

**Eesti ettevõtete
ekspordiprobleemide uuring.
Autotranspordiettevõtted**

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. Autotranspordiettevõtete ekspordistatistika lühiülevaade	5
2. Ekspordiprobleemide uuringu küsimustiku analüüs- autotranspordiettevõtted.....	6
2.1. Ettevõtete üldiseloostus	6
2.2. Autotranspordiettevõtete konkurentsivõime	8
2.3. Eesti ettevõtete ekspordi arengut takistavad probleemid.....	12
2.4. Ekspordialane abi ja riigipoolne tugi autotranspordiettevõtetele.....	25
3. Autotranspordiettevõtete küsimustiku vabad vastused.....	31

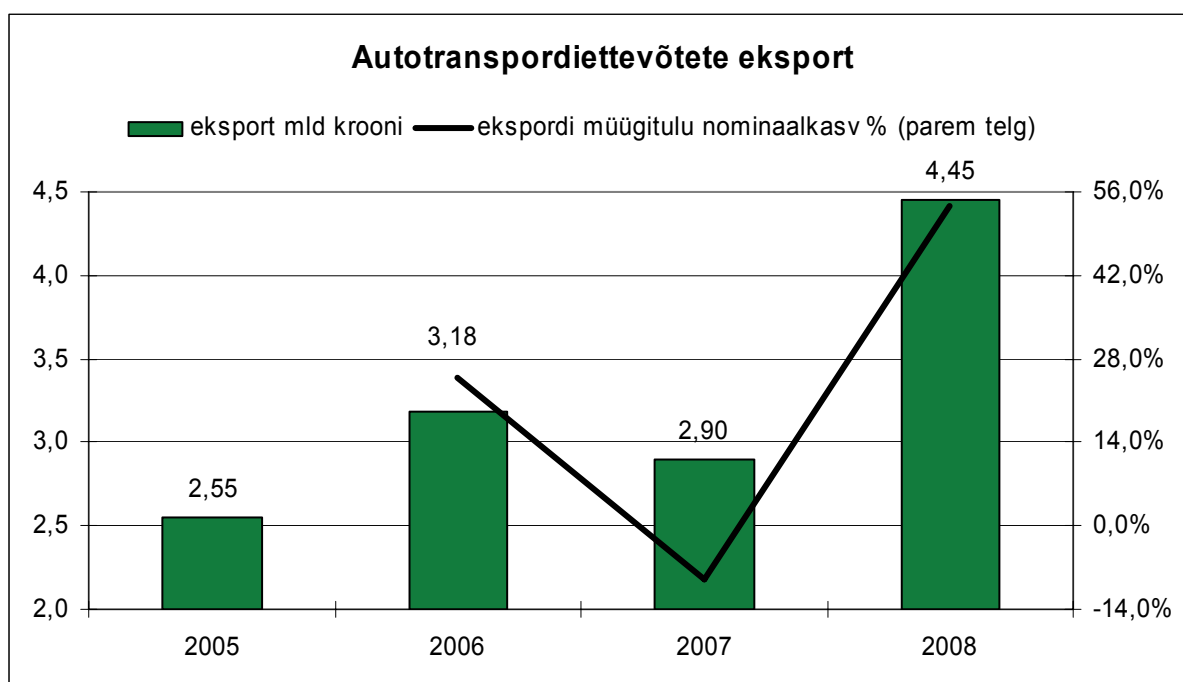
1. Autotranspordiettevõtete ekspordistatistika lühiülevaade

2008. aastal oli Eestis 2543 autotranspordiettevõtet ja neist hinnanguliselt 559 autotranspordiettevõtet-eksportööri (s.o 22%).

Autotranspordiettevõtete **ekspordi kogumüügitulu** oli 2008. aastal 4,45 mld krooni (+53,6% kui 2007.a.) (joonis 1.1.) ja ühe eksportiva ettevõtte keskmine müügitulu 8 mln krooni.

41% autotranspordiettevõtete ekspordi kogumüügitulust andsid ettevõtted, kelle töötajaskonna suuruseks oli 20 ja enam inimest. Nimetatud töötajate arvuga ettevõtte keskmine ekspordikäive oli 2008. aastal 22,2 mln krooni.

Joonis 1.1.



Allikad: Statistikaamet; EKI

2. Ekspordiprobleemide uuringu küsimustiku analüüs- autotranspordiettevõtted

2.1. Ettevõtete üldiseloostus

Uuringule vastanud 396-st eksportöörist 19 ehk iga kahekümnes eksportöör tegutses maismaaveonduse tegevusalal maanteel kaubaveoga. Eksportivatest autotranspordiettevõtetest oli kõige enam väike- ja mikroettevõtteid (47% ja 32%, tabel 2.1.).

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

Mikroettevõtted (1-9 töötajat)	32
Väikeettevõtted (10-49 töötajat)	47
Keskised ettevõtted (50-249 töötajat)	16
Suurettevõtted (250 ja rohkem töötajat)	5

Enamusel eksportijatest (83%) olid ainult Eesti omanikud (tabel 2.2.). Iga kümnendal vastanul oli 100% välisosalus.

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

100% Eesti kapitalil põhinevad ettevõtted	83
välisosaluse vähemusega ettevõtted	0
välisosaluse enamusega ettevõtted	6
100% välisosalusega ettevõtted	11

2/3-l välisosalusega eksportööril võttis välisosanik osa ekspordistrateegia loomisest ja ta tegi seda enamjaolt suurel määral. Ekspordialased otsused hinnapoliitika, sihturgude jne kohta võeti 100% välisosalusega autotranspordiettevõtetes vastu peamiselt kas Eestis (50% vastajatest) või osaliselt Eestist väljaspool.

37% vastanud eksportööride eksporditulu osatähtsus müügitulust oli üle kolmveerandi (tabel 2.3.). Vastanutest ligikaudu sama paljudel (32%) moodustas eksport kogumüügitulust veerandi kuni pool.

Tabel 2.3. Ekspordi osakaal müügitulust (% vastanud ettevõtetest)

kuni 25%	15
26%-50%	32
51%-75%	16
76%-100%	37

Põhiosa küsitletud autotranspordiettevõtetest (90% vastajatest) omas pikaajalist ekspordikogemust (tabel 2.4.). Paar aastat tagasi ekspordiga alustanud oli vähe (5%).

Tabel 2.4. Ekspordiga tegelemise kestus (% vastanud ettevõtetest)

kuni 2 aastat	5
2-5 aastat	5
5 aastat ja rohkem	90

Eksportööridest 58%-l oli märgitud ekspordi sihtriikide arvuks kaks kuni viis välisriiki (tabel 2.5.). Üle kolmandiku vastanud autotranspordiettevõtetest tegeles ekspordiga kuude või enamasse välisriiki. Pooled küsitletutest andsid teada ka oma primaarse ekspordi sihtriigi eksporditulu järgi. Ekspordi peamiseks sihtriigiks oli 30%-le vastanutele Soome. Vastajatest iga viies hindas kas Rootsi või Venemaa oma ettevõtte eksporditulu põhiliseks sihtriigiks. Lisaks eelmainitud riikidele olid ka Saksamaa ja Austria olulisemad välisriigid mitmetele Eesti autotranspordiettevõtetele.

Tabel 2.5. Ekspordi sihtriikide arv (% vastanud ettevõtetest)

1 välisriik	0
2-5 välisriiki	58
6-10 välisriiki	37
10 ja enam välisriiki	5

Enamiku autotranspordiettevõtete (90%-l küsitletutest) välisriikide ekspordituluks olid ainult teenused (tabel 2.6.). Suurel osal kaupade ekspordijatest (71%-l) oli valmistoodangu eksporditulu.

Tabel 2.6. Ettevõtete eksporditulu artiklid (% vastanud ettevõtetest)

Ainult teenused	90
Nii kaubad kui teenused	5
Ainult kaubad	5

Läbi vahendajate toimus kõige enam (ligi 3/4-l vastanutel) teenuste pakkumine välisriikidesse (tabel 2.7.). Pea pooled eksporditulu tegid teenuste müügi pakumised/müüsid teenuseid otse lõpptarbijale.

Tabel 2.7. Eksporditulu artiklid (-teenuste) sihtgrupp (% vastanud ettevõtetest)

Müük otse lõpptarbijale	47
Müük lõpptarbijale läbi vahendaja	74
Müük välismaisele tootmise (-teenindus) ettevõttele	16
Müük ematootmisele välismaal	5
Müük eksporditootangu (-teenuste) tegijale Eestis	26

Enamikes küsitletud autotranspordiettevõtetes ei töötanud täistöökojal ekspordispetsialisti. Vaid paaril eksporditulu tegijal tegeles eksporditulu müügi üks töötaja.

63% autotranspordi ettevõtetest ekspordib keskmise hinnaga ja keskmise kvaliteediga teenust (tabel 2.8.). Neljandik eksportööridest tegeleb keskmise hinnaga ja kõrge kvaliteediga teenuste ekspordiga. Madalakvaliteediliste teenuste ekspordi ei märkinud mitte ükski autotranspordiettevõtte.

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

hind	kõrge	0	0	0
	keskmine	0	63	26
	madal	0	5	6
		madal	keskmine	kõrge
		kvaliteet		

2.2. Autotranspordiettevõtete 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 ning kuidas see viimasel aastatel on muutunud
2. Millised on ettevõtete konkurentsieelised välisurgudel
3. Mida on tehtud konkurentsivõime tõstmiseks
4. Millised on ekspordialaste tegevuskavade (plaanide) täitumine
5. Ettevõtjate plaanid (strateegia, ambitsioonid) ekspordi alal lähemal viiel aastal

Autotranspordiettevõtete konkurentsivõime võrreldes majanduslanguse eelse ajaga

Kolmandik ettevõtetest hindas, et nende konkurentsivõime Eesti siseturul võrreldes majanduslanguse eelse ajaga ei ole muutunud. 39% ettevõtjatest leiab, et konkurentsivõime on tõusnud ning viiendik, et langenud (tabel 2.9.). Oma konkurentsivõimet Euroopa Liidu turul hindavad ettevõtted negatiivsemalt. Üle pooltel ettevõtetel on konkurentsivõime jäänud samaks võrreldes majanduslanguse eelse ajaga, konkurentsivõime on langenud ja tõusnud viiendikul ettevõtetest. Konkurentsivõime kogemus väljaspool EL-i puudub 12% ettevõtetest. Võrreldes majanduslanguse eelse ajaga on konkurentsivõime väljaspool EL-i jäänud samaks üle pooltel ning langenud pea kolmandikul ettevõtetel. Konkurentsivõime tõusu kolmandate riikide välisurkul koges ainult 6% vastanud ettevõtetest. Ettevõtjad, kelle hinnangul nende konkurentsivõime välisurgudel tõusis, põhjendasid edu vähenenud konkurentsi ning hindadega manipuleerimise lõpuga.

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

	tõusnud	jäänud samaks	langenud	puudub kogemus, ei saa vastata	saldo*
konkurentsivõime Eesti siseturul	38,9	33,3	22,2	5,6	16,7
konkurentsivõime EL-is	22,2	55,6	22,2	0,0	0,0
konkurentsivõime väljaspool EL-I	5,9	52,9	29,4	11,8	-23,5

Ettevõtete konkurentsieelised välisturgudel

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

Kõige suuremaks konkurentsieeliseks välisturgudel pidasid autotranspordiettevõtted isiklikke kontakte, laia tutvusringkonda, tööjõu kõrget kvaliteeti ja kiiret ning paindlikku reageerimist nõudluse muutumisele (kõik 95% vastanutest) (tabel 2.10.). Toodete (teenuste) kõrget kvaliteeti pidas eeliseks 84% vastanutest. Eraldi toodi konkurentsieeliseks välja odavamad hinnad võrreldes välismaise konkurendiga, kiiret reageerimist nõudluse muutumisele, kuid ka näiteks kompleksteenuse pakkumist.

Seevastu intellektuaalset omandit ning välisosalusolemasolu ei pidanud eeliseks üle poolte vastajatest. Kogemuse puudust tunnistasid ettevõtted enim innovaatsuse ja tootearenduse ning vajalike tootmisvõimsuste olemasolu osas.

