

**Eesti ettevõtete
ekspordiprobleemide uuring.
Ehitusmaterjalide
tootmisettevõtted**

Tallinn
November 2010

Töö autor: Eesti Kaubandus-Tööstuskoda

Täname: Eesti Konjunkturiinstituut

Kasutamisel palume viidata allikale. Uuringu läbiviimist toetas Riigikantselei Euroopa Liidu Sotsiaalfondi vahenditest.

Uuring on elektrooniliselt kättesaadav Eesti Kaubandus-Tööstuskoja internetilehekülje aadressil www.koda.ee

Sisukord

1. Ehitusmaterjalide ja muude mittemetalsetest materjalidest toodete tööstusettevõtete ekspordistatistika lühiülevaade.....	5
2. Ekspordiprobleemide uuringu küsimustiku analüüs- ehitusmaterjalide tootmisettevõtted.....	7
2.1. Ettevõtete üldiseloostus.....	7
2.2. Eesti ehitusmaterjalitööstuse ettevõtete konkurentsivõime.....	9
2.3. Eesti ettevõtete ekspordi arengut takistavad probleemid	13
2.4. Ekspordialane abi ja riigipoolne tugi ehitusmaterjalide tootmisettevõtetele	27
3. Ehitusmaterjalide tootmisettevõtete küsimustiku vabad vastused	33

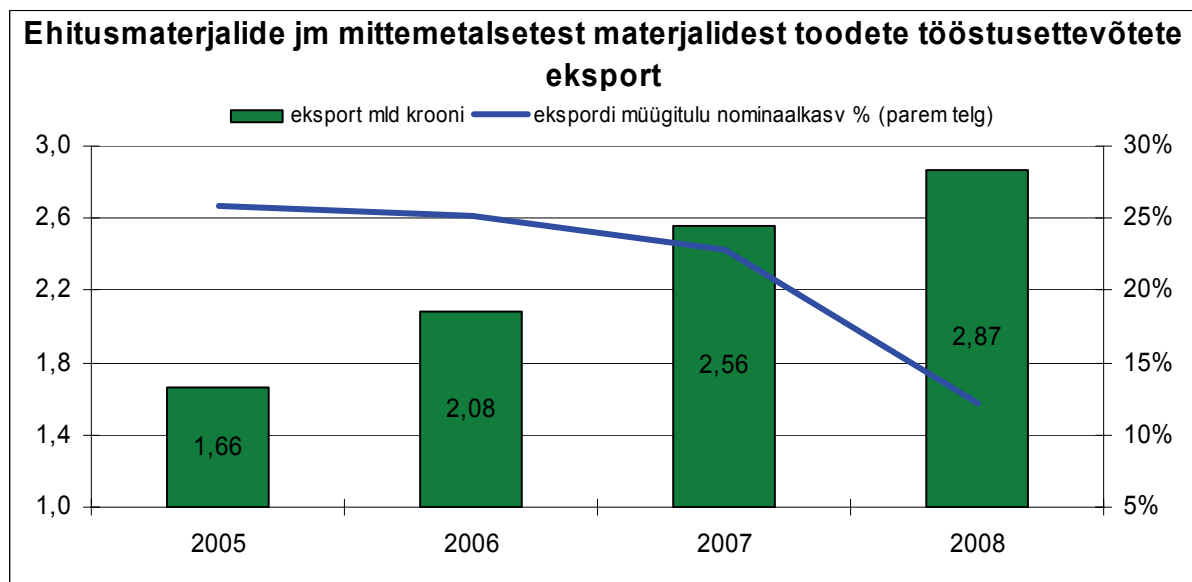
1. Ehitusmaterjalide ja muude mittemetalsetest materjalidest toodete tööstusettevõtete ekspordistatistika lühiülevaade

2008. aastal oli Eestis Statistikaameti andmetel 226 ehitusmaterjalide jm mittemetalsetest materjalidest toodete tootmisettevõtet ja neist 84 ekspordisid oma toodangut (37% Eesti ehitusmaterjalide jm mittemetalsetest materjalidest tööstusettevõtete koguarvust). Ehitusmaterjalide jm mittemetalsetest materjalidest toodete tootmisettevõtete ekspordi kogumüügitulu oli 2008. aastal 2,87 mld krooni ja ekspordi osakaal kogumüügitulust oli 38%.

46 ettevõtte töötajaskond oli 20 ja enam töötajat. Sellise töötajaskonnaga ettevõtted andsid 97% ehitusmaterjalide tööstusettevõtete ekspordi müügitulust. Nimetatud töötajate arvuga ettevõtte keskmine ekspordikäive oli 2008. aastal 73,1 mln krooni.

Ehitusmaterjalide jm mittemetalsetest materjalidest toodete tööstusettevõtete ekspordimüügitulu oli 2008. aastal 2,87 mld krooni (+12% kui 2007.a., joonis 1.1.), moodustades 4% töötleva tööstuse ettevõtete ekspordi kogumüügitulust.

Joonis 1.1.



Allikad: Statistikaamet; EKI

Ehitusmaterjalidest jm mittemetalsetest materjalidest valmistatud toodetest eksporditi Statistikaameti väliskaubanduse andmetel 2008. aastal enam portlandtsementi (390 mln krooni väärtuses), tsemendiklinkreid (360 mln), kergbetoonist ehitusblokke ja telliseid (333 mln), keraamilisi sanitaarseadmeid portselanist (valamud, vannid jne, 160 mln), betoonist ehitusdetailide (põranda ja lae komponendid, 152 mln), keraamilisi ehitustelliseid (107 mln), karastatud kildumatut lehtklaasi (93 mln), mitmekihilisi klaasisolaatoreid (84 mln), pae- ja lubjakivist ning dolomiidist ehitusmaterjale (59 mln), graniiti (45 mln), keraamilisi katusekive (43 mln) jne. Nimetatud 11 ehitusmaterjalide jm mittemetalsetest materjalidest valmistatud toodete ekspordi osakaal oli ekspordiga tegelevate tööstusettevõtete ekspordist pea 2/3.

Ehitusmaterjalide ja -toodete ekspordi olulisemateks sihtriikideks olid põhiliselt Venemaa, Soome, Läti, Leedu, Rootsi ja Saksamaa.

2008. aastal suundus Venemaale 84% Eesti betoonist ehitusdetailide ekspordist, 72% keraamiliste sanitaarseadmete ekspordist, 68% keraamiliste ehitustelliste ekspordist, 58% tsemendiklinkrite ekspordist, 56% kergbetoonist ehitusblokkide ja telliste ekspordist, 47% keraamiliste katusekivide ekspordist ja 39% portlandtsemendi ekspordist.

Lisaks Venemaale veeti portlandtsemeti Lätisse (42% portlandtsemendi ekspordist) ja Soome (18%). Ka viidi Lätisse kergbetoonist ehitusblokke ja telliseid (pea neljandik kergbetoonist ehitusblokkide ja telliste ekspordist). Kergbetoonist ehitusblokkide ja telliste eksporditurgudeks olid peale Venemaa ja Läti veel Leedu (12% kergbetoonist ehitusblokkide ja telliste ekspordist) ja Rootsi (7%).

Portlandtsementi eksporditi samuti Soome (18% portlandtsemendi ekspordist). Üle poole Eesti karastatud kildumatu lehtklaasi ja mitmekihiliste klaasisolaatorite ekspordist suundus 2008. aastal Soome. Eelnimetatud sihtriiki läksid veel kolmandik Eesti pae-, lubjakivist ja dolomiidist ehitusmaterjalide- ning samuti kolmandik graniidi- ja neljandik tsemendiklinkrite ekspordist. Tsemendiklinkreid veeti välja veel Brasiiliasse, Norrassa, Rootsi ja Sierra Leonesse.

26% keraamiliste ehitustelliste- ja 22% keraamiliste katusekivide ekspordist moodustas müük Leetu. Ka eksporditi Leetu 12% Eesti kergbetoonist ehitusblokkide ja telliste ekspordist.

Eesti mitmekihiliste klaasisolaatorite ja graniidi ekspordi sihtriigi Rootsi osakaalud olid vastavalt 22% ja 20%. Lisaks kuulus Rootsile 7% Eesti kergbetoonist ehitusblokkide ja telliste ekspordist.

Eesti pae- ja lubjakivi ning dolomiidist ehitusmaterjalide 2008. aasta ekspordist oli ligi pool (46%) eksport Saksamaale.

2. Ekspordiprobleemide uuringu küsimustiku analüüs- ehitusmaterjalide tootmisettevõtted

2.1. Ettevõtete üldiseloostus

Uuringule vastanud 396-st eksportöörist 29 ehk iga neljateistkümnes eksportöör tegutses ehitusmaterjalide tootmise tegevusalal. Eksportivate ehitusmaterjalide tootmisettevõtete seas oli enim keskmisi ja väikeettevõtteid (45% ja 35% vastanutest, tabel 2.1.).

Tabel 2.1. Eksportööride jagunemine ettevõtte töötajate arvu järgi (% vastanud ettevõtetest)

Mikroettevõtted (1-9 töötajat)	17
Väikeettevõtted (10-49 töötajat)	35
Keskmised ettevõtted (50-249 töötajat)	45
Suureettevõtted (250 ja rohkem töötajat)	3

2/3 haru eksportööridest olid kodumaise kapitaliga ettevõtted (tabel 2.2.). Välisosalusega ettevõtetest, keda oli kokku kolmandik, oli peamine osa täielikult välisomanduses.

Tabel 2.2. Ettevõtete jagunemine väliskapitali osaluse määra järgi (% vastanud ettevõtetest)

100% Eesti kapitalil põhinevad ettevõtted	68
Välisosaluse vähemusega ettevõtted	3
Välisosaluse enamusega ettevõtted	4
100% välisosalusega ettevõtted	25

Kõrge välisosaluse määra tõttu oli emafirmadel ka oluline roll ettevõtete ekspordistrateegia kujundamisel – 63%-l välisosalusega ettevõtetest osalesid omanikud suurel määral ekspordistrateegia koostamisel. Seetõttu langetati ka konkreetseid eksporditegevust puudutavad otsused (hinnad, sihtturgude probleemid, lepingute kinnitamine) 100% välisosalusega ettevõtetest 14%-l ettevõtetest Eesti siseselt. Enamikul juhtudel tehti vastavaid otsuseid siiski osaliselt Eestist väljas (71%-l ettevõtetest), vaid harva täiesti väljaspool Eestit.

Enamikul eksportööridel (72%-l) andis eksporditulu alla poole müügitulust (tabel 2.3.), vaid seitsmendikul firmadest ulatus eksporditulu üle 76%.

Tabel 2.3. Ekspordi osakaal müügitulust (% vastanud ettevõtetest)

kuni 25%	45
26%-50%	27
51%-75%	14
76%-100%	14

Ehitusmaterjalide tööstusettevõtted-eksportöörid olid pikaajalise ekspordikogemusega. Neist 72% oli tooteid välisurule müünud üle viie aasta (tabel 2.4.). Viimasel kahel aastal alustajaid oli välisurgude madalseisu tõttu olnud vähe, kõigest 7% vastanud eksportööridest.

Tabel 2.4. Ekspordiga tegelemise kestus (% vastanud ettevõtetest)

kuni 2 aastat	7
2-5 aastat	21
5 aastat ja rohkem	72

Sihtturgude hulka kuulus enamasti kaks kuni viis välisriiki (69%-l eksportööridel, tabel 2.5.). Üle poolte küsitletute (55%) tõi esile ka peamise sihtriigi. Nendest oli esikohal Soome (33% juhtudel), järgnes Venemaa (22%). Muude riikide (Rootsi, Saksamaa, Läti, Leedu, Norra) osakaalud olid väiksemad, jäädes 10% lähedale. Põhjamaad (Soome, Rootsi, Norra) moodustasid kokku 50% peamistest sihtturgudest.

Tabel 2.5. Ekspordi sihtriikide arv (% vastanud ettevõtetest)

1 välisriik	10
2-5 välisriiki	69
6-10 välisriiki	11
10 ja enam välisriiki	10

Ligi kolmandik ehitusmaterjalide tootjatest-eksportööridest eksportis lisaks kaupadele ka teenuseid (tabel 2.6.). Ainult kaupu eksportis 71% uuringule vastajatest. Põhiliselt viidi välja valmistoodangut (86% ettevõtete poolt), aga ka pooltooteid (14% ettevõtete poolt), näiteks betoontoodete osas.

Tabel 2.6. Ettevõtete ekspordiarikkel (% vastanud ettevõtetest)

Ainult kaubad	71
Nii kaubad kui teenused	29

Tooted jõudsid välistarbijateni enamasti läbi vahendaja (62%-l firmadel) või otsemüügi teel (41%-l, tabel 2.7.). Levinud oli ka müük välismaisele tootmis- või ehitusettevõttele (31%-l). Ehitusmaterjale viidi välisturgudele ka eestimaiste vahendajate kaudu. Harvemini toimus realiseerimine otse emaettevõttele välismaal. Ligi 40% tootjatest kasutas mitut eelmainitud müügikanalit. Lisaks toimus müük ekspordiriikides asuvate sõsarfirmade (grupi ettevõtete), samuti enda tütarettevõtete kaudu.

Tabel 2.7. Eksporttoodete (-teenuste) sihtgrupp (% vastanud ettevõtetest)

müük otse lõpptarbijale	41
müük lõpptarbijale läbi vahendaja	62
müük välismaisele tootmise (teenindus-) ettevõttele	31
müük emaettevõttele välismaal	17
müük eksporttoodangu (-teenuste) tegijale Eestis	24

40%-l ettevõtetel töötas vähemalt üks ekspordiprobleemidega tegelev täiskohaga töötaja. Uuringu ankeedis oli küsimus ka ekspordiga tegelevate töötajate keeleoskuse kohta. Suure osa ettevõtete (ligi 80%) vastavad spetsialistid valdasid kolme või enamat võõrkeelt. Inglise keele

oskust märkisid kõik ettevõtted, peaaegu kõik valdasid ka vene keelt (96%), enamasti osati ka soome keelt (78%), harvemini mainiti saksa keelt (25%), rootsi ja norra keelt.

