

**Eesti ettevõtete
eksportiprobleemide uuring.
Toiduainetööstusettevõtted**

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

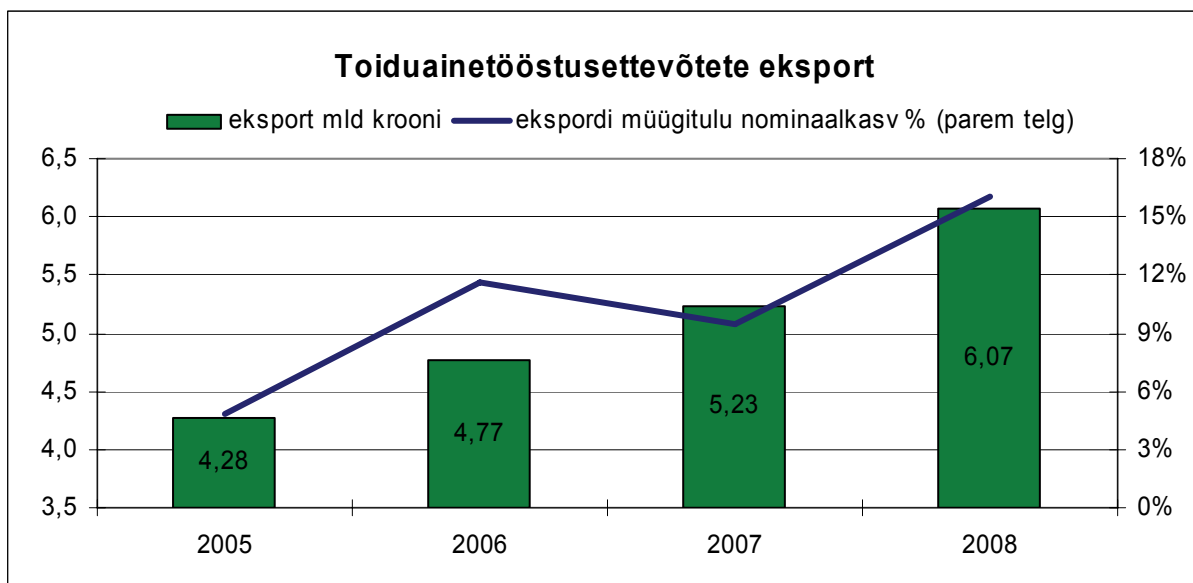
1. Toiduainetööstusettevõtete ekspordistatistika lühiülevaade	5
2. Ekspordiprobleemide uuringu küsimustiku analüüs- toiduainetööstusettevõtted.....	6
2.1. Ettevõtete üldisloomustus.....	6
2.2. Toiduainetööstusettevõtete konkurentsivõime.....	8
2.3. Eesti ettevõtete ekspordi arengut takistavad probleemid	11
2.4. Ekspordialane abi ja riigipoolne tugi toiduainetööstusettevõtetele.....	24
3. Toiduainetööstusettevõtete küsimustiku vabad vastused.....	30

1. Toiduainetööstusettevõtete ekspordistatistika lühiülevaade

Eesti 375-st toiduainetööstusettevõtetest eksportis Statistikaameti andmetel 2008. aastal kolmandik (122 toiduainete ja joogi tootmisettevõtet). Toiduainetööstusettevõtete ekspordi kogumüügitulu oli 2008. aastal 6,06 mld krooni (joonis 1.1.), moodustades 8,3% töötleva tööstuse ekspordi kogumüügitulust.

Keskmine ühe eksportiva ettevõtte ekspordi müügitulu oli 44 mln krooni. 2/3 eksportijatest olid toiduainetööstusettevõtted, kelle töötajate arv oli 20 ja enam inimest ja sellise ettevõtte keskmine ekspordi müügitulu oli 2008. aastal 58 mln krooni. Ettevõtted töötajate arvuga 20 ja rohkem andsid ekspordikäibest 94%.

Joonis 1.1.



Allikad: Statistikaamet; EKI

Kahe toiduainete tööstusharu ettevõtete, so piima- ja kalatöötlemisettevõtete, ekspordi müügitulu osakaalud moodustasid toiduainetööstuse koguekspordist 2008. aastal kokku pea poole. Ülejäänud ettevõtete (lihatööstus, pagaritööstus, teraviljatöötledajad, joogitööstus) ekspordikäivate osatähtsused olid väiksemad.

Piima ja piimatooted eksportis 18 piimatööstusettevõtet (58% piimatööstusettevõtete koguarvust). Peamised eksporditud piimatooted olid naturaalne juust kui ka piim ja röösk koor. Eesti piima ja piimatoodete ekspordi sihtturud olid põhiliselt Soome, Venemaa, Läti, Leedu ja Saksamaa.

Kala ja kalatoodete väljaveoga tegeles 40 kalatöötlemisettevõtet (68% kalatöötlemisettevõtete koguarvust). Peamised kalade eksporditartiklid olid külmutatud krevetid ja kilud ning värsked (jahutatud) fileed mageveekalast. Kalasid ja kalatooted eksporditi arvukatesse välisriikidesse, kuid kaks põhilist kalade ekspordi sihturud olid 2008. aastal Ukraina ja Venemaa.

2. Ekspordiprobleemide uuringu küsimustiku analüüs- toiduainetööstus-ettevõtted

2.1. Ettevõtete üldiseloostus

Uuringule vastanud 396-st eksportöörist 50 ehk iga kaheksas eksportöör tegutses toiduainete ja joogitootmise tegevusaladel. Küsitatud eksportivatest toiduainetööstusettevõtetest oli kõige enam keskmisi- ja väikeettevõtteid (42% ja 34%, tabel 2.1.).

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

Mikroettevõtted (1-9 töötajat)	12
Väikeettevõtted (10-49 töötajat)	34
Keskised ettevõtted (50-249 töötajat)	42
Suurettevõtted (250 ja rohkem töötajat)	12

2/3-l eksportijatel olid ainult Eesti omanikud (tabel 2.2.). Neljandikul eksportööridest oli 100% välisosalus.

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

100% Eesti kapitalil põhinevad ettevõtted	67
Välisosaluse vähemusega ettevõtted	6
Välisosaluse enamusega ettevõtted	2
100% välisosalusega ettevõtted	25

80%-l välisosalusega eksportööril võttis välisomanik osa ekspordistrateegia loomisest ja ta tegi seda enamasti suurel määral. Eksporditegevust puudutavad otsused hinnapoliitika, sihtturgude jne kohta võeti nt 100% välisosalusega toiduainetööstusettevõtetes vastu peamiselt kas Eestis (58% vastajatest) või osaliselt väljaspool Eestit (33%).

Ligikaudu pooltel vastanud eksportööridest moodustas ekspordi müügitulu kogumüügitulust kuni veerandi (tabel 2.3.). Pea igal neljandal toiduainetööstuse eksportööril oli ekspordi osatähtsus müügitulust üle 75%.

Tabel 2.3. Ekspordi osakaal müügitulus (% vastanud ettevõtetest)

kuni 25%	47
26%-50%	20
51%-75%	10
76%-100%	23

Küsitatud toiduainetööstusettevõtetest 55% oli ekspordiga tegelenud viis ja rohkem aastat (tabel 2.4.). Iga kümnes eksportöör oli ekspordimist alustanud paar aastat tagasi.

Tabel 2.4. Ekspordiga tegelemise kestus (% vastanud ettevõtetest)

kuni 2 aastat	10
2-5 aastat	35
5 aastat ja rohkem	55

Eksportööridest üle 2/3-l oli märgitud ekspordi sihtriikide arvuks kaks kuni viis välisriiki (tabel 2.5.). Ligikaudu iga neljas ettevõtte eksportis kuude või enamasse välisriiki. Üle poolte küsitletutest (60%) nimetas ka peamise sihtriigi (eksporditulu järgi). Ekspordi põhiliseks sihtriigiks oli 31%-le vastanutele Soome ja 24%-le Läti. Teistest peamistest ekspordi sihtturgudest mainisid toiduainetööstusettevõtted Leedut, Ukrainat, Venemaad ja Šveitsi.

Tabel 2.5. Ekspordi sihtriikide arv (% vastanud ettevõtetest)

1 välisriik	8
2-5 välisriiki	69
6-10 välisriiki	15
10 ja enam välisriiki	8

Pea kõik toiduainetööstusettevõtted (96% vastajatest) eksportisid kaupu (tabel 2.6.). Suurel osal kaupade ekspordööridel (83%) oli tegemist valmistoodangu teiste välisriikide turgudele toimetamisega.

Tabel 2.6. Ettevõtete ekspordiarvartikkel (% vastanud ettevõtetest)

Ainult kaubad	96
Nii kaubad kui teenused	4

Kõige rohkem ekspordööre (üle 3/4-u vastanutest) müüs eksporttoodangut lõpptarbijale läbi vahendaja (tabel 2.7.). Lisaks müüs kolmandik vastajatest oma tooteid välismaisele tootmisettevõttele. Iga neljas ettevõtte toimetab kauba otse lõpptarbijale.

Tabel 2.7. Eksporttoote(-teenuse) sihtgrupp (% vastanud ettevõtetest)

Müük otse lõpptarbijale	24
Müük lõpptarbijale läbi vahendaja	76
Müük välismaisele tootmise (-teenindus) ettevõttele	32
Müük emaaettevõttele välismaal	6
Müük eksporttoodangu (-teenuste) tegijale Eestis	4

Ekspordööride seas oli igas kolmandas ettevõttes vähemalt üks täiskohaga töötaja, kes tegeles eksporttoodete turustamisega. Uuringu ankeedi ühes küsimuses paluti ka informatsiooni ekspordiga tegelevate töötajate võõrkeelte oskuste kohta. 2/3-u vastajate ekspordispetsialistid kõnelesid kolmes või enam võõrkeeles. Inglise keele oskust nimetasid kõik ekspordöörid, suur osa neist valdas vene keelt (86%), osati ka soome keelt (57%), harvemini toodi esile saksa keele oskust (18%), samuti läti, leedu, ukraina ja prantsuse keeles kõnelemist.

Oma peamiste eksporttoodete hinna-kvaliteedi suhet hinnates andsid eksportöörid kvaliteedile kõrge (49% juhtudel) või keskmise (43%) hinnangu, oma teenuste (toodete) hinda peeti valdavalt keskmiseks (72%-l juhtudel), mõnedel juhtudel ka kõrgeks (22%) või madalaks (6%) (tabel 2.8.).

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

hind	kõrge	4	6	12
	keskmine	4	37	31
	madal	0	0	6
		madal	keskmine	kõrge
		kvaliteet		

2.2. Toiduainetööstusettevõtete konkurentsivõime

Ettevõtjate ekspordi edukust ja ka eksporti 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

Toiduainetööstusettevõtete konkurentsivõime võrreldes majanduslanguse eelse ajaga

Üle kahe kolmandiku ettevõtjaid hindas, et nende konkurentsivõime Eesti siseturul võrreldes majanduslanguse eelse ajaga ei ole muutunud. Ligi viiendik ettevõtjatest leidis, et nende konkurentsivõime on tõusnud ning kümnendik, et langenud (tabel 2.9.). Oma konkurentsivõimet Euroopa Liidu turul hindasid ettevõtted positiivsemalt. Üle veerandi ettevõtetest leidis, et konkurentsivõime on tõusnud võrreldes majanduslanguse eelse ajaga, konkurentsivõime oli langenud kümnendikul ettevõtetest. Konkurentsivõime kogemus väljaspool EL-i puudus ligi viiendikul ettevõtetest. Võrreldes majanduslanguse eelse ajaga oli konkurentsivõime väljaspool EL-i jäänud samaks üle poolte ning tõusnud viiendikul ettevõtetest. Konkurentsivõime langust kolmandate riikide välisturul koges 7% vastanud ettevõtetest. Paljud ettevõtjad, kelle hinnangul nende konkurentsivõime välisturgudel tõusis põhjendasid edu peamiselt efektiivsuse tõusuga.

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

	tõusnud	jäänud samaks	langenud	puudub kogemus, ei saa vastata	saldo*
konkurentsivõime Eesti siseturul	18,8	68,8	10,4	2,1	8,4
konkurentsivõime EL-is	27,7	57,4	10,6	4,3	17,1
konkurentsivõime väljaspool EL-i	20,9	53,5	7,0	18,6	13,9

Ettevõtete konkurentsieelised välisurgudel

Ettevõtete konkurentsieelistest loetleti ankeedis üles 16 tegurit, lisaks said ettevõtted lisada oma ettevõtte tugevusi.

Kõige suuremaks konkurentsieeliseks välisurgudel pidasid toiduainete ja joogitootmise ettevõtted kiiret ja paindlikku reageerimist nõudluse muutumisele (85% vastanutest) (tabel 2.10.). Vajalike tootmisvõimsuste ja oskusteabe olemasolu mainis eelistena ligi 80% vastanutest. Toodete (teenuste) kõrget kvaliteeti pidas eeliseks 76% vastanutest. Eelisenä toodi välja ka pikaajalist koostöökogemust välismaal ning isiklike kontaktide ja laia tutvusringkonna olemasolu. Eraldi toodi konkurentsieelistena välja veel toodete head hinna ja kvaliteedi suhet ning toodete unikaalsust. Ettevõtted nimetasid peamise konkurentsieelisenä ka toodangu soodsat hinda konkurentidega võrreldes.

Seevastu kaasaegse tehnoloogia ning tarkvara taset ei pidanud eelisteks üle poolte vastanutest. Eeliseks ei peetud ka välisosaluse olemasolu, intellektuaalset omandit ning head turundusoskust.

Tabel 2.10. Ettevõtete konkurentsieelised välisurgudel (% vastanud ettevõtetest)

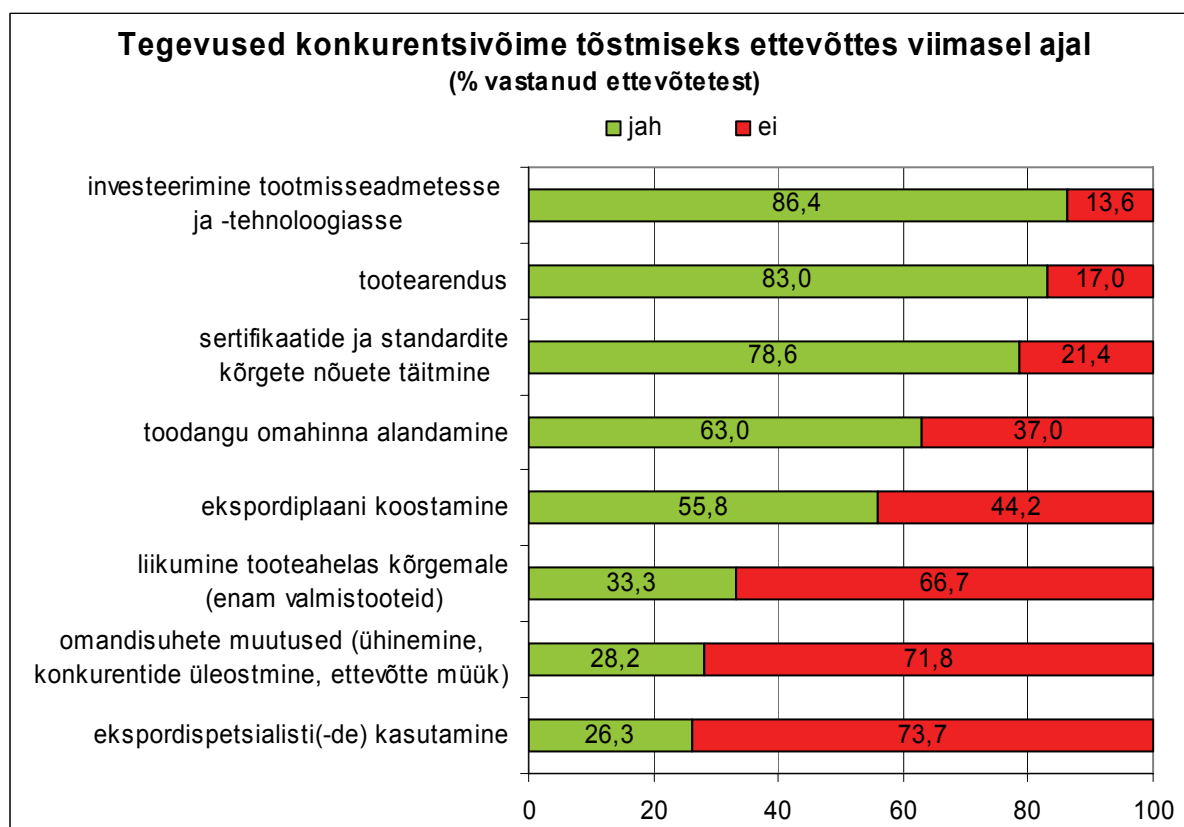
	jah, on eelis	ei ole eelis	puudub kogemus, ei saa vastata
kiire ja paindlik reageerimine nõudluse muutumisele	84,8	15,2	0,0
vajalike tootmisvõimsuste olemasolu	79,1	18,6	2,3
vajaliku oskusteabe olemasolu	78,0	19,5	2,4
toodete (teenuste) kõrge kvaliteet	76,2	23,8	0,0
pikaajaline koostöökogemus välismaal	72,5	22,5	5,0
isiklikud kontaktid, lai tutvusringkond	71,1	28,9	0,0
madalam tootmise kulutase	65,1	32,6	2,3
innovaatilisus ja tootearendus	64,1	25,6	10,3
tööjõu kõrge kvaliteet ja professionaalsus	63,6	31,8	4,5
välisurgude, -tarbijate eelistuste hea tundmine	63,4	31,7	4,9
hea keeleoskus	62,5	32,5	5,0
kõrge kvaliteediga toode madalama hinnaga	56,8	36,4	6,8
hea turundusoskus	52,4	38,1	9,5
intellektuaalne omand	48,8	39,0	12,2
kaasaegne tehnoloogia, tarkvara tase	37,5	52,5	10,0
välisosaluse olemasolu	29,3	39,0	31,7

* Konkurentsiosas tõusnud ja langunud ettevõtete suhe

Ettevõtte sisesed tegevused konkurentsivõime tõstmiseks

Konkurentsivõime tõstmiseks olid ettevõtted viimasel ajal investeerinud tootmisseedmetesse ja –tehnoloogiatesse ning tootearendusse, mida nimetas üle 80% vastanutest (joonis 2.1.). Oluliseks peeti ka sertifikaatide ja standardite kõrgete nõuete täitmist ning üle 60% vastanutest toodangu omahinna alandamist. Vähem oldi tegeletud ekspordispetsialisti kasutamise ning omandisuhete muutmisega.

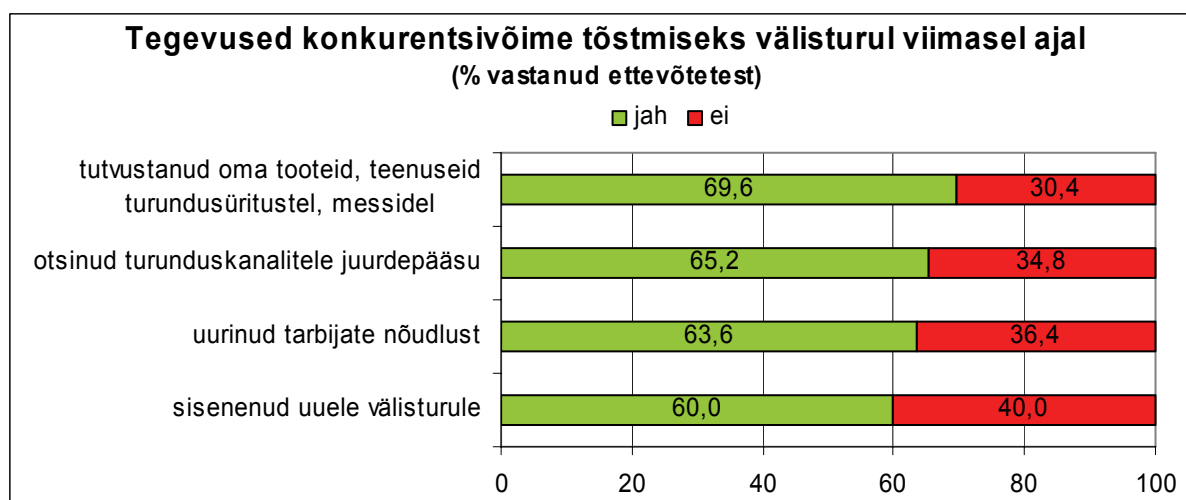
Joonis 2.1.



Koostöö ja tegevused väliseturul konkurentsivõime tõstmiseks

Koostöö laiendamine ja arendamine konkurentsivõime tõstmiseks ei ole ettevõtete hulgas olnud väga populaarne. Ligi kolmandik ettevõtetest oli laiendanud koostööd teiste samal turul tegutsevate ettevõtjatega. Ettevõtjaid ühendava liiduga oli liitunud iga neljas ettevõtte.

Ligi 70% ettevõtjatest oli konkurentsivõime tõstmiseks väliseturul tutvustanud oma tooteid ja teenuseid turundusüritustel ning messidel (joonis 2.2.). Samuti oli üle 60% vastanud ettevõtjatest otsinud turunduskanalitele juurdepääsu ning uurinud tarbijate nõudlust. 60% nendest oli ka sisenenud uuele väliseturule.



Ekspordialaste tegevuskavade täitumine ja plaanid lähemal ajal

Ekspordivad ettevõtted hindasid oma tegevuskavade ja plaanide täitumist viimasel ajal erinevalt. Ettevõtetest 16% märkis, et tegevuskavad täitusid täies ulatuses, 76%, et osaliselt ja 8%, et ei täitunud üldse.

Lähemal viiel aastal plaanib enamik ettevõtteid (94% vastanutest) suurendada ekspordikäivet. Üle 80% vastanud ettevõtetest soovib turule tuua uusi tooteid ning suurendada välisurgude arvu (tabel 2.11.). Sortimenti kavatakse laiendada kaks kolmandikku ettevõtetest.

Tabel 2.11. Ettevõtete plaanid (strateegia, ambitsioonid) ekspordi alal lähemal viiel aastal (% vastanud ettevõtetest)

	plaanin	ei plaani
suurendada ekspordikäivet	93,8	6,3
uute toodete, teenuste turule toomine	86,0	14,0
suurendada välisurgude arvu	80,4	19,6
laiendada sortimenti	66,7	33,3

2.3. Eesti ettevõtete ekspordi arengut takistavad probleemid

Ettevõtete ekspordivõimekust võivad kahandada mitmed tegurid. Uurimistöö käigus analüüsiti ettevõtjate enesehinnangu kaudu järgnevaid 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

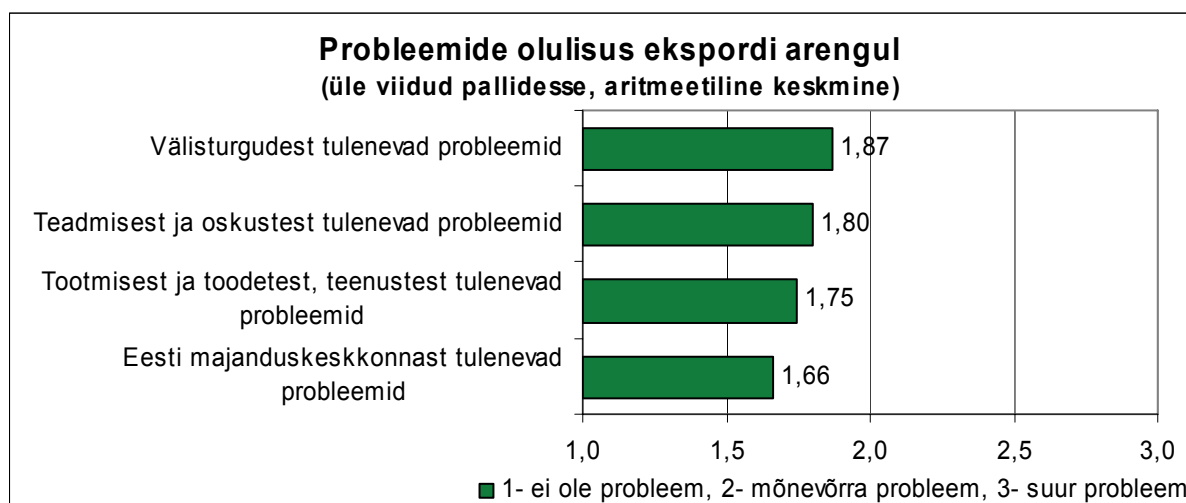
5. Takistused sihtriigis seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega
6. Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega
7. Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine eksportimisel
8. Tehniliste kaubandustõkete esinemine sihtriigis

Uuringus paluti ettevõtjail hinnata 31 probleemi olulisust, mida sai jaotada 4 probleemide gruppi : probleemid teadmiste ja oskustega; probleemid tootmise, toodete ja teenustega; Eesti majanduskeskkonnast tulenevad probleemid; välisurgudest tulenevad probleemid ja hinnata nende probleemide olulisust skaalal suur probleem-mõnevõrra probleem-ei ole probleem. Analüüsil viisime lisaks protsentanalüüsile antud skaala üle ka punktide süsteemile (suur probleem=3 punkti , mõnevõrra probleem=2 punkti , ei ole probleem=1 punkt).

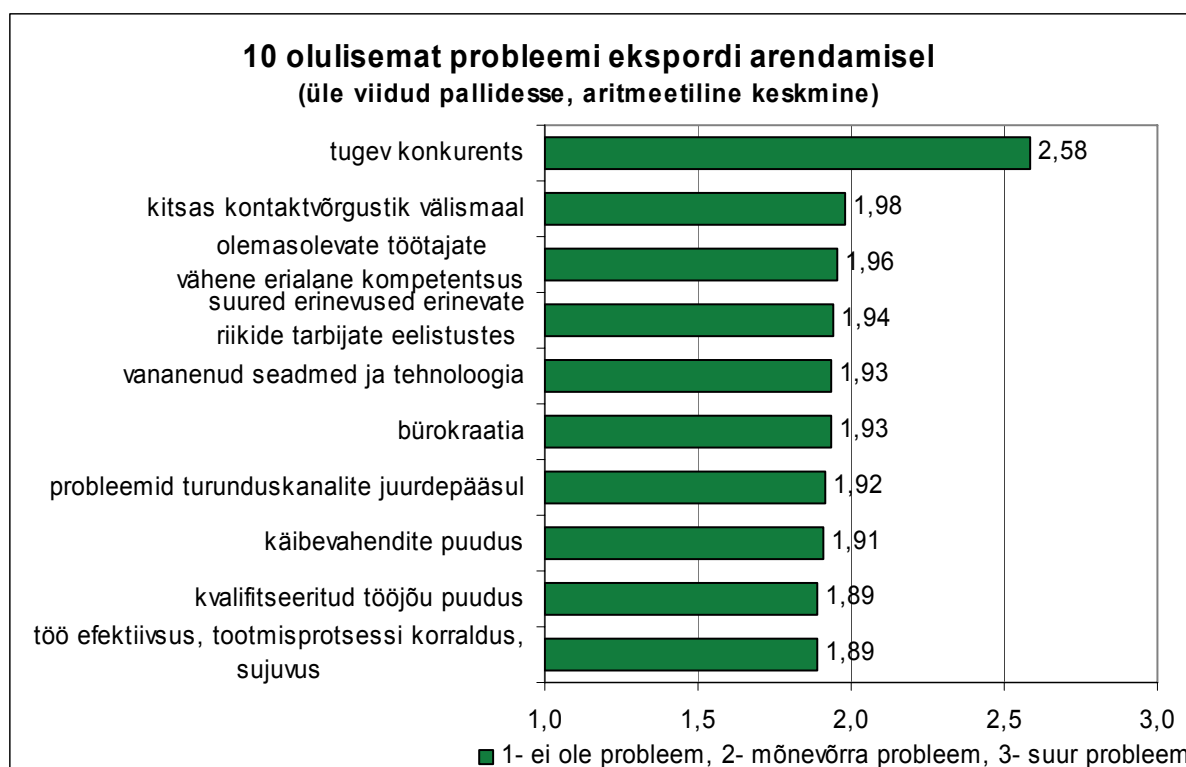
Probleemide peatüki teises osas annavad ettevõtted hinnangu, mis neid eksportimisel on enim takistanud.

Võib öelda, et toiduainetööstus- ja joogitootmisettevõtted olid keskmisest teiste harude ettevõtete vastanute tulemusest rohkem hädas ekspordi piirangutega. Enam murettekitavad ettevõtjate jaoks olid välisurgudega seotud probleemid, kõige vähem muresid seostus otseselt Eesti majanduskeskkonnaga (joonis 2.3.).

Joonis 2.3.



Järjestades 31 erinevat probleemi hindepunktide alusel selgus, et ettevõtjate jaoks kõige suuremaks murekohaks oli tugev turukonkurentents (keskmine hinne 2,58) (joonis 2.4.). Teiseks väga suureks probleemiks oli kitsas kontaktvõrgustik välismaal (hinne 1,98). Ekspordi arengut takistas veel oluliselt olemasolevate töötajate vähene erialane kompetentsus (hinne 1,98) ja suured erinevused erinevate riikide tarbijate eelistustes.



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 ekspordimisel; tehniliste kaubandustõkete esinemine sihtriigis.

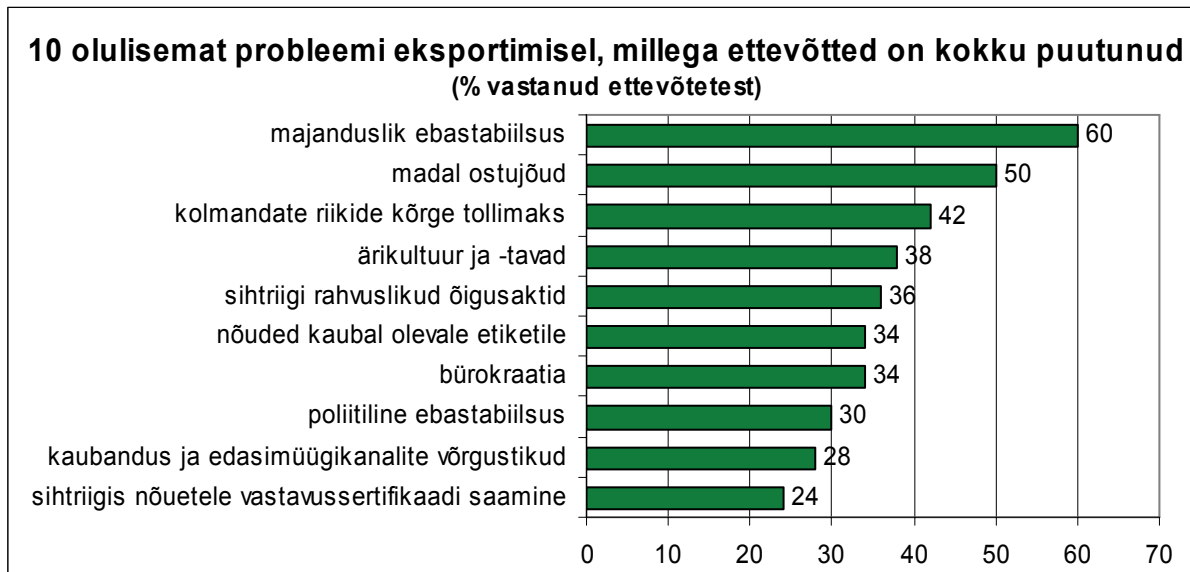
Uuringust ilmnnes, et kõige suuremaks probleemidegrupiks, millega ettevõtjad olid kokku puutunud, oli sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid (tabel 2.12.). Ka tariifsete barjääridega olid toiduainetööstus- ja joogitootmisettevõtted keskmisest rohkem kokku puutunud.

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

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevate probleemidega kokku puutumine	31,4%
Sihtriigi seadusandlusest tulenevate probleemidega kokku puutumine	16,6%
Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega	16,4%
Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevate probleemidega kokku puutumine	12,3%
Sihtriigis esinenud probleemid "tehniliste" kaubandustõkete vallas	12,0%
Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine	11,4%
Sihtriigis esinenud takistused seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega	8%

Konkreetsetest probleemidest oldi enam kokku puutunud majandusliku ebastabiilsuse (seda nimetas 60% eksportijatest), madala ostujõu (50% ettevõtjatest), kolmandate riikide kõrge tollimaksu (42%) ja erineva ärikultuuriga (38%) (joonis 2.5.).

Joonis 2.5.

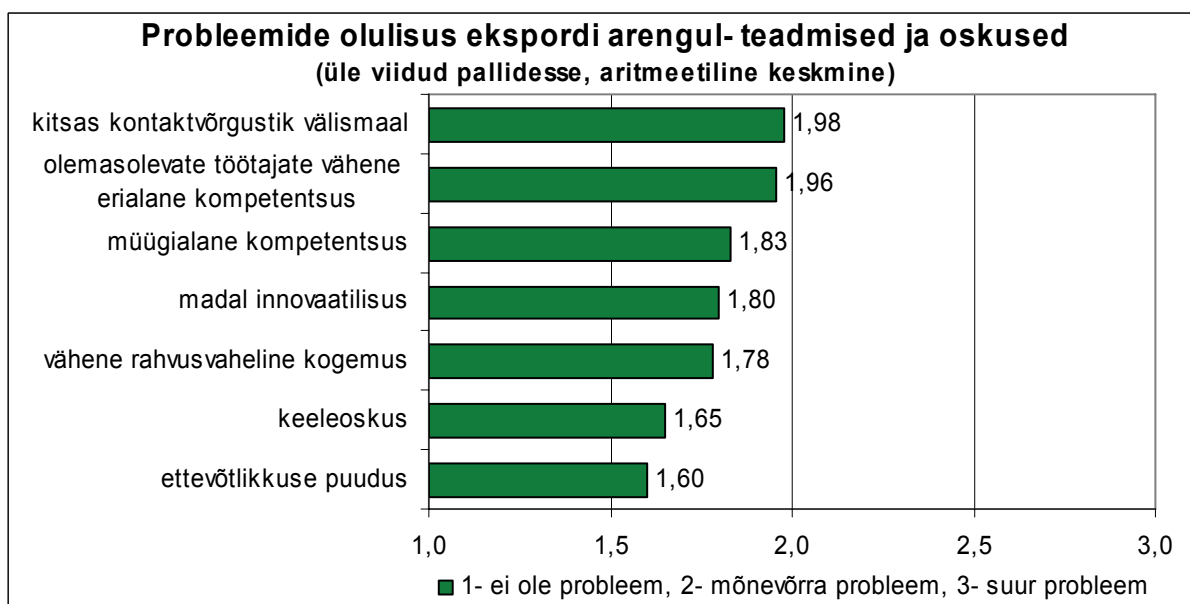


Ettevõtte sisesed probleemid ekspordi arengul

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

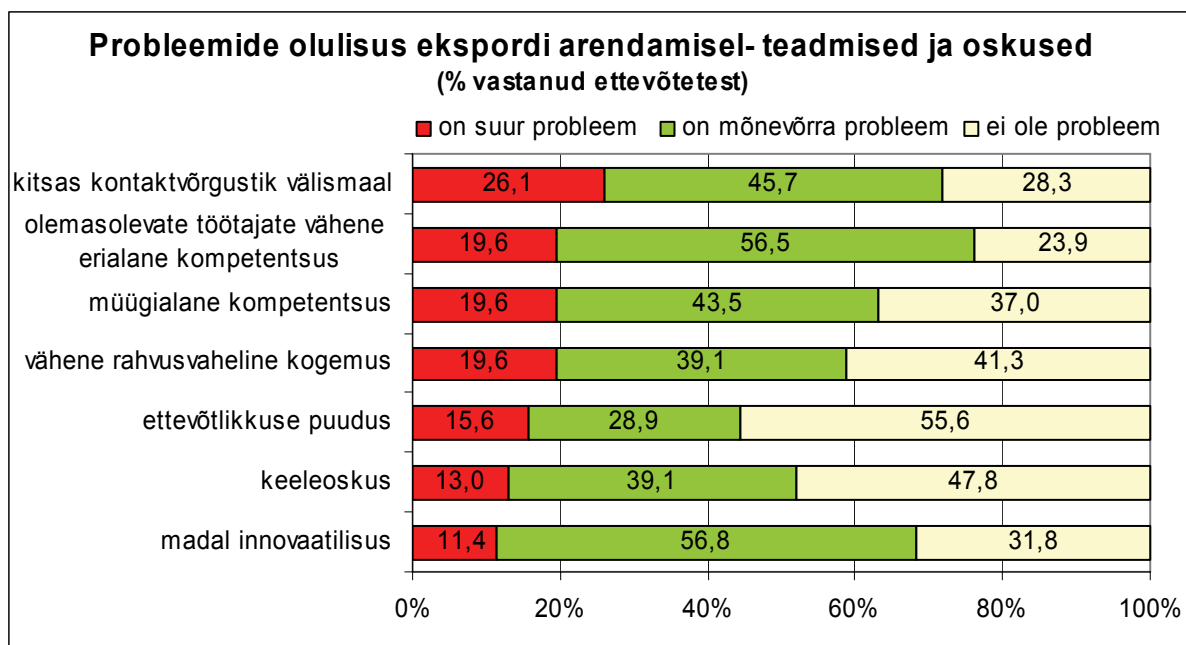
Teadmiste ja oskustega seotud takistustest ekspordi arengul oli kõige suuremateks muredeks kitsas kontaktvõrgustik välismaal ja olemasolevate töötajate vähene erialane kompetentsus (joonised 2.6. ja 2.7.).

Joonis 2.6.



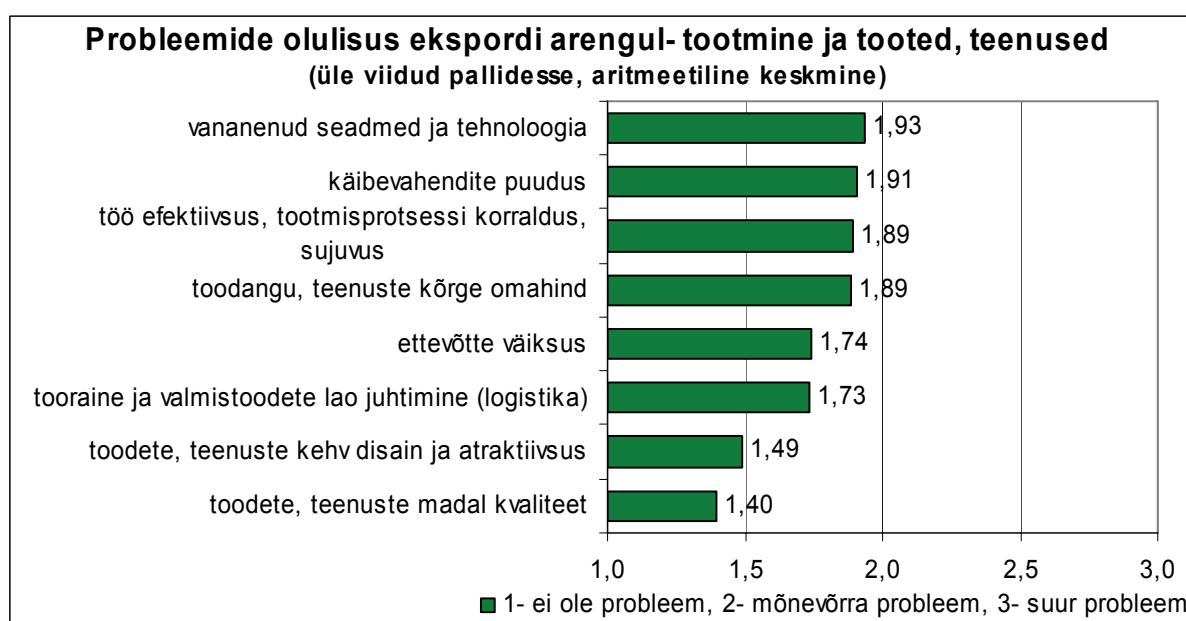
Ettevõtetest veerand oli näinud suurt probleemi kitsas kontaktvõrgustikus välismaal. Viiesik vastanutest tõi suurte probleemidena välja olemasolevate töötajate vähese erialase kompetentsuse, müügiialase kompetentsuse ning vähese rahvusvahelise kogemuse. Üldiselt hindasid ettevõtteid teadmiste ja oskustega seotud probleeme suhteliselt positiivselt, näiteks üle poolte ettevõtetest oli vastanud, et ettevõtlikkuse puudus ei ole neile probleem. Samuti ülejäänute ankeedis hinnata palutud probleemide puhul oli rohkem neid, kes arvasid, et see ei ole probleem võrreldes nendega, kes arvasid, et antud valdkond on ettevõttele probleemiks.

Joonis 2.7.



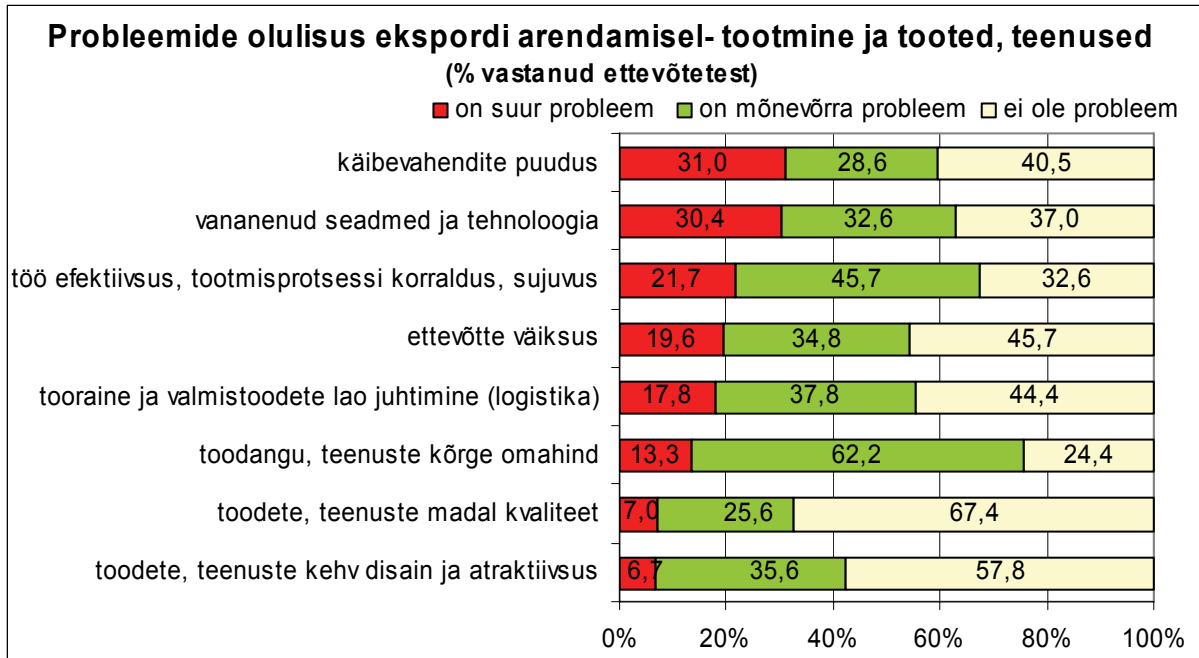
Tootmise ja toodete, teenustega seotud takistustest olid kõige probleemsemad vananenud seadmed ja tehnoloogia ning käibevahendite puudus (joonis 2.8.).

Joonis 2.8.



Nimetatud valdkondi tõid suure probleemina välja üle 30% vastanutest (joonis 2.9.). Ekspordi arengul probleeme ei nähtud toodete ja teenuste madalas kvaliteedis (67% vastanutest) ja kehv disainis (58% vastanutest). Mõnevõrra probleemseks peeti toodangu ja teenuste kõrget omahinda (62% pidasid seda mõnevõrra probleemseks ning 13% suureks probleemiks).

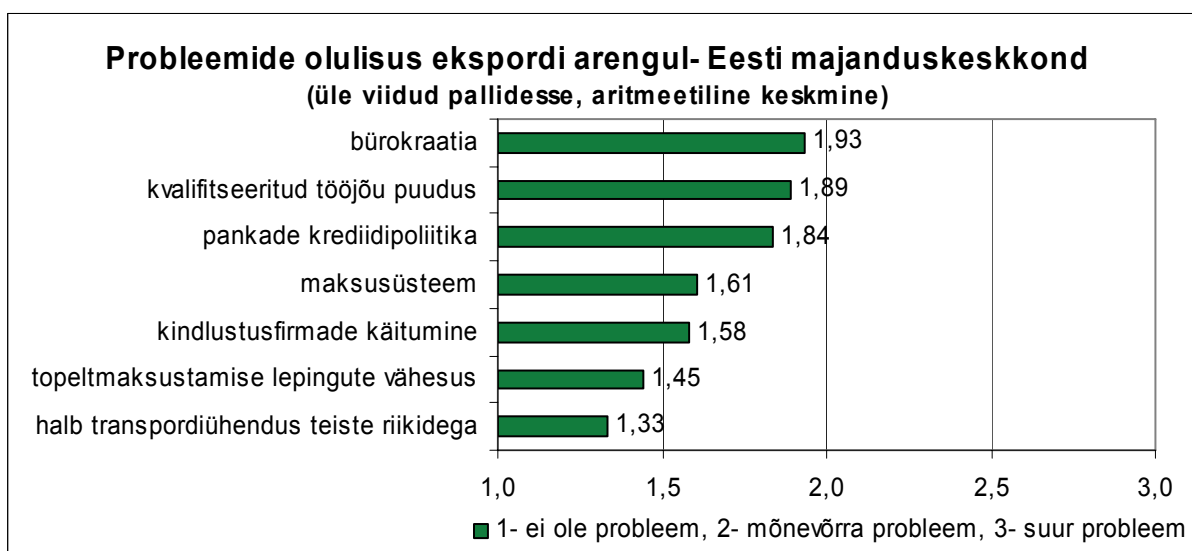
Joonis 2.9.



Eesti majanduskeskkonnast tulenevad probleemid ekspordi arengul

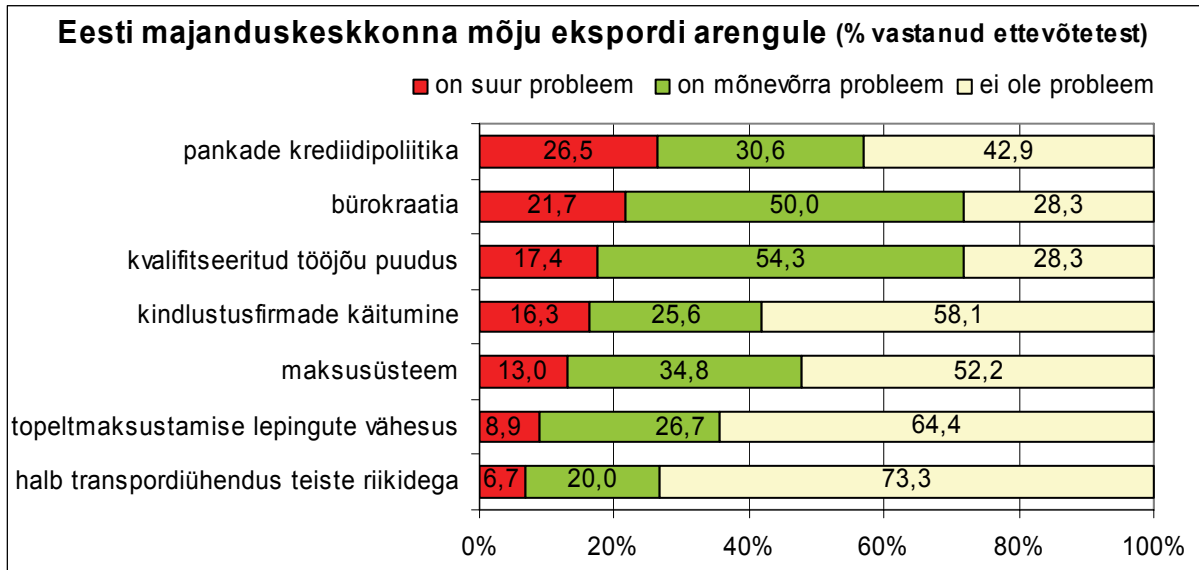
Eesti majanduskeskkonna mõju ekspordi arengule oli ettevõtjate jaoks kõige vähem problemaatilisem. Siiski suurimateks muredeks ettevõtjatele olid bürokraatia ja kvalifitseeritud tööjõu puudus (joonis 2.10.). Vähem probleemseteks hindasid toiduainetööstusettevõtteid halba transpordiühendust teiste riikidega ja topeltmaksustamise lepingute vähesust.

Joonis 2.10.



Suurteks probleemideks pidas 27% vastanutest pankade krediidipoliitikat ja 22% bürokraatiat (joonis 2.11.). Kvalifitseeritud tööjõu puudus oli suur probleem 17%-il ning mõnevõrra probleem 54%-i vastanute arvates. Seevastu halba transpordiühendust teiste riikidega ja topeltmaksustamise lepingute vähesust, maksusüsteemi ning kindlustusfirmade käitumist ei ole enam kui pooled ettevõtted tunnetanud majanduskeskkonna negatiivsete mõjudena ekspordi arengule.

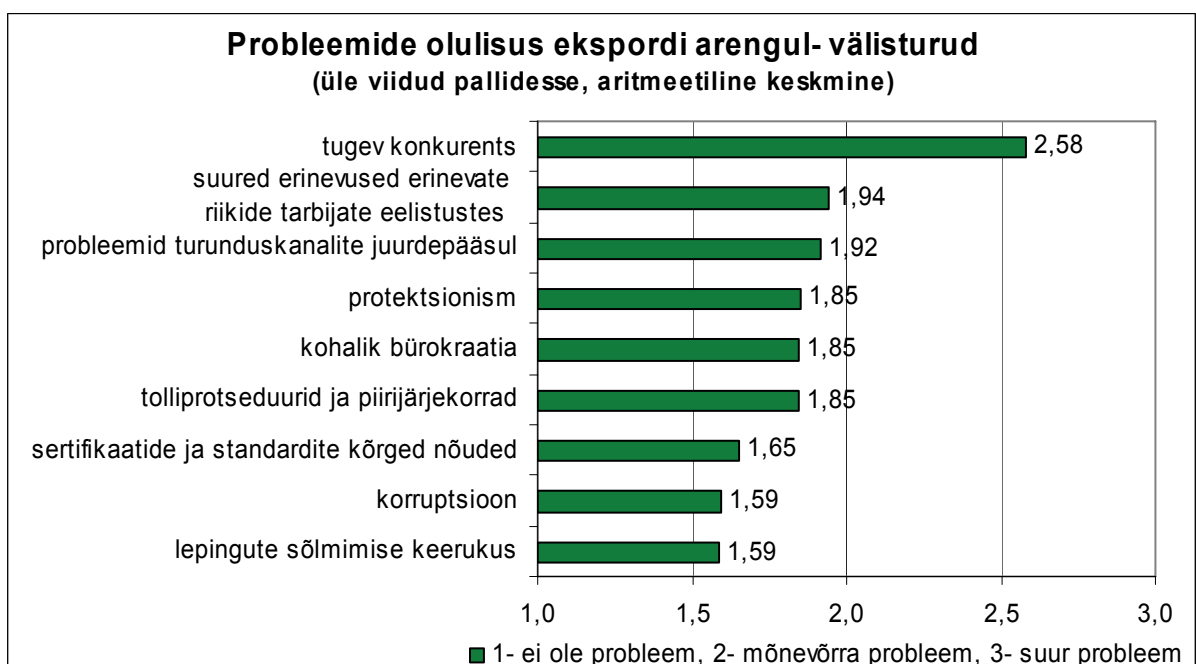
Joonis 2.11.



Välisurgudest tulenevad probleemid ekspordi arengul

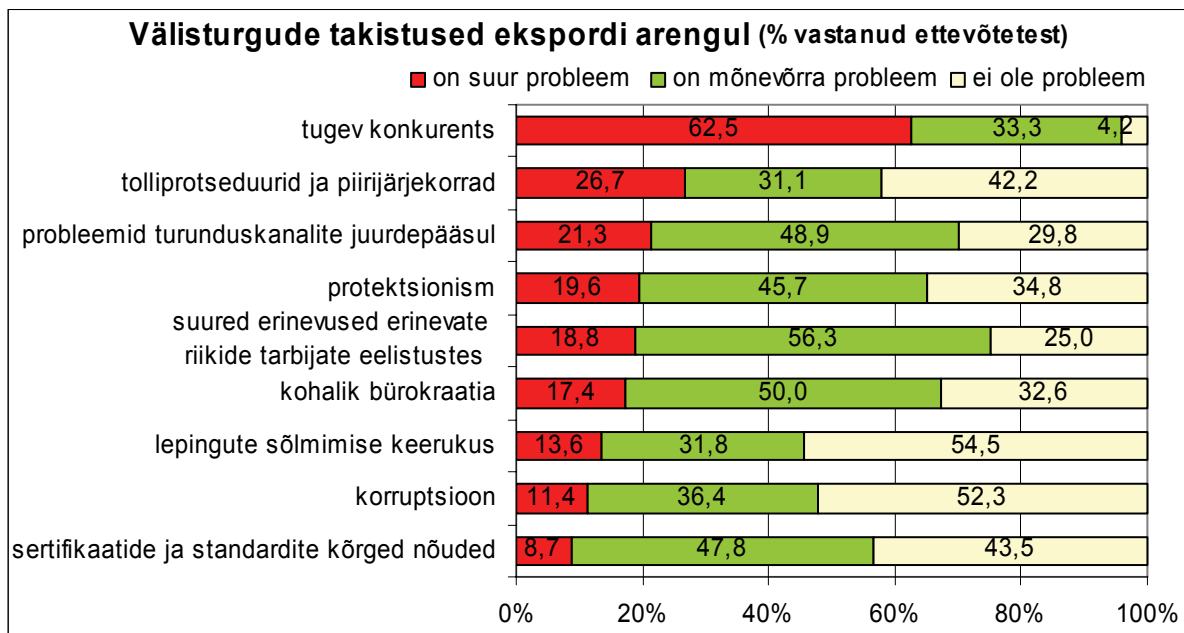
Uuring näitas, et välisurgude takistustest olid kõige suuremad probleemid tugeva konkurentsi ja suurte erinevustega erinevate riikide tarbijate eelistustes (joonis 2.12.).

Joonis 2.12.



Esimest hindas 63% ettevõtteid olevat suur probleem nende ekspordi arengul (joonis 2.13.). Veerandile vastanutele olid tolliprotseduurid ja piirijärjekorrad suurteks probleemideks. Takistust ei näinud ettevõtted keerukuses sõlmida lepinguid ning korrupsiooni puhul (üle poole vastanud ettevõtetest).

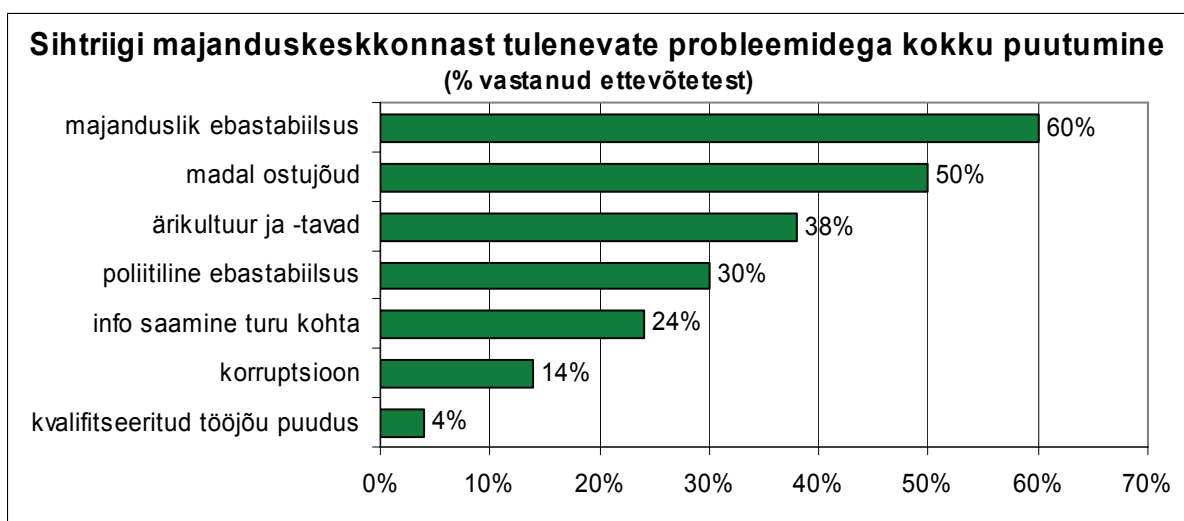
Joonis 2.13.



Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevatest probleemidest olid ettevõtted enim kokku puutunud majandusliku ebastabiilsusega (60% vastanutest), madala ostujõuga (50% vastanutest) ja ärikultuuri ning -tavade (38% vastanutest) (joonis 2.14.). Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevatest probleemidest olid ettevõtted vähem kokku puutunud kvalifitseeritud tööjõu puudusega ja korrupsiooniga.

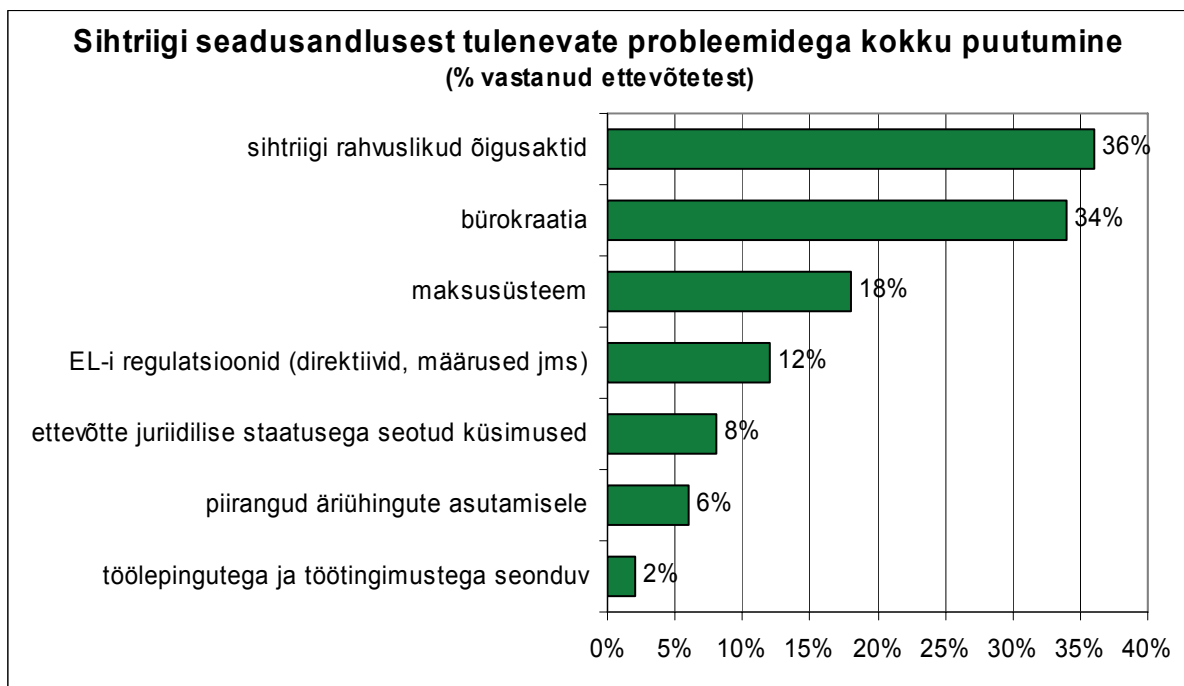
Joonis 2.14.



Sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi seadusandlusest tulenevatest probleemidest oli üle kolmandiku ettevõtteid kokku puutunud sihtriigi rahvuslike õigusaktide ja bürokraatiaga (joonis 2.15.). Kõige vähem (alla 10% vastanutest) oldi kokku puutunud töölepingute ja töötingimustega seonduvaga, piirangutega äriühingute asutamisele ning ettevõtte juriidilise staatusega seotud küsimustega.

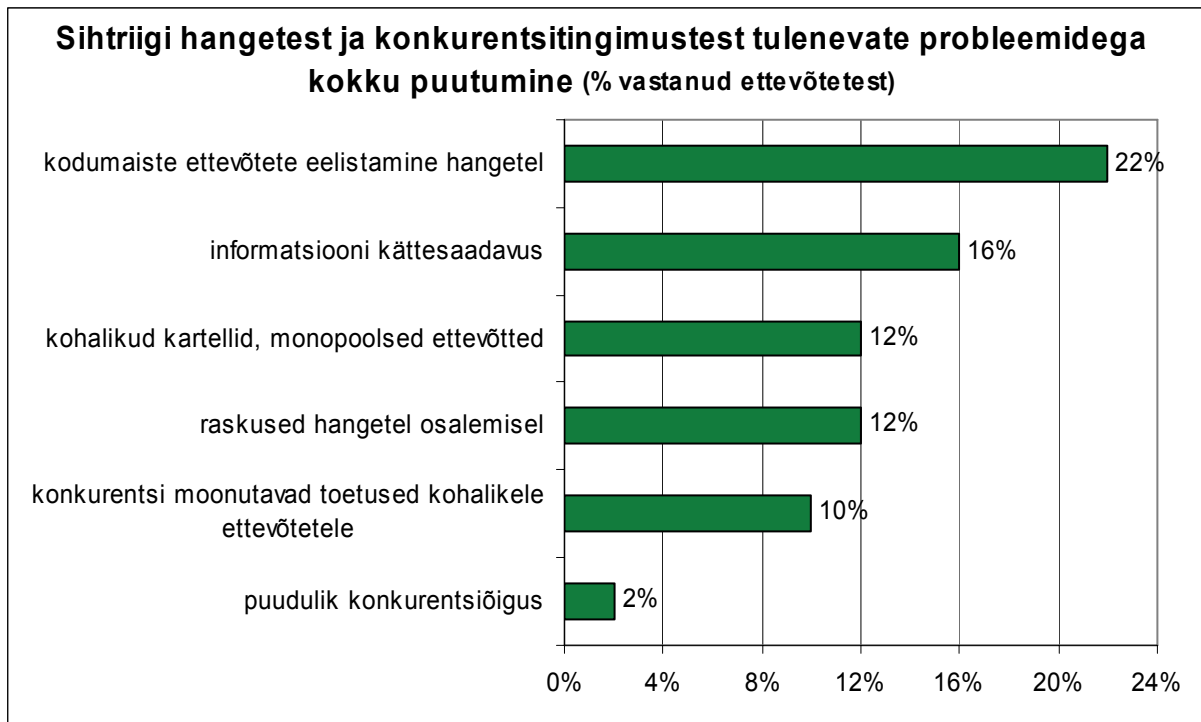
Joonis 2.15.



Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevatest probleemidest olid ettevõtted kõige rohkem pidanud tegelema probleemidega, mis olid seotud kodumaiste ettevõtete eelistamisega hangetel (22% vastanutest) ja informatsiooni kättesaadavusega (16% vastanutest) (joonis 2.16.). Vähem oldi kokku puutunud konkurentsi moonutavate toetustega kohalikele ettevõtetele ja puuduliku konkurentsioigusega.

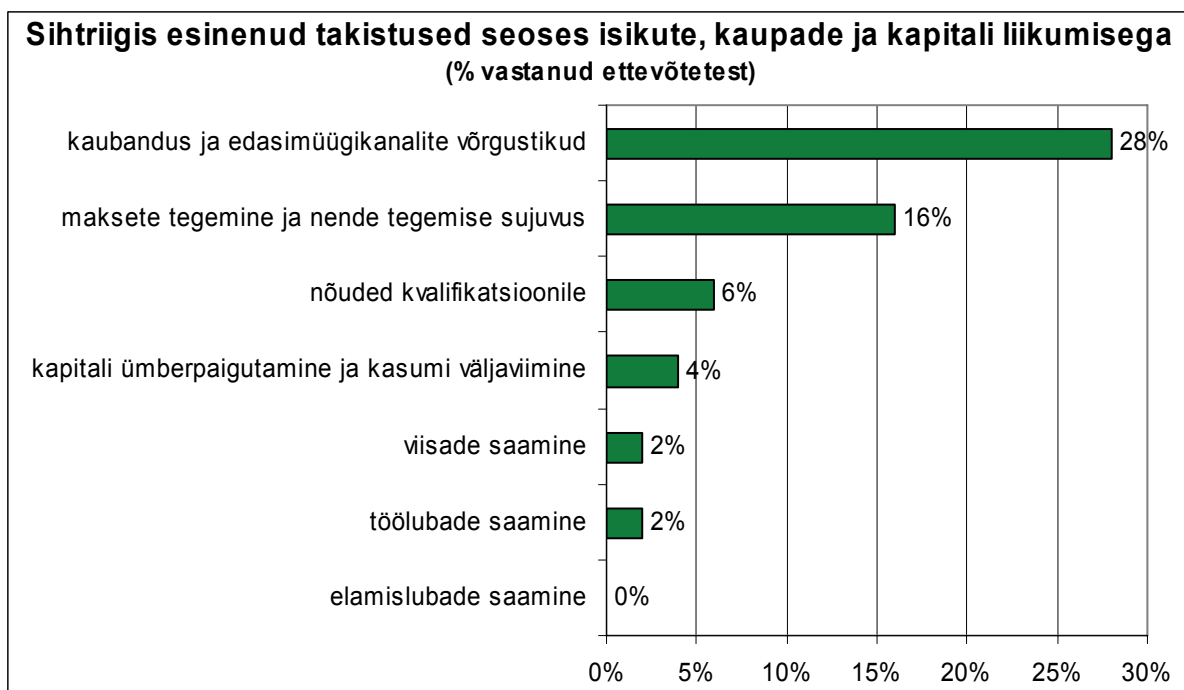
Joonis 2.16.



Takistused sihtriigis seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega

Kõige enam oli ettevõtetel sihtriigis takistusi esinenud kaubandus ja edasimüügikanalite võrgustikega, mida tõi välja 28% vastanutest (joonis 2.17.). Teine suurem valdkond esinenud takistuste osas oli maksete tegemine ja nende tegemise sujuvus, mida mainis 16% vastanutest. Takistusi ei esinenud elamislubade taotlemisel. 2%-l ettevõtetel oli samas probleeme töölubade ja viisade saamisega.

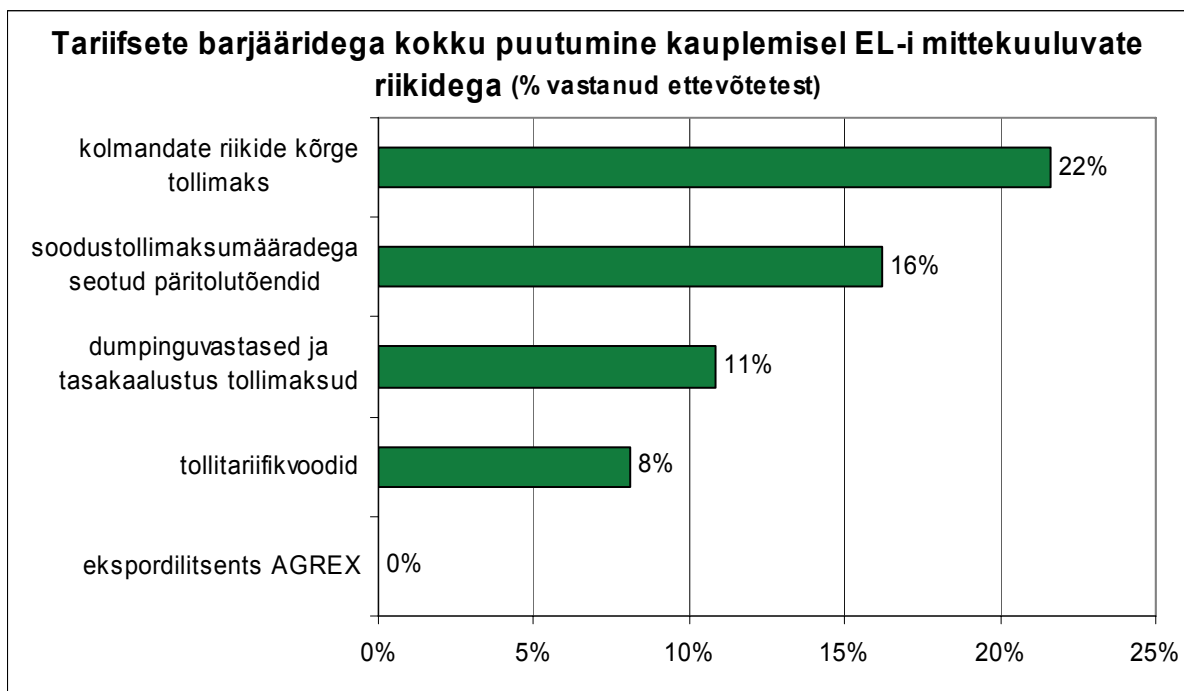
Joonis 2.17.



Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega

Tariifsetest barjääridest kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega mainis 22% vastanud ettevõtetest kolmandate riikide kõrget tollimaksu ning 16% vastanutest tollitariifikvoote (joonis 2.18.). Probleme dumpinguvastaste ja tasakaalustus tollimaksudega mainis 11% eksportijatest.

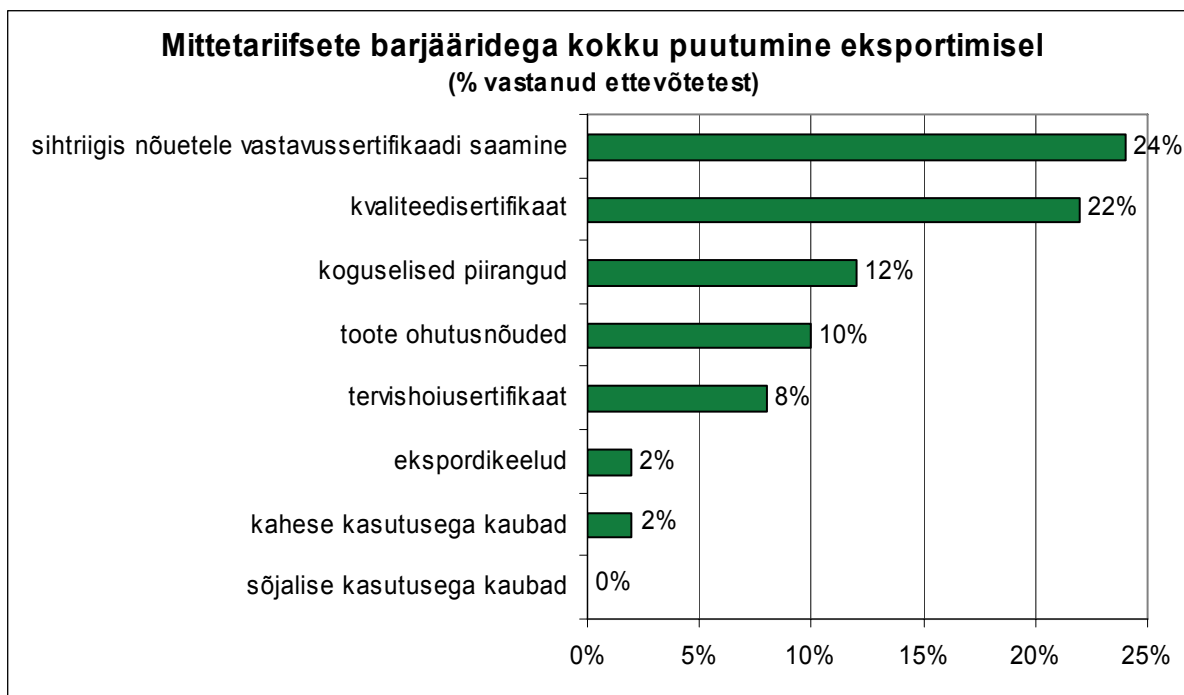
Joonis 2.18.



Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine eksportimisel

Ligi veerand ettevõtjatest oli sihtriigis kokku puutunud takistustega nõuetele vastavussertifikaadi saamise ning üle viiendikul ettevõtjatel oli probleemi kvaliteedisertifikaatide saamisega (joonis 2.19.). Ligikaudu kümnendik ettevõtjatest märkis ära probleeme kauba koguseliste piirangutega, toote ohutusnõuete ja tervishoiusertifikaatidega.

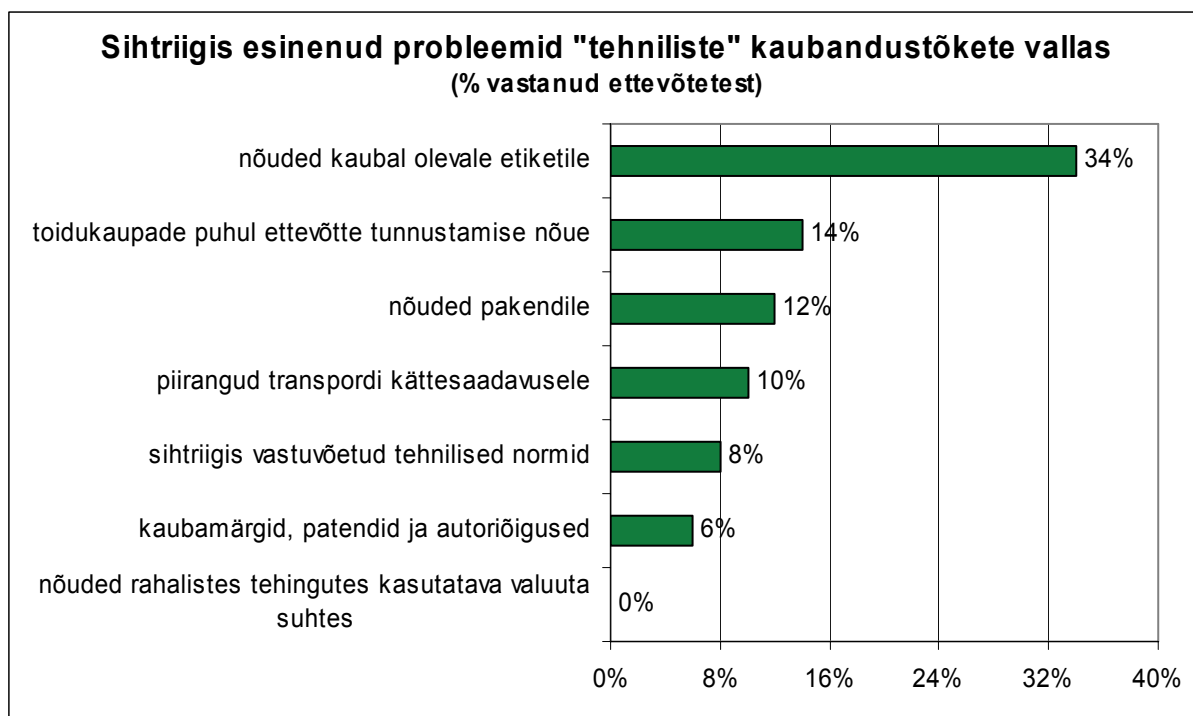
Joonis 2.19.



Tehniliste kaubandustõkete esinemine sihtriigis

Kõige enam ehk kolmandikul vastanutest esines probleeme nõuetega kaubal olevale etiketile (joonis 2.20.). Probleem ettevõtte tunnustamise nõudega esines 14%-l vastanud toiduaineid ekspordivatel ettevõtetel ning 12%-l oli probleem pakendile esitatavate nõuetega. Kümnendik ettevõtteid mainis probleemidena ka piiranguid transpordi kättesaadavusega, sihtriigis vastuvõetud tehnilisi norme ning kaubamärke, patente ja autoriõigusi. Tehingutes kasutatava valuuta suhtes probleeme ei olnud.

Joonis 2.20.

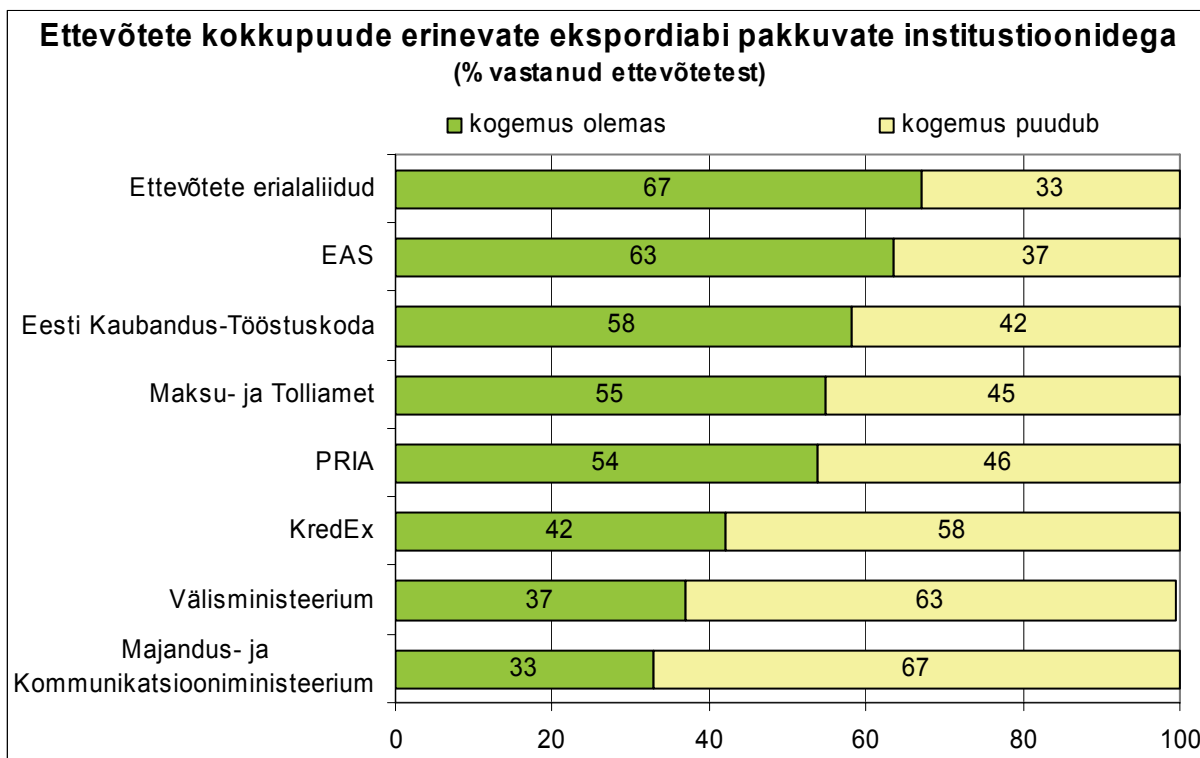


2.4. Ekspordialane abi ja riigipoolne tugi toiduainetööstusettevõtetele

Uuringule vastanud ekspordivatest toiduainetööstusettevõtetest **49%** oli pöördunud **erinevate institutsioonide poole ekspordialase abi saamiseks**. Pöördunutest suur osa (70%) sai abi.

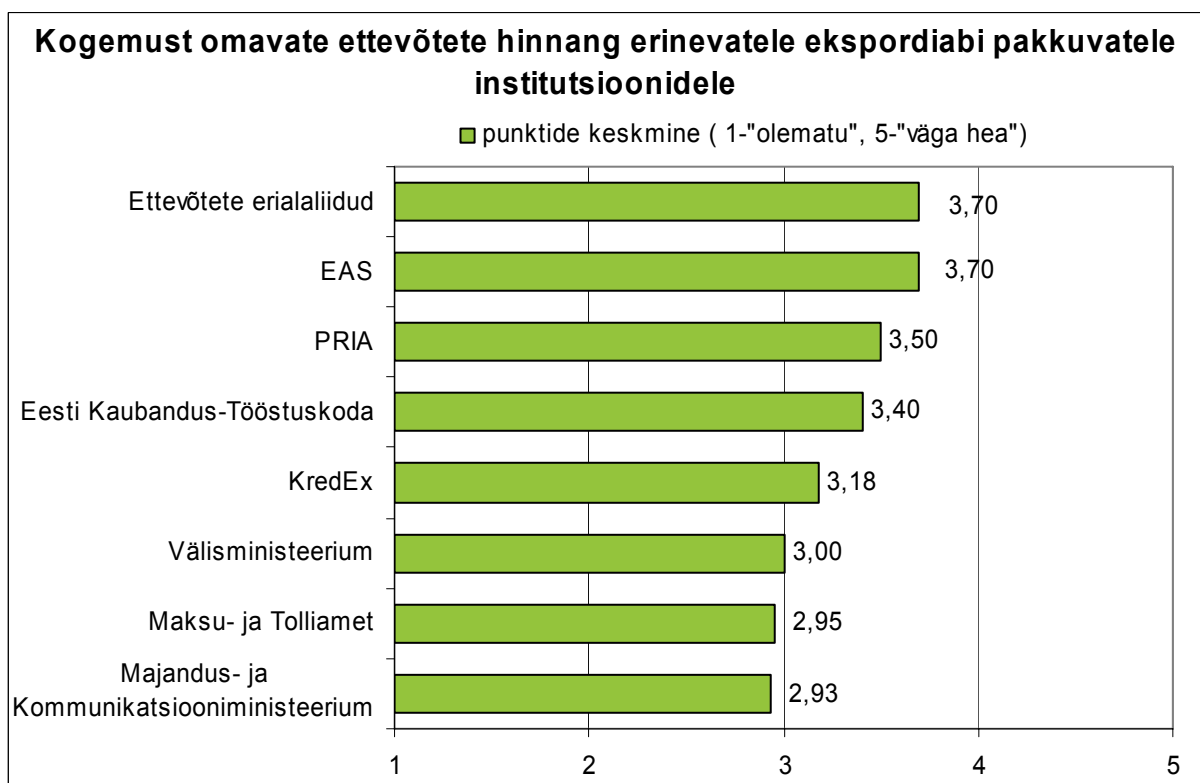
Põhiline osa küsitlusele vastanud toiduainetööstusettevõtetest (2/3) oli ekspordiabi saamiseks pöördunud erialaliidu poole (joonis 2.21.). EAS-ist otsis abi 63% vastanutest. Kõige vähem vastanutest oli ekspordialase abi saamiseks pöördunud Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi (33% vastajatest) ning Välisministeeriumi (37% vastajatest) poole.

Joonis 2.21.



Ekspordiabi küsinud olid kõige enam rahul erialaliidu ja EAS-i poolse ekspordialase abiga (joonis 2.22.). Toiduainete ja jookide eksporditörid hindasid madalaimalt abi, mida pakuti Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumist ning Maksu- ja Tolliametist.

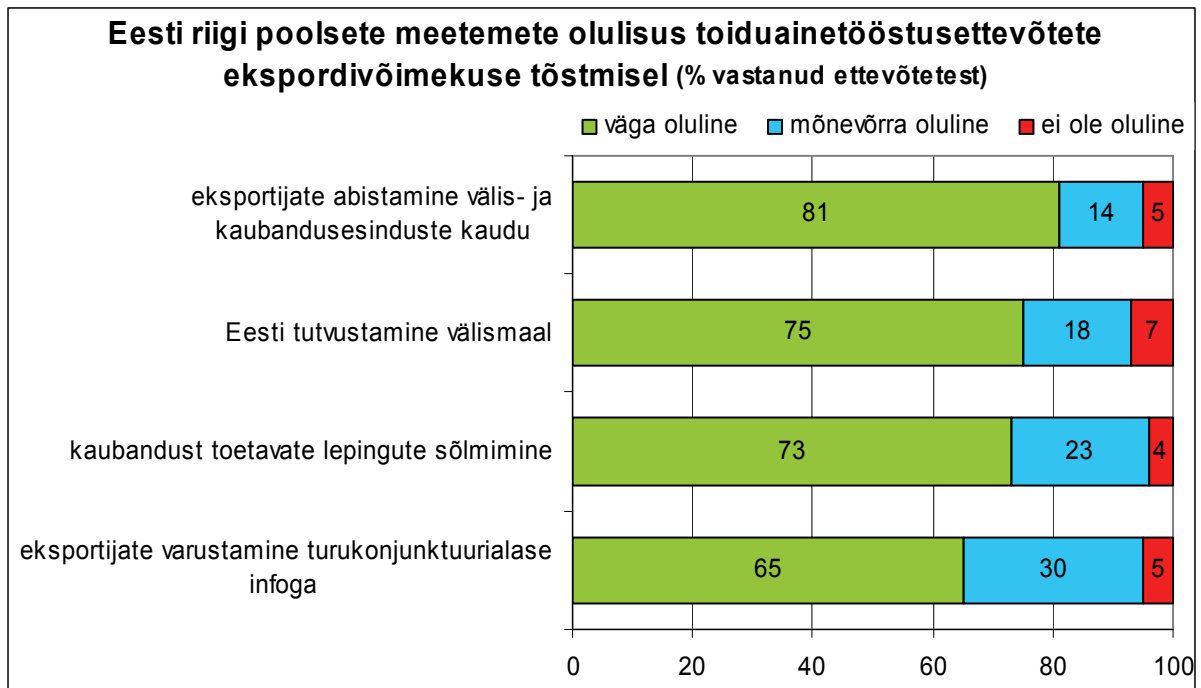
Joonis 2.22.



Eesti riigi poolsed abimeetmed

Enamik vastanud Eesti toiduainetööstusettevõtetest (81%) hindas kõige olulisemaks riigi poolseks eksporti toetavaks meetmeks eksportijate abistamist välis- ja kaubandusesinduste kaudu (joonis 2.23.). 3/4-le vastajatele oli ülioluline Eesti tutvustamine välismaal. 65% vastajatest tunnistas väga tähtsaks vajaduse varustada eksportijaid turukonjunktuuralase informatsiooniga.

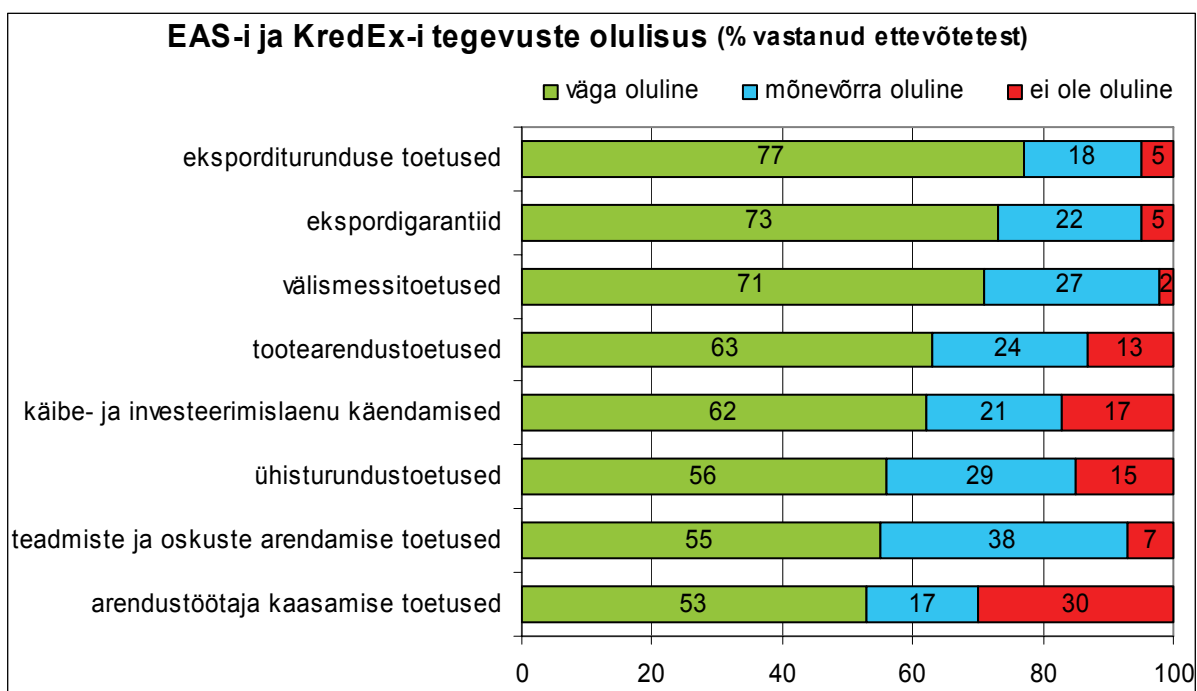
Joonis 2.23.



EAS-i ja KredEx-i poolsed tegevused

EAS-i poolt pakutavatest toetustest hinnatati kõige olulisemaks toetuseks eksporditurunduse toetust (77% vastanutest), millele järgnes KredEx-i ekspordigarantii (73% vastanutest) (joonis 2.24.). Oluline tugi oli vastanutele samuti välismessitoetuse andmine ja tootearendustoetused. Kõige rohkem mitteoluliseks toetuse liigiks pidasid eksportöörid arendustöötaja kaasamise toetust (30% vastanutest).

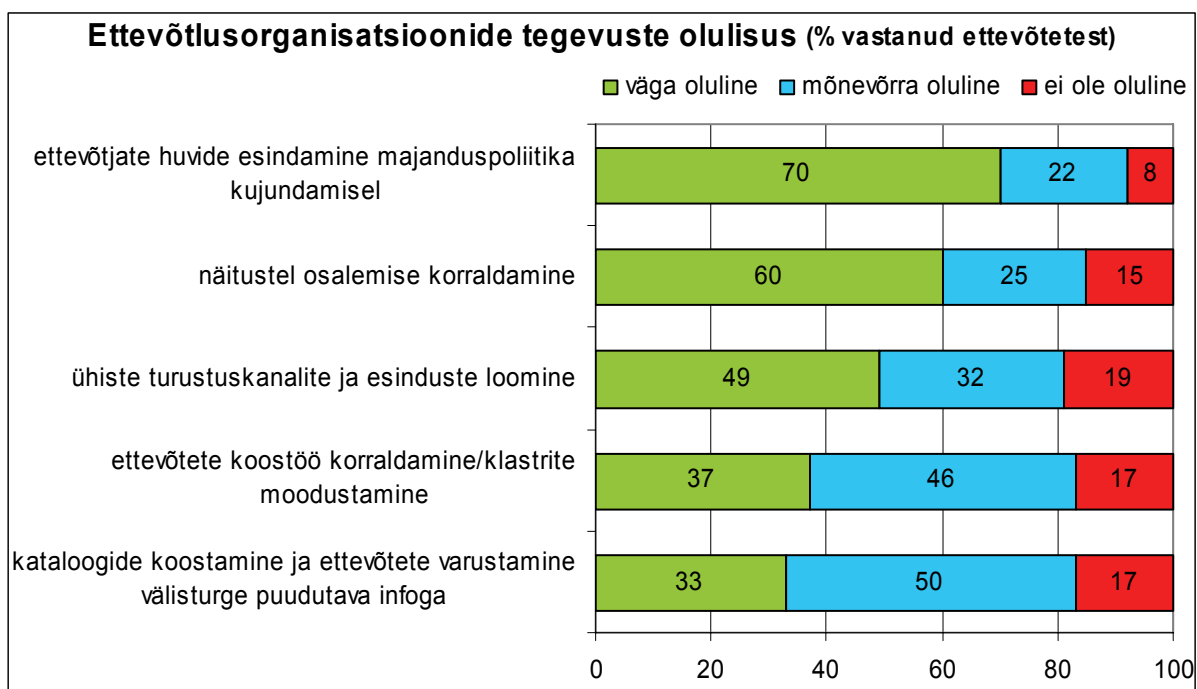
Joonis 2.24.



Ettevõtlusorganisatsioonide tegevused

Ettevõtlusorganisatsioonidelt ootavad ettevõtteid eelkõige nende huvide esindamist majanduspoliitika kujundamisel (70% vastanutest) ja näitustel osalemise korraldamist (60% vastanutest) (joonis 2.25.). Ligi pooltele vastanud ettevõtetele oli väga oluline ühiste turustuskanalite ja esinduste loomine. Kõige vähem oluliseks peeti kataloogide koostamist ja ettevõtete varustamist välisurgete puudutava infoga.

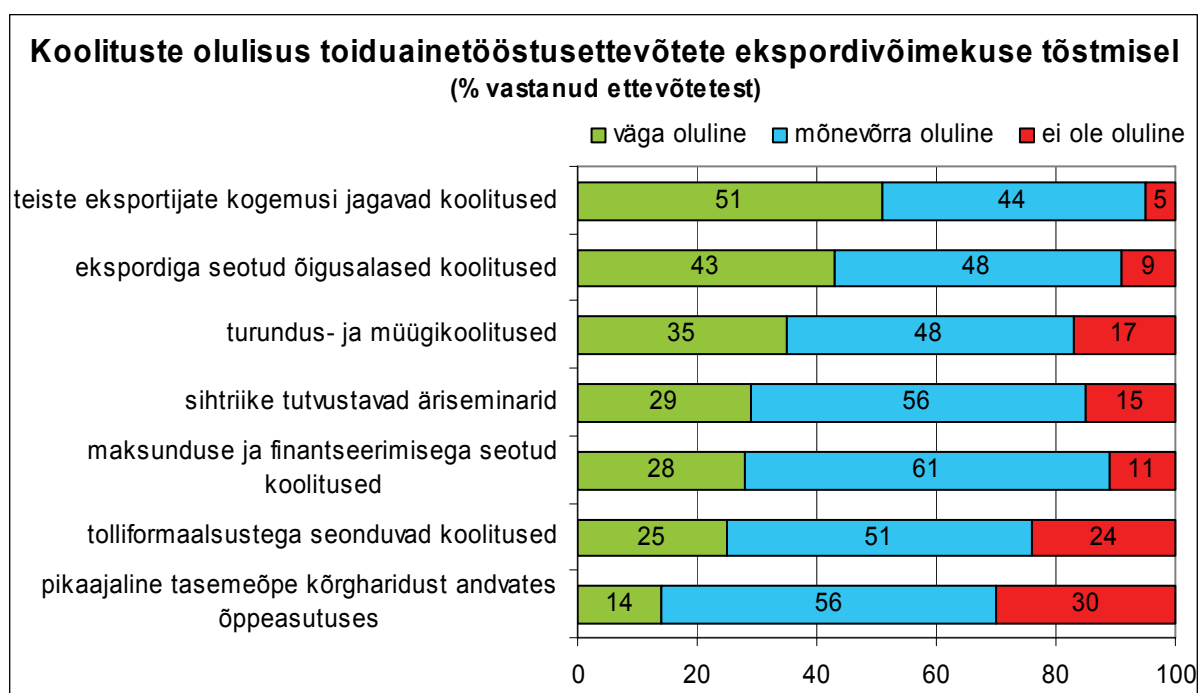
Joonis 2.25.



Koolitused

Üle poolte eksportivatest toiduainete- ja jookide tootmisettevõtetest peavad ekspordivõimekuse tõstmisel väga oluliseks koolitusi, kus teised eksportijad jagavad oma kogemusi ja teadmisi ekspordipraktika kohta. Üle 40% vastanud ettevõtjatest hindasid väga oluliseks ka ekspordiga seotud õiguslaseid koolitusi (joonis 2.26.). Ettevõtjate hinnangul oli samuti turundus- ja müügikoolitused ning sihtriike tutvustavad äriseminarid üliolulised. Kõige enam pidasid toiduainete ja jookide eksportöörid (30% vastanutest) ebaoluliseks pikaajalist tasemeõpet kõrgharidust andvates õppeasutustes.

Joonis 2.26.



3. Toiduainetööstusettevõtete küsimustiku vabad vastused

Tabel 3.1.

Ekspordi peamine sihtriik (eksporditulu järgi) on:

- Soome x 9
- Läti x 7
- Ukraina x 5
- Venemaa x 4
- Leedu x 2
- Rootsi
- Šveits

Tabel 3.2.

Ettevõtte konkurentsivõime muutus sise- ja/või välisturgudel*

- Siseturu ostuvõime langenud, strateegiliste toorainete hinnad tõusnud EL-i ostuvõime sektoris tõusnud.
- Hinnakonkurent on olnud väga tugev.
- Turusituatsioon.
- Ettevõtte sisemine efektiivsus on kasvanud.
- Eelistatakse kohalikku või odavat asenduskaupa.
- Majanduslanguse tingimustes on suurtel ettevõtetel eelseid nii rahaliste vahendite kui mastaabiefekti osas.
- Oleme suutnud toota efektiivsemalt.
- Krediidikindlustused on võrreldes konkurentidega oluliselt väiksemad, sest Eesti on endiselt HELL riikide nimekirjas.
- Ettevõtte püsikulud on vähenenud ja seetõttu suudame pakkuda madalamat ning konkurentsivõimelisemat hinda.
- Tööjaotuse ümberkorraldus, uued kontaktid messidelt.
- Ekspordi mahu kasv.
- Müügid on tõusnud.
- Kasumi suurenemine on võimaldanud teha suuremaid investeeringuid.
- Läti müük on langenud.
- Kuna toodame nii sise- kui välisturgudel *Private label* tooteid, siis kohaliku turu edasimüüja langus mõjutab otseselt meid. Välisturgudel oleme ise aktiivsemalt otsimas uusi kontakte ja võimalusi.
- Välisturg otsib uusi tooteid, enne väikesed tootjad välismaa vahendajaid eriti ei huvitanud.
- Enne majanduslangust müüdi Eesti turul odavat toodet, nii hinna, kui kvaliteedi suhtes. Majanduslanguse ajal hakkas tarbija lugema raha ja on valmis ostma toodet, mille kvaliteedis on ta kindel. Meie ettevõtte poolt tuli turule parandatud e. kõrgema väärtusega toode. Tarbijat seda toodet ostma panemiseks kulub aega. P.S. Tehas asub võtmekliendist kaugel. Müügi parendamise

* Vastused on antud retsenseerimata kujul

Ettevõtte konkurentsivõime muutus sise- ja/või välisurgudel*

eesmärgil avati ettevõtte filiaal strateegilises kohas, mis peab aitama müügi tõusule. Ekspordiga tegeleti varasemal ajal vähesel määral, v.a. tütarettevõtte Lätis. Tänapäevaks töötab ekspordi peal eraldi inimene.

Tabel 3.3.

Ettevõtte (toote, teenuse) kõige olulisem konkurentsieelis välisurgudel

- Kvaliteedi ja hinna suhe, pikaajalised sidemed.
- Meie toodete naturaalsus.
- Kvaliteedi ja hinna suhe.
- Kõrge kvaliteet, usaldusväärne kaubamärk.
- Kõrge kvaliteet, paindlikkus ja vajalik oskusteave.
- Hea toode suhteliselt soodsa hinnaga.
- Parima võimaliku kvaliteediga toote õigeaegne tarne.
- Kvaliteet.
- Stabiilne kvaliteet ja hind.
- Ilmselt hinna ja kvaliteedi suhe on hea.
- Kvaliteetne toode madalama hinnaga, välisurgudel eristuv toode.
- Kvaliteedi-hinna suhe.
- Toodame seda, mida nõutakse.
- Vana Tallinn on unikaalne toode enda olemuse ja pakendi osas.
- Toote unikaalsus st puudub analoogne konkurenttoode turul.
- Suudame olla paindlikud ja reageerida turu vajadustele kiiremini.
- Hea hinna ja kvaliteedi suhe, mis on saavutatud tänu kulubaasi vähendamisele.
- Kvaliteetsem pakendamine, toodangu pesemine enne pakendamist.
- Kõrge kvaliteet, soodne hind.
- Hind.
- Toorme kättesaadavus, operatiivsus tellimuste täitmisel, paindlikkus.
- Kõrge kvaliteet.
- Stabiilselt kõrge toote kvaliteet võrreldes turul tegutsevate konkurentide pakutava kaubaga.
- Brändi nimi on juba tuntud.
- Erinevates riikides asuvad müügikontorid, tugev *bränd*, lai tootevalik.
- Kvaliteet.
- Hea tervislik toode, väga mõistliku hinnaga.
- Üritame leida tooteid, mis on uuenduslikud ning keerukamad, kuid mille mahud on meie mõistes korralikud.
- Uudsus, kvaliteet, hind , pakend.
- Kaasaegne tehnoloogia, automatiseeritus, *efektiivsus*.

Ettevõtte (toote, teenuse) kõige olulisem konkurentsieelis välisturgudel

- Eriline toode.
- Kvaliteet.
- Toote hind, innovaatiline toode, pakend.

Tabel 3.4.

Kõige olulisem tegevus ettevõttes konkurentsivõime tõstmisel

- Investeeringud tootmiseseadmetesse ja -tehnoloogiasse. Sertifikaatide ja standardite nõuete täitmine.
- Kvaliteedi sertifikaatide elluviimine.
- Tootmismahtude kasvatamine.
- *Efektiivsemate* külmutusagregaatide kasutamine.
- Omandisuhete muutmine - põhitooraine tarnijale osa aktsiate müük.
- Stabiilse kvaliteedi tagamine.
- Investeeringud seadmetesse.
- Pidevalt toimub investeerimine seadmetesse ja samas püüame omahinda mitte suurendada.
- Toodangu omahinna alandamine.
- Kaasaegsete tootmiseseadmete muretsemine.
- Tootmise koondamine ühte tehasesse.
- Laia valikuga portfell, tooteperekondade mugandamine välisturgudele sobilikumaks. Korralik ekspordiplaanide koostamine ja riiklike toetuste kaasamine nende plaanide edukaks täitmiseks.
- Tootearendus ja investeeringud nii efektiivsuse tõstmiseks kui uute toodete turuletoomiseks.
- Ekspordiplaani koostamine.
- Kõige olulisemaks on kulude vähendamine.
- Paigaldatud uus tootmisliin.
- Investeerimine tootmiseseadmetesse ja -tehnoloogiasse.
- Investeerimine seadmetesse, tootearendus.
- Ekspordispetsialisti kasutamine.
- Tootmismahu kasvatamine.
- Eksporditurunduse intensiivistamine. Osalemine stendiga messil ANUGA 2009.
- Investeeringud uutesse tootmiseseadmetesse.
- Investeerime tootmiseseadmetesse.
- Investeerimine tootmiseseadmetesse.
- Investeeringud spetsiifilisematesse seadmetesse.
- On investeeritud uutesse tehnoloogiatesse, mis on võimaldanud turule tulla, kas täiesti uute toodetega või parandada oluliselt vanade toodete kvaliteeti.
- Oma logistika- ja jaotussüsteemi loomine.
- Investeerimine uutesse tootmiseseadmetesse.

Tabel 3.5.

Koostöö laiendamine, arendamine konkurentsivõime tõstmiseks

- Läbirääkimised ettevõtetega, et hoida välisturul minimaal hinda.
- Teinud koostööd konkurentidega.
- Liitumine Toiduliiduga.
- Osalemine erialamessil Euroopas.
- Struktureeritud turustamise korraldamine, tütarettevõtted Venemaal ja Ukrainas. Partnerite valimine Euroopas.
- Tegevused valmistoodetega välisturgudele sisenemiseks.
- Eestis kolisime kliendile lähemale, selleks, et mõista tema ja lõpptarbija vajadusi. Ekspordi puhul on uute klientide otsimine, nendega koostöö arendamine.

Tabel 3.6.

Ettevõtte kõige olulisem tegevus välisturul konkurentsivõime tõstmisel

- Oleme põhjalikult uurinud sihtturgusid.
- Stabiilsus nii kvaliteedis kui hindades.
- Toodete tutvustamine koos degustatsioonide läbiviimisega.
- Toodete vastavusse viimine(sisu osas) Aasia turul.
- Edukalt on konkureeritud Lääne-Euroopa ja Skandinaavia turul.
- Uurinud tarbijate nõudlust.
- Messidel osalemine.
- ANUGA 2009 messil osalemine enda stendiga.
- Käinud messidel ja otsinud uusi turge.
- Oleme osalenud suurtel Euroopas toimunud toidumessidel.
- Osalemine erialamessil Euroopa.
- Oleme viimasel 1,5 aastal osalenud 4 välismessil.

Tabel 3.7.

Ekspordialaste tegevuskavade mitte täitumise põhjused

- Majanduslangus turgudel.
- Konkurents ja madalad hinnad.
- Põhjuseid võib olla mitmeid, üks nende seast edasimüüja mitte kõige korrektsem käitumine.
- Hiljuti ei ole olnud sellist olukorda, aga kui suure mahuga olemasolevad eksporditurud muudavad seadusandlust, mis puudutavad toote vormistust või sertifitseerimist vastaval turul, siis selline olukord toob kaasa mitmekuulise saamata jäänud müügitulu ja kaupa turul ei ole teatud perioodi jooksul.
- Majanduslangus sihtturgudel.
- Baltikumis vähenenud nõudlus. Tõusnud toorainehinnad.
- Tihe konkurents antud segmendis.
- Tooraine kehv kvaliteet ja ebastabiilsus tooraine kohaletoimetamisel.

- Rahapuudus.
- Turgude langus Venemaal ja Ukrainas.

Tabel 3.8.

Teadmiste ja oskustega ning toodete, teenustega seotud probleemid

- Vananenud seadmed ja tehnoloogia.
- Venemaa suunal piiri ja tolliprobleemid.
- Ettevõtte väiksus.
- Kohati liigne koduturule keskendumine.
- Töö efektiivsus, vananenud seadmed ja tehnoloogia.
- Põhitoorme hinnatõus maailmaturul.
- Väiksus, vahendite nappus.
- Vähene rahvusvaheline kogemus.
- Erinevad eksporditoetuste süsteemid tootjatele ja eksportijatele riigiti EL-is ja väljaspool EL-i.
- Käibevahendite nappus, kuna makseajad on läinud oluliselt pikemaks.
- Käibevahendite puudus.
- Kontaktide keeruline leidmine välisurgudel. Kompetentsete tootetehnoloogide puudumine Eestis.
- Käibekapitali puudus, kõrge toodangu omahind, sõltuvus tooraine tootjatest.
- Vananenud seadmed, keeleoskus.

Tabel 3.9.

Eesti majanduskeskkonna probleemid

- Kvaliteetse külmalogistika puudumine.
- Riigi bürokraatia otsib sageli takistusi mitte lahendusi.
- Kuna eksport antud ajahetkel on ikkagi marginaalne, ei oska siinkohal midagi konkreetset esile tuua.
- Tootmise efektiivsus uute tehnoloogiate puudumine.
- Pankade krediitipoliitika.
- Vähene rahvusvaheline kogemus.
- Välisriikide krediitiasutuste usaldamatus Eesti ettevõtete suhtes.
- Tooraine piisav kättesaadavus.
- Ekspordisubsideerimise puudumine.
- Madal riigireiting- seoses sellega krediitide puudumine.
- Pankade jäik krediitipoliitika.
- Riiklike toetuste saamise bürokraatia ning tingimused.

Tabel 3.10.

Välisturgude probleemid

- Venemaa tolliprotseduuridel räime ja heeringa võrdsustamine läbipääsu hinnas.
- Sõltume tihti hankijatest (paberi, aroomitootjate, klaasitööstuste) nende hinnapoliitikast, miinimum kogustest jne.
- Tugev konkurents.
- Vähene rahvusvaheline kogemus.
- Tolliprotseduurid ja korruptsioon.
- Poliitilised probleemid.
- Paljude kaubakettide väga ahistav ühepoolne surumine lepingute ja tarnete osas.

Tabel 3.11.

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevate probleemidega kokku puutumine

- Lätis on äärmiselt madal ärikulutuur ja keeruline saada partneritelt pangagarantiisid.
- Venemaa
- Monopoliseeritud alkoholi müügivõrgustikuga riigid näiteks Rootsi ja Norra.
- Läti
- Leedu
- Ostjaskonna madal ostujõud Venemaal.
- Ida poolsed riigid-poliitiline ebastabiilsus.
- Läti ostujõud on tunduvalt langenud.
- Lätis majandusliku ebastabiilsuse tõttu lõpetatud projekt.
- Ukraina poolt maksmata jätmine.