

Sisekaitseakadeemia
Finantskolledž

Maria Rõbinskaja

EESTI KAUPADE EKSPORDI NÕRKUSED JA
VÕIMALUSED

Lõputöö

Juhendaja:
Valev Reinhold, MSc

Tallinn 2011

ANNOTATSIOON

SISEKAITSEAKADEEMIA

Kolledž: Finantskolledž	Kuu ja aasta: mai 2011
Töö pealkiri: Eesti kaupade ekspordi nõrkused ja võimalused	
Töö autor: Maria Rõbinskaja	Olen nõus oma lõputöö kättesaadavaks tegemisega elektroonilises keskkonnas. Allkiri
<p>Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ja koosneb 50 leheküljest (sisuline osa 40 lehekülge, lisad 10 lehekülge). Lõputöö koostamisel on kasutatud 30 allikat, millele on tekstis viidatud. Teema on aktuaalne, sest et eksport on oluline SKP komponent, mis näitab ühelt poolt tootjate innovatiivsust, teiselt poolt majanduse rahvusvahelist konkurentsivõimet.</p> <p>Lõputöö eesmärgiks on analüüsida Eesti kaupade ekspordi reaalseid laiendamise võimalusi. Selleks, et töö eesmärki saavutada on püstitatud järgmised uurimisülesanded:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Anda ülevaade ekspordi olemusest ja tähtsusest.2. Välja tuua ekspordiks vajalikud eeldused.3. Analüüsida Eesti ekspordi koondnäitajate dünaamikat ja ekspordi struktuuri.4. Analüüsida Eesti ekspordi puuduseid. <p>Lõputöös kasutatakse nii kvantitatiivset uurimismeetodit, täpsemalt statistiliste andmete analüüsi, kui ka kvalitatiivset uurimismeetodit, täpsemalt intervjuu ekspordi ekspertidega.</p> <p>Autor jõudis järeldustele, et ekspordi laiendamiseks tuleb kõigepealt tähelepanu pöörata haridusele ja ekspordijuhtide koolitamisele ning tegeleda innovatsiooniga ja eksportida kõrgtehnoloogilisi tooteid, mis annavad kõrgemat lisandväärtust. Lõputöös püstitatud eesmärk täideti.</p>	
Võtmesõnad: eksportimine, sisemajanduse koguprodukt, väliskaubanduse bilanss	
Võõrkeelsed võtmesõnad: export skills, management, экспорт, международная торговля	
Säilitamise koht: Sisekaitseakadeemia raamatukogu	
Kaitsmisele lubatud	
Kolledži direktor: Uno Silberg	Allkiri:
Vastab lõputöö nõuetele Juhendaja: Valev Reinhold	Allkiri:

SISUKORD:

SISSEJUHATUS	4
1. EKSPORDI ROLL MAJANDUSES	7
1.1. Ekspordi olemus ja tähtsus	7
1.2. Ekspordipotentsiaal (ekspordiks vajalikud eeldused).....	12
2. EESTI EKSPORDI DÜNAAMIKA 2005-2009	21
2.1. Eesti ekspordi koondnäitajate ja struktuuri muutus.....	21
2.2. Eesti ekspordi puudused	27
KOKKUVÕTE	32
VIIDATUD ALLIKATE LOETELU:	36
VIIDATUD JOONISED:	40
LISAD	41
Lisa 1. IMD Maailma konkurentsivõime edetabel 2006	41
Lisa 2. IMD Maailma konkurentsivõime edetabel 2009	42
Lisa 3. Intervjuu Eesti Konjunktuuriinstituudi teadustöötajaga Tanel Rebasega.....	43
Lisa 4. Intervjuu Eesti Ekspordi Akadeemia spetsialistiga Juhan Bernardtiga	46
Lisa 5. Intervjuu GatewayBaltic analüütikuga Karina Toonekurega	48

SISSEJUHATUS

Maailmas väliskaubandus pidevalt areneb. Erinevate riikide jaoks eksport on muutunud tähtsaks majanduse komponendiks, kuna see näitab riigi konkurentsivõimet ja suutlikust müüa oma kaupu või teenuseid välisturgudel. Eestis on läbi aegade olnud pidevalt negatiivne väliskaubanduse bilanss, seega import oli tunduvalt suurem kui eksport, mis ei taga kiiremat majanduskasvu.

Teema valiku tegemisel lähtus autor sellest, et viimase viie aasta jooksul Eesti ekspordimahud on näidanud langustendentsi. Eesti ekspordi laiendamise kaudu saab tõsta rahvusvahelist konkurentsivõimet ja suurendada koguprodukti. Eesti ekspordi võimekuse suurendamiseks on eelkõige vajalik analüüsida selle nõrkusi, suurendada konkurentsieeliseid ja rakendada laiendamiseks vajalikke meetmeid. Ekspordi nõrkuste teadvustamine ja likvideerimine võimaldab olukorda parandada ja oluliselt suurendada Eesti ekspordimahtusid.

Lõputöö aktuaalsus seisneb selles, et eksport on üks lahutamatu osa riigimajandusest. Eksport on oluline SKP komponent, mis näitab ühelt poolt tootjate innovatiivsust, teiselt poolt majanduse rahvusvahelist konkurentsivõimet. Ekspordimise võimalusi on oluliselt piiranud Eesti siseturu väiksus, mis ei võimalda pikas perspektiivis tagada piisavat majanduskasvu.

Töö probleemideks on negatiivne väliskaubanduse bilanss ja ekspordi struktuur. Negatiivne väliskaubanduse bilanss viitab rahavoogude riigist suuremale väljavoole kui riiki sissevoole ja näitab, et riik ei ole võimeline konkureerima oma toodetega välisturgudel. Ekspordi struktuuris domineerivad tooraine ja vähe lisandväärtust sisaldavad pooltooted.

Lõputöö eesmärgiks on analüüsida Eesti kaupade ekspordi reaalseid laiendamise võimalusi.

Selleks, et töö eesmärki saavutada on püstitatud järgmised uurimisülesanded:

1. Anda ülevaade ekspordi olemusest ja tähtsusest.
2. Välja tuua ekspordiks vajalikud eeldused.
3. Analüüsida Eesti ekspordi koondnäitajate dünaamikat ja ekspordi struktuuri.
4. Analüüsida Eesti ekspordi puuduseid.

Üheks lõputöö uurimismeetodiks on kvantitatiivne uurimismeetod, täpsemalt statistiliste andmete analüüs. Lõputöös analüüsitakse Eesti ekspordi koondnäitajate dünaamikat ja ekspordi struktuuri 2005-2009 aastate jooksul. Teiseks uurimismeetodiks on kvalitatiivne meetod, täpsemalt intervjuu ekspordi ekspertidega. Lõputöö raames viiakse läbi kolm intervjuud ekspordi asjatundjatega: Tanel Rebasega, Eesti Konjuktuuriinstituudist, Juhan Bernardtiga, Eesti Ekspordi Akadeemiast, Karina Toonekurega, GatewayBalticust. Intervjuu eesmärgiks on teada saada ekspertide arvamused ekspordi nõrkuste kohta ja teha nende põhjal omapoolsed järeldused.

Lõputöö hõlmab kahte peatükki, mis omakorda jagunevad kaheks alapeatükiks. Esimeses osas antakse ülevaade ekspordi olemusest ja tähtsusest nii ettevõtjate kui ka riigi jaoks. Tuuakse välja peamised probleemid ja riskid, mis kaasnevad eksportimisega. Veel antakse ülevaade erinevatest ekspordi tegutsemisvormidest.

Teises alapeatükis tuuakse välja ekspordiks vajalikud eeldused. Kõigepealt seletatakse ära ettevõtja ekspordi eeldused, tuuakse välja peamised ettevõtja oskused ja teadmised edukaks eksportimiseks. Siis tuuakse välja ettevõtte ekspordipotentsiaal ja välisfaktorid, mis võivad oluliselt mõjutada ettevõtte eksportimist. Veel tehakse kindlaks riigi roll eksportimises ja seletatakse ära riigi peamised funktsioonid eksportimises.

Empiirilises osas analüüsitakse Eesti ekspordi koondnäitajaid ja ekspordi struktuuri 2005-2009 aastate jooksul ning tuuakse välja võimalikud lahendused nõrkuste

likvideerimiseks. Samas analüüsitakse kogutud andmeid ekspordi ekspertidelt ning viimaste põhjal tehakse järeldused ja tuuakse välja võimalikud ettepanekud.

Lõputöös kasutatakse nii eesti kui ka inglisekeelset erialakirjandust, varem läbiviidud uurimustulemusi, Interneti andmeid ja saadud andmeid ekspordi ekspertidelt.

1. EKSPORDI ROLL MAJANDUSES

1.1. Ekspordi olemus ja tähtsus

Oma kaupade müük välisturgudel ehk eksport on alati olnud üks lahutamatu osa riigimajandusest. Erinevate riikide jaoks eksport on muutunud tähtsaks majanduse komponendiks, kuna see näitab riigi konkurentsivõimet ja suutlikust müüa oma kaupu või teenuseid välisturgudel. Eksport kuulub riigi väliskaubanduse bilanssi. Eksport on oluline ka ettevõtjate jaoks, mis aitab ettevõtjatel teenida lisakasumit või ära kasutada ettevõtte konkurentsieelist.

21. sajandil muutus väliskaubandus üsna tähtsaks erinevate suurustega ettevõtetele, nende tarbijatele ja rahvusvahelisele majandusele. Paljudele ettevõtetele, nii väikestele kui ka suurtele, rahvusvahelised müügid annavad lisakasumit ja mõndadele ettevõtetele on see ainuke võimalus teenida kasumit. Rahvusvahelise ja riigimajanduse olukord ja tõus muutusid suuremal määral sõltuvaks ekspordimüükidest.¹

Eksportimine on kasumi teenimine toodete või teenuste müümisest välisturgudel. See eeldab klientide leidmist, keda väike või keskmise suurusega ettevõtte on võimeline teenindama paremini kui senised tarnijad. See tähendab klientide teenindamist nii edukalt, et ettevõtte kasvab ja areneb, suurendades samaaegselt nii otsest kui ka kaudset tööhõivet.² Eksportimine on keeruline protsess ja selleks, et olla edukaks eksportööriks on vaja teha põhjalikku ja pingelist eeltööd.

¹ Albaum, G., Duerr, E., Strandkov, J., *International marketing and export management*. (Pearson Education Limited Press, 2005), p. 2

² International Trade centre UNCTAD/GATT (ITC). *Getting started in export*. (International Trade Centre, Geneva, Switzerland, 1995), p. 5

Riigi jaoks eksport mängib tähtsat rolli, sest viimane näitab riigi majanduse rahvusvahelist konkurentsivõimet ja mõjutab olulise komponendina sisemajanduse koguprodukti.

Kõrge konkurentsivõime on tänapäeva avatud maailmas riigi üheks ellujäämise tingimuseks ja äritegevuse võtmeesmärgiks. Konkurentsivõimeliste riikide eeliseks on see, et nad suudavad rohkem kui teised müüa kaupu ja teenuseid rahvusvahelistel turgudel, teenida sellelt kasumit ning saada rohkem välismaiseid otseinvesteeringuid. Sellega tagavad nad kiirema rikkuse kasvu ja heaolu tõusu oma riigis.³ Eriti oluline on seda silmas pidada väikestel riikidel, kus ekspordile orienteeritus on majandusedu jätkusuutlikkuse aluseks.⁴

Riigi majandustegevuse tulemuslikkuse üheks oluliseks näitajaks on sisemajanduse koguprodukt (SKP), mis mõõdab mingi ajavahemiku jooksul kindlates territoriaalsetes piirides toodetud hüvise turuväärtust. SKP mõõtmisel, kulupõhise lähenemisviisi korral, summeeritakse kõik kulutused, mis on tehtud lõpptoodangu ostmiseks.⁵

Selle meetodi kohaselt hõlmab SKP nelja komponenti: tarbimist, investeeringuid, avaliku sektori (riigi) oste ja netoeksporti:

$$E = C + I + G + (X - Z)$$

C- erasektori tarbimiskulu

I- investeeringud

G- avaliku sektori kulutused

(X- Z)- netoeksport, kus X on eksport ja Z on import.⁶

³ Eesti Konjukturiinstituut „Eesti rahvusvaheline konkurentsivõime“ (2006), <www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Eesti_rahvusvaheline_konkurentsivoime_Aastaraamat_2006.pdf> (07.12.2010).

⁴ Eesti Konjukturiinstituut „Eesti ettevõtete ekspordiprobleemide uuring“ (2010), <<http://www.ki.ee/>> (12.01.2011).

