

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Laura-Eliise Baida

**MAANTEE KIIRVEDUDE LOGISTIKA – EESTI KLIENTIDE
VAJADUSED JA HINNANGUD TURU HETKESEISULE JA
ARENGUTELE AS HRX KLIENTIDE NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Õppekava TABB, peeriala logistika

Juhendaja: Tarvo Niine, dotsent

Tallinn 2021

Deklareerin, et olen koostanud lõputöö 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 10346 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Laura-Eliise Baida

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 185823TABB

Üliõpilase e-posti aadress: lauraeliisebaida@gmail.com

Juhendaja: Tarvo Niine, dotsent:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	5
SISSEJUHATUS	6
1. TEOREETILINE OSA	7
1.1. Logistika mõiste	7
1.1.1. Transpordi tähtsus ja vajalikkus	8
1.2. Transpordiliigid kiirvedudeks	9
1.2.1. Maanteetransport	10
1.2.2. Maanteetranspordi tugevused ja probleemid	10
1.3. Kiirvedude teenuste pakkujad	11
1.3.1. Lisateenused	11
1.3.2. Lojaalsus	12
1.4. Tarnija valiku olulisus	12
1.4.1. Tarnija valiku määrajad	14
1.5. Tehnoloogia areng transpordis	16
1.5.1. Keskkond	16
2. METOODIKA	18
2.1. HRX	18
2.2. Intervjuu plaan	21
2.3. Valimi kirjeldus	22
3. UURINGU TULEMUSED	24
3.1. Teenuse vajadus	24
3.2. Valiku protsess	25
3.3. Ootused	27
3.4. Hinnang	29
3.5. Hind	31
3.6. Maailm ja keskkond	33
3.7. Intervjuueritavate iseloomustus HRX-i kohta	34
3.8. Järeldused ja ettepanekud	35
KOKKUVÕTE	38
SUMMARY	40
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	42

LISAD	44
Lisa 1. Intervjuu küsimused.....	44
Lisa 2. Intervjuu vastuste koondtabel	47
Lisa 3. Lihtlitsents	61

LÜHIKOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärgiks on välja selgitada kiirtranspordi teenust pakkuvate ettevõtete klientide tegelikke vajadusi. Anda hinnangud turul toimuvale ning teha ettepanekuid teenuste paremaks muutmiseks. Põhiprobleemiks bakalaureusetöös on tihe konkurents kiirtranspordi teenuste pakkujate vahel ja nende klientide rahulolu turul toimuvaga ning mis on nende tegelikud vajadused.

Autor viis läbi kvalitatiivse uurimismeetodi, et saada adekvaatset infot hetkel turul toimuvast ning luua seoseid kiirveo teenuste pakkujate ja klientide vajaduste vahel. Uurimiseks valis autor välja ettevõtte AS HRX ning intervjueris nende 20 klienti.

Intervjuude analüüsi tulemusena selgus, et hetkeolukord kiirvedude turul on hea ning otseseid probleeme ei nähta, kuid arenemisruumi on kindlasti. Samuti on see turg mitmekesine ja valikut jagub. Valikut peab jaguma, sest kõik kiirveoteenuse pakkujad ei suuda kaupa transportida igasse Euroopa riiki ning see aspekt on üheks suurimaks puuduseks, kui ka suurimaks eristumiseks turul. Tänapäeva maailmas tahetakse kaupa saada võimalikult ruttu ning seetõttu peaksid teenuse pakkujad pühenduma oma aega tehnoloogilistele arengutele, mis aitaks muuta kaubavedu jälgitavamaks ning see muudaks ettevõtte veel rohkem kliendikeskseks. Kliendikeskseks saab muutuda, kui pühendatakse aega klienditeenindusele, mis võimaldab ettevõttel muutuda veel paindlikumaks ning leida veel optimaalsemaid lahendusi. Samuti soovitakse, et kiirveo teenused muutuksid veel kiiremaks, mis oleks klientidele mugavam.

Võtmesõnad: kiirkullerveod, logistikateenuste turg, rahulolu-uuring, poolstruktureeritud intervjuud

SISSEJUHATUS

Selleks, et tänapäeval erinevad ettevõtted suudaksid konkurentsist püsida, peavad suutma nad pakkuda kiiret ja kvaliteetset lahendust. Parima lahenduse saavutamiseks peab ettevõtte leidma endale usaldusväärse logistika partneri, kes suudaks seda kõike pakkuda.

Transport on aga vägagi kiiresti muutuv turg. Ettevõtete vajadused muutuvad nõudlikumaks ning ka klientide ootused muutuvad järjest kõrgemaks. Seega, järjest enam ettevõtteid otsib oma kaupade tarnimiseks kiirvedude teenuste pakkujaid, et püsida konkurentsist. Transpordi pakkujaid Eesti turul on palju ning kõik üritavad leida parimat kiirust ja kvaliteeti optimaalsema hinna eest. Siiski puudub hetkel uuringud, mis annaksid ülevaate kiirteenuste vedude pakkujate turust just klientide vaatenurgast, millised on nende vajadused praegu ja kuidas hindavad nad hetkeolukorda.

Selle bakalareuse töö probleemiks on tihe konkurents kiirtranspordi teenust pakkuvate ettevõtete vahel ja vähene teadmine, mida nende kliendid tegelikult hindavad ja millised on nende vajadused. See probleem tänapäeva logistika turul seab eesmärgi vastata järgmistele küsimustele:

- 1) Milline on praegune hetkeolukord klientide hinnangul Eesti kiirtranspordi pakkuvate ettevõtete turul?
- 2) Millised on klientide hinnangul kiirtranspordi ettevõtete eelised ja puudused?
- 3) Kuidas suudavad klientide hinnangul üksteisest eristuda kiirtranspordi teenust pakuvad ettevõtted?
- 4) Millistest prioriteetidest lähtuvalt oma klientide hinnangul võiksid kiirtransporditeenust pakuvad ettevõtted edasisi strateegiaid kujundada?

Bakalareusetöö kirjutamisel kasutas autor kvalitatiivset uurimismeetodit, mille käigus intervjueriti HRX-i kliente, et saada adekvaatset informatsiooni klientidelt endilt turu hetkeolukorra ja vajaduste kohta.

1. TEOREETILINE OSA

Selles jaotises annab autor ülevaate logistika mõistest ja transpordi olemusest, kui ka miks on vaja olulist tähelepanu pöörata tarnija valikule.

1.1. Logistika mõiste

Logistika on lai mõiste ning hõlmab endas mitut protsessi materjalivoogude haldamises. Materjalivooge ja nendega seotud haldusprotsesse peab efektiivselt planeerima, teostama, juhtima kui ka jälgima. Mõistet logistika saab defineerida nii ettevõtte seisukohalt kitsamas tähenduses, kui ka konkreetse tarneahela tähenduses veidikene erinevalt, kuid põhimõtte jääb laiema tähendusega samaks. (Logistika ülesanded ... 2021)

Logistika on eksisteerinud juba mitmeid tuhandeid aastaid. Kaupu transporditi algselt härgade ja kaamlitega, kuid juba hiljem ka laevadega. Osati kasutada algselt ka ladusid, kus hoiti vilja kuni järgmise saagini. Suuremas osas arenes logistika tähendus ja arusaam sõjalistes olukordades, kus tuli armeed varustada piisavas koguses toidu- ja hobumoonaga. Algselt veeti kõike küll hobustega, kuid üsangi varsti võeti kasutusele raudteetransport. Teine maailmasõda esitas äärmuslikke logistilisi väljakutseid, siis tänu erakordsetele pingutsutele arenes militaarvaldkonnas logistika hoogsalt. Peale Teist maailmasõda hakati logistikat järk-järgult tooma ka tootmisesse ja kaubandusse. Tööstusrevolutsiooni peetakse logistika valdkonna arengu kiirendajaks, kui mindi üle käsitsi tootmiselt seeria- ja masstootmisele. Sellest hetkest oli vaja hakata ostma ja ladustama suuremates kogustes vajalikke materjale kui ka tooteid. See aga omakorda oli tõukeks vajadusele müüa kaupa kaugematel turgudel. (Logistika ülesanded ... 2021)

Logistika areng on väga oluline nii riiklikel tasanditel kui ka ettevõtete tasanditel. Majanduliku ja poliitilise eelise annab hästi toimiv logistika koos infrastruktuuriga, mis võib olla ja on olnudki mõne piirkonna arengu aluseks ning ajaga on muutunud see rahvusvahelistele tootjatele atraktiivseks. Seoses globaliseerumisega ja infotehnoloogia kiire arenguga on ettevõtte tasandil

olnud logistiliselt kiire areng, mis võrgustumiste korral on jaotumisprotsessidest saanud ka firmajuhtimises strateegiline tööriist. (Viljamaa 2002)

Logistika eesmärgiks on kulude minimeerimine, kuid selle juures peavad tarnijad suutma tagada lühikesed tarneajad klientidele sobiva teenindustaseme ja paindlikkusega. See tähendab seda, et tootlikus, kulusäästlik hankimine, ladustamine ja transportimine peavad koos materjalide ja teenuste planeerimisega arvesse võtma klientide ja tarbijate soovid ja vajadused. Selline tarneahela juhtimine logistilises pooles tagab logistika korralduse nii, et see on tulus tegevus kõikidele osapooltele, kes kuuluvad logistikasüsteemi või on tarneahela liikmed. (Logistika ülesandend ... 2021)

Logistika on terviksüsteem, mis koosneb erinevatest logistikasüsteemidest. Need süsteemid reageerivad turu muutustele ning selle eesmärgiks on väärtuselist kasulikkust suurendada kui ka kaupade ajalis-ruumilist väärtust ja tarbijate rahulolu parandada. Ajalis-ruumilise väärtuse kasvatamise all mõeldakse transporti tootja laost turupiirkonda. (Logistika ülesanded ... 2021)

1.1.1. Transpordi tähtsus ja vajalikkus

Transport on logistika üks funktsionaalseid valdkondasid, mis moodustab logistikas kui tervikus väga suure osa ning seetõttu on seda ka nimetatud majanduse vereringeks. Seda just seepärast, et transport on kaupade ja inimeste vedu, mistõttu kuulub see ka teenindusmajandus sektori alla. Majanduse spetsialiseerumine aitab kaasa ka transpordi nõudlusele ning transpordi nõudlus võib olla nii riigisisene kui ka riikide vaheline. (Siska 2018)

Transporti saab mõista kui ühenduslülina, sest see tegevus seob logistikatoiminguid ja teostab kaupade füüsilist liikumist. Pidevalt kasvanud vajadus kaupade ja teenuste järele on tekitanud tuletatud nõudluse, sest vajadus on toodete järele, mida on tarvis kohale viia. See on suurendanud ka transpordi osatähtsus logistikas jõudsalt. Transport ei saa aga toimida ilma infrastruktuuri ehk taristuta, sest ilma teedevõrgu ja selle juurde kuuluvaga ei suudeta viia ellu veoprotsesse ning tagada sõidukite liiklust. Muidugi on olemas ka loodusliku tekega infrastruktuure nagu näiteks mered, laevatatavad jõed ja järved, kuid siiski näiteks praamiliikluseks on vaja tekitatud infrastruktuuri. (Transport 2021)

Transport tagab inimestele vajalikud esmatarbekaubad, liikumiseks vajalikku mootorikütust ja eluasemete tarvis nõutavate energikandjate ehk kütuste tarnimist. Seega on transpordi olemasolu

ühiskonnale väga vajalik ja äärmiselt oluline. Samuti ka toorainete ja materjalide rütmiline varustamine tagab ettevõtetele nende töö häireteta toimimise, mistõttu suudetakse elanike varustada eluks vajalikuga. (Transport 2021)

1.2. Transpordiliigid kiirvedudeks

Transpordiliike on erinevaid, kuid peamisteks on maantee-, raudtee-, mere-, õhu- ja torutransport ning transpordiliigi valikus mängivad suurt rolli geograafiline asend ja looduslikud tingimused (Siska 2018). Samuti sõltub transpordiliigi valik ka majanduslikest ja poliitilistest teguritest. Majanduslikud tegurid hõlmavad enda alla suhtlemise peasuundasid, transpordikoridore, turgusid, tööstuskeskusi, põllumajanduspiirkondasid ja loodusressursse. Mida suurem on majanduslik areng ja soodsamad majandustegurid, seda suurem on ka transpordi nõudlus ja vajadus. (Transport 2021) Palju oleneb transpordiliigi valikul ka kauba enda omadustest ning kui kiirelt peab mingi kaup sihtkohta jõudma. Kaupa veetakse sinna, kus on ka nõudlus ning nõudlus transpordi järele tuleneb seetõttu ka kauba nõudlusest mingis asukohas. (Lepiku 2018)

Torutransport on kiire ning suhteliselt uus transpordiliik. Selle transpordieeliseks on pidev transport, kui miinuseks, et saab transportida ainult vedelikke. Tihtipeale võivad torujuhtmed jääda ka loomateede vahele, mis on neile takistuseks. Samuti võib tekkida lekkeid ning seetõttu olla ka kekskonda säästvad. (Siska 2018)

Õhutransport on kiire transpordiliik, kuid ka kõige kallim transpordiliikidest. Kuigi lennutranspordi kasutamine on aastate jooksul kasvanud, siis sellise transpordiliigi valik on ikkagi viimases hädas. Veose hinda arvutatakse ruumala või kaalu järgi, olenevalt sellest, kumb on suurem. (Lepiku 2018)

Samuti on kiire transpordiliik raudteetransport. Erinevalt õhutranspordist on raudteetranspordis võimalik peale laadida suuremaid koguseid kaupasid ja olenevalt teekonnapiikkusest, on raudteetransport kõvasti odavam. Raudteetranspordile panevad piirangud peale vagunite mõõdukus ning kiiruse suhtes läbitavad kurvid. Samuti vajab raudteetransport ka lisatransporti, mis viib kaubad õigetesse kohtadesse. (Lepiku 2018)

Meretransport on üks odavamatest transpordiliikidest ja seetõttu ka umbes 90% rahvusvahelisest kaubandusest liigub merd mööda. Meretransport on ideaalne siis, kui kaubamahud on suured ning kaubal ei ole ajalikku tundlikkust. Üheks suurimaks miinuseks meretranspordi puhul võib olla hiline mine ning seetõttu ei saa saata merd mööda kaupa, millel on ajalik tundlikus. Nii nagu raudteetransport, vajab ka meretransport teist transpordiliiki juurde. (Lepiku 2018)

1.2.1. Maanteetransport

Eestile on maanteetransport üsangi tähtis, sest teised transpordiliigid ei ole majanduslikult nii otstarbekad. Maanteetransport on tähtis ka tervele maailma majandusele, sest esiteks annab see tööd üle viiele miljonile inimesele ning teiseks on ühenduseks liikumisel erinevate regioonide vahel. (Kallo 2016)

Maanteevedu kasutatakse nii Euroopa siseselt kui ka riikide siseselt ning on kasutusel nii esmase kui ka teise transpordivahendina. Maanteetransport on kõige konkurentsivõimelisem, sest saab toimuda uksest-ukseni vedu. Tihtipeale on maanteetransport ka ainukeseks valikuks. (Lepiku 2018)

1.2.2. Maanteetranspordi tugevused ja probleemid

Maanteetranspordi paindlikus tuleb kasuks erinevatesse kohtadesse ligipääsuks ning tänu sellele, saab kasutada ka erinevaid marsruute, mis annab juurde aega ja säästab raha kauba ümberlaadimiste pealt. Kõik veokid ja nende veoühikud on standardiseeritud, mis võimaldab tarnida erinevaid kaupu erinevates kogustes ning see on ka üheks aja ja kulusäästmise aspekte, sest võimaldab niimoodi kiiret peale- ja mahalaadimist. (Lepiku 2018)

Maanteetranspordi paindlikus erinevate marsruutide valikus, väikestes kohtadesse ligipääsetavuses ja erinevate suuruste veokite olemasolu tagab, et kaupa ei pea asjatult ümber laadima. Seetõttu vähendab see ka riske kaubakahjustuseks, mis annavad eelise kulude suhtes ka kauba pakkimisel. Samuti väikeste vahemaade puhul, nagu on seda Eestis, on maanteetransport kõige kuluefektiivsem. (Kallo 2016)

Järjest enam on rõhku hakatud panema keskkonnasäästlikusele ning siinkohal on ka maanteetranspordi miinuseks see, et maanteetransport saastab õhku süsihappegaasiga. Samuti

maanteede ehitamised, mis on kallid, hõlmavad enda alla aina rohkem viljakaid põllumaid ning on tihtipeale loomade rändeteede vahel. (Siska 2018)

Selle transpordiliigi puhul on üheks ohuallikaks ka inimtegur. Juhid võivad teha vigu, mistõttu võivad tekitada avariisid või on teised liiklejad tekitanud ohtlikke olukordi. Suurel kiirusel võivad kokkupõrked olla väga tõsised või lõppeda üldse surmaga. Veoki rattad võivad kaotada veojõu kui pidurdus- või pööramisjõud on liiga suur. Sõidukite raskuskused on erinevad ning mõndadel on see kõrgel, mistõttu on suurem oht kalduda ümber. (Means of ... 2021)

1.3. Kiirvedude teenuste pakkujad

Kiirvedude tähtsus on järsult kasvanud, sest tarned on muutunud tihedamaks ja kiiremaks ning laomahud seetõttu vähenenud. Kiirvedu ei võrdu kullerteenusega, sest kullerteenus ei vasta kiirveo sisule. (Mägi *et al.* 2015)

Eestis on transpordipakkujaid palju ning kõik soovivad anda endast parimat parimate võimalustega. Logistikaettevõtted pakuvad kiirust, paindlikust, usaldusväarsust ja lihtsust. Soovitakse olla parim logistikapartner, et tagada nende klientide edu. Suuremas osas kiirvedude teenuse pakkujaid veavad kaupa ka rahvusvaheliselt ning logistikakeskuste rajamine peamistesse piirkondadesse on vägaks suureks eeliseks, et hõlpsustada enda ettevõtte tööd kui ka pakkuda kiiremaid lahendusi klientidele. (HRX 2021)

1.3.1. Lisateenused

Selleks, et pakkuda klientidele mugavat tarnet, on hakatud järjest enam pakkuma ka erinevaid lisateenuseid. Lisateenused aitavad logistikaettevõtete klientide jaoks pakkuda mugavamalt ja kiiremat transporditeenust suurema usaldusväarsusega.

