

# 11. PUITMAJATOOTJATE KONKURENTSIVÕIME JA SEDA MÕJUTAVAD TEGURID

*T. Vissak*

## Sissejuhatus

Käesolev peatükk tutvustab Eesti puitmajatootjate konkurentsivõimet ja seda mõjutavaid tegureid. Esmalt antakse lühiülevaade Eesti puitmajatootmise hetkeseisust, seejärel tutvustatakse ettevõtete ühistegevust, näidatakse, kuidas nad on teinud koostööd teiste firmade ja sektoritega, antakse ülevaade tooraine ja tööjõu kättesaadavusest ja välisosalusest. Pikemalt peatutakse tähtsamate turgude iseloomustamisel. Seejärel tehakse SWOT-analüüs.

### 11.1. Eesti puitmajatootmise ülevaade

**Puitmajatootmise lühiülevaade.** Kokkupandavaid puitmaju hakati Eestis tööstuslikult tootma 1950. aastatel metsamajandite tootmisbaasides. Neid tehti nii freespalgist kui ka kilpelementidest (Eesti Puitmajaliit, 2003). Palkmajade kui elumajade tööstuslik tootmine sai alguse 1991. aastal Maardus firmas Puukoda. Hiljem see ettevõtte lagunes ja tema baasil tekkis mitu uut (Kuldkepp, 2003). Praeguseks on puitmajade tööstuslik tootmine arenenud eraldi tööstusharuks (Eesti Puitmajaliit, 2003), kus tegutseb üle kui 80 firma (KPMG, EAS, 2002). Selle haru aastakäive on

umbes 800 miljonit krooni, millest eksport moodustab 85–90%. Sellesse sektorisse kuuluvate ettevõtete toodang on väga mitmesugune: toodetakse ruumelement-, kilp- ja palkmaju nii hõõvelkui ka ümarprussist. Palkmajatootjad jagunevad veel käsitsi ja seadmetel tootjateks. Peale elumajade toodetakse aia-, suve- ja grillmaju, varjualuseid, autogaraaže, saunu, välitualette ja puitsildu (Eesti Puitmajaliit, 2003). Suurema käibe ja töötajate arvuga ettevõtted asuvad Tallinna ja Tartu ümbruses (KPMG, EAS, 2002). Suurimad tootjad on Kodumajatehase AS, AS Astel ja Skan Holz Helme AS (vt lisa 1).

**Ühistegevus.** Eesti Puitmajaliit loodi 1999. aasta mais. Sinna kuulub 18 ettevõtet. Liidul on järgmised eesmärgid (Eesti Puitmajaliit, 2003):

- oma liikmete huvide esindamine ja kaitse a) puitmajade tootmise ja/või ehitamisega seotud majanduspoliitilistes küsimustes, tehes selleks ettepanekuid valitsusorganitele oma liikmete tegevusala reguleerivate seaduste, dokumentide, riikidevaheliste lepingute jms täiustamiseks; b) suhetes töötajate ja nende organisatsioonidega;
- (ekspordi) konkurentsivõime suurendamine;
- töötajate koolitusküsimuste ühine lahendamine;
- puitmajade tootmise, projekteerimise või ehitamisega seotud toote- ja kutsestandardite väljatöötamine;
- puitmaju tootvate ettevõtete maine ühine kujundamine;
- ühine info ja kogemuste vahetamine puitmajade projekteerimise, tootmise, ehitamise ja turustamise valdkonnas.

Puitmajaliit on olnud oma liikmete huvide kaitsel väga aktiivne. Ta loodi esialgu eesmärgiga pääseda taas Saksa turule, kus ei antud 1998. aastast enam ehituslubasid. Puitmajaliidu survele ligipääs taastati. Kutsekoda koos Puitmajaliidu komisjoniga annavad välja ka rahvusvaheliselt aktsepteeritavaid kutsetunnistusi. Ilma nendeta on raske pääseda välismaale maju ehitama. Peale selle korraldatakse ühiseid õppepäevi ja messikülastusi. Seejuures on abi saadud ekspordiagentuurist. Samas ei pakuta ühiselt kaupu välismaale, sest toodang on väga erinev, palkmajade puhul Eesti

firmad tüüptoodangut ei tee. Aiamajade tootmisel on see aga väga levinud (Kuldkepp, 2003).

**Koostöö teiste firmade ja sektoritega.** Kui tootmismahd peaks tulevikus oluliselt kasvama, on ainuvõimalus koopereeruda, et iga firma oleks ainult kindla ala spetsialist. Haruliidus on seda juba arutatud. Koostööd tuleb teha ka puitmajasektorist väljaspool asuvate ettevõtetega. Näiteks AS RPM ostab köögisisustuse Arens Köökidelt. Saetööstustest on koostööpartneriteks Aedviidu Puit, Vara saeveski ja Sakala saeveski (Kuldkepp, 2003).

**Tooraine.** Puit tellitakse eelkõige Eesti tootjatelt, kuid mõned ettevõtted ka impordivad seda, eelkõige Venemaalt. Samas ei vajata puitmajade ehituseks ainult puitu. Katused tellitakse tihti kohapealt, aknad-uksed ostetakse Eesti firmadelt. Kui klient soovib valmis kööki (selline soov on küllaltki levinud, eriti välismaal), tellitakse vajalik tehnika mõnelt (Eesti) ettevõttelt samuti juurde (KMPG ja EAS, 2002; Karjus, 2003; Kuldkepp, 2003). Peale nimetatute on vaja torusid, juhtmeid ja muud (Karjus, 2003). AS RPM kasutab vaid männipuitu. Et Eestis on männi kasutajaid vähem kui kuuse kasutajaid (suhe on umbes 30/70), siis selle kättesaadavusega suuri probleeme pole. Erandiks on juuli ja august, sest siis mändi lõigata ei saa. Seetõttu tuleb suvel tegutsemiseks luua suured varud. Et talvel terve aasta varude äraostmine eeldab suuri rahalisi kulutusi, siis seda üldiselt ei tehta. Pealegi saab puitu vajadusel Venemaalt hankida. Samas on probleem kvaliteediga. Näiteks sealne saematerjal pole õiges mõõdus (see tuleb uuesti üle lõigata), probleem on ka nn musta oksaga. Näiteks RPM torgib need oksad välja ja asendab oksapunnidega (Kuldkepp, 2003).