⁵ Kerem, K., Randveer, M. *Mikro- ja makroökonomika põhikursus*. (Tallinn Kirjastus Külim, 2007), lk. 78

⁶ Brown, W., S., *Makroökonomika baasteooria*. (Tallinn Kirjastus Külim, 1997), lk. 266

Kaupade/teenuste eksport ja import, samuti ka mitmepoolsed ülekanded fikseeritakse jooksva kontol.⁷ Netoeksporti, mis näitab, kas on see riik rohkem kaupade ja teenuste müüja või ostja välisriigis, nimetatakse ka väliskaubanduse bilansiks. Väliskaubanduse bilans näitab sisse- ja väljaveetavate kaupade maksumust.⁸ Kui väliskaubanduse bilans on positiivne, ületab eksport importi. Tulemuseks on raha vool sisemajandusse ja kõrgem SKP. Negatiivse väliskaubanduse bilansi puhul on tulemus vastupidine: raha voolab riigist välja ja majandustegevus aeglustub.⁹

Eksport on väga tähtis nii ettevõtete kui ka ettevõtjate jaoks. Mis motiveerib ettevõtteid ja ettevõtjaid eksportima? Tuntuim põhjus on loomulikult väike siseturg. Samas ei ole see iseenesest veel piisav- väikesel turul võiks ju tegutseda väikesed firmad. Veidi üldistades on peamine välisriigile mineku põhjus soov teenida kasumit või ära kasutada ettevõtte konkurentsieelist.¹⁰

Täpsemalt eksportimise alustamise olulisi põhjusi võib kirjeldada järgmiselt:

- saada mastaabisäästu, kuna koduturu maht ei võimalda selleks piisavas koguses toota või rakendada liigseid olemasolevaid tootmisvõimsusi;
- kasu lõigata firmaspetsiifilistest eelistest nagu tugev kaubamärk või heal tasemel tehnoloogia;
- kaitsta end koduturu kõikumise riskide vastu- kui mõni turg on languses, võib teine samal ajal tõusta ja aidata raskustest üle saada;
- alandada kulusid- välismaal võib olla odavam toota;
- lõigata kasu soodsamatest maksusüsteemidest- siirdehindade abil on võimalik suunata kasum riiki, kus see on madalamalt maksustatud.¹¹

Enne eksportimise alustamist ettevõtetel on vaja muretseda kohe probleemidele - nii strateegilistele kui ka taktikalistele, kuna need puudutavad eksporditurunduse otsuseid. Strateegilised otsused puudutavad selliseid asju nagu riigi valik, kaubaturud, eesmärgid, transport ja turule sisenemise aeg. Vastupidiselt, taktikalised otsused puudutavad

⁷ *ibid*, lk. 634

⁸ Mankiw, G., N., *Principles of economics*. (Harvard University Press, 2001), lk. 485

⁹ Brown, W., S., *Makroökonomika baasteooria, supra nota 6*, lk. 266

¹⁰ Pällin, P., *Välisriigile mineku võimalused ja ohud*. (Tartu Kirjastus Halo, 2004), lk. 5

¹¹ *ibid*, lk. 5

selliseid asju nagu toote positsioneerimine, toote kohandamine, reklaami ja meedia valik, hinnapoliitika ja levimise kanalid. Esimeseks oluliseks sammuks ettevõtetele, eriti uustulijatele rahvusvahelisel turul, on hinnata nende valmisolekut astuda sellisele turule.¹²

Eksportidiga seonduvad mitmed ohud. Tuntuimad eksportidiga seotud riskid on makserisk ja valuutarisk. Makseriskid on tegelikult olemas ka kodumaiste klientide puhul. Oht, et välispartner jätab maksmata, on suurem eelkõige seetõttu, et välispartneri tausta uurimine on keerukam. Valuutariski vähendamiseks on võimalik kasutada välismaist tootmisüksust või pangainstrumente (tähtpäevatehingud ja optsioonid), kuid need omakorda maksavad. Olulised täiendavad riskid tulenevad sihtriigi vähesest tundmisest.¹³ Riskide vähendamiseks on vaja põhjalikult läbi uurida taustainformatsioon valitud riigist ja analüüsida erinevusi emamaa võrreldavatest näitajatest.

Eksportijad peavad veel otsustama, millist tegutsemisvormi kasutada- kas müüa oma meeskond kodumaal telefoni ja elektronposti teel või luua esindus sihtriiki, võib olla usaldada müük hoopis mõnele usaldusväärsele firmale. Eksporttegevuse erinevatel arenguetappidel kasutatakse vahel erinevat müügikanalit, s.t., eksportkäibe ja klientide arvu kasvades võib müügikanal muutuda. Hea oleks selliseid muutusi ette planeerida, et näiteks jääks võimalus lõpetada koostöö edasimüüjatega ja luua oma müügiesindus.¹⁴

Väliturul võib rakendada erinevaid tegutsemise vorme (kaudset eksporti, kooperatiivset eksporti, otsest eksporti, tootmisüksuse rajamist sihtriiki, litsentseerimist ja frantsiisi):

- Kaudse ekspordi puhul müüb firma oma kodumaal tegutsevate sõltumatute ettevõtete kaudu. Need võivad olla agendid või rahvusvahelised kaubandusfirmad, ka rahvusvahelised organisatsioonid.

¹² Albaum, G., Duerr, E., Strandskov, J. *International marketing and export management, supra nota 1*, p. 15

¹³ Pällin, P., *Väliturule mineku, supra nota 10*, lk. 6

¹⁴ Oblikas, J. „Müügikanalid“ (2008), <<http://www.aktiva.ee/13971/Muugikanalid.html?Session=97802249a89b6a37d2d37b0d70c70cee>> (16.12.2010).

- Kooperatiivse ekspordi puhul (kaaskasutus, ekspordiühingud) kasutatakse kas mõne mittekonkureeriva firma müügikanaleid või sarnaseid tootjaid esindavat organisatsiooni.
- Otsese ekspordi puhul (edasimüüjad, ladustusettevõtte välismaal, müügifiliaal välismaal, müük Interneti teel) müüb ettevõtte kas välismaal tegutsevale edasimüüjale või otse välismaisele tarbijale. Eksporditegevuse koordineerimiseks on üldiselt vajalik oma ekspordiosakond.
- Tootmisüksuse rajamine välisturule on riskantsem ja nõudlikeim vorm. Samas aitab välismaine tootmisüksus vähendada toodangu transpordikulusid. Täiendava boonusena võimaldab välismaine tootmisüksus vähendada valuutakursi kõikumistest tulenevaid riske- nii kulud kui tulud on kohapealses valuutas.¹⁵
- Litsentseerimine. Litsentseerimine on välisturu teenindamise lepinguline vorm, kus ettevõtte lubab kokkulepitud tasu eest välismaisel ettevõttel kasutada oma tehnoloogilist oskusteavet, kaubamärki või muud intellektuaalomandit, mis on vajalik eduka toote turule toomiseks.
- Frantsiis. Frantsiisi võib pidada litsentseerimise erijuhuks, kus kodumaine ettevõtte panustab mitte ainult teavet, vaid ka toote mõne olulise osa. Selleks võib olla materjal, komponent või ka turundus.¹⁶

Kokkuvõtvalt võib öelda, et ekspordimine kui kasumi teenimine toodete või teenuste müümisest välisturgudel mängib tähtsat rolli mistahes riigi puhul, kuna ta näitab riigi majanduse rahvusvahelist konkurentsivõimet ja mõjutab olulise komponendina sisemajanduse koguprodukti. Ekspord on väga tähtis ettevõtete ja ettevõtjate jaoks. Peamine põhjus, mis motiveerib ettevõtjaid välisturule minema, on soov teenida kasumit või ära kasutada ettevõtte konkurentsieelist. Samas välisturul tegutsemise vormi, sihtriigi ja turu valimiseks tuleb hoolikalt uurida oma ekspordipotentsiaali.

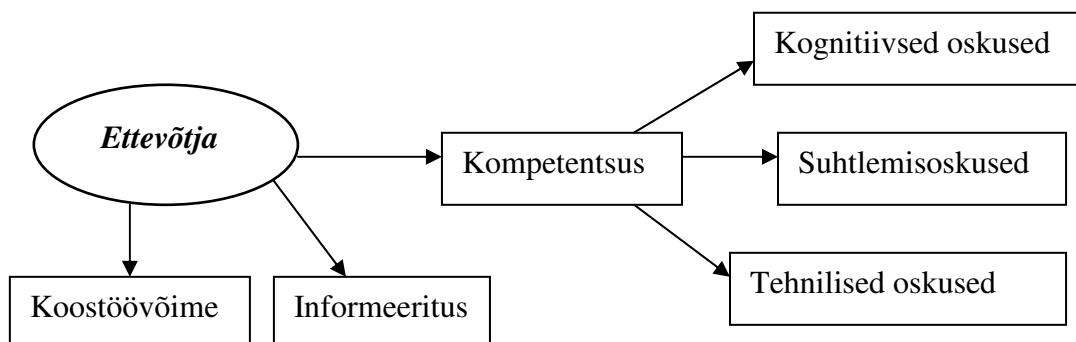
¹⁵ Albaum, G., Duerr, E., Strandskov, J., *International marketing and export management, supra nota 1*, p. 309

¹⁶ Robbins, S.P., Coulter, M., *Management*. (Williams publishing, 8th edition, 2006), p. 177

1.2. Ekspordipotentsiaal (ekspordiks vajalikud eeldused)

Ekspordimine on keeruline protsess, mis vajab pingelist eeltööd. Selleks, et edukalt minna välisturule ja ekspordida oma kaupu või teenuseid on vaja analüüsida oma ekspordipotentsiaali ehk ekspordiks vajalikke eeldusi. Ekspordipotentsiaal hõlmab endas kolme aspekti: kõigepealt ettevõtja, siis ettevõtte ekspordiks vajalikud eeldused ja riigi roll selles protsessis.

Milliseid eeliseid on vaja ettevõtjal, et edukalt minna välisturule? Eesti on nii väike maa, et iga ettevõtja, sõltumata majanduse sektorist, peaks olema asjatundja. Ettevõtja tegevus nõuab individilt laialdaste oskuste omamist.¹⁷ Ettevõtja kõige olulisemateks ekspordipotentsiaali näitajateks on ekspordi kompetentsus, mis hõlmab kognitiivseid teadmisi, suhtlemispädevust ning tehnilisi oskusi, ettevõtja koostöövõime ja informeeritus (vt joonis 1.).



Joonis 1. Ettevõtja ekspordiks vajalikud eeldused.¹⁸

Kognitiivsed teadmised-oskused võimaldavad organisatsiooni tajuda ja juhtida kui terviksüsteemi ja näha selles olulisi seoseid. Kognitiivsete pädevuste hulka kuuluvad kriitiline, loov ja globaalne mõtlemine, oskus efektiivselt informatsiooni töödelda ning oskus planeerida.¹⁹ Kognitiivne pädevus tähendab ka muutuste strateegilise juhtimise võimekust, suutlikkust:

- modelleerida olukorda;

¹⁷ Daft, R., L., *Management*. (Thomson Learning, 6th edition, 2003), p. 40

¹⁸ Autori koostatud.

¹⁹ Daft, R., L., *Management*, *supra nota* 17, p. 40

- välja selgitada muutuste vajalikkus;
- välja töötada muutuste strateegia;
- kasutada muutuste läbiviimisel usaldusväärseid, kirjeldavaid ja lahendust pakkuvaid meetodeid;
- väljatöötatud strateegiat ellu rakendada.²⁰

Suhtlemisoskuste alla kuuluvad ettevõtja oskus suhelda teiste inimestega, samas olla oma organisatsiooni liider, kes suhtub oma töötajatesse hästi, motiveerib ja koordineerib neid, lahendab igasuguseid konflikte. Suhtlemisoskusi omav ettevõtja motiveerib oma töötajaid eneseväljendamiseks, stimuleerib nende kaasamist ettevõtte tegevusse. Suhtlemisoskus tähendab vähemalt kahte asja: kohasust ja efektiivsust. Kohasus on oskus arvestada olukorra ja suhtlemispartneriga, efektiivsus – oskus saavutada eesmärk.²¹

Suhtlemisoskus on üheks vajalikuks eelduseks edukaks eksportimiseks. Eesti ettevõtjatel ei ole ilmselt piisavalt oma toodete ja teenuste turustamise ja müümise oskusi. Paljudel ettevõtjatel pole rahvusvahelise suhtlemise kogemusi, vajalikke kontaktivõrgustikke ja oskusi teises riigis ning kultuuriruumis müüa.²²

Kolmandaks kompetentsuse komponendiks on tehniliste oskuste valdamine. Tehnilised oskused on spetsiaalsed teadmised ja oskused, mida vajatakse igapäevaste tööülesannete täitmisel. Tehniliste oskuste omamine eeldab ettevõtjalt kutsealaseid teadmisi ja analüütilisi oskusi.²³ Eesti nõrkuseks on piisava kvalifikatsiooniga müügispetsialistide nappus. Kvalifitseeritud tööjõudu napib ka keerukamaid oskusi nõudvatel insener-tehnilistel ametikohtadel. Ettevõtted ei leia vajalikku tööjõudu vaatamata sellele, et ollakse valmis tasustama kuni kolmekordse keskmise palgaga.²⁴

²⁰ *ibid*, p. 40

²¹ *ibid*, p. 41

²² Saar, E., „Kas eksport on vaid müstika?“, *Äripäev*, 29.01.2009

²³ Daft, R., L., *Management, supra nota 17*, p. 42

²⁴ Eesti Kaubandus-Tööstuskoda „Eesti ettevõtete ekspordiprobleemid“ (2010), <www.valitsus.ee/UserFiles/valitsus/et/riigikantselei/strateegia/politika-analuusid-ja-uuringud/trukised/Ettevotete_ekspordiprobleemid_veebi.pdf> (05.12.2010).