Oma peamiste eksporttoodete hinna-kvaliteedi suhet hinnates andsid ettevõtted kvaliteedile kõrge (55% juhtudel) või keskmise (45%) hinnangu, oma teenuste (toodete) hinda peeti valdavalt keskmiseks (80%-l juhtudel), mõnedel juhtudel ka kõrgeks (14%) või madalaks (6%) (tabel 2.8.). Seega sarnanes ehitusmaterjalitootjate hinnang suures osas teiste valdkondade arvamusega.

Tabel 2.8. Eksporttoodete/teenuste hinna-kvaliteedi suhe (% vastanud ettevõtetest)

hind	kõrge	0	0	14
	keskmine	0	42	38
	madal		3	3
		madal	keskmine	kõrge
		kvaliteet		

2.2. Eesti ehitusmaterjalitööstuse ettevõtete konkurentsivõime

Ettevõtjate ekspordi edukust ja ka ekspordi takistavaid tegureid mõjutab oluliselt ettevõtjate konkurentsivõime. Uurimistöö käigus analüüsiti läbi ettevõtjate enesehinnangu järgnevaid probleeme:

1. Milline on ettevõtjate konkurentsivõime nii Eestis kui ka välismaistel sihtturgudel ja kuidas see viimastel aastatel on muutunud
2. Millised on ettevõtete konkurentsieelised välisturgudel
3. Mida on tehtud konkurentsivõime tõstmiseks
4. Millised on ekspordialaste tegevuskavade (plaanide) täitumine
5. Ettevõtjate plaanid (strateegia, ambitsioonid) ekspordi alal lähemal viiel aastal

Konkurentsivõime võrreldes majanduslanguse eelse ajaga

Suuremal osal (62%-l) küsitlusele vastanud ehitusmaterjalide tööstuse ettevõtetel konkurentsivõime Eesti turul võrreldes majanduslanguse eelse ajaga ei muutunud (vt tabel 2.9.). Võrdselt ligikaudu viiendikul ettevõtetel oli konkurentsivõime siseturul kas langenud (17%-l) või tõusnud (21%-l). Euroopa Liidu turgudel ettevõtete konkurentsivõime pigem tõusis kui langes (tõusis 38%-l, langes 21%-l), sama tendentsi võis märgata ka kolmandate riikide turgudel.

Konkurentsivõime tõusule aitasid ettevõtete hinnangul kaasa tooraine ja tööjõu odavnemine, omahinna alandamine, suurenenud tootevalik, täpsem orienteerumine erinevatele sihtgruppidele ja täpsem erinevatel turgudel toodetele esitatavate nõudmiste tundmine, kompetentsi suurendamine ekspordimüügis, konkurentide arvu vähenemine, tehtud

investeeringud, aktiivne turundustegevus, nõudluse suurenemine teatud toodetele, komplekslahenduste pakkumine kliendile.

Konkurentsivõime languse põhjustena märkisid ettevõtted tellimuste vähenemist, hinnakonkurentsi tihenemist, sh siseturu hinna langust kuni 50%, samuti hinnalangetuskampaaniatega mitte kaasa minemist, raudteetranspordi kallinemist ja asjaolu, et toodete omahind on Venemaa turu jaoks liiga kallis.

Tabel 2.9. Ehitusmaterjalitootjate konkurentsivõime võrreldes majanduslanguse eelse ajaga (% vastanud ettevõtetest)

	tõusnud	jäänud samaks	langenud	puudub kogemus, ei saa vastata	saldo*
konkurentsivõime Eesti siseturul	21,0	62,0	17,0	0,0	4,0
konkurentsivõime EL-is	38,0	41,0	21,0	0,0	17,0
konkurentsivõime väljaspool EL-i	20,0	32,0	16,0	32,0	4,0

Ettevõtete konkurentsieelised välisurgudel

Ettevõtete konkurentsieeliste esiletoomiseks välisurgudel oli ankeedis loetletud 16 tegurit. Neist kõige sagedamini märkisid ehitusmaterjalide tootjad oma konkurentsieelistena toodete (teenuste) kõrget kvaliteeti, kiiret ja paindlikku reageerimist nõudluse muutustele, oskusteabe olemasolu, tööjõu kõrget kvaliteeti ja professionaalsust – kõiki neid omadusi märkis üle 80% ettevõtetest (vt tabel 2.10.). 2/3 ehitusmaterjalitootjate konkurentsieelisteks on piisavalt madal tootmiskulude tase ning seejuures kõrge kvaliteet, samuti vajalike tootmisvõimsuste olemasolu. Olulisteks eelisteks on ka pikaajalised koostöökogemused välismaal (75%-l ettevõtetel), isiklikud kontaktid ja lai tutvusringkond (64%-l) ning hea keeleoskus (62%-l). Välisurgude head tundmist, innovaatilisust ja tootearendust pidasid oma eelisteks ligikaudu pooled ettevõtted. Samas ei ole turundusoskus, tootmistehnoloogiline tase ja intellektuaalse omandi olemasolu ehitusmaterjalitootjate kõige tugevamaiks külgedeks. Ka välisosalususe olemasolu ei andnud olulist konkurentsieelist.

Tabel 2.10. Ettevõtete konkurentsieelised välisurgudel (% vastanud ettevõtetest)

	jah, on eelis	ei ole eelis	puudub kogemus, ei saa vastata
toodete (teenuste) kõrge kvaliteet	93,1	3,4	3,4
kiire ja paindlik reageerimine nõudluse muutumisele	86,2	10,3	4,0
vajaliku oskusteabe olemasolu	82,8	13,8	3,4
tööjõu kõrge kvaliteet ja professionaalsus	82,8	17,2	0,0
pikaajaline koostöökogemus välismaal	75,0	14,3	10,7
madalam tootmise kulutase	69,0	24,1	6,9
kõrge kvaliteediga toode madalama hinnaga	65,0	27,6	6,9
vajalike tootmisvõimsuste olemasolu	65,0	34,5	0,0
isiklikud kontaktid, lai tutvusringkond	64,3	25,0	10,7

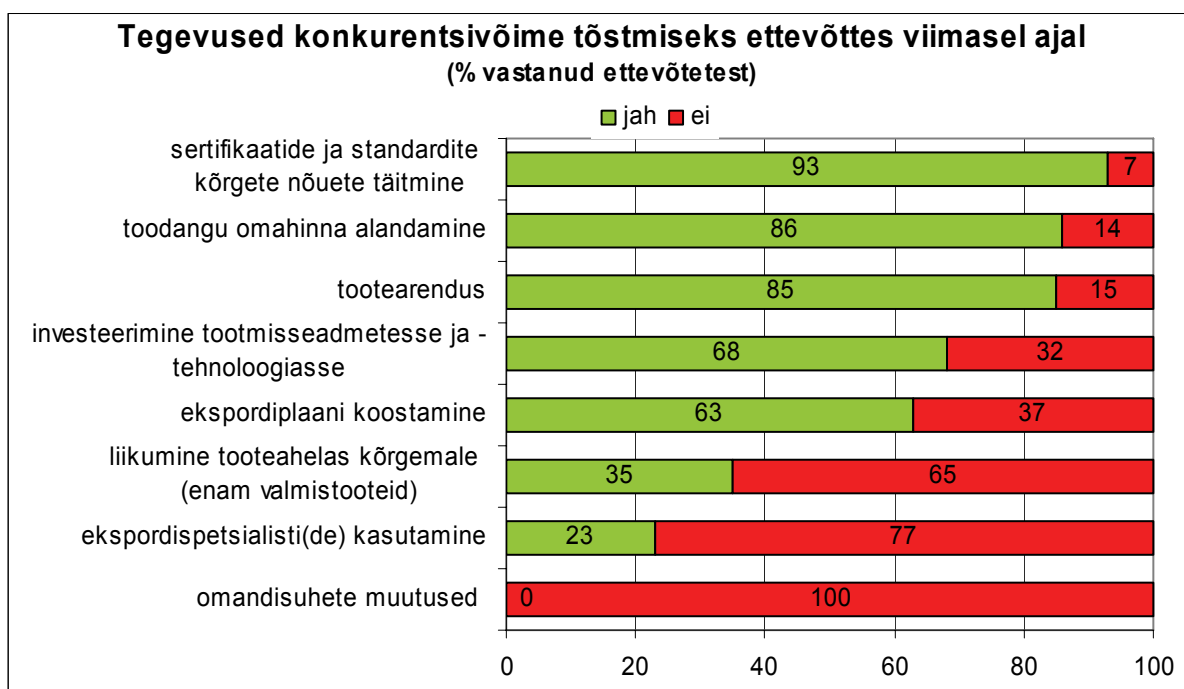
* Konkurentsiosas tõusnud ja langenud ettevõtete suhe

	jah, on eelis	ei ole eelis	puudub kogemus, ei saa vastata
hea keeleoskus	62,1	34,5	3,4
innovaatilisus ja tootearendus	55,2	34,5	10,3
välisurgude, -tarbijate eelistuste hea tundmine	48,3	37,9	13,8
hea turundusoskus	39,3	47,0	14,3
kaasaegne tehnoloogia, tarkvara tase	34,5	55,2	10,3
intellektuaalne omand	28,6	46,4	25,0
välisosaluse olemasolu	14,3	39,3	47,0

Lisaks oli ettevõttele võimalik esile tuua enda kõige olulisem konkurentsieelis. Selleks on praeguses majandussituatsioonis suuremale osale ettevõtetele konkurentsipüsimiseks vajalik võime valmistada kõrge kvaliteediga toodangut võimalikult madala hinnaga. Konkurentsivõimet aitavad tagada ka tootearendus, lai sortiment, vabade tootmisvõimsuste olemasolu, mainekas kaubamärk, professionaalne tööjõud, tarneahelate olemasolu, paindlikkus, disain jms. Märkigi, et näiteks Venemaal ületab meie materjalide kvaliteet kohalikku taset, EL-i turgudel annab eelise madalam hind.

Ettevõttesisesed tegevused konkurentsivõime tõstmiseks

Uuring näitas, et enda konkurentsivõime tõstmiseks viimasel ajal arendatud tegevustest on tähtsal kohal olnud sertifikaatide ja standardite nõuete täitmine, toodangu omahinna alandamine ja tootearendus (joonis 2.1.). 2/3 ettevõtteid on investeerinud tootmisadmetesse ja tehnoloogiasse ning koostanud ekspordiplaane. Kolmandik ettevõtteid on senisest rohkem orienteerunud valmistoodete tootmisele ja neljandik on kasutanud ekspordispetsialiste. Omandisuhetes muutusi ei tehtud.

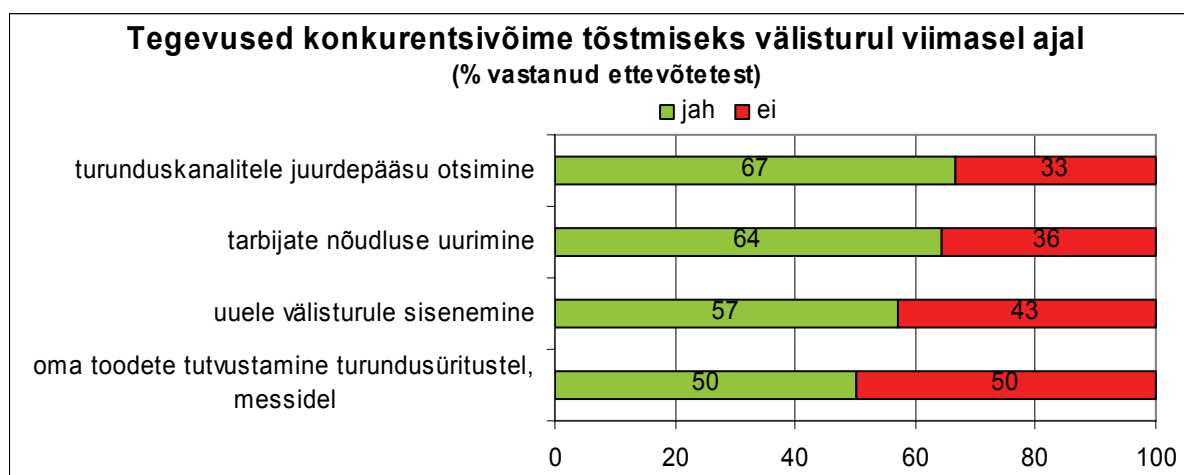


Ettevõtetel paluti ka välja tuua kõige olulisemad tegurid konkurentsivõime tõstmisel. Selleks olid ekspordispetsialistide kasutamine, investeerimine, kulude kokkuhoid, tootmise sertifitseerimine, uued sertifitseeritud tooted, tootearendus ja toodete nomenklatuuri laiendamine, integreeritud juhtimissüsteemide rakendamine, oskustöölise osakaalu suurendamine, tootearendus koostöös TÜ-ga jm.

Koostöö ja tegevused väliseturul konkurentsivõime tõstmiseks

Nagu Eesti ettevõtted üldiselt, ei ole ka ehitusmaterjalitootjad omavahelist koostööd viimasel ajal eriti laiendanud – koostöö laiendamist teiste samal turul tegutsevate ettevõtjatega märkis kolmandik ettevõtetest. Ettevõtjaid ühendava liiduga oli liitunud keskmiselt iga kuues ettevõtte. Koostöö näiteks oli ka tootearendus koos Tartu Ülikooliga.

Enamik eksportivatest ehitusmaterjalitootjatest (2/3 neist) oli viimasel ajal otsinud juurdepääsu uutele turunduskanalitele ning uurinud tarbijate nõudlust. Enam kui pooled olid sisenenud uutele välisurgudele. Pooled ettevõtted olid tutvustanud oma tooteid messidel vm turundusüritustel (joonis 2.2.). Messidest nimetati näiteks Nordbyggi Stockholmis.



Lisaks märgiti, et konkurentsivõimet oli tõstnud näiteks kodulehekülje täiendamine uute keeltega, täiendav reklaam erinevates portaalides.

Ekspordialaste tegevuskavade täitumine ja lähema aja plaanid

Kümnendikul ehitusmaterjalitööstuse eksporditöridel täitusid tehtud plaanid täiel määral. Enamikul eksporditöridel (83%-l) täitusid plaanid osaliselt, 7%-l ei täitunud aga üldse.

Lähemal viiel aastal plaanivad peaaegu kõik ettevõtted ekspordikäivet suurendada (tabel 2.11.). Ligi 80% kavatses minna uutele välisurugudele ja 75%-l on kavas tuua turule uusi tooteid. Plaanide täitumist peaks soodustama oodatav ehitusurugude aktiviseerumine välisriikides.

