

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Infotehnoloogia teaduskond

Informaatika instituut

Infosüsteemide õppetool

**E-kaubanduse protsesside väljatöötamine ja rakendamine
Kaubamaja Aktsiaseltsis**

Magistritöö

Üliõpilane: Katrin Lepp

Üliõpilaskood: 132358IABM

Juhendaja: Enn Õunapuu

Tallinn
2015

Sissejuhatus

Käesoleva magistritöö peamiseks eesmärgideks oli süstemaatiliselt ja loogiliselt läbi vaadata Kaubamaja olemasolevad e-kaubanduse protseduurid ning joonistada kõrvale soovituslikud protseduurid. Samuti luua ülevaade nii funktsionaalsetest kui mittefunktsionaalsetest nõuetest ning analüüsida võimalikke koostööpartnereid.

Peamiseks magistritöös käsitletud probleemiks on statsionaarse e-kaubanduse süsteemi puudumine Kaubamaja grupis tervikuna, rõhuasetusega siiski Kaubamajal, vastasel juhul muutuks skoop liialt laialivalguvaks. Teisene, ent sugugi mitte vähemtähtis probleem seisneb selles, et e-kaubanduse protsessid on teatud kujul välja töötatud, kuid need ei sobi pidevalt käigus oleva e-poe konteksti.

E-kaubanduse projekt üldisemalt ja partneri ning platvormi valik on saanud ettevõtete juhtkondadelt ja nõukogult igakülgse heakskiidu. Leping arenduspartneriga on allkirjastatud 2015. aasta aprilli lõpus ning mais alustatakse arendustegevusega. Töö autori hinnangul on kõik tegevused, mida on ka käesolevas magistritöös kajastatud, aidanud kaasa projekti edukale käekäigule.

Introduction

The main objective of this master's thesis is to analyse systematically and logically existing e-commerce procedures and thereby find the best solution for full-time e-commerce business. Also to analyse possible partners and give overview about functional and non-functional requirements.

There were two main problems for the Kaubamaja Group that caused the need of changing the existing business model and processes. First, and most important, is the absence of full-time e-commerce solution. Second is the fact that Kaubamaja has worked out some e-commerce processes for the campaign shops but these are not suitable for the full-time e-commerce business.

E-commerce project in general has received the approval from the Boards and from the Council. The contract with the partner has been signed in the end of April 2015 and in the beginning of May 2015 the team has started the development activities.

The author of this master's thesis concludes that all the activities that are included in this thesis will help to develop the strong e-commerce solution for the Kaubamaja Group.

Kokkuvõte

Magistritöö koosneb kolmest peamisest peatükist: organisatsiooni ja süsteemi kirjeldus, nõuete kirjeldus ning realiseeritava lahenduse kirjeldus.

Esimeses, ehk organisatsiooni ja e-kaubanduse süsteemi kirjeldavas osas on tutvustatud kontserni ja ettevõtet ning süsteemi vajalikkust ettevõtte jaoks. Ettevõtte tutvustamisel on kasutatud nii äri SWOT-i kui ka äriprotsesside jooniseid, lisaks on püstitatud e-kaubanduse kontekstis mitmeid küsimusi, millele on võimalik magistritöö viimases osas vastuseid leida. Samuti on ära toodud süsteemi kasutusele võtmisest tingitud spekulatiivne kasutegur ettevõtte jaoks. Kõige olulisem osa kõnealuses peatükis on töö autori hinnangul siiski äriprotsessi jooniste osa, mis selgitab lihtsal ja inimkeelsel moel, mis oli olemasolevate Osturalli e-kaubanduse protsesside peamiseks puudusteks ja mida töö autor koos meeskonnaga on pakkunud välja probleemi lahenduseks.

E-kaubanduse süsteemile esitatavate nõuete seksioonis on kirjeldatud süsteemile esitatavad funktsionaalseid ja mittefunktsionaalseid nõudeid. Funktsionaalsete nõuete loetelu on siiski püütud jätta üsna kergekaaluliseks ning peatükk ei sisalda magistritöö parema loetavuse huvides detailseid kasutuslugusid.

Kokkuvõtvas peatükis on töö autor keskendunud e-kaubanduse partneri valiku lahti seletamisele ning e-kaubanduse platvormidele üldisemas plaanis, samuti on ära toodud projekti üldsõnaline kirjeldus ning plaan projekti edukaks tüürimiseks lõppsadamasse. Töö autori hinnangul on partneri valiku protseduur olnud siamaani üks keerukamaid ja vastutusrikkamaid protseduure kogu projekti käigus, samuti on see põhjustanud tuliseid vaidlusi ja kütnud kirgi. Tuleb tunnistada, et valikuprotseduuri algusfaasis oli enamik projekti liikmetest ühte meelt, kuid lõpufaasis kardinaalselt teist meelt. Miks see nii oli, saab lugeda kolmandast peatükist.