Tabel 2.10. Ettevõtete konkurentsieelised välisturgudel (% vastanud ettevõtetest)

	jah, on eelis	ei ole eelis	puudub kogemus, ei saa vastata
isiklikud kontaktid, lai tutvusringkond	94,7	0,0	5,3
tööjõu kõrge kvaliteet ja professionaalsus	94,7	5,3	0,0
kiire ja paindlik reageerimine nõudluse muutumisele	94,7	5,3	0,0
toodete (teenuste) kõrge kvaliteet	84,2	10,5	5,3
hea keeleoskus	78,9	21,1	0,0
vajaliku oskusteabe olemasolu	73,7	10,5	15,8
pikaajaline koostöökogemus välismaal	73,7	15,8	10,5
hea turundusoskus	61,1	38,9	0,0
välisturgude, -tarbijate eelistuste hea tundmine	61,1	22,2	16,7
kõrge kvaliteediga toode madalama hinnaga	61,1	22,2	16,7
madalam tootmise kulutase	44,4	44,4	11,1
kaasaegne tehnoloogia, tarkvara tase	42,1	47,4	10,5
innovaatsus ja tootearendus	27,8	27,8	44,4

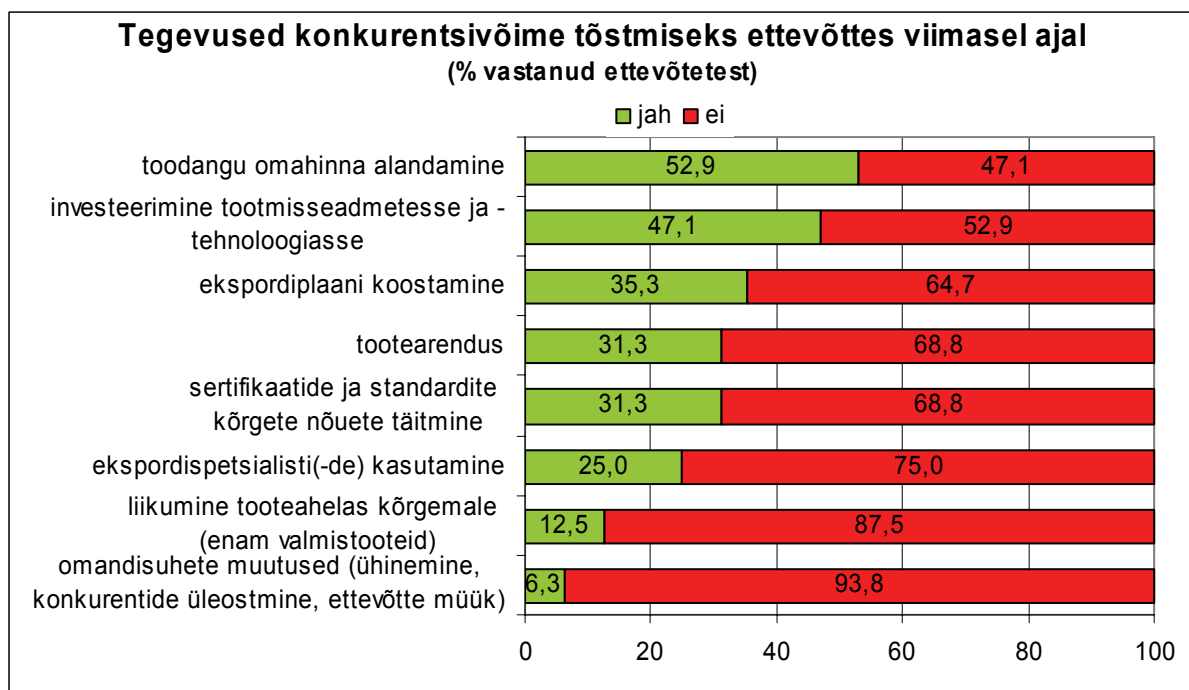
* Konkurentsivõime osas tõusnud ja langenu ettevõtete suhe

	jah, on eelis	ei ole eelis	puudub kogemus, ei saa vastata
vajalike tootmisvõimsuste olemasolu	21,1	36,8	42,1
välisosaluse olemasolu	15,8	52,6	31,6
intellektuaalne omand	11,1	55,6	33,3

Ettevõtte sisesed tegevused konkurentsivõime tõstmiseks

Konkurentsivõime tõstmiseks on ettevõtted viimasel ajal alandanud teenuste omahindu ja investeerinud tehnoloogiasse, mida nimetas vastavalt 53% ja 47% vastanutest (joonis 2.1.). Autotranspordiettevõtted on tegevustes konkurentsivõime tõstmiseks olnud teiste tegevusaladega võrreldes passiivsemad. Kaks kolmandikku ettevõtetest ei ole teinud nt ekspordiplaani. Kõige vähem on tegeletud omandisuhete muutumise ja liikumisega tooteahelas kõrgemale.

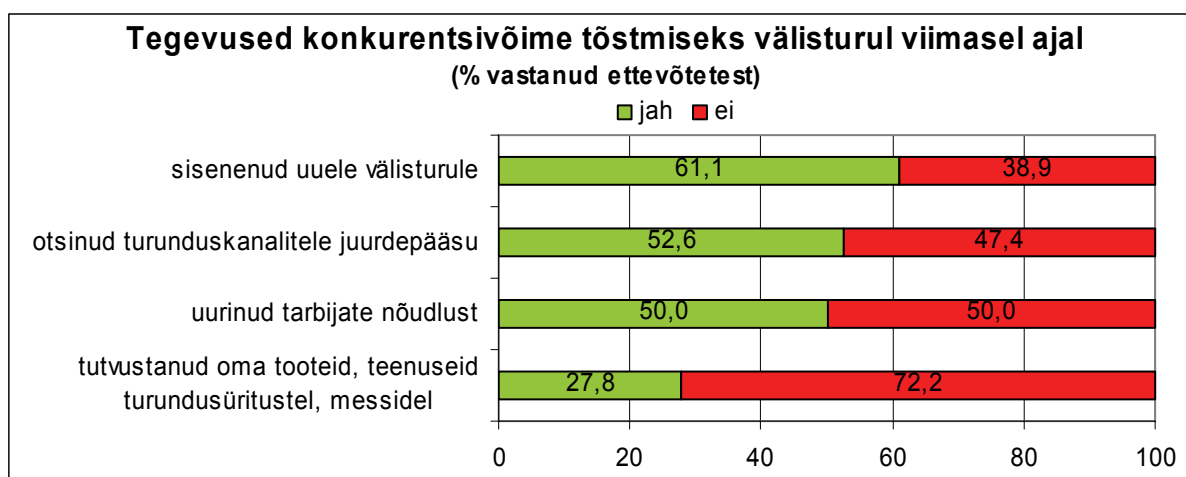
Joonis 2.1.



Koostöö ja tegevused välisurul konkurentsivõime tõstmiseks

Koostöö laiendamine ja arendamine konkurentsivõime tõstmiseks ei ole ettevõtete hulgas olnud väga populaarne. Napilt üle poolte ettevõtetest on laiendanud koostööd teiste samal turul tegutsevate ettevõtjatega. Ettevõtjaid ühendava liiduga on liitunud veerand ettevõtetest.

Pea kaks kolmandikku ettevõtetest on oma konkurentsivõime tõstmiseks välisurul sisenenud uuele turule (joonis 2.2.). Samuti on pooled ettevõtjatest otsinud turunduskanalitele juurdepääsu ja uurinud tarbijate nõudlust. Ainult üle veerandi vastanud ettevõtjatest on tutvustanud oma tooteid, teenuseid turundusüritustel ja messidel. Selle vastuse tegevusalade keskmine hinnang on, et pooled ettevõtted on kasutanud antud meetet.



Ekspordialaste tegevuskavade täitumine ja plaanid lähemal ajal

Ekspordivad ettevõtted hindasid oma tegevuskavade ja plaanide täitumist viimasel ajal võrreldes teiste tegevusaladega negatiivsemalt. Vastanud ettevõtetest ei märkinud ükski, et tegevuskavad täitusid täies ulatuses, 95% märkis, et kavad täitusid osaliselt ja 5%, et ei täitunud üldse.

Lähemal viiel aastal plaanivad pea kõik ettevõtted suurendada ekspordikäivet (94% vastanud ettevõtetest) (tabel 2.11.). Üle veerandi vastanud ettevõtetest plaanib suurendada välisurgude arvu. Teenuste sortimenti kavatseb laiendada ainult 12% ettevõtetest.

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

	plaanin	ei plaani
suurendada ekspordikäivet	94,4	5,6
suurendada välisurgude arvu	76,5	23,5
uute toodete, teenuste turule toomine	38,9	61,1
laiendada sortimenti	11,8	88,2

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.

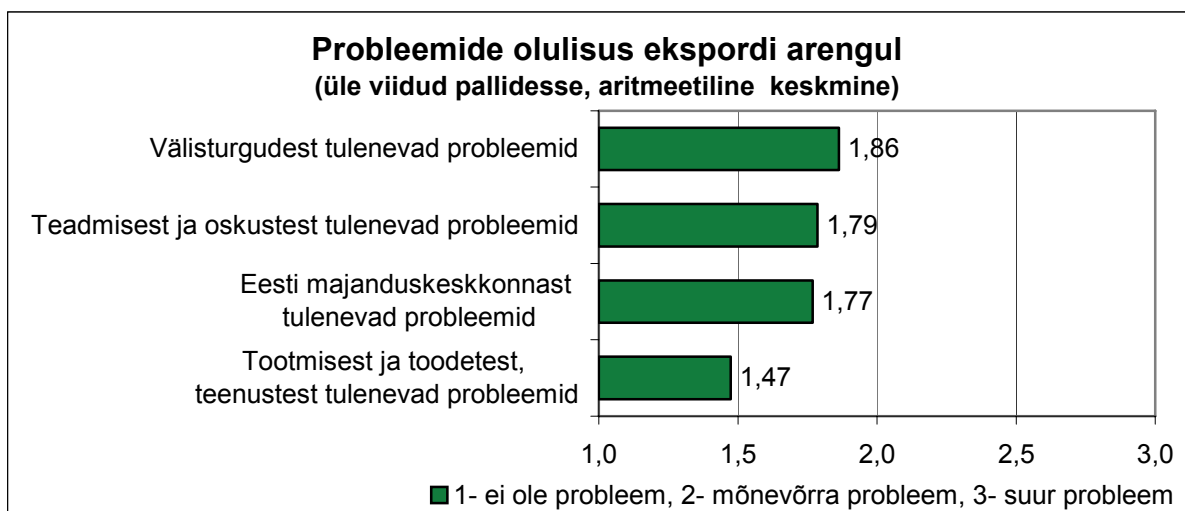
1. Ettevõtte sisesed probleemid
2. Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid
3. Sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid
4. Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid
5. Takistused sihtriigis seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega
6. Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega
7. Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine 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; 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 ekspordimisel on enim takistanud.

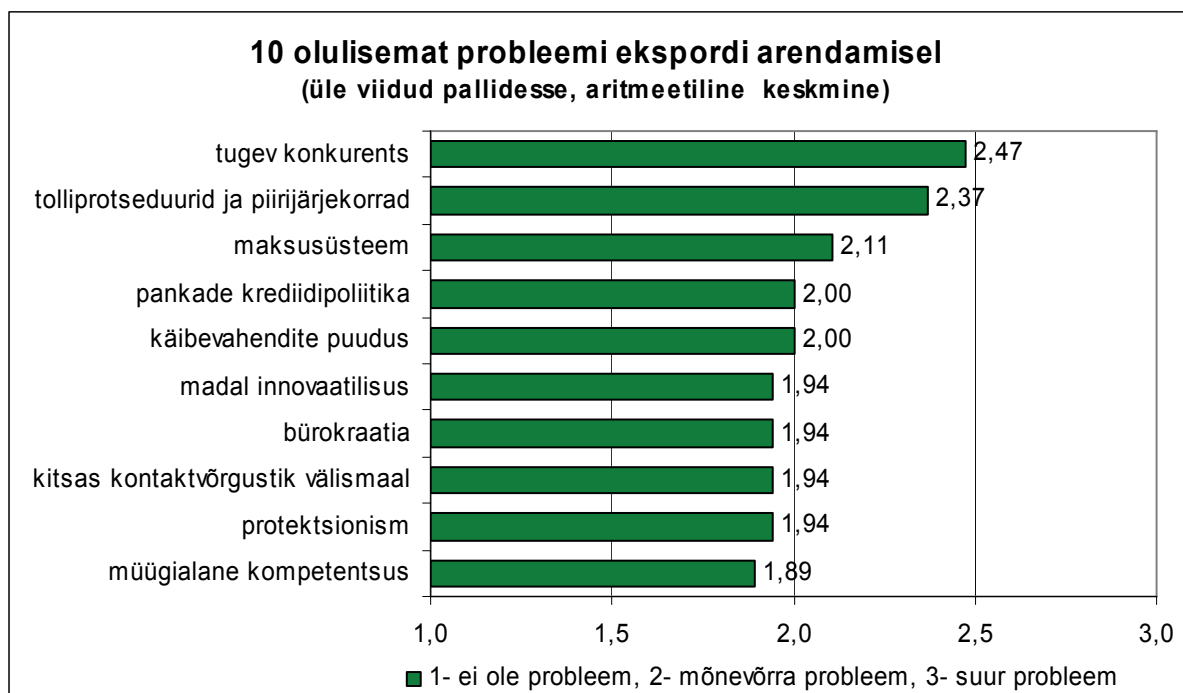
Võib öelda, et autotranspordiettevõtjad on keskmisest vastanute tulemusest rohkem hädas ekspordi piirangutega. Enam murettekitavad autotranspordiettevõtjate jaoks olid välisurgudega seotud probleemid, kõige vähem muresid seostus otseselt teenindamisega (joonis 2.3.).

