

Eesti ekspordiuuring

Uuringu aruanne

Märts 2021

POLICY LAB



Uuringu tellijad: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus ja Välisministeerium.

Käesolevat uuringut refereerides on kohustuslik viidata uuringu tellijale.

Raul Parts, Marek Tiits, Tarmo Kalvet, Helli Toomsalu, Siim Aben, Raul Leemet

Eesti ekspordiuuring

Ernst & Young Baltic AS ja Policy Lab OÜ

Tallinn & Tartu

2021

ISBN 978-9916-4-0435-5 (pdf)

Sisukord

Sisukord	2
Kokkuvõte	4
Executive summary	9
Sissejuhatus	14
1. Uuringu teoreetilised lähtekohad	16
2. Metoodika	19
2.1 Uuringu metoodika üldiselt	19
2.2 Ettevõtete veebiküsitlus.....	20
2.3 Fookusgruppide intervjuud.....	23
2.4 Valdkonna ekspertide töötuba	24
2.5 Andmeanalüüs.....	25
3. Eesti ekspordi ülevaade	26
3.1 Eesti ekspordi üldisloomustus	26
3.2 Uuringus osalenud eksportööride ja potentsiaalsete eksportööride profiil	33
3.2.1 Senine ekspordikogemus	33
3.2.2 Ekspordi osatähtsus müügitulus.....	37
3.3 Uuringus osalenud eksportööride peamised sihtriigid	39
4. Ettevõtete konkurentsivõime.....	42
4.1 Konkurentsieelised.....	42
4.2 Eksporti takistavad tegurid	48
4.2.1 Välisturgudel takistuste kogemine.....	48
4.2.2 Sihtturuspetsiifilised takistused	53
4.2.3 Sektorispetsiifilised takistused.....	57
4.2.4 Eesti majanduskeskkonnast tingitud takistused	60
4.3 Ettevõtete senised tegevused konkurentsivõime tõstmiseks.....	61
4.3.1 E-kaubandus	64
4.3.2 Hoiakud info- ja kommunikatsioonitehnoloogia suhtes	68
5. Ettevõtete tulevikuplaanid	71
5.1 Tulevased tegevused	71
5.2 Ettevõtjate CO ₂ emissioonide vähendamise alased plaanid lähiaastatel.....	73
5.3 Tulevased ekspordi sihtriigid	74
6. Ekspordi tugisüsteem	78
6.1 Eesti ekspordi tugisüsteem.....	78
6.2 Teadlikkus ja hinnang tugisüsteemile.....	81
7. Uuringu järeldused.....	83

7.1	Peamised järeldused	83
7.2	Tulemuste võrdlus 2010. ja 2015. aasta uuringuga.....	85
8.	Soovitused eksporditulu suurendamiseks	87
8.1	Muutuv turunõudlus ja majanduslik spetsialiseerumine	87
8.2	Eesti ettevõtete konkurentsieeliste edasiarendamine	88
8.2.1	Uutesse suurema keerukusega tootegruppidesse sisenemine.....	88
8.2.2	Tootlikkuse tõstmine tänastel olulisematel eksportivatel tegevusaladel	90
8.3	Sihtturgudel laienemine.....	91
8.3.1	Uutele sihtturgudele sisenemine	91
8.3.2	Turuosa suurendamine peamistel sihtturgudel	92
8.4	Prioriteetidid eksporditulu suurendamisel.....	94

Kokkuvõte

Käesoleva uuringu eesmärgiks on Eesti eksportööre, potentsiaalseid eksportööre, ettevõtluse tugiorganisatsioone ning ettevõtlus- ja majandusvaldkonna eksperte kaasates kaardistada, millised on peamised Eesti eksportööride konkurentsivõimet toetavad ja pidurdavad tegurid ning kas ja kuidas on need tegurid viimaste aastate jooksul muutunud. Eksportivate ja ekspordipotentsiaaliga ettevõtete leidmiseks keskendusime viiele rahvusvaheliselt kaubeldavale tegevusalale, mis on suurema ekspordipotentsiaaliga ja/või mis on Eesti arengustrateegiates olulisemate tegevusaladena välja toodud. Nendeks tegevusaladeks on kutse-, teadus- ja tehnikaalne tegevus, töötlev tööstus, veondus ja laondus, info ja side ning põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük. Lisaks kaasati uuringusse ka turba tootmisega tegelevad ettevõtted, ent mitte teisi mäetööstuse valdkonna ettevõtteid. Finantsteenuseid pakkuvate ettevõtetega viidi läbi vaid fookusgrupp. Uuringus ei käsitleta nende valdkondade spetsiifikast tulenevalt turismi ega tervishoiuteenuseid.

Uuringus leitakse, et Eesti ekspordi kasv aeglustus 2018-2019. aastal sünkroonis maailma kaubavahetuse ja majanduskasvu aeglustumisega. COVID-19 kriis tõi 2020. aastal kaasa nii kaupade kui ka teenuste ekspordi järsu vähenemise. Kaupade eksport kasvas siiski juba aasta viimases kvartalis väga oluliselt, samas kui teenuste eksport väheneb tõenäoliselt 2020. aasta kokkuvõttes eelmise aastaga võrreldes mõnevõrra. Seda ennekoike COVID-19 piirangute tõttu enim kannatada saanud veo- ja reisiteenuste ekspordi vähenemise arvelt. Üldpildis on Eesti majandus ja eksport viimastel aastatel tavalisest keerukamates majandusoludega üsna hästi kohandunud, kuid kriisi mõjud on olnud valdkondade lõikes väga erinevad. Eelolevate aastate ekspordivõimaluste kasv saab tõenäoliselt samuti olema nii valdkondade kui ka sihtturgude lõikes väga ebaühtlane.

2/3 küsitatud ettevõtetest peab toodete kvaliteeti, tõhusat töökorraldust, paindlikkust uute toodete juurutamisel oma ettevõtte olulisteks konkurentsieelisteks. Selle vaatamata jääb Eesti olulisemate eksportivate majandusharude tööjõu tootlikkus siiski 2-3 korda Soome ja Rootsi vastastavast näitajast maha. Töötleva tööstuse kui peamise eksportiva sektori mahajäämus tööjõu tootlikkuses ei ole seejuures viimase kümnekonna aastaga märkimisväärselt vähenenud.

Ettevõtjad plaanivad eelolevateks aastateks nii olemasolevate toodete edasiarendamist kui täiesti uute toodete turule toomist. Toodete kvaliteet, uue tehnoloogia kasutuselevõtt ja sujuv töökorraldus mitte ainult ettevõtte sees vaid ka suhetes peamiste sisendite pakkujate ja klientidega on kahtlemata ettevõtete majandustulemuste kujunemisel olulised aspektid.

Digitaliseerimine on olnud viimastel kümnenditel OECD riikides üks olulisemaid majanduse tootlikkuse kasvu allikaid. Samas näeb vaid 1/3 küsitatud ettevõtetest infotehnoloogia alastes investeeringutes võimalust konkurentsieeliste edasiarendamiseks. COVID-19 pandeemia tõi üleilmselt kaasa e-kaubanduse mahtude kiire kasvu. Eestis reageerisid uuringus osalenutest ligi pooled e-kaubandusega tegelevad ettevõtted muutusele aeglaselt; nende ettevõtete 2020. aasta müügitulust moodustas e-kaubandus vähem kui 20%. Toodete spetsiifikat kõrvale jättes on e-kaubanduse arendamisel suurimateks takistusteks ebapiisavad teadmised ja oskused ning logistilised probleemid.

Euroopa Liidu rohepöördega seotud eesmärkidele ja võimalustele pöörab tähelepanu veelgi väiksem osa ettevõtetest. Kõigest 1/5 ettevõtetest on lähiaastateks CO₂ emissioonide vähendamise või taastuvate energiaallikate kasutuselevõtu alased plaanid.

Eesti ettevõtetel on seega kindlasti ruumi kaasaegse tehnoloogia kasutuselevõtuks ja oma igapäevase äritegevuse veelgi tõhusamaks korraldamiseks, kuid järjest tõhusama töökorralduse poole püüdlemine ei asenda toimivat äristrateegiat. Kui ettevõtte on turul nõrgas positsioonis (tarnijad ja kliendid dikteerivad äritehingute tingimusi), siis jääb kasumi marginaal isegi kõige kaasaegsema tehnoloogia ja töökorralduse korral õhukeseks.

Veelgi enam, kõik majandustegevused ei ole lisandväärtuse loomise potentsiaalilt ühesugused. Ligikaudu 60% Eesti kaupade ja teenuste ekspordist tuleb tarnijate poolt domineeritavalt tegevusaladelt, millele on kõikjal maailmas omane ettevõtete vähene teadmiste- ja tehnoloogiamahukus. Neil tegevusaladel konkureeritakse rahvusvaheliselt pigem tootmissisendite hinna ja tõhusa töökorraldusega; toodete kvaliteet on sellistel tegevusaladel üks äritehingute eeldustest, kuid ei anna sisult samalaadseid tooteid pakkuvate konkurentidega võrreldes olulist konkurentsieelist. Seevastu tehnoloogiamahukad tegevusalad, kus toodete unikaalsed kvaliteediomadused võimaldavad ettevõtjal küsida oma toodete eest klientidelt kõrget hinda, annavad kõigest 15% Eesti kaupade ja teenuste ekspordist. Eesti ja laiemalt Ida-Euroopa eripära on seejuures, et teadusmahukatel tegevusaladel, nt. elektroonikatööstuses, domineerivad rahvusvaheliste kontsernide tootmisüksused samas kui valdkonnale muidu omased investeeringud teadus- ja arendustegevusse on pigem tagasihoidlikud.

Uued eksportturud, kuhu nii juba eksportivad ettevõtted kui ka potentsiaalsed eksportöörid soovivad tulevikus siseneda, on Põhjamaad ja Saksamaa. Enamusel Eesti ettevõtetel on lihtsam laiendada enda turuosa sarnases äri- ja majanduskeskkonnas, nagu seda on naaberriigid Läänemere regioonis, kus on võimalik kasutada ka juba olemasolevaid kontakte ja ärivõrgustikke nii uutele turgudele sisenemiseks kui ka uutesse turusegmentidesse sisenemiseks. Koostöö ühe rahvusvahelisse kontserni kuuluva ettevõttega ühes Läänemere regiooni riigis võib avada ettevõtte jaoks ka võimaluse alustada koostööd sama kontserni mõne teise ettevõttega mõnes teises riigis. Saksamaale sisenemise soov on samuti oodatav, sest Saksamaa pakub ettevõtete jaoks Euroopa suurima majanduse ja eksportööriina suuremaid võimalusi kui Põhjamaad.

24% uuringus osalenud ettevõtetest on kogenud ekspordi arendamisel takistusi, kusjuures riigiti on kogetud takistuste osakaal erinev. Näiteks koges Soome turule eksportivatest ettevõtjatest ekspordi piiravaid takistusi 6%, Saksamaale eksportijatest 20% ja Venemaale eksportijatest 30%. Koos turu kaugusega kasvas ka takistusi kohanute osakaal – Ameerika Ühendriigid (39%), Jaapan (64%), Hiina (83%).

Eksporditakistusi kohanutest omakorda pooled on kogenud ekspordi arendamisel tehniliste nõuetega seonduvaid regulatiivseid takistusi. Tehniliste nõuetega seonduvad takistused on eriti teravaks probleemiks just nimelt töötlevas tööstuses, kus neid on kogenud kaks kolmandikku uuringus osalenud ettevõtetest. Seejuures ei ole probleemiks vaid kolmandates riikides kehtivad nõuded, vaid probleemiks osutuvad ka Euroopa Liidu üleselt kehtida võivad standardid ja regulatsioonid, mida vaid üksikud liikmesriigid pruugivad rakendada või siis kehtivad vaid ühes konkreetses liikmesriigis ettevõtjate jaoks tehnilised nõuded, mida mujal ettevõtjate käest ei nõuta. See kõik muudab ettevõtjate jaoks ka Euroopa Liidu siseturul tegutsemise keerukamaks, sest ei tunta liikmesriikides kehtivaid õigusnorme.

Tulevaste ekspordi toetusmeetmete planeerimisel tuleks kindlasti võtta arvesse seda, et Eesti eksport on ettevõtete lõikes väga kontsentreeritud. 50 või enam töötajaga ettevõtted, mis moodustavad ligikaudu 5% eksportivatest ettevõtetest, annavad ligikaudu 2/3 Eesti kaupade ekspordist. Keskmiste ja suuremate ettevõtete tooteportfell ja sihtturgude arv on tüüpiliselt väikestest ettevõtetest oluliselt laiem. Nende ettevõtete puhul ei ole reeglina eksporditurunduseks vahendite leidmine või muude väiksemate kulude katmine probleemiks. Küll aga võib isegi üksikute suuremate ettevõtete spetsiifilisemate arengu takistuste kõrvaldamine aidata oluliselt kaasa Eesti eksporditulu suurendamisele.

Nii näiteks on ettevõtete jaoks jätkuvalt suureks probleemiks kvalifitseeritud tööjõu puudus. Raskused kvalifitseeritud tööjõu leidmisel takistavad nii uutesse, senistest keerukamatesse tootegruppide sisenemist kui ettevõtte võimekust investeerida uutesse tehnoloogiatesse ja tegevust automatiseerida. Samuti pidurdab just raskused kõrgema kvalifikatsiooniga juhtide ja spetsialistide

leidmisel ekspordimahtude suurendamist, uutele turgudele sisenemist ning ei võimalda ettevõtetel panustada ka piisavas mahu tootearendusse.

Riigi toetusmeetmete-tegevuste osas on kõrgeim teadlikkus EAS-i poolt osutatavate toetusmeetmete osas. Madalam on teadlikkus Välisministeeriumi ekspordisuunaliste tegevuste, sh saatkondade, aukonsulite ja äridiplomaatilise toe osas. Varasemad ettevõtluse toetusmeetmete mõju uuringud on hinnanud ekspordi toetusmeetmeid üldiselt asjakohasteks, tõhusateks ning mõjusateks. Samas on ettevõtluse toetusmeetmete edasiarendamisel ja mõju suurendamisel alati arenguruumi. Nii näiteks on üheks keskseks küsimuseks see, kuidas tagada võimalused individuaalseks lähenemiseks suurematele eksportivatele ettevõtetele, sh potentsiaalsetele uutele välisinvesteeringutele, kellest igaüks toob Eestile arvestatava eksporditulu ning pakkuda samal ajal asjakohast tuge paljudele eriilmeliste vajadustega mikro- ja väikeettevõtetele.

Eksporditulu suurendamisele suunatud poliitikasoovitused lähtuvad ühest küljest asjaolust, et maailma taastumine tervishoiu- ja majanduskriisist ning oodatav tulevane majanduskasv saab tõenäoliselt olema nii tegevusalade kui ka sihtturgude lõikes väga ebaühtlane. Teisalt on Euroopas võetud suund 2050. aastaks digitaalse ja rohelise majandusmudeli rakendamisele, mis on samuti Eesti ettevõtteid otseselt mõjutamas.

Eesti ettevõtete konkurentsieeliste edasiarendamisele suunatud soovitused jagunevad kaheks.

- (1) Uutesse suurema keerukusega tootegruppidesse sisenemine. Eesti eksporditulu suurendamise seisukohalt on kõige kriitilisemaks teemaks eksportivate ettevõtete tööjõu tootlikkuse suurendamine ning oluline on toetada Eesti ettevõtete keskendumist oma ekspordi turuosa suurendamisel ennekõike sellistele kiiresti kasvava nõudlusega tootegruppidele ja sihtturgudele, kus on võimalik kasvatada nii lisandväärtust kui ka ekspordi mahtusid. Eelistada tuleks neid tootegruppe, mis on a) suhteliselt lähemal tänastele võimekustele ning b) loovad rohkem eeldusi veel teistessegi suurema keerukusega tootegruppidesse liikumiseks. Soovitame valida 5–7 potentsiaalset ekspordi läbilöögivaldkonda ning luua nende kohta vähemalt 10 aastat ettepoole vaatavad ekspordivõimekuse arendamise teekaardid, mis kirjeldaks Eesti võimalusi senistest keerukamatesse tootegruppidesse liikumiseks ning sellega seotud eksportturgude nõudluse dünaamikat, tööjõu kättesaadavust, tehnoloogia, kodumaise kapitali ja välisinvesteeringute kaasamise vajadust jmt. Neil tegevusaladel ja tootegruppides, mida peetakse küll teekaartide koostamisel paljulubavateks, kuid samas kohalikele ettevõtjatele ja investoritele ühel või teisel põhjusel mittejätkuvalt, soovitame riigil kaaluda proaktiivse välisinvesteeringute strateegia kasutamist.
- (2) Tootlikkuse tõstmine tänapäeval olulisematel eksportivatel tegevusaladel. Kvalifitseeritud tööjõu kättesaadavusel, ettevõtete poolt läbiviidavatel rakendusühtlustel, toodete ja tööprotsesside ning ärimudelite edasiarendamisel on tootlikkuse kasvus äärmiselt oluline roll. Suurimat probleemi näevad ettevõtjad kvalifitseeritud tööjõu kättesaadavuses. Eesti praegused toetusmeetmed on üldiselt asjakohased erineva riskitaseme ja tehnoloogiamahukusega ettevõtete toetamiseks. Soovitame enam toetada eksportivate ettevõtete koostööd spetsialiseeritud tarnijatega, sh ennekõike info- ja kommunikatsioonisüsteemide, automaatika, tootmisseadmete, keskkonna- ja energiatehnoloogiate pakujatega, aga ka disainerite ja arhitektidega, kellel on eeldusi anda oluline panus nii uute paremate kvaliteediomadustega toodete arendamisse kui eksporditööde ärimudelite uuendamisse.

Sihtturgudel laienemise alased soovitused jagunevad samuti kaheks:

- (3) Uutele sihtturgudele sisenemine. Olulisemad uued sihtturud on eelkõige Hiina ning ka teised Aasia riigid, sh Indoneesia, Bangladesh, Pakistan, Vietnam, Malaisia, mis jätkavad eeldatavalt nii rahvastiku kasvu kui majanduse keerukuse kasvu arvelt kiiret majandusarengut. Uutele

sihtturgudele sisenemine peaks globaalses kontekstis kindlasti hõlmama ka kiiresti kasvava rahvastikuga Aafrikat. Väikese arvu suuremate ettevõtete puhul, kus luuakse enamus Eesti ekspordist, on põhjendatud võimalikult personaalne ja paindlik lähenemine ettevõtete olulisemate arengutakistuste ületamisele. Keskmistel ja suurematel ettevõtetel on messikülalisteks ja uutel sihtturgudel kontaktide otsimiseks piisavalt vahendeid. Nende eksporditegevuse toetamisel on küllalt sageli tegu hoopis regulatiivsete või korralduslike küsimustega, nt kõrgetasemeliste kontaktide vahendamine uutel sihtturgudel vmt, mis ei eelda riigipoolset rahalist panust. Väiksematest ettevõtetest on kaugematele turgudele sisenemise osas huvipakkuvad ennekõike sellised kiiresti kasvavad idufirmad, kelle toote turunõudlus on globaalselt üle maailma üsna ühetaoline. Selliste ettevõtete tekke ja kiire arengu toetamiseks on mõistlik jätkata seemne- ja riskikapitali turu arendamisega, pöörates veelgi enam tähelepanu rahvusvahelise seemne- ja riskikapitali kaasamisele, mis toetab ärimudelite arendamist, ettevõtete kiiret kasvu ja välisurgudel laienemist. Teatud tegevusaladel, nt tarkvarateenustes, on turunõudluse või kapitali kaasamise spetsiifikast tulenevalt kasulik avada hoopis filiaale või tütarettevõtteid teistes riikides. Soovitame seetõttu käsitleda ka Eestist lähtuvaid otseinvesteeringuid ning sellega seotud kasumi repatrieerimist ekspordi strateegia osana.

- (4) Turuosa suurendamine peamistel sihtturgudel. Väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete üheks olulisemaks ekspordituru laiendamise ja eksporditulu suurendamise võimaluseks on suuremate eksportivate ettevõtete ja rahvusvaheliste kontsernide tarneahelasse sisenemine ning seal järjest keerukamatele toodetele spetsialiseerumine. Välisinvesteeringute strateegia vaates seob see Eestisse ja Läänemere regiooni riikidesse tehtud investeeringuid tugevamini piirkonnaga ning hoiab selliseid ettevõtteid majandusolude muutudes mujale liikumist. Eksporditulu teenimise seisukohalt suurendab aga suuremate laiema ekspordigeograafiaga ettevõtete ümber väiksemate tarnijate võrgustiku arendamine oluliselt nii (kaudse) ekspordi mahtu kui riigis loodavat lisandväärtust. Nii VKE-de kui ka suuremate ettevõtete jaoks on oluline, et eksisteeriks laiahaardelisem, kas konkreetse sihtriigi põhine või laiemalt geograafilisele või majanduslikule regioonile suunatud B2B võrgustik, mille kaudu on ettevõtjatel võimalik suhelda osapooltega erinevates tarneahelates. Selline võrgustik annaks võimaluse koguda ka finantse, viia kokku samade võimalike probleemide ja lahendustega osapooli erinevates riikides ning suurematel ja tootmisahelates kõrgemal asetsevatel ettevõtetel otsida tarnijaid. Samuti võimaldaks selline võrgustik analüüsida turunõudlust erinevates tootegruppides ning annaks seeläbi ettevõtetele võimaluse mõnele turule sisenemiseks või mõnel turul laienemiseks koostööd teha. Soovitame lähiturgudele suunatud ekspordi toetamisel maksimaalselt kasutada ja edasi arendada erinevate ettevõtlusorganisatsioonide (sh erialaliitude) ja rahvusvaheliste äri võrgustike võimalusi. Ettevõtlusorganisatsioonid saavad teha uutele turgudele sisenemiseks messidel jm ühisturundust, korraldada tootearenduse ja ekspordi alaseid kontaktüritusi, kogemuste vahetust sihtturuspetsiifiliste regulatiivsete takistuste (nt sertifitseerimisnõuded) ületamiseks, pakkuda omalt poolt valdkonnaspetsiifilisi turuülevaateid jne. Turuosa suurendamisel on teatud sektorites, nagu toiduainetetööstus või töötlev tööstus, oluline luua mõningates riikides (näiteks Saksamaa) otsekontakte. Selleks sobivad ka hetkel riigi poolt pakutavad meetmed erinevate messide külastamiseks ning messitoetuste maksmine ettevõtetele, kes peavad külastama erialamesse.

Uuringu käigus viidi läbi ettevõtete majandusnäitajate analüüs, veebiküsitlus ja fookusgrupi intervjuud.

Uuringus tugineti võimalikult palju Eesti avaliku sektori käsutuses olevatele avalikele andmetele (sh Eesti Maksu- ja Tolliameti, äriregistri, riigiabi ja vähese tähtsusega abi registri andmetele), vähendades küsitlusega ettevõtjatele tekitatavat täiendavat halduskoormust. Maksu- ja Tolliameti avaandmeid kasutati ka veebiküsitluse tarbeks majanduslikult aktiivsete ettevõtete tuvastamiseks.

Ettevõtete veebiküsitluseks töötati välja küsitlusankeet, mis keskendus ettevõtete ärimudelite ja nende arendamise ning eriti põhjalikult ekspordi kogemuse ja takistuste kaardistamisele. Veebiküsitluses osalemise kutse saadeti kokku 21 042 ettevõttele. Küsitlusele vastasid 1021 ettevõtte esindajad ning vastuseid saab pidada esinduslikuks nii ettevõtete tegevusvaldkondade kui töötajate arvu osas.

Ettevõtjatega läbi viidud fookusgruppide käigus kogutud kvalitatiivne info aitas tõlgendada, täiendada ja selgitada kvantitatiivseid andmeid ning jõuda ettevõtjate probleemide, kitsaskohtade ja vajaduste sisuni detailsemalt. Kokku viidi läbi neli fookusgruppi 26 ettevõtte esindaja osalusel. Üks arutelu oli spetsiifilisemalt finantstehnoloogiasektoris tegutsevate ettevõtetega.

Uuringu leide ning esialgseid poliitikasoovitusi arutati ekspertidega. Töötoas osales 28 avaliku sektori, ettevõtjate esindusorganisatsioonide ja erialaliitude ning ettevõtluse tugisorganisatsioonide esindajat.

Executive summary

This study aimed to map the factors supporting and hindering the competitiveness of Estonian exporters and identify any changes in these factors over the past years with the help of Estonian exporters, potential exporters, business support organizations and experts in business and economics. We involved exporters and potential exporters from five major industries where international trade is common and that had export potential and/or had been previously designated as strategic sectors in Estonia's development policies. These included professional, scientific and technical activities; manufacturing; transportation and storage; information and communication; agriculture, forestry and fishing. The study also included companies whose core business is the extraction of peat, but not other companies in the mining and quarrying sector. Financial service providers were only invited to share their ideas in a focus group interview. Tourism and health care services were not included due to the specific nature of these sectors.

The study found that the increase in exports in Estonia slowed down in 2018-2019 reflecting the general slowdown in global trade and economic growth. The COVID-19 crisis led to a sharp decrease in exports of both goods and services in 2020. However, the export of goods managed to demonstrate significant growth already in the last quarter of the year, while exports of services are likely to have decreased somewhat in 2020 compared to the previous year. This is primarily due to a decline in the export of transportation and travel services, two fields that suffered the most from COVID-19 restrictions. Overall, the Estonian economy and exports have adapted quite well to the unusually challenging economic circumstances in recent years, but the effects of the crisis have varied greatly across sectors. The increase in export opportunities in the coming years is also likely to be very uneven in different sectors and target markets.

Two-thirds of the companies surveyed consider the quality of products, efficient organization of work and flexibility of introducing new products to be important competitive advantages for their company. Nevertheless, the labor productivity of Estonia's key exporting industries is still 2-3 times less than that of Finland and Sweden, and manufacturing as the main exporting industry has not really managed to close this gap significantly in the last decade.

In the coming years, companies are planning to develop their existing products as well as to launch new products. The quality of products, introduction of new technologies and smooth organization of work not only within the company, but also in relations with key suppliers and customers, are undoubtedly important contributors to the companies' economic performance.

Digital transformation has been one of the most important sources of economic productivity growth in OECD countries in recent decades. At the same time, only a third of the companies surveyed saw ICT investments as an opportunity to further their competitive advantages. The COVID-19 pandemic led to a surge in e-commerce volumes globally. In Estonia, nearly half of the surveyed companies engaged in e-commerce were slow to react to this change; e-commerce accounted for less than 20% of their revenues in 2020. Aside from the specifics of the products sold, insufficient knowledge and skills, and logistical problems are the biggest obstacles to the development of e-commerce.

An even smaller number of companies pay attention to the objectives and opportunities of the European Union's Green Deal. Only one-fifth of the companies have plans to reduce CO₂ emissions or deploy renewable energy sources in the coming years.

Estonian companies therefore have a lot to do in adopting modern technologies and organizing their daily business even more efficiently, but striving for increasingly efficient organization of work is not a substitute for a functioning business strategy. If the company is in a weak position in the market (suppliers and customers dictate the terms and conditions of business transactions), then the profit margin remains low even with the most modern technology and organization of work.

Moreover, not all economic activities have the same potential for creating added value. Approximately 60% of Estonia's exports of goods and services come from supplier-dominated industries, which are not knowledge- or technology-intensive. International competition in these industries is focused predominantly on the price of production inputs and efficient organization of work; quality of the products is one of the prerequisites for commercial transactions in these industries, but does not give a significant competitive advantage over competitors offering similar products. Technology-intensive sectors, on the other hand, where the unique quality characteristics of products allow the company to charge customers a high price for their product, account for only 15% of Estonia's exports of goods and services. The peculiarity of Estonia, and indeed the entire Eastern Europe, is that science-based sectors, such as the electronics industry, are dominated by the production units of multinational groups, while the investments in R&D – that are otherwise typical in the field – remain modest.

New export markets which both already exporting companies and potential exporters would like to enter in the future include the Nordic countries and Germany. It is easier for most Estonian companies to expand their market share in a similar business and economic environment, such as their neighboring countries in the Baltic Sea Region, where it is possible to use existing contacts and business networks to break into new markets or market segments. Cooperation with one company belonging to an international group in one Baltic Sea country may lead to cooperation with another company of the same group in another country. The ambition to enter the German market is also understandable, as Germany as Europe's largest economy and exporter can offer companies greater opportunities than the Nordic countries.

24% of the companies surveyed had encountered obstacles hindering their exports, with the number of obstacles varying from country to country. For example, only 6% of companies exporting to the Finnish market experienced obstacles, while this percentage was 20% if the target market was Germany, and 30% if the target market was Russia. The proportion of companies facing obstacles was much higher for the more remote countries: the United States – 39%, Japan – 64%, China – 83%.

Half of those encountering obstacles in their export activities reported regulatory obstacles related to technical requirements. The obstacles related to technical requirements are a particularly acute problem in manufacturing, where two thirds of the companies surveyed have experienced them. And it is not only the requirements in third countries that are a problem. There are standards and regulations, which could potentially apply across the entire European Union, but which only a few member states implement. In addition, there are member states who require companies to meet certain technical requirements that are not imposed in other countries. This makes it difficult for the companies to operate even in the internal market of the European Union, as they are not familiar with the legislation of different member states.

When planning future export support measures, it should certainly be taken into account that Estonian exports are highly concentrated with a small number of companies doing most of the export. Companies with 50+ employees, i.e., around 5% of all exporting companies, account for approximately two-thirds of Estonia's export of goods. The product portfolios and number of target markets of medium-sized and bigger companies are typically significantly larger than those of small companies. Finding the resources for export marketing or covering other minor costs is usually not a problem for these companies. Removing some of the obstacles hindering the development of these larger companies can, however, significantly increase Estonia's export income.

The shortage of qualified workforce, for example, continues to be a major problem for companies. Difficulties in finding qualified workforce prevent companies from moving to new, more complex product groups and hinder their ability to invest in new technologies and automate their activities. Difficulties in finding highly qualified managers and specialists are preventing companies from increasing their export volumes, entering new markets and investing more in product development.

The companies' awareness of available state support measures and activities is the strongest in the case of support measures provided by Enterprise Estonia. Awareness of Brand Estonia toolbox and export-oriented activities of the Ministry of Foreign Affairs, including the support offered by embassies, honorary consuls and in the field of business diplomacy, is somewhat lower. Previous studies into the impact of business support measures have found the existing export support measures to be appropriate, efficient and effective. However, there is always room for improvement when it comes to developing and increasing the impact of business support measures. For example, one of the key questions is how to ensure an individual approach to larger exporting companies, including potential new foreign investments, each of which brings considerable export income to Estonia, while also providing appropriate support for the many micro and small companies with highly diverse needs.

The policy recommendations aimed at increasing export income take into account that the world's recovery from the health and economic crisis and the expected future economic growth is likely to be very uneven in different sectors and target markets. In addition, Europe is moving towards implementing a digital and green economic model by 2050, which is also going to have a direct impact on all Estonian companies.

Recommendations aimed at further developing the competitive advantages of Estonian companies fall into two broad categories.

- (1) Moving to new, more complex product groups. Increasing the labor productivity of exporting companies is the most critical issue that needs to be addressed for increasing Estonia's export income. It is also important to help Estonian companies focus on increasing the market share of their exports, especially in moving to product groups and target markets with rapidly growing demand, where both added value and export volumes can be increased. Preference should be given to those product groups which are (a) closer to today's capabilities and (b) create more opportunities for moving to other more complex product groups. We recommend selecting 5–7 export areas with a breakthrough potential and creating at least 10-year road maps for developing their export capabilities, describing Estonia's opportunities for moving to more complex product groups and the dynamics of demand in relevant export markets, availability of suitable workforce, applicable technologies, the need to attract domestic capital and foreign investment, etc. For those sectors and product groups that are found to be promising in the process of roadmapping, but are for some reason not viable for local companies and investors, we recommend that the government consider using a proactive foreign investment strategy.
- (2) Increasing productivity in today's key exporting industries. The availability of qualified workforce, industrial research carried out by companies, continuous development of products, work processes and business models all play a vital role in increasing productivity. Companies see the lack of qualified workforce as their biggest challenge. Estonia's current support measures are generally appropriate for supporting companies with different levels of risk and technology intensity. We recommend increasing the support aimed at enabling the cooperation of exporting companies with specialized suppliers, especially those providing information and communication systems, automation solutions, specialized production equipment, environmental and energy technologies, as well as designers and architects who have the potential to make an important contribution to developing new products with better quality characteristics and updating the business models of exporting companies.

Recommendations aimed at expansion of exports in target markets also fall into two categories.

- (3) Entering new target markets. Key recommended new target markets include China and other Asian countries, including Indonesia, Bangladesh, Pakistan, Vietnam and Malaysia, which are

expected to continue rapid economic development with the help of both population growth and increasing economic complexity. Plans for entering new target markets should also include Africa, which has a rapidly growing population. For the small number of larger companies, who account for the majority of Estonian exports, a more personal and flexible approach could be justified targeted specifically at overcoming the main obstacles to their development. Medium-sized and larger companies have sufficient resources to visit trade fairs and find contacts in the new target markets. Supporting their export activities often means addressing regulatory or organizational issues instead, for example by mediating high-level contacts in new target markets or other such activities, which do not necessarily require a financial contribution from the state. In terms of smaller companies, fast-growing start-ups whose product's market demand is quite uniform globally are of particular interest when it comes to entering more distant markets. In order to support the emergence and rapid growth of such companies, the seed and venture capital market should be developed even further with an even greater focus on attracting international seed and venture capital, which would support the development of business models, the rapid growth of companies and their expansion in foreign markets. In certain sectors, e.g., software services, it makes more sense to open foreign branches or subsidiaries due to the specifics of market demand or attracting capital in these fields. We therefore recommend that direct investments from Estonia and the repatriation of related profits be considered as part of the export strategy.

- (4) Increasing market share in key target markets. One of the easier ways for small and medium-sized companies to expand their export market and increase export income is to enter the supply chain of larger exporting companies or multinational groups and specialize on increasingly more complex products within this supply chain. In terms of the foreign investment strategy, this links investments made in Estonia and the Baltic Sea Region more firmly to the region as a whole and keeps such companies from relocating when economic circumstances should happen to change. In terms of generating export income, building a network of smaller suppliers around larger companies with wider export geographies would significantly increase both the volume of (indirect) exports and the added value created in the country. Both SMEs and larger companies would like to see a more comprehensive B2B network, either based on a particular export destination or aimed at a wider geographical or economic region, which would enable communication with parties in different supply chains. Such a network would also provide an opportunity to raise funds, bring together parties with the common problems and solutions in different countries, and allow companies that are bigger and higher up in the production chain to find potential suppliers. This B2B network would also make it possible to analyze market demand in different product groups and allow companies to cooperate in entering or expanding in certain markets. We recommend making the most of the opportunities offered by various business support organizations (including professional associations) and international business networks to support exports to nearby markets. Business support organizations can help companies enter new markets by promoting the sector at trade fairs and other similar events, organizing product development and export focused networking events, facilitating the exchange of experiences to overcome target market-specific regulatory obstacles (e.g., certification requirements), providing industry-specific market reviews, etc. In order to increase market share in certain sectors, such as the food industry or manufacturing, it is important to establish direct contacts in some countries (e.g., Germany). The measures currently offered by the state for visiting various trade fairs and awarding grants to companies who have to visit trade fairs will serve this purpose well.

The study built on an analysis of the companies' economic indicators, an on-line survey and focus group interviews.

The study relied as much as possible on public data from the Estonian public sector (including data from the Estonian Tax and Customs Board, the commercial register, the register of state aid and de

minimis aid) in an effort to reduce the additional administrative burden on companies the study would have otherwise created. The open data of the Tax and Customs Board was also used for identifying economically active companies to participate in the on-line survey.

A questionnaire was designed for the on-line survey of companies that focused on mapping the business models of companies and their development, as well as the companies' export experience and obstacles encountered in their export activities. A total of 21,042 companies were invited to participate in the on-line survey. Representatives of 1,021 companies responded to the survey, and the answers can be considered representative in terms of both the sectors and the number of employees.

Qualitative information gathered through focus groups with entrepreneurs helped to interpret, complement and clarify the quantitative data and explore the companies' problems, bottlenecks and needs in more detail. A total of 4 focus groups were conducted with the representatives of 26 different companies. One of the focus groups was designed to include only representatives of companies operating in the FinTech sector.

The findings of the study as well as the initial policy recommendations were discussed with experts. This workshop was attended by 28 representatives from the public sector, business representative organizations, professional associations and business support organizations.

Sissejuhatus

Uuringu eesmärgiks on Eesti eksportööre, potentsiaalseid eksportööre, ettevõtluse tugiorganisatsioone ning ettevõtlus- ja majandusvaldkonna eksperte kaasates kaardistada, millised on peamised Eesti eksportööride konkurentsivõimet toetavad ja pidurdavad tegurid ning kas ja kuidas on need tegurid viimaste aastate jooksul muutunud.

Spetsiifilisemalt keskendub käesolev uuring eelnevalt kirjeldatud uuringu põhieesmärgist tulenevalt ning varasemate sarnaste uuringutega arvestades kuuele ekspordi konkurentsivõimega seotud analüüsivaldkonnale:

Konkurentsiturite väljaselgitamine ja analüüs (võimalusel tegevusalade ja sihtturgude kaupa), kaasates uuringusse lisaks eksportööridele ka ettevõtluse tugi- ja katusorganisatsioone ning valdkondlikke eksperte.

Turgude analüüsi raames uuritakse, millised on ettevõtete koduturuga piirdumise põhjused, millistele turgudele plaanitakse siseneda, millised on nende turgudele keskendumise põhjused ja turgudega seotud iseärasused (ärikultuur, bürokraatia).

Müügi- ja turunduskanalite analüüsi raames uuritakse välisturgudele sisenemise viise, sh e-kaubanduse võimaluste kasutamist.

Ettevõtluskeskkonna analüüsi raames uuritakse millised koduturu majanduslikud, poliitilised, sotsiaalsed, tehnoloogilised ja õiguslikud tegurid pärsivad enim ekspordi.

Tugisüsteemi analüüs, sh ettevõtjate teadlikkus Eesti ja EL-i ettevõtluse toetusmeetmetest ning nende võimaluste tegelik kasutamine.

Uuringu üksikasjaliku metoodika, sh küsimustiku väljatöötamisel arvestati võimaluse ja sooviga võrrelda käesoleva uuringu tulemusi 2010. ja 2015. aastal läbiviidud sarnaste uuringute tulemustega. Ajalisel teljel teostatav võrdlev analüüs sarnaste indikaatoritega annab võimaluse hinnata Eesti ekspordi konkurentsivõime ja takistuste muutumist.

Samuti võeti uuringu läbiviimisel arvesse, et kuna turunõudlus välisturgudel on alates 2020. aasta algusest väga kiiresti muutunud ja muutub ilmselt veel ka järgnevatel aastatel oluliselt nii tegevusalade, tootegruppide kui geograafiliste sihtturgude lõikes. Seetõttu arvestati Eesti ekspordi konkurentsieeliste ja takistuste analüüsimisel operatiivselt ka muutusi turunõudluses paralleelselt toimuvate turustruktuuride muutumisega nii globaalsemal turul laiemalt kui ka Eesti peamiste ekspordipartnerite puhul.

Sellest tulenevalt on käesoleva uuringu käigus kogutud küsitlusandmed integreeritud viimaste Eurostati Comexti, ÜRO Comtrade'i ja teiste rahvusvahelise väliskaubanduse andmebaaside andmetega. Antud lähenemine loob faktilise baasi, mis võimaldab hinnata, kas Eesti ettevõtte keskendub nendele eksportturgudele, kus tema tegevusalal on nõudlus kasvamas või vähenemas. Eeltoodu aitab omakorda mõista, kas edu või raskused eksportimisel on ennekõike omased küsitlusele vastanud ettevõttele või peegeldavad laiemat valdkonna ja/või sihtturgude nõudluse dünaamikat.

Küsitlusele laekunud vastuste ja erinevate sekundaarandmete (statistika andmebaasid, varasemad uuringud jne) tõlgendamiseks, täiendamiseks ja kvalitatiivse lisainfo kogumiseks viidi läbi nii ekspertide töötuba kui ka eksportööride fookusgruupintervjuud, milles valideeriti esmaste sekundaarandmete analüüsi ning otseste veebiküsitluse käigus kogutud andmete tulemusi.

Eksportööride konkurentsivõime uuringu tulemusel saadi detailne ülevaade ekspordi arengut takistavatest probleemidest, neid mõjutavatest teguritest ja muutujatest, mille baasil koostati sõltumatu, objektiivne ja professionaalne soovitusete pakett. Valminud soovitusete pakett asetub laiemasse majanduspoliitilisse konteksti ning selles on toodud, milliseid meetmeid ja tegevusi ning millistel tingimustel tasub riigil koostöös erinevate riiklike ja erasektoris tegutsevate

ettevõtlusorganisatsioonidega (nt EAS, KredEx, ETKK) Eesti eksportööride rahvusvahelise konkurentsivõime tõstmiseks ja ekspordi hoogustamiseks rakendada. Uuringu tulemustel põhinevate objektiivsete hinnangute ja soovitude abil saab parendada ettevõtluse ja ekspordi arendamisele suunatud riiklike meetmete kvaliteeti, toimivust ja tõhusust, saavutamaks efektiivsem eelarveliste vahendite jaotus eksportööride konkurentsivõime tõstmiseks. Uuring on läbivalt analüüsiva iseloomuga ning uuringu teostajana põhjendame uuringu tulemusel antavaid hinnanguid ja soovitusi.

Käesolev analüüs vastab neljale tellija poolt hankedokumendis sõnastatud uurimusülesandele:

Selgitada Eesti ettevõtete ja valdkondlike ekspertide abil, millised on Eesti ettevõtete eksporditegevust pärssivad ja soodustavad tegurid. Selleks tuvastati eksportööride peamised konkurentsieelised ja probleemid ning analüüsiti neid erinevate uurimiskomponentide lõikes. Samuti uuriti ka hetkel mitte ekspordivate ettevõtete potentsiaalset ekspordivõimekust, nende ambitsiooni, potentsiaali ning võimalikku strateegiat.

Analüüsida eksportööride vastuste dünaamikat võrrelduna 2010. ja 2015. aasta uuringuga ning teiste samas valdkonnas tehtud relevantsete uuringutega uurimisküsimuste kaupa. Selleks võrreldi käesolevas uuringus tuvastatud ekspordi konkurentsieeliseid ja peamisi probleeme eelmiste uuringuperioodidega ning tuvastati toimunud muutused ja selgitati välja nende põhjused.

Määratleda, kas vastused erinevad ettevõtete profiili iseloomustavate tunnuste, turgude, regioonide või ettevõtete tegevusalade vahel ning vajadusel tuua välja poliitikate ja toetuste kujundamiseks olulised erinevused. Erisuste tuvastamine erinevate tunnuste lõikes toimus kolmes etapis:

- Valdkondlikud erinevused sekundaarandmete põhjal
- Küsitluse ja fookusgruppide intervjuude analüüs valitud profiiltunnuste alusel
- Valdkonna spetsiifikast tulenevate poliitikasoovituste tegemine

Anda soovitusi, kuidas ja milliste Eesti eksportööre puudutavate kitsaskohtade või võimalustega tuleb riigil, ettevõtete tugi- ja esindusorganisatsioonidel tegeleda. Antud uurimisülesande puhul tuli lähtuda soovitude saajate potentsiaalsest võimekusest. Eksportööride konkurentsivõime uuringu tulemusena tuvastatud kitsaskohtade põhjal koostati soovitude pakett olemasolevate meetmete parendamiseks ja/või täiendavate meetmete väljatöötamiseks.

Uuringu autorid on tänulikud projekti juhtkomisjoni liikmetele Marie Allikmaale, Andres Kikasele, Külli Kranerile, Tõnis Nirgile, Tarmo Puolokainenile ja Tõnis Tänavale. Samuti on autorid ülimalt tänulikud neile rohkem kui tuhandele ettevõttele, kes leidsid huvi ja aega uuringusse panustada läbi osalemise veebiküsitluses ja/või fookusgruppides. Lisaks saime konstruktiivset tagasisidet 24 eksperdi osalusel toimunud töötoast. Täpsemalt on uurimisülesannete täitmise metoodikat ja kaasamist kirjeldatud järgnevas metoodika peatükis.

Käesolev aruanne on üles ehitatud järgnevalt. Esmalt tutvustame uuringu teoreetilisi lähtekohtasid (peatükk 1) ja metoodikat üldiselt ning seejärel meetodite kaupa detailsemalt (peatükk 2). Seejärel anname ülevaate Eesti ekspordist üldiselt ning detailsemalt uuringus osalenud ettevõtete osas – nende ärimudelitest, ekspordikogemusest, sihtriikidest ja turusituatsioonist. Neljandas peatükis analüüsime põhjalikumalt Eesti eksportööride ja potentsiaalsete eksportööride konkurentsieeliseid, ekspordi takistavaid tegureid (sh sihtturgude kaupa) ning seniseid tegevusi konkurentsivõime tõstmiseks. Seejärel analüüsime ettevõtete tulevikuplaane (peatükk 5) ning ekspordi tugisüsteemi (peatükk 6). Seitsmendas peatükis võtame kokku uuringu põhilised järeldused eksportööride ja potentsiaalsete eksportööride osas ning anname soovitusi ekspordi soodustamiseks (peatükk 8).

1. Uuringu teoreetilised lähtekohad

Käesolev uuring on läbi viidud evolutsioonilise majandusteaduse vaatenurgast. Selle lähtekohaks on arusaam, et riikide konkurentsivõime kajastab seda, et millisel määral suudab riik vabaturumajanduse tingimustes toota kaupu ja teenuseid, mis vastavad rahvusvahelise turu nõudmistele, säilitades ja suurendades oma elanike reaalsissetulekuid pikaajalises perspektiivis. Konkurentsivõime kasvu aluseks on liikumine aina keerulisematele tegevusaladele, sh rahvusvahelises kaubanduses.¹ Erinevad rahvusvahelise kaubanduse konkurentsivõime analüüsi metoodikad pööravad nendele aspektidele üha enam tähelepanu.

