

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse Instituut

Grete Roop

**LOGISTIKATEMAATILISE MEEDIA OOTUSED JA  
TARBIMISPRAKTIKAD UUDISTEPORTAALI  
LOGISTIKAUUDISED.EE LUGEJASKONNA NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Õppekava EALB logistika

Juhendaja: Kai-Katrin Parktal

Tallinn 2019

Deklareerin, et olen koostanud töö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on ..... sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Grete Roop .....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 164076EALB

Üliõpilase e-posti aadress: greter31@gmail.com

Juhendaja: Kai-Katrin Parktal

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISSEJUHATUS .....	5
1. TAUSTINFORMATSIOON .....	7
1.1 Ajalehe Äripäev ning selle portaali Logistikauudised.ee ja logistikaalaste konkurentsiraportite taust .....	7
1.2. Kvaliteetne nüüdisaegne ajakirjandus .....	8
1.2.1 Ajakirjanduseetika järgimine .....	8
1.2.2 Huvipakkuv sisu .....	10
1.3 Nüüdisaegse ajakirjanduse ratsionaliseerimine .....	12
1.3.1 Andmekasutus ja -analüüs logistikas ja tarneahela juhtimises .....	13
1.3.2 Plokiahela tehnoloogia kui andmekasutuse osa tarneahela juhtimises .....	16
2. LÄHTEÜLESANNE.....	20
2.1 Meeskonna vajadused ja uurimisprobleem.....	20
3. METOODIKA .....	22
4. EMPIIRILINE OSA.....	24
4.1 Äripäeva temaveebi Logistikauudised.ee külastatavuse analüüs .....	24
4.2 Premium-sisu analüüs.....	26
4.3 Infolihe „Transport ja logistika“ statistiliste andmete analüüs.....	29
4.3.1 Lennuveedu.....	31
4.3.2 Merevedu .....	32
4.3.3 Raudteevedu .....	33
4.3.4 Maanteevedu .....	34
4.4 Äripäeva temaveebi Logistikauudised.ee sisu analüüs.....	36
4.5 Intervjuu analüüs .....	38
KOKKUVÕTE .....	43
SUMMARY .....	45
VIIDATUD ALLIKAD .....	47
LISAD .....	50
Lisa 1. Intervjuu küsimused Logistikauudised.ee meeskonnaga .....	50
Lisa 2. Küsimustiku vorm .....	51

# LÜHIKOKKUVÕTE

Antud töö uurimisprobleemiks oli vajadus teada saada, kas uudisteportaali Logistikauudised.ee erialatemaatiline sisu on piisavalt kaasaegne ja vastab tarbija ootustele. Ainult kvaliteetne erialane kirjandus täidab oma eesmärgi ehk tagab ühiskonna informeerituse piisaval tasemel ning on huvipakkuv.

Töö eesmärk oli selgitada millised uudised lugejad soovivad lugeda, mis tagaks premium-sisu parema tellitavuse, kust saavad spetsialistid täna logistikateemalist ajakirjandust ja andmeid, kas kütusehindade kuvamine ja veohinna arvutusvõimalus uudisteportaalis huvitaks lugejaid, milliseid teisendamisevõimalused on neile kasulikud ning milliseid andmeid vajatakse erialastest konkurentsiraportitest ja infolehdest „Transport ja logistika“. Antud infoleht on hetkel paberkandjal, kuid töö aitab logistikauudiste meeskonnal otsustada milliseid andmeid oleks vaja uude, digitaliseeritud kujul infolehte üle tuua ja milliseid mitte.

Andmete kogumiseks viis autor läbi süvaintervjuu uudisteportaali Logistikauudised.ee juhi Tõnu Trammi ning Tööstusuudised.ee juhi Harro Puusillaga. Peale selle viis autor läbi küsimustiku logistika valdkonnas töötavate juhtide, ettevõtjate ning spetsialistide seas. Lisaks töötas autor läbi teoreetilise tausta.

Tulemustest selgus, et praeguste uudisteportaalis Logistikauudised.ee olevate uudiste teemade vastu tuntakse suurt huvi ning erialatemaatilisi uudiseid võiks olla rohkem. Uudiste teemadest tunti väga huvi innovatsiooni, kogemuslugude, seadusandluse ja kuller- ning pakiveo teenustega seonduva vastu. Eeldatava veohinna arvutamisevõimalus, kütusehindade kuvamine reaalsajas ja sisuturundus pakuvad lugejatele väga huvi ning statistilise info poolest huvitas inimesi võrreldes teiste veoliikidega kõige enam maanteetransport. Lisaks selgus, et hind on peamine põhjus, miks vastajad pole premium-sisu tellinud ning autor pakkus välja parandusettepaneku. Samuti pakuti välja kaks parandusettepanekut, mis võiksid olla teemaveebis lisaks praegusele sisule juures. Konkurentsiraportitest huvitas vastajaid kõige rohkem palgakonkurents.

Võtmesõnad: uudised, uudisteportaal, logistikauudised, teemaveeb

## SISSEJUHATUS

Erialatemaatiline ajakirjandus peab kaasas käima tänapäeva nõuetele ja vajadustele ning vastama lugeja ootustele. Selleks on oluline teada mis on konkreetse ajakirjandusallika lugejaskonna nõuded, vajadused ja huvid. Sellest lähtuvalt on võimalik pakkuda huvitavat, mitmekülgset, ajakirjanduspraktika heale tavale vastavat ning teemakohast ajakirjandust.

Töö eesmärgiks on välja selgitada erialatemaatilise portaali Logistikauudised.ee lugejaskonna vajadused statistiliste andmete, teisendamis- ja arvestusvõimaluste, huvipakkuvate artiklite ning konkurentsandmete järgi, mida igapäevatoös kasutatakse. Uuritakse ajalehe Äripäeva teemaveebi Logistikauudised.ee ning selle juurde kuuluvat infolehte, tööriistakasti ja Äripäeva maantee- ja sõitjateveo konkurentsiraporteid. Tööriistakast on Logistikauudised.ee lehel asuv veebirakendus, kus on võimalik valuutakursse teisendada ja mahukaalusid arvestada. Seeläbi kogutud andmete põhjal aitab töö meeskonnale pakkuda infot, mis tagab teemaveebi ajakohasuse, lugejaskonna nõuetele vastavuse, kvaliteetsema logistikateemalise ajakirjanduse, kvaliteetsemad andmed ja aitab kaasa uue, digitaliseeritud andmetega teemaveebi loomisele.

Töö jaguneb neljaks osaks. Esimeses osas selgitatakse ajalehe Äripäev, teemaveebi Logistikauudised.ee ja Äripäeva sõitjate- ja maanteeveo konkurentsiraportite sisu ja tausta. Lisaks sellele käsitletakse nüüdisaegse ajakirjanduse head tava, eetikakoodeksit, põhitõdesid ja huvipakkuva ning eetilise ajakirjanduse aluseid. Seejärel käsitletakse suurandmete analüüsi ning sellega seonduvat digitaliseerimist logistikas, et anda seeläbi ülevaade tänapäeval väga aktuaalsest teemast logistikamaastikul. Peale seda süvenetakse uudsesse tarneahelas kasutatavasse plokiahela tehnoloogiasse kui andmeanalüüsi ja -jagamise osasse. Töös uuritava infolehe statistiliste andmete analüüsimine annab sisendi logistikauudiste meeskonnale ja aitab kaasa teemaveebi digitaliseerimisele, seal reaalajas andmete kuvamisele vajaduse selgitamisele ning andmeanalüüsile.

Teises osas selgitatakse lähteülesandega seonduvat ehk meeskonna vajadusi, uurimisprobleemi, vajalikke uuendusi Äripäeva teemaveebis Logistikauudised.ee ning antud saidil asuvas tööriistakastis. Samuti uuritakse selgitamist vajavat infot Äripäeva maantee- ning sõitjateveo konkurentsiraportitest ning infolehest „Transport ja logistika“. Lisaks seletatakse lahti millised uued, veel rakendamata ideed, mis võiksid infolehte paremaks muuta, vajavad uurimist.

Kolmandas osas keskendub töö detailsetele uurimisküsimustele, millele töö keskendub ning meetoditele, millega neile vastuseid leitakse. Nendeks on ankeetküsimustik Google Forms keskkonnas ning süvaintervjuu. Lisaks selgitatakse andmete kogumist ja valimi moodustamist.

Neljas osa, mis on empiiriline, analüüsib Äripäeva Logistikauudised.ee portaali infolehte „Transport ja logistika“, teemaveebi Logistikauudised.ee, tööriistakasti, huvi reaalajas Eesti ja naaberriikide kütusehindade kuvamise ja vedajate lõikes veohinna arvutamise võimaluse vastu ning sõitjate- ja maanteeveo konkurentsiraportite kohta kogutud andmeid ja Logistikauudised.ee juhiga läbi viidud intervjuud. Infolehe analüüsimisel keskendutakse maantee-, mere-, raudtee- ja lennuveo statistilistele andmetele.

# 1. TAUSTINFORMATSIOON

## 1.1 Ajalehe Äripäev ning selle portaali Logistikauudised.ee ja logistikaalaste konkurentsiraportite taust

Ajaleht Äripäev on tuntud alates 1989. aastast ilmuva samanimelise ajalehe järgi. Ajaleht Äripäev ilmub nädalas viiel tööpäeval ning on professionaalne ning mitmekesine infopakkuja, mis on suunatud juhtidele ning ettevõtlikele inimestele. Ajaleht seisab eelnimetatud sihtgrupi huvide ning vaba ajakirjanduse eest. Uuriva toimetuse ajakirjanikke on mitmel korral tunnustatud ajakirjanduspreemiaga. Aktsiaseltsi Äripäev võib pidada pidevalt kasvavaks turuliidriks Eesti ärimeedias, lisaks on selle meeskond Eesti suurim ärikonverentside korraldaja ning kuulub Eesti paarisaja suurema ettevõtte hulka. Kogu meeskonnas on kokku üle 200 töötaja, kes on erinevate valdkondade asjatundjad või tippajakirjanikud. AS Äripäev omanikuks on meediakontsern Bonnier Grupp, mis on Skandinaavia suurim meediakontsern. Äripäev annab välja kolme ajalehte, eriväljaandeid, raamatuid, teemaveebe, konkurentsiraporteid, haldab ettevõtte kohta andmeid sisaldavat infopanka ja erinevate tegevusvaldkondade lõikes infot sisaldavat teabekeskust ning lisaks eelnevale on olemas ka 2017. aastal loodud Äripäeva raadio. Viimastel aastatel on tehtud palju investeringuid internetitoodetesse ning uutesse ajakirjadesse. (Tellimine.ee perioodika tellimiskeskus 2019; Äripäeva kodulehekülj 2019) Äripäeva tulud kasvavad pidevalt, 2017. aastal ulatusid need lausa 14,5 miljoni euroni. Käimas on pidev koolitusportfelli täiendamine ja panustamine konverentsiturule. Nende peamine eesmärk on olla uuenduslik ning käia kiirelt liikuva digitaalse meediamaaailmaga kaasas, mistõttu panustatakse pidevalt tootearendusse, muuhulgas e-meedia arendusse. Üha rohkem keskendutakse sisuturundusele ja kliendikesksete toodete väljatöötamisele, sest nõudlus traditsiooniliste reklaamitoodete järgi on vähenemas. Usutakse, et tasuliste tellimuste arv suureneb, sest kliendid on üha rohkem nõus maksuma mugavuse eest lugeda äriinfot veebis. Äripäevale on omistatud Eesti mainekaim ajakirjandusauhind, milleks on Bonnieri preemia. Nende portfelli kuuluvad ka ajakirjad National Geographic, Imeline Ajalugu ja Imeline Teadus. (Äripäeva 2017. majandusaasta aruanne, 2018)

Töös uuritav portaali Logistikauudised.ee on Äripäeva teemaveeb, mis kajastab logistika valdkonna juhtidele ja ettevõtjatele suunatud erialatemaatilisi uudiseid. Antud portaali kaudu on võimalik tellida logistika uudiskirja, mida saadetakse meili teel postkasti iga nädal. Teemaveebis kajastatakse nii uudiseid kui ka arvamyslugusid.

Antud teemaveebi juurde kuulub ka Infoleht, mille digitaliseerimine on antud töö keskne fookus. Nimelt saavad logistikauudiste premium-sisu paketi tellijad ligipääsu 24-leheküljelisele paberkandjal infolehele „Transport ja logistika“, mis ilmub 10 korda aastas. See on kompaktne kokkuvõte kuu jooksul Äripäeva Infokeskuses ilmunud olulisemast teabest. Nii saab ühe korraga kätte kogu olulise statistilise info, mis sektori kohta kuu jooksul on ilmunud. Praegune infoleht koosneb suures osas erinevatest statistilistest andmetest lennujaamade, sadamate, mereveo, kaubaveo ja muu taolise kohta. Seal kajastatakse näiteks Eesti ekspordi ja impordi, kaubanduspartnerite, parimate palgamaksjate ja kaubamahtude infot transpordiliikide kohta. Ülevaatlíkuma info saamiseks tuuakse eraldi välja kaubamahtude ning reisijateveo andmed erinevate sadamate, riikide ja lennujaamade lõikes. Lisaks sisaldab leht ülevaadet kuu jooksul toimunud olulisematest sündmustest.

Lisaks eelnevale annab Äripäev iga aasta välja kahte logistikaalast konkurentsiraportit. Need on maanteevedajate ning sõitjateveo konkurentsiraportid. Andmed kogutakse majandusaasta aruannetest vastavate valdkondade Eesti majanduse tegevusalade (EMTAK) koodide järgi. Kuna konkurentsiraport ilmub peale poole aasta möödumist majandusaasta aruannete esitamise tähtajast, kajastatakse raportites ka Maksu- ja Tolliameti esimese poolaasta andmeid. Logistikavaldkonna kahte konkurentsiraportisse kaasati 2018. aastal ettevõtted, mille müügitulu ületas 1 000 000 eurot vahemikus 2014-2017. Raportid sisaldavad konkurentsinfot tegevusvaldkondade lõikes palga, tööjõu, majandustulemuste, varade, kliendibaasi eeldatava kasvu ja kaubamahtude kohta. Lisaks on toodud välja ka valdkonna pingerida maksuvõlgade alusel.

## **1.2. Kvaliteetne nüüdisaegne ajakirjandus**

### **1.2.1 Ajakirjanduseetika järgimine**

Ajakirjanduseetika seab alustalad läbipaistvale ja ausale ajakirjandusele, mis ei kahjusta ajalehe ega inimeste mainet, kellest artikleid kirjutatakse. Väärikas ajaleht peab kinni pidama heast ajakirjandustavast. See on justkui kvaliteedimärk, mis tekitab usaldust ja meelitab lugejaid ligi. Äripäev on Eesti Ajalehtede Liidu liige, mis on organisatsioon, mis koos Pressinõukoguga seisab hea ajakirjandustava eest. See tähendab, et ajaleht peab kinni pidama hea ajakirjandustava ja ajakirjanduseetika normidest, mis on sätestatud eetikakoodeksis ning aktsepteerima Pressinõukogu otsuseid. (Eesti Ajalehtede Liidu koduleht 2019)



Näiteks Allan Rajavee kirjutas oma 2015. aastal avaldatud bakalaureusetöös juhtumist, kus Pressinõukogu oli leidnud, et Äripäev oli loonud oma artiklis Luisa Värgist eksitava arvamuse nagu tema tegevus oleks seadusega vastuolus. Nimelt näitlikustas Äripäev tavalugejale keerulist juriidilist teemat maksudest kõrvalehoidumise kohta. Selleks kasutati näitena Luisa Värgi ettevõtet. Äripäeva arvates oli see üldsusele huvipakkuv teema ning seda kajastati toimetuse vaatevinklist. Luisa Värk arvas aga, et lood on moonutatavad ning soovis parandust ning vastulauset, mistõttu esitas Pressinõukogule kaebuse, mis rahuldati. (Rajavee 2016, 3-5)

Taoliste lugude põhjal on vajalik mõista, et piir näitlikustamise ning lugude moonutamise vahel on pahatihti õhkõrn ning taoliste kaebuste puhul võitjaid ei ole, sest ajaleht saab mainekahju ning kaebuse esitanud inimene moraalselt kahju. Seetõttu on igal ajakirjandusväljaandele tähtis olukordades, kus moraalse kahju tekkimine on võimalik, lisada selgitusi ja näitlikustamise puhul seda rõhutada, mis aitab tulevasi võimalikke konflikte ära hoida. Juhul, kui sellest ei piisa ning konflikt siiski tekib, tuleks kindlasti pakkuda võimalust vastulauseks, et tagada läbipaistev ajakirjandus ning säilitada ajalehe hea maine.

Tähtis on teada, et ajakirjandusartikkel võib sisaldada autori arvamust ja ühiskonna hinnangut ning ei pea koosnema vaid faktidest. Samas on sageli autori enda arvamus mõjutatud ühiskonna suhtumise poolt, ning originaalseks jääda võib olla keeruline. Isegi kui autor püüab kirjutada võimalikult faktipõhiselt, kipub ta siiski rõhutama ning keskenduma asjaoludele, mis toetavad käimasolevaid sotsiaalseid diskursusi ja ühiskonna valukohti, esitades seega tahtmatult fakte moonutatud kujul. Lugejad on samuti mõjutatud kehtivate sotsiaalsete normide ning ühiskonna hinnangute poolt. (Kim 2017)

Ajakirjanduslikku väärkajastamist uurivad ka Mohammad Delwar Hossain ja James Aucoin, kelle artikkel räägib globaalsest ajakirjanduseetikast. Nad usuvad, et globaalse ajakirjanduse eetilise alus on võime end teise inimese positsiooni asetada ning ajakirjanike väljaõppel tuleks lähtuda inimlikkust hindavatest printsiipidest, millest tugevaim on hoolivus. Sellega seotud põhilised neli väärtust on tähelepanelikkus, vastutus, pädevus ja reageerimisvõime. Tähelepanelikkus ajakirjanduses tähendab, et tuleb olla empaatiline ka nende vastu, kes erinevad ajakirjanikust ning tema tõekspidamistest kõige rohkem. Autorite hinnangul on Euroopa rändekriis nüüdisaja üks globaalselt enim eetiliselt väärkajastatumaid teemasid, mille puhul pidevalt ajakirjanduslikud tavad kõrvale jäetakse. Uhkus, kõmu ja patriotismipuhangud, mida seoses migrantidega kajastati,

tulenesid autorite hinnangul ebaeetilisest käitumisest, mida oleks saanud ära hoida. (Hossain, Aucoin 2018)

### **1.2.2 Huvipakkuv sisu**

Kvaliteetse ajakirjanduse vaieldamatu alus on huvipakkuv sisu. Selline ajakirjandus peab olema kaasahaarav, köitev, lugema kutsuv ning informatiivne. Tähtis on julgus erineda, esindada kodanike huve ning kirjutada ühiskonna valupunktidest.

