

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Tõnu Heinorg

**LOGISTIKATEEMALISTE KONVERENTSIDE JA  
KOOLITUSTE RAHULOLU JA NÕUDLUS EESTIS**

Bakalaureusetöö

Õppekava EALB02/14 - Logistika

Juhendaja: Kai-Katrin Parktal

Tallinn 2020

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 6441 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Tõnu Heinorg .....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 154881EALB

Üliõpilase e-posti aadress: tonu.heinorg@gmail.com

Juhendaja: Kai-Katrin Parktal:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

## SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE .....	4
SISSEJUHATUS .....	5
1. ELUKESTE VÕPE .....	7
1.1. Koolitused .....	8
1.1.1. Töötajate koolitamine .....	9
1.1.2. Koolituse edukus .....	11
1.1.3. Koolitusmeetodid .....	11
1.2. Konverentsid .....	13
1.2.1. Konverentside korraldamine .....	14
2. METOODIKA .....	15
3. EMPIIRILINE OSA .....	18
3.1 Koolituste tulemused .....	18
3.2 Konverentside tulemused .....	24
KOKKUVÕTE .....	29
SUMMARY .....	31
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU .....	34
LISAD .....	37
Lisa 1. Lihtlitsents .....	37

## LÜHIKOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö uurimisprobleemiks oli see, et praegu puudub selge arusaam kuidas suhtuvad logistikasektori töötajad erialalistesse koolitustesse ja konverentsidesse ja milline on nende vastu nõudlus.

Töö eesmärgiks oli välja selgitada kuidas ollakse rahul praegu pakutavate logistikateemaliste koolitustega ja konverentsidega ning mida peetakse antud üritustel osalemise puhul oluliseks. Selleks viis autor läbi ankeetküsimustiku, mis oli eelkõige suunatud Äripäeva 2018 aasta autotranspordi ja ekspedeerimis edetabelis kajastatud ettevõtete töötajatele.

Tulemustest selgus, et enamus logistikasektoris töötavatest inimestest on karjääri jooksul osalenud koolitustel ja konverentsidel ning on jäänud rahule nendega. Üritustel osalemise peamiseks põhjusteks toodi välja enesearendamine ja uute teadmiste saamine ning uute tutvuste loomine. Koolituste puhul tuntakse kõige rohkem huvi veokulude planeerimise ja hinnakujunduse vastu ning uuenduste vastu autovedajate riiklikes seadustest. Konverentside puhul tuntakse huvi eelkõige maanteetranspordi ja kogemuskonverentside vastu. Kõige tähtsamad tegurid, mis määravad logistikasektoris töötaja osalemis koolitustel ja konverentsidel on maksumus, sisu, asukoht, toimumisaeg ja kestvus.

Võtmesõnad: konverentsid, koolitused, elukestev õpe, logistika

## SISSEJUHATUS

Elukestev õpe on kiiresti muutuv maailmas väga aktuaalne teema. Ühiskonna ja tehnoloogia arengust tingituna peavad paratamatult inimeste oskused ja teadmised arenema. Selleks, et püsida tööturul konkurentsivõimeline peavad inimesed tegelema eneseharimisega. Aga konkurents ei ole tööturul vaid indiviidide vaheline, vaid see on ka organisatsioonide vaheline. Selleks, et organisatsioon püsiks konkurentsivõimeline peavad nad investeerima oma töötajatesse ja julgustama neid töö kõrvalt õppima. Õppimiseks on erinevaid võimalusi - töötajad võivad osavõtta koolitustest, konverentsidest, õpitubadest, palgata eraõpetaja, minna uuesti kooli ja nii edasi.

Antud bakalaureusetöö uurimisprobleem seisneb selles, et hetkel puudub selge arusaam kuidas suhtuvad logistikasektori töötajad erialalistesse koolitustesse ja konverentsidesse ning milline on nende nõudlus. Uurimisprobleemist lähtudes püstitas töö autor kolm uurimisküsimust:

- 1) Kuidas ollakse rahul praegu pakutavate logistikateemaliste konverentsidega ja koolitustega?
- 2) Milliste logistikateemaliste konverentside ja koolituste vastu tuntakse huvi?
- 3) Mis tegureid peetakse logistikateemaliste konverentsidel ja koolitustel osalemise puhul oluliseks?

Töö eesmärgiks oli välja selgitada kuidas ollakse rahul logistikateemaliste koolitustega ja konverentsidega ning mida peetakse antud üritustel osalemise puhul oluliseks. Selleks viis autor läbi ankeetküsimustiku Google Forms keskkonnas, mis oli eelkõige suunatud autotranspordi ja ekspedeerimis ettevõtete töötajatele.

Käesolev bakalaureusetöö on jaotatud kolmeks peatükiks. Esimeses peatükis on töö autor käsitlenud elukestva õppe mõistet ja selle rolli praeguses ühiskonnas. Uurimisprobleemist lähtudes on autor pööranud erilist rõhku just koolituste ja konverentside osale elukestvast õppest. Koolituste osas uuritakse kuidas tuleks koolitusi korraldada, kuidas hinnata nende edukust ja kuidas valida endale õiget koolitusmeetodit. Konverentside puhul on autor uurinud mida täpsemalt mõistetakse konverentside all ja kuidas neid korraldada.

Teine peatükk keskendub töö metoodikale, kus on ära kirjeldatud uurimisprobleem ning töö eesmärk. Põhjalikumalt on ära seletatud valim ning küsitluse läbiviimine. Lisaks sellele on detailsed kirjeldatud uurimisküsimused, millel töö keskendus.

Kolmandas peatükis kajastatakse logistikateemaliste koolituste ja konverentside rahulolu ja nõudlust autotranspordi ja ekspedeerimis ettevõtete töötajate seas.

## 1. ELUKESTEV ÕPE

„Elukestval õppel on ühiskonnas üha olulisem roll, seejuures on kaks osapoolt: tarbija ehk õppija ehk isik, kes koolituse kaudu teadmisi omandab ja täiendab, ning pakkuja ehk koolituse võimaldaja ehk ettevõtte, kus inimene töötab. Loomulikult kõik inimesed ei tööta, kuid õigus koolitusele on neilgi. Sellisel juhul on sageli tegemist tööturukoolitusega, mis pakub õppimis- ja teadmiste täiendamise võimalusi just töötutele. Muidugi võib inimene ka ise end koolitada, kui tal on selleks piisavalt tahtmist ja eelkõige raha.“ (Rummo 2008)

„Tänapäeval on tööelu iseloom nii palju muutunud, et need kes soovivad olla edukad peavad omandama motivatsiooni elukestvaks õppeks. Tuleb kasutada varasemalt omandatud kogemusi ning vastutada oma õppimise eest. Õppimist võib pidada muutumiseks, millega rõhutatakse sageli kogemuste tähtsust.“ (Ruohotie 2008)

Elukestev õpe on muutunud vajalikuks tänu globaliseerumisele. Põhjuseid miks inimesed peaksid terve oma elu vältel õppima on palju. Nendeks võib olla uute oskuste arendamine, soov olla oma erialas parem, olla oluline liige ühiskonnas, elada paremat elu või maksimeerida kasumlikust. Riigid on hakanud mõistma, et tööjõu kvaliteedi tõstmiseks peavad nad toetama oma kodanike õpingutes. (Chisega-Negrilä 2018)

Elukestva õppimise muutumine ilusast lööklausest realselt toimivaks haridus ja ühiskonna normiks rahvuslikul, institutsioonilisel ja individuaalsel tasemel vajab aktiivset tööd. Tuleb saavutada rahvuslik strateegia elukestva õppimise soosimiseks nii, et see on loodud ja sünkroniseeritud rahvuslikul, regionaal ja institutsiooni tasemel. Eluaegse õppimise tervikliku visiooni tähendust tuleks kavandada ja juurtada. Tuleb ümberlükata see suhtumine, mis seob eluaegset õppimist ainult formaalse haridus süsteemiga jättes fookusest välja ühiskonna aktiivsus ja inividid. Tuleb arendada kordineeritud ja omavahel seotud seadusandlike akte hariduse sfääris. Tuleb olla teadlik sellest, kui tähtis on elukestva õppimise juurutamiseks kättesaadavus ja ligipääs adekvaatsele informatsioonile. (Boyadjieva, Petkova 2005)

Organisatsioone ülikoolides, mis aitavad töötavaid täiskasvanuid võib kutsuda elukestva õppimise instituutideks. Ülikoolid ja teised haridusinstituudid saavad aidata ettevõtteid pakkudes töötajatele elukestva õppimise võimalust, mis toetavad nii praeguseid, kui ka tuleviku operatsioone firmas kui ka andes töötajatele võimaluse adapteeruda tuleviku töönouetele. Need institutsioonid saavad aidata ettevõtetel lahendada oma kompetentsuse arendamisest tekkinud vajadusi ja aitavad välja selgitada töötajaid, kes on tähtsad nende äristrateegia rakendamisel. (Ojala 1994)

Ettevõtte Motorola usub, et ärisõdades tähtsamateks relvadeks on reageerimisvõime, kohanemisvõime ja loovus. Nende tagamiseks on Motorola väljatöötanud elukestva õppe programmi, mille alusel töötajad peavad iga aasta saama teatud tundide jagu koolitusi. Juba 1996 aastal said kõik töötajad aastas 40-tunni jagu koolitusi ning 2000 aastaks soovis Motorola neljakordistada tundide arvu. Sellises mahus koolitusteks kulus aastas 600 miljonit dollarit. Motorola mõistis, et ettevõtte arenguks tasub selline investeering töötajate elukestvasse õppesse ära. (Read, Kleiner 1996)

## **1.1. Koolitused**

Tänapäeval organisatsioonid peavad mõistma, et tehnoloogia arenguga kaasas käimiseks peavad töötajad pidevalt oma oskusi ja teadmisi täiendama. Vastastel juhul on tegemist vananenud teadmisi omava tööjõuga, mis loob vajaduse koolitusteks. Koolitustel osalemine on alus töötaja individuaalseks kasvamiseks, kui ka organisatsiooni enda kasvamiseks. (Read, Kleiner 1996) Järjest enam mõistetakse, et koolitused on koht, kus töötajad arendavad oma oskuseid, muudavad oma suhtumist töö suhtes ning genereerivad ideid, mida saavad kasutada töö (Daniels 2003).