Tolliteenused on enam levinum lisateenus, mida pakutakse kliendile. Kui klient ise ei ole niivõrd kursis erinevate tolliprotseduuride ja -protsessidega, siis pikaajalised kogemused sellistes olukordades tulevad tarnija valikul kindlasti kasuks. (HRX 2021)

Laoteenused on ka suureks plussiks klientide ees, sest see annab klientidele suurema kindluse ja valikuvabaduse. Näiteks laologistika täisteenus sisaldab nii kauba vastuvõttu, hoiustamist,

komplekteerimist, sorteerimist, markeerimist, kleebistamist, väljastamist ja laialivedu. Sellistel puhkudel pakutakse ka erinevaid kindlustusi logistikaettevõtte poolt, mis annavad jällegi kliendile suurema vabaduse ning turvatunde. (Jet Express 2021)

1.3.2. Lojaalsus

Kvaliteet, mis tuleneb teenusest ja mida tunnetavad kliendid on kogu protsessis ülioluline element, et olla jätkusuutlik. Teenuse kvaliteet oleneb usaldusest tarnija vastu, mis omakorda on usaldus tehnoloogia vastu. Kvaliteeti mõjutavad tegurid on usaldusväärsus, reageerimisvõime, pädevus, juurdepääs, turvalisus, mõistmine ja käegakatsutavad asjad. Kiirveo teenuste turg kui ka kuller- ja pakiturg on kogu maailmas õitsemas ning seda tänu interneti leviku suurenemisele, veebi populaarsusele kui ka kasvava keskklassi elanikkonnale, kes on jõukamale ja paremale elatustasemeni jõudnud. (Ejdys, Gulc 2020)

Kuigi kullerteenus ja kiirvedu ei ole sama asi, siis siiski võib tuua paralleele klientide ootustes, sest mõlemad teenused tähendavad kiiret kohalevedu. Samuti mõlemal turul on kliendikeskne suhtumine suurimaks eeliseks ning klientide mõistmine ja ja nende rahulolu tagamine muutub üha olulisemaks. Seda kinnitavad ka teadlased, et klient on teenindussektori mistahes ettevõtte kõige olulisem osa ja sellest sõltub ka veoteenuste pakkujate peamine edutegur. Sellepärast on oluline läbi viia kliendirahulolu uuringuid, mis võimaldab juhtkonnal teha kindlaks tegureid, mis võivad põhjustada klientide lahkumist või vähendada nende mõju ettevõttele endale. (Otsetova 2017)

Lojaalsuse loomine on strateegia, mis loob vastastikust kasu nii teenuse pakkujatele kui ka klientidele. See mõjutab tulemuslikkust ning on ka konkurentsieelise allikaks. Lojaalsus on ka ettevõttele ellujäämiseks oluliseks teguriks, sest tänu sellele suudetakse vähendada kulusid ning motiveerida ka töötajaid endid. Lojaalsust saab mõõta kahe omadusega, milleks on käitumuslik ja hoiakuline. Käitumuslik aspekt esindab tegelikku korduvostu, positiivset tagasisidet ja teenuse eelistamist jätkuvalt. Hoiakuline aspekt esindab korduvostu kavatsust kui ka soovi soovitada teenust teistele. (Otsetova 2017)

1.4. Tarnija valiku olulisus

Tarnijad on pea igas ettevõttes hädavajalikud. Ilma tooraineta, mida saaks müüa, või tootjateta, kes pakuks edasimüüki, on ettevõttel raske kasvada. Tänapäeval tarnijad võivad teha palju enamat

kui lihtsalt pakkuda äritegevuseks vajalikke materjale ja teenuseid. Näiteks võivad tarnijad olla olulised teabeallikad, mis aitavad hinnata toodete potentsiaali, jälgida konkurentide tegevust ja tuvastada paljutöotavaid võimalusi. Seetõttu on oluline teha ettevõtte kasvuplaani osaks heade tarnijate valimise. (How to find ... 2021)

Tarnija valikul on pikaajaline mõju ettevõtte võimele reageerida tõhusalt klientide vajadusele. Seega on vägagi oluline teha väga täpsed valikud tarnija suhtes, sest kavandatud tarnete viibimine põhjustab kliendis või lõppkasutajas rahulolematust, mille tõttu kannatab ka ettevõtte enda maine. (Cerna, Bukova 2015) Samuti tarnijate valik ja hindamine aitavad langetada objektiivseid ja õigeid ostuotsuseid, mis on üheks ostude juhtimise tehnikaks (Paul 2021).

Klientide nõudlus tarnekiiruse, kvaliteedi ja paindlikuse osas on järjest enam kasvanud, kuid probleemiks on hindade konkurentsivõime. Tarnijad soovivad pakkuda parimat teenust võimalikult madalate hindadega, mistõttu kvaliteet võib selle all kannatada. Sellepärast peavad ettevõtted tegema konkurentsi analüüsi, kliendi rahulolu analüüsi ning valima ja hindama tarnijad selle kõige juures. (Cerna, Bukova 2015)

Tarnijate hindamine on väga oluline tegevus, mis viib ettevõtte eduni ja aitab vältida riske töökindluses, kiiruses ja paindlikkuses. Osutavate teenuste kvaliteedis ja kuludes on tarnija valikul väga suur roll, sest just ettevõtte, kes pakub logistikateenuseid, nende üle ka otsustab. (Cerna, Bukova 2015) Samuti võimaldab see ka kontrollida kvaliteeti kui ka vajadusel suudetakse teha parandusi. See tähendab seda, et kui suudetakse tänu tarnijatele langetada ostuhinda, siis tavaliselt mõjutab see suuresti kasumi kasvu sama palju kui müügihinna tõstmine. (Paul 2021)

Tarnijate valiku protsess peaks olema ettevõtte siseselt üles ehitatud, et eesmärgid ja visioonid oleksid saavutatud. Kuna ettevõtte üldiselt kajastab lõpptarbija soove, siis ei tohiks ettevõtte eelistada ainult klienti või tarnijat. Seda just seepärast, et mõlemad on oluliseks osaks tarneahela juures ning ilma üheta ei oleks ka teist. Oluliseks osaks on luua oma klientide ja tarnijatega õiged suhted, et määratleda kõiki osapooli üheks tervikuks. Seega selleks, et lõpptarbijad oleksid rahul, on oluliseks aspektiks leida ka õiged tarnijad, kelle poolt loodud kvaliteet mõjutab ka otseselt klientide rahulolu. (Abdullayev 2020)

1.4.1. Tarnija valiku määrajad

Tarnija leidmine võib olla pikk ja raske protsess, sest tuleb teha palju eeltööd leidmaks just seda õiget sobivust enda ettevõttega. Esiteks on vaja teha uurimustööd, milline on logistikaettevõtte ise. Seejärel tuleb võtta väljavalitutega ühendust ning hakata looma suhteid. Juba nende kahe sammu põhjal saab aru, kui heaks valikuks mõni tarnija võib osutuda. Selleks, et olla kindlam tarnijas, võib teha mõned proovitellimused, sest see võimaldab iseseisvalt näha, kuidas ettevõtte kliendid võiksid teenusega rahule jääda. Kuigi algselt võib kõik tunduda tagasisidede puhul väga hea, siis siiski tuleks ka põhjalikumalt süveneda logistikaettevõttesse, sest alati ei pruugi ettevõtte ja ettevõtete klientide vajadused kattuda logistikaettevõttega. (Roach 2019)

Tarnija valimisel on oluliseks osaks hinnata kriteeriumeid, mis aitavad määrata kvaliteeti ja rahulolu. Suurepärane tarnija on selline, kes suudab pakkuda madalat hinda, kõrget kvaliteeti ja kiirust. Sellegipoolest tuleb aru saada, milline määraja on ettevõtte jaoks kõige kõrgemalt hinnatud ning selle järgi otsustada ja hinnata ka muid kriteeriume. Tulebki analüüsida erinevaid aspekte ning selle järgi mõistma, kuidas see kõik mõjutab ettevõtte enda tegevust (Abdullayev 2020).

Üheks määrajaks on kindlasti hind, sest vaja on teada, kui palju ja millistel perioodidel peaks ostja maksma (Cerna, Bukova 2015). Otsitakse tarnijad, kes suudavad pakkuda kõige madalamt hinda. Sellegipoolest tuleb silmas pidada, et ka tarnijad tegelevad raha teenimisega ning iga arve pärast pole mõtet pilli ka lõhki ajada (How to find ... 2021). See tähendab seda, et tarnija valikut ei saa üksnes hinnata hinna analüüsi järgi valida, vaid valiku protsess peab olema mitmetahulisem ja süstemaatilisem (Abdullayev 2020).

Teostavate teenuste kvaliteet tarnija valiku juures on üheks olulisemaiks punktiks, sest erinevad tarnijad võivad tagada oma kvaliteeti osutades teenuseid erinevatel viisidel. Kvaliteedisertifikaat annab juurde kindlust, kuid siiski peaks uurima ka kaebuste arvu koguteenuste pakutavas ulatuses. (Cerna, Bukova 2015) Tarnijate varasemate kogemuste põhjal saabki välja tuua teenuste kvaliteeti ning ka selle põhjal hinnata sobivust just enda ettevõttele, kas see logistikaettevõtte võiks täita ootused ja lootused ning kas partnerlussuhte korral saavad ettevõtte enda eesmärgid ja visioonid täidetud. (Abdullayev 2020)

Kvaliteedile üsna sarnane aspekt on usaldusväarsus. Usaldusväarsust on tarnijatel raske tõestada, kuid kindlasti peaks uurima kui palju tarneid on õigeaegselt kohale viidud (Cerna, Bukova 2015).

Mõnikord suudavad suured logistikaettevõtete tarnijad paremat usaldusväärust pakkuda ning usaldusväärsus võrdub õigel ajal õige koguse kauba tarnimisega õigesse kohta. Suurematel ettevõtetel on rohkem ressursse varundamissüsteemidele ning kui midagi peaks valesti minema, suudavad nad siiski täita oma kohustusi. Sellegipoolest ei tasuks ära unustada ka väikeseid logistikaettevõtteid, sest kui olla neile suureks kliendiks, siis suudetakse pakkuda suuremat tähelepanu ja mõnikord ka paremat teenust. Üheks kõrge profiili loomiseks oleks tark tellimused jagada kahe väiksema ettevõtte vahel, mis pakub ka varusüsteemi. (How to find ... 2021)

Tarneaja pikkus on tänapäeval samuti väga suureks määrajaks, sest kliendid ootavad järjest enam kiiremaid tarneteenuseid. Seetõttu on vaja teha tutvust tarnija tarneaegadega. (Cerna, Bukova 2015) Mida kaugema auskohaga logistikaettevõtte teenuseid kasutada, seda pikemaks võib venida tarneaeg ning tarnimine võib muutuda seega ka kulukamaks. Selleks, et säilitada kulude kokkuhoid ja tellimuste paindlikust, tuleks leida tarnija, kelle asukoht on ettevõttele lähemal. (How to find ... 2021)

Infoliikumise kiiruse tõttu suudetakse järjest enam kiiremini reageerida ning seetõttu oodatakse seda ka tarnijatelt. Tarnija valmisolek kohaneda muutustega on suureks eeliseks konkurentsiturul. Kui tarnija vahendab infot piisavalt kiirelt, siis ka suudetakse vältida suuremas osas klientide rahulolematust ning info liikumine tarnijalt tellijani näitab ka ettevõtte läbinähtavust. Läbinähtavus tarnija poolt tähendab ka seda, et on kindlalt välja toodud, milliste toimingute ja millises ulatuses vastutab tarnija tellitud pakkumise ajal. Infoliikumise kiirus ja läbinähtavus suurendavad omakorda usaldusväärust ja kvaliteeti. (Cerna, Bukova 2015).

Tarnija valmisolek uuendusteks ja kaasajastamiseks aitab arendada koostööd ning samuti aitab tuvastada erinevaid riske ja samuti ka ennetada neid (Cerna, Bukova 2015). Valmisolek uuendusteks nimetatakse pädevuseks. Pädevuse saavutamiseks aga peavad ettevõttes töötama ka inimesed, kes on välja koolitatud ja oma ala spetsialistid. Pädevad logistikaettevõtted suhtuvad oma klientidesse realistlikult ning on alati innukalt valmis koostööd tegema, tagades äride laiendamised ja eesmärkide saavutamised. (How to find ... 2021)

1.5. Tehnoloogia areng transpordis

Tehnoloogia areng on transpordis tekitanud mitmeid uuendusi nii turul endal kui ka ärimudelites, nagu näiteks isesõitvad sõidukid või sõidujagamised. Investeeringud transpordi ja logistika digitaliseerimisse on positiivsete mõjudega väga mitmele valdkonnale, suudetakse parandada liiklusohutust ja transporditeenused suudetakse kättesaadavamaks teha eri gruppidele ühiskonnas. Maanteedehitamine on kallid, seega on erinevad uuringud näidanud, et soodsam on investeerida transpordi nõudluse juhtimises tehnoloogiliste lahendustega ning see tagab ka innovaatiliste toodete ja teenuste arvu suurenemist, mis kasvatab ka ekspordi. (Transpordi ja ... 2021)

Transporditööstus on olnud esilekerkivate uuenduste testimise sektoriks, sest just see võtme majandusharu paneb riigi toimima. Nii droonid kui ka muud elektrooniliste inventaridega tehtud infrastruktuurid muudavad transpordivahendid turvalisemaks ja ohutumaks. Nende vahenditega saavad ettevõtted oma klientidele tagada suurepärase teeninduse. Andmebaaside kasvav kasutamine ja innovatsioonide segumine on aidanud vähendada kaupade tarneaega kui ka suudetakse aina rohkem vastu tulla klientide vajadustele. Nii on see aidanud kaasa ka kommunikatsioonile erinevate osapoolte vahel tarneahelas, mis on muutnud saatetiste jälgimise palju lihtsamaks. Kaupade kättesaadavus on elektroonilistel platvormidel samuti suudetud tarbijatele väga kättesaadavaks teha, mis aitavad ettevõtetele oma turgu suurendada ja laiendada. (The benefits of ... 2021)

1.5.1. Keskkond

Kuigi transport on nii ühiskonna tasandil kui ka majanduslikul tasandil äärmiselt oluline, siis keskkonnale avaldab see olulist survet. Transpordisektor saab suurema osa energiat naftast, mis tekitab suurtes kogustes kasvuhoonegaase. Kasvuhoonegaasid tekitavad aga kliimamuutusi. Energiatootmises kui ka tööstustes on heitgaaside kogused vähenenud, kuid nende aastatega transpordisektris on see kasvanud ning lausa 70% koguheitest tekitab maanteetransport. Inimtervisele on kahjulik müra, mida tekitab maanteetranspordi sõidukid kui ka õhusaaste, mis on kahjulik ka keskkonnale. Transpordist tulenevat õhusaastet on õnnestunud erinevate standardite ja normide kehtestamistele alla poole tuua, on saastekogused siamaani liiga suured. Veel mõjutab transport maastikku, mis mõjutab eelkõige loomi ja taimi. (Transport 2020)

Üldpildis on transpordi ja keskkonna küsimused paradoksaalsed, sest transport pakub sotsiaalmajanduslikke eeliseid samal ajal mõjutades keskkonnasüsteeme, kuid

keskkonnatingimused mõjutavad transpordisüsteemide töötingimusi ja infrastruktuuri nõuete täitmist. Seetõttu on keskkonnapoliitika transpordiküsimustes muutunud veelgi keerukamaks ja seda on mõjutanud ka fakt, et prioriteetidid keskkonna- ja majandusaspektide vahel muutuvad ajas, mis avaldava mõju ka poliitikale. (Transportation and ... 2021)

Transpordisektori keskkonnasäästlikumaks muutmine on pikk protsess, mis võib hinnanguliselt aega võtta 20 aastat. Suured muutused, nagu näiteks sise põlemismootoritelt üleminek elektrilistele lahendustele, võtavadki kauem aega, kuid näiteks praegu saab muudatusi järk-järgult sisse viia kvaliteetse kütuse kasutamisega. (Neste 2020)

2. METOODIKA

Selles bakalaureusetöös kasutas autor kvalitatiivset uurimismetoodikat. Logistika on väga kiiresti arenev ja muutuv valdkond, sest logistika on ala, kus katsetatakse kõige esimesena uusi lahendusi. Selleks, et vältida segadust ning saada kõige aktuaalsemat teavet, viis autor läbi intervjuusid. Intervjuude läbiviimine kiirvedu kasutavate klientide seas on kõige aktuaalsem, sest just nemad on igapäevaselt asjadega kõige paremini kursis ning oskavad võrrelda erinevaid ettevõtteid ja hinnata kõige paremini hetkeolukorda.

2.1. HRX

HRX on transpordi ettevõtte, mis on asutatud Soomes perefirma, omades praeguseks hetkeks logistikakeskuseid nii Eestis, Soomes, Rootsis, Lätis, Leedus kui ka Poolas. Ettevõtte pakub kiirvedusid kõrge kvaliteedi ja kliendikeskse suhtumisega. Kiirvedu on ettevõtte jaoks järgmise päeva vedu, mis tähendab, et kui teatud päeval tehakse pealekorje, siis järgmiseks päevaks on kaup jõudnud kliendini nii riigi siseselt kui ka rahvusvaheliselt. Kiirvedu peab HRX tänapäeva turu vältimatuks osaks. See on teenus, millega on kliendid harjunud ning kuulub lahutamatu osana igapäevase elu juurde. Klientide ootused on kasvanud ning tööprotsessid on vastavalt sellele ka üles ehitatud.