Ettevõtjatel on aga eduka äritegevuse tarbeks vaja tähelepanu pöörata suurele hulgale teguritele. Ärijuhtimise klassikasse kuuluv Michael Porteri nn 5 jõu mudel² on laialt kasutatav raamistik nii akadeemilises maailmas, ärikonsultatsioonide kui ka poliitikaanalüüsi teostajate poolt. See raamistik aitab läbi viia ärikeskkonna ning ettevõtjate strateegiliste valikute süstemaatilist analüüsi, sh analüüsida, kas või milliseid omatooteid arendada, kas või millistele eksportturgudele ja kuidas siseneda jne. Ettevõtjate käitumist kujundavaks viieks olulisemaks jõuks on selle lähenemise kohaselt:

- ▶ ostjate läbirääkimisjõud konkreetsetes segmentides
- ▶ müüja läbirääkimisjõud, mis mõjutab toorainete tarnimist ettevõtetele
- ▶ potentsiaalsed täiendavad turule sisenejad, mis võib suurendada konkurentsi
- ▶ parema hinna ja kvaliteedi suhtega asendustoodete ilmumise oht
- ▶ konkurentsitase valitud turul

Globaliseerumist on erinevates uuringutes juba enam kui viimased kaks kümnendit kirjeldatud kui midagi, millel on pöördelise tähtsusega roll ettevõtete, peamiselt VKE-de konkurentsivõime tõstmises ning mis omab just väiksemates, avatud majandusega riikides olulist tähtsust ettevõtete rahvusvahelistumises³. Rahvusvahelistumist on defineeritud kui protsessi, mis suurendab ettevõtete võimekust osaleda rahvusvahelistes protsessides, sh rahvusvahelistel turgudel⁴. Väiksematel ettevõtetel on rahvusvahelistumise protsess keerulisem, sest neil puudub piisaval hulgal vahendeid ja ressursse selle ellu viimiseks⁵. Seega on selliste ettevõtete rahvusvahelistumise aidamisel oluline roll riigil, täpsemalt riigi poolt pakutavate tugiteenuste ning rahvusvahelistumist, sh eksporti toetavate meetmete olemasolul.⁶ Ettevõtteid toetavad meetmed peaksid olema pigem spetsiifilisemat laadi – suunatud kindlate sektorite, ettevõtete profiilide ja kogetud probleemide ületamiseks⁷. Selliste,

¹ Vt nt Reinert, E. (1999), The role of the state in economic growth, *Journal of Economic Studies*, 26, 268–326; Hartmann, D., Guevara, M.R., Jara-Figueroa, C., Aristarán, M., Hidalgo, C.A. (2017), Linking economic complexity, institutions, and income inequality, *World Development*, 93, 75–93; Alshamsi, A., Pinheiro, F.L., Hidalgo, C.A. (2018), Optimal diversification strategies in the networks of related products and of related research areas, *Nature Communications* 9 (1), 1328.

² Porter, M. (1979), How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, 57(3), 137–145. <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shape-strategy>; Porter, M. (1985), *On competition*. Updated and Expanded Edition. Boston, MA: Harvard Business School Publishing.

³ Castagna *et al.*, Assessing SMEs' Internationalisation Strategies in Action, *Applied Sciences*, 10(14), 4743; Dutot *et al.*, Information management for the internationalisation of SMEs: An exploratory study based on a strategic alignment perspective, *International Journal of Information Management*, 34, 672–681; Schweizer, R. (2012), The internationalisation process of SMEs: A muddling-through process, *Journal of Business Resources*, 65, 745–751.

⁴ Antoldi *et al.* (2011), *Export Consortia in Developing Countries; Successful Management of Cooperation among SMEs*. Heidelberg: Springer; Daniels *et al.* (2009), *International Business: Environments and Operations*. New Jersey: Pearson Education International.

⁵ Kang-Sik, K. (2017), Factors Affecting the Internationalization of Small and Medium-sized Enterprises in South Korea: Entrepreneurial Orientation, Human Capital and Technological Capabilities, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(5), 371–359.

⁶ Catanzaro, A. ja C. Teyssier. (2020), Export promotion programs, export capabilities, and risk management practices of internationalized SMEs, *Small Business Economics*, <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00358-4>.

⁷ Wang *et al.* (2017), Effect of Export Promotion Programs On Export Performance: Evidence From Manufacturing SMEs, *Journal of Business Economics and Management*, 18(1), 131–145.

suunatud meetmete olemasolul on võimalik suurendada ettevõtete rahvusvahelistumist ning eriti olulist rolli omavad sellised meetmed ekspordi suurendamisel⁸. Riiklike ekspordi toetavate meetmete mõju ettevõtete rahvusvahelistumisele ning nende konkurentsieeliste suurendamisele globaalsel turul on analüüsitud palju ning uuringud näitavad, et selliste meetmete mõju on positiivne.

Ettevõtete ekspordi ning rahvusvahelistumist takistavaid tegureid on akadeemias uuritud põhjalikult juba aastakümneid ning need saab jagada suures osas kaheks: välised piirangud (st piirangud, mis tulenevad kodu- ja välisurul eksisteerivast laiemast majanduslikust keskkonnast) ning sisemised piirangud (st piirangud, mis on seotud ettevõtete enda ressurside, turunduse ja ekspordistrateegiaga). Erinevate väliste ning sisemiste ekspordi piiravate ja takistavate tegurite tunnetamine ning mõistmine on üks võtmetähtsusega elemente, mis määrab ettevõtte edukuse rahvusvahelistumisel ning omab suurt rolli ka ettevõtete ekspordistrateegia väljatöötamisel ja ekspordipiirangutest üle saamisel⁹.

Nii nagu ekspordipiiranguid saab liigitada välisteks ja sisemisteks piiranguteks, on ka nende piirangute tunnetus ettevõtete poolt erinev ning omavahel vastastikusel sõltuvuses. Nii võib ekspordipiirangute tunnetamine sõltuda ettevõtte organisatsioonilisest eripäras, nagu ettevõtte vanus, geograafiline asukoht, suurus, juhtkonna meelestatus ekspordi osas või piisav finantsvahendite olemasolu, mis kõik võivad ka eraldiseisvalt olla ekspordi takistavateks teguriteks. Nimelt on uuringud näidanud, et ettevõtted, kes ei ole ekspordi alustamisest huvitatud, peavad peamiseks ekspordi piiravaks teguriks ressurside puudumist, ning ettevõtted, kes on ekspordi alustamisest huvitatud, peavad suurimaks takistuseks teadmiste ja kogemuste puudumist¹⁰. Samuti võivad erinevad ekspordi takistavad tegurid olla ettevõtte jaoks aktuaalsed sõltuvalt ettevõtte arenguetaapist ehk ekspordi alustavad ettevõtted võivad kogeda erinevaid takistavaid tegureid kui juba ekspordivad ettevõtted¹¹. Ka käesolevas uuringus on ekspordipiirangute klassifitseerimisel lähtutud akadeemias testitud hüpoteesidest ning põhjalikult uuritud ekspordi takistavatest teguritest, mida võeti sisendina arvesse nii veebiküsitluse koostamisel kui ka fookusgruppide intervjuudel ettevõtjatega.

Kuigi ekspordipiirangute tunnetamine pärsib ja piirab ekspordi ning sellega alustamist, näitavad uuringud, et piirangud ei ole ettevõtete jaoks igavesed, ehk ettevõtetel õnnestub ekspordipiiranguid ületada ning ekspordi, aga ka laiemalt rahvusvahelistumisele alustada.

Samuti peame oluliseks tugineda samalaadsetele empiirilistele uuringutele. Üheks olulisemaks neist on Euroopa Komisjoni iga-aastane uuring Euroopa ettevõtete poolt kogetavatest ekspordipiirangutest kolmandates ehk Euroopa Liidu välistes riikides. Euroopa Komisjoni 2020. aastal avaldatud ekspordi- ja investeerimispiirangute raporti kohaselt eksisteeris Euroopa Liidus tegutsevatele ning ekspordivatele ettevõtetele 2019. aastal 58 erinevas riigis kokku 438 aktiivset piirangut¹². Euroopa Liidu kontekstis kogeti enim takistusi eksportimisel Hiinas, millele järgnesid Venemaa, Indoneesia ning Ameerika Ühendriigid. Euroopa Liit jagab kogetud takistused piiril kogetavateks ning piiriülesteks. Piiril kogesid ettevõtja enim Euroopa Liidu liigituse alusel sanitaarseid- ja füto-sanitaarseid takistusi (23% takistustest) ning tariife ja tollipiiranguid (17% takistustest). Piiriüleste takistustena kogeti enim põhjendamatuid tehnilisi piiranguid (18% takistustest) ning intellektuaalomandi piiranguid (8%

⁸ *Ibid.*; Francis, J. ja C.M. Collins (2004), Impact of export promotion programs on firm competencies, strategies and performance: the case of Canadian high-technology SMEs, *International Marketing Review*, 21(4), 474–495.

⁹ Artega-Ortiz, J., R. Fernandez-Ortiz, R. (2010), Why don't we use the same export barrier measurement scale? An empirical analysis in small and medium-sized enterprises, *Journal of Small Business Management*, 48(3), 395–420.

¹⁰ Suarez-Ortega, S. (2003), Export barriers: Insight from small and medium-sized firms, *International Small Business Journal*, 21(4), 403–420.

¹¹ Uner *et al.* (2013), Do barriers to export vary for born globals and across stages of internationalization? An empirical inquiry in the emerging market of Turkey, *International Business Review*, 22(5), 800–813.

¹² Euroopa Komisjon (2020), Report from the Commission to the Parliament and the Council on Trade and Investment Barriers. 1 January 2019 – 31 December 2019, <https://trade.ec.europa.eu/doclib/html/158789.htm>

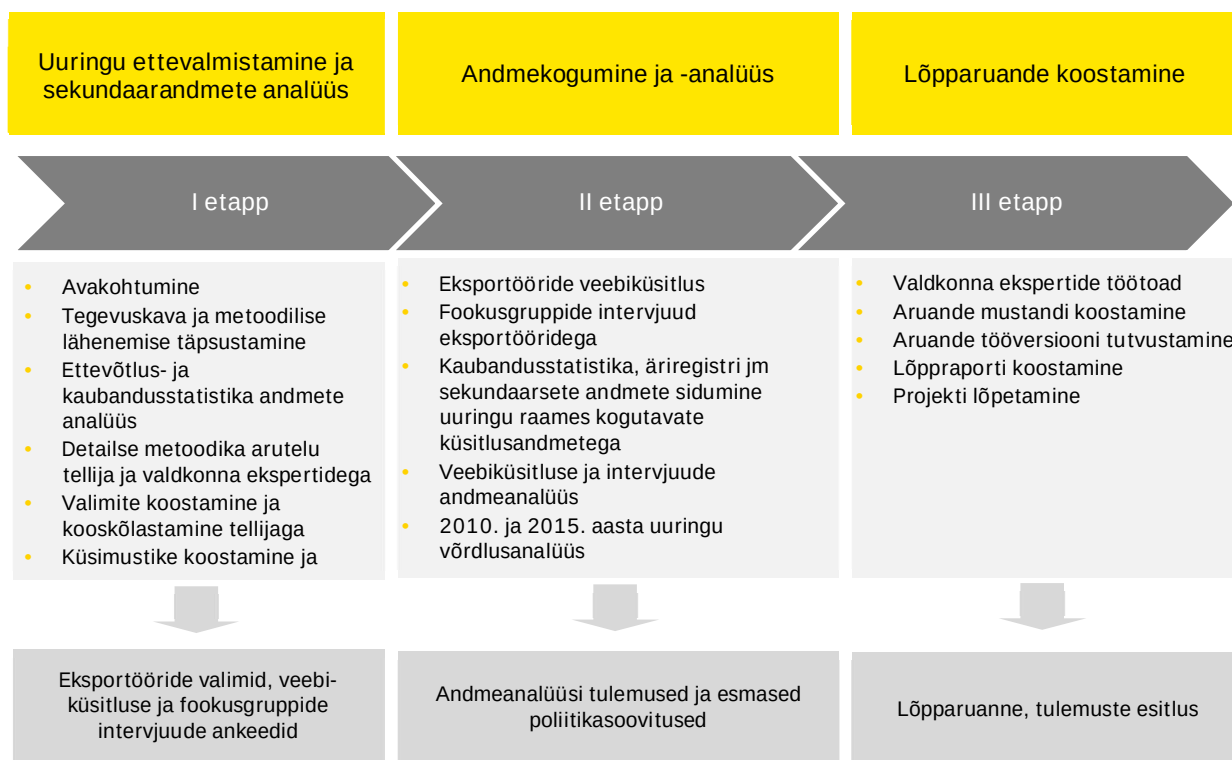
takistustest). Antud uuringut kasutasime ka laiema sisendina ekspordipiirangute analüüsi meetodi väljatöötamisel.

2. Metoodika

2.1 Uuringu metoodika üldiselt

Uuringu läbiviimise metoodilise lahenduse valikul lähtuti hankedokumentides toodud nõuetest (nt veebiküsitluse kohustuslikkus), mida täiendasid lisategevused, mis aitasid kaasa uurimisülesannete täitmisele ning uurimisküsimustele vastamisele.

Uuring jaotus kolmeks etapiks (Joonis 1). Esimeses etapis tehti ettevalmistused uuringu läbiviimiseks (mh avakohtumine, metoodika ja uurimisülesannete arutelu tellijaga ning veebiküsitluse detailse sisu kooskõlastamine). Teises etapis viidi läbi veebiküsitlus ja jätkati andmeanalüüsiga. Kolmanda etapi käigus viidi läbi töötuba ekspertidega, korjati tagasisidet uurimisaruandele ning vormistati uuringu lõpparuanne.



Joonis 1. Uuringu läbiviimise protsess. Allikas: autorid.

Uuringu käigus läbi viidud ettevõtete kaubandus- ja majandusnäitajate analüüsi, veebiküsitluse ja fookusgrupi intervjuude eesmärk oli eeskätt koguda andmeid Eesti ettevõtete eksporditegevust pärssivate ja soodustavate tegurite kohta. Eksporti takistavaid ja soodustavaid tegureid vaadati väga mitmel tasandil, keskendudes nii takistuste liikidele kui ka sihtriikidele, ning samuti analüüsiti takistusi sektorite kaupa. Andmeanalüüsi järel võrreldi leide ka 2010. ja 2015. aastal läbi viidud sarnaste uuringute tulemustega. Analüüsi tulemuste põhjal sõnastati esialgsed järeldused ning poliitikasoovitused, mida testiti ja valideeriti seejärel nii erialaliitude esindajate kui ka avaliku sektori erialaste esindajatega läbi viidud ekspertide töötoas. Ekspertide töötuba andis võimaluse viimistleda saadud konstruktiivse tagasiside põhjal täpsemad ning struktureeritumad poliitikasoovitused ekspordi edendamiseks Eesti ettevõtete seas.

Tabel 1 annab ülevaate põhilistest uurimismeetoditest ning järgnevates alapeatükkides on metoodilist lähenemist olulisematele andmeallikatele põhjalikumalt kirjeldatud.

Tabel 1. Eksportööride valimi ja küsitlusankeedi koostamine. Allikas: autorid.

Valim	Küsitlusankeet
Veebiküsitlus	
Veebiküsitluse valimi koostamise eesmärgiks on tagada esinduslikkus Eesti eksportööride kogupopulatsiooni suhtes järgnevate tunnuste alusel: • Ekspordikogemus • Ekspordi osatähtsus müügitulus • Ettevõtte suurus • Väliskapitali osalus • Ärimudel • Ettevõtte teadus- ja arendustegevuse intensiivsus • Sihtturgude mitmekesisus • Sihtturgude kaugus Eksportööride ja potentsiaalsete eksportööride eristamiseks kõikide Eesti ettevõtete seast lähtusime ühelt poolt tegevusaladest, mille tooteid peetakse akadeemilises kirjanduses üldiselt rahvusvahelisel turul kaubeldavateks, ja teiselt poolt äriregistris registreeritud ettevõtete põhi- ja kõrvaltegevusaladest.	Ankeetküsitluse koostamisel võtsime lisaks tellija poolt hankedokumendis toodud uurimisküsimustele ja varasemate sarnaste uuringute küsimustikele aluseks ka ärijuhtimise klassikasse kuuluva Michael Porteri 5 jõu mudeli. See raamistik toetab ärikeskkonna ning ettevõtjate strateegiliste valikute süstemaatilist analüüsi: kas või milliseid omatooteid arendada, kas või millistele eksportturgudele ja kuidas siseneda jne. Ankeetküsitluse läbiviimisel on andmete statistilise esinduslikkuse tagamiseks oluline saavutada võimalikul kõrge vastasmäär. Seda mõjutavad olulisel määral küsimuste arv ja nende vastamiseks kuluv aeg. Küsitlusankeet koostati seetõttu võimalikult kompaktsena, viies põhjalikumate andmete kogumist eeldavad küsimused fookusgruppide intervjuudesse.
Fookusgruppiintervjuud	
• Eksportööride fookusgrupid moodustati veebiankeedile vastanud ettevõtete hulgast juhuvalimina, samas pöörati tähelepanu aga ka sellele, et ettevõtete profiilid oleksid eespool nimetatud tunnuste alusel esinduslikud. Kokku viidi läbi 4 fookusgruppiintervjuud, millest igaüks koondas valitud tunnuste alusel sarnaseid ettevõtteid. Efektiivse fookusgruppiintervjuu protsessi tagamiseks piirati iga fookusgrupi osalejate arvu 5–10 inimesega (vt pikemalt 1.3).	• Veebiküsitluse tulemusi täiendasime fookusgruppide intervjuudega, mille käigus esitati eksportööridele edasiviivaid (täiendavaid) küsimusi, et jõuda tema vastuste sisuni ning ekspordiga seonduvate probleemide tegelike põhjusteni. • Poolstruktureeritud fookusgruppiintervjuude plaanid sisaldasid avatud küsimusi, mida intervjuueerijad said vajadusel käsitleda teises järjekorras või esitada ka edasiviivaid täpsustavaid küsimusi.

2.2 Ettevõtete veebiküsitlus

Akadeemiline majandusteooria eristab kaubeldavaid ja mittekaubeldavaid tegevusalasid. Neist esimestele on omane tootmise kõrge geograafiline kontsentratsioon ja toodete (potentsiaalne) eksporditavus. Mittekaubeldavatele tegevusaladele, nt metsa hooldamine või juuksuriteenused, on seevastu omane vahetu kliendikontakti vajadus, mis muudab ekspordi sisuliselt võimatuks.

Ettevõtete veebiküsitluseks töötasime koostöös tellijaga välja küsitlusankeedi, mis keskendus järgmistele teemadele (lähtudes esimeses peatükis välja toodud teoreetilistest lähtekohtadest):

- ▶ Tooted ja tarbijad
- ▶ Ekspordi kogemus ja takistused erinevates sihtriikides
- ▶ Internetiturundus ja e-kaubandus
- ▶ Tööjõud, koostöö haridus- ja teadusasutustega
- ▶ Sisseostuprotsess ja tarnijad

- ▶ Konkurents ja konkurentsieelised
- ▶ Muudatused ettevõtete tegevuses
- ▶ Riigi tugi tootearendusele ja ekspordile

Küsitlus viidi läbi kõikse valimiga. Seeläbi soovisime saavutada piisavat vastanute arvu, mis annaks võimaluse andmete analüüsimiseks tegevusalade jm profiilandmete põhisel.

Küsitletavad ettevõtted tuvastati järgmiselt:

- ▶ Eesti ettevõtete analüüsi alustasime majanduslikult aktiivsete ettevõtete tuvastamisest, kasutades selleks Eesti Maksu- ja Tolliameti avaandmeid müügikäibe, tasutud maksude ja töötajate arvu kohta. Majanduslikult aktiivsete ettevõtete küsitlemine oli uuringu seisukohast oluline – eeldasime, et nad on suurema tõenäosusega (potentsiaalsed) eksportöörid ning huvitatud uuringus kaasalöömisest (võrreldes ettevõtetega, mis näiteks ei tasu makse, ei esita deklaratsioone või on likvideerimisel). Keskendusime käibemaksukohuslastest äriühingutele, kes olid 2020. aasta teises ja/või kolmandas kvartalis deklareerinud töötajaid, tööjõumakse ja käivet.
- ▶ Eksportivate ja ekspordipotentsiaaliga ettevõtete leidmiseks keskendusime viiele EMTAK valdkonnale, mis on suurema ekspordipotentsiaaliga ja/või Eesti arengustrateegiates olulisemate tegevusaladena välja toodud. Finantsteenuseid pakkuvaid ettevõtteid otsustasime mitte küsitleda ning viia selle asemel läbi fookusgrupp valdkonna ettevõtjatega. Tellija huvidest lähtuvalt kaasasime uuringusse ka turba tootmisega tegelevad ettevõtted (EMTAK 8921), ent mitte teisi mäetööstuse valdkonna ettevõtteid.
- ▶ Ettevõtete edasiseks profileerimiseks ning selleks, et küsitluse käigus ettevõtjatele võimalikult vähe täiendavat halduskoormust tekitada, hankisime äriregistrist ettevõtete finantsnäitajad ning ametlikud kontaktandmed küsitlusele vastajate tuvastamiseks ja nendega kontakteerumiseks. Osade ettevõtete e-posti kontaktandmed olid puudulikud ning juhul, kui ametlik e-posti aadress oli mitmete ettevõtete puhul sama, otsustasime küsitlusse kaasata vaid suurema töötajate arvuga ettevõtte.

Veebiküsitluses osalemise kutse saadeti kokku 21 042 ettevõttele (Tabel 2) ning küsitlus viidi läbi novembris ja detsembris 2020.

Tabel 2. Küsitluse fookusvaldkonnad ning ettevõtete arv

Ettevõtte EMTAK	Ettevõtete arv
Kutse-, teadus- ja tehnikaalne tegevus	6 563
Töötlev tööstus	5 264
Veondus ja laondus	3 802
Info ja side	2 899
Põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük	2 481
Mäetööstus	
.. turba tootmine	33
Kokku	21 042

Küsitlusele vastasid kokku 1021 ettevõtte esindajad:

- ▶ Küsitlusele vastamise määr oli seega 4,9%.
- ▶ Üldiselt on vastused esinduslikud nii ettevõtete tegevusvaldkondade kui töötajate arvu osas.
- ▶ Keskmisest vähem aktiivselt osalesid küsitluses kahe valdkonna – „veondus ja laondus“ ning „põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük“ – ettevõtted (Tabel 3). See kajastab asjaolu, et

paljude nende valdkondade ettevõtete näol on tegemist vaid Eesti turule keskendunud ettevõtjatega, ning näitab ka üldist keerukust nende ettevõtete toodete ja teenuste eksportimisel. Osad nende valdkondade ettevõtjad andsid uuringu teostajatele otseselt tagasisidet ekspordipüüdluste puudumise kohta (vt allpool).

Tabel 3. Küsitletud ning küsitlusele vastanud ettevõtted tegevusvaldkondade põhisel

Ettevõtete EMTAK	Küsitletuid	Vastanuid	%
Kutse-, teadus- ja tehnikaalne tegevus	6 563	374	5,7
Töötlev tööstus	5 264	335	6,4
Veondus ja laondus	3 802	75	2,0
Info ja side	2 899	166	5,7
Põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük	2 481	66	2,7
Mäetööstus			
.. turba tootmine	33	5	15,2
Kokku	21 042	1 021	4,9

- ▶ Ka küsitlusele vastanud ettevõtted on töötajate arvu põhjal piisavalt esinduslikud.
- ▶ Töötajate arvu kasvades kasvab ka uuringus osalemise aktiivsuse määr. Oluliselt üle keskmise on uuringus kaasa löönud suuremate ettevõtete määr, mis näitab uuringu autorite hinnangul nii ekspordi olulisust nende jaoks kui ka valmisolekut poliitikakujundamises kaasa lüüa.

Tabel 4. Küsitletud ning küsitlusele vastanud ettevõtted töötajate arvu põhjal

Töötajate arv EMTA põhjal	Küsitletuid	Vastanuid	%
1 – 9	17 675	786	4,4
10 – 49	2 662	175	6,6
50 – 249	626	50	8,0
250 - ...	79	10	12,7
Kokku	21 042	1 021	4,9

Uuringu lähteülesanne sätestas ka osaluspõhiste erinevuste väljatoomise. Äriregistri andmete põhjal eristame 100% Eesti kapitalil põhinevaid ning välisosalusega ettevõtteid. Välisosalusega ettevõtteid oli küsitlusele vastanute hulgas 74 (14%), mis on võrreldav nende osakaaluga küsitletud ettevõtete hulgas (küsitletute hulgas oli välisosalusega ettevõtted 1042 ehk 20%). Küsitlusele vastanud 74-s välisosalusega ettevõttes on välisosalus osakaal erinev: 10 ettevõttes on see kuni 10%, 20 ettevõttes 10–50%, 17 ettevõttes 50–99% ning 27 ettevõttes 100%.

Lisaks andsid 149 ettevõtte esindajad uuringu korraldajatele e-posti teel tagasisidet, et nad pole eksportimisest huvitatud ja ei pea seetõttu ka küsitluses osalemist vajalikuks. Suurem osa kõnealustest ettevõtetest tegutseb valdkondades, kus tooted ja teenused on pigem kohaliku turu spetsiifilised.

Tabel 5. Ettevõtted, kes andsid tagasisidet, et ekspordipüüdlus puudub

Ettevõtete EMTAK	Ettevõtete arv
Kutse-, teadus- ja tehnikaalne tegevus	90
.. raamatupidamine, maksualane nõustamine	32
.. ärinõustamine jm juhtimisalane nõustamine	16
.. ehituslik insener-tehniline projekteerimine ja nõustamine	13
Põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük	22
.. metsamajandust abistavad tegevused	5
.. metsavarumine	5

Veondus ja laondus	22
.. kaubavedu maanteel	12
Töötlev tööstus	8
Info ja side	7
Kokku	149

Seega, kokkuvõttes koguti veebiküsitluse kaudu tagasisidet 1170 ettevõttelt ehk 5,6%-lt küsitletud ettevõtetest.

2.3 Fookusgruppide intervjuud

Eksportööride fookusgruppide intervjuud viidi läbi tuginedes poolstruktureeritud intervjuuankeedile, mida kohandati lähtudes konkreetse fookusgruppi kuuluvate eksportööride tunnustest. Kuigi fookusgruppide intervjuude esmane plaan koostati uuringu I etapi käigus, ei olnud välistatud vajadus teha fookusgruppides osalevate ettevõtete intervjuueerimisplaani pärast veebiküsitluse läbiviimist muudatusi. Sellest tulenevalt hinnati fookusgruppide intervjuuankeedi sobivust ja relevantsust veebiküsitluse tulemustega ning kohandati ankeeti vastavalt vajadusele, mille tulemusel oli võimalik tagada ankeedi parim sobivus fookusgruppide jaoks ning kogutavate andmete kõrge kvaliteet.

Fookusgruppide intervjuude valim koostati pärast veebiküsitluse läbiviimist küsitlusele vastanud ettevõtete seast, kes olid ankeeti jätnud enda kontakti valmisolekuga fookusgrupi intervjuul osaleda. Veebiküsitlusele vastanud eksportööride ja potentsiaalsete eksportööridega viidi läbi 3 fookusgruppiintervjuud, milles osalesid erinevate profiilidega ettevõtted, kes esindasid erinevaid tegevusalasid, omasid eksportimisel erinevaid kogemusi ning olid ka erinevate suurustega.

Fookusgruppiintervjuul osalemiseks saadeti intervjuueeritavatele personaalne kutse, milles kirjeldati intervjuu läbiviimise eesmärki, esitati esialgne intervjuu teemadering ning selgitati, miks on antud isiku osalemine uuringus vajalik.

Fookusgruppide intervjuud viidi läbi projektimeeskonna valdkondlike ekspertide ja analüütikute poolt, mis tagas, et intervjuueerijad orienteerusid käsitletavas teemas ning olid võimelised juhtima intervjuud selliselt, et omandada erinevaid fookusgrupi kui andmekogumismeetodi projektiivtehnikaid kasutades piisavalt mitmekülgne, aga võimalikult täpne ja spetsiifiline informatsioon uurimisküsimustele vastamiseks. Kuivõrd intervjuudele eelnes olemasoleva dokumenteeritud informatsiooni läbitöötamine, olid fookusgruppide läbi viivad analüütikud piisaval määral uurimisteemasse sisse elanud ning suutsid vastata intervjuueeritavate küsimustele. Fookusgruppiintervjuud viidi läbi samade analüütikute poolt, kes osalesid ka käesoleva analüüsi sisulise osa kirjutamises ning aitasid välja töötada veebiküsitlust, mis tagas omakorda projekti tõhususe.

Kokku viidi läbi kolm fookusgruppiintervjuud, mis baseerusid veebiküsitluse tulemustel ning keskendusid kolmele uuringu perspektiivis keskele teemale: ekspordi takistavad tegurid, e-kaubandus ning toetusmeetmed ja soovitused. Eraldi viidi läbi fookusgrupp FinanceEstonia MTÜ liikmetega, saamaks sisendit finantstehnoloogiasektori potentsiaalsetest probleemidest ja vajadustest ekspordi arendamisel.

Tabel 6. Fookusgruppide kirjeldus. Allikas: autorid. 2021.

Fookusgrupp	Toimumise aeg	Osalejate arv	Kommentaar
Ekspordi takistavad tegurid	21.01.2021	7	Fookusgrupis osales seitse erineva ekspordikogemusega ettevõtet erinevatest tööstusvaldkondadest. Fookusgrupi teemaks olid ekspordi takistavad regulatiivsed ja mitte-

			regulatiivsed tegurid. Valideeriti veebiküsitluse tulemusi takistuste, sihtriikide ning tööstusharude lõikes.
E-kaubandus	26.01.2021	5	Fookusgrupis osales viis erineva ekspordikogemusega ettevõtet erinevatelt tegevusaladelt. Fookusgrupi teemaks olid hoiak IT suhtes, e-kaubanduse kasutamine ja selle takistused ning turunduskanalite kasutamine. Lisaks valideeriti veebiküsitluse tulemus antud teemade lõikes ning koguti soovitusi riigipoolsete tegevuste ja toetusmeetmete arendamiseks.
Meetmed ja soovitused	28.01.2021	7	Fookusgrupis osales seitse erineva ekspordikogemusega ettevõtet erinevatest tööstusvaldkondadest. Fookusgrupi teemaks olid riigipoolsed toetusmeetmed, ent valideeriti ka veebiküsitluse tulemusi takistuste, sihtriikide ning tööstusharude lõikes.
Finantstehnoloogia	29.01.2021	7	Finantstehnoloogiasektoris tegutsevad ning eksportivad ettevõtted jagasid enda sektoris esinevaid takistusi nii konkreetset tasandil kui ka laiemalt, seda nii pangandus- ja finantssektori regulatsioonide kui ka Eesti mainekujunduse poole pealt.

2.4 Valdkonna ekspertide töötuba

Käesoleva uuringu raames viidi 3. veebruaril 2021 läbi valdkonna ekspertide töötuba, mis baseerus uuringu I ja II etapis saadud sisendil ning teisest andmetel, eksportööride ja potentsiaalsete eksportööride ankeetide tagasisidel ning läbi viidud fookusgruppide intervjuudel.

Uuringu I ja II etapi andmekogumise käigus koondatud informatsiooni ja andmete põhjal töötati välja esialgsed lahendused uurimisülesannetele ning sõnastati esialgsed järeldused, mille alusel töötati välja esialgsed poliitikasoovitused. Kõiki esialgseid järeldusi ja soovitusi analüüsiti ja valideeriti ekspertide töötoas. Ekspertide töötuba oli platvorm uuringu tulemuste põhjal sõnastatud järelduste kvaliteedikontrolli läbiviimiseks ning tagas omakorda, et välja töötatavad soovitused riigipoolsete ettevõtlusalaste meetmete ja tegevuste kohta oleksid praktiliselt rakendatavad ja ettevõtete seisukohast ka vajalikud ning kasulikud.

Ekspertide töötoas osalejad käesolevas uuringus olid:

- Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi esindajad
- Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse esindajad
- Välisministeeriumi esindajad
- AS-i KredEx Krediidikindlustus esindajad
- Valitud esindusorganisatsioonide, ettevõtluse tugiorganisatsioonide ja erialaliitude esindajad

Nii nagu eksportööride intervjuud, viidi ka ekspertide töötuba läbi valdkonda tundvate ja projektis osalevate ekspertide poolt.

Poliitikasoovituste väljatöötamine lähtus eelkõige riiklikest prioriteetidest ja strateegiatest, mistõttu oli ka tellija osalus töötoas olulise tähtsusega. Töötoas osales 28 inimest (sh neli uuringu läbiviijat), mis tagas igale osalejale võimaluse rääkida ja arvamust avaldada, kuid samas kindlustas ka arvamuste mitmekesisuse, mille tulemusel jõuti sisukamate ning konkreetsemate tulemusteni.

Ekspertide töötoa kava ja materjalid töötati välja andmekogumise tulemuste põhjal koostöös projektimeeskonna valdkondlike ekspertidega ning kooskõlastati tellijaga. Töötoa kestuseks oli 2 tundi.

Ekspertide töötoa arutelude tulemusel ja nendest kogutud info põhjal täiendati ja teostati täiendavat andmeanalüüsi ning sealt saadud sisendit kasutati ulatuslikult ära soovitude väljatöötamiseks.

2.5 Andmeanalüüs

Uuringu läbiviimisel tuginesime võimalikult palju Eesti avaliku sektori käsutuses olevatele avalikele andmetele (sh Eesti Maksu- ja Tolliameti, äriregistri, riigiabi ja vähese tähtsusega abi registri andmetele), vähendades küsitlusega ettevõtjatele tekitatavat täiendavat halduskoormust.

Eksportööride veebiküsitluse kvantitatiivseid andmeid (nt skaalaliste vastustega küsimused) analüüsisime statistiliste meetoditega, millega iseloomustatakse tunnuste jaotust. Edasiseks analüüsiks kasutasime andmetöötlus- ja analüüsirakendusi RStudio ja MS Excel.

Veebiküsitluse käigus kogutud andmeid analüüsisime ka hanke lähteülesandes toodud ettevõtjate tüüpide lõikes.

- Ekspordikogemus (mitteeksportivad, ent ekspordipotentsiaaliga ettevõtted, kuni 5 aastat ekspordiga tegelenud ettevõtted, rohkem kui 5 aastat ekspordiga tegelenud ettevõtted)
- Ekspordi osatähtsus müügitulus ($< 25\%$, 25% kuni 50% , $\geq 50\%$)
- Ettevõtte suurus (mikroettevõtte, väikeettevõtte, keskmise suurusega ja suurettevõtte)
- Osaluspõhine ettevõtjate erinevus (100% Eesti kapitalil põhinev, välisosaluselise ettevõtte)
- Ärimudel (allhankijatest eksportöörid, lõpptooted müüvad ettevõtted, teenuste eksportijad)
- Ettevõtte arendustegevuse intensiivsus
- Sihtturgude mitmekesisus (lähiriikidesse eksportivad ettevõtted, regioonivälistesse EL-i liikmesriikidesse eksportivad ettevõtted, kolmandatesse riikidesse eksportivad ettevõtted)

Samas, vaatamata suhteliselt suurele küsitlusele vastanute arvule (1021 ettevõtet), ei saa kõigi tüüpide lõikes detaileid järeldusi teha, sest vastanute arv on kohati liiga madal.

Veebiküsitluse ja fookusgruppide tulemusi võrdlesime omakorda sarnaste 2010. ja 2015. aastal tehtud uuringute tulemustega nende uurimisküsimuste puhul, mis on varasematega võrreldes samaks jäänud. Selleks koostasime võrdleva tabeli, et kõrvutada mõlema uuringu tulemusi ning tuvastada muutused eksportööri konkurentsipositsioonides. Tulenevalt erinevate uuringute erinevatest lähteülesannetest erinevad 2010. ja 2015. aasta ning käesolev uuring omavahel nii fookuse, ülesehituse kui ka laiemal struktuuri poolest, mistõttu ei olnud võimalik koostada samade või kattuvate muutujate baasil võrdlevat andmeanalüüsi läbivalt. Küll aga on seda tehtud võtmejäreldeste osas.

Eksportööride fookusgruppide käigus kogutud kvalitatiivne, sisuline info aitas tõlgendada, täiendada ja selgitada kvantitatiivseid andmeid ning jõuda ettevõtjate vastuste probleemide, kitsaskohtade ja vajaduste tegeliku sisuni, mida pole võimalik kvantitatiivselt analüüsida.

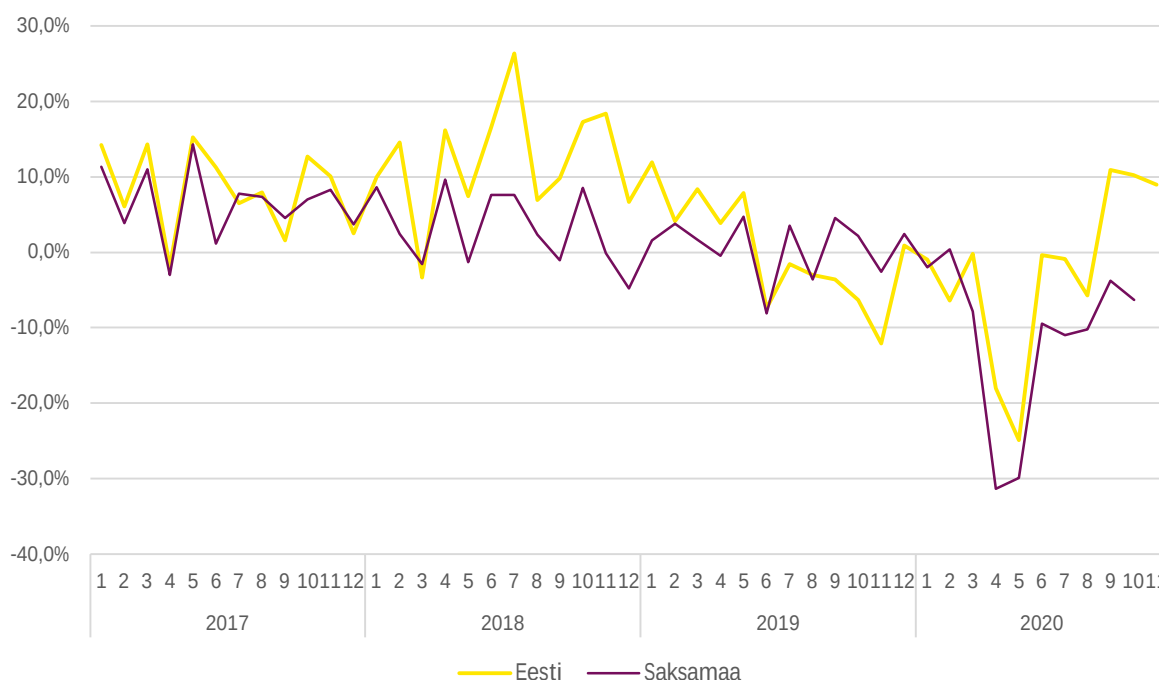
Eksportööride kvalitatiivsete andmete analüüsimiseks süstematiseerisime kogutud informatsioon ja esitasime ülevahtlikult kirjeldatud kujul. Võimalusel kvantifitseerisime kogutud teabe (st koostasime kodeerimissõnastiku), mille tulemusel oli meil võimalik analüüsida kvalitatiivseid andmeid ka kvantitatiivsest perspektiivist. Vaatamata sellele jäi fookusgruppide intervjuude käigus kogutud informatsiooni põhieesmärgiks aga siiski kvantitatiivsete andmete tõlgendamine ja sisuline põhjendamine, mistõttu ei esita me aruandes ka erinevate andmekogumismeetoditega saavutatud tulemusi eraldiseisvates peatükkides, vaid seostatud tekstina pigem teemade kaupa (nt eksportööride konkurentsipositsioon, eksportööride ekspordi kasvuvõimalused, omatoodete tootmine).

3. Eesti ekspordi ülevaade

3.1 Eesti ekspordi üldiseloostus

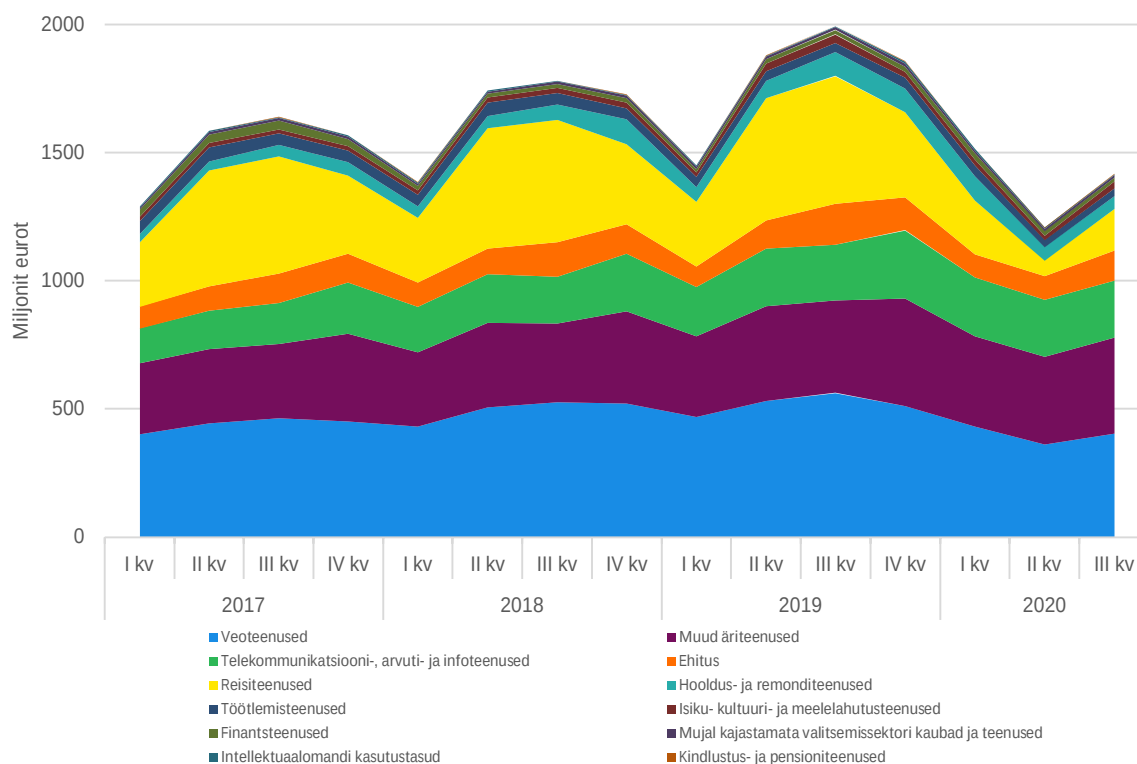
Eesti kaupade ekspordi kasv on olnud – sarnaselt Euroopa suurimale eksportööri Saksamaale – alates 2018. aastast eelmise aasta sama perioodiga võrrelduna püsivalt langustrendis. See on kooskõlas alates 2018. aastast laiemalt aset leidnud väliskaubanduse ja maailmamajanduse kasvu aeglustumisega.

COVID-19 pandeemia tõi 2020. aasta esimeses pooles täiendavalt kaasa kaupade ekspordi järsu languse, mis pöördus aasta lõpus arvestatavaks kasvuks (Joonis 2). Kokkuvõttes jäi Eesti kaupade eksport 2020. aastal siiski eelmise aastaga samale tasemele.



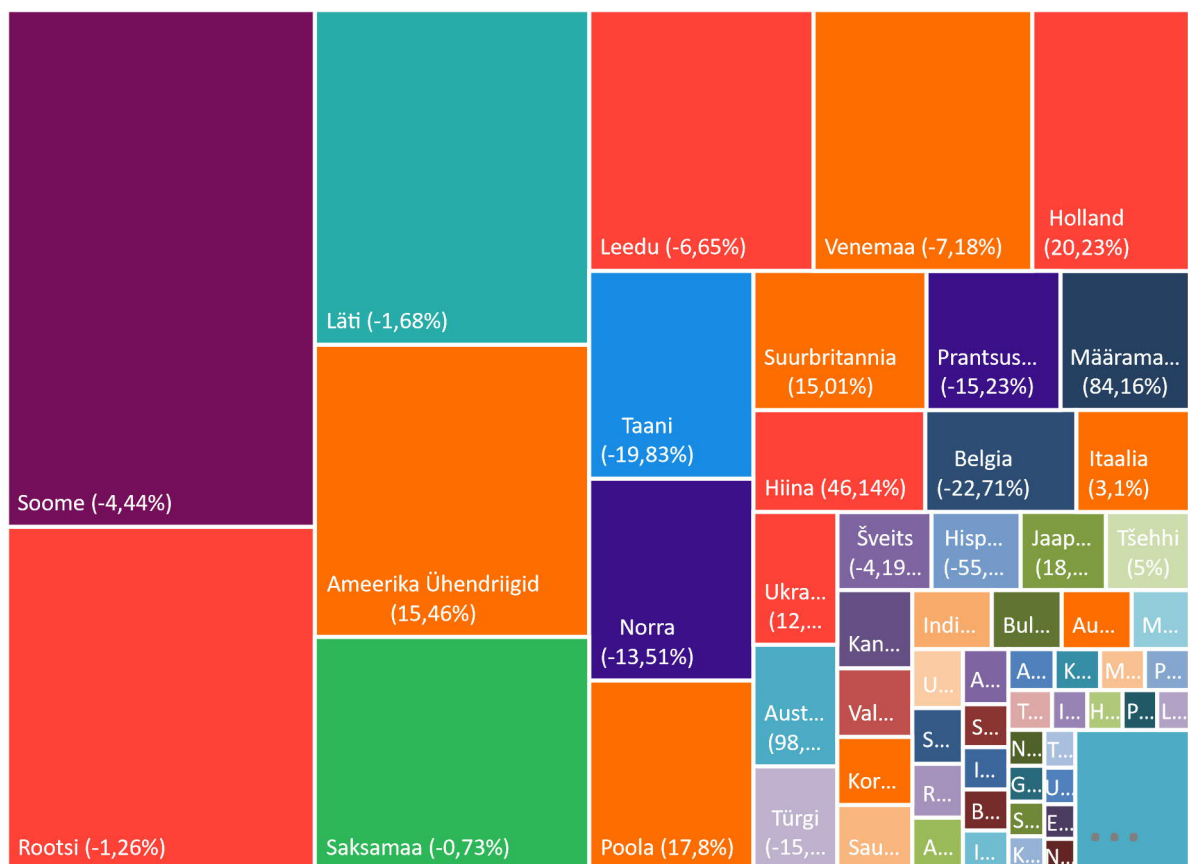
Joonis 2. Eesti ja Saksamaa kaupade eksport kuude lõikes. Allikas: Comexti andmebaas, Eurostat 2021.

Teenuste sektor seevastu on olnud koroonaviirusest oluliselt tugevamini mõjutatud. Kui Eesti kaupade eksport vähenes 2020. aasta II kvartalis eelmise aastaga võrreldes ligikaudu 20%, siis teenuste eksport koguni 55%. Eesti reisiteenuste müük mitteresidentidele oli seejuures 2020. aasta III kvartalis vaatamata COVID-19 piirangute leevendamisele 67% väiksem kui eelmise aasta samas kvartalis. Eesti teenuste ekspordi vähenemine 2020. aasta III kvartalis tuleneski peaaesjalikult reisi- ja veoteenuste ning vähemal määral ka ehitus-, hooldus- ja remonditeenuste ekspordi vähenemisest. (Joonis 3)



Joonis 3. Eesti teenuste eksport kvartalite lõikes. Allikas: Eesti Statistikaamet, 2021.

Statistikaameti andmetel eksporditi Eestist 2020. aastal kaupu 184 riiki. Eksport Euroopa Liidu (EL 27) riikidesse moodustas seejuures 66% Eesti koguekspordist. Eesti kaubavahetuse puudujääk EL 27 riikidega oli 2 miljardit eurot, mis on 0,4 miljardit eurot vähem kui 2019. aastal. Eesti peamisteks kaupade ekspordi partneriteks olid jätkuvalt Soome, Rootsi ja Läti. Sellal kui kaupade eksport neisse ja teistesse lähematesse Läänemere regiooni riikidesse vähenes, näitas eksport USA-sse, Hiinasse, Indiasse, Kanadasse, Jaapanisse, Korea Vabariiki, aga ka mitmetesse Lääne-Euroopa riikidesse tugevat kasvu. (Joonis 4)



Joonis 4. Eesti kaupade eksport 2020. aastal riikide lõikes. Allikas: Eesti Statistikaamet, 2021.