Organisatsioonide vaheliseks konkurentsifaktoriks on inimesed. Selleks, et konkureerida teiste ettevõtetega on vaja kvalifitseeritud tööjõud. Globaalses konkurentsivõimes on lühemad elutsükliid, võrdlusuuringud ja teabe kiirem ülekandmine edu võtmeteks, kus inimressurss loob pikajalise eelise ettevõttele. (Mühlemeyer, Clarke 1997) Kui ettevõtted tahavad oma konkurentidest olla üks samm eespool, siis peavad nad investeerima oma töötajate koolitamisse. Selleks, et kasutada maksimaalselt ära töötajatesse tehtud investeeringud peavad koolitused olema võimalikult efektiivsed. (Read, Kleiner 1996) Investeeringud töötajatesse tagab tulevikuks konkurentsivõime. Sellest tulenevalt peavad ettevõtted järjest rohkem vaatama koolitusi, kui tähtsat rolli kogu ettevõtte arengust. (Mühlemeyer, Clarke 1997)



Olenemata vanusest on töötajal vaja sobivaid oskusi ja teadmisi, et olla produktiivne ja aidata organisatsioonil saavutada oma strateegilised eesmärgid. Paljudes organisatsioonides ei pakuta vanematele töötajatele koolitusvõimalusi nii palju kui noortematele kolleegidele. Kiire tehnoloogia muutus mõjutab vanemate töötajate õppimis- ja koolitusvajadusi. Samal ajal, kui töäjõud vananeb rahvastiku muutustest on vaja organisatsioonil investeerida oskustesse, mis kindlustavad töötajate toimetuleku tehnoloogiste muutustega. (Davies et al. 2017)

Töötajate koolitamine on tähtis ja vajalik, kuid ka kallis (Read, Kleiner 1996). Koolitusi ei tohiks pidada luksuseks, mida saab ettevõtte lubada endale ainult siis, kui seda võimaldavad rahalised võimalused ja aeg. Samuti ei tohiks koolitusi võtta, kui võimalust aidata järele ainult ettevõtte nõrgemad töötajad ja läbi selle ettevõtte siseseid probleeme lahendada. (Daniels 2003)

Koolituste puhul tuleb kindlaks teha koolitusvajadused ning tööandja peavad otsustama kellel täpselt määrata koolitust. Kui tahetakse, et töökohal midagi muutuks peale koolitust, siis tuleb ettevõttel koolitusele suunata suur hulk töötajatest. Tähtis on, et lisaks tavatöötajatele läbiksid koolituse ka osakondade juhid. See paneb töötajad mõistma, et koolitus on ettevõtte arengule vajalik ning võetakse koolitust tõsisemalt. (Daniels 2003)

Paljude töötajate samaaegseks koolitamiseks peab ettevõtte tegema suure investeeringu. Juba 2002 aastal kulutasid Ameerika Ühendriigis tööandjad 54 miljardit dollarit töötajate ametlike koolitus- ja arenguprogrammide peale. Sellest summast 72% kulus ettevõtte siseste koolituste jaoks ning ülejäänud 15 miljardit dollarit kulutati väliskonsultatsioonidele ja koolitustele. (Daniels 2003)

### **1.1.1. Töötajate koolitamine**

Inimressursside juhtimises muutub töötajate koolitamine järjest olulisemaks, kuna ettevõtted peavad täitma üha keerukamate töökohtade oskuste nõudeid. Tööandjad peavad koolituste abiga täiendama praeguste töötajate oskusi ja pakkuma põhioskusi ebasoodsas olukorras olevatele ja sisserännanud töötajatele. Töötajatele tuleb teha koolitusprogrammid, mis valmistaks neid ette multikultuurseks ühiskonnaks, mis on põhjustatud demograafia muutusest ja globaliseerumisest. (Dipboye 2018)

Töötajate koolitamine on kõige levinum meetod töötajate tootlikkuse suurendamiseks (Arthur et al. 2003). Selleks, et mõista koolitamise keerukust tuleb see püstitada oma ideaalses vormis.

Tuvastades koolituse neli staadiumit saab need võtta aluseks standard protseduuridele koolituse planeerimisel. (Mühlemeyer, Clarke 1997)

Need neli staadiumit on (Mühlemeyer, Clarke 1997):

1. Ettevõtte koolitusvajaduste analüüsimine
2. Koolituse ettevalmistamine ja kasutamine
3. Teadmiste kasutamine töökohas
4. Koolituste kontrollimine ja arendamine

Koolituse planeerimisel ja arendamisel esimeseks ülesandeks on süstemaatilised analüüsida ja täpselt paika panna töötajate koolitusvajadused. Kui koolitusvajadused on analüüsitud, siis tuleb vastavalt struktuurile arendada strateegiaid. (Mühlemeyer, Clarke 1997)

Koolituste läbiviija valimisel peab ettevõtte kasutama loovat ja strateegilist mõtlemist. Tihtipeale alahinnatakse sisemisi ressursse ja hakatakse kohe otsima väljastpoolt koolitajat. Tegelikult tuleks alustuseks vaadata, kas organisatsiooni siseselt on kellelgi varasemalt olemas juba need oskused, mida soovitakse teistele õpetada. (Daniels 2003) Koolitaja peab omama teadmisi nendest teemadest mida koolitusprogramm puudutab. Koolitaja puhul ainult teadmistest ei piisa vaid koolitaja peab oskama ennast väljendada nii, et käsitlevad teemad oleks koolituses osalejatele kergemini arusaadavad. (Ghosh et al. 2012)

Iga töötaja ülesanne on võtta ise koolitusinitsiatiiv, et otsustada millist abi on vaja ettevõttelt ja mis ressursse on võimalik kasutada. Näiteks vajadus töölt vabanemiseks, koolituskulude hüvitamine ja transpordikulud. Tuleb mõelda, kas on võimalik tööajal koolitust läbida, näiteks interaktiivne õppimine tööarvutis, kas koolitus toimub väljaspool tööaega, näiteks läbi töötades ettevalmistatud materjale kodus või peaks koolitus toimub väljaspool tööd kuskil koolis. (Mühlemeyer, Clarke 1997)

Paljudel ettevõtetel lõppeb koolitusprotsess sellega, kui töötajal on lihtsalt koolitus läbitud. Ei veenduta selles, et uusi teadmisi kasutatakse töökohal ära ja arvatakse, et neid lihtsalt läheb mingil hetkel vaja. Selleks, et koolitustelt saadud teadmisi ka edukalt kasutatakse tuleb läbi mõelda mis takistused võivad ette tulla nende rakendamisel ja kas teadmisi on võimalik jagada teiste töötajatega. (Mühlemeyer, Clarke 1997)

Tähtis on, et töötaja, kes käib koolitusel saavutab oma eesmärgi. Sama tähtis on ka see, et töötaja jagab oma teadmisi teiste töötajatega kellele see võib kasulik olla – tekitades lumepalliefekti. Üks otsese koolitamise tagajärg peaks olema teadmiste jagamine ettevõtte siseselt. (Mühlemeyer, Clarke 1997)

### **1.1.2. Koolituse edukus**

Koolitus, mis tekitab koolitavates hea tunde ei pruugi just olla kõige tõhusam koolitus ja samuti koolitus, mis paneb koolitajad ennast ebamugavalt tundma, ei pruugi olla ebaefektiivne koolitus. Koolituste puhul ei saa mõõta nende edukust selle põhjal kuidas koolitavad ennast tundsid koolitusel. Vaid kõige olulisem on hoopis see, mis juhtub koolituse järgselt. (Daniels 2003) Koolituse lõppedes on tähtis analüüsida, kui hästi on koolitatavad õpitud teadmisi rakendanud tööl (Read, Kleiner 1996).

Koolitust saab pidada edukaks, kui on järgnevatele küsimustele vastused leitud (Daniels 2003):

- Kas tegelikult on vaja koolitust? Milline on see vajadus?
- Keda on vaja koolitada?
- Kes koolitust korraldab?
- Millises vormis koolitus toimub?
- Kuidas koolitusele õpitud teadmisi rakendatakse tööl?
- Kuidas hinnatakse koolitust?

Koolituse edukus sõltub 7 koolitaja tegurist – koolitaja käitumine, päriselu näidete toomine, rühmatöö kasutamine, suhtlus osalejatega, osalejate kaasamine koolituses, lugude ja illustratsioonide kasutamine ning demonstratsioonid. Kui koolitajal on koolituses kõik need olemas, siis koolitusest osalejad suhtuvad koolitusse teisiti ja nende õpitulemused paranevad. (Chukwu 2016) Koolituse edu sõltub sellest, kas saadud teadmised kasutatakse pädevalt ära (Mühlemeyer, Clarke 1997). Lisaks sellele aitab koolituse edukusele kaasa see, kui koolitaja omab pidevat suhtlus osalejatega ning saab neilt tagasisidet (Ghosh et al. 2012).