Joonis 2.3.



Järjestades 31 erinevat probleemi hindepunktide alusel selgus, et ettevõtjate jaoks kõige suuremaks murekohaks on tugev turukonkurents (keskmine hinne 2,47) (joonis 2.4). Teisteks väga suurteks probleemideks on tolliprotseduurid ja piirijärjekorrad (hinne 2,37). Ekspordi arengut takistab veel oluliselt maksusüsteem (hinne 2,11) ja pankade krediidipoliitika (2,00).

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 kaubandustökete esinemine sihtriigis.

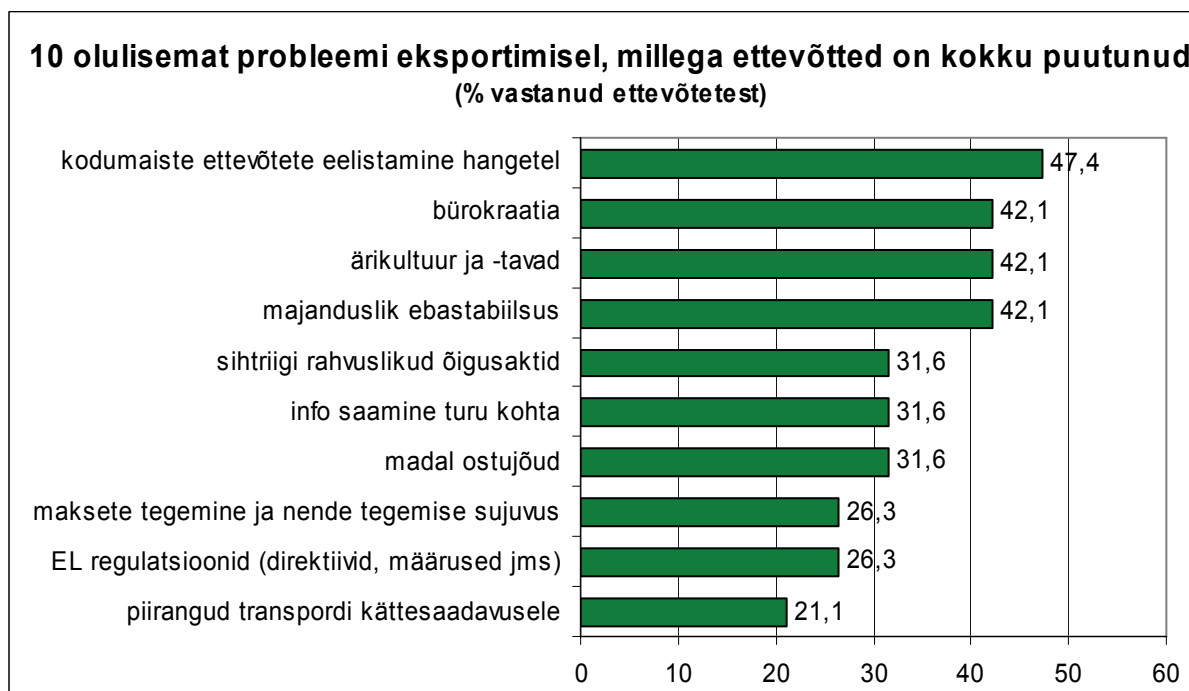
Uuringust ilmnis, et kõige suuremateks probleemidegrupiks, millega ettevõtjad on kokku puutunud, oli sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad mured (tabel 2.12.).

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

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevate probleemidega kokku puutumine	26.3%
Sihtriigi seadusandlusest tulenevate probleemidega kokku puutumine	21.1%
Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevate probleemidega kokku puutumine	18.4%
Sihtriigis esinenud probleemid "tehniliste" kaubandustökete vallas	5.3%
Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega	4.2%
Sihtriigis esinenud takistused seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega	3.5%
Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine	3.3%

Konkreetsetest probleemidest on enam kokku puutunud kodumaiste ettevõtete eelistamisega hangetel (seda nimetas 47% eksportijatest), bürokraatiaga (42% ettevõtjatest), erineva ärikultuuri ja tavadega (42%) ja majandusliku ebastabiilsusega (42%) (joonis 2.5.).

Joonis 2.5.



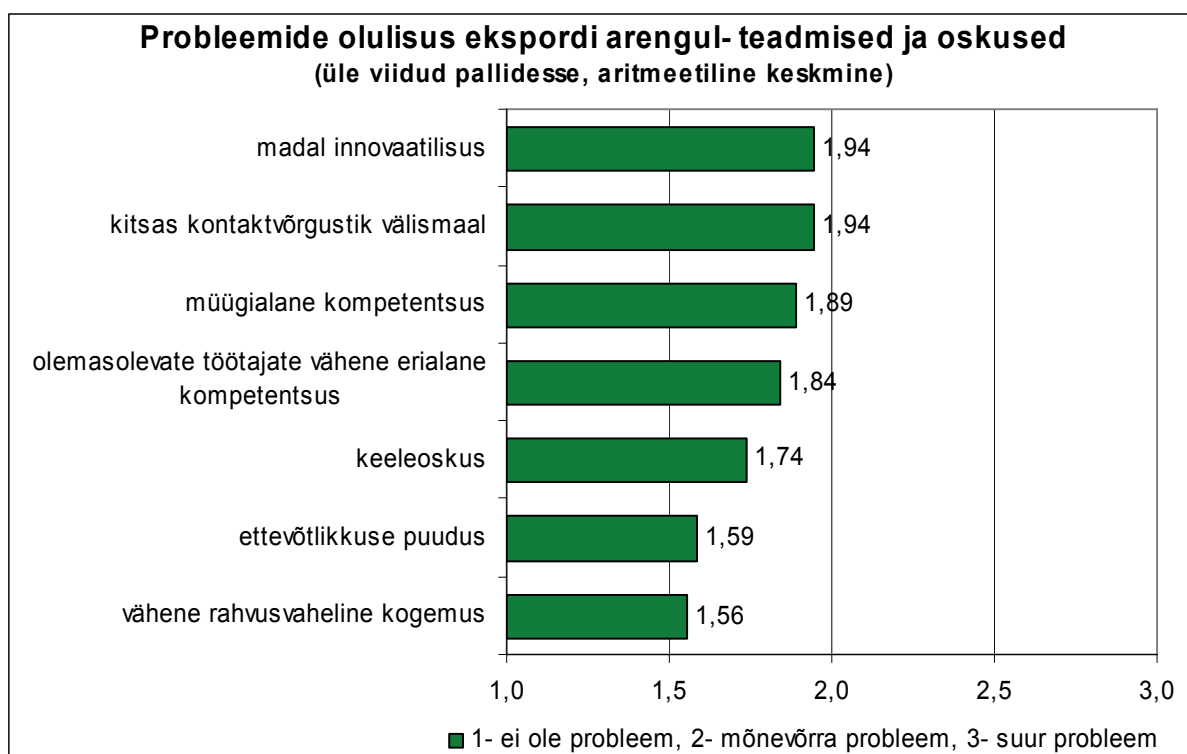
Ettevõtte sisesed probleemid ekspordi arengul

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

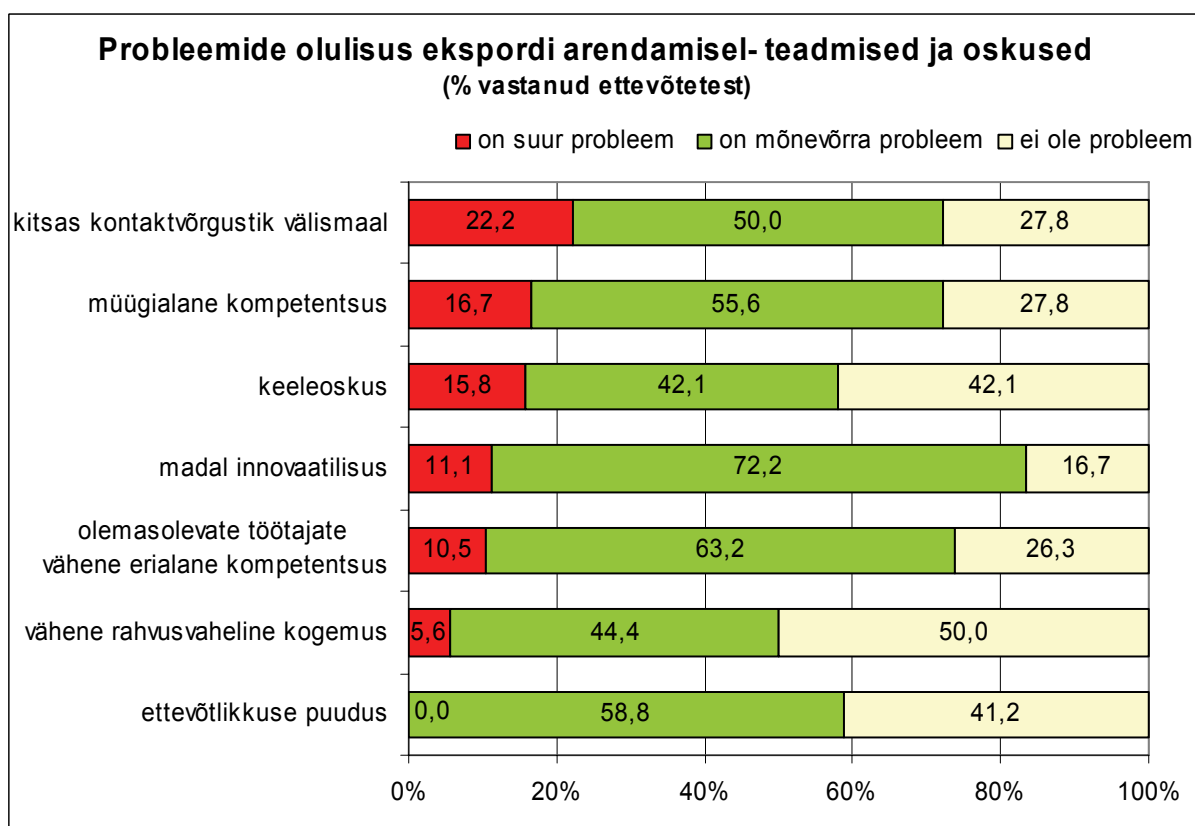
Teadmiste ja oskustega seotud takistustest ekspordi arengul on kõige suuremaks mureks madal innovaatilisus ja kitsas kontaktvõrgustik välismaal (joonised 2.6. ja 2.7.).

Teadmistest ja oskustest on enim suure probleemina maininud autotranspordiettevõtte kitsast kontaktvõrgustikku välismaal (ligi veerand vastanutest) (joonis 2.7.). Vastanutest 16% tõi suure probleemina välja keeleoskust. Ükski ettevõtte ei ole näinud ettevõtlikkuse puudust suure takistusena. Üldiselt hindavad paljud ettevõtte teadmiste ja oskustega seotud probleeme positiivselt. Vähest rahvusvahelist kogemust ei ole näinud probleemina pooled ettevõtte.

Joonis 2.6.

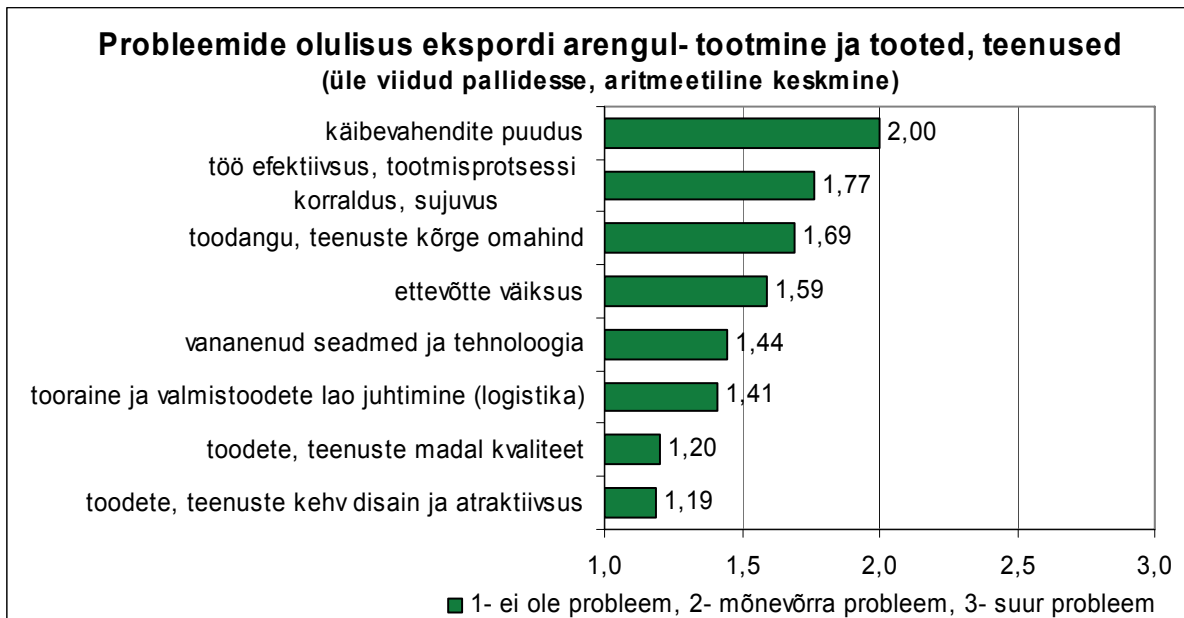


Joonis 2.7.