Tabel 2.11. Ettevõtete plaanid ekspordi alal lähemaks viieks aastaks (% vastanud ettevõtetest)

	plaanin	ei plaani
suurendada ekspordikäivet	96	0
suurendada välisurugude arvu	79	21
tuua turule uusi tooteid, teenuseid	75	25
laiendada sortimenti	43	57

2.3. Eesti ettevõtete ekspordi arengut takistavad probleemid

Ettevõtete ekspordivõimekust võivad kahandada mitmed tegurid. Uurimistöö käigus analüüsiti ettevõtjate enesehinnangu kaudu järgnevate ekspordiprobleemide olulisust nende jaoks ja seda, milliseid probleeme on viimasel ajal sagedamini esinenud.

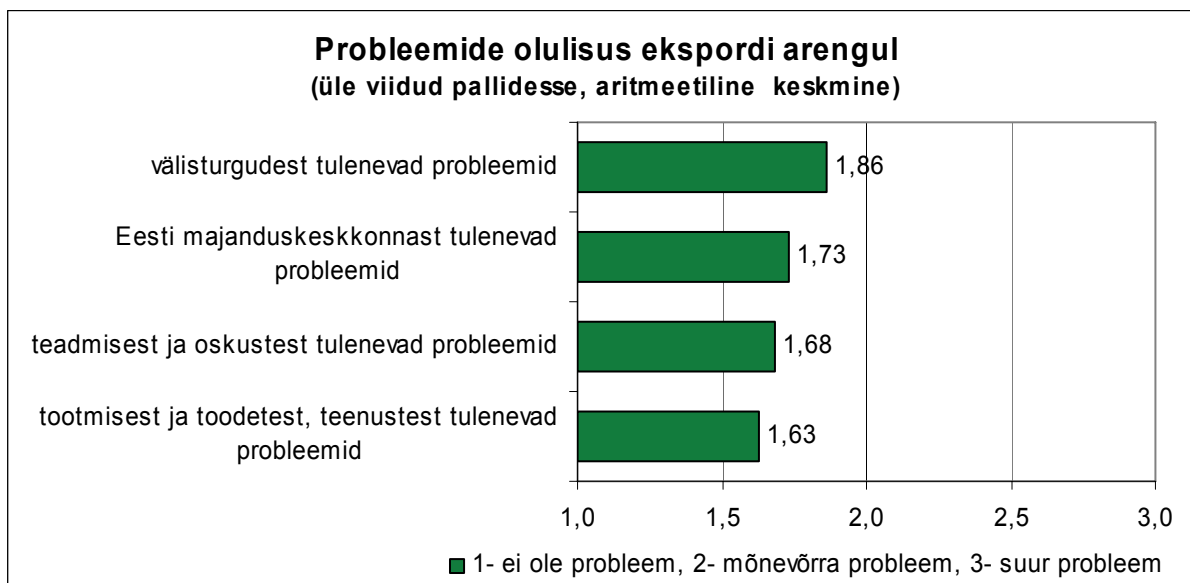
1. Ettevõtte sisesed probleemid
2. Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid
3. Sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid

4. Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid
5. Takistused sihtriigis seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega
6. Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega
7. Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine ekspordimisel
8. Tehniliste kaubandustõkete esinemine sihtriigis

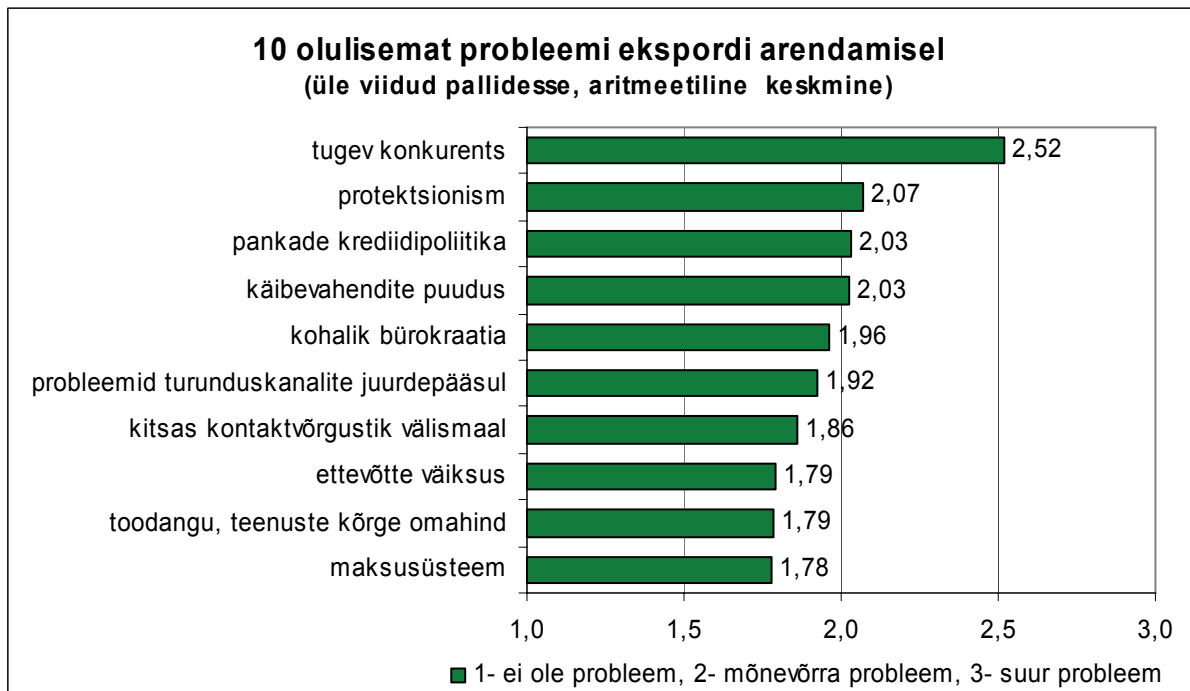
Uuringus paluti ettevõtjail hinnata 31 probleemi olulisust, mida sai jaotada 4 probleemide gruppideks: probleemid teadmiste ja oskustega; probleemid tootmise, toodete ja teenustega; Eesti majanduskeskkonnast tulenevad probleemid; välisurgudest tulenevad probleemid. Hinnati nende probleemide olulisust skaalal: suur probleem-mõnevõrra probleem-ei ole probleem. Antud skaala viidi analüüsil lisaks protsentanalüüsile üle ka punktide süsteemile (suur probleem – 3 punkti, mõnevõrra probleem – 2 punkti, ei ole probleem – 1 punkt). Probleemide peatüki teises osas annavad ettevõtted hinnangu, mis neid ekspordimisel on enim takistanud.

Erinevatest probleemide gruppidest on ehitusmaterjale ekspordivatele ettevõtetele kõige olulisemad välisurgudest tulenevad probleemid (sh tihe konkurents ja proteksionism) ning Eesti majanduskeskkonna probleemid, eelkõige pankade krediidipoliitika (joonis 2.3.). Tootmise ja toodetega seotud probleemistik on ekspordile märksa väiksemaks takistuseks.

Joonis 2.3.



Järjestades 31 erinevat probleemi hindepunktide alusel selgus, et ettevõtjate jaoks on suurimaks probleemiks tugev turukonkurents, mis on suureks probleemiks enam kui pooltele ettevõtetele (keskmine hinne 2,52; joonis 2.4.). Ehitusmaterjalitootjaid mõjutavad negatiivselt proteksionism osadel sihtturgudel ning krediididi saamise raskused. Käibevahendite puudus ja kohalik bürokraatia on ekspordi arengule olulisteks takistusteks.



Uuringu käigus selgitati ka välja, milliste **konkreetsete probleemidega on ettevõtjad viimasel ajal kokku puutunud**. Nimekirjas oli 47 probleemi, mis olid jaotatud 7-sse gruppi: sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid; sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid; sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid; takistused sihtriigis seoses isikute, kaupade ja kapitali vaba liikumisega; tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega; mittetariifsete barjääridega kokku puutumine eksportimisel; tehniliste kaubandustõkete esinemine sihtriigis.

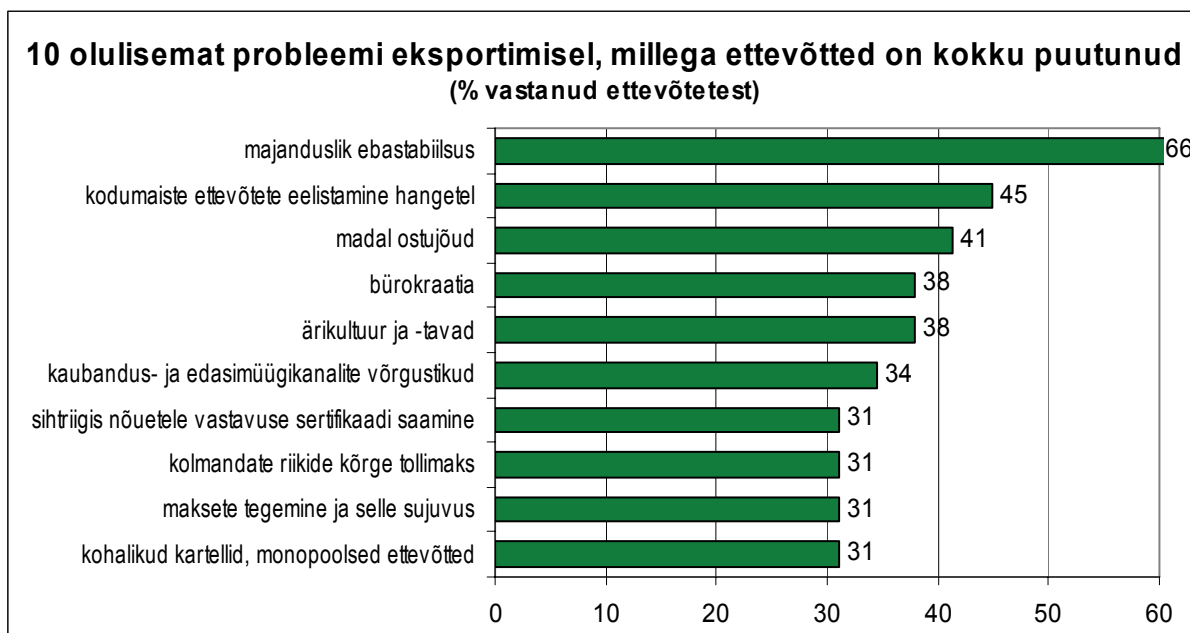
Uuringust ilmnes, et ehitusmaterjalitööstusele on kõige olulisemaks probleemidegrupiks sihtriigi majanduskeskkonnaga seotud probleemistik (tabel 2.12.), millega seonduvad hangete, konkurentsitingimuste ning seadusandluse probleemid sihtriikides. Tariifsete ja mittetariifsete barjääridega ning "tehniliste" kaubandustõkete on kokkupuuteid vähem.

Tabel 2.12. Probleemide grupid, millega ettevõtetel on tulnud kokku puutuda (vastuste aritmeetiline keskmine)

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid	28.6%
Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid	23.0%
Sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid	20.7%
Sihtriigis esinenud takistused seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega	14.3%
Mittetariifsed barjäärid	12.1%
Tariifsed barjäärid kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega	10.3%
Sihtriigis esinenud probleemid "tehniliste" kaubandustõkete vallas	7.9%

Konkreetsetest probleemidest on ettevõtted viimasel ajal kõige sagedamini kokku puutunud majandusliku ebastabiilsusega sihtturgudel (66% vastanutest) (joonis 2.5.). Ehitusmahtude vähenemine ja ehitusmaterjalide vajaduse vähenemine puudutas enamikku sihtturgudest, eriti terav oli nõudluse langus Lätis. Majanduslangusega seonduv madala ostujõu probleem, millega oli kokku puutunud 41% vastanud firmadest. Välisturgude teatava kokkutõmbumisega on saagenud omamaiste ettevõtete eelistamine hangetel, millega oli kokku puutunud 45% ettevõtetest. Küllaltki sageli on puutunud kokku bürokraatlike probleemidega, lisanõudmistega sertifikaatidele, sihtriigi turuliidrite mõjuga, maksete sujuvusega jms negatiivsete teguritega, mis sageli suurendavad ekspordile tehtavaid kulutusi.

Joonis 2.5.

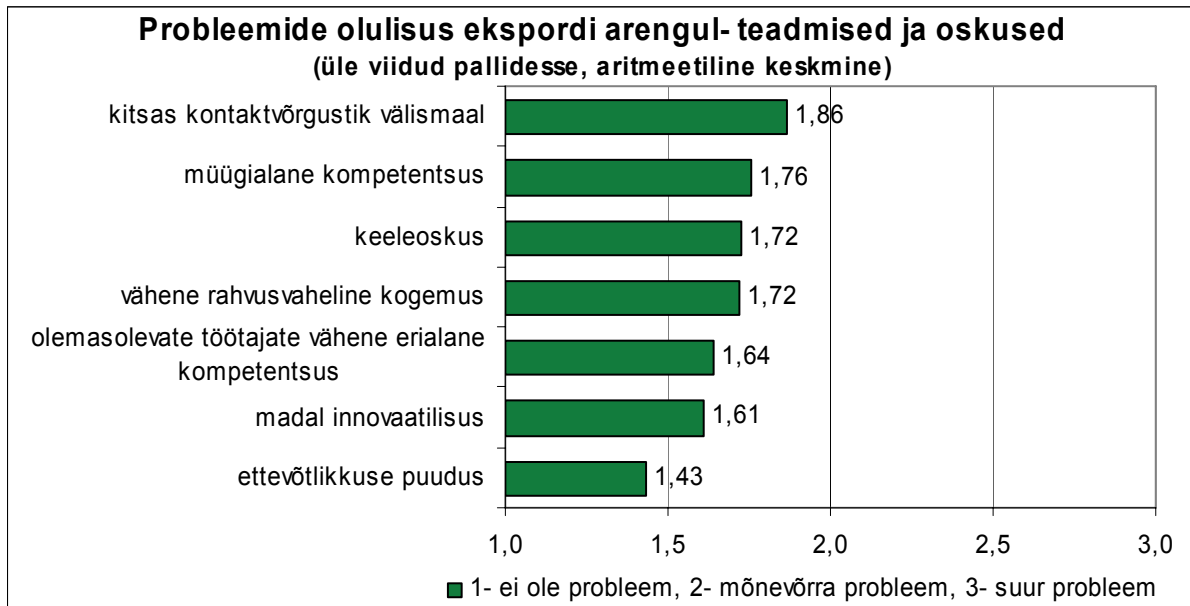


Ettevõtte sisesed probleemid ekspordi arengul

Ettevõtete sisesed probleemid võib jaotada kaheks: probleemid teadmiste ja oskustega ning probleemid tootmise, toodete ja teenustega.