### **1.1.3. Koolitusmeetodid**

Töötajate koolitamine ja arendamine vajab inimesekeskset lähenemist (Adamson, Caple 1996). Koolitusmeetodeid on palju, milles mõned on tõhusamad kui teised. Selleks, et arusaada miks üks meetod on teisest efektiivsem, tuleb mõista kuidas inimesed õpivad. Inimene õpib siis kõige

rohkem, kui õpitule järgneb premeerimine või tunnustamine tehtud töö eest. Selleks peab koolitav olema aktiivselt kaasatud koolitustegevusse ning ta peab ise õppimisprotsessist aktiivselt osavõtma. Kuna positiivne tagasiside innustab inimesi rohkem õppima tuleb koolitajal aeg-ajalt tunnustada neid, kes aktiivselt kaasa töötavad. Lisaks sellele võib uute teadmiste omandamine tekitada inimestes veel suuremat soovi õppida. Mida inimesed kuulevad seda nad unustavad, mida nad näevad seda nad mäletavad, mida nad teevad seda nad mõistavad. (Read, Kleiner 1996)

Juba praegu on maailmas väga palju erinevaid koolitusmeetodeid, kuid siiski mõeldakse välja uusi või kombineeritakse erinevaid meetodeid omavahel. Mitte ükski koolitusmeetod ei ole ilmingimata teistest kõikidest parem. Parima meetodi valimisel tuleb arvestada erinevate aspektidega. Nendeks on koolitusmaterjal, koolitavate arv, koolitusvahendid, koolituse kestvus ning mis tulemust tahetakse saavutada. Üldjuhul on paremad koolitusmeetodid need, kus on koolitav aktiivselt kaasatud koolitusse, kuna see suurendab õppimist. Levinumad meetodid on videod, loengud, individuaalne õpetamine, rollimängud, simulatsioonid, juhtumiuuring, audiolindistused. (Read, Kleiner 1996)

Videote kasutamine koolitustel võib olla efektiivne või ebaefektiivne, see sõltub sellest kuidas neid täpsemalt kasutatakse. Õppimiseks pelgalt ei piisa sellest, kui näidatakse lihtsalt videot ja õppija on terve õppeperioodi vältel passiivne osaleja. Selleks, et videote abil õppimine oleks efektiivne peab videos olema pausid, mille ajal tuleb õppija aktiivselt kaasata õppimisprotsessi. (Read, Kleiner 1996)

Loengud ise on üks igavamaid koolitusmeetodeid, seda seetõttu, et loengute ajal on koolitava kaasatus madal. Selleks, et loeng oleks efektiivsem, peab esineja kaasama loengusse ka publikut ning saama neil vahetut tagasisidet. Loengute edukus sõltub väga palju sellest, kes seda läbi viib. Mõned inimesed on oma olemuselt palju paremad esinejad kui teised. Loengute abivahendina on mõistlik kasutada slaide, mis köidaksid publiku tähelepanu. (Read, Kleiner 1996)

Individuaalne õpetamist saab teha nii tööl, kui ka väljaspool tööd. Töökohal koolitamise eeliseks on see, et koolitus leiab aset, kui tehakse igapäevast tööd ning koolitusest õpitud teadmised ja oskused kanduvad koheselt töösse. Individuaalse õpetamise suureks eeliseks on see, et õpetamise tempot saab vajaduselt kergesti muuta ning spetsiaalselt keskenduda just nendele teemadele, mis on koolitava puhul nõrgad. (Read, Kleiner 1996)

Rollimängude puhul mängitakse läbi kindlad päriselu situatsioonid, kus osalejad saavad kasutada oma varasemaid kogemusi. Nende puhul tekivad grupivestlused, kus osalejad saavad aktiivselt osaleda. Tähtis on, et tolereeritakse üksteise arvamusi. (Read, Kleiner 1996)

Simulatsioonid eesmärgiks on kogeda reaalse olukordade tunnuseid, kus koolitatavad lahendavad realistlikke situatsioone ilma liigsete riskide võtmiseta. Populaarsemad valdkonnad, kus simulatsioonide abil koolitatakse töötajad, on lennundus ja sõjavägi. (Read, Kleiner 1996)

Juhtumiuuring on koolitusmeetod, kus on osalejatele ära toodud mingi kindel juhtum mille põhjal peavad nad lahendama ära seal valitseva probleemi. Juhtumiuuringu efektiivse tulemuse saamiseks peab tekkima osalejate vahel arutelud, tuleb enda jaoks selgeks teha milles seisneb probleem ja kuidas seda lahendada. (Read, Kleiner 1996)

Audiolindistused on iseseisvalt suhteliselt nõrk koolitusmeetod. Koolitavate aktiivsus on madal, kuna kasutatakse ainult kuulmismeelt. Tavaliselt audiolindistuste puhul edastavad materjale saab esitada ka printitud kujul, millel on see eelis, et erinevad graafikud ja tabelid lihtsustavad õppimist. Lisaks sellele kulub tavaliselt kuulamisele rohkem aega, kui seda sama teksti ise lugedes. (Read, Kleiner 1996)

## **1.2. Konverentsid**

Sõna konverents tuleb ladina sõnast *conferre*, mis tähendab tulema kokku või panustama. Konverents on seega üritus, mille eesmärk on tuua kokku sarnaste huvidega osalejad, kes saavad anda omapoolse panuse. (Wills, Day 1984) Efektiivne konverents on selline, kus osalejad saavad aktiivselt panustada konverentsi tegevusse. Tihtipeale on konverentsid kujunenud välja sündmuseks, kus inimesed passiivselt kuulavad esinejaid ega võta aktiivselt osa aruteludest. (Wills, Day 1986) Konverentsidel osalemine võimaldab osalejatel olla kursis käsitlevate teemadega ning luua uusi tutvusi (Cabeza et al. 2005)

Konverentsid on üldiselt täis esitlusi, mis tuginevad slaididel, ning vähe panustatakse aega diskussioonidele, tagasisidele või muudmoodi publikuga suhtlemiseks. Tüüpiline on, et osalejad kuulavad tublisti hommikul aga päeva jooksul väsivad ja igavlevad, mõned lahkuvad varem ja paljud lahkuvad konverentsilt, kuna on frustratsioon tundide viisi passiivselt istumisest. Kuigi

haridustöötajad üldiselt nõustuvad, et esitlus või loeng on halb viis õppimiseks, siis see on ikkagi põhiline edastusviis konverentsidel. (Ravn 2007)

Aeg on küps alternatiiv tüüpi eriala konverentsideks. Teadmiste ühiskonnas on juhid ja professionaalid publiku seas tihti sama haritud ja kogunud kui eksperdi laval. Osalejad on tihti töölt vabaks võtnud, et osaleda konverentsidel. Tõenäoliselt soovivad nad leida võimalusi oma praeguste töömure lahendamise ja kohata inimesi kellel on nendega sarnased huvid. (Ravn 2007)

### **1.2.1. Konverentside korraldamine**

Peaaegu kõik inimesed saaksid konverentsi korraldamisega hakkama aga selleks, et seda teha hästi, tuleb mõista selle keerukust. Kõikidel konverentside on ühiseks osaks kindel programm, esinejad ja osalejad. (Lowry-Corry 1978) Konverentsi organiseerijale on tähtis leida oma meeskonda pühendud, entusiastlikud ja kohusetundlikud inimesed, kes jaksasid kanda töökoormat. Meeskonna suurus peab olema vastavuses konverentsi suurusega ehk töö on meeskonna liikmete vahel ära jaotatud. (Jucker 2013)

Konverentside, kui ürituste korraldamises on tähtis esialgne planeerimine ja eelarve, organiseeritus ja aeg, asukoht ja ruumid, külalised ja nende saabumine, toitlustus ja teised vajalikud asjad. Ennem, kui hakatakse organiseerima üritust siis peab selgeks tegema, mis on selle ürituse eesmärk. Iga üritust saab organiseerida kas eesmärgiga harida osalejaid, muuta nende sotsialiseerumist, kultuursemaks teha või luua energiat ja meelelahutust. (Marković 2011)

Konverentsi korraldades on tähtis teha eelarve ja sellest kinni pidada. Tuleb arvestada kõikide kulutustega, mis võivad ees oodata. Nendeks võivad olla kutsed, majutus, transport, ruumide rent, toitlustus, dekoratsioonid, meelelahutus, esinejad, turvameeskond, fotograafid ja teised kuluallikad. Samuti on tähtis organiseeritus ja ajakavast kinni pidamine. Toimumisaja valikul tuleb arvesse võtta aastaaega, nädalapäeva ja kellaaega. Tuleks hoiduda tähtpäevadest, pühadest ja teistest erilistest päevadest. Kõik osalejad peavad täpselt teadma, mis on nende roll ja kus ja millal nad olema peavad. Toimumiskoha ja transpordi valikul on ainukeseks piiranguks eelarve ja kujutlusvõime. Kui külalised peavad endale ise transpordi muretsema, siis on korraldajatel ülesandeks neile pakkuda parkimist toimumiskoha läheduses. Peale üritust teavad ainult organiseerijad ja planeerida kas kõik läks plaanipäraselt või mitte. Üritusel võib toimuda planeerimata muutusi aga see on täiesti loomulik. (Marković 2011)

## 2. METOODIKA

Antud peatükk kirjeldab uurimisküsimusi, -meetodeid ja valimit. Töö eesmärgiks oli välja selgitada kuidas ollakse rahul logistikateemaliste koolitustega ja konverentsidega ning mida peetakse antud üritustel osalemise puhul oluliseks.

Uurimismeetodiks oli ankeetküsimustik Google Forms keskkonnas, mis oli eelkõige suunatud autotranspordi ja ekspedeerimis ettevõtete töötajatele. Täpsemalt valiti valimiks need ettevõtted, mis kajastusid Äripäeva 2018 aasta autotranspordi ja ekspedeerimis edetabelis. Antud edetabelid on koostatud ettevõtete majanduslike näitajate põhjal.

Kokku saadeti ankeetküsimustik 227 ettevõtte kontaktisikule, kellel paluti jagata antud küsimustiku oma ettevõtte siseselt töötajatega. Küsimustiku jagati Äripäeva Logistikauudised.ee teemaveebis ning Facebookis, kuna nende lugejate seal võiks olla sihtgruppi kuuluvaid isikuid. Lisaks sellele jagati küsimustikku ka Tallinna Tehnikaülikooli logistikateemalises leheküljel „TalTech Logistika“.

Antud uurimustöö oli püsitatud kolmele uurimisküsimusele:

- 1) Kuidas ollakse rahul praegu pakutavate logistikateemaliste konverentsidega ja koolitustega?
- 2) Milliste logistikateemaliste konverentside ja koolituste vastu tuntakse huvi?
- 3) Mis tegureid peetakse logistikateemaliste konverentsidel ja koolitustel osalemise puhul oluliseks?

Küsimustiku alguses oli vastajale ära seletatud, mis on antud küsimustiku eesmärk ning kellele on see täpsemalt suunatud. Ankeetküsimustik koosnes 23 küsimusest, mis olid ära jaotatud kolme teemaplokki.

Küsimustiku esimene osa oli seotud logistikateemaliste koolitustega. Antud plokis uuriti vastaja varasemaid kogemusi logistikateemaliste koolituste puhul. Lisaks sellele uuriti sihtgrupilt, mis

teemadel koolitused neid huvitavad ning mis teguritest sõltub nende osalemine koolitustel.

