

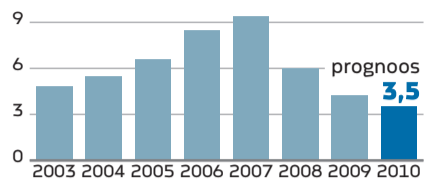
TÖÖSTUS

| tehnoloogia | materjalid | keskkond |

ÄP STATISTIKA

Rahapaigutused üha väiksemad

▶ töötleva tööstuse ettevõtete investeeringud materiaalsesse põhivarasse, mld kr



Allikas: Statistikaamet

Töösturid liiguvad tunnelilõpu

Strateegia

Karm aeg seadis põhitõed löögi alla



Ain Alvela
ain.alvela@aripaev.ee

Tootmisettevõtete juhid leiavad, et parim rohi majanduskriisi vastu on sihikindlus ja arengute ettenägemise oskus, aga ka julgus muutusi teha ning teinekord ehk karminagi näivaid otsuseid langetada.

Viimase aja majandusuudistes torkab silma tendents, et maailmamajanduse jäme ots on kaldunud Euroopa kätte – Euroopa kasvab kiiremini kui Ameerika. Euroopas omakorda on Saksamaa teistest riikidest ette rebinud.

Samuti tulevad uudistekanalitest rõõmustavad sõnumid Eesti kohta – “Eesti tööstustoodang on astunud ELis kiiremate taastujate sekka”, “II kvartali SKP kasvas 3,5%”, “Kasv on oodatust hoogsam”.

Tõepoolest leidub küllaldaselt firmasid, kes kriisiga kiiresti kohanedes suutsid karmi aja hoopis enda arengu hüvanguks keerata.

Nii kinnitas OÜ Addinol MM ärijuht Tiina Suija, et Saksa õlikontserni Eesti tütarfirma on nii Saksamaa kui ka Eesti positiivsetes arengutes kaasosaline.

Õlimüüja käive kasvab tänu emafirma tõhusale toele

“Meie emafirma on alustanud investeeringutega tootmise laiendamisse, et paremini toime tulla kasvava nõudlusega määrdeainete järele,” märkis Suija. “Meie lähinaabritest on hea näide Soome firma Sarlin OY, kes otsis selle aasta alguses omal initsiatiivil meiega kontakti ja juba kevadeks olid koostöölepingud alla kirjutatud ja tarned käivad.”

Suija kinnitas oma kogemustele viidates, et ka Eestis toimub areng. Ka Addinoli käive on Eestis viimase kuue kuuga kasvanud oma 40%. Head müügitulemused on kätte võitnud ka Addinoli Ida-Euroopa



▶ OÜ Addinol MM ärijuht Tiina Suija usub, et kui õlimüük üha suureneb, läheb järjest paremini ka tootjatel, kes seda õli oma masinates kasutavad.

partnerid. 2009./2010. majandusaasta 11 kuu tulemuste põhjal on käive kasvanud Venemaal 57%, Ukrainas 47% ja Valgevenes 40%.

“Meie konkurentsieelis on pika ja sihikindla töö tagajärg, mida pole konkurentidel võimalik kiiresti ja kergesti meilt üle lüüa,” usub Suija. “Töötan selle nimel, et leida meeskonda just selliseid inimesi, kes saaksid huvitava töö kaudu end veidike õnnelikumana tunda. Siis ei suuda meid mure murendada ega muud mured,” rääkis Suija.

Asi Premia Tallinna Külmoone juhatuse esimehe Kuldar Leisi sõnul oli kriisi puhkedes oluline stardikiirus, millal ja kui kiiresti oma kulusid ning äri filosoofiat muutama hakata.