HRX on suunatud kliendi edukusele, mistõttu peavad nad suutma välja pakkuda ainulaadseid lahendusi. Oma töö hõlbustamiseks on välja töötatud teatud standardid, mida suudetakse pakkuda kiirelt ja kvaliteetselt. Standardsetes lahendustes on kindlalt kirja pandud, kuhu, mis hinna eest, mis ajaks jõuab teatud kaup. Selle järgi on kliendil hea orienteeruda. Kindlasti kuulatakse alati ära kliendi vajadused ja soovid ning kui selliste vajaduste ja soovidega veoteenust ei takista füüsilised aspektid, siis leitakse kõigele lahendus. Siinkohal suudab HRX välja selekteerida kliendid, kes haakuvad nende enda ettevõtte olemusega ning kes otsivad turult muid lahendusi. See tähendab seda, et HRX pakub kiiret ja natukene kallimat teenust kui teised. Kes soovib odavamat ja sobib pikem aeg tarnimiseks, pole lihtsalt HRX-i klient.

HRX on Eestis tegutsenud ligemale 30 aastat. Selle aja jooksul on ettevõtte jõudsalt kasvanud ja kanda kinnitanud. Suurem osa klientidest tänaseks päevaks leiab teenuse pakkuja ise üles. Võetakse ühendust ühe või teise sooviga ning seejärel on vaja teha müügiiosakonnal iseseisvat tööd, et pakkuda parimaid lahendusi, tutvustada tööprotsesse ja hinnastumisi. Mõned kliendid on harjunud teiste ettevõtete süsteemidega, seega on neid vaja juhatada õigele teele, kuidas toimivad asjad HRX-is. Mõned kliendid, kes on selles valdkonnas veel uued, neile tuleb tervet protsessi põhjalikult lahti seletada ning teha nendega suuremat koostööd.

Veoteenuste pakkujad võivad alati lubada kõrget kvaliteeti, head teenindust, kiiret tarneaega ja mugavat tellimist, ei saa selles alati kindel olla. Seepärast aitab müügiiosakond samm-sammult uuel kliendil teha proovitellimust, mille käigus nähakse mõlemapoolset koostöö sujuvust ning kõikide süsteemidega tutvutakse ja saadakse nendest aimu. Proovitellimuse maksab klient, et näha ka maksmise süsteemi ning selle käigus saab HRX paremini aru, millise kliendiga tegemist on.

Klienditeenindus selle juures on äärmiselt oluline, sest klienditeenindus on ettevõtte nägu. Tänapäeva erinevate valikute juures võib halb klienditeenindus saada saatuslikuks koostöö alustamisel. HRX on väga kliendikeskne ja nende edule suunatud ettevõtte ning klienditeenindusele on seega väga palju tähelepanu pööratud. Selles ettevõttes töötavad klienditeenindajatena ja müügiinimestena oma tööd väga hästi tundvad inimesed. Selleks, et erinevad igapäevased probleemid töötajaid ei häiriks, üritab ettevõtte motiveerida neid rahaliselt ja pakkuda väga häid töötingimusi, et igal tööpäeval oleksid nad rõõmsad ning vastaksid hea meelega kõnedele.

HRX-il on olemas üks üldine infoliin, kuhu saavad kõik helistada ja oma muredega pöörduda. Püsiklientidel on oma kliendihaldur, kes vastab nende kõnedele ning tegeleb just nende probleemide ja vajadustega. See aitab luua isiklikku kontakti ning pakkuda personaalsemat lähenemist. Selline personaalsem lähenemine aitab HRX-il püsida ka omas elemendis, milleks ongi kliendikeskne suhtumine ja abistamine.

Meeskond tegutseb enamusest ikkagi ühtsena, teineteise aitamine on loomulik, et pakkuda parimat teenust ja kvaliteeti. Laomeestel ja autojuhtidel on oma teatud ülesanded ja tööalad. Meeskonnana tegutsemine aitab ettevõttel olla paindlik. Paindlikkus on ülimalt oluline, sest ainult niimoodi suudetakse kliendile pakkuda parimaid lahendusi ja aidata kliendi ettevõttel olla tasemel. Paindlikud suudetakse olla mitmes aspektis. Näiteks klient soovib viimasel hetkel peale laadida rohkem kaupa, kui algselt planeeritud oli, või siis sihtkoha aadress muutub. Rahvusvahelise

autopargi puhul ei ole sellised muutused takistuseks, sest sellel ei ole piiranguid. Probleeme võib tekitada see korjeautodel. See kõik on aga logistikute operatiivne töö, mida nad peavad lahendama ning nemad on olemas ööpäevaringselt terve aasta.

Kliendikesksust ja paindlikkust peab HRX oma kõige suuremateks tugevusteks ning ka tuleviku eesmärgiks on veel rohkem deklareerida endid selles segmendis, kus ollakse kõige kiiremad ja kõige paindlikumad. Tullakse vastu igas olukorras ja üritatakse aidata oma kliente nii nagu on võimalik, näiteks on isegi oma autodega inimesi transporditud.

Aeg ajalt tekitab selline paindlikkus ettevõttele probleeme. Teatud informatsioon võib mõnikord kaduma minna või tekib ootamatuid kulusid, millega ei osatud arvestada. See lisab väga palju lisatööd pakkumise tegijale, et kliendi kaup jõuaks lubatud ajal õigesse kohta. Selliseid juhtumeid on harva, sest praeguseks osatakse välja selgitada selliseid kitsaskohti. Lisakulude tekkimisel räägitakse läbi see kliendiga ning probleemid ja mured saavad õigel ajal lahendatud.

Juhtudel, kui kaup on kahjustunud sihtkohta jõudes, on HRX-il olemas spetsialiseerunud töötaja selliste juhtumite lahendamiseks. Suur osa teekonnast on kaetud kaameraga ja mingi osa on kaetud ka paberitega. Uuritakse, millises osas võis tekkida kauba kahjustumine ning kui on selgelt näha, et see on HRX-i süü, siis võetakse kliendi ees süü kindlalt omaks ning vajadusel tehakse ka ettevõtte siseselt parandusi selliste olukordade vältimiseks. Kui selgub, et kaup oli halvasti pakendatud, siis jagab HRX kliendile väga detailselt nõuandeid, kuidas tuleks ja võiks kaupa pakendada nii, et sellega ei juhtuks transpordi käigus midagi. HRX peab oluliseks, et probleemid tuleb selgelt, kiirelt ja õigesti ära lahendada, et koostöö saaks jätkuda ning kõik osapooled oleksid rahul.

HRX-il on konkurente, kuid suures plaanis ettevõtet see ei ohusta. Eestis peab HRX enda konkurendiks DPD-d, kuid näiteks Poola suunal ta seda ei ole. Kõik oleneb suunast, kuhu kaupa veetakse. Siinkohal saab välja tuua, et HRX-i suuremateks konkurentideks on suured korporatsioonid, kuid HRX-i võlu on isiklikum suhe klientidega.

Suurimaks tugevuseks HRX-i puhul on tema kliendikeskne olemus, kuid suurimaks nõrkuseks HRX-il on tema tehnoloogiline arneg. Olemas on konkreetne kodulehekülg, mida võib pidada rohkem visiitkaardiks ning broneerimissüsteemid, kuid kõike neid saaks arendada paremaks. HRX-i konkurentsivõimelisemaks muutmisele aitaks kaasa tehnoloogiline areng, nagu näiteks

kodulehekülje ja broneerimisüsteemide kliendikesksemaks muutmine ja jälgimisseadmete olemasolu. Samas on keskendunud HRX rohkem kvaliteetsele kaubaveole, sest kaup peab füüsiliselt kohale jõudma lähtekohast sihtpunkti ning tehnoloogiaga seda tänapäeval veel ei liigutata.

Keskkond on muutumas järjest olulisemaks temaks ning seda ka transpordi osas. HRX on välja töötamas korporatiivset jätkusuutliku kava ehk poliitilist programmi, millega soovitakse muutuda järjest rohelisemaks. Hetkel on ettevõtte hoovi peale toodud elektriautode laadijad ning mingis osas kasutatakse ka Neste taastuv toorainest toodetud diislikütust. See kütus on aga Eestis maksupoliitiliselt niivõrd kallim, et kõikidesse masinatesse seda finantsiliselt panna ei suudeta ega ole mõttekas äriiselt. Kui ostetakse uusi autosid, siis ostetakse ikka täishübriid- või elektriautosid. Samuti on kõik marsruudid ja teekonnad optimeeritud täielikult nii, et tühje kilomeetreid ei sõideta.

2.2. Intervjuu plaan

Intervjuu koosneb seitsmest teemablokist. Teemadeks on kiirveo teenuste vajadus, valiku protsess, ootused, hinnang, hind, keskkond ja HRX. Teemablokid aitasid autoril ja ka intervjuueeritaval püsida teatud raamides. Igas teemablokis oli mitu erinevat küsimust, mis aitas autoril uurimisküsimustele vastuseid saada ning uurida sügavamalt hetke turgu Eestis ning kuidas on täidetud kliendi ootused.

Autor viis läbi poolstruktureeritud intervjuu. Algselt koostas autor intervjuu kava, kuhu pani kirja kõik küsimused, mis pakkusid huvi ning aitasid kaasa lõputöö uurimisküsimustele vastuseid leida. Intervjuu käigus küsis autor ka täpsustavaid küsimusi ja selles järjekorras nagu intervjuueeritav seda juhtis. Intervjuueerimise käigus üritas autor saada vastuseid kõikidele küsimustele, kuid paljude vastajate puhul sai autor kohe aru, millistele küsimustele rohkem rõhku pöörata ning milliseid lisaküsimusi oleks vaja esitada, et saada paremaid ja sügavamaid vastuseid. Tihti vastati mitmele küsimusele korraga.

2.3. Valimi kirjeldus

Intervjuude valimisse osutasid HRX-i kliendid. Vastajate seas oli nii iganädalaste vedude kliente kui ka neid, kes tellivad kiirvedu hooajaliselt. Kõik ettevõtted vajavad transporti, et transportida oma toode teisele ettevõttele, kas siis mingid detailid oma partneritele või suured veosed äriettevõtetele.

AS HRX koostas nimekirja, kuhu oli lisatud 56 ettevõtet ning töö autor soovis algselt kõikide nendega läbi viia intervjuud. Kahjuks vastas koheselt üheksa ettevõtet eitavalt, sest kaubavood on niivõrd palju suurenenud, et aega intervjuuks neil ei olnud. 27 ettevõtet ei vastanud meilile, seega sõelale jäi 20 ettevõtet, kellega sai töö autor intervjuusid läbi viia. Sellegipoolest oli 12 vastajat, kes olid nõus intervjuud tegema juhul, kui nende ettevõtet ei mainita töö käigus ning nende vastused jäävad anonüümseteks.

Intervjueeritavate seas oli üks ettevõtte, kes kasutab HRX-i teenuseid igapäevaselt, kaheksa ettevõtet, kes kasutavad HRX-i teenuseid iganädalasel, kümme ettevõtet, kes kasutavad HRX-i teenuseid iga kuu ning üks ettevõtte, kes kasutab HRX-i teenuseid hooajaliselt. Nendest kõigist kaheksa intervjueeritavat olid need, kes on ettevõttes spetsialiseerunud logistikale ning igapäevaselt tegelevad logistiliste küsimuste ja transpordiga. Ülejäänud intervjueeritavad sellist ametipositsiooni ei oma ning transpordi tellimine ja muud logistilised lahendused oli nende jaoks väike osa tööülesannetest.

Intervjuusid teostati vahemikus 12.02.21-21.04.2021 ning need viis töö autor läbi Skype kõnede vormis. Intervjuude kestvus oli erinev ning need olid vahemikus 30 minutit kuni üks tund. Autor salvestas intervjuud oma telefoniga, peale mida transkripteeris töö autor need dokumendi vormis ning seejärel oli lihtne teha järeldusi teemablokkide kaupa. Eelnevalt küsis autor luba salvestamiseks, millega polnud kellelgi probleeme, kui vastuseid esitatakse töös anonüümsetena.

Intervjuusid oli enamusest läbi viia lihtne, kuna vastati esimest korda sellistele küsimustele ning need panid mõtlema ja rohkem teemast huvituma. Kaheksa intervjueeritavat, kes on oma ametipositsioonilt spetsialiseerunud just logistikale ning transpordi tellimisele, olid jutukad, sest näiteid ja kogemusi oli neil palju ning soovisid neid jagada, et saada paremat analüüsi tulemust. Oli ka neid, kes vastasid väga lakooniliselt, täpselt küsimusele ning töö autor pidi pidevalt julgustama vastajat ja küsima täpsustavaid küsimusi. Nende intervjueeritavatega oli keerulisem

ning intervjuu ei sujunud väga latusalt, sest ei tahtud informatsiooni väga jagada. Nendega jäi intervjuu ka lühikeseks.

Tuleb mainida, et paljudel on eriolukorra tõttu kodukontor, mistõttu tuli ette muid asjaajamisi intervjuu käigus. Kodused toimetused ning lapsed võtsid palju tähelepanu ja tihtipeale pidi töö autor või intervjuueeritav küsimust või vastust kordama, sest lärmi oli palju. See segas olulisel määral ka keskendumist. Samuti oli olukordi, kus intervjuueeritav pidi vastama töö kõnele ning tegelema oma tööülesannetega. Siinkohal unustas intervjuueeritav tavaliselt ära, millest on juba räägitud ning kuhu pooleli jäadi. Sellised olukorrad olid küll häirivad ning segavad, kuid sellegipoolest intervjuud õnnestusid.

3. UURINGU TULEMUSED

3.1. Teenuse vajadus

Kõigepealt uuris autor intervjueeritavate käest kiirvedude teenuste vajadustest. See on oluline selleks, et välja selgitada, miks üldse ettevõtted vajavad ja kasutavad kiirvedude teenuseid ning kas ja kuidas see mõjutab nende ettevõtet. Oluliseks punktiks oli ka välja selgitada ettevõtete kaupade ajatundlikust ning sellega seonduvalt ka paindlikuse vajadust.

Intervjueeritavate vastused teenuse vajaduse küsimustele olid sarnased, kui vastati, et vajadus kiirveo järele algab ikkagi kliendist, kuid selle teenuse kasutamine on konkurentsitingimustes ka vältimatu. Selleks, et olla kliendi jaoks atraktiivne, soovitakse pakkuda ka parimaid transpordi lahendusi, et kaup jõuaks kohale õigeaegselt ning üsnagi kiirelt. Tänapäeva maailmas on sellise teenuse kasutamine vältimatu ning paljude ettevõtete jaoks on mugavusteenusest asi väga kaugel.

Vastaja 1: *„Tellime tooted endale lattu ja siis klienditellimuse peale tarnime edasi. Klient tahab ja siis on vaja ruttu. Kiirveoteenuste kasutamine on konkurentsitingimustes üsna vältimatu ja kaupade vedu on vaja teha ikkagi kiiresti nii nagu klient nõuab.“*

Vastaja 8: *„Kiirtanspordi vajadus on enamasti tingitud klientidest, kes ühel või teisel määral kas avastavad, et kohe, nüüd või nagu meie oma ettevõttes nimetame, siis eile oli vaja. Ja siis ongi vajadus transpordiettevõtete järele, kes suudavad kiiret ja paindliku transporti pakkuda.“*

Ajatundlikus ei olnud paljudel ettevõtetel iga tootega sama ning nendel, kelle oli ka kaupu, millel on tarnimiseks rohkem aega, jaguneti vastustega kahte gruppi. Kui toodete tarnimisel on rohkem aega, siis osad intervjueeritavate seas olid need, kes valivad endale teise teenuse pakkuja, kes on usaldusväärne, kuid odavam. Seda just seetõttu, et ettevõttel on kindlad eelarved, millest tuleb kinni pidada ning iga euro selle juures loeb. Teine osa intervjueeritavaid olid need, kes kasutasid ikkagi kiirveo teenuseid, sest nii on lihtsalt mugavam ja kindlam, olenemata summast, mida makstakse.

Vastaja 12: *„Mul on mõned kindlad partnerid olemas. Olenevalt toote ajatundlikusest kaalun erinevate partnerite vahel ja küsin hinnapakkumist, kes kõige parema hinnapakkumise teeb, selle*

ka valin. Muidugi jälgin ka seda, et kõik minu partnerid saaksid mingi otsa, et päris tööst ilma ei jäta ma kedagi.“

Vastaja 15: *„Aga miks ma peaksin valima kellegi teise kui mul on usaldusväärne partner juba olemas ja koostöö sujub ilusti. Nemad teavad mind ja mina neid, mul pole seda lisastressi siia vaja.“*

Olukorrad, kus kliendi vajadused muutuvad, juhtub küll harva, kuid siiski on tihtipeale sellised vajadused päevakorras. Sellisel juhul vajatakse ka paindlikust, mida intervjueritavate sõnul suudetakse küll enamusest pakkuda, kuid väga viimase hetke muudatusi suudavad lahendada ainult vähesed veoteenuste pakkujad.

Mõnikord soovitakse kaupa peale laadida kokkulepitust natukene rohkem ning sellised vajadused tulevad tihtipeale alles siis, kui transport on juba ukse ees. Saadakse küll aru, kui sellisel juhul vastatakse ei, kuid turul on pakkujaid, kes suudavad selliseid olukordi lahendada koheselt ning seega hakatakse vaatama vaikselt teiste teenuste pakkujate poole. Samuti paljudel intervjueritavatel on ette tulnud ka olukordi, kus sihtkoha aadress muutub ning sellistel juhtudel vajatakse kiireid lahendusi. Selline paindlikus on teenuse pakkujate klientide seas vägagi oluline, et suudetakse olukord lahendada väga kiiresti ja optimaalsemate lahendustega.

Vastaja 8: *„Näiteks on meil muutunud tarneaadress, siis transpordiettevõtte on niivõrd abivalmid ja paindlikud, et saavad jooksvalt tarneaadressi muuta. Kuid tuleb ette ka juhuseid, kus see on võimatu ja sellisel juhul rakendatakse transpordiettevõtte poolt lisatasud, ja see on igati arusaadav!“*

3.2. Valiku protsess

Veoteenuste pakkuja leidmine on ettevõttele väga suureks osaks ja toetavaks lüliks konkurentsiturul. Tänapäeval on pakkujaid palju ning internetti sisse lüües otsingusõnad annavad väga palju tulemusi veoteenuste pakkujate turul, kes reklaamivad ennast kõik kui kõige parema ettevõtte. Siinkohal huvituski autor sellest, kuidas leiavad intervjueritavad endale veoteenuste pakkujaid ning milliste kriteeriumite järgi seda tehakse.