Kutse- ja kõrgharidusega töötajate kvalifikatsioon ei vasta tihti ettevõtjate vajadusele. See tingib täiendavate investeeringute vajaduse ja lisaajakulu, et viia uue töötaja kvalifikatsioon ja oskused tasemele, mis võimaldaks töökohas hakkama saamist.²⁵ Ettevõttel, mille tehniline personal on suuteline tooteid välja töötama ja kohandama, on ilmselt suurem ekspordipotentsiaal kui sellel, kellel see puudub.²⁶

Tänapäeva kiiresti muutuv keskkonnas on suurenenud ka ettevõtja koostöövõime tähtsus. Autor on veendunud, et kasu saab koostööst nii endast tugevamate kui ka võrdväärsete partneritega, sest see arendab nii sotsiaalseid kui ka kognitiivseid oskusi. Koostöö strateegilise partneriga annab sünergia ja võimaluse temalt õppida ja kindlasti ka midagi talle õpetada.²⁷ Eesti ettevõtjad peavad oma äritegevust oluliselt laiendama partnerluse ja koostöö kaudu. See suurendab oluliselt võimalusi majanduse globaliseerumise tingimustes. Eesti ettevõtjate oluliseks nõrkuseks on tahtmatus teistega koostööd teha.²⁸

Paljud sarnase valdkonna väike- ja keskmised ettevõtted peavad leidma sobiva koostöövormi ühistegevuseks, et oleks tagatud nende pikemaajaline jätkusuutlikkus. Ühistegevusse ettevõtete vahel tuleb kaasata insenerid ja disainerid, et üheskoos luua ja vormida uued tooted ning arendada ühine kaubamärk. Ettevõtete ühistegevus võimaldab liita ettevõtete inseneride, tehnoloogide, disainerite ja turustajate oskused ning kogemused, samuti ettevõtete tootmisvõimsused. Ühistegevus tagab ka mastaabiefekti Euroopa turgudel ja võimaluse jagada kulud partnerite vahel.²⁹

Kolmandaks ettevõtja ekspordipotentsiaali näitajaks on ettevõtja informeeritus ja info töötlemise efektiivsus. Informatsiooni valdamine tagab võimu.³⁰ Ettevõtja peab olema piisavalt informeeritud sellest, mis toimub välisturul, maailmas. Infoga seotud

²⁵ *ibid*

²⁶ International Trade centre UNCTAD/GATT (ITC). *Getting started in export, supra nota 2*, p. 8

²⁷ Drucker, P., *Management Challenges for the 21st Century*. (Williams Publishing, 2000), p. 164

²⁸ Parts, J., „Hea uudis: väärt idee hakkab peagi teoks saama“, *Äripäev*, 08.05.2009

²⁹ Virkebau, M., „Kas eksportivast tööstusettevõttest saab Eesti majanduse alus?“, *Inseneria* nr 8 (2009), lk. 8

³⁰ Robbins, S.,P., Coulter, M., *Management, supra nota 16*, p. 98

keskseteks küsimusteks on selle tähendus, aktuaalsus, optimaalsus, ülesanne, kvaliteet ja efektiivne töötlus.³¹

Kuna ettevõtte majandustegevuse laiemaks eesmärgiks on hüvede loomine, siis selle saavutamiseks on vaja teavet ressurssidest, kompetentsustest, klientidest, protsessist, õppimisest, teostusest, finantsidest ja efektiivsusest. Kõrgekvaliteediline informatsioon aitab lahendada ettevõtjal konkreetseid ülesandeid. Informatsioon peaks olema vajadusel kättesaadav, veatu ja vormistatud kasutajale lihtsalt ja arusaadavalt.³²

Enne uutele turgudele minekut tuleks infot ettevõtja poolt efektiivselt töödelda ja analüüsida: välja selgitada majanduskeskkonna ja turu eripära, võimalikud partnerid ja konkurendid ning tarbijate eelistused ja nõudlus.³³ Infoallikatena saab kasutada:

- kaubanduskoda, kes annab soovitusi ja võimaldab juurdepääsu vajalikule informatsioonile;
- teisi eksportijaid, kes tegutsevad turul, mis pakub huvi;
- firmasid, kes ei ole otsesed konkurendid ja kes ekspordivad sarnaseid tooteid.³⁴

Mis on ettevõtte ekspordipotentsiaal? See on firma suutlikkus saada kasu oma ärialaalastest võimalustest välismaal. Tähtsatest ettevõtte ekspordipotentsiaali mõjutavatest välisfaktoritest on kodumaa suhtelised eelised, kodumaa valitsuse ekspordi edendamise poliitika, valuuta vahetuskurss ja võimalused eksporditurul (vt joonis 2.).³⁵

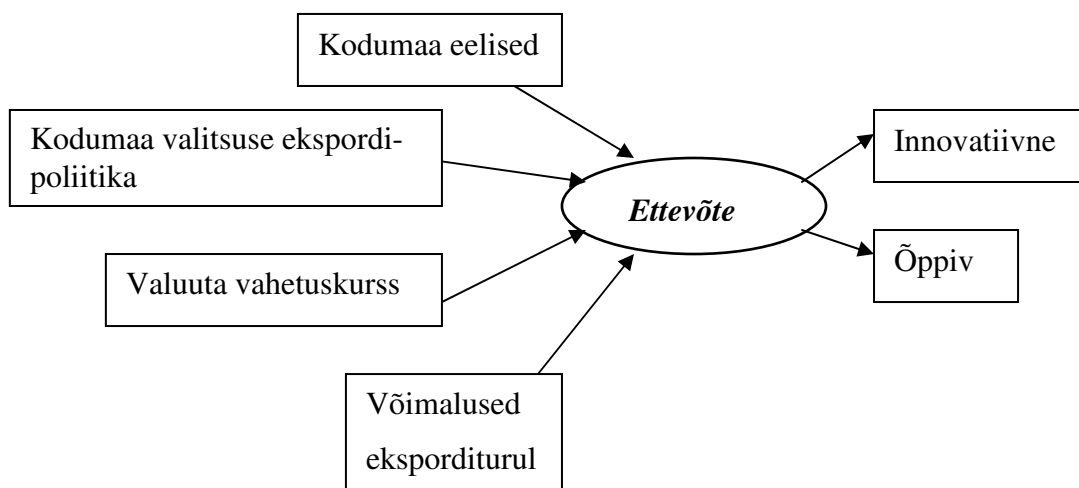
³¹ Daft, R., L., *Management, supra nota 17*, p. 755

³² Daft, R., L., *Management, supra nota 17*, p. 755

³³ Eesti Kaubandus-Tööstuskoda „Eesti ettevõtete ekspordiprobleemid“ (2010), <www.valitsus.ee/UserFiles/valitsus/et/riigikantselei/strateegia/poliitika-analuusid-ja-uuringud/trukised/Ettevotete_ekspordiprobleemid_veebi.pdf> (05.12.2010).

³⁴ International Trade centre UNCTAD/GATT (ITC). *Getting started in export, supra nota 2*, p. 15

³⁵ *ibid*, p. 15



Joonis 2. Ettevõtte ekspordipotentsiaal.³⁶

Teie kodumaale omased suhtelised eelised (ressursid, asukoht, kliima, majanduses rakendatav hinnakujundus) loovad selle aluse, millest lähtute oma ettevõtte jõupingutustes, mille eesmärgiks on toodete eksportimine.³⁷

Tähtis osa ekspordile kaasaaitamises on valitsuse poliitikal maksude, finantseerimise korra, informatsiooni ja soodustuste alal ning muudes taolistes küsimustes. Valitsus võib ka ekspordi takistada bürokraatlike impordi, välismaale sõitude, toodete välismaal reklaamimise ja muude keeldude ning -piirangutega.³⁸

Kodumaa ja välisriigis (v.a. Euroopa Liidus) asuva kliendi valuutade suhe (vahetuskurss) pidevalt muutub. Kodumaise valuuta nõrgenemine tõstab konkurentsivõimet välisturgudel, kodumaise valuuta tugevnemisel konkurentsivõime aga väheneb.³⁹

Eksportimine kulgeb edukalt, kui on olemas hea kooskõla teie toote ja turu vahel. Hea kooskõla on toote ja turu vahel siis, kui olete suuteline reageerima tekkinud ekspordivõimalusele oma toote täpselt selliste eelistega, mida vajab välismaine klient.

³⁶ Autori koostatud.

³⁷ International Trade centre UNCTAD/GATT (ITC). *Getting started in export, supra nota 2*, p. 15

³⁸ *ibid*, p. 16

³⁹ *ibid*, p. 16

Teie firma ülesandeks on ära kasutada võimalused, mis alati tekkivad spetsiifilistel eksporditurgudel.⁴⁰

Organisatsioon, kes soovib ekspordida oma tooteid ja teenuseid peaks olema innovatiivne - võimeline looma nii paremat kvaliteeti kui ka unikaalsust. Innovatsiooni-protsessis loominguine idee realiseerub kliendile kasulikus tootes või teenuses. Igat innovatiivset ettevõtet iseloomustab oskus suunata loominguist protsessi vajalike tulemuste saavutamiseks. Innovatiivses ettevõttes õpitakse ja vahetatakse teadmisi, hinnatakse eksperimente ja valmidust riskida, kasutatakse uusi tehnoloogiaid, lubatakse vigu ning ebaõnnestumisi, tasutakse loova mõtlemise eest.⁴¹ Kui ettevõtte ei uuene, siis ta ei konkureeri kaua, sest toote eluiga näitab lühenemise tendentsi peaaegu kõigis majandussektorites. Eriti ilmne on see infotehnoloogia sektoris.⁴²

Eksportimine eeldab ka ettevõtte kujundamist õppivaks organisatsiooniks, kus probleemide identifitseerimine ja lahendamine on kohustuseks kõikidele. See võimaldab pidevalt eksperimenteerida, täieneda, omandada ja arendada oskusi.⁴³ Õppimine tähendab ka uute ja vajalike teadmiste ja oskuste omandamist meeskonnas, väliseksperitidelt ja –spetsialistidelt. Õppimisel loobutakse kindlasti sellest, mis enam ei toimi ja luuakse kontakte asjatundjatega, kes valdavad oma valdkonda läbi ja lõhki, et õppida neilt ekspordiks vajalikke oskusi.⁴⁴

Mida saab riik teha ekspordi arendamiseks? Riigil on eksportimises kolm põhilist funktsiooni: toetus-, garantii- ja rahvusvahelistumise funktsioon (vt joonis 3.).

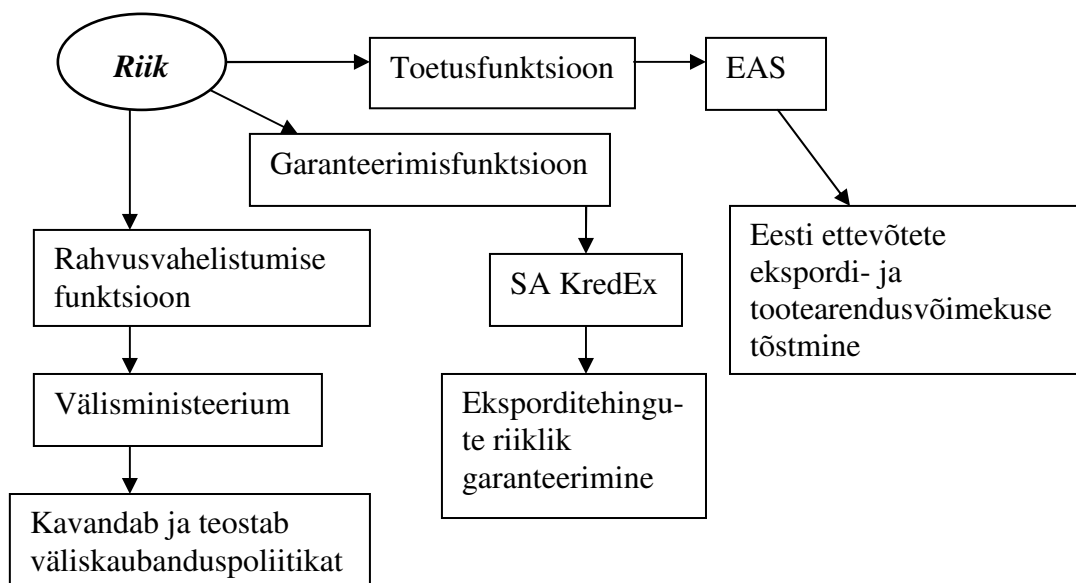
⁴⁰ *ibid*, p. 16

⁴¹ Robbins, S.,P., Coulter, M., *Management, supra nota 16*, p. 616

⁴² Drucker, P., *Management Challenges for the 21st Century, supra nota 27*, p. 162

⁴³ Daft, R., L., *Management, supra nota 17*, p. 58

⁴⁴ Saar, E., „Kas ekspord on vaid müstika?“, *Äripäev*, 29.01.2009



Joonis 3. Riigi roll ekspordimises.⁴⁵

Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse peamiste ülesannete hulka kuulub erinevate ettevõtlust ja innovatsiooni- ning ekspordivõimekust toetavate riiklike tugiprogrammide rakendamine. EAS-i põhiülesanneteks on

- osalemine ekspordi arengu ja välisinvesteeringute kaasamise tegevusprogrammide koostamisel ja nende elluviimisel;
- Eesti ekspordivõimaluste propageerimine ja Eesti majanduse igakülgne tutvustamine välisriikides;
- teabe jagamine Eestisse investeerimise võimalustest ja investeerimiskliimast välismaistele ettevõtjatele;
- potentsiaalsete välisinvesteeringute leidmine ja nende tegevuse toetamine Eestis;
- konkursside korraldamine ja ekspordi arengu projektide toetamine sihtasutuse vahendite abil.⁴⁶

EAS'i esindused välismaal tegutsevad näiteks Helsingis, Stockholmis, Hamburgis, Londonis, Kiievis, Moskvast, Peterburis, Šanghais, Tokios ja Silicon Valleys. Välisesindaja peamine ülesanne on ehitada ja üleval pidada tõhusat sihtriigi

⁴⁵ Autori koostatud.