Kvaliteetse sisu loomise alustala on julgus erineda ühiskonnas levinud hoiakutest ja tahe loobuda võtmast neid iseenesestmõistetavana. Selline teguviis tõstab ajalehe väärtust, sest aitab teistest eristuda. Teisisõnu peab huvipakkuv ajakirjandus olema avatud alternatiivsetele ja uutele hoiakutele selle asemel, et peegeldada aina juba olemasolevaid või hoopis end ammu ammendanud norme. Tuleb mõista sõna mõju ning meeles pidada, et tuleb julgeda eristuda. Näiteks oli 1966. aastal sooline ebavõrdsus ning naiste pidamine meestest halvemaks sotsiaalselt aktsepteeritud, mistõttu ilmusid ka mitmed selle kohased kirjutised. Autor Yoonhye Kim kirjutab, kuidas Conrad Yung-Kwai väljendab oma kirjutises ülikooliajakirjale pahameelt naiste viibimise vastu ülikoolilinnakus, mis oli meestele mõeldud. Ta kirjutab, et naised oskavad vaid levitada kuulujutte idiotsetest tühiasjadest. Tänapäeval oleks selline suhtumine mõeldamatu, kuid selleks pidi keegi esimese sammu astuma ja julgema teisiti mõelda. Tänapäevalgi tuleks erinevaid laialt levinud hoiakuid kahtluse alla seada, sest vaid nii on võimalik ühiskonnana edusamme teha ning pakkuda lugejale midagi teistsugust. (Kim 2017)

Samasugust sõltumatust valitsusest ja peavoolumeedias levinud hoiakutest väljendab oma artiklis ka Erik Neveu. Artiklis kirjas olev tsitaat toob mõtte tabavalt esile: „Hea ajakirjanik ühendab huumorit, lähedust ja kasulikku sisu publiku tähelepanu vallutamiseks. Ta ei ole esmajoonel vastutav selle eest, et tarbijad mõistaksid poliitikat või geopoliitilisi panuseid. Ta on vahendaja, kes juhib ja nõustab tarbijaid, kes otsivad häid tehinguid, meeldivaid meelelahutusvõimalusi, kasulikke nõuandeid oma tervisehalduse või finantsinvesteeringute kohta. Kui küsida, et milline poliitik on väärt inimese häält, oskab hea ajakirjanik kajastada seda nii, et kirjutist saab nimetada ratsionaalseks tarbimisele kaasaaitamiseks. Selline ajakirjandus peab olema lausa nii kasulik, et isegi kõige kriitilisem sotsioloog soovib hea meelega lugeda toiduvalmistamise või reisimise kohta.“ (Neveu 2014, 534)

Lisaks eelnevale võib väita, et ajakirjandus omab kontrollivat rolli valitsuse ning poliitikute üle. Samal teemal kirjutab oma artiklis ka Simona Fer, kus on juttu sellest, et ajakirjanike roll on avaldada teemasid poliitikast, millest poliitikud ise rääkida ei soovi ning tõeline ajakirjanik peab olema valmis riskima kõigega, et tuua avalikkuse ette ebamugavad tõed, mis sisaldavad näiteks ebakompetentsusi, valesid või korrupsiooni. Ajakirjanduse roll demokraatlikus ühiskonnas on tagada, et poliitikud täidaksid inimestele antud lubadusi ning esindaksid nende huve, samuti informeerida avalikkust sel viisil, et inimesed oskaksid teha tarku valikuid. Seda saab teha kirjutades valukohtadest ja probleemidest, mis lugejatele enim muret tekitavad. Seda tehes tuleb kajastada võimalikult laia valikut erinevatest poliitilistest arvamustest, et tekitada debatti ja dialoogi. Autor kirjutab artiklis, et Thomas Jefferson, kes on peamine USA Iseseisvusdeklaratsiooni autor, on öelnud, et ajakirjanikud on ühiskonnale olulisemad kui poliitikud, ning mõnes ühiskonnas poliitikud teavad ja kardavad seda. (Fer 2016)

Lisaks eelnevale liigitab Simona Fer oma artiklis ajakirjanikud kuude liiki. Esimesed on jahtijad. Nemad jälgivad poliitikud järeleandmatult ning nad ei usu poliitikuid isegi siis kui nad ei valeta, mistõttu ei ole oma tegevuses tegelikkuses objektiivsed. Neile vastanduvad mugavad ajakirjanikud, kes teevad oma tööd ainult äraelamiseks ning ei vaevu pingutama, kuna nad leiavad, et on ka võimalik ilma selleta hakkama saada. Aktivist on pühendunud oma veendumusele, ning pöördub kõigi vastu, kes tema veendumust õigeks ei pea. Ta usub, et vastaspoole arvamusi kajastades nõrgestab ta oma vaatevinklit, mida ta elueest läbi suruda üritab. Sõber on ajakirjanik, kes toetab poliitikut alati ning ei pööra tähelepanu isegi selgetele vastupidistele tõenditele. Partei liikmest ajakirjanik veedab enamuse oma ajast otsides lugusid nendest, kellega nad ei nõustu. Viimase ning ühtasi kõige parema liigina toob ta välja tõelised ajakirjanikud, kes on nõus inimesi teavitama avalikest aruteludest, parteiliselt vabad ja sõltumatud, pole äraostetavad ja on ausad, realistlikud, õiglased ning otsivad tõde ja kajastavad ka kõiki neid arvamusi, millega nad ei nõustu. (Fer 2016)

Ülal kirjeldatud ajakirjanduse kontrolliv roll rakendub peaaegu kõikidele rubriikidele ja valdkondadele. Üks elav näide Eesti ühiskonnast ning logistika valdkonnast on Rail Baltic, mille kohta on mitmeid teravaid diskussioone toimunud. Ajakirjanduse roll oleks siinkohal esindada lisaks poliitikute arvamusele ka neid kodanike ja logistikaekspertide arvamusi, mis ei lähe kokku sellega, mida poliitikud õigeks peavad.

### 1.3 Nüüdisaegse ajakirjanduse ratsionaliseerimine

Autor Erik Neveu kirjutab oma artiklis nüüdisaja ajakirjanduskriisist, millele toimetajad, teadlased ja ajakirjanduskoolide juhid on üha rohkem tähelepanu pööranud. Ajakirjandus seisab täna silmitsi keeruka väljakutsega, mis on seotud ajakirjanduspraktikute ebakindlusega oma töökoha suhtes, professionaalsuse ja amatörismi piiri hägustumisega, faktide kontrolli vähesusega ja kuulujuttude avaldamisega ajakirjanduses. Artiklis pakub autor lahendusi olukorrale. Praeguse kriisi üks peamised põhjuseid on kasvav ajakirjanduse ratsionaalsemaks muutmine, mis põhjustab kokkuvõttes hoopis ajakirjanduse vaesumist, sest ajakirjad ei vasta enam lugejaskonna ootustele. Ühest küljest on see ratsionaliseerimine mõjutatud ajakirjanduses justkui ette antud mallidest. Selleks, et toime tulla konkurentsiga teiste ajakirjade ja televisiooniga avaldatakse sageli asjatult suuri pilte, reklaame või fotosid, mis imiteerivad televisioonis nähtut, kuid selle tõttu kannatab sisu ja kvaliteet. Toimetajad, teadlased ja ajakirjanduskoolide juhid väitsid, et nüüdisaegses ajakirjanduses on puudulik ajalehtede korraldamine spetsiaalseteks sektsioonides, mis oleks visuaalselt selgelt eristatavad. Tänapäeva ajakirjandus liigub üha kiiremini lühemate vormingute suunas. Samuti toimub pikkade sõnasõnaliste tsitaatide asendamise kompaktsete hüüdlausestega, mille peamine eesmärk on meelitada tähelepanu ja julgustada külastajaid „klikkima“ konkreetse veebilehe lingil. Eriuudistele pühendunud ajakirjanike arv väheneb pidevalt. Allesjäänud vähem spetsialiseerunud ajakirjanikelt poolt oodatakse lühidate ja pilkupüüdvate artiklite ning fotode avaldamist. See seab nende kutseoskused ning kvaliteetse sisu aga tagaplaanile. (Neveu 2014)

Taoline ratsionaliseerimine ei pruugi olla aga alati ilmtingimata halb. See on enamasti levinud tasuta ajakirjade seas. Näiteks mitmed Euroopas tuntud ajakirjad nagu 20 Minutes, on ühendanud kompaktse ja kasuliku ajakirjanduse ning annavad uudistele väga valikulise ning lühendatud katvuse. Sellised ajakirjad on täna turuliidrid paljudes Euroopa riikides, sest tänapäeva kiire elutempoga maailmas on inimene nõus sageli loovutama vaid veerand tundi, et väljaandest ülevaade saada. Taolised suured ajakirjad kaasavad oma müügi- ning turundusspetsialiste, et välja selgitada kõige huvipakkuvam ja konkreetsem sisu ning silmale kõige mugavamad kujundused ja graafika, sealjuures jättes suures osas arvamuste ning järelduste tegemise lugeja hooleks. Selline lahendus võibki olla suurepärane võimalus inimesele, kes eelistab lühidat kokkuvõtet pikale ja põhjalikule analüüsile. (Neveu 2014) Samas on oluline jälgida, et kokkuvõtlikku sisu ettekäändeks tuues ei suurendata reklaamimahtu. Eestis on selleks piirangud seadnud Eesti Ajakirjanduse Liit, kes võta oma liikmeks vastu ajalehti, kus reklaamimaht ületab keskmiselt 50%. (Eesti Ajakirjanduse Liidu koduleht 2019)

### 1.3.1 Andmekasutus ja -analüüs logistikas ja tarneahela juhtimises

Tänapäeva digitaalsetest tehnoloogiatest rääkides ei saa mööda vaadata suurandmetest ja nende analüütikast, mida nimetatakse inglise keeles *big data analytics* (BDA). Massiivseid andmeid kogutakse mitmetest allikatest, sealhulgas näiteks ettevõtte ressursiplaneerimise süsteemidest (ERP), jaotatud tootmiskeskondadest, sisse tulevast ja välja minevast logistikast, sotsiaalmeedia kanalitest, klientide ostumustritest, ja globaalsetest positsioneerimissüsteemidest (GPS), samuti on kasutusel näiteks raadiolainetel põhinev raadiosagedustuvastus, mida nimetatakse inglise keeles *radio-frequency identification* (RFID). Juba ainuüksi sotsiaalvõrgustike, interneti ja telefonide areng tekitab tohutul hulgal andmeid, mida erinevad seadmed salvestavad. Reaalajas tulemuste analüüsimine ja tõlgendamine aitab ettevõtetel teha kiiremini ja õigeaegselt keerukaid otsuseid, et parandada tarneahela projekteerimist ja haldamist, kuid vähendades samal ajal ka kulusid ja riske. (Govindan 2018) Sageli on siiani selliseid otsuseid tehtud intuitsiooni, arutelude või väliste hinnangute põhjal. (Chen *et al.* 2015)

Erceg ja Sekuloska defineerivad tarneahelat kui süsteemi, mis hõlmab kõiki tegevusi, mis on seotud ressursside, informatsiooni, raha ja kaupade vooga ahela üksuste vahel. Juba praegu kasutatakse tarneahela parandamiseks andmeid internetikaubandusest, et kiirendada infovahetust ja rahuldada tarbijate vajadusi. (Erceg, Sekuloska 2019, 158) Konkurents individuaalsete ettevõtete vahel on kasvanud võistluseks kogu tarneahelate vahel, mis sunnib juhte strateegiaid muutma, et andmeanalüüsis konkurentsipositsiooni säilitada. See on oluline, et tagada eelkõige selge arusaam kuludest, varudest ja protsessidest. Suurandmete definitisioon ei ole selgelt määratletud, sest sõltub lisaks suurele andmete hulgale ka nende sortimendist ja kasvukiirusest. (Hazen 2014, 72-73) Suurandmeid on peamiselt defineeritud kui suure varieeruvuse, mahu ja tekkekiirusega informatsiooni, mille töötlemine nõuab uuenduslikke ja kuluefektiivseid meetodeid. Suurandmetena võib mõista nii struktureeritud kui ka mitte struktureeritud andmeid, viimased on näiteks veebi- ja sotsiaalmeedia sisu, videoklipid ja muud andmed, mida pole võimalik lihtsalt grupeerida. (Chen *et al.* 2015, 5-7) Need võivad olla ka kaamerapildid, kujutised, blogi- ja foorumi sissekanded ning isegi digitaalsed „klikid“. (Wamba *et al.* 2019) Samas on võimalik mitte struktureeritud andmeid kasutada võrdväärset struktureeritud andmetele tarneahela vastupanuvõime suurendamiseks ootamatuste vastu. (Queiroz, Telles 2018, 771)

Tähtis on keskenduda andmete kvaliteedile, sest analüüsitavad andmed on sageli täis vigu ning need halvendavad oluliselt andmete põhjal vastuvõetavaid otsuseid ettevõtetes ja seeläbi langeb

kasum, halveneb töörahulolu ja usaldus organisatsioonide vahel ning nende sees. Halva andmekvaliteediga seotud kulud moodustavad ennustatavalt 8-12% kasumist tooteid pakkuva organisatsiooni puhul. Teenuseid pakkuvale organisatsioonile on mõju aga laastav, sest kulud võivad moodustada lausa 60%. (Hazen 2014, 72-73)

Hetkel on suurandmete analüüs ja efektiivne kasutus logistikas ja tarneahela planeerimises veel algusfaasis, kuid kiire infotehnoloogia areng ainult laiendab konkurentsi. Suurandmeid kasutatakse muuhulgas näiteks turunduses, et ette aimata kliendi käitumist. Mitmed uuringud on näidanud, et suurandmete efektiivne kasutus on logistikavaldkonnas tulemusi andnud näiteks laopoliitikas, jäätmete vähendamisel toiduga seotud tarneahelates, logistika ja tootmise planeerimises, ökoloogilise jalajälje vähendamises tarneahelas ja tarneahela muutustega kohanemises. (Govindan 2018) Lisaks saab neid rakendada ka toodete ja teenuste arendamisel, värbamis- ja tööjõupoliitikas ning teistes äri alusfunktsioonides, samuti saab vähendada ebakindlust tootmisvõimekuses, tarneaegade pikkuses, klientide nõudluses ja tootmismaterjalide kättesaadavuses, mis omakorda vähendab vajalikke varude puhvreid, kasutamata tootmisvõimekust ja teeb ahela jätkusuutlikumaks. Näiteks müügihetke andmete analüüs aitab segmentipõhiselt paremini tooteid hinnastada, mistõttu suureneb müügitulu. (Chen *et al.* 2015, 5-13) Andmeanalüüsi tõttu on praeguseks loodud targad tehased, kodud, linnad, intelligentsed transpordisüsteemid ja teised interaktiivsed lahendused. Targad tehased suudavad tootmisprotsessi ise kontrollida, kasutades erinevaid kontrollimehhanisme sensoreid, mis koguvad reaaliajase andmeid. (Queiroz, Telles 2018, 767-769).