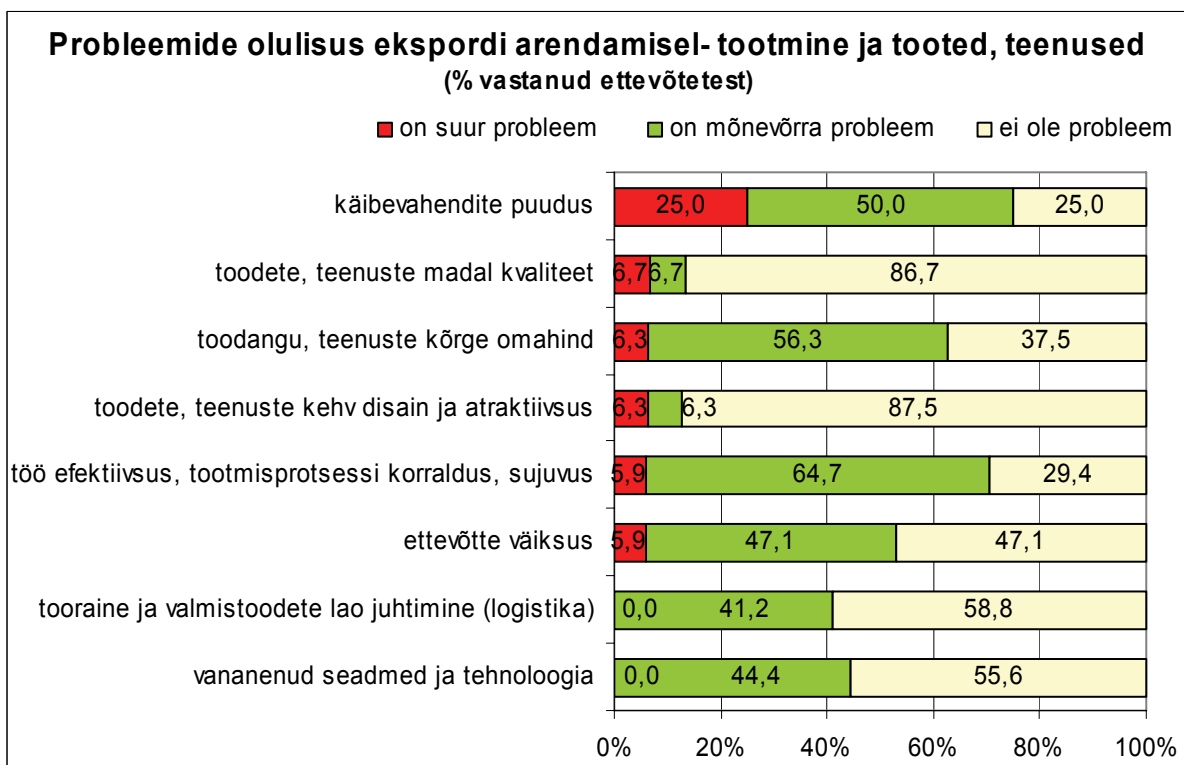


Toodete, teenustega seotud takistustest on kõige probleemsemad käibevahendite puudus ja töö efektiivsus. (joonised 2.8. ja 2.9.). Vastavalt 25% ja 6% ettevõtjatest leidis, et tegemist on suure probleemiga. Kõige väiksema takistusena ekspordi arengul on nähtud toodete ja teenuste kehva disaini ja madalat kvaliteeti (üle poolte vastanutest).

Joonis 2.8.



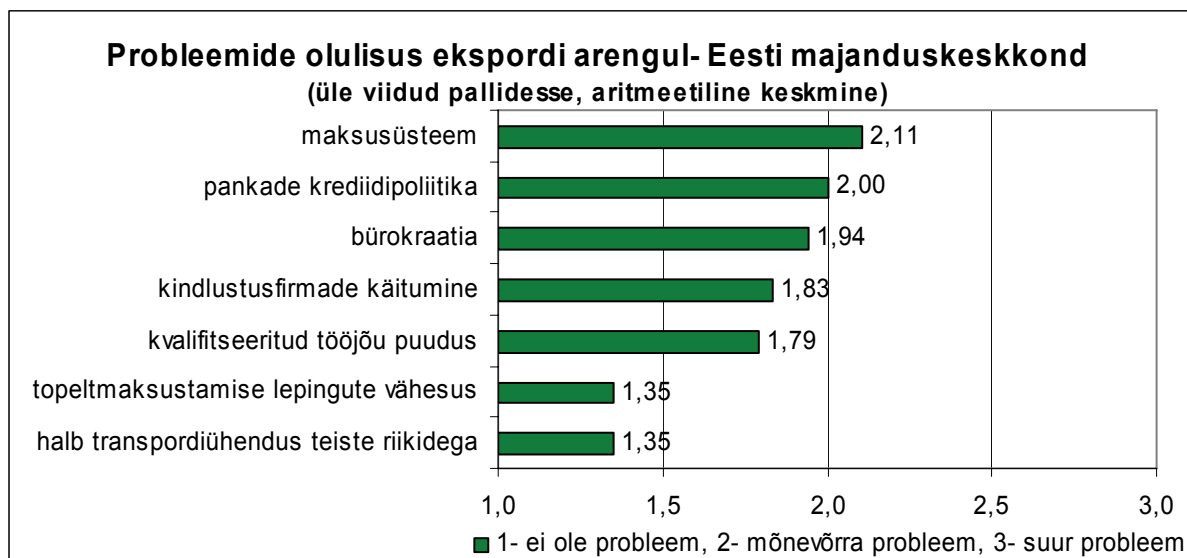
Joonis 2.9.



Eesti majanduskeskkonnast tulenevad probleemid ekspordi arengul

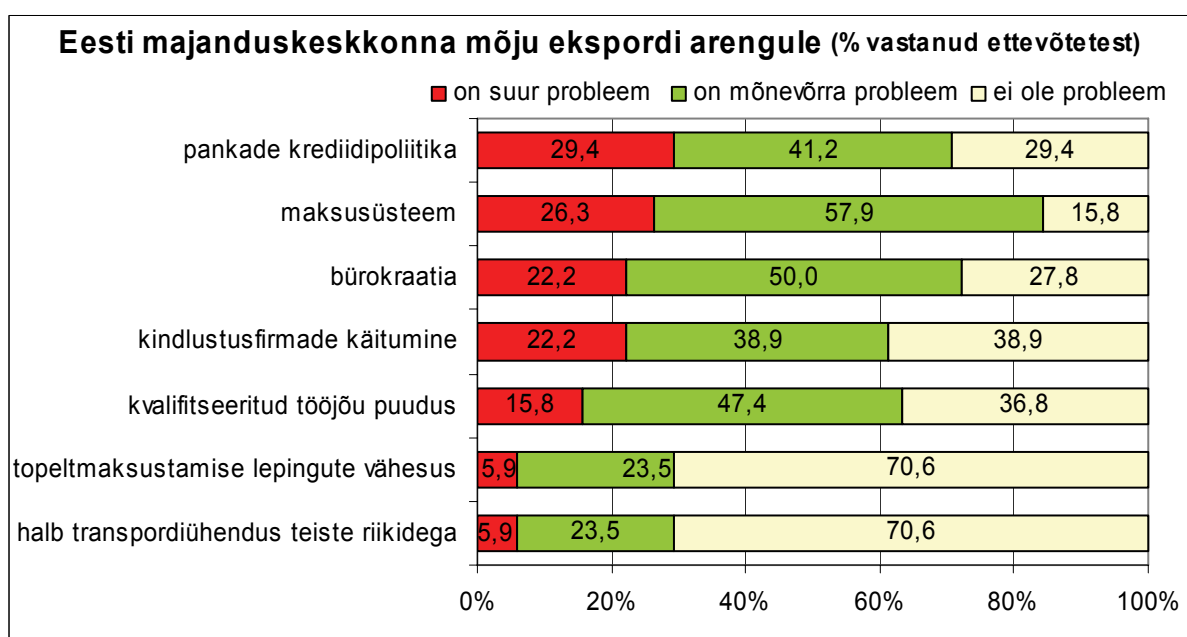
Eesti majanduskeskkonna mõju ekspordi arengule on mitmes kriteeriumis problemaatiline. Suurimateks muredeks ettevõtjatele on maksusüsteem ja pankade krediitipoliitika (joonis 2.10.). Vähem probleemseteks hindavad autotranspordiettevõtted halba transpordiühendust teiste riikidega ja topeltmaksustamise lepingute vähesust.

Joonis 2.10.



Lisaks peavad vastavalt 22% ja 16% vastanutest suurteks probleemideks kindlustusfirmade käitumist ja kvalifitseeritud tööjõu puudust (joonis 2.11.). Bürokratiat peab mõnevõrra probleemseks pool vastanutest. Seevastu halba transpordiühendust teiste riikidega ja topeltmaksustamise lepingute vähesust ei ole peaaegu kolmveerand ettevõtteid tunnetanud majanduskeskkonna negatiivse mõjuna ekspordi arengule.

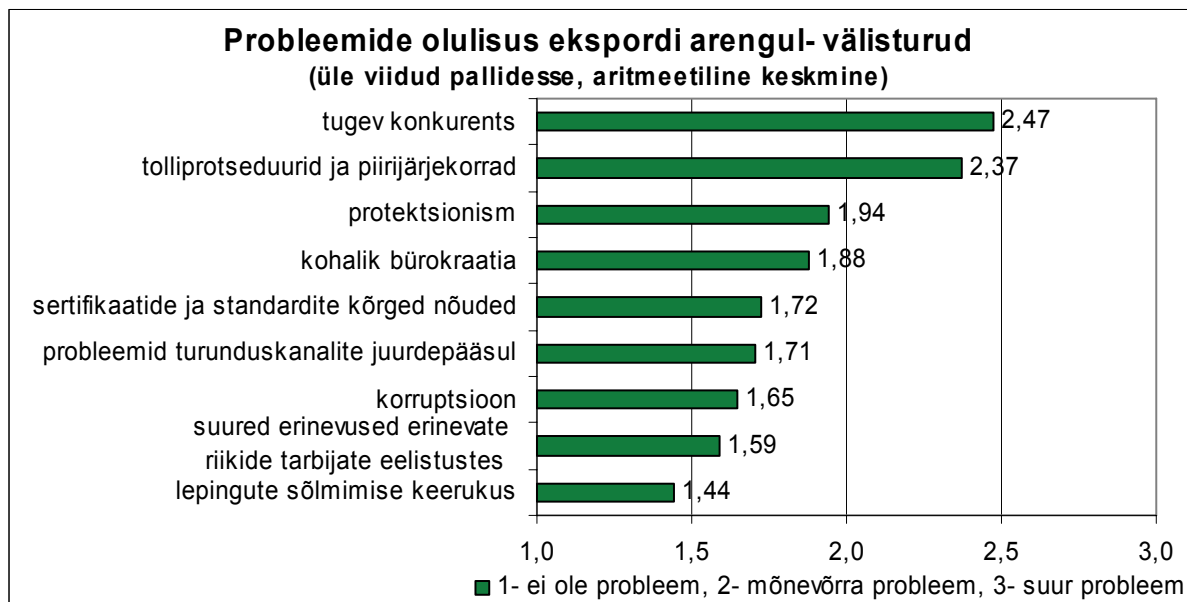
Joonis 2.11.