⁴⁶ Eesti välisinvesteeringute ja ekspordi tegevuskava 2009-2011 „Made in Estonia“ (2009), <www.mkm.ee/public/madeinestonia.doc.pdf> (15.12.2010).

äriringkondades toimivat suhete võrgustikku, tuvastades Eesti ettevõtete jaoks uusi ekspordivõimalusi, aidates leida kontakte ning otsides võimalikke Eesti majandusse otseinvesteeringute tegijaid.⁴⁷

Krediidi ja Ekspordi Garanteerimise Sihtasutuse KredEx ekspordi edendamisele suunatud teenus on eelkõige eksporditehingute riiklik garanteerimine. Ettevõtjatele korvatakse eksportimisel poliitilistest ja teatud ulatuses kommertsriskidest tulenenud kahju ekspordi riikliku garanteerimise seaduse alusel. KredEx on veel riigi poolt pakutavate muude finantsmeetmete peamiseks elluvijaks. Ta võimaldab ettevõtetele finantsvõimaluste parandamiseks vajalikke riiklikke laenutagatisi ning pakub täiendavat rahalist ressursi kas pankade kaudu või laenuna otse ettevõtetele.⁴⁸

Välisministeerium koordineerib Eesti majandussuhteid välisriikide ja rahvusvaheliste organisatsioonidega ning kavandab ja teostab väliskaubanduspoliitikat. Eesti Vabariigi välisesinduste ülesandeks on

- osutada abi probleemide lahendamisel, kontakteerumisel asukohariigi võimudega;
- hõlbustada kontaktide loomist;
- anda asukohariigi ärikeskkonnast üldist ülevaadet;
- korraldada ise kontaktüritusi või aidata kaasa ürituste korraldamisele;
- teha ettevõtteid tutvustavad materjalid kättesaadavaks kõigile huvitatuile;
- võimaluste piires võimaldada saatkonna ruumide kasutamist ettevõtte/toote esitlusürituse korraldamiseks;
- Eesti eksportööride andmete edastamine partneritele sihtturul ja Eesti ärikeskkonnast üldise info andmine.⁴⁹

Kokkuvõtvalt võib öelda, et ettevõtja peab omama ekspordiks teatud potentsiaali: koostöövõimet, informeeritust ja kompetentsusi. Kompetentsuse hulka kuuluvad ettevõtja kognitiivsed oskused, suhtlemisoskused ning tehnilised oskused ja teadmised.

⁴⁷ *ibid*

⁴⁸ *ibid*

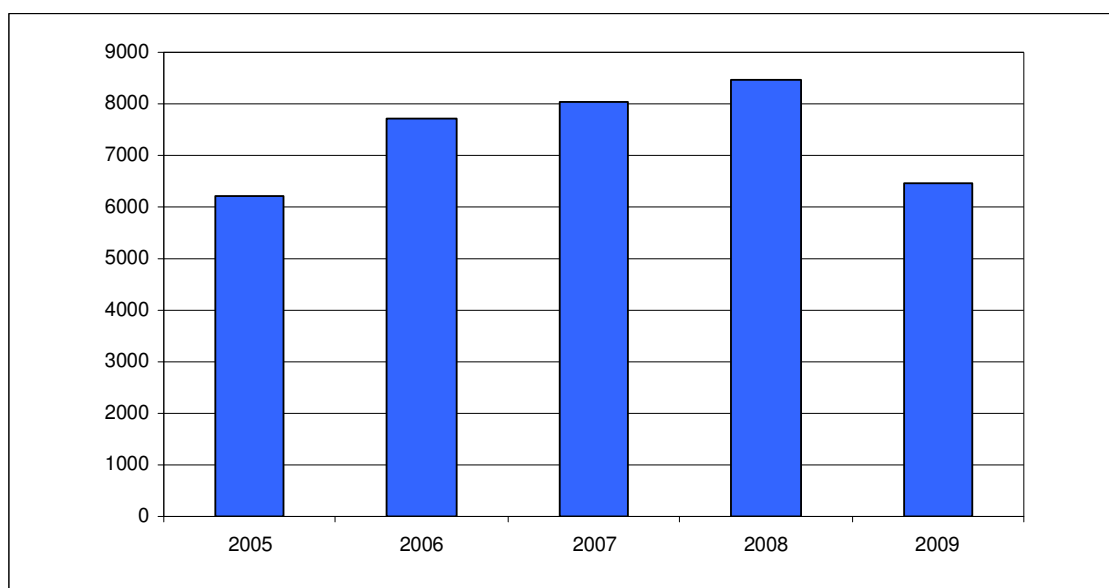
⁴⁹ Välisministeerium, „Eesti välispoliitika eesmärgid ja alameesmärgid“. (2009), < www.vm.ee/?q=node/4476 > (19.12.2010).

Ettevõtte peab kindlasti olema õppiv ja innovatiivne. Tähtsatest ettevõtte ekspordipotentsiaali mõjutavatest välisteguritest on kodumaa suhtelised eelised, kodumaa valitsuse ekspordi edendamise poliitika, valuuta vahetuskurss ja võimalused eksporditurul. Riigi roll ettevõtete ekspordi toetamisel seisneb rahvusvahelistumisele kaasaaitamises, mille täidab välisministeerium, garantiide tagamises, mille täidab SA Kredex ja toetuste andmises, mille täidab Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus.

2. EESTI EKSPORDI DÜNAAMIKA 2005-2009

2.1. Eesti ekspordi koondnäitajate ja struktuuri muutus

Viimase viie aasta jooksul Eesti eksport on muutunud. Eesti ekspordimahtude suurenemisega saab viia tasakaalu väliskaubanduse bilanssi, luua tööhõivet ja võimaldada riigi kiiremat majanduskasvu. Seega alljärgnevas analüüsitakse 2005-2009 aastate Eesti ekspordi dünaamikat, mille näitajad antud ajavahemikus on märgatavalt muutunud.



Joonis 4. Eesti ekspordi koondnäitajad 2005-2009 (mõõtühik: miljonit eurot).⁵⁰

Ekspord kasvab kiiresti ajavahemikus 2005-2006 aastal, peale Eesti integreerumist Euroopa Liiduga (vt joonis 4). Kuni 2008. aastani ekspordi koondnäitajad pidevalt

⁵⁰ Autori koostatud. Kaupade eksport, import ja bilanss (kuud). Statistikaameti andmebaasist <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK08&ti=KAUPADE+EKSPORT%2C+IMPORT+JA+BILANSS+%28KUUD%29&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2> välja otsitud 11.02.2011

kasvasid. Ekspordi kasv viis Eesti IMD Maailma Konkurentsivõime edetabelis 23. positsioonile 2008. aastal (vt lisa 1). IMD defineerib riikide konkurentsivõimet selle järgi, kuidas riigid kasutavad oma kompetentsi ja võimalusi suurema heaolu saavutamiseks.⁵¹

Globaalse majanduse langusfaasis 2009. aastal Eesti eksport järsult langes. See repositioneeris Eesti IMD Maailma Konkurentsivõime edetabelis 35. kohale ja talle võis omistada suurima kukkuja tiitli (vt lisa 2).

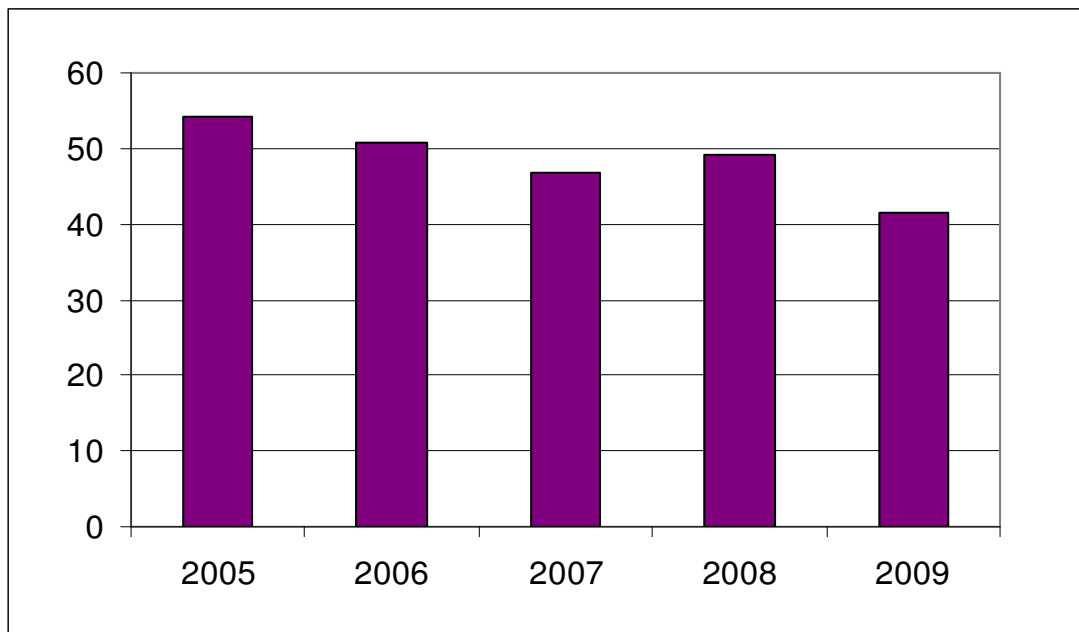
Eesti ekspordimahud sõltuvad teiste riikide majanduskonjunktuurist. Globaalsest kriisist tingitud välisnõudluse langus põhjustas Eesti ekspordimahtude olulise vähenemise. Välisnõudlus Eesti kaupade järgi on oluliselt seotud allhankega, mis tähendab, et siinsete eksportijate tundlikkus majandustsüklite suhtes on keskmisest suurem.⁵² Majanduselavnemine Soomes, Rootsis ja Saksamaal suurendab välisnõudluse kasvu Eesti kaupade suhtes ja parandab Eesti ekspordimahtude näitajaid.

Eesti ekspordi kaupade osakaal SKP-st on kõrge. 2005-2009 aastatel oli see protsent keskmiselt 48. 2009. aastal vähenes see umbes 8 % võrra (vt joonis 5). Selle üheks põhjuseks oli Eesti kaupade välisnõudluse langus. Teiseks põhjuseks oli kindlasti Eesti välismaale müümisest suurem tarbimine.

Autor peab siin olulisteks märkida, et helgema tuleviku nimel tuleks hoolikamalt uurida võimalikke välisturge, suurendada ekspordivõimekust ja orienteerida tootmine kõrgema lisandväärtustega kaupade valmistamisele.

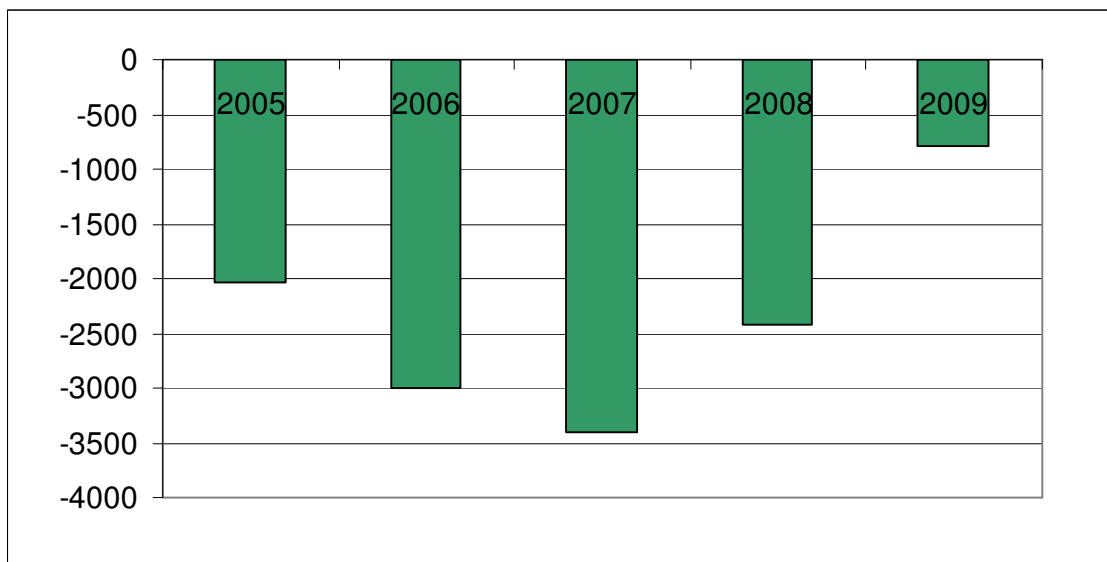
⁵¹ Salu, M. „Eestist sai maailma riikide konkurentsivõime reas suurim kukkuja.“, *Eesti Päevaleht*, 21.05.2009

⁵² Tarkinvestor „Eesti majandus 2010“ (2010), <www.tarkinvestor.ee/files/Eesti%20majandus%202010.pdf> (08.11.2010).