**Tööjõud, koolitusvajadus.** Puitmajatootjad kasutavad nii alalist tööjõudu (tootmises, ehituses) kui ka ajutisi abitöötajaid peamiselt ehituses-montaažis (Karjus, 2003; Kuldkepp, 2003). Kõiki töötajaid ei pea firma ise palkama: võib kasutada ka alltöövõttu. Hiljem võib mõned ehitajad firmasse tööle palgata. Eritöid, näiteks elektri- ja torutöid, tellitakse välismaal kohalikelt firmadelt, sest

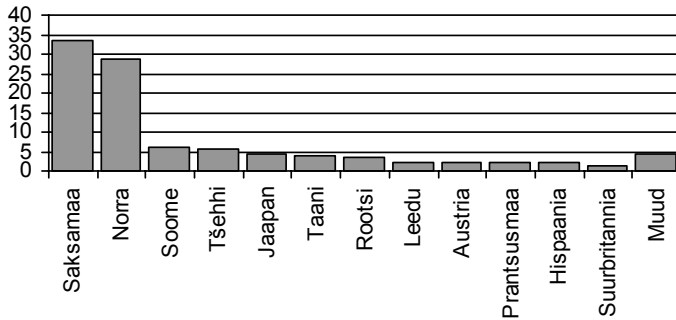
seal nõutakse selleks eraldi litsentsi, mida Eesti töötajatel pole (Karjus, 2003). Tulevikus püütakse tootmist ümber korraldades pigem töötajate arvu vähendada. Näiteks võidakse osast töödest ise loobuda ja neid sisse osta. Räpinas koolitatakse lühiajalistel kursustel palkmajaehitajaid, aga Puitmajaliidu kutsetunnistust nad kohe ei saa. Praegu peetakse läbirääkimisi Tallinna 14. kutsekooliga, puitmajadealase väljaõppeprogrammi loomiseks. Viljandi Kultuuriakadeemia kavandab hakata seal õpetama puitmajade disaini ja kujundamist. Ka selles osas toimuvad läbirääkimised Puitmajaliiduga. Peale selle saavad firmad teadmisi nõustamisprogrammidest ja messidelt. Käesoleval ajal on üks suurimaid probleeme tööjõu puudus: spetsialiste napib. Paljud tööpingid on väga keerulised, seadmeoperaatorile tuleb anda väljaõpet koha-peal, sest mujalt ei saa. See võtab palju aega. Kui töötaja haigestub või firmast lahkub, on talle väga raske asendajat leida. Probleeme on ka projekteerijate leidmisega. Näiteks RPMis töötab projekteerijana iseõppinu, kuna väljaõppinud projekteerijad lahkusid sealt mõne kuu pärast. Ehitusspetsialiste saab ka firmas koolitada, aga nende juures on probleemiks nõrk keelteoskus. Vähemalt üks mees peab brigaadis olema, kes keelt valdab, kuid paljud on juba sellises eas, et ei tahagi õppida (Kuldkepp, 2003). Uusi monteeri-ajaid koolitatakse teiste kõrvalt, sest kogemustega töölisi Eestis napib. Sobiv tööline peaks olema kiire ja taiplik ning võimeline ise lahendusi otsima. Samuti on oluline jooniste lugemise oskus. Meeskonnas peaks üks inimene olema hea kliendiga suhtleja. Soovitav on ka keelteoskus: montaažigrupis peab olema alati üks töötaja, kes räägib sellisel tasemel inglise keelt, et saaks suhtlemisega hakkama (Karjus, 2003).

**Väliskapital.** Nagu näha lisast 1, põhineb enamik suurtest puitmajatootjatest Eesti kapitalil. Seal toodud ettevõtetest kuuluvad osaliselt Saksa kapitalile vaid Skan Holz Helme AS ja OÜ Mountain Loghome. Tegelikult on välisosaluselise firmaid teisigi, aga nad pole nii suured. Mõne aasta pärast võivad mitmed Eesti firmad muutuda välisinvestoritele atraktiivseks. Kui neil on

kindlad turud ja ka hind sobib, siis võib siia välisinvesteeringuid tulla ja ettevõtete mahud selle mõjul kasvada (Kuldkepp, 2003).

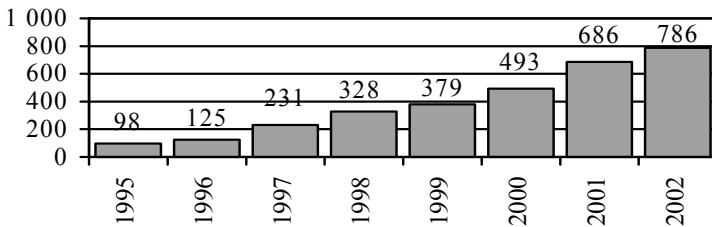
**Turud.** 2002. aastal oli ÜRO andmetel maailmas puitehitiste koguimport 1,8 ja eksport 2,5 miljardit USD (samas ei sisalda see kõikide riikide, näiteks Saksamaa, andmeid). Suurimad eksporditöõrid olid Kanada (15,4%), Rootsi (11,3%), USA (11,2%), Prantsusmaa (6,8%) ja Soome (6,3%) ning importitöõrid USA (19,4%), Jaapan (10,6%), Prantsusmaa (9,2%), Šveits (6,1%) ning Norra (6,0%) (United Nations, 2003). Puitmajad on riigiti täiesti erinevad. Näiteks selliseid, mida tahetakse Saksamaal, ei osteta kunagi Jaapanis, ja selliseid maju, nagu tahetakse Jaapanis (kitsad, kõrged, väikeste ruumidega), ei osteta kunagi Saksamaal. Norras soovitakse jälle täiesti oma tüüpi maju, Rootsis teist tüüpi, eestlastel on ka oma arusaam. Üldiselt ostetakse igal pool rohkem karkassmaju, sest nende ehitamiseks on vaja vähem puitu. Samas on tarbijad hakanud rohkem rõhku panema oma tervisele. Kuna täispuidust majas on elamiskeskkond parem kui karkassmajas, hakatakse seda järjest rohkem ostma (Kuldkepp, 2003).

**Eestis** läheb hinnanguliselt 90–95% selle sektori toodangust ekspordiks, kuigi tulevikus võib ka Eesti turg kasvada. Praegu eelistatakse siin odavamaid maju (Kuldkepp, 2003). 2002. aastal imporditi Eestisse 84,4 miljoni krooni eest puitmaju (Rahamägi, 2003). 53% impordist pärines Soomest, järgnesid Rootsi (16%) ja Leedu (6%) (United Nations, 2003). Eestis toodetud puitmaju eksporditi 27 riiki (Tollistatistika andmebaas, 2003), millest suuremad ostjad olid Saksamaa (34%), Norra (29%) ja Soome (6%) (vt joonis 11.1).