Praegu on vähe empiirilisi uuringuid, mis on keskendunud ettevõtete motivatsiooni ja faktorite uurimisele, mis mõjutavad suurandmete analüütika kasutuselevõttu, kuid kuna ettevõtete logistika ja tarneahela toimivus mõjutavad olulisel määral ettevõtete võimekust, on tähtis tarneahela protsesse läbi suurandmete analüüsi parandada. Organisatsioonid peavad toime tulema erinevate andmevormidega nagu otsingu ja kasutajalogid ja tehingute andmed, mis panevad proovile ettevõtete andmetöötlus ja -analüüsisioskused. (Lai *et al.* 2018, 677)

Suurandmete haldamine algab andmete kogumisest, salvestamisest, sorteerimisest ja puhastamisest ning lõppeb modelleerimisega, analüüsi, tõlgendamise ning järelduste tegemisega. Suurandmeanalüüs tähendab uut tehnoloogiat, mis on mõeldud väärtusliku info väljasorteerimiseks suuremahulistest ja väga varieeruvatest andmetest, et võimaldada kiiret andmekogumist ja -analüüsi. (Lai *et al.* 2018) Parimate tulemuste saamiseks peavad andmed

analüütikutele kättesaadavad olema nii reaalses kui ka juba kokku kogutud kujul. (Queiroz, Telles 2018, 767-769). Suurandmeanalüüsil on kaks perspektiivi, üks on äriandmete perspektiiv, mis pakub analüüsiks tehnoloogilist alust, ärianalüüsi perspektiiv aga pakub tänu andmetele uusi arusaamu ja teadmisi oma ärist, mis aitavad paremaid otsuseid vastu võtta. See aga nõuab materiaalseid ja immateriaalseid investeeringuid infrastruktuuri, haldusesse ja asjatundlikku personali koolitamisesse. Immateriaalsed investeeringud on näiteks organisatsiooni kultuuri ja töötajate teadmiste ja oskuste arendamine. (Lai *et al.* 2018) Lisaks on tarneahelaid väga raske muuta ning ümber kohandada, sest ettevõtetel võib minna aastaid, et paika seada toimiv tarneahelasüsteem ning selle integreerimine uue tehnoloogiaga on keerukas. (Sadouskaya 2017)

Sellegipoolest annab ettevõtete oskus kasutada ära andmeid, mida laialdane erinevate tehnoloogiate kasutuselevõtt tekitab, tugeva konkurentsieelise. Suurandmete ärianalüüsiks on vajalikud kaks peamist oskust. Nimelt tuleb osata andmeid töödelda ning seejärel tuleb teada kuidas neist kasulikke järeldusi teha. Teisisõnu tähendab andmetöötlus oskust hallata ja kasutada andmeid, mida iseloomustab suur maht, varieeruvus, ja andmevoo tohutu kasv ning ärianalüüs oskust andmeid kasutada ja neid enda jaoks tööle panna statistiliste meetodite, matemaatika, ökonomeetria, simulatsioonide, optimeerimise ja muude taoliste tehnikate abil, et teha paremaid otsuseid. Suurandme ärianalüüsi on kasutatud, et kontrollida olemasolevaid ärimudeleid ja -teooriaid ja samuti ka tööstuses, et parandada logistika ja tarneahela protsesse, muuhulgas näiteks strateegilist hankimist, mille parandamiseks on vajalik keskenduda kuluefektiivsusele. Rahvusvahelise juhtimiskonsultatsioone ja professionaalseid teenuseid pakkuva ettevõtte Accenture poolt 2014. aastal läbi viidud uuring tõestab ettevõtete kasvavat rõhuasetust andmeanalüüsile, sest see näitas, et enam kui üks kolmandik ettevõtetest on tõsiselt kaalunud analüütikute palkamist logistika ja tarneahela protsesside parandamiseks suurandmete analüüsi läbi ja kolmel kümnest on selline toimiv funktsioon juba olemas, et vähendada ebaefektiivsusi nagu hilinenud saadetised, kasvavad kütusekulud, ebastabiilsed tarnijad, ebamõistlik laokorraldus ja nõudluse planeerimine ning halb tootedisain ja -arendus. Nii paraneb klientide rahulolu ning ollakse võimelised ootustele vastama. (Wang, Gunasekaran, 2016) Sellegipoolest on praegusel hetkel rõhuasetus andmeanalüüsile veel tagasihoidlik. Enamus ettevõtteid ei ole veel alustanud suurandmete kogumist ja haldamist, sest alles õpitakse aru saama selle väärtusest, selleks vajalikust infotehnoloogiast ja analüütilistest oskustest, kaasnevatest riskidest ning investeeringute põhjendatusest. Uuringud näitavad, et juhid on loobunud tegemast suuri investeeringuid andmeanalüüsi kui nad on kogunud või märganud teiste ettevõtete madalaid tulemusi

andmeanalüüsi rakendamises. Kaheldakse, kas andmeanalüüs on lihtsalt muudetud kujul ärianalüüs, või on siiski tegemist millegagi, mis annab konkurentsieelise. (Chen *et al.* 2015)

Walleri ja Fawcetti järgi on suurandmeanalüüs oluline seetõttu, et selle haru, prognoosiva analüüsi läbi selguvad sageli uued nähtused, ja tekib palju üllatavaid küsimusi, millele saame vastused enne kui selgitused. Teisisõnu tekivad uued, andmepõhised avastused. Näiteks on Google ennustanud viiruspuhanguid vastavalt inimeste otsingusagedusele (Mayer-Schönberger, Cukier 2013) ja Walmart avastanud müügiandmete analüüsi läbi, et enne orkaani ostsid inimesed ohutusseadmete asemel aga suurtes kogustes maiust nimega *pop-tarts*. (Waller, Fawcett 2013, 249-250) Varjatud mustrid ja korrelatsioonid annavad palju kasulikku infot, mistõttu ei piisa vaid intuitsioonist, et vastu võtta õigeid otsuseid. (Chen *et al.* 2015)

Samad autorid on kirjutanud ka teise samateemalise artikli, millest selgub, et andmete analüüs, hoiustamine ja neile ligipääs on kättesaadavam ja odavam kui varem. Pidev andmehulga kasv on seotud sellega, et andmeid salvestatakse üha detailsemalt. Müügi puhul jälgitakse näiteks üha detailsemalt konkurentide müüki ning rahvusvahelist müüki. Tarbijaandmeid tekitab juurde pidevalt kasvav sotsiaalmeedia kasutus ja uued tehnoloogiad mis võimaldavad jälgida inimese näos tekkivaid emotsioone ja silmaliigutusi, et tuvastada tarbijakäitumismalle. Kauba puhul ei ole enam tähtis vaid asukoht, vaid ka teised läheduses asuvad kaubad. Samuti on oluline kes viimati kaupa liigutas ja kuidas kaup oma asukohta jõudis, müügi puhul aga salvestatakse aega, hinda, kogust ja asukohta. Kuna andmete hulk suureneb pidevalt, kasvavad ka tarkvarafirmad, mis nende analüüsimiseks algoritme pakuvad. (Waller, Fawcett 2013, 81)

### **1.3.2 Plokiahela tehnoloogia kui andmekasutuse osa tarneahela juhtimises**

Nüüdisaegse digitaliseerimise, automatiseerimise, andmeanalüüsi ja reaalajas kuvatavate andmetega logistikas käib kaasas ka plokiahela tehnoloogia kasutuselevõtt. Näiteks on Hiina Rahvavabariigi president Xi Jinping oma kõnes kinnitanud, et plokiahela tehnoloogia on murranguline, sellel on palju väljundeid ja see aitab suuresti kaasa tehnoloogilisele arengule. (Kraun 2018) Uusi tehnoloogilisi lahendusi tarneahelates on otsima tõuganud ebatõhusad tehingud, pettused, usaldamatus ning soov parema infovoole, jälgitavuse ning läbipaistvuse järele, sest nende puudumisel kahjustub ettevõtete maine ning tekib probleeme konkurentsipüsimisega. (Saber *et al.* 2018, 2117)



Eelnimetatud probleemile pakub lahenduse plokiahela tehnoloogia kasutuselevõtt. Plokiahel on justkui digitaalne, usaldusväärne versioon krüpteeritud pearaamatust, mis on võimeline tehinguid salvestama ja lukustama ning tehinguid lubama või nende tegemisest keelduma vastavalt selles sätestatud reeglitele. (Johnson 2018) Plokke kontrollitakse ja hallatakse vastavalt poolte vahel kokkulepitud protokollidele ning üks osapool ei saa teha muutusi ilma teiste nõusolekuta. Kinnitamine toimub kas konsensusmehhanismi alusel, mis võrdleb kõige sagedamini esinevaid väärtusi või siis manuaalselt kinnitava osapoolte kaudu. Selline salvestamis- ning krüpteerimisprotsess kaitseb andmeid autoriseerimata ligipääsu eest. Kuna plokke ei ole võimalik kustutada, on lihtsasti võimalik kogu toimunud tegevust jälgida. Plokiahel uuendab end reaajas ning suudab algoritme kasutades töödelda ja kinnitada tehinguid minutitega. (Beynon-Davies *et al.* 2019, 62) Lisaks eelnevale on see võimeline niinimetatud pearaamatus tehinguid valideerima, uuendama ja jaotama, mida saab teha ainult kõigi osapoolte nõusolekul. Muuta on tehinguid väga raske. Tehingute loend kindla perioodi jooksul moodustab niinimetatud ploki, mida ühendavad krüptoanalüütilise matemaatilise funktsiooniga plokid enne ja peale antud perioodi. Funktsioon konverteerib plokid mahult ühesuurusteks ning annab neile niinimetatud unikaalse digitaalse sõrmejälje. Tehingute kinnitamine toimub plokiahela sõlmedes, kus on kirjas kogu info, mis selles plokiahelas on salvestunud ning tehingute tegemine või muutmine nõuab kõikide sõlmede ehk osapoolte kinnitust. (Singgih *et al.* 2019, 221-222) Igas sõlmpunktis hoitakse plokiahela terviklikku koopiat, mis kaitseb seda seda tõrgete eest. Plokiahelat hoitakse avalikus või eravõrgustikus. (Beynon-Davies 2019, 63). Kõik selle niinimetatud pearaamatu kanded on täielikult jäädavad, neid ei saa kustutada ning need on uuendatavad reaalaajas ning järjestatud kronoloogiliselt ning avalikult, kuid on nähtavad vaid neile, kellele on antud ligipääs. Selle tehnoloogia abil on võimalik mitmed vahendavad osapooled välja jätta, sest antud tehnoloogia käitub ise vahendajana. (Powell 2018) Usutakse, see tehnoloogia avaladab rahvusvahelisse kasutusse jõudes tööstuses suurt mõju, kuna inividid, organisatsioonid, ja masinad on võimelised omavahel infot jagama ilma, et nad peaksid üksteist usaldama või kasutama kolmandaid osapooli. Tänu plokiahela tehnoloogiale on võimalik digitaalsete varade nagu krüptoraha ja tarkade lepingute olemasolu, kus ostja ja müüja vahelised tingimused on kirjutatud koodi. (Saber *et al.* 2018)

Plokiahel on võimeline salvestama digitaalseid jalajälgi tarneahelas, mis suurendaks toote jälgitavust, autentsust ning legitiimsust, mis on eriti oluline tarneahelates, mis on seotud toidu, luksusesemete ja meditsiiniga. Näiteks väitis toidupoe Walmart, et tänu plokiahela uuringutele suutsid nad vähendada mangode saadetise jälgimiseks kuluvat aega seitsmelt päevalt 2,2 päevani.

Samuti kasutatakse plokiahelat, et olla veendunud teemandite autentsuses. (McKenzie 2018) Lisaks sellele on oluline teada saadetiste asukohta juhul, kui saadeti on defektiga. Näiteks haigustekitajatega toiduainete päritolu peaks olema koheselt tuvastatav, et need võimalikult kiirelt müügist eemaldada. (Saber *et al.* 2018, 2117) Logistikasektoris aitab plokiahel lisaks kaasa kindlustuse, tolli, maksete ja auditite läbiviimisel. Tänapäeval hoiavad tarneahelas osalevad firmad igauks eraldi enda dokumentide kogumit, kuid taoline ühine andmebaas välistab olukorra, kus kõik vajalikud osapooled ei saa teadet veo- või muu dokumentatsiooni muutmise või tühistamise kohta ning selle tagajärjel säilitavad nad aegunud informatsiooni. Juhul, kui üks ettevõtte sisestab andmebaasi veokirja, paljundatakse see automaatselt kõigi kauba- ja kindlustusega tegelevate ettevõtete koopiatesse andmebaasist, kes saavad lisada vastavalt oma nõusolekud. (Johnson 2018) Plokiahel lihtsustab info liikuvust tootjate, sadamate, vedajate, jaemüüja, lao ja muude teenuseosutajate vahel tarneahelas, et tulla toime näiteks hiline mis ja muude ootamatustega tarneprotsessis. (Powell 2018) Samuti saab logistikas plokiahelat kasutada registreerimis-, jälgimis- ja laosüsteemina. (Singgih *et al.* 2019, 221-222) Plokiahel struktureerib omavahelisi suhteid tarneahelas ning on võimeline looma jagatava salvestise toote teekonnast tarneahelas, muutes seda tõhusamaks ja läbipaistvamaks. Samuti tagab toote autentsuse ning legitiimsuse. Kuna antud tehnoloogia on väga uus, on praegune arusaam plokiahela potentsiaalset veel algusjärgus, sest selle tehnoloogia väljatöötamine ja levitamine on käimas. (Beynon-Davies, 2019)

Maailmas kasutavad plokiahela tehnoloogiat edukalt näiteks ookeanivedaja Moller-Maersk ja juhtiv Ameerika arvutitootja International Business Machines Corp (IBM), kes võtsid kasutusele plokiahela, et hallata globaalset konteinerite vedu ning seejärel allkirjastas logistikafirma Agility Global Integrated Logistics lepingu, millega sai esimeseks vedajaks selles süsteemis. (Powell 2018) Paremat saadetiste jälgitavuse ja päritolu tuvastamise vajadust ilmestab asjaolu, et 2014. aastal ookeanivedaja Moller-Maersk-i poolt veetud külmutatud kaupade saadeti Ida-Aafrikast Euroopasse läbis ligikaudu 30 inimest ja organisatsiooni. Arvutitootja IBM töötab juba praegu sadade ettevõtetega, et hakata kasutama plokiahela tehnoloogiat ning sellel on lugematuid rakendusvõimalusi. Näiteks ravimite tarneahelates aitab plokiahela tehnoloogia jälgida nende niiskustaset ja temperatuuri. (Beynon-Davies *et al.* 2019, 65)

Plokiahel teeb turvalisemaks, mugavamaks ja läbipaistvamaks näiteks tarnetõendite sisestamist ja kauba jälgimisfunktsioonide kasutamist. Sisuliselt muutub kogu jälgimisprotsess kõikide faaside jooksul tehastest kuni lõpptarbijani turvalisemaks, sest plokiahel haldab kogu informatsiooni antud tarneahela kohta. Täna liiguvad paljud failid elektroonilise andmevahetuse signaali

*electronic data interchange* (EDI) kaudu, mis ei ole enam sama efektiivne kui plokiahel. Kõige suuremaks takistuseks plokiahela implementeerimisel logistikas on hetkel ühiste standardite väljatöötamine ning nende ühildamine praeguste ettevõttes kasutusel olevate standardite ja praktikatega. (Powell 2018)

## 2. LÄHTEÜLESANNE

### 2.1 Meeskonna vajadused ja uurimisprobleem

Hetkel on Äripäeva tootegruppi kuuluv internetiportaali Logistikauudised.ee suurim erialatemaatiline portaal. Antud töö aitab kaasa digitaliseeritud andmetega teemaveebi arendamisele, mis parandaks tänast logistikatemaatilist ajakirjandust. Töö kaks peamist fookust on Äripäeva teemaveeb Logistikauudised.ee ning infoleht „Transport ja logistika“, mis on tasuline, kuid kuulub lisana premium-paketti, mis omakorda kuulub eelnimetatud teemaveebi juurde. Premium-sisu annab lisaks ligipääsu ka kõigile tasulistele artiklitele ja statistikale, transpordisektori edetabelitele ja uudiskirjale. Uudiskiri ilmub kord nädalas ning see saadetakse lugejatele e-mailile. Nii infolehte kui ka teemaveebi on vaja muuta ajakohasemaks ning huvipakkumaks.

Äripäeva sihtgrupiks on peamiselt ettevõtjad, spetsialistid ning tipp- ja keskastmejuhid, kes võtavad ettevõtetes vastu otsuseid. Pakutakse ajakohast informatsiooni, et lihtsustada nende tööd. Sellest lähtuvalt on ka antud töö sihtgrupiks logistikasektori juhid, spetsialistid ja ettevõtjad, kellele on suunatud uuritav teemaveeb ja selle juurde kuuluv infoleht.

Logistikauudiste meeskonnal on tekkinud arendusprotsessi käigus mitmeid küsimusi, millele antud töö vastuseid leida püüab. Nimelt ei ole täpselt teada, kas antud internetilehekülge koos selle juurde kuuluva premium-sisu, logistikatemaatilise infolehe ja sõitjate- ning maanteeveo konkurentsiraportiga vastab lugejaskonna igapäevanõudmistele statistiliste andmete ja huvipakkuva sisu osas või hangitakse informatsiooni mujalt. Töö selgitab kust praegu infot hangitakse, mis meelitaks inimesi rohkem premium-sisu tellima, millised uudised neid huvitavad ja samuti ka vajaduse konverteeritega tööriistakasti järele, kus on täna mahukaalu arvestamise ja valuutakursside ning ühikute teisendamise võimalused. Tähtis on teada saada milliseid internetilehekülgi ja andmebaase logistikauudiste lugejad tarbivad, et koondada kokku vajalik info. Täiesti uue ideena, mis pole veebis varem esinenud, selgitatakse huvi reaaliajase kütusehindade ja veomahtude kuvamise, kütusekulu arvutamise ning ligikaudse veohinna arvutamise vastu erinevate vedajate lõikes. Muuhulgas selgitab töö kas lugejate hinnangul on premium-sisu hind mõistlik. Viimaseks uuritakse millised statistilised infolehe näitajad nagu näiteks ekspordi ja impordi mahud erinevate veoviiside lõikes on lugejatele olulised.

See info aitab kaasa logistikauudiste teemaveebi uuendamisele ja digitaliseeritud kujul infolehe loomisele, digitaliseerimisele ning sinna kogu vajaliku info kokku toomisele ja vajalike andmete reaajas kuvamisele.

Tööriistakasti puhul pole teada kas see vastab tänapäeva transpordi- ja logistikaettevõtete juhtide vajadusele erialaste internetitööriistade osas. Tööriistakasti puhul on oluline asjaolu, et tähtis informatsioon oleks kiirelt ja mugavalt kättesaadav ühest kohast ning lugejad ei peaks andmeid, konverteerid ehk teisendajaid ja kalkulaatoreid otsima mitmelt erinevalt internetileheküljelt. Taoline ajakohastamine aitab tõenäoliselt suurendada lugejate arvu ning portaali lugejatele vajalikumaks ning huvipakkumaks muuta. Tuleb uurida, kas juhid ja spetsialistid võtaksid vastu ka eeldatava ligikaudse veohinna arvutusvõimaluse vedajate lõikes ja ka kütusekulu arvutusvõimaluse. Eraldi uuritakse, kas reaajas kütusehindade kuvamine Eesti ning naaberriikide lõikes looks väärtust. Kvaliteetsema ajakirjanduse nimel on igale relevantset infot pakkuvale ajakirjandusväljaandele tähtis tunda oma lugejaid ning nende huvisid. Seetõttu uuritakse kas tänane uudiste temaatika rahuldab lugejaid ning milliseid uudiseid nad lugeda sooviksid, sest see aitab neile pakkuda kaasahaaravat meediat, mida sihtgrupp tööalaselt või vabal ajal eneseharimiseks tarbida saab.

