

Anna-Laura Männiste

E-POE TELLIMUSTE KOMPLEKTEERIMISE PROTSESSI PARENDUS

LÕPUTÖÖ

Tehnoloogia ja ringmajanduse instituut

Tootmine ja tootmiskorraldus

Juhendaja: Anna Truver, *MSc*

Tallinn 2024

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Anna-Laura Männiste

annan Tallinna Tehnikakõrgkoolile (edaspidi kõrgkool) tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

E-POE TELLIMUSTE KOMPLEKTEERIMISE PROTSESSI PARENDUS

- 1) reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada ja teha üldsusele kättesaadavaks Tallinna Tehnikakõrgkooli digiarhiivi DSpace kaudu;
- 2) reprodutseerimiseks pärast piirangu lõppu juhul, kui instituudi direktori korraldusega on kehtestatud lõputöö avaldamisele tähtajaline piirang.

Olen teadlik, et nimetatud õigused jäävad alles ka autorile ja kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid ega muid õigusi.

Autorideklaratsioon

Mina, Anna-Laura Männiste

tõendan, et lõputöö on minu. Töö koostamisel kasutatud teiste autorite, sh juhendaja ja iseenda varasematele teostele on viidatud õiguspäraselt.

Kõik isiklikud ja varalised autoriõigused käesoleva lõputöö osas kuuluvad autorile ainuisikuliselt ning need on kaitstud autoriõiguse seadusega.

(allkirjastatud digitaalselt)

Juhendaja Anna Truver

Töö vastab lõputööle esitatavatele nõuetele.

(allkirjastatud digitaalselt)

Lõputöö on kaitsmisele lubatud instituudi direktori korraldusega.

(allkirjastatud digitaalselt)

(kuupäevad digiallkirjades)

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. PROBLEEMI TAUST JA OLULISUS	5
1.1. Eesmärgid ja uurimisküsimused	6
1.2. Kliendi rahulolu	7
2. TEOREETILISED ALUSED	9
2.1. E-poe mõiste ja arengulugu	9
2.2. E-poe populaarsus	11
2.3. Protsessi parendus	13
2.4. Tellimuste komplekteerimise protsess	15
3. ETTEVÕTTE X TUTVUSTUS	17
4. E-POE TELLIMUSTE KOMPLEKTEERIMISE PROTSESSI KIRJELDUS	18
4.1. Tellimuste komplekteerimise etapid ja kirjeldus	19
4.2. Tavalised probleemid ja väljakutsed	20
4.3. Varasemad lahendused ja nende tõhusus	22
5. PRAKTILINE OSA	24
6. KÜSIMUSTIKU TULEMUSED JA ANALÜÜS	26
6.1. Tulemuste hindamine eesmärkide suhtes	29
6.2. Edasised võimalused ja soovitusel	30
KOKKUVÕTE	31
SUMMARY	32
VIIDATUD ALLIKAD	33
LISAD	34
Lisa 1. Küsimustik	34

SISSEJUHATUS

E-pood on uudne ja mugav viis asjade soetamiseks. Tellimise teeb eriti kliendisõbralikuks asjaolu, et toote ostuks ei pea kodust väljuma. Soovitud toode on võimalik tellida endale koju läbi kullerveo või pakiautomaati. Käesolev lõputöö keskendub e-poe tellimuste komplekteerimise parendusele. Eesmärgiks on minimeerida vigade tegemist e-poe tellimuste komplekteerimisel ning läbi selle tõsta kliendirahulolu.

E-kaubandus on viimastel aastatel kiiresti kasvanud, muutudes üha olulisemaks kanaliks tarbijate ja ettevõtete vaheliste ostude jaoks. Selle kasvuga kaasneb aga ka suurenenud nõudlus tõhusa ja täpse tellimuste komplekteerimise järele e-poodides. Tellimuste komplekteerimine, mis hõlmab toodete kogumist, pakkimist ja saatmist vastavalt klientide tellimustele, on kriitiline etapp e-poe protsessis, millel on otsene mõju klientide rahulolule ja ettevõtte mainele.

Ettevõtte X tegevusvaldkond hõlmab sporditarvete ja -rõivaste jaekaubandust, olles tunnustatud kui juhtiv ettevõtte selles valdkonnas. Ettevõtte X pakub laia valikut sporditarbeid erinevatele sihtgruppidele ja spordialadele, alustades jooksust ja jalgpallist ning lõpetades matkamise ja ujumisega. Ettevõtte X eesmärk on rahuldada klientide vajadusi kvaliteetsete toodete ja professionaalse teenindusega, pakkudes neile võimalust nautida oma spordiala täiel määral ning saavutada oma sportlikud eesmärgid. Lisaks jaekaubandustegevusele võib ettevõtte X pakkuda ka veebipoes ostuvõimalusi, tagades klientidele mugava ja kiire juurdepääsu sporditarvetele ja -rõivastele üle kogu riigi. Ettevõtte X tegevusvaldkonna oluliseks osaks on ka spordimaailma trendide jälgimine ja klientidele pidevalt uusimate toodete tutvustamine, pakkudes neile ainulaadset ja uuenduslikku ostukogemust.

Uurimistöö struktuur koosneb sissejuhatavast osast, kus antakse ülevaade uurimistöö eesmärkidest ja olulisusest, järgnevatest peatükkidest, kus analüüsitakse ettevõtte X e-poe tellimuste komplekteerimise praegust seisundit, vigade tekke põhjuseid ning parimaid praktikaid nende vähendamiseks, ning lõpuks kokkuvõttest ja järeldustest, kus esitatakse uurimistöö olulisemad tulemused ja soovitused. Lisaks sisaldab töö ka praktilist osa, kus vaadeldakse ettevõtte X komplekteerimisprotsessi reaalses tingimustes ning kogutakse töötajate tagasisidet ja arvamusi selle kohta, kuidas protsessi parendada.

Üldiselt pakub see uurimistöö olulist panust e-poe tellimuste komplekteerimise protsessi mõistmisse ja parendamisse ettevõtte X näitel, aidates ettevõtetel luua tõhusamaid ja täpsemaid komplekteerimisprotsesse ning seeläbi parandada klientide rahulolu ja ettevõtte tulemuslikkust.

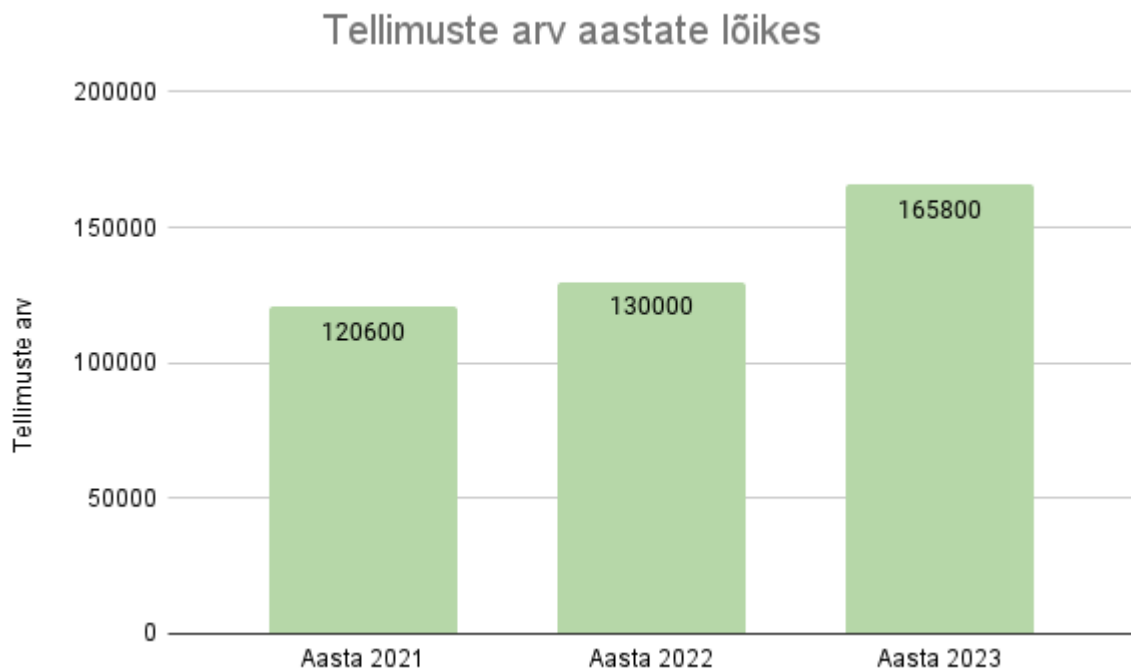
1. PROBLEEMI TAUST JA OLULISUS

E-kaubandus ehk elektrooniline kaubandus viitab kaupade või teenuste ostmisele ja müümisele Interneti kaudu. See hõlmab mitmesuguseid digitaalseid tööriistu ja süsteeme, sealhulgas mobiilset ostlemist ja turvalist maksete krüptimist, mida kasutavad veebiostjad ja -müüjad. [1]

Peamisteks vigadeks mis üleüldiselt e-kaubanduses tehakse:

- Vale toote saatmine;
- Vale koguse saatmine;
- Tellimuse transport valele aadressile;
- Tellimuse vigastamine transpordi jooksul. [2]

E-kaubanduse järsk tõus on tihedalt seotud tehnoloogiliste edusammudega, mis on muutnud tarbijate ostukäitumist. Tehnika areng on pakkunud tarbijatele kiiremaid, mugavamaid ja turvalisemaid ostukogemusi, suurendades sellega usaldust e-poodide vastu ning ergutades neid rohkem veebiostlemist harrastama, sellele viitab joonis 1.



Joonis 1. Tellimuste arv aastate lõikes

E-poe tellimuste valesti komplekteerimine ja väljasaatmine kujutab endas olulist probleemi, mis võib mõjutada ettevõtte toimimist mitmel tasandil. Üks peamisi tagajärgi on kliendirahulolu vähenemine, kuna tarbijad ootavad saada täpselt seda, mida nad tellisid, ning valesti komplekteeritud tellimused võivad tekitada pettumust ja frustratsiooni. See omakorda võib kahjustada ettevõtte mainet ja kaotada klientide usaldust. Lisaks suureneb selliste vigade korral klienditeeninduse koormus, kuna klientidel võib tekkida vajadus võtta ühendust ettevõttega probleemi lahendamiseks, mis nõuab lisa-aega ja ressursse. Finantsiliselt võib see kahjustada ettevõtet, kuna valesti komplekteeritud tellimused võivad kaasa tuua kauba tagastamise ja asendamisega seotud kulusi ning kaotada müügitulu. Korduvad vead tellimuste täitmisel võivad lõpuks põhjustada usalduse kaotamist ettevõtte vastu ning kliendid võivad otsustada eelistada teisi ostukohti. Seega on oluline rakendada tõhusaid süsteeme ja protseduure, et vältida selliseid vigu ning tagada kliendirahulolu ja ettevõtte jätkusuutlikkus. Viimase kahe kuu jooksul märts-aprill.2024 tehti kokku 91 viga komplekteerimisel, see on 3,2% kõikidest tellimustest (joonis 2). Eesmärk oleks komplekteerimisel vigade tegemist vähendada vähemalt 2,2% võrra.



