

TARTU ÜLIKOOL  
Majandusteaduskond

Marite Promvalds

**ETTEVÕTLUSE ARENDAMISE SIHTASUTUSE  
EKSPORDINÕUNIKE TÖÖ TULEMUSLIKKUSE  
HINDAMINE**

Magistritöö

Juhendajad:

Rakendusökonomieetria vanemteadur Jaan Masso, *PhD*  
EASi analüüsi valdkonnajuht Tarmo Puolokainen, *PhD*

Tartu 2020

Suunan kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Marite Promvalds

/allkirjastatud digitaalselt/

## SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	4
1. KAUBANDUSE JA RAHVUSVAHELISTUMISE TEOREETILISED ALUSED ....	7
1.1. Rahvusvahelise kaubandusteooria areng.....	7
1.2. Kaubandus ja rahvusvahelistumine.....	13
1.2.1. Kaubanduse areng ja rahvusvahelistumise põhjused .....	13
1.2.2. Kaubanduse ja rahvusvahelistumise olulisus .....	17
1.2.3. Kaubandustõkked ja ekspordibarjäärid .....	20
1.3. Ekspordi edendamine .....	23
1.3.1. Ekspordi edendamise meetmed.....	23
1.3.2. Ekspordi edendamise mõju teiste riikide näitel .....	25
1.3.3. Eesti ekspordipoliitika ja kasutatavad toetusmeetmed.....	33
2. ANALÜÜSI METOODIKA JA TEOREETILINE TAGAPÕHI.....	39
2.1. Eelnevad analüüsid.....	39
2.2. Kasutatud andmete ülevaade.....	41
2.3. Analüüsi eesmärk .....	43
2.4. Kasutatav analüüsi meetodika.....	44
2.5. Analüüsi tulemused.....	47
2.6. Analüüsi järeldused ja ettepanekud.....	58
KOKKUVÕTE.....	61
VIIDATUD ALLIKAD .....	64
LISAD .....	71
<b>Lisa 1.</b> Sobitamise tulemused erinevate väljundnäitajate puhul.....	71
SUMMARY .....	80

## SISSEJUHATUS

Ettevõtete ekspordivõimekust peetakse sageli üheks olulisemaks riigi majanduskasvu ning rahvusvahelise konkurentsivõime aluseks. Üha globaliseerivas maailmas (Ortiz-Ospina *et al.* 2019) ning vaba turumajanduse tingimustes on oluline, et ettevõtted suudaksid välisturgudel edukalt konkureerida. Läbi ajaloo on mitmete riikide puhul täheldatud, et nende ekspordile orienteeritus on kaasa toonud kogu majanduse õitsengu ja heaolu (Balassa 1980: 16). Selleks, et riigid saaksid majandusarengu ja -kasvu soodustamiseks rakendada sobivaid meetmeid, on aga oluline mõista faktoreid, mis ettevõtete ekspordivõimekust parandavad.

Heterogeensete ettevõtete kaubandusteooria toob esile, et ekspordi turule sisenemine toob endaga kaasa ühekordsed pöördumatud kulud ning nende kulude suurusel sõltub, kas ettevõtte otsustab eksportima hakata või mitte (Melitz 2003: 1706). Siin peitub ekspordi edendamise asutuste potentsiaal: pakkuda erinevaid toetuseid, teavet sihtturu eripärade kohta ning muud spetsiifilist infot kauba transpordi, logistika, vajalike sertifikaatide, messidel osalemise jms kohta, mille puhul info hankimine ettevõtetal endil oleks suhteliselt kulukas. Enamikes riikides ongi ekspordi edendamiseks loodud spetsiaalsed institutsioonid, mis pakuvad ettevõtetele mitmesuguseid toetusskeeme ja nõustamisteenuseid ekspordivõime kasvatamiseks. Esimene ekspordi edendamise asutus, mis eksisteerib praeguse ajani, loodi Soomes 1919. aastal ning 1960ndatel muutusid taolised organisatsioonid paljudes riikides levinud mooduseks, et eksporditegevust võimendada ja vähendada kaubanduse puudujääki (Lederman *et al.* 2010: 257).

Ekspordi edendamise asutused (EEA) erinevad riikide lõikes oluliselt oma suuruse, struktuuri, eelarve ning kasutatavate meetmete poolest. (Olarreaga *et al.* 2019: 1). Eestis pakub ekspordi edendamiseks nõustamisteenust 2000. aastal loodud Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS), mis on ettevõtluse üheks suurimaks riiklikuks tugisüsteemiks. EASi peamisteks eesmärkides ekspordi valdkonnas on ekspordi

mitmekesistamine nii sektorite kui ka geograafilises mõttes ning kõrgema lisandväärtusega eksportivate ettevõtete arvu kasv (EASi strateegiline... 2018: 4). Töö kirjutamisel ajal 2020. aasta kevadel tegutses EASil 15 ekspordinõunikku 14 erinevas riigis. Viimastel aastatel on tehtud ligikaudu 700 nõustamist aastas.

Teema on aktuaalne kuna ekspordi edendamise programmid on enamikes riikides laialt levinud ning riiklikult toetatud, sh ka Eestis. Õigustamaks riiklike vahendite kulutamist taoliste programmide peale, on vajalik mõista, kas neil teenustel on ka oluline positiivne mõju majanduskasvu, ettevõtete arengu, arengustrateegiates seatud eesmärkide või muude taoliste näitajate saavutamiseks. Mitmed uuringud on leidnud tõestust sellele, et ekspordi edendamise asutustel on positiivne ja oluline mõju riigi ekspordile, kuid Olarreaga *et al.* (2015) toovad välja, et ekspordi edendamise asutuste tegevuse mõju olulisus sõltub mitmetest asjaoludest, näiteks sellest, kas tegevus fokusseeritakse väikestele, keskmistele või suurtele ettevõtetele või kas keskendutakse ekspordimisega alustavatele või juba kogunud eksporditajatele.

Käesoleva töö eesmärgiks on hinnata, kas 2014.-2017. aastal EASi ekspordinõuniku teenust saanud ettevõtete majandusnäitajatele on osutatud teenus avaldanud positiivset mõju. Selle hindamiseks analüüsitakse, kas teenuse osutamise järgselt on ettevõtted sisenenud uuele sihtturule ning kas kasvanud on ettevõtte ekspordimaht, müügitulu, täiendava lisatulu loomine ning töötajate arv. Teenuse mõju hindamiseks leitakse teenust kasutanud ettevõtetele kontrollgrupp kasutades tõenäosuspõhist sobitamist. Seejärel võrreldakse gruppide vahelisi erinevusi ning hinnatakse teenuse kasutamise mõju olulisust saadud tulemustele. Tõenäosuspõhise sobitamise meetodit on põhjuslike mõjude hindamiseks laialt kasutatud nii meditsiini-, sotsioloogia-, politoloogia- kui ka majandusteadlaste poolt (Li 2012: 2). Ettevõtete ekspordimise kontekstis rakendas esimesena tõenäosuspõhise sobitamise meetodit Wagner (2002), et uurida, kas ekspordimisel on põhjuslik mõju ettevõtete suurusele ja tööjõu tootlikkusele.

Töö koosneb kahest peatükist, millest esimene tutvustab rahvusvahelise kaubanduse, ekspordi ja rahvusvahelistumise teoreetilisi aluseid ning kaubanduse mõju riikide arengule, ekspordi edendamise meetmeid ning teistes riikides läbi viidud mõju analüüse nende kohta. Teises peatükis tutvustatakse seni tehtud asjakohaseid töid, antakse ülevaade andmetest ning nende töötlemisest, tutvustatakse kasutatavat analüüsimeetodit,

viiakse läbi analüüs ning tehakse selle kohta järeldusi. Töö empiirilise osa analüüsis kasutatakse Eesti Panga poolt kogutud teenuste ekspordi, Eesti Statistikaameti poolt kogutud väliskaubanduse ja majandusnäitajate andmeid ning EASi poolt kogutud info ekspordinõunike teenuse kasutamise kohta.

Märksõnad: eksport, eksporditoetused, rahvusvaheline kaubandus, väliskaubandus

Teaduseriala kood: S186 Rahvusvaheline kaubandus

# 1. KAUBANDUSE JA RAHVUSVAHELISTUMISE TEOREETILISED ALUSED

## 1.1. Rahvusvahelise kaubandusteooria areng

Eksport ehk kaupade ja teenuste müümine välisurgudel on rahvusvahelise kaubanduse toimumise alustalaks. Traditsiooniliselt tegeleb kaubandusteooria kaubandusest tuleneva kasu ja selle riikide vahel jagunemise küsimustega, keskendudes kaubanduse mahtu, tingimusi, kaubandusmustreid ja –sidemeid ning riikide majanduse struktuure määravatele teguritele. Esimesed kaubandusteooriad keskenduvad rahvaste või riikide absoluutsele ja suhtelisele eelisele, väites, et iga rahvas võib kaubavahetusest, kui nad spetsialiseeruvad nende kaupade tootmisele, milles nad omavad kas absoluutset või suhtelist eelist olla rohkem efektiivsed. (Corden 1992: 24)

Rahvusvahelisele kaubandusteooriale pani aluse Adam Smith oma teoses “Uurimus riikide rikkuse iseloomust ja põhjustest“ (1776), milles ta tõi esmakordselt välja absoluutse eelise mõiste. Smith järeldas, et kaubandusest saavad kasu kõik osapooled, kui iga riik omab vähemalt ühe kauba tootmisel absoluutset eelist ning ta spetsialiseerub selle kauba tootmisele (Chappelow 2019). Smithi ideede järgijad on mitmeid põlvkondi rõhutanud, et kaubandus edendab majanduskasvu läbi mitme erineva kanali: suurenenud spetsialiseerumise, ressursside efektiivsema jaotamise, teadmiste rahvusvahelise levimise ning piiriülesest majandustegevusest tuleneva konkurentsi suurenemise kaudu koduturul (Sachs, Warner 1995: 3).

Smithi teooriat arendas edasi David Ricardo oma teoses “*On the Principles of Political Economy and Taxation*” (1817) (Hayes, 2019). Ricardo leidis, et riik peaks spetsialiseeruma selle kauba tootmisele, mille puhul tootmise suhteline kulu on kõige madalam ja ostma muud kaubad teistelt riikidelt. See põhimõte on kaubandusteoorias tuntud kui suhteline eelis, mis on majandusteooria üks olulisemaid mõisteid, kuna selgitab, kuidas kõik osapooled saavad koostööst ja kaubandusest ühiselt kasu (Hayes

2019). Nii Smithi kui Ricardo argumendid vaba kaubanduse toetuseks baseerusid puhtalt loogilistel alustel (Cameron, Neal 2003: 291).

Ricardo mudel jättis aga välja pakkumise ja nõudluse rolli kui ühe olulise kaubavahetuse toimumise tingimuse. 19. sajandi keskpaigas lisas majandusteooriasse nõudluse ja pakkumise tasakaalu põhimõtte John Stuart Mill ning tema ideed jäid majandusteoorias valitsevaks ka 20. sajandi kaheks esimeseks aastakümneks, kuniks Alfred Marshall arendas teooriat edasi konstrueerides nõudluse kõvera (Sen 2010: 2-3). Marshallile järgnev rahvusvahelise kaubandusteooria haru on tuntud kui puhas kaubandusteooria (inglise k. *pure trade theory*), mis esindab peamiselt väärtuse ja heaolu teooriate rakendamist. See teooria haru tegeleb peamiselt küsimustega, mis otsustavad kaubanduse struktuuri, kuidas mõjutavad tariifid tootmistegurite hindasid ja missugune on kaubanduse enda mõju kaubanduse tingimustele. Teisest küljest on esindatud ka heaolu küsimused nagu näiteks, kas vaba kaubandus maksimeerib maailma reaaltulu. (Bhagwati 1964: 1)

Üheks selle perioodi mõjukamaks majandusteoreetikuks oli John Maynard Keynes ning tema ideedel põhinev teooria haru on tuntud kui keinsism või keinslik majandusteooria. Tema peamiseks panuseks on idee, et turud ei pruugi alati olla efektiivsed ning majanduslanguse perioodil peaks valitsus suurendama tarbimist, et majandust elavdada. Keynesi ideed leidsid laialdast toetust nii 1929-1933. aastate majanduskriisi järgsetel aastatel kui ka II maailmasõja järel kuni 1970. aastate stagflatsioonini ning tegid uue taastärkamise 2008-2013. aastate majandussurutise ajal. (Pettinger 2018)

Puhta kaubandusteooria üheks oluliseks edasi arenduseks on Heckscher-Ohlini (H-O) mudel, mis selgitab riigi kaubandust selle tegurikapitali osas. Selle teerajajaks oli Eli Heckser oma 1919. aastal avaldatud esseega, mis sai aluseks Bertil Ohlini 1933. aasta uurimusele. H-O mudeli kohaselt on riikidel suhteline eelis nende toodete osas, mis kasutavad intensiivsemalt selles riigis küllaga saadaval olevaid tegureid, minnes suhtelise eelise mõiste taha ja näidates sidet majanduse struktuuri ja kaubanduse vahel. Lihtsustatult võib öelda, et H-O mudeli panuseks on ühendada puhas kaubandusteooria uus-klassikalise tootmise ja jaotuse teooriatega. (Corden 1992: 24-25)



Puhas kaubandusteooria saavutas 1960. aastateks küpsuse ning selle aja majandusteaduse teoreetikud ning poliitikud paistsid olevat üldiselt ühel meelel, et kaubandus on kasulik ning proteksionism kahjulik. Kaubandus kasvas küllaltki liberaalses keskkonnas seninägematu kiirusega ning enamus kaubanduses osalevatest rahvastest paistis sellest kasu saavat. Suurem osa majandusteadlasi järgisid mõnda Keynesi mudeli vormi ning tarbimisfunktsiooni ja Phillipsi kõverana tuntud suhted püsisid kindlatena. (Bliss 1987: 3)

Vanemad kaubandusteooriad selgitavad riikide vahelisi kaubavooge tulenevalt nende suhtelisest eelisest või tootmistegurite kasutamise intensiivsusest. Peamiseks implikatsiooniks seejuures on, et riigid ekspordivad ühe ning impordivad mingi teise tööstusharu toodangut. Tegelikult toimub suur osa kaubandusest aga üsna sarnaste osapoolte vahel ning ka samade tööstusharude raames (Bernard *et al.* 2007: 106). See asjaolu viis uue kaubandusteooria (inglise k. *new trade theory* – NTT) välja kujunemiseni hilistel 1970ndatel ja varajastel 1980ndatel ning selle üheks juhtivaks välja töötajaks oli Paul Krugman (Pettinger 2017). Peamised teemad, millega NTT tegeleb, on mastaabiefektist tulenev tasuvuse suurenemine, selle mõju kaubandusstruktuurile ning rahvusvahelisest kaubandusest tulenev mõlemapoolne kasu (Sen 2010: 6). Samuti käsitleb NTT tarbija-eelistuste varieeruvust, mille tõttu muidu identsed ettevõtted spetsialiseeruvad ühe toote varieerimisele, kannustades ühe tööstusharu kahe-suunalist kaubandust erinevate riikide vahel, näiteks autodega kauplemine USA ja Saksamaa vahel (Bernard *et al.* 2007: 107). Samuti toob uus kaubandusteooria välja, et ettevõtetel, kes sisenevad mingile turule esimesena, on eelis saada turu liidriks, kuna nad saavutavad märkimisväärse mastaabisäästu ning seetõttu on hiljem turule sisenevatel ettevõtetel nende vastu raske konkureerida (Pettinger 2017).

Uue kaubandusteooria kohaselt tuleneb heaolu kasv kaubandusest mastaabiefekti ja saadaolevate toodete varieeruvuse suurenemisest. Kaubanduse liberaliseerimist käsitlevad empiirilised uurimused toovad aga ühe heaolu kasvu allikana välja kogu produktiivsuse kasvu, mis tuleneb sellest, et madalama produktiivsusega ettevõtted lõpetavad tegevuse ning suurema produktiivsusega ettevõtted kasvavad ja sisenevad eksporditurgudele (Bernard *et al.* 2007: 112). Empiirilised uurimused on teoreetikutele esitanud väljakutse, mida vana ja uus kaubandusteooria selgitada ei suuda, ning see on

viinud heterogeensete ettevõtete kaubandusteooria (inglise k. *heterogeneous firms trade theory*) tekkimiseni. Selle teooria juhtivaks raamistikuks on kujunenud Melitz'i (2003) mudel, mis toob Krugmani tööstuse-sisese kaubanduse mudelisse sisse ettevõtete heterogeensuse. (Bernard *et al.* 2007: 114)

Melitz (2003) toob esile, et ekspordi turule sisenemine toob lisaks ühikupõhistele transpordi- ja tollitariifidele endaga kaasa ka ühekordsed pöördumatud kulud, mis ei sõltu ekspordi mahust. Uuele välisurule sisenedes peab ettevõtte informeerima potentsiaalseid ostjaid oma tootest, viima end kurssi sealse turuolukorra, regulatsioonide ja standarditega ning töötama välja sobiva transpordi- ja jaotusvõrgustiku (Melitz 2003: 1706). Nende pöördumatute kulude suurusel on oluline mõju sellele, kas ettevõtte otsustab eksportima hakata või mitte. Kui uuele eksporditurule sisenemine on väga kulukas, saavad seda teha ainult kõrgema produktiivsusega ettevõtted (Melitz 2003: 1715). Kaubanduspartnerite arvu suurenemine sunnib aga igat ettevõtet loovutama osa oma koduturust ning madala produktiivsusega ettevõtted, kes ei ekspordi, kogevad tulude ja kasumi vähenemist ning on seetõttu sunnitud turult lahkuma. Selle tulemusena teenivad kõige suurema produktiivsusega ettevõtted veelgi suuremat tulu ja kasumit ning turuosade ümber jagunemine kõrgema produktiivsusega ettevõtete kasuks genereerib kogu produktiivsuse ja heaolu tõusu, ilma et individuaalsete ettevõtete produktiivsus peaks ilmingimata tõusma (Melitz 2003: 1717-1719).

Heterogeensete ettevõtete mudel toob esile ettevõtete vaheliste erinevuste ja rahvusvahelise kaubanduse vastastikuse mõju, mis on tingitud produktiivsemate ettevõtete enese valikust siseneda eksporditurgudele, tuues endaga kaasa nihke ressursside ja turuosade jagunemises ning kogu produktiivsuse paranemises. Selle nihke käigus kasvavad ekspordivad ettevõtted kiiremini nii suuruse kui töötajate arvu poolest, kui mitte-eksportijad. (Bernard *et al.* 2007: 115)

Tööstusharu sisese kaubanduse osatähtsuse kasv on muutnud seda, kuidas nähakse kaubandusest saadavat kasu üleüldiselt. Vanemad teooriad keskendusid peamiselt kapitali erinevustest ja suhtelisest eelisest tulenevatele kasudele. Tänapäeval nähakse peamiselt kolme kaubandusest tulenevat kasu allikat: tööstusharu sisesest kaubandusest tulenev suurem toodete varieeruvus, efektiivsuse suurenemine, mis tuleneb tööjõu ja kapitali liikumisest suurtesse, kõrgema efektiivsusega ettevõtetesse, ning tootlikkuse

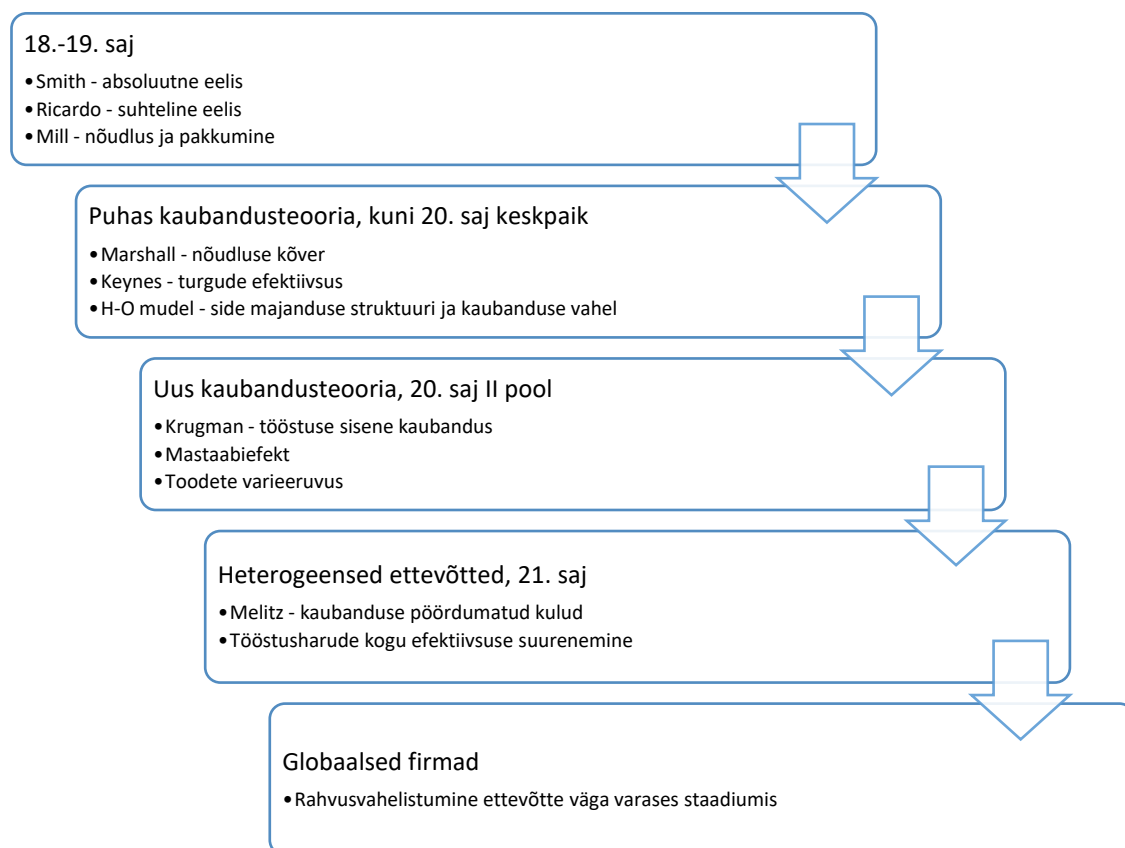
tõus, mis on seotud kaubandusest tuleneva innovatsiooniga (Melitz, Trefler 2012: 91-92). Suurematel turgudel tegutsemine võimaldab ettevõtetel saavutada piisavalt suure müügi mahu, et õigustada innovatsiooniga seotud suuri fikseeritud kulusid (Melitz, Trefler 2012: 111).

Kuna maailmas domineerivad mõned ettevõtted, mis osalevad rahvusvahelises kaubanduses intensiivselt mitmel erineval tasandil, loovad Bernard *et al.* (2018) oma töös uue globaalsete firmade teoreetilise raamistiku. Sellistel ettevõtetel on suured turusoad ning nad omavad agregeeritud kaubanduses märkimisväärset osalust. Edukamad ettevõtted ekspordivad igat toodet rohkem igale turule, ekspordivad rohkem erinevaid tooteid igale turule ja ekspordivad rohkematele turgudele. Samuti impordivad sellised ettevõtted rohkem igat kaupa, impordivad rohkem erinevaid kaupaid ning impordivad rohkematest erinevatest riikidest. See parandab nende ligipääsu erinevatele tarnijatele ning vähendab tootmiskulusid, mis võimaldab erinevusi ettevõtte sisemiste tootmiskulude ja välise produktiivsuse taseme vahel ning toob kaasa veelgi ulatuslikuma laienemise üle mitmete turgude ja tootmistasemete. Selline ulatuslik laienemine seletab suure osa kaubanduse koondumist suhteliselt väikse osa ettevõtete kätte. (Bernard *et al.* 2018: 607)

Hilisematel perioodidel on lisaks arendatud veel mitmeid erinevaid kaubandust käsitlevaid teooriaid, näiteks ekspordibaasi teooria (inglise k. *export base theory*), mille kohaselt kaubandus on majanduskasvu mootoriks, kuna ekspordimisest tulenev sissetulekute tõus mingis regioonis suurendab omakorda nõudlust kohalike kaupade järele, mis omakorda genereerib veel täiendavat sissetulekut (Lam 2015: 608). Või sisemise kasvu teooria (inglise k. *endogenous growth theory*), mille kohaselt on tootlikkuse tõus seotud peamiselt innovatsiooni ja investeeringutega inimkapitali, mis on võimeline arendama ja säilitama konkurentsieelist maailmamajanduse kasvavates tööstusharudes (Lam 2015: 609).

Järgneval joonisel 1 on graafiliselt kujutatud kaubandusteooria arengu olulisemad etapid ja mõisted või ideed, mis sel perioodil lisandusid. Hoolimata sellest, et erinevaid kaubandusteooriaid on arendatud juba kaks ja pool sajandit, on ettevõtete taset põhjalikumalt käsitlema hakatud alles käesoleval sajandil. Suuresti on see toimunud

tänu infotehnoloogilistele arengutele, mis võimaldab koguda suuri andmekogusid ettevõtete tasemel kaubandustehingute tegemise kohta.



