundamentaalne alustala on rakendust leidnud maailma suurima kaupade ja teenuste jaotuskanalina ning on ühtlasi rahvusvahelise äri-koostöö toimimise aluseks. See tähendab täiesti muutunud majandust, uusi turgusid ja majandusharu struktuuri, tooteid ja teenuseid ning nende liikumist, turu/tarbija segmente, tarbija väärtusi, tarbija-käitumist, ametikohti ja tööturgu.

E-äri termin viitab info- ja kommunikatsioonitehnoloogia (IKT) kasutamisele eesmärgiga maksimeerida äri-protsesside tõhusust, tunnustades ja kaasates nii sisesed kui ka välised protsessid. Lihtsustatult võib e-äri defineerida kui "äri tegemine elektrooniliselt, toetades organisatsiooni eesmärke".

Missugustel juhtudel ettevõtte ajab e-äri? Toome järgnevalt mõned näited:

- Ta suhtleb elektrooniliselt oma äripartnerite, klientide ja tarnijatega;
- Ta suhtleb elektrooniliselt teiste ettevõtetega toodete ja/või teenuste tellimiseks;
- Ta müüb tooteid või teenuseid Interneti kodulehekülje kaudu;
- Ta kasutab veebi vahendeid informatsiooni hankimiseks, nagu näiteks hinnad ja toodete ülevaated;
- Ta kasutab veebi vahendeid uuringuteks, nagu näiteks majandusharu/ turu arengusuunad;
- Ta kasutab veebi vahendeid infopakumiseks oma toodete ja teenuste kohta;
- Ta kasutab Interneti teenuseid e-panganduses ja oma arvete maksmisel.

Ükski e-äri liik ei ole tingimata parem kui mõni teine. See sõltub iga äri konkreetsetest vajadustest, mis tüüpi e-äri on neile sobivaim lahendus. E-äri olemust mõjutab see, kuidas ettevõtte näeb oma strateegiat ja tegevusi; see on midagi enam kui lihtsalt tehnoloogiliste vahendite kasutamine. Enamik äriettevõtteid on alustanud oma protsesside ümber kujundamist e-äriks, investeerides e-maili, internetti ja veebi-põhistesse teenustesse. Need moodustavad raamistiku ettevõtte e-äri strateegiale ja loovad baasi, millest on võimalik luua ärikliendile suunatud (*business-to-business*) ja tarbijale suunatud (*business-to-consumer*) suhete võrgustik.

Ettevõtte peaks aeg-ajalt uuesti läbi vaatama oma äritegevuse meetodid ja küsima endalt, mis peaks olema ja mis on käesoleval interneti-ajastul fookuses. Äri- ja IKT valdkonna kogemusi tuleks kasutada käsikäes: e-äri peaks põhinema rohkem äri-strateegial kui vaid pelgalt tehnoloogiliste vahendite kasutamisel. Välja tuleks selgitada äriprotsesside tuumik, reaalsed ja potentsiaalsed e-äri võimalused läbi analüüsida ning e-äri integreerimine eksisteerivasse ärisüsteemi sisse planeerida.

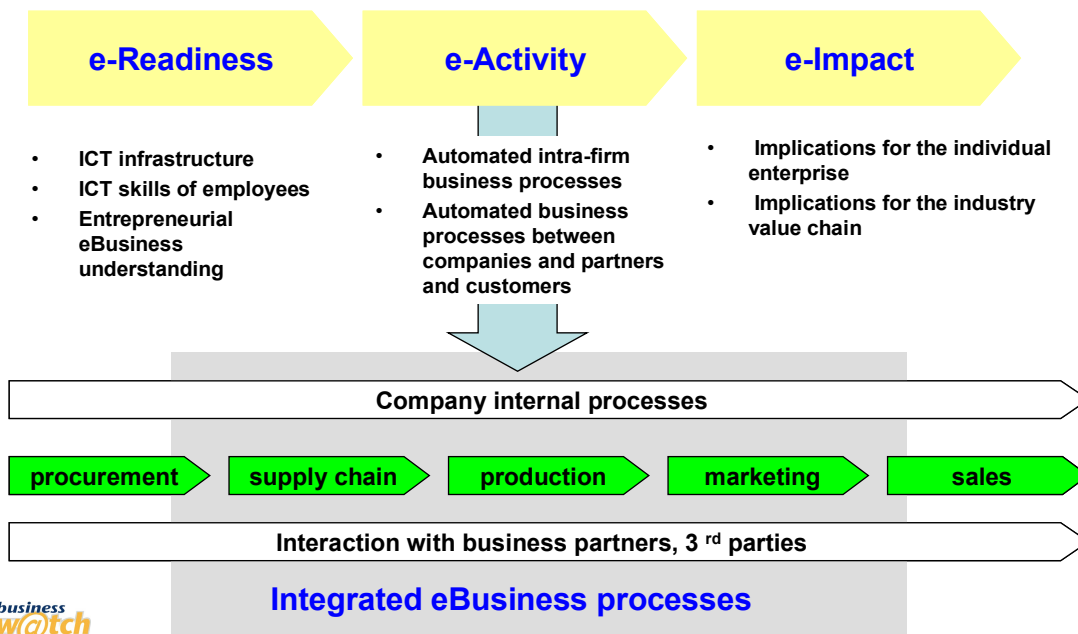
IKT tehnoloogia ühendamine äriprotsesside tuumikuga võimaldab saavutada uusi tasandeid suhetes klientidega, vahendajatega, tarnijatega ja partneritega. Peamised valdkonnad, kus e-äri võimaldab