Joonis 5. Eesti ekspordi kaupade osakaal SKP-st %.⁵³

Ekspordimahtudest sõltub otseselt riigi väliskaubanduse bilanss. Ajavahemikus 2005-2009 oli Eestis import paraku tunduvalt suurem kui eksport. Sel põhjusel oli Eestis 2005-2009 aastate jooksul püsivalt negatiivne väliskaubanduse bilanss (vt joonis 6).



⁵³ Autori koostatud. Exports and imports by member states of EU/third countries. Eurostati andmebaasist <<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do>> välja otsitud 03.02.2011

Joonis 6. Eesti väliskaubanduse bilanss 2005-2009 (mõõtühik: miljonit eurot).⁵⁴

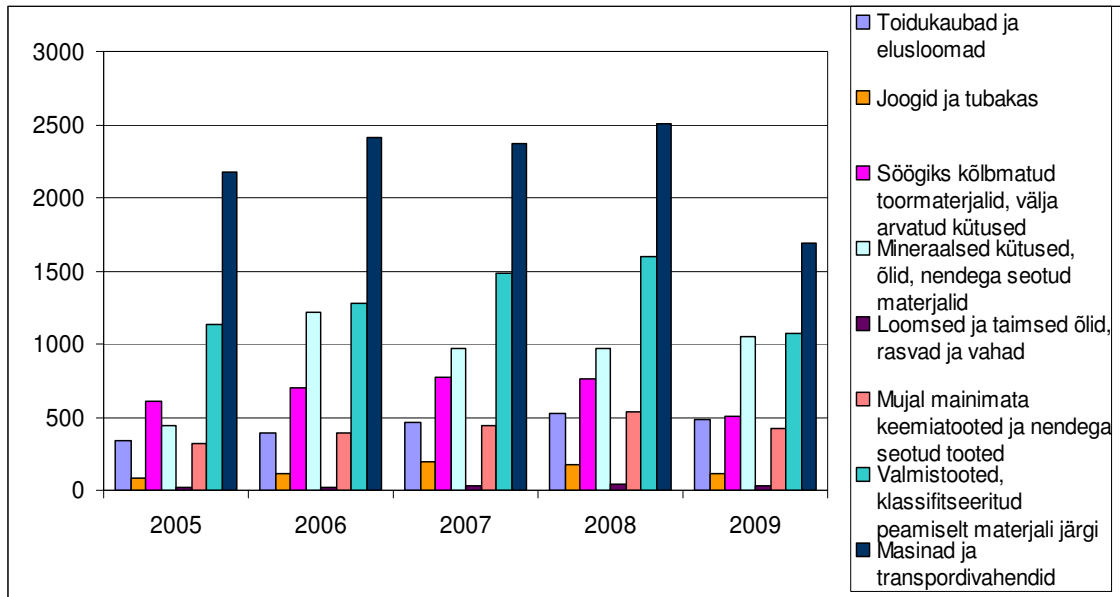
Eesti kaupade ekspordi struktuuris on valdav osakaal madala lisandväärtusega toodetel. Nende domineerimine kaupade ekspordis on Eestis kiiretel kasvuaastatel olnud kestvaks probleemiks. Suurt rolli on selles etendanud töjõukulude tootlikkusest kiirem kasv ja põhjendamatult väikesed investeeringud teadus- ja arendustegevusse.⁵⁵ Seega, jätkusuutliku majanduskasvu tagamiseks on vaja oluliselt suurendada efektiivsust, samuti investeeringuid täiendõppesse (know-how) ja innovatsiooni.

Jooniselt 7, mis annab ülevaade Eesti ekspordist sektorite lõikes aastatel 2005-2009, on näha, et suurima osa kogu Eesti ekspordikaubast moodustavad läbi aastate masinad ja transpordivahendid. Nende ekspordi kõrgpunktiks oli 2008 aasta 2500 miljoni euroga. 2009. aastal kahanes see ligi 30 % võrra.

Teisel kohal on läbi aastate olnud valmistoote eksport (klassifitseeritud peamiselt materjali järgi, vt joonis 7). Samas ajavahemikus on järk-järgult suurenenud mineraalsete kütuste ja õlide eksport.

⁵⁴ Autori koostatud. Kaupade eksport, import ja bilanss (kuud). Statistikaameti andmebaasist <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK08&ti=KAUPADE+EKSPORT%2C+IMPORT+JA+BILANSS+%28KUUD%29&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2> välja otsitud 11.02.2011

⁵⁵ Tarkinvestor „Eesti majandus 2010“ (2010), <www.tarkinvestor.ee/files/Eesti%20majandus%202010.pdf> (08.11.2010).



Joonis 7. Eesti eksport sektorite lõikes 2005-2009 (mõõtühik: miljonit eurot).⁵⁶

Eesti elanikkonna tulutase, ekspordi struktuur ja selle teadmismahukus ei ole võrreldav kõrgeltarenenud riikide vastavate näitajatega. Eriti madal on tootlikkus lisandväärtuse loomisel. Kõrget tootlikkust võib täheldada elektrienergia-, gaasi ja veevarustus ning kinnisvara ettevõtetes. Kuna nende lisandväärtus ei tulene innovatiivsetest toodetest, ei saa see olla aga jätkusuutlik.⁵⁷

Eesti majanduse struktuursed probleemid (40% tööjõust seotud tootmisega) seavad Eesti tööstusettevõtete võtmeküsimusteks tootlikkuse ja rahvusvahelise konkurentsivõime. Tööstussektori tootmismahud taastuvad lähiaastatel aeglaselt. Tööstuse restruktureerimine tähendab keskendumist lisandväärtuse olulisele suurendamisele tootmisprotsessis.⁵⁸

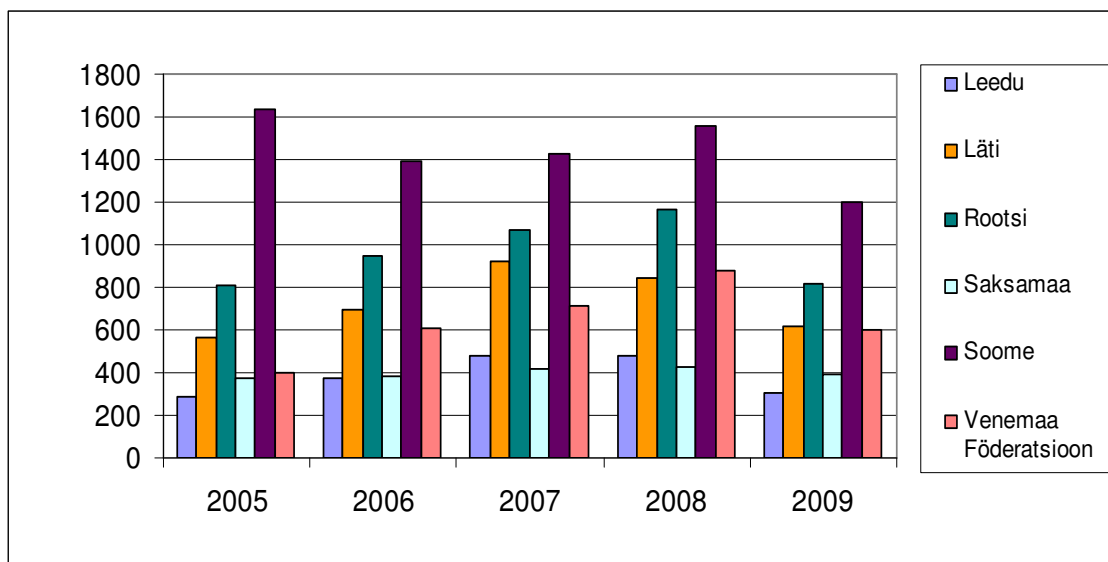
⁵⁶ Autori koostatud. Kaupade eksport ja import SITC kaubajaotise järgi. Statistikaameti andmebaasist <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK01&ti=KAUPADE+EKSPORT+JA+IMPORT+SITC+KAUBAJAO TISE+J%C4RGI&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2> (12.02.2011).

⁵⁷ Arengufond „Eesti majanduse konkurentsivõime hetkeseis ja tulevikuväljavaated“ (2008), <www.arengufond.ee/upload/Editor/Publikatsioonid/Publikatsioonide%20failid/Arengufoorumile%202008%20raport.pdf> (12.12.2010).

⁵⁸ *ibid*

Autor peab Eesti ekspordi päästerõngasteks haridussüsteemi kaasajastamist, investeeringute suurendamist haridusse ja innovatsiooni, ettevõtjate ja teadusasutuste koostöö intensiivistamist ja lisandväärtuse suurendamist tootmisprotsessis.

Eesti ekspordi sihtriikidest on esikohal 2005-2009 ajavahemikus lähinaaber Soome (vt joonis 8). Soome ekspordi kõrgpunktiks oli 2005 aasta 1600 miljoni euroga. Kõrgemaid ekspordimahte Soome, võrreldes teiste riikidega, saab põhjendada geograafilise ja kultuurilise lähedusega (kaupade teisaldamise suur kiirus, madalad transpordikulud ja kommunikatsioonitõkked).



Joonis 8. Eesti ekspordi sihtriigid 2005-2009 (mõõtühik: miljonit eurot).⁵⁹

Teisel kohal asub Rootsi, järgnevad Läti, Venemaa, Leedu ja Saksamaa. Läti ja Leedu osakaal Eesti kaupade ekspordis on olnud läbi aegade stabiilne. Selle üheks oluliseks põhjuseks on see, et Eestis, Lätis või Leedus paiknevad võimekad logistikakeskused, mis vahendavad kiiresti ja kvaliteetselt kaupu nendesse riikidesse.

⁵⁹ Autori koostatud. Kaupade eksport ja import riigi järgi (kuud). Statistikaameti andmebaasist <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK09&ti=KAUPADE+EKSPORT+JA+IMPORT+RIIGI+J%C4RGI+%28KUUD%29&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2> (11.02.2011).

Eesti kaupade eksport Venemaale kasvas stabiilselt 2008. aastani. Eestil on väga hea geograafiline asukoht (põhja-lõuna ja ida-lääne transpordikoridoride ristumispunkt), mis võimaldab tõhusalt kaupu vahendada Venemaale.

Eesti stabiilne ja domineeriv eksportimine lähiriikidesse viitab ka sellele, et Eesti ei ole veel võimeline konkureerima kaugematel eksporditurgudel oma kaupadega. Selleks, et Eesti laiendaks eksportimist kaugematele välisturgudele üle maailma on vaja hoolikamalt uurida võimalikke eksporditurge ja nende tarbijaid ning senisest efektiivsemalt ja intensiivsemalt tegeleda oma kaupade uuendamise- ja arendamisega.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et Eesti ekspordi kõrgpunktiks oli 2008 aasta 8500 miljoni euroga. Eesti kaupade ekspordi osakaal SKP-st on kõrge. 2005-2009 aastate jooksul oli see keskmiselt 48%. Selgus, et Eesti väliskaubanduse bilanss oli 2005-2009 aastate jooksul püsivalt negatiivne, kuna import oli paraku tunduvalt suurem kui eksport. Eesti ekspordi struktuuris domineerivad masinad ja transpordivahendid, järgnevad valmistooted, klassifitseeritud peamiselt materjali järgi. Kõige rohkem ekspordib Eesti oma tooteid lähinaabrile Soome. Soome ekspordi kõrgpunktiks oli 2005 aasta 1600 miljoni euroga.

2.2. Eesti ekspordi puudused

Ekspordi nõrkuste teadvustamine ja likvideerimine aitab suurendada Eesti ekspordimahtusid ning välja tuua võimalikud lahendused tekkinud probleemidele. Ekspordi nõrkuste väljatoomisel, järelduste ja ettepanekute tegemisel on kasutatud peamiselt intervjuude põhjal kogutud andmeid. Intervjuude eesmärgiks oli teada saada ekspertide arvamused, võrrelda nende vastuseid ja teha nende põhjal omapoolsed järeldused ja ettepanekud olukorra parandamiseks.

Lõputöö autor intervjueris Eesti ekspordi kolme asjatundjat:

- Tanel Rebast, teadustöötajat Eesti Konjukturiinstituudist (vt lisa 3).
- Juhan Bernardtit, spetsialisti Eesti Ekspordi Akadeemiast (vt lisa 4).