“Premias oli eripärane see,

et meie Läti tütarfirma hakkas kriisist rääkima kõige enne, tegi palgakärpeid ja muid ümberkorraldusi. Seetõttu andsid nad ka meile kui ematettevõttele märku, et kriis tuleb ja murrab kõiki lähiriike,” meenutas Leis. “Seejärel tegime kärpeid Eestis ja Leedus, teist korda Lätis ja alles seejärel hakati Eestis kõva häälega kokkuhoiust rääkima ja isegi riik mõõnis kärpevajadust.”

Raskustes karastuvad nii firma kui selle töötajad

Leis on seda meelt, et kriis andis ja annab senini hea võimaluse südant kõvaks tehes oma tegevust ümber hinnata, meeskonda vahetada, teha ebapopulaarseid otsuseid.

Need, kes seda mõistavad ja kaasa tulevad, on tema hinnangul tulevikus parim

meeskond, kellega rindele minna.

Käibelt Eesti masinaehitusfirmade seas esikümnesse kuuluv AS Cargotec Estonia tegi otsuse rajada Narva uus tootmishoone koos vastse siseseadega ajal, mil kriisist rääkimine võrdus ketserlusega. Toona tehti tootmismahu suurendamiseks 300 miljoni kroonini ulatuv investeering.

Nüüd tões ettevõtte tegevjuht Ivo Volkov, et ka Cargotec kannatab mahtude kahanemise käes, kuid investeering oli ettenägelik samm, et efektiivsust suurendada ning olla valmis tellimuste arvu kasvaks.

“Olen sada protsenti nõus, et kriisi aitab üle elada ettenägemisvõime. Cargotecil kontserniettevõtteks on see eelis, et meil on kasutada rohkem ajusid, aga tähtis on see nii

väikesele kohalikule firmale kui ka üleilmsel turul tegutsevatele suurettevõttele,” selgitas Volkov.

Tuleb olla arenemisaldis, mitte oma naba imetlema jääda, resümeeris ta.

Kriis muutis Ilmarise sisemiselt tugevamaks

Asi Ilmarine juhatuse esimees Karel Saar tunnistas, et ettevõtte on kriisist kuidagi küll hakanud saanud ja sisemiselt tugevnenud, aga langus on firmat siiski kõvasti räsinnud.

Kui 2007. aasta oli Ilmarisele kasumlik, siis 2008. aasta oli šokk ja tuli kannatada paari miljoni krooni suurust kahjumit. 2009. aastal suudeti end juba reorganiseerida, eksport hakkas kasvama ja domineerima, käivitati teadlik tootearendus ja suurema lisandväärtuse

pakkumine, aasta lõppes paarisaja tuhande krooni suuruse kahjumiga. 2010. aastal koliti uutesse renditavatesse tootmisruumidesse.

Ettevõtte toodangust läheb umbes 95% ekspordiks, käive on juba esimese poole aastaga sama, mis 2009. aastal kokku.

Siiski mõõnis Saar, et kriis ei ole veel kaugeltki seljatanud. “Marginaalid on ikka veel väikesed ja varasem kahjum on tagasi teenimata. See annab igapäevases majandustegevuses käibe vahendite nappusega tunda,” nentis ta.

“Tehtud tööd ja saavutatud tase toodete tarnimisel on muidugi võit, aga kriisist väljumine ja edukas hakkama saamine on pikaajaline protsess, seda paari kuuga ei mõõda,” lisas ta.

Äp TSITAAT

Võitlesime ellujäämise nimel ja üha vihasemalt konkurentidega, kes kriisi levides oma viimseid hingetõmbeid hakkasid tegema.

Kuldar Leis, ASI Premia Tallinna Külmoone juhatuse esimees



Äp NUMBER

13.09

► toimub Jõgevamaal Puurmanis infopäev, kus tutvustatakse kombineeritud tahkekütuse ja biogaasi tootmise võimalusi NATURA 2000 poollooduslike rohumaade biomassist.

valguse suunas



Foto: Julia-Maria Linna

Tootmine elavneb

Tööstusettevõtted andsid 2010. aasta juulis 25% rohkem toodangut kui eelmise aasta juulis.