Joonis 2. Viimase 2 kuu jooksul komplekteeritud tellimused

1.1. Eesmärgid ja uurimisküsimused

Käesoleva lõputöö uurimismeetod on kvantitatiivne. Töö eesmärk on välja selgitada peamised probleemid e-poe tellimuste komplekteerimisel ning seeläbi vigade arvu tellimuste komplekteerimisel vähendada. Korrektsemaid tellimusi välja saates paraneb ka

kliendikogemus ning positiivne emotsioon ja tagasiside on tõenäolisem. Rahulolevad kliendid on ka pikaajalised, ehk sooritavad suurema tõenäosusega uuesti oste ettevõtte x veebilehelt sooritada.

Tellimuse täpsus on märkimisväärne mõõdik e-kaubanduse valdkonnas tegutsevate ettevõtete jaoks, kuna see omab otseset mõju klientide rahulolule. Kui kliendid saavad tellitud kauba väärast toote või koguse, võib see tekitada rahulolematust ning vähendada nende tõenäosust ettevõttega tulevikus ärisuhteid jätkata. Lisaks võib tellimuse täpsus oluliselt mõjutada ettevõtte mainet ja äritulemusi, kuna kliendid võivad negatiivse kogemuse korral jagada halba tagasisidet ja hoiduda ettevõtte teenuste kasutamisest tulevikus. Seega on tellimuse täpsuse tagamine oluline strateegiline aspekt, mida e-kaubanduse ettevõtted peavad jälgima ja parandama, et säilitada klientide usaldust ja lojaalsust ning tagada pikaajaline äriedu. Osusega uue ostu samalt ettevõttelt. [2]

Peamisteks uurimisküsimusteks on:

- Kuidas mõjutavad komplekteerimisprotsessi efektiivsust ja täpsust erinevad tegurid nagu töötajate koolitus, töökeskkond ja tehnoloogia kasutamine?
- Millised on peamised põhjused e-poe tellimuste komplekteerimisel tekkinud vigadele?

1.2. Kliendi rahulolu

Kliendi rahulolu on keskne aspekt igasuguses ärivaldkonnas, sealhulgas e-kaubanduses, kus tarbijakogemus mängib võtmerolli ettevõtte edukuses. Kliendi rahulolu ei ole mitte ainult äritegevuse jätkusuutlikkuse alustala, vaid ka võtmefaktor, mis mõjutab ettevõtte mainet, usaldusväärsust ja kasumlikkust. E-kaubandusmaastikul, kus konkurents on tihe ja tarbijate ootused kõrged, on kliendi rahulolu saavutamine ja säilitamine ülioluline. Rahulolevad kliendid on mitte ainult lojaalsed, vaid nad võivad ka soovitada ettevõtet teistele ja suurendada selle kasumlikkust. Seega on oluline mõista kliendi rahulolu olemust, selle mõjusid ja seda, kuidas see seostub e-poe tellimuste komplekteerimise protsessiga. Selles uurimuses keskendume kliendi rahulolu kui eraldi teemaga, et paremini mõista selle olulisust e-kaubanduse kontekstis ning selle seoseid tellimuste komplekteerimise protsessiga.

Kliendirahulolu mõõtmine on äärmiselt oluline, kuna see annab ettevõttele selge ülevaate sellest, kuidas kliendid hindavad ettevõtte pakutavaid tooteid või teenuseid ning kuidas nad kogevad ettevõttega suhtlemist. Uuringud on näidanud, et kõrge kliendirahulolu on seotud mitmete positiivsete tulemustega, sealhulgas suurema kliendilojaalsuse, kõrgema kliendi elutsükli väärtuse ja tugevama kaubamärgi mainega. Kui kliendid on rahul, on neil

suurem tõenäosus teha ettevõttega korduvaid oste ja soovitada seda ka teistele. Lisaks võib kõrge kliendirahulolu aidata ettevõttel eristuda konkurentidest ning tugevdada oma positsiooni turul. [3]

Samuti on oluline märkida, et madalad kliendirahulolu skoorid võivad olla hoiatavaks märgiks probleemidest ettevõtte toodete, teenuste või klienditeenindusega. Madal rahulolu võib põhjustada klientide kaotust, negatiivset suusõnaliselt levivat tagasisidet ning kahjustada ettevõtte mainet ja usaldusväarsust. Seetõttu on oluline pidevalt jälgida ja hinnata kliendirahulolu taset ning teha vajadusel kohandusi, et tagada klientide pidev rahulolu ja usaldus ettevõtte vastu. [3]

Kliendirahulolu mängib e-kaubanduses olulist rolli, kuna see mõjutab otseselt ettevõtte mainet, usaldusväarsust ja kasumlikkust. Rahulolevad kliendid on tõenäolisemalt lojaalsed, teevad rohkem oste ja soovivad ettevõtet teistele. Seega on kliendi rahulolu saavutamine ja säilitamine prioriteetne ülesanne igale e-poele. Kliendirahulolu mõõtmine on oluline tööriist, mis võimaldab ettevõtetel hinnata oma klientide rahulolu taset ning vajadusel teha kohandusi oma toodete, teenuste või klienditeeninduse osas. Terviklik ja pidev kliendikogemuse jälgimine ja parendamine aitab e-poodidel mitte ainult säilitada olemasolevaid kliente, vaid ka meelitada ligi uusi ning seeläbi saavutada jätkusuutlikku kasvu ja edu turul.

2. TEOREETILISED ALUSED

2.1. E-poe mõiste ja arengulugu

Internetikaubandus on elektroonilise kaubanduse vorm, kus klientidel on võimalus soetada tooteid või teenuseid interneti vahendusel. See on muutunud üheks peamiseks kanaliks, mille kaudu tarbijad oma ostuvajadusi rahuldavad ning ettevõtted oma kaupu ja teenuseid turustavad. [4]

E-poe olulisus jaemüügis on tänapäeva ärilises maailmas üha suuremaks muutunud. Digitaalse kaubanduse areng on muutnud tarbijate käitumist ning nende eelistused ostukogemuse osas on muutumas üha rohkem internetipõhiseks. E-poodide kättesaadavus võimaldab tarbijatel teha oste mugavalt kodust või töölt, ilma vajaduseta füüsilisse poodi minna, pakkudes neile laiemat valikut ja ostuvõimalusi igal ajal. Lisaks avab e-poodide kasutamine jaemüüjatele võimaluse jõuda klientideni üle kogu maailma, mis suurendab potentsiaalsete klientide arvu ning avab uusi ärivõimalusi. E-poodide pidamine võib olla ka oluliselt odavam kui füüsilise poe pidamine, aidates jaemüüjatel vähendada üldisi käitamikulusid. Samuti võimaldab e-poodide platvormide kasutamine koguda andmeid tarbijate käitumise kohta, mis omakorda võimaldab paremini mõista sihtrühma eelistusi ja kohandada turundusstrateegiaid vastavalt. Lisaks pakuvad e-poe platvormid mitmeid võimalusi turundustegevuste läbiviimiseks, mis aitab suurendada ettevõtte nähtavust internetis ja meelitada rohkem kliente. Viimaks võimaldab e-poodide olemasolu jaemüüjatel luua tugevamaid suhteid klientidega, pakkudes tõhusat klienditeenindust ja personaalseid soovitusi, mis omakorda soodustab lojaalsust ja korduvaid oste. Seega võib öelda, et e-poe tähtsus jaemüügis on kasvamas ning see on muutumas üha olulisemaks ärilise edu saavutamisel.

Termin "e-kaubandus" tuleneb ingliskeelsest väljendist "*electronic commerce*" või lühendist "*e-commerce*". See viitab kaubandustegevusele, kus kaubad või teenused vahetatakse elektrooniliselt, sageli interneti või teiste elektrooniliste platvormide kaudu. E-kaubandus sai populaarseks koos interneti levikuga 1990. aastatel. See hõlmab kaupade müüki, ostusid, maksete töötlemist ja tarnekorraldusi ning on muutunud oluliseks osaks tänapäeva majanduses, võimaldades ettevõtetel laiendada oma turuulatust ja pakuda klientidele mugavat ostukogemust. Enamik internetikaubandusest toimub suhtluses kliendi ja ettevõtte vahel, mis on tuntud kui B2C (business-to-consumer). Selles mudelis pakub ettevõtte oma tooteid või teenuseid otse tarbijatele, kes saavad neid soetada erinevate veebipõhiste platvormide kaudu. Näiteks võib tarbija osta rõivaid, elektroonikat või muud tarvilikku otse veebipoest.[5]

Lisaks B2C kaubandusele on oluline roll ka ettevõtetevahelisel äritegevusel, mida tuntakse kui B2B (business-to-business). Selles mudelis toimuvad tehingud ja kaupade või teenuste vahetus otse ettevõtete või hulgimüüjatega. Näiteks võib see hõlmata materjalide, tooraine või muude ärikriitiliste komponentide ostmist ja müümist. B2B internetikaubandus on sageli keerukam ja spetsialiseeritum ning mängib olulist rolli ettevõtete efektiivsuses ja kasumlikkuses. [5]

Digitaalse kaubanduse arengu lugu algas umbes 40 aastat tagasi, viies kaasa täieliku muutuse kaubandusmaastikul. E-kaubanduse ajalugu on märgiline teekond, kus uute tehnoloogiate, Interneti leviku, turvaliste makselahenduste ning nii tarbijate kui ka ettevõtete veebipõhise kaubanduse kasutuselevõttuga on muudetud viisi, kuidas me ostame ja müüme. [5]

CompuServe'i Loomine aastal 1969, CompuServe'i asutamine mängis olulist rolli varase internetiühenduse arendamisel, pakkudes esimesi e-posti ja internetiteenuseid ning luues platvormi, mis muutus oluliseks kaubandusmaastikul. [5]

Esimene elektrooniline ostlemine, mis leidis aset aastal 1979. Inglise leiutaja Michael Aldrich tutvustas elektroonilist ostlemist, võimaldades tehinguid töötleva arvuti ja telefoniliini abil turvalist kaubandust. [5]

Esimene Veebipõhine Kaubandusettevõtte, 1982 aastal avas Boston Computer Exchange uksed, saades maailma esimeseks veebipõhiseks kaubandusettevõtteks, pakkudes platvormi kasutatud arvutite müümiseks ja ostmiseks. [5]

Esimene veebipõhine raamatupood (1992) Book Stacks Unlimited oli esimene veebipõhine raamatupood, alustades sissehelistamisega ja hiljem laienedes interneti domeenile. [5]

Esmakordne veebibrauseri tutvustamine aastal 1994 Netscape Navigator'i käivitamine mängis olulist rolli internetikasutuse populariseerimisel ja võimaldas inimestel sirvida veebi, avades uued võimalused e-kaubanduseks. [5]

Amazoni Loomine (1995) Jeff Bezos tutvustas Amazoni, mis algas raamatute e-poe platvormina, laienes hiljem märkimisväärselt ja muutus üheks maailma suurimaks e-kaubanduse ettevõtteks. [5]

PayPal'i Käivitamine aastal 1998 PayPal revolutsioneeris maksete tegemist internetis, pakkudes turvalist rahaülekannet ja muutes e-kaubanduse veelgi ligipääsetavamaks. [5]

Alibaba loodi aastal 1999, muutudes kiiresti üheks maailma suurimaks e-kaubanduse platvormiks, mis teenindab B2B, C2C ja B2C turge. [5]

Tänapäevane on e-pood ja sellega seonduva areng igapäevane, keskendutakse kasutaja mugavusele ning võimalikult sujuva kogemuse loomisele. Põhiline eesmärk on tagada kliendi rahulolu interneti vahendusel.