maksimaalset ärilist väärtust saavutada, on: kliendisuhetus, tarneahela juhtimine, e-kaubandus. IKT tehnoloogia kasutamine võimaldab need kolm äri-kriitilist protsessi muuta üheks efektiivseks süsteemiks.

Ettevõtte e-äri võib vaadata läbi nelja võtmeaspekti:

- **E-äri strateegia ja juhtimine** – suunab e-äri ohtusid ja võimalusi. Sobivaim strateegia ettevõttele alustamiseks võib olla “oodata ja vaadata”, aga isegi sellisel juhul peaks ettevõtte viima läbi teatud protsessid tulemusteni jõudmiseks. Enim haaratud tegevused võivad kaasata töö kliendiga e-äri vahendite kaudu, rakendades näiteks e-hanget, teostades erinevaid tehinguid ja kasutades selleks e-äri kui turgu või tarne-ahela koostööd.
- **Suhete võrgustikud ja ühendused** – e-äri vastastikune toime sidusgruppidega: kliendid, partnerid, töötajad, hankijad, konkurendid, valitsusasutused.
- **Kommunikatsioon ja informatsioon** – kuidas ettevõtte saab parandada, rikastada ja muuta infoliikumist sidusgruppidega läbi e-äri. See võib kaasa tuua informatsiooni mahu ja ulatuse uurimise, mis on kättesaadav kasutamiseks.
- **Protsess ja kultuur** – mõju, mida e-äri omab protsessidele äri-organisatsiooni sees ja ärikultuurile. Kui jätkusuutlik e-äri kasutamine ja areng on saavutatud, on vaja vaid kohanduda sel viisil töötama ja muuta sarnaselt (töö)protsesse.

What is eBusiness... cont. - prerequisites and impacts



Joonis 1. E-äri toimimise mudel

E-äri võtmeprintsiihid

E-äri on oma olemuselt globaalne. Siiski on see rohkem tulevikuvision kui reaalsus täna. Suur-ettevõtete äri on üha enam rahvusvaheline ja e-äri vahendid on neile kriitilised edu saavutamiseks. E-äri lihtsustab rahvusvahelist äri ka väikese ja keskmise suurusega ettevõtete jaoks ja pakub suuremaid turgusid, aga enamik väikese ja keskmise suurusega ettevõteteid on täna rahul kodumaise ja kohaliku turuga.

E-äri kommunikatsiooni-võrgustik on globaalne isegi seal, kus e-äri ise on suunatud vaid kohalikule turule. E-äri on samaaegselt võimalus ja oht. Nii nagu ettevõtte võib sellega siseneda uutele turgudele, nii võib ka välismaine ettevõtte siseneda e-äri kohalikule turule. Seega isegi ainult kohalikule turule orienteeritud ettevõtteid ei saa e-äri täielikult unustada.

E-äri annab tarbijatele valikuvõimaluse ja võimaldab äri ajamist respektierides privaatsust, konfidentsiaalsust, tausta-uuringuid ja sobivatel juhtudel ka anonüümsust.

Kõrgetasemeline usaldus globaalses informatsiooni infrastruktuuris ja teenustes peab olema tagatud vastastikuste kokkulepete alusel, hariduse ja edasiste tehnoloogiliste innovatsioonide alusel, mis tõstavad turvalisust ja usaldusväärsust, adekvaatsete vaidluste lahendamise mehhanismide rakendamise läbi ja läbi erasektori eneseregulatsiooni.