Täpsemalt uuriti vastuseid antud plokis järgmistele küsimustele:

- 1) Kas te olete osalenud logistikateemalistel koolitustel;
- 2) Mitmel logistikateemalisel koolitusel olete osalenud;
- 3) Kas Te olete jäänud koolitustega rahule;
- 4) Palun hinnake Eestis pakutavate logistikateemaliste koolituste hinnataset;
- 5) Milline ajaline formaat on Teile sobilik koolituste puhul;
- 6) Kui koolitus on mitmepäevane, siis kuidas Te soovite, et koolitus oleks ajaliselt jaotatud;
- 7) Palun märkige millistel teemadel koolitused pakuvad huvi;
- 8) Mis on peamised põhjused miks Te osaleksite koolitustel;
- 9) Palun hinnake, kui palju mõjutavad järgnevad tegurid Teie osalemist koolitustel;
- 10) Kust kohast Te saate koolituste kohta informatsiooni;

Teine küsimustiku osa oli seotud logistikateemaliste konverentsidega. Selles plokis uuriti vastajate varasemaid kogemusi ning rahulolu logistikateemaliste konverentside puhul. Sarnaselt eelmise plokiga uuriti, mis teemadel konverentside vastu on huvi ning mis tegurid määravad nende osalemise konverentsidel. Täpsemalt uuriti vastuseid antud plokis järgmistele küsimustele:

- 1) Kas Te olete osalenud logistikateemalisel konverentsil;
- 2) Mitmel logistikateemalisel konverentsil olete osalenud;
- 3) Millistel logistikateemalistel konverentsidel olete osalenud;
- 4) Millised teemad pakuvad konverentside puhul huvi;
- 5) Kas te olete jäänud konverentsidega rahule;
- 6) Palun hinnake Eestis pakutavate logistikateemaliste konverentside hinnataset;
- 7) Milline ajaline formaat on Teile sobilik konverentsi puhul;
- 8) Mis on peamised põhjused miks Te osaleksite konverentsidel;
- 9) Palun hinnake, kui palju mõjutavad järgnevad tegurid Teie osalemist konverentsidel;
- 10) Kust kohast Te saate konverentside kohta informatsiooni;

Küsimustiku viimases osas oli üldised küsimused, kus uuriti vastajate sugu, vanust ning logistikasektoris töötamise aega. See informatsioon võimaldab küsimustiku analüüsisel selgitada välja, kas konverentside ja koolitustel osalemine on seotud kuidagi nende teguritega. Selles plokis uuriti täpsemalt vastajatelt järgmist:



- 1) Sugu;
- 2) Vanust;
- 3) Logistikasektoris töötamise aega;

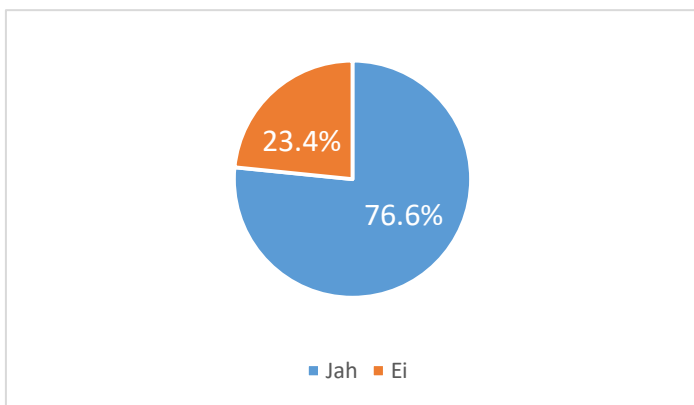
### **3. EMPIIRILINE OSA**

Käesolevas peatükis esitatakse autori poolt läbiviidud ankeetküsimustiku tulemused ja järeldused. Küsimustik oli eelkõige suunatud autotranspordi ja ekspedeerimis ettevõtete töötajatele. Küsimustikust võttis osa 47 inimest kellest 23 olid mehed ja 24 naised. Protsentuaalselt oli meeste ja naiste osakaal võrdne, kuna 48,9% oli vastajatest mehed ja 51,1% naised. Üldkogumist oli 17% vastajatest kuni 25 aasta vanused, 26-35 aasta vanuseid vastajaid oli 51,1%, 36-45 aastaseid 23,4% ning vanusegruppides 46-55 ja 56-65 aastased olid mõlemas 4,3% vastajatest.

Kõikidel vastajatel paluti ära märkida mitu aastat on nad logistikasektoris töötanud. Vastustest selgus, et 34% vastajatest on töötanud vähem, kui 5 aastat. Küsimustiku vastajatest 36,9% on töötanud 5-10 aastat, 12,8% on töötanud 11-15 aastat, 4,3% on töötanud 16-20 aastat, 6,4% on töötanud 21-25 aastat ning 4,3% vastajatest on töötanud rohkem, kui 25 aastat logistikasektoris.

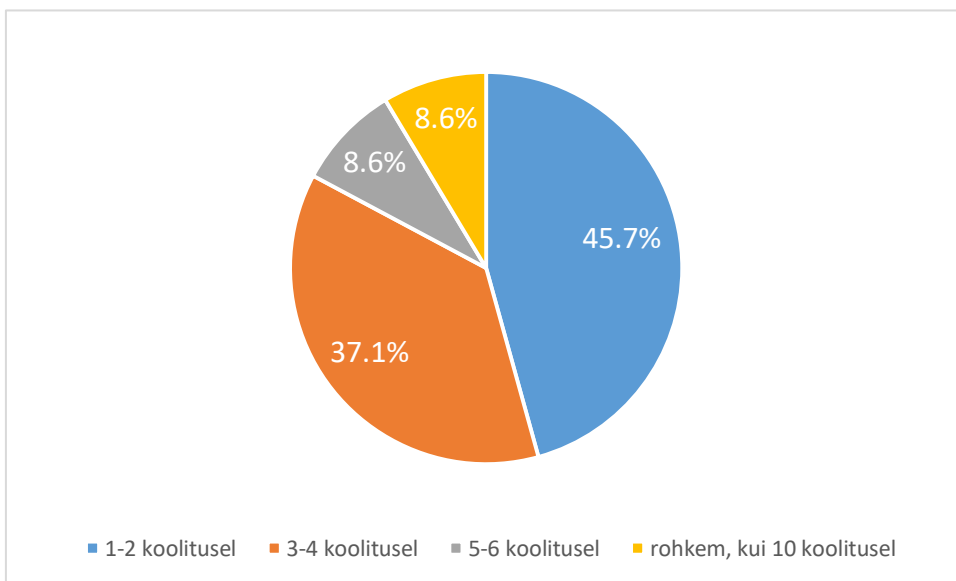
#### **3.1 Koolituste tulemused**

Autor uuris kõigepealt, kas ankeetküsimustikule vastajad on osalenud logistikateemalistel koolitustel. Vastajate seast 36 (76,6%) vastajat oli külastanud logistikateemalist koolitust ning 11 (23,4%) vastajat ei olnud (vt. Joonis 1.). Autorile oli vastuste jagunemine selliselt ootuspärane, kuna küsimustikule võis vastata ükskõik millises vanuses inimene. Sellest tulenevalt oligi 8 osalejat märkinud, et nad on alla 25 aasta vanused, millest autor järeldas, et nad on logistikavaldkonnas tegutsenud vähest aega ja neil pole varasemalt olnud võimalik osaleda mõnel logistikateemalisel koolitusel.



Joonis 1. Kas sihtgrupp on osalenud koolitusel  
Allikas: autori koostatud

Autor soovis lisaks sellele teada saada mitmel koolitusel on vastajad osalenud. Vastustest selgus, et 45.7% vastajatest oli osalenud ainult 1-2 koolitusel, 37,1% oli osalenud 3-4 koolitusel, 5-6 koolitusel oli osalenud 8.6% vastajatest ning rohkem, kui 10 koolitusel, oli osalenud samuti 8,6% vastajatest (vt. Joonis 2.). Kõik kes olid osalenud rohkem, kui 10 koolitusel olid logistikasektoris töötanud rohkem, kui 20 aastat.



Joonis 2. Mitmel koolitusel on sihtgrupp osalenud  
Allikas: Autori koostatud

Koolitustel osalejate käest uuriti täiendavalt, kas nad on jäänud rahule nende koolitustega, millest nad on osa võtnud. Küsitlusest selgus, et 54,3% vastajatest on jäänud rahule ja 2,9% ei ole rahule jäänud ning 42,9% vastajatest andsid koolituste rahulolule hinnangu nii ja naa. Autor palus selle küsimuse juures vastajatel põhjendada oma vastust. Positiivses küljest selgus, et koolituse käigus omandati neid teadmisi, mida koolitusele otsima mindi ning toodi välja, et koolitused on olnud

professionaalsed ja otstarbekad. Negatiivsest küljest toodi välja, et koolitused on jäänud liiga pealiskaudseks ega ole pakkunud reaalseid teadmisi.

Koolituste puhul on väga tähtsaks aspektiks koolituste maksumus. Autor palus ankeetküsimustikust osavõtjatel hinnata Eestis pakutavate logistikateemaliste koolituste hinnataset. 44,7% vastajatest leidsid, et Eestis pakutavad logistikateemaliste koolituste hinnatase on kallis ning 29,8% vastajat leidsid, et hinnatase on mõistlik. Kuna antud küsimustik oli suunatud kõigile vastajatele, siis selgus, et 25,5% vastajatest ei osanud anda omapoolset hinnangut hinnatasemele. Autor hinnangul on see ootuspärane, kuna 23,4% vastajatest ei ole koolitustel osalenud ja sellest tulenevalt on arusaadav, et ei olda hinnatasemega kursis.

Lisaks sellele soovis autor saada sihtgrupilt informatsiooni nende sobiliku koolituse ajalise formaadi kohta. Küsimustiku vastustest selgus, et 55,3% vastajatele sobib, kui koolituse kestvus oleks maksimaalselt 1 päev ning 27,7% vastajatest leidis, et neile sobiks aga pool päeva. 12,8% vastajatest leidsid, et neile sobilik koolituse kestvus oleks 2 päeva pikk ning 4,3% leidis, et võib lausa 3 päeva pikk olla.

Autor soovis täiendavalt teada saada, mis on sihtgrupi koolituse ajalise jaotamise eelistus mitme päevaliste koolituste puhul. Vastustest selguse, et 72,1% sooviks, et kõik päevad oleksid järjest. 23,3% vastajatest leidsid, et koolituste päevad võiks olla 1 kuu peale ära jaotatud ning koolitust 3 kuu peale soovis ära jaotada 4,3% vastajatest.