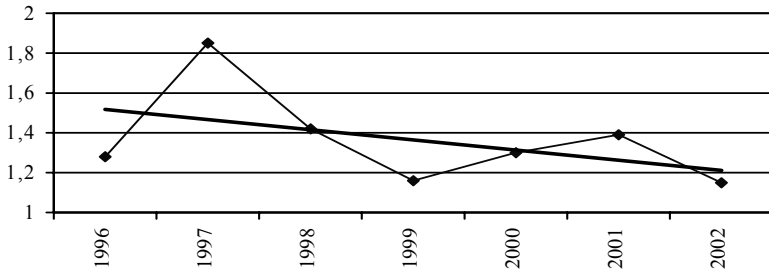
**Joonis 11.1.** Kokkupandavate Eesti puitmajade peamised eksportturud 2002. a (Tollistatistika andmebaas, 2003).

Kokku eksporditi 2002. aastal 786 miljoni krooni eest, 15% rohkem kui aasta varem. Samas toimusid peamistes sihtturgudes olulised muutused: eksport Rootsi vähenes 48%, Austriasse 40% ja Saksamaale 15% võrra, samas kui eksport Tšehhi Vabariiki kasvas 1436%, Jaapanisse 104%, Norrassa 66%, Soome 46% ja Taani 44% (Tollistatistika andmebaas, 2003). 1995. aastaga võrreldes on puitehitiste eksport kasvanud 8 korda (vt joonis 11.2).



**Joonis 11.2.** Kokkupandavate puitehitiste ekspordi dünaamika aastatel 1995.–2002. a mln krooni (Tollistatistika andmebaas, 2003).

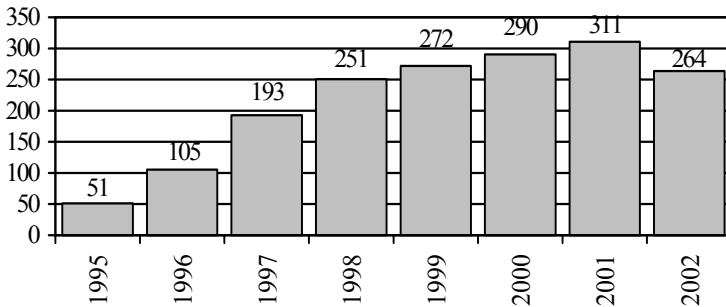
Eriti kiire kasv – 85% – toimus 1997. aastal. 2002. aasta 15% kasv oli senisest kõige väiksem (vt joonis 11.3). Samas eksporditi 2003. aasta esimesel poolaastal puitmaju 540,8 miljoni krooni eest (Rahamägi, 2003), mistõttu võib oletada, et aasta kokkuvõttes oli ekspordi kasv suurem kui 2002. aastal.



**Joonis 11.3.** Kokkupandavate puitehitiste ekspordi kasv võrreldes eelmise aastaga 1996.–2002. a kordades (Tollistatistika andmebaas, 2003).

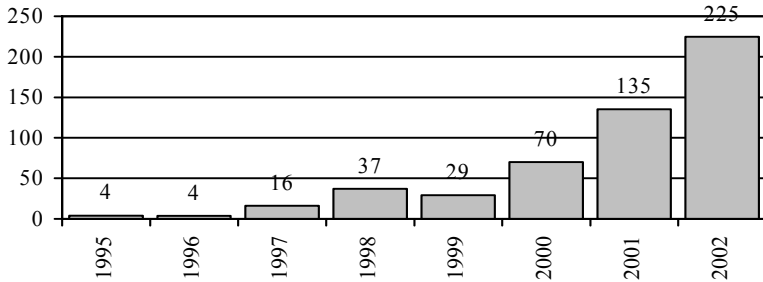
**Saksamaa.** Eesti puitmajade eksport Saksamaale kasvas aastatel 1993–2001 pidevalt, kuid langes 2002. aastal (vt joonis 11.4). Eelkõige tuli langus palkmajade arvelt, samas kui aiamaajade müük on kogu aeg kasvanud (Kuldkepp, 2003). Siiski on see turg enamikule puitmajatootjatele esimeseks eksportturuks. Suurim eksportöör oli 24 miljoni krooniga OÜ Varola (vt lisa 1). 2003. aasta I poolaastal oli sellel turul suurim tarnija Poola – 26% (2002. a kokku 20%), järgnesid Tšehhi – 12% (2002. a 16%) ning Holland ja Eesti samuti 12 protsendiga (Rahamägi, 2003). 2002. aastal kukkus Saksamaa puitmajade ehitusturg 10 aasta kõige madalamale tasemele. Lähiajal pole seal kasvu oodata. Hinnakonkurents on tugev (Honkarakenne OY, 2003). Samas näevad mõned Eesti firmad seal arenemisperspektiivi (Kuldkepp, 2003), kuigi sakslaste ostujõud on vähenenud (Toomsalu, 2003) ja sealt on raske kogu kokkulepitud summat kätte saada (Karjus, 2003). Saksamaal on veerand elanutest puitehitised ja nende osakaal on

tõusmas (Äripäev Online, 2000). Saksamaa elumajade turul on populaarsed nn karp kinni elamud. See tähendab, et maja välisfassaadid on viimistletud ning elamu on ette valmistatud siseviimistluseks, kuid siseviimistlustööd ise on tegemata (AS Lasita Maja, 2003). Saksa ehitust iseloomustab seegi, et seal ei nõuta normidega kuluka sundventilatsiooni olemasolu (Äripäev Online, 2000).



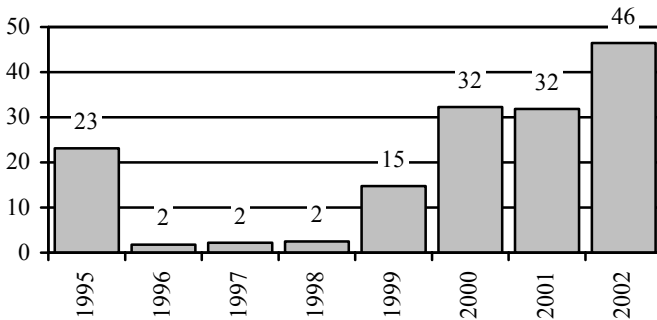
**Joonis 11.4.** Kokkupandavate puitehitiste eksport Saksamaale 1995.–2002. a mln kr (Tollistatistika andmebaas, 2003).

**Norra.** Eesti tootjatele oli Norra 2002. aastal suuruselt teiseks puitmajade eksportturuks (vt joonis 11.5). Norrale oli Eesti omakorda Rootsi järel suuruselt teine puitmajade müüja. Nende riikide osakaalud Norra turul olid vastavalt 53% ja 15% (United Nations, 2003). Peamine eksportija oli Kodumajatehase AS, andes 2002. aastal 77% kogu Eesti puitmajade ekspordist sinna riiki (vt lisa 1). Norras on puitmajad populaarsed. 2002. aastal alustati seal kokku 22 980 maja ehitust, millest 7479 olid puitmajad (Statistics Norway, 2003). Riigi puitmajade koguimport oli 111 miljonit USD (United Nations, 2003).