Lisaks uuritakse tööga Äripäeva maanteevedajate ja sõitjateveo konkurentsiraporti kasutust ning selgitatakse välja milline info nendest raportitest meelitaks praeguseid ja potentsiaalseid lugejaid konkurentsiraportit kõige enam tarbima ning mida nad raportitest enim väärtustavad.

Tänane teemaveebi juurde kuuluv infoleht, mis ilmub 10 korda aastas ja on 24-leheküljeline, algab ning lõpeb kuu jooksul toimunud tähtsamate transpordisektori sündmustega. 2018. aasta novembris ilmunud infolehest on võimalik peale uudiste leida transpordisektori palga paremusjärjestus värskeimate majandusaasta aruannete põhjal. Edasi keskendutakse detailselt Eesti ekspordile ning impordile. Tavapäraselt infolehele tuuakse välja ekspordi-, impordi- ja muud mahud, väärtus eurodes, peamised kaubanduspartnerid ja eesti päritolu kaupade osatähtsus ekspordist. Edasi vaadeldakse tarbesõidukite müüki Eestis automarkide kaupa. Põhisisu, nii nagu harilikult, keskendub aga lennu-, mere- ja maanteeveo reisijate ja kaubaveo mahtudele lennujaamade, sadamate ja riikide lõikes. Kaubamahte vaadeldakse kaubagruppide lõikes. Antud tööga selgitatakse kas ja milliseid andmeid lennu-, maantee- raudtee- ja mereveo mahtudest väärtustatakse ning kas nende reaajas kuvamine pakuks lisaväärtust.

### 3. METOODIKA

Käesolev peatükk kirjeldab uurimisküsimusi, -meetodeid ja valimit. Lähtuvalt meeskonna vajadustest, uurimisprobleemist ning meeskonnaga peetud kohtumistest selgusid uurimisküsimused, millele töös keskendutakse ja mida uuritakse. Kuna Äripäev on suurettevõte, on neil ka palju tooteid, rakendusi ning väljundeid, mistõttu on uurimisküsimusi kokku üheksa.

#### **Uurimisküsimused:**

- 1) Mis meelitaks logistikavaldkonna spetsialiste premium-sisu tellima?
- 2) Kas tänane Logistikauudised.ee teemaveebi tööriistakast vastab tarbijate vajadusele?
- 3) Milline info on uue digitaliseeritud kujul infolehe „Transport ja logistika“ potentsiaalsetele ja sama väljaande praegustele paberkandjal tellijatele oluline?
- 4) Kas lugejatele on tähtis reaalajas kütusehindade info Eesti ja naaberriikide tanklate lõikes?
- 5) Kas lugejad oleksid huvitatud hinnapäringu võimalusest, mis kuvaks erinevate vedajate lõikes ligikaudset veohinda?
- 7) Milline info on Äripäeva maantee- ja sõitjateveo konkurentsiraportitest lugejale oluline?
- 8) Milliseid uudiseid huvitavad lugejaid?
- 9) Millistele uudistele keskendub Äripäeva toimetused ning meeskond praegu?

Uurimismeetoditeks on küsimustik Google Forms keskkonnas logistikavaldkonna juhtide, ettevõtjate ja spetsialistide seas ning intervjuu, mis viidi läbi Logistikauudised.ee juhiga, kelleks on Tõnu Tramm ning tööstusuudiste juhiga, kelleks on Harro Puusild. Mõlemad haldavad portaali Logistikauudised.ee. Intervjuu viis autor läbi 17.04.19 Äripäeva kontoris aadressil Vana-Lõuna 39/1 (vt Lisa 1).

Ankeetküsimustiku eesmärk on uurida milliseid statistilisi andmeid oleks mõistlik digitaliseeritud infolehte üle tuua, milliste andmete ja teisendamisevõimaluste vastu on sihtgrupil huvi ning kas oleks mõistlik kuvada andmeid ka reaalajas. Lisaks uuritakse premium-sisu ning pakutakse välja 11 uudisteteemat, mida on võimalik hinnata 5 palli süsteemis ning olemas on ka vabaküsimus, kuhu vastajad saavad ise kirjutada mis teemadel nad lugeda soovivad. (vt Lisa 2).

Intervjuuga saadakse parem ülevaade logistikauudise teemaveebis kajastatavatest uudistest, välismaa uudiste kajastamisest, tasulisest sisust ja selle eelistest teiste ajalehtede tasuliste sisude ees ja uudiste kajastamise kiirusest. Lisaks uuritakse mille poolest eristub logistikauudiste portaal teistest portaalidest, selgitatakse uudiste dubleerimisest alateemade vahel, saadakse arusaam logistikauudiste peamisest sihtgrupist, postituste tegemise sagedusest ja sisuturunduse artiklitest. Muuhulgas uuritakse, kas vorm, kuhu ettevõtted saaksid oma logistikaga seonduvaid probleeme kirjeldada, leiaks kasutust ka logistikauudiste teemaveebis. (vt Lisa 1). Intervjuu on koostatud vaadeldes logistikauudiste veebilehekülge ning märkides üles tähelepanekud ning võimalikud silmatorkavad puudujäägid.

Küsimustikku jagati läbi Logistikauudised.ee uudiskirja, teemaveebi ja Facebooki lehekülje, et jõuda logistikavaldkonna juhtide, spetsialistide ja ettevõtjateni, kes on ka ajalehe Äripäev sihtgrupp. Lisaks sellele jagati küsimustikku ka Tallina Tehnikaülikooli Facebooki leheküljel „TalTech Logistika“.

## 4. EMPIIRILINE OSA

Üldkogumi moodustavad Äripäeva uudisteportaali Logistikauudised.ee lugejad ja Facebooki lehekülje „TalTech Logistika“ jälgijad. Küsitluses osales 65 vastajat, kellest kõigi vastused olid analüüsikõlblikud. Järgnevalt tuuakse välja suuremad tegevusvaldkonnad, milles vastajad töötasid. Vastused jagunesid järgnevalt — 35,4% tegelesid kaubaveoga maanteel, 20% veoste ekspedeerimisega ning 20% materjalide sisseostmisega. 15,4% tegeles veondust abistavate tegevustega, 10,8% laondusega, 9,2% posti ja kulleriteenistusega, 7,7% õhustranspordiga, 7,7% sõitjate maismaaveoga ja 6,2% kauba raudteeveoga. Sellele küsimusele sai vastata mitme valikvastusega, sest tegeleda võib mitme valdkonnaga, mistõttu on protsentide koguarv suurem kui 100%.

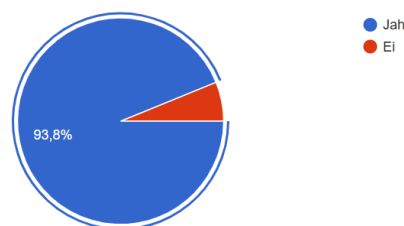
Ametipositsioonide lõikes oli kõige rohkem spetsialiste (49,2%) ja keskastme juhte (30,8%). Vastajatest 7,7% olid ettevõtte omanikud ja 4,6% tippjuhid. Ülejäänud 7,5% olid tegevad muudes valdkondades. Vastajatest 55,4% olid mehed. Valimisse kuuluvatest inimestest 47,7% olid kuni 30 aastat vanad, 38,5% olid kuni 45 aastat vanad ja 13,8% vanemad kui 45.

### 4.1 Äripäeva teemaveebi Logistikauudised.ee külastatavuse analüüs

Esmalt uuris autor, kas spetsialistid on kuulnud uudisteportaalist Logistikauudised.ee. Vastajatest 61 olid sellest kuulnud ning vaid 4 ei olnud (vt Joonis 1). Tulemused on ootuspärased, sest küsimustikku jagati Äripäeva uudiskirja, Facebooki lehekülje ning logistikauudiste uudisportaali kaudu. Kuigi küsimustikule vastasid ka Tallinna Tehnikaülikooli logistika õppekava Facebooki lehekülje jälgijad, olid ka nemad uudisteportaaliga hästi kursis. Seega võib tulemuse põhjal väita, et leheküljel ei ole logistikaspetsialistidele võõras.

Kas olete kuulnud Äripäeva internetiportaalist Logistikauudised.ee?

65 vastust



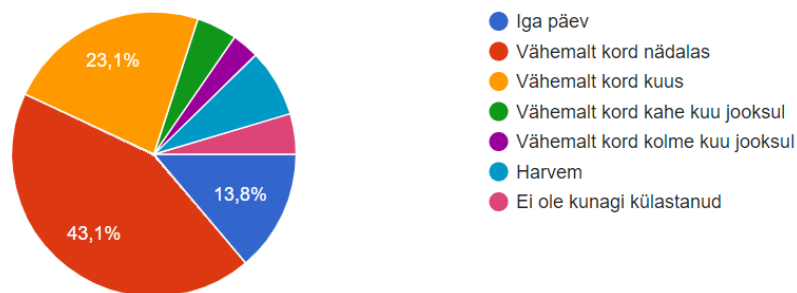
Joonis 1. Allikas: Autori koostatud



Seejärel uuriti, kui tihti vastajad külastavad antud uudisteportaali, et selgitada välja selle populaarsus (vt Joonis 2). Selgus, et enamus vastajaid (43,1%) külastab portaali vähemalt kord nädalas ning 13,8% lausa iga päev, mis on hea tulemus. Uusi uudiseid avaldatakse Logistikauudised.ee avalehel küll peaaegu iga päev, kuid neid on päevas tavaliselt ligikaudu 2-7 tükki. Märkida tuleb, et Logistikauudised.ee alarubriikides, mis keskenduvad erinevatele valdkondadele nagu näiteks raudteevedu, merevedu, õhustransport, seadusandlus, majandustulemused statistika, tarneahel, kullerteenus, infotehnoloogia ja palju muud, avaldatakse uudiseid kindlasti harvem kui avalehel, seal on uudiste avaldamise vahe sageli nädal või veidi kauemgi. 23,1% vastajatest külastab lehte kord kuus ning ülejäänud 20% veelgi harvem. Sagedam uudiste lisamine eelkõige alarubriikidesse aitaks tõenäoliselt juba praegu lojaalsete lugejate lugemissagedust tõsta. Nii saaks keskenduda ka sihtgrupile, kes loevad uudiseid vähemalt kord kuus, et meelitada neid sagedamini uudisteportaali külastama. Intervjuu käigus tuli ka välja, et portaalis Logistikauudised.ee võiks rohkem kajastada Eesti ettevõtjatega seonduvaid ja neile korda minevaid välismaa uudiseid ning lisaks ka uudiseid suuretevõtete nagu Lufthansa ja Moller-Maersk kohta (vt Lisa 1).

### Kui tihti külastate portaali Logistikauudised.ee?

65 vastust

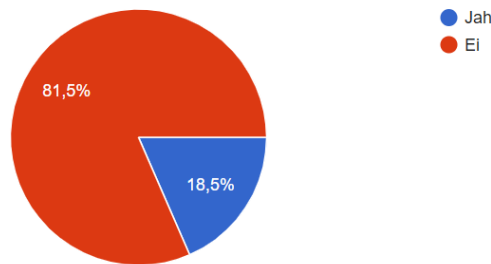


Joonis 2. Allikas: Autori koostatud.

Täiendavalt küsiti, kas vastajad on lisanud uudisteportaali Logistikauudised.ee järjehoidjasse oma veebibrauseris, mis kinnitaks vastaja lojaalsust uudisteportaalile (vt Joonis 3). Seda olid teinud 18,5% vastajatest, mida on samas suurusjärgus vastajatega, kes külastavad portaali iga päev. Erinevus oli vaid 4,7%, seega on vastused ootuspärased.

Kas olete Logistikauudised.ee lisanud järjehoidjasse (bookmark) brauseris?

65 vastust



Joonis 3. Allikas: Autori koostatud

Lisaks eelnevale uuris autor inimeste suhtumist, kui Logistikauudised.ee portaali enam ei eksisteeriks. Vastajad said viie palli skaalal oma arvamust avaldada. Viis tähendas, et palju vajalikku jääks saamata ning üks tähendas, et mitte midagi ei muutuks. Kõige populaarsem väärtus oli 3, mille valis 35,4% vastajatest. Teine populaarseim vastus oli hinne 2 (21,5%), millele järgnes hinne 5 (18,5%), seejärel hinne 1 (16,9%) ning viimaseks hinne 4 (7,7%). Järelikult on uudisteportaalil tarbijate jaoks väärtus olemas, sest hinde 3 või rohkem valis kokku 61,6% vastajatest, kuid sellegipoolest tuleks proovida luua ülejäänud 38,4%-le vastajatest rohkem väärtust, et skaalal ülesse poole jõuda. Andmetest saab järeldada, et uudisteportaal ei ole veel saavutanud selget logistikavaldkonna juhtide ja spetsialistide lemmikuudisteportali positsiooni turul.

## 4.2 Premium-sisu analüüs

Premium-sisu kohta uurides selgus, et 90,8% vastajatest ei ole premium-sisu tellijad. Kuna antud küsimustikule vastajad kuuluvad sihtgruppi, kellele premium-sisu on suunatud, tuleks tellimuste arvu suurendamiseks kindlasti midagi ette võtta. Äripäeva pakutud premium-sisu analüüsimiseks koostas autor SWOT-analüüsi, kus uuris miks vastajad ei ole premium-sisu tellijad ning tõi välja premium-sisu tugevused, nõrkused, ohud ja võimalused (vt Joonis 1). Kuna antud küsimusele sai vastata mitme valikvastusega ning lisada oma vastuseid, moodustus kokku 73 vastust. Nendest 47,9% väitsid, et on premium-sisuga kursis, kuid ei ole seda tellinud kalli hinna tõttu. 23,3% ei olnud premium-sisuga kursis, 28,7% aga väitis, et neil ei ole seda vaja.

<p><b>Tugevused:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spetsiifiline logistikaalane sisu</li> <li>• Statistilised näitajad</li> <li>• Edetabelid ja konkurentsiraportid</li> </ul>	<p><b>Nõrkused:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Täna pakutava sisu eest kallis hind</li> </ul>
<p><b>Võimalused:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Senisest veelgi suurem sisuturunduse osakaal</li> <li>• Premium-sisu paketi hinna alandamine</li> <li>• Parem turundamine sihtgrupile, kes ei ole premium-sisuga kursis</li> </ul>	<p><b>Ohud:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurents statistikaametiga</li> <li>• Premium-sisu ei eristu tarbija silmis piisavalt muust meediast, et inimesed oleks nõus seda tellima</li> </ul>

Joonis 4. Allikas: Autori koostatud

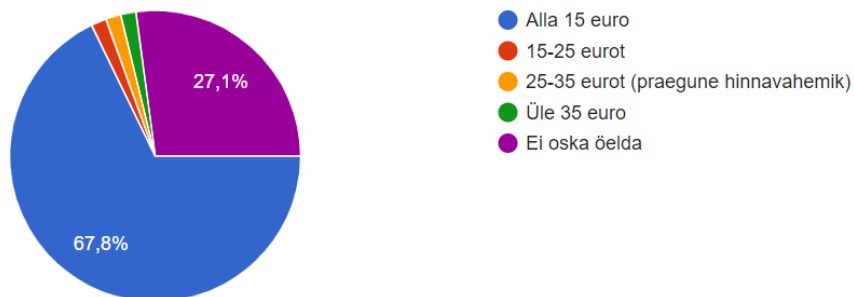
SWOT-tabeli (vt Joonis 4) ning vastuste analüüsist selgub, et kallis hind on peamine ja selgelt teistest enam esilekerkiv põhjus, miks logistikavaldkonna spetsialistid premium-sisu, mille juurde kuulub muuhulgas ka infoleht „Transport ja logistika“, ei ole tellinud. Probleemi aitaks lahendada Äripäeva logistikauudiste meeskonna poolne veelgi suurem sisuturunduse pakkumine ettevõtetele, mille arvelt saaks rohkem tulu teenida. Sellisel juhul saaks alandada premium-sisu hinda ning lisanduks juurde tellijaid. Meeskonnaga läbiviidud intervjuu käigus selgus, et sisuturunduse vastu tuntakse üha rohkem huvi ning traditsiooniline reklaam, kus Äripäeva uudisteportaalide servades kasutatakse bannereid, ei paku ettevõtetele enam huvi ning sageli on olnud just sisuturunduse artiklid nädala loetuimad. Muuhulgas selgus, et hetkel on premium-sisu tellijaid natuke alla saja (vt Lisa 1). Kuna nõudlus ei ole kõrge, oleks hinna langetamine mõistlik. Sisuturunduse olemuse ilmestamiseks on hea näide 9. aprillil ilmunud sisuturunduse uudis, mis räägib kulleriteenuste ettevõtte Venipak laienemisest Saksamaale. Sisuturundusega seonduvate uudiste populaarsus näitab, et neid on huvitav lugeda ning seetõttu võiks neid kindlasti rohkem olla. Tellijate arvu suurendamisele aitaks kaasa ka premium-sisu turundamine sihtgrupile, kes ei ole sellega veel kursis. Seda saaks ühendada hinna alandamisega, näiteks võiks pakkuda välja, et teatud aja jooksul paketi soetanud saavad selle tutvumishinnaga. Kuna tegemist on spetsiifilise tootega on kindlasti vajalik seda turundada, et jõuda õige sihtgrupini. Antud paketti kuuluvatel konkurentsiraportitel ja infolehel, mis

logistikasektori edetabeleid kajastavad, on olemas ka konkurent, kelleks on statistikaamet. Kuigi intervjuu käigus selgus, et statistikaametiga võrreldes on Äripäeva toodetel oma nüansid, tuleks kindlasti püüda selgelt eristuda. Näiteks ei ole kindel kui palju väärtuslikumat infot annab tarbijale palgapingerida ettevõtete alusel võrreldes palgapingereaga ametikohtade alusel, kui esimene on statistikaameti kodulehelt tasuta kättesaadav. Eelnimetatud Äripäeva tooteid eristavad nüansid tuleks kindlasti ka tarbijatele teatavaks teha, et nad teaksid, millist lisaväärtust tasuline toode neile pakub.