Paljud intervjueeritavad ütlesid kohe, et nad on selles ettevõttes töötanud vähem, kui ettevõtte ise eksisteerinud on, ning seepärast on nad jäänud ka suures osas nende teenuste pakkujate juurde, keda on enne koguaeg kasutatud. Samas oli ka neid, kes on valinud endale partnereid just teiste tuttavate soovitude järgi. Pakkujaid turul on palju ning üks haaval kõikide interneti lehekülgi läbi töötada ei jaksa keegi ja kõikidega läbirääkimisi pidada on ka keeruline.

Vastaja 14: „Siinkohal olen teinud ise suurema eeltöö ära leidmaks 2-4 transpordiettevõtet, info leidmisel on abiks olnud eelnevad tutvused!“

Vastaja 9: „Pean tunnistama, et ega ma väga erinevate pakkujatega polegi niimoodi tutvunud. Enne minu siia tööle tulemist olid juba partnerid olemas, kelle töödega ma olen väga rahul ning ka minul on tekkinud usaldus ja kindlustunne.“

Siiski oli väike osa vastajaid, kellel küll on juba teatud partnerid koostööks aga teevad sellegipoolest hinnapäringuid erinevatelt ettevõtetelt regulaarselt, sest hind on alati neil kõige olulisemaks kriteeriumiks. Valitakse see pakkuja, kes küsib kõige väiksemat hinda, kuid siinkohal aga tõsteti ka esile, et väga suuresti mängib rolli ka tegelikult klienditeenindus. Kui klienditeenindus pole rahuldav, siis ei soovita ka selle teenuse pakkujaga edasi minna.

Vastaja 1: „Klienditeenindus on ikkagi ettevõtte nägu. Ükskord oli vaja ruttu valida uut transpordiettevõtet ja oli valik kahe vahel, helisatsin, et paremini informatsiooni saada aga klienditeenindaja oli väga ebaviisakas ning ei teadnud asjadest suhteliselt midagi. Turul on pakkujaid nii palju, et kui mulle midagi ühe juures ei meeldi, siis ma saan alati järgmise valida. Klienditeenindus on esimene asi, mida kõige juures koheselt hindan.“

Intervjueeritavad ei vali ühte pikaajalist partnerit, sest esiteks on selline käitumine suuresti riskide maandamine ning teiseks ei saa alati kasutada ühte transpordi ettevõtet kõikidel suundadel. Tavaliselt on ettevõtetel umbes kolm kuni neli kindlat partnerit ning konkureerivate lahendustega enamusest ei tutvuta. Sellegipoolest veoteenuste turule uued tulijad reklaamivad ennast ise potentsiaalsetele klientidele, mis tähendab, et uued tulijad peavad oma kliente leidma ise, mitte kliendid ei tule nende juurde.

Intervjueeritavad mainisid, et tutvuvad uute tulijate pakkumistega küll aga tavaliselt on just ajanappus selleks põhjuseks, miks lastakse meil silmadega üle ning vajub unustuste hõlma.

Telefoni kõnedes saadakse kiirelt esitada ka lisaküsimusi just ettevõtte bajadusi silmas pidades, kuid väga paljudel juhtudel saadakse koheselt aru, et uutel tulijatel ei ole veel nii palju võimalusi ja oskusi nagu on seda hetke partneritel. Intervjueeritavate seas ei olnud ühtegi inimest, kes oleks alusatanud turule uue tulijaga koostööd.

Vastaja 11: *„Mul on omad kindlad tingimused transpordiettevõttele ja kui need tingimused on koheselt transpordiettevõtte poolt täidetavad, siis saan omalt poolt koostööga edasi minna. Ajafaktor kahjuks ei võimalda uurida ja soetada uusi kontakte.“*

Vastaja 18: *„Mul on väga kindlad tingimused ja soovid ning kogemust on ka juba. Tihtipeale mul lihtsalt ei ole aega niiöelda uute tulijate meile lugeda ja need vajuvad alla poole ja siis ma ka unustan need, kuid telefoni kõnedes saan koheselt esitada oma tingimused. Siis saan juba koheselt aru, kas neid tingimusi suudetakse täita või mitte. Kuna hetkel on mul olemas omad kindlad partnerid ja olen nendega rahul, siis ootan, et ka see uus potentsiaalne partner suudab kõiki minu tingimusi lahendada samamoodi või veel paremini.“*

Kriteeriumite puhul olid kõige otsustavamaks kiirus ja hind. Tegelikult saab ainult hinnas olla kõige kindlam, muud aspektid on kõik katse-eksitus meetod. See on ka põhjuseks, miks paljud intervjueeritavad ei tutvu igal korral ka muude lahenduste ja pakkumistega. Kvaliteet ja usaldusväärsus on väga otsustavateks ja tähtsamateks kriteeriumiteks, kuid seda ei suudeta tõestada ainuüksi lubamisest ja seetõttu valitakse ja proovitakse partnereid, kellega on olnud juba kogemus või tuttavad oskavad soovitada.

Vastaja 2: *„Eks see usaldusväärsus on selline, et tehakse asjad nii nagu on lubatud, ajal kui on lubatud. Kui kõik sellised asjad ei toimu nii nagu on lubatud, tähendab see meie ettevõttele, et kliendi ees oleme süüdi ikkagi meie. Usaldusväärsus on väga oluline.“*

3.3. Ootused

Ootuste teemablokis soovis autor teada üldiseid ootuseid kiirveo teenuste pakkujate turul ning kuhu oleks vaja veel edasi areneda, et asjad toimiksid paremini. Siinkohal aga jäid kõik intervjueeritavad pikaks ajaks mõtlema, sest nagu vastustest välja tuli, siis tegelikult on hetke olukord piisavalt hea ning piisavalt ajaga arenenud.

Broneerimissüsteemid ja tellimuse edastamised peavad olema kliendile lihtsad ja arusaadavad, seda on need ka praegugi. Kui intervjueeritavad vastasid, et need süsteemid on praegugi head, siis üks vastaja soovis, et asju saaks ajada pigem telefoni teel.

Vastaja 1: „*Minu jaoks on topelt töö, kui ma pean edastama oma tellimuse veoteenust pakkuva ettevõtte koduleheküljel ja siis selle veel enda süsteemi kirja panema. Minu ootus on, et minu partner juba teab mind, kui ma helistan, ja ma saan kõik vajaliku info ühe kõnega edastatud.*“

Suurimateks ootusteks oli, et aeg, raha, kiirus ja kvaliteet oleks omavahel tasakaalus ning, et pakutakse parimaid lahendusi just ettevõtte enda iseärasusi arvesse võttes. Nende kriteeriumite olemasolu õiges tasakaalus aitab luua ka usaldusväarsust, kuid tihtipeale need siamaani veel nii paigas omavahel ei ole. Saadakse aru, et igäüks peab kuskilt teenima ka kasumit, kuid soovitakse, et tulevikus oskaksid teenuse pakkujad hinnata reaalselt oma võimeid ja kogemusi, et suudetaks pakkuda ka kvaliteetset ja usaldusväärset teenust.

Oodatakse ka tarnija poolset teavitamist, kui midagi peaks olema juhtunud. Praegusel hetkel enamus juhtudest saab klient teada probleemidest alles siis, kui nende endi klient helistab ja kurdab, et tellimust pole kohal. Seejärel peab ettevõtte ise hakkama uurima, helistama ja tegutsema, mille taga see probleem on. Selline teavitus veoteenust pakkuva ettevõtte poolt on ülioluline, sest siis saavad ettevõtted ise juba ennetavalt oma kliente hoiatada või probleemidele uusi lahendusi otsida.

Vastaja 18: „*Loomulikult kui midagi on juhtunud, siis on hästi oluline teada anda, sest siis pean mina oma klienti teavitama sellest, et temale ei tule õigeaegselt asjad kohale ja pean mõtlema hakkama välja mingeid muid lahendusi, kuidas see olukord ära päästa.*“

Autor soovis ka teada, kuhu oleks vaja veel edasi areneda. Ülepoole intervjueeritavatest vastasid, et nad ei oska sellele küsimusele vastata, sest hetkel on olukord väga hea logistika turul. Sellegipoolest oli ka vastajaid, kes soovisid, et netilehel broneerides oleks hind koheselt nähtav, kasutataks jälgimisseadmeid või teavitataks kui tellimus on kohale jõudnud näiteks meili teel.

Küsid es kõikidel intervjueeritavatel älgimisseadmete ja teavituste kohta, jagunesid vastajad kaheks. Väike osa vastajatest olid nendest kahest arenemise aspektist huvitatud ning nentisid, et

selline vajadus oleks täiesti olemas ning annaks juurde ka kindlustunnet. Suurem osa oli aga selliseid, kes pidasid selliseid süsteeme mõttetuteks ning meilide ummistamiseks. Seda just seetõttu, et muid igapäevaseid tähtsamaid tööülesandeid on palju ning ei taheta juurde muid kohustusi, mis lisaks tööülesannete täitmise juurde rohkem kohustusi.

Vastaja 20: *„Näiteks jälgimisseade annaks mulle nii palju kindlustunnet juurde. Hetkel laeme siit kauba peale ja siis ma ei saagi teada, kus on minu kaup ja kas see jõudis ka kohale. Sellisel juhul võiks tulla mulle kasvõi mingi kinnitusmeil, et minu kaup on jõudnud ilusti sihtkohta ja ma oleksin palju rahulikum.“*

Vastaja 13: *„Ma ju saan ikka teada kui mu kaup kohale ei jõua. Kui mingisugust informatsiooni ei ole, siis ma saan olla rahulik ja kui midagi juhtubki, siis sellest keegi ikka teavitab. Jälgimisseadmega ei ole mul midagi teha ning meile tuleb mul igapäevaselt nii palju, et see lihtsalt spämmiks minu meilboxi.“*

Arenemise küsimuse juures tuli ka välja see, et need ettevõtted, kes on kasutanud oma veoteenuste pakkujana TNT teenuseid, ootavad ka natukene rohkem teistelt veoteenuste ettevõtetelt. Siiski jäid nad väga positiivseteks ka teiste teenuste pakkujate süsteemidega.

Samuti on veidikene muutunud ka klientide ootused ajas. Kui varem saadi aru, et kauba kättesaamiseks kulub aega, siis hetke turuolukorras soovitakse oma kaupa nüüd ja kohe. See on muutnud kiirvedude turu ettevõtetele atraktiivsemaks ning seetõttu ei saagi enam kiirvedude turgu nimetada mugavusteenuseks, vaid vältimatuks vajaduseks.

3.4. Hinnang

Hinnangu teemabloki juures huvitus autor sellest, kuidas hinnatakse praegust turuolukorda veoteenuste pakkujate turul. Siinkohal käsitlesid küsimused nii konkurentsiolukorra tunnetuslikule poolele kui ka sellele, kuidas suudavad teenuse pakkujad teistest eristuda.

Nagu ka eelnevas teemablokis välja tuli, siis praegune hetke olukorda veoteenuste pakkujate turul on hea, kuid arenemisruumi veel on. Samuti peetakse ka konkurentsiolukorda eluterveks ning ka ettevõtted ise tunnetavad, et see on turul täitsa olemas. Konkurents on tegelikkuses väga tugev,

sest iga teenuse pakkuja soovib leida ja püüda endale kliente. Turul on siiski palju pakkujaid, kuid intervjuueeritavaid see ei kõiguta, sest selle poolest saavad ettevõtted paremat hinda tingida.

Vastaja 7: „*Valikut on turul piisavalt, sest mida rohkem on valikut, seda parem on sinu jaoks hind aga muidugi selle arvelt kannatab ka tavaliselt kvaliteet.*“

Parimaid teenuspakkujaid turul ei saa autor üheselt välja tuua, sest kõikide ettevõtete jaoks on leidunud just need pakkujad, kes sobituvad kõige paremini just neile. Koostööd on kõikidel pikad ja usaldusväärsed. Samuti lähtutakse suures osas ikkagi kliendi vajadustest ja soovidest, sest klient on kuningas.

Eristuvad need pakkujad just nende poolest, mida suudetakse ettevõttele pakkuda ning kas omavaheline koostöö sujub. Usaldusväärsus toodi kõige rohkem eristumise juures välja, kuid usaldusväärsus saab tekkida alles peale koostööd.

Vastaja 7: „*Igalühel on olemas see nišš, kuhu ta sobitub. See oleneb kliendist, kelle vajadusi rahuldatakse.*“

Tehnoloogiale ei pöörata suurt tähelepanu ning seda just sellepärast, et tänapäeval on see väga loomulik osa. Veoteenuste pakkujad on teinud suure hüppe broneerimissüsteemidega, sest veel mõned aastad tagasi kasutati selle jaoks *excel*'i tabeleid. Nüüd on viidud kõik üle teenuse pakkujate endi kodulehtedele. Kuigi intervjuueeritavad ei ole pööranud tehnoloogiale tähelepanu ning pole leidnud ka, et see oleks oluline tarnija valikul või keegi sellise poole pärast eristub, siis leidis vastaja, kes pidas tehnoloogiat ääretult oluliseks.

Vastaja 7: „*Tehnoloogia on järjest tähtsam tänapäeva maailmas. Ainult teenus ei ole varsti enam konkurentsivõimeline. Info liikuvust soovivad kõik osapooled saada sekunditega, oli aegu, kus pidin ootama pabereid nädalaid ja seetõttu oli kinni ka meie rahavood. Liigume ikkagi sinna poole, kus soovime reaalselt jälgimist kui ka kauba kohale jõudmisel kinnituste saamist. Tehnoloogia on tähtis ja see peab edasi arenema, ilma selleta lihtsalt ei saa.*“

Kõik teenuse pakkujad pakuvad peale veoteenuse ka lisateenuseid. Lisateenuste alla kuuluvad näiteks laoteenused, kauba kindlustamised kui ka tolliteenused. Pooled vastajatest jäid siinkohal pikalt mõtlema, sest nad ei osanud otseselt seostada, milliseid lisateenuseid nad kasutavad, kuid

selle küsimuse täpsustamisel saadi au, et lisateenused on nende jaoks väga olulised. Üle poolte vastanutest kasutavad teenuse pakkuja poolt kasutatavaid laoteenuseid kui ka tolliteenuseid. Mõned üksikud on kasutanud ka kauba kindlustamist, kuid seda harvadel juhtudel. Lisateenuste järele on klientidel vajadus olemas, kuid nagu välja tuli vastajate seast, siis ei ettevõtteid ei ole teinud täpselt selgeks endale, millised on kõik võimalikud võimalused.

Vastaja 17: „*Ahjaa, neid teenuseid ikka pakutakse ja olen isegi nendega kokku puutnud. Kasutame näiteks kauba kindlustamise teenust ja selle järgi on vajadus täitsa ka olemas.*“

Intervjueeritavad eelistavad Eesti vedajaid ka kauba rahvusvahelisel vedamisel, sest nii on lihtsalt mugavam. Mugavuse all peeti silmas asjaajamist emakeeles, mis on suureks eeliseks, et kõik susjuks täpselt nii nagu vaja. Hinnati ka Eesti vedajate taset ja kvaliteeti ning juba selle kindlustunde pärast kasutatakse Eesti vedajaid nii palju kui saadakse. Samuti toodi välja ka seda, et enamus teenuse pakkujaid on rahvusvahelised ning kokkuvõttes suheldakse ikkagi Eestis asuva ettevõttega.

Vastaja 12: „*Eestlastega on lihtsam asju ajada ja kõik on kindlam. Loomulikult on neil eelis.*“

Kõik intervjueeritavad teavad, et kindlasti on veoteenuste pakkujatel ka oma kindel lojaalne kliendibaas. Seda otseselt aga ei tunnetanud mitte keegi, vaid see on lihtsalt üldteadmine.

Vastaja 2: „*See lihtsalt on nii. Seda nagu väga ei tunnetagi, see on selline paratamatus.*“

3.5. Hind

Hind on üks määrvamaid tegureid, mille järgi valitakse endale veoteenuste pakkuja partner. Nagu ka eelnevalt on välja tulnud, siis hind otsustab palju, kuid samas peab lähtuma ka kliendi põhiselt sellesse küsimusse. Kuigi hind on määrav, siis soovis autor teada saada, millistel kriteeriumitel hind üldse tekib.

Igal teenus pakkujal on oma hinnakiri, siis siiski partnerlussuhete puhul on hinnad kokkuleppelised. 19 intervjueeritavat kinnitas seda, kuid üks vastaja nentis, et isegi pika

partnerlussuhte korral, tekivad veohinnad ikkagi ainult tavapärase hinnakirja järgi ning see on olnud nii juba aastaid.

Vastaja 1: „*Hinnad on ikkagi kokkuleppe põhjal konkreetsed.*“

Vastaja 15: „*Kõik hinnad on ikkagi hinnakirja järgi. Ausalt öeldes pole ma isegi kunagi uurinud, kas kusagilt saaks odavamalt või kas saaks tingida. Ilmselt peaks siin sellega tegelema hakkama aga pole lihtsalt aega.*“

Hinna tingimise osas jagunesid intervjueeritavad täpselt samamoodi, kus 19 vastajat kinnitasid, et tingimine on täitsa võimalik ja üks vastajatest pole seda kunagi teinud. Oli vastajaid, kes küsivad lihtsalt natukene paremat hinda mõistlikuse piires. Paljud aga on valinud endale mitu teenuse pakkujat, kelle käest küsitakse hinnapakumist ning otsustatakse, kes parema teeb. Siinkohal aga teavad juba enamuse teenuse pakkujad ise, kelle vastu nad pakkumise teevad ning selleks, et neid ületada, teavad juba täpselt, kui madalat hinda pakkuma peab. Seega lasevad intervjueeritavad ise pakkujatel omavahel võistelda, mille tõttu saab tngida ka paremat hinda.