### Joonis 1. Kaubandusteooria areng (autori koostatud).

Traditsiooniliselt on kaubandusteooria tähelepanu keskpunktis olnud riigid ja tööstusharud, kuid viimasel paaril aastakümnel on nii teoreetiliste- kui ka empiiriliste uurimustööde fookus liikunud suuresti ettevõtetele ja kaubeldavatele toodetele. Selle muutuse on kaasa toonud suur hulk tõendusmaterjali, et ettevõtted, mis osalevad rahvusvahelises kaubanduses, erinevad märkimisväärselt ettevõtetest, kes seda ei tee, ning neil erisustel on olulised tagajärjed kaubanduse mõju hindamisele. (Bernard *et al.* 2007: 128)

Ekspordi edendamist nähakse seejuures enamasti heaolu tõstva poliitikana, mis on tihti valitsuste poolt toetatud, kuid majandusteooria vaevu pooldab selle otseseid ja kaudseid vorme. Standardse uusklassikalise kaubandusteooria kohaselt on täiusliku konkurentsi puhul kaubanduspoliitika eesmärk parandada kaubanduse tingimusi, see tähendab, et

ekspordi hinnad oleksid suhtelised impordi hindadega, ning senikaua, kui riik on piisavalt suur, et mõjutada kaubanduse tingimusi, on optimaalne maksustada ekspordi. Sellest hoolimata on mitmed otsesed ja kaudsed ekspordi subsideerimised laialt levinud ning valitsused tugevalt toetavad eksportivaid firmasid. (Etro 2006: 2)

## **1.2. Kaubandus ja rahvusvahelistumine**

### **1.2.1. Kaubanduse areng ja rahvusvahelistumise põhjused**

Rahvusvahelistumine ehk erinevate rahvaste ja riikide majanduste lõimumine ühtseks ülemaailmseks kaubandusvõrgustikuks on üks olulisemaid arenguid viimasel sajandil ning toonud endaga kaasa märkimisväärse riikidevahelise kaubanduse kasvu. Alates 1913. aastast kuni tänapäevani on kogu maailma riikide eksport kasvanud rohkem kui 40 korda. Kasvanud ei ole mitte ainult ekspordi kogumaht, vaid ka ekspordi osakaal riikide sisemajanduse kogutoodangust. Kui 20. sajandi alguses oli ekspordi osakaal 11-12% maailma kogutoodangust, siis 2000. aastatel on see kasvanud üle 20%. (Ortiz-Ospina *et al.* 2019)

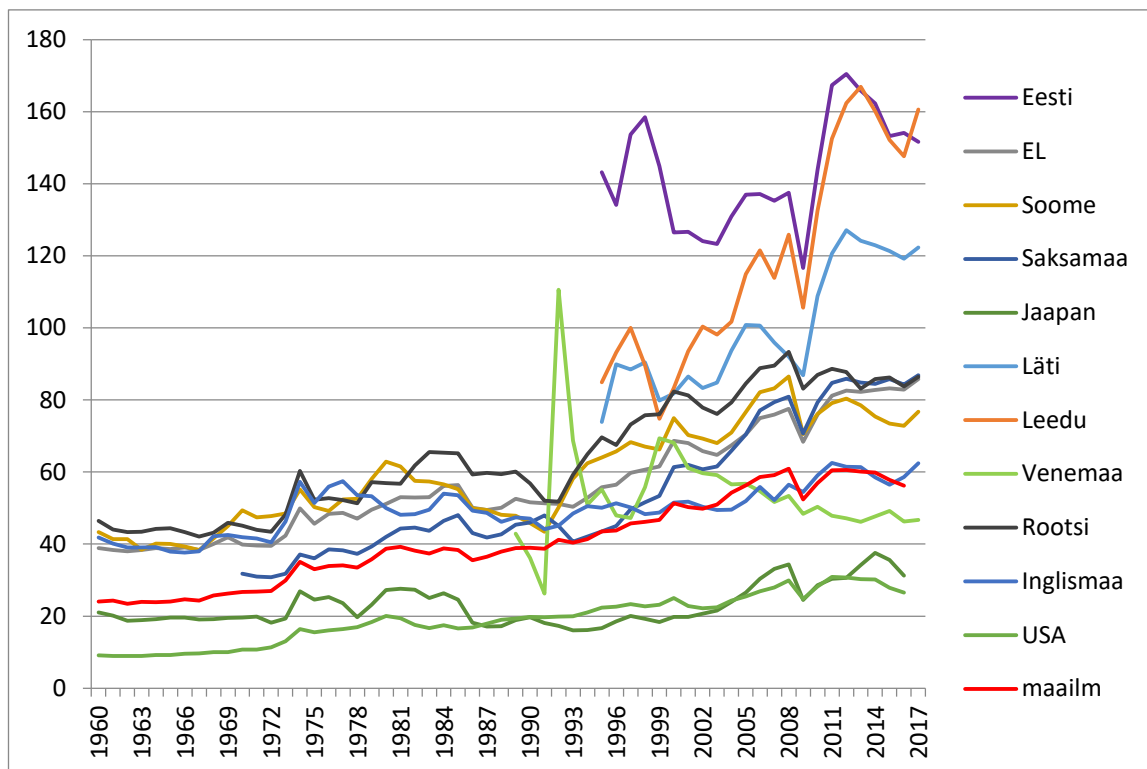
Ajalooliselt võib täheldada kahte suuremat globaliseerumise lainet: esimene, mis sai alguse 19. sajandil ja lõppes esimese maailmasõjaga, ning teine, mis sai alguse pärast teist maailmasõda ja kestab tänapäevani. Esimese laine vallandajaks olid tehnoloogilised arengud tootmises ning see tähendas valdavalt erinevate Euroopa riikide omavahelise kaubanduse kasvu. Teise globaliseerumise laine on kaasa toonud transaktsioonikulude vähenemine, mis tuleneb telekommunikatsiooni- ja transpordivahendite arengust, ning hõlmab endas kõiki kontinente (Ortiz-Ospina *et al.* 2019). 20. sajandil on ajalooliselt traditsiooniline tootmine, kus ettevõtted spetsialiseerusid konkreetse toote valmistamisele, asendunud tootmise, mis tähendab, et kasvanud on erinevate kaupade koostis- ja varuosade, komponentide ning pooltoodete kaubandus ning ülemaailmsete ettevõtete eraldiseisvate üksuste vaheline kaubandus, kuna erinevates riikides spetsialiseerutakse ühe toote erinevatele osadele või etappidele. Sellise spetsialiseerumise põhjuseks on asjaolu, et mõnede tootmisprotsesside jaoks on kõige olulisemad näiteks madalad tööjõukulud, teises etapis võib peamiseks aspektiks olla madal energia hind, kolmandas tootmisüksuse lähedus teaduskeskustele või kindlate spetsialistide olemasolu. Teiseks suureks arenguks rahvusvahelises kaubanduses on olnud erinevate teenuste ekspordi järsk kasv. Lisaks transpordi- ja

reisisteenustele on piiride üleselt võimalik pakkuda näiteks reklaami-, raamatupidamise-, finants-, kindlustus-, arhitekti-, ehitus-, haridus- ja meditsiiniteenuseid.

Lisaks transpordi ja kommunikatsiooni tehnoloogiate arengule on kaubanduse üleilmastumise juures määrava tähtsusega olnud ka kaubandustökete, tollimaksude ja muude piirangute vähendamine ja kaotamine. (Frank 1995: 106-107) Kaubandustökete kaotamise juures on oluline roll Üldisel Tolli- ja Kaubanduskokkuleppel (inglise k. *General Agreement on Tariffs and Trade* ehk GATT). See on kõigile ettevõtetele loonud uusi võimalusi tegutseda välisturgudel, kuid ühtlasi tähendab ka, et nende koduturud on välise konkurentsi eest vähem kaitstud. (Seringhaus, Rosson 1991: 5)

Infotehnoloogia ja transpordi areng ning kaubandusbarjäärade vähenemine on ettevõtetele võimaldanud tootmise lahutada üksikuteks etappideks, mida viiakse läbi erinevates asukohtades vastavalt sealsetele tootmistegurite hindadele. Selline kompleksne tootmise korraldus on muutnud ka kaubanduse olemust, kuna tootmise killustumine tähendab, et pooltooted ja varuosad ületavad tihti korduvalt riigipiire tootmisahela käigus. Seetõttu on viimastel aastakümnetel kaubandus ja tootmine korraldatud üha rohkem globaalsete väärtusaheladena (inglise k. *global value chains*), mis annab ligipääsu konkurentsivõimelisema hinnaga sisenditele, suuremale varieeruvusele ning mastaabisäästule. (Ignatenko *et al.* 2019: 3).

Riikide rahvusvahelistumist on võimalik vaadelda kaubanduse avatuse indeksi järgi, mis arvutatakse kogu kaubanduse (eksporti ja impordi summa) ja sisemajanduse kogutoodangu suhtena (Ortiz-Ospina *et al.* 2019). Allolevalt jooniselt 2 näeme, et kaubanduse avatuse indeks on alates 1960. aastatest tõusnud nii Euroopa Liidus kui ka tervikuna kogu maailmas. Eelmainitud indeks on stabiilsel tõusuteel olnud ka maailma viies kõige suurema SKT-ga riigis (World Bank 2019: 1): Ameerika Ühendriikides, Hiinas, Jaapanis, Saksamaal ning Suurbritannia ja Põhja-Iiri Ühendkuningriigis.



**Joonis 2.** Kaubanduse avatuse indeks aastatel 1960-2017

Allikas: Ortiz-Ospina *et al.* (2019).

Balti riikides on kaubanduse avatuse indeks märkimisväärselt kõrgem, kui maailmas keskmisena ning tunduvat kõrgem ka võrreldes lähedal asuvate Soome, Rootsi ja Venemaaga (Ortiz-Ospina *et al.* 2019). Sellest võib eeldada, et väikese avatud turuga riigid on välisturgudest palju enam sõltuvad ning maailma majanduses toimuvatest muutustest rohkem mõjutatavad, kui suurema siseturuga riigid. Sellele annab kinnitust ka indeksi väärtuse järsk langus Balti riikides 1998. ja 2008. aastal, kui aset leidsid suured finantskriisid.

Rootsi ettevõtete kogemuslikul uurimisel põhinev Uppsala mudel väidab, et ettevõtted arendavad oma rahvusvahelist tegutsemist väikeste sammudena. Rahvusvahelistumine on protsess, mille käigus ettevõtted järk-järgult suurendavad oma osalemist rahvusvahelistel turgudel (Johanson, Vahlne 1977: 24). See toimub kogempõhiselt, järjestikuliselt ning sõltuvalt tagasisidest. Informatsiooni välismaal asuvate organisatsioonide ja klientide kohta hangitakse läbi rahvusvaheliste tehingute. Nende teadmiste kogunemine omakorda ajendab rahvusvahelistumist, kuna ekspordi sihturu

tundmine on eduka eksportimise eelduseks ning see vähendab omakorda eksportimise riski ja ebakindlust. (Eriksson *et al.*, 2000: 29)

Õppimist käsitlevad uuringud näitavad positiivset suhet tegevuste variatsiooni ja teadmiste kogunemise vahel. Ettevõtted, mis kogevad rohkem erinevaid sündmuseid, ka õpivad rohkem. Sellised firmad on paremad probleemide ja vigade, aga ka võimaluste märkamises. Ettevõtetel, mis tegutsevad erinevates kulutuuriilistes keskkondades, võivad olla paremad eeldused kultuuriliste erinevuste vähendamiseks uuel rahvusvahelisel turul. See on kindlasti eeliseks, kuna rahvuste vahelised erisused võivad rahvusvahelise tegevuse ettevõtete jaoks keeruliseks muuta. (Eriksson *et al.*, 2000: 30)

Aitken ja teised (1997) toovad ühe võimaliku rahvusvahelistumise põhjusena välja veel ülekandefektide (inglise k. *spillovers*) esinemise. Ühe multinatsionaalse ettevõtte ekspordi tegevus võib mõjutada ka teisi lähedal asuvaid kodumaiseid ettevõtteid välisurgudele sisenema. Mitmete eksportivate ettevõtete lähestikku asumine võib vähendada eksportimisega seotud kulusid ja muuta tasuvaks sellega seotud infrastruktuuri, näiteks laohoonete või raudteede, välja ehitamise. Samuti võib paraneda ligipääs informatsioonile välisurgude ja sealsete tarbija-eelistuste kohta. Seega, mida suurem on eksportivate ettevõtete kontsentratsioon mingis asukohas, seda suurem on tõenäosus, et sealsed ettevõtted hakkavad eksportima. (Aitken *et al.* 1997: 104). Mehhiko tööstusettevõtete 1986.-1990. aasta andmete põhjal leitakse ka empiirilist tõestust, et kodumaiste ettevõtete eksportimise tõenäosuse ja multinatsionaalse ettevõtte läheduses asumise vahel esineb positiivne korrelatsioon (Aitken *et al.* 1997: 128).

Eesti tööstusettevõtete näitel leiavad Masso, Rõigas ja Vahter (2015), et kõrgepalgalise ekspordi-kogemusega tööjõu liikumine ühest ettevõttest teise, mõjutab oluliselt nende praeguse tööandja eksportimisega alustamise otsust. Juhtivate töötajate ja spetsialistide eelneval eksportimise kogemusel on tugev positiivne mõju ettevõtte eksportimise tõenäosusele ning seega tööjõu liikumine on oluline ülekandefekti avaldumise ja teadmiste edasi kandumise kanal. (Masso *et al.* 2015: 680).

Viimaste aastakümnete madalad kaubandusbarjäärid, suurenenud konkurents ning kiire tehnoloogiline areng on võimaldanud paljudel väikestel ja keskmise suurusega ettevõtetel alustada rahvusvahelist tegevust juba esimesel tegevusaastal või väga



varakult pärast ettevõtte asutamist. Selliste ettevõtete kohta on kasutusele võetud mõiste „globaalseks sündinud“ (inglise k. *born global*) ning kasvanud on selliseid ettevõtteid käsitlevate uurimustööde hulk (Andersson 2011: 627-628). Johanson ja Vahlne (2009) tunnistavad, et kõik ettevõtted ei järgi algse Uppsala mudelina tuntud rahvusvahelistumise protsessi, kuid selgitavad seda asjaoluga, et ettevõtte asutanud ettevõtjal võivad juba varasemast kogemusest olemas olla vajalikud teadmised ja kontakt-võrgustik, et rajada globaalseks sündinud firma (Johanson, Vahlne 2009: 1425). Teisest küljest nähakse globaalseks sündinud ettevõtete edu taga nende juhtide võimet näha võimalusi, mis pole esialgse tegevusplaaniga kooskõlas, ning rakendada elluviimise loogikat olukordades, kus tulevik on ettenägematu (Andersson 2011: 638).

### **1.2.2. Kaubanduse ja rahvusvahelistumise olulisus**

Mitmed majandusteooriad ennustavad, et rahvusvahelisest kaubandusest ei pruugi kõik inimesed võita, kuna turu avamisel toimuvad kaupade ja teenuste pakkumises ja nõudluses muutused. Sellele reageerimise tulemusena muutuvad nii hinnad kui ka töötasud kohalikel turgudel. Mõnede inimeste palkadele võib rahvusvahelisel kaubandusel olla negatiivne mõju, kuna välisturgudelt imporditavad odavamad tooted tekitavad konkurentsisis püsimiseks surve tööjõu kulusid vähendada ja sellest tulenevalt kas palkasid kärpida või töötajaid koondada. Samas võivad tarbijad aga madalamatest kaupade hindadest. Kokkuvõttes võib mõnede majapidamiste jaoks kogu kasulikkus rahvusvahelisest kaubandusest olla positiivne, mõnede jaoks aga negatiivne. Negatiivne mõju võib aga pikaajaline olla nende töötajate jaoks, kes turu muutuste tõttu töö kaotavad. (Ortiz-Ospina *et al.* 2019)

Majanduskasvu kolmeks peamiseks allikaks on ressursside kogunemine, efektiivsuse kasv tootmises ning innovatsioon. Kaubandusele ja investeringutele avatud olemine võib väikse avatud majanduse kasvu väljavaateid parandada, mõjutades kolme eelpool toodud kasvu allikat. Esiteks, kaubandusest saadav tulu suurendab tarbimisvõimalusi ning ressursside kogunemist. Teiseks avaldab avatud kaubandus mõju tootmistegurite sisse- ja väljavoolule, võimaldades odavamalt hankida tegureid, mis koduturul ei ole niivõrd kättesaadavad, ning teenida rohkem neilt kaupadelt, mis koduturul on paremini kättesaadavad võrreldes muu maailmaga. Kolmandaks võimaldab kaubandusele avatud olek kogeda muu maailma tehnoloogilisi ja innovaatilisi saavutusi ning vastavaid

tooteid importides saada ligipääsu viimastele tehnoloogilistele saavutustele ja teadmistele. Teoorias on selge, et majanduse avatus tõstab majanduskasvu, praktikas aga on avatud kaubandusest tuleneva kasvuefekti kindlaks määramine väljakutset pakkuv empiiriline ülesanne. (Srinivasan 2001: 10-12)

Vaba kaubanduse kriitikud toovad aga välja, et esiteks avatus iseenesest ei ole usaldusväärne mehhanism stabiilse majanduskasvu genereerimiseks. Teiseks suurendab avatus riikide vahelist sissetulekute ja jõukuse ebavõrdsust ning kolmandaks muudab avatus riigid vastuvõtlikuks välistele vapustustele, mis võivad päästikuks olla ka kohalikele konfliktidele ja poliitilistele pööretele (Rodrik 1999, viidatud Srinivasan 2001: 13 kaudu).

Regressioonianalüüsi kasutanud uurimustöodes leitakse enamasti, et kaubanduse osakaalu ja inimeste sissetulekute vahel esineb positiivne seos. Kriitikud toovad aga välja, et kaubanduse osakaalu näitaja võib olla endogeenne, see tähendab, et riigid, kus on kaubandusest mitte sõltumatel põhjustel kõrged sissetulekud, võivad kaubelda rohkem. Frankel ja Romer (1999) kasutavad oma töös riikide geograafilisi karakteristikuid instrumentaalsete muutujatena, et hinnata, kas kaubandusel on mõju inimeste sissetulekutele (Frankel, Romer 1999: 380). Töö kokkuvõttes leiavad nad, et kõigi valimite ja spetsifikatsioonide puhul on analüüsi tulemused samad: kaubandus tõstab sissetulekut, seejuures kaubanduse osakaalu tõus SKT-st ühe protsendi võrra suurendab sissetulekut inimese kohta vähemalt poole protsendi võrra. Näib, et kaubandus suurendab sissetulekuid, kannustades füüsilise ja inimkapitali kogunemist ning suurendades toodangut antud kapitalitaseme kohta. (Frankel, Romer 1999: 394).

On selge, et kaubandus genereerib majanduskasvu ja tööhõive suurenemist, kuid eksportimisega tegelemisest saadav kasu ettevõtete endi jaoks on ebaselgem. Eksportivad ettevõtted on küll suuremad, kõrgema produktiivsusega, kapitaliintensiivsemad ning tehnoloogiliselt keerukamad kui sama tööstusharu mitte eksportivad firmad, kui erinevused iseenesest ei anna seletust põhjuslikkuse suunale. Kas eksportivad ettevõtted on erandlikud seetõttu, et edukad ettevõtted saavad eksportijateks või seetõttu, et eksportimine on ettevõtetele kasulik, või mõlemat, on võtmeküsimus, et mõista ettevõtete reageerimist ning kujundada sobivat majanduspoliitikat. Bernard ja Jensen (1999) leiavad, et tulevastel eksportijatel on

paremad tegevusnäitajad juba mõni aasta enne seda, kui nad eksporditurule sisenevad. Samuti, et ekspordimisega alustavad ettevõtted on juba enne välisturule sisenemist kasvanud kiiremini saadetiste ja töötajate aru poolest kui ekspordimisega mitte alustavad ettevõtted. Paistab, et ettevõtete edukus suurendab nende tõenäosust ekspordimisega alustada. Samas ekspordimisest saadav kasu ettevõtte enda jaoks küll eksisteerib, kuid on raskemini määratav. Peamiseks eeliseks paistab olevat ekspordivate ettevõtete kõrgem ellujäämise tõenäosus. Lühiajaliselt pärast eksporditurule sisenemist on ka nende ettevõtete kasv kiirem kui mitte-eksportijatel, kuid tootlikkusele positiivset mõju ei leita (Bernard, Jensen 1999: 3).

Leidub siiski vähemalt kaks teoreetilist põhjust, miks ekspordimine võib parandada ettevõtte sooritust: suurema turu teenindamine annab ettevõttele võimaluse saavutada mastaabi efekti ning välismaistel turgudel osalevad ettevõtted kogevad tugevamat konkurentsi ning on seeläbi sunnitud oma sooritust parandama kiiremini, kui ettevõtted, kes tegutsevad vaid kodumaisel turul (Wagner 2002: 287-288). Viimast argumenti selgitab näiteks Yangi ja Mallicki uurimus (2010: 1231), kus nad leiavad, et Hiina ettevõtete puhul on ekspordivate ettevõtete kogutootlikkus 24,3% kõrgem ning müügitulu töötaja kohta 20,6% suurem kui mitte-eksportijatel. Samuti leiavad nad, et eksporditurule sisenemise järel suureneb ettevõtete kogutootlikkus õppimis-efekti tulemusena, seda eriti teisel aastal pärast eksporditurule sisenemist (Yang, Mallick 2010: 1232).

Pavcnik (2000) leiab ka Tšiili näitel, et kaubanduse liberaliseerimisel on olnud positiivne mõju tehaste tootlikkusele ning ettevõtetel, kes suurenenud konkurentsi tõttu tegevuse lõpetasid, oli keskmiselt 8% madalam tootlikkus kui ellu jäänud firmadel (Pavcnik 2000: 37). Samuti, kasutades 102 riigi kohta saada olevaid andmeid, leiavad Alcalá ja Ciccone (2004), et rahvusvahelisel kaubandusel on märkimisväärne ja statistiliselt tugev positiivne mõju tootlikkusele. Kui eelnevates empiirilistes töodes on rahvusvahelise kaubanduse mõõdikuna kasutatud tavaliselt nominaalse impordi ja ekspordi summa ja nominaalse SKT suhet, siis Alcalá ja Ciccone kasutavad kaubanduse mõõdikuna reaalse avatuse (inglise k. *real openness*) näitajat, mis on ostujõu pariteedi alusel arvutatud impordi ja ekspordi summa ning SKT suhe, seeläbi elimineerides

moonutused, mis tulenevad mittekaubeldavate kaupade suhteliste hindade erinevustest (Alcala ja Ciccone 2004: 614).

Mitmete riikide ja tööstusharude seas tehtud uuringud on aga näidanud, et erinevused eksportijate ja mitte-eksportivate ettevõtete vahel eksisteerivad juba enne, kui ettevõtte eksportimisega alustab. Asjaolu, et eksportijad on parema produktiivsusega, viitab asjaolule, et eksportimine võib olla ettevõtete enese valiku tulemus. Seega ettevõtted ei pruugi produktiivsemad olla seetõttu, et nad ekspordivad, vaid ainult kõige produktiivsemad ettevõtted suudavad kanda kulusid, mis kaasnevad välisurule sisenemisega (Bernard *et al.* 2007: 106). Küll aga leidub tõestust sellele, et eksporditurgudele sisenevad ettevõtted kasvavad kiiremini kui mitte-eksportijad nii töötajate arvu kui ka kogutoodangu poolest (Bernard *et al.* 2007: 112). Sel ajal, kui parema tootlikkusega ettevõtted laienevad välisurudele, madalama tootlikkusega ettevõtted kahanevad või isegi lõpetavad tegevuse välisfirmade tugeva konkurentsi tõttu. Sellest tulenevalt tõuseb parema tootlikkusega ettevõtete kontsentratsioon ning tööstusharu kogu-efektiivsus paraneb (Melitz, Trefler 2012: 92).

Hoolimata sellest, et kõik ettevõtted ja inimesed ei pruugi rahvusvahelisest kaubandusest alati võita, näitavad mitmed analüüsid selget seost, et rahvusvahelisel kaubandusel on positiivne mõju majanduskasvule, ettevõtete tootlikkusele, ekspordi mahtudele ning tööhõive näitajatele, samas kui suletumates riikides on esinenud aina suuremaid majanduslikke raskuseid (Balassa 1980: 18-19). Välisurudele suunatud arengustrateegiaga riikides on üldiselt olnud positiivne reaaltressimäär, realistlikud hinnad avalikele teenustele, väiksemad tööstusharude vahelised stiimulite erinevused ning saadaval automaatne ja stabiilne majandusstiimulite süsteem. Kokkuvõttes, sellistes riikides on minimaalsed hinnamoonutused ning nad toetuvad peamiselt turumehhanismidele efektiivse ressursijaotuse ja kiire majanduskasvu saavutamiseks. (Balassa 1980: 13)

### **1.2.3. Kaubandustõkked ja ekspordibarjäärid**

Kaubandusbarjäärje võib defineerida kui valitsuse seadusandlust, regulatsioone, poliitikat või tegevust, mis kaitseb kodumaist toodangut välisuru konkurentsi eest, stimuleerib kunstlikult teatud toodete ja teenuste ekspordi või põhjustab

intellektuaalomandi kaitseta jätmist (2019 National..., 2019: 1). Ekspordibarjääride puhul võib välja tuua neli suuremat kategooriat: motivatsioonist, informatsioonist, ressurssidest ning teadmistest tulenevad barjäärid (Wilkinson, Brouthers 2006: 235). Sarnases käsitluses klassifitseerib Leonidou (2004: 281) ekspordi barjäärid kahte kategooriasse: sisemised (hõlmates ettevõtete informeeritust, töökorraldust ja turundust) ning välised (protseduurilised, halduslikud ja väliskeskonnast tulenevad).