Selleks, et saada parem ülevaade tarbijate arvamusest premium-sisu hinna kohta, küsiti milline oleks vastajate arvates mõistlik hind (vt Joonis 5). Vastustest selgus, et 67,8% arvas, et hind peaks jääma alla 15 euro ning 27,1% ei osanud öelda. Vaid 1 inimene vastas, et on praeguse hinnavaheemikuga rahul. Kõrgema hinnaga oleks samuti nõus vaid 1 inimene. Seega võib järeldada, et hetkel on antud toode tarbijatele kallis. Kuigi Äripäeva klientideks on sageli ka ettevõtted, kes ostavad töötajatele tasulisi pakette, peaks olema ka eraisikust tarbijate silmis hinna ja väärtuse vaheline suhe tasakaalus.

### Mis võiks olla Teie arvates mõistlik Logistikauudised.ee premium-sisu kuutellimuse hind?

59 vastust



Joonis 5. Allikas: Autori koostatud

Lisaks eelnevale uuriti, mis võiks olla premium-sisus juures. Vastustest selgus, et sooviti rohkem uuenduslikkust, lisaväärtust suhteliselt kõrge hinna eest, veelgi asjalikumat sisu, linke erinevatele andmebaasidele, aktuaalsemat ja rohkem päevateemalisi uudiseid kajastavat sisu, tulevikuprognose, valdkondade arengut analüüsivaid artikleid ja statistilisi ülevaateid töäjõu ja kütuse hindade liikumise ning veovahendite ja -seadmete soetusstatistika kohta. Samuti toodi välja soov näha statistikat toormaterjalide sisendhindade liikumise kohta, mis autori hinnangul

kuulub pigem Äripäeva tööstusuudiste portaali. Kokkuvõtvalt olid soovid üpris erinevad ning ühisosa neil ei olnud.

Premium-sisu juurde kuuluvad ka konkurentsiraportid, mille kohta uuriti ka küsimustikus. Esmalt sooviti teada, milliseid konkurentsiraporteid on vastajad lugenud. Küsimusele sai vastata mitme valikvastusega, mistõttu ületab vastuste protsentide koguarv 100%. Kõige enam olid vastajad lugenud maanteevedajate konkurentsiraportit, koguvastustest moodustas see 33,8%, sellele järgnes 24,6%-ga valik „mõni muu äripäeva konkurentsiraport“ ning viimaseks moodustas koguvastustest 10,8% sõitjateveo konkurentsiraport. 60% vastajatest ei olnud konkurentsiraporteid lugenud. Seega on maanteevedu lugejatele huvipakkumam kui sõitjatevedu.

Küsites täpsustavalt, millised konkurensiandmed spetsialistidele kasulikud oleksid, väitis 69,2%, vastustest, et palgakonkurents oleks spetsialistidele kasulik. Sellele järgnesid tööjõukonkurents, mis näitab tööjõu hulka ja kasvu (63,1%), majandustulemuste konkurents (55,4%), valdkonna ettevõtete kaudu liikuvate kaubamahtude konkurents (47,7%), kliendibaasi eeldatava kasvu konkurents (44,6%), valdkonna pingerida maksuvõlgade alusel (35,4%) ning varade konkurents (13,8%). Antud küsimusele sai vastata mitme valikvastusega. Koguvastustest vaid 18,5% väitis, et konkurentsiraportid pole neile kasulikud, mis tõestab et taoliste edetabelite koostamist tuleks kindlasti jätkata ning teha võiks üha spetsiifilisemaid tabeleid, kuna nõudlus konkurensiandmete järgi on suur. Eelkõige tuleks keskenduda tööjõule ja palkadele.

### **4.3 Infolehe „Transport ja logistika“ statistiliste andmete analüüs**

Kuna infolehest, mida Äripäev digitaliseerida tahab, moodustavad suure osa andmed lennu-, mere, raudtee- ning lennuveo ekspordi ja impordi mahtude kohta, uuriti küsimustikuga, kas vastajad neid mahte jälgivad ning kas reaajas info kauba- ja reisijateveo kohta oleks spetsialistidele vajalik. Lisaks küsiti milliseid lennujaamu jälgitakse ning milliste riikide info on vastajatele oluline.

Selleks, et infolehte huvipakkumamaks ja kasulikumaks muuta, soovis logistikauudiste meeskond teada saada milliseid internetilehekülgi, veebikanaleid, Facebooki lehekülgi ja teisi

andmebaase igapäevatöös kasutatakse, et infolehte kogu vajalik kokku koguda. Vastustes toodi välja Registrate ja Infosüsteemide Keskus, Eesti Masinatööstuse Liit, asukoha määramise satelliitnavigatsioonisüsteem, laevafirmade lehed ja broneerimiskeskonnad, vedajate koduleheküljed, Google rakendused Google Maps ja Street View, elektrooniline transpordisektorile mõeldud turukeskkond [www.timocom.ee](http://www.timocom.ee), kus on võimalik kõigil osta ja kontrollitud ettevõtetel müüa ruumi kaubaveoks sõidukites, keskkond [www.cargo.lt](http://www.cargo.lt), mis ühendab neid, kes otsivad veosele vedajat ning vedajaid, kes pakuvad transporti, Maanteeameti kodulehekülg, inforegister, erinevad saadetiste jälgimise kodulehed nagu [www.track-trace.com](http://www.track-trace.com), transpordiettevõtete nagu FedEx, DSV, Flexport, UPS ja DHL kodulehed, saadetiste jälgimiskeskond [www.metrotec.ee](http://www.metrotec.ee), rahvusvaheliste liikluskeeldude ja -piirangute jälgimiskeskond [www.trafficban.com](http://www.trafficban.com), inforegister, seadused ja määrused, koolitusi pakkuv keskkond [www.autosert.ee](http://www.autosert.ee), kus pakutakse näiteks autojuhtidele ja töstukijuhtidele koolitusi, Statistikaamet, majandusuudised, uudisteportaal [www.baltic-course.com](http://www.baltic-course.com), millel on eraldi transpordi rubriik, laovarustusele keskendunud foorum ja müügiportaal [www.forkliftaction.com](http://www.forkliftaction.com), LinkedIn, automaatsete sõidupäevikute pakkumisega tegelev [www.fleetcomplete.ee](http://www.fleetcomplete.ee), tarnijate ja taristuettevõtete kodulehed, erinevate riikide veondusega seotud ametlikud kanalid, Tallinna Lennujaama Facebook, Eesti Logistika ja Ekspedeerimise Assotsiatsiooni (ELEA) koduleht, Eesti Rahvusvaheliste Autovedajate Assotsiatsiooni (ERAA) koduleht, ajalehed Äripäev, Postimees, The Times ja Bloomberg. Mitmeid kordi mainiti, et vajalik info jõuabki lugejateni Logistikauudised.ee portaali kaudu. Veel mainiti, et info saamiseks kasutatakse ka televisiooni, raadiot, ettevõtete koosolekuid, inimsuhtlust ja konkurentide infokirjed. Täpsustavalt uuriti milliseid andmeid eelnimetatud allikatest spetsialistid kasutavad. Vastustest selgus, et kasutati maksu-, asukoha-, piletihindade-, reisijate-, väljumisgraafikute-, kaubaliikluse-, materjalide-, palga- ja tööjõuinfort. Lisaks mainiti turuanalüüsi, majanduse hetkeseisu, toorainete hindade, kauba- ja reisijateveo mahtude ning majandustulemuste vastu huvi tundmist.

Kokkuvõttes olid igapäevatöös kasutatavad lehed ning andmed väga erinevad ning varieeruvad. Digitaliseeritud infolehes võiks olla kasu näiteks reaajas rahvusvaheliste liikluskeeldude ja -piirangute kajastamisest, reaajas saadetiste jälgimisvõimalusest unikaalse jälgimiskoodi abil ning otsinguvõimalus, mis laseks inimestel otsida ja broneerida ettevõtete poolt pakutud vaba ruumi veokis ning ettevõtetel vaba ruumi välja pakkuda. Andmed kinnitasid, et Logistikauudised.ee teemaveebil ei ole Eestis teisi konkurente, kes keskenduks logistikauudiste kajastamisele.

### 4.3.1 Lennuvedu

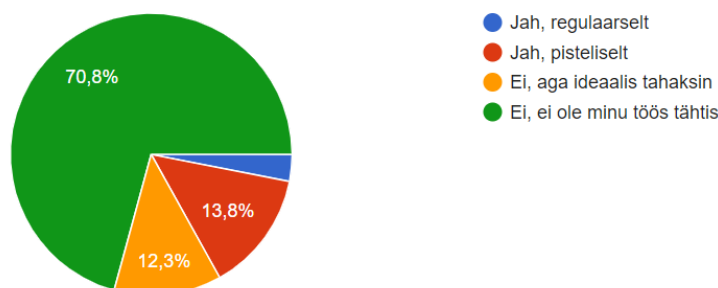
Lennuveo küsimuste vastustest selgus, et 70,8% ei jälgi oma töös lennuveo ekspordi mahte (vt Joonis 7) ning sarnaselt 73,8% ei jälgi lennuveo impordi mahte (vt Joonis 6). Vaid 2 vastajat jälgis nii ekspordi kui ka impordi mahte regulaarselt, pisteliselt jälgis aga juba 13,8% vastajatest. Kokkuvõtvalt tundis ekspordi vastu huvi 29,2% ja impordi vastu 26,1% vastajatest, liites regulaarselt ja pisteliselt jälgijatele need, kes hetkel mahte ei jälgi aga ideaalis tahaksid. Seega võib väita, et huvi lennuveo mahtude kohta on sihtgrupil olemas. Reaalajas lennujaamade kaubamahtude info kuvamise vastu tundis huvi 20% vastajatest ning reaalajas reisijateveo kaubamahtude kuvamise vastu 23,1% vastajatest.

Kaubaveo osas tunti ülekaalukalt huvi Tallinna lennujaama vastu (33,8%), järgnesid Riia lennujaam (15,4%), Helsingi Vantaa lennujaam (13,8%), Frankfurdi lennujaam (9,2%) ning Stockholmi Arlanda ning Vilniuse lennujaam, kahe viimase vastu tundis huvi 6,2 protsenti vastajatest. Sellele küsimusele sai vastata mitme valikvastusega.

Lennureisijateveo puhul tunti huvi sarnaselt eelmisele küsimusele peamiselt Tallinna lennujaama vastu (26,2%), järgnesid Riia lennujaam (13,8%), Helsingi Vantaa lennujaam (10,8%), Vilniuse lennujaam (3,1%) ja Stockholmi Arlanda lennujaam (1,5%). Sellele küsimusele sai vastata mitme valikvastusega.

#### Kas jälgite Eesti lennuekspordi mahte?

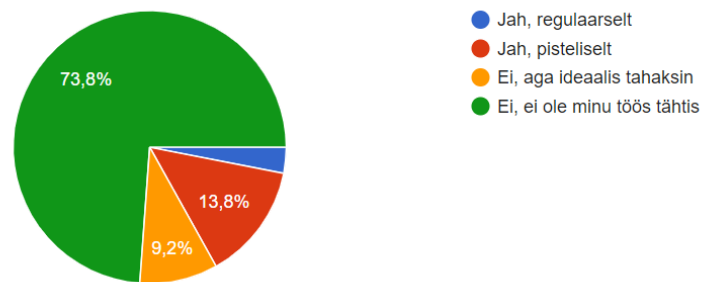
65 vastust



Joonis 6. Allikas: Autori koostatud

## Kas jälgite Eesti lennuimpordi mahte?

65 vastust



Joonis 7. Allikas: Autori koostatud

### 4.3.2 Merevedu

Mereveo küsimuste vastustest selgus, et 67,7% ei jälgis sarnaselt lennuveole mereekspordi mahte (vt Joonis 8) ning mereimpordi mahte ei jälgis 69,2% vastajatest (vt Joonis 9). Regulaarselt jälgib mereekspordi mahte 5 inimest ning -impordi mahte 4. Pisteliselt jälgib ekspordimahte 16,9% vastajatest ja impordimahte 15,4%. Liites regulaarselt ja pisteliselt jälgijatele need, kes tahaksid ideaalis mahte jälgida, selgub, et mereekspordi vastu tunneb huvi 32,3% vastajatest ning impordi kohta 30,8%. Reaalajas sadamate kaubaveo info kohta tunneb huvi 21,5% vastajatest ning reaalajas sadamate reisijateveo kohta 18,5% vastajatest.

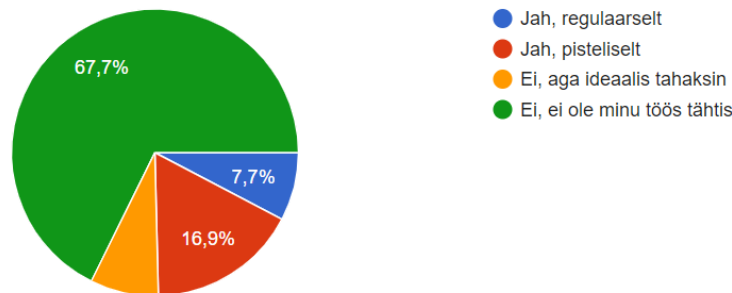
Sadamate kaubavedudest jälgiti kõige enam Eesti sadamate infot (33,8%), järgnesid Hiina (12,3%), Läti ja Venemaa (kumbki 10,8%), Leedu (9,2%), Poola ja Soome (kumbki 4,6%). Lisaks mainiti ära Rootsi, Kongo, Saksamaa ja Belgia, mis kogusid kõik eraldiseisvalt ühe vastuse. Antud küsimusele sai vastata mitme valikvastusega.

Reisijateveo infot jälgiti enam Eesti sadamate puhul (24,6%), järgnesid Soome (10,8%), Rootsi (7,7%), Läti (6,2%) ja Leedu (4,6%). Lisaks mainiti ära Venemaa, mis kogus ühe vastuse. Ka sellele küsimusele sai vastata mitme valikvastusega.



## Kas jälgite Eesti mereekspordi mahte?

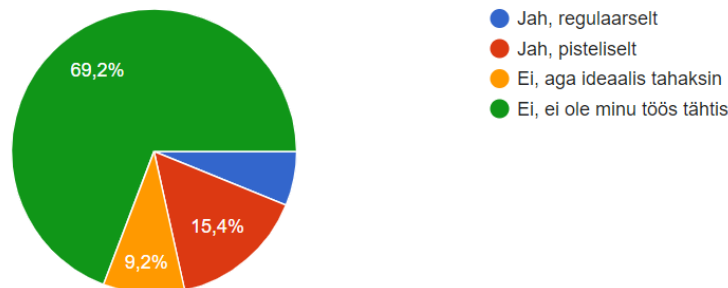
65 vastust



Joonis 8. Allikas: Autori koostatud

## Kas jälgite Eesti mereimpordi mahte?

65 vastust



Joonis 9. Allikas: Autori koostatud

### 4.3.3 Raudteevedu

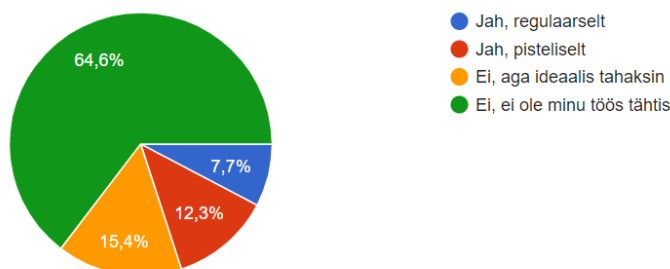
Raudteeveo puhul erinesid vastused veidi lennu- ja mereveost, kuid mitte oluliselt. Raudteeveo ekspordi mahtude vastu ei tundnud huvi 64,6% vastajatest (vt Joonis 10), impordi mahtude vastu aga 66,2% vastajatest (vt Joonis 11). Raudteeveo ekspordi ja impordi mahte jälgis regulaarselt 7,7% ning pisteliselt 12,3%. Liites regulaarselt ja pisteliselt jälgijatele need, kes tahaksid jälgida, selgub, et raudteeveo ekspordi vastu tunneb huvi 35,4% vastajatest ning impordi vastu tunneb huvi 33,8% vastajatest. Reaalajas info raudteevedude kaubaveomahtude kohta huvitaks 23,1% inimestest ja reaalajas info reisijateveo kohta vaid 13,8% vastanutest. Seega võib raudteevedude puhul selget väita, reaalajas reisijateveo mahud huvitavad inimesi vähem kui kaubaveo mahud.

Riikide kaubavedudest raudteel jälgiti enam Eesti kaubaveoinfot (24,6%), järgnes Venemaa (20%), Läti ja Saksamaa (kumbki 9,2%), Leedu (7,7%) ning Poola (4,6%). Küsimusele sai vastata mitme valikvastusega.

Riikide reisijatevedudest Raudteel jälgiti kõige enam Eesti reisijateveo infot (12,3%), järgnes Venemaa (9,2%), Läti (4,6%) ja Leedu (3,1%). Ära mainiti ka Poola, mis kogus ühe vastuse. Ka riikidevaheline reisijate- ja kaubaveoinfo võrdlus näitab, et kaubaveo kohta raudteel tuntakse selgelt rohkem huvi. Küsimusele sai vastata mitme valikvastusega.