Autotranspordi ja ekspedeerimis ettevõtete töötajatel paluti ankeedis ära märkida, mis teemadel koolitused pakuvad neile huvi. Küsitluses oli valikvariantideks toodud veolepingud, sõidukijuhi sõidu- ja puhkeaja korraldus, ohtlike kaupade vedu, eriveosed ja ülegabariidilised veod, tollikorraldus ja transiit, kaupade pakendamine ja markeerimine transpordiks, tarneklauslid, kindlustused, kaupadega kaasnevad dokumendid ning dokumentatsioon, veokulude planeerimine ja hinnakujundus, uuendused autovedajate riiklikes seadustes. Kõik need valikud on rohkemal või vähemal määral seotud just autotranspordi ja ekspedeerimis valdkonnaga. Kõige rohkem huvi nendest teemadest oli veokulude planeerimise ja hinnakujunduse vastu, selle teemalise koolituse vastu tundis huvi 70,2% vastajatest. Autori hinnangul on see ootuspärane arvestades, et küsitlus oli suunatud just autotranspordi ja ekspedeerimis ettevõtete töötajatele. Selles valdkonnas on väga tihe konkurents ning ettevõtte edu suuresti sõltub sellest, kui hästi on veokulud planeeritud. Uuendused autovedajate riiklikes seadustes pakub huvi 57,4% vastajatest. Ohtlike kaupade veo teemalist koolitust soovis 51,1% vastajatest, sõidukijuhi sõidu- ja puhkeaja korraldust 48,9%

vastajatest ning veolepingute kohta 42,6%. Ülegabariidiliste vedude, kindlustuse ja kaupadega kaasnevad dokumendid ning dokumentatsiooni vastu tundis huvi 38,3%. Tarneklauslite teemal koolitus pakkus huvi 36,2% ning kaupade pakendamine ja markeerimine transpordiks tekitas huvi 34%. Arvestades, et ankeetküsimustiku sihtgrupiks oli autotranspordi ja ekspedeerimis ettevõtete töötajad, siis autori hinnangul on see ootuspärane, et teistest märksa rohkem tuntakse huvi veokulude planeerimise ja hinnakujundamise vastu arvestades. Selles valdkonnas on väga tihe konkurents ning ettevõtte edu suuresti sõltub sellest, kui hästi on veokulud planeeritud.

Lisaks küsiti ankeetküsimustiku vastajate käest, mis on need põhjused, mis paneks neid osalema koolitustel. Vastustest selgus, et uute teadmiste saamine ning enesearendamine on peamine põhjus, mis ajendab osalema 83% vastajatest. 63,8% osaleksid koolitusel, et olla kursis värskendanud või muutunud seadusandlusega ning 61,7% osaleksid uute tehnoloogiatega või käsitleva valdkonna kursis olemiseks. 53,2% vastajatest leiab, et koolitustel osalemiseks peamiseks põhjuseks on koostöövõimaluste avardamine ja otsimine ning 46,8% ajendab osalema uute tutvuste loomine töömaastikul. 31,9% vastajatest osaleksid koolitustel isiklikust eraviisilisest huvist käsitlevate teemade kohta ning 27,7% osaleksid, kui tegemist oleks tööandja kohustusliku koolitusega. Autori hinnangul on vastuste jaotumine ootuspärane, kuna koolitustel osalemiseks peabki olema osalejalt sisemine soov oma teadmiste pagasit suurendada ja läbi selle oma ettevõttele luua suuremat väärtust. Lisaks sellele on autotranspordi ja ekspedeerimis valdkonnas väga olulised tutvused ja omavahelised suhted, siis on ootuspärane, et vastajad osaleksid just nende põhjuste pärast koolitustel.

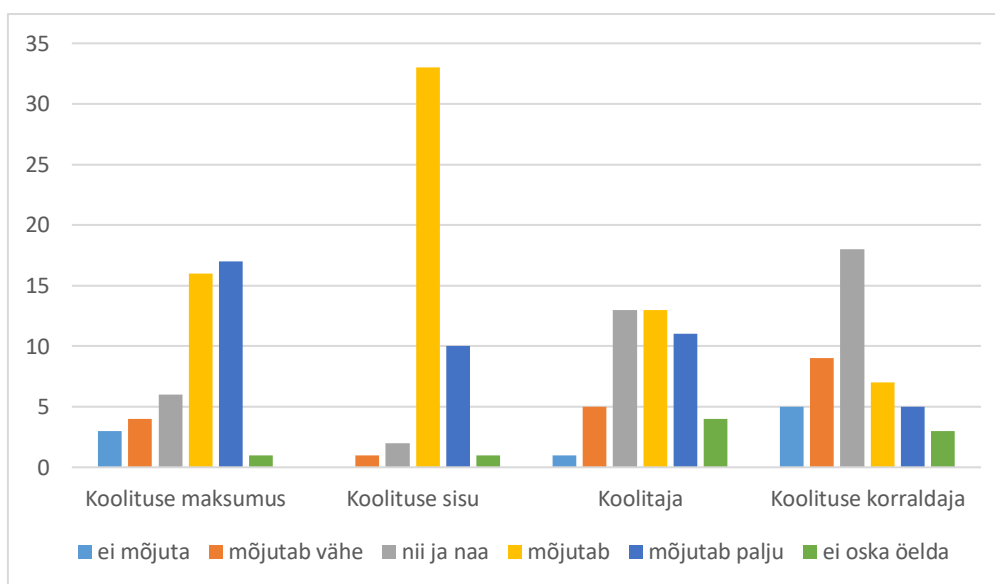
Vastajatel paluti hinnata, kui palju üks või teine tegur mõjutab nende osalemist koolitustel. Autor tõi küsimustikus välja 9 tegurit, mida vastajad pidid hindama. Nendeks teguriteks olid koolituse maksumus, koolituse sisu, koolitaja, koolituse korraldaja, koolituse kestvus, koolituse asukoht, koolituse toimumisaeg, koolituse formaat ja ülemuse nõusolek. Mõjutatavuse hindamiseks oli ära toodud 6 varianti: ei mõjuta üldse, mõjutab vähe, nii ja naa, mõjutab, mõjutab palju ning ei oska öelda.

Koolituse maksumuse mõju hindamisest selgus, et 16 vastajat mõjutab koolituse maksumus ning 17 vastajat mõjutab see palju. Liites mõjutab ja mõjutab palju tulemused selgub, et enam, kui pooltel vastajatel sõltub osalus just maksumusest. 6 vastajat olid vastanud, et neid mõjutab see nii ja naa ehk teatud koolituste puhul mõjutab ja teistel puhul jälle ei mõjuta. Selgus, et maksumus mõjutab vähe 4 vastajat ja 3 vastajat ei mõjuta see üldse. 1 vastaja ei osanud enda poolset hinnangut maksumuse mõjule anda (Joonis 3.1).

Koolituse sisu mõju hindamisest selgus, et 10 vastajat mõjutab koolituse sisu ning 33 vastajat mõjutab see palju. Liites mõjutab ja mõjutab palju tulemused selgub, et 43 vastaja jaoks on koolituse sisu väga oluline tegur nende osalemiseks koolitusel. 2 vastajat vastasid, et koolituse sisu mõjutab neid nii ja naa ning 1 vastajat ei mõjutab vähe. 1 vastaja ei osanud enda poolset hinnangut koolituse sisu mõjule anda (Joonis 3.1).

Koolitaja mõju hindamise vastused jagunesid seekord võrdsemalt, kui kahe eelneva teguri puhul. 13 vastajat mõjutab koolituse sisu ning 11 vastajat mõjutab see palju. 13 vastajat mõjutab see nii ja naa ning 5 vastajat mõjutab vähe. 1 vastaja vastas, et tema osalus ei sõltu koolitajast ning 4 vastajat ei osanud öelda, kui palju see neid mõjutab (Joonis 3.1).

Koolituse korraldaja mõju hindamisest selgus, et 18 vastajat mõjutab see nii ja naa. 7 vastajat mõjutab, kes on koolituse korraldaja ja 5 vastajat mõjutab see lausa palju. 9 vastajat mõjutab antud tegur vähe ning 5 vastajat ei mõjuta üldse, kes on koolituse korraldaja. 3 vastajat ei osanud öelda, mis määral mõjutab neid koolituse korraldaja (Joonis 3.1.).



Joonis 3.1. Tegurite mõju sihtgrupi osalemiseks koolitustel.

Allikas: Autori koostatud

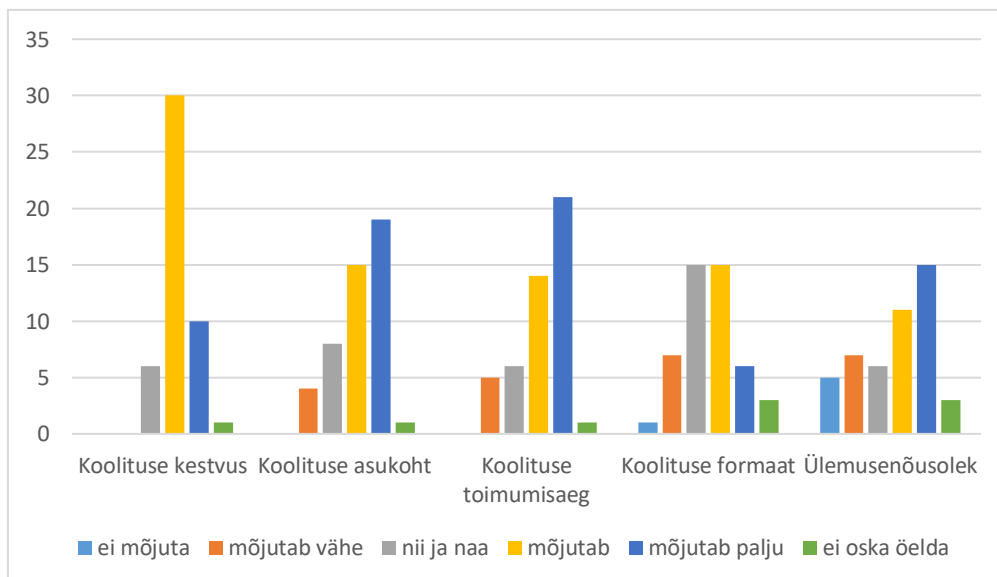
Koolituse kestvuse mõju hindamisest selgus, et 30 vastajat mõjutab kestvus ning 10 vastajat mõjutab see palju. Liites mõjutab ja mõjutab palju tulemused selgub, et koguni 40 vastaja jaoks on koolituse kestvus oluline tegur, mis määrab nende osaluse koolitusel. 6 vastajat mõjutab see nii ja naa ning 1 vastaja ei osanud enda poolset hinnangut anda koolituse kestvuse mõjule (Joonis 3.2.).

