

Print



H&H: Tallinkil on parim koduleht

Mariliis Pinn
mariliis.pinn aripaev.ee

25.07.2008 13:56

<http://www.aripaev.ee>

Esmakordselt Eesti ettevõtete ingliskeelseid veebe hinnanud Hallvarsson & Halvarssoni leiab, et parim koduleht on Eesti firmadest Tallink Groupil.

H&H hinnangul oli Eestis parim veebileht Tallinkil, mis sai 47,5 punkti. Talle järgnes Eesti Telekom 44,5 punktiga ja Merko Ehitus 44,25 punktiga.

"Tallink Group on Eesti H&H Webrankingi tabeli tipus, sest neil on veebileht, kust küsitlusele vastanud leiavad palju enda jaoks olulist infot.

Tallinki veebileht on hästi struktureeritud ja seal on sama palju finantsinfot kui keskmisel Euroopa ettevõtte kodulehel. Eesti tulemused näitavad aga, et ettevõtetel on vaja pingutada, et jõuda Euroopa parimate sekka," kommenteeris H&H Webrankingi juht Marcus Ericsson.

Kõige kõrgemalt hinnati Eesti börsifirmade veebilehtede struktuuri, disaini ja tehnilist lahendust, mis said 67% maksimumpunktidest. Kõige nigelam seis on ettevõtete sotsiaalse vastutuse vallas, kus tulemus oli 15% maksimumist.

Eesti firmade tulemused:

1. Tallink Grupp (www.tallink.com, 47,5)
2. Eesti Telekom (www.telekom.ee, 44,5)
3. Merko Ehitus (www.merko.ee, 44,25)
4. Tallinna Vesi (www.tallinnavesi.ee, 38,25)
5. Arco Vara (www.arcorealestate.com, 34,75)
6. Saku Õlletehas (www.saku.ee, 29,75)
7. Olympic Entertainment Group (www.olympic-casino.com, 28)
8. Eesti Ehitus (www.eestiehitus.ee, 27,25)
9. Silvano Fashion (www.silvanofashion.com, 25,5)
10. Tallinna Kaubamaja (www.kaubamaja.ee, 21,25)

Eesti veeblehtede keskmine tulemus oli 34,1 punkti 100 võimalikust. Samas Ida-Euroopa keskmine oli 31,6 punkti ja Euroopa 150 suurima ettevõtte keskmine oli 57,9 punkti.

Eesti keskmine tulemus on parem kui Leedul, kellel see jäi 30,7 punktile, ja Lätile, mille skoor oli 23,6 punkti, mis näitab, et Eesti firmad tähtsustavad rohkem veebis ettevõtte info jagamist.

Eesti tulemused näitavad, et Eesti firmad on ambitsioonikad, kuid neil on siiski arenguruumi. Näiteks ei ole selget turuliidrit ja vaid kolm firmat suutsid ületada 40 punkti piiri. Eesti keskmist tulemust 34,1 punkti võib põhjendada sellega, et Eesti firmad panevad veebi üles liiga vähe infot aktsiahindade, finantstulemuste, ettevõtte juhtimise ja sotsiaalse vastutuse kohta. 2007. aasta uuringu tulemustes on see info investoritele järjest olulisem.

Ida-Euroopa arvestuses on Eesti siiski teisel kohal, jäädes alla vaid Venemaale, kelle keskmine skoor oli 34,7 punkti.

Eesti paistab silma praktilises e-posti infoküsimise testis. Iga aasta saadavad H&H Webrankingi koostajad 700 ettevõttele e-kirjaga päringu, küsides ettevõtte järgmise finantsaruande avaldamise kuupäeva. Kaks kolmandikku ettevõttest ei ole sellele päringule kunagi vastanud, samas 7 Eesti 10 uuritud ettevõttest vastas sellele 24 tunni jooksul.

Uuringu koostajad leiavad, et kuigi Ida-Euroopa ettevõtted on rohkem rahvusvahelisusele orienteeritud, et oska nad siiski veel veebis sama efektiivselt

Samal teemal aripaev.ee

- ▶ Saku veeb võtab tulevikus eeskuju Carlsbergist
- ▶ Veebileht jätab investori külmaks
- ▶ Tallink: kõige olulisem on selge ülesehitus

kui lääne firmad oma infot vahendada.

"Korralik inglisekeelne veebileht on tänapäeval ülioluline," märkis Marcus Ericsson.

90% H&H Webrankingi küsimustikule vastanud analüütikutest, investoritest ja ajakirjanikest peab ettevõtte kodulehte kõige olulisemaks firma finantsinfo allikaks. Eesti firmad meelitavad siia üha rohkem väliskapitali ja ettevõtte veebileht on oluline infoammutamise koht.

Hallvarsson & Halvarssoni Webranking on Euroopa suurim ettevõtete veebilehtede uuring, mida on korraldatud alates 1997. aastast. Uuringus hinnatakse ettevõtete ingliskeelseid veebilehti. Sel aastal hinnati esmakordselt ka Eesti firmade veebe. Rootsi konsultatsioonifirma Hallvarsson & Halvarssoni uuringu põhifookuses on kapitaliturgude vajadused.

H&H Webranking koostab oma edetabeli investoritele, analüütikutele ja majandusajakirjanikele saadetud küsitluse põhjal. Küsimustik katab nii lehe sisu kui funktsionaalsust. 2007. aastal vastas sellele 310 inimest. Küsimustiku tulemustest pannakse kokku 125 mõõdetavat kriteeriumit. Maksimumskoor on 100. Kokku vaadati 700 Euroopa suuremat ettevõtet.

20 Euroopa parimat veebilehte:

1. Telecom Italia (www.telecomitalia.com, Itaalia, 89)
2. Repsol-YPF (www.repsolypf.com, Hispaania, 88,75)
3. Unicredito Italiano (www.unicreditgroup.eu, Itaalia, 87,75)
4. TNT (www.tnt.com, Holland, 87,25)
5. Fortum (www.fortum.com, Soome, 85,5)
6. ENI (www.eni.it, Itaalia, 83,5)
7. UBS (www.ubs.com, Šveits, 83)
8. Deutsche Post (investors.dpwn.com/en/index.htm, Saksamaa, 77,25)
9. Swisscom (www.swisscom.com, Šveits, 77)
10. Danske Ban (www.danskebank.com, Taani, 76,5)
11. Atlas Copco (www.atlascopco-group.com, Rootsi, 74,5)
11. Credit Suisse (www.creditsuisse.com, Šveits, 74,5)
13. Norsk Hydro (www.hydro.com, Norra, 73,75)
13. TeliaSonera (www.teliasonera.com, Rootsi, 73,75)
15. Nordea Bank (www.nordea.com, Rootsi, 73,25)
16. Siemens (www.siemens.com, Saksamaa, 73)
17. Nestle (www.nestle.com, Šveits, 72,75)
18. Roche (www.roche.com, Šveits, 72,25)
19. RWE (www.rwe.com, Saksamaa, 72)
20. Deutsche Bank (www.db.com, Saksamaa, 71,25)