



Eesti ettevõtete osalemine ja positsioon globaalsetes ja lokaalsetes väärtusahelates

Kokkuvõtte tugineb Arenguseire Keskuse tellitud uuringul „Eesti ettevõtete osalemine ja positsioon globaalsetes ja lokaalsetes väärtusahelates“, uuringu autorid: **Andres Vörk, Uku Varblane, Taavi Unt**

Uuringu aruandega saab tutvuda Arenguseire Keskuse kodulehel www.riigikogu.ee/arenguseire. Tegemist on uuringuga, kus esmakordselt kirjeldatakse Eesti ettevõtete populatsiooni andmetel ettevõtetevahelist võrgustikku ning uuritakse võrgustiku positsiooni seost tootlikkusega.

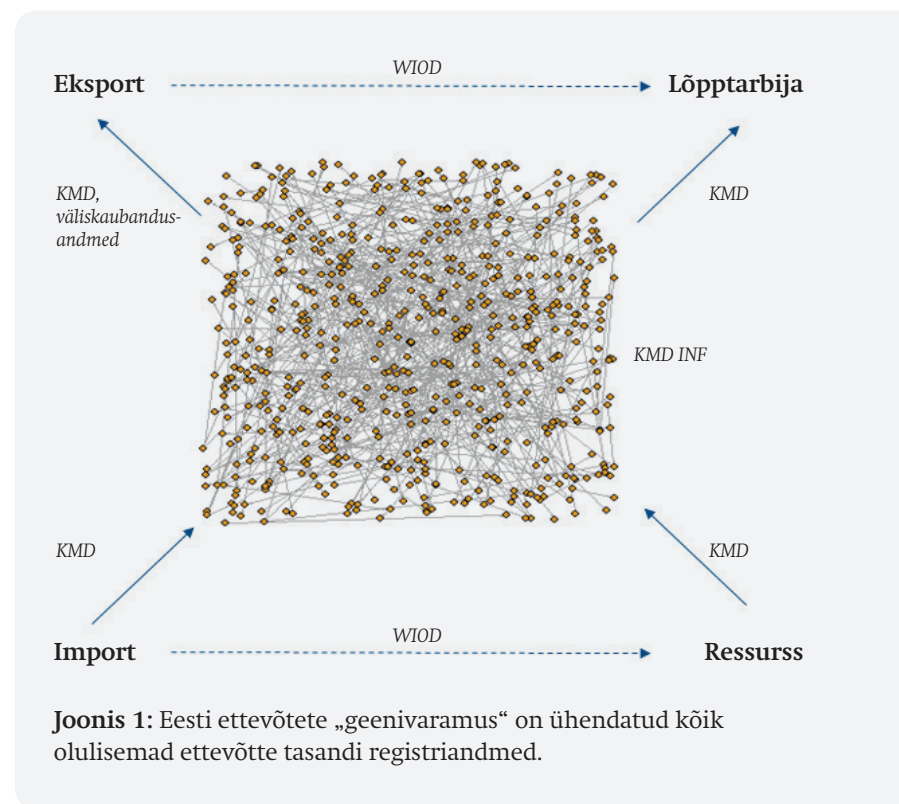
Mis on Eesti ettevõtete „geenivaramu“?

- Eesti ettevõtete „geenivaramus“ on ühendatud kõik olulisemad ettevõtte tasandi registriandmed (käibe- ning tulu- ja sotsiaalmaksu deklaratsioonide, kaupade ja teenuste välisakaubanduse ning Eesti Äriregistri andmed) aastatel 2016-2017, lisaks riikide sisend-väljund tabelite andmebaas (WIOD).
- Tootmisahela kirjeldamine ettevõtete ostu- ja müügitehingute abil (aluseks Antràs et al, 2012 metoodika, mida arendati töö raames edasi).
- Kasutati uuenduslikku tootegruppide põhist analüüsi, mis võimaldab koondada ärimudelilt lähedased ettevõtted.

Eesti ettevõtete „geenivaramule“ tuginedes otsiti uuringus vastuseid järgmistele küsimusele:

- Kuidas on üles ehitatud Eesti ettevõtete lokaalsed väärtusahelad?
- Kui kaugel on Eesti ettevõtted ekspordist ja lõpptarbijast?
- Kuidas Eesti ettevõtete positsioon väärtusahelas on seotud nende tootlikkusega?

Ettevõtete „geenivaramu“ pakub väga palju edasisi võimalusi täiendavateks analüüsideks, sh detailsemate väärtusahelate uurimiseks.





Tasub teada

Mida lähemal eksportimisele, seda kõrgem lisandväärtus töötaja kohta

- 29% Eesti ettevõtetest ekspordivad otse, 80% on kuni kahe sammu/tehingupartneri kaugusel eksportimisest see illustreerib majanduse avatust ja seotust globaalsete väärtusahelatega.
- Mida lähemal eksportimisele, seda kõrgem lisandväärtus töötaja kohta. Ettevõtted, kes ise ei ekspordi, kuid müüvad eksportijatele, on võrreldes eksportivate ettevõtetega keskmiselt 16 % ning eksportijast kahe või enama sammu kaugusel asuvad ettevõtted ligi 28 % madalama lisandväärtusega töötaja kohta.
- Globaalsetesse väärtusahelastesse liidetud ettevõtted tõmbavad kaasa ka siseriiklikke tarnijaid, samas kandub üle ka eksportija ebaedu.