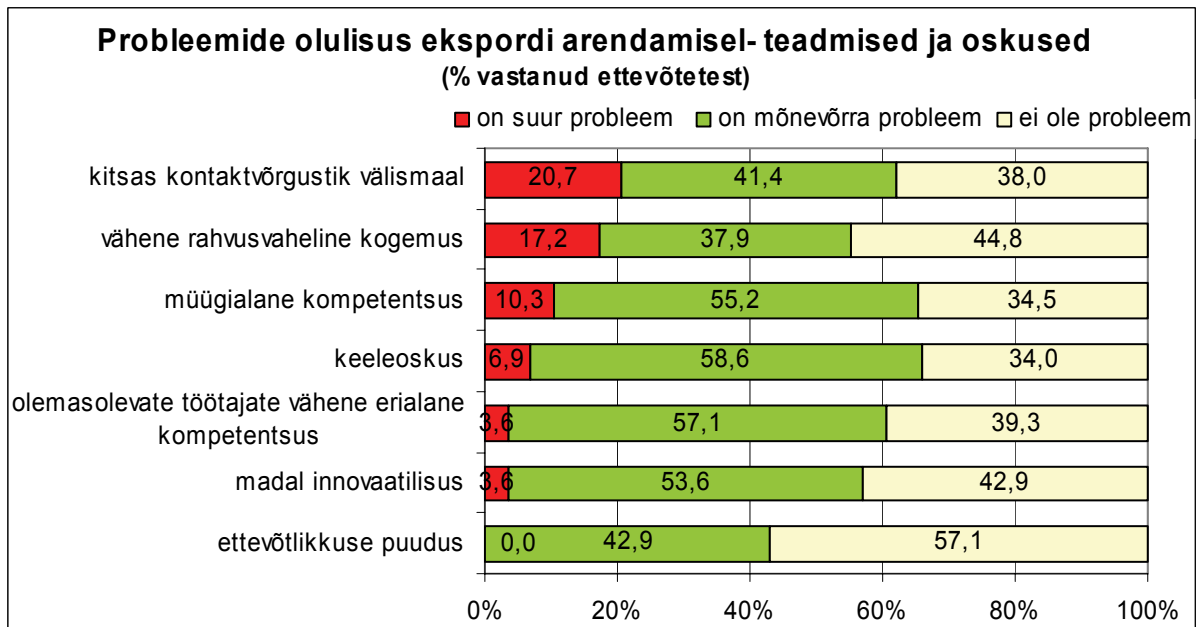
Teadmiste ja oskustega seotud takistustest ekspordi arengul on ehitusmaterjalitootjatele kõige suuremaks mureks kitsas kontaktvõrgustik välismaal (joonised 2.6. ja 2.7.). Sageliesinevaks probleemideks on ka müügi-alane kompetentsus, vähesed rahvusvahelised kogemused ja vähene keeleoskus.

Joonis 2.6.



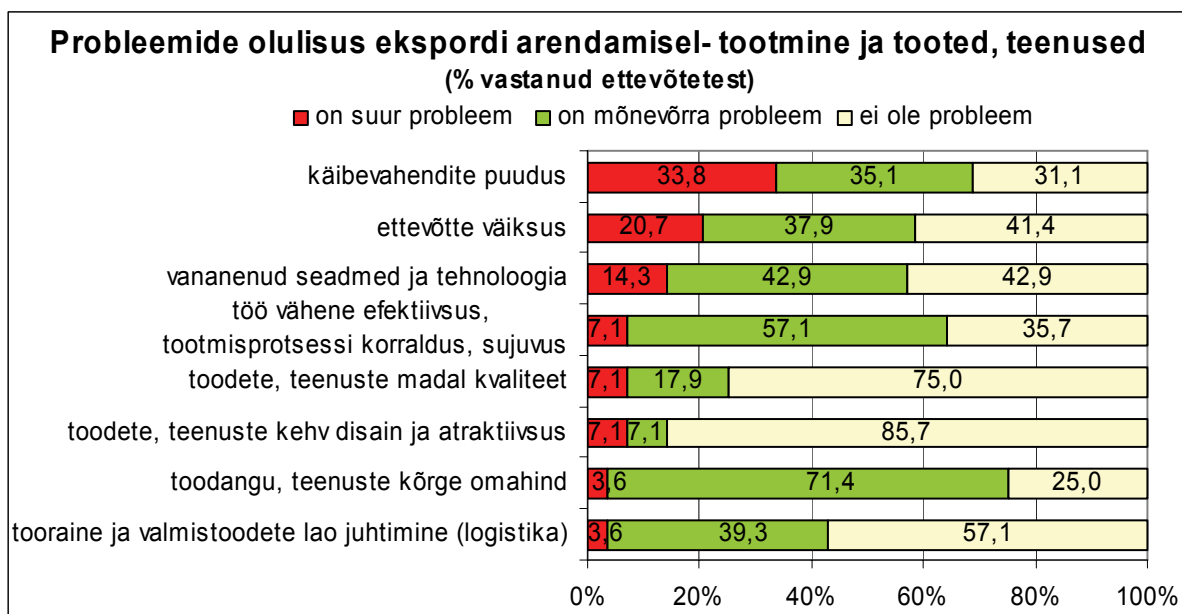
Kitsas kontaktvõrgustik välismaal on suureks probleemiks viiendikule eksportööridele ja mõnevõrra vähem oluliseks probleemiks 2/5-le (joonis 2.7.). Kitsas kontaktvõrgustik välismaal on olulisimaks probleemiks kogu ettevõtlusele. Ebapiisav müügiialane kompetentsus ja keeleoskus tekitavad probleeme 2/3-le ettevõtetele. Lühemaajalise kogemusega eksportööre mõjutab kogemuste vähesus. Ettevõtlikkuse puudus ekspordi arendamisel eriti takistuseks ei ole.

Joonis 2.7.

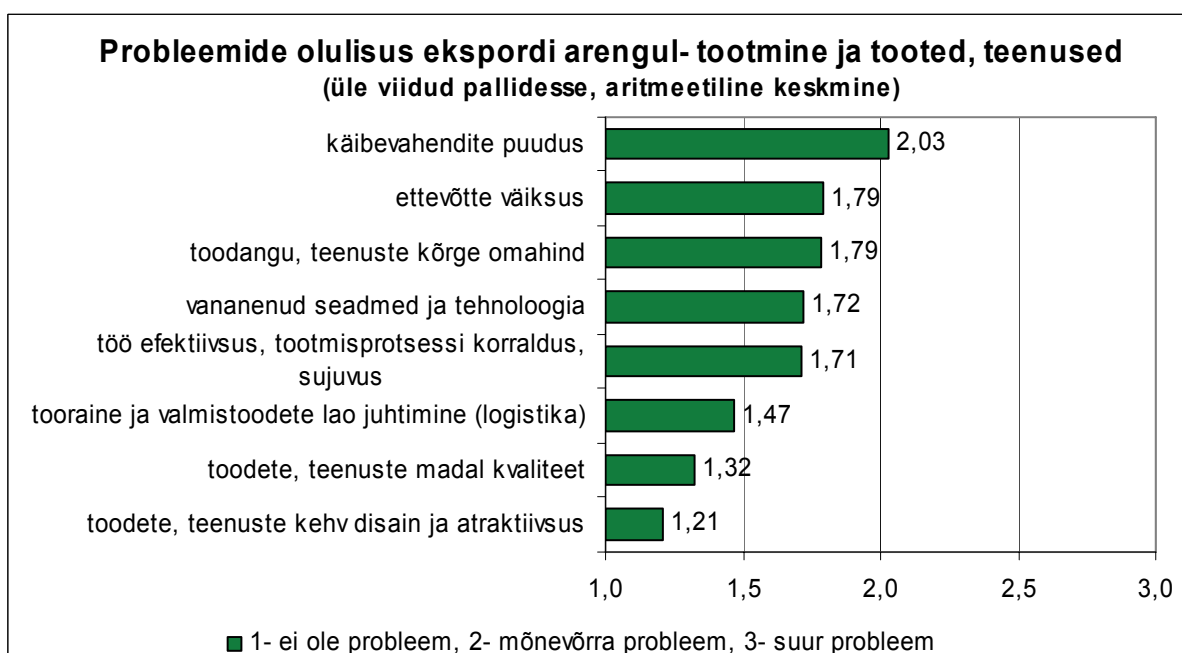


Tootmisega seotud probleemidest on ehitusmaterjalitootjatele kõige olulisemaks käibevahendite puudus, mis avaldab mõju ligi 70%-le vastanud ettevõtetele, kellest pooltele on see suureks probleemiks (joonised 2.8. ja 2.9.). Tootmisprotsessi korraldusega ja omahinnaga seotud probleemid mõjutavad paljusid ettevõtteid, kuid enamasti mitte suurel määral ja on kergemini ületatavad. Ettevõtte väiksus on suureks probleemiks viiendikule ettevõtetele, vananenud seadmed ja tehnoloogia seitsmendikule. Kvaliteediga on vähem probleeme – neid esineb vaid neljandikul ettevõtetel.

Joonis 2.8.



Joonis 2.9.



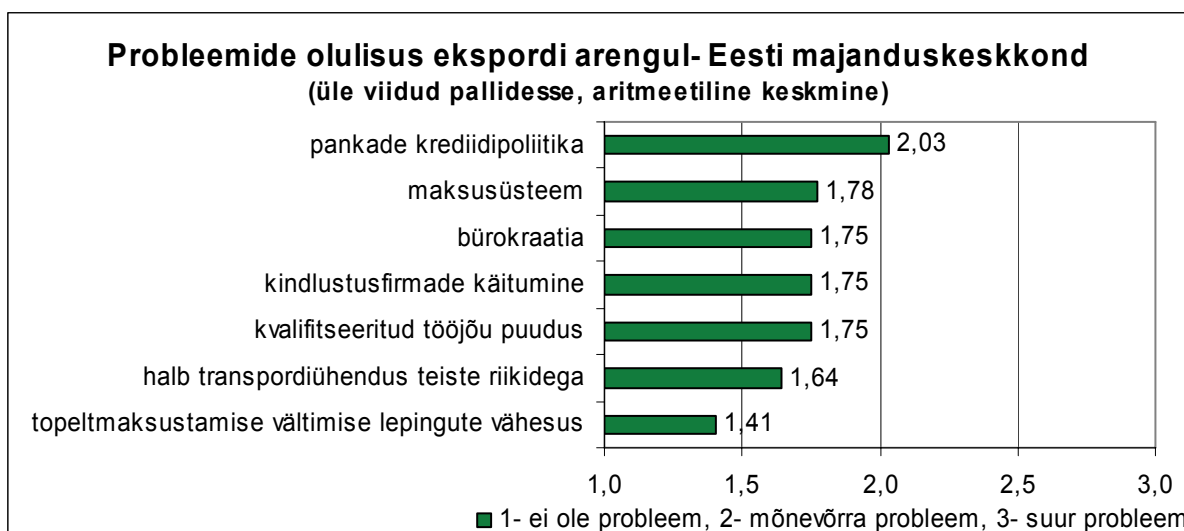
Lisaks märkisid ettevõtted probleemidena näiteks sertifikaatide puudumist toodangule, tootmisvõimsuste ebapiisavust, raskusi kaadri leidmisel, eriti samaaegselt nii keelteoskusega

kui ka müügialaselt kompetentsete töötajate vähesust. Probleemid olid ka heade äritavadega tundmisega ja EL-i regulatsioonidega mitte kooskõlas olevate turukaitsemeetmetega Skandinaaviamaades.

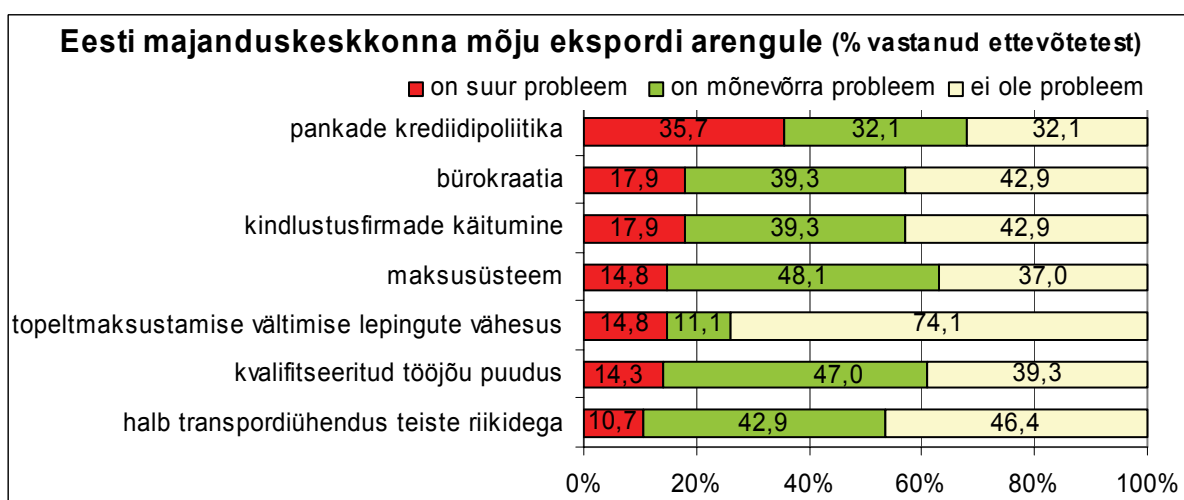
Eesti majanduskeskkonnast tulenevad probleemid ekspordi arengul

Praeguses majandussituatsioonis on ehitusmaterjalitööstuse ekspordile tõsiseks piduriks pankade karmistunud krediidipoliitika. Enam kui kolmandikule eksportööridele on krediidi hankimine suureks probleemiks, kolmandikule mõnevõrra vähem oluliseks probleemiks (joonised 2.10. ja 2.11.). Maksusüsteem põhjustab omajagu probleeme ligi 2/3 ettevõtetele, 60%-l on probleeme kindlustusfirmadega ja bürokraatiaga üldiselt. Puudub topeltmaksustamise vältimise leping Venemaaga. Eksportööre mõjutab negatiivselt ka halb transpordiühendus.