Välisurgudest tulenevad probleemid ekspordi arengul

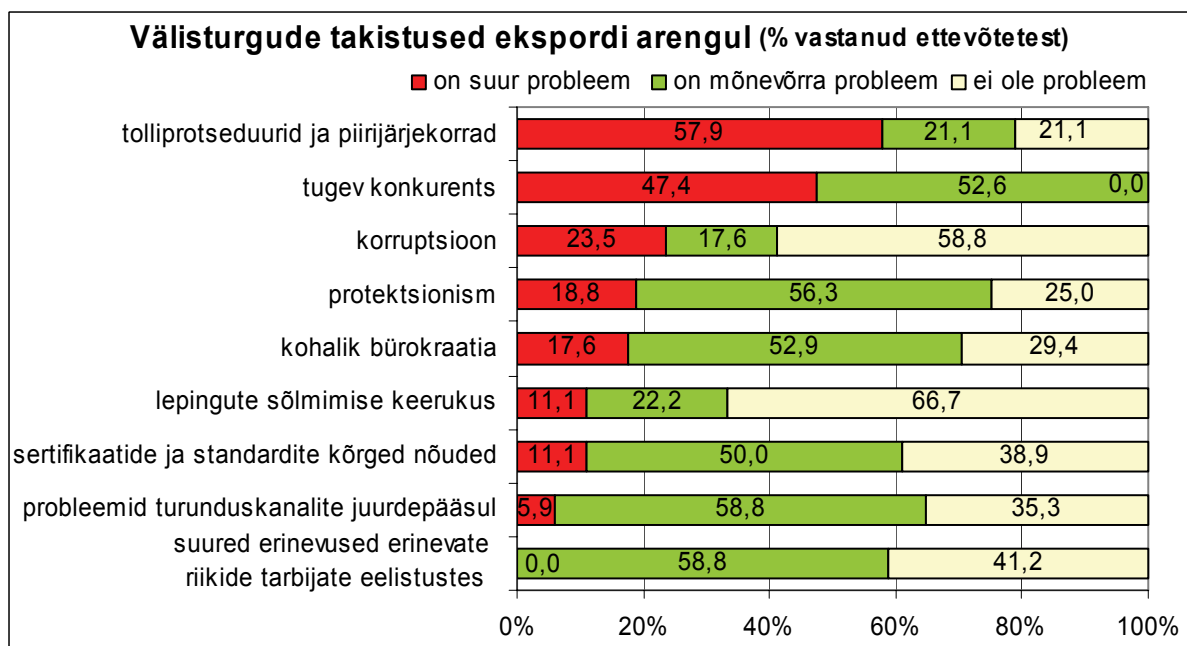
Uuring näitas, et välisurgude takistustest on kõige suuremad probleemid tugev konkurents ja tolliprotseduurid ning piirijärjekorrad (joonis 2.12.).

Joonis 2.12.



Tervelt 58% autotranspordiettevõtetest on hinnanud piirijärjekordasid suureks probleemiks ning ligi veerand ettevõtetest on näinud korruptsioonis suurt takistust ekspordi arengule (joonis 2.13.). Seevastu lepingute sõlmimise keerukust ei ole probleemina näinud 2/3 vastanutest.

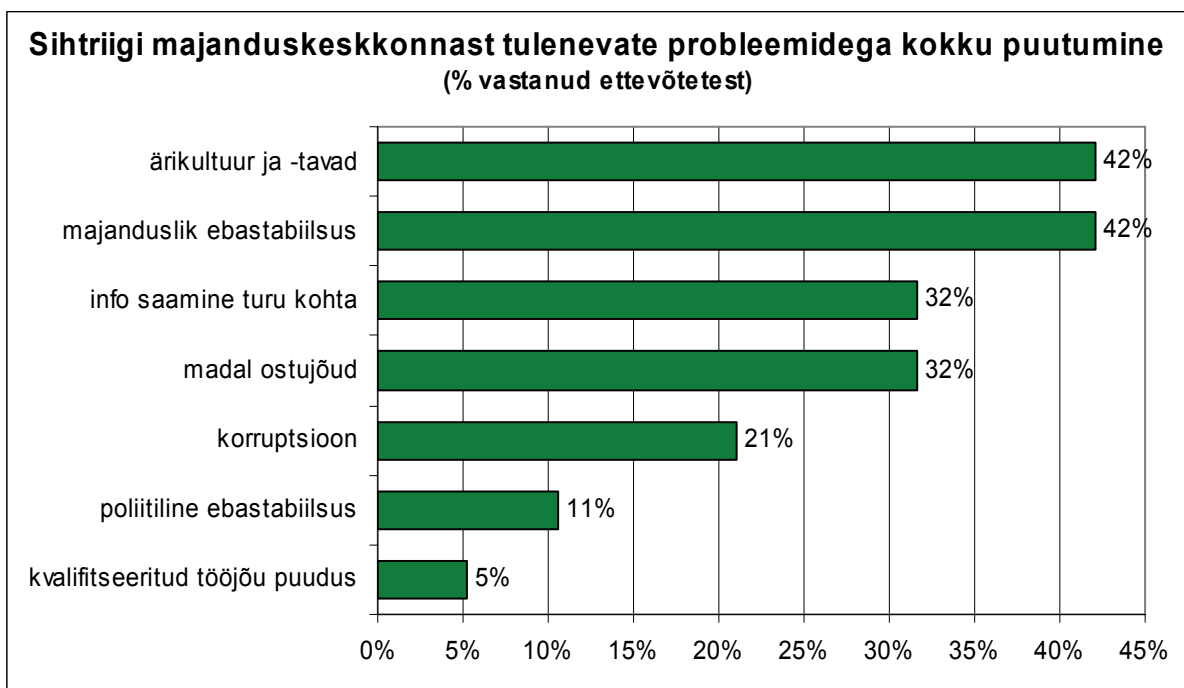
Joonis 2.13.



Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevatest probleemidest on ettevõtted enim kokku puutunud erinevate ärikultuuridega (42% vastanutest), majandusliku ebastabiilsusega (42% vastanutest) ja info saamisega turu kohta (38% vastanutest) (joonis 2.14.). Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevatest probleemidest on ettevõtted vähem kokku puutunud kvalifitseeritud tööjõu puudusega ja poliitilise ebastabiilsusega.

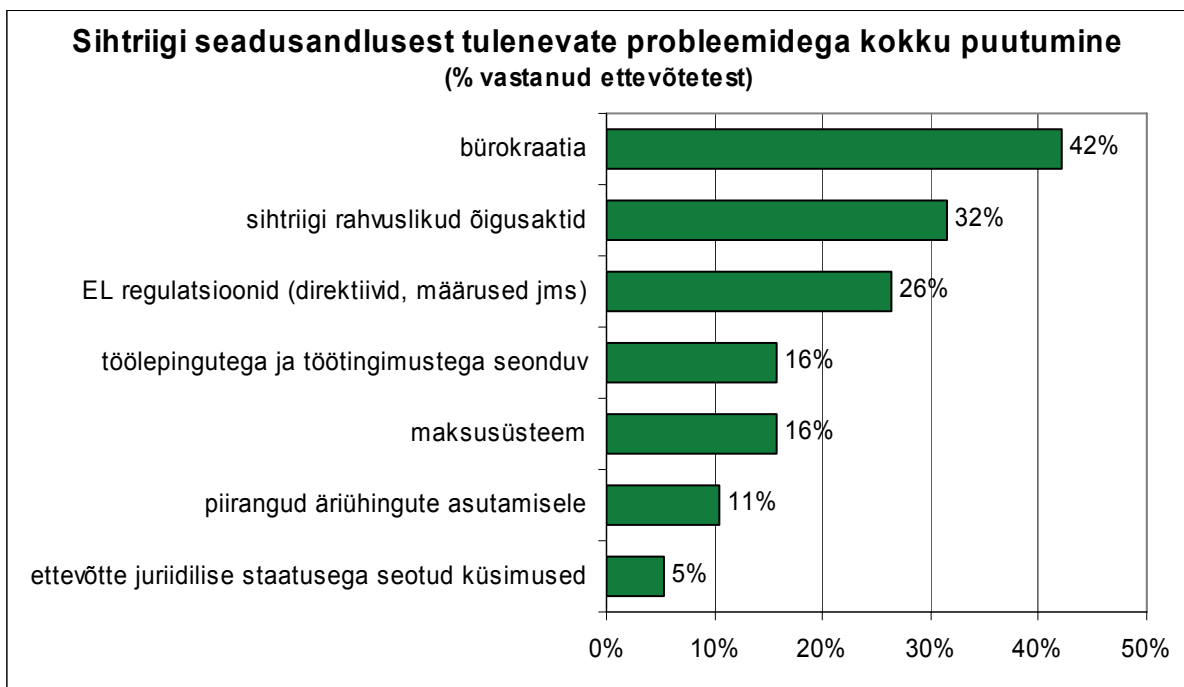
Joonis 2.14.



Sihtriigi seadusandlusest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi seadusandlusest tulenevatest probleemidest on 42% ettevõtetest kokku puutunud bürokraatiaga ja kolmandik sihtriigi rahvuslike õigusaktidega (joonis 2.15.). Kõige vähem (vastavalt 5% ja 11% vastanutest) on kokku puutunud ettevõtte juriidilise staatusega seotud küsimuste ning piirangutega äriühingute asutamisele.

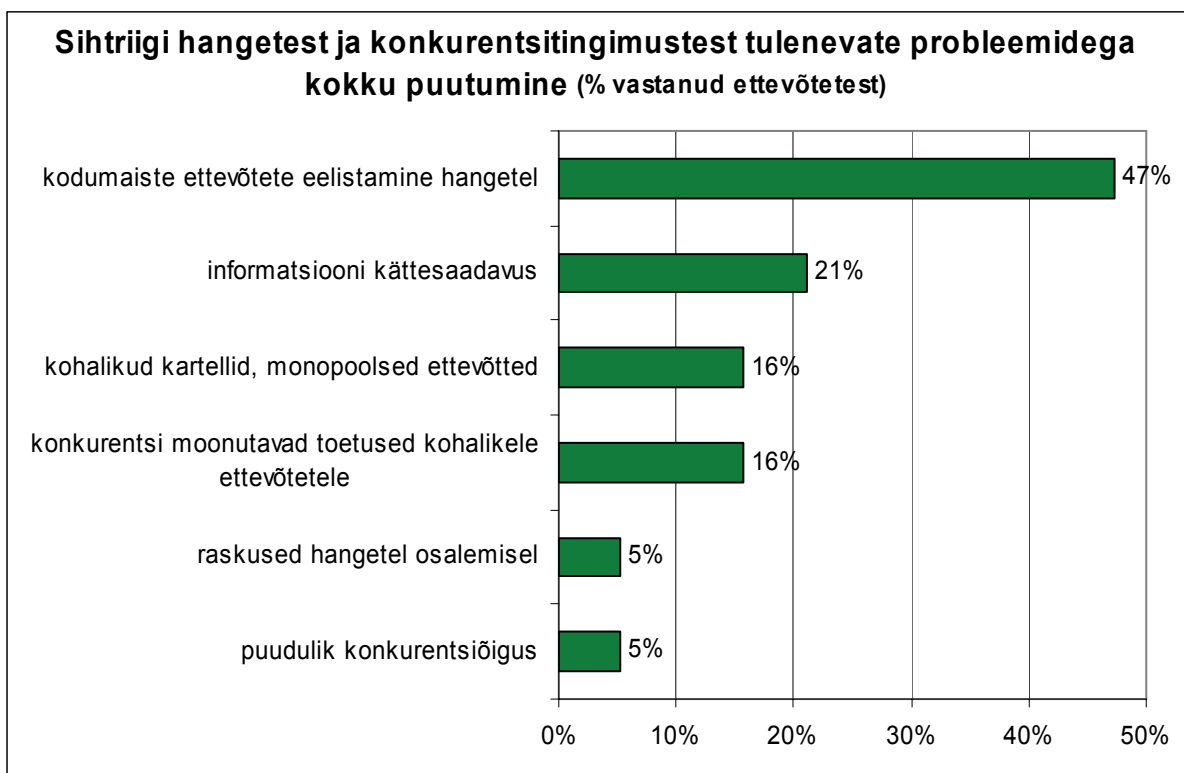
Joonis 2.15.



Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevad probleemid ekspordi arengul

Sihtriigi hangetest ja konkurentsitingimustest tulenevatest probleemidest on ettevõtted rohkem kokku puutunud kodumaiste ettevõtete eelistamisega hangetel (ligi pooled vastanutest) ja informatsiooni kättesaadavusega (21% vastanutest) (joonis 2.16.). Vähem on kokku puutunud puuduliku konkurentsioiguse ja raskustega hangetel osalemisel (mõlemad 5% vastanutest).