2.2. E-poe populaarsus

E-kaubanduse populaarsus tuleneb tegurite lähenemisest, mis ühiselt suurendavad äritehingute mugavust, juurdepääsetavust ja tõhusust. Mugavus on peamine tegur, kuna e-kaubandus võimaldab ostlemist peaaegu kõikjal, kus on Interneti-ühendus, vältides traditsioonilise jaemüügiga seotud füüsilise läheduse ja töötundide piiranguid. See aspekt meeldib eriti tiheda ajakavaga inimestele.

E-oste teostab hinnanguliselt 77% Eesti elanikkonnast. [6]

E-kaubanduse platvormid pakuvad laia valikut tooteid ja teenuseid, mis ületavad iga üksiku füüsilise poe laoseisu, andes tarbijatele võimaluse võrrelda hindu, lugeda arvustusi ja leida konkreetseid kaupu ilma mitut asutust külastamata. Lisaks hõlbustab e-kaubandus juurdepääsu niši- või spetsiaalsetele toodetele, mis vastavad tarbijate erinevatele eelistustele. Konkurentsivõimelist hinnakujundust soodustab e-kaubanduse konkurentsikeskkond, mis edendab hindade läbipaistvust ja motiveerib jaemüüjaid konkurentsistrateegiaid rakendama. Juurdepääsetavus on veel üks oluline eelis, mis võimaldab tarbijatel geograafilisi piiranguid ületades toodetele ülemaailmselt juurde pääseda.

Tavaliselt ostetakse interneti teel enim kontserdi-, kino- ja teatripileteid, moodustades 42% kõikidest tehtavatest ostudest. Teisena ostetakse elektroonikat, moodustades 30% ostudest, samas kui riideid ja jalatseid ostetakse 25% ulatuses. Kosmeetika moodustab 23% ostudest, mööbel samuti 23% ning parfüüme 21% ulatuses. E-kaubanduses müüdavate spordikaupade osakaal on 19%, mänguasjade ja lasteriie 18%, toidukaupade 12% ning ravimite osakaal moodustab 7% kõigist ostudest. [6]

Sujuv kasutajakogemus, mida hõlbustavad intuiitiivsed liidesed ja turvalised makselüüsid, aitab suurendada mugavust ja tarbijate usaldust. Maksevõimaluste, tarnemeetodite ja tagastuspoliitika paindlikkus kohandab veelgi tarbijate erinevaid eelistusi ja nõudeid, tugevdades e-kaubanduse positsiooni kaasaegse kaubanduse nurgakivina, millel on jätkuv potentsiaal innovatsiooniks ja arenguks.

eMarketeri andmetel ületas e-kaubanduse jaemüügi maht 2022. aastal 5 triljonit dollarit ja prognooside kohaselt ületab 2025. aastaks 7 triljonit dollarit. E-kaubanduse täielikuks

mõistmiseks on oluline uurida selle ajalugu, kasvu, mõju, eeliseid, puudusi ja tulevikku. suundumusi. E-kaubanduse ettevõtted ulatuvad idufirmadest suurettevõteten, mis on liigitatud suuruse ja tulude järgi. Need ettevõtted kasutavad erinevaid mudeleid, nagu B2C, B2B, C2C ja D2C, millest igaüks teenindab erinevaid turusegmente. [1]

Aastal 2022 ulatus Eesti ettevõtete e-kaubanduse käibe maht 11,1 miljardi euroni, mis ületab 2021. aasta taset enam kui kahe miljardi euro võrra. Kõige suurem e-kaubanduse käive oli hulgimüügi ja jaemüügi valdkonna ettevõtetel, ulatudes 3,7 miljardi euroni, järgnes töötlev tööstus 3,2 miljardi eurose käibega. Elektrienergia, gaasi, auru ja konditsioneeritud õhuga varustavate ettevõtete sektor suurendas oma e-kaubanduse mahtu enim aastaga. Ent kunsti, meelelahutuse ja vaba aja sisustamisega tegelevate ettevõtete e-kaubanduse käive vähenes aastaga üle 30 miljoni euro. [7]

Elektrooniline kaubandus moodustab ligikaudu veerandi kogu jaekaubanduse mahust. [6]

Näited e-kaubanduse tehingutest hõlmavad laia spektrit, hõlmates füüsiliste kaupade, digitaalsete toodete ja eriteenuste müüki. Alates materiaalsest kaupade (nt rõivad ja elektroonika) jaemüügist kuni digitaalsete varade (nt veebikursuste ja allalaaditava sisu) levitamiseni on e-kaubanduse tehingute ulatuslik repertuaar kujutab endast digitaalsete platvormide pakutavat kaubandusliku vahetuse mitmesuguseid võimalusi.

Interneti-ostlemise kasv, eriti pandeemia ajal, rõhutab olulist muutust tarbijakäitumises, kusjuures e-kaubandus on arenenud uudest jaemüügiviisist kõikjale. Pandeemiast tingitud nihe veebiostlemise suunas ulatub aga kaugemale mugavusest ja vajadusest, peegeldades sügavaid psühholoogilisi aluseid. Uuringud näitavad, et jaemüügiteraapia, mis väljendub ostukäitumise kaudu, toimib eneserahustava vormina, õhutab vahetut õnne ja leevendab püsivat kurbust. Lisaks avaldab ostlemine nii isiklikult kui ka veebis püsivat positiivset mõju meeleolule, mida toetavad isikliku kontrolli ja autonoomia tunded. Jorge Barraza Lõuna-California ülikoolist väidab, et emotsioonid, eriti kurbus ja stress, motiveerivad tarbijaid märkimisväärselt ostlema. Kui aga eirata rahalisi piiranguid, võib veebiostlustest tulenev mööduv meeleolu tõus olla ohus. [8]

Üha enam on täheldatud, et e-kaubandus on saavutanud suure populaarsuse nooremate inimeste hulgas. Nooremate inimeste eelistus e-kaubanduse suhtes tuleneb mitmest tegurist. Esiteks, noorem põlvkond on kasvanud digitaaltehnoloogia keskel ning omab seega suuremat mugavustunnet ja oskusi internetis navigeerimisel. Nende jaoks on e-poodides ostlemine loomulik ja mugav viis vajalike toodete hankimiseks või teenuste tellimiseks.

Online-turundus kehtestab strateegiliselt uusi suundumusi, mis on loomupäraselt atraktiivne nooruslikule elanikkonnale, kes on tuntud oma kalduvuse poolest järgida

trende. Digitaalsed platvormid tutvustavad pidevalt värskeid tooteid, reklaamides neid kui uuenduslike ja moodsatena. See kujutamine tekitab noortes kiireloomulise tunde, mis sunnib neid võtma kasutusele neid trende loovad esemed, et nad ei jääks ajale jalgu. Noored on energilised ning armastavad laia sortimenti. Võimaluste suurem kättesaadavus kipub tekitama rahulolu, kuna valik tehakse erinevate toodete hulgast. E-kaubanduse platvormid soodustavad seda dünaamikat, sest nad pakuvad klientidele hulgaliselt erinevaid tooteid, andes neile võimaluse kaaluda erinevaid alternatiive. See omadus on noorte jaoks eriti oluline, sest see soodustab otsustusvõimet ja teadliku valiku tajumist. [9]

Teiseks, nooremad inimesed hindavad e-kaubanduse paindlikkust ja kiirust. E-poodides saavad nad kiirelt leida vajalikke tooteid, võrrelda hindu ja teha ostu ilma kodust lahkumata. See sobib hästi kiire elutempoga noorte jaoks, kes hindavad aega ja mugavust.

Lisaks on e-kaubandus noorematele inimestele atraktiivne ka laiema tootevaliku tõttu. Interneti kaudu saavad nad ligipääsu mitmekülgsele valikule tooteid ja teenuseid, mis võivad olla piiratud traditsioonilistes tellimustes või füüsilistes kauplustes. See võimaldab neil teha informeeritumaid valikuid ja leida just enda vajadustele vastavaid tooteid.

Ent vanema generatsiooni puhul võib e-kaubanduse vastuvõtt olla tagasihoidlikum. Mõned vanemad inimesed võivad tunda ebamugavust või ebakindlust internetis ostlemisel ning eelistavad traditsioonilistest kauplustest ostude tegemist, kus on võimalik isiklikult tooteid näha ja katsuda.

Kokkuvõttes on e-kaubandus muutunud nooremate inimeste jaoks oluliseks osaks igapäevasest tarbimiskultuurist. Nende suurem digitaalne kirjaoskus, mugavuse ja kiiruse eelistamine ning laiem tootevalik on pannud aluse e-kaubanduse kasvule noorema sihtgrupi seas. Siiski on oluline mõista ka vanema generatsiooni eripärasid ja vajadusi ning pakkuda neile sobivaid lahendusi ja teenuseid e-kaubanduse kontekstis.

2.3. Protsessi parendus

Protsesside parendamine on oluline strateegia ettevõtetele, kes soovivad saavutada tõhusust, paindlikkust ja konkurentsieelist oma tööstusharus. See lähenemisviis hõlmab äriprotsesside põhjalikku analüüsi, et tuvastada kitsaskohti, ebavajalikke toiminguid ja võimalikke efektiivsuse suurendamise võimalusi.