Kas jälgite Eesti raudteeveo ekspordi mahte?

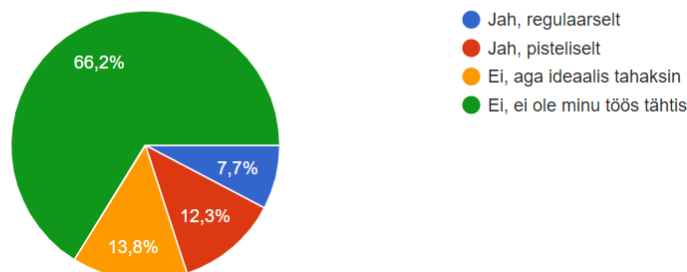
65 vastust



Joonis 10. Allikas: Autori koostatud

Kas jälgite Eesti raudteeveo impordi mahte?

65 vastust



Joonis 11. Allikas: Autori koostatud

#### 4.3.4 Maanteevedu

Maanteevedu eristus oma näitajatega teistest kõige enam. Maanteeveo ekspordimahtusid ei jälginud vaid 30,5% vastajatest (vt Joonis 12) ja vastavaid impordi mahtusid 29,2% (vt Joonis 13). Regulaarselt jälgis ekspordi mahte 27,2% ja impordi mahte 24,6% vastajatest. Pisteliselt jälgis ekspordi mahtusid 29,2% vastajatest ja impordi mahtusid 36,9% vastajatest. Liites regulaarselt ja pisteliselt jälgijatele need, kes tahaksid mahte jälgida, tuleb välja, et maanteeveo ekspordi mahtuda vastu tunneb huvi lausa 69,2% vastajatest ning impordi mahtude vastu 70,8% vastajatest. Sellised tulemused näitavad selgelt, et huvi maanteeveo vastu on spetsialistidel väga suur ning maanteeveo kohta võiks uues digitaliseeritud infolehes senisest veelgi rohkem ja täpsemaid statistilisi andmeid

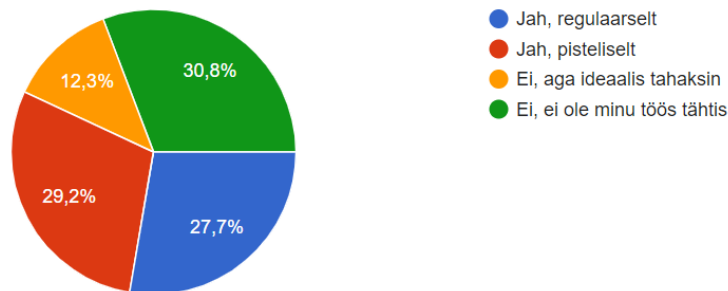
kajastada. Reaalajas kaubaveo mahud huvitaksid 55,4% vastajatest ning reisijateveo mahud 29,2% vastajatest. Selgub, et kaubaveod huvitavad spetsialiste tunduvalt rohkem kui reisijateveod. Samas on teistest veoliikidest tulemus osaliselt põhjendatav sellega, et 35,4% vastajatest märkis tegevusvaldkonnaks kaubaveo maanteel. Samas on maanteevedu Eesti ettevõtete seas kindlasti populaarsem kui lennu-, raudtee- ja merevedu.

Kaubavedudest maanteel jälgiti kõige rohkem infot Eesti kohta (55,4%), järgnesid Läti (27,7%), Soome (24,6%), Rootsi (23,1%), Leedu (21,5%), Poola (20%) ja Saksamaa (18,5%). Lisaks märgiti ära Norra, Taani, Belgia, Holland, Inglismaa, Itaalia ja Prantsusmaa. Küsimusele sai vastata mitme valikvastusega, mistõttu on protsentide koguarv suurem kui 100%.

Reisijateveo poolest tunti kõige enam huvi Eesti vastu (29,2%), järgnesid Soome ja Läti (kumbki 10,8%), Leedu (9,2%), Rootsi ja Poola (kumbki 7,7%) ning järgnesid Venemaa ja Saksamaa (kumbki 3,1%). Ära mainiti ka Norra ja Taani. Küsimusele sai vastata mitme valikvastusega, ehk vastuseid oli rohkem kui vastajaid.

### Kas jälgite Eesti maanteeveo ekspordi mahte?

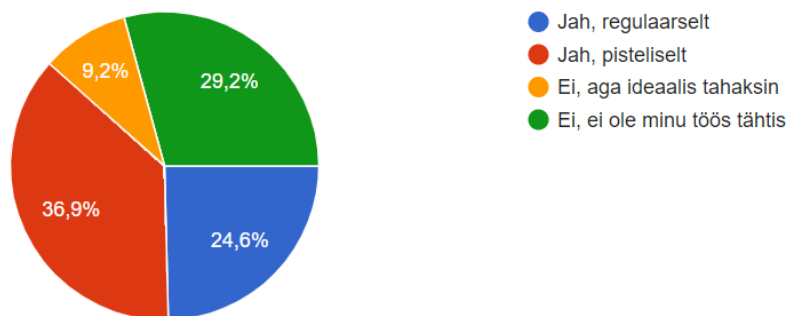
65 vastust



Joonis 12. Allikas: Autori koostatud

## Kas jälgite Eesti maanteeveo impordi mahte?

65 vastust



Joonis 13. Allikas: Autori koostatud

### 4.4 Äripäeva teemaveebi Logistikauudised.ee sisu analüüs

Küsimused, mis analüüsisid uudisteportaali sisu olid inspireeritud praegustest uudistest. Vastajatelt küsiti kuivõrd pakuvad neile uudiste teemana huvi Rail Baltica, elektroonsed saatedokumendid, Eesti ja välismaa logistikaga seotud idufirmad ehk *start-up'id*, internetikaubandus, -turundus, elektrisõidukid, isejuhtuvad sõidukid, pakiveorobotid ja -dronid, infosüsteemid logistikas ning plokiahela tehnoloogiad.

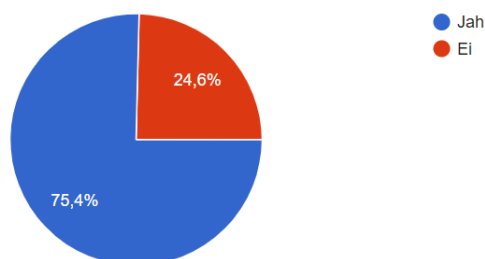
Vastajad said uudisteteemasid hinnata viie palli skaalal. Autor arvestas, et inimeste jaoks on teema väga huvitav siis, kui hinded 5 ja 4 moodustasid kokku üle 50% vastustest. Selgus, et kõik peale kahe teema huvitasid lugejaid suurel määral. Rail Baltica puhul moodustasid hinded 4 ja 5 kokku 64,6% vastustest, elektroonsete saatedokumentide puhul 63,1%, välismaa logistikaga seotud idufirmade puhul 70,7%, Eesti logistikaga seotud idufirmade puhul 78,5%, internetikaubanduse puhul 63,1%, logistika internetiturunduse puhul 53,9%, elektrisõidukite puhul 53,8%, isejuhtivate sõidukite puhul 46,2%, pakiveorobotite ja -dronide puhul 58,5%, logistika infosüsteemide puhul 66,2% ja plokiahela tehnoloogiate puhul 47,7%. Vaid isejuhtivad sõidukid ning plokiahela tehnoloogiad ei olnud inimeste arvates väga huvitavad, kuid ei jäänud siiski teistele teemadele oluliselt alla. Seega võib järeldada, et inimesed on äärmiselt huvitatud kaasaegsetest tehnoloogiatest ning praeguse teemaveebi sisust. Samuti on võimalik tulemuste põhjal väita, et inimesed sooviksid rohkem eralaseid uudiseid tarbida ning innovaatilised teemad pakuvad huvi.

Lisaks eelnevale oli küsimustikus võimalik vabas vormis kirjutada, mida lugeda soovitakse. Selgelt tuli välja neli teemat, mis inimesi kõige rohkem huvitavad. Esiteks huvitab inimesi väga just logistika infrastruktuuri, seadusandluse, eelnõude ja regulatsioonidega seonduv Eestis ja lähiriikides. Toodi välja, et seadusandluse muutumise kohta soovitakse lugeda ennetavalt. Näiteks autoveo puhul mainiti ära kindlustused, kauba deklareerimisprotsessid, plaanitavad muudatused autoveo õigusaktides, muutused töö- ja puhkeaegades vedajatele Euroopas, teemaksud järgmise 5 aasta jooksul, üleminek paberivabale transpordile. Samuti mainiti ära huvi teetööde info vastu. Teiseks selgus, et inimesi huvitab teistest teemadest enam paki- ja kullerveo teenustega seonduv. Kolmandaks mainiti korduvalt, et soovitakse lugeda teiste inimeste kogemuslugusid. Mainiti, et soovitakse lugeda ka põrujatest, mitte ainult nendest, kellel hästi läheb. Lisaks sooviti teada, kes täidavad ettevõtetes logistikaga seotud positsioone ning mis on nende väljakutsed. Neljandaks toodi korduvalt välja kõik innovatsiooniga seotud teemad, üheks neist oli näiteks plastikust raudteevagunid Ameerikas. Ülejäänud, vähem populaarsematest vastustest selgus, et rohkem soovitakse lugeda uute veohindade, turuanalüüside, tarneahela ja ostujuhtimise, tehnika ja palkade kohta.

Seejärel uuriti, kas vastajate arvates oleks mõtet Äripäeva Logistikauudised.ee leheküljel kuvada Eesti ning naaberriikide reaalarajas kütusehindu. Lausa 75,4% vastajatest arvas, et see oleks neile kasulik (vt Joonis 14). Muuhulgas küsiti, kas vastajaid huvitaks eeldatava tellimusveo hinna arvutamise võimalus vedajate lõikes (vt Joonis 15). 76,9% vastajatest pidas antud funktsiooni vajalikuks. Need vastused annavad kindlust, et mõlema funktsiooni vastu on väga suur huvi ning Äripäeval tasub kindlasti need ellu viia.

Kas Teile oleks kasulik Eesti ning naaberriikide reaalarajas kütusehindade kuvamine veebis?

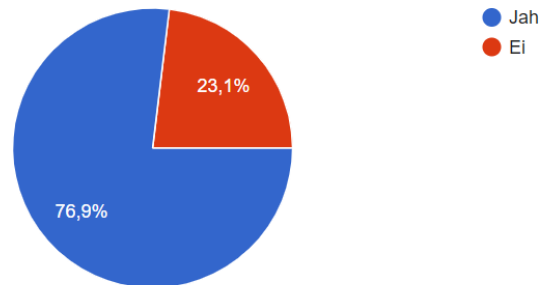
65 vastust



Joonis 14. Allikas: Autori koostatud

Kas Teile oleks kasulik eeldatava tellimusveo hinna arvutamise võimalus erinevate vedajate lõikes?

65 vastust



Joonis 15. Allikas: Autori koostatud

Järgnevalt uuriti Äripäeva Logistikauudised.ee lehel olevat tööriistakasti, kus on võimalik mahukaalusid arvestada, ühikuid ja valuutakursse teisendada. Nimelt küsiti vastajatelt millised internetipõhise teisendamise funktsioonid oleksid neile kasulikud. Küsimustikule sai vastata mitme valikvastusega, mistõttu on vastuste protsentide koguarv suurem kui 100%. 55,4% vastustest väitis, et vajati mahukaalude arvestamise võimalust, 46,2% väitis, et vajati valuutakursside arvestamise võimalust ning 49,2% väitis, et vajati kütusekulu arvutamise võimalust. 3% vastustest tõi välja, et vajavad Rahvusvahelise Valuutafondi arvestusühiku SDR reaalses teisendamise võimalust ning 29,2% arvas, et nad ei vaja üldse eelnimetatud teisendamisfunktsioone. Seega on tööriistakast Logistikauudised.ee lehel vägagi vajalik abimees. Küsimustikus oli ka vabavastusega küsimus, mis uuris, milliseid kalkulaatoreid ja teisendamisvõimalusi vastajad lisaks eelnevale kasutavad ning millistest allikatest neid leiavad. Vastustest selgus, et kasutati peamiselt otsingumootorit Google. Ära mainiti ka veebilehekülgi kalkukaator.ee. Ka siin vastuses märgiti ära SDR-i kasutamine. Muid teisendamisvõimalusi võrreldes juba ülal välja tooduga ei nimetatud.

## 4.5 Intervjuu analüüs

Intervjuu käigus selgus, et Logistikauudised.ee portaalis kajastatakse välismaal toimuvat siis, kui see on kuidagi seotud kohalike ettevõtjatega. Teemasid, mis kuidagi Eestiga seotud ei ole, puudutatakse harva. Välisuudistest kajastatakse kindlasti Euroopa seadusandlusega seonduvaid teemasid, näiteks Saksamaal kehtestatud teemaksud. Kuna teemaveebi üldine eesmärk on aidata

teha Eesti juhtidel paremaid otsuseid, siis üritatakse ka kajastada uudiseid, mis on neile otseselt kasulikud.

Tööstusuudised.ee juht Harro Puusild, kes kuulub ka logistikauudiste meeskonda kinnitas, et alati on teemasid millest kirjutada rohkem kui aega, seetõttu tuleb teha valik. Tõnu Tramm usub siiski, et sagedasem välisuudiste kajastamine oleks kindlasti kasulik ja nõustub, et neid võiks olla rohkem. Ta täpsustab, et umbes kaheksakümmend protsenti kogu ajast hõivavad muud tegevused peale uudiste kirjutamise teemaveebi. Nendeks on konverentside korraldamine, raadiosaated, veebiseminarid ja muu taoline, mis tema vastutusalasse kuuluvad. Seetõttu on logistikauudiste teemaveeb vaid üks väljund paljude seast ning ajanappuse tõttu ei ole võimalik kajastada kõike, mida sooviks. Samas võib väita, et uudisteportaalid on Äripäeva vundamendiks ning üritused, sündmused, koolitused, paberväljaanded, konkurentsiraportid ning raadio on kõik selle lisad.

Postimehe tasulise sisu ees on Logistikauudised.ee premium-sisu eelis Tõnu Tramm arvates selles, et antakse välja infolehte „Transport ja logistika“, pikemad lood ja väljaantav erileht. Postimees on üldine majandusuudiste allikas, kuid nemad üritavad olla spetsiifilised logistikauudiste kajastajad. Tõnu Tramm lisab, et osaliselt uudised Postimehega küll kattuvad, kuid see tuleneb sellest, et olulisemaid uudiseid kajastatakse siiski kõikides portaalides ja kattumist vältida pole võimalik. Omavahel on uudisteportaalid kokku leppinud tingimused, millal võib üksteise uudiseid kasutada. Heaks tavaks loetakse teise allika artiklist viie lause kajastamist, millele järgneb uudisele viitav link. Harro Puusild lisab, et kuigi uudised kattuvad, ei võeta logistikauudistesse kunagi näiteks tööstusuudist või muud uudist, mis kuidagi logistikavaldkonnaga seotud ei ole. Nad kajastavad ka äriregistris toimunud suuremaid muudatusi, sealhulgas juhtide vahetusi. Tõnu Tramm usub, et Äripäev suudab sammu pidada teiste ajalehtedega uudiste kajastamise kiiruses, sest uudiste ja pressiteadete monitoorimine käib pidevalt. Logistikauudised.ee teemaveebi siseselt korduvad uudised seetõttu, et üks uudis kuulub tavaliselt vähemalt kolme erinevasse valdkonda.

Uurides Logistikauudised.ee portaali kohta märkas autor, et portaalil Pilguheit.ee kattusid mitmed uudised Logistikauudised.ee portaaliga, mistõttu otsustas selle kohta logistikauudiste juhilt küsida. Selgus, et Pilguheit.ee on lehekülj, mis tegeleb uudiste monitoorimisega ning nad on liidestanud end mitmete veebidega. See tähendab, et ise nad uudiseid ei tooda, uudiste kajastamine toimub seal automaatselt. Tõnu Tramm ja Harro Puusild usuvad, et neid kahte veebi ei saa omavahel

võrrelda, kuna Pilguheit.ee ei tegele originaal uudiste tootmisega ning kajastavad kõike, mida vähegi kajastada saavad. Samuti ei ole nad spetsialiseerunud ühelegi konkreetsele valdkonnale.

Selgus, et Logistikauudised.ee peamine eesmärk on logistikauudiste kokku kogumine ning nende tootmine, sest sisuliselt pool mahust toodetakse ise. Tõnu Tramm väidab, et nad on ainsad logistikauudiste tootjad Eestis. Äriliselt olulise info ning päevakajaliste uudiste kajastamine on peamised, mida nad oma segmendile pakkuda soovivad. Teise peaesmärgina toob Tõnu Tramm välja asjaolu, et tahetakse olla juhtiv Eesti logistikakompetentsi keskus, uudisteportaal on siinkohal jällegi vaid üks väljund paljudest. Teised väljundid on konverentsid, koolitused, seminarid ja muu taoline. Peamiseks sihtgrupiks on aga logistikavaldkonna juhid ja otsustajad.

Premium-sisu tellijate hulk on hetkel umbes saja ringis. Tõnu Tramm ütleb, et nad püüavad pidevalt pakkuda klientidele lisaväärtust, et tellijaid juurde saada. Ta toob välja konverentse ning ettekandeid, mida nad kajastavad nii teksti kui videoformaadis. Näiteks konverentse saab tagantjärgi kuulata. Harro Puusild lisas, et info hulk, mida sündmuste raames juurde tekib, on meeletu ning põhiküsimus on kogu selle info pakendamine ning huvitaval ja kättesaadaval viisil lugejani toomine. Seetõttu soovitaksegi kaotada paberkandjal infoleht „Transport ja logistika“ ning tuua see kättesaadavamal, digitaliseeritud kujul tarbijateni. See hõlmab ideaalis ka andmete reaajas kuvamist.