Koolituse asukoha mõju hindamisest selgus, et 15 vastajat mõjutab asukoht ning 19 vastajat mõjutab see palju. Hinnates neid tulemusi selgub, et üle poolte vastajate jaoks on koolituse asukohal mõju. 8 vastajat vastasid, et neid mõjutab asukoht nii ja naa ning 4 vastajat mõjutab see vähe. Ka selle teguri puhul ei osanud 1 vastaja määrata, kui palju võib see tegur tema osalust koolitusel mõjutada (Joonis 3.2.).

Koolituse toimumisaja mõju hindamisest selgus, et 14 vastaja osalust mõjutab koolituse toimumisaeg ning 21 vastajat mõjutab see palju. 6 vastajat mõjutab see nii ja naa ning 5 vastajat mõjutab see tegur vähe. 1 vastaja ei osanud enda poolset hinnangut anda (Joonis 3.2.).

Koolituse formaadi mõju hindamisel selgus, et 15 vastaja mõjutab formaat ning 6 mõjutab see palju. 15 vastajat mõjutab see nii ja naa ning 7 vastajat mõjutab see vähe. 1 vastaja jaoks ei ole formaadil mingit mõju määramaks tema osalemist koolitusel ning 3 vastajat ei osanud öelda, kui palju antud tegur mõjutab neid (Joonis 3.2.).

Ülemuse nõusoleku mõju hindamisel selgus, et 11 vastajat mõjutab nende ülemuse nõusolek ja 15 vastajat mõjutab see lausa palju. Liites mõjutab ja mõjutab palju tulemused selgub, et vähemalt poolte vastajate jaoks on oluline nende ülemuse nõusolek. 6 vastajat vastas, et neid mõjutab see nii ja naa. 7 vastajat mõjutab see tegur vähe ning 5 vastajat ei mõjuta kohe üldse. 3 vastajat ei osanud anda endapoolset hinnangut (Joonis 3.2.).



Joonis 3.2. Tegurite mõju sihtgrupi osalemiseks koolitustel.  
Allikas: Autori koostatud

Lisaks soovis autor teada, kust kohast saavad autotranspordi ja ekspedeerimis töötajad koolituste kohta informatsiooni. Vastajatele olid toodud järgmised valikvastused: sotsiaalvõrgustik, sõbralt või tuttavalt, ülemuselt, töökaaslaselt, tele- või raadioreklaam, paberreklaam, väireklaam, uudiskirjad (e-mail), telefon, foorum ning vastajad said ise välja tuua mõne muu allika, kust nad informatsiooni saavad. Kõige enam saavad vastajad informatsiooni läbi uudiskirjade ja sotsiaalvõrgustiku. Koguni 36 vastajat valis uudiskirjad ning 34 vastajat sotsiaalvõrgustiku. Töökaaslaselt saab informatsiooni 26 vastajat ning ülemuselt saab 18 vastajat. 17 vastajat saavad vajaliku informatsiooni sõbralt või tuttavalt. Vähem populaarsed vastused olid 12 vastajaga tele- või raadioreklaam, 7 vastajaga paberreklaam ning 8 vastajaga välireklaam. Telefoni kaudu saab informatsiooni 2 vastajat ja foorumitest saab 3 vastajat. Vastajate enda poolt toodud valikutes selgub, et 3 vastajat saab informatsiooni koolist.

### **3.2 Konverentside tulemused**

Konverentside puhul uuris autor samuti kõige pealt, kas küsitluses vastajad on varasemalt osalenud mõnel logistikateemalisel konverentsil. Vastustest selgus, et 72,3% vastajatest olid varasemalt osalenud konverentsil ja 27,7% vastajatest ei ole kunagi osalenud logistikateemaliselt konverentsil. Autor hinnangul on vastused ootuspärased, kuna iga aasta toimub Eestis paar logistika valdkonna konverentsi. Lisaks sellele korraldab Tallinna Tehnikakõrgkool iga aasta Logistikaseminari, mida võivad vastajat pidada ka konverentsiks, ja sellest tulenevalt on nad märkinud, et on konverentsil käinud.

Autor soovis teada mitmel koolitusel on vastajad osalenud. Vastustest selgus, et logistika valdkonnas tegutsev inimene pole kõige aktiivsem konverentside külastaja. 60,6% vastajatest olid osalenud ainult 1-2 konverentsil ning 21,2% vastajatest 3-4 konverentsil. 5-6 konverentsil oli osalenud vastajate seast ainult 6,1%. Positiivne oli see, et vastajate seas oli 12,1% inimest, kes on käinud rohkem, kui 10 konverentsil.

Küsitluses osalejate käest uuriti, millistel logistikateemalistel konverentsidel on nad osalenud. Autor oli selleks valikvastustena toonud välja erinevad Eestis toimuvad konverentsid. Nendeks konverentsideks oli Autovedajate Aastakonverents, Kütuseturu Aastakonverents, Logistika Aastakonverents, Laoseis, Tarneahelakonverents, Logistika kogemuskonverents ja Logistikaseminar. Samuti jättis autor vastajatele võimaluse ise lisada mõne ürituse nime, mida autor ei olnud valikvastusena välja toonud. Vastajate seas oli kõige populaarsemaks konverentsiks



juba varasemalt mainitud Logistikaseminar, mida oli külastanud 70,6% vastajatest. Sellele järgnes populaarsuselt Äripäeva poolt korraldatud Logistika Aastakonverents, mida oli külastanud 41,2% vastajatest. Autovedajate Aastakonverentsi ja Tarneahelakonverentsi oli mõlemat üritust külastanud 26,5% vastajatest. Laoseis oli külastanud 14,7%, Logistika kogemuskonverentsi 8,8% vastajatest ning Kütuseturu Aastakonverentsi 5,9% vastajatest. Kuna vastajad said ise ka lisada konverentse, mida nad on külastanud, siis 2 vastajat tõid need omalt poolt ka välja. 1 vastaja oli osalenud EXEX koolitusel ning 1 vastaja Logistikalahenduste Aastakonverentsil.

Lisaks sellele uuris autor, millised temad pakuvad sihtgrupile konverentside puhul huvi. Sellel küsimusel said kõik vastajad vabalt vastata. Vastustest selgus, et rohkem tuntakse huvi maanteetranspordi ning kogemuskonverentside kohta. Kuigi vastajad soovisid veel konverentse päevakajalistest teemadest, tarneahela juhtimisest, muudatustest seadusandluses, kulude optimeerimisest ning uutest tehnoloogiatest. Veel toodi välja, et teemade valik võiks olla pigem lai, kuna konverentside külastamise puhul on eesmärgiks silmaringi avardamine, mitte mingi kindla oskuse selgeks saamine.

Täiendavalt uuris autor, kas küsitluses osalejad on jäänud rahule konverentsidega, kus nad osalenud on. 62,5% vastanutest oli jäänud rahule ning 37,5% vastas nii ja naa. Selle küsimuse juures paluti vastajal põhjendada oma vastust. Välja toodi, et konverentsidelt saadi palju uut informatsiooni ning esinejad olid huvitavad. Samas märgiti ära, et tase on olnud erinev ning mõned konverentsid on jäänud liiga pealiskaudseks.

Küsitluses paluti hinnata Eestis pakutavate logistikateemaliste konverentside hinnataset. 38,3% vastajatest leiab, et konverentside hinnatase on mõistlik ning 29,8% vastajate jaoks on kallis. 1 vastaja jaoks on Eestis pakutavad konverentside hinnatase odav. Hinnataset ei osanud hinnata 29,8% vastajatest, mis on igati ootuspärane, kuna eelnevalt selgus, et 27,7% vastajatest ei ole kunagi külastanud konverentsi ning sellest tulevalt ei pruugi olla teadlikud hinnatasemest.

Autor soovis teada, mis on peamised põhjused miks sihtgrupp osaleks konverentsidel. Küsimus oli valikvastustega, kus autor oli välja toonud endapoolsed peamised põhjused. Valikvariantideks oli uute teadmiste saamine ja enesearendamine, värskendunud või muutunud seadusandlusega kurssi viimine, uute tehnoloogiatega või käsitleva valdkonna arenguga kurssi viimine, uute tutvuste loomine, koostöövõimaluste avardamine ja otsimine, isiklik eraviisiline huvi käsitlevate teemade kohta, tööandja kohustuslikud konverentsid. Lisaks said vastajad omalt poolt lisada mõne põhjuse, mis ajendab neid osalema konverentsidel. 53,2% vastajate jaoks on peamiseks põhjuseks

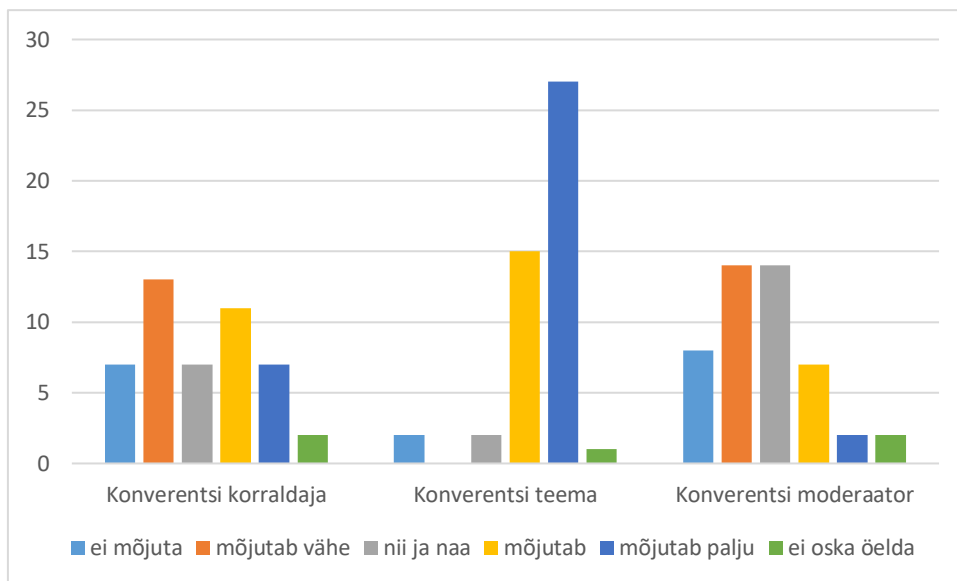
uute teadmiste saamine ning enesearendamine. Sellele järgnesid uute tehnoloogiate või käsitleva valdkonna arenguga kurssi viimine (34%), koostöövõimaluste avardamine ja otsimine (31,9%), värskendunud või muutunud seadusandlusega kurssi viimine (29,8%). 21,3% jaoks oli oluline uute tutvuste loomine töömaastikul, 12,8% vastajatest osaleksid isiklikust eraviisilisest huvist käsitlevate teemade kohta ning 10,6% jaoks oli oluline põhjus osalemiseks, kui tegemist on tööandja kohustusliku konverentsiga.