**Joonis 11.5.** Kokkupandavate puitehitiste eksport Norrasse 1995.–2002. a mln kr (Tollistatistika andmebaas, 2003).

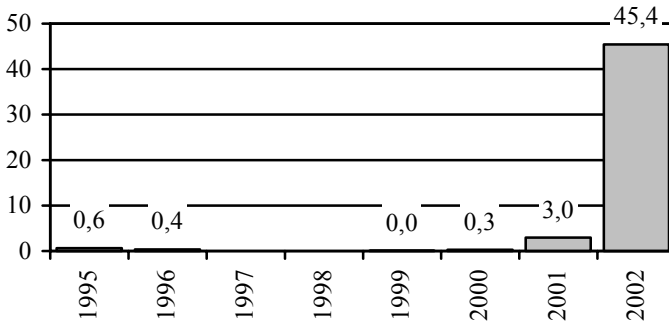
**Soome** on Eesti puitmajatootjate jaoks tähtsusest kolmas eksportturg. 2002. aastal eksporditi sinna 46 miljonit krooni eest (vt joonis 11.6). Soomele oli Eesti Rootsi järel suuruselt teine puitmajade müüja. Nende riikide osakaalud Soome vastava kaubagrupi impordis olid vastavalt 76% ja 10%. Soome puitmajade koguimport oli 29 miljonit USD (United Nations, 2003). 22 miljoni krooni eest müüs sinna puitmaju Kodumajatehase AS (vt lisa 1).



**Joonis 11.6.** Kokkupandavate puitehitiste eksport Soome 1995.–2002. a mln kr (Tollistatistika andmebaas, 2003).

Soome ekspordib ligi 60% oma palkmajadest. Eksporditurge on umbes 30, peamised on Kesk-Euroopa ja Jaapan. 10% tänapäeval Soomes ehitatud ühepereelamutest on palkmajad. Eelkõige ehitatakse neid maapiirkondadesse (Heikkilä, Suikkari, 2002). Suurim tootja Honkarakenne (vt lisa 2) on maailma suurim palkmajade valmistaja. Tema osakaal on 40% Soome palkmajade kogueksportist. 2002. a kasvas Soomes palkmajade eksport 1% ja käive 6%. Hinnakonkurents on seal äärmiselt tugev (Honkarakenne, 2003). Paljud firmad tegutsevad vaid tänu subsiidiumidele, mõnel üksikul on piisavalt vahendeid, et oma tehnoloogiat uuendada. Samas jääb tootmisvõimsusi pigem üle (Honkarakenne OY, 2003).

**Tšehhi Vabariik** oli 2002. aastal Eesti puitmajade ekspordis 45,4 miljoni krooniga neljandal kohal (vt joonis 11.7). Tšehhile oli Eesti Saksamaa järel suuruselt teine puitmajade müüja. Nende riikide osakaalud olid vastavalt 21% ja 19%. Tšehhi puitmajade koguimport oli 15,7 miljonit USD (United Nations, 2003).



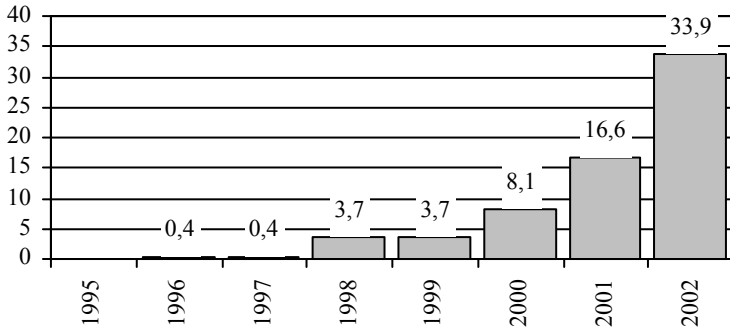
**Joonis 11.7.** Kokkupandavate puitehitiste eksport Tšehhi Vabariiki 1995.–2002. a mln kr (Tollistatistika andmebaas, 2003).

Skan Holz Helme AS ekspordis Tšehhi 2002. aastal oma aastaaruande andmetel 48,7 miljoni krooni eest (vt lisa 1) ehk rohkem kui sektori kogueksport. See võib olla tingitud valuutakursside arvestusest. Ka 2001. aastal oli ta arvatavasti ainus sinna riiki eks-

portija umbes kolme miljoni krooniga (Skan Holz Helme, 2003). Tšehhis pole puitmajad eriti populaarsed. 2001. aastal toodeti selles riigis kokkupandavaid puitmaju 646 miljoni Eesti krooni eest, samas kui kogu ehitusturu maht oli 106 miljardit krooni (CSU, 2002).

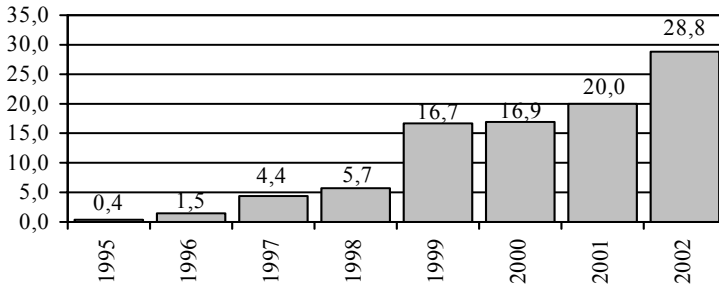
**Jaapan** oli 2002. aastal 33,9 miljoni krooniga (vt joonis 11.8) tähtsuselt viies ekspordisihimaa. 12 miljoni krooni eest eksportis sinna AS RPM (vt lisa 1). 2003. aastal võis eksport jääda samale tasemele (Kuldkepp, 2003). Kokku importis Jaapan 2002. aastal 195 miljoni USD eest puitmaju. Eesti oli suuruselt üheksas müüja 1,1% turuosaga. Suurimad olid Kanada, Soome ja Rootsi (United Nations, 2003). Jaapanis on palkmaju suhteliselt vähe: alla 1% majade koguarvust (Japanese, 2002). Sellel on ka selge põhjus: Teises maailmasõjas lõigati kütteks maha peaaegu kõik Jaapani metsad ja seetõttu hakati majaehituseks kasutama muid materjale (Softwood lumber, 1998). 2000. aastal ehitati kokku 1800 uut palkmaja, neist 42% suve- ja 55% elumajad (Japanese, 2002). 1995. aastal moodustasid puitmajad 54% pörandapinnast (Softwood lumber, 1998). Samas on viimastel aastatel nende ehitamine vähenenud: kui 1996. aastal ehitati neid üle 750 tuhande, siis 2004. aastal on oodata vaid 500 tuhande maja ehitust (Michaelis, 2003). Kohalikud firmad ei tegele palkmajaehitusega peaaegu üldse. Ka majaomanikud ise neid praktiliselt ei ehita, erinevalt näiteks Prantsusmaast ja Saksamaast, kus vastavalt 56% ja 58% omanikest eelistab maja oma kätega ehitada. 70% palkmajaturust kuulub Soome firmadele, järgneb Kanada 20%ga. Suuremate eksportijate hulka kuuluvad ka USA ja Rootsi. Viimastel aastatel on märgata Jaapani palkmajaturu kasvu. Seejuures on välismaa majadel parem maine, eriti noorte ostjate hulgas. Palkmajadele on Jaapanis kehtestatud kindlad piirangud: kõrgus maksimaalselt 8,5 meetrit (kelder ja mitte üle 2 korruse) ning pindala mitte üle 300 ruutmeetri. Ranged nõuded on ka tuleohutusele (Japanese, 2002) ja maavärinakindlusele (Honkarakenne OY, 2003). Lisaks sellele soovivad ostjad, et kokkulepetest peetaks väga täpselt kinni ja kõik detailid oleksid lõigatud ülimalt täpsusega (Kuldkepp,