E-äril on mõjutusi nii majandusharu kui ka ettevõtte tasandil. Ta on uuesti määratlenud ettevõtte ja majandusharu piirjooned, luues sel viisil digitaalsed võitjad ja kaotajad. Selle mõju majandusharudele struktuuris ja olemuses on kustumatu: väärtusahelad on muutumas, äri, mis oli ühendatud, võib nüüd IKT vahendite abil tükeldada ja ilmuda võib uus integreeritud äri.

Ettevõtte tasandil mõjutavad firma turul positsioneerumine sektori sees, sisemised võimalused ja strateegia tavaliselt firma otsust positsioneeruda e-äris. E-äri rakendamine võib olla uskumatult efektiivne organisatsiooni sees. Samal ajal kui ettevõtte turu positsioon paraneb, võib see likvideerida vanad töömeetodid ning isegi tooted ja teenused.

Plussid ja võimalused

Kasu ja võimalused, mis ettevõtte võib saada e-äri kasutamisest, on seotud tema e-äri strateegiaga ja on tavaliselt mitmekordne. E-äri võib aidata ettevõttel saavutada oma äri-eesmärke ja -vajadusi ning samuti tema klientide, partnerite ja tarnijate vajadusi ja ootusi. Sellega saavutab ettevõtte suurema konkurentsivõime.

Uued ärimudelid ja suurenenud tulu

Ettevõtte võib tekitada lisatulusid. Mõned ettevõtted on edukad, kuna nad pakuvad informatsiooni, kaupu ja teenuseid, mida kasutajad soovivad osta elektrooniliste kanalite kaudu. Sellised majandussektorid nagu reisiteenused, finantsteenused, raamatud, CD-plaadid, meelelahutus ja paljud teised sarnased teemad on tarbitavad kataloogitellimuste kaudu (traditsiooniliselt tellimused e-maili teel). Paljude ettevõtete jaoks on see terviklik uus tuluallikas. E-äri üks suurimaid kasutegureid on see, et ta võib aidata laiendada ettevõtte kliendibaasi suhteliselt madala hinnaga. Üha rohkem ja rohkem inimesi omab juurdepääsu Internetile ja julgub elektroonilisi ostukanaleid kasutada, seega kliendi-baasi laiendamise potentsiaal kasvab proportsionaalselt. Asjakohaselt disainitud ja reklaamitud veebileht võib kaasata uusi kliente ja avada uusi turgusid toodetele ja teenustele, sh tagades juurdepääsu klientidele üle kogu maailma ja pakkudes juurdepääsu ka puuetega inimestele.

Mõnede firmade puhul ei too nende veebileht küll otsest tulu, pigem toetab see teisi tegevusi ja tööprotseduure ning aitab kaasa äri-eesmärkide ja finantstulemuste saavutamisele. Interneti vahendeid ja teenuseid võib kasutada abivahendina ettevõttes äriplaani otsingul ja koostamisel ning eesmärkide elluviimise ja saavutamise vahendina. Veeb tagab suhteliselt odava keskkonna konkurentide uurimiseks, turu võimaluste testimiseks, uutele turgudele sisenemiseks ja uute strateegiliste partnerite otsinguks.

Kasvanud töötunnid: 24/7/365

Tänapäeval tähendavad terminid "kättesaadav" ja "juurdepääsetav" üha enam ettevõtte jaoks 24 tundi päevas, 7 päeva nädalas juurdepääsu informatsioonile, toodetele ja teenustele. Kliendid, tarnijad ja teised huvitatud osapooled on üha vähem ja vähem rahul piiratud traditsiooniliste tööaegadega ja ei rahuldu asjaoluga, et nad ei saa kaupu/ teenuseid tellida või informatsiooni otsida mugavalt oma kodus või tööl endale sobival ajal. Elektrooniliste külaliste ootused ei kahane aja jooksul – need üksnes suurenevad. Näiteks võimalus tagada videopildi ja heli suurepärase kvaliteeti ning kiirus on tõenäoliselt sundinud paljusid ettevõtteid info esituseks multimeedia vahendite abil oma koduleheküljel. See omakorda suurendab nõudmisi veebi-põhiste materjalide sisu struktuuri ja info-edastuse osas. Kui Sa ei ole reaajas kättesaadav või kui Su veebileht ei ole kasutajasõbralik, informatiivne ja kaasajastatud igas mõttes, siis on oht, et Sinu interneti-põhised kliendid ja hankijad võõranduvad ja kaotavad Sinu ettevõtte vastu usalduse.