2019. aastal tuli 2/3 Eesti kaupade ja teenuste ekspordist tarnijate poolt domineeritavatest tegevusaladelt. Nende tegevusalade areng tugineb ennekõike teistel tegevusaladel loodud sisenditele, sh spetsialiseeritud tarnijatelt sisse ostetud suhteliselt standardsetele masinatele ja seadmetele. Tarnijate poolt domineeritavate tegevusalade ettevõtted ei investeerinud tüüpiliselt ise suures mahus teadus- ja arendustegevusse ning innovatsiooni. Nende äri edukus sõltub ennekõike tööprotsesside võimalikult tõhusast korraldamisest, samas kui sisendite ja tehnoloogia tarnijate väga suur turujõud mõjutab oluliselt ettevõtete majandustulemusi.¹³

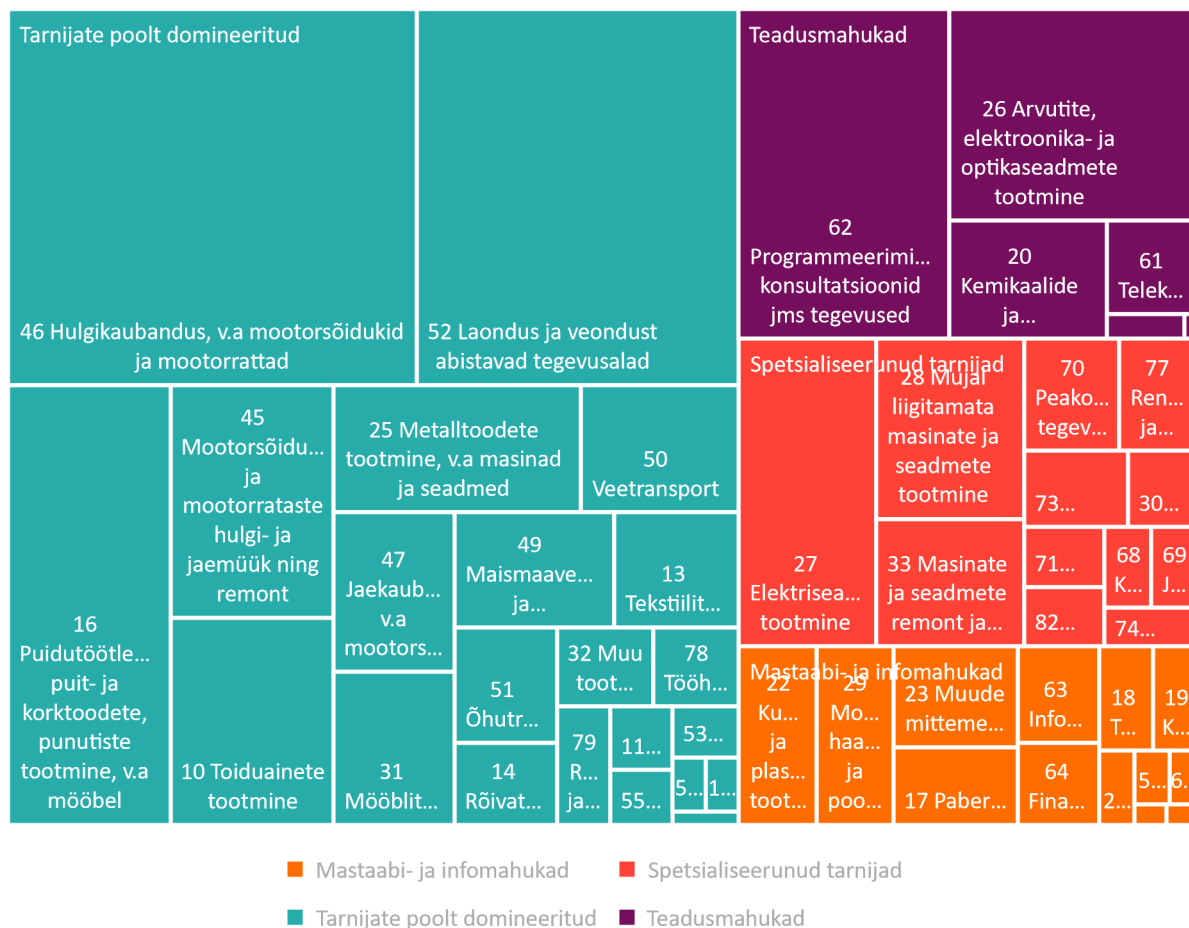
Mastaabi- ja infomahukate tegevusalade osakaal Eesti kaupade ja teenuste ekspordis on samas suhteliselt tagasihoidlik. Mootorsõidukite ja haagiste ning paberi ja pabertoodete ekspordi maht oli 2019. aastal vastavalt 250 miljonit ja 170 miljonit eurot. Need, rahvusvahelises võrdluses tagasihoidlikud ekspordimahud viitavad, et Eestis on nende näol tõenäoliselt tegemist pigem nišitoodetega ning ettevõtetel tuleks arvestatava mastaabisäästu saavutamiseks ja seeläbi konkurentsivõime tõstmiseks mahtusid oluliselt kasvada.

Spetsialiseeritud tarnijad on tegevusala, kus luuakse teistele tegevusaladele mõeldud teadmistemahukaid sisendeid. Sellele tegevusalade grupile on omased suurema teadmistemahukusega ettevõtted, mis teevad klientidega tihedat koostööd. Nende ettevõtete

¹³ Vt Pavitti taksonoomia kohta lähemalt: Pavitti, K. (1984), Patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory. Research Policy, 13, 343–374; Bogliacino, F. ja Pianta, M. (2016), The Pavitti Taxonomy, revisited: patterns of innovation in manufacturing and services, Economia Politica: Journal of Analytical and Institutional Economics, 33(2), 153–180.

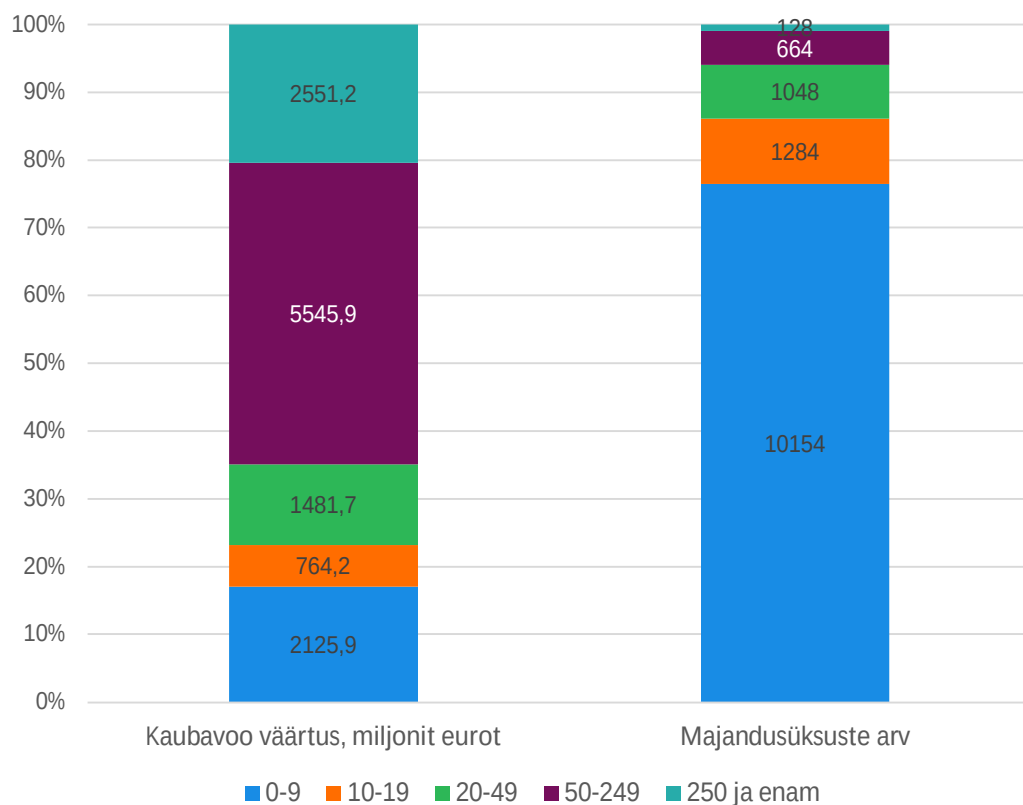
peamised konkurentsieelised tulenevad varasematest kogemustest, disainialastest teadmistest jmt, mitte süvitsi minevast teaduslikust uurimistööst.

Teadusmahukatele tegevusaladele, näiteks elektroonika- või farmaatsiatööstus, on rahvusvahelises plaanis omane ettevõtetes tehtava teadus- ja arendustegevuse oluline roll toodete ja tööprotsesside kujundamisel. See võimaldab pakkuda unikaalseid, konkurentide omadest kvalitatiivselt paremate omadustega tooteid, millega on konkurentidel keeruline võistelda. Eesti erasektori investeeringud teadus- ja arendustegevusse on küll viimase kümne aasta jooksul kasvanud, kuid jäävad tehnoloogia eesliinil olevate riikide vastavatest näitajatest endiselt maha. See viitab Eesti suhteliselt nõrgemale positsioonile elektroonika- ja farmaatsiatööstuse jmt väärtusahelates.



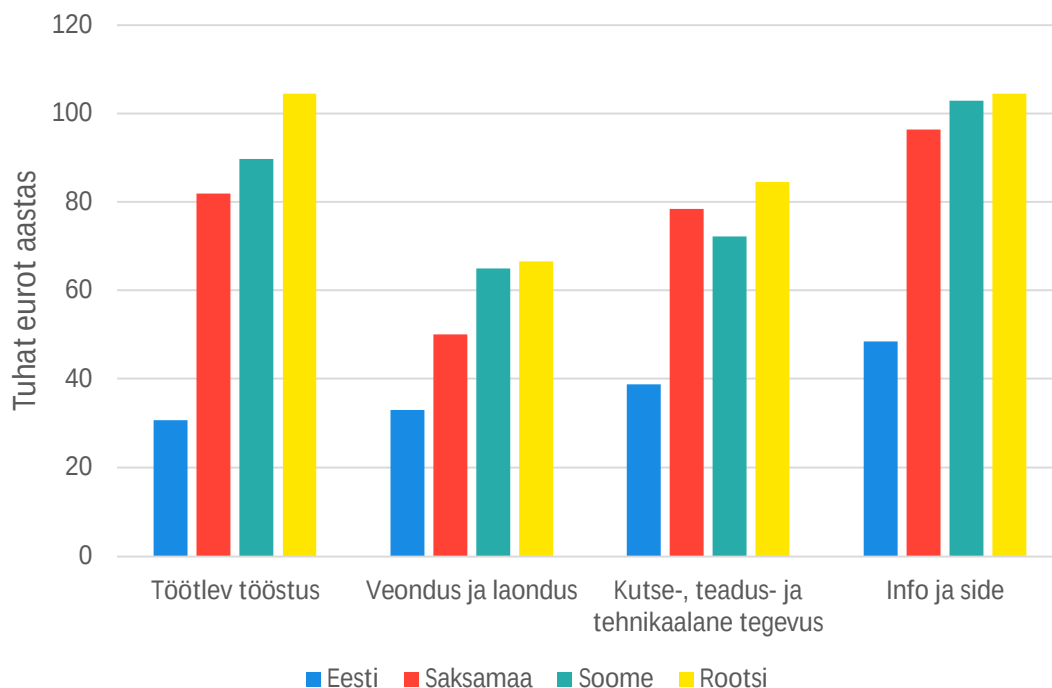
Joonis 5. Eesti kaupade ja teenuste eksport 2019. aastal Pavitti tegevusalade taksonoomia järgi. Allikas: Eesti Statistika, 2020; autorite arvutused.

Eesti kaupade eksport on seejuures ka väga tugevalt kontsentreeritud: 50 ja enama töötajaga ettevõtted, mis moodustavad kõigest 5% eksportivatest ettevõtetest, teevad 2/3 Eesti kaupade ekspordist (Joonis 6).



Joonis 6. Kaubavoo väärtus ja majandusüksuste arv töötajate arvu põhjal, 2019. Allikas: Eesti Statistika, 2020; autorite arvutused.

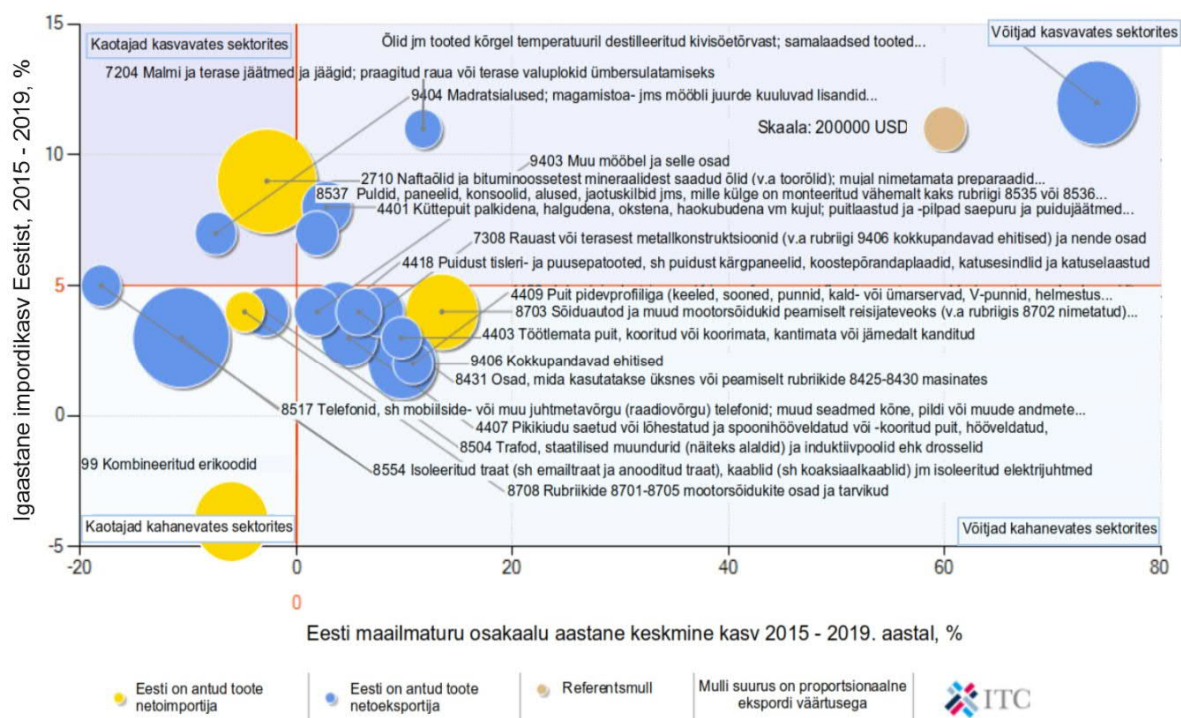
Samas tuleb tähele panna, et töötlevas tööstuses, kust tuleb 2/3 ekspordist, on mahajäämus tööjõu tootlikkuse osas meie põhiliste eksportriikidega võrreldes ligikaudu kolm korda ning teistes uuringuga kaetud olulisemates teenuste valdkondades on mahajäämus reaalses eurodes mõõdetuna kaks korda (Joonis 7). See viitab osalt struktuursetele probleemidele: töötleva tööstuse sees spetsialiseerume neile tegevustele, kus ka Soome, Rootsi ja Saksamaa on tootlikkus madalam ning mahajäämus on eeldatavasti kinni ka toodete keerukuses, ärimudelites, töökorralduses (tuleme nende teemade juurde täpsemalt peatükis 4.1).



Joonis 7. Tööjõu tootlikkus: Eesti, Saksamaa, Soome, Rootsi. Allikas: Eurostat, 2021; autorite arvutused.

Eesti on teinud viimasel 4-5 aastal väga head tööd põlevkivist õli jmt tootmisel ning suurendanud selles kiiresti kasvanud nõudlusega kaubagrupis oluliselt oma turuosa maailmaturul. Aeglasele turunõudluse kasvule vaatamata on Eesti suurenenud oma turuosa ka puidu- ja puittoodete, paberi, mööbli, masinate ja seadmete jmt ekspordis. Samas on Eesti kaotanud maailmaturu turuosa aga sideseadmete ekspordis (Joonis 8). Maailmaturu nõudluse kasvu pidurdumine selles kaubagrupis on arvatavasti siiski ajutine ning seostatav ettevalmistustega uue, 5. põlvkonna mobiilside lahenduste kasutuselevõtuks. Elektri- ja elektroonikaseadmete puhul on laiemalt jätkuvalt alust oodata maailmaturu nõudluse kiiret kasvu. Samas on aga Euroopa elektri- ja elektroonikaseadmete tootmine kaotamas Hiinale konkurentsivõimes.¹⁴

¹⁴ Garcia-Herrero, A. ja Turegano, D.M. (2020), Europe is losing competitiveness in global value chains while China surges, Bruegel, <https://www.bruegel.org/2020/11/europe-is-losing-competitiveness-in-global-value-chains-while-china-surges/>.

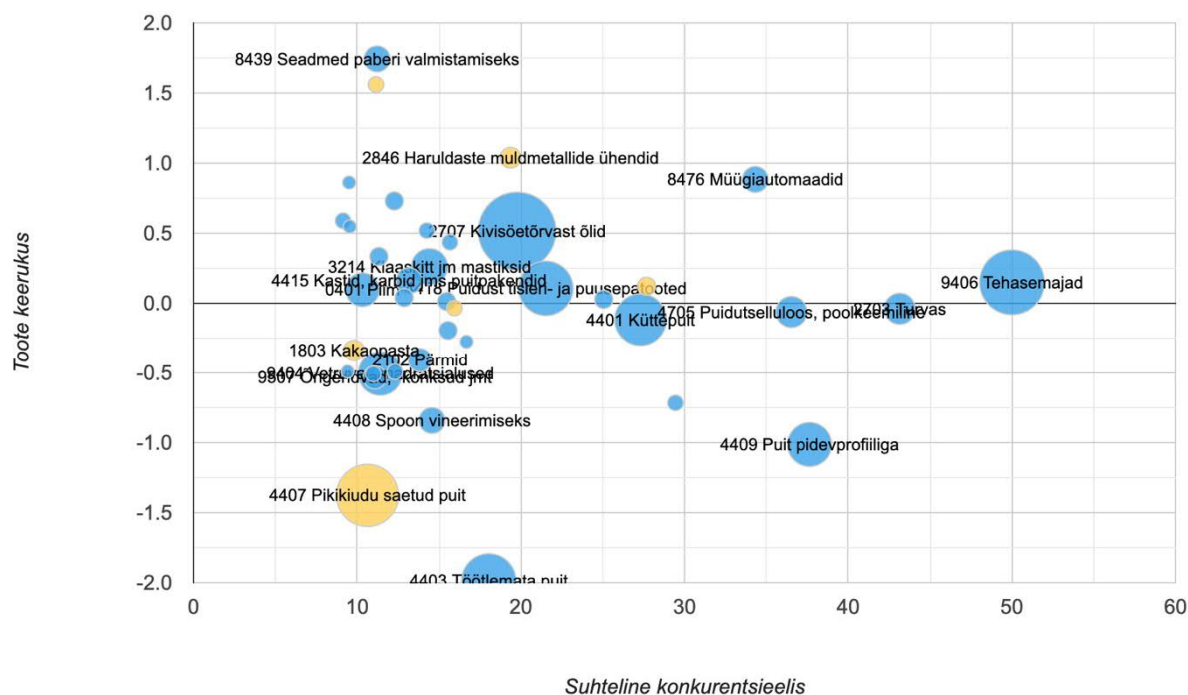


Joonis 8. Eesti kaupade ekspordi kasv ja maailmaturu nõudluse muutus 2015–2019. Allikas: International Trade Centre 2020.

Seetõttu analüüsime järgnevalt Eesti ekspordi konkurentsivõimet maailmaturul, võttes arvesse ka toodete keerukust, mis näitab toote tootmiseks vajalike teadmiste mitmekesisust ja keerukust. Maailma riikide majanduse keerukuse analüüs näitab, et kõige keerukamaid tooteid, mis eeldavad põhjalikke teadmisi, spetsiaalset infrastruktuuri jne, suudavad toota vähesed riigid. Teisisõnu spetsialiseeruvad vaesemad riigid selliste toodete toomisele, mille tootmine on kvalifitseerimata tööjõu ning loodusressursi mahukas; samas rikkamad riigid spetsialiseeruvad toodete tootmisele, milleks on vaja infrastruktuuri, institutsioone, inim- ja füüsilist kapitali.¹⁵

Toodete ekspordi maht ei peegelda seega tingimata nende toodetega seoses ettevõtetes loodavat lisandväärtust ega ekspordi panust elatustaseme kasvu. Nii näiteks on Eesti väga konkurentsivõimeline saematerjali eksportöör, kuid selle toote lisandväärtuse potentsiaal on reeglina palju väiksem kui näiteks tehase majade, paberi, paberitootmise masinate või keerukate elektroonika-seadmete puhul. Majanduse konkurentsivõime ja elatustaseme tõstmiseks on seega küll otstarbekas hoida turuosa ka madalama keerukusega tootegruppides, kuid investeerida osa eksporditulust järjest suurema keerukusega tootegruppidesse ja tegevusaladele sisenemisse.

¹⁵ Hidalgo et al. (2007), The Product Space Conditions the Development of Nations, Science, 317(5837), 482–487.



Joonis 9. Eesti konkurentsivõimelisimad ekspordi kaubagrupid ja nende keerukus, 2018. Allikas: Industrial Competitiveness Atlas, Policy Lab 2020; The Growth Lab at Harvard University, "Growth Projections and Complexity Rankings, V2", 2020.

Märkus. Eesti on sinisega märgitud kaubagruppides netoeksportöör ja kollasega märgitud kaubagruppides netoimportöör.

3.2 Uuringus osalenud eksportööride ja potentsiaalsete eksportööride profiil

3.2.1 Senine ekspordikogemus

Statistikaamet koostas 2018. aastal keskmise Eesti eksportööri profiili¹⁶, mille kohaselt eksportis 2018. aastal keskmine Eesti eksportija kolme toodet kahte sihtriiki kokku keskmiselt 2,5 miljoni euro eest aastas ning seal töötas kuus inimest. Ekspordi väärtuse mediaan oli 2018. aastal 223 000 eurot. Vaid ühte toodet eksportis 2018. aastal 30% eksportööridest ning enam kui kaheksat toodet 31% eksportööridest. 46% eksportööridest eksportis enda toodet 2018. aastal ühte sihtriiki ning kuude ja enamasse sihtriiki eksportis 21% eksportööridest.

Enim eksportijaid oli hulgi- ja jaekaubanduses tegutsevate ettevõtete seas (44%). Sellise ettevõtte ekspordikäive oli 2018. aastal keskmiselt 1,4 miljonit eurot ning ettevõtte eksportis peamiselt kahele sihtturule. Teiseks suurimaks eksportivaks majandusharuks oli 2018. aastal töötlev tööstus, milles tegutsevate majandusüksuste osakaal oli 2018. aastal 34%. Nende keskmine ekspordimaht oli 4,1 miljonit eurot ning keskmiselt eksportis antud valdkonna keskmine ettevõtte kolme toodet kolmele välisurule. Teistel tegevusaladel jäi eksportivate ettevõtete osakaal alla 6% kuue protsendi kõikidest ettevõtetest.

Ühe või kahe hõivatuga eksportivad majandusüksused moodustasid 2018. aastal 36% eksportijate koguarvust ning suurettevõtted üle 250 hõivatuga moodustasid 2018. aastal vaid 2% eksportijatest.

¹⁶ Statistikaamet (2018), Eesti eksportiva majandusüksuse portree 2004 vs. 2018, <https://www.stat.ee/et/uudised/2019/05/07/eesti-eksportiva-majandusüksuse-portree-2004-vs-2018>.

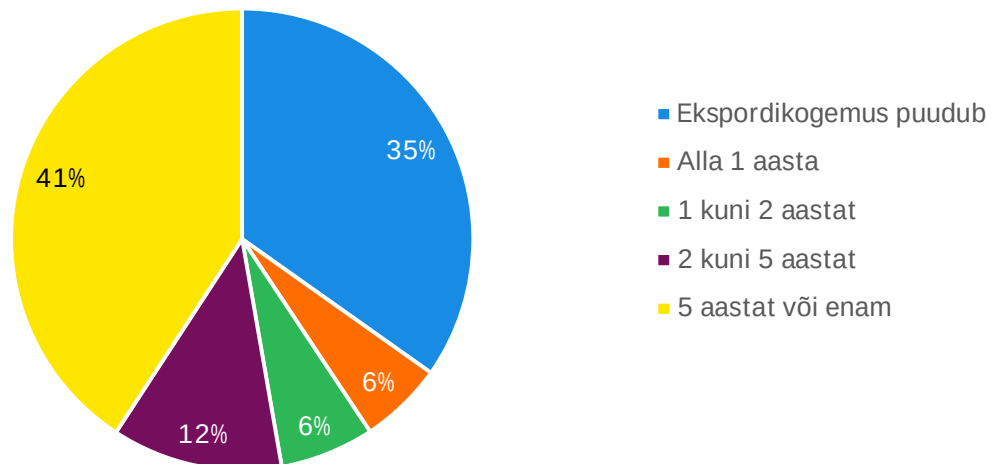
Iga seitsmes eksportija oli väikese suurusega ettevõtte, kus oli kuni 19 hõivatut. Keskmise suurusega ettevõtteid, kus on 20 kuni 249 hõivatut, moodustasid 2018. aastal 27% kõigist eksportijatest.

Uuringu tarbeks läbi viidud ettevõtete veebiküsitluse tulemustest selgus, et kaks kolmandikku (65,2%) uuringus osalenud ettevõtetest omas ekspordikogemust. Samas, neist 35%-st ekspordikogemusega ettevõtetest omas eksportööridega seoseid pea kolmandik:

- ▶ 7,6% küsitletutest ei omanud ekspordikogemust, ent müüs sisendeid eksportivatele ettevõtetele.
- ▶ 2,5% küsitletutest ei omanud ekspordikogemust, ent müüs oma tooteid edasimüügiks eksportööridele ja andis sisendit eksportivatele ettevõtetele.
- ▶ 0,6% küsitletutest ei omanud ekspordikogemust, ent müüs oma tooteid edasimüügiks eksportööridele.

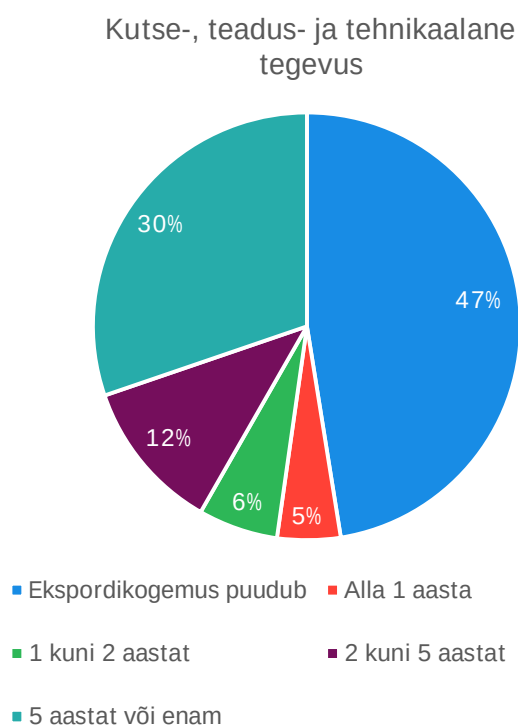
Seega, ekspordi ja eksportööridega ei omanud otseseid seoseid vaid ligikaudu 24% ettevõtetest.

Tähelepanuväärne on ka see, et 40,8% vastanutest omasid enam kui viie aasta pikkust ekspordikogemust ning neid ettevõtteid, kelle ekspordikogemus oli väiksem kui aasta, oli uuringus osalenutest vaid 5,9%. Uuringus osalenud eksportivad ettevõtted on seega suures osas kas keskpika või pikaajalise ekspordikogemusega.

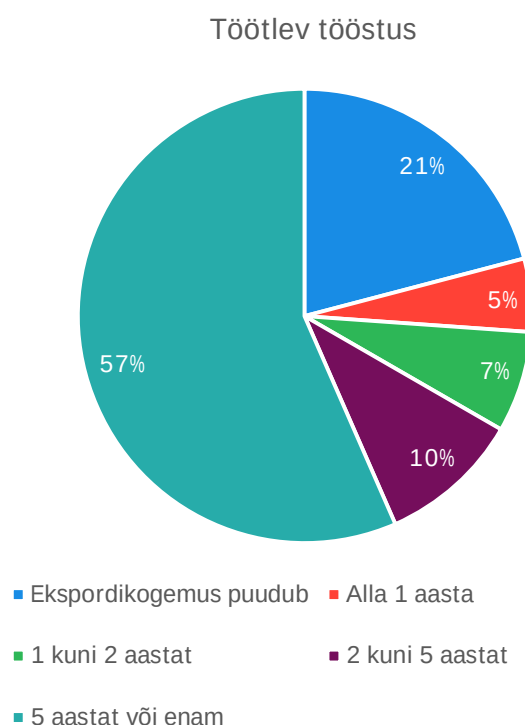


Joonis 10. Ettevõtete ekspordikogemus, (n = 868). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Eraldi uuriti ka ettevõtete ekspordikogemust nii sektorite kui ka ettevõtete suuruste lõikes. Enim oli ettevõtteid, millel ekspordikogemus puudus, kutse-, teadus- ja tehnikaalases tegevuses. Seevastu suurim ekspordikogemus, sh enam kui viieaastane ekspordikogemus, oli töötleva tööstuse ettevõtetel.



Joonis 11. Ettevõtete ekspordikogemus, kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus, (n = 314). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.



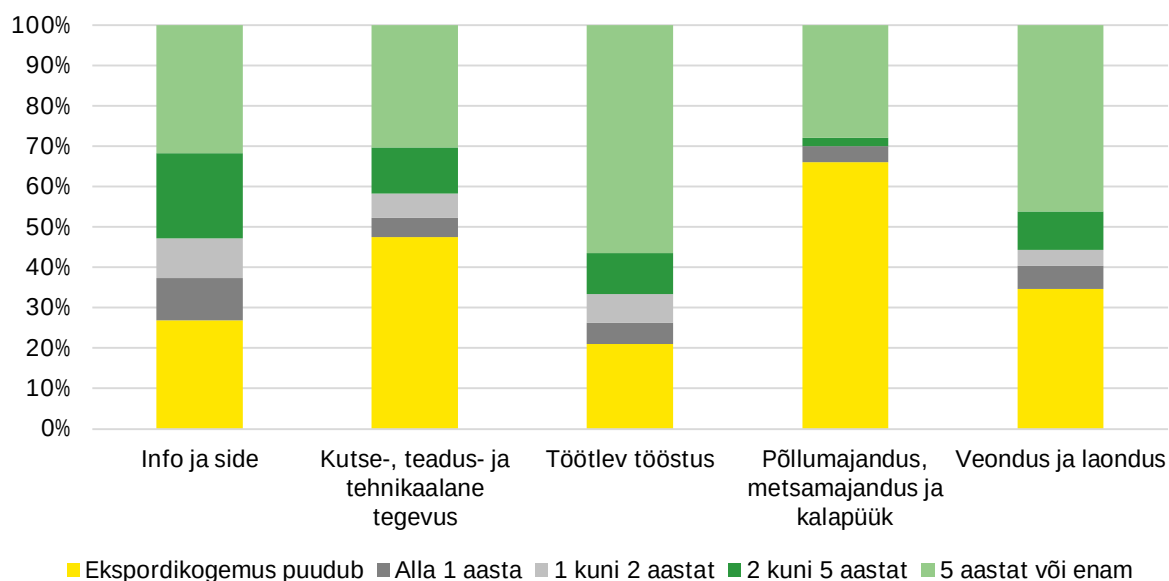
Joonis 12. Ettevõtete ekspordikogemus, töötlev tööstus, (n = 306). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Info ja side valdkonna ettevõtete ekspordikogemus jagunes ühtlaselt: 27% uuringus osalenud ettevõtetest ei omanud ekspordikogemust ning 31% omas enam kui viieaastast ekspordikogemust. Info ja side valdkonnas on eksport viimastel aastatel enam kui kahekordistunud. Kui 2013. aastal eksportis info ja side sektor 452,8 miljoni euro väärtuses teenuseid, siis 2019. aastaks oli see tõusnud juba 1157,4 miljoni euro peale¹⁷.

Veonduses ja laonduses omas 46% uuringus osalenutest enam kui viie aasta pikkust ekspordikogemust ning 34% antud sektori ettevõtetest ei omanud üldse ekspordikogemust. Seega on veonduses ja laonduses polariseerumine hästi suur: ettevõtted kas ekspordivad ja on teinud seda juba pikalt ning see on ilmselt ka nende ärimudeliks või on tegemist Eesti siseturul tegutseva ettevõttega, millel plaane välisurgudele siseneda ei ole. Sarnane pilt joonistub välja ka põllumajanduses, metsamajanduses ja kalapüügis: uuringus osalenutest 66% ei omanud mingit ekspordikogemust ning kolmandik omas enam kui viieaastast ekspordikogemust. Seega võib eeldada, et tulenevalt sektorist on ilmselt suur

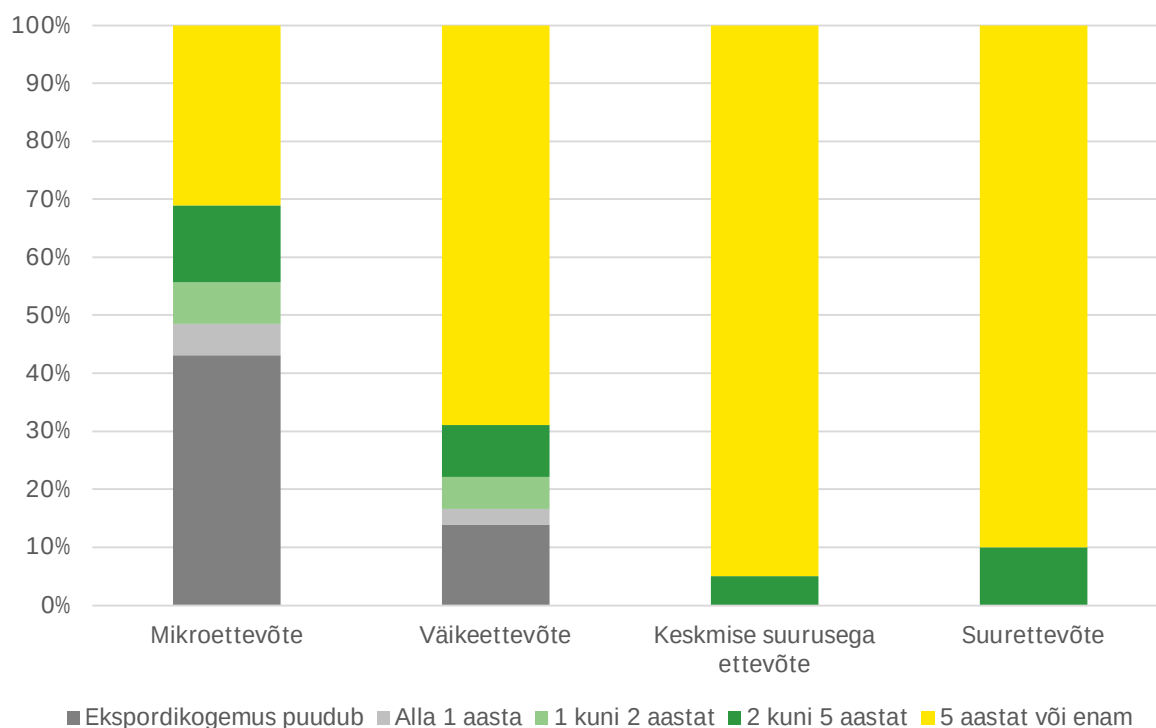
¹⁷ Statistikaamet (2021), väliskaubandus, <http://andmebaas.stat.ee/Index.aspx?lang=et&DataSetCode=VKT10>.

osatähtsus ka ärimudelil, mis on keskendunud kas Eesti siseturule või suunatud kohe algusest ekspordile.



Joonis 13. Ettevõtete ekspordikogemus ajas tegevusalade kaupa (n = 864). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

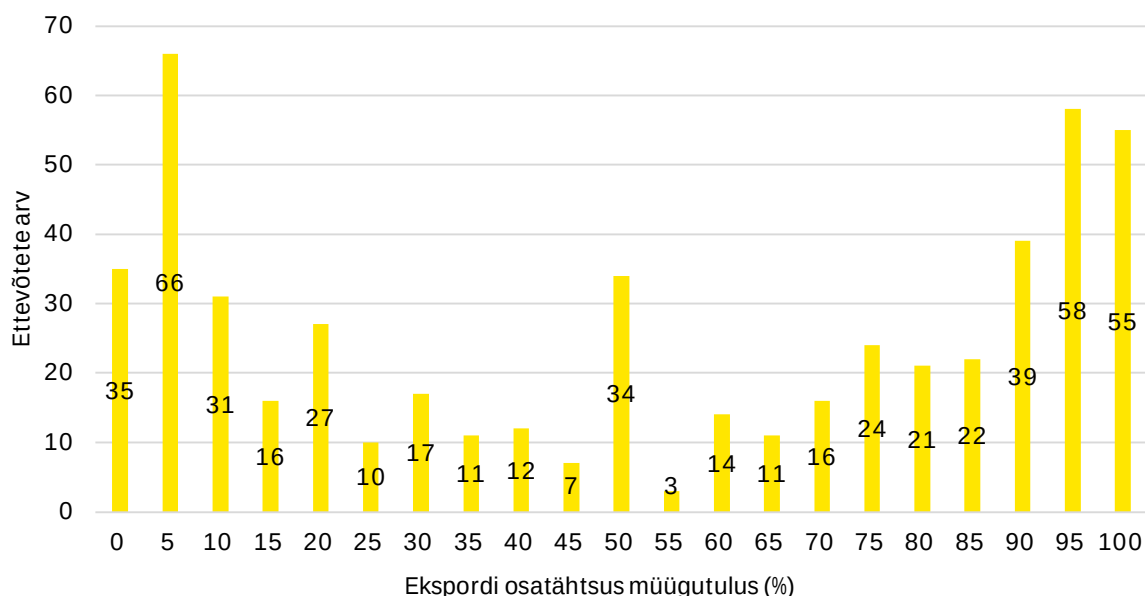
Tuues juurde ka ekspordikogemuse ajas ettevõtete suuruste lõikes (määratlus on tehtud käesolevas töös töötajate arvu baasil), joonistuvad välja küllaltki selged mustrid. Ettevõtted, kellel ekspordikogemus suures osas puudus, olid töötajate arvu poolest mikroettevõtted ehk kuni üheksa töötajaga ettevõtted.



Joonis 14. Ettevõtete ekspordikogemus ettevõtte suuruse alusel, (n = 868). Allikas: autorid, küsitluse põhjal, 2021.

3.2.2 Ekspordi osatähtsus müügitulus

Uuringus osalenud ettevõtete ekspordi osatähtsus müügitulus oli küllaltki erinev, kuigi enim oli neid ettevõtteid, kelle ekspordi osatähtsus müügitulus oli 50% või enam (297 ettevõtet). 232 ettevõtet märkis ekspordi osatähtsuseks müügitulus 0–50%, neist ligemale 7% oli neid ettevõtteid, kelle ekspordi osatähtsus müügitulust oli 0%.

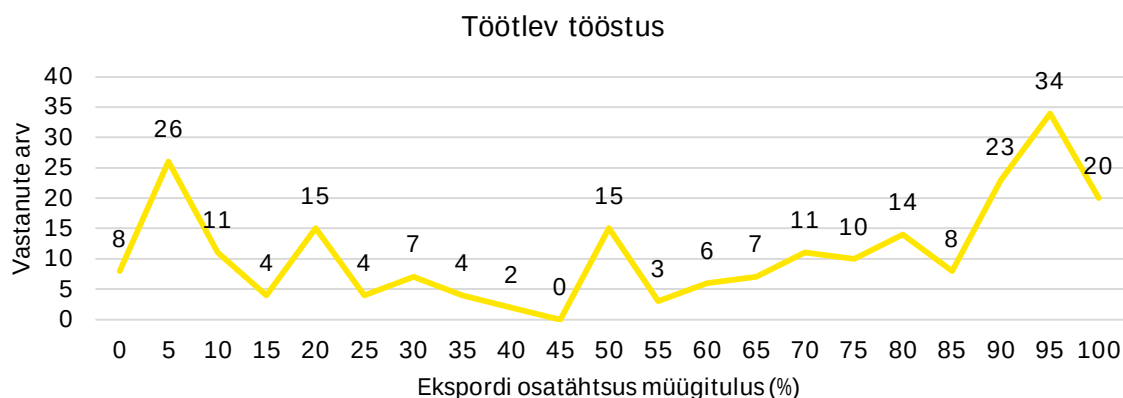


Joonis 15. Ekspordi osatähtsus müügitulus, (n = 529). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Küsitlustulemustest on ka näha, et neid ettevõtteid, kelle jaoks ekspordi osatähtsus müügitulus on kaks kolmandikku või enam, on 45% kõikidest vastanutest, ehk ligi pooled ettevõtted, kes uuringus osalesid, on suures osas ekspordile orienteeritud ärimudeliga. Samuti võib eeldada, et ka selliste ettevõtete sõltuvus välisturgudest on suur ning volatiilsus nii maailmamajanduses üldisemalt kui ka finants- ja aktsiaturgudel võib mõjutada suurel määral ka selliste ettevõtjate käekäiku. Sellest tulenevalt on oluline teada, millised on need ekspordi takistavad ja piiravad tegurid, mida ekspordist suures osas sõltuvad ettevõtted välisturgudel kogevad, ning milline saab olla avaliku sektori roll nende takistuste ületamiseks.

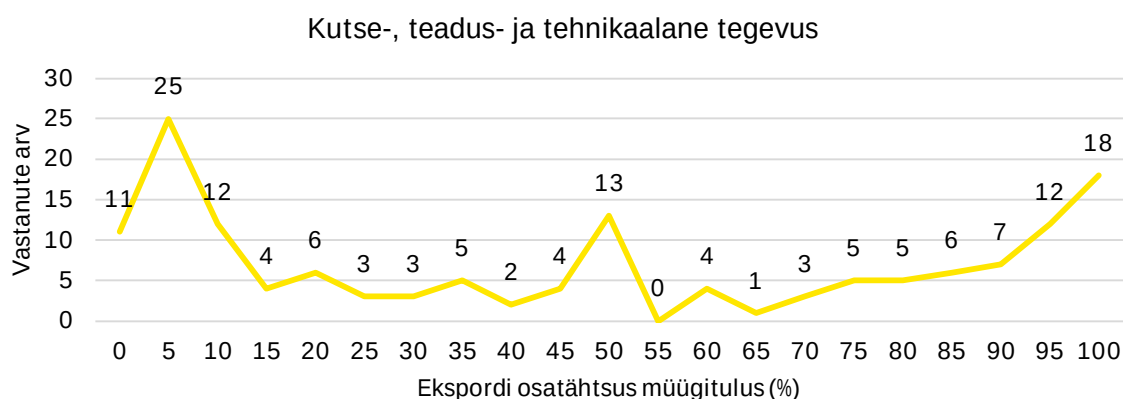
Vaadates alljärgnevat graafikuid, millel on välja toodud ettevõtete ekspordi osatähtsus müügitulus erinevatel tegevusaladel, on samuti näha, et nendes sektorites, kus ekspordikogemus ajas on pikim, on ka ekspordi osatähtsus müügitulus suurim. Kui töötlevas tööstuses oli enim ettevõtteid, mis omasid

enam kui viie aasta pikkust ekspordikogemust, siis oli seal ka enim ettevõtteid, mille ekspordi osatähtsus müügitulus on 50% või enam (65% uuringus osalenud töötleva tööstuse ettevõtetest).



Joonis 16. Ekspordi osatähtsus müügitulus, töötlev tööstus (n = 232). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Ka veonduses ja laonduses on rohkem neid ettevõtteid, millel eksport annab enam kui poole müügitulust. Kutse-, teadus- ja tehnikaalases tegevuses jagunesid uuringus osalenud ettevõtted täpselt pooleks ehk 50% uuringus osalenud ettevõtete ekspordi osatähtsus müügitulus jäi alla 50% ning 50% puhul andis eksport 50% või enam müügitulust. Antud sektoris oli rohkem neid ettevõtteid, kelle jaoks eksport moodustas 100% müügitulust, kui neid ettevõtteid, kellel ekspordikogemus puudus ehk ekspordi osatähtsus müügitulus oli 0%.

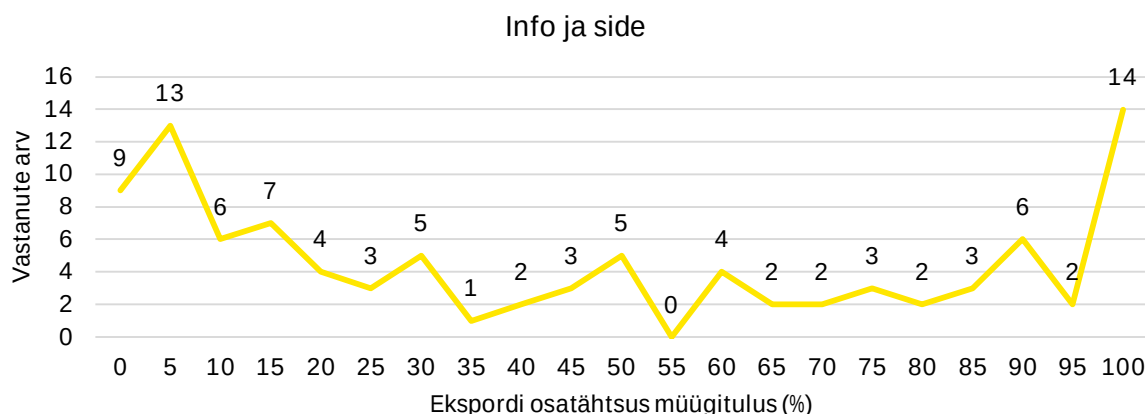


Joonis 17. Ekspordi osatähtsus müügitulus, kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus (n = 149). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus on uuringus käsitletud tegevusvaldkondadest arendusmahukaim. Ressursside olemasolu või nende puudumine mõjutab antud sektorit väga suurel määral ning piirab ka ekspordiga alustamist. Statistikaameti andmeid vaadates on näha, et kuigi 2020. aastal oli kutse-, teadus- ja tehnikaalaste teenuste eksport tulenevalt COVID-19 pandeemiast madalam kui 2019. aastal, tõusis see pärast I kvartalis üleelatud suurt langust ikkagi kogu ülejäänud 2020. aasta vältel¹⁸. Samuti on oluline välja tuua, et nii era- kui ka avaliku sektori kulutused teadus- ja arendustegevusele on alates 2011. aastast järk-järgult kasvanud ning 2019. aastal suunasid kutse-, teadus- ja tehnikaalase tegevuse valdkonna ettevõtted teadus- ja arendustegevusse 20 miljonit eurot.

¹⁸ Statistikaamet (2021), teenuste eksport, <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/valdkonnad/majandus/valiskaubandus/teenuste-eksport>.

Info ja side valdkonnas on näha uuringus osalenud ettevõtete seas üsna teravat polariseerumist, mis puudutab ekspordi osatähtsust ettevõtte müügitulus.