Kaasaegses ja kiirelt muutuv maailmas on püsiv vaid muutumine. Iga organisatsioon peab olema võimeline kohanema muutuvate tingimustega, et püsida elujõulisena. Seetõttu on ülioluline, et ettevõtted pidevalt areneksid ja kohanevad turu dünaamikaga. Ettevõtte,

mis jätkab samade põhimõtete järgimist nagu kümme aastat tagasi, võib leida end raskustes ning lõpuks isegi oma tegevuse lõpetamas. Selle vältimiseks on hädavajalik regulaarselt täiustada oma protsesse. [10]

Protsesside täiustamine võimaldab ettevõttel tuvastada valdkonnad, kus on vaja parandusi teha, ning eemaldada süsteemist ebavajalikud osad. Olemasolevate protsesside analüüsimine ja hindamine võimaldab organisatsioonil mõista oma süsteemi tervikuna ning teha vajalikke kohandusi vastavalt uutele tööstusstandarditele. Selline lähenemine mitte ainult ei avarda ettevõtte vaatenurki, vaid toob kaasa ka mitmeid olulisi eeliseid, sealhulgas kvaliteedi paranemise, tootlikkuse suurenemise, klientidega suhtlemise parendamise ning töötajate oskuste arendamise, millest arutleme käesoleva artikli hilisemates jaotistes. Järgnevalt vaatleme protsesside täiustamise eeliseid lähemalt. [10]

Ettevõtted, kes regulaarselt rakendavad protsesside täiustamist, on võimelised tõhusalt reageerima pidevalt muutuvatele turunõudlustele võrreldes nendega, kes selle meetodi ignoreerivad. Protsessianalüütikud kasutavad protsessi parendusstrateegiate elluviimiseks erinevaid meetodeid või tehnikaid, millest igaühel on unikaalne omadus ning vastab ettevõtte ootustele. [10]

Mõned tuntumad tehnikad hõlmavad DMAIC-meetodit (*define*- probleemi määratlemine, *measure*- mõõtmine, *analyse*- analüüs, *improve*- parendamine, *control*- kontroll), täielikku kvaliteedijuhtimist, Kaizen-metoodikat ja Kanban-tehnikat. Siiski kohandavad protsessianalüütikud alati veidi eespool mainitud tehnikate põhistruktuuri, et see sobituks ettevõtte konkreetse protsessiga. Kuigi nende meetodite põhistruktuur on üldjoontes sarnane, on protsessid erinevad erinevates ettevõtetes. Näiteks ei pruugi suurtööstuses toimivat tehnikat saaks edukalt rakendada algavas ettevõttes, kuna see võib kaasa tuua ebaõnnestumisi. Seetõttu on oluline, et protsesside arhitektid kohandaksid meetodeid vastavalt ettevõtte spetsiifikale, tagamaks nende optimaalse toimimise. [10]

Oluline on mõista, et protsesside parendamine ei piirdu ainult tehnoloogiliste uuendustega, vaid hõlmab ka organisatsioonilisi muudatusi, töötajate koolitamist ja kaasamist ning kultuuriliste muutuste juurutamist. Selle lähenemisviisi rakendamine nõuab tihedat koostööd erinevate osakondade vahel, pidevat tagasisidet ja jätkuvat jälgimist.

Äriprotsesside täiustamise eelised on mitmekülgsed ning võivad oluliselt mõjutada ettevõtte toimimist ja tulemuslikkust. Esiteks, tootlikkus saab olulise tõuke, kui automatiseeritakse igapäevaseid ülesandeid, nagu vormide täitmine ja aruannete koostamine. Uuringud näitavad, et töötajad võivad kulutada olulisel määral aega korduvate ülesannete täitmisele, mida saaks automatiseerimisega hõlpsasti vähendada, suurendades seeläbi nende võimalust keskenduda põhitegevustele. Teiseks, hästi väljatöötatud äriprotsessid võivad oluliselt suurendada töötajate rahulolu, kuna need vähendavad

tüütuid ja korduvaid ülesandeid ning võimaldavad keskenduda olulistele tööaspektidele. Kolmandaks, protsesside parendamine vähendab riske, kuna see aitab vältida vigu ja lisada täiendavaid turvameetmeid ettevõtte andmete kaitsmiseks. Neljandaks, nõuetele vastavuse säilitamine muutub lihtsamaks, kui äriprotsessid on hästi dokumenteeritud ja läbipaistvad, vähendades seeläbi ettevõttele ettenägematute karistuste riske. Viiendaks, klientide rahulolu suureneb, kui ettevõtte kasutab kaasaegseid tehnoloogilisi lahendusi, mis võimaldavad kiiremat reageerimist ja paremat teenindust. Kuues eelis seisneb paindlikkuses, mis võimaldab ettevõttel kohaneda muutuvate ärioludega ning säilitada konkurentsivõime. Lõpuks, tehnoloogia integreerimine võimaldab leida parimaid tarkvaralahendusi ja rakendusi vastavalt ettevõtte vajadustele, toetades uusi äriprotsesse alates andmete sisestamisest kuni töötajate koostööni. Need eelised kokku moodustavad tugeva aluse ettevõtte jätkusuutlikkusele ja arengule. [11]

2.4. Tellimuste komplekteerimise protsess

Tellimuste komplekteerimine on oluline osa tarneahela protsessist, kus täpsus, kiirus ja tõhusus on võtmetähtsusega. Õige komplekteerimismeetodi valik võib oluliselt mõjutada ettevõtte operatiivset tõhusust ja klientide rahulolu taset.

Tellimuste komplekteerimine viitab protsessile, kus tellimuses loetletud tooted tuvastatakse ning kogutakse laost kokku. Antud protsess esindab esimest etappi kliendi tellimuse täitmisel ning selle korrektne teostamine on äärmiselt oluline, kuna see mõjutab otseselt ka järgnevaid tellimuse täitmise protsesse, sealhulgas tellimuse pakkimist, saatmist ja müügijärgset tegevust. Optimaalse tellimuste komplekteerimisprotsessi eesmärk on tagada iga tellimuse jaoks õigete toodete valik ja saadavus. Selles stsenaariumis täidab tellimuse komplekteerija olulist rolli, kes kogub kokku tellimuses nõutud tooted mitmest erinevast ladust või piirkonnast. Kuigi esmapilgul võib tellimuste komplekteerimine näida lihtsa toiminguna, kaasneb sellega tegelikult märkimisväärne kulu. Erinevad uuringud näitavad, et just tellimuste komplekteerimine moodustab suurima osa laoprotsesside tegevuskuludest. Näiteks Georgia Tehnikaülikooli aruande kohaselt võib see osakaal ulatuda isegi kuni 63% kogu lao tegevuskuludest, muutes selle üheks kõige kulutõhusamaks ja olulisemaks laoprotsessiks. [12]

Tellimuste komplekteerimise meetodite valikul on oluline mõju tarneahelale. Õigete tellimuste komplekteerimise strateegiate rakendamine võib oluliselt kaasa aidata ettevõttele, tuues endaga kaasa mitmeid positiivseid arenguid, nagu tööjõukulude vähenemine, parem klienditeenindus ja laopinna optimaalsem kasutamine.

Komplekteerimise tootlikkuse parandamiseks on oluline mõista lao komplekteerimise parimaid tavaid. [13]

Tellimuste komplekteerimine hõlmab kaubaartiklite välja võtmist laost, et täita kliendi tellimusi. See protsess moodustab sageli üle poole jaotuskeskuse tegevuskuludest ning on seega üks töömahukamaid ülesandeid laos. Kuna tellimuste komplekteerimine mõjutab otseselt klientide rahulolu taset, on oluline, et see toimuks kiiresti ja täpselt. Kuna komplekteerimine hõlmab tihti füüsilist tööd, võib protsess olla aeglane ja vastuvõtlik inimlikele eksimustele, mis omakorda mõjutab selle tootlikkust. See aspekt on oluline tarneahela terviklikkuse seisukohast, kuna klientide tellimuste õigeaegne täitmine on iga ettevõtte jaoks kriitilise tähtsusega. [13]

Tellimuste komplekteerimisel on mitmeid erinevaid meetodeid, millest igaühel on oma eelised vastavalt ladu, tellimuste maht ja keerukus. Üks levinumaid meetodeid on ühe tellimuse komplekteerimine, kus töötajad liiguvad läbi lao ja täidavad ühe tellimuse korraga, sobides hästi väikestele ladudele ja lihtsamatele tellimustele. Partii komplekteerimine optimeerib protsessi, võimaldades töötajatel korraga täita mitu tellimust, vähendades sõiduaega ja suurendades tõhusust. Mitme partii tellimuste komplekteerimine võimaldab veelgi suuremat efektiivsust, kuna töötajad koguvad korraga kaupu mitme tellimuse jaoks, kasutades mitmetasandilisi komplekteerimisvankreid. Klastrite korjamist kasutatakse mitme tellimuse samaaegseks täitmiseks, kus töötajad eraldavad SKU-d eraldi konteineritesse, vähendades sõiduaega ja suurendades täpsust. Lainepakkumine ja tsooni valimine on tõhusad meetodid suurtes ladudes, kus tellimused rühmitatakse vastavalt mitmetele teguritele, nagu klientide asukoht, tellimuste sagedus ja tarnekuupäevad, ning töötajad täidavad tellimusi läbi eraldi tsoonide. Iga meetod nõuab põhjalikku planeerimist ja sobib erinevatele ladudele ja tellimuste mahtudele. [14]

3. ETTEVÕTTE X TUTVUSTUS

Ettevõtte X on Eestis asutatud ettevõtte, mis kujutab endast spordi- ja vabaaja elustiili kaubanduskeskkonda, pakkudes kvaliteetseid tooteid ja teenuseid ning populariseerides tervislikku ja aktiivset eluviisi. Alates loomisest aastal 2000 Tallinnas on Ettevõtte X püüdnud olla mitte üksnes rahvusvaheliselt tunnustatud kaubamärk, vaid ka kohalikule kogukonnale oluline partner spordikultuuri arendamisel.

Ettevõtte X missioon on pakkuda maailma parimaid brände ning olla inspireeriv spordi- ja vabaaja elustiile müüv ning turundav platvorm. Ettevõtte eesmärk on mitte ainult müüa tooteid, vaid muuta inimeste elu huvitavamaks, paremaks ja emotsionaalsemaks, luues seeläbi sidemeid klientide ja nende elustiili vahel.

Väga suur osa Ettevõtte X tegevusest on kohaliku spordikultuuri toetamine ja arendamine. Oluline on märgata, tähtsustada ja toetada kohalikke spordiüritusi, klubisid ning sportlasi, aidates seeläbi kaasa tervisliku ja aktiivse eluviisi propageerimisele Eestis.

Ettevõtte X visiooniks on olla rahvusvaheliselt tuntud ning hinnatud spordi- ja vabaaja elustiili kaubamärk, mis toetab oma tegevusega kogukondlikku arengut ning julgustab

Algselt põhines ettevõtte X peamiselt füüsilistel kauplustel, mis asusid Eestis. Aja jooksul aga laiendati tegevust ka teistesse Balti riikidesse, Lätti ja Leetu. Aasta 2020 tõi kaasa muutused, kui füüsiliste poodide tegevust piirati ning oli vaja kiiresti kohaneda uute tingimustega. Seetõttu otsustati luua toimiv e-pood, mis võimaldas jätkata müüki ka siis, kui kaupluste külastamine oli reguleeritud. Alguses toimis e-pood riikides, kus ettevõttel juba oli füüsilised kauplused, kuid hiljem laieneti e-poe teenustega ka Soome turule ning hiljuti ka Poola.