E-kaubanduse projekt üldisemalt ja partneri ning platvormi valik on saanud ettevõtete juhtkondadelt ja nõukogult igakülge heakskiidu. Töö autori arvates ei ole hetkel võimalik spekuloida projekti lõpptulemuse teemal ega näidata ka ühtegi konkreetsemat numbrilist näitajat, kuid juhtgrupi ning juhtkondade ootused on kõrgel ja motivatsioon e-kaubanduse süsteemid õigeks ajaks käima panna, on väga suur.

Magistritöö vähese innovaatilise materjali osakaal tuleneb sellest, et Kaubamaja grupi juhtkond on soovinud töö tulemina näha käegakatsutavat ja praktiliselt kasutatavat lõpptulemust.

Töö autor soovib veel lisada, et Kaubamaja grupi jaoks tervikuna on e-kaubanduse valdkond ajas aina aktuaalsemaks muutunud ning magistritöö teemat valides, 2014 aasta lõpus, ei mõõdetud näiteks veel Selveri kontekstis e-poega seonduvalt saamata jäänud tulu, kuid täna seda juba tehakse. Iga nädal, mis lahutab reaalsest e-poe käivitamisest, on juba tulu ja käibe osas kaotatud nädal. Eelpool öeldu annab kindlust, et töö autor on teinud teema valikul õige otsuse ning magistritöö on abiks Kaubamaja grupis e-kaubanduse süsteemide edukaks lansseerimiseks vastavalt ajakavale.

Kokkuvõtvalt peab töö autor vajalikuks lisada, et e-kaubanduse projekti ja kõnealuse magistritöö koostamisel on saadud märkimisväärselt palju inspiratsiooni mitmetest Tallinna Tehnikaülikooli äriinfotehnoloogia magistriõppekava õppeainetest.

Summary

The master's thesis consists of three main chapters: organization and system description, requirements, description of the final solution.

The first chapter is introducing the Kaubamaja Group and the necessity of the system for the Kaubamaja Group. Author of the master thesis has been using the SWOT analysis and the business processes schemas for the introduction purposes. Additionally the author has thrown into the air a number of issues for which it is possible to find answers in the last part of the thesis. The author is also trying to show the probable and speculative efficiency for the company if Kaubamaja Group would start to use the e-commerce system. The most important part of this chapter is, in the author's opinion, the business processes part which explains in a simple and efficient way what was the main problem in the Osturalli e-commerce campaign processes and what the author of this thesis and the team will propose as a solution for these problems.

In the second chapter there is description about functional and non-functional requirements. The author of this thesis tried to leave the part of functional requirements rather lightweight. Chapter does not contain detailed use cases for the readability purposes.

The summary chapter is focused on the possible partner and how the decision of selecting the partner has been made. The author estimates that the partner selection has been the most complex and responsible procedures throughout the project. This has led to heated debates between the group members of the project. It should also be mentioned that in the initial phase, the majority of the project group has been thinking one way about the choice of the partner, but in the final phase, most of them fundamentally started to think other way. You can read about it from the last chapter.

E-commerce project in general and the choice of the partner and platform has been approved by the board and the Council. In the author's opinion, it is not possible to speculate of the final outcome of the project and neither to show numerical indicators; but the project group's motivation and expectations are really high to run e-commerce systems on time as well.

Lack of innovative material in this master thesis is caused by the fact that the Managements of the Kaubamaja Group would like to see practical and usable result.

The author of the thesis would also like to add that e-commerce has become more and more actual since in the end of 2014 when author had decided the master thesis topic. For example, Selver didn't measure the loss of revenue in case of e-commerce at the end of 2014, but now

(spring 2015) they already do that. To conclude, every week which separates the real launch of the Selver e-commerce, has already lost of the revenue. The fact mentioned before, gives confidence that the author of the thesis has made the right decision in choosing the topic and it is helpful for the Kaubamaja Group to launch the e-commerce systems successfully, according to the time schedule.

In summary, the author of the thesis, would like to add that the e-commerce project and the preparation of this thesis has gained significant amount of inspiration from several master's program subjects of Tallinn University of Technology.