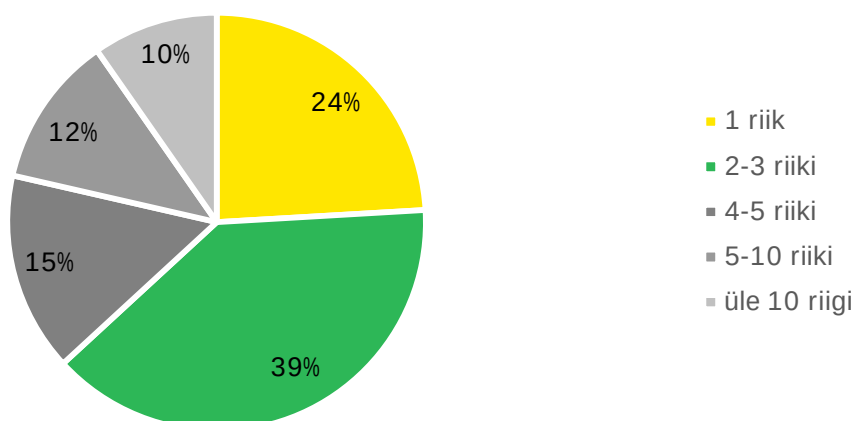
Joonis 18. Ekspordi osatähtsus müügitulus, info ja side. Allikas: autorid küsitluse põhjal. 2021.

Joonis 18 on näha, et uuringus osalenud info ja side valdkonna ettevõtete jaoks on eksport kas väga oluline osa müügitulust, ehk moodustab 90–100% müügitulust või jääb 0–15% juurde. Info ja side valdkonnas on teenuste eksport Eestis viimastel aastastel jõudsalt kasvanud ning kuigi tulenevalt COVID-19 kriisist oli antud sektori teenuste eksport 2020. aastal madalam kui 2018. aastal, on tegemist Eesti jaoks teenuste ekspordis mahu poolest olulisuselt teise valdkonnaga, mis jääb alla vaid veonduse ja laonduse valdkonnale.

Joonistelt nähtub, et olenemata sektorist iseloomustab ekspordi osatähtsust müügitulus Eesti ettevõtjate seas U-kujuline kõver ehk ekspordi osatähtsust müügitulus on kas küllaltki madal (< 20%) või siis moodustab enamiku müügitulust just nimelt eksport (> 80%).

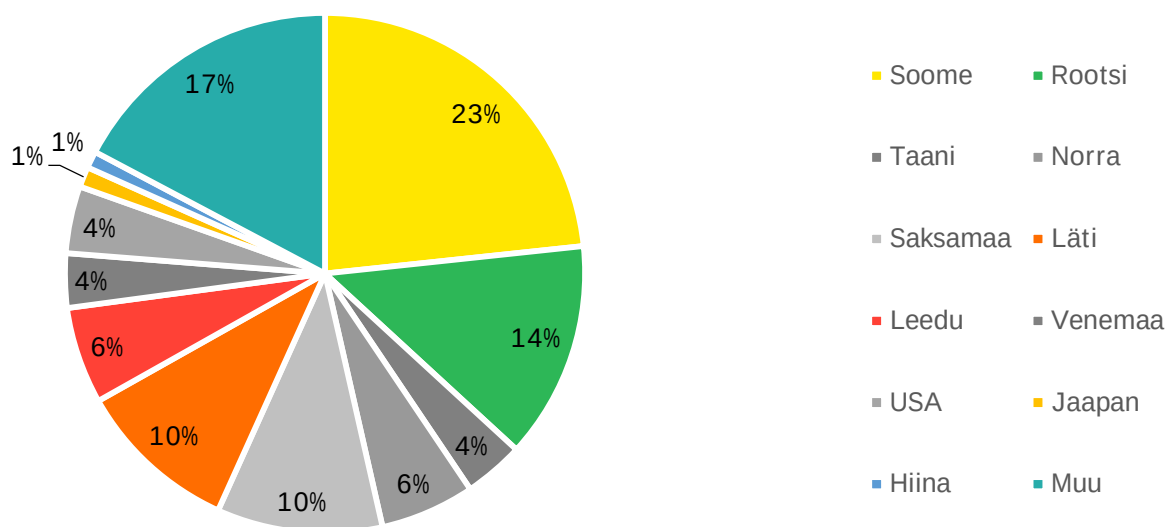
3.3 Uuringus osalenud eksportööride peamised sihtriigid

Küsitlustulemustest selgus, et kolmveerand uuringus osalenud ettevõtetest eksportis enda tooteid rohkem kui kahte riiki ning vaid 24% ettevõtetest piirdus vaid ühe ekspordi sihtriigiga. Märkimisväärne on ka, et 10% ettevõtetest eksportis enda tooteid või teenuseid rohkem kui kümnesse sihtriiki. Suures pildis saab väita, et 2/3 ettevõtetest ekspordib kuni kolme sihtriiki.



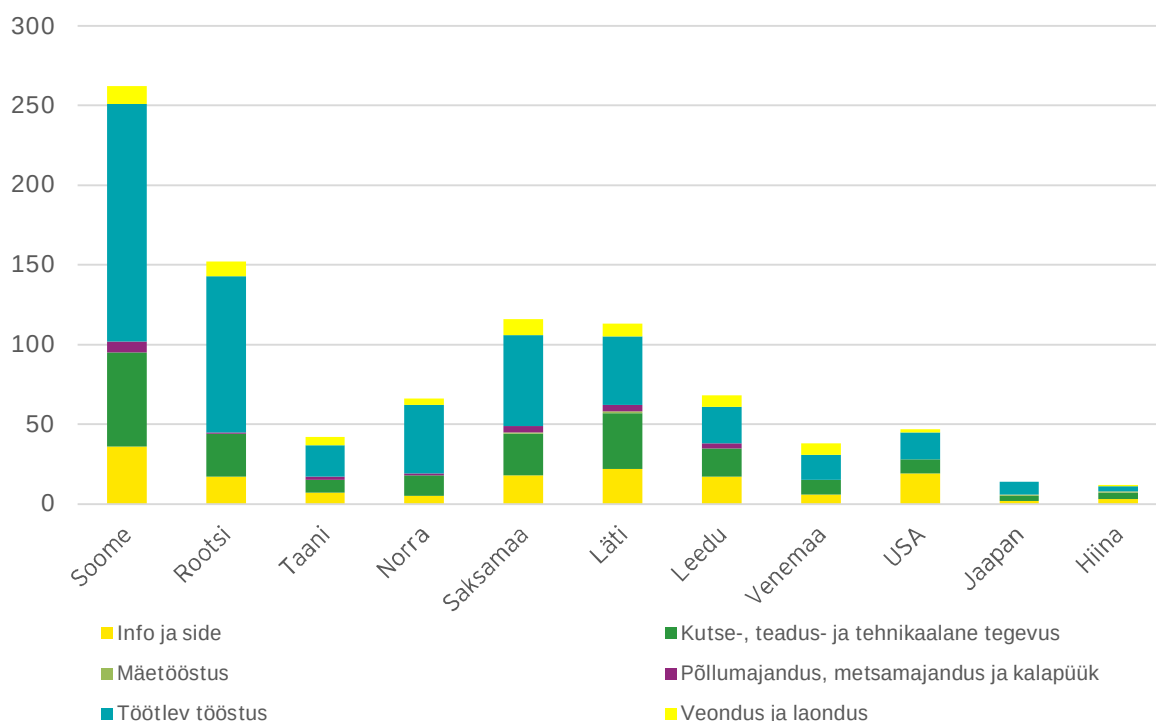
Joonis 19. Mitmesse sihtriiki Teie ettevõtte enda tooteid 2019. aastal eksportis? (n = 494). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Vaadates sihtriike eraldiseisvalt, saab öelda, et uuringus osalenud ettevõtete ekspordiprofiil peegeldab suures osas ka Eesti väliskaubandusstatistikat. Ka uuringus osalenud ettevõtete jaoks oli suurimaks ekspordipartneriks Soome, millele järgnesid Rootsi, Saksamaa ning Läti.



Joonis 20. Ettevõtete peamised sihtriigid, (n = 930). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Sektorite lõikes on pilt küllaltki ühtlane ning suuri erinevusi sihtriikide osas ei tuvastatud. Kõikides sektorites on jagunenud eksport sihtriikide vahel ühtlaselt ning uuringu tulemused peegeldavad sektoriülest eksporti – peamisteks sihtriikideks on Soome, Rootsi, Saksamaa ning Läti.



Joonis 21. Ettevõtete ekspordi sihtriigid tegevusalade kaupa, (n = 930). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Uuringu käigus analüüsiti ka veebiküsitluses osalenud eksportivate ettevõtete sihtriikide kombinatsioone, et leida sealt võimalikke mustreid. Kuigi valim on detailsete mustrite nägemiseks liiga väike nii vähem mainitud sihtturgude, ettevõtete tegevusalade kui ka ekspordikogemuse poolest,

ilmnesid siiski mõningad seaduspärasused. Kui ettevõtte eksportis enim Soome, siis olid ettevõtte teisteks suurimateks eksportturgudeks Rootsi, Läti ning Saksamaa. Kui aga peamiseks eksportiigiks oli Rootsi, olid ettevõtte jaoks tähtsusest teisteks ekspordipartneriteks Soome, Norra ning Saksamaa. Ettevõtte ekspordil peamiselt Taani olid järgmisteks pealisteks ekspordipartneriteks Soome, Rootsi ning Norra. Ka Norra kui sihtriigi puhul on näha, et teised olulisemad ekspordipartnerid on Skandinaavias. Kui ettevõtte peamine sihtriik ekspordil oli Saksamaa, siis oluliselt teiseks partneriks oli Soome, millele järgnesid Rootsi ning USA. Võib märgata mustrit, et ettevõtted kipuvad eelistama Skandinaavia turgu, mis on iseenesest loogiline, arvestades nende turgude geograafilist lähedust, mis muudab logistika lihtsamaks ning odavamaks. Samuti on Skandinaavia riikide näol tegemist kõrgelt arenenud majandustega, kus on ka kõrge ostujõud, mis muudab mainitud turu ettevõtete jaoks atraktiivseks. Geograafiline lähedus võimaldab ettevõtetel otsida ka Eesti turult vastava pädevuse ja kogemusega inimesi, kes suudavad müüki ning eksporti Skandinaavia riikidesse korraldada. Arvestada võib ka Skandinaavia, eriti Rootsi ja Soome ettevõtete pikaajalist kogemust Eesti turul tegutsemisel ning Eesti partneritega suhtlemisel, mis tõstab usaldusväärsust ja on toonud tihedate majandussidemete tõttu ka Skandinaavia ärikultuuri Eesti ettevõtetele lähemale, kui seda on kaugemad turud, nagu näiteks Saksamaa.

Samas oli Saksamaa uuringus osalenud ettevõtete jaoks tähtsusest kolmas ekspordipartner, mis näitab selle turu olulisust olenemata ka suhteliselt tõsistest eksporti takistavatest teguritest, mida ettevõtjad Saksamaal on kogenud. Saksamaa kui Euroopa suurim majandus ning olulisim tööstusriik on Eesti ettevõtjate jaoks ka tulevikus kahtlemata äärmiselt suure potentsiaaliga ekspordiriik, võimaldades potentsiaalselt ka Eesti ettevõtetel saada osaks muutuvatest globaalsetest väärtusahelatest.

4. Ettevõtete konkurentsivõime

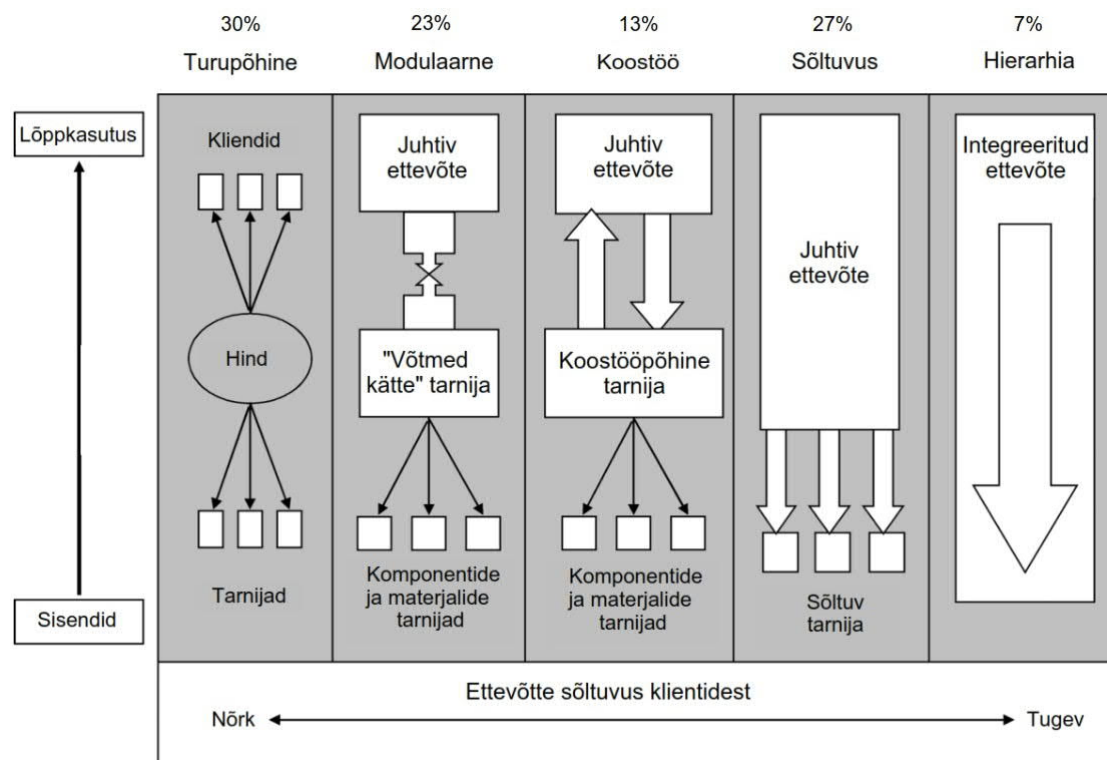
4.1 Konkurentsieelised

Ligikaudu 30% küsitletud ettevõtetest pakuvad enda poolt väljamõeldud, laiemale kasutajaskonnale mõeldud omatooteid, mille maksumus kujuneb avatud turukonkurents (Joonis 22). Tegemist võib olla nii suure innovatsioonipotentsiaaliga ettevõtetega, kelle äritegevuses on olulisel kohal toote kvaliteedist ja tehnilistest näitajatest tulenevad unikaalsed konkurentsieelised, kui ka suhteliselt lihtsate toodete pakkujatega, kes konkureerivad turul ennekõike oma toote soodsa hinnaga.

23% ettevõtetest pakub tooteid, sh toote komponente ja pooltooteid, mis töötatakse välja iseseisvalt vastavalt etteantud nõuetele. Tellijad, kes loovad toodete spetsifikatsioone, aga ka lõpptarbijad on reeglina sellistest ettevõtetest suurema turujõuga, sest neil on võimalik hankida vastavat toodet ka konkureerivatelt pakkujalt.

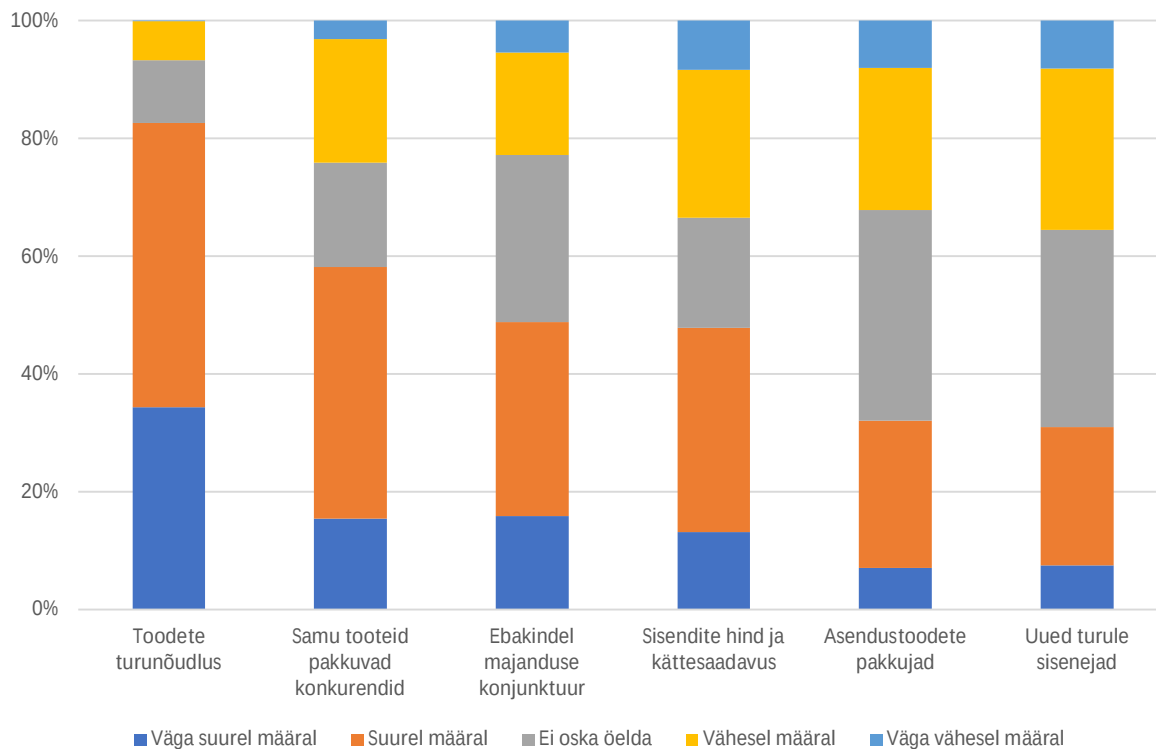
40% ettevõtetest kujundab oma toote vastavalt konkreetse kliendi tellimusele; tüüpiliselt on tegu toodetega, mille kõiki üksikasju on kliendil keeruline ammendavalt kirjeldada. Ettevõtted teevad seetõttu kliendiga tihedat koostööd. 1/3 neist ettevõtetest on oma teadmiste ja kogemuste pagasi tõttu sellises koostöös kliendiga võrdne või isegi juhtiv osapool; 2/3 on aga lihtsama tootmisteenusena vmt pakkujad, kes on väga tugevalt kliendist sõltuvad.

7% ettevõtete toodete ja klientide valiku üle otsustab emaettevõtte või teine sama grupi ettevõtte.



Joonis 22. Ettevõtete suhted peamiste klientidega (% ettevõtetest), (n = 974). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

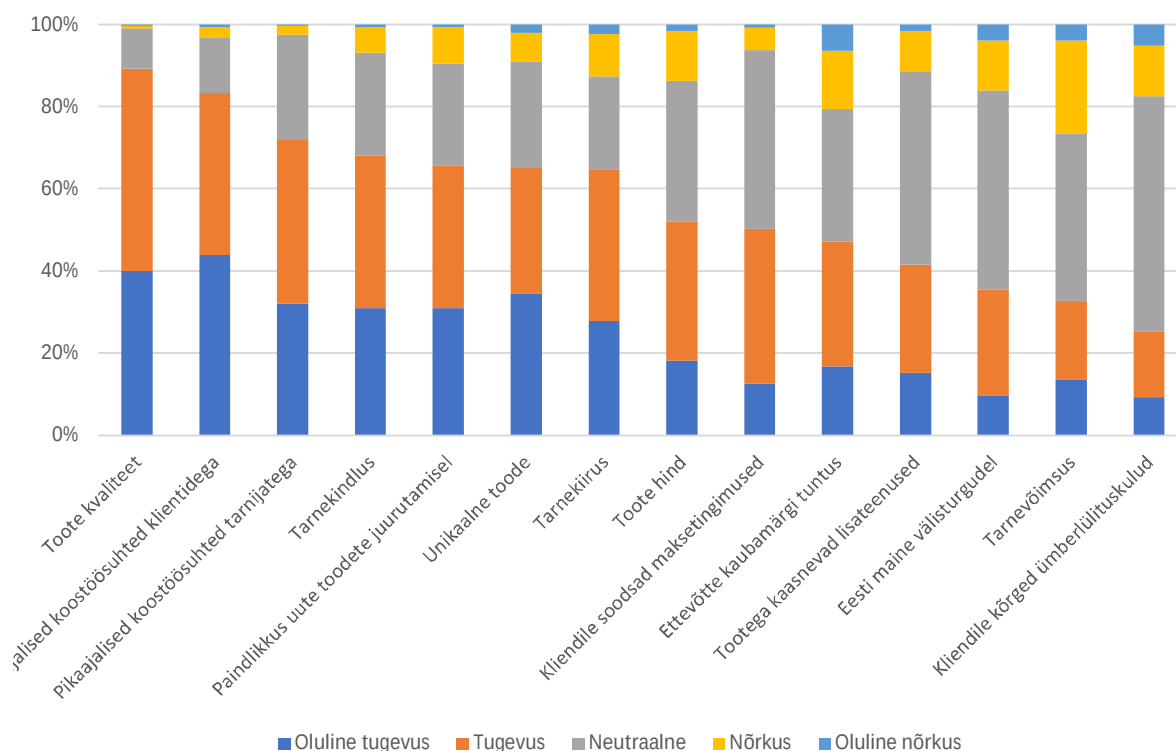
Eelöelduga arvestades on mõneti ootuspärane, et ettevõtjad mõtleavad oma tegevuse planeerimisel ennekõike klientide ja toodete turunõudlusele, turul juba samu tooteid pakkuvatele konkurentidele, peamiste sisendite kättesaadavusele ja hinnale. Oluline tegur on ka ebakindel majanduse konjunktuur. Asendustoodete pakkujatele ja võimalikele uutele turule sisenejatele pööratakse oluliselt vähem tähelepanu (Joonis 23).



Joonis 23. Ettevõtete vaade peamistele nende tänast turupotentsiaali ja kasumlikkust mõjutavatele teguritele (% vastanud ettevõtetest), (n = 609). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

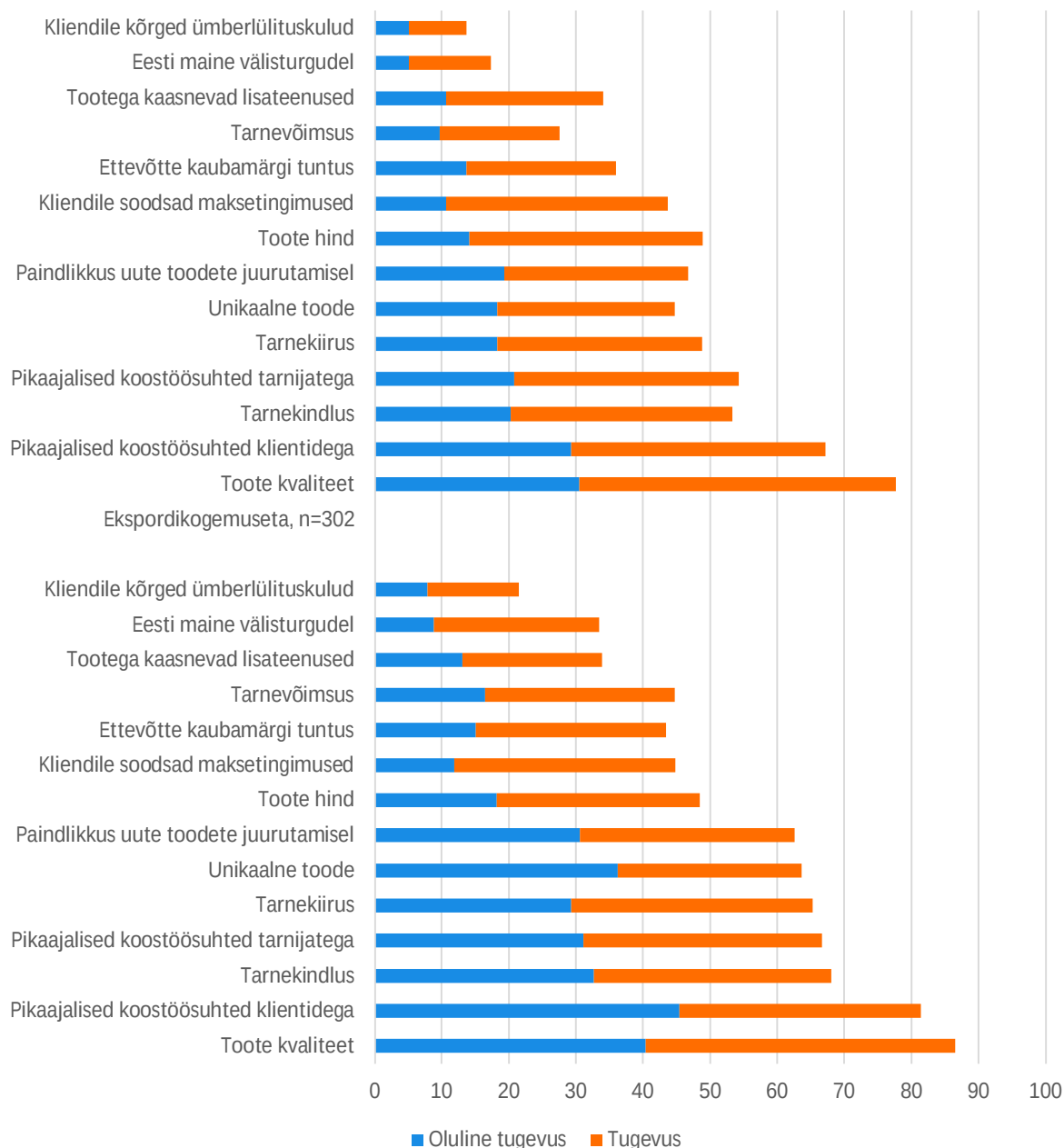
Argistele peateemadele keskendumine, vähesem tähelepanu võimalikele uutele turule sisenejatele ja asendustoodetele on arvatavasti kõrgemate sisenemisbarjääridega tegevusaladel osaliselt põhjendatud, kuid muudab samas ettevõtete konkurentsipositsiooni haavatavaks.

Küsitlusele vastanud ettevõtjad peavad enda olulisimateks konkurentsieelisteks tootega seonduvaid näitajaid (kvaliteet, unikaalsus, hind), samuti koostöösuhteid (klientidega, tarnijatega) ning tootmisprotsessi (tarnekindlus, tarnekiirus, paindlikkus). Vähemalt pooled ettevõtted on samas klientide ja/või tarnijate suhtes nõrgas konkurentsipositsioonis. Nende tänastel klientidel on võimalik ilma arvestatavate lisakuludeta tarnijat vahetada, samas kui ettevõtted ise on seotud olemasolevate tarnijatega, kelle vahetamine tooks kaasa arvestatava lisakulu (Joonis 24).



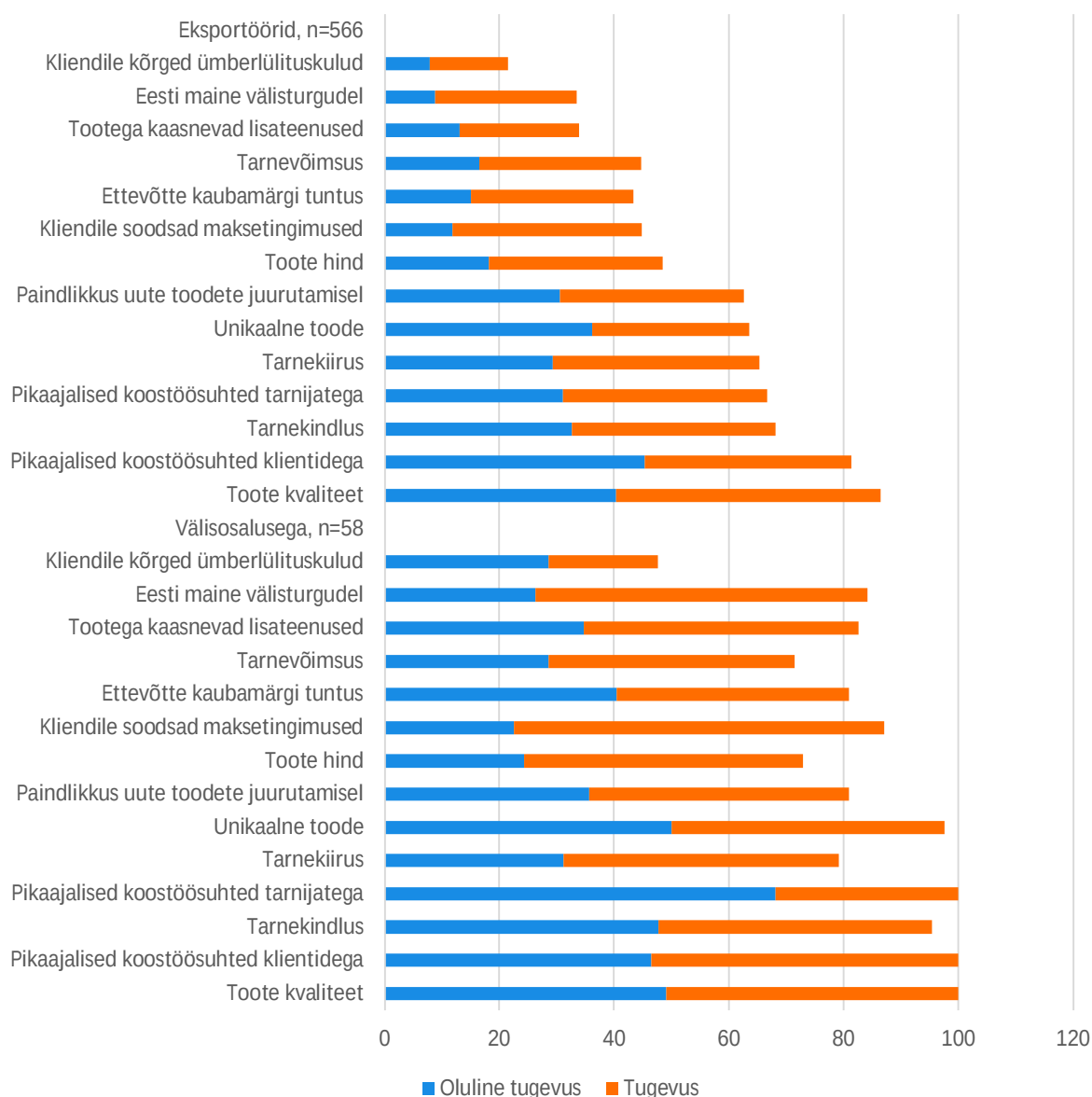
Joonis 24. Ettevõtete konkurentsieelised ja nõrkused (% vastanud ettevõtetest), (n = 642). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Eesti eksportivaid ettevõtteid eristab ekspordikogemusteta ettevõtetest enim see, et nende hulgas on oluliselt kõrgem osakaal neid ettevõtteid, kes näevad väljatoodud konkurentsieeliseid enda „olulise tugevusena“ ja mitte lihtsalt „tugevusena“. Nii rõhutavad 36% eksportööridest olulise tugevusena oma toote unikaalsust (võrreldes mitteeeksportööride 18%-ga) ning 45% pikaajalisi koostöösuhteid klientidega (mitteeeksportööridest 29%). Samalaadsed erinevused tulevad välja ka teiste konkurentsieeliste – paindlikkus, tarnekiirus ja -kindlus, pikaajalised koostöösuhted tarnijatega – korral. Joonis 25 kajastab eksportööride hinnanguid konkurentsieelistele: ülemisel joonisel on ekspordikogemusega ettevõtete hinnangud konkurentsieelistele, all ekspordikogemusega ettevõtete hinnangud ning suurimaid erinevusi kajastav „oluline tugevus“ sinise värviga. Seega võib järeldada, et eksporditurgudel on konkurents piisavalt tihe ning sinna sisenemise, seal püsimise ja edukuse tagab vaid see, kui toode, tootmiskorraldus ja koostöösuhted on ettevõtte ärimudeliks kombineeritud ühtseks strateegiliseks eeliseks.



Joonis 25. Ettevõtete konkurentsieelised: eksportöörid (üleväl), eksportikogemuseta ettevõtted (all), (n = 868). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Kui vaadata samalaadselt välisosalusega ettevõtete konkurentsieeliseid, siis on näha, et nende konkurentsieelised on läbivalt tugevamad kui eksportööridel üldiselt. Välisosalusega ettevõtted rõhutavad konkurentsieeliseid oluliselt rohkem Eesti mainet välisturgudel, tootega kaasnevaid lisateenuseid, kliendile kõrgeid ümberlülituskulusid, ettevõtte kaubamärgi tuntust ning toote unikaalsust (Joonis 26). Nende ettevõtete poolt pakutavad tooted ja ka ettevõtte ärimudelid on keerulisemad ning seeläbi ka konkurentsieelised püsivamad.



Joonis 26. Ettevõtete konkurentsieelised: eksportöörid (üleval), välisosalusega ettevõtted (all). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Uurisime ka küsitluses osalenud ettevõtetelt nende toodete iseloomu ning ärimudeli võtmeelementide kohta. Küsitlusest selgus, et ettevõtte suuruse kasvades kasvab ka nende ettevõtete osakaal, kelle tooted on sobilikud globaalsele turule¹⁹ (võrreldes kohandamist eeldavate²⁰ ning kohalike turgudega²¹). Mikroettevõtetest pea poolte tooteid iseloomustab orienteeritus kohalikule turule. Ootuspäraselt tuleb välja ka asjaolu, et üsna suur osa teenussektori ettevõtteid on kohaliku turu orientatsiooniga. Näiteks kutse-, teaduse- ja tehnikaalases tegevuses ulatub nende ettevõtete osakaal 57%-ni. Töötleva tööstuse ettevõtete kaubad ning info ja side valdkonna teenused sobivad enim globaalsele turule. Ootuspäraselt kajastub ka asjaolu, et riikide arv, kuhu tooteid eksporditakse, on tugevas sõltuvuses toote iseloomust (Tabel 7).

¹⁹ Turg, kus ettevõtted konkureerivad üle maailma, näiteks laial levinud karastusjookide turg.

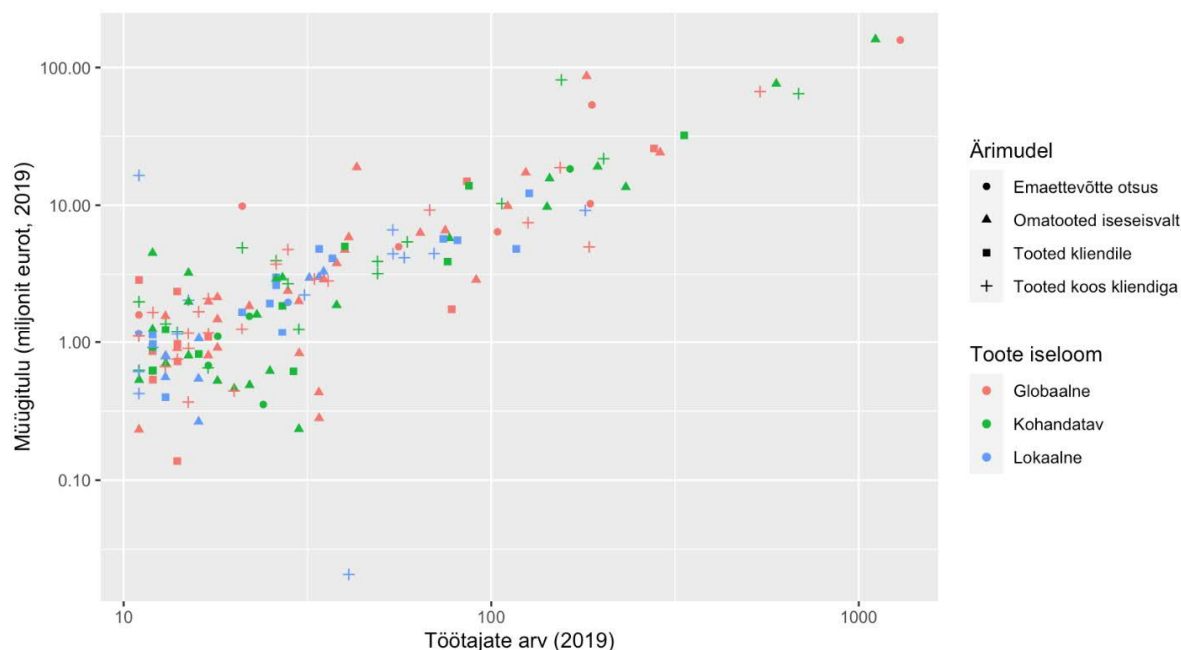
²⁰ Tegemist on toote kohandamist eeldava rahvusvahelise turuga, kus konkureerivad nii kohalikud kui ka välismaised ettevõtted (näiteks sõidukite kohandamine vasak- ja parempoolseks liikluseks Saksamaal ja Ühendkuningriigis).

²¹ Tegemist on paljude kohalike eripäradega turgudega, kus sama piirkonna ettevõtted on üksteise peamised konkurendid (näiteks Eesti elektroonilist ID-kaarti kasutavad teenused).

Tabel 7. Ettevõtete toodete iseloom ettevõtete suuruse, tegevusala ja sihtturgude arvu alusel. Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

	Globaalne turg	Kohandamist eeldav rahvusvaheline turg	Kohalik turg	kokku
Töötajate arv				
...10	30,9%	22,1%	46,9%	100,0%
10...50	39,1%	33,8%	27,2%	100,0%
50...	46,6%	36,2%	17,2%	100,0%
Tegevusala				
info ja side	41,8%	26,6%	31,6%	100,0%
kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus	22,9%	19,9%	57,2%	100,0%
põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük	28,6%	16,1%	55,4%	100,0%
töötlev tööstus	43,4%	28,7%	27,8%	100,0%
veondus ja laondus	19,0%	34,9%	46,0%	100,0%
Ekspordiriikide arv				
1 riik	31,9%	33,6%	34,5%	100,0%
2-3 riiki	38,3%	32,6%	29,0%	100,0%
4-5 riiki	51,3%	25,0%	23,7%	100,0%
5-10 riiki	51,7%	29,3%	19,0%	100,0%
üle 10 riigi	68,8%	27,1%	4,2%	100,0%

Kui need kas vaadet – toote iseloom ning selle väljatöötamise alused – kokku panna, siis tuleb välja, et ettevõtted ongi väga erinevad (Joonis 27). Näiteks kaks kõige suuremat küsitlusele vastanud ettevõtet on põhimõtteliselt erinevad: üks töötab välja globaalsele turule sobivaid tooteid emaettevõtte otsuste põhjal, ent teine arendab erinevatele turgudele kohandatavaid omatooteid iseseisvalt. Või võtame näiteks järgmise kolmese grupi töötajate arvu põhjal: kaks ettevõtet töötavad välja tooteid tihedas koostöös kliendiga (kusjuures ühe tooted sobivad globaalsele turule, ent teisi on vaja turgudest lähtuvalt kohandada), kuid kolmas suuruselt samalaadne ettevõtte töötab välja kohandatavaid tooteid pigem iseseisvalt. Taoline mitmekülgsus jätkub läbivalt kõikide suurusklasside puhul ning annab põhjust oletada, et eeldatavasti on ka nende ettevõtete vajadused ekspordi toetusmeetmete osas on väga erinevad.



Joonis 27. Ettevõtete toodete iseloom ning nende väljatöötamise alused, müügitulu ja töötajate arvu lõikes, üle 10 töötajaga ettevõtted. Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

4.2 Eksporti takistavad tegurid

4.2.1 Välisturgudel takistuste kogemine

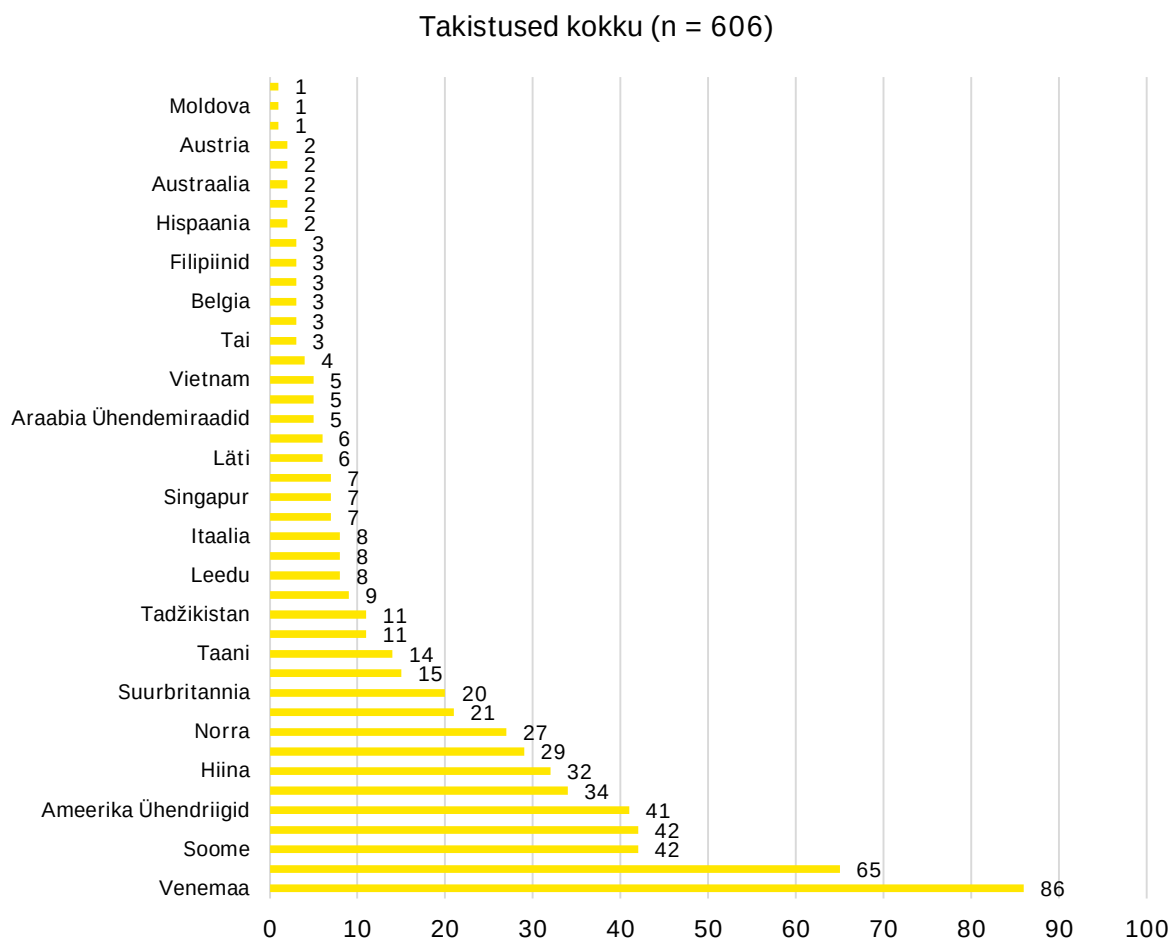
Ettevõtete seas läbi viidud veebiküsitluse üheks eesmärgiks oli tuvastada ka sihtturuspetsiifilisi takistusi ning seda nii regulatiivsete ja mitteregulatiivsete takistuste kui ka erinevate tegevusalade lõikes. Saadud tulemusi valideeriti sihtturgude takistusi käsitletud fookusgrupis ettevõtjate seas, kes olid osa võtnud ka veebiküsitlusest. Käesolevas alapeatükis on välja toodud sihtturuspetsiifilised takistused ettevõtjate poolt märgitud riikides (küsitlusele vastajad said märkida kogetud takistusi kuni kolmes erinevas sihtriigis) ning analüüsitud nii regulatiivseid kui ka mitteregulatiivseid takistusi.

Veebiküsitluse tulemustest selgus, et 24% (136 ettevõtet) käesolevas uuringus osalenud ettevõtetest on kogenud ühel või enamal sihtturul ekspordi arendamisel antud turule spetsiifilisi takistusi. Saab väita, et veebiküsitluse tulemused peegeldavad teatud määral Euroopa Komisjoni ekspordipiirangute raportit nii sihtturgude kui ka takistuste jagunemise osas. Arvestada tuleb siin aga sellega, et kui Euroopa Komisjoni raport käsitleb Euroopa Liitu tervikuna, siis käesolevas uuringus küsiti sihtturuspetsiifiliste piirangute kohta kõigis, mitte ainult EL-i mittekuuluvates riikides, ehk et välja on toodud ka Euroopa Liidu liikmesriigid, kus ettevõtjad spetsiifilisi, eksporti takistavaid tegureid kogesid.

Kui vaadata konkreetsetesse sihtriikidesse eksportivate ettevõtete arvu ja kogetud takistusi, siis nähtub, et vaid 6% Soome turule eksportivatest ettevõtjatest koges eksporti piiravaid takistusi, samas kui enam kui kaks kolmandikku ehk 64% ettevõtjaid koges neid Jaapani turul ning lausa 83% Hiina turul. Ka Ameerika Ühendriikides ning Venemaal kogetud takistuste osakaal on küllaltki kõrge, vastavalt 39% ning 30%. Märkimist väärib ka tõik, et ligi 20% Saksamaale eksportijatest on tunnetanud ekspordipiiranguid.

Sihtriikidest kogesid uuringus osalenud Eesti ettevõtjad absoluutmahus enim takistusi Venemaal (86), Saksamaal (65), Soomes/Jaapanis (42) ning Ameerika Ühendriikides (41). Üllatuslikult kogeti Hiina turul takistusi vaid 32 juhul, mis aga tuleneb omakorda sellest, et Hiina eksportivaid ettevõtteid oli uuringus osalenute hulgas vähe (12). Vähim takistusi kogeti sihtriikide arvestuses näiteks Valgevenes ja Austraalias, aga ka Moldovas. Ka siin tuleb arvestada, et kogetud takistuste vähesus tuleneb ka

nende ettevõtete väiksest arvust, kes mainitud riikidesse Eestist ekspordivad. Kokku kogesid ettevõtjad takistusi 606 korral 42 erinevas riigis.



Joonis 28. Eksporti takistavad tegurid erinevates sihtriikides, (n = 606). Allikas: autorid küsitluse põhjal. 2021.

Tabel 8 on toodud välja sihtriigid, mida ettevõtjad märkisid enim riikidena, kus takistusi kogeti. Kui absoluutarvuna kogeti enim takistusi Saksamaal ja Venemaal, siis tabelis märgitud osakaaludest selgub, et vaid 19% kõikidest Saksamaale eksportivatest ettevõtetest koges Saksamaa turul takistusi ning 39% koges neid Venemaal. Osakaale vaadates on ka näha, et tervelt 83% Hiina eksportivatest ettevõtetest koges ekspordipiiranguid, kuigi absoluutmahus oli kogetud takistuste arv väiksem kui näiteks Rootsis.

Tabel 8. Uuringus osalenud ettevõtete poolt märgitud sihtriigid, kus eksporditakistusi kogeti. Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Sihtriik	Märkimiste arv	Osakaal (%)
- Saksamaa	22	19
- Soome	17	6
- Rootsi	16	11
- Venemaa	15	39
- Ameerika Ühendriigid	14	30
- Hiina	10	83
- Norra	10	15
- Jaapan	9	64

Enim on välisturgudel tegutsemisel takistusi kohanud ettevõtted veonduse ja laonduse valdkonnas (38%), millele järgnevad info ja side (28%) ning töötleva tööstuse (25%) valdkonnad (Tabel 9).