Arvamuse rubriiki soovib Tõnu Tramm teha tihemini postitusi, kuid nendib, et valdkonna spetsialistid ei ole alati kõige hakkajamad kirjanikud, mistõttu on raske saada arvamusi ja spetsialiste ei ole alati lihtne arvamust avaldama saada.

Autor märkas, et tööriistakast, mida töös uuritakse, oli uudisteportaalist maha võetud ning uuris logistikauudiste juhilt miks. Tõnu Tramm vastas, et naistepäeval mindi üle uuele platvormile ning tööriistakasti oli vaja uuendada. Päev peale intervjuud oli kast taas omal kohal.

Ühel artiklil, mis kajastab Äripäeva Pärnu tarneaahelakonverentsi (vt Lisa 1), puudus tekstiline sisu, mistõttu uuris autor seda intervjuu käigus lähemalt. Harro Puusild kommenteeris, et uudis oli mõeldud galeriina ning sündmust kajastavad uudised ilmuvad ilmuvad galeriidest eraldi. Küllastajatele meeldib vaadata pilte toimunud sündmustest, mida tekstiga ei koormata. Põhjalikud käsitlused konverentsidest pannakse kord kuus ilmuvasse erilehte ning pärast seda veebi. Kõiki teemasid uudiseks ei tehta, valik tehakse ettekande ning selle sisu põhjal. Laialdaselt ei kajastata



just väga spetsiifilisi teemasid, mis puudutavad väikest osa lugejaskonnast. Harro Puusild tõi vastavaks näiteks teemad, mis puudutavad soojustagastust.

Kaubavedusid puudutavaid teemasid, mis puudutavad Eesti ekspediitoreid võiks olla samuti rohkem. Samas nendib Tõnu Tramm, et ekspediitorid teavad oma valdkonnast alati rohkem kui Äripäeva ajakirjanikud, sest neil on oma allikad, kust infot saadakse. Samas tuleb vestluse käigus välja, et igal ekspediitoril on oma kindel partnerite ring ning temani jõudev uudisvoog ei ole alati ammendav ning täielik. Harro Puusild nõustub autoriga, et logistikauudiste lugejaid huvitabki väga spetsiifiline logistikaalane info, mis puudutab näiteks ülemaailmseid veondusettevõtteid. Seetõttu võiksid ka suured pankrotid, laevaõnnetused ja muu taoline Logistikauudised.ee lehel rohkem kajastust leida. Tõnu Tramm ja Harro Puusild nõustuvad, et juhul, kui mitukümmend suurt konteineritait kaupa muutub laevaõnnetuse tõttu kasutuskõlbmatuks, mõjutab see ka Eesti majandust, mistõttu on oluline kajastada suuremaid välisuudiseid suurtest ettevõtetest nagu Lufthansa ja Moller-Maersk praegusest enam. Seda saab teha Twitteri või Linked-in vahendusel, mis annaks Logistikauudised.ee portaalile eelise. Tõnu Tramm ütleb, et suuremaid veondusettevõtteid jälgib ta Twitteris praegu.

Selgub, et sisuturunduse artikleid loetakse palju. Kui artikkel on hästi välja mõeldud ja sisu on huvitav loetakse seda palju. Trendid näitavad, et sisuturunduse artiklid ja erilahendused on järjest üha populaarsemad ning sageli on just sisuturunduse artikkel olnud nädala loetuim lugu. Traditsioonilise bannerireklaami vastu tuntakse üha vähem huvi, sest ettevõtted soovivad personaalsemat lähenemist.

Konkurentsiraportite kohta nendib Tõnu Tramm, et kuna majandusaasta aruanded esitatakse juuni lõpuks ning mõnel juhul hiljemgi, näiteks septembris, siis seetõttu ei ole võimalik koostada konkurentsiraporteid operatiivsemalt ja tihemini, et lugejale rohkem väärtust pakkuda. Samas on sellest aastast juba olemas ka kvartaliraportid, mis näitavad ettevõtete tulemusi kvartaalselt. Ta lisab, et konkurentsiraport on premium-sisu tellijale mõeldud kui lisandväärtus. Logistikasektoris muutuvad teemaksud ja seadusandlus kiirelt ja ettevõtted lähevad ka kiirelt pankrotti, kuid konkurentsiraporteid ei saa sellegipoolest tihedamini välja anda. Harro Puusild lisab, et sellegipoolest ei hakka suure tõenäosusega ettevõtted ise pingeridasid koostama ning antud raport on juhi laual suur abimees. Ta nendib, et statistikaameti andmetega võrreldes ühtivad mõned andmed, kuid konkurentsiraportitel on ka välja toodud peatükid ning nüansid, mida statistikaameti

kodulehelt ei leia. Näiteks on Äripäeva konkurentsiraportis toodud välja palgapingerida ettevõtete alusel, mitte ametikohtade alusel.

Autori pakutud idee kohta teha Logistikauudised.ee ajalehele vorm, kus ettevõtted saaksid oma logistikaga seonduvaid probleeme kirjeldada ja eksperdid neile vastata, ütles Harro Puusild, et taoline vorm on Äripäeva erialase teabevara infoplatvormil juba olemas, kuid seda on praegu pakutud tasulise teenusena teabevara tellijatele. Seda seetõttu, et tasulise teenuse tarbijad mõtlevad küsimusi paremini läbi ning tekivad sisukad arutelud. Tõnu Tramm lisab, et temal on kogemus, kus inimesed autoteemalises uudisteportaalis küsimusi küsida, kuid sinna kogunesid läbimõtle mata ning sisutühjad küsimused. Teemasid, mis võiksid laiemale ringile huvi pakkuda kirjutatakse ümber ka uudiseks.

Peamiselt tuli intervjuu käigus välja, et kajastust võiksid leida rohkem välisuudised, kaubavedusid puudutavad uudised, sisuturundus ja arvamused. Uudiseid võiks kirjutada tihemini, et meelitada rohkem lugejaid. Samuti selgus, et Logistikauudised.ee lugejale on mõistlik pakkuda väga spetsiifilist logistikaalast infot, sest sihtgrupiks on valdkonna asjatundjad ning see on ka uudisteportaali trumbiks teiste portaalide ees.

## KOKKUVÕTE

Antud töö teemaks oli logistikateemalise ajakirjanduse tarbimispraktikate ning sellele seatud ootuste selgitamine Äripäeva uudisteportaali Logistikauudised.ee näitel. Uurimisprobleemiks oli see, et tänapäeva erialatemaatiline ajakirjandus peab käima jaga kaasas ja vastama tarbija nõuetele ning ootustele, mistõttu uuriti teemaveebi Logistikauudised.ee lähemalt.

Töö eesmärk oli selgitada millised uudised lugejaid huvitavad, mis meelitaks spetsialiste premium-sisu tellima, kust logistikateemalist ajakirjandust ja andmeid tarbitakse, milliseid teisendamisi ja -arvestamisvõimalusi vajatakse, milliseid andmeid vajatakse premium-sisu hulka kuuluvast infolehest „Transport ja logistika“ ning logistikateemalistest konkurentsiraportitest. Veel oli vajalik selgitada kas lugejaid huvitaks reaalses kütusehindade kuvamine Eesti ning naaberriikide lõikes ja kas lugejatele oleks kasulik eeldava veohinna arvutamise võimalus erinevate vedajate lõikes. Kogu see info aitab kaasa Äripäeva uudisteportaali Logistikauudised.ee paremaks muutmisele ning praeguse paberandjal infolehe „Transport ja logistika“ digitaliseerimisele. Parema ülevaate saamiseks ja soovitude tegemiseks oli vaja selgitada millele keskendub Logistikauudised.ee meeskond praegu ning kuidas toimib hetkeseisuga töökorraldus.

Andmete kogumiseks viis autor läbi süvaintervjuu Logistikauudised.ee juhi ning Tööstusuudised.ee juhiga, kes mõlemad haldavad Logistikauudised.ee portaali. Lisaks viis autor läbi küsimustiku logistikaalal töötavate juhtide, ettevõtjate ning spetsialistide seas. Küsimustikule vastas 65 inimest, kõigi vastused olid analüüsikõlblikud. Samuti töötas autor läbi teoreetilise tausta.

Tulemustest selgus, et reaalses kütusehindade kuvamine ning eeldatava veohinna arvutamise võimalus erinevate vedajate lõikes pakub vastajatele suurt huvi. Lisaks selgus, et spetsialistid ei ole premium-sisu tellinud kalli hinna tõttu. Intervjuu käigus aga selgus, et sisuturunduse artiklid huvitavad lugejaid väga ning ettevõtete poolt on sellistele artiklitele suur nõudlus võrreldes tavalise bannerireklaamiga, mistõttu tegi autor ettepaneku, et sisuturunduse osakaalu võiks senisest enam suurendada ja selle arvelt saaks alandada premium-sisu hinda, mis omakorda meelitaks lugema rohkem inimesi. Peale selle selgus intervjuu käigus, et kajastada võiks rohkem välismaa uudiseid, mis ka Eesti ettevõtjatele korda lähevad. Lisaks sellele selgus, et Äripäeva tööriistakast, Logistikauudised.ee uudiste sisu ja infolehe „Transport ja logistika“ sisu vastavad tarbijate ootustele. Selgus, et inimesed on väga huvitatud tänapäeva arengusuundadest,

mistõttu erialaseid uudiseid võiks olla kindlasti rohkem kui praegu. Eriti suur oli huvi arvamus- ja kogemuslugude, seadusandluse ning seadusemuudatuste, logistikaalase innovatsiooni ja pakini- ning kullerveo teenuste vastu. Veel tuli välja, et võrreldes teiste veoliikidega huvitab tarbijaid kõige enam statistiline info maanteetranspordi mahtude kohta. Lisaks tehti ettepanek, et teemaveebis võiks olla saadetiste jälgimise võimalus ning viide andmebaasidele, kus saab osta ja müüa vaba ruumi sõidukis, et saadetisi transportida. Konkurentsiraportitest huvitas lugejaid kõige enam palgakonkurents. Sellele järgnesid vastamispopulaarsuse poolest töjõukonkurents ning majandustulemuste konkurents.

Kõigile uurimisküsimustele saadi vastused ning bakalaureusetöö täitis oma eesmärgi. Välja toodi ettepanekud premium-sisu tellitavuse ja uudisteportaali parandamiseks ning saadi teada, mis huvitab lugejaid konkurentsiraportite puhul kõige enam. Lisaks saadi kindlus, et praegune Logistikauudised.ee portaali sisu on lugejatele sobiv, infolehe sisu ei ole ajast maha jäänud ja uued parandusettepanekud võetakse spetsialistide poolt hästi vastu.

## SUMMARY

The topic of this bachelor thesis is to examine the consumerism of the logistics news site Logistikuudised.ee and readers expectations to it. The problem, which the work examines, is that logistics related news and information must always be up to date and meet the expectations and needs of the consumer, therefore the site Logistikauudised.ee is examined closely.

The purpose of this work is to examine which news interest consumers the most and what would attract specialists, leaders and entrepreneurs to order premium content, which is available for a monthly fee. Another purposes are to examine where the specialists get their logistics related statistical data, which logistics related information they consume and which data conversion methods they use. In addition, it is necessary to clarify which data from the magazine „Transport ja logistika“ and competition reports is useful to specialists. The magazine and competition report are both part of the premium content. Furthermore, the paper examines whether readers would be interested in real time gas prices and opportunity to calculate transportation cost for various carriers on the news site. All the mentioned information will be used to develop the logistics news site Logistikauudised.ee and to digitalise the magazine „Transport ja logistika“ which is currently available on paper. To get a better overview of the news site and to make better recommendations it is necessary to understand the focus of the logistics news team and their current work organization.

For data collection the author interviewed the head of logistics news and the head of production news, because they both manage the news site. In addition, the author did a survey among logistics field leaders, specialists and entrepreneurs. 65 persons answered the survey and all the answers were suitable for the analysis. Furthermore, the author worked through theoretical background.

The results showed that readers are very interested to see in real time gas prices and the opportunity to calculate transportation prices among different carriers on the news site. The specialists have not ordered premium content because of the expensive price. The author suggested the following solution to the problem. During the interview it became clear that the interest for content marketing is rising among companies and readers are more than happy to read that kind of content. So the author made a proposal to lower the price of premium content and to increase the amount of content marketing. That way the premium content would receive more orders. The fact that the team should write more about foreign news that may be connected to or interest Estonian

companies became also clear during the interview. The results also showed that the current data conversion methods, the content of the news topics and the magazine meet the consumers expectations. People are very interested in today's modern trends, therefore there should be even more news which focus on logistics. People were interested the most about opinion stories, legislation, innovation, package and courier transportation. The results also clarified that compared to other transportation methods, the specialists are interested the most in the statistical info about road transportation. Additional two proposals were made. The first one was that there should be a package tracking possibility on the website. Another one was that there should be links to the online databases where people can sell and buy space on a vehicle to transport their packages. Among competition reports, the most interesting topic was salary competition followed by labour competition and economic results competition.

The bachelors thesis fulfilled its purpose, solutions to improve premium content orders and the news portal were suggested and it was clarified, what interests specialists. It was assured that the news site and its premium content is up to date and the improvement suggestions are welcomed by the specialists.

## VIIDATUD ALLIKAD

Beynon-Davies, P., Wang, Y., Han, J. H. (2019) Understanding blockchain technology for future supply chains: a systematic literature review and research agenda – *Supply Chain Management*, Vol.24, Issue 1, 62-84.

Chen, D. Q., Preston D. S., Swink, M. (2015). How the Usage Of Big Data Analytics Affects Value Creation in Supply Chain Management – *Journal of Management Information Systems*, No. 32:4, 4-39.

Eesti Ajalehtede Liidu kodulehekül. *Mis on EALL?* Kättesaadav: [http://www.eall.ee/mis\\_on.html](http://www.eall.ee/mis_on.html), 24. märts 2019.

Erceg, A., Sekuloska, J. D. (2019). E-Logistics and E-SCM: How to Increase Competitiveness – *LogForum*, Vol.15, Issue 1, 155-169.

Fer, S. (2016). Journalists and Politicians, Communication in a Democratic Climate or Mutual Control? – *Annals of University of Oradea, Series: International Relations & European Studies is the property of Institute for Euroregional Studies Oradea-Debrecen*, Issue 8, 125-133.

Fosso Wamba S., Gunasekaran, A., Papadopoulos, T. (2018) Big Data Analytics in Logistics and Supply Chain Management. – *International Journal of Logistics Management*, Vol. 29, Issue 2, 478-484.

Govindan, K. (2018). Big Data Analytics and Application for Logistics and Supply Chain Management – *Transportation Research: Part E*, Vol. 14, 343-349.

Hazen, B. T., Boone, C. A., Ezell, J. D., Jones-Farmer, L. A. (2014) Data Quality for Data Science, Predictive Analytics, and Big Data in Supply Chain Management: An Introduction to the Problem and Suggestions for Research and Applications – *Int. J. Production Economics*, No.154, 72-80.

Hossain, M. D., Aucoin J. (2018). The Ethics of Care as a Universal Framework for Global Journalism – *Journal of Media Ethics*, No. 33:4, 198-21.

- Johnson, E. (2018). Blockchain: Shaking up Logistics. – *Logistics & Transport Focus*, Vol. 20, Issue 6, 46-46.
- Kim, Y. (2017). Between Facts and Norms: Journalism and Global Ethics – *Journal of International Affairs*, Vol. 70, Issue 2, 163-174.
- Kraun, M. (2018). *Jinping: plokiahela tehnoloogia on „läbimurdeline“*. Kättesaadav: <https://www.aripaev.ee/borsiuudised/2018/05/30/jinping-plokiahela-tehnoloogia-on-labimurdeline>, 24. märts 2019.
- Lai, Y., Sun, H., Ren, J. (2018). Understanding the Determinants of Big Data Analytics (BDA) Adoption in Logistics and Supply Chain Management: An Empirical Investigation – *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 29, Issue 2, 676-703.
- Mayer-Schönberger, V., Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think* – *New York, NY: Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt*.
- McKenzie, J.,(2018). *Why Blockchain Won't Fix FoodSafety – yet*. Kättesaadav: <https://newfoodeconomy.org/blockchain-food-traceability-walmart-ibm/>, 20 Märts 2018.
- Neveu, E. (2014). Revisiting Narrative Journalism as One of The Futures of Journalism. – *Journalism Studies*, No. 15:5, 533-542.
- Queiroz, M. M., Telles, R. (2018) – Big Data Analytics in Supply Chain and Logistics: An empirical approach; *International Journal of Logistics Management*, Vol.29. Issue 2, 767-783
- Rajavee, A. (2016). Hea ajakirjanduspraktika järgimine ajakirjanduspreemiale nomineeritud ajakirjanike poolt aastatel 2005 kuni 2015. (Lõputöö). TÜ Ühiskonnateaduste instituut. Tartu.
- Saberi, S., Kouhizadeh, M., Sarkis J., Shen, L. (2019) Blockchain Technology and its Relationships to Sustainable Supply Chain Management – *International Journal of Production Research*, Vol. 57, Issue 7, 2117-2135.



Sadouskaya, K. (2017). Adoption of Blockchain Technology in Supply Chain and Logistics. (Bachelor's Thesis). Business Logistics. Finland.

Slaughter, P. (2018). Blockchain: Shiny New Toy or Game Changer? – *Furniture/Today*, Vol. 42, Issue 27, 14-15.

Tellimine.ee perioodika tellimiskeskus. Äripäev. Kättesaadav: <https://tellimine.ee/est/ajalehed/aripaev> , 24. märts 2019.

Tramm, T., Puusild, H., Logistikauudised.ee juht. Tööstusuudised.ee juht. Autori intervjuu. Helisalvestis. Tallinn. 17.aprill 2019.