Sisemaisele lõpptarbijale lähemal paiknevate ettevõtete tootlikkus on väiksem

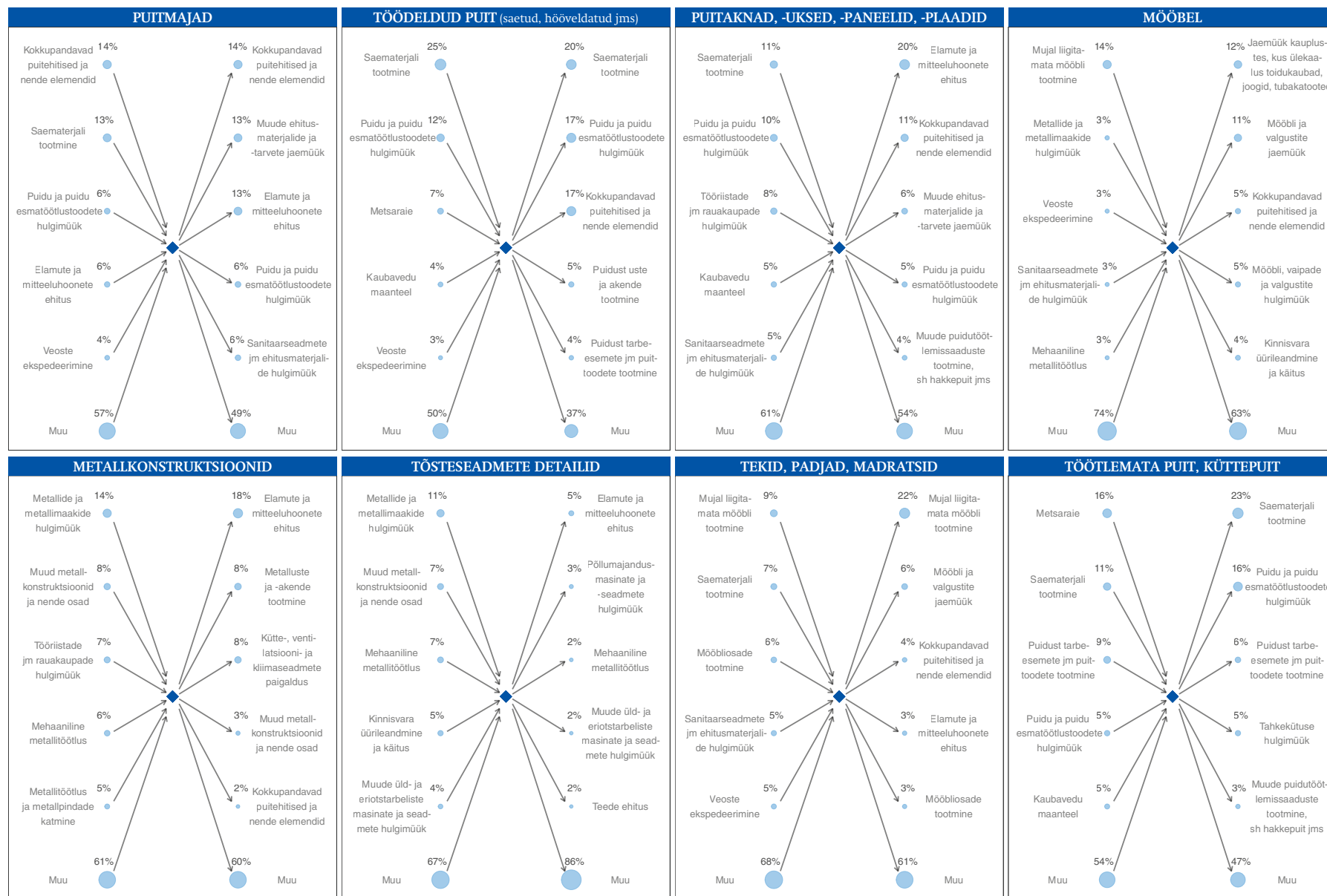
- Peaaegu kõigi majandusharude ja tootegruppide puhul kehtis seos – lõpptarbijale lähemal paiknemine on lisandväärtusega seotud negatiivselt. Lähedus lõpptarbijale viitab enamasti, et ettevõte on suunatud siseturule ja ei asu globaalses ahelas (eksportimisel tehakse tootega enne lõpptarbijani jõudmist välisriigis üldjuhul mitmeid tehinguid, mistõttu eksportivate ettevõtete keskmine kaugus lõpptarbijast on suurem).
- Kõige lähemal lõpptarbijale on majutuse ja toitlustuse ettevõtted ning muud teenindavad tegevused, kõige kaugemal mäetööstus ja primaarsktor.