Tänapäeval ei ole kiirvedude kasutamine enam mugavsuteenus, vaid lausa hädavajalik. Selle juures on väga oluline kvaliteet ja usaldusväärsus. Mida pikajalisem partnerlussuhe, seda mugavamaks ja käepärasemaks muutub ka teenus. Seetõttu oli oluline küsida, kas sellise pikaajalise suhte baasilt ollakse nõus ka rohkem maksuma. Siinkohal peab jällegi tooma välja selle, et enamuse intervjueeritavatel on olemas mitu partnerit, kelle vahel nad valivad ning hinnapakumisi küsivad. Seega saab kokkuvõtteks öelda, et tegelikult on neil olemas küll kindlad pikaajalised partnerid, kuid hinna poolest eelistatakse ikkagi kõige odavamat. Üks intervjueeritavatest küll vastas, et kui hind ei ole tema jaoks sellel hetkel sobilik, siis otsib muid lahendusi ja alati ei pruugi osutuda teenuse pakkujaks see ettevõtte, kellega on juba koostööd tehtud.

Pikaajaliste suhete baasil on tekkinud kõikidel kokkulepete põhjal enda konkreetsed hinnakirjad. Seetõttu ei osanud intervjueeritavad võtta seisukohta hinnatrendide suhtes, sest nemad neid ei tunneta.

3.6. Maailm ja keskkond

Praegusel hetkel on maailma mõjutanud päris paljud tegurid. Seda nii näiteks Brexit-i näol kui ka koroonapandeemia näol. Need kaks on viimase aasta jooksul pakkunud palju kõneainet ning tekitanud ka palju piiranguid. Kuigi kaupade vedu on jäänud avatuks ja toimib, siis soovis tööautor teada, kuidas on poliitilised olukorrad mõjutanud kaubavoogu.

Intervjueeritavatest üheksa vastajat on seotud kaudselt või otseselt Ühendkuningriigiga. Brexit ei ole otseselt mõjutanud kaubavoogusid, kuid on lisanud tarnejale juurde umbes päevakese. Sellegipoolest pole jäänud midagi tegemata ning endiselt on intervjueeritavate kliendid rahul ja siiani pole suuri probleeme tekkinud.

Pandeemia on ootustele vastupidiselt mõjutanud kõiki intervjueeritavaid. Eelmisel kevadel oli kõikidel vaiksem periood, kuid see oli ainult korraks, vaikus enne tormi, nagu üks intervjueeritavatest ka ütles. Tellimusi on kõikidele hulgaliselt juurde tulnud ning töömahud on kasvanud ja kasvavad ka siiani. Paljud inimesed loobusid intervjuudest, sest hetkel on neil tänu eriolukorrale töömahud nii suured, et füüsiliselt polnud aega küsimustele vastata.

Keskkonna teema on tänapäeval muutunud üha aktuaalsemaks ning aina rohkem on hakatud pöörama sellele tähelepanu. Maanteetransport on aga üheks saastavamaks transpordiliigiks ning autorit huvitas, kuidas intervjueeritavad suhtuvad keskkonna säästmisesse ning kas ja kuidas proovitakse seda teha ka tööalaselt.

Siinkohal pidasid kõik intervjueeritavad keskkonna teemasid oluliseks ning enda eludes mõtlevad sellele kindlasti. Tööalasel ei ole keegi aga uurinud keskkonnasäästlikumaid viise, sest olulisteks kriteeriumiteks ellujäämiseks on ikkagi aeg, kiirus ja raha. Ettevõtte enda siseselt üritatakse küll rohelist mõttelaadi sisse tuua nagu näiteks pügi sorteerimise näol ja taaskasutatavate pakendite kasutamise näol, kuid üle poole vastajatest jäid arvamuse juurde, et keskkonnasäästlikus on iga ettevõtte enda asi.

Vastaja 1: „Eks ikkagi keskkonna teemad olulised. Noh jah, niimoodi ei ole läinud küll kellegi autopargi kütusekulu vaatama ja kui palju need saja peale võtavad ja nii edasi. Sellises mahus küll mitte. Hind, kvaliteet ja aeg on olulised ja ausalt öeldes minuni ei ole jõudnud, et keegi sellel teemal eristuks.“

3.7. Intervjuueritavate iseloomustus HRX-i kohta

Eelnevatele intervjuu küsimustele toetudes soovis autor teada, kuidas ollakse rahul HRX-i teenustega. Oluliseks punktiks oli ka teenuse kvaliteedi hindamine. Kõik intervjuueritavad ei osanud muud öelda, kui ainult kiita. Teenuse kvaliteeti, hinda ja tarneaegasid peeti üheks parimaks Eestis ning kõikidel on tekkinud usaldusväärne koostöö, mille puhul ei kardeta kunagi, et midagi võiks minna valesti.

Vastaja 2: „*Koostöö HRX-iga on ainult kiiduväärt!*“

HRX-i on valinud 15 intervjuueritavat oma partneriks just seetõttu, et tuttavad on soovitanud. Teised vastajad valisid koostööks just HRX-i sellepärast, et kunagi oli kiiresti vaja ja just see ettevõtte oli koheselt õigete kriteeriumitega või siis on silma paistnud nende klienditeenindus.

Vastaja 15: „*Otsustavaks kriteeriumiteks on olnud meeldiv klienditeenindus, lahenduste leidmine ja kvaliteet.*“

Klienditeenindust kiitsid kõik intervjuueritavad. Selle tõid kõik ka koheselt eraldi välja, et klienditeenindus on olnud üks kiiremaid ning alati kättesaadavamaid teenuseid. Sellega on HRX väga silmapaistnud ning tekitanud oma klientides heaolu ja rahulolu tunnet. Klienditeeninduse plussideks oli kiire vastamine klientidele ja alati tekitanud klientides tunde, et nemad on ainsad, kellele tähelepanu pööratakse. Ka intervjuueritavad olid ise imestuses, et kuidas suudetakse pakkuda nii head ja personaalset teenindust.

Paljud tõid aga välja, et suurimateks konkurendiks just HRX-ile on DSV. DSV suudab pakkuda paremat hinda ja sama kvaliteeti, kuid HRX on kiirveo teenust pakkuv ettevõtte ning DSV jääb sellega natukene alla. Konkurentideks peeti ka Omnivat, DPD-d kui ka TNT-d aga siinkohal tuleb silmas pidada, et need konkureerivad teenuse pakkujad on suunatud rohkem pakiveole, kuid HRX toimetab suuremate vedude kallal.

TNT-d toodi konkureerivaks ettevõtteks just tehnoloogia pärast. Need, kes on kasutanud TNT teenuseid, soovivad, et ka teised pakkujad liiguksid jälgimisseadmete poole ning rohkem kliendikesksetele kodulehekülgede poole.

Siinkohal toodigi välja, et HRX võiks arendada oma kodulehekülge veel kliendisõbralikumaks ehk näiteks toodi välja kohe kindel suund, tellimust tehes võiks broneerimissüsteem kuvada ka koheselt hinna. Selle tõid välja 16 intervjuueeritavat ehk enamuse vastanutest. Arenemise ruumi ei osatud välja tuua otseselt, vaid usuti, et uued vajadused tulevad jooksvalt ja muutuvad ajas. Siiski leidis viis inimest, kes soovisid, et HRX laiendaks oma võrgustiku Euroopas ning suudaks ka Poola osakonnas pakkuda sama head kvaliteeti ja teenuste taset nagu seda on Eestis.

HRX on kõikide oma klientide, kes nõustusid osalema intervjuus, ootused täitnud. Seda nii eelnevate kriteeriumitega nagu kvaliteet, hind ja kiirus kui ka paindlikuses. Paindlikust kiideti HRX-i puhul väga ning mainiti, et kellelgi teisel sellel turul pole nii suurt paindlikust kohanudki.

Vastaja 13: *„Transport oli juba ukse ees kui meie kliendid otsustasid viimasel hetkel, et on vaja kahte detaili veel saata kiiremas korras. Piisas ainult telefonikõnest ja minu probleem oli lahendatud kõigest minutitega. Nad on nii paindlikud, et ma ei pea kunagi millegi pärast üleliia muretsema.“*

Intervjuueeritavate seas on olnud ka mõndasid olukordi HRX-iga, kus on midagi juhtunud või valesti läinud. Need olukorrad on alati lahendatud positiivselt ning ükski intervjuueeritav pole kunagi pidanud pettuma või hakkama ise asju detailselt lahendama.

Vastaja 7: *„Meil oli olukord, kus kaupa oli unustatud peale võtta ja HRX ise pakkus lahenduse nende kulul transportida samal päeval see ikkagi kohale. Mul pole kunagi olnud nii positiivseid ja kiireid probleemide lahendusi. Neid saab ainult kiita.“*

Kõikidele probleemidele ja küsimustele on HRX suutnud leida kõige optimaalsemaid lahendusi ning alati tulnud klientidele vastu. Mitte keegi ei ole pidanud teenuse pakkujas pettuma ning mitte keegi ei toonud HRX-i puhul välja negatiivseid omadusi. Arenemise ruumi on, kuid seda on kõikidel ettevõtetel ja nagu üks vastajatest ütles, siis liiga hea pole ka alati hea.

3.8. Järeldused ja ettepanekud

Tänapäevases maailmas peavad ettevõtted leidma endale ise kliendid, sest valikut on igal pool piisavalt ning kaubad ja teenused on kõik kergesti kättesaadavad. Just see paneb ettevõtteid

kliendikeskseks muutuma ning motiveerib täitma ka kliendi kõige kapriisemaid soove. Nii selgus ka intervjuudest, et kiirvedude teenuste vajadus on järjest kasvamas ning ettevõtted ei saa ilma selle teenuseta konkurentsipüüdis püsida. Kiirveo teenuse vajadus algab kliendist ning tänapäeva kiiresti arenevas maailmas on muutunud ka klientide vajadused, kes kõik ootavad oma tellimusi kiirelt ja kvaliteetselt ilma kahjustamata.

Kuigi veoteenuste pakkujaid on turul palju, on igalühel olemas oma nišš. Intervjuudest tuli välja, et igal ettevõttel on olemas juba enda kindlad partnerid, keda usaldatakse ning uusi koostööpartnereid ilma tuttavate soovituseta väga ei kaaluta. Näiteks on ettevõtetel erinevad võimalused kaubaveoks või on erinevad tarnekohad, kuhu kaupa suudetakse vedada. Nende koostööpartenrite vahel aga valitakse, kes pakub kõige odavamalt hinda ning see on ka kõige suuremaks kriteeriumiks vastajate seas. Siit ka ettepanek, et veoteenust pakuvad ettevõtted võiksid teha oma suuremate klientidega intervjuusid või küsida tagasisidet, mida võib avalikult postitada nende koduleheküljele. Selline tagasiside avalikustamine annab juurde teistele ettevõtetele kindlustunnet usaldamiseks ning uue veoteenuse partneri kaalumiseks. Kui aga päris intervjuusid või tagasisidet ei taheta avalikustada, siis võiksid ettevõtted anda viie palli süsteemis hinnagu teenuse rahulolu eest ning see avalikustada veoteenuste koduleheküljel.

Tehnoloogia on väga oluline igas valdkonnas konkurentsipüüdis ja mugavate teenuste pakumiseks. Kuigi enamus vastajatest ei osanud öelda, millised on head tehnoloogilised arendused või kuhu poole võiks veel edasi tehnoloogiliselt areneda, siis oli vastajaid, kes teadsid selle olulisust ja väärtust. Tänapäeva kiire infoliikumine ja -vahetus on lahutamatuks osaks igapäeva elus. Seda oodatakse erinevates valdkondades ning selle tõttu suudetakse pakkuda ka erinevaid paindlikke ja mugavaid lahendusi. Eriti oluline on see logistika valdkonnas, sest logistikas iga liigutus maksab. Kiire broneerimine ja tellimuste edastamine käib kõik selle alla. Samuti oli neid, kes soovisid jälgimisseadmeid oma kaubale või kinnitusmeili kauba kohale jõudmisel. Paljud aga pidasid selliseid lahendusi ebavajalikeks ning aja raiskamiseks. Autor järeldeb, et efektiivne on ikkagi kaupadel jälgimisseade, olenemata sellest, kas kliendid seda kasutavad, kuid võimalus selleks on antud. Jälgimisseadmete toomine turule kiirelt ei ole väga lihtne, siis praegusel hetkel võiksid olla vähemalt kinnitusmeilid kauba kohale jõudmisel. Seda saaksid kliendid nende endi vajadusel või tahtmisel kasutada. Näiteks saavad panna nad tellimust edastades linnukese, kas soovivad kinnitusmeile või ei soovi.

Eelnevat järeldades, siis just tehnoloogia on see, millele peaks HRX kui ka kõik teised ettevõtted rohkem tähelepanu pöörama. HRX on intervjueeritavate arvates väga heal tasemel nii kvaliteedi, usaldusväärsuse kui ka kiirusega ning ollakse väga rahul nende klienditeenindusega. Edaspidi võiks hakata HRX rohkem rõhku panema oma IT-arendustele. See muudaks neid veelgi atraktiivsemaks kiirvedude turul ning ilmselt suudaksid laiendada ennast oma sihtpunkte suuremalt Euroopas.

Probleemid kaubaveos on igapäevane teema, sest alati võib asju juhtuda. HRX on suutnud kõik kaubavedu puudutavad probleemid ja kahjustused lahendada adekvaatselt ja konkreetselt. See on tekitanud nende klientides ainult positiivseid emotsioone ning suutnud sellega säilitada ka suurepäraseid koostöösid. Siit saab järeldusena välja tuua, et HRX on tegelikkuses väga kliendikeskne kiirveo teenuste pakkuja, mistõttu suudab HRX pakkuda väga paindlikke lahendusi just kliendile kõige sobivamalt. Kliendikeskne tegutsemine aitab HRX-il välja paista ning luua turul oma nišši.

Järeldusena võib välja tuua, et HRX on suutnud kiirveo teenuste turul pakkuda väga kvaliteetset ja usaldusväärset teenust. Nende kliendikeskne suhtumine on toonud neile palju koostöösid ning aidanud neil konkurentsisis püsida ning eristuda turul. Nende lööklause: „Teised teevad seda, mida nad suudavad. Meie teeme seda, mida teie soovite!“ peab paika ning see on tulnud välja ka kõikidest intervjuudest. Nende paindlikkus ja kiirete lahenduste leidmine erinevates situatsioonides on toonud neile palju edu ja märkimisväärset tähelepanu, millega suudetakse veel enam sellel turul kanda kinnitada. Edaspidiselt võiks HRX jätkata keskendumist nendele klientidele, kes sobivad ettevõtte strateegiaga ehk teatud tüüpi klientidele, et keskenduda eristumisele ja strateegilisele positsioneerimisele. Nagu ka HRX on ise öelnud, et igaüks ei olegi nende klient, sest nende vajadused ei vasta HRX-i enda võimekusele, siis polegi tulevikus vaja sellistele klientidele keskenduda. Mida rohkem suudab HRX turul ennast positsioneerida, seda lihtsam on ka eristada neid kliente, kes on päriselt nende sihtgrupp.

KOKKUVÕTE

Bakalaureuse töö eesmärgiks on intervjuude analüüsi põhjal uurida kiirveo teenuste hetke turuolukorda ning kuhu poole oleks vaja veel areneda ning seda põhjalikumalt ettevõtte HRX-i näitel. Nendest intervjuudest teha ettepanekuid HRX-ile, millised on nende tugevused ja nõrkused ning millele tuleks rohkem rõhku pöörata.

Töö autor püstitas uurimisküsimused, mis aitasid empiirilises töö osas vastata järgmistele küsimustele:

- 1) Milline on praegune hetkeolukord klientide hinnagul Eesti kiirtransporti pakkuvate ettevõtete turul?
- 2) Millised on klientide hinnagul kiirtransporti ettevõtete eelised ja puudused?
- 3) Kuidas suudavad klientide hinnagul üksteisest eristuda kiirtransporti teenust pakkuvad ettevõtted?
- 4) Millistest prioriteetidest lähtuvalt võiksid kiirtransportiteenust pakkuvad ettevõtted oma edasisi strateegiaid kujundada klientide hinnangul?

Hetkeolukord klientide hinnagul kiirtransporti pakkuvate ettevõtete turul on mitmekesine ning valikut jätkub. Suudetakse pakkuda paindlikke ja usaldusväärseid teenuseid, kuid hind, mis on üheks määravamaks kriteeriumiks, oleneb suuresti sellest, kui palju on võimelised kliendid maksma ning millist kvaliteeti ka oodatakse. Mida parem kvaliteet ja usaldusväärsem kiirem tarne, seda kõrgem on ka hind. Sellegipoolest on turu hetkeolukord hea ning midagi kindlat negatiivset välja ei saa tuua. Arenemiseks ruumi on, kuid kaubad jõuavad turvaliselt lähtekohast sihtkohta ning suuri eksimusi ja probleeme sellel turul ei esine.

Kiirtransporti ettevõtete eelisteks on tänapäeva kiiresti arenev maailm. See tähendab seda, et ilma selle teenuseta ei suudeta püsida konkurentsisis ning suuresti on kiirvedu ka klientide esmane vajadus. Eelisteks veel on kindlasti suurem usaldusväärsus ja kvaliteet, sest ka hind on sellele

vastav. Samuti mängib rolli ka suurem paindlikus ja kiirem probleemide lahendamine, sest kiirvedu seda kõike tähendabki.

Suurimaks puuduseks on tehnoloogia vähene areng ning paljud kiirveo teenuste pakkujad sõrgivad IT-lahendustel sabas. Puuduseks võib lugeda kohati ka kiirveo teenuste vähest sihtriikide arvu. Tänu sellele peavad kliendid leidma rohkesti erinevaid kiirveo teenuste pakkuajid, et oma kaupa erinevatesse maailma otstesse transportida.