4. E-POE TELLIMUSTE KOMPLEKTEERIMISE PROTSESSI KIRJELDUS

Käesolev peatükk keskendub e-poe tellimuste komplekteerimise protsessile, peamistele probleemidele ja varem kasutusel olnud lahendustele. Kuna ettevõtte baseerub peamiselt füüsilistel kauplustel, komplekteeritakse tellimusi kauplustes. E-poes on tooteid kõikidest Sportlandi kauplustest, mis laiendab tootevalikut tohutult. Suuremates kauplustes, mille tootevalik on lai ja seetõttu ka tellimusi rohkem, on olemas eraldi e-poe töötaja, kelle tööülesandeks on tellimuste komplekteerimine. Väiksemates kauplustes komplekteerivad tellimusi klienditeenindajad. Kauplustes on olemas tellimuste täitmiseks eraldi ruum, mis on varustatud vajaliku tehnikaga, et tellimusi korrektselt täita ja komplekteerida.

Kui klient vormistab e-poe tellimuse suunatakse vastav teade kauplusele kus tellimuses olev toode olemas on, kauplusel on võimalik tellimus ka edasi suunata teise kauplusesse, kus süsteemi andmetel toode olemas peaks olema, juhul kui toodet algelt määratud laost ei leita. Suurtemate tellimuste puhul suunatakse teated erinevatesse kauplustesse, kus komplekteeritakse määratud tooted, juhul kui tellimuses on mitu toodet võivad need kliendini jõuda mitme saadetisena.

E-poe tellimuste komplekteerimisel on määratletud tegevused ja etapid olulised ning kasulikud mitmetel põhjustel. Esiteks võimaldavad need määratletud tegevused ja etapid tagada protsessi struktureerituse ja korrapärasuse. Selgelt määratletud sammud aitavad tagada, et iga tellimuse täitmine toimuks süstemaatiliselt ja efektiivselt. See vähendab vigade võimalust ning tagab, et tellimused täidetakse õigeaegselt ja täpselt. Teiseks aitavad määratletud tegevused ja etapid optimeerida protsessi efektiivsust. Kui iga tegevus on selgelt määratletud ja töötajad on koolitatud nende täitmiseks, kulgeb protsess sujuvalt ja kiirelt. See võimaldab täita rohkem tellimusi lühema perioodi jooksul ning suurendada üldist efektiivsust. Lisaks aitavad määratletud tegevused ja etapid tagada kvaliteedi ja täpsuse. Iga etapp võimaldab kontrollida, kas tellimuse täitmine vastab klientide nõuetele ja ettevõtte standarditele. See vähendab vigade ja vigade arvu ning tagab klientide rahulolu.

Kokkuvõttes võib järeldada, et määratletud tegevused ja etapid e-poe tellimuste komplekteerimisel on olulised, kuna need aitavad tagada protsessi struktureerituse, efektiivsuse ja kvaliteedi. Tänu sellele on töötajatel võimalik täita tellimusi kiirelt ja täpselt, mis omakorda suurendab kliendirahulolu.

4.1. Tellimuste komplekteerimise etapid ja kirjeldus

E-poe tellimuse komplekteerimise protsess:

- Saabub e-maili teavitus tellimusega, kus on olemas vajalik informatsioon edukaks komplekteerimiseks;
- Töötaja otsib tellimuses oleva toote/ tooted ning kontrollib selle/ nende seisukorda;
- Toode komplekteeritakse ettenähtud pakendisse koos tagastuslehega;
- Süsteemis viiakse läbi vastavad toimingud;
- Luuakse pakisilt, mis prinditakse välja ja kleebitakse saadetisele;
- Pakk tõstetakse vastavasse riiulisse, riiulid on sorteeritud kullerfirma alusel;
- Saadetus edastatakse kullerile ettenähtud korje ajal.

E-poe tellimuse komplekteerimise protsess algab tellimuse saabumisega e-posti teavituse kaudu. Tellimusega kaasneb oluline informatsioon, sealhulgas tellitud toodete nimistu, kogused ja kliendi tarneaadress. See teave edastatakse süsteemi, kus algab tellimuse töötlemise protsess. Süsteemis käivitatakse vastav töövoog, mis võimaldab järgnevaid samme sujuvalt ellu viia.

Järgmise sammuna tegeleb töötaja tellimuses sisalduvate toodete otsimisega vastavalt saadud informatsioonile. Töötaja kontrollib hoolikalt iga toote seisukorda, veendumaks nende sobivuses komplekteerimiseks. See hõlmab nii toodete füüsilist kontrolli, et tagada toote puhtus ja kvaliteet, kui ka tagastuslehe olemasolu vajaduse korral.

Leitud ja kontrollitud tooted komplekteeritakse vastavalt tellimuses märgitud kogustele. Tooted volditakse korrektselt kokku ning paigutatakse ettenähtud pakenditesse. Tagastuslehe ja tagastuskleebise lisamine pakendisse on oluline, et klientidel oleks võimalik vajaduse korral tooteid tagastada.

Süsteemis viiakse läbi mitmeid vajalikke toiminguid, mis hõlmavad tellimuse täitmist, inventuuri vähendamist ja muudatusi vastavalt kliendi nõudmistele või erisustele. See tagab tellimuse täieliku ja täpse täitmise ning süsteemi ajakohase informatsiooni tellimuste kohta.

Peale tellimuse pakendamist kontrollitakse veelkord tellimuse andmed ning loodakse vastav pakisilt. Pakisilt prinditakse välja ja see kinnitatakse pakendi välimisele küljele, tagades nii saadetise selge identifitseerimise ja teabe kullerile ning kliendile.

Pärast pakendamist tõstetakse pakk vastavasse riiulisse, et kullerile oleks selgelt näha millised saadetised kaasa on vaja võtta. Riiulid on sorteeritud vastavalt kullerfirmale, selline süsteem kiirendab ka kulleri korje protsessi, kuna kulleritele on teada, milliselt riiulilt on vaja pakid võtta, mis tagab efektiivse ja korrapärase logistika.

Viimane etapp e-poe tellimuse komplekteerimise protsessis on saadetise üleandmine kullerile ettenähtud korje ajal. See toimub vastavalt kokkulepitud ajakavale ja protseduuridele, tagades tellitud toodete kiire ja turvalise kohaletoimetamise klientidele.

4.2. Tavalised probleemid ja väljakutsed

Töötajad soovivad tellimused kiirelt komplekteerida ning on loonud süsteemid, kus komplekteeritakse kolme tellimust korraga. Selline lähenemine toob sageli kaasa vea tegemise protsessi käigus ning sellele saime kinnituse ka vaatluse protsessi käigus, kus kaupluses 10 tellimuse komplekteerimisel ühes tehti viga.

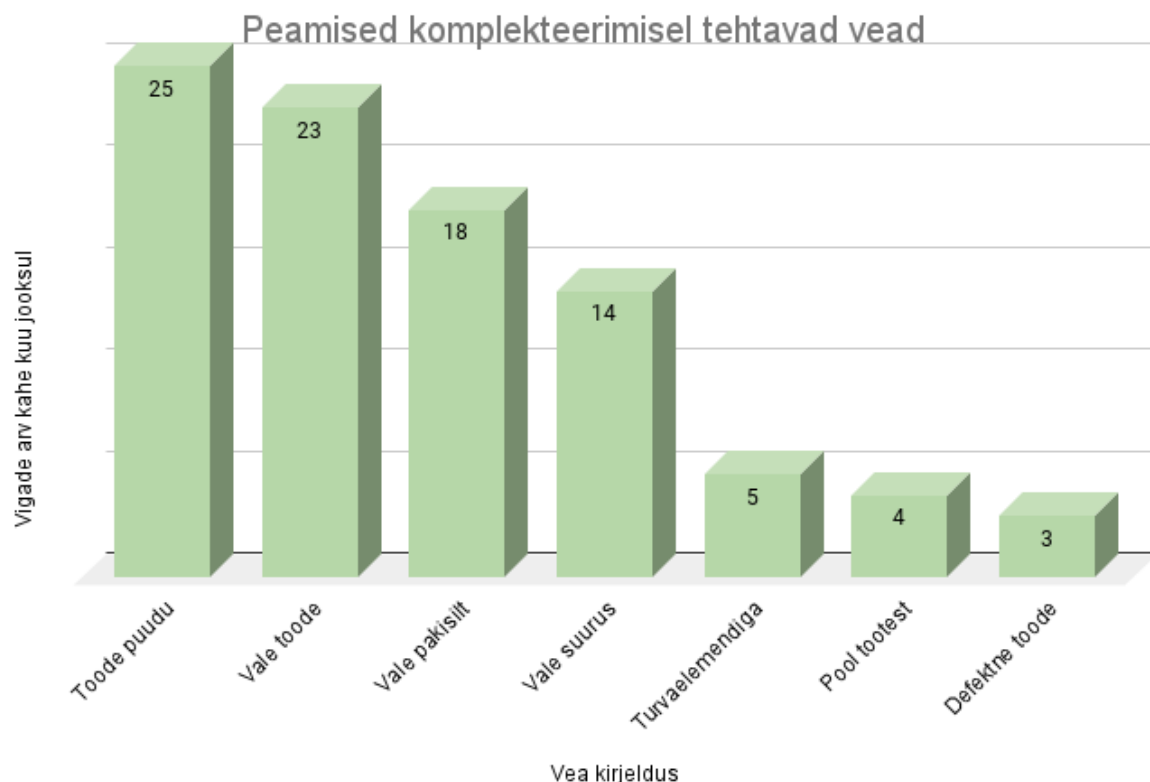
Tellimuste komplekteerimine e-poes võib esile kutsuda mitmeid väljakutseid, mis mõjutavad nii protsessi tõhusust kui ka klientide rahulolu. Peamiseks väljakutseks tellimuste täitmisel on toodete leidmine kauplusest, kuna e-poes on üsna lai valik kaupu mis on kauplustes saalis kui ka laos. Mõne toote leidmine on lihtne ja kiire ning kogu tellimuse komplekteerimise protsess võib kokku võtta 5 minutit, kuid on ka tooteid mille leidmine võib võtta 15 minutit ning seeläbi pikeneb ka komplekteerimise protsess.

Teiseks selliseks väljakutseks on hooletus või tähelepanu hajumine, mis võib viia vigade tegemiseni tellimuste täitmisel. Kuna kauplused on suured ja mitmete ladudega kus on palju tooteid mis sarnanevad tellimuses olevate toodetega siis eksimiseks on ruumi, eriti kui on tegemist uue töötajaga kes ei ole kursis kõikide toodete eripärasustega. Näiteks võib juhtuda, et töötaja voldib eksikombel vale toote pakendisse või jätab tähelepanuta tellimuses olevad teised tooted, mis omakorda võib klientidele pettumust valmistada.