2003). Samas toimus sellel turul ka üks tootjatele kasulik muutus: seadusega lubati ehitada ühepereelamuid senisest väiksematele kruntidele (Honkarakenne OY, 2003).



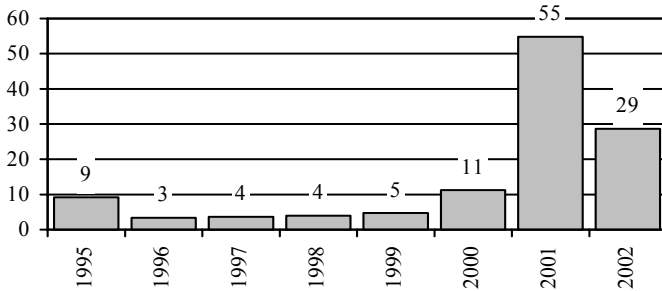
**Joonis 11.8.** Kokkupandavate puitehitiste eksport Jaapanisse 1995.–2002. a mln kr (Tollistatistika andmebaas, 2003).

**Taani** eksporditi 2002. aastal puitmaju 28,8 miljoni krooni eest, mis oli Eesti puitmajaekspordi suuruselt kuues näitaja. Kõige suurem eksportöör oli Rakvere Metsamajand 7,3 miljoni krooniga (vt lisa 1). Kokku importis Taani 51,8 miljoni USD eest puitmaju, Eesti oli 5. kohal 6%ga. Põhiosa impordist tuli Rootsist, Soomest ja Suurbritanniast (United Nations, 2003). Eesti eksport Taani on pidevalt suurenenud (vt joonis 11.9). Seal kasvab ka nõudlus puitmajade järele (Karjus, 2003).



**Joonis 11.9.** Kokkupandavate puittehitiste eksport Taani 1995.–2002. a mln kr (Tollistatistika andmebaas, 2003).

**Rootsi** oli 2002. aastal 29 miljoni krooniga Eesti puitmajatootjate jaoks tähtsusest seitsmes turg. Samas vähenes eksport 2001. aastaga võrreldes peaaegu kaks korda (vt joonis 11.10). 4,7 miljoni krooniga oli suurim eksportöör AS Astel (vt lisa 1). Rootsi puiduturg on vahepealsest madalseisust üle saamas. Kui 1990. aastal ehitati seal üle 27 tuhande puitmaja, siis 1993. aastal 9 korda vähem. 2002. aastaks suurenes ehitus 7700 majani. Samas on ekspordi puhul näha käibe kasvu ja majahinna tõusu, kusjuures imporditud majade keskmine hind on kõrgem kui eksporditud majadel: vastavalt 668 ja 558 tuhat Rootsi krooni. Peamiselt eksporditakse Taani, Norrassa ja Jaapanisse (2002. a oli Eesti 9. kohal 12 miljoni Eesti krooniga) ning imporditakse Norrast, Eestist (36 mln kr) ja Soomest. 2002. aastal oli Rootsi eksport selles sektoris 2,1 ja import 0,1 miljardit kr. Viimastel aastatel on selle sektori käibe hakanud suurenema, ettevõtted on kasvanud nii käibelt kui töötajate arvult. 2002. aastal töötas 59 firmas kokku 3606 inimest ja käive oli 12,1 mld kr. Samas on aastati toimunud Rootsi turul küllaltki suured kõikumised, kindlaid trende pole võimalik välja tuua (The National..., 2003).



**Joonis 11.10.** Kokkupandavate puitehitiste eksport Rootsi 1995.–2002. a mln kr (Tollistatistika andmebaas, 2003).

**Muud turud. Hiinas** ehitatakse igal aastal umbes 26 miljonit maja. Samas pole viimasel ajal puitmaju eriti ehitatud: 2003. aastal ehitati vaid 13 000 sellist maja. Puitmajade ehitamise olulist kasvu pole lähiajal oodata, kuid üldine elamuehitus kasvab. Selles sektoris tegutsevate firmade probleemiks on tarbijate kahtlused puitmajade vastupidavuse suhtes, maja kallidus, vaba maa vähesus, tööjõu suur volavus, kaubamärkide peaaegu olematu kaitse ja korruptsioon. Samas võib sellel turul olla tulevikku hübriidmajadel, mis on vaid osaliselt puidust.

**Indias** ehitatakse aastas 20–25 miljonit maja. Viimastel aastatel on puitmaju nende hulgas vähe, sest puitu napib. India on kehtestanud puidu impordile kõrged tollid, et kaitsta oma saeveskeid. Probleemiks on ka tarbijate suur hinnatundlikkus ja kohalike arhitektide vähene huvi puidu vastu: kardetakse, et see pole piisavalt vastupidav (Boardman *et al.*, 2003).

**Venemaa** majandusolukord on paranemas. Juurde on tekkinud uusi palkmajaehitajaid, kuid ruumi sellel turul veel on, eriti kui tooted on kõrge kvaliteediga ja firmal on tugevad koostööpartnerid (Honkarakenne OY, 2003). Sealne kvaliteet on veel tagasihoidlik. See turg on praegugi väga suur, pealegi on seal vanad puitmajade ehitamise traditsioonid (Kuldkepp, 2003).

**USA** palkmajaturg moodustab poole kogu maailmaturu mahust. Aastas ehitatakse USAs palkmaju umbes 3 miljardi USD eest. Nad moodustavad 7–10% kõigist eritellimusel valmistatud majadest ja see trend kasvab (Building Systems, 2003), sest tarbijad pööravad äärmiselt suurt tähelepanu tervislikele eluviisidele ja puhkusele (Rozental, 2001). Kasvab ka muude majade ehitus. 2002. aastal ehitati 1,73 miljonit maja, sealhulgas 1,36 miljonit ühepereelamut, mis on viimase 24 aasta kõrgeim näitaja (Quinn, 2003). Samas pole USA turule kerge siseneda. Kulud tuleb kontrolli all hoida (Honkarakenne OY, 2003), sest tarbija on harjunud odavamate majadega (Kuldkepp, 2003).