Globaalne haare ja kaas-ajastatud infomaterjal

E-äri võimaldab parandada ettevõtte turundust ja võib olla äärmiselt efektiivne reklaamivahend. See on veel üks reklaami/ turunduskanal, mis võib täiendada teisi traditsioonilisi turunduskanaleid ja -vahendeid. Lisaks

võimalusele olla nähtav potentsiaalsetele klientidele ja tarnijatele 24 tundi päevas, 7 päeva nädalas, ei tunne e-äri piire ja on seega nähtav potentsiaalsetele klientidele, kus iganes nad ka ei viibi üle kogu maailma. Veebi kaudu on suurepärane võimalus pakkuda rohkem informatsiooni kui paberikandjal infomaterjalis, kuna seda infot saab pidevalt uuendada ja täiendada. Tooteid võib illustreerida arvukate piltide ja animatsioonidega, võimaldades kasutajal tooteinfo põhjal saada selle eelistest paremat ülevaadet. Samuti on väga lihtne sorteerida ja analüüsida informatsiooni selle kohta, kes külastavad veebilehte ja mida nad ostavad ning vastavalt sellele muuta turunduse ja reklaami aspekte müügi maksimeerimise eesmärgil.

Alanenud hinnad

Ettevõtte kulude kahandamiseks ja tegutsemise efektiivsuse täiustamiseks läbi e-äri on välja töötatud mitmeid erinevaid meetodeid. Näiteks, andmed sisestatakse reaajas organisatsiooni infosüsteemi, säästes töötajaid ja vabastades neid ebaproduktiivsetest ülesannetest, andes neile rohkem aega oluliste küsimustega tegelemiseks. See aitab kokku hoida aega, mida töötajad kulutavad administratiivsete ülesannete lahendamiseks. Raamatupidamis-süsteemid vähendavad töö hulka, mida tuleb teha arvete töötlemiseks, andmete kokku viimiseks, panganduseks ning võivad suurendada rahavoogusid. Alaneda võivad kommunikatsioonile ja kohtumistele kuluvad ressursid, sh e-mail võib vähendada telefonikõnede kulusid ja aega, mis kulub kohtumiste korraldamisele ja kohapeal viibimisele. Samuti võib hoida kokku töötajate aega klienditeeninduse arvelt, pakkudes informatsiooni veebilehe kaudu. E-äri pakub ka vahendeid odavateks ja kiiremateks hangeteks.

Paranenud kliendisuhted ja teenused

E-äri hõlbustab ärisuhteid ettevõtete ja inimestega. Veebileht on üks lisavõimalus äri tegemise lihtsustamiseks. See peaks olema kiire ja kergesti navigeeritav, kasutajakeskne, pakkuma rohkesti asjakohast informatsiooni, tagama kahepoolse kommunikatsiooni võimaluse ja sobiva valiku äri tegemise meetodeid. Usaldusväärse ja efektiivse e-äri mitte omamise kulusid saab tegelikkuses mõõta kaotatud võimaluste hulgas tuua ettevõttele rohkem tulu ja hoida kokku kulusid. Kliente võidakse kaotada konkurentidele, kellel on hästi üles ehitatud veebileht ja e-äri kontaktid. Ettevõtte, kes ei kasuta e-äri võimalusi, võib ka kaotada oma usaldusväärse innovatiivse ja edumeelselt mõtleva organisatsioonina. Mõningate klientide jaoks on esmamulje ettevõtte suurusest tähtis faktor isegi kontakti algatamiseks. Veebilehel võib ka väike-ettevõtte näida sama suur kui tema suuremad konkurendid ning samas suur-ettevõtted võivad tunduda väikestena. E-äri võib kasutada efektiivse ja usaldusväärse tarneahela loomiseks. Ettevõtte saab kohandada oma teenused vastavalt kliendi soovidele ja selle võrra hoida kokku tootearendusele kuluvat aega.

E-äri ja selle rakendused moodustavad omaette laia teema-valdkonna. Olles andnud uue tähenduse kommunikatsioonile, soovib see praeguseks kõigile ettevõtetele arendada oma turunduskanaleid ja püüda seeläbi uusi kliente ja partnereid. Sellega saab ettevõtte üles ehitada kestvad suhete võrgustikud, tõsta tulusid ja kindlustada oma konkurentsivõime ka tulevikus. E-äri on üha enam ja enam võimalus, mida ettevõtte ei saa kasutamata jätta.