Tabel 9. Sihtturul ekspordi arendamisel takistusi kohanud ettevõtted tegevusalade kaupa (n = 561). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

	Ei	Jah	Kokku
Info ja side	72,1%	27,9%	100,0%
Kutse-, teadus- ja tehnikaalne tegevus	81,7%	18,3%	100,0%
Põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük	82,4%	17,6%	100,0%
Töötlev tööstus	74,8%	25,2%	100,0%
Veondus ja laondus	61,8%	38,2%	100,0%

Oluline on samuti tähele panna, et ettevõtte suuruse kasvades kasvab ka takistusi kohanud ettevõtete arv. Üle 50 töötajaga ettevõtetest on takistusi kohanud 38% (Tabel 10), mis tuleneb asjaolust, et suuremad ettevõtted tegutsevad rohkematel turgudel ning nende kaubad ja teenused on keerulisemad.

Tabel 10. Sihtturul ekspordi arendamisel takistusi kohanud ettevõtted suuruse alusel (n = 564). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

	Ei	Jah	Kokku
1..9	80,3%	19,7%	100,0%
10..49	67,5%	32,5%	100,0%
50...	62,3%	37,7%	100,0%

Ekspordi takistavad tegurid on jagatud käesolevas uuringus kaheks: regulatiivsed takistused ning mitteregulatiivsed takistused. Regulatiivseid takistusi kogesid ettevõtjad kokku 236 korral ning need jagunesid üheteistkümne eraldi takistuse vahel järgmiselt:

- Tehnilised nõuded (78)
- Ebasoodne maksusüsteem (24)
- Kõrged tollimaksud (23)
- Piirangud töötajate lähetamisel sihtriikidesse (21)
- Subsideeritud siseturg sihtriigis (20)
- Sanitaar- ja fütosanitaarmed (18)
- Intellektuaalomandi ebapiisav kaitse sihtriigis (14)
- Sihtriigipoolne andmete vaba liikumise tõkestamine (13)
- Puudub topeltmaksustamise vältimise leping (10)
- Eesti finantssüsteem piirab tehinguid sihtriigis (9)
- Andmekaitsepiirangud e-kaubanduses (6)

Takistusi kohanud 136 ettevõttest olid 69 (50%) kohanud tehniliste nõuetega seonduvaid probleeme. See on ülekaalukalt olulisim kohatud takistus. Koguni 64% töötleva tööstuse ettevõtetest on kogenud tehniliste nõuetega seonduvaid takistusi (Tabel 11) ning mõnevõrra kasvab tehnilisi takistusi kohanud ettevõtete arv ka ettevõtte suuruse kasvades (Tabel 12).

Tehnilised nõuded erinevatel sihtturgudel on suurimaks probleemiks just töötleva tööstuse ettevõtetele. Euroopa Liidu siseselt võivad erinevad liikmesriigid nõuda erinevaid, vaid konkreetses õigusruumis kehtivaid sertifikaate või peavad tooted vastama sihtriigis kehtestatud lisastandarditele. Nõuetele mittevastavuse puhul ei ole ettevõtetel võimalik endi tooteid aga sihtriigis müüa. Samuti võivad standardid ja regulatsioonid kehtida küll üleeuroopaliselt, kuid vaid üksikud liikmesriigid pruugivad neid rakendada. Nii näiteks nõuab Saksamaa metallkonstruktsioonide tootjalt EN 1090 sertifikaati, mis kehtib küll terves Euroopa Liidus, kuid mida ei pruugita nõuda tootjatelt Soomes või Poolas.

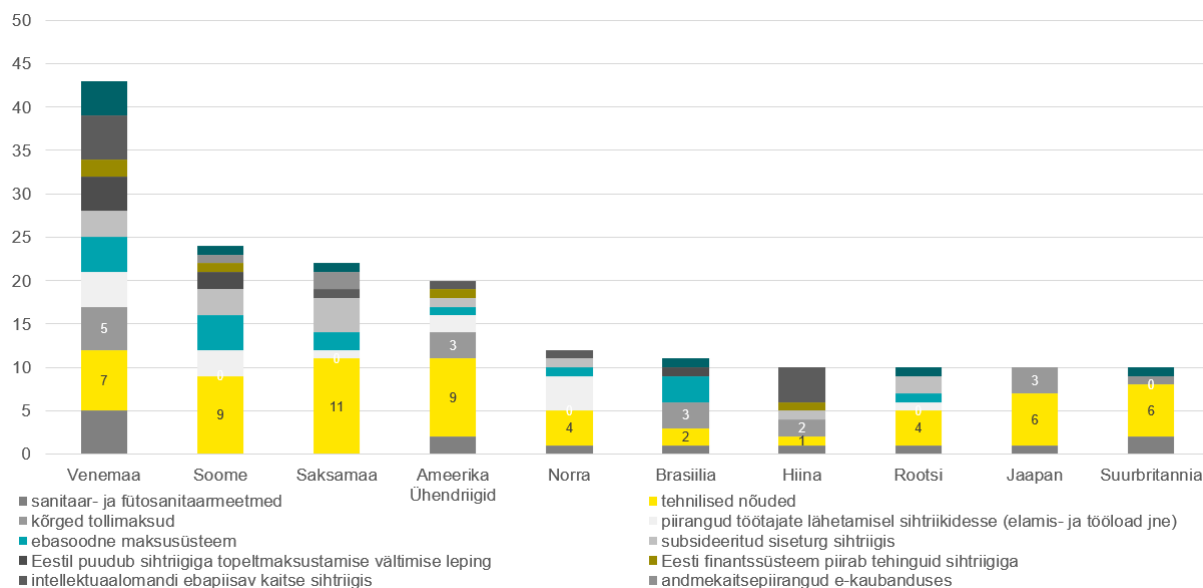
Tabel 11. Tehniliste nõuetega seonduvaid takistusi kohanud ettevõtted tegevusalade kaupa, (n = 136). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

	Ei	Jah	Kokku
Info ja side	69,0%	31,0%	100,0%
Kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus	43,3%	56,7%	100,0%
Töötlev tööstus	36,1%	63,9%	100,0%
Veondus ja laondus	69,2%	30,8%	100,0%

Tabel 12. Tehniliste nõuetega seonduvaid takistusi kohanud ettevõtted suuruse alusel (n = 136). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

	Ei	Jah	Kokku
1..9	50,6%	49,4%	100,0%
10..49	51,3%	48,7%	100,0%
50...	40,0%	60,0%	100,0%

Regulatiivseid takistusi kogeti ettevõtjate poolt sihtriikidest enim Venemaal (43), Soomes (24), Saksamaal (22) ning Ameerika Ühendriikides (20). Joonis 29 on välja toodud regulatiivsed takistused kümnes sihtriigis, kus enim regulatiivseid takistusi kogeti.



Joonis 29. Regulaatiivsed takistused sihtriikide lõikes. Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Nagu jooniselt näha, siis kui tehnilised nõuded välja arvata, ei eksisteeri sihtriikide üleselt kindlaid mustreid regulaatiivsete takistuste esinemisel, ning ka tehniliste nõuete puhul tuleb silmas pidada, et need võivad erineda nii sihtriigi, tegevusala kui ka konkreetse toote lõikes. Seega on keeruline teha ka kindlaid järeldusi, millistes sihtriikides enim regulaatiivseid takistusi kogetakse, sest nagu ka ÜRO Kaubandus- ja Arengukonverentsi 2020. aasta kaubanduspoliitika muutuste raport märkis, moodustavad tehnilised nõuded kaks kolmandikku maailmas kehtivatest kaubanduspiirangutest, millele järgnevad sanitaar- ja fütosanitaarmed²², mida märgiti ühe suure takistusena näiteks Venemaa kontekstis.

Mitteregulaatiivsed takistused olid liigitatud üheksaks eraldi takistuseks, mida ettevõtjad kogesid kokku 370 korral:

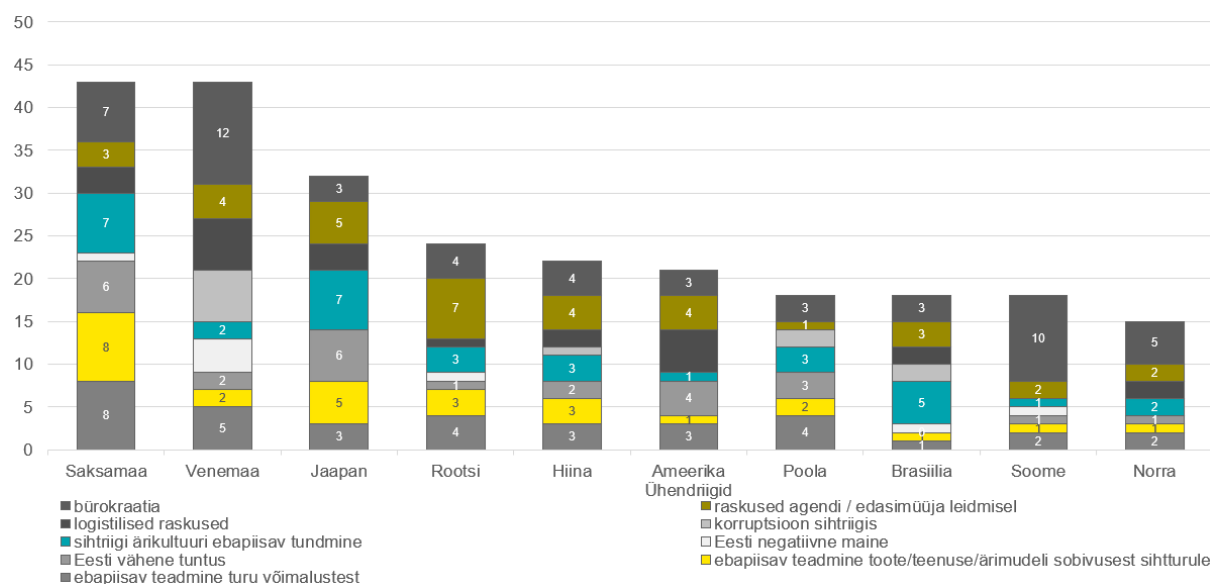
- Bürokraatia (79)
- Sihtriigi ärikultuuri ebapiisav tundmine (52)
- Ebapiisav teadmine turu võimalustest (50)
- Raskused agendi/edasimüüja leidmisel (47)
- Ebapiisav teadmine toote/teenuse/ärimudeli sobivusest sihtturule (39)
- Eesti vähene tuntus (34)
- Logistilised raskused (31)
- Korruptsioon sihtriigis (25)
- Eesti negatiivne maine (13)

Mitteregulaatiivseid takistusi kogeti enim võrdset Venemaal (43) ja Saksamaal (43), millele järgnesid Jaapan (32), Rootsi (24) ning Hiina (22). Joonis 30 on kujutatud sarnaselt regulaatiivsete takistustega mitteregulaatiivsed takistused kümnes sihtriigis, kus neid enim kogeti.

Ka mitteregulaatiivsete takistuste puhul on selge, et ei eksisteeri kindlat mitteregulaatiivsete takistuste mustrit, mida saaks nimetada riikide või regioonide üleseks. Kui Saksamaal oli ettevõtjate jaoks probleemiks pigem ebapiisav teadmine toote või teenuse sobivusest sihtturule koos sihtriigi ebapiisava tundmisega, siis Rootsis tunnetavad ettevõtjad peamise takistusena raskust agendi või

²² UNCTAD (2020), Key Statistics and Trends in Trade Policy, https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2020d4_en.pdf.

edasimüüja leidmisel ning Venemaal peetakse suurimaks takistuseks bürokraatiat, mis oli ettevõtjate jaoks kõige enam kogetud mitteregulatiivseks takistuseks ka Soomes. Samuti erinevad mitteregulatiivsed takistused, nii nagu ka regulatiivsed takistused, veel eraldi tegevusalade ning pakutavate toodete ja teenuste lõikes.



Joonis 30. Mitteregulatiivsed takistused sihtriikide lõikes. Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

4.2.2 Sihtturuspetsiifilised takistused

4.2.2.1 Venemaa

Kuigi Venemaa oli 2019. aastal ekspordimahult Eesti kuues ekspordipartner²³ ning Venemaale eksporditi 871 miljoni euro eest tooteid ja teenuseid, selgus veebiküsitluse tulemustest, et ka enim sihtriigispetsiifilisi (nii regulatiivseid kui mitteregulatiivseid) takistusi kogetakse just Venemaal. Tabel 13 on välja toodud Venemaal ettevõtjate poolt kogetud regulatiivsed takistused. Nii veebiküsitlusest kui ka fookusgrupi intervjuust selgus, et enim takistusi, mida ettevõtjad Venemaal kogevad, on seotud Venemaa poolt kehtestatud erinevate tehniliste nõuetega, mida Euroopa Liidus kas ei nõuta või mille täitmist Venemaa ei tunnista. Toote Venemaa tehniliste nõuetega vastavusse viimine on tihti Eesti ettevõtja jaoks rahaliselt liiga kulukas ning kogu protsess ise vägagi bürokraatlik ja aeganõudev. Sellest tulenevalt jäetakse ka eksport Venemaale katki, sest mõistlike kuludega ei ole võimalik takistusi ületada. Ettevõtjad märkisid samuti, et poliitika käib Venemaa kontekstis tihti eespool kui äritegevus, mis samuti võimalikku eksporti ja äritegevust takistab ning on seotud ka Venemaa poolt nõutavate tehniliste nõuete ja standarditega.

Tabel 13. Kogetud regulatiivsed takistused sihtturul, Venemaa (n = 43). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Takistus	Kogetud takistuste arv
- Bürokratia	7
- Sanitaar ja fütosanitaarmed	5
- Kõrged tollimaksud	5
- Intellektuaalomandi ebapiisav kaitse sihtriigis	5
- Piirangud töötajate lähetamisel sihtriiki	4
- Ebasoodne maksusüsteem	4

²³ Statistikaamet (2020), https://valiskaubandus.stat.ee/visualize/tree_map/export/show/all/2018/?locale=et.

- Eestil puudub sihtriigiga topeltmaksustamise vältimise leping	4
- Sihtriigipoolne andmete vaba liikumise tõkestamine	4
- Subsideeritud siseturg sihtriigis	3
- Eestil finantssüsteem piirab tehinguid sihtriigiga	2
- Andmekaitsepiirangud e-kaubanduses	0
Kokku	43

Bürokraatia suurt osakaalu eksporti takistava tegurina Venemaa kontekstis märkisid ettevõtjad ka veebiküsitluses. Nii märgiti bürokraatia suurimaks mitteregulatiivseks eksporti takistavaks teguriks Venemaal, millele järgnes korruptsioon sihtriigis. Võib eeldada, et Venemaa poolt kehtestatud tehnilised nõuded, aga ka sanitaar- ja fütosanitaarnõuded ning nende täitmine sõltub nii ametkondlikust bürokraatiast ja sellega seonduvast korruptsioonist ning üldisest riiklikust poliitikast Eesti suunal kui ka Eesti mainest Venemaal tervikuna. Ka Euroopa Parlamendi 2018. aastal avaldatud süvaanalüüsis Venemaa majanduslikest väljakutsetest tuuakse välja, et lisaks nõutavatele tehnilistele standarditele kogevad nii Euroopa Liidu kui ka Venemaa lähiregiooni ettevõtjad peamiste eksporti piiravate teguritena riikliku poliitika tulemusena kehtestatud impordipiiranguid, mis baseeruvad näiteks sanitaar- ja fütosanitaarnõuetel. Samuti on probleemiks korruptsioon ning eelnevate piirangutega tihedalt seotud bürokraatia²⁴.

Tabel 14. Kogetud mitteregulatiivsed takistused sihtturul, Venemaa (n = 43). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Takistus	Kogetud takistuste arv
Bürokraatia	12
Korruptsioon sihtriigis	6
Logistilised raskused	6
Ebapiisav teadmine turu võimalustest	5
Eesti negatiivne maine	4
Raskused agendi või edasimüüja leidmisel	4
Ebapiisav teadmine toote/teenuse/ärimudeli sobivusest sihtturule	2
Eesti vähene tuntus	2
Sihtriigi ärikultuuri ebapiisav tundmine	2
Kokku	43

Regulatiivsete takistuste poole pealt märgiti veebiküsitluses ära veel viiel juhul ka kõrged tollimaksud, mis eksporti Venemaale takistavad, ning sama oluliseks takistuseks peeti ka intellektuaalomandi ebapiisavat kaitset sihtriigis, mis võib tähendada ettevõtjatele suurt finantsilist kahju ning nii tootest kui ka turust ilma jäämist. Veebiküsitluses märgiti kahe ettevõtja poolt, et nende eksporti Venemaale piiravad Euroopa Liidu kehtestatud sanktsioonid, mille tulemusel ei ole võimalik tooteid üle piiri viia.

4.2.2.2 Saksamaa

Kogetud takistuste arvu osas järgnes Venemaale Saksamaa, kus kogeti sama suures ulatuses mitteregulatiivseid takistusi (43), kuid vähem regulatiivseid takistusi (22). Saksamaa oli 2018. aastal ekspordimahult Eesti neljas ekspordipartner ning Saksamaale eksporditi 904 miljoni euro väärtuses kaupu ja teenuseid. On seda märkimisväärselt, et uuringus osalenud ettevõtjate kogemuste kohaselt

²⁴ Euroopa Parlament (2018), Seven Economic Challenges for Russia. Breaking out of stagnation? [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2018/625138/EPRS_IDA\(2018\)625138_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2018/625138/EPRS_IDA(2018)625138_EN.pdf).

on Saksamaa sihtriigiks, kus eksporti piiravaid tegureid suures ulatuses kogetakse. Saksamaad mainiti veebiküsitluses ka enim riigina, kus erinevaid takistusi kogeti.

Pooled Saksamaal kogetud regulatiivsed takistused olid tehnilised nõuded. Ka sihtturuspetsiifilisi takistusi käsitletud fookusgrupis osalenud ettevõtjad tõid välja, et tehnilised nõuded, mille alla lähevad näiteks ka toodete spetsiifilised sertifikaadid või nõuded pakenditele, võivad erineda Euroopa Liidus kehtivatest ning nõutavatest sertifikaatidest, mille tulemusena on vaja ettevõttel taotleda täiendavaid sertifikaate. Fookusgruppides toodi ettevõtjate poolt veel ka välja, et Saksamaa kontekstis võivad osutuda probleemiks ka tehnilised nõuded ja regulatsioonid, mis küll teoreetiliselt kehtivad Euroopa Liidu üleselt, kuid mida järgitakse vaid Saksamaal. Ameerika Ühendriikide International Trade Commissioni analüüsist Euroopa Liidus kogetavatest ekspordipiirangutest selgub samuti, et just nimelt tehnilised nõuded ja regulatsioonid, mida Saksamaa lisaks Euroopa Liidus kehtivatele nõuetele nõuab, on üheks peamiseks Saksamaale eksportimise takistuseks²⁵. Teiseks suurimaks regulatiivseks piiranguks peeti Saksamaa kontekstis subsideeritud siseturgu, mida fookusgruppides ettevõtjad küll eraldi välja ei toonud, aga Suurbritannia Institute for Government näitas enda 2020. aasta raportis, et Saksamaa suunab igal aastal keskmiselt 1,3% SKT-st kodumaiste ettevõtete subsideerimiseks, mis asetab nad välismaiste ettevõtetega võrreldes paremasse turupositsiooni, ning see võib olla ka üheks ettevõtetele eksporti piiravaks teguriks Saksa turul²⁶. Teised regulatiivsed tegurid, nagu ebasoodne maksusüsteem või intellektuaalomandi ebapiisav kaitse, ei olnud ei veebiküsitluses ega ka fookusgrupis osalenud ettevõtjate hinnangul Saksamaa kontekstis probleemiks, vaid tegemist võib olla harva esinevate ning vaid spetsiifilisi sektoreid puudutavate takistuste ja piirangutega.

Tabel 15. Kogetud regulatiivsed takistused sihtturul, Saksamaa (n = 22). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Takistus	Kogetud takistuste arv
- Tehnilised nõuded	11
- Subsideeritud siseturg	4
- Ebasoodne maksusüsteem	2
- Andmekaitsepiirangud e-kaubanduses	2
- Sihtriigipoolne andmete vaba liikumise tõkestamine	1
- Intellektuaalomandi ebapiisav kaitse sihtriigis	1
- Piirangud töötajate lähetamisel sihtriikidesse	1
- Sanitaar- ja füto-sanitaarmed	0
- Kõrged tollimaksud	0
- Eestil puudub sihtriigiga topeltmaksustamise vältimise leping	0
- Eesti finantssüsteem piirab tehinguid sihtriigiga	0
Kokku	22

Mitteregulatiivsetest takistustest märgiti ettevõtjate poolt veebiküsitluses Saksamaa kontekstis ebapiisavaid teadmisi turu võimalustest, ebapiisavaid teadmisi toote või teenuse sobivusest sihtturule ning bürokraatiat. International Trade Administration toob enda Saksamaa turu ülevaates välja, et tulenevalt küllaltki killustunud siseturust ning regioonidevahelistest erinevustest on Saksamaa ärikultuuri tundmine koos põhjaliku turuülevaatega äärmiselt oluline, kui planeerida Saksamaa turule

²⁵ United States International Trade Commission (2014), Trade Barriers That U.S. Small and Medium-sized Enterprises Perceive as Affecting Exports to the European Union, <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4455.pdf>.

²⁶ Institute for Government (2020), Beyond state aid. The future of subsidy control in the UK, <https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/beyond-state-aid.pdf>.

sisenemist ja ekspordi alustamist²⁷. Fookusgruppides toodi samuti välja veel Saksamaa turul kehtivaid õiguslikke nõudeid ja piiranguid, mida on ettevõtjatel raske järgida, ning kohalikus õigussüsteemis orienteerumine on ettevõtjate jaoks keeruline, mis omakorda seab ettevõtjate jaoks piirangud turule sisenemisel. Võib eeldada, et ka Eesti ettevõtted kogeavad ekspordil Saksaale sarnaseid piiranguid, millest nende endi teadmistega on keeruline üle saada. Fookusgrupis mainisid ettevõtjad, et abiks on osutunud EAS-i ekspordinõunik Saksamaa turul, kes tunneb kohalikke olusid ning ärikultuuri. Nii toodi ka välja, et Saksamaa ettevõtjad suhtuvad paremini nendesse, kes oskavad nendega suhelda saksa keeles.

Tabel 16. Kogetud mitteregulatiivsed takistused sihtturul, Saksamaa (n = 43). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Takistus	Kogetud takistuste arv
- Ebapiisavad teadmised turu võimalustest	8
- Ebapiisav teadmine toote/teenuse/ärimudeli sobivusest sihtturule	8
- Bürokratia	7
- Ärikultuuri ebapiisav tundmine	7
- Eesti vähene tuntus	6
- Logistilised raskused	3
- Raskused agendi või edasimüüja leidmisel	3
- Eesti negatiivne maine	1
- Korruptsioon sihtriigis	0
Kokku	43

Eesti negatiivne maine osutus Saksaale ekspordil takistuseks vaid ühel juhul. fookusgrupis toodi välja, et sakslased keskenduvad toote või teenuse kvaliteedile ning ei näe ettevõtte taga riiki või rahvust. Ka korruptsioon, erinevalt Venemaast, ei ole ettevõtjate jaoks Saksamaa kontekstis probleem ning antud mitteregulatiivset takistust ei toonud välja ükski ettevõtja.

4.2.2.3 Soome

2019. aastal moodustas Eesti toodete ja teenuste eksport Soome kokku 2,34 miljardit eurot, mis tegi Soomest Eesti suurima ekspordipartneri. Teisalt märgiti Soome ettevõtjate poolt aga kolmandaks riigiks, kus enim takistusi kogeti. Regulatiivseid takistusi kogeti Soomes 24 korral ning mitteregulatiivseid 18 korral.

Nii nagu ka Saksamaal, pidasid ettevõtjad ka Soomes kõige enam eksporti piiravaks ja kogetud teguriks tehnilisi nõudeid. Kuigi fookusgruppides osalenud ettevõtjad ei maininud eksporti takistavate teguritena ei tehnilisi nõudeid ega ka ebasoodsat maksusüsteemi, toodi välja, et samas toetab Soome riik liiga suurel määral kohalikke ettevõtjaid, mis muudab nendega konkureerisime keerulisemaks.

Tabel 17. Kogetud regulatiivsed takistused sihtturul, Soome (n = 43). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Takistus	Kogetud takistuste arv
- Tehnilised nõuded	9
- Ebasoodne maksusüsteem	4
- Subsideeritud siseturg	3

²⁷ International Trade Administration (2019), Doing Business in Germany, <https://2016.export.gov/germany/marketresearchongermany/countrycommercialguide/doingbusinessingermany/index.asp>

- Piirangud töötajate lähetamisel sihtriikidesse	3
- Eestil puudub sihtriigiga topeltmaksustamise vältimise leping	2
- Eesti finantssüsteem piirab tehinguid sihtriigiga	1
- Sanitaar- ja füto-sanitaarmedetmed	0
- Kõrged tollimaksud	0
- Intellektuaalomandi ebapiisav kaitse sihtriigis	0
Kokku	43

Mitteregulatiivsete nõuete poole pealt pidasid ettevõtjad Soome ekspordimisel suurimaks takistuseks bürokraatiat, mida mainiti kümnel korral. Bürokratia märkimine olulise mitteregulatiivse takistusena on mõnevõrra üllatav, sest Soomet peetakse üheks madalaimate ekspordipiirangute ning avatuma majandusega riigiks maailmas²⁸. Teisi mitteregulatiivseid takistusi, nagu ebapiisavaid teadmisi turu võimalustest või Eesti negatiivset mainet, mainisid ettevõtjad vaid kahel või ühel korral. Eesti negatiivset mainet tõid ettevõtjad eraldi välja ka fookusgruppides, kus nenditi, et soomlased suhtuvad Eestisse tervikuna ning Eesti ettevõtjatesse negatiivselt ning nende üleolev suhtumine takistab kohalike ettevõtetega partnerluse sõlmimist.

Oluline on vaadata ettevõtjate poolt kogetud ekspordipiirangute puhul ka kaugemaid turge, nagu Hiina ja Jaapan, mida küll sinna ekspordivate ettevõtete vähesuse tõttu nii veebiküsitluses kui ka fookusgruppides vähem märgiti.

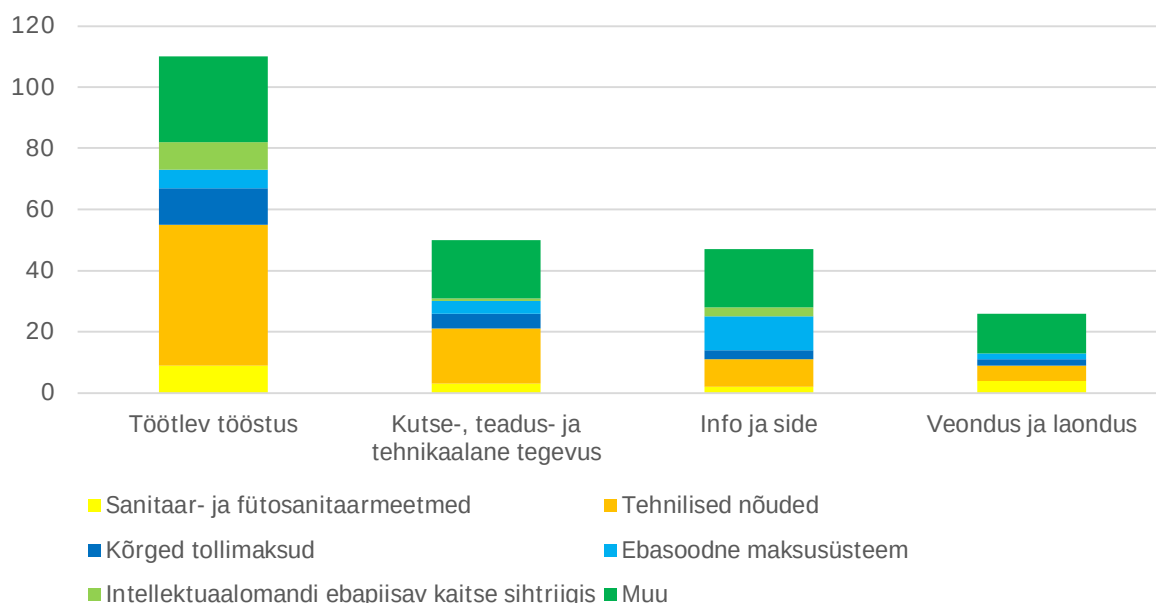
Jaapan, mis on küll Eesti ekspordipartnerite seas alles 26. kohal, on saamas tulenevalt 2019. aastal sõlmitud Euroopa Liidu ja Jaapani vahelisest kaubanduslepingust Eesti ettevõtete jaoks üha olulisemaks majanduspartneriks. Küll aga muudab Jaapani geograafilise, aga veelgi enam kultuurilise kaugus ekspordi sinna Eesti ettevõtete jaoks küllaltki keeruliseks. Nii selgus veebiküsitluse tulemustest, et kui regulatiivseid takistusi kogeti seal ettevõtjate poolt vähem kui Norras või Soomes, siis mitteregulatiivsete takistuste poolest asetus Jaapan riikide seas kolmandale kohale. Arvestades Jaapani kui ekspordipartneri suhteliselt väikest osakaalu Eestis, on ekspordipiirangute tajumine ettevõtete poolt seda tugevam. Eelduslikult osutus suurimaks takistuseks ettevõtjate jaoks sihtriigi ärikultuuri ebapiisav tundmine, millele juhiti tähelepanu ka fookusgrupis. Ettevõtjad märkisid, et Jaapani ärikultuur erineb Euroopa või Ameerika omast märkimisväärselt ning ilma kohalike tavaid ja kombeid tundmata ning kohalikku abi saamata on Jaapanisse väga raske ekspordi alustada. Teised mitteregulatiivsed takistused, nagu Eesti vähene tuntus Jaapanis või ebapiisav teadmine toote või teenuse sobivusest sihtturule, olid samuti ettevõtjate jaoks takistusteks. Tuginedes Euroopa Liidu ekspordipiirangute raportile, võib väita, et tulenevalt sõlmitud kaubandusleppes muutub majandussuhete arendamine Jaapaniga tulevikus Euroopa Liidu, sh Eesti ettevõtjatele lihtsamaks. Ka Välisministeeriumi avaldatud analüüsis Eesti äridiplomaatia strateegia kohta Jaapanis aastatel 2020–2025 eeldatakse, et kindla ning paika pandud strateegia abil on võimalik mitteregulatiivseid piiranguid ekspordil Jaapanisse ületada.

4.2.3 Sektorispetsiifilised takistused

Sektorid, mis said enim tunda nii regulatiivseid kui ka mitteregulatiivseid ekspordipiiranguid, olid töötlev tööstus, teadus-, kutse- ja tehnikaalane tegevus, info ja side ning veondus ja laondus. Põllumajanduses, metsamajanduses ja kalapüügi sektoris märgiti teistest vähem kogetud takistusi, mis tuleneb ka antud sektori vähesest esindatusest uuringus ning võib olla laiemalt seotud ka faktiga, et 2014. aastal peatas Venemaa enamuse põllumajandustoodete ja kalatoodete impordi Euroopa

²⁸ Legatum Institute (2019), Global Index of Economic Openness, <https://li.com/reports/global-index-of-economic-openness-2-2/>.

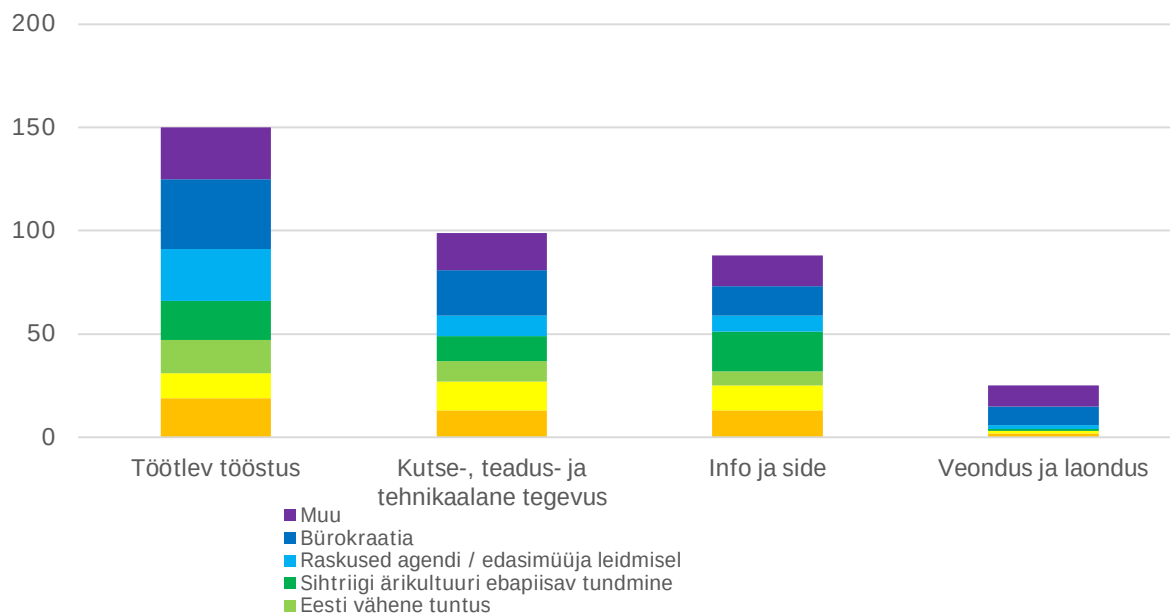
Liidust. Joonis 31 on toodud veebiküsitluse tulemuste kohaselt nelja enim esindatud tegevusala puhul enim kogetud regulatiivsed takistused. Ülejäänud takistused on koondatud kokkuvõtvalt 'Muu' alla (kõikide takistuste kohta on lisatud detailne tabel aruande lisas).



Joonis 31. Regulatiivsed takistused enim esindatud tegevusaladel (n = 236). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Regulatiivsete takistuste osas ei ole võimalik välja tuua ühte kindlat ja konkreetset mustrit, mille baasilt oleks võimalik teha järeldusi selle kohta, mida erinevate tegevusalade ettevõtted endi jaoks kõige suuremateks regulatiivseteks takistusteks peavad. Kui välja tuua ühte takistuse liiki, siis saab öelda, et nii nagu sihtriikide lõikes, on ka tegevusalade lõikes enim probleeme tehniliste nõuetega, mis moodustasid pea poole töötleva tööstuse poolt kogetud takistustest ning kolmandiku kutse-, teadus- ja tehnikaalaste tegevuste takistustest. Nendel tegevusaladel on see ka loogiline, sest tulenevalt toodete spetsiifilisest iseloomust ning võimalikust keerukusest peavad tooted vastama erinevatele sihtriikide poolt kehtestatud kvaliteedi- ja tehnilistele kriteeriumitele, mis erinevad majandusühenduste, nagu Euroopa Liit, siseselt.

Mitteregulatiivsete takistuste poolest on pilt väheke ühtlasem ning kolme enim esindatud tegevusala puhul on võimalik välja tuua neli ühist mitteregulatiivset takistust, mida ettevõtjad on kõige enam ekspordis kogenud. Joonis 32 on toodud veebiküsitluse tulemuste kohaselt nelja enim esindatud tegevusala puhul enim kogetud mitteregulatiivsed takistused. Ülejäänud takistused on koondatud kokkuvõtvalt 'Muu' alla.



Joonis 32. Mitteregulatiivsed takistused enim esindatud tegevusaladel (n = 370). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Enim puututi kokku bürokraatiaga ja ning raskusega agendi ja edasimüüja leidmisel sihtturul. Ühtse plokki moodustasid takistused, mida kogetakse ettevõtjate poolt tihti üheaegselt ning mis on teatud määral ka teineteisest sõltuvad. Ettevõtjate jaoks olid eksporti takistavateks teguriteks ebapiisav teadmine turu võimalustest ning sihtriigi ärikultuuri ebapiisav tundmine, millega on tihedalt seotud ka ebapiisav teadmine toote või teenuse sobivusest sihtturule. Ka fookusgruppides mainisid ettevõtjad, et nimetatud takistused on tegevusaladeülesed ning neid ei ole võimalik vaadelda kindla või spetsiifilise tegevusala või toote põhiseiselt. Nii töötleva tööstuse kui ka info ja side valdkonna ettevõtteid võivad kogeda erinevas kultuuriruumis turule sisenedes samu takistusi.

Kui võrrelda sihtriikide takistusi 2015. aasta ekspordiuuringuga, esineb nii regulatiivsete kui ka mitteregulatiivsete takistuste osas mõningaid sarnaseid mustreid. Ka 2015. aasta uuringus tõid ettevõtjad välja, et sihtriigi võõras ärikultuur on üheks oluliseks eksporti takistavaks teguriks, mida omakorda võib võimendada piiratud ligipääs sihtriigi turunduskanalitele. Regulatiivsete takistuste poole pealt ei ole pilt võrreldes 2015. aastaga eriti muutunud – ka siis toodi peamise takistusena välja sihtturul nõutavaid sertifikaate ning kehtivaid tehnilisi standardeid.

Finantstehnoloogia ettevõtete fookusgrupi intervjuul selgus, et suurim takistus finantsteenuste ekspordil on praktikas mittetoimiv teenuste vaba liikumine EL-is, kuna iga riigi seadusandja täiendab nõuded omalt poolt ning EL-i nõuete erinev tõlgendamine praktikas raskendab finantsteenuste ekspordi veelgi. Nii on piiriülesest tegutsemisest minnes teises riigis väga keeruline kohapealse regulaatoriga koostööd teha või regulatiivsetele nõuetele vastata. Krediitiasutustel on piiriülesest tegutsemisest tihti pea võimatu, mistõttu on vaja avada teenuse osutamiseks (ja ka teenuse saamiseks, st kohapealsete ametiasutustega koostöö tegemiseks, pangakonto avamiseks jne) varem või hiljem filiaal. Abi võiks olla finantssektori ühtse turu mittetoimivuse teema tõstatamisest Euroopa Komisjoni töögruppides ning finantssektorile EL-i poolt sätestatud kohustuste rakendamise taseme ühtlustamisest teiste riikidega. Lisaks oleks vaja täpsustada Eesti seadustes krediitiasutuste piiriülese teenuse osutamise alustamise jaoks vajalikke Finantsinspeksioonile edastatavaid andmeid ja dokumente ning loa saamise protsessi ja laiendada seda ka nt investeerimisühingutele.

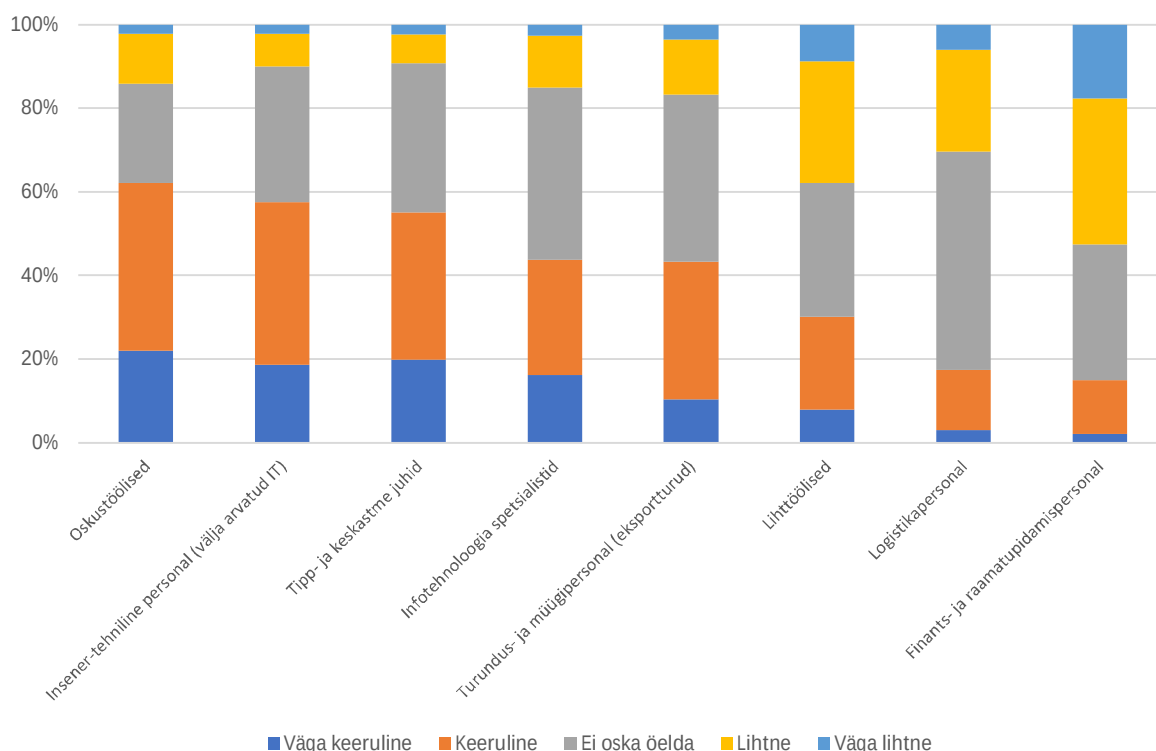
Finantstehnoloogia ettevõtetele võib kujuneda eksporti takistavaks teguriks ka Eesti maine. Viimase aja rahapesuskandaalid on kujundanud Eesti mainet negatiivses suunas ning kuigi ühelt poolt tuntakse riiki eduka *start-up*-keskkonnana, siis teiselt poolt saadab Eestit siiski endiselt usaldusväärsust

kahandav nn Ida-Euroopa kuvand. Finantstehnoloogia ettevõtete fookusgrupi intervjuul toodi välja, et seetõttu on väga oluline tegeleda poliitikakujundamise tasandil Eesti mainekujundusega ja rõhutada Eesti ettevõtete globaalset võimekust.

4.2.4 Eesti majanduskeskkonnast tingitud takistused

Küsitlusest ning fookusgruppide intervjuudest tuli välja paar väga olulist Eesti majanduskeskkonnast tingitud takistust.

Üheks olulisimaks probleemiks, mida välja toodi, oli kvalifitseeritud tööjõu kättesaadavus. Uuringust selgus, et ettevõtjatel on väga suuri raskusi töötajate, eriti kõrgema kvalifikatsiooniga juhtide ning spetsialistide leidmisel. Lihtsam on leida lihttöölisi, logistikapersonali ning finants- ja raamatupidamispersonal.



Joonis 33. Ettevõtjate hinnang uute töötajate leidmisele (n = 327). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Nii ekspordispetsiifiliste takistuste fookusgrupis, finantstehnoloogiasektori fookusgrupis kui ka veebiküsitluses toodi välja üks väga spetsiifiline probleem ning murekoht, mis ei luba erineva sektori ettevõtetel piiriülest äri ajada. Nimelt leidsid ettevõtjad, et tulenevalt Eesti finantssektoris kehtivast dogmast ei ole võimalik teha tehinguid kolmandates riikides, aga kohati ka Euroopa Liidu liikmesriikides paiknevate ettevõtetega, sest Eesti kommerts pangad kipuvad sellisel juhul Eesti ettevõtete pangakontosid rahapesukahtluse tõttu sulgema. Selline üllatus võib tabada ettevõtet isegi olukorras, kus tema partneriteks on teiste Euroopa Liidu liikmesriikide avaliku sektori asutused või tunnustatud rahvusvahelised firmad. Probleemaatiliseks peetakse ka Aasia suunaga äri alustamist, sest väidetavalt hakkavad Eestis tegutsevad kommerts pangad sulgema ettevõtete kontosid kohe, kui maksete arv või rahavoog ületab teatavat piiri. Samuti on ettevõtete jaoks probleemiks, et kommerts pangad ei aktsepteeri kaupade liikumist tõendavaid dokumente.

Ettevõtjad tõid veel eraldi välja, et finantssektoris on probleemiks ka Eesti rahvusvaheline halb maine, mille tulemusena on raske meelitada ligi investeringuid, ning kuigi finantstehnoloogiasektor on

pöördunud erinevate probleemide lahendamiseks võivate teemapüstitustega ka Vabariigi Valitsuse poole, ei ole sektori probleemide lahendamiseks väidetavalt seniajani midagi konkreetset ette võetud.

Antud probleemipüstitus on kindlasti oluline ning nõrgestab otseselt Eesti ettevõtete võimalusi kas ekspordi alustada ja siseneda uutele turgudele või seal laieneda.

4.3 Ettevõtete senised tegevused konkurentsivõime tõstmiseks

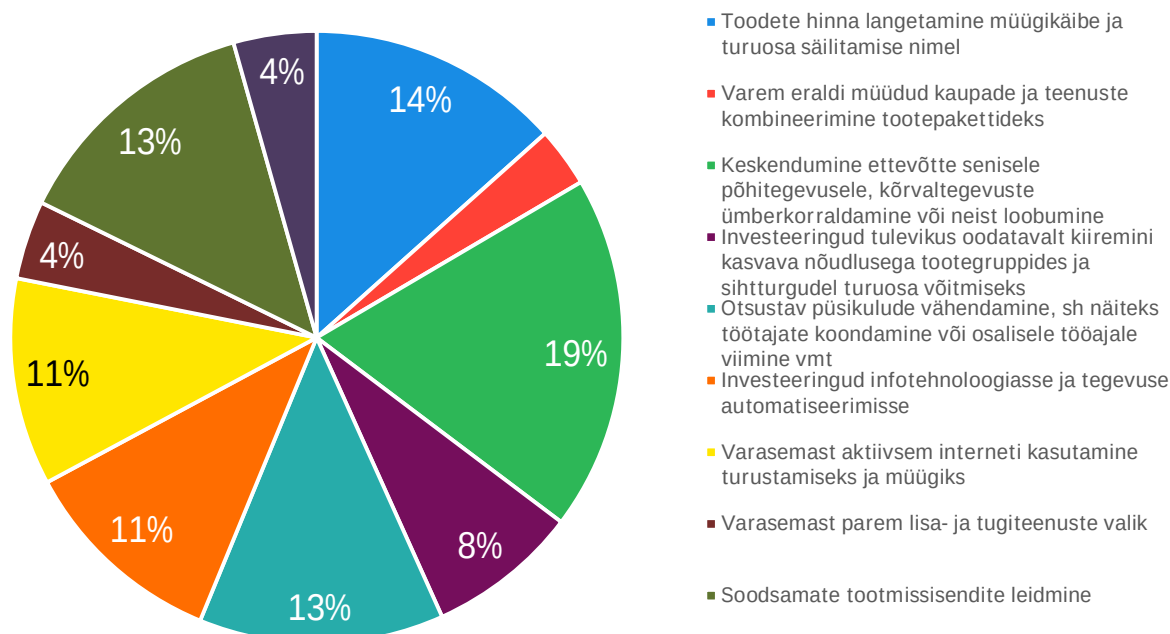
Uuringus küsiti ettevõtetest ka nende seniste tegevuste kohta endi konkurentsivõime tugevdamiseks perioodil 2019–2020.

Mitteeksportivate ettevõtete seast vastas ligemale viiendik, et nende peamiseks seniseks tegevuseks konkurentsivõime tõstmiseks ning turupositsiooni kindlustamiseks oli keskendumine ettevõtte senisele põhitegevusele ning koos sellega kõrvaltegevuste ümberkorraldamine või nendest loobumine. Antud tegevus on ettevõtja jaoks ka üks lihtsamini läbi viidav tegevus, mis ei ole ka ressursimahukas ja võib aidata ka kulusid kokku hoida. Samuti, kui ettevõttel on üks peamine tegevusvaldkond, mis on ka kasumlik ning milles näha potentsiaali, on sellele keskendumine ettevõtja seisukohast igati loogiline.