Kolmas levinud probleem on ajapuudus, mis võib tuleneda kas liigsest tellimuste hulgast või vähesest töötajate hulgast, kes on võimalised komplekteerima. Kui töötajatel on liiga palju tellimusi täita või neil puudub piisavalt aega iga tellimuse täitmiseks hoolikalt, võib see põhjustada tellimuste täitmisel viivitust ja tähelepanematust ning seega ka klientide rahulolematust.

Lisaks võivad tekkida probleemid vigaste laoseisudega, kus tellitud toode on otsas või ei ole saadaval soovitud koguses. See võib olla tingitud ebapiisavast laoseisude jälgimisest või vargustest kauplustes. Sellised olukorrad võivad halvendada ettevõtte mainet ning mõjutada klientide usaldust.

Kokkuvõttes on oluline, et e-poe tellimuste komplekteerimisel rakendatakse tõhusaid ja toimivaid süsteeme ja protseduure, et ennetada ja lahendada tekkinud probleeme. Selline lähenemine tagab sujuva tellimuste täitmise ning klientide rahulolu ja lojaalsuse säilimise.



Joonis 3. Peamised komplekteerimisel tehtavad vead

Joonisel 3 on välja toodud peamised tellimuse komplekteerimisel tehtavad vead perioodil 01.03- 30.04.2024. Analüüsides e-poe tellimuste komplekteerimisel esinevaid vigu joonisel esitatud andmete põhjal, tuleb esile mitmeid olulisi aspekte. Esmalt kõige levinum viga, milleks on ühe või mitme tellitud toote puudumine pakist, antud viga esines vähemalt 25 juhul. Selline viga võib kaasa tuua klientide pettumuse ja usalduse kadumise. Sellele järgneb vale toote saatmine, ehk kliendile on saadetud sarnane toode või täiesti vale mudel. Analüüsitava perioodi jooksul komplekteeriti tellimusse 23 korral vale toode.

Kolmanda veana on 17 korda tooted pakitud vale pakisildiga, mis võib tekitada segadust nii klientide kui ka logistikapartnerite jaoks ning viia tarneaegade viivitusteni. Kolmandaks, 14 juhul on saadetud tooted vales suurus, mis võib põhjustada klientidele ebamugavust ja pahameelt lisaks suurendab tagastuste arvu.

Lisaks on oluline märkida, et 24 juhul on tellimustest puudunud mõni toode, mis võib kahjustada ettevõtte usaldusväärsust ning suurendada klienditeeninduse koormust. Veel ilmnes 11 korda olukordi, kus klientidele saadeti defektseid tooteid, mis võib kahjustada mitte ainult kliendirahulolu, vaid ka ettevõtte mainet ja usaldusväärsust. Seega, tuleb nende vigade esinemisel pöörata erilist tähelepanu tellimuste komplekteerimise protsessile, sealhulgas lao haldamisele, tellimuste täpsuse kontrollimisele ning pakendamise ja saatmise protseduuride täpsustamisele. Parem tellimuste täitmine mitte ainult ei paranda klientide rahulolu ja lojaalsust, vaid võib ka vähendada tagastuste ja kaebuste arvu ning seeläbi suurendada ettevõtte tulusid ja mainet e-kaubanduse turul.

4.3. Varasemad lahendused ja nende tõhusus

Varasemate lahendustena on proovitud mitmeid erinevaid viise, kuidas vigade tekkimist ära hoida. Algselt loodi e-poe ruumi lauale järjekord tegevustest, kuidas tellimuste komplekteerimisel toimida. Kuigi antud lahendus aitas töötajatel meeles pidada süsteemis tehtavaid tegevusi jätkusid siiski probleemid komplekteeritud toodetega, millele jäid tihti külge turvaelemendid või oli mõni toode tellimusest puudu. Prooviti uut lähenemist tabeli (tabel 1) näol, kus töötaja paralleelselt tellimuse täitmisega sai märkida tabelisse tehtud tegevused, et olla kindel komplekteeritud toote korrektsuses.

Tabel 1. Tabel tellimuste korrektseks täitmiseks

Toote SKU kood ühtib tellimuses oleva koodiga	
Tootelt on turvaelemendid eemaldatud	
Toode on puhas ja defektid puuduvad	
Kõik tellimuses olevad tooted on olemas	
Tooted komplekteeritud koos tagastuslehega	
Saadetisele on kleebitud korrektne pakisilt	
Tellimuse täitnud töötaja	

Tabeli täitmine tellimuse komplekteerimisel aitas algselt töötajal visuaalselt etappe jälgida ja märkida kuid võttis oluliselt ka aega komplekteerimise protsessis. Hiljem hakkasid töötajad osaliselt tabeli täitmist unustama või vältima, sest tunti, et tegevus ei toeta tellimuste täitmist ning protsess oli töötajatele juba selge.

Selliste manuaalsete meetodite asemel on tänapäeval kasutusel automatiseeritud tarkvaralahendused, mis võimaldavad tellimuste komplekteerimise protsessi tõhusamalt jälgida ja hallata. Näiteks tellimuses olevate toodete skanneerimine enne kui tellimuse täitmist jätkata saab, ehk süsteem kinnitab toodete vastavuse tellimuses olevatele andmetele ning lubab seejärel töötajal tellimusele vajalikud pakisildid genereerida.

5. PRAKTLINE OSA

E-poe tellimuste komplekteerimise protsessi vaatluse käigus avastati mitmeid kitsaskohti. Vaatlused sooritati kahes kaupluses, üks neist oli klassikaline kaubanduskeskuses olev kauplus ning teine eraldi seisev *outlet* kauplus. Vaatlused viidi läbi nädala alguses ning selles osales e-poe töötaja ja klienditeenindaja, mõlema vaatluse käigus komplekteeriti 10 tellimust. Kokku komplekteeriti vaatluse käigus 20 tellimust, millest ühe komplekteerimisel tehti viga (joonis 4).

Kaubanduskeskuse kaupluses läbiviidud vaatluses osales klienditeenindaja, kelle tööülesandeks on ka tellimuste komplekteerimine. Kuna antud kaupluses on igal töötajal võimalik vajadusel tellimusi komplekteerida jälgivad kõik päeva jooksul tulnud tellimusi ning see kes esimesena tellimust märkab üldiselt selle ka komplekteerib. Tellimusi oli hommikul üsna palju ning töötaja otsis tooted tahvelarvuti abil kauplusest üles ning kogus need e-poe ruumi. Üldiselt täideti tellimusi ükshaaval ning rahulikus tempos, selline lähenemine vähendab märkimisväärselt vigade teket. Klienditeenindaja kontrollis ruumi kogutud tootekoodide vastavused tellimuses olevaga, eemaldas elemendid ning vaatas toote visuaalselt üle enne kokku voltimist. Seejärel tehti e-poe süsteemis vastavad toimingud ning trükiti välja pakisilt. Koos tellimuses olnud toodetega pakiti kaasa ka tagastusleht ja tagastuskleebis, mille abil on võimalik kliendil tooted tagastada. Komplekteeritud tellimus tõsteti vastavasse riiulisse kulleri ootele ning tellimus tõsteti täidetud tellimuste kausta. Seejärel liiguti edasi järgmise tellimuse täitmise juurde. Vaatluse jooksul komplekteeris töötaja kümme tellimust ning ühtegi viga ei tehtud.

Teine vaatlus toimus outlet kaupluses, kus on tooteid veidi rohkem ja kaupluse ülesehitus samuti erinev, antud kaupluses on eraldi e-poe töötaja, kelle ülesanne on päeva jooksul tellimusi täita ning e-poega tegeleda. Töötaja trükis iga tellimuse jaoks eraldi lehe ning seejärel kogus vastavad tooted kaupluse pealt kokku ning viis need e-poe ruumi. Tellimuste komplekteerimisel rakendati meetodit, kus kolm tellimust komplekteeriti korraga. Tellimuses olevad tooted pakiti ettenähtud pakenditesse koos tagastuslehega ning seejärel trükiti järjest kolm pakisilti, mis kinnitati vastavatele pakkidele.

Kuigi antud süsteem osutus kiiremaks kui tellimuste komplekteerimine ükshaaval, võib selline meetod endaga kaasa suurema riski vigade tekkeks protsessis. Vaatluse käigus ilmnes üks valesti komplekteeritud tellimus, kus töötaja jättis märkamata teise toote puudumise pakendist. Seejuures võib järeldada, et kiirem komplekteerimise tempo suurendab eksimuste tõenäosust ning nõuab täiendavat tähelepanelikkust ja kontrolli, et tagada tellimuste õigeaegne ja täpne täitmine.

E-poe tellimuste komplekteerimise protsessi optimeerimine on oluline samm tõhusa ja täpse teenuse tagamisel. Üks võimalus vigade vähendamiseks on rakendada täiustatud skaneerimis- või automaatseid süsteeme, mis aitavad tuvastada ja ennetada komplekteerimisvigasid. Samuti võib töötajatele pakkuda täiendavat koolitust ja selgitada välja parimad praktikad, mis aitavad vähendada vigade tekkimise võimalust.

Lisaks on oluline jälgida tellimuste täitmise protsessi pidevalt ning teha regulaarselt tagasisidet ja analüüsi, et tuvastada probleemseid alasid ja leida neile lahendusi. See võib hõlmata protsesside ülevaatamist, täiendava kontrolli rakendamist või süsteemide täiustamist vastavalt tuvastatud kitsaskohtadele. Samuti on abiks tehtavate vigade jälgimine, et hiljem töötajatele ülevaade anda enim esinenud probleemidest.

Lõppkokkuvõttes aitab pidev tähelepanu ja järjepidev protsesside parandamine tagada sujuva ja tõhusa e-poe tellimuste täitmise, mis omakorda parandab kliendirahulolu ja usaldust ettevõtte vastu.