**Hispaanias, Itaalias ja Kreekas** elavneb palkmajade ostmine talvel. Seega saab neil turgudel edukalt müüa just siis, kui Põhja- ja Kesk-Euroopas on nõudlus väiksem (Rozental, 2001). **Hollandis ja Belgias** on teistsugused maja ehitamise traditsioonid. Nad pole palkmajadest eriti huvitatud. **Suurbritannia** turg on viimasel ajal kasvanud, eriti aiamaajade osas. **Islandil** ostetakse topeltväliseinaga maju, sest tugevate tuulte tõttu sajab vihma horisontaalselt. Ka katused võivad kergesti ära lennata (Kuldkepp, 2003).

## 11.2. SWOT-analüüs

Alljärgnevalt on välja toodud Eesti puitmajatootjate tugevused, nõrkused, ohud ja võimalused. Loomulikult on mõned neist iseloomulikud ka paljudele teistele sektoritele ja firmadele, kuid ülevaatliskuma pildi saamiseks on ka need sisse jäetud.

### Puitmajatootjate tugevused

- Koduturul on nõudlus küllaltki suur. Seetõttu mõned firmad isegi ei reklaami ennast (KPMG, EAS, 2002).
- Eesti tootjad on paindlikud, nad saavad toota just sellist maja, nagu klient soovib (Karjus, 2003, KPMG, EAS, 2002).
- Kvaliteet on Eesti eksportööridel parem kui Poola, Leedu ja Läti konkurentidel (KPMG, EAS, 2002). See paraneb pidevalt, sest kogu aeg saadakse uusi kogemusi. Viletsa kvalitee-

diga ja odava hinnaga puumaju pakkuvad Eesti firmad reeglina välismaale ei lähe (Kuldkepp, 2003).

- Hind on Eesti tootjatel madalam kui lääneriikide tootjatel (KPMG, EAS, 2002). Näiteks palgad ja maksud on tunduvalt madalamad (Kuldkepp, 2003). Samas pole hind ainus pakkuja valimise tegur: isiklikud suhted on majaehitusel väga olulised (Karjus, 2003).
- Puitmaja ehitus ei võta palju aega. Teise päeva õhtuks on katus peal (*Ibid.*).
- Tootmishooned ja -seadmed on paljudel firmadel küllaltki heas seisus. Ka olemasoleva tehnoloogiaga suudetakse anda konkurentsivõimelist toodangut. Seadmeid suudetakse pidevalt uuendada (KPMG, EAS, 2002).
- Paljudel ettevõtetel on piisavalt tootmisvõimsusi, et toodangumahtu oluliselt suurendada (Kodumajatehase AS, 2003). Mõned saaksid mahtu kahekordistada (KPMG, EAS, 2002).
- Mõnedel firmadel on välja kujunenud pikaajalised koostöölepingud (*Ibid.*) mitmete klientidega (Lasita Maja, 2003). Isiklikud kontaktid hõlbustavad välisturule pääsemist (Karjus, 2003).
- Paljud ettevõtted on oma tööjõu juba välja koolitanud (KPMG, EAS, 2002).

### Nõrkused

- Raske on leida kvaliteetset oskustööjõudu, puidueriala on alaväärtustatud. See takistab ettevõtete kiiret kasvu. Vaja oleks näiteks laudseppi, ehitajaid ja metallitöölisi. Probleemiks on ka töötajate töösse suhtumine ja töökultuur (KPMG, EAS, 2002; Kuldkepp, 2003) ning madal tööviljakus (Astel, 2003). Kui Rootsisis oli 2002. aastal keskmine käive töötaja kohta 3,6 mln kr (The National..., 2003), siis Eestis jääb see enamikus firmades alla miljoni krooni. Eranditeks olid Kodumajatehase AS, AS Palktare ja OÜ Mountain Loghome, kus see oli veidi üle miljoni (vt lisa 1).
- Suvel on raske tööjõudu leida, sest siis ehitatakse rohkem (Karjus, 2003).

- Välismaal nõutakse lepinguid, kus on ette nähtud vähemalt sealse miinimumpalga maksmine. See tõstab kulusid (Kuldkepp, 2003).
- Oma tegevust alles alustanud ja/või väikeettevõttel on raske laenu saada (Karjus, 2003; Kuldkepp, 2003). Väikesel firmal on raske end ka Eestis reklaamida (Karjus, 2003).
- Eesti turul käib hinnasõda, väiksemad ettevõtted müüvad odavat, kuid madalakvaliteedilist toodangut. Konkurents on väga tihe. Samas ei väärtusta kohalik tarbija veel piisavalt kvaliteeti. Loodetakse, et ka odav maja on väga hea (KPMG, EAS, 2002; Kuldkepp, 2003). Odavad tegijad viivad puitmaja maine alla, öeldakse, et palkmaja ei ole soe, seal pole võimalik elada, laseb vett läbi jne (Kuldkepp, 2003).
- Võrreldes turul kauem tegutsenud välismaa tootjatega napib mitmetel Eesti ettevõtetel kogemusi, seetõttu esineb eriti tootmise algperioodil mitmeid kvaliteediprobleeme (*Ibid.*).
- Välisturgudel on samuti tihe konkurents. Sinna on tundmatul firmal raske siseneda. Peale maine peab olema ka oma turustusvõrk (KPMG, EAS, 2002). Paljud müüvad sinna edasimüüjate vahendusel, aga see vähendab kasumit. Tuntud ettevõtted võivad isegi Eesti majadest kehvemaid kallimalt müüa (Kuldkepp, 2003).
- Puitmajade turusituatsioon Euroopas on halb (AS Astel, 2003).
- Mõned välismaised ostjad on püüdnud siinseid tootjaid petta, jättes kauba eest maksmata (Kuldkepp, 2003).
- Talveperioodil, eelkõige detsembris ja jaanuaris, on majade müük ebastabiilne (Astel, 2003, Kuldkepp, 2003), sest nõudlus on väiksem, kuigi ka siis oleks võimalik sama palju ehitada (Karjus, 2003). Eriti suured probleemid on selles osas aiamajaturul (Lasita Maja, 2003).
- Eestis napib kvaliteetset puitu (Karjus, 2003), mis sunnib firmasid seda importima (Varola, 2003). Venemaal on puitu küll palju, aga selle kvaliteet pole alati piisav (Kuldkepp, 2003). Probleeme on ka imporditava tooraine hinna ja tarne-

tähtaegadega (KPMG, EAS, 2002). Väiksemad kohalikud tootjad ei suuda samuti puidu kvaliteeti tagada (Karjus, 2003).