Sisuliselt võrdselt keskenduti püsikulude vähendamisele (mis võis tähendada ka koondamist) ja soodsamate tootmissisendite leidmisele ning sama suur osa ettevõtjaid panustas ka toodete hinna langetamisse müügikäibe ja turuosa säilitamise nimel. Ka mainitud tegevused on ettevõtte jaoks lihtsasti ellu viidavad ning 2020. aastal, mil maailmamajandust -ja kaubandust tabas koroonapandeemia tõttu laialdane langus, ka loogilisena tunduvad. Kokkuhoid püsikuludelt on ettevõtja perspektiivist samuti üks lihtsamini ja kiiremini rakendatavaid tegevusi, mille otsene finantsiline kasu on samuti kiiresti mõõdetav.

Ka teised mainitud tegevused, nagu soodsamate tootmissisendite leidmine, on juba kirjeldatud tegevustega loogilises seoses, sest ka soodsamad tootmissisendid aitavad püsikulusid alla viia ja seeläbi langetada toote omahinda, mis võib teha ettevõtjale võimalikuks langetada ka lõpptootte hinda tihedas konkurentsikeskkonnas turul ning seeläbi enda turupositsiooni säilitada või kasvatada.

Samuti panustasid ettevõtjad varasemast rohkem enda ettevõtte turustamiseks veebis koos aktiivsema veebikanalite kasutamisega müügitegevuses. Vaid natuke üle 10% ekspordikogemusega ettevõtetest on investeerinud infotehnoloogiasse või enda tootmisprotsesside automatiseerimisse.



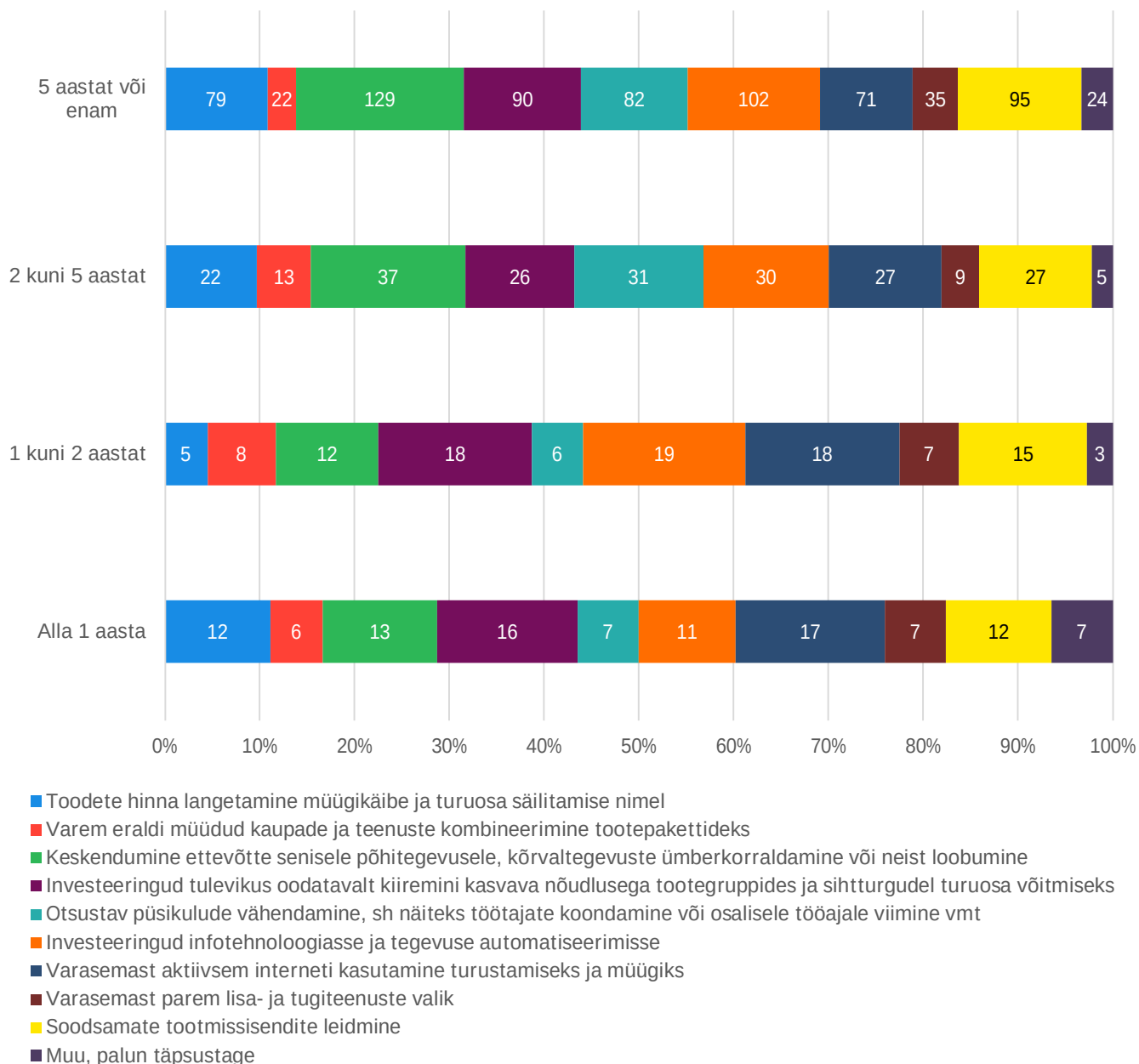
Joonis 34. Mitteeeksportivate ettevõtjate senised tegevused konkurentsivõime tõstmiseks, (n = 411). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Kui vaadata ettevõtteid nende ekspordikogemuse järgi, siis joonistub välja küllaltki selge muster. Eksporti alustanute ning juba pikaajalisema ekspordikogemusega ettevõtete puhul erinesid trendid küllaltki palju.

Ettevõtete puhul, mis omasid enam kui üheaastast ekspordikogemust, oli enim ellu viidud tegevuseks konkurentsivõime parandamiseks investeeringute tegemine infotehnoloogiasse ning tegevuse automatiseerimisse. Seejuures kasvas mainitud tegevuse osatähtsus kõikides tegevusvaldkondades seda mööda, mida pikaajalisemat ekspordikogemust ettevõtte omas. Ettevõtete tegevus endi konkurentsivõime tugevdamiseks ongi seotud ka ettevõtete ekspordikogemusega ajas ning eksporti alles alustava või vähese kogemusega ettevõtte jaoks on tegevused nagu turustamine ja müük või investeeringud tulevikus oodatavalt kiiremini kasvava nõudlusega tootegruppides ja sihtturgudel turuosa võitmiseks olulisemad kui juba kindlatel sihtturgudel kindlat kliendibaasi omavatel ettevõtetel, kes saavad ning peavad panustama infotehnoloogiasse ning endi tegevuste automatiseerimisse, säilitamiseks või tugevdamaks seeläbi enda konkurentsivõimet globaalsel turul.

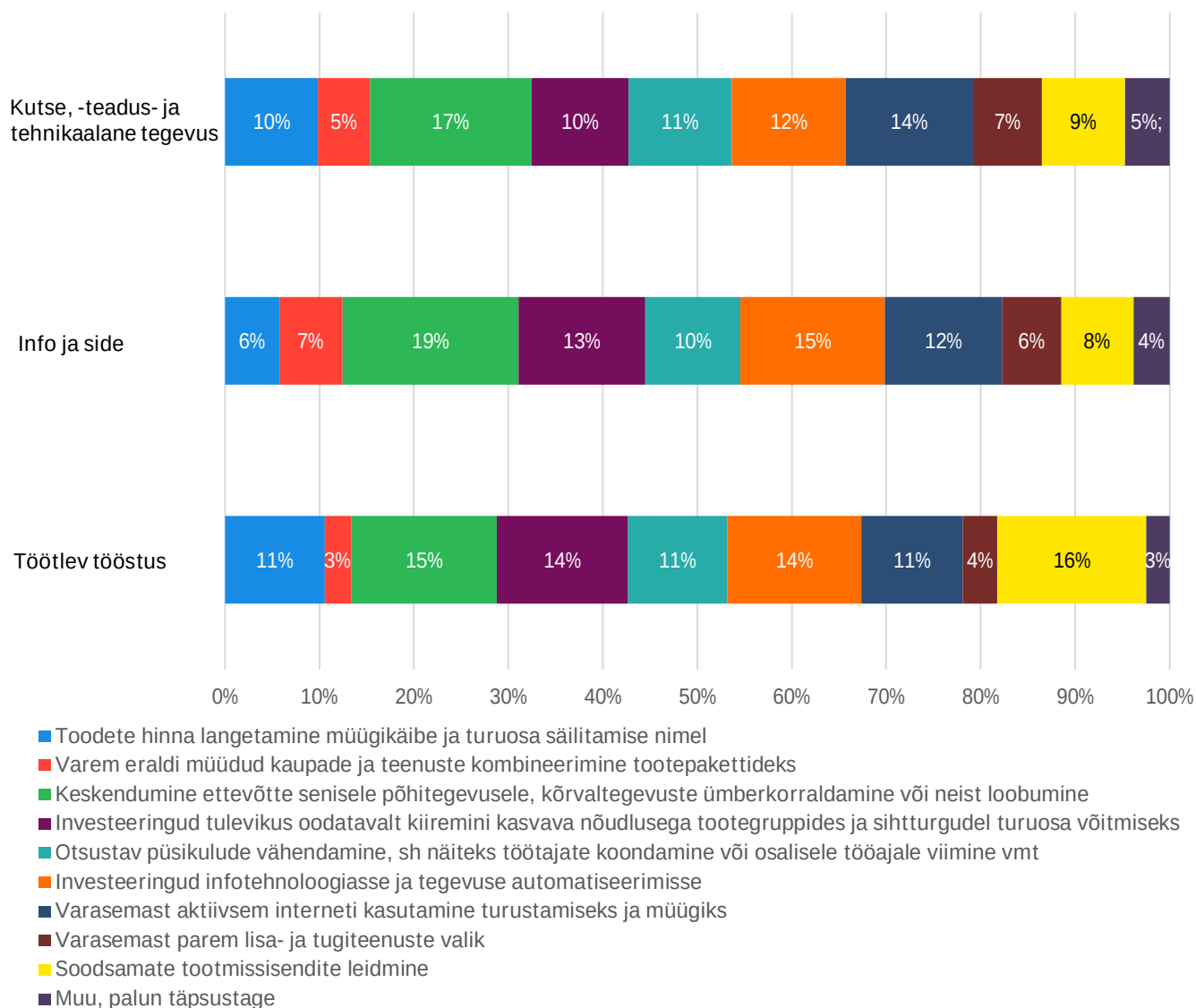
Ka muutub pikemaajalise ekspordikogemusega ettevõtete jaoks olulisemaks keskendumine ettevõtte senisele põhitegevusele, seejuures vajadusel kõrvaltegevusi ümber korraldades või nendest loobudes. Väiksema ekspordikogemusega ettevõtted, kellel ei ole ehk välja kujunenud kindla kliendibaasiga kindlaid tooteid, peavad rohkem tegevuste vahel optimeerima, et leida enda jaoks parim turupositsioon.

Olenemata ekspordikogemusest on ettevõtted panustanud aga üsnagi sarnaselt soodsamate tootmissisendite leidmisesse, mis aitab neil omahinda madalamana hoida ning vajadusel ka kulusid kärpida. Samuti panustasid pea kõik ettevõtted viimastel aastatel sarnaselt toodete hinna langetamisesse endi müügikäibe ja turuosa säilitamise nimel.



Joonis 35. Eksportivate ettevõtete senised tegevused enda konkurentsivõime tõstmiseks (n = 1586). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Kui vaadata eksportivate ettevõtete seniseid tegevusi enda konkurentsivõime tugevdamiseks sektorite lõikes, joonistub taas välja küllaltki sarnane pilt. Siiski erinesid uuringus osalenud kolme suurima tegevusala senised tegevused üksteisest aga kohati päris oluliselt. Kui töötleva tööstuse jaoks oli küllaltki oluliseks seniseks tegevuseks soodsamate tootmissisendite leidmine, siis nii infos ja sides kui ka kutse-, teadus- ja tehnikaalases tegevuses olid sellesse panustanud vaid alla 10% uuringus osalenud ettevõtetest. Tähelepanu väärib ka loogiline, sest töötlev tööstus sõltub erinevatest, tihti üle maailma hangitavatest, tootmissisenditest enam kui teised Joonis 36 välja toodud sektorid. Infos ja sides oli viiendik ettevõtetest keskendunud ettevõtte senisele põhitegevusele, mis oli küllaltki oluline ka teistes sektorites. Võrdse oluliselt oluliseks peeti kõigis välja toodud sektorites püsikulude otsustavat vähendamist, mida oli teinud iga kümnes ettevõtja.



Joonis 36. Eksportivate ettevõtete senised tegevused konkurentsivõime tõstmiseks (n = 1081). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Veonduses ja laonduses olid eksportivad ettevõtted viimastel aastatel enim keskendunud toodete hindade langetamisele müügikäibe ja turuosa säilitamise nimel, keskendunud ettevõtte senisele põhitegevusele ning vähendanud otsustavalt püsikulusid.

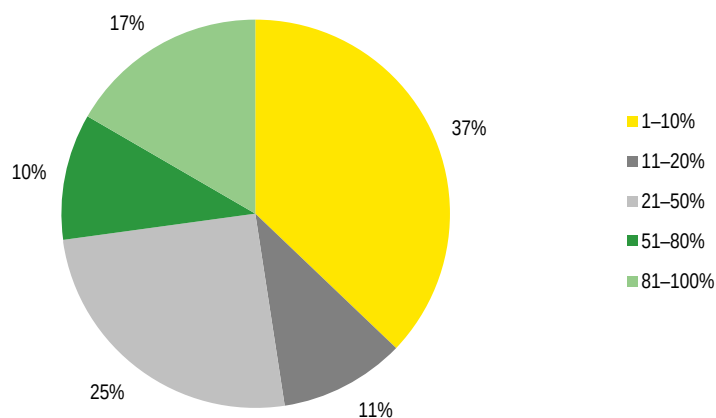
Üldiselt selgub uuringutulemustest, et nii ekspordikogemuseta kui ka eksportivad ettevõtted on keskendunud viimastel aastatel küllaltki sarnastele tegevustele, nagu otsustav püsikulude vähendamine, soodsamate tootmissisendite hankimine, investeeringud infotehnoloogiasse ja automatiseerimisse kas suuremas või väiksemas mahu ning turustamine ja müük läbi e-kanalite.

4.3.1 E-kaubandus

Küsitlusele vastajatest 210 ettevõtet ehk ligi kolmandik²⁹ märkisid, et nende müügikäibe tuleb muu hulgas e-kaubandusest. Enamikul küsitlusele vastajatest moodustab e-kaubanduse osakaal müügitulust alla 10% ja seda olenemata ettevõtte suurusest, st nii väiksema kui suurema käibega

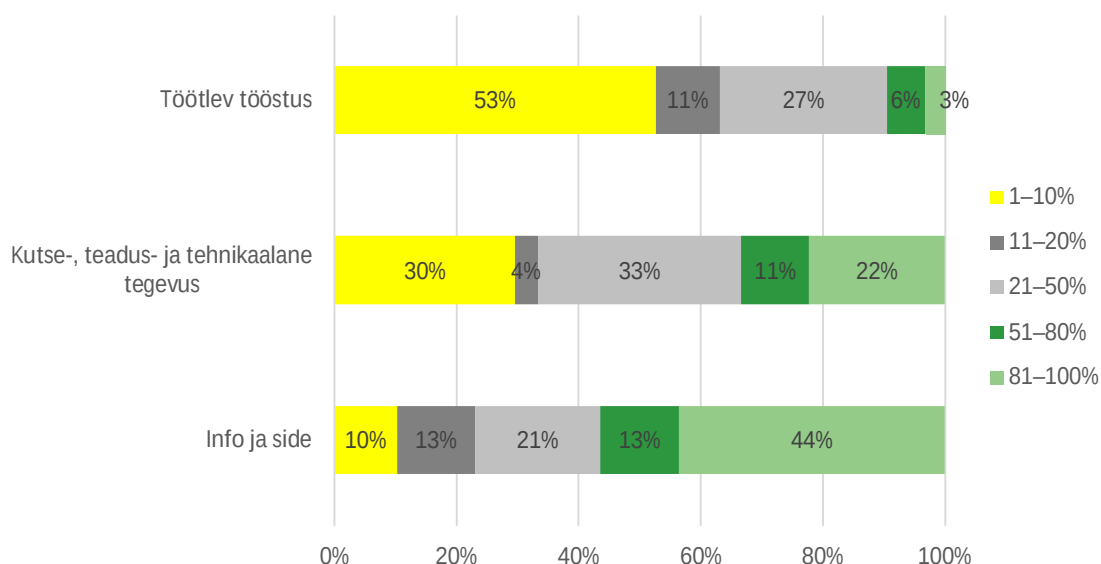
²⁹ Antud küsimuseni ankeedis jõudis ligi 700 ettevõtet.

ettevõtetel on e-kaubanduse müügitulu osakaal enamasti suhteliselt väike. E-kaubandusega tegelevatest ligi pooltel jääb e-kaubanduse osakaal müügitulust alla 20% (Joonis 37).



Joonis 37. E-kaubanduse osakaal müügitulust (ettevõtete osakaal vastajatest) (n = 210). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Mõningaid erinevusi võib välja tuua tegevusalade lõikes. Enamikul ehk 53%-l töötleva tööstuse e-kaubandusega tegelevatest ettevõtetest moodustab see müügitulust kuni 10% (kõigest 3%-l üle 80%) (Joonis 38). Kutse-, teadus- ja tehnikaalase tegevuse ettevõtete hulgas on selliseid ettevõtteid 30% ning info ja side tegevusalal 10%. Tervelt 44%-l info ja side tegevusala ettevõtetest jääb e-kaubanduse osakaal müügitulus vahemikku 81–100%.



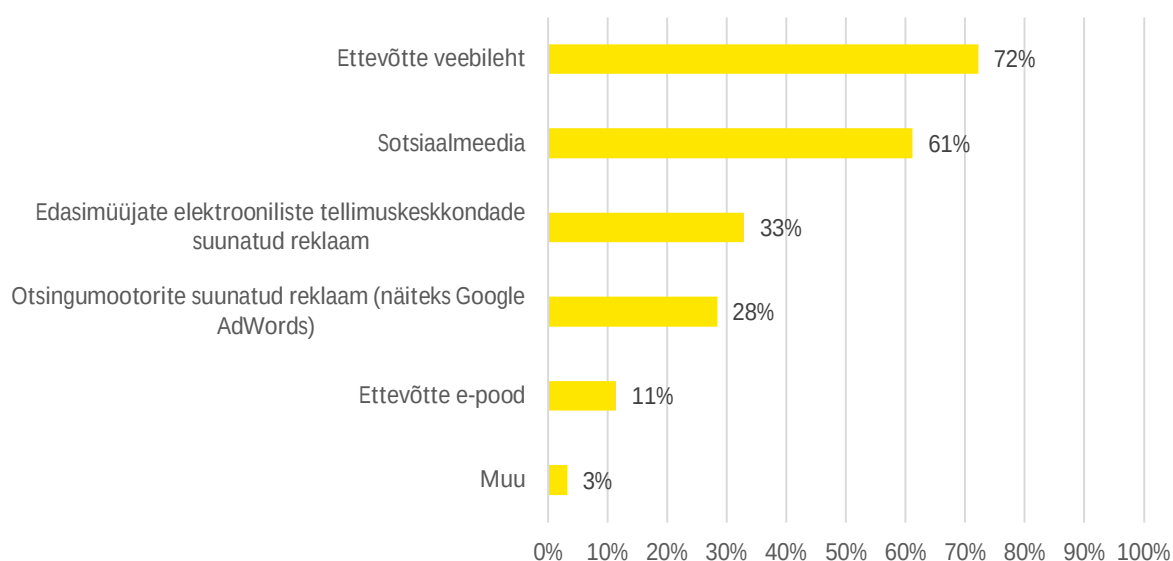
Joonis 38. E-kaubanduse osakaal müügitulus tegevusalade kaupa (% vastajatest) (n = 188). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Samal ajal kui e-kaubanduse osakaal müügitulus on enamasti väike, siis ekspordikäibest moodustab e-kaubandus suurimal osal ettevõtetest üle 80%. See tähendab, et enim on neid ettevõtteid (ligi 40% eksportivatest ja samal ajal e-kaubandusega tegelevatest ettevõtetest), kes kasutavad e-kaubanduse

kanaleid ekspordiks ulatuslikul määral ja teenivad suure osa ekspordikäibest just läbi e-kaubanduse. Siin tuleb aga arvestada, et e-kaubandusega tegelejatest on eksportivaid ettevõtteid veidi alla poole, mistõttu on valim suhteliselt väike ja laiapõhjalisi järeldusi e-kaubanduse kasutamisest ekspordil teha ei saa.

Kaupade ja teenuste müügiks välisturgudel kasutatakse enim sotsiaalmeediat ja ettevõtte enda veebilehte, mõlemat kanalit kasutab ligi kolmveerand e-kaubandusega tegelejatest. 41% ettevõtetest kasutab e-kaubanduse müügikanalina ettevõtte enda e-poodi ja 23% edasimüüjate elektroonilisi tellimuskeskondi (nt Amazon, eBay, Etsy, muud edasimüüjate veebilehed). Fookusgruupiintervjuudest ettevõtete esindajatega selgus, et tihti puuduvad edasimüüjate veebiplatvormidel oma toodete müümiseks vajalikud teadmised ning katsetamisel selgub, et valitud platvormidel konkreetseid tooteid müüa polegi võimalik.

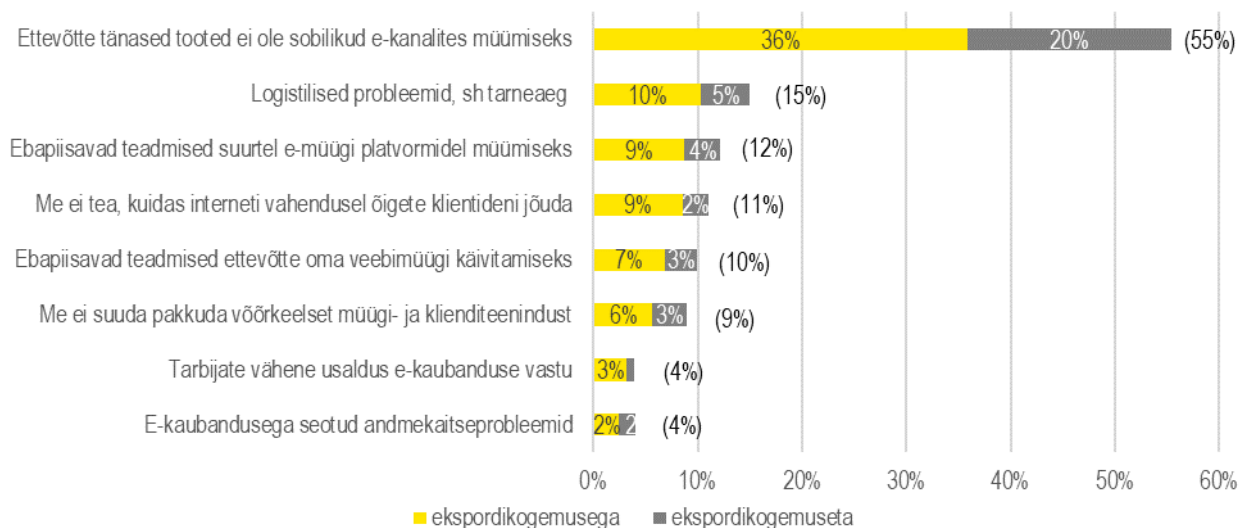
Kaupade ja teenuste turunduseks välisturgudel kasutatakse samuti enim ettevõtte veebilehte ja sotsiaalmeediat (vastavalt 72% ja 61% vastajatest) (Joonis 39).



Joonis 39. Kaupade ja teenuste turunduse kanalid välisturgudel (% vastajatest) (n = 698). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Turunduseks sotsiaalmeedia kasutajatest ülekaalukalt enim ehk 78% kasutab selleks Facebooki, millele järgneb LinkedIn (40%) ja Instagram (34%). Teisi sotsiaalmeedia kanaleid (nt Youtube, sihtturu blogijad, Twitter) kasutatakse turunduskanalitena juba oluliselt vähem.

E-kaubanduse kasutamist ekspordi arendamisel pärsib enim toodete mittesobilikkus e-kanalites müümiseks – nii leidis veidi üle poole vastajatest (Joonis 40). Põhjus peitub muu hulgas selles, et neist omakorda ligi pooled ettevõtted pakuvad kaupu või teenuseid, mille kõiki üksikasju on kliendil keeruline ammendavalt kirjeldada ja mida luues tehakse seetõttu kliendiga tihedat koostööd.

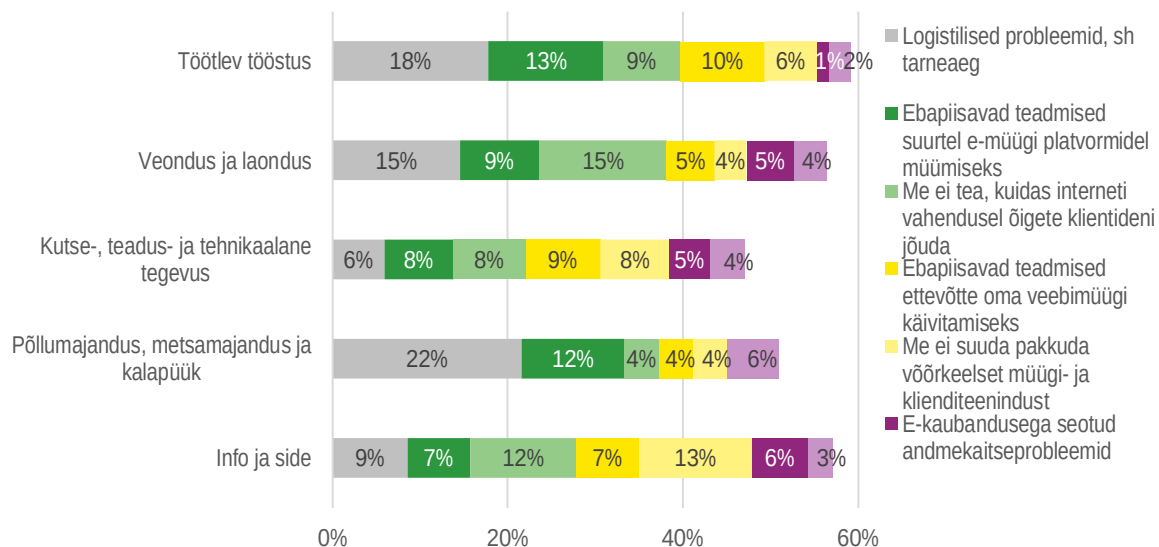


Joonis 40. E-kaubanduse kasutamisel kogetud takistused (% vastajatest) (n = 763). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

15%-l vastajatest pärssivad e-kaubanduse kasutamist ekspordi arendamisel logistilised probleemid. Fookusgruupiintervjuudest ettevõtete esindajatega selgus, et väiksemate tarnemahtude korral on Eestist väljapoole kaupa saata ettevõtte jaoks kallis (vastupidine suund ehk mujalt Eestisse sisse tuua on odavam). Kui aga ettevõttel on piisavalt suur tarnemaht ja head läbirääkimisoskused, siis on võimalik kaupu rahvusvaheliselt transportida ka mõistliku hinnaga. Raskusi võib siiski põhjustada näiteks tarneaeg või sobiva vedaja leidmine. Küsitlustulemustest selgus, et e-kaubandust takistava tegurina näeb suurem osa kõrgema käibega ettevõtetest logistilisi probleeme.

Ebapiisavad teadmised ja oskused põhjustavad samuti e-kaubanduse kasutamisel probleeme. Kokku vastas tervelt 22% ettevõtetest, et neil on e-kaubanduse arendamisel takistavaks teguriks ebapiisavad teadmised sellest, kuidas suurtel e-müügi platvormidel müüa, interneti vahendusel õigete klientideni jõuda ja/või veebimüüki käivitada (igat vastusevarianti on eraldi märkinud ligikaudu kümnendik vastanutest). Fookusgruupiintervjuudest ettevõtete esindajatega selgus, et see oleks koht, kus kaaluda koolitustel osalemist eesmärgiga e-kaubandust alustada/arendada ja veebi teel müüki teha.

Joonis 41 näitab e-kaubandust takistavaid tegureid tegevusalade lõikes. Lisaks joonisel näidatule põhjustab olenemata tegevusalast enim probleeme toodete mittesobilikkus e-kanalites müümiseks (joonisel antud valik välja jäetud).



Joonis 41. E-kaubanduse kasutamisel kogetud takistuste osakaal ekspordi arendamisel tegevusalade lõikes (n = 763). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Kui enamasti põhjustab vaadeldud tegevusaladel ekspordi arendamisel e-kaubanduse kasutamisel probleeme logistika ja/või teadmiste ja oskuste puudus, siis näiteks info ja side tegevusalal on suurima osakaaluga takistuseks võõrkeelse müügi- ja klienditeeninduse pakkumise keerukus. Antud takistus tuli välja ka ettevõtete esindajate fookusgrupil, kus rõhutati, et tihti tahab klient teenusepakkujaga rääkida enda emakeeles. IT-ettevõtetel on näiteks teenuse lõpptulem inglise keeles (ingliskeelne tarkvara kood, juhendid jms), kuid kliendisuhtlust eelistatakse pidada emakeeles ja kliendi kultuuriruumi tundva inimesega.

Veebiküsitlusele vastajad tõid muude takistuste all välja peamiselt pakutud toodete mitesobilikkuse e-kanalites müümiseks. Näiteks selgitati, et toote jaoks on igas riigis erinevad nõuded või tehakse toode tihedas koostöös klientidega. Lisaks mainiti paljude vastajate poolt, et e-müügi arendamiseks pole piisavalt finantse ega aega või pole e-kaubanduse kaudu toodete müümist vajalikuks peetud või eesmärgiks võetud.

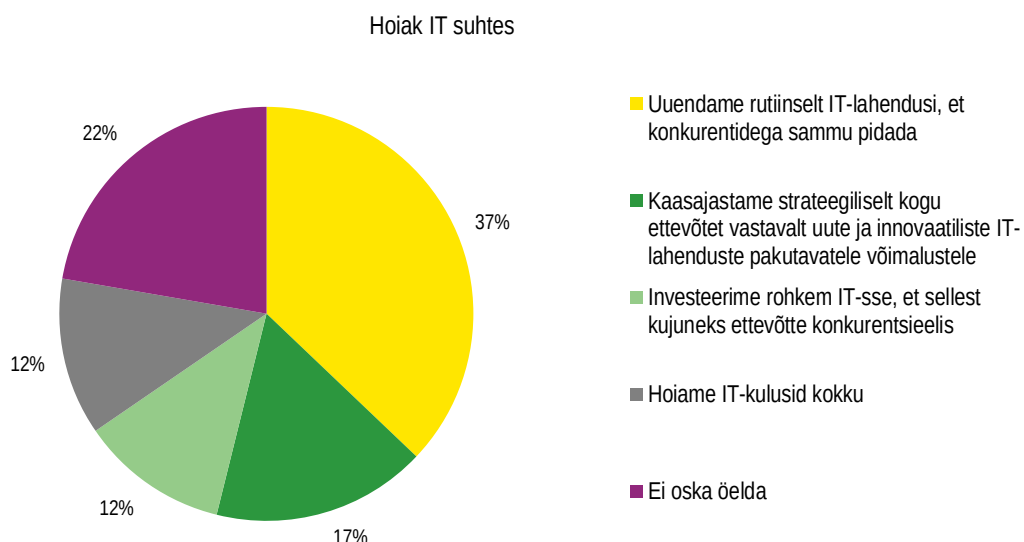
E-kaubandust võib endiselt pidada kasvavaks trendiks ning kui ettevõtte toodet on e-kanaleid pidi võimalik müüa, siis takistustest hoolimata nähakse selles võimalust. Fookusgrupi intervjuudel toodi välja, et tihti jääb puudu oskustest e-müügi veebiplatvormi kasutada, kuigi soov selleks on olemas. Ka küsitlusest selgus, et lisaks logistilistele takistustele põhjustab enim probleeme teadmiste ja oskuste puudus e-müügi arendamisel. Lahendusena võib välja pakkuda erinevad koolitused veebiturunduse ja -müügi teemadel (sh alamteemana ekspordi käsitlevatel koolitustel), kasuteguri suurendamiseks võimalusel sektorispetsiifikat arvestades.

4.3.2 Hoiakud info- ja kommunikatsioonitehnoloogia suhtes

Ettevõtetelt küsiti, milline on nende hoiak infotehnoloogias suhtes, eesmärgiga selgitada välja, kui prioriteetseks seda valdkonda peetakse. Vastajatel oli võimalik valida viie vastusevariandi vahel alates kõige passiivsemast, milleks oli IT-kulude kokkuhoid, ning lõpetades teadliku strateegilise IKT-sse investeerimise ja kaasajastamisega.

Analüüsides saadud vastuseid võib ettevõtted liigitada kolme suuremasse gruppi. Esimese grupi moodustavad ettevõtted, kelle jaoks IT on pigem kulu või kel puudub selge seisukoht IT suhtes. Selliseid ettevõtteid on veidi üle kolmandiku (vastavalt 12% ja 22%). Teise grupi moodustavad rutiinselt oma IT-lahendusi uuendavad ettevõtted, kes moodustasid 37% vastajatest. Sellised ettevõtted tähtsustavad IT-d piisavalt, et hoida tehnoloogiline baas kaasaegsena, kuid olulist lisandväärtust IT

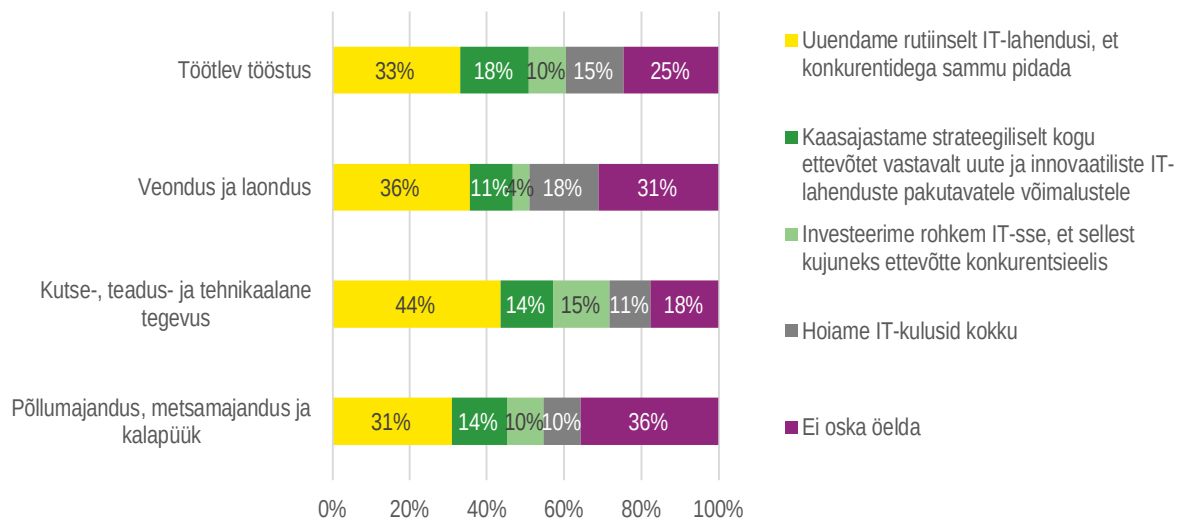
ennaktempos arendamises ei nähta. Kolmanda grupi moodustavad ettevõtted, kes investeerivad teadlikult IT-sse ning kaasajastavad ettevõtet, et saavutada sel teel konkurentsieelis. Selliste ettevõtete osakaal on 29% (vastavalt 12% ja 17%). Kokkuvõttes on nende kolme grupi jaotus üsna ühtlane, kuigi IT-sse rohkem panustavad ettevõtted on teatavas vähemuses (vt Joonis 42).



Joonis 42. Ettevõtete hoiakud IT suhtes (n = 674). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Eelolevalt jooniselt ei saa siiski teha otseselt järeldust, et Eesti ettevõtted oleksid üldstatult IT vaates kas pigem uuenduslikud või hoopis alalhoidlikud, sest palju sõltub tegevusalast, sektorist jt. asjaoludest. Küll aga esineb üldjuhul seos ettevõtte suuruse ja IT hoiakute vahel, kuna suuremates ettevõtetes on IT uuendustega efektiivsuse saavutamise potentsiaal kõrgem.

Alloleval joonisel (Joonis 43) on näha IT hoiakud erinevates sektorites. On näha, et kutse- ja tehnikaalase tegevuse ning töötleva tööstuse puhul on valmidus IT-sse panustada mõnevõrra suurem (vastavalt 29% ja 28%). Oluliselt madalam on see näitaja aga veonduse ja laonduse puhul, mis on mõnevõrra üllatav, sest just logistika valdkonnas ja tarneahelate optimeerimises on viimastel aastatel toimunud suur areng. Samas võtab selliste lahenduste jõudmine ettevõtlusesse aega, sest on seotud investeeringutega, mis nõuavad rahalisi vahendeid, kompetentse ja riskivalmidust. Veondus ja laondus on ka küllalt konkurentsitihedad sektorid, mistõttu domineerib seal pigem IT kulude kokkuhoid.



Joonis 43. Ettevõtete hoiak IT suhtes erinevates sektorites. Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

5. Ettevõtete tulevikuplaanid

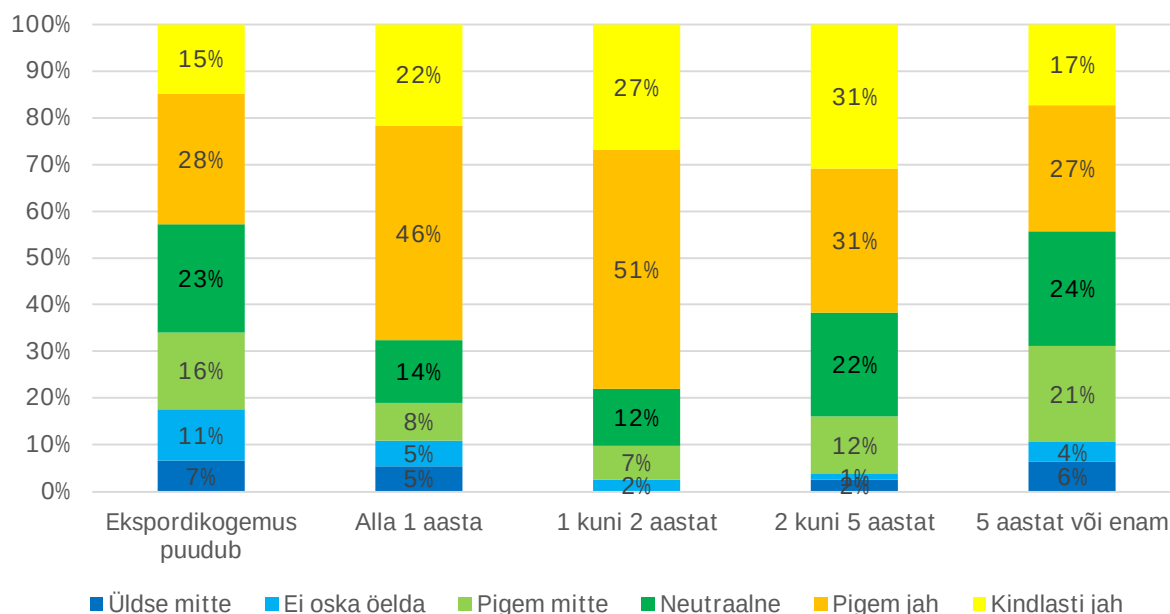
5.1 Tulevased tegevused

Uuringus osalenud ettevõtetelt küsiti ka nende tulevikuplaanide kohta aastatel 2021–2022, mis puudutavad otseselt eksporti, aga ka seda toetavaid tegevusi, nagu toodete ja teenuste arendus, automatiseerimine ning digitaliseerimine, uute turgude otsimine, turunduskanalite leidmine jne. Tulevaid tegevusi küsiti nii juba eksportivatelt ettevõtetelt kui ka ekspordipotentsiaali omavatelt ettevõtetelt. Täpsemalt küsiti ettevõtetelt 12 tegevusvaldkonna kohta, kus ettevõtted plaanivad muudatusi ellu viia:

- Ettevõtte strateegia ja ärimudeli uuendamine
- Uute, senisest oluliselt erinevate toodete turule toomine
- Olemasolevate toodete edasiarendamine
- Tootmistehnoloogia ja tootmisvõimsuse suurendamine
- Ettevõtte põhiliste sisendite tarnekindluse tagamine
- CO₂ ja muude emissioonide vähendamine
- Taastuvate energiaallikate kasutuselevõtt
- Muudatused personalis, sh värbamis- ja karjäärisüsteem
- Turundus ja müük, sh e-kaubandus
- Transpordi ning logistika arendamine
- Ettevõtte struktuuri ja juhtimise uuendamine
- Tihedam koostöö teiste ettevõtetega

Tulemusi vaadates selgus, et ettevõtjad plaanivad muudatusi pea kõikides küsitud valdkondades, enim aga kolmes valdkonnas: olemasolevate toodete edasiarendus, tootmistehnoloogia ja tootmisvõimsuse suurendamine ning 50% uuringus osalenud ettevõtetest kas pigem plaanivad või kindlasti plaanivad ka ettevõtte strateegia ning ärimudeli uuendamist. Samuti plaanivad ettevõtjad järgnevatel aastatel ka uute, senisest oluliselt erinevate toodete turule toomist. Kõige vähem plaanivad ettevõtted järgnevatel aastatel muudatusi taastuvate energiaallikate kasutuselevõtus ning CO₂ ja muude emissioonide vähendamist – vastavalt 41% ning 39% uuringus osalenud ettevõtetest.

Vaadates kõiki eksportivaid ettevõtteid sektoriüleselt selgub uuringutulemustest (Joonis 44), et tervelt 53% uuringus osalenud ettevõtetest olenemata nende tegevusalast plaanib aastatel 2021–2022 kas pigem või kindlasti enda ettevõtte strateegia ja ärimudeli uuendamist. Selline kõrge protsent võib tähendada, et viimastel aastatel, aga eriti 2020. aastal muutunud globaalne majanduskeskkond sunnib ka ettevõtteid endi strateegiat suuremalt ümber hindama, et tagada ettevõtte turuosa sihtriikides ning vajadusel pakkuda ka uusi tooteid või proovida siseneda suurema lisandväärtusega toodete pakkumisse näiteks saamaks osaks globaalsetes väärtusahelates.



Joonis 44. Kas Teie ettevõtte plaanib aastatel 2021–2022 enda strateegiat ja ärimudelit uuendada? (n = 607). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Selgus, et nii eksportivate kui ka mitteeksportivate ettevõtete seas panustatakse järgnevatel aastatel peamiselt kolmele tegevusele. Enim plaanivad ettevõtted arendada edasi olemasolevaid tooteid. Kõige enam plaanivad seda teha info ja side valdkonna ettevõtted (91%) ning töötleva tööstuse ettevõtted (81%).

Palju panustatakse ka tihedamale koostööle teiste ettevõtetega, mis peaks võimaldama juba eksportivatel ettevõtetel kindlustada enda turupositsiooni näiteks läbi konsolideerimise, mille tulemusena paraneb ettevõtte seis turul kas konkreetse toote või teenuse spetsiifiliselt või omatakse koostöö tulemusena suuremat turujõudu üldisemalt. Nii eksporti alles plaanivate kui ka juba eksportivate ettevõtete jaoks võib tihedama koostöö tulemusena olla ka tootearendus soodsam. Samas aitab koostöö vähendada aga ka võimalikke tootmiskulusid ja ettevõtetevaheline koostöö annab ka turuosa laiendamisel või uutes segmentides turule sisenemisel parema positsiooni.

59% ettevõtetest plaanib panustada ka rohkem turundusele ja müügile, sh e-kaubandusele. Arvestades e-kaubanduse mahu eksponentsiaalset kasvu globaalsel turul ning traditsioonilisemate jae- ja hulgikaubandusvõimaluste taandumist 2020. aastal tulenevalt COVID-19 kriisist, on ainult loogiline, et ettevõtted üritavad enda turuosa hoidmiseks ja suurendamiseks suunata rohkem ressursse e-kaubandusse. Kuigi osades sektorites ning tegevusaladel võib olla e-kaubanduse mahu kasvatamine keerulisem (näiteks on suur osa Saksamaa turu trüki- ja reklaamiärist koondunud B2B messidele), omab see ettevõtete turuosa kasvatamisel ja uutele turgudele sisenemisel üha suuremat rolli. Nii pidasid antud tegevust oluliseks pooled kutse-, teadus- ja tehnikaalase tegevuse ettevõtetest, aga tervelt 66% info ja side valdkonna ettevõtetest.

Ka tootmistehnoloogia ja tootmisvõimsuse uuendamist peeti ettevõtjate seas väga oluliseks tulevikku suunatud tegevuseks, aga seda peamiselt töötlevas tööstuses. 69% töötleva tööstuse ettevõtetest plaanib mainitud valdkonnas aastatel 2021–2022 uuendusi. Kutse-, teadus- ja tehnikaala ettevõtetest plaanib tootmistehnoloogiaid uuendada 43%.

Võrdselt plaanivad ettevõtted kindlustada põhiliste sisendite tarnekindlust ning tuua turule uusi, senisest oluliselt erinevaid tooteid.

Ettevõtjate CO₂ emissioonide vähendamise alased plaanid lähiaastatel

Kliima soojenemise pidurdamise kontekstis on kasvuhoonegaaside (ennekõike CO₂) emissiooni vähendamine nii globaalselt kui ka Euroopa Liidu rohelise kokkuleppe kontekstis oluline eesmärk, mille saavutamine mõjutab eelolevatel aastatel järjest enam ettevõtete konkurents- ja ekspordivõimet. Euroopa kolm olulisemat CO₂ emissiooni allikat on energia- ja transpordisektor ning töötlev tööstus.

³⁰ European Environmental Agency (2019), Sustainability Transitions: Policy and Practice. Publications Office of the European Union, 16 30.

³¹ International Energy Agency (2020), World Energy Outlook, <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2020>.

Eeltoodust lähtuvalt uurisime ka seda, kuivõrd ettevõtjad planeerivad lähiaastatel muudatusi CO₂ jm emissioonide vähendamise ja taastuvenergia kasutuselevõtu osas.

Küsitletud ettevõtete seas on märgata kolme asjaolu. Esmalt, üsna suur on ettevõtete osakaal, kes ei oska CO₂ emissioonide vähendamise teemalisele küsimusele vastata (13% küsimusele vastanud 607 ettevõtjast; ei leia kajastamist allolevas Tabel 18). Kui lisada juurde neutraalsete ettevõtjate osakaal, siis on ettevõtete, kel pole selgeid plaane või kes arvavad, et teema neid ei puuduta, osakaal 43%. Samas võib eeldada, et tegemist on muudatustega, mis mõjutavad kõikide ettevõtjate tegevust, ning seetõttu on teadlikkuse tõstmine eeldatavasti olulisel kohal.