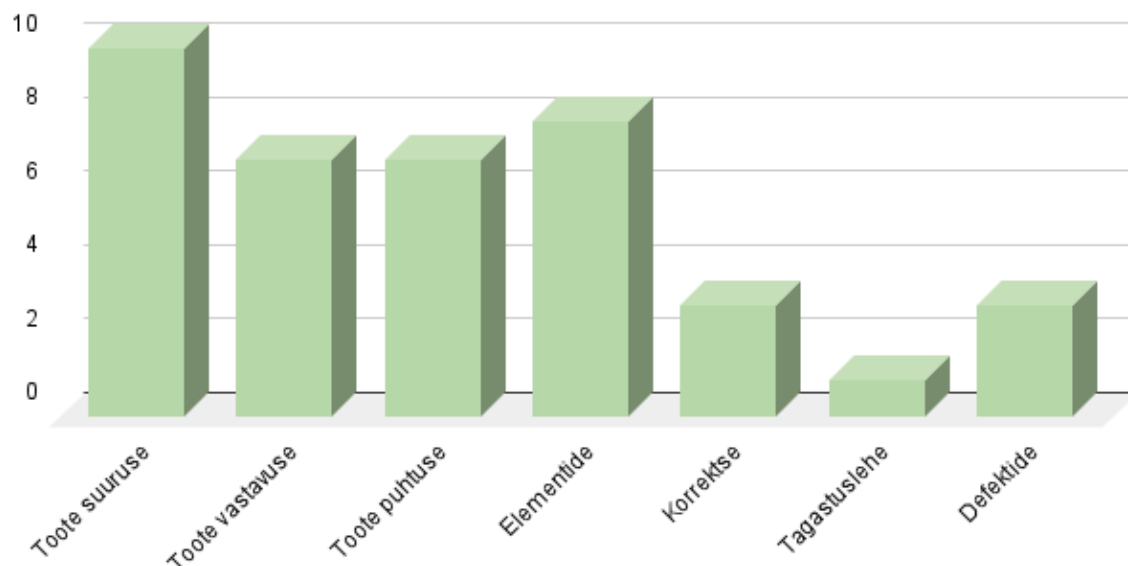
Joonis 4. Tellimuste komplekteerimise täpsus vaatlusel

6. KÜSIMUSTIKU TULEMUSED JA ANALÜÜS

Käesolevas peatükis vaadeldakse tellimuste komplekteerimise protsessi töötajate vaatenurgast, uurides nende tagasisidet ja kogemusi. See protsess on oluline osa e-poe tegevusest, mille tõhusus mõjutab otseselt komplekteerimise efektiivsust ja ettevõtte tulemuslikkust. Töötajate arvamuste kogumine on väärtuslik, sest nemad on tellimuste täitmise protsessis otseselt kaasatud. Nende tagasiside aitab meil mõista, kuidas protsessi paremaks muuta. Küsimustiku tulemused annavad ülevaate töötajate mõtetest ja ettepanekutest, aidates meil tuvastada peamisi valdkondi, kus saaksime protsessi parendada. Selles peatükis analüüsime süvitsi töötajate arvamusi, et leida viise tellimuste komplekteerimise protsessi optimeerimiseks.

Esmalt määratleti millised on tellimuste komplekteerimisel jälgitavad sammud. Enamasti kirjeldasid töötajad protsessi sarnaselt. Peamised punktid on välja toodud joonisel 5. Esimeseks oluliseks sammuks on toodete vastavuse kontrollimine tellimuses olevatele toodetele ning nende puhtuse tagamine. Lisaks tuleb hoolikalt kontrollida tootekoodide ja suuruste õigsust ning vajadusel eemaldada toodetelt turvaelemendid ja hinnasildid. Seejärel pakitakse tooted koos tagastuslehe ja tagastussildiga ning pakile kleebitakse korrektne pakisilt.

Peamised punktid mida töötajad tellimust komplekteerides jälgivad

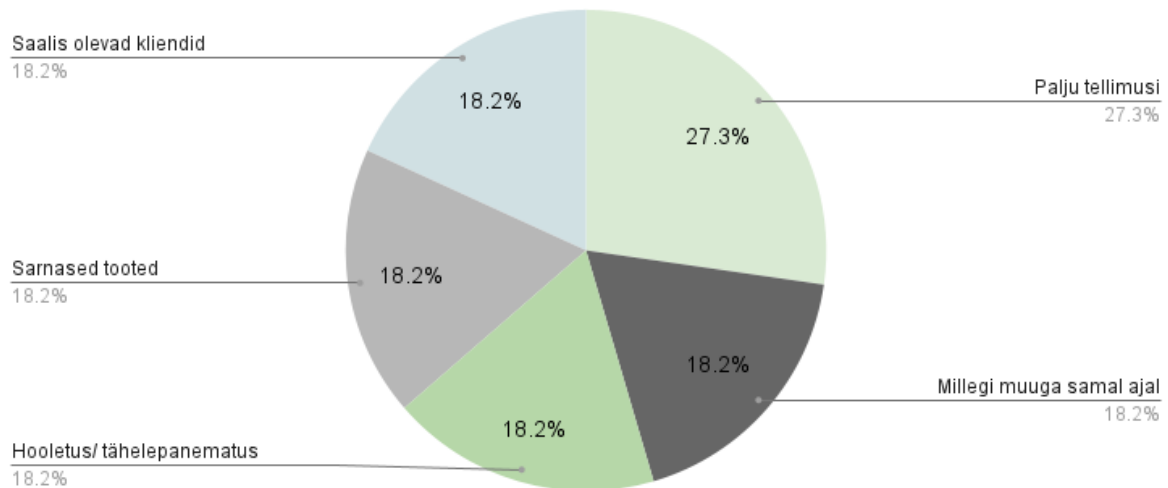


Joonis 5. Peamised punktid mida töötajad tellimust komplekteerides jälgivad

Uuriti ka mis on töötajate arvates peamised põhjused miks komplekteerides vead tekivad. Põhiliselt toodi välja hooletust, liigset tellimuste arvu, samuti mõjutavad tellimuse täitmist

sarnased tooted, kaupluses olevad kliendid ja muude asjadega tegelemine. Kõige rohkem viidati siiski tellimuste arvule (joonis 6) mis näitab mingil määral vajadust eraldi e-poe töötajale igas kaupluses.

Peamised tegurid mis mõjutavad tellimuste komplekteerimisel vigade tegemist

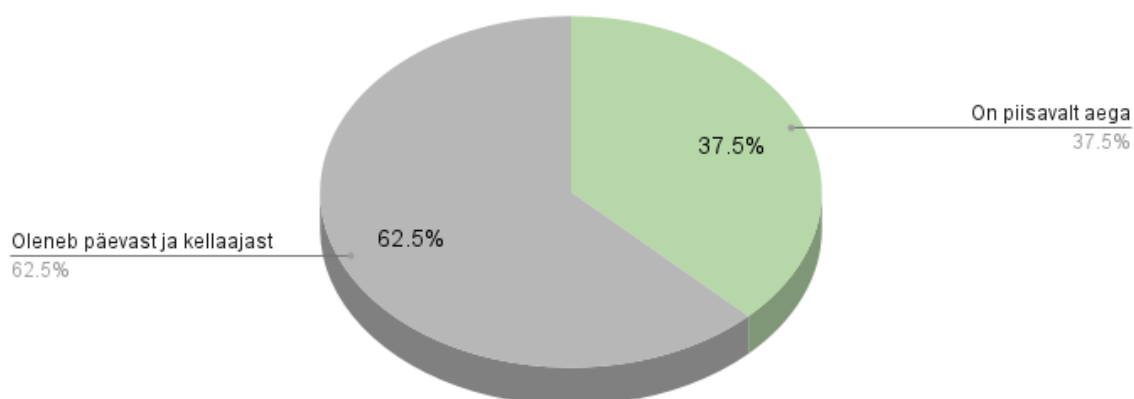


Joonis 6. Peamised tegurid mis mõjutavad tellimuste komplekteerimisel vigade tegemist

Lisaks e-poe tellimuste komplekteerimise protsessi üksikasjalikule uurimisele ja praktilistele vaatlustele pöörati tähelepanu ka ajalisele aspektile, mis mängib olulist rolli tellimuste täitmise tõhususes ja kliendirahulolus. Ettevõtte on uurinud keskmist aega, mis tellimuste täitmisele kulub, 2023. aasta sügisel oli keskmine tellimuste täitmise aeg seitse minutit. Need andmed koguti kõikidest kauplusest septembrikuu vältel, kus töötajad mõõtsid aega, mis kulus tegevuste täitmiseks, alustades tellimuse märkamisest kuni saatetise paigutamiseni õigesse riulisse.

Küsitluse tulemusena tuli aga välja, et tellimuste täitmiseks on mõnikord vähe aega (joonis 7), mis võib sõltuda päevast ja kellaajast, mil kaupluses on rohkem kliente, kes vajavad tähelepanu ja abi. See aspekt rõhutab vajadust mitte ainult optimeerida protsesse ja kasutada tehnilisi lahendusi, vaid ka juhtida tähelepanu ressursside jaotamisele ning personali juhtimisele vastavalt nõudlusele, et tagada optimaalne teeninduskvaliteet ja kliendikogemus. Seega on oluline mitte ainult kiirendada tellimuste täitmise protsessi, vaid ka tagada, et see toimiks sujuvalt ja tõhusalt, isegi ajaperioodidel, kui kauplustes on suurem külastajate hulk.

Kas töötajatel on piisavalt aega tellimuste täitmiseks?



Joonis 7. Kas töötajatel on piisavalt aega tellimuste täitmiseks?

Töötajatelt küsiti ka millised on peamised takistused, millega kokku puututakse tellimuste täitmisel. Peamiselt oli selleks toodete leidmine kauplusest kuna tihti muudetakse nende asukohti ja võivad asuda suurusest sõltuvalt erinevates kohtades. Samuti raskendab tellimuses olevate toodete leidmist üldine toodete hulk kaupluses, palju sarnaseid tooteid ja tootekoode. Kuna e-poes olevad laoseisud vastavad kaupluste laoseisudega võivad tekkida erisused kui toode on varastatud, broneeritud või kaupluses oleva kliendi käes. Tihti peale esmast otsimist ning ebaõnnestumist toote leidmisel suunatakse tellimus edasi ning kantakse vastav toode antud laost maha, juhul kui tegu oli varastatud tootega on selline toiming korrektne. Olukorras kus toode siiski oli kaupluses olemas ja töötaja tähelepanematusel toode maha kannab tekivad laoseisus vead, mis ka edaspidiselt probleeme tekitada võivad.

Vastavalt (joonis 8) esitatud andmetele kinnitas 100% töötajatest, et vajalikud tingimused tellimuste komplekteerimiseks on tagatud. See positiivne tagasiside näitab, et ettevõtte on suutnud tagada piisava varustatuse ja ressursid töötajatele, et nad saaksid täita oma ülesandeid efektiivselt ja tõhusalt. Hea töö keskkond ja vahendite kättesaadavuse tase on seotud ettevõtte pühendumusega investeerida sobivatesse töövahenditesse ja infrastruktuuri, mis omakorda võib suurendada töötajate rahulolu, produktiivsust ning lõppkokkuvõttes ka klientide rahulolu ja ettevõtte tulemuslikkust.

Kas teie kaupluskeskkonnas on olemas korralikud valgustus- ja organiseerimistingimused?



Joonis 8. Kas Teie kaupluskeskkonnas on olemas korralikud valgustus ja organiseerimistingimused?