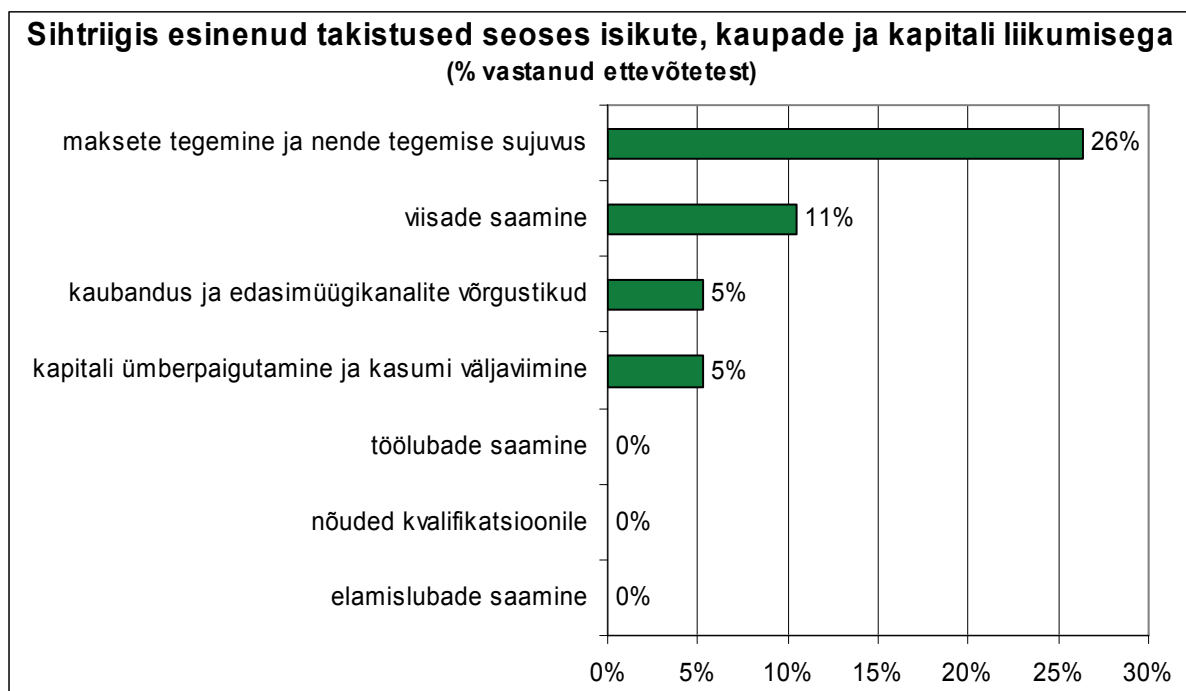
Joonis 2.16.



Takistused sihtriigis seoses isikute, kaupade ja kapitali liikumisega

Kõige enam on ettevõtetel sihtriigis takistusi esinenud maksete tegemise ja nende tegemise sujuvusega, mida tõi välja 26% vastanutest (joonis 2.17.). Teine suurem valdkond esinenud takistuste osas oli viisade saamine (11% vastanutest). Ühegi vastanud ettevõtte puhul ei ole takistusi esinenud seoses töölubade ja elamislubade saamise, ega ka takistusi kvalifikatsioonile esitavatele nõuetele.

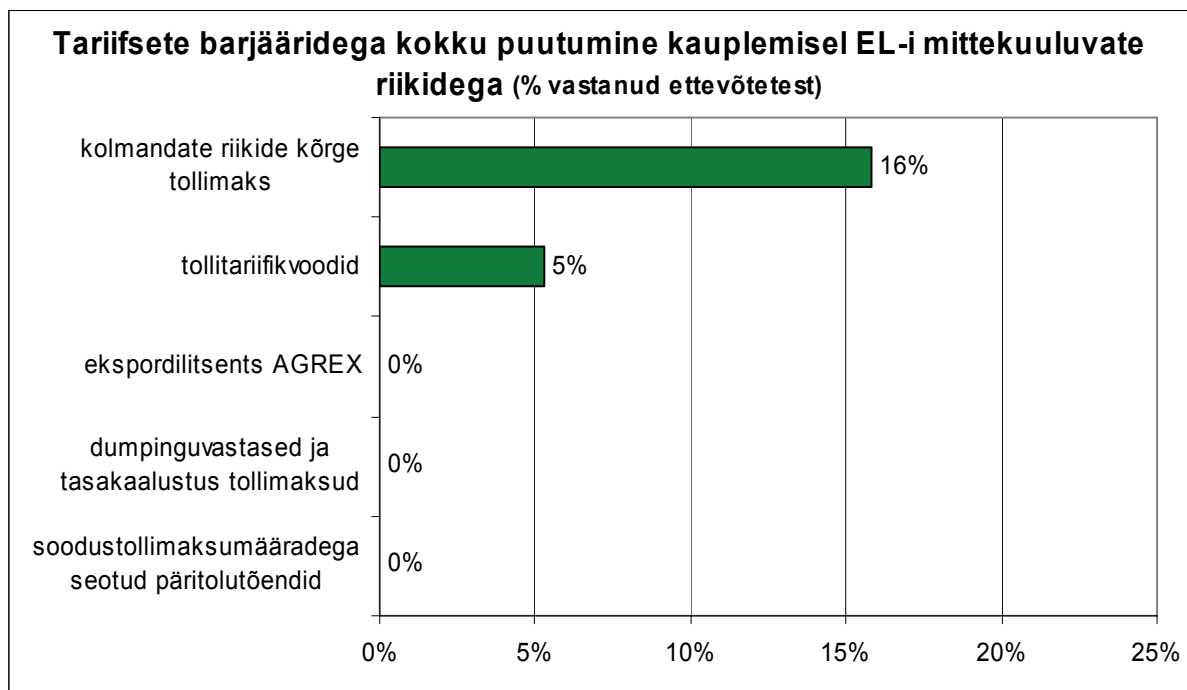
Joonis 2.17.



Tariifsete barjääridega kokku puutumine kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega

Tariifsetest barjääridest kauplemisel EL-i mittekuuluvate riikidega ei ole kokku puutunud paljud autotranspordiettevõtted. Vastanud ettevõtetest 16% mainis kolmandate riikide kõrget tollimaksu ning 5% vastanutest tollitariifikvoote (joonis 2.18.).

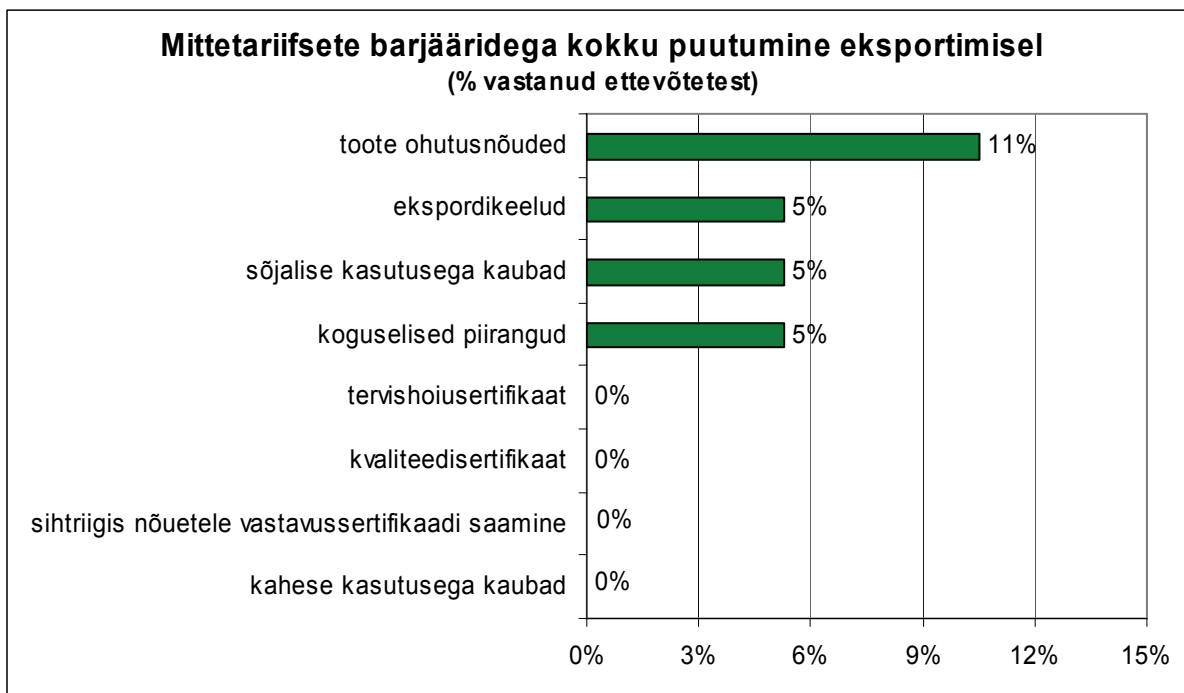
Joonis 2.18.



Mittetariifsete barjääridega kokku puutumine eksportimisel

Mittetariifsetest barjääridest olid ettevõtjad enim kokku puutunud ohutusnõuetega toodetele (11% vastanutest) (joonis 2.19.). Ekspordikeelu, sõjalise kasutusega kaupade ja koguseliste piirangutega olid eksportimisel kokku puutunud 5% ettevõtetest.

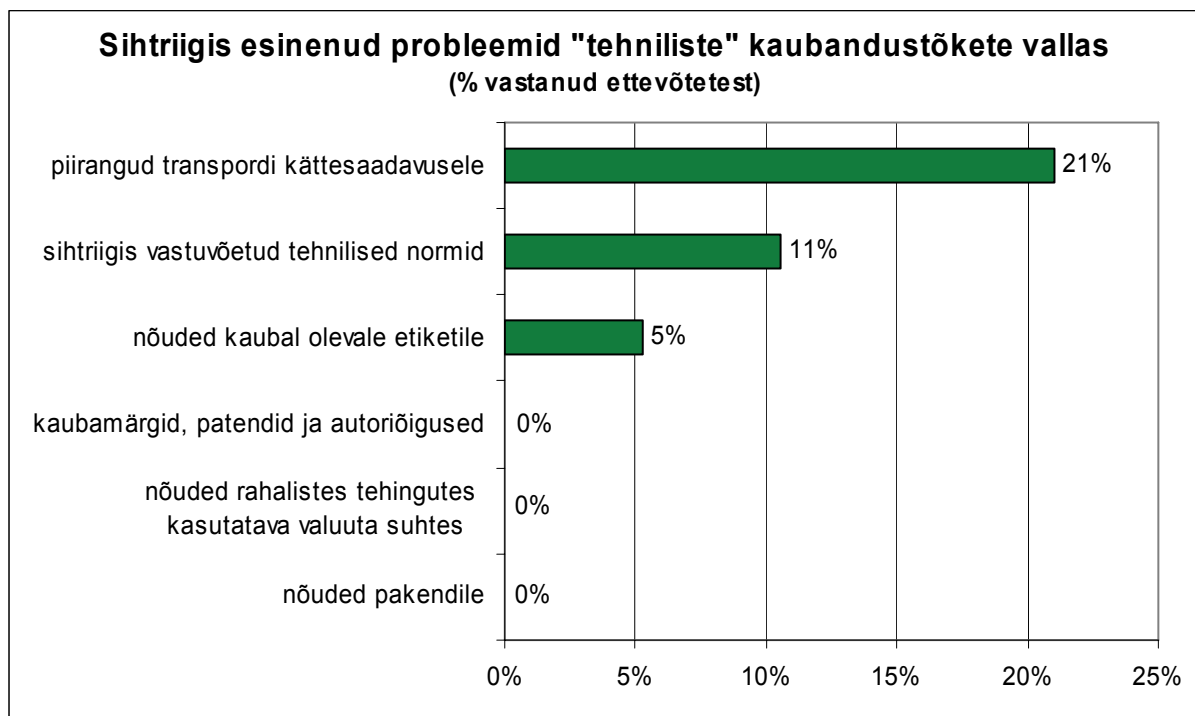
Joonis 2.19.



Tehniliste kaubandustõkete esinemine sihtriigis

Kõige enam ehk viiendikul esines probleeme piirangutega transpordi kättesaadavusele. Sihtriigis vastuvõetud tehniliste normidega esines takistusi 11%-l vastanud autotranspordiettevõtetel ning 5%-l oli probleem kaubal oleva etiketi nõuetega (joonis 2.20.). Ülejäänud tehniliste kaubandustõkete ei ole autotranspordiettevõtted kokku puutunud.