- Toormaterjal, eriti saepalk, on kallis, ta kallines 2002. aastal ja sama suund jätkub (AS Astel, 2003; OÜ Varola, 2003). Samas erinevad tootjate hinnad küllaltki olulisel määral (Kuldkepp, 2003). Kaugemalt ostes on transpordikulud suured (Karjus, 2003).
- Firmadel napib finantsressursse, et investeerida piisavalt uurimis- ja arendustegevusse (KPMG, EAS, 2002). Aeg-ajalt on probleemiks ka käibevahendite puudus (RPM, 2003).
- Napib infot eri riikides nõutavate sertifikaatide ja standardite kohta (KPMG, EAS, 2002).
- Napib koostööpartnereid (*Ibid.*).
- Erialaliidud ja riiklikud institutsioonid pole piisavalt aktiivsed (KPMG, EAS, 2002). Firmadel napib infot nende tegevuse ja pakutava abi kohta (Karjus, 2003).
- Mõnedel ettevõtetel napib tootmisvõimsusi (KPMG, EAS, 2002) või on probleeme seadmetega: need ei taga soovitud tootmiskahtu ja kvaliteeti (Astel, 2003).
- Mitmetel firmadel pole ISO 9001 sertifikaate (Lasita Maja, 2003; Ökoehituse AS, 2003).
- Nõrgenev Jaapani jeen raskendab müüki seelsel turul (Honkarakenne, 2003).
- Merekonteinerisse on puitmajadetaile raske ära mahutada (Rozental, 2001).
- Väikseid tootekoguseid ei saa meritsi vedada, aga maismaatransport on kallim (Karjus, 2003).

### **Võimalused**

- Tulevikus peaks Eesti turg korrastuma, mis kergendab kõrgema kvaliteediga majade tootjate olukorda. Ka Eesti firmade tuntus ja maine välisurgudel kasvab (KPMG, EAS, 2002).
- Soome, Iirimaa, Saksamaa ja teised EL liikmesriigid ei saa enam Eesti tootjate eest oma turgu kaitsta (KPMG, EAS, 2002; Kuldkepp, 2003).

- Suureneb Prantsusmaa, Itaalia ja Hispaania ning Aasia, eriti Jaapani osatähtsus ekspordis (KPMG, EAS, 2002). Võimalusi peaks olema ka Venemaa turul (Kuldkepp, 2003).
- Maailmas peaks nõudlus palkmajade järele kasvama. Praegu ehitatakse neid aastas üle 60 000 (Honkarakenne, 2003). Suurem tulevik peaks seejuures olema nelikantpalkmajadel ning nendel, kus ühendatakse erinevaid materjale: puitu, terast, klaasi, plaate jne (Heikkilä, Suikkari, 2002).
- Eesti firmadega on võimalik senisest tihedamat koostööd teha – näiteks suurte projektide korral või transpordi alal (Karjus, 2003).
- Mõnel firmal on veel võimalusi toote omahinna alandamiseks, kvaliteedi tõstmiseks ja suuremate püsiklientide leidmiseks (Matek, 2003).
- Tootmismahu tõstmiseks on mitmel ettevõttel vabu võimsusi. Palju lisaressursse ja töötajaid pole vaja (Karjus, 2003).
- Madalama hinna pakkumise asemel võiks rohkem arendada oma kaubamärki. Nii võib saada senisest kõrgemat hinda ja leida seejuures rohkem ostjaid (Kuldkepp, 2003). Võrreldes näiteks Norra ja Eesti ehitushindu, võib Eesti tootja oma hindu veel piisavalt tõsta (Karjus, 2003).
- Veel on võimalik tõsta teeninduskvaliteeti ja rohkem arvestada kliendi vajadusi (Mountain Loghome, 2002).
- Kaasata võib välisosanikke. Selle kaudu peaks lihtsustuma ligipääs kapitalile ja välisturgudele (Karjus, 2003).

## **Ohud**

- Peatselt tugevnevad Poola, Läti ja Leedu tootjad (KPMG, EAS, 2002).
- Suurenevale toodetekogusele on ostjaid raske leida (Karjus, 2003).
- Ekspordi suurendamist takistavad tööjõu ja finantseerimise probleemid (KPMG, EAS 2002; Karjus, 2003).
- Odavamate puumajade ekspordi takistavad transpordikulud (Karjus, 2003).

- Mõnel turul (aktiivsemat) tegutsemist segab puudulik keeleoskus (*Ibid.*).
- Personal ei suuda suureneva tööhulgaga hakkama saada (Kodumajatehase AS, 2003).
- Suuremate majade ehitamiseks on vaja tööjõudu juurde palgata (Karjus, 2003).
- Toormeprobleemid võivad süveneda (KPMG, EAS, 2002; Karjus, 2003).
- Majanduslanguse korral väheneb huvi majaostu vastu (Karjus, 2003).
- Nõrgemad tootjad peavad turult lahkuma (KPMG, EAS, 2002).
- Olulise koostööpartneri/kliendi loobumine viib firma väga raskesse seisu (Karjus, 2003).

## Kokkuvõte

Ülaltoodu põhjal võib järeldada, et Eesti puitmajatootjate olukord on üsna hea: paljud firmad on juba jõudnud välisturgudele (nt Norras, Soomes ja Tšehhis on Eesti suuruselt teine puitmajade impordipartner) ja loonud pikaajalisi sidemeid nii Eestis kui välismaal. Mitmete tootjate eeliseks väliskonkurentidega võrreldes on paindlikkus, kvaliteet ja hind, mõnel firmal pole probleeme ka seadmete, tootmisvõimsuste ega tööjõuga. Samas on paljudel ettevõtetel ka arenguruumi: näiteks tuleks välja arendada oma kaubamärk, teha (Eesti) firmadega rohkem koostööd ja ühe võimalusena kaaluda ka välisosaniku kaasamist (samas ei pruugi see ettevõtet alati aidata, nagu selgus käesoleva kogumiku esimeses osas).

Puitmajatootjate arengut võivad takistada oskustööjõu ja tooraine nappus, kogemuste, informatsiooni ja finantsressursside puudus, suured turukõikumised ja toomise ning müügi sesoonsus. Riigil tuleks kindlasti pöörata rohkem tähelepanu tööjõu koolitusele ja ettevõtete informeerimise parandamisele.