Laiapõhjalisema kliendibaasiga ettevõtete keskmine lisandväärtus töötaja kohta on kõrgem

- Keskmine lisandväärtus töötaja kohta on kõrgem ettevõtetel, kellel on laiapõhjalisem kliendibaas ehk tooteid ja teenuseid müüakse suuremale arvule Eesti ettevõtetele.
- Tootegrupipõhises vaates ilmnesid ootuspärased erisused sisendite hankimise struktuuris, nt piimatoodete ning töödeldud puidutoodete tootmisega tegelevate ettevõtete tarneahelad on kontsentreeritud; väikelaevade ja mööblitootjate tarneahelad on laiemad ning üksikute harude osakaal väiksem.
- Väärtusahela positsioon ja tootlikkuse keskmist seost mõjutab Eesti ettevõtlussstruktuuri eripära (eksportivate ettevõtete, sh välisosalusega ettevõtete suur osakaal) kui ka valitud metoodika ja tehtud eeldused.

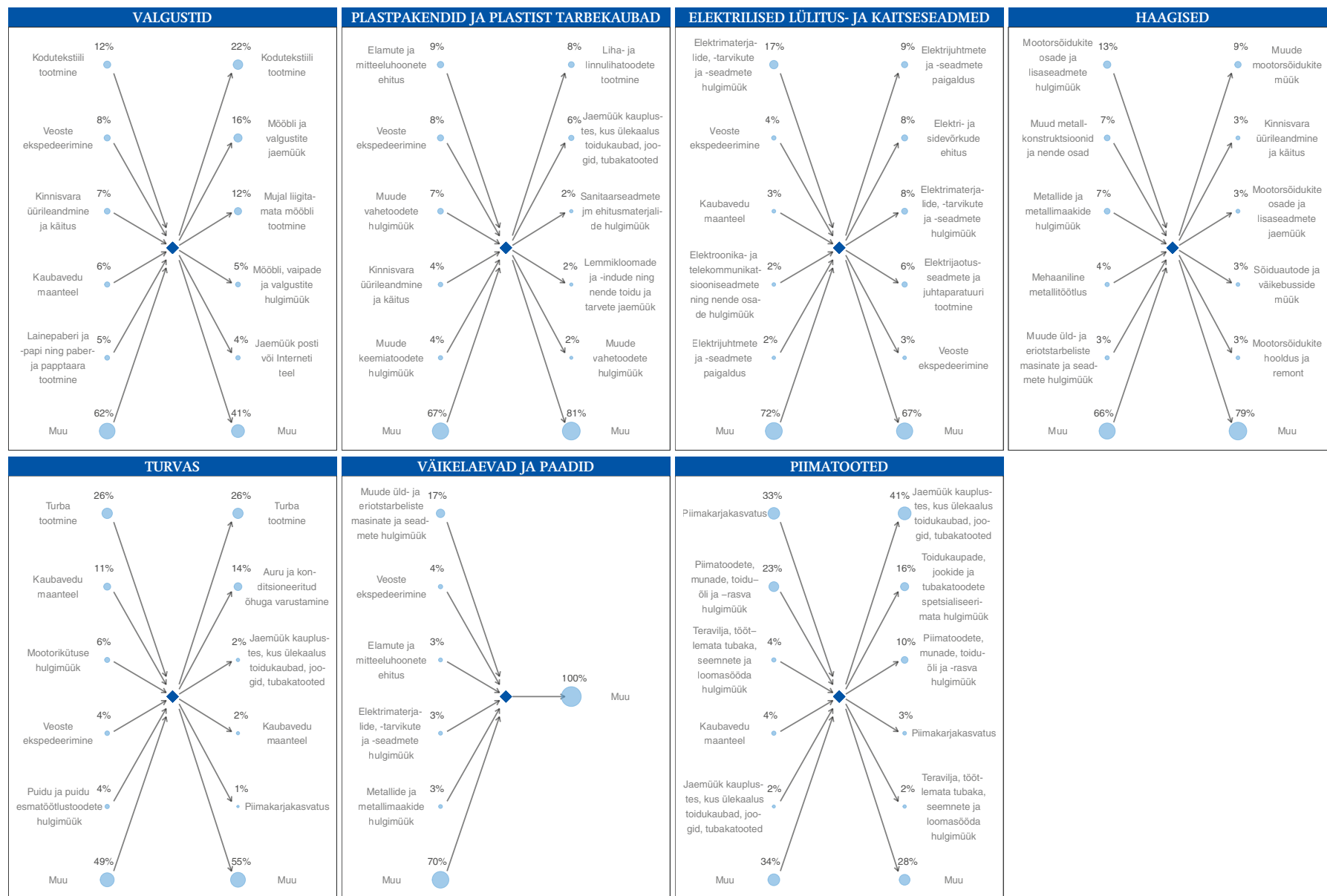


Joonis 2a: Eesti peamiste tootegruppide lokaalsed võrgustikud





Joonis 2b: Eesti peamiste tootegruppide lokaalsed võrgustikud



Arenguseire Keskus

Lossi plats 1a, 15165 Tallinn

arenguseire@riigikogu.ee

www.riigikogu.ee/arenguseire