Vastajatel paluti hinnata, kui palju mõjutavad üks või teine tegur nende osalemist konverentsil. Autor tõi küsimustikus välja 7 tegurit, mida vastajad pidid hindama. Nendeks teguriteks oli konverentsi korraldaja, konverentsi teema, konverentsi moderaator, konverentsi maksumus, konverentsi kestvus, konverentsi asukoht, konverentsi formaat. Mõjutatuvuse hindamiseks oli ära toodud 6 varianti: ei mõjuta üldse, mõjutab vähe, nii ja naa, mõjutab, mõjutab palju ning ei oska öelda.

Konverentsi korraldaja mõju hindamisest selgus, et 11 vastaja osalust mõjutab konverentsi korraldaja ja 7 vastajat mõjutab see palju. 7 vastajat olid vastanud, et neid mõjutab see nii ja naa. 13 vastajat mõjutab see vähe ja 7 ei mõjuta üldse. 2 vastajat ei osanud öelda, kas neid mõjutab konverentsi korraldaja või mitte (Joonis 4.1.).

Konverentsi teema mõju hindamisest selgus, et 15 vastaja osalust mõjutab konverentsi teema ning 27 vastajat mõjutab see palju. Liites mõjutab ja mõjutab palju tulemused saame, et 42 vastaja jaoks on konverentsi teema väga oluline. 2 vastajat vastas nii ja naa ning 2 vastajat ei mõjuta konverentsi teema üldse. 1 vastaja ei osanud öelda, kas teda mõjutab see tegur või mitte (Joonis 4.1.).

Konverentsi moderaatori mõju hindamisest selgus, et 7 vastaja osalust mõjutab konverentsi moderaator ning 2 vastajat mõjutab see palju. 14 vastajat mõjutab see nii ja naa. 14 vastajat mõjutab vähe ning 8 vastajat ei mõjuta see üldse. 2 vastajat ei osanud vastata (Joonis 4.1.).



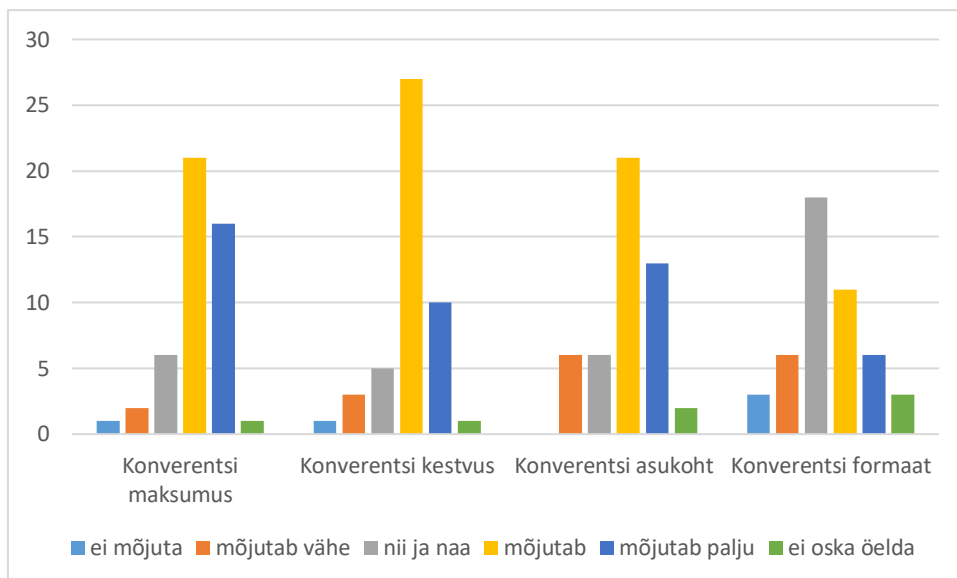
Joonis 4.1. Tegurite mõju sihtgrupi osalemiseks konverentsil  
Allikas: Autori koostatud

Konverentsi maksumuse mõju hindamisest selgus, et konverentsi maksumus mõjutab 21 vastaja osalemist ning 16 vastaja puhul mõjutab see palju. 6 vastajat vastas, et neid mõjutab see nii ja naa. 2 vastajat mõjutab see vähe ning 1 vastajat ei mõjuta see üldse. Ka selle teguri puhul ei osanud üks vastaja öelda, kas teda mõjutab või mitte (Joonis 4.2.).

Konverentsi kestvuse mõju hindamisest selgus, et konverentsi kestvus mõjutab 27 vastajat ning 10 vastajat mõjutab see palju. 5 vastajat mõjutab see nii ja naa. 3 vastajat mõjutab kestvust vähe ning 1 vastajat ei mõjuta see üldse. 1 vastaja ei osanud määrata kas tema osalust mõjutab või ei mõjuta (Joonis 4.2.).

Konverentsi asukoha mõju hindamisest selgus, et asukoht mõjutab 21 vastaja osalemist ning 13 vastajat mõjutab see palju. 6 vastajat mõjutab see nii ja naa ning samuti 6 vastajat mõjutab see vähe. Selle teguri mõju tunnetasid kõik vastanud peale 1 vastaja, kes ei osanud öelda, kas teda mõjutab või ei mõjuta konverentsi asukoht (Joonis 4.2.).

Konverentsi formaadi mõju hindamisel selgus, et 18 vastajat mõjutab see nii ja naa. 11 vastajat mõjutab formaat ning 6 vastajat mõjutab see palju. 6 vastajat mõjutab see vähe ning 3 ei mõjuta see üldse. Selle teguri mõju ei osanud hinnata 3 vastajat (Joonis 4.2.).



Joonis 4.2. Tegurite mõju sihtgrupi osalemiseks konverentsil  
Allikas: Autori koostatud

Autor soovis ankeetküsimustikus osalejate käest teada saada, kust kohast saavad nad konverentside kohta informatsiooni. Vastustest selgus, et 78,7% vastanutest saab informatsiooni läbi sotsiaalvõrgustiku ning 68,1% saab läbi uudiskirjade (e-mail). Populaarsuselt järgneb neile 57,4% töökaaslaselt saadud informatsioon. 44,7% vastajatest saab konverentside kohta teavet sõbralt või tuttavalt ning ülemuselt saab 36,2% vastajatest. Nendele vastustele järgneb 29,8% televõi raadioreklaam ning paber- ja välireklaam kogusid mõlemad 19,1%. Märksa ebapopulaarsemad info saamise viisid olid telefon ja foorum, mille kaudu saab informatsiooni 8,5% vastajatest. Kuna küsimustik oli valikvastustega, siis autor andis võimaluse ka vastajatel ise tuua välja mõni allikas, kus nad konverentside kohta infot saavad. 2,1% vastajatest olid omalt poolt toonud välja kooli.

## KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö teemaks oli logistikateemaliste konverentside ja koolituste rahulolu ja nõudlus Eestis. Uurimisprobleemiks oli see, et hetkel puudub selge arusaam kuidas suhtuvad logistikasektori töötajad erialistesse koolitustesse ja konverentsidesse ning milline on nõudlus nende järel.

Töö eesmärgiks oli välja selgitada kuidas on eelkõige autotranspordi ja ekspedeerimis ettevõtete töötajad rahul logistikateemaliste koolitustega ja konverentsidega ja milliseid tegureid peavad nad antud üritustel osalemise puhul oluliseks. Saadud info põhjal on võimalik tulevikus korraldada just nendel teemadel üritusi, mis tõsiselt pakuvad logistikasektorile huvi ning tõmbavad külalisi.

Andmete kogumiseks viis autor läbi ankeetküsimustiku Google Forms keskkonnas, kus autor oli küsimustiku jaganud kolme plokki –koolitused, konverentsid ja üldandmed. Küsimustikust võttis osa 47 inimest, kõigi vastused olid analüüsikõlblikud. Lisaks sellele töötas autor läbi ka koolituste ja konverentside teoreetilise osa.

Tulemustest selgus, et enamik logistikasektoris töötavatest inimestest peab täiendõpet vajalikuks ning osaleb karjääri jooksul koolitustel. Tavaliselt on osaletud 1-4 koolitusel ja üldjuhul jäetakse koolitusega rahul. Koolitusi korraldades tuleks arvestada sellega, et hetkel peetakse koolituste hinnataset kõrgeks ning selleks, et suurendada osalust tuleks pakkuda koolitusi praegusest odavamama hinnaga. Lisaks selle sobib enamusele, kui koolituse ajaline formaat ei ületaks 1 päeva. Küsimustikust selgus, et kõige enam tuntakse huvi just veokulude planeerimise ja hinnakujundamise vastu ning sellele järgneb uuendused autovedajate riiklikes seadustes. Nendele teemadele lisaks tuntakse huvi ka veolepingute, sõidukijuhi sõidu- ja puhkeaja korralduse, ohtlike kaupade veo, eriveoste, tollikorraldus ja transiidi, kaupade pakendamise ja markeerimise, tarneklauslite, kindlustuste, kaupadega kaasnevate dokumendite ja dokumentatsiooni vastu. Peamisteks põhjusteks miks osaletakse koolitustel on uute teadmiste saamine ja enesearendamine, värskendatud või muutunud seadusandlusega kursis olemine, uute tehnoloogiate või käsitleva valdkonna arenguga kurssi viimine, uued tutvused töömaastikul, koostöövõimaluste avardamine ja otsimine.