Välise ekspordibarjääride puhul võib välja tuua järgmised kategooriad, mis sõltuvad peamiselt erinevate riikide valitsuste poliitikast ja seadusandlusest (2019 National..., 2019: 2):

- impordi eeskirjad – nt impordi tariifid ja tasud, koguselised piirangud, litsentsinõuded, tollipiirangud;
- tehnilised barjäärid – nt piiravad, ebavajalikud või diskrimineerivad tehnilised standardid või vastavushindamise protseduurid;
- sanitaarnõuded – nt alusetud piirangud, mis ei põhine teaduslikel tõenditel;
- subsiidiumid – nt teatud toodete ekspordi täiendav rahastamine, mille puhul teiste riikide konkureerivad tooted tõrjutakse turult välja;
- riiklikud hanked ja kampaaniad;
- intellektuaalomandi kaitsmine – nt. ebapiisav patendi, autoriõiguste ja kaubamärgi kaitsmise korraldus;
- teenuste osutamise tõkked – nt. keelud või piirangud välisfirmadele teatud riigi siseturul osalemiseks, diskrimineerivad litsentsinõuded või regulatsioonid, kohaliku esinduse olemasolu nõue;
- digitaal- ja e-kaubanduse barjäärid – nt. piirangud piiriülesele andmevahetusele ja Interneti-põhistele teenustele;
- investeringute barjäärid – nt. piirangud väliskapitali kaasamiseks ja teenitud tulude riigist välja viimiseks;
- konkurents – nt. valitsuse poolt tolereeritav konkurentsivastane käitumine;
- muud barjäärid – nt. altkäemaksude andmine ja korruptsioon teatud sektorites.

Kuna välisturgudele müümine on seotud täiendavate kulutustega nagu transport, jaotus ja turundus, siis ka need kulud võivad vähem edukate ettevõtete jaoks kujutada ekspordibarjääri, mida nad ei suuda ületada (Wagner 2007: 60-61). Ekspordibarjäärid

mõjuvad ettevõtetele, heidutades mitte eksportivaid ettevõtteid rahvusvaheliseks muutumast või välisurgudele sisenemast ja takistades eksportivaid ettevõtteid rahvusvaheliselt laienemast ning seetõttu põhjustades rahvusvahelistumise vähenemist (Kahiya 2018: 1173). Alates 1970. aastatest on koostatud arvukalt uuringuid ekspordibarjääride ja nende mõjude teemal. Seejuures kõige sagedamini on käsitletud välisurgude tugeva konkurentsi, vajaliku väljaõppeta töötajate, sobiva agendi või levitaja leidmise, välisurgude kohta info kogumise ning ekspordi dokumentatsiooni vormistamise teemasid (Kahiya 2018: 1177).

Eesti eksportööride konkurentsivõime uuringust (2015) selgub, et Eesti eksportöörid tunnetavad suurima probleemina rahaliste vahendite vähesust investeringute teostamiseks. Samuti toodi välja eksportööride müügi- ja turundusalase kompetentsi, välismaise kontaktvõrgustiku ning kvalifitseeritud tööjõu puudumist, seejuures tunti puudust nii inseneritehniliste ja müügi- ja turundusalaste teadmistega, kui ka oskustööjõust. Probleemina tajuti ka vananenud seadmeid, tehnoloogiat ja tarkvara, mis võimaldaks toota efektiivsemalt ning keerulisemaid tooteid (Eesti eksportööride... 2015: 35). Suurimaks takistuseks ekspordimisel on Eesti eksportööride endi hinnangul tugev konkurents sihtturgudel. Muude takistustena tajutakse veel nõudluse ebastabiilsust, sihtturu proteksionismi, piiratud ligipääsu turunduskanalitele, sihtriigi võõrast ärikultuuri ning sihtturu sertifikaatide ja standardite kõrgeid nõudeid (Eesti eksportööride... 2015: 36-37).

Praxise analüütikute koostatud E-ekspordi edendamise kontseptsioon ja tegevuskava (2016) toob välja, et e-ekspordimisega tegelevate ettevõtete jaoks on olulised järgmised kolm takistust: riiklike maksude keeruline prognoosimine, e-kanalite kaudu toimuva müügi seonduvad makseprobleemid, sh sobivate makselahenduste puudumine, ning transpordikulude keeruline prognoosimine. Lisaks toovad ettevõtted, kes tegelevad küll e-kaubandusega, kuid mitte e-ekspordimisega, peamiste takistustena veel välja logistikavõrgu puudumise ning välismaal e-kanalite kaudu müümiseks vajalike oskuste puudumine. (Rozeik *et al.* 2016: 41-42)

Eelpool välja toodud ekspordibarjäärid näitlikustavad ekspordi edendamise programmide ja äridiplomaatia võimalusi ja piiranguid. Kuna ekspordimine aitab riikidel kasvatada välisvaluuta reserve, vähendada töötuse määra ning parandada

elatusstandardit, peaksid ekspordipoliitika suunajad looma tugisüsteemi, et aidata ettevõtetal eelpool toodud barjääridest üle saada (Wilkinson, Brouthers 2006: 235). Selleks peaks looma eksportijatele spetsiaalseid hariduslikke programme, näiteks korraldama töötubasid ja loenguid, mille eesmärgiks on teabe andmine tolliformaalsuste korraldamise, välisturgudel turunduse ja reklaami tegemise, välisturgude analüüside, tehniliste standardite, seadusandluse jms kohta (Leonidou 2004: 296).

### **1.3. Ekspordi edendamine**

#### **1.3.1. Ekspordi edendamise meetmed**

Ekspordimisega alustamisega ja uuele turule sisenemisega kaasnevad pöördumatud kulud, mille suurusel sõltub, kas ettevõtte otsustavad ekspordimisega alustada või mitte. Mida keerukam ja kulukam on ettevõtetal koguda antud turul tegutsemiseks vajalikku informatsiooni või täita sealseid nõudeid, seda suuremaks võib pidada uuele turule sisenemise kaubandusbarjääre. Teavet sihturu kohta peetakse peamiseks eeltingimuseks eksporditurule sisenemisel ning valitsusasutused on seetõttu arendanud laialdasi informatsiooni pakkumise teenuseid eksporditööriks. Seringhaus ja Rosson (1991: 6) toovad välja neli üldist põhjust, miks ettevõtte otsivad ekspordi edendamiseks abi ning miks avaliku sektori organisatsioonid seda pakuvad:

1. rahvusvahelise kaubanduse järjest kasvav olulisus;
2. väliskaubanduse konkurentsi intensiivsuse tõus;
3. paratamatu vajadus osaleda ülemaailmselt kasvavas rahvusvahelises kaubanduses;
4. vajadus tugevdada kodumaiseid tööstusharusid.

Valitsuse sekkumise ja ekspordi edendamise õigustusena nähakse peamiselt asümmeetrilise informatsiooni teooriat ja mitmesuguseid turutõrkeid. Eraettevõtte kardavad ise kanda informatsiooni hankimisega seotud kulusid, millest ka nende konkurendid võivad kasu saada. Sama kehtib ka uutele eksporditurgudele tee rajamisega: ettevõtte ei soovi üksinda kanda kulusid, mis kaasnevad uuele turule sisenemiseks vajaliku kontakti-, logistika- ja jaotusvõrgustiku välja töötamisega (Lederman *et al.* 2010: 258). Seetõttu on ekspordi edendamiseks kasutusel mitmeid erinevaid skeeme.

Maailma Kaubandusorganisatsioon (WTO) toob välja järgmised ekspordi edendamise skeemid (International Trade Centre 2009: 23):

- tollimaksude tagastamise skeemid,
- valitsussektori tulude mitte kogumise skeemid, näiteks maksusoodustused või erandid teatud sektoritele,
- ekspordi krediidid ja garantiid,
- vabakaubanduse piirkonnad,
- muud ekspordi edendamise skeemid.

Rahalistele ekspordi toetustele ja maksueranditele lisaks on kasutusel ka mitmesugused teised ekspordi edendamise tegevused. Näiteks riigi toel korraldatud messikülalastused ja kontaktreisid pakuvad ettevõtete juhtidele võimalust sihtturgu lähemalt uurida, kohtuda potentsiaalsete ostjate ja laialivedajatega, arutada eksportimise tegevusi teiste kogenumate osalejatega ning luua esialgseid ärikontakte. Kontaktreisid on tavaliselt juhitud vastava toote spetsialisti või kõrgetasemelise valitsuse ametniku poolt, kes korraldavad ostjate ja müüjate omavahelisi kohtumisi sobivas asukohas. Tavaliselt peetakse kontaktreise sobivaks pikaajaliseks ekspordi arendamiseks ning potentsiaalsete äripartnerite vahel suhete loomiseks, kuid nad võivad ka koheseid müügitulemusi anda. (Wilkinson, Brouthers 2006: 239)

Sageli pakutakse ka kontakti otsingu teenuseid, mis on vajalikud sobivate kvalifitseeritud agentide ja laialivedajate leidmiseks ekspordi sihtriigis. Väiksemate firmade jaoks on laialivedaja tihti kõige olulisemaks lüliks ettevõtte ja kliendi vahel, kuid sobiva partneri leidmine võib liiga pika jaotuskanali, kulukuse ning konkurendi või ühe laialivedaja ülemäärase kontrolli tõttu osutada tõeliseks kitsaskohaks (Wilkinson, Brouthers 2006: 239).

Eelpool toodud otsestele ekspordi toetusmeetmetele lisaks võivad eksportivatele ettevõtetele mõju avaldada ka mitmed teised kaubanduspoliitika instrumendid, näiteks poliitika, mis suurendab nõudlust kohalike toodete järele, kohaliku teadus- ja arendustegevuse edendamine, eksportivate ettevõtete transpordikulude vähendamine, investeringud infrastruktuuri ja kommunikatsioonivõrkudesse, bürokraatia vähendamine ning kaubandus- ja valuutaühenduste arendamine vähendamaks



imporditariife ning valuuta vahetuskursis tulenevat ebakindlust. (Etro 2006: 14) Kokkuvõttes võib öelda, et lihtsustades eksportimisega seonduvaid protsesse ja parandades info kättesaadavust, on ekspordi edendamise asutustel võimalik vähendada eksportimisega alustamise pöördumatuid kulusid (De Falcis *et al.* 2018: 14).

### **1.3.2. Ekspordi edendamise mõju teiste riikide näitel**

Enamik riike rahastab ekspordi edendamise teenuseid eesmärgiga aidata kohalikel ettevõtetel saada edukateks eksportijateks. Võtmeküsimus seejuures on, kas sellised ekspordi edendamise teenused loovad ka täiendavat lisandväärtust ja töökohti ning kas nad seega õigustavad kulutatud riiklikke vahendeid. Mitmed varased ekspordi edendamise programme uurinud tööd on eri arvamustel nende mõju efektiivsuse kohta. Sellegi poolest on paljud nii otsesed kui ka kaudsed ekspordi toetused laialt levinud.

Leidub küllaga tõendeid, et majanduslike stiimulite süsteem, mida riik rakendab, võib positiivselt mõjutada tema ekspordi sooritust. Seda kinnitab näiteks kolme erineva riikide rühma võrdlemine, mis on aastatel 1960-1973 rakendanud erinevaid majandusstiimuleid: riigid, mis pärast impordi asendamise etappi rakendasid väljapoole suunatud tööstuse arengustrateegiat (Korea, Singapur ja Taiwan), riigid, mis liikusid edasi teise imporditava kauba asendamise etappi, kuid hiljem reformisid oma majanduse stiimulite süsteemi (Argentiina, Brasiilia, Kolumbia ja Mehhiko), ning riigid, mis jätkasid suletud arengustrateegiaga kuni 1973. aasta naftakriisini (India, Tšiili ja Uruguay). (Balassa 1980: 15)

Võrreldes eelpool välja toodud riikide arengut perioodil 1960-1973 oli kõige suurem tööstustoodangu ekspordi kasv ning ekspordi ja kogutoodangu suhte kasv Ida-Aasia riikides, kes olid 1960ndate aastate alguses omaks võtnud väljapoole suunatud majandusstrateegia ning aastatel 1966-1973 intensiivistasid oma ekspordi edendamise pingutusi veelgi. Selle tulemusel kasvas valmistoodete ekspordi osakaal Koreas ühelt protsendilt 1960. aastal 14%-ni 1966. aastal ning 41%-ni 1973. aastal. Singapuris kasvasid vastavate aastate näitajad 11 protsendilt kuni 20 ja 43 protsendini ja Taiwanis vastavalt 9% kuni 19% ja 50%-ni. (Balassa 1980: 16)

Samal ajal jätkasid India, Tšiili ja Uruguay suletud majandusega ning nende valmistoodangu ekspordi osakaal vähenes aastatel 1960-1973. India kaotas turuosa

tekstiili eksportimisel, mis oli olnud nende traditsiooniline ekspordiaartikkel, ning oli aeglane uute valmiskaupade ekspordi edendamisel. Selle tulemusena India töödeldud kaupade ekspordi osakaal kukkus 69 protsendilt 1960. aastal 12 protsendile 1973. aastal. Tšiili osakaal kukkus neljalt protsendilt ühele ning Uruguay osakaal ei ületanud kunagi ühte protsenti. Ladina-Ameerika riikides, mis viisid sel perioodil läbi mõningaid majanduse stimuleerimise reforme, kiirenes valmistoodangu ekspordi kasv. Näiteks Argentiinas ja Brasiilias kasvas ekspordi osakaal valmiskaupade kogutoodangust ühelt protsendilt neljale ajavahemikul 1960-1973. Sellest hoolimata jäi nende osakaal tunduvalt madalamaks kui eelpool toodud Ida-Aasia riikides. (Balassa 1980: 16)

Euroopa Liit reguleerib tervikuna kaubavahetust oma liikmete ja ülejäänud maailma vahel ning rahastab põllumajandustoodete ja lennukitööstuse ekspordi. Prantsusmaal on tavaks riiklikult toetada oma „rahvuslikke tšempioneid“. Itaalia toetab riiklikult „*Made in Italy*“ kaubamärki, mis on oluline moe-, disaini- ja toiduainetööstuste reklaamimiseks välismaal. Jaapan, Korea ja teised Ida-Aasia riigid on samuti rakendanud pikaajalisi ekspordi edendamise strateegiaid. Mitmed Lõuna-Ameerika riigid on püüdnud toetada tööstustoodangu ekspordi, milles nad võiksid saavutada suhtelise eelise. USA on rakendanud tugevat ekspordi subsideerimist läbi maksuerandite ekspordilt teenitavale kasumile ning ekspordi krediidi toetuste. (Etro 2006: 2-3).

Ekspordi edendamise asutusi, nende rahastamise skeeme ning struktuure on väga erinevaid. Näiteks USAs on ekspordi edendamise teenused rahastatud peamiselt osariikide poolt. Kõigis viiekümnes osariigis on olemas bürood abistamiseks ettevõtetele oma tooteid ja teenuseid välisturgudele müüa (Bernard, Jensen 2004: 561). Kohalikud ekspordipoliitika kujundajad julgustavad väikseid ja keskmise suurusega ettevõtteid eksportima, et saavutada suuremat tööhõivet, maksutulu ning kapitali kogunemist. VKEde toetamiseks kasutatakse laiaulatuslikke turunduse tööriistu, näiteks arvutipõhiseid müügi sobitamise programme, kontaktreise ning messikülastusi. Neid tegevusi kasutatakse peamiselt VKEde sisemiste ressursside ja võimete täiendamiseks, pakkudes neile põhimõtteliselt abi rahvusvaheliseks turunduseks. (Wilkinson, Brouthers 2006: 234). Belgias on ettevõtetele samuti saadaval mitmeid sarnaseid teenuseid ja poliitilisi meetmeid, mis on suunatud ettevõtete rahvusvahelistumise toetamisele. Suurim

sealne ekspordi edendamise agentuur on Flanders Investment & Trade (FIT), mis teenindab ettevõtteid Brüsseli ja Flandria piirkondadest, kes üheskoos moodustavad ligikaudu 80% Belgia kaubandusest (Broocks, Van Biesebroeck 2017: 9). Brasiilias pakuvad ekspordi edendamise teenuseid Apex-Brasil, mis hõlmab kontakti otsingu ja välisurgude info teenuseid, ning Peiex, mis pakub abi tehnoloogilistes ja juhtimisalastes küsimustes, et suurendada ettevõtete konkurentsivõimet eksportimisel (Cruz 2014: 28).

Varajased tööd ekspordi edendamise programmide mõjude osas on olnud üsna kriitilised ja vastuolulised. Varajasi ekspordi edendamise asutusi kritiseeriti nende viletsa juhtimise, ebapiisava rahastuse, bürokraatia ning valitsuspoolse sekkumise tõttu. Hilisemal perioodil, kui EEA-d on arenenud soovitatud suunas, on mitmed majandusteadlased soovitanud adekvaatselt rahastatud asutuste loomist Aafrika arenguriikide puhul, et aidata sealsetel ettevõtetel ületada eksportimisega seotud riske (Lederman *et al.* 2010: 257).

Ekspordi edendamise programme uurinud töödes on leitud, et messidel ja kontaktreisidel osalemine ning välisurgude kohta informatsiooni pakkuvate teenuste kasutamisel on positiivne mõju ekspordimahule, kuid eksportijate jaoks kõige olulisemat informatsiooni hangitakse siiski otseste äritehingute käigus (Denis, Depelteau 1985: 85-86). Samas Gençtürk ja Kotabe (2001) leiavad, et ekspordi toetuse programmid parandavad ettevõtete konkurentsipositsiooni eksportimisel, kuid ei panusta otseselt ettevõtte müügitulemustesse ega ekspordist teenitavasse kasumisse (Gençtürk, Kotabe 2001: 64).

Bernard ja Jensen (2004: 562) kasutavad 1984-1992 aastate andmeid USAs järjepidevalt tegutsenud tehaste kohta, et analüüsida, miks ettevõtted ekspordivad, kuid leiavad, et osariikide ekspordi edendamise tegevustel märkimisväärset mõju ekspordi tulemustele ei ole. See võib tingitud olla sellest, et nende töös vaatluse all olnud ettevõtete puhul on tegemist peamiselt suurte tehastega, kuid ekspordi edendamise agentuurid suunavad oma tegevuse peamiselt väikese ja keskmise suurusega ettevõtetele. (*Ibid.*: 568). Ka Görg, Henry ja Strobl (2008) on ekspordi edendamise programmide suhtes pessimistlikud, leides, et puhtalt ekspordi edendamise tegevused ekspordi aktiivsust ei mõjuta. Pigem usuvad nad, et erinevad garantiid ja rahalised

toetused avaldavad positiivset mõju ettevõtete tootlikkusele ning seeläbi mõjutavad kaudselt nende võimet edukalt eksporditurgudel konkureerida. Nad leiavad, et toetused ei julgusta mitte-eksportivaid Iirimaa firmasid ekspordimist alustama, kuid juba eksportivad firmad suurendavad oma mahtu, kui toetused on piisavalt suured. (Görg *et al.* 2008: 173)

Wilkinson ja Brouthers (2006) uurisid USA ettevõtete seas, kes on aastatel 1992-1999 kasutanud osariikliku ekspordi edendamise organisatsiooni teenuseid, nende rahulolu ekspordisooritusele. Nende töö peamiseks eesmärgiks oli hinnata ekspordi edendamise teenuste efektiivsust ning uurida osariigi poolt pakutava teenuse mõju rahvusvahelistele turunduse tulemustele väikse ja keskmise suurusega ettevõtete seas (*Ibid.*: 233). Analüüsi jaoks viisid nad läbi küsitluse ettevõtete juhtide seas, kus paluti hinnata ettevõtte sooritust välisturgudel. Töö tulemustes leidsid nad, et ekspordisooritusega rahulolule omasid positiivset mõju messikülastused ning agentide ja laialivedajate teenuste kasutamine, kuid kontaktreiside näitaja ei olnud statistiliselt olulise väärtusega. (*Ibid.*: 243)

Peruu 2001-2005 aasta andmete põhjal uurisid Volpe Martincus ja Carballo (2008: 90), kas ekspordi edendamine on oluliselt mõjutanud ettevõtete ekspordi tulemusi ning kas ekspordi edendamine on tõstnud nende ekspordi intensiivsust ja/või ulatust. Vaadeldakse kuut ekspordi soorituse näitajat: kogu eksport, sihtriikide arv, eksporditud toodete arv, keskmine eksport riigi ja toote kohta, keskmine eksport ühe toote kohta ning keskmine eksport ühe riigi kohta. Kokkuvõttes leiavad nad, et ekspordi edendamise programmides osalemine tõstab ettevõtete kogu ekspordi 17%, sihtriikide hulka 7,79% ning eksporditavate toodete hulka 9,86% võrreldes ettevõtetega, kes samal perioodil ekspordi edendamise tegevustes ei osalenud. (*Ibid.*: 97) Samuti kasvas eksport toote kohta 7,0% rohkem, peamiselt tänu sellele, et toodet hakati eksportima 4,8% rohkematesse riikidesse (*Ibid.*: 99).

Vastupidiselt Görg *et al.* arvamusele, paistab Peruu näitel, et ekspordi edendamisel on suurem mõju peamiselt ettevõtete ekspordimise ulatusele ehk teisisõnu ekspordi sihtriikide ja eksporditavate toodete arvu kasvule, kuid ekspordimise intensiivsusele jääb mõju tagasihoidlikumaks. Lisaks täheldati Peruu puhul ka, et ettevõtete vanusel ning töötajate arvul on oluline positiivne seos vaadeldud ekspordi soorituse näitajatega,

millest võib eeldada, et suuremad ning kogenumad ettevõtted on tavapäraselt edukamad eksportijad. (Volpe Martincus, Carballo 2008: 98). Sarnases analüüsis Uruguay kohta leiavad Volpe Martincus ja Carballo (2010: 26-27), et ekspordi edendamise teenused on kaasa aidanud ettevõtete rahvusvahelistumisele. Teenuse kasutamise mõju on jällegi positiivselt seostatav uute ekspordi sihtriikide hõlmamisega, eriti Ladina-Ameerika ning Kariibimere piirkonnas, ning uute diferentseeritud toodete esitlemisega. Kuid paraku keerukamatele OECD-riikide turgudele või täiesti uute toodete eksportimise tõenäosusele ekspordi edendamise teenusel mõju puudub.

Cruz (2014) leiab samuti Brasiilia ettevõtete põhjal, et ekspordi edendamise teenusel on mitte-eksportivatele ettevõtetele positiivne mõju eksportimisega alustamisele (Cruz 2014: 17) ning et ekspordi edendamise programm paistab olevat efektiivsem väikeste ja keskmiste ettevõtete puhul, teenuse kasutamise ja eksportimisega alustamise vahel esineb viitaeg ning tähelepanuväärsena, et esineb ülekandefekte sama sektorile ettevõtetele, kes programmis ei osalenud (Cruz 2014: 2-3).