Kiirveoteenuste pakkujate suurim puudus on ka nende suurim eristatavus sellel turul klientide hinnagul. Kõikidel on tekkinud oma teatud partnerid, kellega tehakse koostööd ning suuresti on need valitud just tuttavate soovitusel, sest lubada oskavad kõik ainult parimat teenust ja kvaliteeti. Klientide suurimateks kriteeriumiteks on raha, kiirus, kvaliteet ja usaldusväarsus, siis enamasti neid ka lubatakse kõikide veoteenuste ettevõtete poolt ning eristuda teistest on üsnagi raske. Praegusel hetkel suudetaksegi eristuda suuresti kiirveoteenuste ettevõtete kaubavedamise piirkondade järgi ning muu informatsioon tuleb peale otsest kontakti, kas suudetakse lahendada kõik vajadused, mida klient ise soovib ja vajab.

Klientide hinnagul on väga oluline olla kliendikeskne. Seda nii klienditeeninduse, logistiliste lahenduste kui ka tehnoloogiaga. Klienditeenindus on ettevõtte nägu ning sellesse peab investeerima nii aega kui ka raha, sest paljud kliendid hindavad selle järgi, kas nad tahavad selle ettevõttega koostööd teha või mitte. Logistilised lahendused peavad olema klientide jaoks paindlikud või probleemid kiiresti lahendatud. Kiire infoliikuvus on viinud meid sellesse olukorda, kus kaup võib olla peale laadida rohkem kui algselt planeeritud või muutub sihtkoht. Siinkohal ootab klient kiireid lahendusi, kuidas toimida edasi ning mismoodi suudab kiirveoteenuste ettevõtte sellised probleemid lahendada. Jooksvalt tekkinud probleemide lahendus peab olema kiire ja korrektne, et vältida kaubavoo seismist ning leida kõikidele osapooltele parimad ja sobivamad õiglased lahendused. Tehnoloogia on samuti aspekt, mida peab ajaga kaasas arendama ja kasutusele võtma. Tehnoloogia võimaldab muuta teenuse pakkujal kliendile usaldusväärsemat ja kiiremat teenust. Tehnoloogia võimaldab kliendil teha kiiremaid tellimusi ja olla ise kindlam, et kaup jõuab õigeaegselt õigesse kohta. Soovitakse, et kiirveo teenuste turg muutuks veel laiemaks, jälgitavamaks ning kliendikesksemaks.

SUMMARY

ROAD TRANSPORTATION OF FAST FORWARDING LOGISTICS – ESTONIAN CUSTOMERS' NEEDS AND ASSESSMENTS OF THE CURRENT MARKET SITUATION AND DEVELOPMENTS ON THE EXAMPLE OF HRX

Laura-Eliise Baida

The aim of this Bachelors Degree final paper is to analyze the current market of fast forwarding services through interviews with different people from different companies. Also to figure out in which way to improve taking HRX for example. From these interviews, make suggestions to HRX about their strengths and weaknesses and to what they should pay more attention.

The author came up with research questions that helped answer questions in the empirical part of the paper:

- 1) According to customers, what is the current situation in the market of fast forwarding services companies in Estonia?
- 2) According to customers what are the pluses and minuses of fast forwarding companies?
- 3) According to customers, how can these fast forwarding companies differ from each other?
- 4) According to customers, from which priorities should these companies shape their upcoming strategies?

According to customers, the current situation in the market of fast forwarding companies is varied and there are lot of options. Companies are able to provide flexible and reliabel services, but the price, which is the main criteria, mainly depends on the fact how much customers are able to pay and what kind of quality they expect. The price is higher when the quality is better and the delivery is more trustworthy. Although the current situation in the market is good and nothing negative can be pinte out. There is room to develop but goods get delivered from point A to point B safely and wrongdoings and problems to not occur.

The advantage of fast forwarding companies is today's fast developing world economy. This means that without this kind of service companies can not be able to maintain in competitive market and in the big picture fast forwarding is customer's primary need. Also higher flexibility and faster solution to problems plays big difference because that is what fast forwarding means.

The biggest disadvantages of this section is the minimal development of IT and many service providers are waiting for better IT solutions. Another disadvantage is that one company is not able to ship goods any place in the world. To customer it means that they have to search for many different providers in order to get the shipment to where they finally need it.

According to customers the biggest disadvantage of fast forwarding companies is their distinguishability. Every company has developed their ring of partners with who they are working together and these relationships are mainly developed through connections because everyone can promise the best quality and service. The biggest criteria for customers are money, speed, quality and reliability. These are the things that are promised by every shipping company and it is hard to differ from each other. At current moment fast forwarding companies can differ from their variety of destination countries and any other information comes after direct contact whether they are able to solve every need for the customer.

According to customers it is very important to be customer orientated. That mainly includes customer service, logistical solutions and technology. Customer service is the face of the company which is why companies need to invest lot of time and money into it because many customers take this into account when they are deciding whether to work with the company or not. For customers logistical solutions must be flexible or fast solving of problems. Fast flow of information has taken us to the situation where there can be more goods for loading than originally planned or the destination changes. This is the place where customers wait for fast solutions how to move forward and how a fast forwarding company can solve these problems. To find the best and fair solutions for everybody and prevent the stoppage of delivery flow fast and correct solving of ongoing problems is best. Technology is also an aspect that needs to keep up with time and it needs to be used in the best way possible. Technology allows service provider to offer more reliable and faster service for the customer. Technology helps the customer to make faster orders and be sure that goods get delivered to the right place on the right time. People wish that the market of fast forwarding companies become more wider, more traceable and customer centered.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Abdullayev, Z. (2020). *Tarnija ja tarneahela tähtsus e-kaubanduses*.
Kättesaadav: <https://digikogu.taltech.ee/et/Download/75f49cdd-ba43-4c2b-bdf8-6097c5681ea0>, 22.03.2021
- Cerna, L. , Bukova, B. (2015). *Supplier Evaluation Methodology in the Logistics Company*.
Kättesaadav: [Supplier Evaluation Methodology in the Logistics Company \(sciencedirectassets.com\)](https://www.sciencedirectassets.com), 15.03.2021.
- Eidys, J. , Gulc, A. (2020). *Trust in Courier Services and Its Antecedents as a Determinant of Perceived Service Quality and Future Intention to Use Courier Service*.
Kättesaadav: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/21/9088/htm>, 12.04.2021
- How to find and Work With Suppliers*. Entrepreneur Europe.
Kättesaadav: [How to Find and Work With Suppliers \(entrepreneur.com\)](https://www.entrepreneur.com), 15.03.2020
- HRX (2021).
Kättesaadav: <https://www.hrx.ee/>, 29.03.2021
- Jet Express (2021)
Kättesaadav: <https://kuller.ee/>, 29.03.2021
- Kallo, G. (2016). *Eesti maanteetranspordi väike- ja keskmise suurusega ettevõtete rahastamine ja selle eripärad*.
Kättesaadav: <https://core.ac.uk/download/pdf/79115226.pdf>, 29.03.2021
- Lepiku, K. (2018). *Transpordiliikide võrdlev analüüs kaubaveol Hiinast ABB AS tarnijate näitel*.
Kättesaadav: <https://digikogu.taltech.ee/en/Download/8fcec4f1-ee17-42ae-9fef-46e3b5cdd59c>, 22.03.2021
- Logistika ülesanded ja missioon*.
Kättesaadav: <https://www.digar.ee/arhiiv/et/download/347082> 22.03.2021
- Mägi, T. , Nõuakas, K. , Suursoo, J. (2015). *Veokorraldusjuhi käsiraamat I*.
Kättesaadav: <https://digikogu.taltech.ee/et/Download/55d664db-ebd2-45d2-a0a6-62747cd4e012>, 29.03.2021
- Means of Transport and Equipment*. Higher School of Transport.
Kättesaadav: https://www.uni-due.de/~kte010/modularte/html/main_modules/thoughtData/57/Means%20of%20Transport%20and%20Equipment.pdf, 27.03.2021
- Neste (2020). *Milline näeb keskkonnasäästlik transport välja tulevikus?*

Kättesaadav: <https://auto.geenius.ee/blogi/neste-blogi/milline-naeb-keskkonnasaastlik-transport-valja-tulevikus/>, 29.03.2021

Otsetova, A. (2017). *Relationship between logistics service quality, customer satisfaction and loyalty in courier services industry.*

Kättesaadav: http://www.conference-burgas.com/maevolumes/vol13/b2_v13.pdf#page=49, 15.04.2021

Paul, I. *Partenrlussuhted.*

Kättesaadav: https://www.eas.ee/images/doc/sihtasutusest/trukised/organisatsiooni_kasiramat/10.pdf, 22.03.2021

Roach, A. (2019). How to select dropshipping suppliers.

Kättesaadav: <https://www.oberlo.com/blog/dropshipping-suppliers>, 22.03.2021

Rodrigue, J. P. *Transportation and the Enviroment.*

Kättesaadav: <https://transportgeography.org/contents/chapter4/transportation-and-environment/>, 29.03.2021

Siska, S. (2018). Transpordiarend ning mõju maailma majandusele.

Kättesaadav: <https://e-koolikott.ee/oppematerjal/17531-Transpordi-arend-ning-moju-maailma-majandusele>, 22.03.2021

The benefits of technology in the transportation industry – MLC Europe B.V.

Kättesaadav: <https://mlceurope.com/en/news/43-the-benefits-of-technology-in-the-transportation-industry>, 29.03.2021

Transpordi ja logistika digitaliseerimine. ITL.

Kättesaadav: <https://www.itl.ee/liidust/digitaliseerimine/transpordi-ja-logistika-digitaliseerimine/>, 29.03.2021

Transport.

Kättesaadav: <https://www.digar.ee/arhiiv/et/download/347083>, 22.03.2021

(2020). *Transport.* Euroopa Keskkonnaagentuur.

Kättesaadav: <https://www.eea.europa.eu/et/themes/transport/intro>, 29.03.2021

Viljamaa, A. (2002). *Logistika tähtsus tulevikus suureneb.*

Kättesaadav: <https://www.aripaev.ee/uudised/2002/04/22/logistika-tahtsus-tulevikus-suureneb>, 22.03.2021

LISAD

Lisa 1. Intervjuu küsimused

1. Teenuse vajadus -

Millal tekib vajadus kiirtranspordi teenuse järele?

Kas sellise teenuse kasutamine on vältimatu või on see pigem Teie ettevõtte jaoks mugavusteenus?

Kas Teie tellimustel on alati sarnane ajatundlikkus? Milliste kaupade puhul on see kõige olulisem?

Kas tellimustel on mõnikord ka aega rohkem? Kellelt siis transporti tellite? Kas selline vajadus on pigem harva?

Kas mõnikord on lisaks kiirusele oluline ka tarne toimumise ajaline täpsus (nt kindlas 1-h ajaaknas)

Kui sageli juhtub, et kliendi vajadus muutub? (nt kaupa on peale laadida rohkem kui kokku lepitud, või muutub sihtkoht, või muutub ajatundlikkus ...) Kas kliendid vajavad sageli ka sellist paindlikkust kiirtranspordi teenust pakkuvalt ettevõttelt?

2. Valiku protsess –

Kuidas toimub ekspressvedude puhul vedaja valiku protsess? (Potentsiaalsete vedajate leidmine, kuidas? ; kodulehekülje lihtsus ; broneerimine ; klienditeenindus)

Kas valite ühe pikaajalise partneri ning mille järgi otsustate, kelle valite?

Kuidas ja millal tutvute konkureerivate lahendustega?

Mis on veel olulised kriteeriumid peale hinna ja kiiruse?

Milline kriteerium on kõige suurema määravusega kui hind ja kiirus on kahe või enama teenuse pakkuja vahel sama või suhteliselt sarnane?

Kas olete märganud hiljuti ka uusi kiirtranspordi teenust pakkuvaid ettevõtteid turule sisenemas?

Kas sellisel turul on sageli uusi tulijaid või pigem harva?

3. Ootused -

Millised on Teie ootused kiirtranspordi teenuse pakkuvate ettevõtete osas? (broneerimine/tellimuse edastamine, kursis hoidmine, paberite täitmine, aeg, raha, kiirus)

Kuhu oleks veel vaja Teie meelest edasi areneda?

Kuidas hindate, kas Teie ootused on aja jooksul muutunud? Kas oskate hinnata, kas nt 3-5aasta jooksul on kiirtransporditeenuse turg muutunud kuidagi nii, et see on ka klientides senisega võrreldes uusi ootusi tekitanud?

4. Hinnang –

Kuidas hindate konkurentsiolukorda ekspresvedude turul?

Kes on Teie arvates turul kõige paremad teenusepakkujad ja millega nad eristuvad?

Kas suudetakse eristuda ka teenuse usaldusväärusega ning mismoodi on seda reklaamitud või tõestatud?

Kuivõrd paistavad välja mõned tegijad turul tehnoloogiaga? Kui oluliseks peate seda tellijana?

Milliseid lisateenuste pakkumisi peate oluliseks ning kas ja kui tihti olete neid ka ise kasutanud?

Kui paljud lisateenuseid üldse pakuvad?

Kas tunnetatakse, et mõnel ekspresvedude pakkujal on oma kindel lojaalsem kliendibaas kui teistel?

Kas Te eelistate Eesti vedajaid oma kauba rahvusvaheliste vedude korral?

5. Hind –

Kuidas tekib Teie ekspresvedudel hind, kas hinnakirja järgi?

Kas hinda on võimalik ka tingida ning kas usute, et mõne konkurendi juures saab rohkem tingida?

Kas näiteks pikaajalise suhte baasilt on võimalik saada ka aja jooksul hinnavõitu?

Kas usaldusvääruse ja pikaajalise koostöö nimel olete valmis maksma kõrgemat hinda kuigi konkurendid sama teenuse eest küsivad vähem?

Kui tihti teete päringuid hindade kohta teistelt konkureerivatelt ettevõtetelt?

Millised on üldised hinnatrendid? Kas on tunda ka hindade hooajalisust?

6. Maailm ja keskkond –

Kuidas on mõjutanud Teie kabavedu poliitilise keskkonna trendid?

Kuidas on muutunud Teie kaubavoo vajaduse osas ärikeskkond?

Kuidas on pandeemia Teie kaubavoogusid mõjutanud?

Kuidas suhtute keskkonna säästmisesse ja kui oluliseks peate ka vedaja poolset panust keskkonnahoidu?

7. HRX –

Eelnevatele küsimustele toetudes, kuidas hindate rahulolu HRX teenustega? Kui kaua olete olnud HRX'i klient?

Kuidas on paigas HRX-i poolt pakutava teenuse kvaliteet, hind ja tarneajad?

Kas HRX on ainukene teenuse pakkuja teie ettevõttele või kasutate erinevaid? (Miks kasutate erinevaid teenuse pakkujaid?)

Miks olete valinud just HRX-i oma kauba vedajaks? Milline kriteerium või kriteeriumid said otsustavaks valida just HRX?

Kes on teie arvates kõige suuremaks konkurendiks HRX-ile ja miks? Kelle vahel Teie valisite ning kas valik turul oli raske?

Kuidas HRX silma jäi, kust leidsite selle ettevõtte kohta infot?

Millised olid Teie ootused kõige alguses HRX-ile ning kas ja kuidas neid täideti?

Kuidas hindate HRX-i poolset paindlikkust Teile teenuse osutamisel?

Kas HRX on Teie meelest suutnud pakkuda optimaalsemaid ja parimaid lahendusi ning kas nad on suutnud areneda ajaga piisavas kiiruses Teie jaoks?

Millised on olnud Teie jaoks kõige suuremad puudused HRX-i teenuste osas? On Teil olnud halbu kogemusi ning kuidas on neid sellisel juhul lahendatud?

Kui palju kardate, et kaup ei jõua kohale või midagi läheb valesti? Kuidas on HRX teile kindlustanud kvaliteetse kauba kohaleveo?

Kuhu poole võiks Teie arvates HRX areneda? Milliseid lisateenuseid veel pakkuda?

Lisa 2. Intervjuu vastuste koondtabel

	Teenuse vajadus	Valiku protsess	Ootused
Vastaja 1	Me tellime tarvikud endale siia kuhugi lattu ja siis klienditellimuse peale tarnime edasi. Klient tahab ja siis on vaja ruttu. Selline kiirveoteenuste kasutamine on konkurentsitingimustes üsna vältimatu ja kaupade vedu on vaja teha ikkagi kiiresti nii nagu klient seda nõuab.	Klienditeenindus on ikkagi ettevõtte nägu. Toon ka kohe näite ... ee ... Ükskord oli vaja ruttu valida uut transpordiettevõtet ja oli valik kahe vahel, no ja siis ma helistasin, et paremini informatsiooni saada aga no see klienditeenindaja... ta oli ikka väga ebaviisakas ning ei teadnud asjadest suhteliselt midagi. Turul on pakkujaid ju nii palju, et kui mulle midagi ühe juures ei meeldi, siis ma saan alati järgmise valida. Klienditeenindus on esimene asi, mida kõige juures koheselt hindan.	Minu jaoks on ikkagi topelt töö, kui ma pean edastama oma tellimuse veoteenust pakkuva ettevõtte koduleheküljel ja siis selle veel enda süsteemi kirja panema. Minu ootus on, et minu partner juba teab mind, kui ma talle helistan, ja ma saan kõik vajaliku info ühe kõnega edastatud.
Vastaja 2	Klient on alati kuningas ja seega siis tuleb leida ka vastavad lahendused ja samal ajal pevad need olema ka efektiivsed. Loomulikult ka paindlikke tingimustega mõlemale osapoolele.	Usaldusväärsus on oluline, kuid eks jah, see usaldusväärsus on selline, et tehakse asjad nii nagu on lubatud, ajal kui on lubatud. Kui kõik sellised asjad ei toimu nii nagu lubatud, tähendab see meie ettevõttele, et kliendi ees oleme süüdi ikkagi meie. Usaldusväärsus on väga oluline.	Muidugi ma soovin, et probleemidest antaks mulle koheselt teada, see on ju ikkagi usaldusväärse alus. See, et ma kuulen probleemist alles siis, kui minu klient helistab, et kaup pole kohal, pole ka nagu õige. Sellisel juhul ei saa mina muid lahendusi välja enam mõelda ja jääbki halb maik juurde.