- Karina Toonekurge, analüütikut GatewayBalticust (vt lisa 5).

Respondentide vastustest selgus, et peamiste faktoritena piiravad Eesti eksportimist:

- vähene informeeritus;
- finantsvahendite nappus;
- ebapiisavad müügioskused;
- vajakajäämised turunduse kompetentsides ja
- ekspordi müügi ning turunduse juhtide vähesus.⁶⁰

Ekspordi laiendamise võimalusteks on, ühelt poolt luua rohkem ekspordiga tegelevaid ettevõtteid ja teiselt poolt suurendada ekspordikäivet firmadel, kes toodavad väliturule.

Respondendid on ühel meelel selles, et Eesti ettevõtjad ei oma piisavat teavet spetsiifilistest sihtturgudest, klientide vajadustest, tarbimistrendidest ja konkurentidest.⁶¹ Ekspordiks vajalik informatsioon puudub eelkõige nendes sektorites, mis on siiani keskendunud peamiselt koduturule. Kõige vähem omavad ekspordiks vajalikku informatsiooni toiduainetööstus, puidutööstus ja teenuste pakkujate sektor.⁶²

Autor näeb ülaltoodud probleemide osalise lahendusena ekspordialastel messidel ja näitustel osalemist, kust on võimalik hankida ekspordiks vajalikku informatsiooni, tutvustada oma tooteid ja ka ennast reklaamida.

Eesti ettevõtjad ei oma piisavat kompetentsust müügijuhtimises, strateegilises brändijuhtimises ja ekspordi strateegia arendamises. Neil puuduvad ka ekspordiks vajalikud tehnilised ja suhtlemisoskused.⁶³

Suureks probleemiks on respondentide arvamusel Eesti ettevõtjate koostöövõime ja tahtmatust teha koostööd.⁶⁴ Ekspordiks vajalike teadmiste ja oskuste defitsiit on kõige

⁶⁰ Intervjuu Tanel rebasega; Juhan Bernardtiga; Karina Toonekurega

⁶¹ *ibid*

⁶² Intervjuu Karina Toonekurega

⁶³ Intervjuu Tanel Rebasega; Juhan Bernardtiga; Karina Toonekurega

⁶⁴ Intervjuu Juhan Bernardtiga

suurem metalltööstuses.⁶⁵ Ka toidu- ja puidutööstuses napib ekspordiks vajalikke oskusi ja teadmisi.⁶⁶

Autor näeb perspektiivsete lahendustena ettevõtete ühisürituste korraldamist ja klastrite loomist. Viimased võimaldavad jagada omavahel kogemusi, praktilisi soovitusi ja analüüsida tihti tehtavaid vigu.

Respondendid näevad tõsise ohuna veel ekspordi spetsialistide ja juhtide puudust.⁶⁷ Eesti müügijuhtide kesiseid oskuseid (võrreldes muu maailmaga) põhjendatakse asjaoluga, et sellega ei ole keegi teadlikult tegelenud.⁶⁸ Konkurentsivõime allajäämise ühe põhjendusena märgitakse Eesti ettevõtete ekspordiosakondade väiksust.⁶⁹

Autor näeb nimetatud probleemide lahendusmeetmetena:

- ülikoolides ja rakenduskõrgkoolides baasteadmiste ja oskuste pakkumist ekspordi valdkonnas;
- ekspordialaste kursuste ja seminaride korraldamist, mis oleksid kättesaadavad kõigile huvitatuile ja müügijuhtidele ja kus esineksid välismaa kogemustega eksperdid, kes annaksid praktilisi soovitusi, kuidas paremini eksportimist alustada ja arendada;
- Eesti ettevõtjate aktiivset osalust ekspordialases täiendõppes;
- ekspordi- ja müügijuhtide välislähetusi edukatesse ekspordiettevõtetesse vajalike kogemuste saamiseks.

Respondentide arvates ei pööra ekspordiettevõtted piisavalt tähelepanu organisatsioonistruktuurile ja innovatsioonile. Eriti puudutab see väikesi ettevõtteid, kus on aja, ressursside ja oskuste nappus.⁷⁰ Senisest enam peaks rohkem tegelema tootearendusega, investeerima tootmiseseadmetesse ja tehnoloogiasse.⁷¹

⁶⁵ Intervjuu Tanel Rebasega

⁶⁶ Intervjuu Karina Toonekurega

⁶⁷ Intervjuu Tanel rebasega; Juhan Bernardtiga; Karina Toonekurega

⁶⁸ Intervjuu Tanel Rebasega

⁶⁹ Intervjuu Juhan Bernardtiga

⁷⁰ Intervjuu Tanel Rebasega, Juhan Bernardtiga, Karina Toonekurega

⁷¹ Intervjuu Tanel Rebasega

Autor näeb olukorra parandamise võimalust ettevõtetes, innovatsioonistruktuuride või -meeskondade loomises, kelle ülesanneteks oleks uute ideede genereerimine ja tootearendusega tegelemine.

Respondendid peavad ekspordi üheks oluliseks nõrkuseks (kõikides majandussektorites) ebapiisavat õppimisvõimekust innovatsiooni juhtimises, müügijuhtimises, rahvusvahelise turunduses ning teadus- ja arendustegevuses.⁷² Puuduvad adekvaatsed koolitused turunduses ja müügijuhtimises, mida tuleks arendada tööstusharuliitudega koostöös.⁷³

Respondendid näevad veel oluliste ekspordipiirangutena:

- finantseerimist (ettevõtte eelarve piirangud) ja
- pikaajalise strateegia planeerimist.⁷⁴

Riigi ekspordi toetusmeetmetest peavad respondendid ebapiisavaks:

- rahvusvahelist tööd (aktiivne väliskaubanduse müügitoetus);
- investeeringud innovatsiooni ning teadus- ja arendustegevusse ja
- välisesinduste kaasamist ja kasutamist.⁷⁵

Riigipoolne eksporditugi sõltub kõigepealt ettevõtete suurusest ja kogemusest. Suurematel ettevõtetel on rohkem ressursse ekspordi arendamiseks, väiksematel on aga vaja toetusmeetmeid ekspordi alustamiseks. Kõige rohkem toetusmeetmeid vajavad ettevõtted, mis on seotud IT ja biotehnoloogiaga.⁷⁶

Seega riigil on vaja efektiivsemalt ja intensiivsemalt tegeleda Eesti esindamisega välisurgudel ja potentsiaalsete ostjate ostma meelitamisega.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et Eesti ettevõtjad ei oma piisavat ekspordiks vajalikku teavet sihtturgudest, kompetentse ja vajalikke kontakte. Samas Eesti ettevõtetes jääb vajaka

⁷² Intervjuu Tanel Rebasega; Juhan Bernardtiga; Karina Toonekurega

⁷³ Intervjuu Juhan Bernardtiga

⁷⁴ Intervjuu Tanel Rebasega; Juhan Bernardtiga; Karina Toonekurega

⁷⁵ *ibid*

⁷⁶ Intervjuu Karina Toonekurega

ekspordi valdkonna spetsialistidest. Nende kesiseid oskuseid (võrreldes muu maailmaga) põhjendatakse asjaoluga, et sellega ei ole keegi teadlikult tegelenud. Konkurentsivõime allajäämise ühe põhjendusena märgitakse Eesti ettevõtete ekspordiosakondade väiksust. Samuti on selgunud, et Eesti ettevõtjad ei taha teha koostööd teiste ettevõtjatega. Olukorda parandamiseks on vaja korraldada ekspordialaseid messe ja koolitusi, läbi viia täiendkursusi ekspordi valdkonna spetsialistidele ning korraldada ühisüritusi ettevõtjatele.

KOKKUVÕTE

Eesti kaupade ekspordi laiendamise kaudu saab tõsta rahvusvahelist konkurentsivõimet ja suurendada koguprodukti. Ekspordi nõrkuste teadvustamine ja likvideerimine võimaldab olukorda parandada ja oluliselt suurendada Eesti ekspordimahtusid. Eksportimise võimalusi on oluliselt piiranud Eesti siseturu väiksus, mis ei võimalda pikas perspektiivis tagada piisavat majanduskasvu.

Töö probleemideks on negatiivne väliskaubanduse bilanss ja ekspordi struktuur. Negatiivne väliskaubanduse bilanss viitab rahavoogude riigist suuremale väljavoole kui riiki sissevoole ja näitab, et riik ei ole võimeline konkureerima oma toodetega välisturgudel. Ekspordi struktuuris domineerivad tooraine ja vähe lisandväärtust sisaldavad pooltooted.

Lõputöö eesmärgiks oli analüüsida Eesti kaupade ekspordi reaalseid laiendamise võimalusi. Eesmärgi saavutamiseks oli püstitatud neli uurimisülesannet.

Esimeseks uurimisülesandeks seadis autor lühiülevaate andmise ekspordi olemusest ja tähtsusest. Eksportimine on kasumi teenimine toodete või teenuste müümisest välisturgudel. Riigi jaoks eksport mängib väga tähtsat rolli, kuna ta näitab riigi majanduse rahvusvahelist konkurentsivõimet ja mõjutab olulise komponendina sisemajanduse koguprodukti. Eksport on väga tähtis ettevõtete ja ettevõtjate jaoks. Peamine põhjus, mis motiveerib ettevõtjaid välisturule minema, on soov teenida kasumit või ära kasutada ettevõtte konkurentsieelist.

Teiseks uurimisülesandeks sai püstitatud ekspordipotentsiaali (ekspordiks vajalike eelduste) selgitamine. Ekspordipotentsiaal hõlmab endas kolme aspekti: kõigepealt ettevõtja, siis ettevõtte ekspordiks vajalikud eeldused ja riigi roll selles protsessis. Valdonna illustreerimiseks koostas autor joonised, mis piltlikult edastavad kõige

olulisemaid ekspordiks vajalikke eeldusi nii ettevõtja, ettevõtte kui ka riigi tasandil. Ettevõtja peamiseks ekspordi eeldusteks peab autor informeeritust, kompetentsust ja koostöövõimet. Ekspordiv ettevõtte peaks olema innovatiivne ja õppiv. Riigil on selles protsessis peamised ülesanded: toetusfunktsioon, garanteerimisfunktsioon ja rahvusvahelistumise funktsioon.

Kolmandaks uurimisülesandeks oli analüüsida Eesti ekspordi koondnäitajate dünaamikat ja ekspordi struktuuri 2005-2009 aastate jooksul. Analüüsi käigus selgus, et Eesti ekspordi kõrgpunktiks oli 2008 aasta 8500 miljoni euroga. Eesti väliskaubanduse bilanss oli 2005-2009 aastate jooksul püsivalt negatiivne, kuna import oli paraku tunduvalt suurem kui eksport. Eesti ekspordi struktuuris domineerivad masinad ja transpordivahendid, järgnevad valmistooted, klassifitseeritud peamiselt materjali järgi. Kõige rohkem ekspordib Eesti oma tooteid lähinaabrile Soome.

Neljandaks uurimisülesandeks oli analüüsida Eesti ekspordi puuduseid. Ekspordi ekspertide intervjuude ja statistiliste andmete analüüsi põhjal lõputöö autor järeldab, et:

1. Eesti ettevõtjad ei oma piisavat ekspordiks vajalikku teavet sihtturgudest, kompetentse ja vajalikke kontakte.
2. Eesti ettevõtetes jääb vajaka ka ekspordi valdkonna spetsialistidest.
3. Eesti ekspordis domineerivad vähe lisandväärtust sisaldavad pooltooted.

Olukorda on võimalik autori arvates parandada järgmiste meetmetega:

1. Korraldada ekspordialaseid messe ja näitusi, kust ettevõtjad saaksid vajalikku informatsiooni ning ennast ja oma tooteid tutvustada.
2. Korraldada ekspordialaseid baaskoolitusi, kursusi ja seminare, kus üliõpilased ja ettevõtjad saaksid täiendada ja arendada oma oskusi ja teadmisi.
3. Välja arendada ja eksportida kõrgtehnoloogilisi kaupu, mis annaksid kõrgemat lisandväärtust.

Lõputöös püstitatud eesmärk täideti. Anti ülevaade ekspordi olemusest ja tähtsusest ning toodi välja ekspordiks vajalikud eeldused. Analüüsiti Eesti ekspordi koondnäitajate dünaamikat ning Eesti ekspordi puuduseid. Analüüsi tulemusena jõudis autor

järeldusteni ja tegi ettepanekuid olukorra parandamiseks. Edaspidi vajab täiendavat analüüsi Eesti kõrgtehnoloogiliste kaupade väljaarendamine, mis annaks kõrgemat lisandväärtust.

РЕЗЮМЕ

Дипломная работа написана на эстонском языке и состоит из 50 страниц (содержательная часть 40 страниц, приложения 10 страниц). При составлении дипломной работы использовалось 30 источников, на которые в тексте имеются сноски. Тема актуальна, так как экспорт является важным компонентом валового внутреннего продукта, что с одной стороны показывает инновационность производителя, с другой стороны показывает международную конкурентоспособность экономики.