Belgia ekspordi edendamise asutuse FIT teenuste kasutamise analüüsis ajavahemikul 2002-2012 keskendutakse ettevõtete ELi väljapoole eksportimise edukusele, kuna Brooks'i ja Van Biesebroek'i (2017: 4) hinnangul on ELi siseturg niivõrd lõimunud, et tegutsemine ELi siseturul sarnaneb rohkem siseriiklikule kaubandusele. Taaskord selgub, et teenuse kasutamisel on ekstensiivne mõju, kuna ettevõtetele, kellel on juba mõnda teise piirkonda eksportimise kogemus, tõstab FITi teenuste kasutamine väljapoole ELi eksportimise tõenäosuse 8,5%-ni, kusjuures FITi teenuseid mitte kasutanud ettevõtete hulgas see tõenäosus vaid 3,4%. Analüüsitava ettevõtete seas, kellel puudub igasugune varasem eksportimise kogemus, tõstab FITi teenuste kasutamine väljapoole ELi eksportimise tõenäosuse 7,8 protsendini, teenust mitte kasutanud ettevõtete hulgas on see tõenäosus aga 2,9%. Ettevõtete seas, kellel on ELi sisene eksportimise kogemus, kuid puudub väljapoole ELi eksportimise kogemus, tõstab FITi teenuste kasutamine väljapoole ELi eksportimise tõenäosuse 13,5 protsendini, teenust mitte kasutanud ettevõtete hulgas on see tõenäosus aga 8,8%. FITi toetuste mõju on hinnanguliselt samaväärne nii lähematele ja rohkem arenenud turgudele sisenemisel kui ka kaugematele ja vaesematele turgudele sisenemisel. Seda võib aga selgitada asjaolu, et firmad küsivad keerukamatele turgudele sisenemiseks

toetust ainult siis, kui neil endil on juba olemas vajalikud võimed neile turgudele sisenemiseks. (Broocks, van Biesebroek 2017: 18)

Sarnaselt Brasiiliaga leitakse ka Belgia näitel, et teenuse kasutamisel esineb viitaeg, kuna FITi teenuste kasutamise mõju on suurem, kui teenust kasutati üks või kaks aastat tagasi (Broocks, van Biesebroek 2017: 23). Hoolimata märkimisväärsest müügitulu kasvust ei too FITi toetuste mõju kaasa märkimisväärset töötajate arvu kasvu. Tööhõive määr eksportimist alustavate firmade seas küll kasvab, kuid see ei erine nende firmade tööhõive kasvu määrast, kes eksportimist ei alustanud. (Broocks, van Biesebroek 2017: 26)

Munch ja Schaur (2018) leiavad oma töös Taanis ekspordi edendamise tegevusete puhul samuti, et eriti mõjusad on need väikeste ettevõtete puhul, et ning eeldavad, et ekspordi edendamise tegevused ja erinevad garantiid on üksteist täiendavad ekspordipoliitika osad. Oma töös võrdlevad Munch ja Schaur (2018:362) ekspordi edendamise teenuseid ostnud firmasid sarnaste firmadega, kes samal perioodil vastavat teenust ostnud ei ole. Ekspordi edendamise teenuste mõju hindamiseks võrreldakse muutusi ettevõtete eksportija staatuse (kas ekspordib või mitte), ekspordi koguväärtuse, müügitulu, tööhõive, lisandväärtuse ning ühe töötaja poolt loodud lisandväärtuse näitajates (Munch, Schaur 2018:367). Analüüsi tulemusena leiavad nad (2018: 372), et ekspordi edendamise teenustel on selgelt positiivne mõju sellele, kas ettevõtte on eksportija või mitte, kõige suurem on see mõju väikeste ettevõtete seas (1-20 töötajat). Samas ekspordi koguväärtuse kasvu puhul kulub paar-kolm aastat, et teenuse mõju avalduks ning ka sel juhul avaldub märkimisväärne mõju (ekspordi kasv 12-16%) ainult keskmise suurusega ettevõtete puhul, kokkuvõttes jääb teenuse mõju sellele näitajale aga piiratuks. Kogu müügitulu puhul avaldab ekspordi edendamise teenuste kasutamine mõju väikestele ettevõtetele 1-2 aastase viitajaga, kuid kõigi ettevõtete kokkuvõttes ei ole teenusel kogu müügitulule olulist mõju. Ka lisandväärtuse, tööhõive ning ühe töötaja poolt loodud lisandväärtuse näitajate puhul on teenuse mõju positiivne ainult väikeste ettevõtete hulgas. (Munch, Schaur 2018: 374-375)

Olarreaga, Sperlich ja Trachsel (2015) toovad välja, et eelnevates ekspordi edendamise mõju hindavates töödes ei ole tähelepanu pööratud sellele, missugune on ekspordi edendamise mõju üldisele heaolule. Nende hinnangul ei tohiks ekspordipoliitika lõplik

eesmärk olla lihtsalt ekspordi kasv, vaid see peaks olema instrument, millega saavutada üldist heaolu kasvu ühiskonnas. Vaadeldes ainult seda, kas ekspordi edendamise programmis osalevad firmad hakkavad rohkem eksportima, ei anna ülevaadet programmi kõigist koostõjudest. On võimalik, et halvasti välja töötatud ekspordi edendamise programmi puhul võib programmis mitte osalevate firmade ekspordi tulude kahanemine olla suurem kui programmis osalevate firmade ekspordi tulude kasv. Seetõttu hindavad nad oma töös ekspordi edendamise mõju mitte ainult eksporditulude kasvule, vaid ka SKT-le elaniku kohta. Töö ühe osana püüavad nad välja selgitada, missugused ekspordi edendamise tegevused või juhtimise meetmed on kõige efektiivsemad ja mõjutavad eksporditulude heterogeensust, et EEAd saaksid tulevikus välja töötada paremaid strateegiaid. (Olarreaga et al. 2015: 3-4)

Ühendades andmed kolmest erinevast ekspordi edendamise agentuuride kohta läbi viidud uuringust aastatel 2005-2014, saadakse kätte tasakaalustamata paneelandmed üle Euroopa ja mitte-Euroopa riikide kohta nende EEAd eelarve, rahastusallikate ja tegevuste kohta. Esimene uuring, mille andmeid kasutatakse, viidi läbi Maailmapanga poolt 2005. ja teine 2010. aastal. Kolmas kasutatud uuring viidi läbi 2014. aastal Rahvusvahelise Kaubanduse Keskuse (*International Trade Center* - ITC) poolt. Kahe esimese uuringu puhul võeti ühendust 116 erineva ekspordi edendamise asutusega, millest 2004. aastal vastas 92, neist ainult 4 negatiivselt, ning 2010. aastal 93 asutust vastasid positiivselt. 2014. aastal ITC läbi viidud uuringus keskenduti 14 Euroopa riigile, millest kõik vastasid positiivselt. (Olarreaga et al. 2015: 8)

Oma töö tulemusena leiavad Olarreaga, Sperlich ja Trachsel (2015: 11), et ekspordi edendamise programmidel on positiivne mõju SKT-le inimese kohta. Samuti leiavad nad, et keskmiselt genereerib üks ekspordi edendamisele kulutatud dollar 15 dollarit eksporditulu. Ekspordi edendamise asutused, kes keskenduvad pigem uutele eksportijatele kui juhuslikele või kogunud eksportijatele, toovad keskmisest kõrgemat tulu. Samuti asutustel, kes keskenduvad pigem keskmistele kui väikestele või suurtele ettevõtetele, on tõenäoliselt keskmisest paremad tulemused. Ka see, kui suurem osa juhatuse liikme kohtadest on erasektori käes, parandab tootlust. (Olarreaga et al. 2015: 12)

Hilisemas töös analüüsivad Olarreaga, Sperlich ja Trachsel (2019) eelnevas töös kasutatud andmete põhjal veelgi põhjalikumalt ekspordi edendamise teenuste mõju

riikide ekspordi tulemustele ja SKT-le elaniku kohta. Analüüsi tulemuste leiavad Olarreaga, Sperlich ja Trachsel, et kõigil teguritel, millel võib olla positiivne mõju ekspordi kasvatamisele, ei pruugi olla positiivne mõju ka SKT-le inimese kohta. Seetõttu, püüdes hinnata ekspordi edendamise asutuste tegevuse mõju, ei tohiks piirduda ainult ekspordi mahtude kasvu vaatlemisega, kuna see võib luua väärade ettekujutuse ekspordi edendamise asutuse töö mõjust sotsiaalsele ja majanduslikule heaolu kasvule. (Olarreaga *et al.* 2019: 14)

Olarreaga *et al.* (2019) leiavad, et ekspordi edendamise tegevuste tasuvus on positiivne nii ekspordi kui ka *per capita* SKT puhul. Ekspordil ja SKT-l inimese kohta on tugev positiivne korrelatsioon, keskmiselt on keskmine tasuvus ekspordi puhul kaks korda suurem, kui tasuvus *per capita* SKT puhul. Kuid leidub väike grupp riike, sealhulgas ka Eesti, kus ekspordi edendamise teenuste tasuvus on *per capita* SKT puhul suurem, kui ekspordi puhul. See on seletatav asjaoluga, et ekspordi edendamise teenustel võib olla ka üldine positiivne mõju näiteks ettevõtete tarneahelale või väikeste ettevõtete juhtimiskvaliteedile. (Olarreaga *et al.* 2019: 16)

De Falcis *et al.* (2018: 4) leiava 27 riigi andmete põhjal, et eelarve osa, mille ekspordi edendamise asutused kulutavad uutele eksportijatele, ning uute eksportivate ettevõtete arvu vahel on positiivne seos. Teisisõnu, eelarve osa, mis eraldatakse uutele eksportijatele, mõjutab kaubanduse ulatuse määra. Sellest järeldavad nad, et ekspordi edendamise asutused pakuvad ettevõtetele teenuseid, mis vähendavad kaubanduses osalemise kulusid. Seeläbi muutub eksportimine ettevõtete jaoks rohkem jõukohaseks ning suureneb eksportivate ettevõtete hulk. (De Falcis *et al.* 2018: 6)

Mitmetes töödes tuuakse esile, et ekspordi edendamise programmides osalemine ei pruugi olla sugugi juhuslik, vaid osalevad ettevõtted erinevad märkimisväärselt mitte-osalejatest. Üldiselt ettevõtted, millel on kaubandussidemeid rohkemate riikidega ning sellest tulenevalt on silmitsi olnud mitmetele turgudele sisenemise protsessidega, on juba eelnevalt omandanud olulisi kogemusi uutele turgudele sisenemise kohta ja kasutavad seetõttu ka tõenäolisemalt ekspordi edendamise teenuseid. Veelgi enam, ettevõtted, mis on ekspordi edendamise teenuseid varasemalt juba kasutanud, teevad seda tõenäolisemalt ka käesoleval perioodil. Teisisõnu, kui firmad hindavad ekspordi



edendamise programmis osalemise kogutulu enda jaoks positiivseks, kasutavad nad neid programme tõenäoliselt ka tulevikus. (Volpe Martincus, Carballo 2010: 22)

Peamised asjaolud, mis ekspordi edendamise programmide mõju uurimisel selguvad, on, et mõnel puhul esineb positiivne mõju ekspordimise ekstensiivsusele (Cruz 2014, Volpe Martincus ja Carballo 2008 ja 2010, Broocks, Van Biesebroek 2017), mõnikord aga ekspordimise intensiivsusele (Görg *et al.* 2008.), mõju olulisus võib olla erinev sõltuvalt ettevõtte suuruselt (Munch, Schaur 2018) ning teenuse osutamise mõjul võib esineda viitaegasid (Broocks, van Biesebroek 2017, Munch, Schaur 2018) ja ülekandefekte (Cruz 2014, Olarreaga, *et al.* 2019). Kokkuvõttes võib öelda, et kirjanduses esineb erinevaid arvamusi ekspordi edendamise programmide osas, kuid teatud tingimustel võivad nad siiski edukad olla. Kui viljakaks tulemused osutuvad, sõltub paljuski sellest, missuguseid meetmeid täpsemalt pakutakse ning kuidõrd vastuvõtlikud ekspordi edendamise programmidele ettevõtted ise on (Wilkinson, Brouthers 2006: 238).

### **1.3.3. Eesti ekspordipoliitika ja kasutatavad toetusmeetmed**

Suurtel siseturgudel, näiteks USAs või Hiinas, suudavad ettevõtted tihti saavutada arvestatavad käibe ja kasumi mahud ilma, et tekiks üldse vajadust eksporditurgudele suunduda. Eesti on aga avatud majandusega väikeriik, mille siseturg on maailma mastaabis väga väike. Paljude toodete puhul, investeerides kaasaegsesse tootmistehnoloogiasse, pole Eesti siseturul võimalik saavutada piisavalt suurt tootmismahu mastaabiefekti ja kasumlikkuse saavutamiseks. Ilmselt just seetõttu on mitmed Eesti ettevõtted alustanud tegevust hoopis suurtele välisfirmadele allhankeid pakkudes ja otse eksporditurgudele suundunud, ilma eelnevalt siinsel siseturul pikemalt tegutsemata. See aga ei tähenda, et siinsed ettevõtted ei seisaks silmitsi raskustega uutele eksporditurgudele sisenemisel ja sobivate sihtrühmade ja partnerite leidmisel.

Riigikogus 2001. aasta novembris heaks kiidetud otsuses “Eesti ekspordipoliitika põhialused nähti suuri võimalusi Eestis kõrgtehnoloogilise tootmise arendamiseks info- ja kommunikatsioonitehnoloogia tööstustes, mis kujutas endast tol ajal uut tõusvat tööstusharu traditsiooniliste harude kõrval. Sellest tulenevalt määratleti, et ekspordi

arengule suunatud meetmeid rakendades lähtutakse järgmistest põhimõtetest (Eesti ekspordipoliitika... 2001):

- tõsta suurema lisandväärtusega toodete osakaalu ekspordis, toetades eelkõige kõrgtehnoloogiliste, innovaatiliste ja teadusmahukate toodete ja teenuste ning nišitoodangu ekspordi;
- keskkonnahoidliku tootmise eelistamine ja säästva arengu põhimõtetele vastavus;
- prioriteetsete turgude eelistamine;
- väike- ja keskmise suurusega ettevõtete toetamine.

2001. aastast mil Riigikogu kiitis heaks „Eesti ekspordipoliitika põhialused“ kuni käesoleva töö kirjutamise ajani on Eesti majanduskeskkond läbi teinud mitmeid olulisi arenguid ja muutuseid. Neist olulisimaks võib pidada Eesti liitumist Euroopa Liiduga 2004. aastal, mis tõi Eesti ettevõtetele kaasa vabaduse tegutseda Euroopa Liidu avatud turgudel, kuid samaväärselt avas ka Eesti turu teistele ELi liikmesriikidele. Teiseks majanduskeskkonda oluliselt mõjutanud sündmuseks võib pidada 2008.-2009. aastate majanduskriisi ning sellega kaasnenud üleilmset majanduslangust. Liitumisel Euroopa Liiduga sai Eesti ELi ühisturu üheks osaks ning nii kehtivad siin ka kõik ELi sõlmitud kaubanduse lepingud. Väliskaubandust EList väljapoole jäävate riikidega ehk kolmandate riikidega reguleerimine ning selle õigusraamistiku kujundamine toimub peamiselt läbi Maailma Kaubandusorganisatsiooni (WTO). Eesti osaleb selles läbi Euroopa Komisjoni tegevuse, kelle pädevuses on kogu ELi väliskaubanduspoliitika kujundamine. (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi..., 2020)

Väliskaubandus- ja ekspordipoliitikat kujundavad Eestis peamiselt Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, kelle ülesandeks on ekspordipoliitika väljatöötamine ning vajalike õigusaktide ja arengukavade koostamine, ning Välisministeerium, kelle peamiseks ülesandeks eksporditegevuse toetamisel on vabakaubandus- ja muude kaubandust toetavate läbirääkimiste pidamine ja lepingute sõlmimine ning ekspordijate abistamine välisesinduste kaudu. Rahandusministeerium tegeleb tolli ja maksustamisega seotud küsimustega ning Põllumajandusministeerium põllumajandussaaduste ja sanitaarmedetega kaubanduspoliitikaga. (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi..., 2020)

Ekspordi arendajatena tegutsevad Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi haldusalas Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS) ning Sihtasutus KredEx. Ekspordi toetamiseks pakub KredEx erinevaid laene, riigi garantiiga tagatise ning krediidikindlustust. EASi peamiseks tegevuseks ekspordi edendamisel on aidata ettevõtetel leida uusi turge, partnereid ja võrgustikke.

EAS on 2000. aastal loodud riiklik sihtasutus, mille eesmärk on arendada Eesti majandust läbi kolme peamise tegevusvaldkonna (Ettevõtluse Arendamise...):

- Eesti ettevõtete arendamine ja ekspordivõimekuse hoogustamine;
- turismitulu kasvatamine;
- suure lisandväärtusega välisinvesteeringute Eestisse toomine.

Eesti ettevõtluse kasvustrateegia 2014-2020 toob Eesti majanduse nõrkustena välja ettevõtjate vähese ambitsioonikuse nii tootearenduses kui ka välisturgudele pürgimises. Parandamist vajavad juhtimiskvaliteet ja efektiivsus, ettevõtjate omavaheline koostöö ning üleüldiselt Eesti rahvusvaheline maine. Murekohaks on ka inimressurss ning hariduse sisu vastavus tööturul nõutavale. (Eesti ettevõtluse... 2013)

Kasvustrateegia kaheks peamiseks eesmärgiks on tõsta tootlikkust töötaja kohta Euroopa Liidu keskmisega võrreldes 80%-ni ning tööhõive määra vanusegrupis 20-64 76% tasemele. Tootlikkuse tõstmisel keskendutakse ettevõtjate ambitsioonikuse kasvatamisele, teadus-arendustegevuse ja innovatsiooni-investeeringute hoogustamisele ning ekspordile. Seejuures on üheks alaeesmärgiks seatud, et Eesti ettevõtjad oleks aktiivsed eksportijad, mille saavutamist mõõdetakse läbi kolme näitaja (Eesti ettevõtluse... 2013):

1. Eesti osatähtsus maailmakaubanduses (allikas WTO) – 2011. aasta algtase 0,099%, 2020. aasta sihttase 0,11%.
2. Eksportööride arvu kasv – 2012. aasta algtase 11 281 ettevõtet, 2020. aasta sihttase 15 700 ettevõtet.
3. Toote keskmise ekspordi hinna muutus (UVI – *Unit value index*) – 2011. Aasta algtase 130,6, sihttase 2020. aastal väärtuse kasv kiirem kui EL-is keskmiselt.

Eesti Konkurentsivõime Ülevaade (2019) toob välja, et Eesti koguekspordi kasvutempo on olnud kõikumine ning kiirelt on kasvanud töjõukulud, kuid tööviljakuse kasv on olnud

keskpärane. Ettevõtjate endi hinnangul on nende konkurentsivõime välisurgudel vähenenud ning rahvusvahelise konkurentsivõime indeksites on Eesti positsioon pisut langenud. (Eesti Konkurentsivõime... 2019: 10-11). EASi pikemaajalisem eesmärk on, et Eesti tõuseks rahvusvahelises konkurentsivõime edetabelis 20 parima riigi hulka, 2018. aastal oli Eesti 32. kohal, langedes oma positsioonil võrreldes eelnenud aastaga kolme koha võrra (Ettevõtluse Arendamise... 20118: 3). Selle taga on pigem küll konkurentide edusammud, kui Eesti näitajate halvenemine. Aastatel 2018-2019 moodustas eksport ligikaudu  $\frac{3}{4}$  Eesti SKT-st ning sellega oldi Euroopa Liidu riikide seas 11. kohal. Teenuste osatähtsus Eesti koguekspordis oli 2018. aastal 35%. Eksporditavate toodete ja teenuste keerukus on tugevalt seotud riigi tootlikkuse ja jõukusega. Rikkamate riikide konkurentsieelis globaalsel turul ei seisne mitte väikestel kuludel, vaid hoopis suuremal tootlikkusel ja keerukamatel toodetel (Eesti Konkurentsivõime... 2020: 16).

EASi Strateegiline tegevuskava 2019-2023 toob Eesti majanduse kitsaskohtadena samuti välja vähese tootearenduse ning ekspordi kontsentreerituse, kuna Eesti tootlikkus on vaid 71,4% Euroopa Liidu keskmisest ning 53% ekspordist läheb kõigest viiete sihtriiki. Seega on Eesti majanduse üheks suurimaks väljakutseks jõuda keskmise lisandväärtusega riikide hulgast kõrge lisandväärtusega riikide hulka (EASi strateegiline... 2018: 6). Uuring Eesti ekspordipotentsiaal 2018 toob välja, et kogu maailma ja Eesti peamiste sihturgude kaubandus on eelneva viie aasta jooksul olnud langustrendis, kuid Eesti ekspordiportfellis olevad tooted on mujal maailmas siiski nõutud. Peamiste uute potentsiaalsete sihtkohtadena nähakse Aasia riike. Riigi rolli ekspordipotentsiaali rakendamisel nähaksegi püsikulude vähendamises, aidates vajaliku informatsiooni ja garantiide pakkumisega (Tänav 2018: 1-2).

EASi visiooniks on aidata parandada Eesti positsiooni World Economics Forumi rahvusvahelise konkurentsivõime edetabelis, panustades innovatsiooni edendamisse ning ärimudelite arendamisse. EAS keskendub toodete ja teenuste komplekssele arendamisele, turu- ja ärianalüüsile ning konkreetsete äride potentsiaali arvestavale andmeanalüüsile, et pakkuda oma klientidele vajalikku informatsiooni välisurgudele sisenemiseks. Ekspordi valdkonnas peab EAS kõige olulisemaks aidata kaasa ekspordi mitmekesistamisele nii sektorite kui ka geograafilises mõttes. Perioodil 2019-2023 on

EASi eesmärgiks kaks korda suurendada Eesti keskmisest suurema lisandväärtusega eksportivate ettevõtete arvu ehk ligikaudu 300-lt 600 ettevõtte. (EASi strateegiline... 2018: 3-5)

Oma teenuste arendamisel teeb EAS tihedat koostööd ettevõtete esindusorganisatsioonide ja erialaliitudega, samuti teiste sarnaste organisatsioonidega välismaal (EASi strateegiline... 2018: 9). Alates 2013. aastast pakuvad EASi ekspordinõunikud välisriikides peamise teenusena Eesti ettevõtjatele abi sihtriigis ekspordipartnerite leidmise (Jürgenson 2017: 1). Lisaks kuuluvad ekspordinõunike tegevuse hulka muud teenused nagu konsultatsioonid, turu-uuringud, ja partnerite leidmine, ärikontaktide loomise sündmuste ja sihtturu seminaride korraldamine. Samuti esinevad ekspordinõunikud erinevatel sihtriikide seminaridel ja konverentsidel ning abistavad ärivisiitide korraldamisega teenindatavatesse riikidesse. EASi ekspordinõunikud tegutsevad käesoleva töö kirjutamise ajal 14 erineval turul: Soomes, Rootsis, Norras, Taanis, Saksamaal, Prantsusmaal, Hollandis, Suurbritannias, Singapuris, Hiinas, Indias, Jaapanis, Araabia Ühendemiraatides (Dubais) ja USAs. Seejuures viimases viies eeltoodud riigis alustasid ekspordinõunikud tööd 2018.-2019. aastal. (EASi 2020. aasta koondtegevuskava: 22)

Eesti poole pealt abistab EAS ettevõtteid nn. *sourcing*-teenustega erinevate turuülevaadete ja potentsiaalsete partnerite leidmise kaudu. 2019. aastal on ka EASi ja erinevate saatkondade vaheline koostöö tunduvalt süvenenud ja paranenud ning laienenud on koostöö Välisministeeriumi esindajatega Äridiplomaatia strateegia arendamisel (EASi 2020 aasta koondtegevuskava: 22). Lisaks ettevõtluse ja ekspordi valdkonnale tegutseb EAS veel välisinvesteeringute ja välisturgude ning turismi toetamise valdkonnas, lähtudes ühiskondliku heaolu kasvu eesmärgist (Ettevõtluse Arendamise... 2018: 3).

Kokkuvõttes võib öelda, et Eesti ettevõtluse ja ekspordi edendamise raamistik on küllaltki hästi välja töötatud. Kaardistatud on kitsaskohad, seatud konkreetsed eesmärgid ning määratud näitajad, mille kaudu neid mõõta. Pakutavad tugiteenused on vastavuses välja toodud nõrkustega, ekspordinõunikud on viimastel aastatel tegutsema asunud mitmetel uutel Eesti jaoks potentsiaalsetel sihtturgudel ning koostöö suurendamine erinevate asutuste ja esindusorganisatsioonide vahel annab lootust, et

pakutavad teenused püsivad ka tulevikus vastavuses ettevõtjate ootuste ja turuolukorraga.

## 2. ANALÜÜSI METOODIKA JA TEOREETILINE TAGAPÕHI

### 2.1. Eelnevad analüüsid

EAS alustas tegevust 2000. aastal kuid aja jooksul on pakutavate toetused ja teenused mõnevõrra muutunud. Ekspordipartneri otsingu teenust hakkas EAS pakkuma 2013. aastal, kuid teenuse mõju kohta seni põhjalikku analüüsi tehtud ei ole. Senised põhjalikumad tööd EASi eksporditoetuste ja –edendamise teenuste mõjude teemal piirduvad Kristina Ojamäe 2014. aastal Tallinna Tehnikaülikooli Majandusteaduskonnas kaitstud bakalaureusetöoga ning ühe EASi-siseseks kasutamiseks mõeldud ekspordipartneri otsingu teenuste mõjuanalüüsiga.

Ojamäe moodustab oma töö analüüsis valimi ettevõtete põhjal, kes 2009. aastal on saanud EASist eksporditurunduse, ühisturunduse või välismessi toetust ning analüüsib saadud toetuse mõju ettevõtte majandusnäitajatele üks ja kaks aastat pärast toetustegevuse lõppu. Toetuse mõju hindamiseks moodustati võrdlusgrupp ettevõtetest, kes samal perioodil sama toetust saanud ei olnud. (Ojamäe 2014: 25) Töö tulemustes märgib Ojamäe, et EASi eksporditoetusel on statistiliselt oluline mõju ettevõtte müügitulule, kuid see ei anna toetust saanud ettevõtetele konkurentsieelist, kuna võrdlusrühma ettevõtetes oli müügitulu kasv kolm korda suurem. Ka ekspordi mahud kasvasid nii toetust saanud kui ka võrdlusgrupi ettevõtete hulgas, kuid toetuste mõju ekspordile ei olnud statistiliselt oluline. (Ojamäe 2014: 35-36) Samas aga ärikasumi ja lisandväärtuse näitajad langevad toetust saanud ettevõtete seas. Ojamäe toob välja, et see võib olla selgitatav toetust saanud ettevõtete investeeringute ja tegevuskulude suurenemisega, kuid märgib, et nende väärtuste langus annab signaali toetuskeemide parema läbimõtleamise vajaduse järele (Ojamäe 2014: 38).

Ojamäe ning käesoleva töö analüüsi ja tulemuste võrdlemise juures on oluline meeles pidada, et 2009. aastal pakkus EAS rahalist eksporditoetust kogusummas umbes 9,6

miljonit eurot (Ojamäe 2014: 27), kuid käesolevas töös analüüsitakse ekspordinõuniku teenuse mõju. Kuigi EASi ekspordinõuniku teenused on subsideeritud, peavad teenust saavad ettevõtted ka ise ekspordinõuniku teenuse eest tasuma ning saadud teenus ei ole oma vormilt rahaline toetus, vaid koosneb nõustamisest, sihtturgusid iseloomustavast informatsioonist ning potentsiaalsete ekspordipartnerite kontaktidest.