Väljakutsed ja takistused

E-äri on siiani sedavõrd uus majandusharu, et anda piisavalt väljakutseid. Areng maailma erinevates riikides võib olla üsnagi erinev, ühest praktikast ei ole siin veel välja töötatud. Arenenud riigid toodavad siin kasumit, kuid suur osa maailmast on lootusetult maha jäänud.

Kultuurilised aspektid

Äriprotsesside automatiseerimine nõuab ka kultuurilisi muudatusi ettevõtte juhtimisstiilis ja teenuste pakkumise meetodites. Tavaliselt seisavad inimesed vastu muudatustele, eriti kui nad ei ole kindlad selle tulemustes. Mitte kõik inimesed ei tunne hästi e-äri olemust ja e-äril on nii palju erinevaid mõjusid ja tagajärgi, et siin on kindlasti ruumi ka takistustele. Puudu on usaldusväärsest ja tundmatud müüjad ei kutsu ostma, inimesed ei usalda veel piisavalt paberivaba, ilma nõ silmast-silma kontaktita asjaajamisi ja mõnede inimestele lihtsalt meeldib tooteid füüsiliselt tunda ja puudutada. Mures ollakse turvalisuse ja privaatsuse pärast ning ka meedias on jätkuvalt uudiseid Interneti pettuste või võimalike petturite kohta. Kõigi nende kahtluste tõttu suurem osa müüjaid ja ostjaid paljudel juhtudel loobuvad tehingust.

Samuti on seni lahendamata mitmed juriidilised ja haldus-poliitilised teemad, kaasa arvatud maksustamine. Takistuseks saavad mõnikord ka kohalikud ja rahvusvahelised riiklikud regulatsioonid. Seni ei ole välja töötatud meetmete metodoloogiat, mille järgi mõõta ja hinnata e-äri kasutegureid.

Iganenud õigussüsteemid

E-äri rakendamise takistuseks on sageli iganenud õigussüsteemid, isegi kui ettevõtte ise soovib muudatusi läbi viia. Süsteemi jaoks vajalikud muudatused ja täiendused oleksid liiga kulukad ja võtaksid liiga pikalt aega. Sellega on piiratud üleminek edasiarenenud tehnoloogiatele.

Kõrged kulud

Äriprotsesside automatiseerimise kulud ja lisaks ka uue mõtteviisi rakendamise kulud on märkimisväärselt kõrged eriti väike-ettevõtete jaoks. Investeeringud uuematesse süsteemidesse ja kõrgelt kvalifitseeritud personali, analüütikute, uurijate ja ärieksperptide tööle värbamiseks on liiga kallis. Kuigi e-äri saab teostada, funktsioonideks vajalikke teenuseid sisse ostes ja ilma juhtivate oma-investeeringuteta, siis paljudes riikides ei ole teenuste turud veel sedavõrd arenenud. Ka kvalifitseeritud tööjõud puudus võib rohkem kulusid tõsta.

Tehnoloogilised küsimused

E-äri tehnoloogia on siiani väga kiiresti arenev ja see loob lisaks võimalustele ka ohtralt väljakutseid. Turul on liiga palju standardeid, aga universaalselt tunnustatud standardeid on liiga vähe. Rakenduste arendamise vahendid on siiani arengus ning interneti ja e-äri tarkvara integreerimine koos eksisteerivate rakenduste ja andmebaasidega on keerukas ettevõtmine. Samuti võib olla ebapiisav telekommunikatsiooni ülekandekiirus, eriti mobiilse e-äri puhul.

E-äri võrgustikus peavad süsteemid omavahel kokku töötama ja ühilduma, aga kuna universaalseid standardeid ei ole, esineb seda tavapäraselt liiga vähe ja konkurentide tehnoloogia kasutamine on tavaliselt piiratud, seega ka tõeline ühilduvus puudub.

Finantsküsimused

E-äri rakendamisel kerkivad üles ka finantsküsimused. Siiani võib olla keeruline hankida väärilist riskikapitali liiga paljude dot.com ettevõtete läbikukkumiste tõttu. Võrgu-keskkonnas leidub ka palju tasuta teenuseid, mis paljudel juhtudel on võimalik disainida sobivaks oma ärimudelile. Inimesed ei ole harjunud selliste teenuste eest maksma.