Цель дипломной работы проанализировать реальные возможности расширения экспорта эстонских товаров.

Для достижения цели:

1. Дается обзор об экспорте и его значении.
2. Выводятся нужные предпосылки для экспорта.
3. Анализируются динамика совокупных показателей эстонского экспорта и его структура.
4. Анализируются недостатки эстонского экспорта.

В работе используется как количественный метод исследования, точнее анализ статистических данных, так и качественный метод исследования, точнее интервью с экспертами экспорта.

Автор пришел к выводу, что в первую очередь для расширения экспорта надо обращать внимание на образование и обучение руководителей экспорта, а также заниматься инновацией и экспортировать высокотехнологичные товары, которые дают высшую прибавочную стоимость. Цель достигнута.

VIIDATUD ALLIKATE LOETELU:

Albaum, G., Duerr, E., Strandskov, J., *International marketing and export management*. (Pearson Education Limited Press, 2005)

Arengufond „Eesti majanduse konkurentsivõime hetkeseis ja tulevikuväljavaated“ (2008). Arengufondi kodulehelt

<http://www.arengufond.ee/upload/Editor/Publikatsioonid/Publikatsioonide%20failid/Arengufoorumile%202008%20raport.pdf> välja otsitud 12.12.2010

Brown, W., S., *Makroökonomika baasteooria*. (Tallinn Kirjastus Külim, 1997)

Daft, R., L., *Management*. (Thomson Learning, 6th edition, 2003)

Drucker, P., *Management Challenges for the 21st Century*. (Williams Publishing, 2000)

Eesti Kaubandus-Tööstuskoda „Eesti ettevõtete ekspordiprobleemid“ (2010). Vabariigi Valitsuse kodulehelt

http://valitsus.ee/UserFiles/valitsus/et/riigikantselei/strateegia/poliitika-analuusid-ja-uuringud/trukised/Ettevotete_ekspordiprobleemid_veebi.pdf välja otsitud 05.12.2010

Eesti Konjunkturiinstituut „Eesti ettevõtete ekspordiprobleemide uuring“ (2010). Eesti Konjunkturiinstituudi kodulehelt <http://www.ki.ee/> välja otsitud 12.01.2011

Eesti Konjunkturiinstituut „Eesti rahvusvaheline konkurentsivõime“ (2006). Eesti Konjunkturiinstituudi kodulehelt

http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Eesti_rahvusvaheline_konkurentsivoime_Aastaraamat_2006.pdf välja otsitud 07.12.2010

Eesti välisinvesteeringute ja ekspordi tegevuskava 2009-2011 „Made in Estonia“ (2008). Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi kodulehelt
<http://www.mkm.ee/public/madeinestonia.doc.pdf> välja otsitud 15.12.2010

Exports and imports by member states of EU/third countries. Eurostati andmebaasist
<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do> välja otsitud 03.02.2011

IMD World Competitiveness Center „The world competitiveness scoreboard 2006”.
IMD kodulehelt
<http://www.imd.org/uupload/www01/documents/wcc/content/overallgraph.pdf> välja
otsitud 08.02.11

IMD World Competitiveness Center „The world competitiveness scoreboard 2009”.
IMD kodulehelt http://www.imd.org/news/upload/Scoreboard_2009.pdf välja otsitud
08.02.11

International Trade centre UNCTAD/GATT (ITC). *Getting started in export*.
(International Trade Centre, Geneva, Switzerland, 1995)

Intervjuu Eesti Konjunkturiinstituudi teadustöötajaga Tanel Rebasega

Intervjuu Eesti Ekspordi Akadeemia spetsialistiga Juhan Bernardtiga

Intervjuu GatewayBaltic analüütikuga Karina Toonekurega

Kaupade eksport, import ja bilanss (kuud). Statistikaameti andmebaasist
http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK08&ti=KAUPADE+EKSPORT%2C+IMPORT+JA+BILANSS+%28KUUD%29&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2 välja otsitud 11.02.2011

Kaupade eksport ja import riigi järgi (kuud). Statistikaameti andmebaasist
[http://pub.stat.ee/px-
web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK09&ti=KAUPADE+EKSPORT+JA+IMPORT+RIIGI+J%C4RGI+%28KUUD%29&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2](http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK09&ti=KAUPADE+EKSPORT+JA+IMPORT+RIIGI+J%C4RGI+%28KUUD%29&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2) välja otsitud 11.02.2011

Kaupade eksport ja import SITC kaubajaotise järgi. Statistikaameti andmebaasist
[http://pub.stat.ee/px-
web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK01&ti=KAUPADE+EKSPORT+JA+IMPORT+SITC+KAUBAJAOTISE+J%C4RGI&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2](http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=VK01&ti=KAUPADE+EKSPORT+JA+IMPORT+SITC+KAUBAJAOTISE+J%C4RGI&path=../Database/Majandus/25Valiskaubandus/03Valiskaubandus_alates_2004/&lang=2) välja otsitud 12.02.2011

Kerem, K., Randveer, M. *Mikro- ja makroökonomika põhikursus*. (Tallinn Kirjastus Külim, 2007)

Mankiw, G., N., *Principles of economics*. (Harvard University Press, 2001)

Oblikas, J. „Müügikanalid“ (2008),
<http://www.aktiva.ee/13971/Muugikanalid.html?Session=97802249a89b6a37d2d37b0d70c70cee> välja otsitud 16.12.2010

Parts, J., „Hea uudis: väärt idee hakkab peagi teoks saama“, *Äripäev*, 08.05.2009

Pällin, P., *Välisturule mineku võimalused ja ohud*. (Tartu Kirjastus Halo, 2004)

Robbins, S.,P., Coulter, M., *Management*. (Williams publishing, 8th edition, 2006)

Saar, E., „Kas eksport on vaid müstika?“, *Äripäev*, 29.01.2009

Salu, M. „Eestist sai maailma riikide konkurentsivõime reas suurim kukkuja.“, *Eesti Päevaleht*, 21.05.2009

Tarkinvestor „Eesti majandus 2010“ (2010). Tarkinvestori kodulehelt
<http://www.tarkinvestor.ee/files/Eesti%20majandus%202010.pdf> välja otsitud
08.11.2010

Virkebau, M., „Kas eksportivast tööstusettevõttest saab Eesti majanduse alus?“,
Inseneria nr 8 (2009)

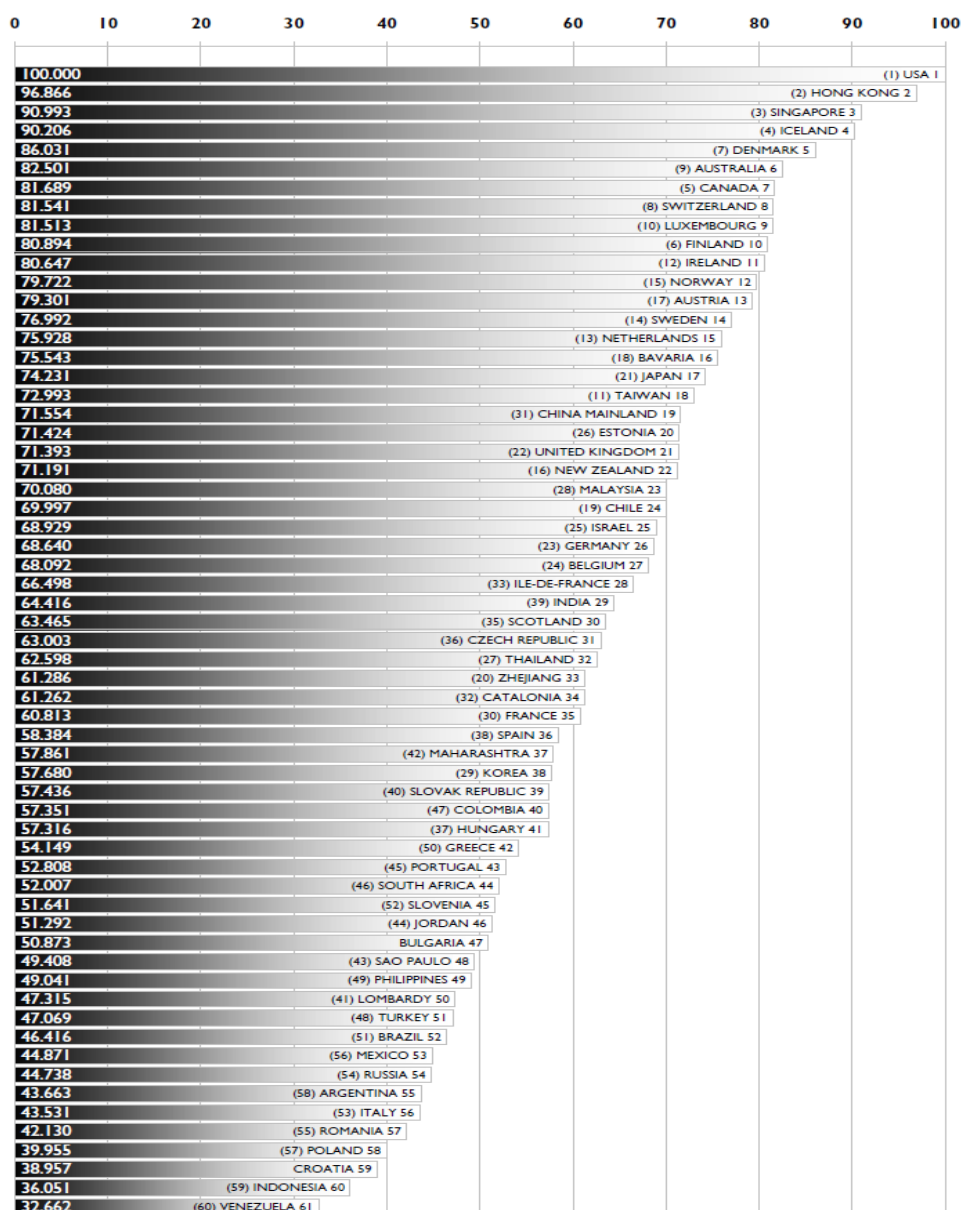
Välisministeerium, „Eesti välispoliitika eesmärgid ja alameesmärgid“ (2009).
Välisministeeriumi kodulehelt <http://www.vm.ee/?q=node/4476> välja otsitud
19.12.2010

VIIDATUD JOONISED:

Joonis 1. Ettevõtja ekspordiks vajalikud eeldused.	12
Joonis 2. Ettevõtte ekspordipotentsiaal.	16
Joonis 3. Riigi roll ekspordimises.	18
Joonis 4. Eesti ekspordi koondnäitajad 2005-2009 (mõõtühik: miljonit eurot).	21
Joonis 5. Eesti ekspordi kaupade osakaal SKP-st %.	23
Joonis 6. Eesti väliskaubanduse bilanss 2005-2009 (mõõtühik: miljonit eurot).	24
Joonis 7. Eesti eksport sektorite lõikes 2005-2009 (mõõtühik: miljonit eurot).	25
Joonis 8. Eesti ekspordi sihtriigid 2005-2009 (mõõtühik: miljonit eurot).	26

LISAD

Lisa 1. IMD Maaailma konkurentsivõime edetabel 2006

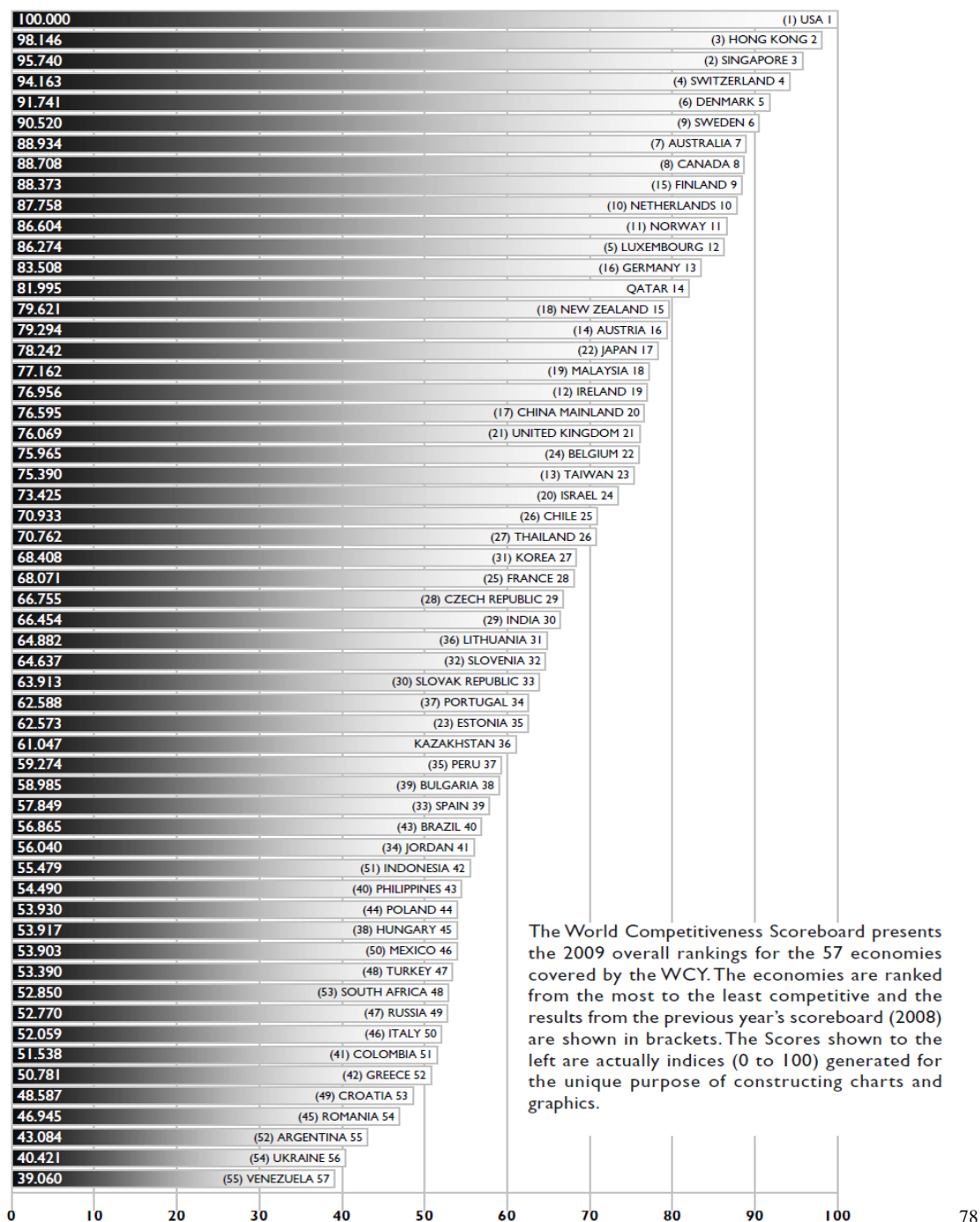


(2005 rankings are in brackets)