EASi siseses „Ekspordipartneri otsingu teenuse mõju“ analüüsis (Jürgenson 2017) antakse ülevaade aastatel 2013-2016 teenuse osutamise kohta. Sel perioodil osutati teenust kokku 209 korda, kusjuures kolm kõige populaarsemat teenuse sihtriiki olid Saksamaa, Rootsi ja Soome (*Ibid*: 6) ning keskmiselt 40% ekspordikogemusega klientidest juba eksportisid sihtturule (*Ibid*: 9). 2013.-2014. aastate teenuste puhul vaadeldakse ka teenust saanud ettevõtete ekspordikäibe muutust teenuse saamisele järgneval aastal. Selgub, et 15% ettevõtteid alustas ekspordi sihtriiki. 12% ettevõtteid eksportisid juba enne teenuse saamist ning pärast teenuse kasutamist nende ekspordimaht kasvas. 38% ettevõtetest aga ei eksportinud sihtriiki ei enne ega ka pärast teenuse saamist. 14% teenuse kasutajatest, kes enne teenuse saamist eksportisid sihtriiki, ekspordi maht vähenes ning 3% lõpetas sootuks ekspordi sihtriiki. (Jürgenson 2017: 11). Eemaldades analüüsist ühe suure erindi, selgub, et ekspordimaht sihtriiki kasvab teenuse kasutamisele järgneval aastal nii 2013. kui ka 2014. aastal teenust kasutanud ettevõtete kokkuvõttes. Seega võib järeldada, et teenuse kasutamisel esineb selle mõju viitajaga, kuna tõenäoliselt võtavad läbirääkimised ning lepingute sõlmimised uute partneritega pikalt aega (Jürgenson 2017: 12).

Kokkuvõttes võib öelda, et kasutatud teenuse järgselt on näha mõningast positiivset trendi ettevõtete eksporditulemustes, kuid tööst ei selgu, kas see toimub tänu EASi teenuse kasutamisele või seetõttu, et ettevõtte on ka ise aktiivselt otsinud muid sihtturule sisenemise võimalusi. Ettevõtete puhul, kus ekspord sihtturule kahanes või lõppes, ei olnud tegemist ilmselt kasutatud teenuse negatiivse mõjuga, vaid juba enne teenuse kasutamist oli teada, et leping mõne sihtturu partneriga hakkab lõppema ning püüti leida uusi koostööpartnereid, kuid paraku see ei õnnestunud. (Jürgenson 2017: 12).



## 2.2. Kasutatud andmete ülevaade

Käesoleva töö analüüsis kasutati Eesti Statistikaameti ja Eesti Panga poolt kogutud kaupade ja teenuste väliskaubanduse ning ettevõtete majandusnäitajate andmeid. Analüüs viidi läbi põhimõttel, kus EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamise aasta on  $t$  ning võrreldi tulemusi sellele järgnenud kahel  $t+1$  ning  $t+2$  aastal. Tööks vajalikud andmed töödeldi ja ühendati analüüsiks tarkvaraprogrammide LibreOffice Calc ja Stata 14 abil ning analüüs viidi läbi programmis Stata 14. Analüüs teostati ettevõtete kohta, mis kasutasid EASi ekspordinõuniku teenust aastatel 2014-2017. Analüüsil kaasati teenuse kasutamise gruppi ettevõtte ainult siis, kui ta kasutas teenust aastal  $t$ , kuid mitte aastal  $t-1$  ega  $t-2$ , kuna tuginedes teiste riikide põhjal tehtud töödele eeldatakse, et ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju võib avalduda viitajaga. Erinditena eemaldati andmetest rohkem kui 1000 töötaja ja suurema kui 100 miljoni euro suuruse käibega ettevõtted aastal  $t$  ja  $t-1$ . Samuti eemaldati ettevõtted, kellel puudus töötajate arv või oli see null aastal  $t$  ja  $t-1$ . Sel moel jäi andmetesse alles 613 ettevõtet, kes on aastal  $t$  EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud, nendest 168 ettevõtet on teenust korduvalt kasutanud ka aastal  $t+1$  ning 98 ettevõtet aastal  $t+2$ .

Analüüsist jäeti välja kõik ettevõtted, millel aastal  $t$  puudus müügitulu, eeldusega, et tegemist ei ole aktiivselt tegutsevate ettevõtetega. Eesti Statistikaameti kogutud kaupade ekspordi ning Eesti Panga kogutud teenuste ekspordi andmete põhjal summeeriti iga ettevõtte eksporditulu EASi teenuse sihtriikide kaupa ning kogu eksporditulu kõikidesse riikidesse kokku. Statistikaameti poolt kogutud majandusaasta aruannete andmest saadi muud ettevõtteid iseloomustavad andmed.

Algandmetes leidis suurel hulgal puuduvaid väärtuseid, seetõttu tehti võimalusel puuduvate väärtuste asendamisi. Kui muutujate materiaalne põhivara, tööjõukulud kokku, omakapital ning töötajate arv hulgas esines aastal  $t$  puuduvaid väärtuseid, kuid vastavad väärtused olid olemas aastatel  $t-1$  ja  $t+1$ , asendati  $t$  aasta puuduv väärtus eelneva ja järgneva aasta keskmisega, eeldades, et tegemist on järjepidevalt tegutseva ettevõttega, kus eelpool nimetatud näitajad on samas suurusjärgus eelneva ning järgneva aasta näitajatega. Kui materiaalse põhivara näitajale asenduse teel väärtust ei leitud, asendati puuduv väärtus nulliga, eeldades, et tegemist on ettevõttega, millel materiaalne põhivara puudub. Puuduva tööjõukulu väärtuse puhul asendati see nulliga juhul kui ka

töötajate arv samal aastal oli väärtusega null ning vastupidi. Teiste ettevõtete võrdlemiseks kasutatud näitajate puhul puuduvate väärtustega kirjed eemaldati. Lisaks eemaldati analüüsi käigus andmetest veel mõningad kattuvad kirjed ning negatiivse ekspordituluga kirjed, mille puhul oli tegemist tõenäoliselt sisestusvigadega. Nii jäi andmetesse kokku alles 200 tuhat rida.

Aastatel 2014-2017 kasutas ekspordinõuniku teenust kokku 996 erinevat ettevõtet, kusjuures mitmed ettevõtted kasutasid teenust korduvalt nii erinevatel aastatel kui ka ühe aasta jooksul erinevate sihtturgude jaoks. Allolevas tabelis nr 1 on aastate lõikes välja toodud kõigi teenindusjuhtumite ning klientide arv antud aastal, kus on näha, et vaadeldava nelja aasta peale kokku on teenindusjuhtumeid poolteist korda rohkem kui teenust kasutanud ettevõtteid.

**Tabel 1.** EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete ja teenindusjuhtumite arv 2014-2017 aastate lõikes

	2014	2015	2016	2017
Ettevõtteid kokku	142	217	396	449
Teenindusjuhtumeid kokku	204	287	663	701

Järgnevas tabelis 2 on teenust kasutanud ettevõtete arvud ka sihtriikide lõikes.

**Tabel 2.** EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete arv sihtriikide lõikes 2014-2017 aastatel.

	2014	2015	2016	2017	Kokku
Aasia	2	26	46	40	114
Saksamaa	60	86	114	77	337
Taani	20	28	58	11	117
Soome	79	40	94	124	337
Pranstsusmaa	0	13	58	54	125
Suurbritannia	6	37	39	33	115
Holland	0	25	41	54	120
Norra	7	5	39	65	116
Rootsi	0	0	73	113	186
Singapur	0	0	12	35	47

Aastate lõikes kokku on kolm kõige populaarsemat sihtriiki olnud Soome, Saksamaa ja Rootsi, mis on ka ootuspärane, kuna tegemist on Eesti peamiste kaubanduspartneritega. Tabelis 2 on eraldi välja toodud Aasia rida, mis tähendab EASi Aasia keskuse poolt pakutavat teenust, mis oma olemuselt on sarnane ekspordinõunike teenusega, kuid selle

erinevusega, et kui ekspordinõunikud asuvad sihtriigis koha peal, siis Aasia keskus asub Tallinnas. Analüüsi on kaasatud ka Aasia keskuse teenuse kasutamised, kuna teenus on oma olemuselt väga sarnane ekspordinõuniku teenusega.

### **2.3. Analüüsi eesmärk**

Igasuguste riiklikult toetatud programmide ja teenuste puhul on oluline hinnata nende mõju, et mõista, kas nad annavad soovitud tulemusi ning seeläbi õigustavad riiklike ressursside kulutamist. Lähtuvalt EASi ja teiste riiklike tegevus- ja arengukavade eesmärkidest, soovitakse käesoleva tööga analüüsida, kuidas tulemuslik on ekspordinõunike töö seatud eesmärkide saavutamisele kaasa aitamisel. Vastavad kavad toovad peamiste eesmärkidena välja tootlikkuse ja lisandväärtuse, tööhõive ning ekspordi mahtude kasvu. Seetõttu püstitatakse töö analüüsi eesmärgiks hinnata ekspordinõunike teenuse kasutamise mõju järgmistes punktides:

- Kas EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on mõju eksportivate ettevõtete arvule?
- Kas EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on mõju ettevõtete ekspordi müügitulule?
- Kas EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on mõju kogu müügitulule?
- Kas EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on mõju tööhõive kasvule?
- Kas EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on mõju eksportimisele sihtriiki?
- Kas EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on mõju ettevõtte lisandväärtusele?
- Kas EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on erinev mõju kaupade ja teenuste ekspordile?

Ettevõtte lisandväärtus leitakse käibe ja vahetarbimise vahena. Ettevõtete müügitulu ja koguekspordi mahu muutuste paremaks võrdlemiseks järjestikusel aastatel deflateeriti andmed vastava aasta SKP deflaatoriga, et kõrvaldada inflatsioonist tulenevaid erinevusi. Selleks kasutati Maailmapanga poolt avaldatud SKP deflaatorit 2015. aasta baasil (The World Bank).

## 2.4. Kasutatav analüüsi meetoodika

EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamist võib lugeda üheks põhjuslikuks mõjuriks, mis võib teenust kasutanud ettevõtte eksportimisega alustamise otsust ja ekspordisooritust mõjutada. Põhjuslike mõjude hindamisel on fundamentaalseks probleemiks see, kuidas koguda analüüsi teostamiseks vajalikke võrreldavaid vaatlusandmeid, kuna samal ajaperioodil ei ole võimalik ühe ja sama ettevõttega viia läbi katset, kuidas muutuks ettevõtte tulemused juhul, kui ta teenust kasutab, ning alternatiivselt juhul, kui ta teenust ei kasuta.

Keskmise teenuse kasutamise mõju leidmiseks teenust kasutanud ettevõtete seas (inglise k. *average treatment effect on the treated – ATT*) eeldame, et  $D_i$  on binaarne muutuja, mis osutab  $i$ -nda ettevõtte teenuse kasutamisele. Seejuures  $D_i=1$  tähendab, et ettevõtte  $i$  kasutas teenust ning  $D_i=0$  tähendab, et ettevõtte  $i$  ei kasutanud teenust. Potentsiaalsed uuritava tunnuse  $Y_i$  väärtused  $i$ -ndal ettevõttel saavad siis olla  $Y_i(0)$  ja  $Y_i(1)$ ,  $i=1\dots N$ , kus  $N$  tähistab ettevõtete koguarvu. Sellisel juhul keskmine teenuse kasutamise mõju teenust kasutanud ettevõtete seas on (Caliendo, Kopeinig 2008: 34):

$$\tau_{ATT} = E[Y(1)|D=1] - E[Y(0)|D=1]$$

*ATT* väärtus on seega uuritava tunnuse keskmiste erinevus, mis esineb teenuse kasutamisel ja mitte kasutamisel sama grupi poolt. Tegelikuses aga pole mitte-eksperimentaalsete uuringute puhul nagu koolitus-, toetus- ja muude taoliste programmide (inglise k. *treatment effects*) mõju hindamise puhul võimalik vaadelda tulemust  $E[Y(0)|D=1]$  ning seetõttu on vajalik leida sobiv alternatiiv selle väljundtulemuse hindamiseks. Mõistlikuks ei peeta ka teenust mitte kasutanud grupi keskmise võrdlemist teenust mitte kasutanud grupi keskmisega, kuna gruppide vahelised erinevused võivad olla liiga suured ja teenuse kasutamise otsust mõjutavad muutujad võivad ühtlasi mõjutada ka uuritavat tulemust (Caliendo, Kopeinig 2008: 34). Juhul, kui teenuse kasutamist ja uuritavat tunnust mõjutavad samad muutujad, leitakse uuritava tunnuse keskmiste võrdlemisel teenuste kasutajate ja mitte kasutajate vahel erinevus ka siis, kui teenuse kasutamisel mingit mõju uuritavale tulemusele tegelikult ei ole. Seetõttu kasutatakse koolituste, toetuste ja muudes programmides osalemise mõju

hindamiseks, mille puhul pole võimalik eksperimentaalseid võrdlusandmeid koguda, tihti erinevaid sobitamise meetodeid (Abadie, Imbens 2011: 1).

Käesolevas töös kasutatakse tõenäosuspõhist sobitamist (inglise k. *propensity score matching*), et ennustada ettevõtteid iseloomustavate näitajate põhjal, mille väärtusi teenuse kasutamine ei mõjuta, EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamise tõenäosus. Tõenäosuspõhine sobitamise meetod (Rosenbaum, Rubin 1983) võtab sobitamiseks kasutatavad muutujad  $X$  kokku üheks indeks-muutujaks ehk tõenäosuse skooriks (Becker, Ichino 2002: 359):

$$p(X) \equiv \Pr(D = 1|X) = E(D|X)$$

Antud tõenäosuste abil leitakse teenust kasutanud ettevõttele lähim kontrollettevõtte, kes teenust kasutanud ei ole. Tõenäosuse skoor on tingimuslik tõenäosus, et ettevõtte kasutab uuritavat teenust või toetust (Munch, Schaur 2018: 362-363). Käesolevas töös kasutatakse tõenäosuspõhise sobitamise läbi viimiseks programmi Stata 14, mis rakendab sobitamiseks Abadie ja Imbens'i (2006 ja 2011) poolt tuletatud meetodikat suurele valimile. Sobitamiseks kasutatakse probit mudelit, mis prognoosib uuritava sündmuse toimumise tõenäosuse kasutades normaaljaotuse jaotusfunktsiooni  $\Phi$ :

$$p = P(y = 1|x) = \Phi(\alpha + \beta x)$$

Tõenäosuspõhise sobitamise meetodit on laialdaselt kasutatud nii meditsiini- kui ka majandusteadlaste poolt, et hinnata põhjuslikke mõjusid. Samuti on meetodit rakendatud finants, sotsioloogia ja politoloogia valdkonna empiirilistes uurimustes (Li 2012: 2). Esimesena rakendas ettevõtete eksportimise kontekstis tõenäosuspõhist sobitamise meetodit Wagner (2002), et uurida, kas eksportimisel on põhjuslik mõju ettevõtte suurusele ja tööjõu tootlikkusele (Yang, Mallick 2010: 1220).

Käesolevas töös moodustati kontrollgrupp leides igale ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõttele võimalikult sarnane võrdlusettevõtte, kes aastatel  $t-2$ ,  $t-1$ ,  $t$ , ega  $t+1$  ekspordinõuniku teenust kasutanud ei ole. Ettevõtete võrdlemiseks ja kontrollgrupi moodustamiseks kasutati järgmisi ettevõtteid iseloomustavaid muutujaid: teenuse kasutamise aasta  $t$ , asukoha indikaator (kas asub Tallinnas/Harjumaal või mitte), EMTAK tegevusala koodi kolm esimest numbrit, ettevõtte vanus, logaritmitud

materiaalse põhivara väärtus, logaritmitud tööjõukulu töötaja kohta, logaritmitud müügitulu aastal  $t-1$ , töötajate arv aastal  $t-1$ , eksportija indikaator aastal  $t-1$ .

Tabelis 3 on välja toodud töös tõenäosuspõhiseks sobitamiseks kasutatud muutujate keskmised väärtused ekspordinõuniku teenust kasutanud ja teenust mitte kasutanud ettevõtete kohta. Näeme, et teenuse kasutajad on keskmiselt pisut vanemad ettevõtted, suurem osa neist asub Tallinnas või Harjumaal, neil on märkimisväärselt kõrgem põhivara väärtus ja müügitulu aastal  $t-1$ , neil on viis korda suurem töötajate arv ning kõrgemad tööjõukulud töötaja kohta ning võrreldes teenust mitte kasutanud ettevõtetega on tunduvalt suurem osa juba aastal  $t-1$  eksportijad.

**Tabel 3.** Sobitamisel kasutatavate muutujate keskmised.

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Teenust mitte kasutanud ettevõtete keskmine
Asukoha indikaator	0,613	0,560
EMTAK kood	404,15	526,10
Ettevõtte vanus	12,53	11,12
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,65	6,80
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	8,135	7,755
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,21	10,93
Töötajate arv $t-1$ aastal	30,58	5,78
Eksportija indikaator $t-1$	0,541	0,112

Tabelis 4 on toodud ekspordinõuniku teenust kasutanud ja kõigi teenust mitte kasutanud ettevõtete väljundnäitajate keskmised aastal  $t$ . Näeme, et nende ettevõtete vahel esinevad märkimisväärsed erinevused ka väljundnäitajates, seega poleks asjakohane võrrelda teenuse kasutajaid kõigi mittekasutajate vahel.

**Tabel 4.** Analüüsis vaadeldavate väljundnäitajate statistikud aastal  $t$ .

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kõigi teenust mitte kasutanud ettevõtete keskmine
Eksportimise staatus	0,584	0,133
Kogu eksportitulu, tuhat eurot	1 659	157
Müügitulu, tuhat eurot	3 929	665
Töötajate arv	33,41	6,35
Lisandväärtus	1 209	198
Kaupade eksport	1 402	110
Teenuste eksport	257	47

Selleks, et vähendada teenuse mitte kasutajate ja kasutajate võrdlemisel gruppide vahelisi erinevusi, moodustati teenuse kasutajatele kontrollgrupp kasutades tõenäosuspõhist sobitamist. Teenuse kasutajate ja kontrollgruppi iseloomustavate muutujate keskmised on ära toodud tabelis 5.

**Tabel 5.** Sobitamise tulemused aastal  $t$ .

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,8	2015,8	-0,08	0,935
Asukoha indikaator	0,613	0,64	-1,00	0,316
EMTAK kood	404,15	413,61	-0,69	0,488
Ettevõtte vanus	12,53	12,72	-0,44	0,659
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,65	10,53	0,53	0,598
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	8,135	8,23	-0,46	0,646
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,21	13,30	-0,63	0,530
Töötajate arv $t-1$ aastal	30,58	29,86	0,20	0,839
Eksportija indikaator $t-1$	0,541	0,553	-0,40	0,688

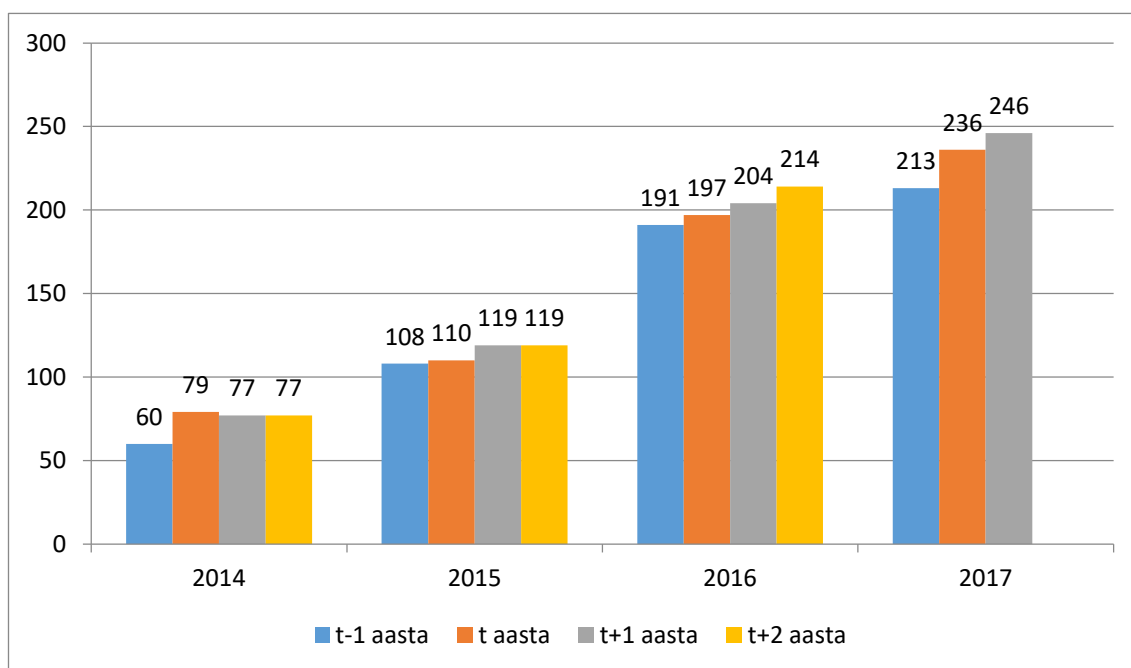
T-statistiku ja p-väärtused pärast sobitamist viitavad, et tõenäosuspõhine sobitamine on eemaldanud statistilised erinevused sobitamiseks kasutatavate muutujate seas. Kuna käesoleva töö kirjutamise hetkel ei olnud autorile kättesaadavad 2019 aasta kaubanduse andmed ning 2018-2019 aastate äriregistriandmed, siis andmete puudumise tõttu jääb osade väljundnäitajate hindamisel valimisse väiksem hulk teenust kasutanud ettevõtteid ning seega on ka kontrollgrupp ja sobitamise tulemused ülaltoodust erinevad. Ülejäänud sobitamiste tulemused on toodud lisas 1, ka nendes kõigi muutujate puhul olulisuse nivool 0,05 statistilised erinevused puuduvad ning sobitamise kvaliteediga võib rahule jääda.

## 2.5. Analüüsi tulemused

Ekspordi edendamise teenuste puhul on võimalik eristada teenuse mõju eksportimise ekstensiivsusele ning intensiivsusele. Ekstensiivsuse all mõistame seda, kas ettevõtete eksportimise ulatus laienes, see tähendab, kas ettevõtte sisenes mõnele uuele sihtturule või suurenes erinevate eksporditavate toodete hulk. Eksportimise intensiivsuse all mõistame seda, kas suurenes samadele sihtturgudele samade toodete eksportimise maht.

Joonisel 3 on aastate lõikes toodud kõigi EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete seast välja, kui paljud olid eksportijad teenuse kasutamise baasaastal  $t$ , kui paljud olid juba eelneval aastal eksportijad ning kui paljud hakkasid teenuse

kasutamisele järgneva kahe aasta jooksul eksportima. Näeme, et enamasti aasta aastalt eksportijaid lisandub. 2014. aastal teenust kasutanud ettevõtete seas kasvas eksportijate hulk  $t+1$  aastal võrreldes  $t-1$  aastaga 17 ettevõtte võrra ehk 28,3%. 2015.-2017. aastal teenust kasutanud ettevõtete seas eksportivate ettevõtete arvu kasvud  $t-1$  ja  $t+1$  aastate võrdluses vastavalt 10,2%, 6,8% ja 15,5%. Kõigi aastate puhul võib öelda, et eksportivate ettevõtete arv on teenuse kasutamisele järgnenud aastatel kõrgem, kui teenuse kasutamisele eelnenud aastal.



**Joonis 3.** Eksportijate hulk EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete seas; autori koostatud (autori koostatud).

Selleks, et hinnata, kas ekspordinõuniku teenusel on ka mõju eksportimisega alustamisel või näitavad eelnevad numbrid lihtsalt seda, et eksportimisega alustamist planeerivad ettevõtted kasutavad teenust suurema tõenäosusega, võrdleme teenust kasutanud ettevõtteid kontrollgrupiga. Järgnevas tabelis 6 on toodud ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju ekspordistaatusele.

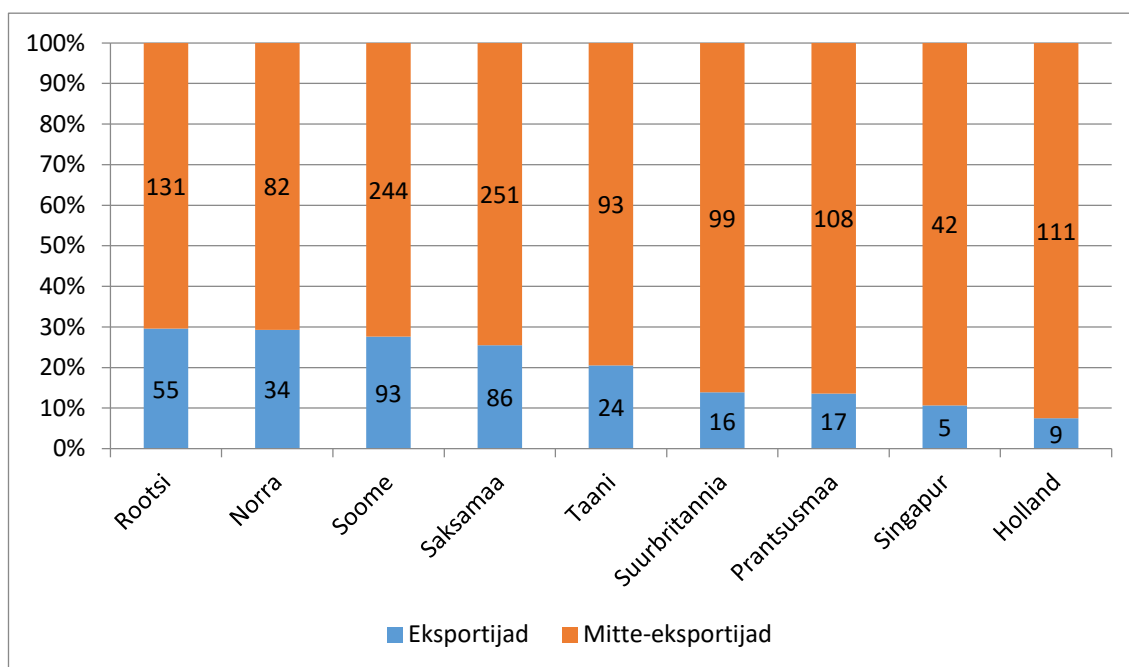


**Tabel 6.** Ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju ekspordistaatusele; autori arvutused

Probit mudel	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Teenust mitte kasutanud kontrollgrupi keskmine	Kahe grupi vaheline erinevus	T-stat	P >  z  väärtus
ATT $t$	0,584	0,514	0,070	2,46	0,001
ATT $t+1$	0,610	0,522	0,088	3,11	0,000
ATT $t+2$	0,628	0,484	0,144	4,27	0,000

Näeme, et ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on oluline mõju ekspordistaatusele ning järjestikustel aastatel teenust kasutanud ettevõtete ekspordistaatuse keskmine aina tõuseb. Seega, sarnaselt näiteks Cruz'i (2014) ning Brooks ja van Biesebroek'i (2017) töödele, võib järeldada, et ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on eksportimisega alustamisele oluline ekstensiivne mõju, kuna mitmed ettevõtted, kes varasemalt üldse ei eksportinud, alustavad teenuse kasutamise järgselt eksportimisega.