Joonis 2.10.



Joonis 2.11.

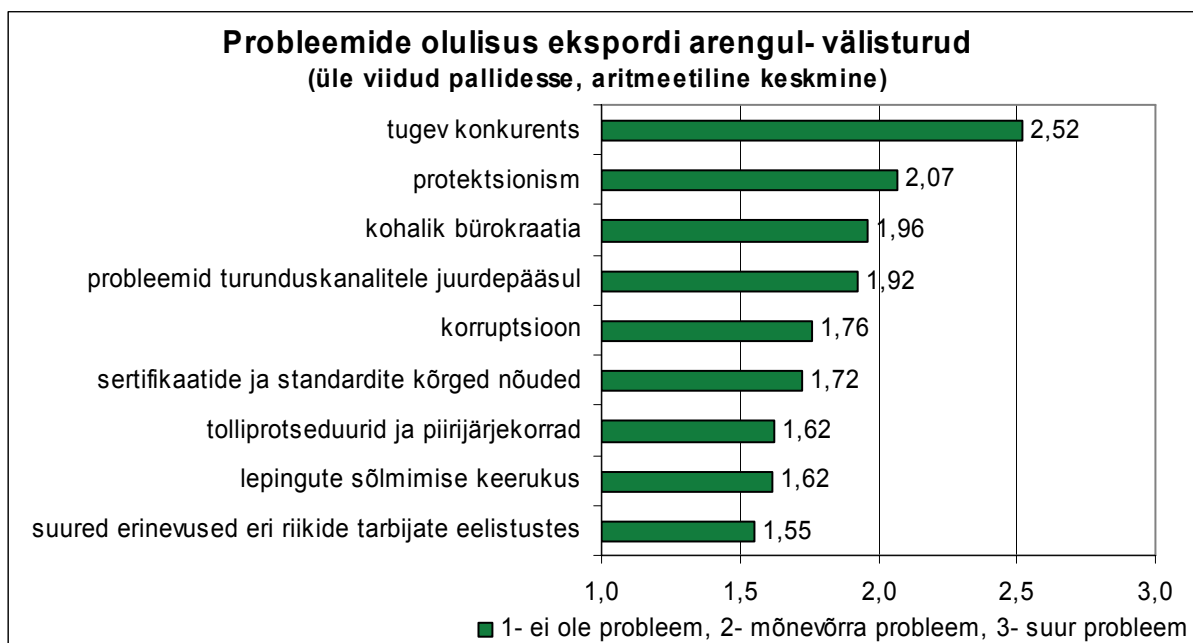


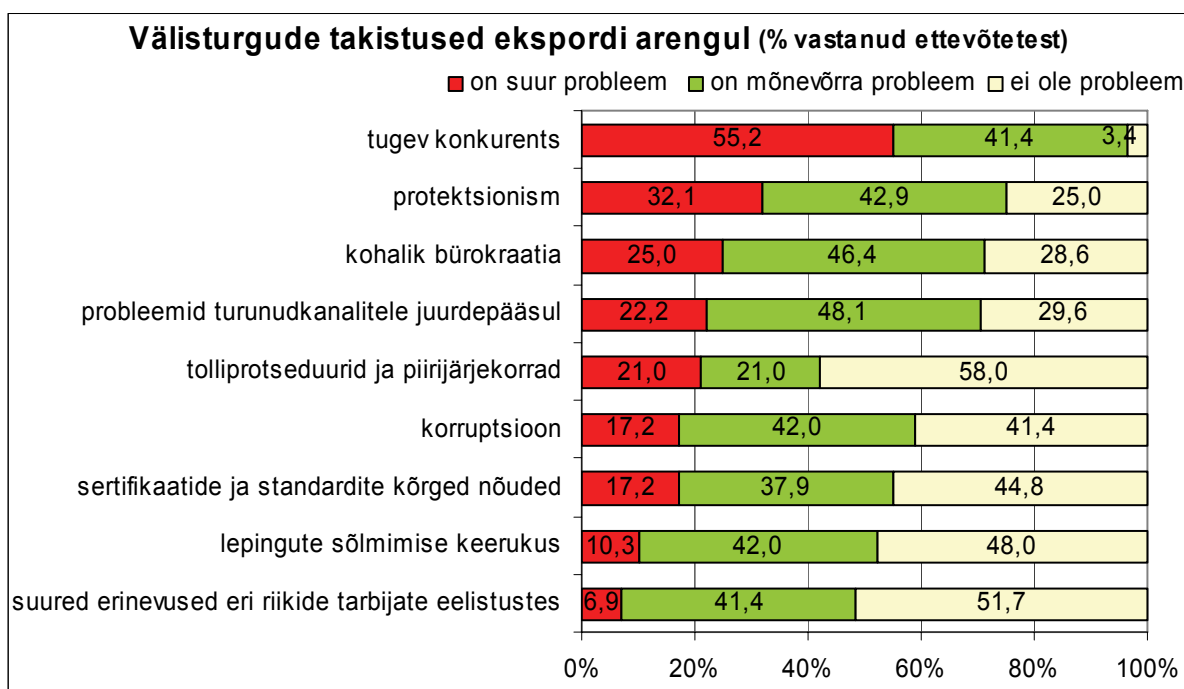
Konkreetsemalt toodi esile ostjariski kindlustuse garantiide puudumist; piiriületuse probleeme ja tolliformaalsusi Venemaa piiril, mis põhjustab omahinna paratamatut kallinemist logistika arvelt.

Välisurgudest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Uuring näitas, et välisurgudel on eksporditööridele suurimaks takistuseks tugev konkurents – seda märkis suure probleemina üle poolte ettevõtete (joonised 2.12. ja 2.13.). Tõsiseks probleemiks on proteksionism (kolmandikule ettevõtetele). Kohalik bürokraatia ja raskused turunduskanalitele juurdepääsul mõjutavad olulisel määral vastavalt neljandikku ja viiendikku eksporditööridest. Konkreetsemalt märgiti ära kõrget konkurentsi lähivälisurgudel, proteksionismi Soomes ja bürokraatiat Venemaal, samuti ebaausat konkurentsi (maksude vältimise teel).

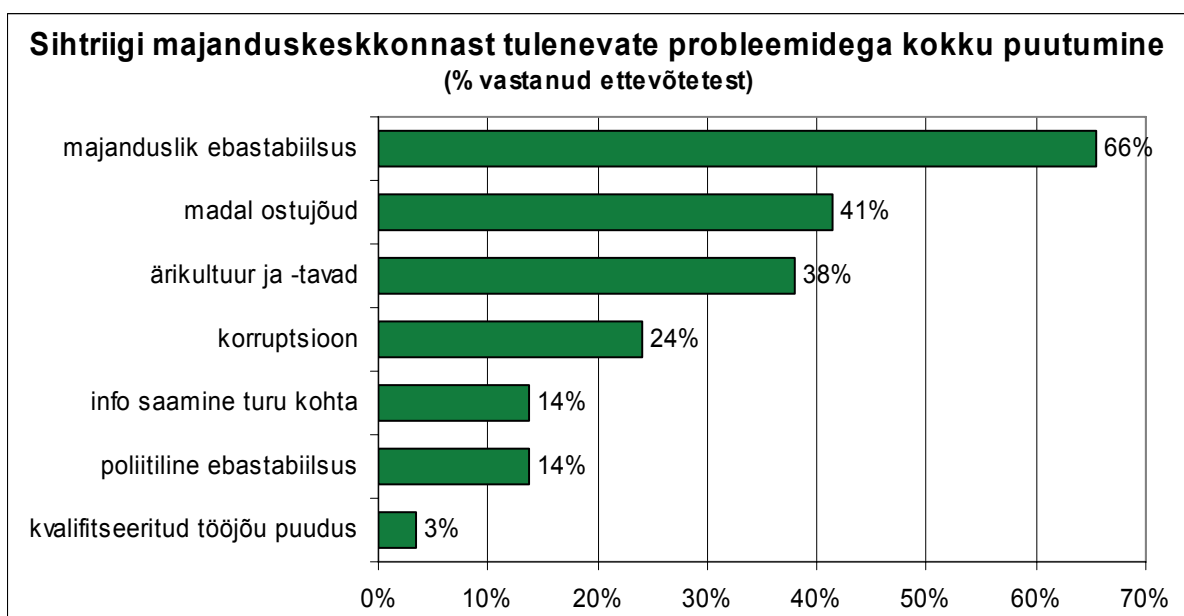
Joonis 2.12.





Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid ekspordi arengul

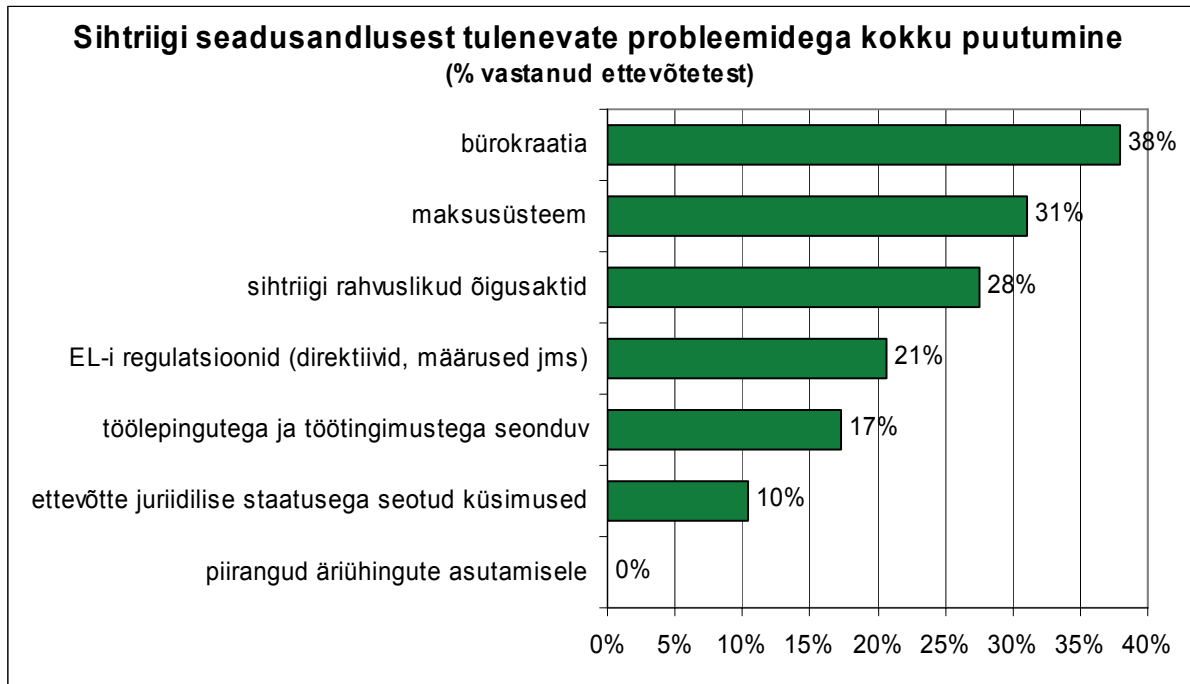
Viimasel ajal on ettevõtted sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevatest probleemidest kõige enam kokku puutunud majandusliku ebastabiilsusega riigis (kokku 66% ettevõtetest, näiteks Lätis), madala ostujõuga, erineva ärikultuuri ja -tavade, (näiteks Soomes, Rootsis, Venemaal; joonis 2.14.). Korruptsiooniga on kokkupuuteid olnud veerandil ettevõtetel. Info saamisega turu kohta suuri raskusi ei ole olnud. Lisaks märgiti negatiivsena näiteks Soome ametiühingute võitlust Eesti ehitajate vastu.



Sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Seadusandlusega seotud probleemidest on ettevõtted viimasel ajal rohkem kokku puutunud sihtriigi bürokraatia, maksusüsteemi ja õigusaktidega (joonis 2.15.). Euroopa Liidu regulatsioonid tekitasid vähem probleeme ja takistusi.

Joonis 2.15.

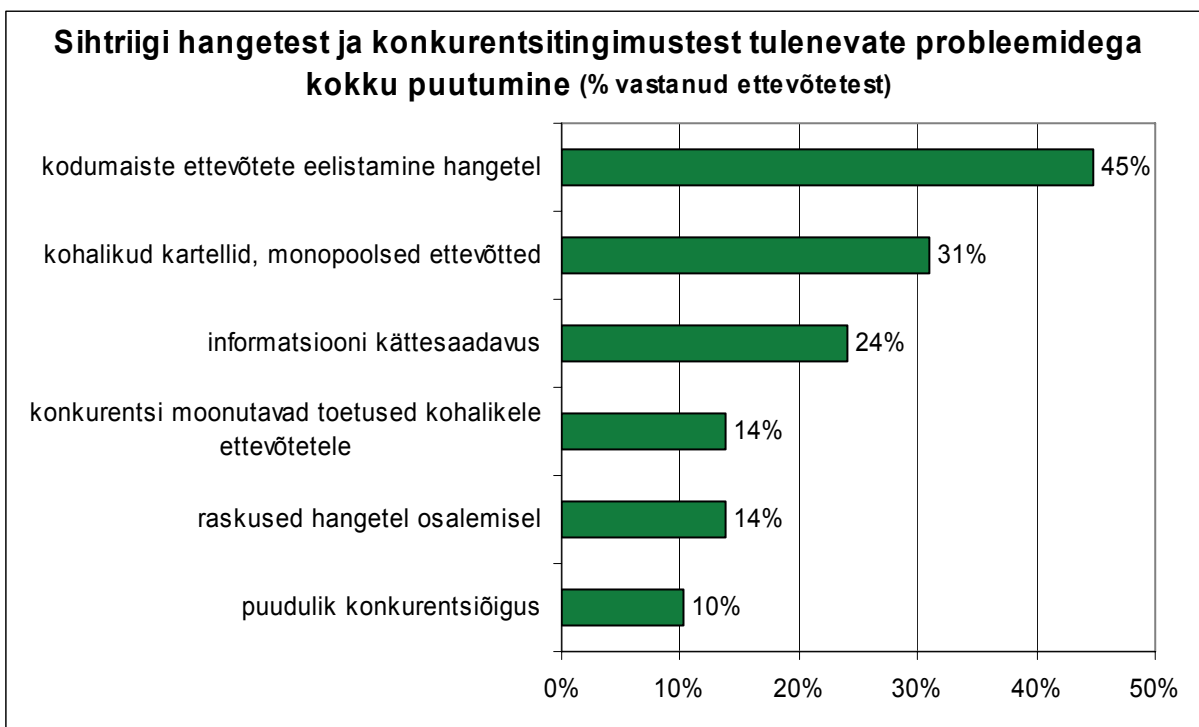


Ettevõtted märkisid, et lisaks EL-i üldistele nõudmistele kehtivad riigiti omad siseriiklikud lisatingimused, näiteks Soomes on nõutavad omad sertifikaadid. Olukord Soomes on “eriti hull” ja ettevõtted vajaksid siin Eesti riigi poolset tuge ja sekkumist. Mõnel ettevõttel on olnud raske saada infot Norra spetsiifiliste nõuete kohta.

Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Küsitlustulemused näitavad, et ligi pooltel ettevõtetel oli kogemusi kodumaiste ettevõtete eelistamisega välishangetel (vt joonis 2.16.). Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevaid probleeme märkis kokku 70% vastanutest. Märkiti, et kohalike firmade eelistamine ja konkurentsi moonutavad hangete tingimused on Soomes ja Rootsis väga levinud. Ettevõtted märkisid, et Eesti firmalt tellitakse siis, kui hind on madalam, kuid kvaliteet hea ning kui kohalikud ettevõtted ei suuda pakkuda nõutud mahte õigeks tähtjaks. Tõsise probleemina märkiti Eesti-Vene piiriületust Narvas ja kõrgeid tollimäärasid.

Joonis 2.16.

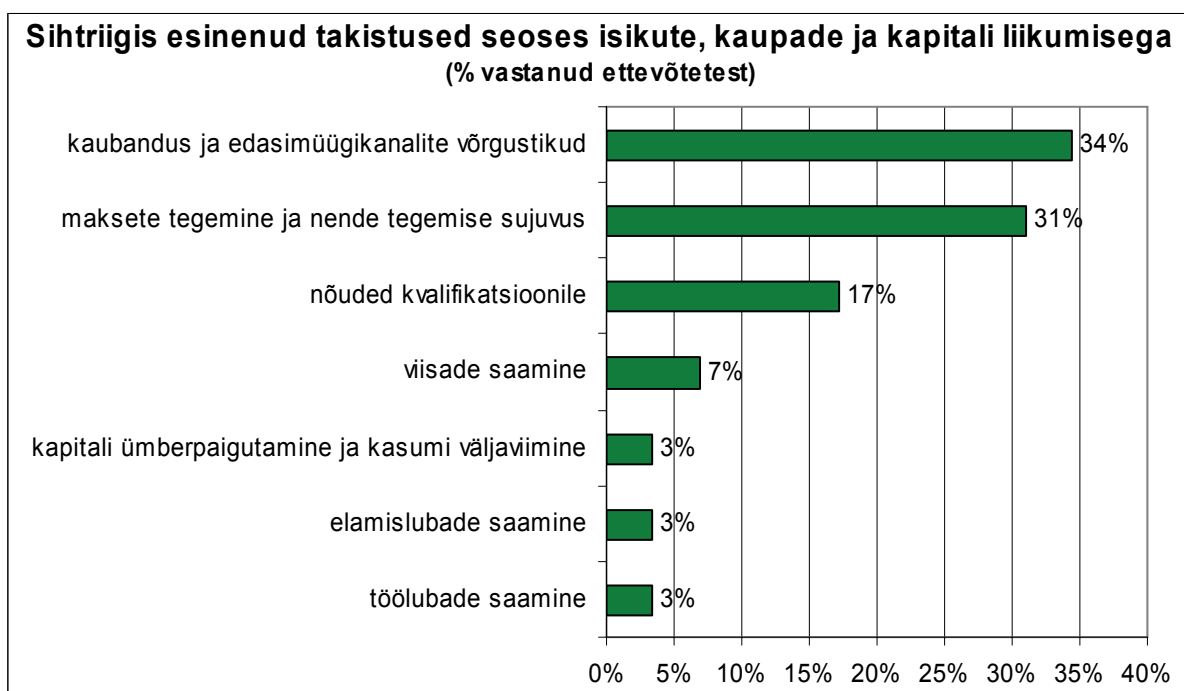


Takistused sihtriigis seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega

Takistuste esinemist isikute, kaupade ja kapitali liikumisel märkis ligi 70% eksportööridest. Kõige enam tuli takistusi ette seoses kaubanduse ja edasimüügivõrgustikega (34%-l eksportööridest, joonis 2.17.). Ligi kolmandikul oli negatiivseid kogemusi maksetega, kuuendikul kvalifikatsiooninõuetega. Ülejäänud ankeedis küsitud takistusi, sh töölubade, viisade või elamislubade saamisega, oli esinenud vähestel ettevõtetel.

Maksetähtaegade ületamist märgiti Läti ja Leedu puhul, riskid kaasnevad ka valuuta konverteerimisega. Soomes nõutakse meie spetsialistidelt Soome kvalifikatsioonitunnistusi, Eesti omadest ei piisa.

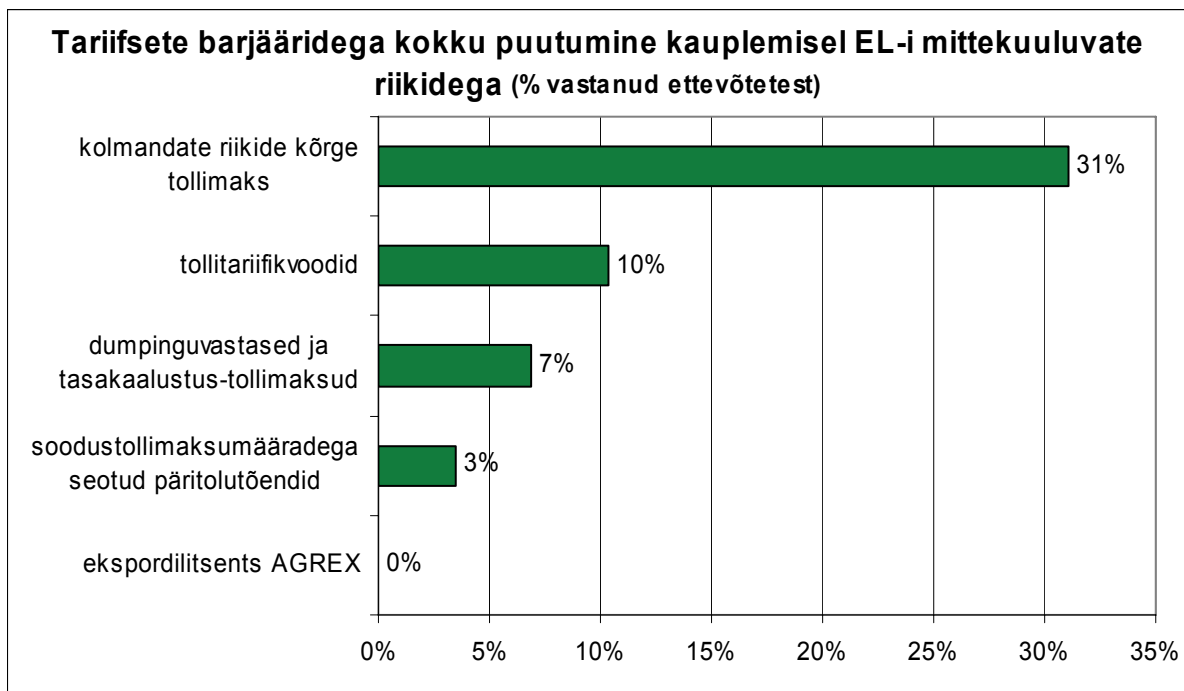
Joonis 2.17.



Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega

Tariifsetest barjääridest mõjutas ehitusmaterjalitootjaid kõige enam kõrge tollimaks (ligi kolmandikku eksportööridest, joonis 2.18.), ülejäänud tariifsete meetmetega oli kokkupuuteid vähestel ettevõtetel.

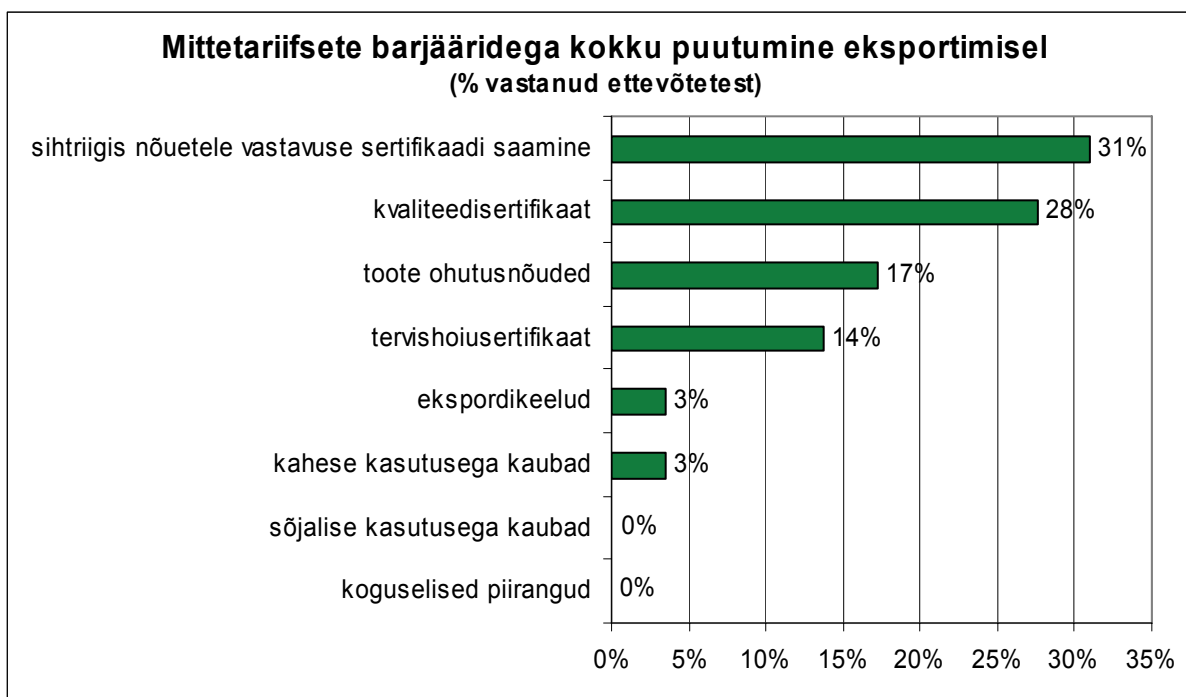
Joonis 2.18.



Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine eksportimisel

Mittetariifsete barjääridega (tollimaksuga mitteseotud barjääridega) olid viimasel ajal kokku puutunud ligi pooled ettevõtted (48%). Enamasti olid probleemid seotud erinevate sertifikaatide saamisega (sihtriigi nõuetele vastavuse, kvaliteedi- või tervishoiusertifikaat, joonis 2.19.), oli ka toodete ohutusnõuete täitmisega seotud probleeme. Probleemidega seotud riikidest märgiti Soomet, Venemaad, Valgevenet. Märgiti, et paljud täiendavad nõudmised lähevad kokkuvõttes ettevõtetele väga kulukaks.

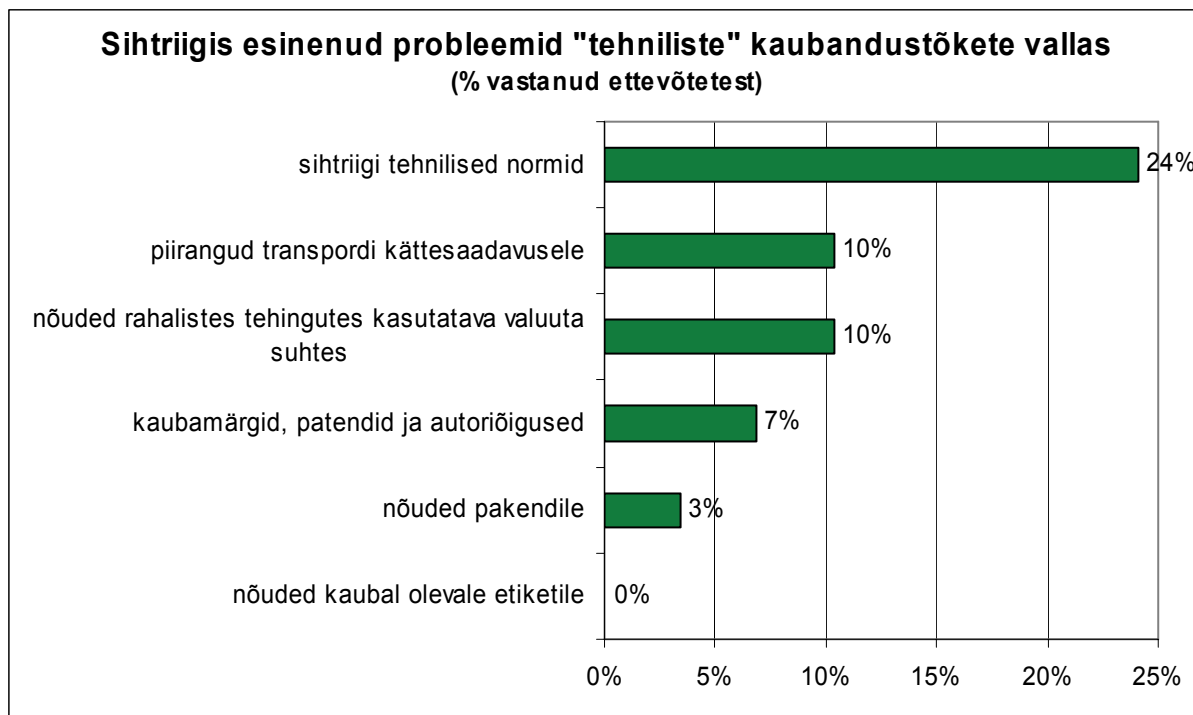
Joonis 2.19.



Tehniliste kaubandustõkete esinemine sihtriigis

Tehniliste kaubandustõkete on viimasel ajal esinenud probleeme 34%-l eksportivatel ettevõtetel, peamiselt seoses sihtriigis kehtivate tehniliste normidega (24%-l; joonis 2.20.). Näiteks märgiti liialt kõrgeid soojapidavuse normatiive Soomes ja Leedus.