Waller, M. A., Fawcett, S. E. (2013) Click Here For a Data Scientist: Big Data, Predictive Analytics, and Theory Development in the Era of a Maker Movement Supply Chain – *Journal of Business Logistics*, Vol. 34, Issue 4, 249-252.

Waller, M. A., Fawcett, S. E. (2013). Data Science, Predictive Analytics, and Big Data: A Revolution That Will Transform Supply Chain Design and Management – *Journal of Business Logistics*, 34 (2), 77-84.

Wang, G., Gunasekaran, A. (2016). Big Data Analytics in Logistics and Supply Chain Management: Certain investigations for research and Applications – *International Journal of Production Economics*, Vol 176, 98-110.

Wang, Y., Singgih M., Wang, J., Rit, M. (2019). Making Sense of Blockchain Technology: How Will it Transform Supply Chains? – *International Journal of Production Economics*, Vol. 211, 221-236.

Äripäeva kodulehekülg. *Firmast*. Kättesaadav: <http://firma.aripaev.ee/firmast/> , 24. märts 2019.

Äripäeva 2017. majandusaasta aruanne. Kättesaadav: [http://firma.aripaev.ee/wp-content/uploads/2016/10/Aruanne\\_%C3%84rip%C3%A4ev\\_2017.pdf](http://firma.aripaev.ee/wp-content/uploads/2016/10/Aruanne_%C3%84rip%C3%A4ev_2017.pdf) , 24. märts 2019.

# LISAD

## Lisa 1. Intervjuu küsimused Logistikauudised.ee meeskonnaga

1. Kas ja kui palju võrreldes Eestis toimuvaga kajastate portaalis Logistikauudised.ee välismaal toimuvat?
2. Kui ei kajasta, siis miks?
3. Kas olete mõelnud kajastada rohkem ka välismaa uudiseid?
4. Mis on artiklite tasulise Premium-sisu eelis Postimehe tasulise sisu ees?
5. Kas usute, et portaal Logistikauudised.ee jõuab uudiste kajastamise kiiruse poolest sammu pidada teiste suuremate ajalehtedega?
6. Mis uudisteveeb on Pilguheit.ee?
7. Mis on logistikauudiste eelis Pilguheit.ee ees?
8. Mille poolest on Logistikauudised.ee teemaveeb eristuv ülejäänud ajakirjandusest ja kas logistikauudised.ee peamine eesmärk on koguda logistikauudiseid kokku?
9. Kui palju on praegusel hetkel premium-sisu tellijaid?
10. Kas olete mõelnud teha postitusi tihemini, näiteks arvamuse rubriiki kord nädalas?
11. Kas uudiseid dubleeritakse logistikauudised.ee keskkonna siseselt alateemade vahel sageli?
12. Kui jah siis miks?
13. Kes on Logistikauudised.ee peamine sihtgrupp?
14. Millal tuleb tagasi konverteritega tööriistakast, mis oli varasemalt logistikauudised.ee avalehel?
15. Äripäeva konverentsid – kas antud artiklis võiks olla konverentsi sisukirjeldus ning peamised märksõnad? Artikkel leitav: <https://www.logistikauudised.ee/uudised/2019/03/25/suur-galerii-pannu-tarneahelakonverents>
16. Eesti mereveokorraldajad tegelevad igapäevaselt enamasti aasiast liikuva kaubaga. Hetkel on mereveoga seotud uudised pigem lähiriikidega seotud. Kas olete mõelnud kajastada rohkem välisturul toimuvat?
17. Hetkel jäävad õhustranspordi alajaotuses silma peamiselt uudised Balti riikide kohta. Kas olete mõelnud kajastada õhustranspordi alajaotuses kajastada rohkem välisturul toimuvat?
18. Kui palju loetakse sisuturunduse artikleid võrreldes ülejäänud artiklitega?

19. Transpordivaldkond on väga kiirelt muutuv valdkond ning sõltub palju välistest faktoritest nagu seadusandlus. Kui suurt väärtust näete aastal 2019 transpordi konkurentsiraportil, mis on väljastatud 2017. aasta kohta?

20. Ajalehes Inbound Logistics on olemas vorm, kuhu ettevõtted saavad oma logistikaga seonduvaid probleeme kirjeldada ning logistikaekspertid neile vastata andes põhjalikku nõu ning pakuvad välja vastavaid lahendusi pakkuvaid logistikaettevõtteid. Kas usute et selline vorm leiaks kasutust ka logistikauudised.ee leheküljel?

## Lisa 2. Küsimustiku vorm

Kas olete kuulnud Äripäeva internetiportaalist Logistikauudised.ee? \*

- Jah
- Ei

Kui tihti külastate portaali Logistikauudised.ee? \*

- Iga päev
- Vähemalt kord nädalas
- Vähemalt kord kuus
- Vähemalt kord kahe kuu jooksul
- Vähemalt kord kolme kuu jooksul
- Harvem
- Ei ole kunagi külastanud

Kas olete Logistikauudised.ee lisanud järjehoidjasse (bookmark) brauseris? \*

- Jah
- Ei

Kas olete Äripäeva Logistikauudised.ee premium-sisu tellija? \*

- Jah
- Ei

Premium-sisu tellijad saavad ligipääsu kõigile artiklitele ja statistikale, mis eeldavad sisselogimist, ligipääsu infolehe Transport ja Logistika PDF-idele, ligipääsu Äripäeva koostatud transpordisektori edetabelitele; kord nädalas ilmuva [logistikauudised.ee](http://logistikauudised.ee) uudiskirja; infolehe Transport ja Logistika paberväljaande oma postkasti.

### Miks Te ei ole premium-sisu tellija? \*

- Ma ei ole täpselt kursis premium-sisus pakutavaga ja seetõttu pole seda ka tellinud
- Olen kursis premium-sisuga, kuid ei ole tellinud, sest sellel on kallis hind (kuutellimus km-ga 33.79 € ja aastatellimuse puhul hind kuus 29.07 €)
- Olen kursis premium-sisuga, kuid transpordisektori edetabelid ja statistika ei ole mulle vajalikud
- Olen kursis premium sisuga, kuid artiklite täispikk sisu, logistikauudiste uudiskiri ja Transport ja Logistika infoleht ei ole mulle vajalikud
- Muu: \_\_\_\_\_

### Mis võiks olla Teie arvates mõistlik Logistikauudised.ee premium-sisu kuutellimuse hind?

- Alla 15 euro
- 15-25 eurot
- 25-35 eurot (praegune hinnavahe)
- Üle 35 euro
- Ei oska öelda

### Mis võiks olla premium-sisus juures? (Kui arvate, et midagi ei pea olema juures kirjutage "midagi ei pea olema juures")

Teie vastus

---

### Kas jälgite Eesti lennueksporti mahte? \*

- Jah, regulaarselt
- Jah, pisteliselt
- Ei, aga ideaalis tahaksin
- Ei, ei ole minu töös tähtis

### Kas jälgite Eesti lennuimpordi mahte? \*

- Jah, regulaarselt
- Jah, pisteliselt
- Ei, aga ideaalis tahaksin
- Ei, ei ole minu töös tähtis

Milliste lennujaamade kaubavedude info on teile vajalik? (Kui valikus pole sobivaid lennujaamu, siis märkige lahtrisse "muu") \*

- Tallinna lennujaam
- Riia lennujaam
- Vilniuse lennujaam
- Frankfurdi lennujaam
- Helsingi Vantaa lennujaam
- Stockholmi Arlanda lennujaam
- Lennumaade kaubavedude info pole mulle äritegevuses vajalik
- Muu: \_\_\_\_\_

Palun märkige milliste lennujaamade lennureisijateveo infot äritegevuses jälgite? (Kui nimekirjas pole sobivaid lennujaamu, siis märkige lahtrisse "muu") \*

- Tallinna lennujaam
- Riia lennujaam
- Vilniuse lennujaam
- Frankfurdi lennujaam
- Helsingi Vantaa lennujaam
- Stockholmi Arlanda lennujaam
- Lennumaade lennureisijateveo maht pole mulle vajalik
- Muu: \_\_\_\_\_

Kas reaalajas info lennumaade kaubamahtude kohta oleks Teile kasulik? \*

- Jah
- Ei

Kas reaalajas info lennureisijateveo mahtude kohta oleks Teile kasulik? \*

- Jah
- Ei

Kas jälgite Eesti mereekspordi mahte? \*

- Jah, regulaarselt
- Jah, pisteliselt
- Ei, aga ideaalis tahaksin
- Ei, ei ole minu töös tähtis

Kas jälgite Eesti mereimpordi mahte? \*

- Jah, regulaarselt
- Jah, pisteliselt
- Ei, aga ideaalis tahaksin
- Ei, ei ole minu töös tähtis

Milliste riikide sadamate kaubavedude infot jälgite? (Kui valikus pole sobivaid riike, siis märkige lahtrisse "muu") \*

- Eesti
- Läti
- Leedu
- Hiina
- Venemaa
- Poola
- Sadamate kaubavedude info pole mulle äritegevuses vajalik
- Muu: \_\_\_\_\_

Milliste riikide sadamate reisijateveo infot jälgite? (Kui valikus pole sobivaid riike, siis palun märkige lahtrisse "muu") \*

- Eesti
- Läti
- Leedu
- Venemaa
- Hiina
- Poola
- Soome
- Rootsi
- Sadamate reisijateveo info pole mulle äritegevuses vajalik
- Muu: \_\_\_\_\_

Kas reaajas info sadamate kaubamahtude kohta oleks teile kasulik? \*

- Jah
- Ei

Kas reaajas info sadamate reisijateveo mahtude kohta oleks teile kasulik? \*

- Jah
- Ei

Kas jälgite Eesti raudteeveo ekspordi mahte? \*

- Jah, regulaarselt
- Jah, pisteliselt
- Ei, aga ideaalis tahaksin
- Ei, ei ole minu töös tähtis

Kas jälgite Eesti raudteeveo impordi mahte? \*

- Jah, regulaarselt
- Jah, pisteliselt
- Ei, aga ideaalis tahaksin
- Ei, ei ole minu töös tähtis

Milliste riikide kaubavedude infot raudteel jälgite? (Kui valikus pole sobivaid riike, siis palun nimetage lahtris "muu") \*

- Venemaa
- Läti
- Leedu
- Eesti
- Saksamaa
- Poola
- Raudteevadude info pole mulle äritegevuses vajalik
- Muu: \_\_\_\_\_

Milliste riikide reisijateveo infot raudteel jälgite? (Kui valikus pole sobivaid riike, siis palun nimetage lahtis "muu")

- Venemaa
- Läti
- Leedu
- Eesti
- Saksamaa
- Poola
- Reisijateveo info raudteel pole mulle äritegevuses vajalik
- Muu: \_\_\_\_\_



Kas reaajas info raudteevedude kaubaveomahtude kohta oleks  
Teile kasulik?

- Jah
- Ei

Kas reaajas info raudtee reisijateveo mahtude kohta oleks  
Teile kasulik?

- Jah
- Ei

Kas jälgite Eesti maanteeveo ekspordi mahte? \*

- Jah, regulaarselt
- Jah, pisteliselt
- Ei, aga ideaalis tahaksin
- Ei, ei ole minu töös tähtis

Kas jälgite Eesti maanteeveo impordi mahte? \*

- Jah, regulaarselt
- Jah, pisteliselt
- Ei, aga ideaalis tahaksin
- Ei, ei ole minu töös tähtis

Milliste riikide kaubaveo infot maanteel jälgite? (Kui valikus pole  
sobivaid riike, siis nimetage lahtris "muu") \*

- Eesti
- Läti
- Leedu
- Poola
- Soome
- Rootsi
- Venemaa
- Saksamaa
- Kaubaveo info maanteel pole mulle äritegevuses vajalik
- Muu: \_\_\_\_\_

Milliste riikide reisijateveo infot maanteel jälgite? (Kui valikus pole sobivaid riike, siis nimetage lahtris "muu") \*

- Eesti
- Läti
- Leedu
- Poola
- Soome
- Rootsi
- Venemaa
- Saksamaa
- Reisijateveo info maanteel pole mulle vajalik
- Muu: \_\_\_\_\_

Kas reaalaajas info kaubaveo kohta maanteel oleks Teile kasulik? \*

- Jah
- Ei

Kas reaalaajas info reisijateveo kohta maanteel oleks Teile kasulik? \*

- Jah
- Ei

Kuivõrd pakub teile uudisteteemana huvi Rail Baltica? \*

	1	2	3	4	5	
Ei paku üldse huvi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pakub väga huvi

Kuivõrd pakuvad teile uudisteteemana huvi elektroonsed saatedokumendid (CMR)? \*

	1	2	3	4	5	
Ei paku üldse huvi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pakub väga huvi

Kuivõrd pakuvad teile uudisteteemana huvi välismaa logistikaga seotud start-up`id? \*

	1	2	3	4	5	
Ei paku üldse huvi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pakub väga huvi

Kuivõrd pakuvad teile uudisteteemana huvi Eesti logistikaga seotud start-up'id? \*

1 2 3 4 5

Ei paku üldse huvi      Pakub väga huvi

Kuivõrd pakub Teile uudisteteemana huvi internetikaubandus? \*

1 2 3 4 5

Ei paku üldse huvi      Pakub väga huvi

Kuivõrd pakub Teile uudisteteemana huvi internetiturundus logistikas? \*

1 2 3 4 5

Ei paku üldse huvi      Pakub väga huvi

Kuivõrd pakuvad Teile uudisteteemana huvi elektrisõidukid? \*

1 2 3 4 5

Ei paku üldse huvi      Pakub väga huvi

Kuivõrd pakuvad Teile uudisteteemana huvi isejuhtivad sõidukid? \*

1 2 3 4 5

Ei paku üldse huvi      Pakub väga huvi

Kuivõrd pakuvad teile uudisteteemana huvi pakiveorobotid ja -dronid ning muud robotid? \*

1 2 3 4 5

Ei paku üldse huvi      Pakub väga huvi

Kuivõrd pakuvad Teile uudisteteemana huvi infosüsteemid logistikas? (MRP, ERP, EDI) \*

1 2 3 4 5

Ei paku üldse huvi      Pakub väga huvi

Kuivõrd pakuvad Teiel uudisteteemana huvi plokiahela tehnoloogiad? \*

1 2 3 4 5

Ei paku üldse huvi      Pakub väga huvi

Palun kirjutage vabas vormis, milliseid logistikaga seonduvaid uudiseid oleks Teile huvitav lugeda? \*

Teie vastus

---

Kuidas suhtuksite, kui homme Logistikauudised.ee portaali enam ei eksisteeriks? \*

1 2 3 4 5

Ükskõik      Palju vajalikku infot jääks saamata

Kas Teile oleks kasulik Eesti ning naaberriikide reaalajas kütusehindade kuvamine veebis? \*

Jah

Ei

Palun märkige millised internetipõhise konverteri funktsionid oleksid Teile kasulikud? \*

Mahukaalude arvestamine

Valuutakursside arvestus

Kütusekulu arvutamine

Need funktsioonid ei ole mulle vajaikud

Muu: \_\_\_\_\_

Kas Teile oleks kasulik eeldatava tellimusveo hinna arvutamise võimalus erinevate vedajate lõikes? \*

Jah

Ei

Milliseid järgnevaid Äripäeva konkurentsiraporteid olete lugenud? \*

Maanteevedajate konkurentsiraport

Sõitjateveo konkurentsiraport

Mõni muu Äripäeva konkurentsiraport

Ei ole konkurentsiraporteid lugenud

Millised logistikavaldkonna ettevõtete konkurentsianndmed oleksid Teile kasulikud? \*

- Palgakonkurents
- Tööjõukonkurents (Tööjõu hulk ja kasv)
- Majandustulemuste konkurents
- Varade konkurents
- Kliendibaasi eeldatava kasvu konkurents
- Valdkonna ettevõtete kaudu liikuvate kaubamahtude konkurents
- Valdkonna pingerida maksuvõlgade alusel
- Logistikaettevõtete konkurentsiraportid pole mulle kasulikud/huvipakkuvad
- Muu: \_\_\_\_\_

Palun nimetage internetilehekülgi/veebikanaleid/ facebooki lehekülgi/ andmebaase (täispikkuses), mida kasutate oma igapäevatoos \*

Teie vastus

---

Millistest teistest kanalitest saate täna transporditurul toimuva kohta relevantset infot? \*

Teie vastus

---

Palun nimetage, milliseid andmeid eelnimetatud andmebaasidest/internetilehekülgedelt kasutate \*

Teie vastus

---

Palun nimetage milliseid tööriistu (kalkulaatoreid, konverteereid) te oma töös kasutate ja millistest allikatest neid leiate? Näiteks: mahukaalu konverter, valuutakonverter jmt. Kui Te ei kasuta konverteereid märkige "ei kasuta" \*

Teie vastus

---

Palun märkige oma sugu \*

- Mees
- Naine

Palun märkige oma vanus \*

- kuni 30
- 31-45
- 46-55
- 56-65
- 66 või rohkem

Palun valige oma ametipositsioon \*

- Tippjuht
- Keskastmejuht
- Spetsialist
- Ettevõtte omanik
- Muu: \_\_\_\_\_

Palun märkige oma tegevusvaldkond \*

- Sõitjate linnadevaheline raudteevedu
- Kauba raudteevedu
- Sõitjate maismaavedu
- Kaubavedu maanteel
- Veetransport
- Sõitjatevedu merel ja rannavetes
- Kaubavedu merel ja rannavetes
- Õhustransport
- Laondus
- Veondust abistavad tegevused
- Veoste ekspedeerimine

Materjalide sisseostja

Tolliagentide tegevus

Posti ja kulleriteenistus

Muu: \_\_\_\_\_

Kui soovite osaleda loosis, siis palun jätke enda kehtiv  
meiliaadress

Teie vastus \_\_\_\_\_