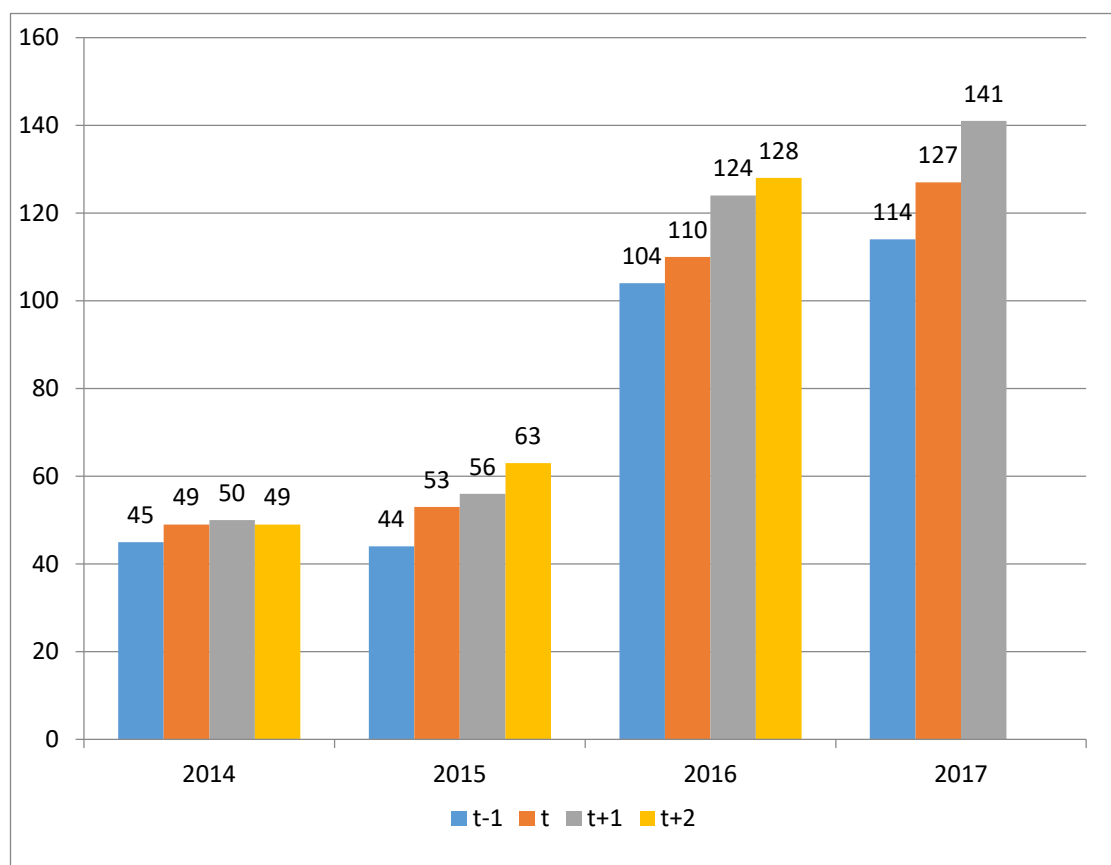
Kuna Eestis on ekspordinõuniku teenus seotud kindla sihtriigiga, uurime järgmiseks, kas teenusel on positiivne mõju ka konkreetsesse sihtriiki eksportimisel. Joonisel 4 on toodud teenuse kasutamise aastal  $t$  sihtriikide lõikes eksportijate ja mitte-eksportijate arv ja osakaal kõigist teenust kasutanud ettevõtetest.



**Joonis 4.** Aastatel 2014-2017 eksportijate arv ja osakaal EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete seas teenuse kasutamise aastal (autori koostatud).

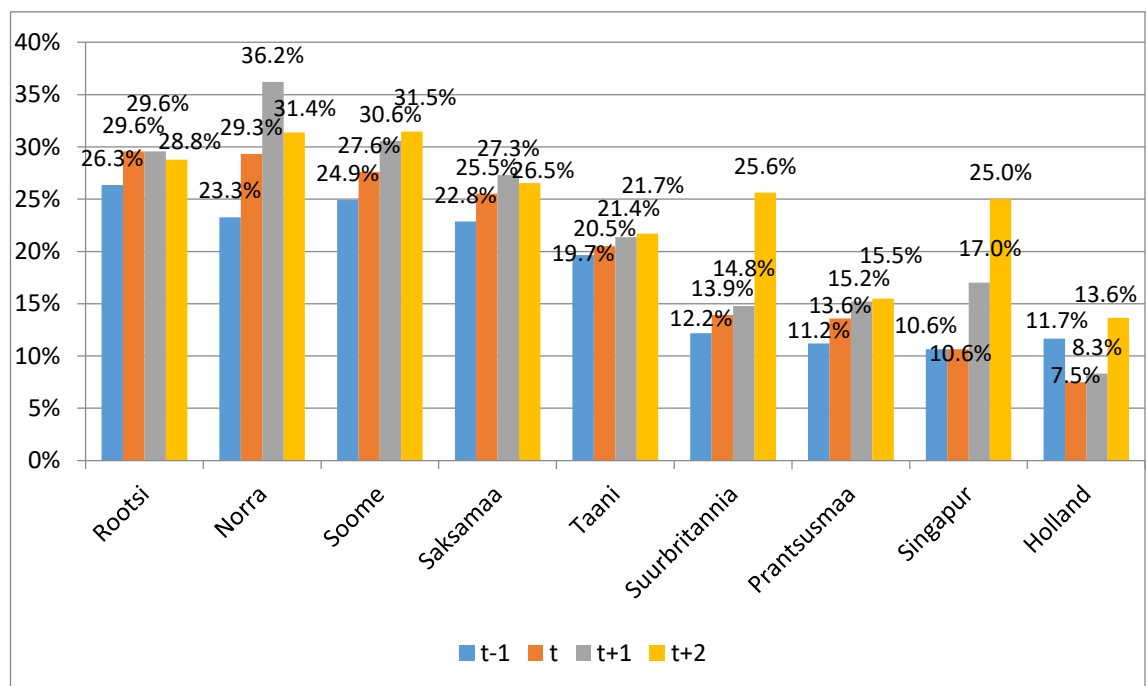
Näeme, et teenuse sihtriiki eksportijate osakaal on suurem Rootsi (29,6%), Norra (29,3%), Soome (27,6%) ja Saksamaa (25,5%) puhul. Kuna need riigid on Eesti jaoks üsna lähedal asuvad ja suured kaubanduspartnerid, on mõneti oodatav, et ka teenuse kasutajate hulgas on rohkem ettevõtteid, kes nendesse riikidesse ekspordivad.

Kuigi kõigi teenuse sihtriikide lõikes jääb sihtriiki eksportivate ettevõtete arv teenuse kasutamise aastal pigem tagasihoidlikuks, ulatudes 7,5 protsendist Hollandi puhul 29,6 protsendini Rootsi puhul, näeme järgneval joonisel 5, et sihtriiki eksportivate ettevõtete arv enamasti aasta aastalt kasvab. Võrreldes  $t-1$  aastaga on  $t+1$  aastal sihtriiki eksportivate ettevõtete arv kasvanud 2014. aastal teenust kasutanud ettevõtete seas 11,1% ning 2015.-2017 aasta teenuse kasutajate seas vastavalt 27,3%, 19,2% ning 23,7%. Lisaks kasvab eksportijate arv 2015. ja 2016. aastal teenust kasutanute seas veel ka teenuse kasutamisest ülejäärgmisel aastal vastavalt 12,5 ja 3,2 protsenti.



**Joonis 5.** EASi ekspordinõuniku teenuse sihtriiki eksportivate ettevõtete arvu muutused (autori koostatud).

Järgneval joonisel 6 on toodud teenuse kasutamise sihtriiki eksportivate ettevõtete arvu protsentuaalne kasv sihtriikide lõikes. Näeme, et Rootsi, Norra ja Saksamaa puhul eksportijate osakaal aastatel  $t$  ja  $t+1$  kasvab, kuid  $t+2$  aastal pisut langeb võrreldes eelneva aastaga. See võib tuleneda sellest, et mõnede ettevõtete jaoks teenuse kasutamise abil leitud kontaktid ning sõlmitud lepingud ei pruugi olla pikaajalised, vaid ühe-kahe aastase tähtajaga. Hoolimata väikesest eksportijate osakaalu langusest aastal  $t+2$  nende sihtriikide puhul, jääb see siiski suuremaks, kui teenuse kasutamisele eelnenud aastal, seega võib oletada, et teenuse kasutamine aitab osadel ettevõtetel seal ka püsivalt tegutsema jääda.



**Joonis 6.** Eksportivate ettevõtete osakaalu muutus kõigist EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtetest sihtriikide lõikes; autori koostatud

Tähelepanuväärne on asjaolu, et Suurbritannia ja Singapuri puhul kasvab  $t+2$  aastal eksportijate osakaal rohkem kui kaks korda võrreldes teenuse kasutamisele eelnenud aastaga. Kuna suurem hüpe nende riikide puhul toimub just  $t+2$  aastal ning tegemist on kaugemate ning Eesti ettevõtete jaoks mitte väga tavapäraste ekspordi sihtriikidega, võib oletada, et sisenemine neile turgudele võib vajada pikemat eeltööd ning teenuse mõju avaldumisel võib olla pikem viitaeag võrreldes teiste sihtriikidega.

Erandlikuna näeme Hollandi ekspordinõuniku teenuse kasutajate puhul, et teenuse kasutamise aastal on riiki eksportivate ettevõtete arv vähenenud võrreldes eelneva aastaga. Jooniselt 4 näeme aga, et  $t$  aastal kasutas Hollandi ekspordinõuniku teenust kokku 120 ettevõtet, kellest eksportis sinna vaid 9. Sellisest väiksest eksportijate osakaalust ning selle kõikumisest võib eeldada, et tegemist on Eesti ettevõtete jaoks vähem olulise sihtturuga, kus puuduvad tihedad ärivõrgustikud ning eksportimine sinna võib olla pigem juhuslikku laadi. Siiski on näha, et ekspordinõuniku teenuse kasutamisele järgnevatel aastatel eksportijate osakaal taas tõuseb, ületades  $t+2$  aastaks ka  $t-1$  taseme.

Prantsusmaa puhul on tegemist ilmselt samuti pisut kaugema ja vähem olulise, kuid siiski stabiilselt kasvava sihtturuga Eesti ettevõtete jaoks. Niisamuti kasvab kõigil järjestikutel aastatel sihtriiki eksportijate osakaal teenust kasutanud ettevõtete hulgas Soome ja Taani puhul.

Hindamaks EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju konkreetse sihtriigi lõikes, kaasati analüüsi konkreetse sihtriigi teenuse kasutamise indikaatortunnus ning vaadeldi väljundnäitajana sihtriiki eksportimise staatust. Järgnevas tabelis 7 on sihtriikide lõikes ära toodud teenuse kasutamise mõju sihtriigi ekspordistaatusele. Näeme, et olulisuse nivool 0,1 on teenusel positiivne mõju sihtriiki eksportimisel Saksamaa, Norra ja Prantsusmaa puhul kõigil aastatel.

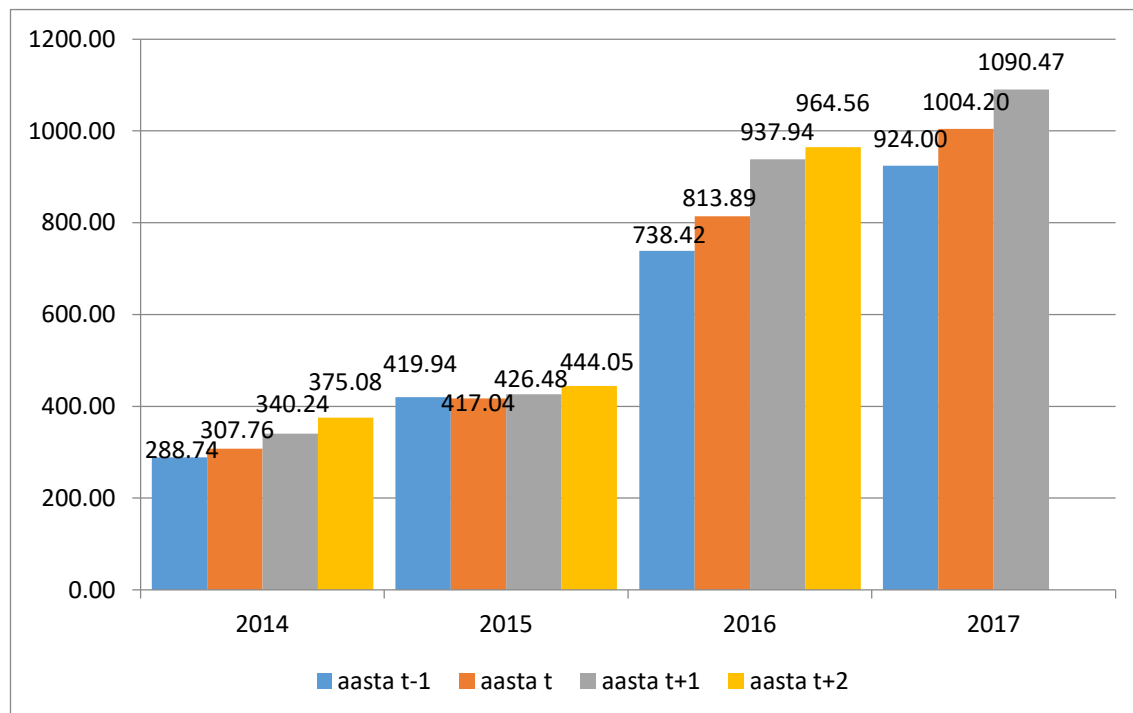
Soome ja Taani puhul on EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel olulisuse nivool 0,1 mõju aastal  $t+1$  ja  $t+2$ . Rootsi puhul esineb olulisuse nivool 0,05 ekspordinõuniku teenuse kasutamisel mõju  $t$  ja  $t+1$  aastatel, kuid  $t+2$  aastal mõju puudub. Suurbritannia puhul on olulisuse nivool 0,05 mõju teenuse kasutajate ekspordistaatusele sihtriiki vaid aastal  $t+2$ , mis on kooskõlas joonisel 6 välja tooduga, et aastal  $t+2$  suureneb oluliselt sinna eksportivate ettevõtete osakaal teenust kasutanud ettevõtete seas. Hollandi puhul puudun ekspordinõuniku teenuse kasutamisel mõju sihtriiki eksportimise staatusele kõigil vaadeldavatel aastatel. Ka see on kooskõlas joonisel 6 nähtuga, et eksportijate osakaal kõigi teenuse kasutajate seal on väike.

**Tabel 7.** Ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju sihtriiki ekspordimise staatusele; autori arvutused

	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	kontrollgrupi keskmine	Kahe grupi vaheline erinevus	T-stat	P >  z  väärtus
<b>SOOME</b>					
ATT <i>t</i>	0,314	0,270	0,044	0,98	0,212
ATT <i>t+1</i>	0,353	0,250	0,103	2,27	0,002
ATT <i>t+2</i>	0,394	0,288	0,106	1,82	0,044
<b>SAKSAMAA</b>					
ATT <i>t</i>	0,292	0,157	0,135	3,16	0,001
ATT <i>t+1</i>	0,319	0,151	0,168	3,88	0,000
ATT <i>t+2</i>	0,314	0,135	0,179	3,87	0,000
<b>NORRA</b>					
ATT <i>t</i>	0,310	0,167	0,143	2,19	0,028
ATT <i>t+1</i>	0,381	0,155	0,226	3,40	0,000
ATT <i>t+2</i>	0,341	0,068	0,273	3,31	0,000
<b>ROOTSI</b>					
ATT <i>t</i>	0,361	0,205	0,156	2,73	0,004
ATT <i>t+1</i>	0,377	0,188	0,189	3,33	0,001
ATT <i>t+2</i>	0,339	0,268	0,071	0,82	0,271
<b>HOLLAND</b>					
ATT <i>t</i>	0,158	0,079	0,079	1,51	0,114
ATT <i>t+1</i>	0,158	0,118	0,040	0,70	0,447
ATT <i>t+2</i>	0,128	0,085	0,043	0,66	0,474
<b>PRANTSUSMAA</b>					
ATT <i>t</i>	0,188	0,043	0,145	2,71	0,000
ATT <i>t+1</i>	0,203	0,058	0,145	2,57	0,004
ATT <i>t+2</i>	0,190	0,071	0,119	1,62	0,017
<b>TAANI</b>					
ATT <i>t</i>	0,230	0,176	0,054	0,81	0,275
ATT <i>t+1</i>	0,257	0,162	0,095	1,41	0,052
ATT <i>t+2</i>	0,284	0,134	0,149	2,19	0,003
<b>SUURBRITANNIA</b>					
ATT <i>t</i>	0,109	0,078	0,031	0,60	0,550
ATT <i>t+1</i>	0,141	0,125	0,016	0,26	0,787
ATT <i>t+2</i>	0,275	0,098	0,177	2,33	0,008

Järgmisena vaatame, kas EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamine aitab kaasa ettevõtete ekspordi intensiivsusele ehk kas teenust kasutanud ettevõtete müügitulu ja ekspordimaht suurenevad võrreldes kontrollgrupi ettevõtetega. Jooniselt 7 näeme, et kõigi teenust kasutanud ettevõtete ekspordimaht deflateerituna üldiselt kasvab. Pisut erandlikud on 2015 aastal teenust kasutanud ettevõtted, kelle ekspordimaht on teenuse kasutamise aastal langenud 0,7% võrreldes eelneva aastaga. Võrreldes *t* aastaga on 2014-2017 aastal teenust kasutanud ettevõtete ekspordimahud kasvanud *t+1* aastal

vastavalt 10,6%, 2,3%, 15,24 ja 8,6%. Lisaks kasvab 2014-2016 aastatel ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete  $t+2$  aasta ekspordimaht veel vastavalt 7,7%, 4,1% ja 2,8% võrreldes eelnenud aastaga.



**Joonis 7.** Kõigi EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete kogueksport deflateerituna aastate lõikes teenuse kasutamise aasta järgi, miljon eurot; autori koostatud

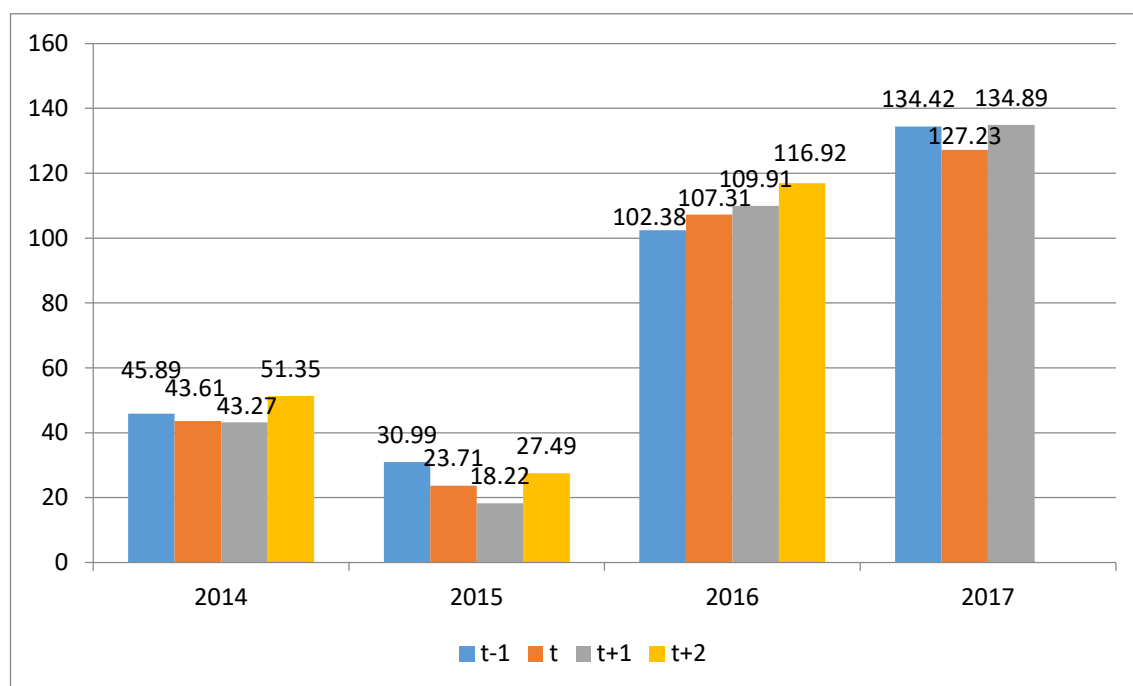
Stabiilse majanduskasvu ja soodsa ülemaailmse turuolukorra puhul on aga loomulik, et ka ekspordimahud kasvavad stabiilselt. Seetõttu on oluline võrrelda, mil määral erinevad ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete tulemused teiste sarnaste ettevõtete tulemustest, kes teenust kasutanud ei ole. Järgnevast tabelist 8 selgub, et EASi ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete kogueksporti keskmine väärtus kasvab  $t+1$  aastal 13,9% võrreldes eelneva aastaga. Teenuse kasutajate kogueksporti keskmine on  $t$  aastal 10,2%,  $t+1$  aastal 25,4% ja  $t+2$  aastal 64,2% suurem, kui kontrollgrupi sama aasta keskmine.

**Tabel 8.** Ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju ettevõtete deflateeritud koguekspordile, tuhat eurot

	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Teenust mitte kasutanud kontrollgrupi keskmine	Kahe grupi vaheline erinevus	T-stat	P >  z  väärtus
ATT $t$	1 659	1 506	153	0,51	0,528
ATT $t+1$	1 886	1 504	382	1,16	0,158
ATT $t+2$	2 109	1 284	824	2,12	0,005

Näeme, et ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtetel koguekspordi keskmised kasvavad kõigi aastate lõikes, kuid olulisuse nivool 0,05 on ekspordinõuniku teenuse kasutamisel koguekspordile positiivne mõju vaid aastal  $t+2$ . Seega võib öelda, et teenuse kasutamisel on mõningane intensiivne mõju ekspordi mahtudele, kuid mõju avaldumisel esineb viitaeg.

Järgmisel joonisel 8 on toodud kõigi teenust kasutanud ettevõtete deflateeritud ekspordimahud teenuse sihtriiki.



**Joonis 8.** Eksport EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamise sihtriiki deflateerituna, miljon eurot; autori koostatud

Näeme märkimisväärse asjaoluna, et peaaegu kõigil aastatel, välja arvatud 2016. aastal, on ekspordinõuniku teenuse kasutamisele eelneval aastal olnud teenuse kasutajate ekspordi maht sihtriiki suurem, kui teenuse kasutamise aastal. Seejuures 2014. ja 2015. aastal teenuse kasutajad saavutavad  $t$  aastast suurema ekspordimahu alles ülejäämiseks aastaks. Siinkohal võib teenuse kasutamisel tegemist olla ettevõtete enese selektsiooniga eripäraga: on võimalik, et sihtturule ekspordivad ettevõtted otsustavad teenust sageli kasutada just siis, kui kogetakse teatud probleeme seal tegevuse jätkamisega, näiteks on lõppemas varasemad lepingud või koostöö seniste partneritega, ning teenuse kasutamise abil püütakse konkreetse sihtturu ekspordi langusest uuesti välja tuua.

Järgnevas tabelis 9 näeme, et kogu müügitulu keskmine kasvab ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete seas  $t+1$  aastal 19,2% ning  $t+2$  aastal 9,1% võrreldes eelneva aastaga. Samas näeme, et teenust mitte kasutanud kontrollgrupil on müügituli keskmine suurem nii  $t$  kui ka  $t+1$  aastal ning EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel ettevõtete kogu müügitulule olulist mõju ei ole.