2010. aasta alguse mõõduka kasvule järgnes kiire tõus – aprillis tootsid ettevõtted 19%, mais 17% ja juunis 21% rohkem toodangut kui 2009. aasta samadel kuudel.

Töötleva tööstuse toodang suurenes eelmise aasta juuliga võrreldes 23%. Oluliselt (38%) suurenes juulis töötleva tööstuse toodangu müük ekspordiks. Välisurule müüdi juulis ligi 2/3 kogu töötleva tööstuse toodangust. **Statistikaamet**

Äp TSITAAT

Oleme hakanud rohkem otsima eristumist ja unikaalsust.

Karel Saar, ASI Ilmarine juhatuse esimees

Äp NUMBER

19,5%

► suurenes tööstustoodangu maht tänava juulis 2009. aasta sama ajaga võrreldes. Lõviosa tõusust, 328%, andis elektroonikatööstus.

Äp PANE TÄHELE

► ettevõtete käitumismudelid majanduskriisi ajal

Addinoli aitavad saksa täpsus ja eesti jonn

- Selged eesmärgid ja strateegia nende saavutamiseks. 2008. aasta alguses töötas Addinol välja pikaajalise arengukava. Nüüd on hea meel väita, et kuigi masu ajal said meie numbrilised näitajad räsida, pidas valitud strateegia siiski hästi vastu.
- Tugev meeskond. Koolitame nii oma inimesi kui ka koostööpartnereid, et olla kursis õlimaailma uusimate saavutustega ja osata määrata oma kohta selles protsessis.
- Oma meeskonda otsime uusi liikmeid väga hoolikalt.

Eesmärk on leida inimesed, kes ise väga tahavad meie pakutavat tööd teha ja kes sobivad hästi kokku olemasoleva meeskonnaga.

► Kvaliteetsed tooted. On selgemast selgem, et kui toode pole kvaliteetne, siis pika aega seda klientidele pähe määrada pole võimalik.

► Emafirma tugi. Oleme Saksa tootja 100% tütarfirma Ida-Euroopas. Me oleksime justkui tootja käepikendus 1/6 planeedist, kuna meie hallata on on umbes 20 miljonit km² maakerast.

Ilmarine püsib kõigi hädade kiuste

- Kui töö kadus, siis võeti esimese hooga vastu iga töö ja iga hinnaga. See tekitas mii-nuseid ja sellest loobuti.
- Orienteerumine vaid eksporditurudele. Nõudis aega ja lisaraha, aga pikemas perspektiivis õigustatud.
- Tootmise üldkulude reorganiseerimine, kokkuvõtteid ja ka koostamine.
- Kvaliteeditasemele tõstmine, sertifitseerimine.
- Omatoodete arendamine ja sellega eksporditurudele minek. Väiksed edusammud, mis on siiski väga olulised.

► Paremad tootmistingimused. Väga oluline nõudliku kliendi, aga ka töötajate suhtes. Väga hea efekt, meie jaoks on hetkel oluline vaid 2011 ja edasine rendisumma (tootmise kasumlikkus versus toomishoone omaniku ootused).

► Ärifilosoofia ei ole kardinaalselt muutunud. Masu on lisanud efektiivsust ja juhatanud ettevõtet sellele teele, et kus ollakse edukad, sinna ongi vaja senisest rohkem panustada.

Allikas: Tiina Suija, Karel Saar

Äp KOMMENTAAR

Kriisi ajal proovisime oma kasumlikumaid harusid arendada ja vaadata natuke pikemas perspektiivis kui kriisi lõpp. Tegelikult võitlesime ellujäämise nimel ja üha vihasemalt konkurentidega, kes kriisi levides viimseid hingetõmbeid hakkasid tegema. Kiusatus oli jõuliselt turgu ümber jagada, paraku ei ole kriisi suuri muudatusi toiduturul olijate seas teinud.