77

⁷⁷ IMD World Competitiveness Center „The world competitiveness scoreboard 2006”. IMD kodulehelt <<http://www.imd.org/uupload/www01/documents/wcc/content/overallgraph.pdf>> välja otsitud 08.02.11

Lisa 2. IMD Maaailma konkurentsivõime edetabel 2009



⁷⁸ IMD World Competitiveness Center „The world competitiveness scoreboard 2009”. IMD koduleht <http://www.imd.org/news/upload/Scoreboard_2009.pdf> välja otsitud 08.02.11

Lisa 3. Intervjuu Eesti Konjunktuuriinstituudi teadustöötajaga Tanel Rebasega

1. Missugusest ekspordiks vajalikku teavet ei oma piisavalt Eesti ettevõtjad ?

Eesti ettevõtetal on eelkõige puudu teadmistest ja oskustest. Sinna hulka käib ka peamiste sihtturgude makroanalüüs. Lisaks on neil puudu kontakte sihtturgudel ja teadmisi kust neid saada. Siiski need vastused on suur üldistus. Eesti ettevõtetal on erinevad probleemid tulenevalt ekspordikogemusest, suurusest, kapitaliseeritusest jne. Vaata lähemalt eksporditöö aruandest.

2. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajaliku info defitsiit kõige suurem ?

Ühest vastust sektorite kohta ei ole. Kui vaadata probleeme, siis saad vastused eelpool mainitud tööst.

3. Missuguseid ekspordiks vajalikke kompetentsusi ei oma piisavalt Eesti ettevõtja?

Selle vastuse saad täielikult aruandest

4. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalike teadmiste/oskuste defitsiit kõige suurem ?

Metall ja metalltooted, vt aruannet

5. Missugused struktuuri/organiseerimisiseärasused piiravad Eesti ettevõtjate ekspordi ?

Kui struktuuri all pidada silmas kapitali jagunemist, siis on vastused aruandes. Otsuste tegemise protsessi juures võib märkida, et kehvemas seisus on väliskapitali vähemusega ettevõtted. Sinna alla võivad käia need firmad, kes on kaasanud endale strateegilise partneri piiri tagant, aga loodetud kasu sellest koostööst ei ole sündinud ja see on nüüd otsustusprotsessidel koormaks

6. Missugustes majandussektorites on struktuuri/organiseerimispiirangud kõige suuremad ?

Vaata aruannet

7. Missugustest ekspordiks vajalikest uuendus(innovatsiooni)võimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

Tootlikkus ja mastaabid on probleem. Ollakse paindlikud eelkõige seetõttu, et inimtööjõu osakaal on suur ja seda on lihtne ümber suunata. Sellega aga kannatab tootearendus ja investeeringud uutesse seadmetesse. 2009. aastal kukkusid ettevõtete kasumid 56% ja seetõttu ei ole u. 2 aastat osad ettevõtted saanud investeeringuid innovatsiooni teha. Samas kui vaadata ettevõtete vastuseid, siis investeeritud on pigem rauda ja vähem teadmistesse oskustesse. Siit ka sulle vastus.

8. Missugustes majandussektorites on uuendus(innovatsiooni)võimekused kõige väiksemad ?

Leiad vastused tööst

9. Missugustest ekspordiks vajalikest juhtimisvõimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

Pole ekspordijuhte, ekspordimüügile suunatud personali. Müügiioskused on võrreldes muu maailmaga viletsad, sest sellega ei ole keegi teadlikult tegelenud. Juht ainuisikus teeb kogu töö alustades müügist.

10. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalikke juhtimisvõimekusi kõige vähem ?

Vaata aruannet

11. Missugustest ekspordiks vajalikest õppimisvõimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

Ekspordiga seotud müügitöö, sihtturgude tundmine.

12. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalikke õppimisvõimekusi kõige vähem ?

Ei saa üheselt öelda

13. Missugused olulised faktorid piiravad veel eksportimist?

Takistused leiad tööst.

14. Millistest riigi ekspordi toetusmeetmeid Te peate ebapiisavaks ?

Ühisturundus ei ole oma sisu õigustanud. Ettevõtted ei taha koostööd teha ja ühisturunduse positiivseid näiteid on harva. Messitoetus on leidnud kasutust ja on olnud osadel juhtudel ka tõhus. Tootmiseseadmetesse investeerimise meede oli kõige populaarsem ja sai täis. Ekspordigarantii on tõhus. Välisesinduste kaasatus ja kasutamine ning sellest tulenev kasu võiks olla suurem.

15. Millised majandussektorid vajavad kõige enam riigipoolset ekspordituge ?

Ühest vastust on keeruline anda. Vajadus tuleneb ikkagi kogemustest ja suurusest.

Täna asjatundlike vastuste eest!

Lisa 4. Intervjuu Eesti Ekspordi Akadeemia spetsialistiga Juhan Bernardtiga

1. Missugusest ekspordiks vajalikku teavet ei oma piisavalt Eesti ettevõtjad ?

Minule on silma paistnud et tihti puudub sihtturgude spetsiifiline (valdkondlik) informatsioon. Puudulik on ka arusaam klientide vajadustest ja tarbimistrendide arengust.

2. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajaliku info defitsiit kõige suurem ?

Informatsioon tarbijate ja konkurentide kohta paistavad välja kui sektorid kus infopuudus on suurim.

3. Missuguseid ekspordiks vajalikke kompetentsusi ei oma piisavalt Eesti ettevõtja?

Turundus ja ekspordistrateegia arendamine, strateegiline brändijuhtimine, müügijuhtimine

4. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalike teadmiste/oskuste defitsiit kõige suurem ?

Ei saa küsimusest täitsa aru, katsun aga ikka vastata. Rahvusvahelise turundusega seotud oskused tunduvad mulle kõige puudulikumad.

5. Missugused struktuuri/organiseerimiseseärasused piiravad Eesti ettevõtjate ekspordi ?

Killustatus, puuduvad organisatsioonid mis soosiks koostööd ja ühiseid ekspordiüritusi tegema

6. Missugustes majandussektorites on struktuuri/organiseerimispiirangud kõige suuremad ?

Raske öelda, tegelikult on olukord üsna sarnane kõikides sektorites.

7. Missugustest ekspordiks vajalikest uuendus(innovatsiooni)võimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

Leian et momendil on innovatsiooni vaja äri mudelite ja turunduse valdkondades..

8. Missugustes majandussektorites on uuendus(innovatsiooni)võimekused kõige väiksemad ?

Tundub et paljudel väikestel ettevõtetel on raske aega, oskusi ja ressursse innovatsiooni arengusse panna. Kahju sest tegelikult on nendel on seda väga vaja

9. Missugustest ekspordiks vajalikest juhtimisvõimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

Turundus ja müügijuhte on vaja

10. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalikke juhtimisvõimekusi kõige vähem ?

Ei oska öelda, üldiselt on aga Eesti ettevõtete ekspordiosakonnad väiksed rahvusvahelises võrdluses. Tähendab et jääme konkurentsijärele.

11. Missugustest ekspordiks vajalikest õppimisvõimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

Rahvusvaheline turundus, müügijuhtimine

12. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalikke õppimisvõimekusi kõige vähem ?

Tegelikult puuduvad kõikidel sektorites adekvaatsed koolitused turunduses, tuleks arendada neid tööstusharuliitudega koostöös.

13. Missugused olulised faktorid piiravad veel eksportimist?

Puuduvad koostööstruktuurid, finantsvahendite nappus, oskused nii turunduses kui ka tootearenduses ja tootlikuse arenduses. (faktorid mis määravad rahvusvahelist konkurentsivõimet)

14. Millistest riigi ekspordi toetusmeetmeid Te peate ebapiisavaks ?

Toetusmeetmed on enamasti puht rahalised. Tuleks suuremat rõhku panna programmidesse mis annavad tulemusena konkurentsivõime kasvu.

15. Millised majandussektorid vajavad kõige enam riigipoolset ekspordituge ?

Väiksemad ettevõtted, suurematel on juba ressursse ise ekspordi kasvatada

Täna asjatundlike vastuste eest!

Lisa 5. Intervjuu GatewayBaltic analüütikuga Karina Toonekurega

1. Missugusest ekspordiks vajalikku teavet ei oma piisavalt Eesti ettevõtjad ?

Sihtturu intelligentsi informatsioon:

- Sihtturu ülevaade (toode, hind, konkurendid jne.)
- Sihtturu valik
- Rahvusvaheline müük ja turundus

2. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajaliku info defitsiit kõige suurem ?

Sektorid, mis on siiani keskendunud peamiselt koduturule.

Näiteks:

- Toiduainetööstus
- Teenuse pakkujad
- Puidutööstus

3. Missuguseid ekspordiks vajalikke kompetentsusi ei oma piisavalt Eesti ettevõtja?

- Rahvusvahelise sihtturu arendamise kompetents
- Ebapiisav strateegia valiku kompetents

4. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalike teadmiste/oskuste defitsiit kõige suurem ?

Sektorid, mis on siiani keskendunud peamiselt koduturule.

Näiteks:

- Toiduainetööstus
- Teenuse pakkujad
- Puidutööstus

5. Missugused struktuuri/organiseerimiseseärasused piiravad Eesti ettevõtjate ekspordi ?

- Limiteeritud inimressurss
- Vähene isiku/meeskonna olemasolu, kes on pühendunud ekspordimüügile

6. Missugustes majandussektorites on struktuuri/organiseerimispiirangud kõige suuremad ?

Sektorites, kus on kõige enam „vana kooli“ tüüpi juhtimist organsatsioonis.

7. Missugustest ekspordiks vajalikest uuendus(innovatsiooni)võimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

NA

8. Missugustes majandussektorites on uuendus(innovatsiooni)võimekused kõige väiksemad ?

Sektorites, kus „vana kooli“ tüüpi juhtimispraktika on ülekaalus.

9. Missugustest ekspordiks vajalikest juhtimisvõimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

- Rahvusvahelistumise strateegia olemasolu ja elluviimine

10. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalikke juhtimisvõimekusi kõige vähem ?

NA

11. Missugustest ekspordiks vajalikest õppimisvõimekustest jääb vajaka Eesti ettevõtetes?

- Rahvusvaheline turundus
- Innovatsiooni juhtimine
- Teadus- ja arendustegevus

12. Missugustes majandussektorites on ekspordiks vajalikke õppimisvõimekusi kõige vähem ?

Sektorid, mis on siiani keskendunud peamiselt koduturule.

Näiteks:

- Toiduainetööstus
- Teenuse pakkujad
- Puidutööstus

13. Missugused olulised faktorid piiravad veel eksportimist?

- Finantseerimine (ettevõtte eelarve piirangud)
- Pikaajalise strateegia planeerimine
- Ekspordi müügi ja turunduse juhtide vähesus

14. Millistest riigi ekspordi toetusmeetmeid Te peate ebapiisavaks ?

- Rahvusvaheline töö (aktiivne väliskaubanduse promotsioon)
- Investeeringud innovatsiooni ning teadus- ja arendustegevusse

- Investeeringute ligimeelitamine teadus- ja arendustegevusse

15. Millised majandussektorid vajavad kõige enam riigipoolset ekspordituge ?

- Uuenduslikud (innovatsioonist ajendatud) sektorid
- IT ja biotehnoloogia

Täna asjatundlike vastuste eest!