Lisa 2 järg

Vastaja 3	Vajadus tekib niimoodi, et paljud kliendid on ise valinud HRX-i ja kui meil on kiire, siis valime ka HRX-i. Kui korralikult ja kiirelt on vaja kaup kohale saada, siis tuleb valida kiirtransport, kuid see on pigem mugavusteenus.	Meil on pikaajalised partnerid olemas, kuid need muutuvad. Vaatame iga aasta hinnakirjad üle ja siis me vaatame, kes toob kiirelt ja kes toob korralikult. Kõik on ikkagi minu enda valik, milliseid partnereid ma kasutan.	Probleemide ennetamine on ülioluline, nendest teavitamine on nii loomulik asi. See on selline kliendisuhete hoidmine ja kliendist ka hoolimine. Ja kindlasti süsteemide kiirus ja korrektsus, et nagu ka juba praegu olemas on, siis kui varem oled tellimuse teinud, siis on juba ette salvestanud informatsioon ja see on ülisuper, et seda ma ootan ka kõikide ettevõtete poolt.
Vastaja 4	Teenuse vajadus tekib siis kui kliendil on selle jaoks vajadus, kuid meie jaoks on hind väga oluline. Üritame kiirteenust kasutada nii vähe kui võimalik ehk siis on see meie jaoks teatud olukordades vältimatu teenus.	Valime selle, kes meile kõige parema pakkumise teeb. Hind on väga oluline kriteerium. Kindlaid partnereid meil ei olegi.	Oeh jah, meie ettevõtte jaoks on hind ülioluline, seega minu ootuseks ongi parem hind ja kvaliteedi suhe selle juures võiks kasvada.
Vastaja 5	See on tänapäeval ikkagi üsna vältimatu teenus kui tahad konkurentsist püsida.	Olen siin aastatega leidnud endale kuus partnerit. Nende vahel valin, kes teeb odavamt hinda. Aastas korra käin hinnakirjad üle ja siis läbi tuttavate soovitude vaatan ka teisi ettevõtteid.	Ei oskagi midagi oodata rohkem. Minu kaup liigub lähtekohast sihtkohta ja sellest mulle piisab.
Vastaja 6	Meil on niimoodi, et meil on firmad natukene jagatud ja vahel tekib selline vajadus, kui meil on omavahel midagi vaja kiiresti viia. Igalühel juhtub mingi	Meil on ettekujunenud juba partnerid ja siis me teame, et nendega on hea koostöö ja soodsa hinnaga.	Loodetavasti tuleb juurde tehnoloogilisi lahendusi, ma sooviksin rohkem olla kursis, kus minu saadeti on ja et saaksin kliendile korrektset infot anda.

	äpardus ja siis on vaja saata mingeid osakesi, et transporti on kiiresti vaja. Ja see on ikka vältimatu teenus.		
Vastaja 7	See on täielikult vältimatu vajadus. Tänapäeval on kliendid harjunud kiirete lahendustega ja kui me enid hoida tahame, siis peame ka kvaliteetset ja kiiret teenust neile otsima.	Sii firmasse tööle tulles olid omad partnerid olemas. Nendega ma olen jätkanud ja kasutan põhivedajatena, kuid tuttavate soovitusel olen katsetanud ka paljusid teisi teenuse pakkujaid. Muud moodi ma kahjuks ei julge katsetada kui ei saa kindel olla kvaliteedis ja usaldusväärsuses.	Ootuseks on see, et nad on kindlad ja usaldusväärsed. Seda aitavad kindlasti edasi arendada tehnoloogilised lahendused, kauba jälgimine..
Vastaja 8	Kiirtransporti vajadus on enamasti tingitud klientidest, kes siis ühel või teisel määral kas siis avastavad, et no kohe nüüd on vaja või siis nagu meie oma ettevõttes seda nimetame eile oli vaja. Ja no siis ongi vajadus transportiettevõtete järele, kes suudavad sellist kiiret ja paindliku transporti pakkuda.	Loeb see, mida nad mulle pakkuda suudavad. Eks neid uusi tulijaid on tulnud juurde küll, kes siis ise tulevad ja pakuvad ennast, kuid meie ettevõttel on juba omad kindlad tingimused, mida peab suutma täita ja kui ei suudeta, siis meil pole enam millestki rääkida.	No et kõik paberid oleks õigel ajal ja korrektselt täidetud ja annavad teada kui mingi probleem on tekkinud.
Vastaja 9	See on selline vältimatu vajadus, mis algab kliendist. Kui meie ei suuda kliendi vajadusi rahuldada sellisel moel, siis me ei peaks äri siin.	Tegelikult pean tunnistama, et ega ma väga erinevate pakkujatega polegi niimoodi tutvunud. Enne minu sii tööle tulemist olid juba partnerid olemas, kelle töödega ma olen väga rahul olnud ning ka	Ma sooviksin, et broneerimissüsteemid läheksid veel kliendikesksemaks. Praegu TNT paistab sellega väga välja, kuid teised võiksid ka sellest õppust võtta ja arendada neid.

		minul endal on tekkinud usaldus ja kindlustunne.	
Vastaja 10	Kiirvedu on meie ettevõtte jaoks vältimatu ning selle juures selline paindlikus on hädavajalik lausa. On ette tulnud olukordi, kus sõltumata hinnast on vaja kiiret transporti ehk kliendil on ruttu ruttu vaja.	On olemas omad partnerid, keda juba tean ja tunnen ja nemad tunnevad mind. Sellegipoolest teen iga aasta hinnapäringuid erinevatelt ettevõtetelt. Eks nende koduleheküljed ole suhteliselt sarnased, kuid siin mängib rolli, kuhu keegi tarnib ja mis on hind ja kiirus.	Inimesed ootavad ikka saadetist väga kiirelt kohale ja eks see minu ootus ole ka, et see turg muutuks veel kiiremaks ja kvaliteetsemaks.
Vastaja 11	Tänapäeva maailm on niivõrd palju arenenud, et kiire info liikumine on igapäevaelu osa. Seepärast on ka tegelikkuses kiirtransporti vajadus vältimatu. Nii meie kui ka meie kliendid tahavad ja ootavad, et kaup jõuaks võimalikult kiirelt kohale ja selle juures paindlikuks jääda on ainult positiivne faktor.	Mul on omad kindlad tingimused transportiettevõttele ja kui need tingimused on koheselt transportiettevõtte poolt täidetavad, siis saan omalt poolt koostööga edasi minna. Sellegipoolest tuleb siin mängu ajafaktor. Ajafaktor kahjuks ei võimalda uurida ja soetada uusi kontakte.	Lihtne tellimine, kiire tagasiside ja avatud suhtlus. Ma loodan, et kui mahud peaksid ka tõusma, siis näiteks HRX suudab hoida oma head kvaliteedi taset.
Vastaja 12	Klient on tähtis ja kaupa tahetakse ikka võimalikult kiiresti kätte saada. Keegi hakka tänapäeval ootama nädalaid selleks.	Mul on juba olemas kindlad partnerid ja neid ma lähituevikus välja vahetada ei plaani. Nad olid olemas juba enne minu tööle asumist ja seda, miks neid valiti, ma vastata ei oska.	Mul on vaja, et kaup saaks kvaliteetselt õigel ajal õigesse kohta tarnitud.
Vastaja 13	Kaupadel küll pole otseselt niimoodi erinevat ajatundlikkust aga oleneb ikka	Meie ettevõtte on pidevalt arenev ja eriti praegusel hetkel on meil tulnud palju uusi	Ma ju saan ikka teada kui mu kaup kohale ei jõua. Kui mingisugust informatsiooni

Lisa 2 järg

	<p>suuresti kliendist, et kui kiirelt temal on vaja kaup kätte saada. Ja noh see paindlikus ee.. seda vajadust tuleb ette küll, kus tulebki viimasel hetkel tellimus meile, et vaja kiirelt kaks alust rohkem peale panna ja sellega on ikka suudetud vastu tulla igat pidi.</p>	<p>suundi juurde. Praegusel hetkel me näemegi vaeva, et leida endale usaldusväärseid partnereid, kes traniksid kaupa just nendesse riikidesse. Enamuselt olen tuttavatelt uurinud, milliseid ettevõtteid nemad kasutavad ja seejärel olen nendega otse ühendust võtnud. Kui nad sümpatiseerivad mulle ning suudavad pakkuda selliseid tarnetingimusi nagu mulle sobib, siis teengi proovitellimuse. Uusi tulijaid ma niimoodi ei usalda, sest neil ei ole veel nii palju kogemust.</p>	<p>ei ole, siis ma saan olla rahulik ja kui midagi juhtubki, siis sellest keegi ikka teavitab. Jälgimisseadmega ei ole mul midagi teha ning meile tuleb mul igapäevaselt nii palju, et see lihtsalt spämmiks minu meilboxi.</p>
Vastaja 14	<p>No kiirtransport on järgmise päeva tarne ja kes siis sellist teenust ei kasutaks. Kõik ootame kiiret tarnet kui kaupa tellime. Ma küll ei viitsiks nädalaid oodata mingeid detaile ja lisaks seisaks tööprotsessid täielikult kui avastatakse, et mingi detail on puudu aga oodata tuleb selle peale mingi nädal või rohkem.</p>	<p>Siinkohal olen ise ikkagi teinud suurema eeltöö ära ja leidnud siis 2-4 transpordiettevõtet. Väga suureks abiks info leidmisel on olnud tutvused.</p>	<p>Ma ikkagi ootan seda kiirust, et terve see turg suudaks veel kiiremaks minna. Muu selline tehnoloogiline areng on minu meelest juba praegugi hea, rohkem nagu ei oskagi midagi välja tuua.</p>
Vastaja 15	<p>Meie ettevõtte kasutabki ainult HRX-i teenuseid. Mul pole aega siin muude ettevõtetega katsetada ja proovida ja... aga miks ma üldse peaksin valima kellegi</p>	<p>Tulin mõned aastad tagasi siia tööle, siis oli HRX juba partneriks olemas ja nii ongi lihtsalt.</p>	<p>Eks ma ootangi seda paindlikkust nagu meil vaja on ja seda kiiruse ja kvaliteedi suhet.</p>

	teise kui mul on usaldusväärne partner juba olemas ja koostöö sujub ilusti. Nead teavad mind ja mina neid, mul pole seda lisastressi siia vaja.		
Vastaja 16	Enamus selliseid kulumaterjale on ikkagi kulukas osta suurem maht korraga sisse ja vahel on see veidikene ka prognoosimatu, et tööd tulevad kiiresti sisse ja siis on kiiresti selle jaoks vastavaid materjale vaja. Tehasest tellida Euroopasse võtab nädalakese vähemalt aega aga on ikkagi vaja teha seda kiiresti nii nagu klient nõuab.	Niimoodi ei ole küll kunagi otsinud, et oleks kodulehte läbi töötanud, siin on need, keda oleme rohkem kasutanud, kunagi sai rohkem kasutatud. Ja kui on rohkem aega, siis ikkagi valisid selle, kes ei võtagi sama päev peale aga ta on samas selline usaldusväärsem.	Mm.. ei tea, ei oska niimoodi öelda, kuhu poole oleks veel vaja areneda, et toimib üsna okeilt praegu.
Vastaja 17	Vajadus tekib siis kui on midagi puudu kui midagi on valesti tulnud või ütleme, et kui midagi on läinud niiku. Pigem on see vältimatu teenus, et neid olukordi tuleb ikka ette. Ja mõnikord on see, et kliendil on väga kiire ja siis ongi vaja ruttu.	Eks need vedajad on välja kujunenud aja jooksul. Ja no need on ikkagi sissetöötatud ja ega väga kergelt muutma neid ka ei kipu.	No, mina olen harjunud, et ma käin ise trackimas oma saadetist ja ega see siis olegi minu ootuseks, et ma saan ise jälgida oma saadetist.
Vastaja 18	No esiteks selleks, et teha ühte toote tükk on meil vaja erinevatest kohtadest detaile. Üritame küll suuresti ette planeerida aga meile tehtud tellimusi ei saa me suures osas kontrollida. Seega on	Mul on väga kindlad tingimused ja soovid ning kogemust on ka juba. Tihti peale mul lihtsalt ei ole aega niiöelda uute tulijate meile lugeda ja need vajuvad alla poole ja siis ma ka unustan	Loomulikult kui midagi on juhtunud, siis on hästi oluline teada anda, sest siis pean mina oma klienti teavitama sellest, et temale ei tule õigeaegselt asjad kohale ja pean mõtlema hakkama välja mingeid

	<p>meil tihtipeale vajadus oma äripartneritelt kiiresti saada detaile ning seejärel kiiresti peale tootmist oma klientidele edasi transportida. Põhimõtteliselt, et meie äri töötaks, on meie jaoks kiirtransport vältimatu vajadus.</p>	<p>need, kuid telefoni kõnedes saan kohe esitada oma tingimused. Siis saan juba kohe aru, kas neid tingimusi suudetakse täita või mitte. Kuna hetkel on mul olemas omad kindlad partnerid ja olen nendega rahul, siis ootan, et ka see uus potentsiaalne partner suudab kõiki minu tingimusi lahendada samamoodi või veel paremini.</p>	<p>muid lahendusi, kuidas see olukord ära päästa.</p>
Vastaja 19	<p>Eks ikka kliendi vajadusest. Vahepeal ikka on vaja kiiret tarnet ja sellistel puhkudel kliendi jaoks ei olene ka hind enam.</p>	<p>Mina neid otseselt ei telli, meil on selle jaoks olemas inimesed. Aga seda vaadatakse ikkagi rohkem hinnapõhiselt, et meil on siin varuosad ja sellised asjad ja veel mingid tarvikud, kus transport on organiseeritud teise tootja poolt nagu DHL, kes toovad kiiresti ära. Osad asjad on väga hinnatundlikud, seal on hind ikkagi väga suur määraja.</p>	<p>Tellimuste edastamine peab olema kindlasti kliendikeskne. Ja noh sellised asjad jah, et teavitamised kui on loomulikult midagi juhtunud, siis on hästi oluline teada anda.</p>
Vastaja 20	<p>Miks siis ei ole vältimatu teenus, ikka on vältimatu. See kõik oleneb ju nii kliendist, et kui klient nõuab, siis nii ka on. Eks see ajatundlikkus on ilmselt tänapäeval juba kõikide kaupade puhul kriitiline ja vajatakse aina enam kiiremat ja kvaliteetsemat transporti.</p>	<p>Olen valinud endale erinevad transpordifirmad ja leidnud need tuttavate soovitude kaudu. Meil on ühed, kes teostavad Eesti siseseid vedusid ja teised jällegi Baltikumi suunal ning kolmandad Skandinaavia suunal. Paraku jah ei saa alati kasutada ühte transpordi</p>	<p>Näiteks jälgimisseade annaks mulle nii palju kindlustunnet juurde. Hetkel laeme siit kauba peale ja siis ma ei saagi teada, kus on minu kaup ja kas see jõudis ka kohale. Sellisel juhul võiks tulla mulle kasvõi mingi kinnitusmeil, et minu kaup</p>

Lisa 2 järg

		ettevõtet kõikidel suundadel, sest erinevate transpordiettevõtete võrgustik pole veel kõikidel suundadel piisavalt arenenud.	on jõudnud ilusti sihtkohta ja ma oleksin palju rahulikum.
--	--	--	--

Lisa 2 järg

	Hinnang	Hind	Maailm ja keskkond	HRX
Vastaja 1	Eks enamusele ole kõik ikka selline katse-eksitus meetod turul, sest võid rääkida midaiganes ja kokkuvõttes näitavad ikkagi kogemused kõike. Midagi halvasti ei ole aga arenemisruumi on kindlasti.	Hinnad on ikkagi kokkuleppe põhjal ja konkreetsed.	Eks ikkagi keskkonna teemad on olulised. Noh jah, niimoodi ei ole läinud küll kellegi autopargi kütusekulu vaatama ja kui palju need saja peale võtavad ja nii edasi. Sellises mahus küll mitte. Hind, kvaliteet ja aeg on olulised ja ausalt öeldes minuni ei ole jõudnud, et keegi sellel teemal eristuks.	Mis ta võib olla meie koostöö pikkus, mingi aastat... mingusune 8 aastat sinna kanti suures piires. Ja ei ma olen nendega rahul küll, et eks me ole nende juurde nii pikalt pidama jäänd, et eks ole neid konkurente küll ikkagi käinud pakkumas ja võibolla kokkuvõttes ikkagi paremat hinda pakkunud. Paindlikud teenused ja sissetallatud rada, üsna mugav inimestega töötada, kellega pikalt koos töötanud ja eks nad ole hinnaga ka juba veidikene vastu tulnud.
Vastaja 2	Otseselt toimib kõik, mis on välja mõeldud ja üsnagi kiirelt. Eks ikka vead tulevad sisse, kuid nende lahendamist ma ikkagi ootan kohe. Valikut saab teha väga mitmete ettevõtete vahel, kuid ei oskagi öelda, kas see on hea või halb.	Pikaajalise suhte baasilt oleme saanud paremat hinda ehk siis on jah meil tekkinud juba oma hinnakiri.	Poliitilised aspektid meid küll mõjutanud ei ole, sest Inglismaalt meilt kaupa ei tule ja pandeemia ajal said ikka kaubad liikuda ja see on meie kaubavoogusid suuresti tõstnud. Keskkond on küll oluline aga ega ma ei jälgi küll seda transpordi puhul.	Koostöö HRX-iga on ainult kiiduväärt. Nad on vägagi paindlikud olnud ja ee... uut midagi nagu ei oskagi siin välja tuua, et eks need sellised vajadused tulevad jooksvalt.
Vastaja 3	Ma olen leidnud endale väga head partnerid, kellega ma teen koostööd ja neid ma naljalt ei vaheta. Neil on väga hea kvaliteet ja loomulikult ma vaatan ka hinda, sest see on meie jaoks oluline.	Igal aastal tehakse meile siis hinnakiri. Et hinnakirja järgi tulevad meie hinnad ikkagi. Tavaliselt ma küsin kahe kuni kolme ettevõtte käest hinda ja siis vaatan, kes teeb paremat hinda. Muidugi on ikka võimalus pikaajalise suhte baasilt ka hinda alla saada.	Kaubad on meil kogu aeg liikunud ja pandeemia ei ole meie tööd küll siin seganud. Kuid noh see laevaliikluse hõrenemine võibolla natukene segab aga mitte oluliselt.	Kuna mul üks tuttav töötas HRX-is, siis tema soovitas mulle seda ja nende autod jäävad silma, et neil on väga puhtad autod ja nende klient oleme olnud aastast 2015. Me oleme tõesti nendega rahul ja neil on kiire tarne ja halbu sõnu tõesti pole öelda.
Vastaja 4	Praegu ma ei tunnetata küll, et midagi oluliselt puudu oleks.	Hinnad on ikka hinnakirja järgi. Samas ma küsin alati pakkumist	Ei ole keskkonnale üldse tähelepanu pööranud.	Ikka oleme rahul. Nad on paindlikud ja kiired, kuid kui