6.1. Tulemuste hindamine eesmärkide suhtes

Küsimustiku analüüs võimaldab teha järeldusi e-poe töötajate või klienditeenindajate vaatepunktist ning tuvastada peamiseid probleeme ja takistusi nende igapäevatoos. Positiivne oli märgata, et töötajate vastused tellimuste täitmise protsessi kohta olid suures osas ühtsed ning näitasid hoolikat toodete kontrolli enne komplekteerimist. Kuigi vigade ilmnemisel osutasid töötajad sageli hooletusele, tuleb arvestada, et olulist rolli mängib ka protsessi ülesehitus, mis võib tehtavate vigade tekkimist soodustada.

Protsessi lihtsustamiseks võiks kaaluda triipkoodi skanneerimise lisamist, mis võimaldaks töötajatel kiirelt kontrollida toodete vastavust tellimuses esitatud nimekirjaga. Lisaks tõi küsitlus esile ka faktori, et saalis viibivad kliendid võivad takistada tellimuste täitmist, suunates tähelepanu mujale ning tekitades olukordi, kus on vajalik tagada töötaja olemasolu müügisaalis. See viitab vajadusele lisada igasse kauplusse eraldi e-poe töötaja, kes keskenduks ainult e-poe tellimuste täitmisele ja tagaks sellega sujuvama töövoo.

Lisaks väljendasid mõned töötajad muret üksikute töövahendite kättesaadavuse puudumise üle e-poe ruumides. Seega võib esimese sammuna kaupluste juhtkond kaaluda töövahendite paremat kättesaadavust e-poe töötajatele, tagades seeläbi nende tõhusama töö ja kliendirahulolu.

6.2. Edasised võimalused ja soovitused

Komplekteerimisprotsessi parendamiseks e-poe ruumides tuleks tagada vajalike töövahendite kättesaadavus, tagamaks sujuvama ja tõhusama töövoo. See tähendab, et töötajad ei peaks kulutama aega vahendite otsimisele pärast õige toote leidmist, olgu selleks turvaelemendi eemaldamine või tootekoode kontrollimine. Ühe võimaliku lahendusena võiks kaaluda magnetlaudade paigaldamist kauplustesse, mis reageeriksid turvaelementidele toodetel. Selline süsteem võimaldaks töötajatel kiirelt tuvastada tooted, mis on varustatud turvaelementidega, vähendades oluliselt valesti komplekteeritud toodete arvu.

Lisaks võiks kaaluda süsteemi rakendamist, mis võimaldaks töötajatel skaneerida komplekteeritava toote triipkoode. See süsteem annaks kinnituse, et tegemist on tellimuses märgitud tootega, vähendades seeläbi vajadust töötajatel korduvalt kontrollida tootekoode käsitsi. Kui leitakse toode, mis vastab tellimuses märgitud tootele, saaks skaneerimine kinnitada toote õigsust. Kui aga avastatakse, et leitud toode ei vasta tellimuses märgitule, annaks süsteem sellest märku, võimaldades töötajal jätkata õige toote otsingut.

Sellised tehnilised lahendused mitte ainult ei suurendaks komplekteerimisprotsessi täpsust ja efektiivsust, vaid vähendaks ka vigade riski ning parandaks kliendirahulolu. Need meetmed võiksid olla eriti olulised ajal, mil e-kaubandus kasvab ja tarbijad ootavad kiiret ja täpset teenindust. Seega on tähtis kaaluda selliste tehniliste lahenduste rakendamist, et täiustada e-poe tellimuste komplekteerimise protsessi ning tagada klientidele parim võimalik ostukogemus.

KOKKUVÕTE

Käesolev lõputöö keskendus e-poe tellimuste komplekteerimise protsessi optimeerimisele, ettevõtte X näitel. Uurimistöö algusosas uuriti põhjalikult probleemi tausta ja selle olulisust e-poe kontekstis. Selle käigus analüüsiti e-poe arengut ja ajalugu, võttes arvesse kaasaegse e-kaubanduse olulisi aspekte ning selle mõju tarbijakogemusele ja ettevõtetele. Lisaks tutvustati ettevõtet X, keskendudes selle tegevusvaldkonnale ja kliendibaasile, et luua põhiline raamistik uurimistöö kontekstiks.

Peamine fookus oli suunatud e-poe tellimuste komplekteerimise protsessi detailsele kirjeldusele ja analüüsile. Selles osas võeti arvesse kõiki etappe alates tellimuse saamisest kuni selle väljasaatmiseni, tuues esile võimalikud kitsaskohad ja potentsiaalsed probleemid. Töö praktilises osas viidi läbi vaatlus kahe erineva kaupluse komplekteerimisprotsessi üle ning koostati küsimustik töötajatele, et koguda nende subjektiivset tagasisidet protsessi kohta.

Tulemuste analüüsimisel selgus, et üks oluline aspekt on tagada töövahendite kättesaadavus e-poe ruumides, mis võib oluliselt mõjutada komplekteerimise protsessi tõhusust ja täpsust. Samuti tõstatati küsimus eraldi e-poe töötaja vajalikkusest, et tagada tellimuste täitmise sujuvus ja kiirus. Lisaks tehti järeldus, et komplekteerimisprotsessi tõhustamiseks on vajalik lisada tehniline kontroll, näiteks tootekoodi skaneerimine, mis võimaldab vigade tekkimist ennetada ja parandab tellimuste täpsust ning klientide rahulolu. Seega näitas uurimistöö, et täiustatud protsessid ja tehnoloogilised lahendused võivad oluliselt mõjutada e-poe tellimuste komplekteerimise efektiivsust ja kliendirahulolu.

SUMMARY

The present thesis focused on optimizing the process of order fulfillment in an e-commerce setting, using Company X as a case study. The introductory section of the research extensively examined the background of the problem and its significance within the context of e-commerce. This involved an analysis of the evolution and history of e-commerce, taking into account important contemporary aspects of e-commerce and its impact on consumer experience and businesses. Additionally, Company X was introduced, with a focus on its sector of operation and customer base, to establish the primary framework for the research context.

The primary focus was directed towards a detailed description and analysis of the order fulfillment process in the e-commerce setting. This section considered all stages from order receipt to dispatch, highlighting potential bottlenecks and issues. In the practical part of the study, observations were conducted on the order fulfillment processes of two different stores, and a questionnaire was administered to employees to gather their subjective feedback on the process.

Upon analysis of the results, it became evident that one crucial aspect is ensuring the availability of tools and resources within the e-commerce premises, which can significantly influence the efficiency and accuracy of the fulfillment process. Additionally, the question of the necessity of a dedicated e-commerce staff member was raised to ensure the smoothness and speed of order fulfillment. Furthermore, it was concluded that to enhance the fulfillment process, technical controls such as product code scanning need to be implemented, enabling error prevention and improving order accuracy and customer satisfaction. Thus, the research demonstrated that enhanced processes and technological solutions can significantly impact the efficiency of order fulfillment in e-commerce and customer satisfaction.

VIIDATUD ALLIKAD

- [1] 'Ecommerce: The History and Future of Online Shopping', Jan. 05, 2024. [Online]. Available: <https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/>
- [2] 'Importance of Order Accuracy in eCommerce Fulfillment Operations', May 05, 2024. [Online]. Available: <https://cashflowinventory.com/blog/order-accuracy/>
- [3] A. Franklin, 'What is customer satisfaction?', Apr. 21, 2024. [Online]. Available: <https://www.zendesk.com/blog/3-steps-achieving-customer-satisfaction-loyalty/>
- [4] 'Internetikaubandus', Apr. 30, 2024. [Online]. Available: <https://et.wikipedia.org/wiki/Internetikaubandus>
- [5] 'E-kaubanduse ajalugu', Apr. 29, 2024. [Online]. Available: <https://www.shoproller.ee/e-kaubandus/e-kaubanduse-ajalugu/>
- [6] 'Eesti e-kaubanduse statistika ja trendid', May 05, 2024. [Online]. Available: <https://www.e-kaubanduseliit.ee/liidust/statistika>
- [7] 'Eesti ettevõtete e-kaubanduse käive on jätkuvalt tõusutrendis', May 05, 2024. [Online]. Available: <https://www.stat.ee/et/uudised/eesti-ettevotete-e-kaubanduse-kaive-jatkuvalt-tousutrendis>
- [8] 'Why Online Shopping Makes You So Happy', May 01, 2024. [Online]. Available: <https://time.com/6200717/online-shopping-psychology-explained/>
- [9] K. Hashigaya, 'Why the Youth Loves E-Commerce So Much?', May 05, 2024. [Online]. Available: <https://medium.com/@jmc.biyebazaar/why-the-youth-loves-e-commerce-so-much-78e29387b4ae>
- [10] 'What is Process Improvement: Definition, Importance & Benefits', May 16, 2024. [Online]. Available: <https://www.comidor.com/knowledge-base/business-process-management-kb/what-is-process-improvement/>
- [11] S. Blair, '7 Benefits Of Business Process Improvement', May 16, 2024. [Online]. Available: <https://www.ntiva.com/blog/benefits-business-process-improvement>
- [12] M. Natarajan, 'What is Order Picking?', May 16, 2024. [Online]. Available: <https://www.zoho.com/inventory/guides/picking.html>
- [13] 'How to Improve Order Picking Productivity in Warehouse Management', May 16, 2024. [Online]. Available: <https://www.apsfulfillment.com/warehousing-solutions/how-to-improve-order-picking-productivity-warehouse-management/>
- [14] '10 types of warehouse order picking systems', May 16, 2024. [Online]. Available: <https://6river.com/types-of-warehouse-order-picking-systems/>

LISAD

Lisa 1. Küsimustik

Millised on peamised sammud või protsessid, mida järgite tellimuste komplekteerimisel e-poe jaoks?

Kas Teil on kindel süsteem või kontrollnimekiri tellimuste täitmiseks, et tagada täpsus ja vältida vigu?

Millised tegurid võivad Teie arvates mõjutada tellimuste valesti komplekteerimise võimalust?

Kas töötajatel on piisavalt ressursse ja aega tellimuste täitmiseks või on ajapuudus üks faktoritest, mis võib põhjustada vigu?

Kas Teie kaupluskeskkonnas on olemas korralikud valgustus- ja organiseerimistingimused, mis võivad mõjutada Teie tähelepanu ja täpsust tellimuste komplekteerimisel?

Millised on peamised väljakutsed või takistused, millega komplekteerimise töötajad kokku puutuvad?

Kas on olemas spetsiaalsed koolitusprogrammid või juhendid, mis aitavad uutel töötajatel mõista ja täita õigesti tellimuste komplekteerimise protseduure?

Kuidas käideldakse ja kontrollitakse tooteid enne nende saatmist?

Kas tehnoloogilised lahendused, nagu Ipad või tarkvara, aitavad teil tellimusi täpsemalt komplekteerida, või võib nende kasutamisel olla oma puudused?