Joonis 2.20.

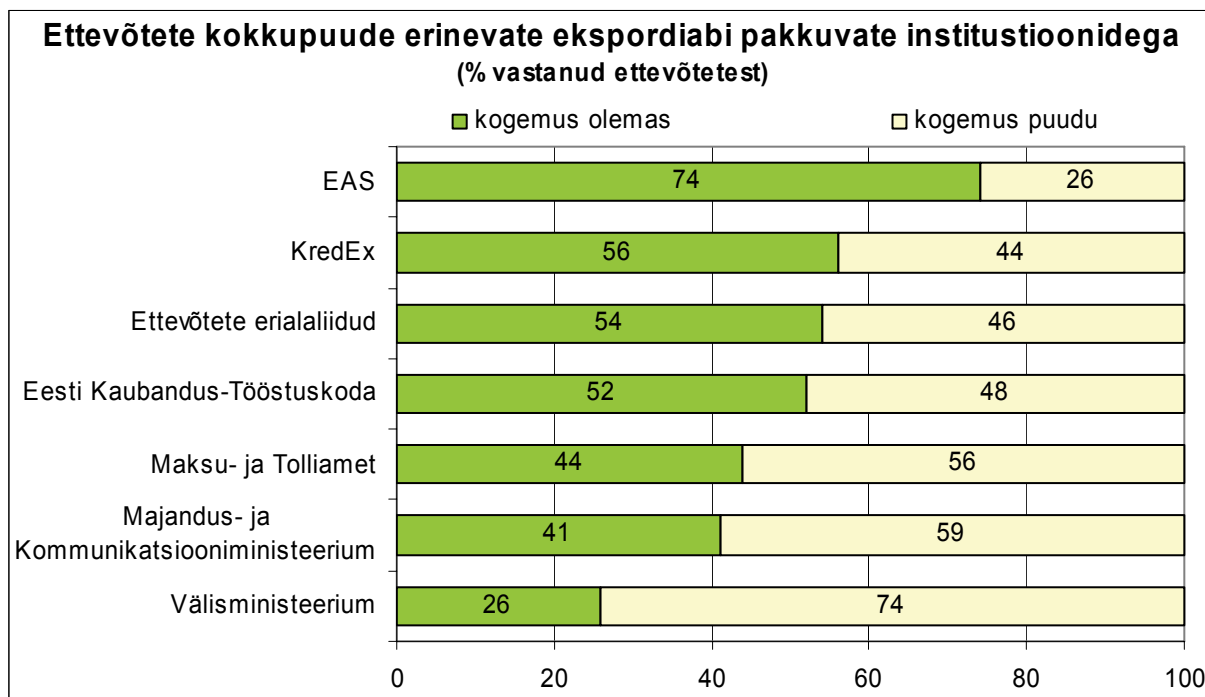


2.4. Ekspordialane abi ja riigipoolne tugi ehitusmaterjalide tootmisettevõtetele

Uuringule vastanud eksportivatest ehitusmaterjalide tootmisettevõtetest üle poolte (55%) oli pöördunud riigi poole ekspordialase abi saamiseks. Pöördunutest samuti üle poolte (56%) said abi.

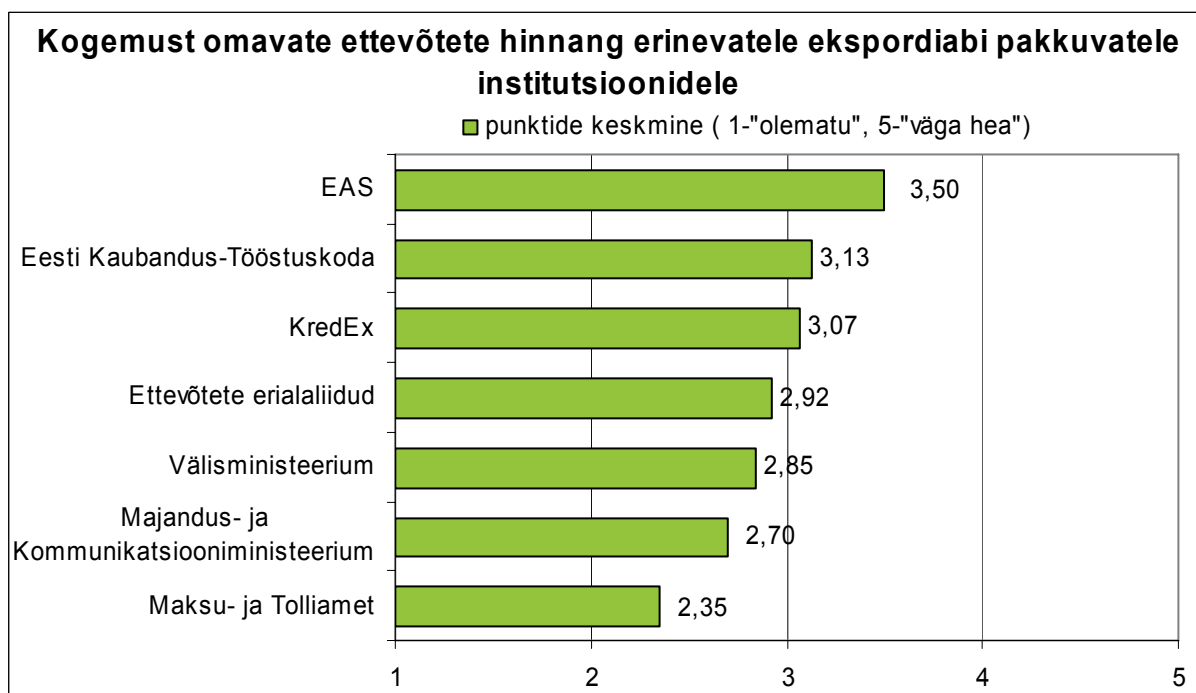
74% küsitlusele vastanud ehitusmaterjalide tootjatest oli ekspordiabi saamiseks pöördunud EAS-i poole (joonis 2.21.). Ka KredEx-ist ja erialaliidust olid paljud eksportöörid abi küsinud. Iga neljas ettevõtte oli pöördunud Välisministeeriumi poole.

Joonis 2.21.



EAS-ist ja EKTK-st saadud ekspordialast abi oli hinnatud kõige enam (joonis 2.22.). Ehitusmaterjalide tootmisettevõtted avaldasid enam mitterahulolu Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ning Maksu- ja Tolliameti ekspordialase abi suhtes ja andsid neile mõneti madalamad hinnangud.

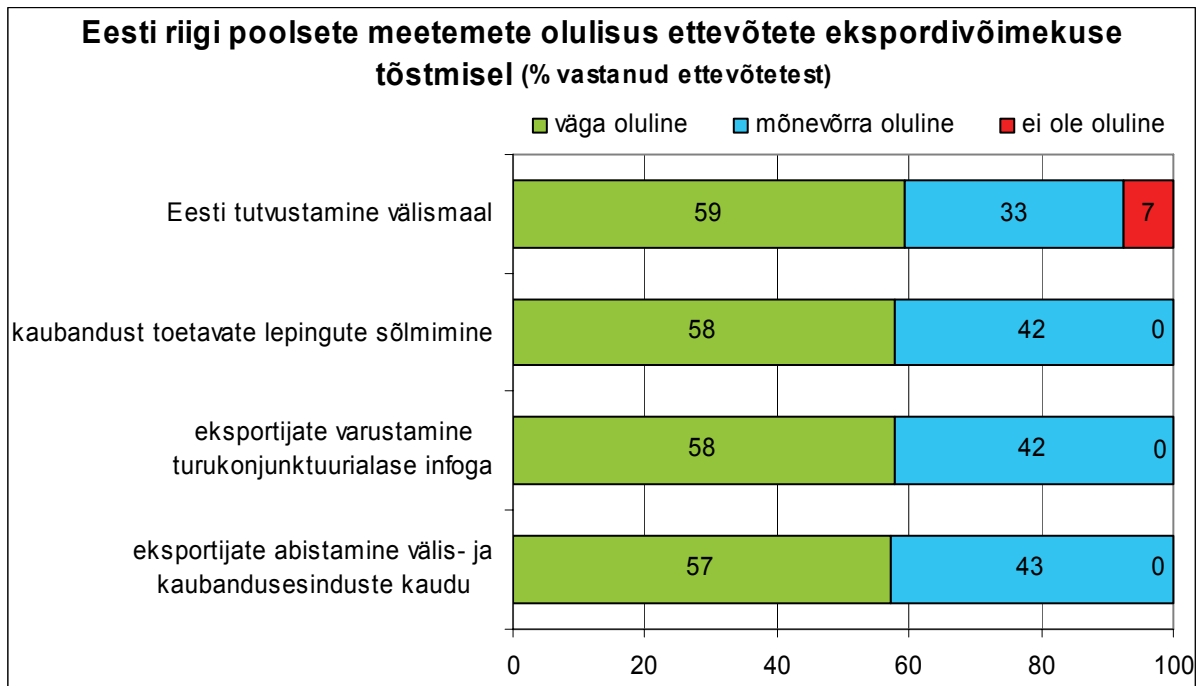
Joonis 2.22.



Eesti riigi poolsed abimeetmed

Üle poolte küsitlusele vastanud ehitusmaterjalide tootmisettevõtetest hindas kõiki riigi poolseid ekspordi toetavaid meetmeid väga olulisteks. Enim oli esile tõstetud ikkagi Eesti tutvustamist välismaal (joonis 2.23.).

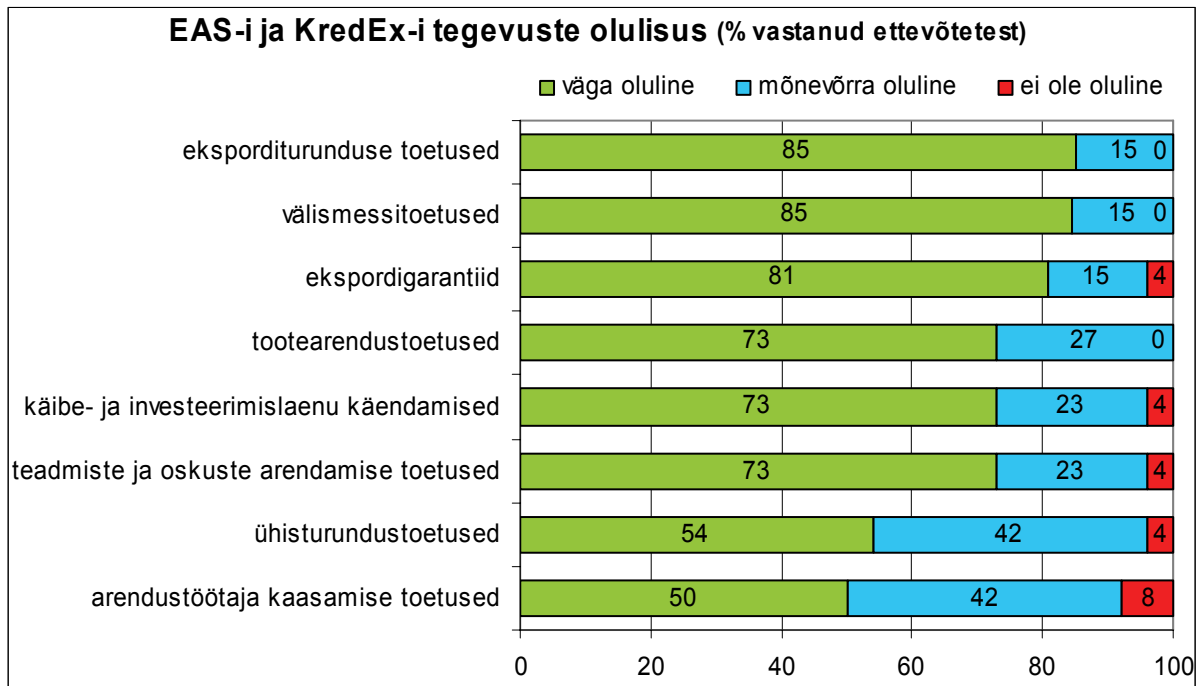
Joonis 2.23.



EAS-i ja KredEx-i poolsed tegevused

EAS-i poolsetest toetustest hinnati kõige olulisemateks eksporditurunduse- ja välismessitoetust (mõlemad 85% vastajatest, joonis 2.24.). Sama paljud ettevõtjad olid saanud toetust KredEx-i poolt antud ekspordigarantiidest.

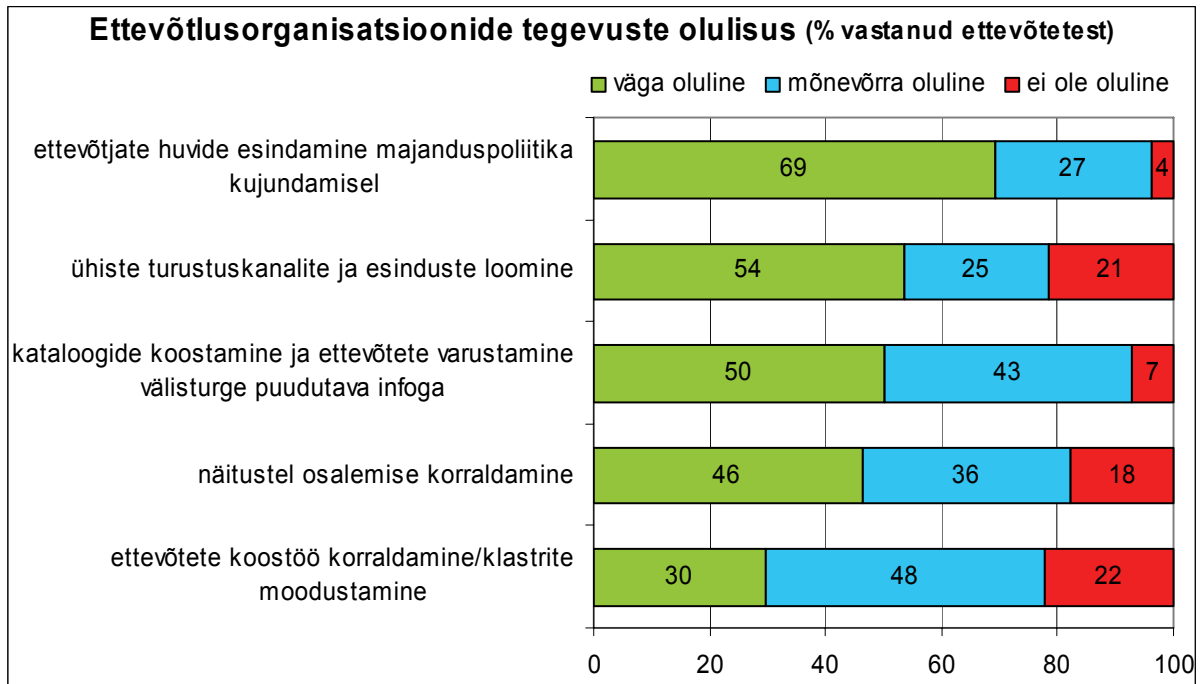
Joonis 2.24.