**Tabel 9.** Ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju ettevõtete deflateeritud müügitulule, tuhat eurot; autori arvutused

	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	Kahe grupi vaheline erinevus	T-stat	P >  z  väärtus
ATT $t$	3 929	4 101	-173	-0,31	0,699
ATT $t+1$	4 685	4 829	-143	-0,18	0,799
ATT $t+2$	5 109	4 778	330	0,31	0,694

Järgnevas tabelis 10 on toodud EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju ettevõtete töötajate arvule. Teenuse kasutajate keskmine töötajate arv kasvab  $t+1$  aastal 16,9% ning  $t+2$  aastal 3,4%, kuid nii nagu kohu müügitulule, ka töötajate arvule EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamisel olulist mõju ei ole. Võib järeldada, et hoolimata sellest, et teenusel on oluline mõju uutele eksporditurgudele sisenemisel ning ka  $t+2$  aastal ettevõtete kogu ekspordimahule, jääb ekspordi kasv ilmselt liiga väikeseks, et kogu ettevõtte müügitulu ja tööhõive näitajatele olulist mõju avaldada. Sellegipoolest on mõlema näitaja keskmistes siiski märgata positiivset trendi ning on võimalik, et uutel turgudel piisava müügi mahu saavutamine võtab lihtsalt veelgi pikemalt aega.



**Tabel 10.** Keskmise töötajate arv teenust kasutanud ja kontrollgrupi ettevõtete seas; autori arvutused

	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	Kahe grupi vaheline erinevus	T-stat	P >  z  väärtus
ATT $t$	33,41	31,44	1,97	0,54	0,385
ATT $t+1$	39,06	34,98	4,08	0,78	0,157
ATT $t+2$	40,39	37,93	2,46	0,36	0,525

Ekspordinõuniku teenuse kasutamisel on töötajate arvule oluline mõju vaid aastal  $t$ .

Järgnevas tabelis 11 on toodud EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju ettevõtete lisandväärtusele. Näeme, et olulisuse nivool 0,1 on ekspordinõuniku teenusel mõju ettevõtete lisandväärtusele vaid aastal  $t+1$ .

**Tabel 11.** Ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju ettevõtete deflateeritud lisandväärtusele, tuhat eurodes; autori arvutused

	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	Kahe grupi vaheline erinevus	T-stat	P >  z  väärtus
ATT $t$	1 209	1 153	56	0,31	0,595
ATT $t+1$	1 459	1 216	243	1,00	0,075
ATT $t+2$	1 521	1 626	-106	-0,33	0,594

Mõistmaks, missugustel ettevõtetel võiks ekspordinõuniku teenuse kasutamisest rohkem kasu olla, võrdleme järgnevalt teenuse mõju avaldumist kaupade ja teenuste lõikes. Aastal  $t$  eksportis kõigist teenust kasutanud ettevõtetest teenuseid 173 ning kaupasid 269 ettevõtet. Tabelis 12 on toodud info ekspordinõuniku teenuse mõju kohta kaupade ekspordile ning tabelis 13 teenuste ekspordi kohta.

**Tabel 12.** Ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju kaupade ekspordile, tuhat eurot

	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Teenust mitte kasutanud kontrollgrupi keskmine	Kahe grupi vaheline erinevus	T-stat	P >  z  väärtus
ATT $t$	1 402	1 180	222	0,81	0,307
ATT $t+1$	1 630	1 132	598	1,70	0,035
ATT $t+2$	1 711	1 004	707	1,99	0,008

Näeme, et kaupade ekspordile on ekspordinõuniku teenuse kasutamisel olulisuse nivool 0,05 positiivne mõju nii  $t+1$  kui ka  $t+2$  aastal ning teenuse kasutajate ja kontrollgrupi vaheline erinevus suureneb järgnevate aastatega. Teenuste ekspordi osas näeme, et aastal  $t$  ja  $t+1$  on kontrollgrupi keskmine suurem, kui teenuse kasutajatel. Teisel aastal

pärast teenuse kasutamist muutub gruppide vaheline erinevus küll positiivseks teenuse kasutajate kasuks, kuid siiski oluline mõju kõigil vaadeldavatel aastatel puudub.

**Tabel 13.** Ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju teenuste ekspordile, tuhat eurot

	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Teenust mitte kasutanud kontrollgrupi keskmine	Kahe grupi vaheline erinevus	T-stat	P >  z  väärtus
ATT $t$	257	326	-69	-0,67	0,504
ATT $t+1$	256	372	-115	-0,96	0,337
ATT $t+2$	397	280	117	0,72	0,442

Paistab, et kaupade eksportijate puhul on teenuse kasutamine tulemuslikum, kuna oluline mõju koguekspordile avaldub kahel aastal pärast teenuse kasutamist.

## 2.6. Analüüsi järeldused ja ettepanekud

Käesoleva töö aspektis võib välja tuua paar teoreetilist seisukohta, mis on olulised selleks, et mõista, miks Eesti ettevõtted võiksid ja peaksid ekspordimisega tegelema ning miks riik peaks seda tegevust edendama. Uuest kaubandusteooriast on tuntud ettevõtete mastaabiefekti saavutamine ning sellest tulenev tootlikkuse tõus (Sen 2010:6). Kuna Eesti on väga väikese siseturuga riik, jäävad ettevõtete potentsiaalsed müügiimahud siinsel turul paratamatult üsna piiratuks. Sellest tulenevalt on enamikel siinsetel ettevõtetel mastaabiefekti võimalik saavutada ainult tänu ekspordimisele.

Teine teoreetiline aspekt, millest võiks EASi ekspordinõunike teenuses kasutamise puhul kasu tõusta, on heterogeensete ettevõtete kaubandusteoorias käsitletud ekspordimisega kaasnevate püsikulude vähenemine. Uuele välisurule sisenemine on tihti seotud informatsiooni puudumisest tulenevate barjääridega ning ettevõtete jaoks võib vajaliku informatsiooni hankimine olla üsna ajamahukas ja kulukas tegevus (Melitz 2003: 1706). Sellisel puhul võimalus pöörduda teenuse pakkuja poole, kellel on vajalikud teadmised juba kogutud, või kontaktid, kelle kaudu neid teadmisi hankida, võib olla väga efektiivseks lahenduseks, kuid oluline on tagada teenuse hea kvaliteet ja ettevõtjate poolt oodatav teadmiste tase.

Käesoleva töö analüüsi osas selgub, et kõige tulemuslikum on EASi ekspordinõunike töö ettevõtete ekspordimisega alustamisel ja enamike riikide puhul ka uue sihtriigi turule

sisenemisel. Seega võib järeldada, et teenus aitab lahendada just eksportimisega alustamise ja uude sihtriiki sisenemisega seotud teadmistest tulenevaid barjääre.

Lisandväärtusele on ekspordinõuniku teenuse kasutamisel oluline mõju  $t+1$  aastal ning kogu eksporditulule esineb mõju kahe aastase viitajaga. Sellest võib kaudselt järeldada, et esimesel aastal pärast teenuse kasutamist suurendavad ettevõtted oma toodete lisandväärtust ning see aitab neil järgneval aastal ka ekspordimahtusid kasvatada. Siiski ei ole see piisav, et avaldada mõju ka kogu müügitulu ja töötajate arvu osas. Teisest küljest tuleb tõdeda, et müügitulu kasv võib takerduda hoopis selleks vajalike oskustega töötajate puuduse tõttu nagu ettevõtjad ise Eesti eksporditööride konkurentsivõime uuringus (2015) välja tõid ning sellisel juhul ei saagi oodata, et ekspordinõuniku teenus müügitulule olulist mõju avaldaks.

Võrreldes ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju kaupade ja teenuste ekspordimahule eraldi, leiame, et kaupade ekspordile on teenusel oluline mõju nii esimesel kui ka teisel aastal pärast teenuse kasutamist, kuid teenuste ekspordile ei esine olulist mõju mitte ühelgi aastal. Siinkohal oleks ilmselt võimalus ekspordinõunike töö tulemuslikkust veelgi tõsta, kaardistades täpsemalt, missuguseid kitsaskohti just teenuste eksportijad kõige sagedamini tajuvad ning suurendada neile vajalike teadmiste pakkumist.

Eesti ettevõtluse kasvustrateegia 2014-2020 raames võib EASi ekspordinõunike teenust tulemuslikuks pidada peamiselt eksporditööride arvu kasvatamisel, kuid paraku tööhõive kasvule käesolevas töös mõju ei leitud. EASi strateegilise tegevuskava 2019-2023 kontekstis saab ekspordinõunike tööd samuti pidada tulemuslikuks peamiselt ekspordi mitmekesistamisel geograafilises mõttes ning mõningal määral ka ekspordivate ettevõtete lisandväärtuse kasvatamisel. Kui käesolevas töös vaadeldi peamiselt ekspordinõunike teenuse kasutamise tulemuslikkust Euroopas asuvate sihtriikide puhul, siis täiendavate andmete kogumisel oleks mõne aasta pärast võimalik hinnata ka mõju kaugemate USA ja Aasias asuvate sihtriikide jaoks. Tulevaste uurimuste puhul oleks see kindlasti oluline aspekt, kuna just Aasia turge nähakse EASi strateegilises tegevuskavas uute potentsiaalsete sihtriikidena, kus Eesti eksporditöörid võiksid edu saavutada.

Vastupidiselt Görg *et al.* (2008) töö tulemustele, võib EASi ekspordinõuniku teenuse puhul järeldada, et teenuse kasutamine julgustab uusi ettevõtteid eksportimisega alustama. Sarnastele tulemustele on jõudnud ka Cruz (2014) Brasiilia näitel ning Volpe Martincus ja Carballo (2010) Uruguay näitel. Kuna Munch ja Schaur (2018) leiavad oma töös, et ekspordi edendamise teenusel on erinev mõju ulatus erineva suurusega ettevõtetele, oleks ka käesoleva töö analüüsi tulevikus võimalik edasi arendada, uurides EASi ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju erineva suurusega ettevõtete gruppides.

Tulemuste tõlgendamisel oleks oluline ka mõista, mis olukorras ettevõtted kõige sagedamini EASi ekspordinõuniku poole pöörduvad, kuna ettevõtete põhjused teenuse kasutamiseks ning nende baasteadmised ja kogemused võivad olla väga erinevad. On ettevõtteid, kes ei ole varasemalt üldse eksportinud ning kelle teadmised tarneahelate ja sihtturgude kohta on seetõttu väga väikesed. Taoliste ettevõtete puhul võib märgiliseks saavutuseks olla üleüldse esimese ekspordisaadetise müümine isegi, kui selle maht on keskmisega võrreldes väga väike. On ettevõtteid, kes juba ekspordivad ning stabiilselt kasvavate tootmismahdade puhul otsivad uusi turge, kus seda realiseerida. Võib ka juhtuda, et ettevõttel käimasolev projekt või koostöö senise ekspordipartneriga hakkab lõppema ning otsitakse uusi partnereid, et samale ekspordi sihtturule jätkuvalt tegutsema jääda. Sellisel juhul tähendaks ka endise ekspordimahu säilitamine seda, et ekspordinõuniku teenusel on olnud positiivne mõju, hoolimata sellest, et arvulistes näitajates ei pruugi see väljenduda. Seetõttu oleks teenuse mõju hindamisel oluline kaardistada, missugused olid ettevõtte enda ootused või baasolukord enne teenuse kasutamist ning kas teenuse kasutamine aitas soovitud tulemust saavutada.

## KOKKUVÕTE

Läbi ajaloo on erinevad teoreetikud leidnud, et kaubandusel on positiivne seos riikide majanduskasvu, tootlikkuse ning teadmiste levikuga. Juba kõige esimesed kaubandusteooriad leidsid puhtalt loogilistel alustel, kuidas riigid kaubandusest võivad ja ühiselt kasu saavad. Eelmisel sajandil on varasemaga võrreldes väga kiiresti kasvanud ülemaailmsed kaubanduse mahud ja rahvusvahelistumine ning see on toonud kaasa ka erinevate kaubandusteooriate arengu. Esialgu käsitlesid need peamiselt riikide ja tööstusharude teemasid, viimasel paaril aastakümnel on fookus liikunud rohkem ettevõtete tasemele. Käesoleva töö raames võiks esile tuua peamiselt heterogeensete ettevõtete teoorias välja toodud pöördumatute kulude esinemise eksportimisega alustamisel ning kaubandust tuleneva tootmise produktiivsuse tõusu.

Mitmed empiirilised tööd on esile toonud, et erinevused eksportivate ja mitte-eksportivate ettevõtete vahel esinevad erinevused juba enne, kui ettevõtted eksportimisega alustavad. Eksportivad ettevõtted on keskmiselt suuremad ja kõrgema produktiivsusega. Sellest tulenevalt toob heterogeensete ettevõtete teooria välja, et kaubandusest tuleneva konkurentsi suurenemise tõttu on vähem produktiivsed ettevõtted sunnitud turult lahkuma ning selline turuosade ümberjagunemine toob kaasa kogu tööstusharu tootlikkuse ja heaolu tõusu.

Rahvusvahelistumist käsitlevad teooriad toovad rahvusvahelistumise põhjustena peamiselt välja ettevõtete õppimiseefekti ja ülekandefektide esinemise. Ajalooliselt näeme, et viimase suure globaliseerumise laine on endaga kaasa toonud tehnoloogia areng ning transaktsiooni- ja transpordikulude vähenemine. Sellest tulenevalt on tootmised korraldatud üha enam globaalsete väärtusahelatenä, kus tootmisprotsessi käigus liiguvad piiride üleselt erinevad komponendid ja pooltooted. Tootmise üleilmastumisele ja kaubanduse kasvule on viimastel aastakümnetel kaasa aidanud ka kaubandustõkete, tollimaksude ja muude piirangute vähendamine.

Ekspordi edendamise programmid ei ole kaubandusteooriates seni suurt käsitlust leidnud. Sellegi poolest nähakse neid paljude riikide poolt heaolu tõstva poliitikana ning erinevad ekspordi edendamise asutused on loodud paljudes riikides. Empiirilised tööd on ekspordi edendamise programmide uurimise puhul leidnud erinevaid tulemusi ning välja on toodud vastuolulisi seisukohti nende programmide mõju osas. Peamised aspektid, mida senised tööd on käsitletud, on ekspordi edendamise mõju eksportimise ekstsenssiivsusele ja intensiivsusele, viitaegade ja ülekandefektide esinemine ning mõju olulisuse erinevused erineva suurusega ettevõtete puhul.

Ekspordi edendamise meetmetena võib välja tuua rahalised meetmed, nagu näiteks erinevad maksusoodustused, riiklikud krediidid ja garantiid, ning muud tegevused, nagu näiteks kontaktreisid, messikülastuste ja seminaride korraldamine ning kontakti otsingu teenused. Lisaks otsestele meetmetele võivad eksportivatele ettevõtetele soodsalt mõjuda ka muud poliitika meetmed, näiteks bürokraatia vähendamine, infrastruktuuri ja kommunikatsioonivõrkude arendamine ning valuutakursist tulenevate riskide vähendamine.

Käesoleva magistritöö eesmärgiks oli analüüsida Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse ekspordinõunike töö tulemuslikkust, hinnates, kas teenust kasutanud ettevõtete majandusnäitajad on keskmiselt paremate tulemustega kui kontrollgrupi ettevõtetel. Töö eesmärgi saavutamiseks vaadeldi ettevõtete ekspordi, müügitulu, töötajate arvu, lisandväärtuse ning ekspordistaatuse näitajaid, võrreldi nende muutuseid ning viidi läbi tõenäosuspõhine sobitamine kontrollgrupi moodustamiseks ja teenuse mõju olulisuse hindamiseks.

Võrreldes ekspordi staatuse indikaatoritunnust selgus, et aasta aastalt eksportijate hulk suureneb ekspordinõuniku teenust kasutanud ettevõtete seas ning kõigil aastatel on ekspordinõuniku teenuse kasutamisel sellele oluline mõju. Samuti suureneb ekspordi maht ning teisel aastal pärast teenuse kasutamist on teenuse kasutamisel ekspordimahule ka oluline mõju. Kogu müügitulule ja töötajate arvule käesolevas töös mõju ei leitud. Järelduste osas leiti, et ekspordinõunike teenust võib pidada tulemuslikuks Eesti ettevõtluse kasvustrateegias toodud eksportööride arvu kasvu eesmärgi täitmisel ning EASi strateegilises arengukavas toodud kõrgema

lisandväärtusega eksportivate ettevõtete arvu kasvatamisel, samuti ekspordi sihtriikide mitmekesistamisel.

Tulevikus oleks võimalik käesolevat tööd edasi arendada lisades analüüsi järgnevate aastate andmeid ning hinnata ekspordinõuniku teenuse kasutamise mõju ka 2018-2019 aastatel lisandunud sihtriikidele ja eraldi erineva suurusega ettevõtetele. Samuti tasuks edaspidiste analüüside puhul arvesse võtta teenust kasutanud ettevõtte enda soovitud tulemuse saavutamine, kuna teatud juhtudel võib ka endise eksporditaseme säilitamine tähendada teenuse positiivset mõju, kuigi arvandmetes ei pruugi see väljenduda.

## VIIDATUD ALLIKAD

1. 2019 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers. (2019). Office of the United States Trade Representative. Kasutatud 01.02.2020, [https://ustr.gov/sites/default/files/2019\\_National\\_Trade\\_Estimate\\_Report.pdf](https://ustr.gov/sites/default/files/2019_National_Trade_Estimate_Report.pdf)
2. Abadie, A., Imbens, G. W. (2006). Large Sample Properties of Matching Estimators for Average Treatment Effects. *Econometrica*, 74(1), 235-267.
3. Abadie, A., Imbens, G. W. (2011). Bias-Corrected Matching Estimators for Average Treatment Effects. *Journa of Business & Economic Statistics*, 29(1), 1-11.
4. Aitken, B., Hanson, G. H., Harrison, A. E. (1997). Spillovers, foreign investment, and export behavior. *Journal of International Economics*, 43, 103-132.
5. Alcala, F, Ciccone, A. (2004). Trade and Productivity. *The Quarterly Journal of Economics*, 119(2), 613-646. <https://doi.org/10.1162/0033553041382139>
6. Andersson, S. (2011). International entrepreneurship, born globals and the theory of effectuation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(3), 627-643.
7. Balassa, B. (1980). The Process of Industrial Development and Alternative Development Strategies. *Essays in International Finance*, 141, 1-27.
8. Becker, S., Ichino, A. (2002). Estimation of average treatment effects based on propensity scores. *Stata Journal*, 2(4), 358-377.
9. Bernard, A. B., Jensen, J. B. (1999). Exceptional exporter performance: cause, effect, or both? *Journal of International Economics*, 47(1), 1-25.
10. Bernard, A. B., Jensen, J. B. (2004). Why Some Firms Export. *The Review of Economics and Statistics*, 86(2), 561-569. <https://doi.org/10.1162/003465304323031111>
11. Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., Schott, P. K. (2007). Firms in International Trade. *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 105-130.
12. Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., Schott, P. K. (2018). Global Firms. *Journal of Economic Literature*, 56(2), 565-619.



13. Bhagwati, J. (1964). The Pure Theory of International Trade: A Survey. *The Economic Journal*, 74(293), 1-84.
14. Bliss, C. (1987). The New Trade Theory and Economic Policy. *Oxford Review of Economic Policy*, 3(1), 20-36.
15. Broocks, A., van Biesebroeck, J. (2017). The Impact of Export Promotion on Export Market Entry. *Journal of International Economics* (2017). doi:10.1016/j.jinteco.2017.03.009
16. Caliendo, M., Kopeinig, S. (2008). Some Practical Guidance for the Implementation of Propensity Score Matching. *Journal of Economic Surveys*, 22(1), 31-72.
17. Cameron, R., Neal, L. (2003). *A Concise Economic History of the World*. New York: Oxford University Press.
18. Chappelow, J. (2019). *Absolute Advantage*. Kasutatud 26.10.2019, <https://www.investopedia.com/terms/a/absoluteadvantage.asp>
19. Corden, W. M. (1992). *International Trade Theory and Policy: Selected Essays of W. Max Corden*. Hants: Edward Elgar Publishing Limited.
20. Cruz, M. (2014). Do Export Promotion Agencies Promote New Exporters? *IDB Working Paper Series No. IDB-WP-508*. Inter-American Development Bank.
21. De Falcis, E., Rollo, V., Solleder, O., Ticku, R. (2018). What Bang for the Buck? Export Promotion and Trade Extensive Margin. *ITC Working Paper Series*. Kasutatud 07.03.2020, [http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Redesign/Projects/SME\\_Competitiveness/TPO%20-%20WP-02-2018.E.pdf](http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Redesign/Projects/SME_Competitiveness/TPO%20-%20WP-02-2018.E.pdf)
22. Denis, J.-E., Depelteau, D. (1985). Market Knowledge, diversification and export expansion. *Journal of International Business Studies*, 16(3), 77-89.
23. EASi strateegiline tegevuskava 2019-2023. (2018) Kasutatud 20.01.2020, [https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2019/06/EAS\\_Strateegiline\\_Kava\\_190614.pdf](https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2019/06/EAS_Strateegiline_Kava_190614.pdf)
24. Eesti ekspordipoliitika põhialused. (2001). *Riigi Teataja*. Kasutatud 19.10.2019, <https://www.riigiteataja.ee/akt/73260>

25. Eesti eksportööride konkurentsivõime uuring. (2015). Kasutatud 22.03.2020, [https://www.mkm.ee/sites/default/files/2015-11-26\\_-\\_mkm\\_eksportoortide\\_konkurentsivoime\\_uuringu\\_lopparuanne.pdf](https://www.mkm.ee/sites/default/files/2015-11-26_-_mkm_eksportoortide_konkurentsivoime_uuringu_lopparuanne.pdf)
26. Eesti ettevõtluse kasvustrateegia 2014-2020. (2013). Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Kasutatud 26.01.2020, <https://kasvustrateegia.mkm.ee/>
27. Eesti Konkurentsivõime Ülevaade 2019. Eesti Pank. Kasutatud 20.05.2020, <https://www.eestipank.ee/publikatsioon/eesti-konkurentsivoime-ulevaade/2019/eesti-konkurentsivoime-ulevaade-2019>
28. Eesti Konkurentsivõime Ülevaade 2020. Eesti Pank. Kasutatud 20.05.2020, <https://www.eestipank.ee/publikatsioon/eesti-konkurentsivoime-ulevaade/2020/eesti-konkurentsivoime-ulevaade-2020>
29. Eesti Panga kodulehekülg. (i.a.). Kasutatud 20.04.2020, <https://statistika.eestipank.ee/#/et/p/MAJANDUSKOOND/>
30. Eriksson, K., Johanson, J., Majkgård A., Sharma, D. D. (2000). Effect of Variation on Knowledge Accumulation in the Internationalisation Process. *International Studies of Management & Organization*, 30(1), 26-44.
31. Etro, F. (2006). Strategic Export Promotion. Working Papers 101, University of Milano-Bicocca, Department of Economics. Kasutatud 30.09.2019, <https://pdfs.semanticscholar.org/6242/711a10864e49ea84ddaa9f58c6b95fdffeb5.pdf>
32. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse 2018. aasta tegevusaruanne. Kasutatud 20.05.2020, <https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2019/05/EASi-2018.-a-tegevusaruanne.pdf>
33. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse 2020. aasta koondtegevuskava. <https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2020/04/Koondtegevuskava-2020.pdf>
34. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse kodulehekülg. (i.a.). Kasutatud 22.03.2020, <https://www.eas.ee/eas/>
35. Frank, I. (1995). Trade Policy and the Globalisation of Production. R. Garnaut, E. Grilli, J. Riedel (toim), *Sustaining Export-Oriented Development* (lk 106-129). Hong Kong: Colorcraft.

36. Frankel, J. A., Romer, D. (1999). Does Trade Cause Growth? *The American Economic Review*, 89(3), 379-399.
37. Gençtürk, E. F., Kotabe, M. (2001). The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation. *Journal of International Marketing*, 9(2), 51-72.
38. Görg, H., Henry, M., Strobl, E. (2008). Grant Support and Exporting Activity. *The Review of Economics and Statistics*, 90(1), 168-174.
39. Hayes, A. (2019). *Comparative Advantage*. Kasutatud 27.10.2019, <https://www.investopedia.com/terms/c/comparativeadvantage.asp>
40. Ignatenko, A., Raei, F., Mircheva, B. (2019). Global Value Chains: What are the Benefits and Why Do Countries Partitipate? *IMF Working Paper WP/19/18*. International Monetary Fund. Kasutatud 22.05.2019, <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2019/01/18/Global-Value-Chains-What-are-the-Benefits-and-Why-Do-Countries-Participate-46505>
41. International Trade Centre. (2009). Export Promotion and the WTO: A brief guide. Geneva: ITC. Kasutatud 11.01.2020, <http://www.intracen.org/Export-Promotion-and-the-WTO-A-Brief-Guide/>
42. Johanson, J., Vahlne, J.-E. The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.
43. Johanson, J., Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40, 1411-1431.
44. Jürgenson, A. (2017). Ekspordipartneri otsingu teenuste mõju. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus.
45. Kahiya, E. T. (2018). Five decades of research on export barriers: Review and future directions. *International Business Review*, 27(6), 1172-1188. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.008>
46. Lahiri, S. (2000). Professor Wassily W. Leontief, 1905-1999. *The Economic Journal*, 110(467), 695-707. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00579>
47. Lam, T.-D. (2015). A Review of Modern International Trade Theories. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(6), 604-614.