Lisa 2 järg

	Valikut on küllaga ja leian alati ettevõtte, kes parimat hinda pakub minu jaoks.	ja juba teatakse tavaliselt, kelle vastu nad pakuvad, seega üritavad üksteist üle trumbata.		teeksid odavamalt hinda, telliksite neilt ka ilmselt rohkem.
Vastaja 5	Praegu tundub kõik korras olevat. Mulle sobib, mida pakutakse ja ega kui kunagi tuleb mingeid tehnoloogilisi arendusi, eks ma õpin need ära ja siis hakkam kasutama.	Meile on tehtud oma hinnakiri ja selle järgi tekivad ka hinnad.	Pandeemia ei mõjutanud kaubavoogusid ega ole ka keskkonnateemadega sellel turul kursis hoidnud.	Nendega koostöö on sujunud väga hästi ja kahjuks ei oska öelda, kaua me nende klient olnud oleme.
Vastaja 6	Kõikidel on oma süsteemid olemas ja see on hea. Sellised tehnoloogilised lahendused on väga olulised.	No hinnad tekivad ikka hinnakirja järgi. Hooajalisus on ka ikkagi teemas, et siin lisatakse juurde teatud kuudel hinnale.	Meid ei ole kuidagi mõjutanud see pandeemia, kuid ainult korra tekkis eelmine kevad väike auk, kui polnud piisavalt autosid Eestis ja siis natukene hinnad tõusid, kuid see lahenes kiirelt.	Me oleme juba kaks aastat koostööd teinud ja noh kõik on tip-top, kõik toimib. Muidugi sooviksime, et nad sõidaksid sinna Saksamaale ka ehk nad võiksid laieneda.
Vastaja 7	Valikut on turul piisavalt, sest mida rohkem on valikut, seda parem on sinu jaoks hind aga muidugi selle arvelt kannatab ka tavaliselt kvaliteet. Igalühel on olemas see nišš, kuhu ta sobitub. See oleneb kliendist, kelle vajadusi rahuldatakse.	Eks siin tuleb jah mängu pikaajaline koostöö ja kaubelda oskan ma ka natukene, kuigi seda teen tõesti ainult juhtudel kui kusagilt mingit head pakkumist ei ole tulnud.	Kuna oleme avastanud Inglismaa turu, siis otsime vedajaid, kes ise kõik paberid korda teevad. Keskkonna teemadele ei mõtle, sest no ma arvan, et vedajad peaksid ise sellistele asjadele keskenduma.	Meil oli olukord, kus kaupa oli unustatud peale võtta ja HRX ise pakkus lahenduse nende kulul transportida samal päeval see ikkagi kohale. Mul pole kunagi olnud nii positiivseid ja kiireid probleemide lahendusi. Neid saab ainult kiita.
Vastaja 8	Kindlasti on konkurents olemas, kuid praegust olukorda vaadates on ilmselt kõik hõivatud ja tööd jagub piisavalt. Ma usun, et ka uued tulijad leiavad turul praeguses olukorras endale kliendid ning suudavad suhteliselt kiiresti areneda.	Ma küsin umbes kolmelt erinevalt ettevõtetelt hinnapakkumist ja ütlen ka ära, mida teine ettevõte on pakkunud ja nad siis üritavad seda üle trumbata. Mõnikord ma ütlen niisama mingi hinna, mida teine ettevõte siis nõ mulle pakkus ja siis saan veel parema hinna endale.	Ise kasvatan siin tomateid ja kurki ja pean ennast ikkagi keskkonnasäästlikuks ja meil siin kontoris on ka ikkagi roheline mõtlemine, kuid minu teada ei ole siin ükski teenusepakkuja tulnud välja mingi rohelise valikuga. Eks see ole vast ikka ettevõttes endas kinni, kuidas sellele keskendutakse.	Oleme olnud juba pikka aega HRX-i klient ja plaanime ka edaspidi koostööd jätkata. See peaks siin kõik ütleva, et tegelikult oleme väga rahul nii kvaliteedi, kiiruse kui ka hinnaga, sest omavahel on need kõik balansis.
Vastaja 9	Kõikidel on olemas oma nišš turul. Meil on vaja paljudesse Euroopa kohtadesse oma kaupa	Mingit hooajalisust ma siin ei tunne. Eks ma juba oskan arvestada suhteliselt täpselt, kui	Natukene seda paberimajandust on tulnud juurde tänu BREXIT-ile, kuid muus osas on asjad	Koostöö on olnud sujuv ja kõik probleemid, mis on ette tulnud, on lahendatud nii viisakalt ja

Lisa 2 järg

	transportida ja üke ettevõtte ainuüksi ei kata ära meie vajadusi ja seega on meil vaja mitmeid partnereid.	palju mingi transport maksma läheb, sest hinnakirjad on mulle saadetud ja nende järgi ma ka orienteerun.	läinud pigem positiivsemaks. Tööd on tulnud nii palju juurde, et on juba vaikselt vaja inimesi juurde palgata.	ruttu, et on andnud mulle nii positiivse tunde. See on nii palju vähendanud ka minu kartusi, et midagi võiks valesti minna.
Vastaja 10	Praegusel turul on neid pakkujaid palju ja ikka on seda konkurentsi tunda. Midagi halvasti nagu ei ole aga jah tundub, et neid tehnoloogilisi arendusi võiks ikkagi hakata juba hoogsamalt arendama.	Hind on ikka hinnakirja järgi ja mängib rolli siis ka kütuse jooksevhind.	Pandeemia on mõjutanud meie ettevõtet ainult positiivselt. Keskkond on küll oluline aga ega ma sellele niimoodi veoteenusepakkuja valikul tähelepanu ei pööra. Isegi kui keegi pakuks rohelisemat varianti aga see oleks kallim, siis ma arvan, et me ei ostaks sellist teenust endale sisse.	Kõik on olnud väga hästi aga võiksid areneda Euroopas laiemalt. Samuti muuta oma broneerimissüsteemid veel kliendikeskemaks. Maisegi arvan, et sellisel juhul telliksime veel rohkem neilt transporti.
Vastaja 11	Tundub, et konkurents turul on tihe. Kuigi mul on kindlad partnerid, siis eks nad millegi poolest ikka eristu. Nii palju kui on ettevõtteid, nii palju on ka vajadusi. Ega ainult üks teenuse pakkuja suuda kõiki vajadusi rahuldada ja juba sealt tuleb erisusi sisse.	Hind on tekkinud hinnakirja järgi või kui tuleb ette mingisuguseid erivedusid, siis olen küsinud hinnapakumist. Eks siin olen saanud ka pikaajalise partnerlussuhte baasilt mingisugust allahindlust, kuid eks ma saan aru, et kõik vajavad ellujäämiseks raha ja see on täiesti okei.	Pandeemia pole otseselt meid mõjutanud, kaup liigub. Keskkonna teemasid niimodi ei jälgi, mul on vaja ikkagi kaupu liigutada ühest kohast teise.	HRX-i puhul mulle meeldib see, et nad teavitavad probleemidest kohe, mitte ei lase asjal lumepallina veerema hakata.
Vastaja 12	Konkurentsi ilmselgelt on turul aga ma ei jälgi neid asju. Mul on oma tööülesandeid vaja rohkem lahendada kui mõelda sellistele asjadele ja kui mul on partnerid olemas, siis ma ei näe vajadust selleks ka.	Hind on tekkinud koostöö baasilt ja meil on olemas oma kinel hinnakiri.	Natukene paberitööd tuli juurde BREXIT-iga, kuid üldjuhul on jäänud kõik samaks. Keskkond on küll oluline, kuid ausalt öeldes ei jälgi ma selliseid asju.	Koostöö on sujunud viperusteta ja kasutame kindlasti ka nende teenuseid edaspidigi. Broneerimissüsteemid on neil lihtsad, kuid ma usun, et seda nad suudavad veel paremaks muuta.
Vastaja 13	Praegult peame ikka vaatama, kuhu mingi ettevõtte tarnib. Valikut turul on aga usaldusväärsus mängib väga palju rolli. Muidugi seda tõestada lihtsalt rääkimisega ei	No kuna meil siin ettevõttes on muutuste aeg kui nii saab öelda, siis hetkel on kõik hinnad hinnakirja järgi. Eks ma tulevikus ikka loodan, et saab juba rohkem tingida ja muid allhindlusi saada.	No nagu näha, siis pandeemia on väga positiivselt meid mõjutanud. Areneme mühinaga ja vaja seepärast ka muutusi ettevõttes läbi viia. Ei saa öelda, et ma keskkonna teemadest ei huvituks, kuid ausalt öeldes ei	Transport oli juba ukse ees kui meie kliendid otsustasid viimasel hetkel, et on vaja kahte detaili veel saata kiiremas korras. Piisas ainult telefonikõnest ja minu probleem oli lahendatud kõigest

Lisa 2 järg

	saa aga siinkohal tulevad appi tuttavad.		pööra ma ettevõtte siseselt sellel kuigi palju tähelepanu.	minutitega. Nad on nii paindlikud, et ma ei pea kunagi millegi pärast üleliia muretsema.
Vastaja 14	Mina olen broneerimissüsteemidega rahul, need on lihtsad ja arusaadavad. Muus osas ka ei ole etteheiteid, sest kuna ma olen ikkagi teinud suure töö ära ja valin enda jaoks need koostööpartnerid, kellega on mul endal hea koostööd teha. Eks siin jah võibolla mõned peaksid vaeva nägema oma kvaliteedi osas aga selle jaoks meil turul ju nii suur valik ongi, et mina leiaksin enda jaoks need parimad.	Ma ikkagi küsin igakord pakkumist enda valitud partneritelt ja valin selle, kes suudab parimat hinda pakkuda.	Nii palju kui ma tahaksin öelda, et jaa ma olen nii ökošmõko, siis tegelikult ei ole. Ettevõtte siseselt jah üritame prügi sorteerida ja nii edasi, kuid töö vajab tegemist ja detailid vajavad välja saatmist.	Oi, HRX-iga olen ma tõesti rahul. Nad on kiired ja kvaliteetsed. Eks meil ole ikka paar sellist probleemi olnud aga ma pole kunagi pidanud muretsema või sellepärast rohkem töötunde tegema, sest nad on alati suutnud pakkuda välja ülihead lahendused. Nad tõesti teavad mida nad teevad ja mul on selle üle nii hea meel. Muudab minu töö ka palju lihtsamaks.
Vastaja 15	Praegu on meil kõik nii hästi, et ma olen siis niiöelda turu hetkeolukorraga väga rahul. Muud ei oskagi tahta. Broneerimine sujub alati väga kiirelt ja klienditeenindaja, kes meil on, on ka alati väga super ja vastab telefonile koguaeg, kui teda vaja on.	Kõik hinnad on ikkagi hinnakirja järgi. Ausalt öeldes pole ma isegi kunagi uurinud, kas kusagilt saaks odavamalt või kas saaks tingida. Ilmselt peaks siin sellega tegelema hakkama aga pole lihtsalt aega.	Meil kaubavood sujuvad väga hästi ja tööd on ainult juurde tulnud.	Otsustavaks kriteeriumiteks on olnud meeldiv klienditeenindus, lahenduste leidmine ja kvaliteet.
Vastaja 16	Minu jaoks nendel eristumistel ei ole väga vahet. Minul on partnerid olemas, kes on ka usaldusväärsed. Oluline on ikkagi, et se toode jõuaks kahjustamata punktist a punkti b, et mingit vahet ei ole, millega veetakse, vedagu kasvõi hobusevankriga, et see ei ole kindlasti minu jaoks mingisugune teema.	Eks see noh jah nagu iga muu asigi, sellistest mahtudest ja sellistest kõigest nagu et jah ja üks sellest kindlasti sõltub. Neilgi nagu igal teiselgi ettevõttel on konkurentsi ja konkurendid ümberringi, et on kehvemaid aegu ja paremaid aegu, et ee loomulikult. Samamoodi nagu meie kliendid elavad konkurentsitingimustes,	Ütleme siin Eesti ja Baltikumi sees ei ole pandeemia küll kuidagi mõjutanud, et siin kevadel oli need asjad, mis Euroopast tulid suurte rekkatega, seal olid mingisugused seisakud Poolas näiteks aga siis ei olnud ka väga midagi suurt, et nüüd on BREXITi asi tulemas, et see mingil määral ikka mõjutab.	Ütleme sellisel puhul arenemiseks, et oleksid võimelised kiiremini reageerima. Eesti siseselt näiteks Tartusse olid suutelised samal päeval juba kohale viima.

Lisa 2 järg

		<p>sest meie peame selleks, et olla elus, oma kulusid nagu üritama võimalikult alla poole saada, et parema hinnaga müüa edasi . Osa kogu tervikust.</p>		
Vastaja 17	<p>Mis siin ikka, meil on omad partnerid ja oleme proovinud teisi, kuid alati on olnud mingisugune probleem. Siin omade partneritga on hea ja usaldusväärne.</p>	<p>Meil on hinnakirjad väga vanadest aegadest, et ei tasu torkida, pärast hakkavad tõstma siin neid. Ainult siin see kütusehind on muutunud. Ma ei kujuta ette, kes selle päris hinnaga üldse tellib.</p>	<p>Keskkonna säästmine on ikka oluline, kuid ikka tahaks oma saadetisi lennukiga kätte saada.</p>	<p>HRX-i klient oleme olnud kõik need 25 aastat. Tõesti on meil see koostöö hästi niimoodi vaikimisi toimunud ja tõesti olen väga rahul.</p>
Vastaja 18	<p>Kindlasti see tehnoloogia areng meil vajab siin uuenduskuuri. Mia kliendikeskem olla, seda parem on. Muus osas nagu konkurentsi jagub ja kõikidel teenuste pakkujatel on olemas oma kliendibaas, seda küll otseselt tunda ei ole aga see on paratamatus, et nii lihtsalt on. Muidu meil ju kõik siin toimib ja üsnagi hästi, et nuriseda siin küll ei saa aga eks arenemiseks ruumi ikka on.</p>	<p>Hinnakirja järgi on algselt tekkinud aga mõnikord ma ikka üritan siin tingida hinda ja tihtipeale see ka õnnestub.</p>	<p>Meid pole mitte miski siin mõjutanud.</p>	<p>Koostöö on olnud super, kuid ma sooviksin, et nad laiendaksid ennast Euroopasse rohkem ning loomulikult võiksid nad veel rohkem oma kodulehte ja broneerimissüsteeme kliendikeskemaks muuta.</p>
Vastaja 19	<p>Ega jah siin kõik ju reklaamivad ennast kui kõige parematena aga eks neil ikka ole ka oma eristumised. Ega meil on ka ikkagi välja kujunenud teatud partnerid, et jah, meil siin ollakse mingitel põhjustel nad välja valitud, et kes just meie ettevõttega kõige paremini sobituvad.</p>	<p>No mitte alati ei saa tingida sellepärast, et see oleneb ka tootest, et on sellised noh eee mahutooted, mis on siis ostetakse suurtes kogustes nagu jaa ja selle võrra on konkurents suurem ja marginaalid tunduvad väiksemad ja transpordi osa selles marginaalis on väga oluline ja nagu et ee... et siis selle puhul on hind väga määrav.</p>	<p>Ei ole mina neid keskkonna asju uurinud. Mul ikkagi muud aspektid tähtsamad.</p>	<p>Koostöö on ikka väga hästi sujunud. Eks ikka on arenemisruumi</p>
Vastaja 20	<p>Meie ettevõtte hindab seda paindlikust kõige rohkem. Ja</p>	<p>Vastavalt koostööle tehakse firmadele kliendipõhised</p>	<p>Aimasin, et siit võib selline küsimus tulla ka aga noh, kellele</p>	<p>HRXi puhul on see ladustamine, et see on nagu, kui me</p>

Lisa 2 järg

	<p>ega seda ikka pakutakse turul päris palju, kuid jah HRX paistab sellega kõige enam välja, ülimugav lihtsalt.</p>	<p>hinnakirjad, mille alusel teenuse pakkumine toimub. Ja kui toimuvadki muutused hinnakirjades, siis saadetakse ka vastavad teavitused selle kohta.</p>	<p>ma siin ikka valetan, ei ole ma selle kohta midagi uurinud. Einoh ikka oleks tore, kui turul oleks mingid sellised rohelised variandid aga pean ütleva ausalt, et kui see on ikka kallim, siis seda päris ei valiks. Muidugi siin oleneb kui palju kallim see on.</p>	<p>hakkasime seal ladustama alguses, siis kasutasime ka teisi vedajaid seal vedamiseks, kes nagu odavamalt hinda pakkusid, näiteks kes Tartusse vedasid, et aega pikku oli seal palju prohmakaid nagu näiteks ei saanud seda õigel ajal veetud ja siis HRX tegi ka natukene nagu oma hinda sobivamaks siis ja siis loobusime sellest mitmetest vedajatest ja siis kasutasime HRX'i ennast ja nende laost tulevate asjade vedamiseks.</p>
--	---	--	--	--

Lisa 3. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina Laura-Eliise Baida (*autori nimi*)

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
Maantee kiirvedude logistika – Eesti klientide vajadused ja hinnangud turu hetkeseisule ja
arengutele AS HRX klientide näitel,
(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja on Tarvo Niine,
(*juhendaja nimi*)

1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna
Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse
tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu,
sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse
kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega
isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

_____ (kuupäev)

¹ Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingulise tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsevale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtajaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. jq 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.