Kuldar Leis, ASI Premia Tallinna Külmoone juhatuse esimees

Oleme hakanud rohkem otsima eristumist ja unikaalsust. See sünnib varem juhulkiult tehtud projektide kaudu, mida analüüsid leiad, et seda võiks ka tulevikus teha. Kriisi mõju on olnud kahepeidine. Negatiivsed aastatulemused ei röömusta kedagi. Samas selle sees leitud uued suunad ja efektiivsuse kasv teevad head meelt, ent võitlus käib ikka edasi.

Karel Saar, ASI Ilmarine juhatuse esimees

Võimalus Tegevus vajab visuaali Edu tagab kogu ärimudeli arendamine

Rahvusvahelise edu saavutamiseks ei piisa ainult uuest tootest või teenusest, vaid vajalik on innovaatiline ärimudel.

Üks levinud selle arendamise võimalus on Šveitsi teadlase Alex Osterwalderi Business Model Canvas, mis annab visuaalse ülevaate ettevõtte äritegevuse toimimisest.

Eestis on selle meetodi üheks propageerijaks Eksam Akadeemia konsultant Juhan Bernadt, kes tutvustas seda hiljuti Rootsisis EASi korraldatud innovatsioonialasel õppereisil käinud Eesti ettevõtjatele.

Lõuendi klientide osasse tuleb kirja panna, kas väärtust luuakse massturule, nišiturule, segmenteeritud või mitmekesistatud turule.

Seejärel on vaja kirja panna, millist suhtlust kliendid ootavad: isiklikku abi, klienditeenindajat, iseteenindust, automaatseid teenuseid või kogu teeninduskeskkonda. Kanalite osas tuleb kirjeldada, kuidas kliendid saavad teada meie toodetest ning kuidas toimib ostmine ja logistika. Tulude osasse on vaja kirjutada, kas need põhinevad näiteks müügil, kasutustasul, kordustellimustel või

reklaamil ning kas hinnad sõltuvad mahust, kokkuleppest või hinnakirjast.

Seejärel jõuame võtmetgevuste juurde: kas vaja on tootmist, probleemilahendust või mingit platvormi. Siis tuleb kaardistada, keda vajame võtmetpartneritena, ning viimasena määratleda väärtuspakkumise peamised kuluallikad.

Kui ärimudel on kaardistatud, tuleks muuta konkurents väärtusinnovatsiooni abil väheoluliseks. Seda nimetatakse ka *blue ocean*'i strateegiaks. Selleks on ühelt poolt vaja mõelda, milliseid omadusi tootest või väärtuspakkumisest klient ei väärtusta ning mille kõrvaldamisel saaks kulusid kokku hoida.

Teisalt tuleb kaardistada, mis faktoreid tuleb tõsta tublisti üle valdkonna standardite ning mida sellist on ettevõttel võimalik luua, mida konkreetse valdkonnas varem pakutud pole. *Blue ocean*'i strateegia aitab vältida masu ajal levinud olukorda, kus ettevõtja peab pakuma täpselt samade omadustega toodet või teenust järjest väiksemate ja väiksemate kuludega.

Ilmar Pralla, EASi innovatsiooni divisjoni direktor



KAESER KOMPRESSORID

Rohkem suruõhku vähema energiakuluga ...

... ülemaailmselt tunnustatud SIGMA PROFILE'ga



KAESER KOMPRESSORID

Kesk tee 23, Jüri Tehnopark, Aaviku, 75301 Rae vald, Harjumaa • Estonia
Tel: +372 606 4290 • Faks: +372 606 4297 • E-post: info.estonia@kaeser.com

Kaeser'i lai ja kõrgekvaliteediline tooteprogramm sisaldab:

- Kruvikompressorid
- Kolbkompressorid
- Teisaldatavad diiselkompressorid
- Juhtimiskeskused
- Rootor-puhurid
- Vaakumpumbad
- Suruõhu kuivatid ja filtrid
- Suruõhu käsitööriistad