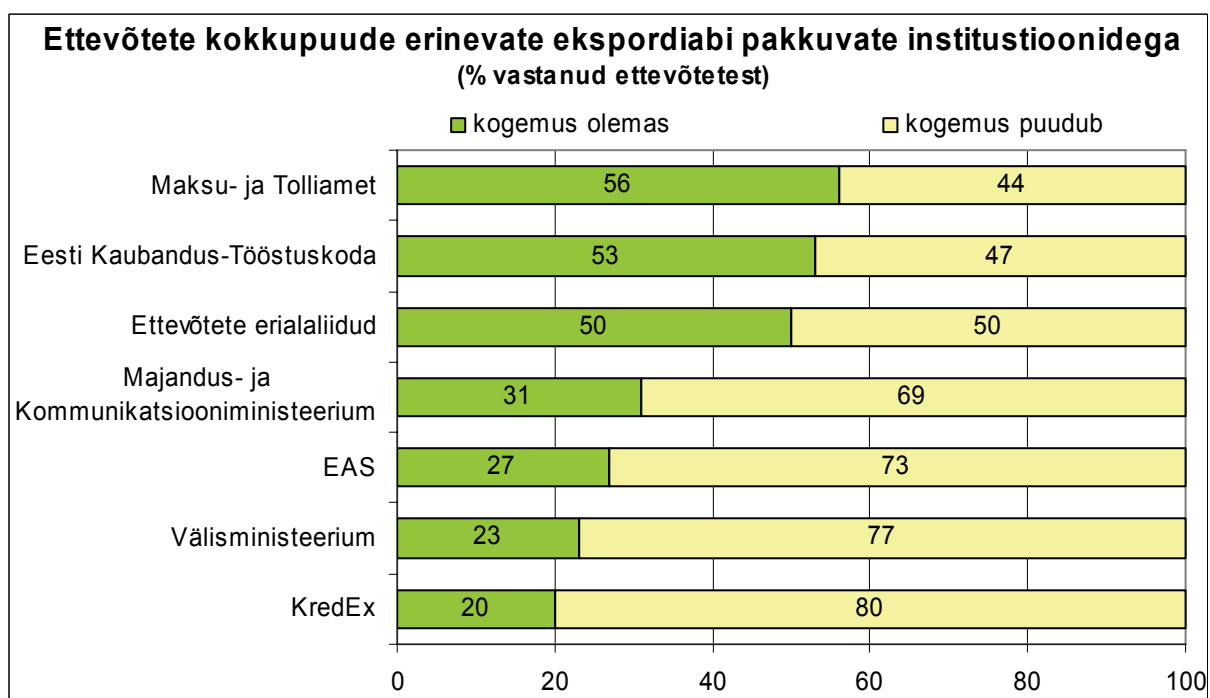
Joonis 2.20.



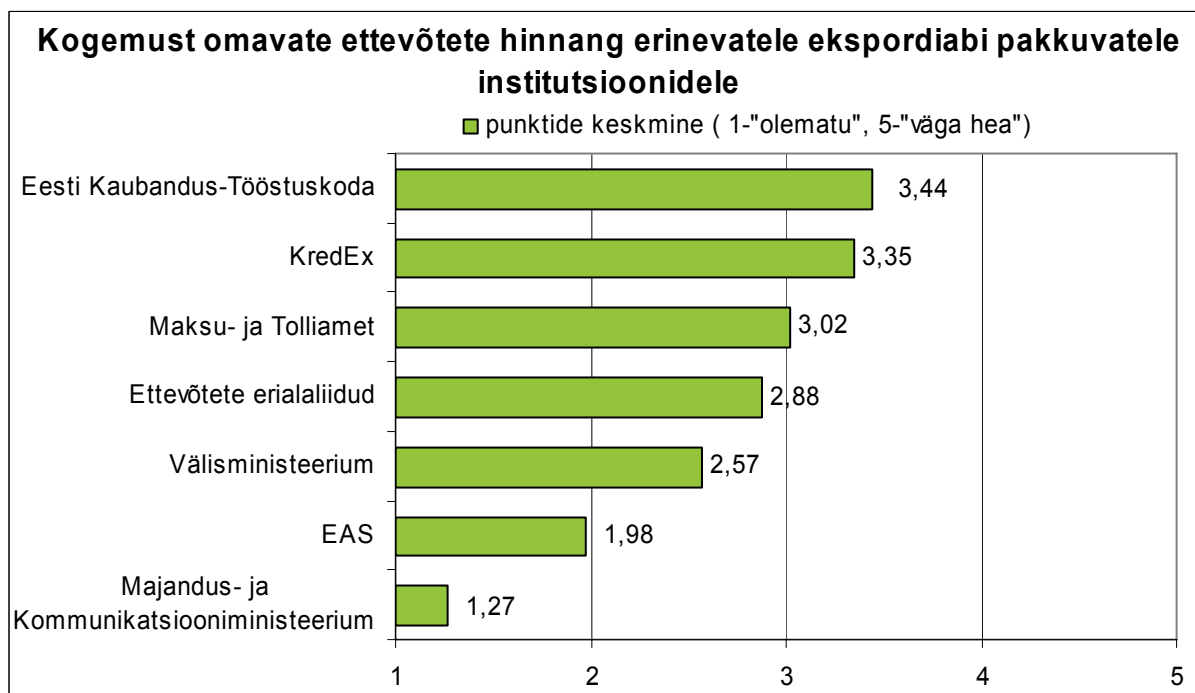
2.4. Ekspordialane abi ja riigipoolne tugi autotranspordiettevõtetele

Uuringule vastanud **eksportivatest autotranspordiettevõtetest ainult üks ettevõtja oli pöördunud** KredEx-i poole ekspordialase abi saamiseks ja ta sai sealt abi. 95% vastanutest andis sõltumata pöördumise kogemuse olemisest ikkagi hinnangud institutsioonidele. Selgus, et autotranspordiettevõtted hindasid kõige enam ETK-d ja KredEx-it (joonised 2.21. ja 2.22.). Halvimad hinnangud said autotranspordiettevõtjatelt aga EAS ning Majandus- ja Kommunikatsiooniministerium.

Joonis 2.21.



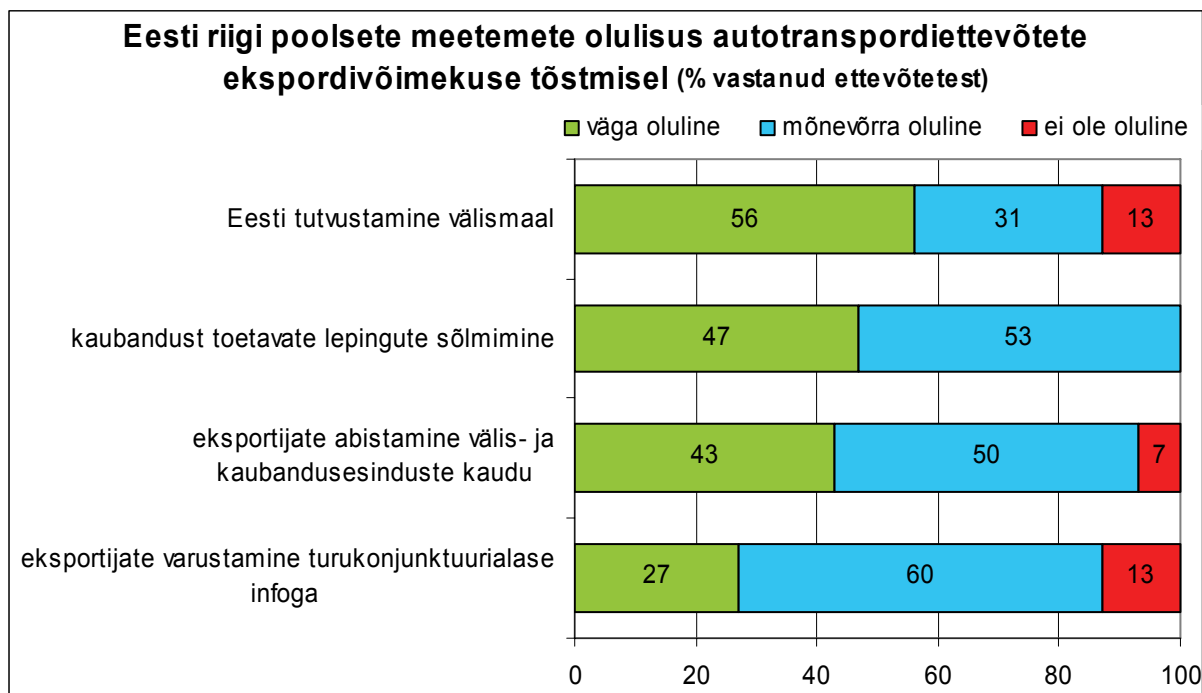
Joonis 2.22.



Eesti riigi poolsed abimeetmed

Üle poolte vastanud autotranspordiettevõtete (56% vastajatest) jaoks oli väga oluliseks Eesti riigi poolseks eksporti toetavaks meetmeks välisriikides Eesti tutvustamine ja tuntuse suurendamiseks mitmesugused läbiviidavad tegevused (joonis 2.23.). Ka hindas 47% vastajatest väga tähtsaks riigi poolseks toeks kaubandust toetavate lepingute sõlmimist. Turukonjunktuuralase informatsiooniga varustatuse olulisuse kohta andsid tagasiside vähesed eksportijad.

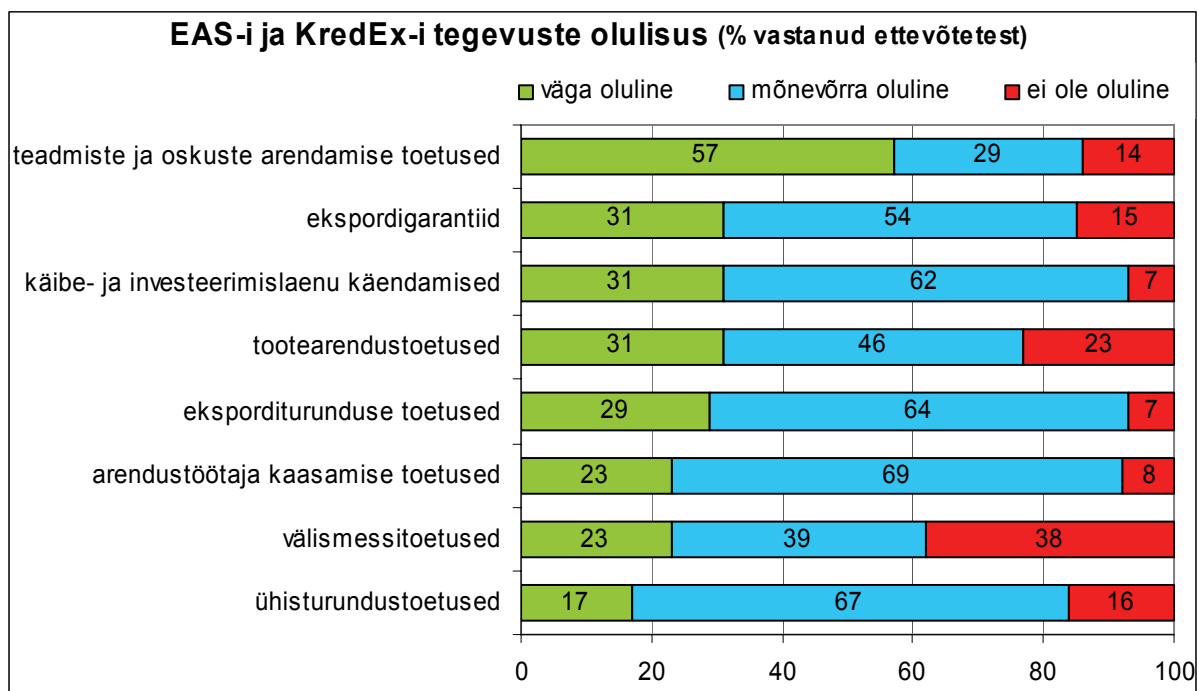
Joonis 2.23.



EAS-i ja KredEx-i poolsed tegevused

EAS-i poolsetest toetustest andsid autotranspordiettevõtted (57% vastajatest) kõige rohkem tagasisidet teadmiste ja oskuste arendamise toetuse andmise olulisuse kohta (joonis 2.24.). Ligi kolmandiku vastajate poolt oli väga oluliseks hinnatud ekspordigarantiid ning käibe- ja investeerimisläenu käendamised. 38% vastajatest ei lugenud välismessitoetuse andmist oluliseks. Lisaks märgiti ära, et tuleks laiendada toetuste andmist, so sooviti toetust vahendustegevusele.