Teiseks, CO₂ emissioonide alaseid muudatusi planeeritakse eelkõige tegevusaladel, mis on juba täna regulatiivselt väga tugevasti mõjutatud – veondus, töötlev tööstus ning põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük, ehkki ka neil tegevusaladel on suur osakaal ettevõtjaid, kes vastavaid muudatusi ei planeeri või on äraootaval seisukohal.

Tabel 18. CO₂ emissioonide vähendamise alased plaanid 2021-2022 tegevusalade kaupa, (n = 527). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Tegevusala	Kindlasti või pigem „jah“	Neutraalne	Kindlasti või pigem „ei“	Kokku
info ja side	14,6%	18,3%	67,1%	100%
kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus	14,9%	37,9%	47,1%	100%
põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük	25,9%	55,6%	18,5%	100%
töötlev tööstus	25,5%	35,2%	39,4%	100%
veondus ja laondus	42,9%	32,1%	25,0%	100%

Kolmandaks, ettevõtte suuruse kasvades kasvab ka ettevõtete osakaal, kes planeerivad vastavaid muudatusi juurutada.

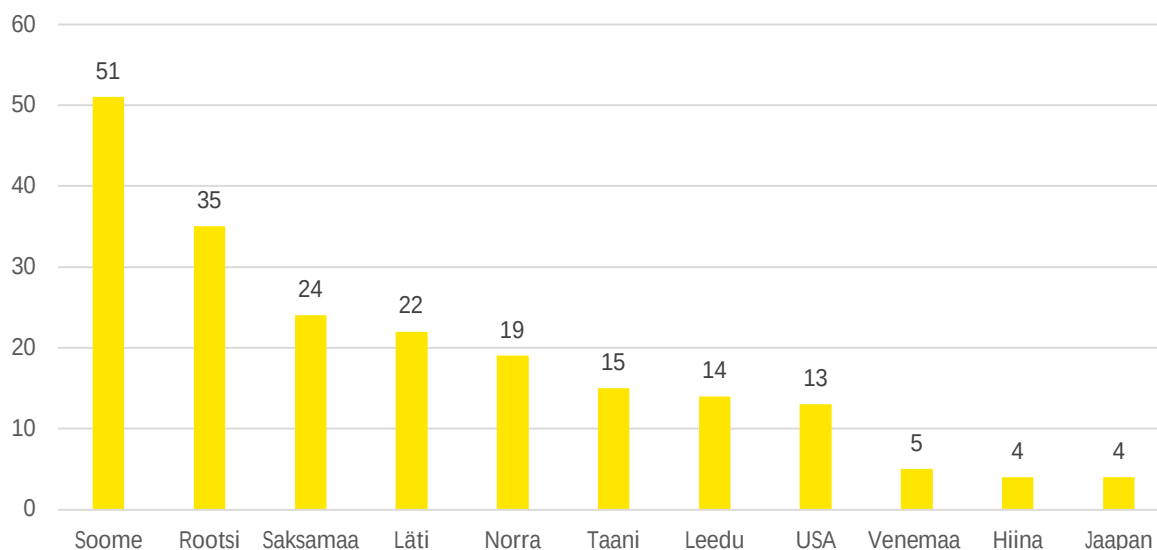
Tabel 19. CO₂ emissioonide vähendamise alased plaanid 2021-2022 ettevõtete suuruse põhjal, (n = 525). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Tegevusala	Kindlasti või pigem jah	Neutraalne	Kindlasti või pigem ei	Kokku
1...9	17,2%	34,2%	48,6%	100%
10...49	32%	28,9%	39,2%	100%
50...	33,3%	44,4%	22,2%	100%

Samalaadsed trendid on märgatavad ka taastuvenergia kasutuselevõtu plaanide osas.

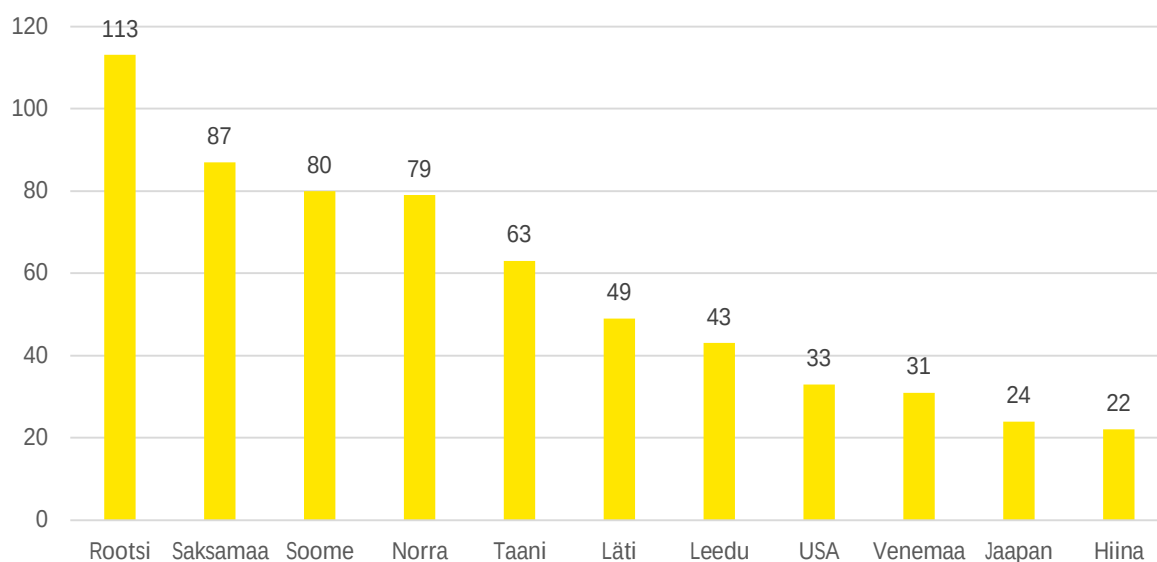
5.3 Tulevased ekspordi sihtriigid

Kui vaadata, millised on eksportööride ja mitteeeksportööride tulevikuplaanid uutele turgudele sisenemise osas, on näha, et ka suur osa hetkel mitteeeksportivaid ettevõtteid plaanivad järgnevatel aastatel uutele turgudele siseneda. Joonis 46 on kujutatud hetkel ekspordikogemuseta ettevõtteid, kes plaanivad lähiajal uutele eksportturgudele siseneda. Jooniselt on näha, et enim panustavad uuringus osalenud ettevõtteid Eesti lähiturgudele nagu Soome, Rootsi ja Läti, kuid oluliselt kolmanda uue sihtturuna on ettevõtjad välja toonud Saksamaa.



Joonis 46. Mitteeksportivate ettevõtete uutele eksportturgudele sisenemise plaan sihtriikide lõikes (n = 206). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Kui vaadata kõiki eksportivaid ettevõtteid koos, olenemata sektorist, siis märkisid ettevõtjad, et enim soovitakse tulevikuperspektiivis siseneda Rootsi, Saksamaa, Soome ning Norra turule. Joonis 47 on kujutatud peamised sihtriigid, kuhu ettevõtjad soovivad tulevikus siseneda. Jooniselt nähtub, et kuigi geograafilisemalt kaugemad turud nagu Jaapan, Hiina või Ameerika Ühendriigid on esindatud vähem, on nendele siseneda soovivate ettevõtete hulk siiski märkimisväärt, eriti kui arvestada, et lisaks geograafilisele kaugusele kogevad mainitud turgudel ettevõtjad ka mitmeid lähiriikides mitte esineda võivaid regulatiivseid ja mitteregulatiivseid takistusi, mis muudavad sellistele turgudele sisenemise keerulisemaks kui lähiregioonidesse.



Joonis 47. Eksportivate ettevõtete uutele eksportturgudele sisenemise plaan sihtriikide lõikes (n = 624). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Enam kui viieaastase ekspordikogemusega ettevõtted plaanivad samas enim siseneda Rootsi turule, millele järgnevad potentsiaalsete sihtriikidena Saksamaa, Norra, Soome ning Taani. Samuti on ka märkimisväärt arv neid pikaajalise ekspordikogemusega ettevõtteid, kes plaanivad siseneda USA (20), Hiina (15) ja Jaapani (11) turule.

Kui vaadata juba eksportivate ettevõtete uutele turgudele sisenemise plaane eksootilisemate riikide lõikes, siis märgiti sisuliselt vaid üksikutel juhtudel, et soovitakse nendesse riikidesse siseneda. Nii märgiti neljal korral potentsiaalse sihtriigina Brasiiliat ja Indiat, kolmel juhul üldisemalt Lähis-Ida piirkonda ning kahel korral ka Lõuna-Koread ja Singapuri.

Tasub juhtida tähelepanu ka asjaolule, et pikalt Eesti olulised ekspordipartnerid olnud Läti ning Leedu on tulevaste sihtriikide nimekirjas mitteeeksportivate ettevõtete seas alles neljandal ja seitsmendal kohal ning eksportivate ettevõtete seas vastavalt kuuendal ja seitsmendal kohal. Skandinaavia riigid, mis on Eestist osati geograafiliselt kaugemal ning võõrama ärikultuuri ja keskkonnaga kui sotsiaalkultuuriliselt sarnase taustaga Läti ja Leedu, on saanud käesoleva uuringu andmete põhjal ettevõtjate jaoks olulisemateks sihtriikideks. Skandinaavia suurem turg ning potentsiaalsed võimalused saamaks osa globaalsemast turust, aga ka globaalsematest väärtusahelatest, on ettevõtete jaoks nende turgudele sisenemisel tekkida võivat suuremat riski väärt. Eraldi tasub ära märkida ka Saksamaa olulisust ettevõtjate seas olenemata riigi suhtelisest kaugusest ning Eesti jaoks ka võõrana näida võivast ärikultuurist.

Nii nagu vaadati juba eksportivate ettevõtete seas sihtriikidesse eksportimise mustreid, tehti sama ka tulevaste ekspordi sihtriikide osas, kuhu ettevõtted plaanivad siseneda. Selleks paluti ettevõtjatel veebiküsitluses märkida kuni kolm riiki, kuhu nad plaanivad järgmistel aastatel siseneda.

Kui näiteks ettevõtte peamiseks sihtriigiks oli Soome, siis järgmiste potentsiaalsete sihtriikidena märkisid nad Rootsi, Saksamaa ja Norra. Rootsi eksportijad nägid järgmiste sihtriikidena endi jaoks Saksamaad, Norrat ning Soomet. Kui aga ettevõtte peamiseks sihtriigiks oli Saksamaa, siis soovitakse sooviti enim siseneda Rootsi, Taani ja Norra. Pilt, mis avaldub, on küllaltki sarnane juba hetkel väljakujunenud ekspordiriikide võrgustikega. Kui hetkel ekspordivad ettevõtted läbi viidud veebiküsitluse tulemuste baasil kohaselt peamiselt Soome, Rootsi ja Saksamaale, millele järgnesid järgnevad Läti ning teised Skandinaavia riigid, siis ka tulevikku nähakse Skandinaavias ja Saksamaal. Ühelt poolt on ettevõtetel lihtsam laiendada enda turuosa sarnases äri- ja majanduskeskkonnas, nagu seda on Skandinaavia, ning võimalik on kasutada ka oma olemasolevaid kontakte ja äri- võrgustikke uutele turgudele sisenemaks. Näiteks mitmed jae- ja hulgikaubandusettevõtted, aga ka finantssektori ettevõtted, ja töötleva tööstuse sektori ettevõtted on esindatud üle kogu Skandinaavia, mis muudab näiteks juba Soome eksportiva ettevõtte jaoks loogiliseks proovida järgmise turuna Rootsit. Samuti võib näiteks leping Rootsis asuva emaettevõttega tähendada Eesti eksportija jaoks pääsu mitmele turule, kus edasimüüja on esindatud. Ka võib koostöö ühe Skandinaavias tuntud ettevõttega tähendada paremaid võimalusi alustada koostööd mõne teise, samuti regioonis tegutseva edasimüüja või lõppvalmistajaga.

Kui eksporditakse mõnda Skandinaavia riiki, on ka Saksamaale ekspordi alustamine ettevõtte jaoks järgmine loogiline samm. Kuigi Skandinaavia ja Saksamaa majandused ei ole omavahel nõnda suures ulatuses läbipõimunud kui Skandinaavia riikide majandused üksteisega, on siiski mitmed rahvusvahelised ettevõtted esindatud kõikidel mainitud turgudel. Ühtlasi pakub Saksamaa Euroopa suurima majanduse ja eksporditõrjina ettevõtete jaoks paremaid võimalusi kui Skandinaavia riigid. Ärilise loogikana võib siin peituda ka asjaolu, et kui Eesti ettevõtte on suutnud ennast tõestada mõnele rahvusvaheliselt tuntud Skandinaavia ettevõttele usaldusväärse partnerina, muudab see ettevõtte maine ka Saksamaal paremaks ja koostöö alustamise lihtsamaks, sest eksporditõrjil on juba ette näidata koostöö mõne partneriga, keda Saksamaa kontekstis võidakse teada. Saksamaa on Euroopas, aga ka maailmas olulisel positsioonil globaalsete väärtusahelate kontekstis, seda just eriti töötlevas tööstuses, mis muudab Saksamaa kõrge potentsiaaliga sihtriigiks. Saksamaa töötlev tööstus andis 28% kogu EL 27 majanduses loodavast lisandväärtusest³².

³² Eurostat (2020), Manufacturing statistics - NACE Rev. 2, <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/10086.pdf>.

Tasub ka märkida, et ka ostujõu poolest on nii Skandinaavia kui Saksamaa ühed Euroopa Liidu kõrgeimad, mis võimaldab ettevõtetel eksportida ka kõrgema lisandväärtusega tooteid, mille hind on ka lõpptarbija jaoks kõrgem.

6. Ekspordi tugisüsteem

6.1 Eesti ekspordi tugisüsteem

Riigiabi ja vähese tähtsuse abi registri põhjal on küsitlusse kaasatud 21 042 ettevõttest saanud perioodil 2014–2020 abi toetusmeetmetest 7488 (35,6%) ning neile ettevõtetele on osutatud rahalist toetust kokku summas 829 miljonit eurot. Abi andjatena on Põllumajanduse Registrite ja Informatsiooni Amet, Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus ja Sihtasutus KredEx kõige olulisemal kohal (Tabel 20). Need on ka organisatsioonid, kes on põhilised ekspordi toetavad organisatsioonid Eestis.

Tabel 20. Küsitletud ettevõtetele eraldatud abi osutajate kaupa, 2014–2020, 15 suurimat abi andjat. Allikas: autorid riigiabi ja vähese tähtsuse abi registri põhjal.

Abi andja	Summa (tuh. eur)
Põllumajanduse Registrite ja Informatsiooni Amet	201 990
Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus	170 478
Sihtasutus KredEx	159 531
SA Keskkonnainvesteeringute Keskus	65 659
Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium	61 574
Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet	44 998
Riigi Tugiteenuste Keskus	29 405
Maaelu Edendamise SA	29 397
Sihtasutus Eesti Filmi Instituut	27 958
Eesti Töötukassa	11 616
Elering AS	9 593
Eesti Kultuurkapital	5 399
Kultuuriministeerium	2 633
SA Erametsakeskus	2 195
Kaitseministeerium	1 869

Rahaliselt mahult suurimateks toetusmeetmeteks küsitletud ettevõtetele on alljärgnevad ning kas otseselt või kaudselt ekspordi edendavad EAS-i, KredExi ja PRIA meetmed on märgitud rõhutatud tekstiga (Tabel 21).

Tabel 21. Küsitletud ettevõtetele eraldatud abi abimeetmete kaupa, 2014–2020, 20 suurimat abimeedet. Allikas: autorid riigiabi ja vähese tähtsuse abi registri põhjal.

Abimeede	Summa (tuh. eur)
COVID-19 Loan under the Temporary framework 19.03 section 3.3 (KredEx-EE)	124 952
Erimärgistatud diislikütuse aktsiisisoodustus põllumajandussektoris 4	51 885
Ettevõtte arenguprogrammi toetusmeede	39 764
Investeering Tallinna lennujaama lennualataristusse	35 000
Investeeringud parimasse võimalikku ressursitõhusasse tehnikasse; ressursijuhtimissüsteemide ja toetavate IT-rakenduste toetamine (2)	34 066
Erimärgistatud diislikütuse aktsiisisoodustus põllumajandussektoris 3	31 866
COVID-19 Loan guarantees under the Temporary framework 19.03 section 3.2 (KredEx-EE)	30 920
Tehnoloogia arenduskeskuste toetus 2014–2020	26 748
Erimärgistatud diislikütuse aktsiisisoodustus põllumajandussektoris	22 587

Pärnu lennujaama rekonstrueerimine	20 000
Eesti audiovisuaalsektori toetamine (EFI)	19 552
Maapiirkonnas majandustegevuse mitmekesistamise investeeringutoetus (VTA)	19 150
Investeeringud parimasse võimalikku ressursitõhusasse tehnikasse; ressursijuhtimissüsteemide ja toetavate IT-rakenduste toetamine	17 688
Ettevõtte arenguprogramm – VTA	15 409
Põllumajandustoodete töötlemise ja turustamise investeeringutoetus suurprojektide elluviimiseks	15 000
Rakendusuuringute toetamine nutika spetsialiseerumise kasvuvaldkondades	13 467
Ettevõtlusteadlikkuse arendamine	12 290
Mikro- ja väikeettevõtjate põllumajandustoodete töötlemise ning turustamise investeeringutoetus	10 324
LEADER - projektitoetus	9 533
COVID-19 Loan under the Temporary framework 19.03 section 3.3 (MES)	9 358

Erinevad uuringud on hinnanud ekspordi toetusmeetmeid üldiselt asjakohasteks, tõhusateks ning mõjusateks.³³ Vaid värskeim uuring toob välja olulised probleemid laenude, tagatiste ja eksporditehingute kindlustuse väljastamise osas, kuivõrd tegevuste tulemuslikkus on olnud madalam nii oodatud finants- kui ka tulemusnäitajate osas.³⁴

Pea pooled küsitletud ettevõtjatest (47%) hindasid, et plaanitavate arendustegevuste rahastamiseks ei piisa ettevõtte olemasolevast finantsressursist. Märkimisväärseid erinevusi suurusklasside lõikes sellele küsimusele vastamisel ei olnud. Tegevusalana on kõrgemad välise ressursi vajadused suurema investeerimismahukusega tegevusaladel: põllumajandus, veondus ja laondus ning töötlev tööstus (Tabel 22).

Tabel 22. Ettevõtte finantsressursi piisavus arendustegevuste rahastamiseks, tegevusalade lõikes, (n = 605). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

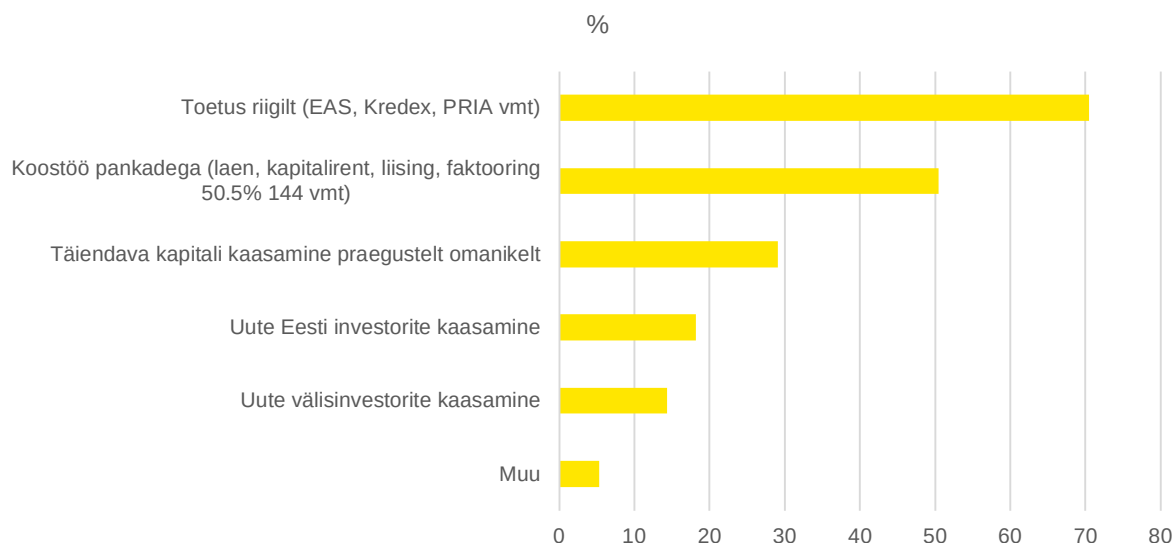
	Ei	Jah	Kokku
info ja side	38,5%	61,5%	100,0%
kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus	34,1%	65,9%	100,0%
põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük	64,7%	35,3%	100,0%
töötlev tööstus	57,1%	42,9%	100,0%
veondus ja laondus	62,2%	37,8%	100,0%

Ettevõtjate jätkuva ootusi riigile ettevõtete arengu toetamisel väljendasid ka küsitlusele vastanud ettevõtjad. Kõige populaarsema täiendava finantsallikana nähaksegi riigi toetust arendustegevusele (70% ettevõtete ootus), pankade finantseerimist (50%) ning täiendava kapitali kaasamist praegustelt omanikelt (29%). Neile järgnevad uute Eesti investorite või välisinvestorite kaasamine ning muud allikad (nt Euroopa Liidu grantid, riskinvesteeringud) (Joonis 48). Väga ulatuslik ootus

³³ Vt nt Espenberg *et al.* (2020), Ühtekuuluvuspoliitika fondide rakenduskava 2014–2020 ettevõtlus- ja innovatsioonitoetuste tulemuslikkuse hindamine, https://www.struktuurifondid.ee/sites/default/files/lopparuanne_0.pdf; Civitta (2017), EASI ettevõtlus- ja innovatsioonipoliitika meetmete vahehindamine, https://www.struktuurifondid.ee/sites/default/files/ettevotlus-ja_innovatsioonipoliitika_vahehindamine.pdf; Mihkelson, P. *et al.* (2014), Ettevõtlus- ja innovatsioonipoliitika vahehindamine, <https://www.struktuurifondid.ee/sites/default/files/ettevotlustoetuste-vahehindamine-2014.pdf>; Kuusk, K. ja Jürgenson, A. (2007), Riiklike ettevõtluse tugimeetmete mõjude hindamine, https://www.struktuurifondid.ee/sites/default/files/loppraport_0209_fin_pdf.pdf_mkm_ettev_tluse_tugimeetmete_m_jude_hindamine.pdf.

³⁴ Espenberg *et al.* (2020), Ühtekuuluvuspoliitika fondide rakenduskava 2014–2020 ettevõtlus- ja innovatsioonitoetuste tulemuslikkuse hindamine, https://www.struktuurifondid.ee/sites/default/files/lopparuanne_0.pdf, lk 72–74.

arendustegevuse riigipoolsele (kaas)finantseerimisele on autorite hinnangul põhjendatud asjaolust, et küsitluse läbiviimise aeg langes ettevõtjate jaoks raskesse aega (pandeemia ja majandusliku mõttes, vt pikemalt peatükki 3) ning riigid üle maailma toetavadki ettevõtteid ulatuslikumalt, kui seda tänaseni tehtud on, ja see kajastub ka ettevõtete ootustes.



Joonis 48. Arendustegevuste võimalikud rahastamisallikad, kui ettevõtte olemasolevast finantsressursist ei piisa, (n = 288). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Ootused riigipoolsetele toetustele arendustegevuste läbiviimiseks on pea kõigil tegevusaladel ühtlaselt kõrged, vaid veonduses ja laonduses on muude rahastamisallikate osakaal oluliselt kõrgem. Kõrgeimad on ootused töötleva tööstuse ettevõtetel – 79% neist ootab oma arendustegevuste elluviimisel toetust riigilt (Tabel 23).

Tabel 23. Ootused riigipoolsele arendustegevuse toetusele, kui ettevõtte olemasolevast finantsressursist ei piisa, tegevusalade lõikes, (n = 288). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Tegevusala	Toetus riigilt (EAS, KredEx, PRIA vmt)	Muud allikad (lisaks)	Kokku
info ja side	68,6%	31,4%	100%
kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus	67,1%	32,9%	100%
põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük	68,2%	31,8%	100%
töötlev tööstus	79,4%	20,6%	100%
veondus ja laondus	26,1%	73,9%	100%

Väiksematel ettevõtetel on riigipoolsetele toetustele üldiselt mõnevõrra väiksemad ootused, ent siiski on ka see määr kõrge ning riiki nähakse läbivalt olulise partnerina (Tabel 24).

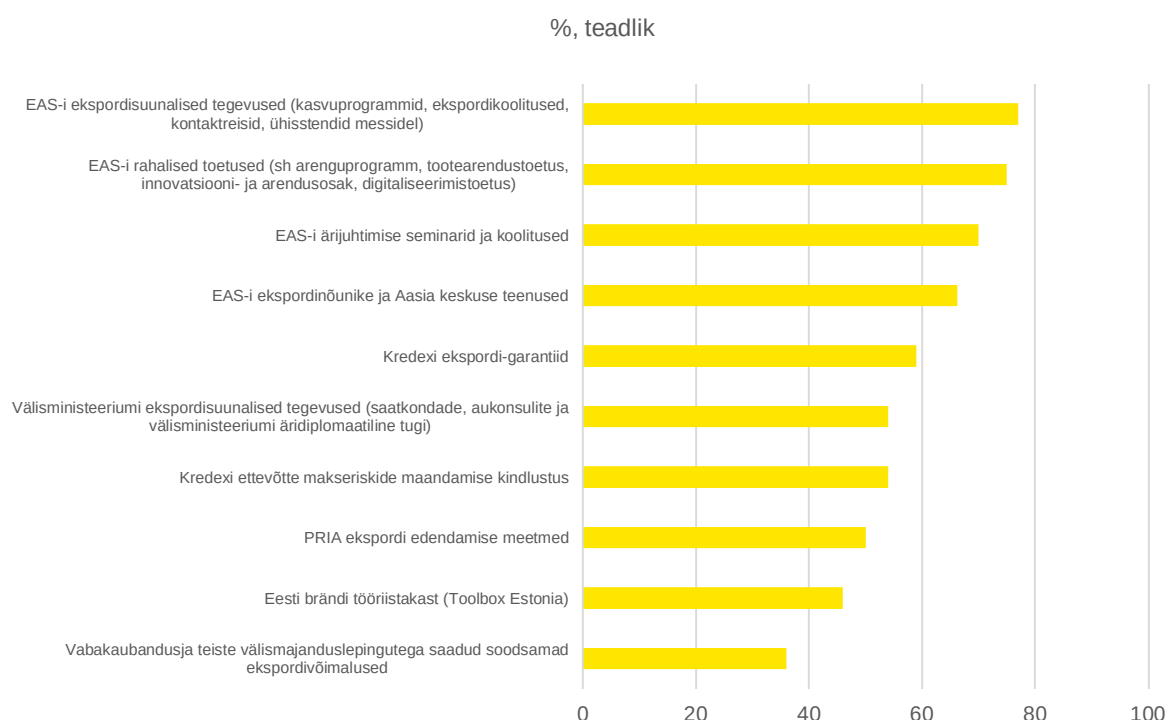
Tabel 24. Ootused riigipoolsele arendustegevuse toetusele, kui ettevõtte olemasolevast finantsressursist ei piisa, suurusklasside lõikes, (n = 287). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Suurus	Toetus riigilt (EAS, KredEx, PRIA vmt)	Muud allikad (lisaks)	Kokku
1...9	67,0%	33,0%	100%
10...49	79,0%	21,0%	100%
50...	73,7%	26,3%	100%

Ehkki ekspordikogemusega ettevõtete ootused riigipoolsetele toetustele on mõnevõrra madalamad, on need siiski kõrged: ekspordikogemusega ettevõtetest ootab 61% riigipoolset arendustegevuse toetust, ent ekspordikogemusega ettevõtete hulgas on see 73% (n = 288).

6.2 Teadlikkus ja hinnang tugisüsteemile

Riigi toetusmeetmete-tegevuste osas on kõige kõrgem teadlikkus EAS-i toetusmeetmete osas, sh otseselt ekspordi toetamisele suunatud EAS-i tegevuste (kasvuprogrammid, ekspordikoolitused, kontaktreisid, ühisstendid messidel) ning EAS-i kaudsemate toetusmeetmete (nt arenguprogrammid, tootearendustoetus) osas. Välisministeeriumi ekspordisuunaliste tegevuste (saatkondade, aukonsulite ja välisministeeriumi äridiplomaatiline tugi) osas ei ole teadlikud 46%. Madalam on ka teadlikkus PRIA ekspordi edendamise alaste meetmete osas, aga samas tuleb tähele panna, et suur osa küsitlusele vastanud ettevõtetest ei vasta PRIA meetmete fookusele. Kõige madalam on teadlikkus Eesti brändi tööriistakasti (54% ei ole teadlikud) ning välismajanduslepingutest tulenevatest võimalustest (64% ei ole teadlikud) (Joonis 49).



Joonis 49. Küsitlusele vastanud ettevõtete teadlikkus tugimeetmetest, (n = 574). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Ettevõtted, kes ei ole EAS-i toetusmeetmetest teadlikud, on enamjaolt paari töötajaga ettevõtted; 10 või enama töötajaga ettevõtetes on teadlikkus oluliselt kõrgem. Näiteks EAS-i ekspordisuunaliste tegevuste (kasvuprogrammid, ekspordikoolitused, kontaktreisid, ühisstendid messidel) osas on madalaima teadlikkusega kuni kahe töötajaga mikroettevõtted, aga ettevõtete suuruse kasvades kasvab ka teadlikkus, ulatudes suuremate ettevõtete puhul 96%-ni. Samas, just väiksematest ettevõtetest toovad ligikaudu 20% välja EAS-i ekspordisuunaliste meetmete nende mitesobivuse (Tabel 25).

Tabel 25. Teadlikkus EAS-i ekspordisuunaliste tegevuste osas, (n = 595). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

Töötajate arv	Ei ole teadlik	Teadlik	Teadlik, aga pole ettevõttele sobilik	Kokku
1	31,7%	47,8%	20,5%	100%
2..9	21,8%	59,2%	19,0%	100%

10...50	14,0%	79,4%	6,5%	100%
50....	4,3%	82,6%	13,0%	100%

Ettevõtjatega läbiviidud fookusgruppides sai seda teemat pikemalt käsitletud ning nad arvasid järgmist:

- „Nt alustav firma ei saa välismesside toetusele kvalifitseeruda, kuna käivet pole. Me oleme *start-up*, tahaksime tutvustada ja oleksime nõus kulusid kandma. Iga firma alustab nii.“
- „Ekspordi puhul eeldaks rohkem mõtlemist ka väiksematele ettevõtetele, sest paljud ettevõtete teenused on nii unikaalsed, et Eestis polegi võimalik teatud teenustele kandideerimiseks vajaminevat käibe piirmäära täita.“
- „Pöörata suuremat tähelepanu teenusettevõtete toetamisele ning nende ekspordi kasvatamisele. Kuna disaini valdkonnas on väga paljud ettevõtted mikroettevõtted, siis arvestada nende ettevõtete väiksusega toetusmeetmete osas.“
- „Väikese ja keskmise suurusega ettevõtete digitaliseerimise ja automatiseerimise arengut ei toeta kahjuks ka EAS-i meetmed, mis on kõik suunatud suurtele ettevõtetele.“
- „Varasem EAS-i eksporttoetus võimaldas ettevõtetel soetada ise valitud eksperdi teenuseid. Minu ettepanek on taastata programm, sest usun, et ettevõtte suudab ise kõige paremini valida oma nõustaja.“

Teadlikkus on läbivalt madalam nii Eesti brändi tööriistakasti kui ka Välisministeeriumi ekspordisuunaliste tegevuste osas. Näiteks Välisministeeriumi ekspordisuunaliste tegevuste osas on märkimisväärselt rohkem teadlikud üle 50 töötajaga ettevõtted, samas kui väiksema suurusega ettevõtetest pole ligikaudu pooled tugiteenustest teadlikud (Tabel 26). Teadlikkus ei sõltu ei tegevusvaldkonnast, ekspordikogemusest ega ka ettevõttele perioodil 2014–2020 eraldatud toetustest.

Tabel 26. Teadlikkus Välisministeeriumi ekspordisuunaliste tegevuste osas, (n = 595). Allikas: autorid küsitluse põhjal, 2021.

	Ei ole teadlik	Teadlik	Kokku
1	50,7%	49,3%	100%
2..9	43,1%	56,9%	100%
10...50	46,7%	53,3%	100%
50....	32,6%	67,4%	100%

2020. aastal hoogsalt laienenud kaugtöö ning kasvanud teadlikkus ja kogemus moodsate telekommunikatsioonilahenduste kasutuselevõtu osas kajastub ka ettevõtjate ootustes teadlikkuse tõstmise kanalitele. Ligikaudu 70% küsitlusele vastanud ettevõtjatest näeks toetusmeetmete kohta infot levitamise kanalina veebikanaleid (sh veebiloengud ja -seminarid), võrreldes 36%-ga, kes ootaks siiski näost näkku kohtumistel põhinevaid infopäevaseid ja seminare (n = 385).

7. Uuringu järeldused

7.1 Peamised järeldused

Eesti ekspordi kasv aeglustus 2018-2019. aastal sünkroonis maailma kaubavahetuse ja majanduskasvu aeglustumisega. COVID-19 kriis tõi 2020. aastal kaasa nii kaupade kui ka teenuste ekspordi järsu vähenemise. Kaupade eksport kasvas siiski juba aasta viimases kvartalis väga oluliselt, samas kui teenuste eksport väheneb tõenäoliselt 2020. aasta kokkuvõttes eelmise aastaga võrreldes mõnevõrra. Seda ennekoike COVID-19 piirangute tõttu enim kannatada saanud veo- ja reisis teenuste ekspordi vähenemise arvelt. Üldpildis on Eesti majandus ja eksport viimastel aastatel tavalisest keerukamates majandusoludega üsna hästi kohandunud, kuid kriisi mõjud on olnud valdkondade lõikes väga erinevad. Näiteks on rahvusvaheline turism ja sellega seotud tegevusalad kriisis rängalt kannatada saanud samal ajal kui mitmete IKT toodete nõudlus on hoopis järsult suurenenud. Eelolevate aastate ekspordivõimaluste dünaamika saab tõenäoliselt samuti olema nii valdkondade kui ka sihtturgude lõikes väga ebaühtlane.

2/3 küsitletud ettevõtetest peab toodete kvaliteeti, tõhusat töökorraldust, paindlikkust uute toodete juurutamisel oma ettevõtte olulisteks konkurentsieelisteks. Selle vaatamata jääb Eesti olulisemate eksportivate majandusharude tööjõu tootlikkus siiski 2-3 korda Soome ja Rootsi vastastavast näitajast maha (Joonis 7, lk 31). Töötleva tööstuse kui peamise eksportiva sektori mahajäämus tööjõu tootlikkuses ei ole seejuures viimase kümnekonna aastaga märkimisväärselt vähenenud.

Ettevõtjad plaanivad eelolevateks aastateks nii olemasolevate toodete edasiarendamist kui täiesti uute toodete turule toomist. Toodete kvaliteet, uue tehnoloogia kasutuselevõtt ja sujuv töökorraldus mitte ainult ettevõtte sees vaid ka suhetes peamiste sisendite pakkujate ja klientidega on kahtlemata olulised ettevõtete majandustulemuste kujunemisel olulised aspektid.

Digitaliseerimine on olnud viimastel kümnenditel OECD riikides üks olulisemaid majanduse tootlikkuse kasvu allikaid. Samas näeb vaid 1/3 küsitletud ettevõtetest infotehnoloogia alastes investeringutes võimalust konkurentsieeliste edasiarendamiseks. COVID-19 pandeemia tõi üleilmselt kaasa e-kaubanduse mahtude kiire kasvu. Eestis reageerisid uuringus osalenutest ligi pooled e-kaubandusega tegelevad ettevõtted muutusele aeglaselt; nende ettevõtete 2020. aasta müügitulust moodustas e-kaubandus vähem kui 20%. Toodete spetsiifikat kõrvale jättes on e-kaubanduse arendamisel suurimateks takistusteks ebapiisavad teadmised ja oskused ning logistilised probleemid.

Euroopa Liidu rohepöördega seotud eesmärkidele ja võimalustele pöörab tähelepanu veelgi väiksem osa ettevõtetest. Kõigest 1/5 ettevõtetest on lähiaastateks CO₂ emissioonide vähendamise või taastuvate energiaallikate kasutuselevõtu alased plaanid.

Eesti ettevõtetel on seega kindlasti ruumi kaasaegse tehnoloogia kasutuselevõtuks ja oma igapäevase äritegevuse veelgi tõhusamaks korraldamiseks, kuid järjest tõhusama töökorralduse poole püüdlemine ei asenda toimivat äristrateegiat. Kui ettevõtte on turul nõrgas positsioonis (tarnijad ja kliendid dikteerivad äritehingute tingimusi), siis jääb kasumi marginaal isegi kõige kaasaegseima tehnoloogia ja töökorralduse korral õhukeseks.

Veelgi enam, kõik majandustegevused ei ole lisandväärtuse loomise potentsiaalilt ühesugused. Ligikaudu 60% Eesti kaupade ja teenuste ekspordist tuleb tarnijate poolt domineeritavalt tegevusaladelt, millele on kõikjal maailmas omane ettevõtete vähene teadmiste- ja tehnoloogiamahukus. Neil tegevusaladel konkureeritakse rahvusvaheliselt pigem tootmissisendite hinna ja tõhusa töökorraldusega; toodete kvaliteet on sellistel tegevusaladel üks äritehingute eeldustest, kuid ei anna sisult samalaadseid tooteid pakkuvate konkurentidega võrreldes olulist konkurentsieelist. Seevastu tehnoloogiamahukad tegevusalad, kus toodete unikaalsed kvaliteediomadused võimaldavad ettevõtjal küsida oma toodete eest klientidelt kõrget hinda, annavad kõigest

15% Eesti kaupade ja teenuste ekspordist. (Joonis 5, lk 29) Eesti ja laiemalt Ida-Euroopa eripära on seejuures, et teadusmahukatel tegevusaladel, nt. elektroonikatööstuses, domineerivad rahvusvaheliste kontsernide tootmisüksused samas kui valdkonnale muidu omased investeeringud teadus- ja arendustegevusse on pigem tagasihoidlikud.

Uued eksportturud, kuhu nii juba eksportivad ettevõtted kui ka potentsiaalsed eksportöörid soovivad tulevikus siseneda, on Põhjamaad ja Saksamaa. Enamusel Eesti ettevõtetel on lihtsam laiendada enda turuosa sarnases äri- ja majanduskeskkonnas, nagu seda on naaberriigid Läänemere regioonis, kus on võimalik kasutada ka juba olemasolevaid kontakte ja ärivõrgustikke nii uutele turgudele sisenemiseks kui ka uutesse turusegmentidesse sisenemiseks. Koostöö ühe rahvusvahelisse kontserni kuuluva ettevõttega ühes Läänemere regiooni riigis võib avada ettevõtte jaoks ka võimaluse alustada koostööd sama kontserni mõne teise ettevõttega mõnes teises riigis. Saksamaale kui regiooni suurimasse riiki sisenemise soov on samuti ootuspärane, sest Saksamaa pakub ettevõtete jaoks Euroopa suurima majanduse ja eksportööriina suuremaid võimalusi kui Põhjamaad.

24% uuringus osalenud ettevõtetest on kogenud ekspordi arendamisel takistusi, kusjuures riigiti on kogetud takistuste osakaal erinev. Näiteks Soome turule eksportivatest ettevõtjatest koges ekspordi piiravaid takistusi 6%, Saksamaale eksportijatest 20% ja Venemaale eksportijatest 30%. Turu kauguse kasvuga kasvas ka takistusi kohanute osakaal – Ameerika Ühendriigid (39%), Jaapan (64%), Hiina (83%).

Eksporditakistusi kohanutest omakorda pooled on kogenud ekspordi arendamisel tehniliste nõuetega seonduvaid regulatiivseid takistusi. Tehniliste nõuetega seonduvad takistused on eriti teravaks probleemiks just nimelt töötlevas tööstuses, kus neid on kogenud kaks kolmandikku uuringus osalenud ettevõtetest. Seejuures ei ole probleemiks vaid kolmandates riikides kehtivad nõuded, vaid probleemiks osutuvad ka Euroopa Liidu üleselt kehtida võivad standardid ja regulatsioonid, mida vaid üksikud liikmesriigid pruugivad rakendada või siis kehtivad vaid ühes konkreetsetes liikmesriigis ettevõtjate jaoks tehnilised nõuded, mida mujal ettevõtjate käest ei nõuta. See kõik muudab ettevõtjate jaoks ka Euroopa Liidu siseturul tegutsemise keerukamaks, sest ei tunta liikmesriikides kehtivaid õigusnorme.

Tulevaste ekspordi toetusmeetmete planeerimisel tuleks kindlasti võtta arvesse seda, et Eesti eksport on ettevõtete lõikes väga kontsentreeritud. 50 või enam töötajaga ettevõtted, mis moodustavad ligikaudu 5% eksportivatest ettevõtetest, annavad ligikaudu 2/3 Eesti kaupade ekspordist. Keskmiste ja suuremate ettevõtete tooteportfell ja sihtturgude arv on reeglina väikestest ettevõtetest oluliselt laiem. Nende ettevõtete puhul ei ole reeglina eksporditurunduseks vahendite leidmine või muude väiksemate kulude katmine probleemiks. Küll aga võib isegi üksikute suuremate ettevõtete spetsiifilisemate arengu takistuste kõrvaldamine aidata oluliselt kaasa Eesti eksporditulu suurendamisele.

Nii näiteks on ettevõtete jaoks on jätkuvalt suureks probleemiks kvalifitseeritud tööjõu puudus. Raskused kvalifitseeritud tööjõu leidmisel takistavad nii uutesse, senistest keerukamatesse tootegruppide sisenemist kui ettevõtte võimekust investeerida uutesse tehnoloogiatesse ja tegevust automatiseerida. Samuti pidurdab just raskused kõrgema kvalifikatsiooniga juhtide ja spetsialistide leidmisel ekspordimahtude suurendamist, uutele turgudele sisenemist ning ei võimalda ettevõtetel panustada ka piisavas mahu tootearendusse.

Riigi toetusmeetmete-tegevuste osas on kõrgeim teadlikkus EAS-i poolt osutatavate toetusmeetmete osas. Kõige madalam on teadlikkus Eesti brändi tööriistakasti ning välismajanduslepingutest tulenevatest võimalustest. Varasemad ettevõtluse toetusmeetmete mõju uuringud on hinnanud ekspordi toetusmeetmeid üldiselt asjakohasteks, tõhusateks ning mõjusateks. Samas on ettevõtluse toetusmeetmete edasiarendamisel ja mõju suurendamisel alati arenguruumi. Nii näiteks on üheks keskselt küsimuseks see, kuidas tagada võimalused individuaalseks lähenemiseks suurematele

eksportivatele ettevõtetele, sh potentsiaalsetele uutele välisinvesteeringutele, kellest igaüks toob Eestile arvestatava eksporditulu ning pakkuda samal ajal asjakohast tuge paljudele eriilmeliste vajadustega mikro- ja väikeetevõtetele.

7.2 Tulemuste võrdlus 2010. ja 2015. aasta uuringuga

Järgnevalt on toodud uuringu tulemuste võrdlus 2010. aasta ekspordiprobleemide uuringu³⁵ ja 2015. aasta Eesti eksporditöride konkurentsivõime uuringu³⁶ tulemustega (tabel 27). Võrreldud on olulisemaid teemasid, mis leidsid kajastust nii käesolevas kui eelmistes uuringutes³⁷.

Tabel 27. Tulemuste võrdlus 2010. ja 2015. aasta uuringuga

	2010.a uuringu tulemused	2015.a uuringu tulemused	2021.a uuringu tulemused
Suurimad konkurentsieelised	1) kiire ja paindlik reageerimine nõudluse muutustele 2) toodete kõrge kvaliteet 3) vajaliku oskusteabe olemasolu 4) tööjõu kõrge kvaliteet ja professionaalsus	1) toodete kvaliteet 2) välismaine kontaktvõrgustik 3) tellimuste täitmise võimekus 4) toote omahind	1) toodete kvaliteet, unikaalsus, omahind 2) koostöösuhted klientide ja tarnijatega 3) tootmisprotsess (tarnekindlus, tarnekiirus, paindlikkus)
Suurimad konkurentsipuudused	1) kitsas kontaktvõrgustik 2) käibevahendite puudus 3) müügi- ja turundusalane kompetentsus	1) rahaliste vahendite puudus 2) madal müügi- ja turundusalane kompetents 3) kitsas välismaine kontaktvõrgustik	1) nõrk turujõud klientide ja peamiste sisendite tarnijate suhtes 2) tarnevõimsus 3) ettevõtte kaubamärgi tuntus 4) Eesti maine välisurgudel
Suurimad takistused sihtturgudel	1) tugev konkurents 2) majanduslik ebastabiilsus 3) madal ostujõud 4) võõras ärikultuur- ja tavad	1) tugev konkurents sihtturgudel 2) nõudluse ebastabiilsus 3) proteksionism	Suurimad regulatiivsed takistused: 1) tehnilised nõuded 2) ebasoodne maksusüsteem 3) kõrged tollimaksud Suurimad mitteregulatiivsed takistused: 1) bürokraatia 2) sihtriigi ärikultuuri ebapiisav tundmine 3) ebapiisav teadmine turu võimalustest 4) raskused agendi/edasimüüja leidmisel
Eesti majanduskeskkonna suurimad probleemid	1) kvalifitseeritud tööjõu puudus 2) pankade krediitpoliitika 3) bürokraatia 4) maksusüsteem	1) kvalifitseeritud tööjõu puudus 2) riiklike toetusmeetmete ebaefektiivsus 3) ebasoodne maksusüsteem 4) liigne bürokraatia	1) kvalifitseeritud tööjõu puudus 2) pangakontodega seonduvad probleemid 3) rahapesuskandaalidest tulenev negatiivne maine
Levinumad konkurentsivõime tõstmise tegevused	1) tootearendus 2) investeerimine tootmis- ja tehnoloogiasse 3) toodangu omahinna alandamine	1) uute klientide otsimine 2) oma toodete/teenuste kohandamine sihtturule 3) tootearendus	1) keskendumine ettevõtte senisele põhitegevusele, kõrvaltegevuste ümberkorraldamine või nendest loobumine 2) püsikulude vähendamine, soodsamate tootmissisendite leidmine, toodete hinna langetamine 3) aktiivsem turustamine ja müümine veebis
Koostöö tegemine	Kolmandik ettevõtetest on laiendanud koostööd teiste samal turul tegutsevate	Enamik vastanutest peab ettevõtete omavahelist koostööd vajalikuks. Enim	Pikaajalisi koostöösuhteid klientide ja tarnijatega nähakse olulise konkurentsieelisena.

³⁵ Eesti Kaubandus- Tööstuskoda (2010), Eesti ettevõtete ekspordiprobleemide uuring, https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/index_valmis.html.