Ettevõtlusorganisatsioonide tegevused

69% eksportööridest hindas riigi majanduspoliitika kujundamisel ettevõtjate huvide esindatust ettevõtlusorganisatsioonide poolt kõige olulisemaks (joonis 2.25.). Iga viies vastanu pidas ühiste turustuskanalite loomist, näitustel osalemise ja ettevõtete koostöö korraldamist mitte nii olulisteks ettevõtlusorganisatsioonide tegevusteks.

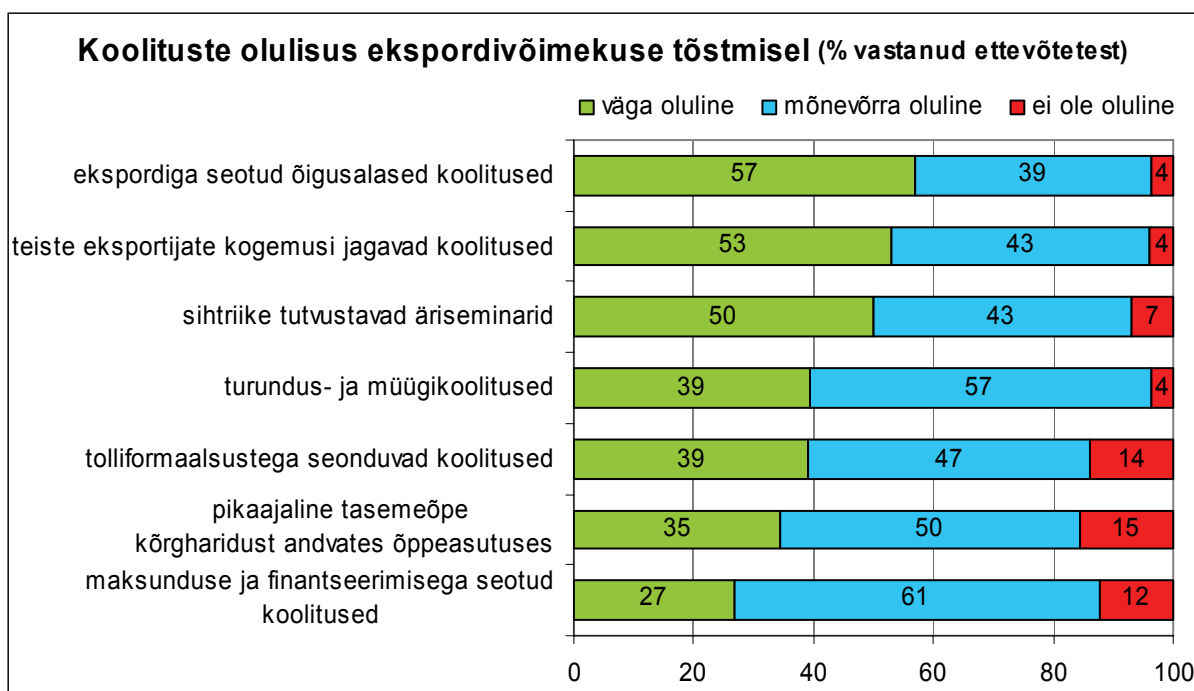
Joonis 2.25.



Koolitused

Osalemist ekspordiga seotud õiguslastel ja teiste eksportijate kogemusi jagavatel koolitustel märkisid üle poolte ehitusmaterjalide tootmisettevõtte-eksportöörid väga olulisteks (joonis 2.26.). Kõige vähem avaldati soovi osaleda maksunduse ja finantseerimisega seonduvatel koolitustel. Iga seitsmes vastanu oli seisukohal, et nii tolliformaalsustega seonduvad koolitused kui ka pikaajaline tasemeõpe kõrgharidust andvates õppeasutustes ei ole olulised.

Joonis 2.26.



3. Ehitusmaterjalide tootmisettevõtete küsimustiku vabad vastused

Tabel 3.1.

Ekspordi peamine sihtriik (eksporditulu järgi) on:

- Soome x 5
- Venemaa x 3
- Läti x 2
- Rootsi x 2
- Leedu
- Norra
- Saksamaa

Tabel 3.2.

Ettevõtte konkurentsivõime muutus sise- ja/või välisturgudel*

- Me ei ole läinud kaasa hinnalangetamiskampaaniaga.
- Oleme paremini informeeritud erinevate sihtgruppide hinnatasemetest, mistõttu oskame teha õigele sihtgrupile õige tasemega hinnapakumisi ja seetõttu parandanud oma konkurentsivõimet. Samuti tunneme paremini toodetele esitatavaid nõudmisi erinevatel turgudel.
- Oleme kasvatanud turuosa.
- Siseturu konkurente on vähemaks jäänud.
- Tootevalik on suurenenud. Ettevõttes on loodud lisatöökohti, mis on kaasa toonud vajalikku kompetentsi ekspordimüükides ja teenindustaseme tõusu.
- Venemaa turul on meie toote omahind kõrge.
- Läbi investeeringute ja kulude kokkuhoiu on saavutatud toodangu omahinna alanemine.
- Siseturu hinnad on langenud 25...50%, mis ei võimalda konkureerida. Välisturu konkurentsivõime tõusu tagas aktiivne turundustegevus.
- Konkurentsivõime tõus on tingitud meie arvates toodangu sortimendi laienemisest, mis võimaldab kliendile pakkuda komplekslahendust.
- Raudteetranspordi kallinemine.
- Hinnakonkurents tihenes EL-i tootjatega ja seda nii toote hinnas transpordita kui ka transpordi- ja logistika kuludega.
- Pole enam nii palju tellimusi.
- Odavnesid tooraine ja tööjõud, konkurentide väljalangemine, meie pakutav lai tootevalik, kindel koostöö vanade ja uute tellijatega.
- Tootjaid on vähemaks jäänud.
- Tellimuste langus, Venemaa suunal tellimuste suurenemine.

* Vastused on antud retsenseerimata kujul

Tabel 3.3.

Ettevõtte (toote, teenuse) kõige olulisem konkurentsieelis välisturgudel

- Kõrge kvaliteediga toode madalama hinnaga.
- Kvaliteet ja disain mõistliku hinnaga.
- Pideval tootearendusel põhinev stabiilne kvaliteet.
- Kõrge kvaliteediga toode madalama hinnaga.
- Kvaliteet ja tarneahela olemasolu erinevatesse riikidesse.
- Kvaliteetne toode ja teenus madalama hinnaga. Paindlikkus.
- Kaasaegne tehnoloogia ja pädevad spetsialistid.
- Venemaal on meil parem kvaliteet ja EL-is on meil hea omahind.
- Kvaliteet, tootmisvõimsuse olemasolu ja hind.
- Tuntud ja silmatorkav kaubamärk ning lai tootesortiment, mis võimaldab pakkuda kompleksset teenust.
- Kvaliteet.
- Kvaliteetne toode, õigel ajal, õiges koguses.
- Oma tootesari.
- Paekivi ja dolomiit on igas maardlas erinev.
- Kõrge kvaliteet madala hinnaga.
- Hinna, kvaliteedi ja hea koostöö ühismõju.
- Toote kõrge kvaliteet.
- Vähe alternatiive Venemaa suunal või aegunud tootmisvõimalused. Suureneb looduskivide kasutamine, tõusev trend.
- Tööjõu kõrge professionaalsus, aktiivne suhtlus lõpptarbijaga, toodete kõrge kvaliteet.
- Toote teenuse madal omahind, ehituses pole muid kriteeriume.

Tabel 3.4.

Kõige olulisem tegevus ettevõttes konkurentsivõime tõstmisel

- Toote omaduste vastavusse viimine ostja nõuetega.
- Ekspordispetsialisti kasutamine.
- Ekspordispetsialistide kasutamine.
- Tootearendus ja liikumine tooteahelas kõrgemale.
- Tootmise sertifitseerimine ja töötajate väljaõpe.
- Masu ajal kulude kärpimine, paremal ajal müügitöö.
- Läbi investeeringute ja kulude kokkuhoiu on saavutatud toodangu omahinna alanemine.
- Oleme omandanud ekspordiriikide sertifikaadid ning investeerinud sertifikaadi nõuete tagamiseks vajalikesse inimestesse.
- Parema tootmisskeemi, uued sertifitseeritud tooted.
- IJS - integreeritud juhtimissüsteemi rakendamine = ISO 9001:2000; ISO 14001:2000 ja ISO 18001:2000.

Kõige olulisem tegevus ettevõttes konkurentsivõime tõstmisel

- Tootearendus.
- Investeeringud kivitöötlemisseadmetesse.
- Oskustöölise osakaalu suurenemine, võõrkeelte oskaja välisklientidega suhtlemisel.
- Laiendanud tooteportfelli.
- Oleme püüelnud teha *lobbi* lähiturgudel läbi arhitektuuribüroode ja tõstnud läbi selle huvi eestimaise paekivi vastu.
- Tähtsaimal kohal on tootearendus.
- Teadusmahukas tootearendus koostöös TÜ-ga.

Tabel 3.5.

Koostöö laiendamine, arendamine konkurentsivõime tõstmiseks

- Suhtleme väga palju ekspordi sihtmaade erinevate ettevõtetega ja hangime informatsiooni, kuidas sihtturul asjad käivad.
- 1. Investeeringud seadmetesse ja tehnoloogiasse 2.Strateegia igaks järgnevaks viieks aastaks 3. Käibevara juhtimine, konservatiivne laenupoliitika.
- Tootearendus.
- Interneti turundus.
- On kontaktid konkurentidega lähiturgudel, kellega ka pidevalt tehakse koostööd.

Tabel 3.6.

Ettevõtte kõige olulisem tegevus väliseturul konkurentsivõime tõstmisel

- Messidel osalemine.
- Stockholmis messil Nordbygg osalemine.
- Sisenenud uuele väliseturule ja uurinud tarbijate nõudlust.
- Oleme tutvustanud välisklientidele firma tootmisvõimsusi ja võimalusi.
- Tootearendus.
- Tööstustarbijate vajaduse rahuldamine.
- Koostöö arhitektidega.
- Isiklike kontaktide kasutamine.

Tabel 3.7.

Ekspordialaste tegevuskavade mitte täitumise põhjused

- Plaanid olid liiga optimistlikud, sihturumaades käivad asjad rahulikumalt.
- Kehv majandusseis sh. välisurgudel, nõudlus vähenes ja teatud ebakindlus ostjates ning pot. klientides.
- Nõudluse langus turul.
- Ehitusmaterjalide turg on väga inertne ja sisuliselt tuleb tootjal kohaneda sihturu väljakujunenud tavade ja nõudmistega. Mõnel turul nagu näiteks Soomes on turg meie sektoris keeruline, mistõttu

on läbimurde saavutamine oodatust raskem.

- Veo hind.
- Venemaa (sh. Kaliningrad ja Kaliningradi oblast) turul müügitegevuse väga-väga tugev pärssimine alates Eesti ametkondadest !!! Lõpetades Venemaa Sertifitseerimisorganite teenusteni välja. Kui detailselt lahti kirjutada, tuleb 100 lehekülge probleeme, mida ei suuda ettevõtte tasandil lahendada.
- Raha.
- Vabade rahaliste vahendite nappus.

Tabel 3.8.

Teadmiste ja oskustega ning toodete, teenustega seotud probleemid

- Keeleoskus koos müügiialase kompetentsusega, kuna algstaadiumis on vaja väga palju teha hinnapakkumisi, kuid materjalid on sihtturumaa keeles.
- Sobiva kaadri vähesus.
- Rootsi ja Soome turu sisemised regulatsioonid, mis ei ole kooskõlas heade äritavade ning EU nõuetega. Eksisteerib turu kaitsmine kõik võimalike vahenditega.
- Käibevahendite puudus.
- Tegevuse efektiivsus, mis ei luba toote omahinda piisavalt alandada.
- Vähesed sidemed.
- Raha.
- Vabade rahaliste vahendite nappus ja toodete sertifikaatide puudumine.
- Ettevõtte väiksus, finantside puudus tehnoloogia soetamiseks.
- Ei olegi erilisi probleeme, pigem tootmisvõimsus hakkab maha jääma.
- Käibevahendite nappus.

Tabel 3.9.

Eesti majanduskeskkonna probleemid

- Aktsiis, krediidikindlustus, Eesti-Vene piiriületus.
- Pankade krediidipoliitika. Maksusüsteem.
- Ostjariski kindlustuse (garantiide) puudumine, bürookraatlikud takistused nende saamisel.
- Puudub topeltmaksustamise vältimise leping Venemaaga.
- Raha.
- Probleemid Venemaaga on tõsine probleem, piiriületus ja tolliformaalsused tõkestavad konkurentsieelist, omahinna paratamatu kallinemine logistika arvelt.
- Nii kui arve teed, peab riigile käibemaksu ära maksma, hoolimata, kas sulle üldse kunagi arve tasutakse.

Tabel 3.10.

Välisurgude probleemid

- EL direktiivid.
- Kohalik bürokraatia ja proteksionism.
- Proteksionism Soome turul on kõrge.
- Juurdepääs turunduskanalitele.
- Rahapuudus.
- Enamus probleemid seoses Venemaa bürokraatiaga.

Tabel 3.11.

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevate probleemidega kokku puutumine

- Rootsi.
- Korruptsioon - ka seaduslikul teel asjaajamisele tehtavad lisakulutused.
- Ärikultuur ja tavad Soomes, Rootsis.
- Lätis on majanduslik ebastabiilsus ja madal ostujõud.
- Läti majandusolukord.
- Venemaa.