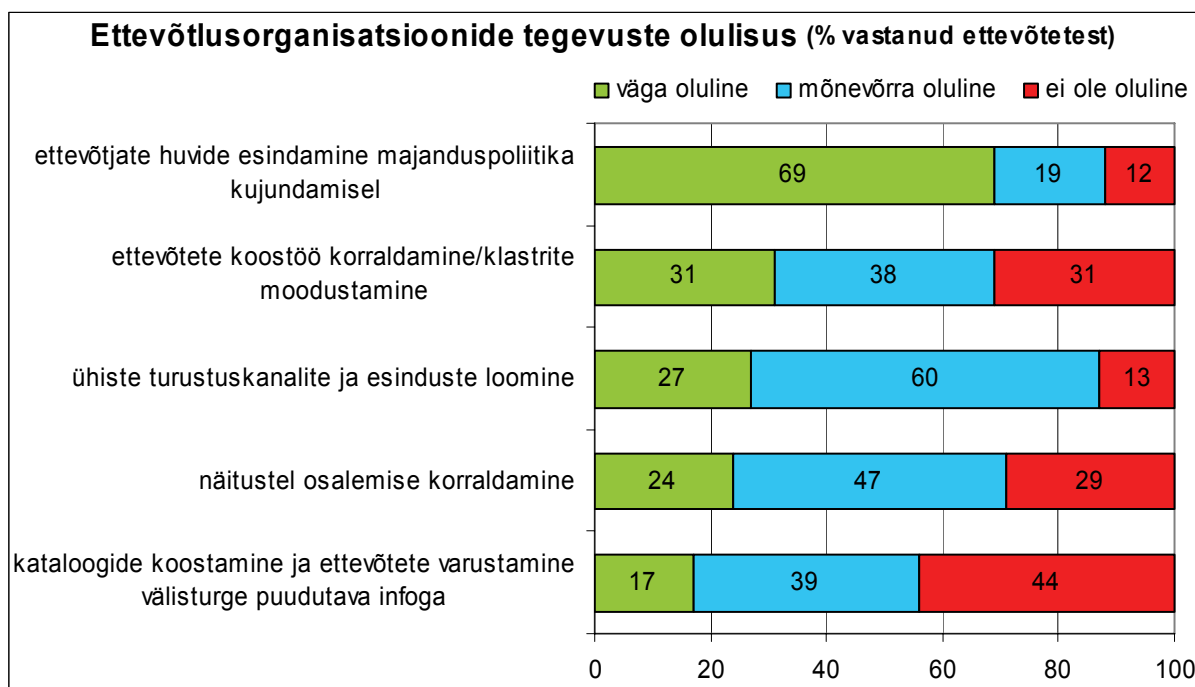
Joonis 2.24.



Ettevõtlusorganisatsioonide tegevused

Põhiline osa küsitletud autotranspordiettevõtetest (ligi 70%) pidas ettevõtlusorganisatsioonide poolset ettevõtjate huvide esindamist riigi majanduspoliitika loomisprotsessis nende tegevuseks number üks (joonis 2.25.). Ettevõtete vahelise koostöö ja näitustel osalemise korraldamist ning ühiste turustuskanalite jm esinduste loomist hinnati eriti oluliseks tunduvat väiksema arvu autotranspordiettevõtete poolt. 44% vastanute jaoks ei omanud tähendust kataloogide koostamine ja ettevõtete varustamine välisurgete puudutava informatsiooniga.

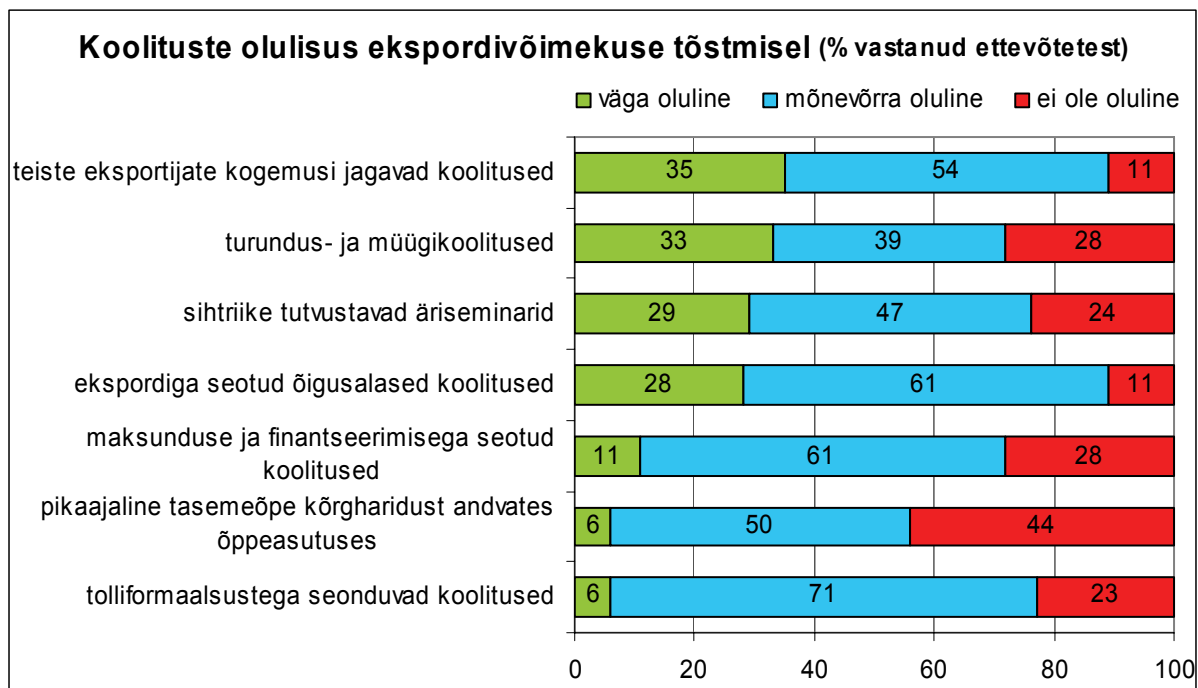
Joonis 2.25.



Koolitused

Kolmandik vastanutest märkis väga olulisteks koolitusteks ekspordijate kogemuskoolitusi ning turundus- ja müügikoolitusi (joonis 2.26.). 44% autotranspordiettevõtetest väljendas, et nendele ei ole pikaajaline tasemeõpe kõrgharidust andvates õppeasutustes oluline.

Joonis 2.26.



3. Autotranspordiettevõtete küsimustiku vabad vastused

Tabel 3.1.

Ekspordi peamine sihtriik (eksporditulu järgi) on:

- Soome x 3
- Rootsi x 2
- Venemaa x 2
- Austria
- EL
- Saksamaa

Tabel 3.2.

Ettevõtte konkurentsivõime muutus sise- ja/või välisturgudel*

- Vedajate üliküllus.
- Ekspordi üldine vähenemine.
- Hinna langus, veoste arvu vähenemine.
- Veomahud on vähenenud, veohinnad on vähenenud, klientide maksekäitumine on kordades halvenenud, süvenenud on usaldamatus väiksesse Balti riiki.
- Paljud väiksemad tegijad on tegevuse lõpetanud.
- Me ei suuda hinnaga püsida konkurents. Meie tehnika on selleks liiga uus ja liisingukohustused teevad teenuse kalliks.
- Vähenenud on konkurents ning hindadega manipuleerimine. Täna peetakse rohkem seda, et ettevõtte ka homme tegutseks. Täna peetakse endise ajaga võrreldes tähtsamaks valmisolekut lahendada kliendikaebusi ning võimalust osta väiksemaid koguseid.

Tabel 3.3.

Ettevõtte (toote, teenuse) kõige olulisem konkurentsieelis välisturgudel

- Teostuse täpsus.
- Kogemus.
- Kompleksteenuse - teenuse pakkumine kogu logistilise ahela ulatuses.
- Odavam teenus välismaisest konkurendist.
- Kauba kohaleveo kiirus, täpsus.
- Madalam hind võrdväärse teenuse juures.
- Teenuste paindlikud hinnad.
- Kiire ja paindlik reageerimine nõudluse muutumisele.
- Ühte ja kõige olulisemat eelist pole. Lepingute saamine ei ole ühekordne tegevus - see on pidev protsess. Kogu aeg mõni leping lõpeb ja kogu aeg tuleb leida uusi lepinguid/kliente. Konkureerime kogu aeg - kes on parem, see ka saab lepingu.

* Vastused on antud retsenseerimata kujul

Ettevõtte (toote, teenuse) kõige olulisem konkurentsieelis välisturgudel

- Kiire ja paindlik reageerimine nõudluse muutumisele.
- Kvaliteedi ja hinna suhe. Suhteliselt uus tehnika.
- Tegeleme ADR vedudega, s.h. ADR klass 1 kaupade veoga.
- Paindlikkus ja teenusekindlus.
- Toote hinna lihtsus - hind sisaldab kõiki kulusid, mis kaasnevad toote jõudmisega kliendini. Asjaajamise lihtsus ja kiirus.

Tabel 3.4.

Kõige olulisem tegevus ettevõttes konkurentsivõime tõstmisel

- Distsipliin.
- Teenuse kvaliteedi tõstmine, usaldusväarsuse tagamine.
- Kulude kärpimine, aktiivsem müügitöö.
- Kauba kohaleveo kiirus, täpsus.
- Kulubaasi ümber struktureerimine ja vähendamine, uutele turgudele liikumine, kaasaegsema ja võimsama masinapargi soetamine.
- Targad ja tublid töötajad, pidevad investeeringud ladudesse ja veovahenditesse.
- Teenuse ostmiseks tehtavate kulutuste vähendamine (suuresti personalikulude kärpimine).
- Omahinna alandamine.
- Standardite säilitamine koos hinna säilitamisega ning *logistika* efektiivsemaks muutmine.

Tabel 3.5.

Koostöö laiendamine, arendamine konkurentsivõime tõstmiseks

- Kauba kohaleveo kiirus, täpsus.
- Turu ja finantsanalüüside jälgimine Põhjamaades ja laiemalt väljaspool Eestit, võimsamate ja enam arenenud masinate soetamine, sidustegevusega seotud ettevõtetega otsekontaktide tihendamine.
- Ühtset tegevust pole. Logistikaturg muutub pidevalt - tuleb turumuutustele kiiresti reageerida.
- Koostöösuhted.

Tabel 3.6.

Ettevõtte kõige olulisem tegevus välisturul konkurentsivõime tõstmisel

- Täitmise täpsus.
- Kauba kohaleveo kiirus, täpsus.
- Madalam hind kui kohalikel teenusepakkujatel.
- Otsinud erinevates EL-i riikides võimalikke kliente, kellele teenuseid pakkuda. Põhiliselt interneti vahendusel.
- Tarbijate nõudlus.

Tabel 3.7.

Ekspordialaste tegevuskavade mitte täitumise põhjused

- Nõudluse oluline vähenemine.
- Eksporditava kauba koguse vähenemine.
- Investeerisime üle, ei osanud nii suurt turulangust ette näha.
- Vajalike finantsvahendite puudumine. Nt finantskindlustus, *faktooring*.
- Teenusehind.

Tabel 3.8.

Teadmiste ja oskustega ning toodete, teenustega seotud probleemid

- Madal turuseis.
- Poliitilise tahte puudumine Eesti transiiti arendada ja samuti dividendide maksmine AS-st Tallinna Sadam - selle asemel, et investeerida, kõrged sadamamaksud, lootsitasud, jne.
- Käibevahendite puudus, kus pangad ei anna välja (ka kindlustatud klientidele) *faktooringuid*, arvelduskrediiti(vähendavad). Samas on pakutavad maksetingimised EL riikides 45-60 päeva. Kütuse kui suurima kuluartikli eest tuleb tasuda 14 päeva jooksul või maksta üldse ette. Ühesõnaga igasugune usalduse puudumine transpordiettevõtete vastu.
- Teenuste kõrge omahind.
- Finantsiline - maksetähtaegade lühenemine meile kui ostjale ning teisalt maksetähtaegade pikenedamine müügiotsessis.

Tabel 3.9.

Eesti majanduskeskkonna probleemid

- Väga pikad maksetähtajad 60 ja rohkem päeva.
- Käibevahendite puudus, kus pangad ei anna välja (ka kindlustatud klientidele) *faktooringuid*, arvelduskrediiti(vähendavad). Samas on pakutavad maksetingimised EL riikides 45-60 päeva. Kütuse kui suurima kuluartikli eest tuleb tasuda 14 päeva jooksul või maksta üldse ette. Ühesõnaga igasugune usalduse puudumine transpordiettevõtete vastu.
- Pankade krediitipoliitika.

Tabel 3.10.

Välisturgude probleemid

- Piiriületus Venemaaga.
- Tugev konkurents.

Tabel 3.11.

Sihtriigi majanduskeskkonnast tulenevate probleemidega kokku puutumine

- Kõikjal.
- Venemaa piiriületus.

- Piirijärjekorrad ja tolliprobleemid ning ülikõrge *korruptsioon* Venemaal.
- Peamine probleem - poliitiline ebastabiilsus suhetes Venemaaga.
- Venemaa toll on *korruptiivne*, Skandinaavia annab tööd meelsamini oma ettevõtjatele ja viivitab maksetega nõudes samal ajal ise ettemaksuga.
- Poliitilised suhted Venemaaga.
- Euroopa.