48. Lederman, D., Olarreaga, M., Payton, L. (2010). Export promotion agencies: Do they work? *Journal of Development Economics*, 91(2), 257-265.
49. Leonidou, L. C. (2004). An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development. *Journal of Small Business Management* 2004, 43(3), 279-302.
50. Li, M. (2012). Using the Propensity Score Method to Estimate Causal Effects: A Review and Practical Guide. *Organizational Research Methods*, 1-39. DOI: 10.1177/1094428112447816
51. Masso, J., Rõigas, K., Vahter, P. (2015). Foreign Market Experience, Learning by Hiring and Firm Export Performance. *Review of World Economics*, 151(4), 659-686.
52. Melitz, M. J. (2003). The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695-1725.
53. Melitz, M. J., Trefler, D. (2012). Gains From Trade when Firms Matter. *Journal of Economic Perspectives*, 26(2), 91-118.
54. Mikić, M. (1998). *International Trade*. London: Macmillan Press Ltd.
55. Munch, J., Schaur, G. (2018). The Effect of Export Promotion on Firm-Level Performance. *American Economic Journal: Economic Policy* 2018, 10(1), 357-387.
56. Ojamäe, K. (2014). EAS-i ekspordi toetuste efektiivsus ja mõju riigi ekspordivõime arendamisele. Bakalaureusetöö. Tallinna Tehnikaülikool, Majandusteaduskond.
57. Olarreaga, M., Sperlich, S., Trachsel, V. (2015). Export Promotion: what works?. CEPR Discussion Papers 11270. Kasutatud 29.09.2019, <https://www.unige.ch/degit/files/3714/4102/9892/Trachsel.pdf>
58. Olarreaga, M., Sperlich, S., Trachsel, V. (2019). Exploring the Heterogeneous Effects of Export Promotion. Policy Research working paper, no. 8833, World Bank Group. Kasutatud 31.01.2020, [https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/31598/WPS8833.pdf?sequence=4&fbclid=IwAR0molOdkfSRZtBVqEwoKe-BnVjOEfphJ7V1eX6pIGf0x3u9a-1V\\_32jY0k](https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/31598/WPS8833.pdf?sequence=4&fbclid=IwAR0molOdkfSRZtBVqEwoKe-BnVjOEfphJ7V1eX6pIGf0x3u9a-1V_32jY0k)
59. Ortiz-Ospina, E., Beltekian, D., Roser, M. (2018). *Trade and Globalization*. Kasutatud 26.10.2019, <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization#trade-from-a-historical-perspective>

60. Pavcnik, N. (2000). Trade Liberalization, Exit, and Productivity Improvements: Evidence from Chilean Plants. *NBER Working Paper No. 7852*.
61. Pettinger, T. (2017). New Trade Theory. Kasutatud 29.02.2020, <https://www.economicshelp.org/blog/6957/trade/new-trade-theory/>
62. Pettinger, T. (2018). Keynesian economics. Kasutatud 29.02.2020, <https://www.economicshelp.org/blog/6801/economics/keynesian-economics/>
63. Rosenbaum, P. R., Rubin, D. B. (1983). The central role of the propensity score in observational studies for causal effects. *Biometrika*, 70(1), 41-55.
64. Rozeik, H., Lepisk, S., Pihor, K., Tammik, M., Rell, M. (2016). E-ekspordi edendamise kontseptsioon ja tegevuskava. Poliitikauuringute keskus Praxis. Kasutatud 05.05.2020, [https://www.mkm.ee/sites/default/files/praxis\\_e-ekspordi\\_aruanne\\_loplik\\_0.pdf](https://www.mkm.ee/sites/default/files/praxis_e-ekspordi_aruanne_loplik_0.pdf)
65. Sachs, J. D., Warner, A. (1995). Economic Reform and the Process of Global Integration. *Brookings Papers on Economic Activity*, 26(1), 1-118.
66. Sen, S. (2010). International Trade Theory and Policy: A Review of the Literature. *Levy Economics Institute Working Papers Series No. 635*. Kasutatud 22.02.2020, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1713843](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1713843)
67. Seringhaus, F. H. R., Rosson, P. J. (1991). *Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations*. New York: Springer Science+Business Media.
68. Srinivasan, T. N. (2001). Trade, Development, and Growth. *Essays in International Economics*, 225, 1-38.
69. The World Bank kodulehekülg. (i.a.). Kasutatud 21.04.2020, <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.DEFL.ZS?locations=EE>
70. Tänav, T. (2018). Eesti ekspordipotentsiaal 2018. Kasutatud 22.03.2020, <https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2018/09/Eesti-ekspordipotentsiaal-2018.pdf>
71. Volpe Martincus, C., Carballo, J. (2008). Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of export. *Journal of International Economics*, 76(1), 89-106. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2008.05.002>
72. Volpe Martincus, C., Carballo, J. (2010). Entering New Country and Product Markets: Does Export Promotion Help? *IDB Working Paper Series*, 203, 1-51.

<https://publications.iadb.org/publications/english/document/Entering-New-Country-and-Product-Markets-Does-Export-Promotion-Help.pdf>

73. Wagner, J. (2002). The causal effects of export on firm size and labor productivity: first evidence from a matching approach. *Economics Letters*, 77(2002), 287-292.
74. Wagner, J. (2007). Exports and Productivity: A Survey of the Evidence from Firm-level Data. *The World Economy*, 30(1), 60-82.
75. Wilkinson, T., Brouthers, L. E. (2006). Trade promotion and SME export performance. *International Business Review*, 15, 233-252.
76. World Bank. World Development Indicators database. (2019) *Gross domestic product 2018*. <https://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf>
77. Yang, Y., Mallick, S. (2010). Export Premium, Self-selection and Learning-by-Exporting: Evidence from Chinese Matched Firms. *The World Economy*, 33(10), 1218-1240. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2010.01277.x>.

## LISAD

### Lisa 1. Sobitamise tulemused erinevate väljundnäitajate puhul

Eksportija indikaator ja kogueksport  $t+2$  sobitamise tulemus, 430 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,3	2015,3	-0,53	0,596
Asukoha indikaator	0,623	0,607	0,49	0,624
EMTAK kood	404,06	406,96	-0,18	0,858
Ettevõtte vanus	12,812	12,419	0,76	0,445
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,842	10,590	0,93	0,352
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,9717	8,0727	-0,42	0,675
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,288	13,273	0,09	0,939
Töötajate arv $t-1$ aastal	34,667	33,879	0,15	0,880
Eksportija indikaator $t-1$	0,5581	0,57209	-0,48	0,631

Müügitulu  $t+1$  aasta sobitamise tulemus, 413 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,3	2015,3	-0,22	0,825
Asukoha indikaator	0,61743	0,65617	-1,16	0,248
EMTAK kood	401,35	415,889	-0,87	0,385
Ettevõtte vanus	13,983	12,426	1,04	0,297
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,867	10,753	0,43	0,666
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	8,0011	7,8537	0,59	0,557
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,338	13,193	0,72	0,470
Töötajate arv $t-1$ aastal	35,847	34,099	0,33	0,738
Eksportija indikaator $t-1$	0,56416	0,57627	-0,35	0,726

Müügitulu  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 211 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2014,6	2014,6	0,10	0,922
Asukoha indikaator	0,62559	0,65403	-0,61	0,544
EMTAK kood	390,02	405,45	-0,66	0,511
Ettevõtte vanus	13,308	12,483	1,17	0,244
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	11,126	10,917	0,56	0,577
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,8991	7,4948	1,08	0,281
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,627	13,508	0,45	0,650
Töötajate arv $t-1$ aastal	37,142	38,488	-0,20	0,845
Eksportija indikaator $t-1$	0,55924	0,57346	-0,29	0,769

## Lisa 1 järg

Töötajate arv  $t+1$  aasta sobitamise tulemus, 409 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,3	2015,3	-1,44	0,151
Asukoha indikaator	0,61614	0,57457	1,21	0,226
EMTAK kood	401,85	413,89	-0,72	0,470
Ettevõtte vanus	13,083	12,797	0,54	0,589
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,913	10,757	0,57	0,566
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,9809	7,9596	0,09	0,932
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,342	13,251	0,46	0,643
Töötajate arv $t-1$ aastal	36,164	35,998	0,03	0,974
Eksportija indikaator $t-1$	0,56968	0,58191	-0,35	0,724

Töötajate arv  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 208 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2014,6	2014,6	-0,70	0,482
Asukoha indikaator	0,625	0,63462	-0,20	0,840
EMTAK kood	392,39	386,77	0,24	0,811
Ettevõtte vanus	13,447	13,534	-0,12	0,907
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	11,101	10,768	0,85	0,396
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,88	7,3864	1,33	0,185
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,617	13,602	0,06	0,956
Töötajate arv $t-1$ aastal	37,745	34,952	0,44	0,659
Eksportija indikaator $t-1$	0,5625	0,57692	-0,30	0,767

Lisandväärtus arv  $t+1$  aasta sobitamise tulemus, 332 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,3	2015,3	0,20	0,840
Asukoha indikaator	0,61145	0,64157	-0,80	0,423
EMTAK kood	410,08	419,66	-0,53	0,593
Ettevõtte vanus	12,355	12,28	0,13	0,896
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,62	10,663	-0,15	0,877
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	9,6131	9,6005	0,19	0,850
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,223	13,176	0,22	0,829
Töötajate arv $t-1$ aastal	32,41	29,681	0,50	0,618
Eksportija indikaator $t-1$	0,54518	0,56627	-0,55	0,585



## Lisa 1 järg

Lisandväärtus arv  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 166 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2014,6	2014,6	-0,67	0,504
Asukoha indikaator	0,63253	0,68072	-0,92	0,357
EMTAK kood	404,52	422,36	-0,67	0,503
Ettevõtte vanus	12,645	12,343	0,38	0,701
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,846	10,343	1,15	0,253
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	9,6187	9,5658	0,42	0,671
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,503	13,638	-0,52	0,604
Töötajate arv $t-1$ aastal	35,217	32,907	0,33	0,743
Eksportija indikaator $t-1$	0,54819	0,59036	-0,77	0,439

Norra ekspordistaatus  $t$ ,  $t+1$  aasta sobitamise tulemus, 84 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2016,3	2016,2	0,93	0,355
Asukoha indikaator	0,64286	0,66667	-0,32	0,747
EMTAK kood	391,42	376,17	0,43	0,667
Ettevõtte vanus	12,643	12,357	0,24	0,813
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	11,076	11,34	-0,51	0,613
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,5959	8,3627	-1,32	0,188
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,457	13,608	-0,38	0,703
Töötajate arv $t-1$ aastal	34,56	22,167	1,67	0,097
Eksportija indikaator $t-1$	0,63095	0,67857	-0,65	0,519

Norra ekspordistaatus  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 44 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,7	2015,7	-0,33	0,739
Asukoha indikaator	0,72727	0,70455	0,23	0,816
EMTAK kood	400,75	421,05	-0,43	0,668
Ettevõtte vanus	11,386	14,136	-1,57	0,131
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,306	10,714	-0,46	0,650
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,7126	7,7591	-0,06	0,954
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,12	12,914	0,27	0,784
Töötajate arv $t-1$ aastal	30,432	23,568	0,72	0,472
Eksportija indikaator $t-1$	0,65909	0,72727	-0,69	0,494

## Lisa 1 järg

Saksamaa ekspordistaatus  $t$ ,  $t+1$  aasta sobitamise tulemus, 185 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,4	2015,2	1,87	0,062
Asukoha indikaator	0,58378	0,60541	-0,42	0,673
EMTAK kood	370,93	351,19	0,78	0,437
Ettevõtte vanus	12,951	11,892	1,36	0,176
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,947	10,81	0,33	0,740
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,9039	7,9652	-0,17	0,868
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,11	13,215	-0,35	0,728
Töötajate arv $t-1$ aastal	38,151	36,186	0,24	0,808
Eksportija indikaator $t-1$	0,57297	0,54054	0,63	0,531

Saksamaa ekspordistaatus  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 156 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,1	2015,2	-1,23	0,218
Asukoha indikaator	0,57051	0,54487	0,45	0,650
EMTAK kood	361,54	364,48	-0,11	0,914
Ettevõtte vanus	12,75	12,776	-0,03	0,976
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,982	10,76	0,49	0,622
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,8347	7,599	0,57	0,571
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,174	12,975	0,57	0,568
Töötajate arv $t-1$ aastal	41,385	38,583	0,34	0,732
Eksportija indikaator $t-1$	0,5641	0,58974	-0,46	0,648

Rootsi ekspordistaatus  $t$ ,  $t+1$  aasta sobitamise tulemus, 122 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2016.5	2016.5	0.20	0.838
Asukoha indikaator	0.55738	0.58197	-0.39	0.700
EMTAK kood	395.34	444.16	-1.77	0.078
Ettevõtte vanus	12.59	12.516	0.08	0.940
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10.853	10.803	0.11	0.909
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	8.1265	8.1645	-0.08	0.934
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13.44	13.441	0.00	0.997
Töötajate arv $t-1$ aastal	29.251	24.869	0.75	0.456
Eksportija indikaator $t-1$	0.63934	0.96972	-0.95	0.343

## Lisa 1 järg

Rootsi ekspordistaatus  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 56 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2016	2016	.	.
Asukoha indikaator	0.500	0.46429	0.38	0.708
EMTAK kood	355.89	318.54	0.81	0.420
Ettevõtte vanus	12.625	11.75	0.57	0.568
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10.777	10.692	0.12	0.905
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7.5328	7.4657	0.09	0.928
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13.457	13.209	0.48	0.633
Töötajate arv $t-1$ aastal	31.571	21.893	1.19	0.236
Eksportija indikaator $t-1$	0.66071	0.625	0.39	0.696

Holland ekspordistaatus  $t, t+1$  aasta sobitamise tulemus, 76 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2016.1	2016.1	0.00	1.000
Asukoha indikaator	0.60526	0.55263	0.65	0.514
EMTAK kood	424.88	352.67	1.96	0.052
Ettevõtte vanus	12.75	13.513	-0.62	0.538
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	11.054	11.252	-0.31	0.759
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7.0694	7.0841	-0.02	0.983
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13.296	13.543	-0.51	0.607
Töötajate arv $t-1$ aastal	45.762	45.592	0.01	0.990
Eksportija indikaator $t-1$	0.69737	0.68421	0.17	0.862

Holland ekspordistaatus  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 47 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015.6	2015.4	1.34	0.183
Asukoha indikaator	0.6383	0.7234	-0.88	0.382
EMTAK kood	459.62	412.77	0.94	0.351
Ettevõtte vanus	11.191	11.17	0.01	0.988
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10.174	10.406	-0.29	0.771
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7.9501	7.549	0.50	0.616
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	12.758	12.863	-0.14	0.891
Töötajate arv $t-1$ aastal	43.979	37.872	0.31	0.760
Eksportija indikaator $t-1$	0.6383	0.70213	-0.65	0.516

## Lisa 1 järg

Prantsusmaa ekspordistaatus  $t, t+1$  aasta sobitamise tulemus, 69 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2016.3	2016.4	-0.71	0.481
Asukoha indikaator	0.52174	0.52174	0.00	1.000
EMTAK kood	320.2	321.78	-0.05	0.964
Ettevõtte vanus	12.812	13.71	-0.64	0.522
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10.884	10.45	0.62	0.536
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7.2786	7.436	-0.23	0.816
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	12.663	12.244	0.62	0.535
Töötajate arv $t-1$ aastal	28.594	22.536	0.69	0.490
Eksportija indikaator $t-1$	0.65217	0.65217	0.00	1.000

Prantsusmaa ekspordistaatus  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 42 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015.9	2016	-1.49	0.140
Asukoha indikaator	0.54762	0.61905	-0.66	0.513
EMTAK kood	333	384.71	-1.20	0.235
Ettevõtte vanus	11.762	13.667	-1.16	0.249
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10.694	10.251	0.46	0.650
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	6.9542	7.3319	-0.41	0.684
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	12.199	12.979	-0.84	0.404
Töötajate arv $t-1$ aastal	27.5	23.095	0.38	0.706
Eksportija indikaator $t-1$	0.6667	0.7619	-0.96	0.340

Soome ekspordistaatus  $t, t+1$  aasta sobitamise tulemus, 204 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,8	2015,9	-0,93	0,353
Asukoha indikaator	0,62745	0,69608	-1,47	0,144
EMTAK kood	38,7	393,88	-0,35	0,729
Ettevõtte vanus	12,956	13,324	-0,47	0,636
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,752	10,3473	0,70	0,483
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	8,0879	8,2134	-0,38	0,711
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,224	13,237	-0,05	0,957
Töötajate arv $t-1$ aastal	34,054	28,113	0,91	0,364
Eksportija indikaator $t-1$	0,43137	0,46078	-0,60	0,551

## Lisa 1 järg

Soome ekspordistaatus  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 132 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,1	2015,2	-0,15	0,884
Asukoha indikaator	0,63636	0,61364	0,38	0,704
EMTAK kood	380,86	364,88	0,55	0,585
Ettevõtte vanus	13,697	14,159	-0,49	0,622
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	11,199	11,194	0,0	0,990
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,9535	8,3731	-1,00	0,319
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,376	13,339	0,11	0,912
Töötajate arv $t-1$ aastal	39,045	39,492	-0,04	0,965
Eksporditaja indikaator $t-1$	0,48485	0,47727	0,12	0,902

Taani ekspordistaatus  $t, t+1$  aasta sobitamise tulemus, 74 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,5	2015,6	-0,75	0,455
Asukoha indikaator	0,58108	0,63514	-0,67	0,504
EMTAK kood	348,01	354,22	-0,16	0,877
Ettevõtte vanus	12,811	12,135	0,54	0,588
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	11,197	11,044	0,25	0,806
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,8746	8,4295	-0,97	0,335
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,347	13,137	0,39	0,698
Töötajate arv $t-1$ aastal	38,459	34,676	0,38	0,701
Eksporditaja indikaator $t-1$	0,66219	0,67568	-0,17	0,862

Taani ekspordistaatus  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 67 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,6	2015,2	0,76	0,451
Asukoha indikaator	0,56716	0,55224	0,17	0,863
EMTAK kood	350,01	352,46	-0,06	0,951
Ettevõtte vanus	12,821	13,09	-0,20	0,840
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	11,374	11,007	0,59	0,554
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,6688	7,7235	-0,08	0,935
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,284	13,352	-0,14	0,892
Töötajate arv $t-1$ aastal	40,119	29,791	1,03	0,307
Eksporditaja indikaator $t-1$	0,64179	0,73164	-1,11	0,267

## Lisa 1 järg

Suurbritannia ekspordistaatus  $t, t+1$  aasta sobitamise tulemus, 64 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,6	2015,5	0,62	0,539
Asukoha indikaator	0,57813	0,71875	-1,67	0,097
EMTAK kood	397,52	461,27	-1,49	0,138
Ettevõtte vanus	11,734	9,9375	1,29	0,198
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,709	9,8896	1,15	0,251
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	8,2444	7,8424	0,64	0,522
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	12,612	12,61	0,00	0,998
Töötajate arv $t-1$ aastal	27,859	27,063	0,08	0,935
Eksportija indikaator $t-1$	0,46875	0,5625	-1,06	0,292

Suurbritannia ekspordistaatus  $t+2$  aasta sobitamise tulemus, 51 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,3	2015,4	-1,19	0,239
Asukoha indikaator	0,5294	0,6667	-1,41	0,161
EMTAK kood	405,9	417	-0,23	0,816
Ettevõtte vanus	12,706	14	-0,77	0,442
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,957	9,9371	1,16	0,250
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,9558	7,5916	0,47	0,640
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	12,836	12,985	-0,21	0,838
Töötajate arv $t-1$ aastal	33,647	34,627	-0,09	0,927
Eksportija indikaator $t-1$	0,5098	0,58824	-0,79	0,431

Kaupade ja teenuste eksport aastal  $t$  ja  $t+1$  sobitamise tulemus, 613 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,8	2015,8	-0,08	0,935
Asukoha indikaator	0,61338	0,64111	-1,00	0,316
EMTAK kood	404,15	413,61	-0,69	0,488
Ettevõtte vanus	12,527	12,719	-0,44	0,659
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,649	10,53	0,53	0,598
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	8,1347	8,2245	-0,46	0,646
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,206	13,302	-0,63	0,530
Töötajate arv $t-1$ aastal	30,584	29,861	0,20	0,839
Eksportija indikaator $t-1$	0,5419	0,55302	-0,40	0,688

### Lisa 1 järg

Kaupade ja teenuste eksport aastal  $t+2$  sobitamise tulemus, 430 teenust kasutanud ettevõtet

Muutuja nimetus	Teenust kasutanud ettevõtete keskmine	Kontrollgrupi keskmine	t-statistik	p-väärtus
Aasta	2015,3	2015,3	-0,53	0,596
Asukoha indikaator	0,62326	0,60698	0,49	0,624
EMTAK kood	404,06	406,96	-0,18	0,858
Ettevõtte vanus	12,812	12,419	0,76	0,445
Materiaalne põhivara, <i>log</i>	10,842	10,59	0,93	0,352
Tööjõukulu töötaja kohta, <i>log</i>	7,9717	8,0727	-0,42	0,675
Müügitulu $t-1$ aastal, <i>log</i>	13,288	13,273	0,08	0,939
Töötajate arv $t-1$ aastal	34,667	33,879	0,15	0,880
Eksportija indikaator $t-1$	0,55581	0,57209	-0,48	0,631

## **SUMMARY**

### **EVALUATION OF THE ENTERPRISE ESTONIA'S EXPORT ADVISERS EFFECTIVENESS**

Marite Promvalds

Trade and export is often seen as a source of economic and welfare growth. In an increasingly globalizing world it is important for companies to compete successfully on foreign markets. Throughout the history it has been observed that export orientation has led many countries to the prosperity and economic growth. However, in order for countries to make appropriate policies, it is important to understand the factors that improve country's export performance.

The very first trade theories found purely on logical grounds how countries could benefit from trade through increased specialization, more efficient allocation of resources and spread of knowledge and new technologies. It was J.S. Mill who added the idea of demand and supply to the trade theory, and A. Marshall who constructed the demand curve. It was followed by pure trade theory that expands the theory to tariffs and trade patterns. One of the most influential theorist for this period was J.M. Keynes who advocated for increased government spending during the time of recessions. The pure trade theory was followed by the new trade theory that points out the increase in profitability due to economies of scale, as well as the customer preferences for variety.

The increase in empirical studies raised the issues that pure and new trade theories could not explain and it emerged the heterogeneous-firm trade theory. It has developed during the last couple of decades and points out that entering to the export market entails one-time sunk costs and the amount of those costs might be determinative whether the company decides to export or not. Therefore only the most productive firms can bear those sunk costs. The exposure to trade increases the competition and forces the least



effective firms out of the market. This reallocation towards more efficient firms rises the productivity level in the whole industry without improving the productiveness in individual firms.

Traditional trade theory focused mostly on country and industry level trade. It is only the recent decades when the focus has moved towards firm and product level. Although there is little discussion about export promotion in trade theory, it is mostly seen as positive and welfare enhancing policy. Various export promotion activities are used to help domestic companies to overcome different trade barriers. Such barriers can be defined as government laws, regulations or practices that artificially protect the domestic goods from foreign competition.

Here lies the potential of export promotion agencies: to offer various information services about the export markets and their specific laws, required certificates, customs procedures, logistics and transportation, participation possibilities in fairs etc, that would be time consuming and costly for companies to obtain themselves. In most countries special institutions have been set up to promote trade. Previous empirical studies about the export promotion agencies have been controversial and some of them quite critical. Görg *et al.* (2008) find that export promotion does not increase the companies to enter export markets, but it could help exporting companies to increase the volumes. Cruz (2014) and Volpe Martincus and Carballo (2010) on the other hand find that export promotion helps the companies to start exporting and to enter new export markets. Munch and Schaur (2018) find that using the export promotion services has a bigger effect on small exporters, but the gains for bigger companies are less significant.

In Estonia export promotion services are offered by Enterprise Estonia. The agency was established in year 2000. In spring 2020. Enterprise Estonia employs 15 export advisers working in 14 different countries: Finland, Sweden, Norway, Denmark, Germany, The Netherlands, France, Great Britain, USA, United Arab Emirates, India, China, Singapore and Japan. The goal of this work is to evaluate the effectiveness of export advisers services on companies export performance. To reach this goal different performance characteristics of the companies are observed: the status of being an exporter or not, value of total sales, value of export sales, amount of people employed,

value added and differences in the effects for exporting goods or services. The topic is important to evaluate if the public funds spent of export promotion are helping to reach different goals set in government's development strategies or should be overviewed and improved.

Propensity score matching is used to find the closest comparison firm for each firm that used the export promotion service. Then the average treatment effect among the treated firms is calculated. The method is widely used by economists, medical scientists, finance and political scientists and sociologists to estimate the causal effects. In the context of exporting and firm performance it was first used by Wagner (2002).

The results for the status of being an exporter are clear, using the service of export advisers positively affects the export status of the firm. The effect is statistically significant for all time periods: for the year  $t$  when the service was used, as well as on the first  $t+1$  and second  $t+2$  year after using the export promotion service. Also for export status to most destination countries the service has significant positive effect on one or more years. It is confirmed that using the export adviser services has a significant effect on the extensive margin of exporting. For the total volume of export the significant effect is found only on the second year after using the export promotion service. However, for the export of goods the effect is significant on both years  $t+1$  and  $t+2$ , but for the export of services there is no significant effect at all. It is concluded that the effect on the export's intensive margin is limited. Also for totals sales and employment no significant effect is found. For the value added a significant effect is found only on the first year after using the export adviser services.

Overall it is concluded that the export adviser services are helping to reach some of the goals set in Estonia's strategic development plans, mostly the goals to help Estonian companies to export to more different countries and to rise the value added level. Nonetheless future empirical works in this field should be carried out to get a better understanding if small, medium or large companies gain the most from this service.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Marite Promvalds,

*(autori nimi)*

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse ekspordinõunike töö tulemuslikkuse hindamine, *(lõputöö pealkiri)*

mille juhendajad on Jaan Masso ja Tarmo Puolokainen *(juhendaja nimi)*

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Marite Promvalds*  
*/allkirjastatud digitaalselt/*  
**25.05.2020**