³⁶ Ernst & Young Baltic AS (2010), Eesti eksporditöride konkurentsivõime uuring, https://www.mkm.ee/sites/default/files/2015-11-26_-_mkm_eksportitöride_konkurentsivõime_uuringu_lopparuanne.pdf

³⁷ Samas tuleb tähele panna, et uuringu fookused on olnud mõnevõrra erinevad ning sellest tulenevad on ka erisused küsitlatavate ettevõtete, veebiküsitlusel ja intervjuudel küsitlatavate teemade osas.

	ettevõtjatega. Ettevõtjaid ühendava tugi-organisatsiooniga on liitunud ainult iga viies ettevõtte.	koostööd teineteist täiendavate toodete/teenuste ekspordimiseks ja tellimismahtude täitmiseks.	
Levinumad tulevikuplaanid	1) suurendada ekspordikäivet 2) suurendada välisurgude arvu 3) uute toodete/teenuste turule toomine.	1) olemasolevatel välisurgudel turuosa suurendamine 2) uutele välisurgudele laienemine 3) uute toodete toomine eksporditurgudele Tulevased sihtturud: Rootsi, Saksamaa, Norra.	1) olemasolevate toodete edasiarendus 2) tootmistehnoloogia ning -võimsuse suurendamine 3) ettevõtte strateegia ning ärimudeli uuendamine 4) uute, senisest oluliselt erinevate toodete turule toomine 5) uutele välisurgudele laienemine Tulevased sihtturud: Rootsi, Saksamaa, Soome, Norra.

Kokkuvõtvalt saab väita, et ettevõtete konkurentsieelised ja -probleemid on püsinud viimase kümnekonna aasta jooksul suures osas samad. Sama saab järeldada ka suurimate eksporditakistuste osas; käesolev uuring läheb oluliselt detailsemaks neid eksporditakistusi käsitledes, tuues välja nii regulatiivsete kui mitteregulatiivsete takistuste olemuse ning eriti just tehniliste nõuetega seonduva, mis on osutunud sektorite üleselt üheks olulisemaks takistuseks. Jätkuvalt on suurimaks probleemiks kvalifitseeritud tööjõu puudus, seda eriti keskastme juhtide ja insener-tehnilise personali, aga ka oskustööjõu osas.

Lisaks eeltoodule on mitmel tegevusaladel valdkonnaspetsiifilisi takistusi, mis mõjutavad oluliselt ettevõtete arenguvõimalusi. Nii näiteks on rahapesuvastase võitlusega suurenenud ekspordivate ettevõtete halduskoormus pankadele tehingute sisu selgitamisel. Eesti kohale turule orienteeritud finantsteenuste pakkujad on seejuures mitteresidentide teenindamise osas pigem tõrjuvad, piiriüleste finantsteenuste pakkujad eelistavad aga tegutseda väljaspool Eestit loodud sidusüksus(t)e kaudu.

Tulevikuplaanide osas on käesoleva uuringu leidudes olulisi kattuvusi varasemate uuringutega. Tootearendus, tootmisvõimsuse suurendamine, olemasolevatel turgudel laienemine ning uutele turgudele sisenemine on jätkuvalt olulised teemad. Ent käesolev uuring toob aga tööjõu tootlikkuse ja Eesti eksporditulu suurendamise vaates varasematest uuringutest tugevamalt välja vajaduse ettevõtete strateegiate ning ärimudelite uuendamiseks.

8. Soovitused eksporditulu suurendamiseks

8.1 Muutuv turunõudlus ja majanduslik spetsialiseerumine

Globaalne kaubavahetus ja majanduskasv olid aeglustumas juba enne üleilmse koroonaviiruse pandeemia puhkemist 2019. a lõpus. Nagu eelpool viidatud, taastus kaupade eksport teenuste ekspordiga võrreldes 2020. a I poolaastal esmasest šokist suhteliselt kiiremini. Eurotsooni töötleva tööstuse ostujuhtide indeks (PMI) viitab oodatavale mõõdukale nõudluse kasvule, samas kui teenuste PMI hoiatab suvise lühiajaliselt positiivsema väljavaate järel jätkuva nõudluse vähenemise eest.

Maailma taastumine rahvatervise alasest ja majanduskriisist ning oodatav tulevane majanduskasv saab tõenäoliselt olema väga ebaühtlane. Nii näiteks mõjutab lähiaastate perspektiive olulisel määral COVID-19 vastane vaksineerimine, mis on kujunemas loodetust oluliselt aeganõudvamaks. Seetõttu võivad nii ärireisid kui ka rahvusvaheline turism taastuda varasemaga võrreldaval määral alles 2023-2024. aastal. Infotehnoloogia, robotika jt valdkonnad on seevastu surutisele suhteliselt hästi vastu pidanud. COVID-19 on mõneti isegi võimendanud viimasel kümnendil kogetud trendi, kus väga erinevad infotehnoloogia põhised teenused on näidanud maailmaturul traditsioonilisemate toodete ja teenuste ekspordiga võrreldes oluliselt kiiremat kasvu.

Majandustsükli lõpp, COVID-19, aga ka kasvav geopoliitiline rivaliteet USA ja Hiina vahel, on samas suurendanud globaalselt ettevõtete huvi majandustegevusi maailmas ümber paigutada. COVID-19 kriisi käigus farmaatsia- ja elektroonikatööstuses jm esile kerkinud tarneraskused on toonud äratundmise, et mitmed Euroopa suured, arenenud töötleva tööstusega riigid ja neis tegutsevad ettevõtted on liialt sõltuvad ülemaailmsetest tarneahelate toimimisest ja sageli ka väikesest hulgast tarnijatest. Euroopa Liit plaanib seetõttu tuua olulised tarneahelad Euroopale lähemale. 2020. a septembris sõnastas Euroopa Ülemkogu eesistuja Charles Michel eesmärgi, tagamaks Euroopa strateegiline autonoomia majandusvaldkondades, kus Euroopa Liit on üha enam sõltuv ennekõike Hiina ja Ameerika Ühendriikide tehnoloogiast ning tarneahelatest. See puudutab näiteks 5G mobiilside infrastruktuuri, ravimeid ja vaktsiine, erinevad autotööstuses kasutatavad sisendid, aga ka haruldast toorainet nagu liitium, koobalt või nikkel.

Euroopa rohepöördega seoses plaanib Euroopa Komisjon samuti välja töötada plaani, mis võimaldaks koondada energiasektoriga seonduvate tehnoloogiate arendamise ja tootmise Euroopa Liidu piiride sisse, see hõlmab nii päikesepaneele, maismaa ning *off-shore* generaatoreid, potentsiaalselt ka vesiniku kasutamiseks vajaliku tehnoloogia ja infrastruktuuri välja töötamist. Teine strateegiline valdkond, milles Euroopa soovib suuremat autonoomiat saavutada, on info- ja kommunikatsioonitehnoloogia: 5G side, asjade internet (IoT), suurandmetel ja tehisintellektil põhinevad tooted on kõik tulevase sotsiaalmajandusliku arengu ja turvalisuse seisukohalt üliolulised tehnoloogiad, kus Euroopa Liit soovib hoida ja suurendada oma võimekusi.

Eeltoodud strateegiad võimaldavad Euroopal saavutada ka 2050. aastaks digitaalse ja rohelise majandusmudeli, mille raames saavad Eesti ettevõtjad strateegilise tähtsusega majandussektorete tarneahelates osaledes ning kriitilise tähtsusega tehnoloogiad ja tooteid välja töötades mängida olulist rolli. Nende initsiatiivide toetamine integreerib Eesti majandust tugevamini Euroopa omaga ja soodustab samas uute suurema kõrgema lisandväärtusega majandustegevuste arendamist.

Selline Eestile mõneti harjumatu järeline majanduspoliitiliste prioriteetide seadmine seab meid mitmete väljakutsete ette. Euroopa strateegilise autonoomia kontseptsioon ning strateegia pakub ühelt poolt Eesti ettevõtetele suurt arengupotentsiaali, sest tarneahelaid Euroopasse tuues on need vaja siin üles ehitada ning ka Eesti ettevõtted, sh ka väikesed ja keskmise suurusega ettevõtted, võivad nendest osa saada. Teisalt koordineerivad rahvusvahelisi tarneahelaid suured korporatsioonid, kes

võivad eelistada tarneahelate olulisemate lülide paigutamist enda koduriikidesse, kus on olemas vajalik teaduse ja tehnoloogia alane või muu võimekus ning vajaminevad tootmis- jm ressursid.

8.2 Eesti ettevõtete konkurentsieeliste edasiarendamine

8.2.1 Uutesse suurema keerukusega tootegruppidesse sisenemine

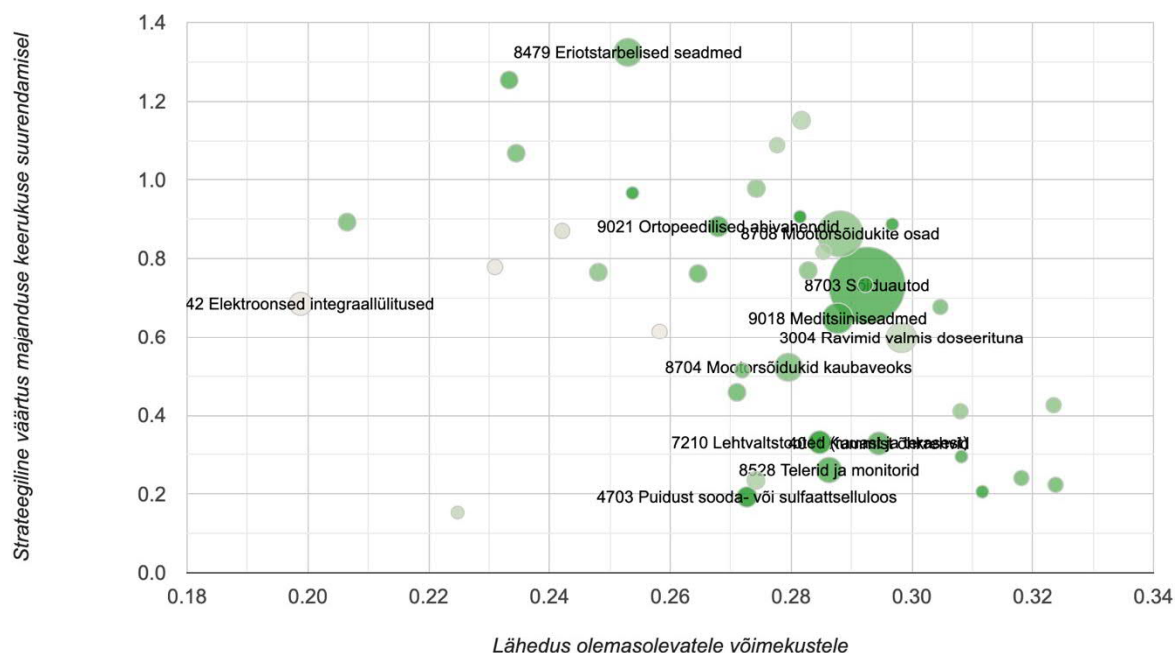
Üldisemate strateegiliste kaalutluste kõrval on Eesti eksporditulu suurendamise seisukohalt kõige kriitilisemaks teemaks eksportivate ettevõtete tööjõu tootlikkuse suurendamine. Eesti töötleva tööstuse tööjõu tootlikkus jääb Soome ja Rootsi vastavast näitajast 3 korda maha, ekspordi potentsiaaliga teenuste valdkondades on Eesti mahajäämus 2 korda. Eesti ettevõtted peaksid seega keskenduma oma ekspordi turuosa suurendamisel ennekõike sellistele kiiresti kasvava nõudlusega tootegruppidele ja sihtturgudele, kus on võimalik kasvatada nii lisandväärtust kui ka ekspordi mahtusid. Seejuures on aga oluline tähele panna, et kõik majandustegevused ei ole nende lisandväärtuse potentsiaalilt kaugeltki ühesugused. Rahvusvahelise majanduse analüüs näitab, et vaesemad riigid spetsialiseeruvad lihttööde ja ressurssimahukatele tegevustele, samas kui rikkamate riikide ekspordis domineerivad tooted, mille pakkumine eeldab arenenud infrastruktuuri, kvalifitseeritud tööjõu ja finantskapitali olemasolu. Ka Eesti eksportivate ettevõtete madal tootlikkus on suures osas struktuurne. Selle mahajäämuse ületamine ei eelda mitte ainult ärimudelite ja töökorralduse edasiarendamist vaid veelgi olulisemana liikumist senisest oluliselt keerukamatesse tootegruppidesse.

Liikumine uutesse senisest keerukamatesse tootegruppidesse või ka täiesti uutele tegevusaladele, kus varem ei ole tegutsetud, on ettevõtja jaoks alati seotud igapäevasest tegevusest suuremate riskidega. Seetõttu on nii ettevõtetel võimalike uute tootegruppide kaalumisel kui ka riigil ekspordi konkurentsivõime toetamisele mõeldes kasulik eelistada neid tootegruppe, mis on a) suhteliselt lähemal tänastele võimekustele ning b) loovad rohkem eeldusi veel teistesegi suurema keerukusega tootegruppidesse liikumiseks.

Joonis 50 (allpool) toob kõikide maailma riikide vahelise kaubavahetuse kvantitatiivse analüüsi põhjal välja rea masinaehituse ja transpordivahendite, ravimite ja meditsiini, elektroonikaga jmt seotud tootegruppe, mis on Eesti tänastele ekspordi võimekustele suhteliselt lähedal. Neisse tootegruppidesse investeerimine kasvataks ühtlasi Eesti võimekust veel teistesegi kõrgema keerukusega ning seega ka suurema lisandväärtusega tootegruppidesse liikumiseks.

Erinevate infotehnoloogia lahenduste ja IKT põhiste teenuste nõudlus jätkab eeldatavalt maailmaturul mitmetest teistest valdkondadest kiiremat kasvu. Samuti soovivad Euroopa Liidu, Hiina ja USA kliimaneutraalsusega seotud plaanid eesoleva(te)l kümnendi(te)l tõenäoliselt taastuenergia lahenduste nõudluse kiiret kasvu. Teaduse ja tehnoloogia arengutrendide analüüs viitab samas revolutsioonilistele läbimurretele biotehnoloogias. Eeltoodu võtmes vägagi huvipakkuvate, kuid Eesti võimekuste ja potentsiaalsete sihtturgude osas edasist analüüsi vajavate tootegruppidenä tasuks seetõttu lähemalt analüüsida võimalusi tarkvara- ja elektroonikasüsteemide, päikese- ja tuuleenergia süsteemide, autonoomsete sõidukite, elektriautode komponentide ja/või laadimisvõrgu infrastruktuuri seadmete tootmises, bio-, farmaatsiatööstuses, geenitehnoloogias ja sünteetilises bioloogias jmt uute ekspordi võimekuste arendamiseks.³⁸

³⁸ Paolo D'Aprile *et al.* (2020), How the European Union could achieve net-zero emissions at net-zero cost, McKinsey, <https://mck.co/3or4O0m>; Chui *et al.* (2020), The Bio Revolution: Innovations transforming economies, societies, and our lives, McKinsey, <https://mck.co/2Z7oz3b>.



Joonis 50. Eesti võimalused majanduse keerukuse suurendamiseks, 2018. Allikas: Industrial Competitiveness Atlas, Policy Lab 2020; The Growth Lab at Harvard University, "Growth Projections and Complexity Rankings, V2", 2020.³⁹

Uutesse tootegruppidesse liikumine ja neis ekspordivõimekuste arendamine sõltub ennekõike ettevõtjate valmisolekust ühte või teise valdkonda investeerimisega seotud riske kanda. Mõnel juhul toimub senistele tegevusaladele lähedastesse uutesse tootegruppidesse liikumine ilma selleta, et majanduspoliitika kujundajad sellele märkimisväärset tähelepanu peaksid pöörama. Mida keerukamatest, unikaalsematest ja seega ka kõrgema lisandväärtusega tootegruppidest on jutt, seda spetsiifilisemaid asukohapõhiseid konkurentsieeliseid neisse sisenemine aga eeldab.

Nii näiteks eeldab kaasaegse teadusmahuka bio-farmaatsia tehase rajamine umbes 1 miljardi euro suurust investeeringut, 5-10 aasta pikkust ettevalmistusperioodi ja võimalust värvata sadu väga spetsiifilise kvalifikatsiooniga töötajaid. Kaasaegset elektroonika ja mootorsõidukite tootmist jt kasvava kapitalimahukusega eksportivate majandusharude arendamist iseloomustavad sarnased väljakutsed. Soome, Rootsi, Iirimaa, Singapuri jt edu viitab, et kaasaegse tehnoloogia- ja kapitalimahuka eksportiva tööstuse arendamine ei ole ka väikeriigis kaugeltki võimatu, kuid eeldab erinevate osapoolte pikemaajalist süstemaatilist ühistegevust.

Soovitused:

- Soovitame valida majanduse keerukuse analüüsi põhiselt tööhüpoteesidena 5-7 potentsiaalset ekspordi läbilöögivaldkonda ning luua nende kohta vähemalt 10 aastat ettepoole vaatavad ekspordivõimekuse arendamise teekaardid. Teekaardid peaksid kirjeldama Eesti võimalusi senistest keerukamatesse tootegruppidesse liikumiseks ning sellega seotud eksportturgude nõudluse dünaamikat, tööjõu kättesaadavust, tehnoloogia, kodumaise kapitali ja välisinvesteeringute kaasamise vajadust jmt.⁴⁰ Teekaartide koostamisel on edasistele erasektori investeeringutele juhtivale rollile mõeldes soovitatav eelistada ja toetada ettevõtjate esindusorganisatsioonide ja pikaajalise finantskapitali (sh pensionifondide) poolset eestvedamist.

³⁹ Tugevam roheline värv joonisel viitab RCA indeksi poolt viidatavale suhteliselt suuremale ekspordi võimele. Kõikides joonisel toodud kaubagruppides siiski Eesti RCA < 1.

⁴⁰ vt ka Hidalgo, C. (2021), Economic complexity theory and applications, Nature Reviews Physics, 3, 92-113.

- Neil tegevusaladel ja tootegruppides, mida peetakse küll teekaartide koostamisel paljulubavateks, kuid samas kohalikele ettevõtjatele ja investoritele ühel või teisel põhjusel mitte jõukohaseks, soovitame riigil kaaluda proaktiivse välisinvesteeringute strateegia kasutamist. Juba väljakujunenud tegevusaladel ja tootegruppides on asjakohasem keskenduda rahvusvaheliste korporatsioonide otseinvesteeringute Eestisse toomisele. Radikaalselt uutes kiiresti arenevates teadus- ja tehnoloogiamahukates valdkondades (nt sünteetiline bioloogia) on seevastu hoopis põhjendatum keskenduda tootearenduse eesliinil olevate, kiire kasvu faasi jõudnud *start-up* ettevõtete Euroopa turu teenindamisele mõeldud üksuste Eestisse toomisele.⁴¹

8.2.2 Tootlikkuse tõstmine tänastel olulisematel eksportivatel tegevusaladel

Eesti tänases kaupade ja teenuste ekspordi struktuuris domineerivad tarnijate poolt domineeritud tegevusalad, nt puittoodete, toiduainete, metalltoodete jmt tootmine. Sellistes majandusharudes on reeglina peamiseks tootlikkuse kasvu allikaks investeeringud spetsialiseeritud tarnijatelt sisse ostetavasse valmis tootmistehnoloogiasse ja äritegevuse võimalikult tõhus korraldamine. Majandusharu spetsiifikast tulenevalt ei tegele nende valdkondade ettevõtted reeglina ise teadus- ja arendustegevusega ning teevad väga harva sellealast koostööd ülikoolidega. Küll aga on sellistele ettevõtetele tootlikkuse kasvu ja ekspordi konkurentsivõime arendamiseks oluline koostöö kohalike tehnoloogiapartneritega, sh. info- ja kommunikatsioonitehnoloogia ning erinevate spetsialiseeritud seadmete tootjad ja hooldajad.

Viimaste kümnendite majandusarengus on olnud majanduse tootlikkuse ja eksporditulu suurendamise info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatel selgelt juhtiv roll. OECD hinnangul on pool arenenud riikide majanduse tootlikkuse kasvust on tulnud just info- ja kommunikatsioonitehnoloogiate kasutuselevõttust ja sellega seotud töökorralduse ja ärimudelite kaasajastamisest. Digitaliseerimine ja sellega seotud ettevõtte strateegia ja tegevuse ümberkorraldamine pakuvad jätkuvalt võimalusi tootlikkuse ja eksporditulu kasvu võimalusi. Digitaliseerimisest võidavad enim need riigid, mis suudavad luua sünergiaid suurte ekspordimahtudega tööstusharude ja IKT teenuste vahel. Olulisemate eksportivate sektorite digitaliseerimine suurendab läbi tootlikkuse kasvu eksporditulu ning loob samal ajal ka baasi uute spetsialiseeritud IKT toodete ekspordi arendamiseks.

Eelolevatel aastatel muutuvad üha olulisemaks ka kliimaeesmäärke toetavad investeeringud kasvuhoonegaaside missiooni vähendamisse ning taastuvate energiaallikate kasutuselevõttu. Sedalaadi investeeringud kaasaegsesse tehnoloogiasse on reeglina mitte ainult keskkonnasõbralikumad vaid ka paremate tootlikkuse näitajatega. Keskkonnasäästlikumatele kaupadele ja teenustele on samuti tagatud parem juurdepääs üha karmistuvate keskkonnanõuetega eksportiturgudele. Kõik see toetab omakorda Eesti eksporditulu kasvu.

Kvalifitseeritud tööjõu kättesaadavusel, ettevõtete poolt läbiviidavate rakendusuuringutel, toodete ja tööprotsesside ja ärimudelite edasiarendamisel on tootlikkuse kasvus äärmiselt oluline roll. Pooled küsitletud ettevõtetest (enamasti väikesed ja keskmise suurusega ettevõtted) viitasid samas, et neil ei ole lähiaastateks plaanitavate muudatuste elluviimiseks finantsvahendeid. Euroopa Keskpanka analüüs ja Euroopa Komisjoni analüüsid viitavad, et Eestis on VKE-de rahastamistingimused 2018. aastast märgatavalt halvenenud ning ettevõtted ei saa enam turult soodsatel tingimustel laenu. Seda vaatamata aastaid rekordiliselt madalal tasemel püsinud intressitasemetele ja erinevatele ettevõtlussektori toetamiseks rakendatud meetmetele.⁴²

⁴¹ Vt nt Finegold, D. *et al.* (2004), Applying a Foreign Investment Strategy to the Knowledge Economy: The Case of Singapore's Emerging Biotechnology Cluster, *European Planning Studies*, 12(7), 921-941.

⁴² Euroopa Komisjon (2020), SME Envoys Finance - SME access to finance situation in EU Member States - Final Report", <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/39645>; Euroopa Keskpank (2020), Survey on the Access to Finance of Enterprises in the euro area - April to September 2020, https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/safe/html/index.en.html

Soovitused:

- Soovitame toetada eksportivate ettevõtete koostööd spetsialiseeritud tarnijatega, sh ennekõike info- ja kommunikatsioonisüsteemide, automaatika, tootmisseadmete, keskkonna- ja energiatehnoloogiate pakkujatega, aga ka disainerite ja arhitektidega, kellel on eeldusi anda oluline panus nii uute paremate kvaliteediomadustega toodete arendamisse kui eksportööride ärimudelite uuendamisse.
- Ettevõtete raskused arenguks vajaliku rahastamise kaasamisel sunnivad jätkuvalt otsima võimalikult paremat tasakaalu eksportööride vajaduste ja riigipoolsete toetusmeetmete tingimuste vahel. Suurema riskiga tegevuste, nt ettevõtete poolt läbiviidava teadus- ja arendustegevuse, toetamisel on tagastamatud toetused jätkuvalt omal kohal. Turulähedasemate tegevuste puhul, sh investeringud kaasaegsesse sisseseadesse vmt, soovitame aga riigil ennekõike hoolitseda laenude või erakapitali investeringute kättesaadavuse eest mõistlikel tingimustel, toetades vajadusel turgu täiendavate garantiidega, tagades erakapitali- ja pensionifondidele sobilikud tingimused pikaajalisteks börsivälisteks investeringuteks vmt.

8.3 Sihtturgudel laienemine

8.3.1 Uutele sihtturgudele sisenemine

Hiina majandus on ostujõu pariteeti arvestades juba suurem kui USA oma ja möödub seniste majanduse kasvatempode jätkumise korral ka 2030. aastaks SKP nominaalmahult USA-st. 2050. aastaks möödub ka India SKP mahult USAst. Ka teised Aasia riigid, sh. Indoneesia, Bangladesh, Pakistan, Vietnam, Malaisia jt, jätkavad eeldatavalt nii rahvastiku kasvu kui majanduse keerukuse kasvu arvelt kiiret majandusarengut. Sisemiselt väga eriilmeline Aasia vabakaubanduse ühendus (RPEC) muutub eeldatavalt eelolevatel kümnenditel maailma ülekaalukalt võimsaimaks majanduspiirkonnaks, kus on nii teadmiste- ja tehnoloogiamahukaid kui ka suhteliselt tööjõu ja ressursimahukamatele tegevustele spetsialiseeruvaid piirkondi. Eestil ja Euroopal laiemalt on seetõttu igati loogiline Aasia suunal majandussuhteid tihendada ja edasi arendada.

Uutele sihtturgudele sisenemine globaalses kontekstis peaks kindlasti hõlmama ka kiiresti kasvava rahvastikuga Aafrikat, mis kümnekordistab Pew Research Centre analüüsi kohaselt⁴³ 2050. aastaks oma SKP, omab tugevat, tehnoloogiale ja tarbimisele suunatud keskklassi ning mille majandus tervikuna vajab kasvuks ning arenguks väga suurel hulgal erinevaid ressursse. Majanduslikku olukorda ning turunõudlust on Aafrika kontekstis võrreldud Nõukogude Liidu lagunemisega, mil taasiseseisvunud riigid vajasisid endi majanduse toimimiseks sisuliselt kõiki olemasolevaid teenuseid ja tooteid. Sellest tulenevalt on ka Eesti ettevõtetal juba hetkel potentsiaali antud turule siseneda.

Samas peab silmas pidama ka uute sihtturgudega seonduvaid takistusi, sh regulatiivseid nõudeid, vägagi erinevat (äri)kultuuri, geograafilisest kaugusest tulenevaid logistilisi probleeme jne. Mitmed Aasia ja Aafrika riigid on näiteks jätnud vahele nõ. vana panganduse ning sealsetel finantsturgudel oluline roll finantstehnoloogiale ettevõtetal jm mobiilse Interneti põhistel teenustel.

Eesti riik saab kanda nii Välisministeeriumi kui ka EAS-i välisesinduste kaudu ettevõtjate toetamisel jätkuvalt väga olulist rolli uutele sihtturgudele sisenemise lihtsustamisel, seda ennekõike kõrgetasemeliste kontaktide vahendamise kaudu „uste avamisel“, riigi mainekujunduses jmt. On väga positiivne, et EAS ja VM on laiendamas oma välisesinduste ja äridiplomaatia võrgustikku ja sellega seotud tegevust omavahel järjest enam koordineerimas. Samas on aga selge, et väikesearvuline

⁴³ Pew Research Center (2019), World's population is projected to nearly stop growing by the end of the Century, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/06/17/worlds-population-is-projected-to-nearly-stop-growing-by-the-end-of-the-century/>

välisesindajate võrgustik ei suuda ettevõtteid väga erinevates tehnilistes või ka konkreetsete toodete turunõudlusega seotud spetsiifilistes aspektides ammendavalt nõustada.

Kaugemad turud ja riske hajutav laiem sihtturgude valik on globaalselt ennekõike rahvusvaheliste kontsernide ja vähesel määral ka globaalsena sündinud tehnoloogiamahukate *start-up* ettevõtete pärusmaa. Ligikaudu 80% globaalsest kaubandusest toimub rahvusvaheliste kontsernide poolt koordineeritavates globaalsetes väärtusahelates, mis hõlmavad erineva toorme, pooltoodete ja komponentide tarnijaid, aga ka kaubandusvõrgustikku. See tähendab, et välisinvesteeringute strateegia ja ekspordi arendamise strateegia on tänapäeva rahvusvahelises majanduses sama mündi kaks külge. Sihipärane välisinvesteeringute hankimine ei too riiki mitte ainult kapitali ja töökohti vaid veelgi olulisemana ka uusi tehnoloogiaid ja töökorralduse alaseid uuendusi ning avab juurdepääsu kaugematele suuremahulistele turgudele, kuhu enamus kohalikke väiksemaid ettevõtteid iseseisvalt kunagi ei jõuaks. Mida enam kohalikud väiksemad ettevõtted suurematele rahvusvahelistele ettevõtetele erinevaid järjest keerukamaid komponente, pooltooteid vm sisendeid suudavad pakkuda, seda suurem on ka riiki kogunev eksporditulu.

Soovitused:

- Soovitame MKM/EAS rakendada ettevõtete eksporditegevuse, sh uutele sihtturgudele laienemise toetamisel ettevõtete suurusgruppide lõikes diferentseeritud lähenemist. Väikese arvu suuremate ettevõtete puhul, kus luuakse enamus Eesti ekspordist, on põhjendatud võimalikult personaalne ja paindlik lähenemine ettevõtete olulisemate arengutakistuste ületamisele. Keskmistel ja suurematel ettevõtetel on omal messikülastusteks ja uutel sihtturgudel kontaktide otsimiseks piisavalt vahendeid. Nende eksporditegevuse toetamisel on küllalt sageli tegu hoopis regulatiivsete või korralduslike küsimustega, nt kõrgetasemeliste kontaktide vahendamine uutel sihtturgudel vmt, mis ei eelda riigipoolset rahalist panust.
- Väiksematest ettevõtetest on kaugematele turgudele sisenemise osas huvipakkuvad ennekõike sellised kiiresti kasvavad *start-up* ettevõtted, kelle toote turunõudlus on globaalselt üle maailma üsna ühetaoline. Selliste ettevõtete tekke ja kiire arengu toetamiseks on mõistlik jätkata seemne- ja riskikapitali turu arendamisega, pöörates veelgi enam tähelepanu rahvusvahelise seemne- ja riskikapitali kaasamisele, mis toetab ärimudelite arendamist, ettevõtete kiiret kasvu ja välisisturgudel laienemist.
- Neid tarnija poolt domineeritavaid ja mastaabimahukaid tegevusalasid, mis ei ole seotud kohaliku toormega, iseloomustab uuendustele vaatamata järjest tihedam hinnakonkurets, mis kulmineerub küllalt sageli kas tegevuse (osalise) ümber paigutamisega peamiste sihtturgude läheduses asuvasse madalama kulubaasiga riikidesse ja/või piiriüleste liitumiste ja üle võtmistega. Teatud tegevusaladel, nt tarkvarateenustes, on hoopis turunõudluse või kapitali kaasamise spetsiifikast tulenevalt kasulik avada filiaale või tütarettevõtteid teistes riikides. Soovitame seetõttu käsitleda ka Eestist lähtuvaid otseinvesteeringuid ning sellega seotud kasumi repatrieerimist ekspordi strateegia osana.

8.3.2 Turuosa suurendamine peamistel sihtturgudel

Väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete sihtturgude geograafia, nende teadmised kaugemate sihtturgude ärikultuurist, sealsetest regulatsioonidest ja tehnilistest nõuetest, sh standarditest, toodete või tootmisprotsesside sertifitseerimise nõuetest jmt sihtturule omastest teguritest on kõikjal maailmas üsna piiratud. Väikeettevõtted, kelle juhtimis- ja finantsvõimekus on tüüpiliselt samuti tagasihoidlikum, keskenduvad seetõttu ekspordi arendamisel ennekõike lähimatele naaberriikidele, mida tuntakse paremini ning mis on ka logistiliselt kättesaadavamad. Seetõttu on küllalt ootuspärane, et 100 miljoni elanikuga Läänemere regiooni on ja jääb Eesti väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete peamiseks eksportturuks.

Kui suuremate ettevõtete ekspordi riskid on ennekõike seotud kaugemate ja vähem tuntud turgude turukonkurentsi iseloomu, nõudluse, äritavade jmt eripäradega, siis väikese 1-2 sihtturuga eksportööri jaoks on veelgi suurem risk sõltuvus igal konkreetset sihtturul toimuvast. Näiteks juhul, kui sihtturul käivitub terav hinnakonkurentts turuosa suurendamiseks või peamiste turgude nõudlus pöördub hoopis ootamatult langusesse, siis võivad tagasilöögid eksportööridele olla väga tugevad. Nii näiteks tõi tehasemajade nõudluse langus seoses ehitusbuumi lõppemisega Norras ja Rootsis mitmetele Eesti ettevõtetele 2019-2020. a suuri raskusi või koguni tegevuse lõpetamise. Operatiivne turunõudluse analüüsimine ning ettevõtjate vaheline aktiivne infovahetus sihtturgudel toimuva kohta toetavad seega kindlasti eksporditegevust, sh kiiret ümberlülitumist ühelt sihtturult teisele.

Väikeste ja keskmiste ettevõtete üheks olulisemaks ekspordituru laiendamise ja eksporditulu suurendamise võimaluseks on seetõttu suurte rahvusvaheliste kontsernide tarneahelasse sisenemine ning seal järjest keerukamatele toodetele spetsialiseerumine. Välisinvesteeringute strateegia vaates seob see Eestisse ja Läänemere regiooni riikidesse tehtud investeeringuid piirkonnaga ja hoiab selliseid ettevõtteid majandusolude muutudes mujale liikumist. Eksporditulu teenimise seisukohalt suurendab aga suuremate laiema ekspordi geograafiaga ettevõtete ümber väiksemate tarnijate võrgustiku arendamine oluliselt nii (kaudse) ekspordi mahtu kui riigis loodavat lisandväärtust.

Nagu eelpool juba viidatud, on uutele turgudele minek väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete jaoks riskantne. Valdav osa neist ei suuda tõenäoliselt Läänemere regioonist, ega Baltikumist kaugemale minna. Seda olulisem on nii VKE-de kui ka suuremate ettevõtete jaoks, et eksisteeriks laiahaardelisem, kas konkreetse sihtriigipõhine või laiemalt geograafilisele või majanduslikule regioonile suunatud B2B võrgustik, mille kaudu on ettevõtjatel võimalik suhelda osapooltega erinevates tarneahelates. Selline võrgustik annaks võimaluse koguda ka finantse, viia kokku samade võimalike probleemide ja lahendustega osapooli erinevates riikides, võimaldab suurematel ning tootmisahelates kõrgemal asetsevatel ettevõtetel otsida tarnijaid. Samuti võimaldaks selline võrgustik analüüsida turunõudlust erinevates tootegruppides ning annaks seeläbi ettevõtetele võimaluse koostööd mõnele turule sisenemiseks või mõnel turul laienemiseks. Heaks näiteks saab tuua Põhjamaades 2018. aastal loodud Nordic Smart Government võrgustiku, mille eesmärgiks on koondada erinevate sektorite VKE-d ühe katuseorganisatsiooni alla, et tekiks sektoritevaheline ning kogu regiooni hõlmav sünergia, mille tulemusel saaksid erinevate riikide ettevõtted lihtsamini alustada koostööd mõne riigiülese partneriga. Ettevõtmise tulemusena loodavad asutajariigid luua ühe kõige enim integreeritud majanduskeskkonna maailmas.

Soovitused:

- Lähiturgudele suunatud ekspordi toetamisel soovitame maksimaalselt kasutada ja edasi arendada erinevate ettevõtlusorganisatsioonide (sh. erialaliitude) ja rahvusvaheliste ärivõrgustike võimalusi, mis viiks Eestisse ja Läänemere regiooni saabunud väliskapitali põhiste ja suuremate kohalike ettevõtete ümber tõhusa kohalike tarnijate, spetsialiseerunud teenusepakkujate jmt võrgustiku väljaarendamiseni.
- Ettevõtlusorganisatsioonide kaudu tegutsedes saab riik toetada tootearendust ja eksporti konkreetsete valdkondade ja neile olulisemate sihtriikide ja sektori lõikes. Ettevõtlusorganisatsioonid saavad teha uutele turgudele sisenemiseks messidel jm ühisturundust, korraldada tootearenduse ja ekspordi alaseid kontaktüritusi, kogemuste vahetust sihtturuspetsiifiliste regulatiivsete takistuste (nt sertifitseerimisnõuded vmt) ületamiseks, pakkuda omalt poolt valdkonnaspetsiifilisi turuülevaateid jne.
- Põhjamaade *Nordic Smart Government* initsiatiiv on võtnud suuna selliste digitehnoloogiate arendamisele, mis aitavad Põhjamaade ettevõtted masinloetavate on-line tellimuste, ostu- ja müügiarvete, laovarvestuse, riigile esitava aruandluse jne osas riigipiiride üleselt tõhusasti koostöömivaks võrgustikuks punuda. Eesti kogemus X-tee platvormiga võiks luua soodsa fooni, et

otsida võimalusi selle initsiatiividega liitumiseks ja/või või teiste sarnaste digi-platvormide arendamiseks.

- Turuosa suurendamisel on oluline teatud sektorites nagu toiduainetetööstus või töötlev tööstus sektoripõhiselt luua mõningates riikides (näiteks Saksamaa) otsekontakte. Selleks sobivad ka hetkel riigi poolt eksisteerivad meetmed erinevate messide külastamiseks ning messitoetuste maksmine ettevõtetele, kes peavad külastama erialamesse.

8.4 Prioriteedid eksporditulu suurendamisel

Rohepöörde, digitaliseerimine ja majanduse keerukuse kasv. Euroopas ja maailmas kiiresti aset leidev rohepöörde ei muuda konkurentsituatsiooni mitte ainult CO₂ emissioonide ja taastuvate energiaallikate kasutuselevõtu osas, vaid sunnib ettevõtjaid kogu oma majandusharu struktuuri ja ettevõtte konkurentsipositsiooni uuesti läbi analüüsima. Rohepöördega kaasnevad muutused rahvusvahelises turunõudluses ja digitaliseerimine pakuvad võimalusi uutesse senisest keerukamatesse tootegruppidesse liikumiseks ja ettevõtte tegevuse senisest efektiivsemaks korraldamiseks. See puudutab erinevaid majandusharusid ja ettevõtteid väga erinevatel viisidel. Seetõttu peaks riik käivitama valdkonnapõhiste rohepöörde teekaartide koostamise, mis toetaks ekspordi konkurentsivõime tugevdamise alast strateegilist planeerimist nii avalikus kui ka erasektoris.

Eesti eksport on ettevõtete lõikes väga kontsentreeritud. 50 või enam töötajaga ettevõtted, mis moodustavad ligikaudu 5% eksportivatest ettevõtetest, annavad ligikaudu 2/3 Eesti kaupade ekspordist. Keskmiste ja suuremate ettevõtete tooteportfell ja sihtturgude arv on seejuures tüüpiliselt väikestest ettevõtetest oluliselt laiem. Nende ettevõtete puhul ei ole reeglina eksporditurunduseks vahendite leidmine või muude väiksemate kulude katmine probleemiks. Küll aga võib isegi üksikute suuremate ettevõtete spetsiifilisemate arengu takistuste kõrvaldamine aidata oluliselt kaasa Eesti eksporditulu suurendamisele.

Keskmiste ja suuremate ettevõtete puhul on seetõttu otstarbekas jätkata ettevõtte arenguprogrammiga, mis toetab ettevõtte pikaajalise strateegia edasiarendamist ja sellega seotud kriitilisemate arengutakistuste ületamist, sh liikumist uutesse senisest keerukamatesse tootegruppidesse ning kaugematele kiiresti kasvavatele sihtturgudele. Soovitame kaaluda arenguprogrammis skoobi laiendamist selliselt, et see toetaks lisaks Eestis juba tegutsevatele ettevõtetele ka ekspordile orienteeritud suuremahuliste välisinvesteeringute kaasamist, seades prioriteediks investeeringud Harjumaast kaugemal asuvatesse Eesti piirkondadesse.

Eestis on juba olemas arvestatav seemne- ja varajase faasi riskikapitali fondide võrgustik, mis toetab uute tooteideede ja ärimudelite kiiret katsetamist ja kasutuselevõttu tärkavates idufirmades. Mitmed edukamad idufirmad on seejuures kasvanud rahvusvahelise riskikapitali toel arvestatavateks rahvusvahelisteks ettevõteteks. Riigil on oluline jätkata sedalaadi tehnoloogiaühikute, suure kasvupotentsiaali, kuid ka suurte riskidega iduettevõtete toetamist, pöörates ennekõike tähelepanu sellele, et Eesti majanduskeskkond oleks jätkuvalt sellistele ettevõtetele ja (välis)investeeringutele võimalikult soodne.

Mikro- ja väikeettevõtete puhul seevastu osutuks igaühele neist personaalse äristrateegia, tootearenduse ja ekspordi alase nõustamise ja tugiteenuste pakkumine riigile üle jõu käivalt kulukaks. Mõnede alustavate ettevõtete teadmiste baas, toote, turunõudlus ja ärimudel lubab neil agressiivselt kapitali kaasata ja kiiresti rahvusvahelistuda. Nad kujunevad seeläbi arvestatavateks eksportöörideks ja töökohtade loojateks.

Enamusel mikro- ja väikeettevõtetel napib seevastu äristrateegia, kaugemate sihtturgude ärikultuuri, tehniliste nõuete jmt alastest spetsiifilistest teadmistest. Neil on sageli ka vähem teadmist ja finantsvõimekust, et investeerida uue tehnoloogia kasutuselevõttu, sh digitaliseerimisse ja sellega seotud töökorralduse kaasajastamisse. Mitmed väiksemaid ja keskmisi ettevõtteid toetavad

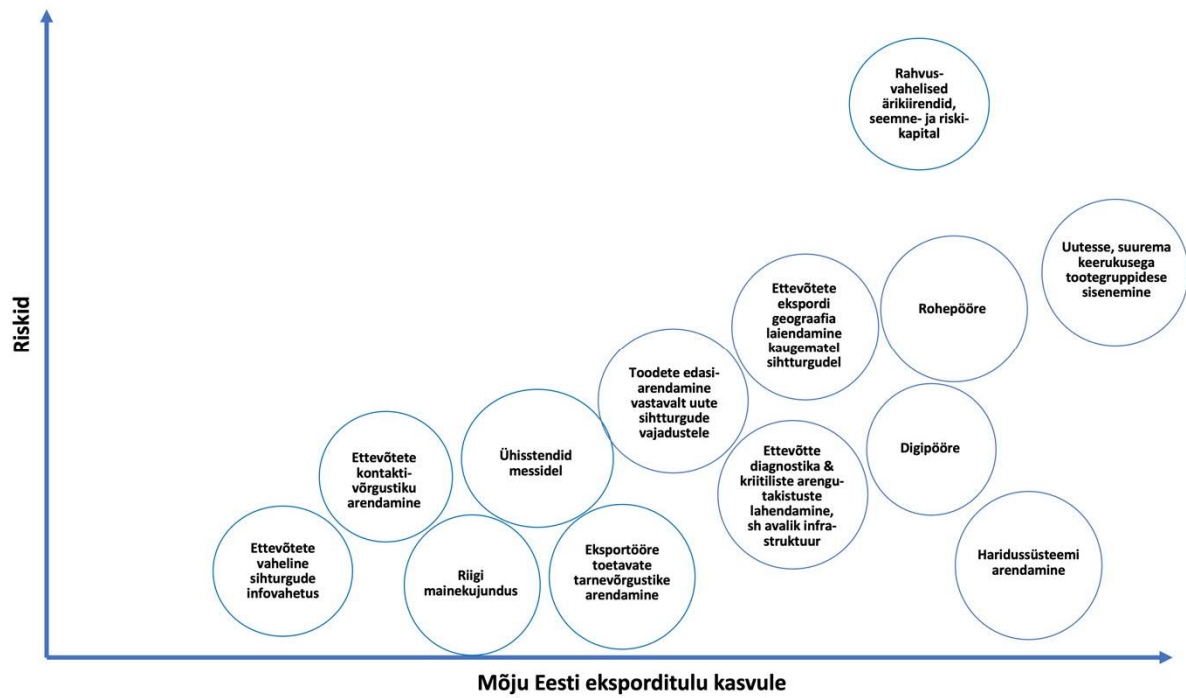
tegevused, nagu sihtturgude info vahetus, eksportturundus, koostöö tarnevõrgustikes, ettevõtete kontaktvõrgu arendamine on otstarbekas ettevõtlusorganisatsioonide ja avaliku sektori vahelise koostööna.

Riigil on kahtlemata kõrgetasemelises kontaktide vahendamises jmt ülioluline roll, kuid väga keeruline hallata suure hulga erinevate tegevusalade ja sihtturgude spetsiifikat. Seevastu ettevõtete erialaliidud ja rahvusvahelised kaubanduskojad⁴⁴, mis koondavad tegevusala või sihtturu põhiselt erineva suuruse ja ekspordikogemusega ettevõtjaid on olulised äriõrgustikud, mille kaudu on ettevõtetel vahetada näiteks teavet sihtriigis kehtivate õiguslike regulatsioonide, aga ka näiteks nõutavate tehniliste sertifikaatide osas, vahendada kontakte, korraldada vastavale valdkonna vajadustele ühist eksportturundust, töötajate koolitust jne. Avaliku sektori ja ettevõtlusorganisatsioonide eesmärgistatud ja regulaarne strateegiline koostöö, mida riik kaas-rahastab, aitab riigil ja ettevõtjatel operatiivsemalt tegutseda ja vähendab samas ekspordi toetamisega administratiivset koormust.

Ettevõtete investeerimisvõime ja finantsinstrumentide mitmekesisus. Rohepöörde, digitaliseerimine, keerukamatesse tootegruppidesse liikumine ja sihtturgude avardamine eeldavad kõik ettevõtetelt piisavat investeerimisvõimet. Eestis on väga väikesel osal ettevõtetel võimekus omafinantseeringu baasilt liikuda edasi täiesti uutesse, T&A mahukatesse tootegruppidesse ning arendada välja müügiõrgustikku ka geograafiliselt kaugematel turgudel, kus antud toodete järgi võib olla väga suur nõudlus (näiteks USA, Jaapan, Hiina). Mõned neist investeeringutest on suurema riskiga, teised seevastu turulähedasemad ja seega madalama riskiga. Tagastamatu toetusena on riigil mõttekas rahastada ennekõike neid tegevusi, nt teadus- ja arendustegevust, mis on seotud väga suurte riskidega. Turulähedasematele investeeringutele on pigem soovitatav läheneda koostöös erainvestoritega, nt läbi erakapitali- ja pensionifondide arengu soodustamise, ekspordi krediitide lisatagatiste väljastamise jmt. Investeeringute mõjususe tagamisel on kindlasti äärmiselt oluline, rahastamisinstrumendid oleksid avatud pikaajaliselt, kusjuures rahastamisele ei kuulu mitte esimesena laekunud taotlused vaid teatud ajaperioodi jooksul laekunud parimad taotlused.

Kvalifitseeritud tööjõu puudus, sh nii keskastme juhtide ja insenertehnilise personali puudus, on jätkuvalt Eesti eksporditulu suurendamisel äärmiselt oluline takistus. See eeldab jätkuvalt ka haridussüsteemi kaasajastamist vastavalt majanduse muutuvale nõudlusele. Ka siin saavad ettevõtjate ja riigi koostöös arendatavad valdkonna põhised ekspordi konkurentsivõime arendamise teekaardid anda koolitustellimuse ja ülikoolides läbiviidavate teadusuuringute suunamiseks olulist sisendit.

⁴⁴ Näitena saab siin tuua nii Soome-Eesti kaubanduskoja FECC kui ka suuri Saksa ja Eesti ettevõtjaid koondava Balti-Saksa Kaubanduskoja Deutsch Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen.



Joonis 51. Prioriteetidid eksporditulu suurendamisel