Koolituse korraldamise tuleks pöörata rõhku koolituse sisule, maksumusele, kestvusele, asukohale ja toimumisajale, kuna need tegurid mõjutavad kõige rohkem logistikasektori töötajate osalemist koolitustel. Ürituse korraldamise puhul tuleks teha üritusele reklaami sotsiaalvõrgustikus ja saates potentsiaalsetele osalejatele uudiskirju, kuna need on populaarsemad allikad, kust osalejad on varasemalt saanud informatsiooni.

Konverentsi ploki tulemustest selgus, et konverentsil osalemine on sama populaarne, kui koolitustel osalemine, kuna enamik vastajatest oli karjääri jooksul jõudnud osaleda. Vastajatest enamik oli osalenud vaid 1-2 konverentsil ning konverentsiga jäädigi enamasti rahule. Kõige populaarsem konverents oli Tallinna Tehnikakõrgkooli poolt korraldatav Logistikaseminar, mille suur eelis teiste ees on see, et selle hind jääb alla teiste konverentside hinnataseme. Lisaks sellele toodi välja veel Äripäeva poolt korraldatavaid konverentse, mis on logistikasektori töötajate jaoks populaarsed. Vastustest selgus, et rohkem tuntakse huvi maanteetranspordi ning kogemuskonverentside kohta. Lisaks soovisid vastajad konverentsi päevakajalistest teemadest, tarneahela juhtimisest, muudatustest seadusandluses, kulude optimeerimisest ning uutest tehnoloogiatest. Veel toodi välja, et teemade valik võiks olla pigem lai, kuna konverentside külastamise puhul on eesmärgiks silmaringi avardamine, mitte mingi kindla oskuse selgeks saamine. Konverentside peamiseks osalemise põhjusteks toodi välja uute teadmiste saamine, värskendunud või muutunud seadusandlusega kurssi viimine, uute tehnoloogiate või käsitleva teemaga kurssi viimine, uued tutvused töömaastikul, koostöövõimaluste avardamine ja otsimine.

Konverentsi korraldamise tuleb arvestada, et logistikasektori töötajate osalemist mõjutavad kõige rohkem konverentsi teema, maksumus, kestvus ja asukoht. Konverentside korraldamise puhul tuleks teha reklaami sotsiaalvõrgustikus ja saates potentsiaalsetele osalejatele uudiskirju, kuna need on populaarsemad allikad, kust saadakse informatsiooni.

Autori poolt püstitatud uurimisküsimustele saadi vastused ning bakalaureusetöö täitis oma eesmärgi. Vastustest saadi teada, kuidas ollakse rahul praegu pakutavate logistikateemaliste koolituste ja konverentsidega ning mis teemasid hõlmavate koolituste ja konverentside vastu on huvi. Lisaks sellele selgusid tegurid, mida peetakse logistikateemalisi üritustel osaledes tähtsaks ning millele peaksid korraldajad tähelepanu pöörama.

## **SUMMARY**

### **SATISFACTION AND DEMAND OF LOGISTICS CONFERENCES AND TRAININGS IN ESTONIA**

Tõnu Heinorg

The topic of this bachelor's thesis was the satisfaction and demand of logistics conferences and trainings in Estonia. The research problem was that right now there is a lack of clear understanding how people working in logistics sector feel about speciality conferences and trainings and what kind of demand there is for them.

The aim was to find out how satisfied are primarily automotive transport and freight forwarding workers with trainings and conferences of logistics and what factors do they consider to be important in order to participate in such an event. Based on the collected information it is possible to organize events on those topics that actually interest logistics sector and will attract participants and visitors.

For data collection the author used Google Forms environment to create application forms in which the questionnaire is divided into three sections – trainings, conferences and general data. The number of participants in the questionnaire was 47 and all of them were eligible for analyzing. In addition the author worked through the theoretical part of trainings and conferences.

From the questionnaire results the author found out that most people working in the logistics sector believe further studies to be important and participate in trainings throughout their career. They have participated between 1-4 trainings and usually are satisfied with it. When organizing a training it is important to understand that as of now the price of trainings is considered high and in order to increase the number of participants the price for trainings must be lower. Additionally most people found that its best If the length of training is not longer than 1 day. The questionnaire revealed that transportation costs and pricing are most sought after topics followed by changes to

auto transportation laws. Furthermore people are interested in freight contracts, driver's work and rest time management, transportation of dangerous goods, speciality transport, customs arrangements and transit, packaging and marking of goods, terms of service, insurances, documents and documentation coming with goods. The primary reasons for attending trainings is to gain new knowledge and self-development, to keep up with refreshed or changed legislation, to keep up with new technologies or subject area development, new contacts on work landscape, expanding and searching for possible co-operations.

When organizing a training its important to concentrate on the contents of the training, the cost, duration, location and time because these are most important when it comes to logistics sector employees participating in trainings. The marketing should be done in social media and via newsletters because these are most popular sources where participants have previously found information from.

From the conference section it turned out that participating in conferences is just as popular as trainings because most of the people questioned have participated in both during their career. Majority have participated in just 1-2 conferences and have been satisfied with them. Most popular conference was Logistics Seminar by Tallinn University of Applied Science. Its main advantage over other conferences is that the price of participating is lower than for other conferences. In addition conferences by Äripäev are popular for workers in logistics sector. The answers revealed that people are mostly interested in road transport and experience conferences. Furthermore respondents wished for conferences on topics such as current affairs, supply chain management, changes in legislation, cost optimization and new technologies. It was noted that conference topics should be wide because the goal of attending a conference was to broaden your horizons and not to learn a specific skill. The reasons for attending a conference were brought up to be mainly to acquire new knowledge, to keep up with updated or changed legislation, to keep up with new technology or specific topic, new contacts on work landscape, expanding and searching for possible co-operations.

When organizing a conference its important to take into account that logistics sector workers participation is affected the most by topic, cost, length and location. Promotion should be done in social media or by sending newsletters to potential participants as these are the most popular sources for information.

The research questions set by the author were answered and the bachelor's thesis fulfilled its purpose. It was found out from the answers how satisfied are people right now with logistics trainings and conferences and what topics are of most interest when it comes to trainings and



conferences. Furthermore it revealed factors that are important for attending a logistics event and therefor also what is important for organizers to pay attention to.

## **KASUTATUD ALLIKATE LOETELU**

Adamson, P., & Caple, J. (1996). The training and development audit evolves: Is your training and development budget wasted? *Journal of European Industrial Training*, 20(5), 3-12.

Arthur Jr., W. S., Edens, P. T., Bell, S., & Bennett Jr., W. (2003). Effectiveness of training in organizations: A meta-analysis of design and evaluation features. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 234-245.

Boyadjieva, P., & Petkova, K. (2005). Towards a New Understanding of Education in the Globalizing World: Life long Learning. *Managerial Law*, 47(3/4), 21–28.

Cabeza, M., Hottola, J., Meyke, E., & Penna, M. (2005). Extending the Benefits of Attending Conference Abroad. *Conservation Biology*, 19(6), 1683.

Chisega-Negrilă, A.-M. (2018). Lifelong Learning in the Context of Globalization. *Economics, Management & Financial Markets*, 13(3), 403–408.

Chukwu, G. (2016). Trainer attributes as drivers of training effectiveness. *Industrial and Commercial Training*, 48(7), 367-373.

Daniels, S. (2003). Employee training: A strategic approach to better return on investment. *Journal of Business Strategy*, 24(5), 39-42.

Davies, E., Hanley, K., Jenkins, A. and Chan, C. (2017), "Learning and Training for Older Workers", Flynn, M., Li, Y. and Chiva, A. (Ed.) *Managing the Ageing Workforce in the East and the West (The Changing Context of Managing People)*, Emerald Publishing Limited, pp. 185-206.

- Dipboye, R. and Dipboye, R. (2018), "Employee Training and Development", The Emerald Review of Industrial and Organizational Psychology, Emerald Publishing Limited, pp. 581-624.
- Ghosh, P., Satyawadi, R., Prasad Joshi, J., Ranjan, R. and Singh, P. (2012), "Towards more effective training programmes: a study of trainer attributes", Industrial and Commercial Training, Vol. 44 No. 4, pp. 194-202.
- Jucker, A. (2013). Organizing an International Conference. Journal of English Linguistics, 41(3), 292-297.
- Lowry-Corry, E. (1978). A basic guide to conference organizing. Aslib Proceedings, 30(7), 260-270.
- Mühlemeyer, P., & Clarke, M. (1997). The competitive factor: Training and development as a strategic management task. Journal of Workplace Learning, 9(1), 4-11.
- Otala, L. (1994). Industry-University Partnership: Implementing Lifelong Learning. Journal of European Industrial Training, 18(8), 13-18.
- Ravn, I. (2007). The learning conference. Journal of European Industrial Training, 31(3), 212-222.
- Read, C., & Kleiner, B. (1996). Which training methods are effective? Management Development Review, 9(2), 24-29.
- Rummo, T.-L. (2008). Teemaleht „Täiskasvanute koolitus ettevõtetes“. Statistikaamet.
- Ruhotie, P. (2008). Elukestva õppe põhiteemad. Heidi Paju (toim), Elukestev õpe: õppimise kutse, Nr. 1 (36-45). Tallinn: Tallinna Ülikooli kirjastus.
- Wills, G., & Day, A. (1984). Conferences: The Cost Benefit Approach. Industrial Management & Data Systems, 84(5/6), 8-11.

Wills, G., & Day, A. (1986). The Effective Conference. *Management Decision*, 24(6), 8-11.

# LISAD

## Lisa 1. Lihtlitsents

### **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks<sup>1</sup>**

Mina Tõnu Heinorg (sünnikuupäev: 22.03.1995 )

1. annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Logistikateemaliste konverentside ja koolituste nõudlus ja rahulolu Eestis“,

mille juhendaja on Kai-Katrin Parktal,

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

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks TalTechi veebikeskkonna kaudu, sealhulgas TalTechi 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.

---

<sup>1</sup>*Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgi*