

**Eesti ettevõtete
eksportiprobleemide uuring.
Metalli ja metalltoodete
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

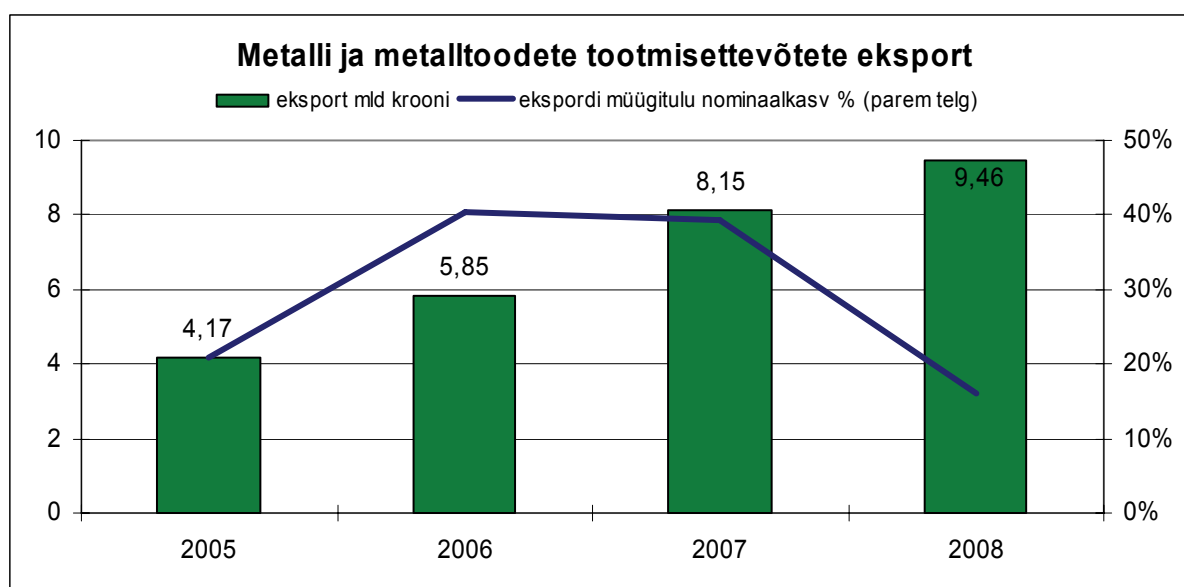
1. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete ekspordistatistika lühiülevaade.....	5
2. Ekspordiprobleemide uuringu küsimustiku analüüs- metalli ja metalltoodete tootmisettevõtted	6
2.1. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete üldiseloostus	6
2.2. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete konkurentsivõime	8
2.3. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete ekspordi arengut takistavad probleemid	12
2.4. Ekspordialane abi ja riigipoolne tugi metalli ja metalltoodete tootmisettevõtetele	25
3. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete küsimustiku vabad vastused	31

1. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete ekspordistatistika lühiülevaade

Statistikaameti andmetel oli Eestis 2008. aastal 980 metallitööstusettevõtet ja neist oli eksporditajaid 40% (376 ettevõtet). Metallitööstusettevõtete ekspordi kogumüügitulu oli 2008. aastal 9,46 mld krooni (joonis 1.1.), moodustades 13% töötleva tööstuse ekspordi kogumüügitulust. Ekspordi osatähtsus moodustas 2008. aastal 53% kogumüügitulust. Ühe eksporditava ettevõtte keskmine ekspordi müügitulu oli 25 mln krooni.

41% metallitööstuse eksporditajatest olid ettevõtted, kelle töötajaskond oli 20 ja enam inimest ning need ettevõtted andsid 94% eksporditulust. Nimetatud töötajate arvuga metallitööstusettevõtte keskmine ekspordi müügitulu oli 2008. aastal 57 mln krooni.

Joonis 1.1.



Allikad: Statistikaamet; EKI

Metallitööstusettevõtete ekspordist 1/3 moodustavad metalltooted ja 2/3 metallid. **Metallide peamised ekspordiar artiklid** 2008. aastal olid raua ja terase jäätmed ja jäägid, lehtvaltstooted ja survetöötlemata alumiinium. Nimetatud kolme metalli ekspordiar artikli müügitulu andis metallide ekspordi kogumüügitulust ligikaudu 2/3. Peamised ekspordi sihtturud olid 2008. aastal Türgi, Läti ja Soome.

Metalltoodete põhilised ekspordiar artiklid olid rauast või terasest metallkonstruktsioonid, metallist mere- ja veeteede konstruktsioonid ning tooted tellingute ja raketiste püstitamiseks. Nimetatud kolme metalltoote ekspordiar artikli müügitulu andis metalltoodete ekspordi kogumüügitulust ligi pool. Sihtturgudest olid suurimad Soome, Rootsi ja Norra.

2. Ekspordiprobleemide uuringu küsimustiku analüüs- metalli ja metalltoodete tootmisettevõtted

2.1. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete üldiseloomustus

Uuringule vastanud 396-st eksportöörist 65 ehk iga kuues eksportöör tegutses metalli ja metalltoodete tootmise tegevusaladel. Eksportivatest metalli ja metalltoodete tootmisettevõtetest 48% olid väikeettevõtted (tabel 2.1.).

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

Mikroettevõtted (1-9 töötajat)	26
Väikeettevõtted (10-49 töötajat)	48
Keskised ettevõtted (50-249 töötajat)	21
Suurettevõtted (250 ja rohkem töötajat)	5

Vastanutest 79%-l olid Eesti omanikud (tabel 2.2.). Välisosalusega eksportööre oli kokku viiendik.

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

100% Eesti kapitalil põhinevad ettevõtted	79
välisosaluse vähemusega ettevõtted	9
välisosaluse enamusega ettevõtted	5
100% välisosalusega ettevõtted	7

57%-l välisosalusega eksportööridel võttis välisosanik osa ekspordistrateegia koostamisest, kusjuures enamusel eksportööridel (3/4-l) oli välisosaniku panus selle loomisse suur. 100% välisosalusega ettevõtetest 40% langetas eksporditegevust puudutavad otsused täiesti väljaspool Eestit ja iga viies ettevõtte osaliselt Eestist väljaspool..

Ligikaudu kolmandikul vastanud metalli ja metalltoodete eksportööridel moodustas ekspordi müügitulu osakaal kogumüügitulust üle 76% (tabel 2.3.).

Tabel 2.3. Ekspordi osakaal müügitulus (% vastanud ettevõtetest)

kuni 25%	27
26%-50%	22
51%-75%	20
76%-100%	31

Suur osa küsitlusele vastanud metalli ja metalltoodete tootmisettevõtetest (70%) olid eksportinud juba pikemat aega (tabel 2.4.). Iga kümnes vastanu oli nõ algaja eksportöör, kel olid mõneaastased ekspordikogemused.

Tabel 2.4. Ekspordiga tegelemise kestus (% vastanud ettevõtetest)

kuni 2 aastat	10
2-5 aastat	20
5 aastat ja rohkem	70

66% eksportööridest nimetas ekspordi sihtriikide arvuks kaks kuni viis (tabel 2.5.). Iga viies eksportöör ekspordis kuude kuni kümnesse või enamasse välisriiki. Vastanutest iga seitsmes (mikroettevõtte) omas ainult ühte ekspordi sihtriiki. Pooled küsitletud kirjutasid ka oma esimese ekspordi sihtriigi eksporditulu järgi. 43%-le küsitletud ettevõttele oli Soome põhiliseks ekspordi sihtriigiks. Iga viienda Eesti metalli ja metalltooteid tootva ettevõtte-eksportööri põhiline välisriik oli Rootsi. Esmastest välisriikidest märgiti ära ka Leedut, Hollandit, Norrat ja Ameerika Ühendriike.

Tabel 2.5. Ekspordi sihtriikide arv (% vastanud ettevõtetest)

1 välisriik	14
2-5 välisriiki	66
6-10 välisriiki	15
10 ja enam välisriiki	5

Suure osa vastanud metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete (2/3) ekspordiarartikliteks oli ainult kaubad (tabel 2.6.). Iga neljas ettevõtte teostas nii kaupade kui ka teenuste ekspordi.

Tabel 2.6. Ettevõtete ekspordiarartikkel (% vastanud ettevõtetest)

Ainult kaubad	67
Nii kaubad kui teenused	28
Ainult teenused	5

Üle poolte eksportijatest (63% vastajatest) viis välisriikidele valmistoodangut. Ülejäänud eksportöörid toimetavad pooltoodete Eestist väljaveoga.

Kõige levinumaks on (55%-l vastajatel) müük läbi vahendustehingute (tabel 2.7.). Pea sama paljude eksportööride toodang (pooltoodet) osteti ära välismaiste tootmisettevõtete poolt. Otse lõpptarbijale müüs toodangut kolmandik vastanud eksportööridest.

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

Müük otse lõpptarbijale	33
Müük lõpptarbijale läbi vahendaja	55
Müük välismaisele tootmise (-teenindus) ettevõttele	52
Müük emettevõttele välismaal	16
Müük eksporditootangu (-teenuste) tegijale Eestis	18

Igas kolmandas metalli ja metalltooteid ekspordinud ettevõttes töötas eksporditoodete turustamise alal vähemalt üks täistöökoht spetsialist. Ankeedis oli lisaks küsimus ekspordiga tegelevate töötajate keeleoskuse kohta. Vastajatest 2/3 rääkis vähemalt kolmes võõrkeeles.

Inglise keeles kõnelejaid oli enamus vastajatest (85%). Soome ja vene keelt tuli läbirääkimistel kasutada üle 67%-l vastajatel. Suhtlust välispartneritega oli samuti saksa, rootsi, norra ja gruusia keeles.

35% metalli ja metalltoodete tootmisettevõtetest eksportis keskmise hinnaga ja kõrge kvaliteediga toodangut (tabel 2.8.). Vastanud eksportööridest pea sama paljud (37%) tegelesid keskmise hinnaga ja keskmise kvaliteediga toodete väljaveoga.

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

hind	kõrge	2	3	5
	keskmine	2	37	35
	madal	0	9	7
		madal	keskmine	kõrge
		kvaliteet		

2.2. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete 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

Metalli ja metalltoodete tootmise konkurentsivõime võrreldes majanduslanguse eelse ajaga

Võib öelda, et ettevõtjate hinnangul on nende konkurentsivõime kriisieelse ajaga tervikuna paranenud. Ettevõtetest 42% hindas, et konkurentsivõime ei ole muutnud. Veerand ettevõtjatest leidis, et nende konkurentsivõime on tõusnud ning viiendik, et langenud (tabel 2.9.). Oma konkurentsivõimet Euroopa Liidu turul hindasid ettevõtted negatiivsemalt. 18% ettevõtetest leidis, et konkurentsivõime on tõusnud võrreldes majanduslanguse eelse ajaga, konkurentsivõime on langenud 16% ettevõtetel. Konkurentsivõime kogemus väljaspool EL-i puudus pea pooltel ettevõtetel. Võrreldes majanduslanguse eelse ajaga oli konkurentsivõime väljaspool EL-i jäänud samaks 40%-l ning tõusnud kümnendikul ettevõtetel. Konkurentsivõime langust kolmandate riikide välisturul koges 7% ettevõtetest. Ettevõtjad, kelle hinnangul nende konkurentsivõime välisturgudel tõusis, põhjendasid edu täiustunud

tootmisprotsessi ja töötingimustega ning tööjõukulude osakaalu langusega. Lisaks mainiti veel, et ettevõtte on saanud üleeuroopalise kvaliteeditunnistuse EOTA või ollakse ainus alternatiiv oma sektoris Hiina tootjatele.

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

	tõusnud	jäänud samaks	langenud	puudub kogemus, ei saa vastata	saldo ¹
konkurentsivõime Eesti siseturul	24,2	41,9	19,4	14,5	4,8
konkurentsivõime EL-is	17,7	59,7	16,1	6,5	1,6
konkurentsivõime väljaspool EL-i	10,0	40,0	6,7	43,3	3,3

Ettevõtete konkurentsieelised välisurgudel

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

Kõige suuremaks konkurentsieeliseks välisurgudel pidasid metalli ja metalltoodete tootmisettevõtted vajaliku oskusteabe olemasolu (82% vastanutest) (tabel 2.10.). Välisurgude, -tarbijate eelistuste head tundmist ning toodete (teenuste) kõrget kvaliteeti mainis eelistena 4/5 vastanutest. Eraldi toodi konkurentsieelistest välja veel hinna-kvaliteedi suhet, kliendikeskset suhtumist, kuid ka näiteks toodete ainulaadsust. Ettevõtted nimetasid peamise konkurentsieelise ka paindlikkust ja kiiret tarneaega.

Seevastu head turundusoskust ning intellektuaalset omandit ei pidanud eelisteks vastavalt 47% ja 44% vastajatest. Kogemuste puudust tunnistasid ettevõtted enim välisosaluse olemasolu ja hea keeleoskuse osas.

Tabel 2.10. Ettevõtete konkurentsieelised välisurgudel (% vastanud ettevõtetest)

	jah, on eelis	ei ole eelis	puudub kogemus, ei saa vastata
vajaliku oskusteabe olemasolu	82,3	16,1	1,6
välisurgude, -tarbijate eelistuste hea tundmine	81,0	12,7	6,3
toodete (teenuste) kõrge kvaliteet	81,0	17,5	1,6
madalam tootmise kulutase	80,3	19,7	0,0
isiklikud kontaktid, lai tutvusringkond	80,3	13,1	6,6
kõrge kvaliteediga toode madalama hinnaga	75,8	19,4	4,8
tööjõu kõrge kvaliteet ja professionaalsus	74,1	24,1	1,7
pikaajaline koostöökogemus välismaal	70,0	20,0	10,0
vajalike tootmisvõimsuste olemasolu	61,9	36,5	1,6
innovaatilisus ja tootearendus	58,7	29,1	12,2
kaasaegne tehnoloogia, tarkvara tase	49,2	41,0	9,8
kiire ja paindlik reageerimine nõudluse muutumisele	44,8	43,1	12,1
hea turundusoskus	40,4	47,4	12,3

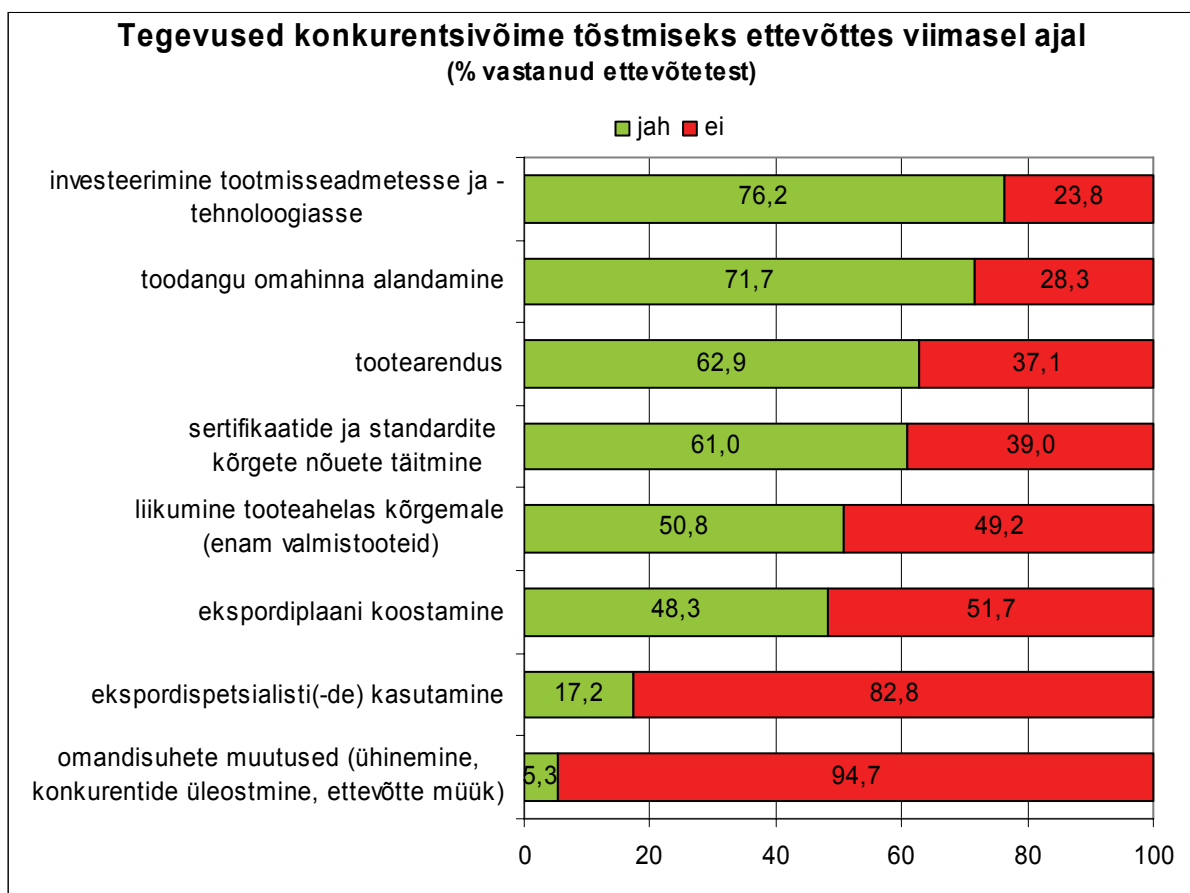
¹ Konkurentsivõime osas tõusnud ja langenud ettevõtete saldo

	jah, on eelis	ei ole eelis	puudub kogemus, ei saa vastata
hea keeleoskus	38,6	35,1	26,3
intellektuaalne omand	35,1	43,9	21,1
välisosalususe olemasolu	15,3	39,0	45,8

Ettevõtte sisesed tegevused konkurentsivõime tõstmiseks

Konkurentsivõime tõstmiseks on ettevõtted viimasel ajal investeerinud tootmiseseadmetesse ja – tehnoloogiasse ning alandanud toodangu omahinda, mida nimetas 3/4 vastanutest (joonis 2.1.). Oluliseks peeti ka tootearendust ning pea 2/3 vastanutest sertifikaatide ja standardite kõrgete nõuete täitmist. Vähem oldi tegeletud ekspordispetsialisti kasutamise ning omandisuhete muutumisega.

Joonis 2.1.

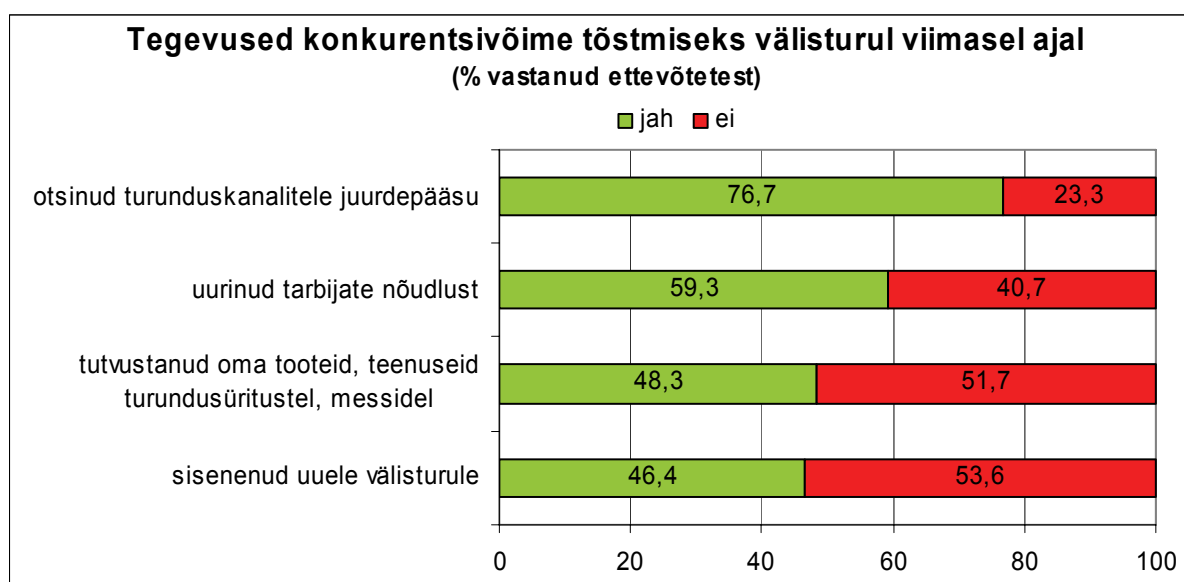


Koostöö ja tegevused välisurul konkurentsivõime tõstmiseks

Koostöö laiendamine ja arendamine konkurentsivõime tõstmiseks ei ole ettevõtete hulgas olnud väga populaarne. Ettevõtetest 41% oli laiendanud koostööd teiste samal turul tegutsevate ettevõtjatega. Ettevõtjaid ühendava liiduga oli liitunud iga kaheksas ettevõtte.

Üle 3/4 ettevõtetest oli oma konkurentsivõime tõstmiseks välisurul otsinud juurdepääsu turunduskanalitele (joonis 2.2.). Samuti oli 59% vastanud ettevõtjatest uurinud tarbijate nõudlust ja 48% tutvustanud oma tooteid ja teenuseid turundusüritustel ning messidel. Alla poolte vastanud ettevõtjatest oli sisenenud uuele välisurule. Lisaks olid ettevõtted kirjeldanud täpsemalt oma tegevusi välisurul. Näiteks oli otsitud uusi kliente väljaspool Põhjamaid ning avatud müügiesindusi ettevõtet huvitavates piirkondades.

Joonis 2.2.



Ekspordialaste tegevuskavade täitumine ja plaanid lähemal ajal

Ekspordialaste ettevõtted hindasid oma tegevuskavade ja plaanide täitumist viimasel ajal erinevalt. Ettevõtetest 9% märkis, et tegevuskavad täitusid täies ulatuses, 80%, et osaliselt ja 9%, et ei täitunud üldse. Selle hinnanguga jäävad metall ja metalltoodete tootmisettevõtted nn. keskmisest teiste harude ettevõtetest mõnevõrra negatiivsemaks.

Lähemal viiel aastal plaanivad pea kõik ettevõtted suurendada ekspordikäivet (97% vastanud ettevõtetest) (tabel 2.11.). Kolm neljandikku vastanud ettevõtetest plaanib suurendada välisurgude arvu ning toota turule uusi tooteid ja teenuseid. Sortimenti kavatakse laiendada peaaegu 2/3 ettevõtetest.

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

	plaanin	ei plaani
suurendada ekspordikäivet	96,9	3,1
suurendada välisturgude arvu	77,0	23,0
uute toodete, teenuste turule toomine	76,7	23,3
laiendada sortimenti	62,5	37,5

2.3. Metall ja metalltoodete tootmisettevõtete 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.

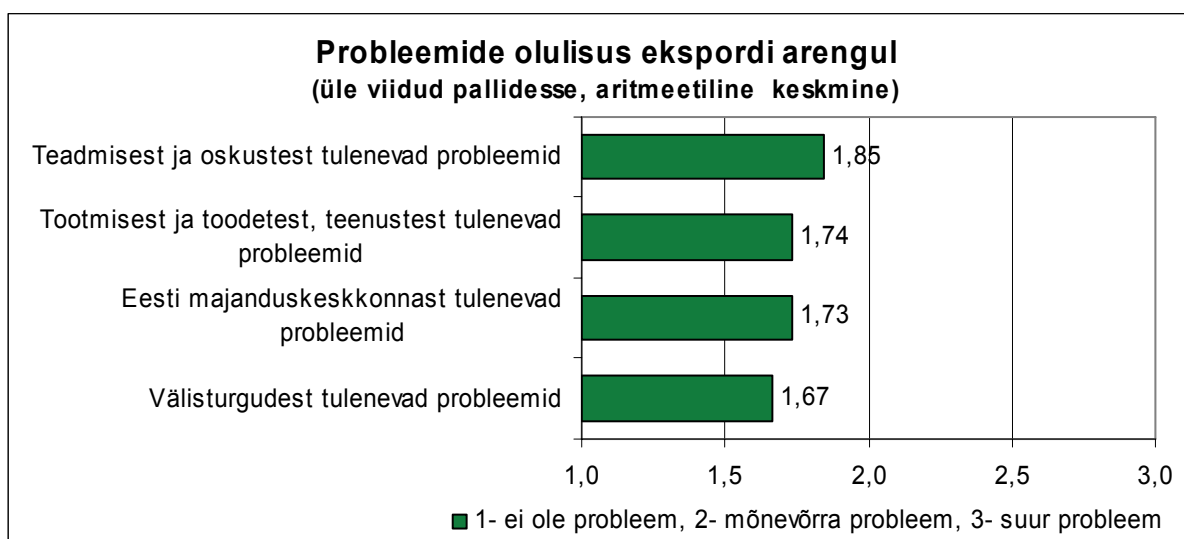
1. Ettevõtte sisesed probleemid
2. Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid
3. Sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid
4. Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid
5. Takistused sihtriigi seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega
6. Tariifsete barjääridega 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 gruppi : probleemid teadmiste ja oskustega; probleemid tootmise, toodete ja teenustega; Eesti majanduskeskkonnast tulenevad probleemid; välisturgudest 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 ekspordimisel on enim takistanud.

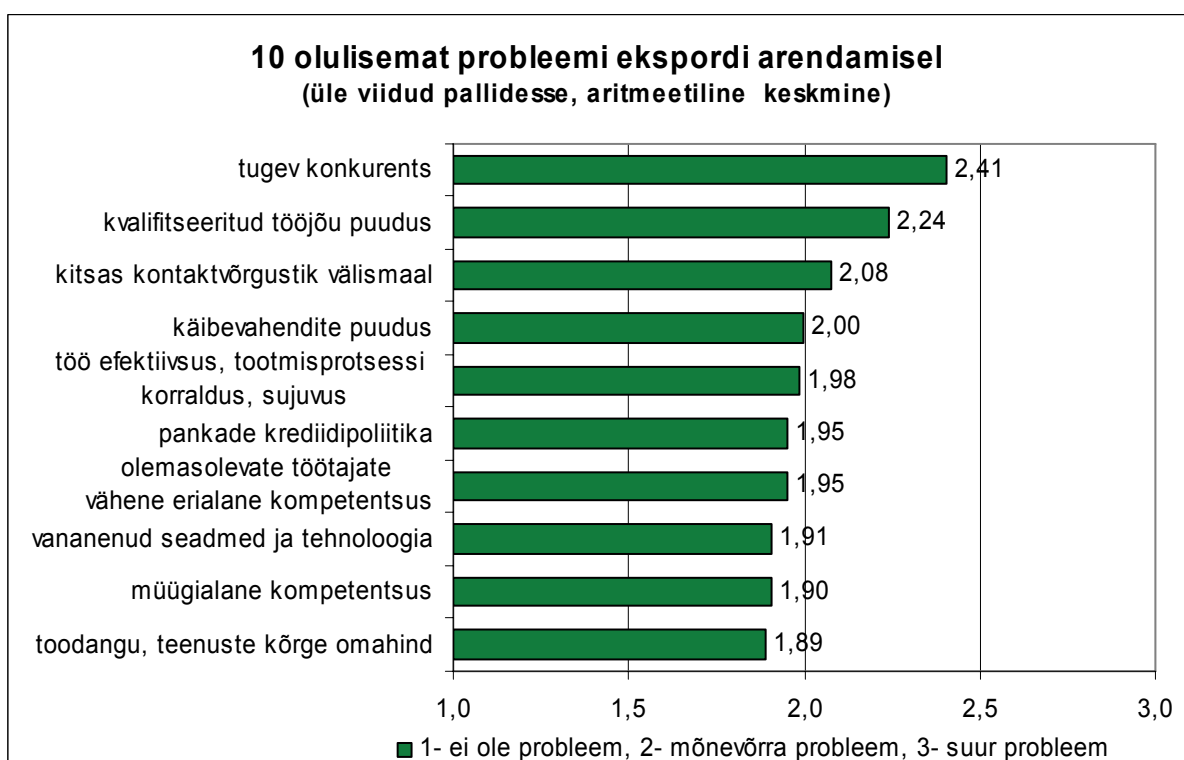
Võib öelda, et metalli ja metalltoodete tootmisettevõtted olid keskmisest teiste harude ettevõtete vastanute tulemusest rohkem hädas ekspordi piirangutega. Enam murettekitavad ettevõtjate jaoks olid teadmiste ja oskustega seotud probleemid, kõige vähem muresid seostus otseselt välisturgudega (joonis 2.3.).

Joonis 2.3.



Järjestades 31 erinevat probleemi hindepunktide alusel selgus, et ettevõtjate jaoks kõige suuremaks murekohaks oli tugev turukonkurents (keskmine hinne 2,41) (joonis 2.3.). Teiseks väga suureks probleemiks oli kvalifitseeritud tööjõu puudus (hinne 2,24). Ekspordi arengut takistasid veel oluliselt kitsas kontaktvõrgustik välismaal (hinne 2,08) ja käibevahendite puudus.

Joonis 2.4.



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.

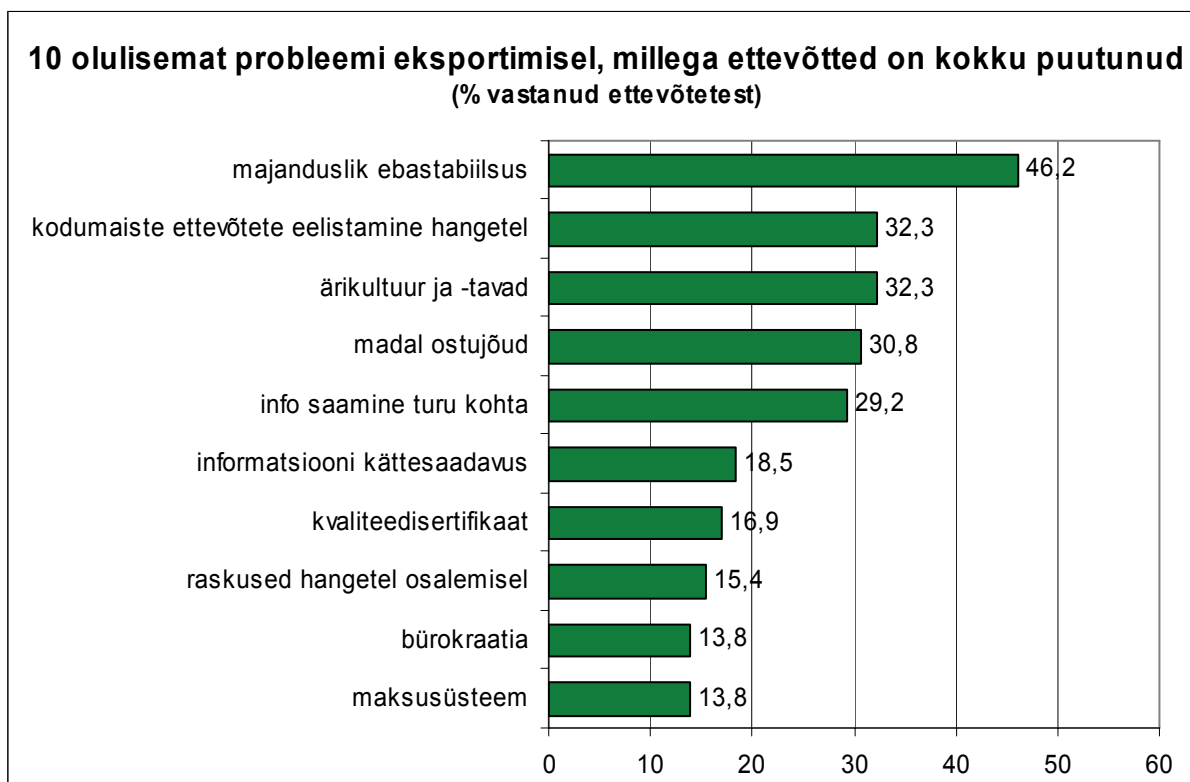
Uuringust ilmnis, et kõige suuremaks probleemidegrupiks, millega ettevõtjad on kokku puutunud, oli sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid (tabel 2.12.).

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

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevate probleemidega kokku puutumine	22,9%
Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevate probleemidega kokku puutumine	14,4%
Sihtriigi seadusandlusest tulenevate probleemidega kokku puutumine	8,4%
Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega	4,3%
Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine	4,6%
Sihtriigis esinenud takistused seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega	5,3%
Sihtriigis esinenud probleemid "tehniliste" kaubandustõkete vallas	5,6%

Konkreetsetest probleemidest oldi enam kokku puutunud majandusliku ebastabiilsusega (seda nimetas 46% eksportijatest), kodumaiste ettevõtete eelistamisega hangetel (32% ettevõtjatest), erinevustega ärikultuuris (32%) ja madala ostujõuga (31%) (joonis 2.5.).

Joonis 2.5.

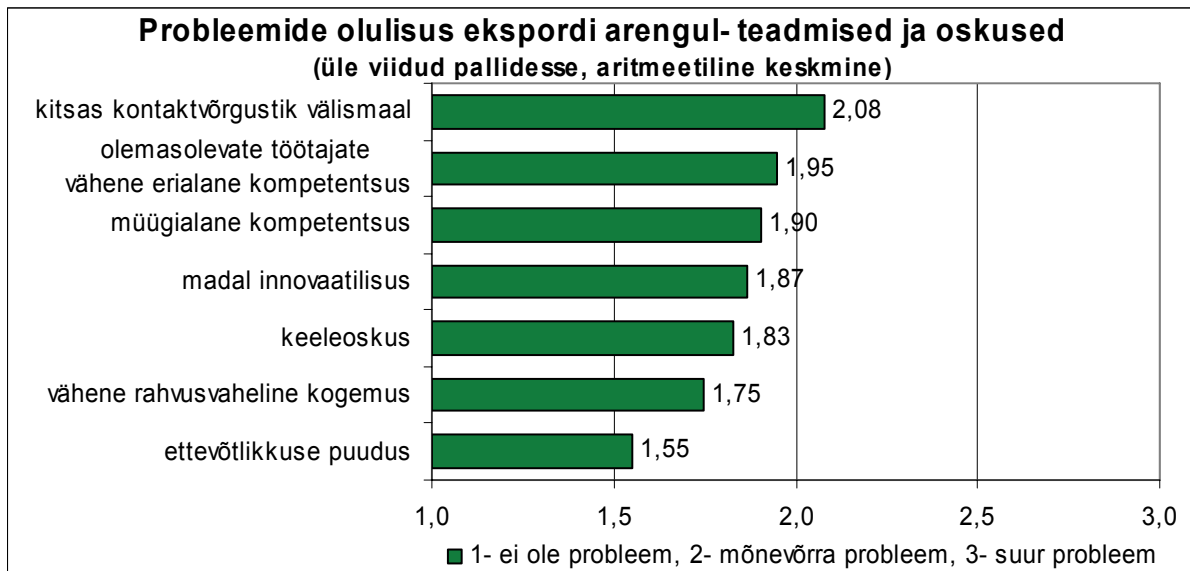


Ettevõtte sisesed probleemid ekspordi arengul

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

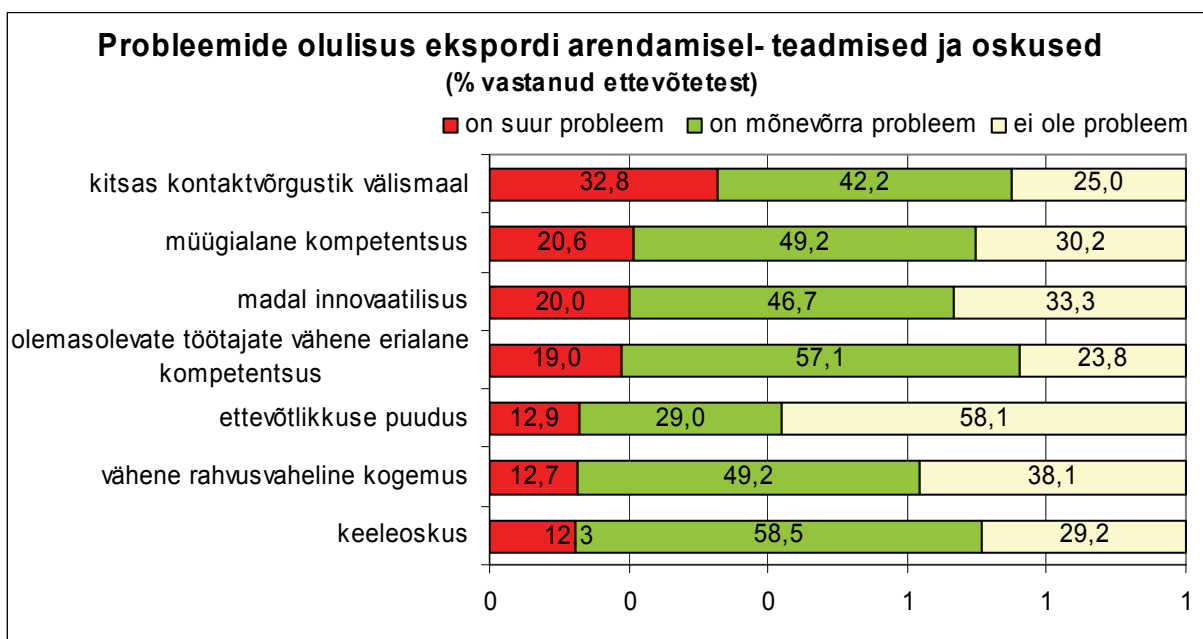
Teadmiste ja oskustega seotud takistustest ekspordi arengul oli kõige suuremateks muredeks kitsas kontaktvõrgustik välismaal ja olemasolevate töötajate vähene erialane kompetentsus (joonised 2.6. ja 2.7.).

Joonis 2.6.



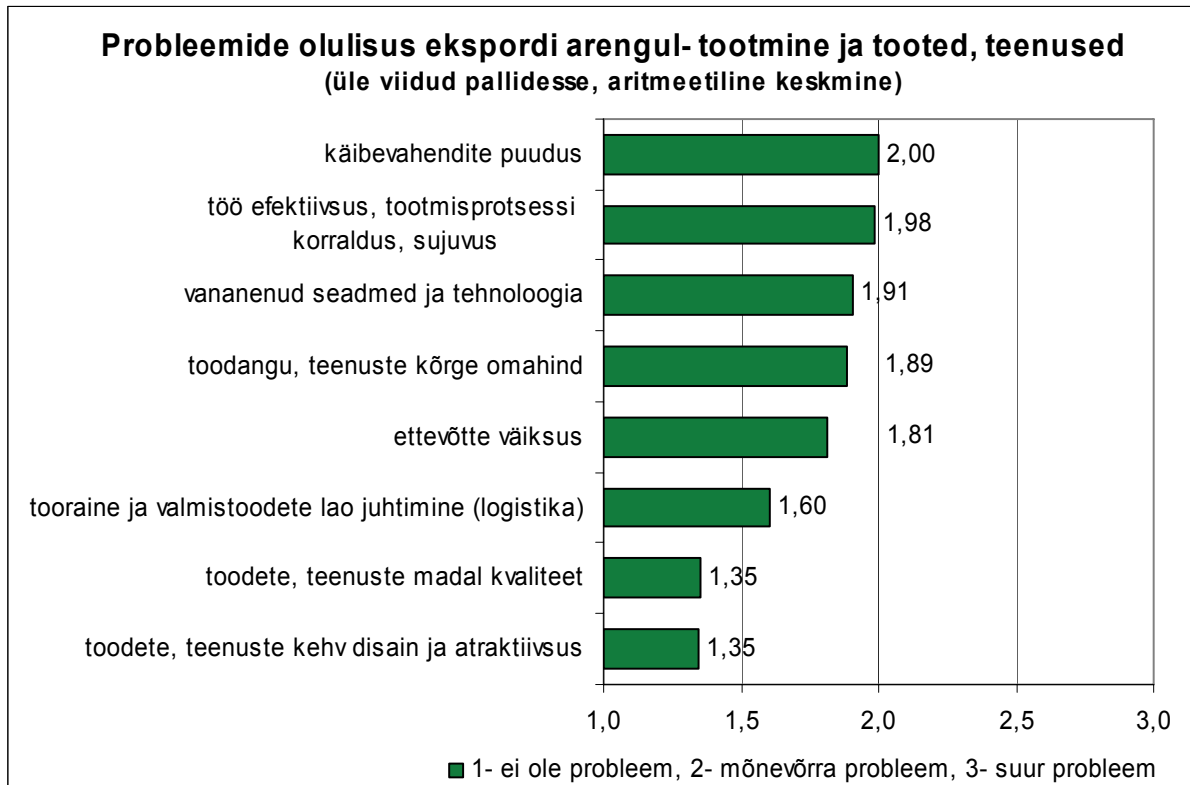
Kitsas kontaktvõrgustik välismaal oli suur probleem kolmandikule vastanutest ja müügialasest kompetentsist tundis puudust 21% vastanutest. Vastanutest viiendik tõi suure probleemina välja madalat innovaativsust (joonis 2.7.).

Joonis 2.7.



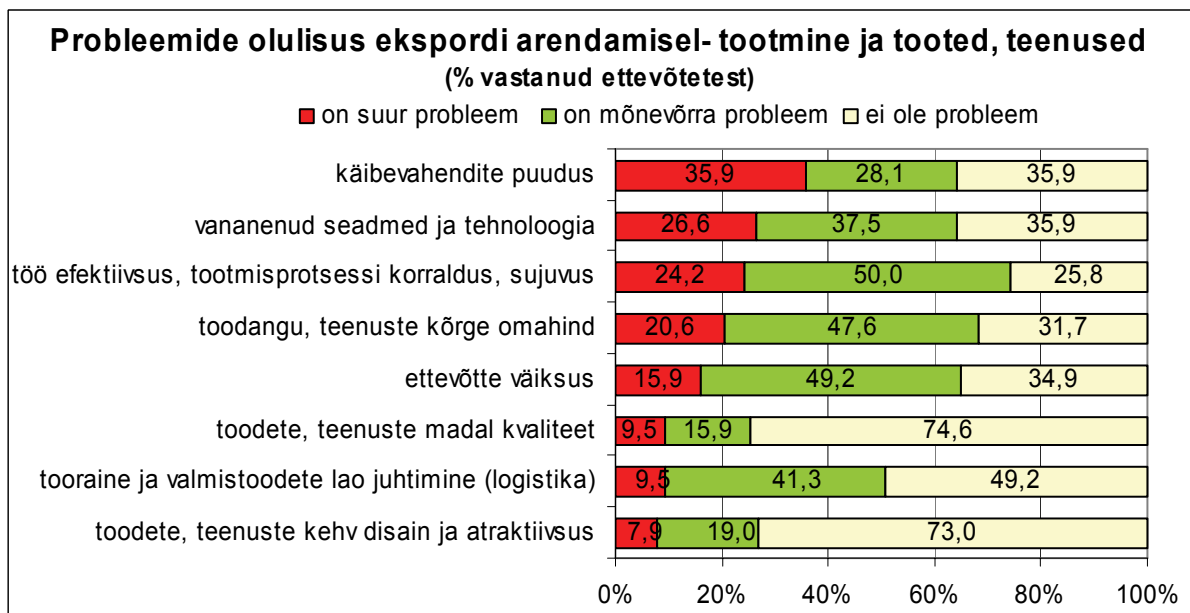
Tootmise ja toodete, teenustega seotud takistustest olid kõige probleemsemad käibevahendite puudus ja töö efektiivsus. (joonis 2.8.).

Joonis 2.8.



Vastavalt 36% ja 24% ettevõtjatest leidis, et tegemist on suurte probleemidega (joonis 2.9.). Kõige väiksemate takistustena ekspordi arengul oli nähtud toodete ja teenuste kehv disain ning madalat kvaliteeti (3/4 vastanutest).

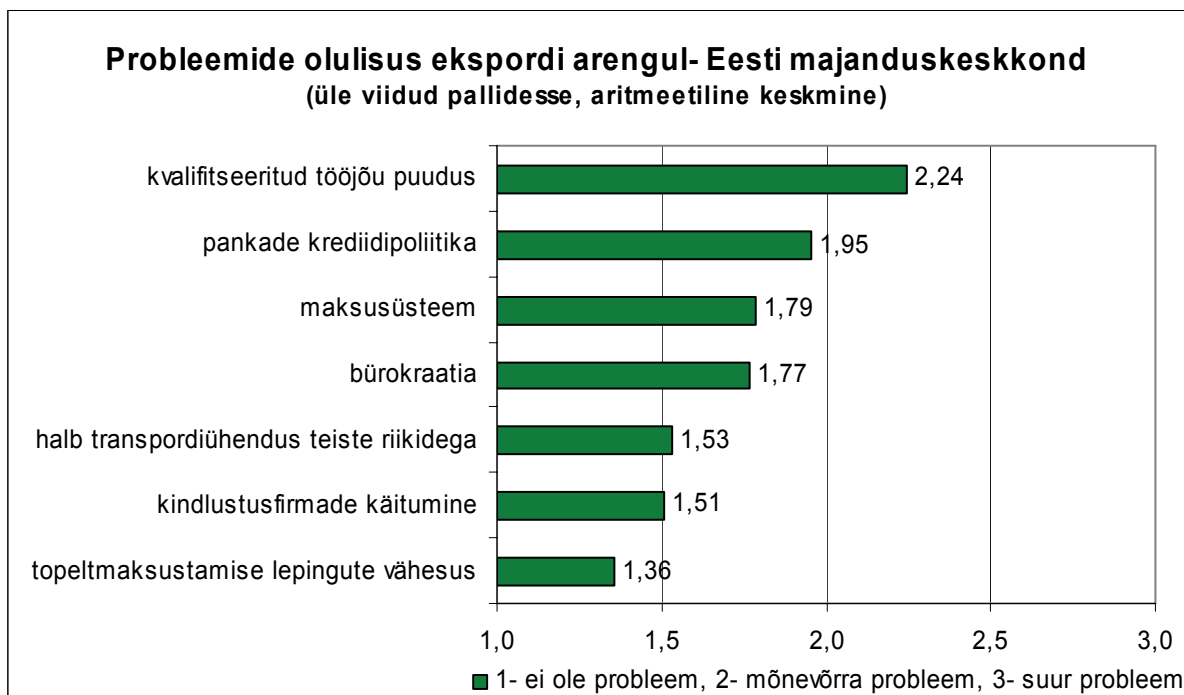
Joonis 2.9.



Eesti majanduskeskkonnast tulenevad probleemid ekspordi arengul

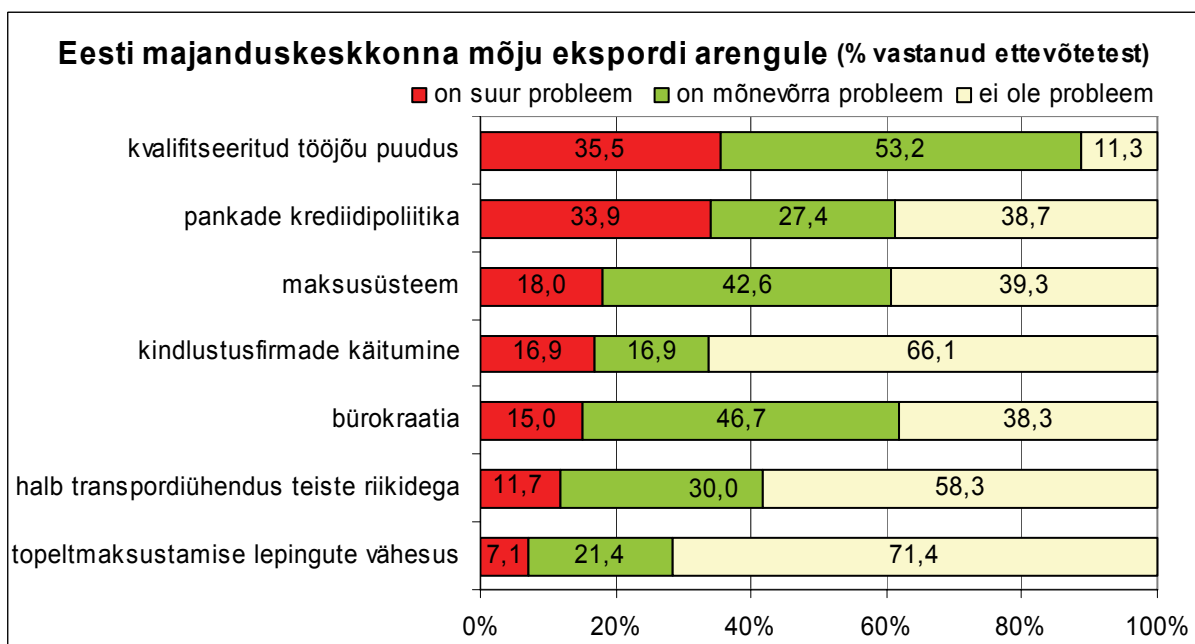
Eesti majanduskeskkonna teguritest oli suurimaks mureks ettevõtjatele kvalifitseeritud tööjõu puudus (joonis 2.10.). Vähem probleemseteks hindasid metalli ja metalltoodete tootmis-ettevõtteid topeltmaksustamise lepingute vähesust ja kindlustusfirmade käitumist.

Joonis 2.10.



Lisaks pidas 34% vastanutest suureks probleemiks pankade krediidipoliitikat ja 18% maksusüsteemi (joonis 2.11.).

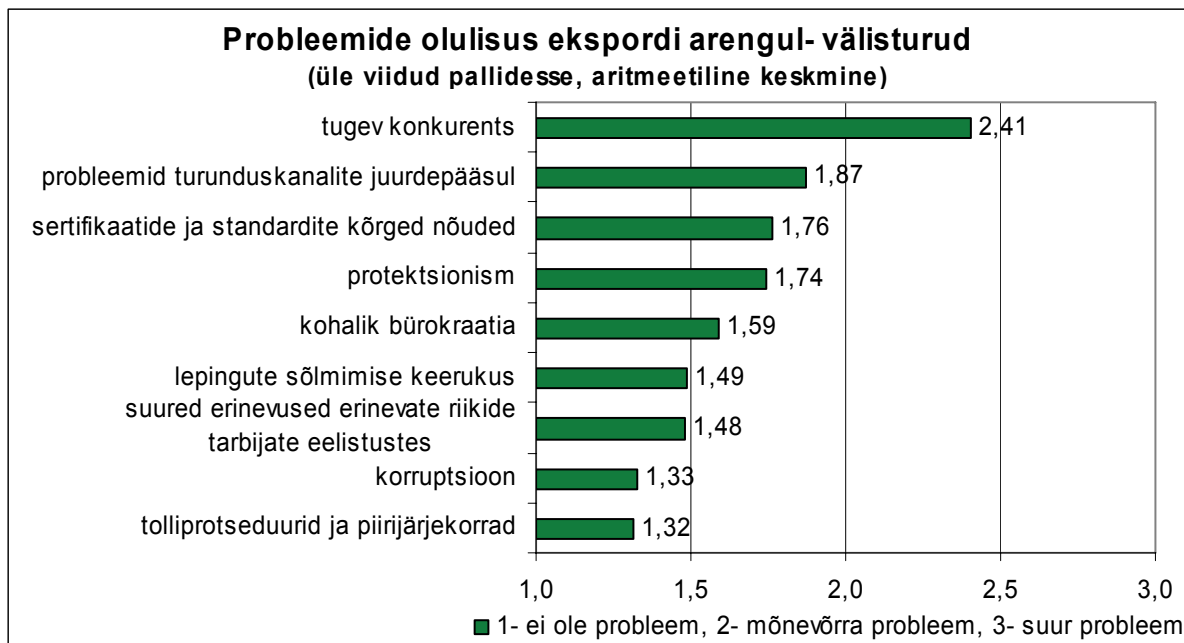
Joonis 2.11.



Välisurgudest tulenevad probleemid ekspordi arengul

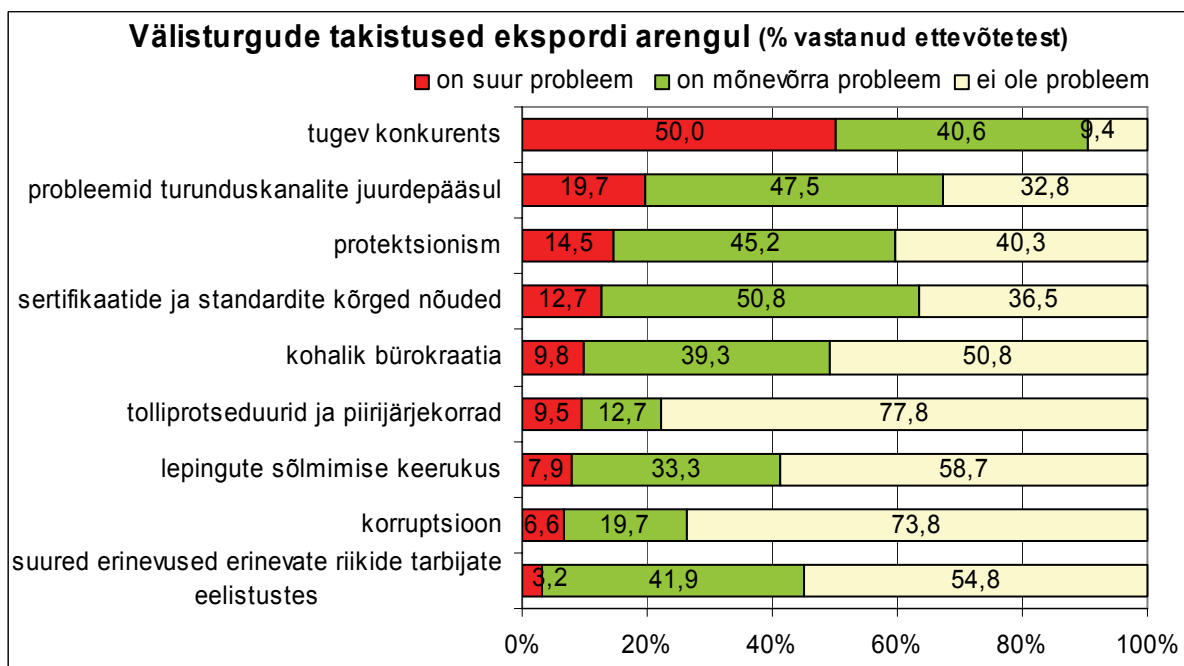
Uuring näitas, et välisurgude takistustest olid kõige suuremad probleemid tugeva konkurentsi ja turunduskanalitele juurdepääsuga (joonis 2.12.).

Joonis 2.12.



Pooled metalli ja metalltoodete tootmisettevõtted olid hinnanud tugevat konkurentsi suureks probleemiks ning viiendikul ettevõtetel olid tõsised probleemid turunduskanalitele juurdepääsul (joonis 2.13.). Tolliprotseduure ja piirijärjekordasid ning korruptsiooni ei ole oluliste probleemidena näinud 3/4 vastanutest.

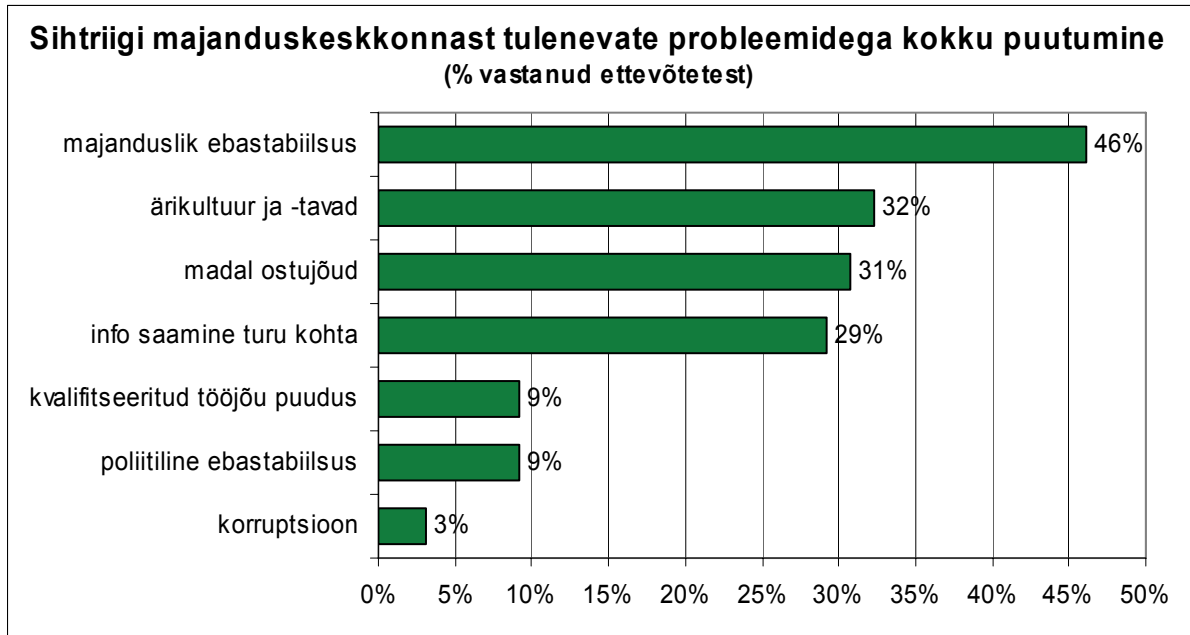
Joonis 2.13.



Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevatest probleemidest olid ettevõtted enim kokku puutunud majandusliku ebastabiilsusega (46% vastanutest), erineva ärikultuuri ja -tavade (32%) ning madala ostujõuga (31%) (joonis 2.14.). Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevatest probleemidest oli ettevõtetel vähem kokkupuuteid korrupsiooni ja poliitilise ebastabiilsusega.

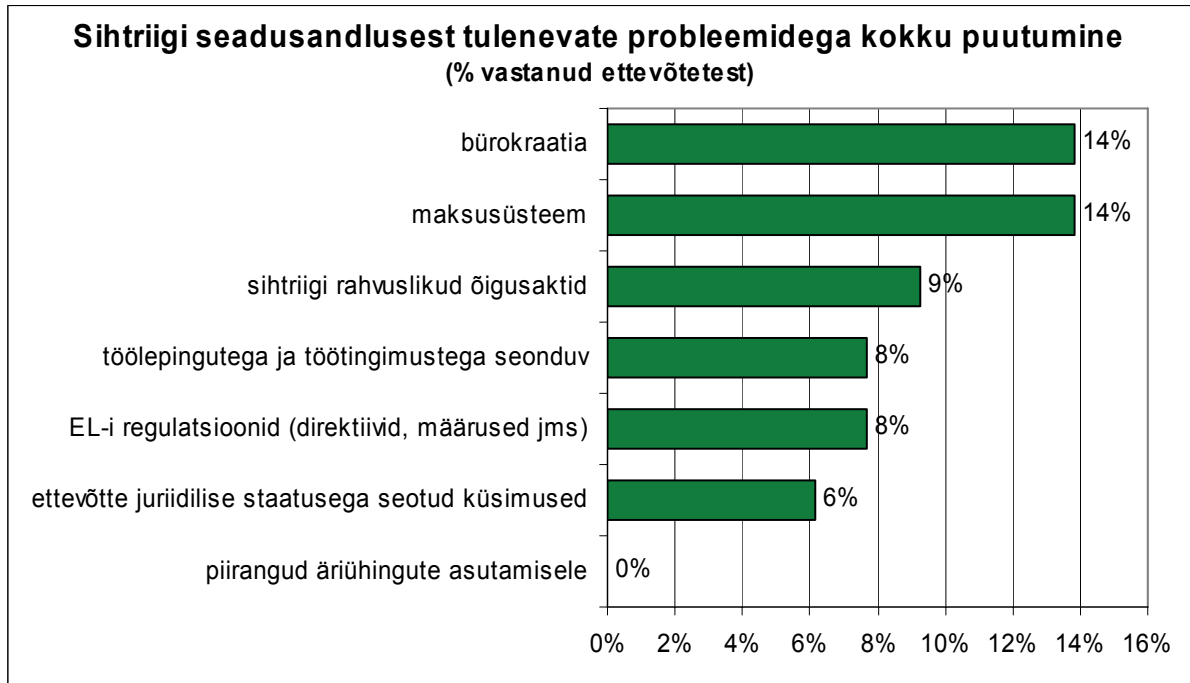
Joonis 2.14.



Sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi seadusandlusest tulenevatest probleemidest oli 14% ettevõtetest kokku puutunud bürokraatia ja maksusüsteemist tulenevate takistustega (joonis 2.15.). Kõige vähem eksportööre (vastavalt 0% ja 6% vastanutest) oli pidanud tegelema piirangutega äriühingute asutamisele ja ettevõtte juriidilise staatusega seotud küsimustega.

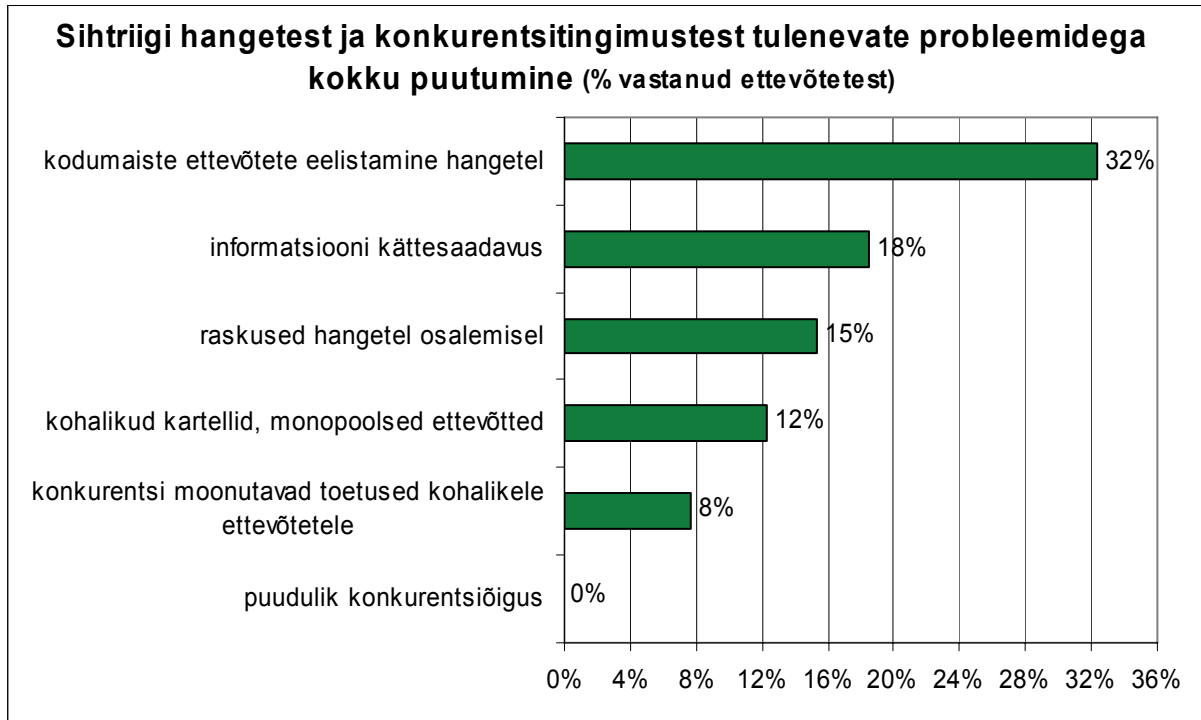
Joonis 2.15.



Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevatest probleemidest olid ettevõtted rohkem kokku puutunud kodumaiste ettevõtete eelistamisega hangetel ja informatsiooni kättesaadavusega (vastavalt kolmandik ja viiendik vastanutest) (joonis 2.16.). Puuduliku konkurentsioigusega ei olnud pidanud tegelema mitte ükski eksportöör.

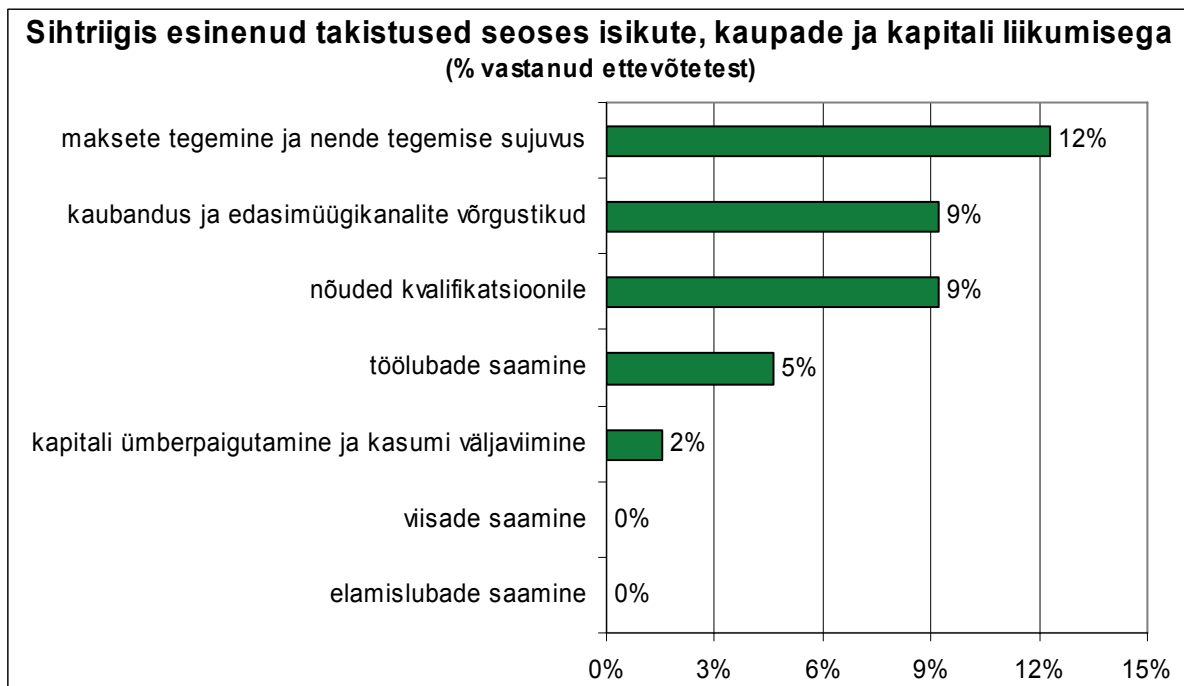
Joonis 2.16.



Takistused sihtriigis seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega

Sihtriigis esinenud takistustest, mis on seotud isikute, kaupade ja kapitali liikumisega, olid metalli ja metalltoodete tootmisettevõtted kõige rohkem kokku puutunud maksete tegemise ning nende sujuvusega. Lisaks oli ettevõtetel sihtriigis esinenud takistusi kaubandus ja edasimüügikanalite võrgustikkude ja nõuetega kvalifikatsioonile, mida tõi mõlemal juhul välja 9% vastanutest (joonis 2.17.). Ettevõtted ei olnud kokku puutunud viisade ja elamislubade saamise probleemidega.

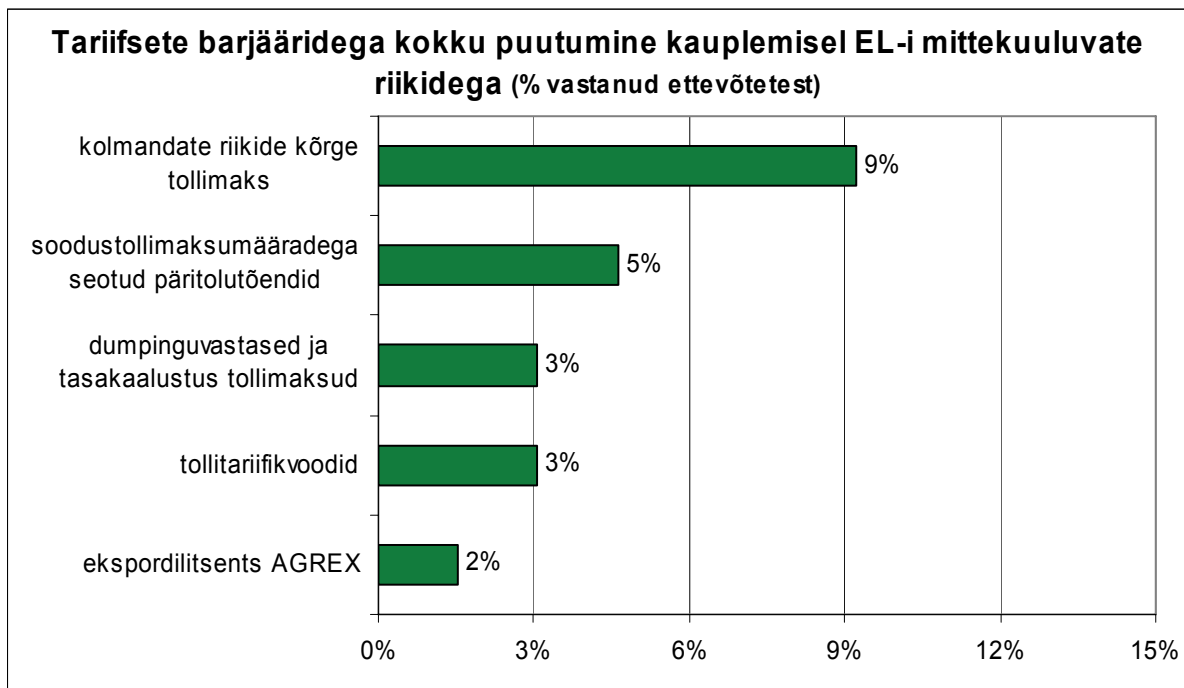
Joonis 2.17.



Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega

Tariifsete barjääridega kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega olid metalli ja metalltoodete tootmisettevõtted vähem kokku puutunud võrreldes teiste harude ettevõtete vastuste keskmisega. Vastanud ettevõtetest 9% mainis kolmandate riikide kõrget tollimaksu ning 5% soodustollimaksumääradega seotud päritolutõendeid (joonis 2.18.).

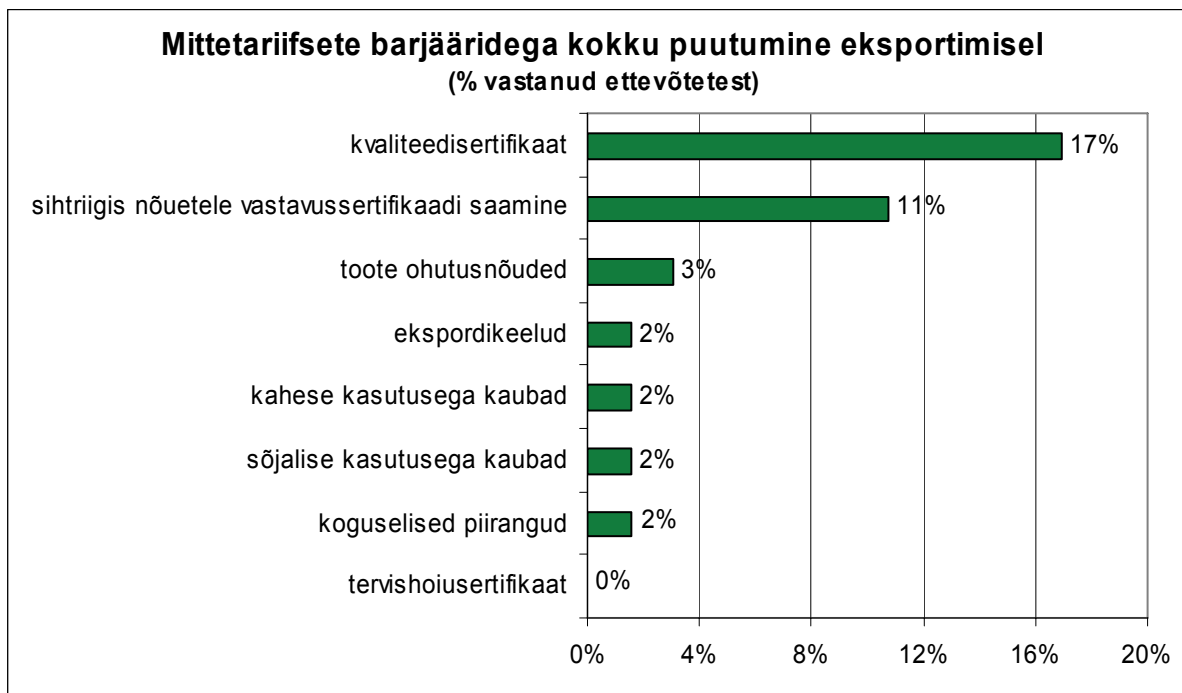
Joonis 2.18.



Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine ekspordimisel

Mittetariifsetest barjääridest olid ettevõtjad enim kokku puutunud probleemidega kvaliteedisertifikaatide saamiseks. Vastanutest 11% oli vaeva näinud sihtriigis nõuetele vastavussertifikaadi saamisega ja 3% toodete ohutusnõuete täitmisega (joonis 2.19.).

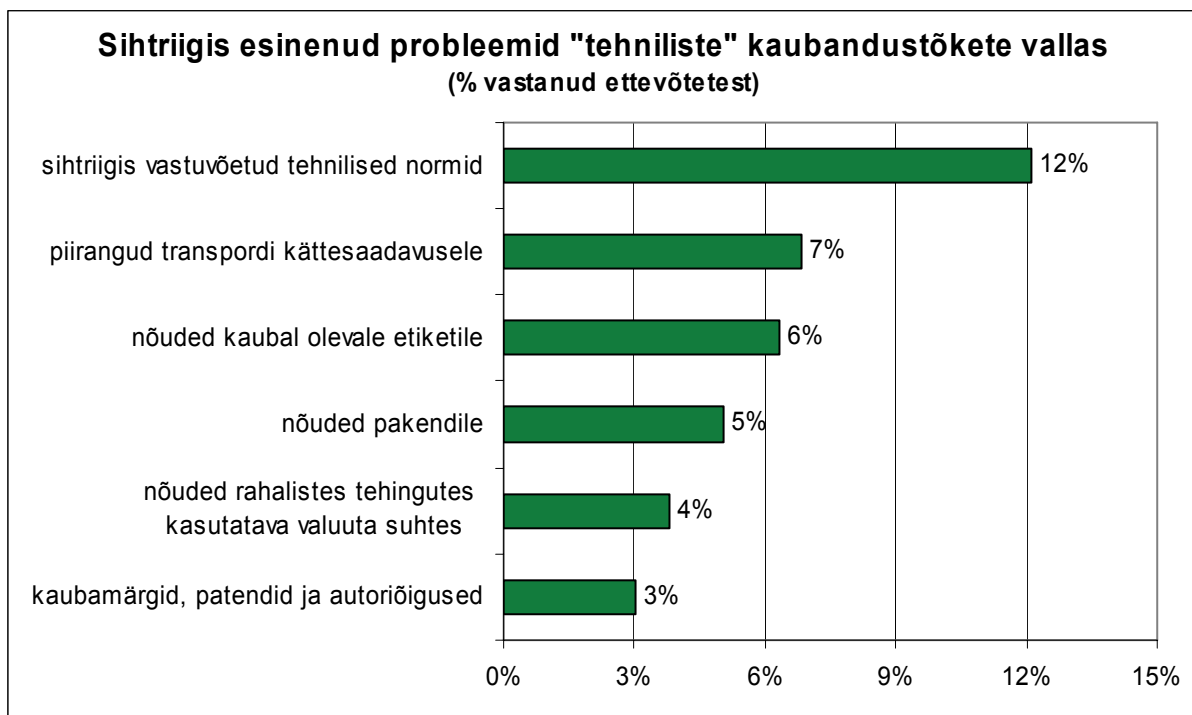
Joonis 2.19.



Tehniliste kaubandustõkete esinemine sihtriigis

Kõige enam ehk 12%-l vastanutest esines probleeme sihtriigis vastuvõetud tehniliste normidega. Piirangutega transpordi kättesaadavusele esines takistusi 7%-l vastanud metalli ja metalltoodete tootmisettevõtetel (joonis 2.20.). Veel oldi kokku puutunud nõuete täitmise probleemidega kaubal olevale etiketile ja pakendile (vastavalt 6% ja 5% vastanutest).

Joonis 2.20.

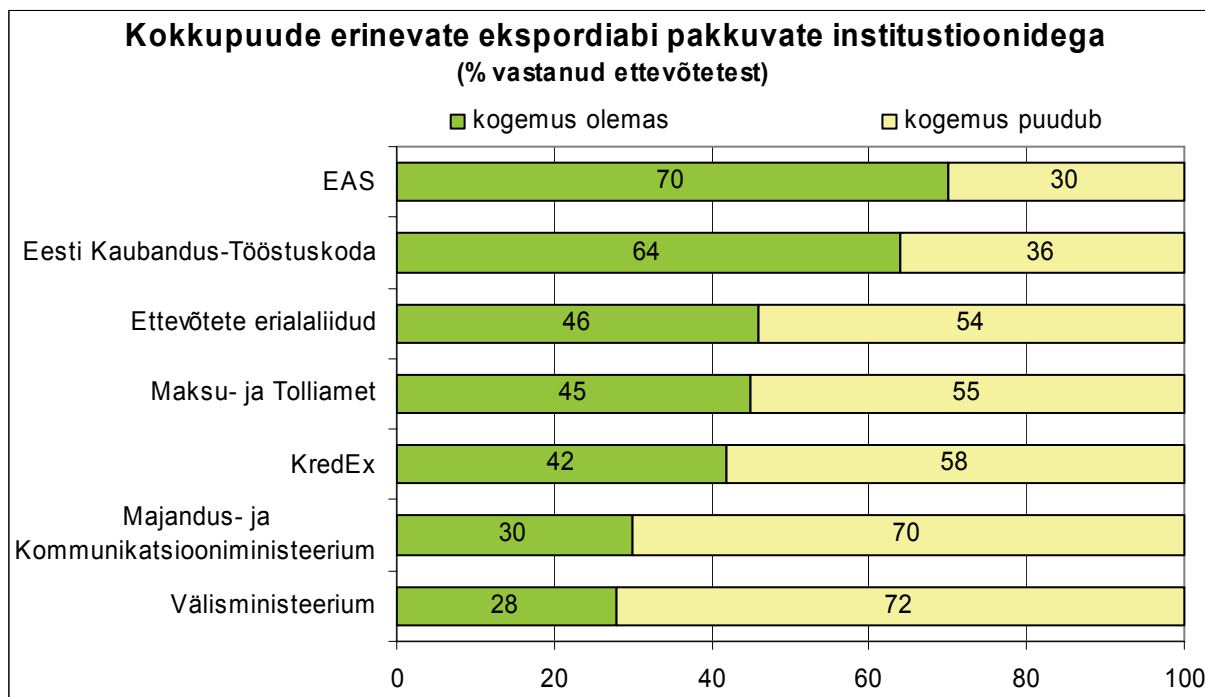


2.4. Ekspordialane abi ja riigipoolne tugi metalli ja metalltoodete tootmisettevõtetele

Uuringule vastanud ekspordivatest metalli ja metalltoodete tootmisettevõtetest veidi **üle kolmandiku (34%)** oli pöördunud erinevate institutsioonide poole ekspordialase abi saamiseks. Pöördunutest suur osa (70%) sai abi.

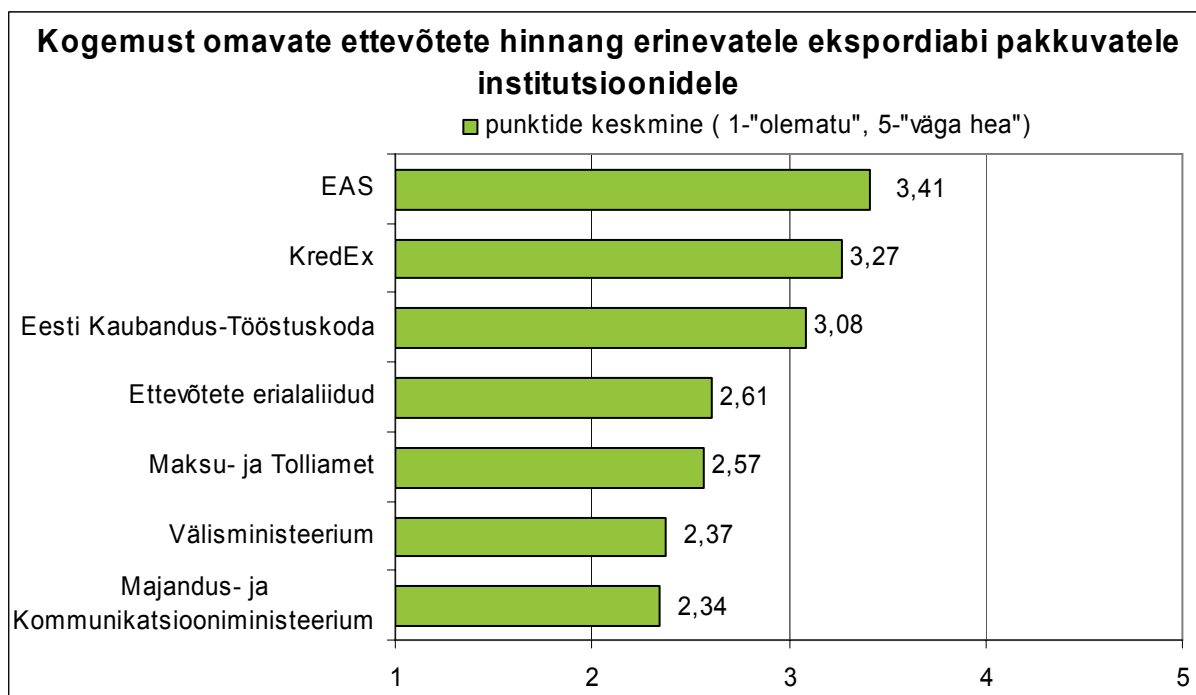
Enamik oli ekspordiabi saamiseks pöördunud EAS-i poole (joonis 2.21.). EKTK-st soovis eksporditöös vajaminevat abi 64% vastanutest. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumist ning Välisministeeriumist olid metalli ja metalltoodete tootmisettevõtted vähem ekspordiabi otsinud.

Joonis 2.21.



Metalli ja metalltoodete eksportijad olid enim rahul EAS-i ja KredEx-i ekspordiabiga (joonis 2.22.). Ka anti kõrge hinnang EKTK abile ja nõuannetele abi leidmiseks ekspordivaldkonnas. Kõige vähem oldi rahul Välisministeeriumi ning Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ekspordialase abiga.

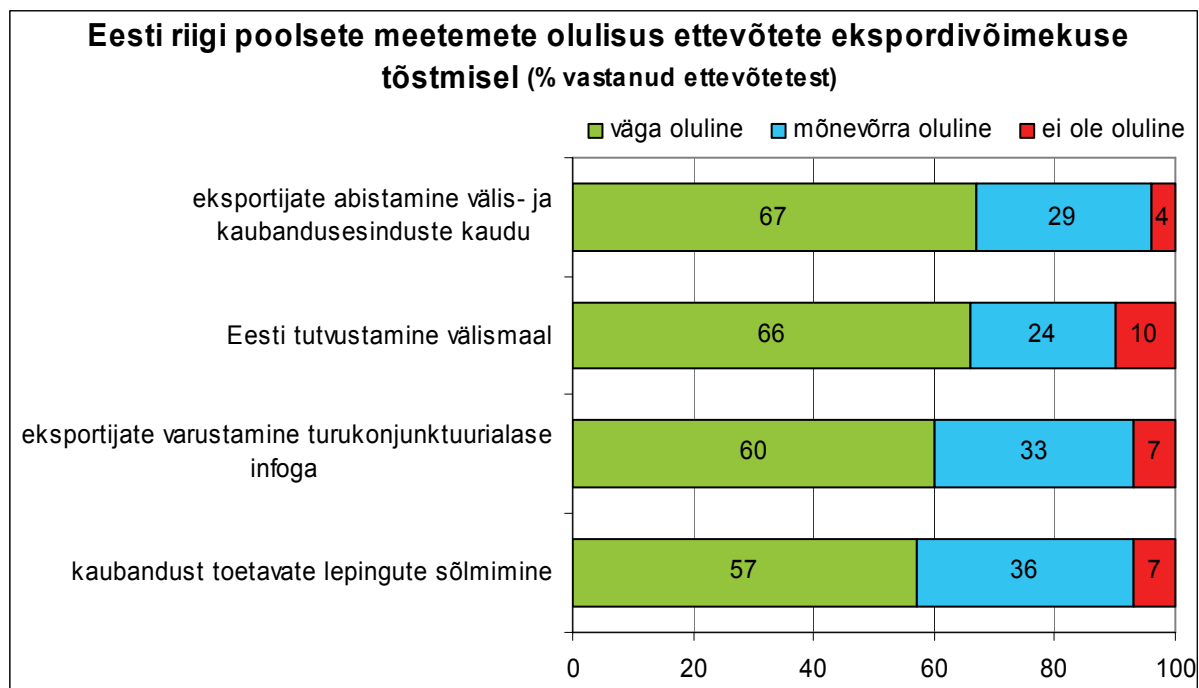
Joonis 2.22.



Eesti riigi poolsed abimeetmed

Suur osa küsitlusele vastanud metalli ja metalltoodete tootjaid-eksportööre (2/3) hindas kõige olulisemaks riigi poolseks eksporti toetavaks meetmeks välis- ja kaubandusesinduste kaudu toimuvat eksportööride abistamist (joonis 2.23.). Ka Eesti tutvustamine ja tuntuse suurendamine oli ülioluline sama paljude ettevõtjate jaoks (66% vastajatest).

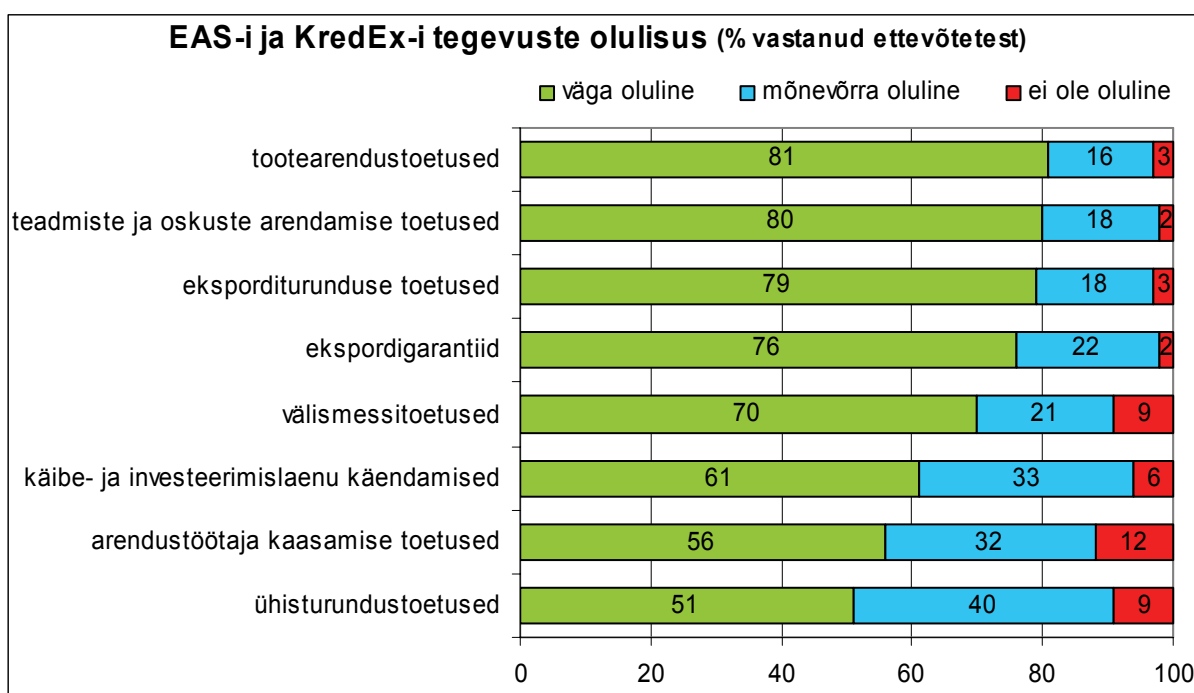
Joonis 2.23.



EAS-i ja KredEx-i poolsed tegevused

EAS-i poolt pakutavatest toetustest hinnati kolmeks kõige olulisemaks toetuseks tootearendus-, teadmiste ja oskuste arendamise- ning eksporditurunduse toetust (neid hindas oluliseks ligi 80% vastajatest, joonis 2.24.). Eksporditegevusega hõivatud metalli ja metalltoodete tööstusettevõtetele oli väga oluline samuti KredEx-i abi ekspordigarantiide väljastamise ning käibe- ja investeerimislauu käendamise näol.

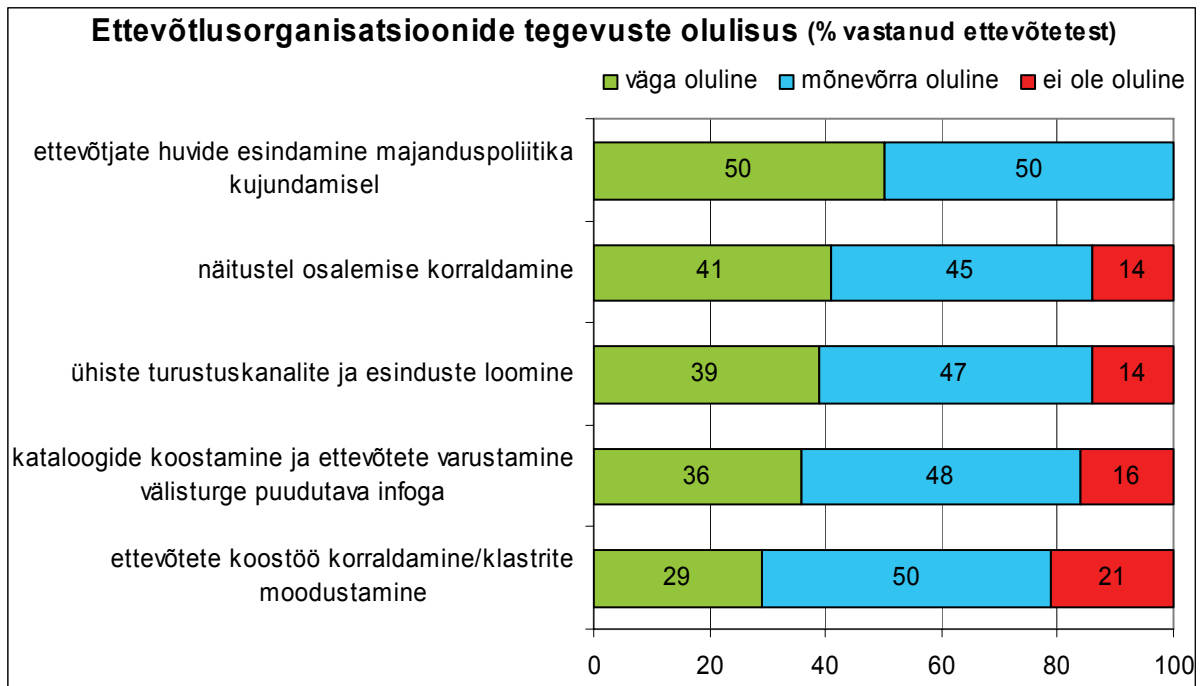
Joonis 2.24.



Ettevõtlusorganisatsioonide tegevused

Ettevõtlusorganisatsioonidelt oli enim oodatud ettevõtjate huvide esindamine majanduspoliitika kujundamisel. Seda väljendasid 50% küsitlusele vastanud metalli ja metalltoodete tootmisettevõtetest (joonis 2.25.). Igale viiendale ettevõtjale, kes tegutses metalli ja metalltoodete tootmise tegevusalal, ei olnud ettevõtlusorganisatsioonide poolne ettevõtete koostöö korraldamine / klastrite moodustamine oluline.

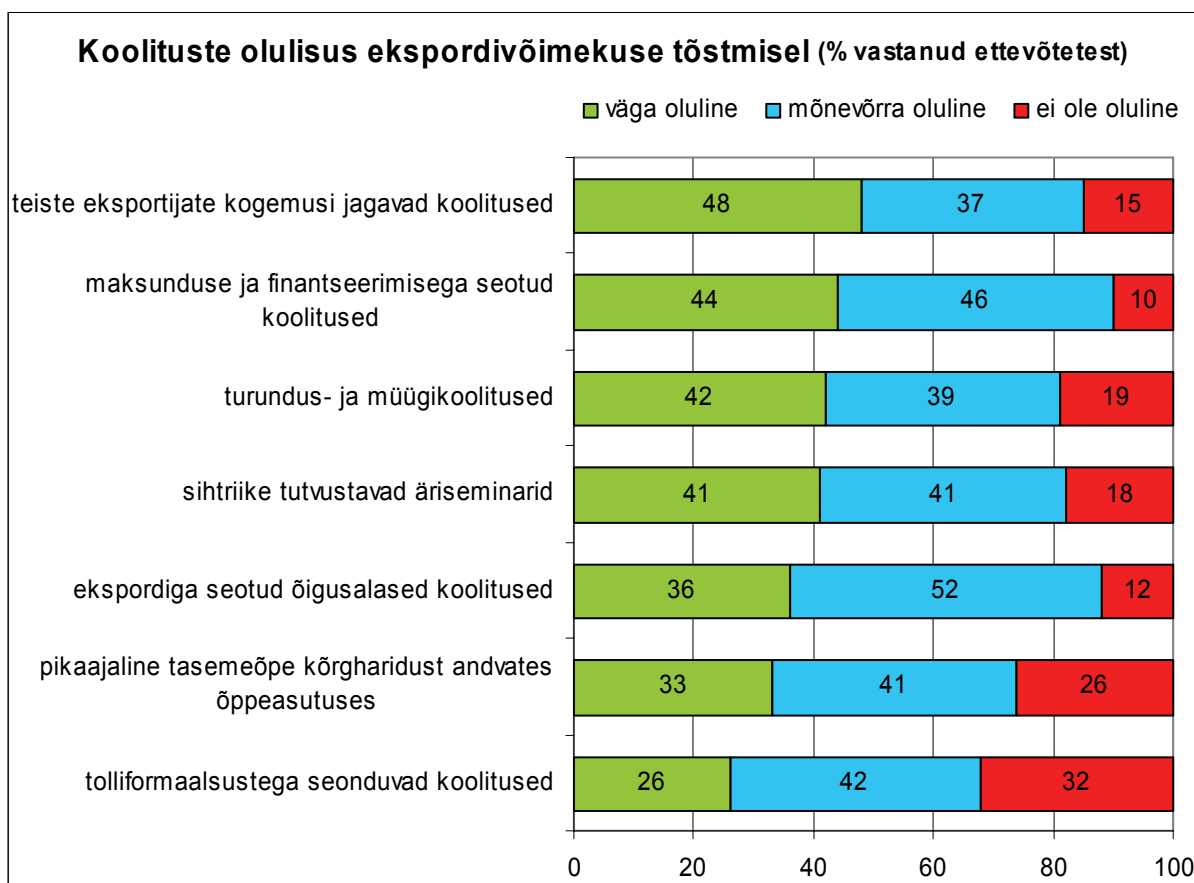
Joonis 2.25.



Koolitused

Ligi pooled uuringus osalenud eksportöörid andsid tagasiside, et kõige enam soovivad nad osaleda koolitustel, kus teised ettevõtted annavad edasi oma eksporditöös saadud teadmisi ning jagavad praktilisi kogemusi (joonis 2.26.). Lisaks tunti väga suurt huvi ka maksunduse ja finantseerimisega seotud koolituste ning turundus- ja müügikoolituste vastu (mõlemad üle 40% vastajatest). Pea kolmandik vastajatest hindas mitteoluliseks tolliformaalsustega seotud koolitusi.

Joonis 2.26.



3. Metalli ja metalltoodete tootmisettevõtete küsimustiku vabad vastused

Tabel 3.1.

Ekspordi peamine sihtriik (eksporditulu järgi) on:

- Soome x 12
- Rootsi x 7
- Norra x 5
- Holland x 2
- Saksamaa x 2
- Ameerika Ühendriigid
- Leedu
- Läti

Tabel 3.2.

Ettevõtte konkurentsivõime muutus sise- ja/või välisturgudel²

- EL-is asuvatel turgudel suutsime konkurentidest paremini tunnetada turgude ootuseid ja seoses sellega müüki kasvatada.
- Nõudmine langenud.
- On vähem konkurente.
- Saame operatiivsemalt täita tellimusi. On täiustatud tootmisprotsessi.
- Uued tootmisruumid, paremad töötingimused.
- Siseturult kadusid paljud sama tegevusala firmad, välisturgudel kaotasime kõigile, kes devalveerisid.
- Siseturul on jäänud konkurente vähemaks.
- Eesti turg on täiesti ära kukkunud, hinnatase ei ole piisav meie ettevõtte majandamiseks. Soome turul on just viimase poole aasta jooksul müük oluliselt kasvanud. Tänapäevaks on tehtud eelmise aasta kogukäive.
- Viimase 5 aasta jooksul on tööjõukulu kasvanud (tööjõukulu maksud on Eestis liiga kõrged).
- Tööjõukulude osakaal.
- Me ei ole palku vähendanud võrreldes konkurentidega.
- 2010. aastal on ettevõttele väljastatud üleeuroopaline kvaliteeditunnistus EOTA, mis annab meile eelise paljude teiste ettevõtete ees.
- Nõudlus vähenenud.
- Ehitusturul ehitushinnad ei vasta sellele, mis tegelikult on. Kui soov ehitada, tuleb peale maksta. Elus püsib see ettevõtte, kellel suurem rahakott või ei tasu makse. Samuti soodustab riik ettevõtlusega tegeledes firmade pankrotistumist (maksud maksmata) ja samade isikute poolt uute loomist.

² Vastused on antud retsenseerimata kujul

Ettevõtte konkurentsivõime muutus sise- ja/või välisturgudel²

- Oma sektoris on ettevõtte näol tegemist ühega ainsatest alternatiividest Hiina tootjatele.
- Vahendaja teeb osa töömahtusid ise, otsekontakt tarbijaga puudub.
- Tingitult tugevast hinnasurvest on kliendid hakanud pöörama suuremat tähelepanu hinnale.
- Eestis on hinnad nii madalad, et tootmise mõte puudub.
- Kliente on lisandunud.
- Nõudlus.
- Tellimuste mahud.
- Likviidsus on vähenenud.
- Ei ole suutnud uuendada seadmeparki. Ei suuda konkureerida firmadega, kes tegelevad ümbrikupalkadega.
- Eestis on turu solkijaid rohkem - FIE-d, kes ei maksa mingeid makse.
- Lisandunud on uued edasimüüjad. Samas pikemateajaliste koostööpartneritega on müüginumbrid langenud.
- Välisturgudel on langenud hinnad, millest lähtuvalt on keerulisem hinnaga kaubale saada. Samas on hakanud toormaterjali ja transpordihinnad tõusma, mis omakorda mõjutavad konkurentsivõimet. Eesti siseselt on hakatud peale hinna ka kvaliteeti hindama ehk oleme tänu sellele rohkem tellimusi saanud.
- On metallitööettevõtteid, kes pakuvad analoogseid, kuid kehvema kvaliteediga tooteid soodsama hinnaga. Eesti klient on väga hinnatundlik ja kohati ei pööra rõhku kvaliteedile.

Tabel 3.3.

Ettevõtte (toote, teenuse) kõige olulisem konkurentsieelis välisturgudel

- Väga hea tarneahel, paindlik tootmine, kiired tarned, tootele on antud innovaatilisi lisandväärtusi.
- Paindlikkus, inseneri töö odavus.
- Sobilik hinna-kvaliteedi suhe.
- Kõrge kvaliteediga toode madalama hinnaga ja kiired tarneajad.
- Madalam tootmise kulutase.
- Kiirus, mahu suurus, ISO 9001.
- Paindlikud ja kiired keskmise mahuga tarned lähiturgudele. Järjekindel koostöö klientidega.
- Saame pakkuda suure gabariidi ja suure materjali paksusega tooteid, mida toodavad vaid üksikud firmad terves Euroopas. Teeme kiiresti ka väikeseid ja ebamugavaid tellimusi.
- Kliendikeskne suhtumine, kvaliteet ja tarnekindlus.
- Odavam hind.
- Kogu tööprotsess on meie kontrolli all - müük - projekteerimine - tootmine - paigaldus. Oleme paindlikud ja saame kiiresti reageerida tellija muutustele. Saame paigaldamisel lihvida tootmises ja projekteerimisel tekkinud pisivigu.
- Suudame pakkuda suuremat tootevalikut tänu oma mitmekesisele tootmistehnoloogiale.

Ettevõtte (toote, teenuse) kõige olulisem konkurentsieelis välisturgudel

- Hinna ja kvaliteedi suhe, tarneaeg.
- Paindlik reageerimine, kiired tarned.
- Kvaliteet, paindlikkus.
- Omame spetsiifilist tehnikat ja hea väljaõppega tööjõudu.
- Ilmselt hinna poolest.
- Konkurendi eeliseks madalam hind, muud eelist ei näe.
- Tänu pikaajalisele koostööle tunneme suhteliselt hästi oma partnerite vajadusi.
- Lõpptarbija jooniste põhjal toodetud kvaliteetne väikeseeria.
- Kiire tarne, mõistlik hind, hea tootearendus.
- Toote hea kvaliteet, hind, kõrge viimistlustase.
- Stabiilselt kõrge kvaliteet.
- Pakume teraskonstruktsioonide tootmisele lisaks paigaldust.
- Põhiliseks kaubaks käsitöö, mida Skandinaavias hinnatakse aga kohapeal ei toodeta, kuna tootmine on kallid.
- Kvaliteet.
- Põhimõtteliselt enam vähem konkurentidega oleme ühel tasemel, kuid Poola firmad võivad olla edukamad, pakkudes klientidele madalama hinda.
- Odavam hind.
- Peamiselt ekspordime kasutatud tehnikat, eeliseks on soodne hind.
- Kvaliteedi-hinna suhe.
- Tööjõu kõrge kvaliteet, kõrge kvaliteediga toode madalama hinnaga.
- Toote kõrge kvaliteet.
- Ettevõtte põhitegevus on projektijuhtimise teenus, millesarnast teised ettevõtted ei paku.
- Paindlikkus tellimuste käsitlemisel.
- Keeruline teistele toota ja küllalt suur, et tuua Hiinast.
- Hind.
- Sellepärast, et meie toode on ainulaadne. Samal põhimõttel töötavaid masinaid on olemas, kuid nende müük on keeruline ning meeletut konkurentsi ei ole. Panustame palju messidel osalemisele ja silmast-silma kohtumistele. Loomulikult ei saa unustada IT maailma panust müügi edusse. Väga headest näitajatest me rääkida ei saa, kuid tasapisi hakkab asi paremuse poole liikuma.
- Põhiline turg on Skandinaavias ja meie põhiliseks eeliseks on turu asukoht ja põhituru - Soome - nende keeleoskus võrreldes nt. lätlastega. Leedulased on tugevamini aga meie sektoris sakslaste ja poolakate juures kanda kinnitanud.
- Isiklikud kontaktid, lai tutvusringkond.
- Keskkonnasõbralik, kvaliteetne, madalam hind.
- Kvaliteet, hind ja tarneaeg.

Ettevõtte (toote, teenuse) kõige olulisem konkurentsieelis välisturgudel

- Hea kvaliteet madalama hinnaga.
- Efektiivne, võimas, läbimõeldud.
- Orienteeritus väikeseeria tootmisele, lühikeste valmistus tähtaegadega.

Tabel 3.4.

Kõige olulisem tegevus ettevõttes konkurentsivõime tõstmisel

- Müügiesinduste avamine Hollandis ja Venemaal, uute toodete juurutamine, uute tehnoloogiate soetamine.
- *Lean* tootmise põhimõtete juurutamine.
- Aktiivne turundus.
- Tootearendus.
- Investeeringud tootmiseseadmetesse.
- Omahinna alandamine.
- Tehnoloogia arendamine ja seeläbi tooteahelas kõrgemale liikumine.
- Investeeringud üle 100 000 kr põhi töömasinasse, et suurendada selle kasutusvõimalusi.
- Ettevõtte tehnoloogilise võimekuse vastavusse viimine tellijate vajadustega.
- Kvaliteedijuhtimissüsteemi juurutamine.
- Tootearendus - oma lahenduste (sõlmede) väljamõtlemine.
- Tootmise efektiivsuse tõstmine, autotööstus standarditele vastavuse tagamine.
- Kvaliteedinõuete igakülgne täitmine.
- Kvaliteeditunnistuse saamine, tootearendus.
- Omahinna alandamine ja uute eksporditurgede otsimine.
- Tähtaegadest kinnipidamine.
- Kvaliteet, kiired tarneajad.
- Tootlikkuse tõstmine.
- Marginaali kasvatamine läbi efektiivsuse tõstmise ja standardiseerimise. Komplekssete toodete müük vs pooltoodete müük.
- Kulude kokkuhoid, ISO juurutamine.
- Pidev tehnoloogia ja seadmete täiustamine.
- Omahinna alandamine. Palkade alandamine. Püsikulude alandamine.
- Müügihindade alandamine.
- Juhtide ning juhtimissüsteemide arendus. Tootmistehnoloogia arendus.
- Liikumine tooteahelas kõrgemale.
- Toodangu omahinna alandamine.

Kõige olulisem tegevus ettevõttes konkurentsivõime tõstmisel

- Aktiivne töö kliendiga.
- Midagi ei ole tehtud, sest vahendeid napib.
- Eestit silmas pidades, siis meil on esimene *sandwich* paneelide liin.
- Uute koostööpartnerite leidmine.
- Hinna langetamine, mida oleme suutnud tänu tõsisele kulude kokkuhoiule. Lisaks üsna suur palkade kärbe - ca 30...40%.
- Vajaliku oskusteabe olemasolu.
- Enese harimine.
- Tootearenduse käigus läbiviidud omahinna alandamine, tootmise kiiruse tõus ning ka sertifitseerimine.
- Tootmise intensiivsuse tõstmine.

Tabel 3.5.

Koostöö laiendamine, arendamine konkurentsivõime tõstmiseks

- Teenuste spektri laiendamine.
- Kaasatud kõrge kvalifikatsiooniga töötajaid.
- Tihe koostöö Rootsi samalaadse tootjaga lubab kasutada nende klientuuri ja keeleoskust.
- Tootlikkuse tõstmine.
- Tootearendus, ISO 9001 ja 3834 juurutamine.
- Tootmise efektiivsuse tõstmine läbi tehnoloogiliste uuenduste ja töökorralduse parendamise.
- Koostöö teineteist täiendavate ettevõtetega lõppkliendi vajaduste paremaks rahuldamiseks.
- Uute tellimiste otsimine.
- Otsime ja leiame partnereid, kes aitavad meie äril kasvada läbi oma oskusteabe.
- Suurendanud toodete valikut, et pakkuda kliendile ühe tarnija käest suuremat toodete valikut.
- Oleme liitunud Tuuleenergia klastrisse. Rahvusvahelistel näitustel-messidel osalemine-külastamine.
- Liitusime EGTK-ga.
- Toodangu omahinna alandamine.
- Uued kontaktid.
- Müügi 200% tõstmine 30...50% hinna langetamise abil. Ostame ka palju sisse samu kaupu teistelt alakoomatud ettevõtetelt.
- Uute seadmete ost.

Tabel 3.6.

Ettevõtte kõige olulisem tegevus väliseturul konkurentsivõime tõstmisel

- Müügiesinduste avamine meid huvitanud piirkondades.
- Sisenemine Rootsi turule.
- Otsinud uusi kliente väljaspool Põhjamaid.
- Messidel osalemine.
- Hoidsime "masu" ajal tihedat kontakti kõigi seniste tellijatega, otsisime uusi kontakte, korraldasime reklaamürituse ettevõttes, laiendasime interneti reklaami.
- Tootlikkuse tõstmine.
- Uued turud Saksamaa, Valgevene.
- Kvaliteedi tagamine ja tähtaegadest kinnipidamine.
- Toodetele uute aplikatsioonide leidmine.
- Oleme sisenenud Rootsi turule.
- Uute turustuskanalite leidmine.
- Oleme liitunud Tuuleenergia klastrisse. Rahvusvahelistel näitustel-messidel osalemine-külastamine.
- Ei ole midagi teinud - napib vahendeid.
- Uued edasimüüjad ja uutele turgudele sisenemine. Toodete hinnad on atraktiivsed.
- Kui messidel osalemine vaid ÄRIKS ei oleks tehtud, osaleksime veel enamatel messidel. Kahjuks on messide hind võrreldes 5a tagusega ettevõtete jaoks 400...500% tõusnud. Nt. Tampere Allhankemess - 2005...2007 messil osalemise ettevõtte enda kulu ca 8.000....10.000,- krooni. 2010 eelarve 54347,- ja tagasi saadav osa 7423,- Tänu sellele, et messe on hakanud korraldama EAS-i asemel keegi teine.

Tabel 3.7.

Ekspordialaste tegevuskavade mitte täitumise põhjused

- Vähene nõudlus.
- Majanduslangus oli igal pool.
- Väike nõudlus.
- Osaline plaanide ümbervaatamine seoses riikide majandusliku olukorra muutusega.
- Üldine tarbimise langus maailmas.
- Nõudluse ebastabiilsus.
- Üldine majanduslangus sihtturgudel ei jätnud mõjutamata ka meie tulemusi.
- Vähenenud tellimusmahud.
- Valitud turustuskanal või riik ei toiminud(Läti).
- Majanduslangus ja valuuta kursi muutus.
- Välisurgudel valitses vähene nõudlus.
- Muutunud majanduslik situatsioon.

- Lihtsalt tootmisliini ei saanud nii kiiresti käima kui arvasime.
- Finantspool. Ettevõtte on palju maksekoormusi ja ei jõua kõik masinaid omal kulul valmistada. Krediitiasutustega suurt rääkida pole mõtet. Rohkem ajaraiskamine.
- Asjad võtavad rohkem aega kui planeeritud.

Tabel 3.8.

Teadmiste ja oskustega ning toodete, teenustega seotud probleemid

- Hetkel on meie tegevuse arendamiseks kõige suurem takistus logistiline - Eestis puudub piisav hulk meile vajamineva tüübiga veoautosid, millest tulenevalt on tähtaegsed tarned suure pinge all.
- Kitsas kontaktvõrgustik välismaal.
- Töötajate erialane kompetents ja sealt edasi tootmisprotsessi korraldus.
- Isiklik laiskus ja saamatus.
- Välisettevõtteid, kellel on piisavalt töömahtu ei julge Eestist tellida (usalduse puudus). Samas on ka väga raske saada kontakti potentsiaalse kliendi õige inimesega, kes ostuotsuseid langetab (Firmad avalikustavad oma tootmis- ja ostujuhtide kontaktandmeid väga vastumeelselt).
- Krediidikindlustuse vähene kättesaadavus.
- Vähene rahvusvaheline kogemus ja töö korraldus.
- Vananenud tehnoloogia ja seadmed, sertifitseerimisvõimaluste puudumine Eestis ja väga kõrge hind.
- Vananenud seadmed.
- Käibevahendite puudus, investeerimisvahendite puudus.
- Otse turustuskanali puudumine.
- Praegusel tasemel probleeme ei ole.
- Madal likviidsus.
- Vananenud seadmed ja tehnoloogia.
- Pole piisavalt vabu vahendeid ja pankade jäik suhtumine ja kõrged laenuprotsendid.
- Käibevahendite puudus.
- Vabad vahendid. Ei oma laoseisu ja ei suuda tarnida koheselt. Tootmisprotsess suurtes kogustes liiga aeglane. Üldine komponentide tarne probleem.
- Ettevõtte areng on jäänud seisma tänu ebastabiilsele olukorrale ja EMTA paindumatu käitumisele, kus järgalt suletakse käibevahendid kui on tekkinud mõningane likviidsuse probleem. Kohe jäävad ka materjalide tarned seisma ja seetõttu kannatavad tähtajad ja ettevõtte usaldusvärsus.
- Puuduvad rahalised vahendid ekspordiprogrammi toetavate tegevuste realiseerimiseks. EAS kompenseerib 50% peale kulutuste tegemist mitme kuu möödudes.

Tabel 3.9.

Eesti majanduskeskkonna probleemid

- Kvalifitseeritud tööjõu puudus.
- Insenerimõtte puudus.
- Odav aasia kaup.
- Tööjõukulu maksud on Eestis liiga kõrged Kvalifitseeritud tööjõu EL-i välisriikidest sisse toomine eriti keerukas.
- Krediidiressursi ja krediidikindlustuse vähene kättesaadavus, pankade jäikus, müügikäibe kasv eeldab täiendavate käibevahendite kaasamist.
- Bürokratia ja transpordi ühendused.
- Vanad seadmed.
- Pangad ei usalda uusi ärisid, ei krediteeri potentsiaali.
- Turustamine.
- Kapitali ja käibevahendite nappus.
- Põhiliseks probleemiks on hinna tase, mida me ei saa mõjutada.
- Madal likviidsus, kõrged sotsiaalmaksud suurepalgalistele spetsialistidele.
- Maksuameti külm suhtumine raskuste või probleemide korral.
- Pankade poliitika on muutunud liiga jäigaks.
- Pankade krediidipoliitika. Ei oma piisavalt tagatist, et rahuldada täies mahus toodangu nõudlust välisurgudel ja ei ole võimeline hetkel ka investeerima tootmishoonesse. Ruumipuudus.
- Käibevahendite nappus, oskustöölise vähesus, korraldajafirmade poolt erialamesside "äriks" muutmine (muutumine).
- Pangad, kvalifitseeritud tööjõud turundustegevuseks ekspordiks.
- Väikesel firmal, kes tegeleb hooajakaupade tootmisega on raske palgata spetsialisti, kellele aastaringsest head töötasu maksta.

Tabel 3.10.

Välisurgude probleemid

- Kohalike tootjate *lobby* täiendavate imporditollide kehtestamiseks (Venemaa), millega püütakse Lääne konkurentide tegevust raskendada.
- Konkurents on tihe.
- Odav aasia kaup.
- Uutele turgudele sisenemine on keerukas. Raske on leida head partnerit.
- Ülevõimendatud kvaliteedinõuded ja hinna- kvaliteedi suhe, oodatakse vähemalt 20-30% hinnaelist võrreldes kohalike tootjatega.
- Konkurents.
- Proteksionism ja konkurents.
- Korruptsioon ja barjäärid turule sisenemisel mõnedele turgudele, a'la Soome, kes eelistab kindlalt

kodumaiseid tootjaid.

- Turustamine.
- Teiste riikide hinnapoliitika, nt. Poola.
- Keel ja vähesed kontaktid.
- Suuri takistusi polegi. Takistuseks võiks lugeda ettevõtte vabade vahendite puudumist (reisimine, messid jne).
- Erinevates riikides on erinevad traditsioonid ja erinev köök.

Tabel 3.11.

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevate probleemidega kokku puutumine

- Proteksionismis kasv - Venemaa.
- Üldine madal turunõudlus.
- Valmistatud kauba eest tasu õigeaegne saamine- Valgevene.
- Skandinaavias parema meelega suhtlevad kohaliku inimesega kui mingi Baltikumi tootjaga.
- Odav aasia kaup, Rootsi.
- Reageerimise ja otsustamise kiirus - Prantsusmaa.
- Norra ja Rootsi krooni nõrk kurss EUR suhtes aastal 2009.
- Sõnapidamatus - Poola.
- Lääne-Euroopa.
- Soome-tellimuse turustamise venimine.
- Rootsi - ei ole ühtki neist probleemidest.
- Teiste riikide hinna-poliitika, nt. Poola.
- Soome ametiühingute nõudmised Eesti töötajatele.
- Rootsi - rootsi kurss oli madal.
- Mõned suurriikide suured ettevõtted ei pea kinni absoluutselt maksekultuurist, mis omakorda on teinud meie ettevõtetest nn. must lamba.