**Lisa 1.** Puitmajatootjate majandusnäitajad 2002. aastal

<b>Firma nimi, asukoht (välisosaluse % ja riik*) ning põhitegevusala</b>	<b>Käive (eksport), kasum mln kr ja (töötajate arv)</b>	<b>Kolm peamist eksporditurgu (% käibest)</b>
Kodumajatehase AS, Tartu (0), puitkarkassehitiste projekteerimine, tootmine ja ehitamine	204,4, (200,3), 38,2, (165)	Norra 87, Soome 11, Rootsi 0
AS Astel, Räpina (0), puidust (aia)majade tootmine, saematerjali tootmine, ümarpuidu müük	58,4, (27,3), 2,3, (150)	Saksamaa 16, Leedu 10, Rootsi 8
Skan Holz Helme AS, Helme (Saksamaa 78), aiamaajade tootmine	54,7, (48,7), 1,6, (71)	Tšehhi Vabariik 89, Saksamaa 9
OÜ Varola, Räpina (0), puidust aiamaajade, kaubaaluste ja saematerjali tootmine	50,3, (47,4), 3,5, (89)	Saksamaa 51, Leedu 25, Hispaania 9
AS Rakvere Metsamajand, Rakvere (0), puidust kokkupandavate ehitiste ja akende valmistamine ja müük	40,9, (33,4), 3,5, (110)	Saksamaa 53, Taani 18, Prantsusmaa 5
OÜ Matek, Tallinn (0), puitmajade ja -konstruktsioonide valmistamine ja turustamine	39,1, (31,8), -0,5, (59)	Saksamaa 31, Norra 25, Rootsi 11
AS Lasita Maja, Tartu (0), puitmajade ja -konstruktsioonide valmistamine	35,3, (33,0), -1,4, (61)	Saksamaa 86, Rootsi 4, Suurbritannia 1
OÜ Valmeco, Jõgeva (0), palkide saagimine ja toodetud materjalist pruss(aia)majade tootmine ja turustamine	32,9, (0,6), 0,5, (134)	Saksamaa 2***
Ritsu AS, Helme (0), palk- ja freesprussmajade ning puidutöötlemismasinade valmistamine	32,7, (23,1), 1,7, (111)	Saksamaa 50, Hispaania 8, Norra 3
AS RPM, Elva (0), ümarpalgist elumajade, saunade ja suvemajade tootmine	29,4, (22,9), 1,9, (71)	Jaapan 41, Saksamaa 19, Hispaania 11

## Lisa 1 järg

<b>Firma nimi, asukoht (välisosaluse % ja riik*) ning põhitegevusala</b>	<b>Käive (eks- port), kasum mln kr ja (töötajate arv)</b>	<b>Kolm peamist eksportturgu (% käibest)</b>
AS Palktare, Saku (0)**, puit- majade müük ja projektijuhti- mine	22,3, (18,6), 0,7, (13)	Saksamaa, Jaapan
Mountain Loghome OÜ, Saku, (Saksamaa 30**), ehitus- detailide ja konstruktsioonide projekteerimine, müük ja monteerimine ning puidu töötlemine	15,7, (11,3), 0,9, (10)	Saksamaa 61, Hispaania 6, Prantsusmaa 4
OÜ Palmatin, Tallinn (0)**, palkmajade ehitus	12,4, (10,6), 0,3, (15)	Saksamaa 32, Hispaania 24, Rootsi 12
Ökoehituse AS, Võnnu****, koostatavate palkmajade ehitus	12,0, (10,2), 0,2, (35)	Saksamaa, Norra, Hispaania
OÜ Scanhouse, Tartu (0), kok- kupandavate majade tootmine	5,4, (2,8), -0,04	Norra, Rootsi

\* Mõeldud on suurima välisinvestori päritolumaad.

\*\* Firma 2003. aasta käive oli 340 ja eksport üle 323 mln krooni.

\*\*\* Kõik andmed pärinevad 2001. aastast.

\*\*\*\* OÜ Valmeco realiseerib oma tooteid AS Espak vahendusel. Peamised kliendid asuvad Saksamaal, Austrias ja Hollandis.

\*\*\*\*\* Firma otsesed omanikud on kõik registreeritud Eestis, aga enamus-  
omanik (53%) – Mountain Loghome – kuulub osaliselt Saksa kapitalile.

Allikad: AS Astel, 2003; AS Palktare, 2002; AS RPM, 2003; Kodumajatehase AS, 2003; AS Lasita Maja, 2003; AS Rakvere Metsamajand, 2003; Mountain Loghome OÜ, 2002; OÜ Matek, 2003; OÜ Palmatin, 2002; OÜ Scanhouse, 2003; OÜ Varola, 2003; OÜ Valmeco, 2003; Ritsu AS, 2003; Skan Holz Helme AS, 2003; Ökoehituse AS, 2003.

## Lisa 2. Honkarakenne tutvustus

**Honkarakenne** loid 1958. aastal viis venda: Viljo, Nestori, Arvo, Eino ja Reino Saarelainen. Eksportima hakati 1970. aastatel. 1987. aastal läks ettevõtte börsile (2002. a kuulus vendadele ja nende perekonnaliikmetele 26,8% aktsiakapitalist) ja sellest sai alguse firma kiire areng. Tänapäeval toodab, turustab ja ekspordib puitmaju (62% käibest), -saunu ja aiamaaju (6%), puidust suvemaju (26%) ja aiamööblit (6%). Tema 2002. aasta käive oli 86 miljonit eurot (1,4 mld kr) ja kahjum 1,1 miljonit eurot (17 mln kr). FIRMAS TÖÖTAS 2002. aastal 444 inimest, neist 37 välismaal. Honkarakennel on tütarettevõtted neljas riigis: Saksamaal, Prantsusmaal, Jaapanis ja USAs, kuid tootmine toimub ainult Soomes, kus ettevõttel on viis tootmisüksust. Firma maju müüakse 25 Euroopa riigis (sealhulgas Eestis, Lätis ja Venemaal, kuid mitte Rootsis ega Norras) ning ka viies riigis väljaspool Euroopat (Hiinas, Liibanonis, USAs, Jaapanis ja Lõuna-Koreas), tulevikus kaalutakse pigem turgude arvu vähendamist kui suurendamist. Põhiturgudeks on Soome (2002. aastal 36% käibest), Saksamaa (25%), Jaapan (18%) ja Venemaa (8%). Aastas ehitab see ettevõtte 4000 palkmaja (umbes 5% maailmas toodetust), mis teeb Honkarakennest maailma suurima palkmajatootja. Firma peab oma põhitugevusteks disaini, teenindust ja kõrget kvaliteeti. 2002. aastal investeeriti uurimis- ja arendustegevusse 1,2 miljonit eurot (19 mln kr).

Allikad: Honkarakenne kodulehekülg [[www.honka.com](http://www.honka.com)] ja Lexis-nexis andmebaas [[www.lexis.com](http://www.lexis.com)].

