

E-Eesti rahvusvahelise maine uuring

Sisukord

Terminoloogia	3
Uuringu eesmärk ja meetodika kirjeldus.....	4
1 Uuringu tulemused.....	6
1.1 Digitaliseerimine ja digitaalselt arenenud riik	6
1.1.1 Digitaliseerimise väljakutsed	7
1.2 E-Eesti rahvusvaheline maine	9
1.2.1 Eesti tajumine digitaalselt arenenud riigina	9
1.3 E-Eesti bränd	13
1.3.1 E-Eesti brändi tunnus ja maine.....	13
1.3.2 Infokanalid	16
1.4 e-Eesti esitluskeskus	19
1.5 E-valitsemise tavad ja suundumused teistes riikides	26
1.5.1 Covid-19 mõju	28
1.5.2 Digitaliseerituse tase riikide kaupa ja avatus koostööks Eesti ettevõtetega	28
1.6 E-Eesti maine baastase	35
1.6.1 <i>Ex ante</i> küsimustiku baastase	35
1.6.2 <i>Ex post</i> küsitluse baastase	36
1.7 Potentsiaalsed riigid, kellele oma tegevust suunata - e-Eesti rahvusvahelise maine indeks	37
1.7.1 E-Eesti rahvusvahelise maine indeksi jaoks kasutatud andmed	39
1.7.2 E-Eesti rahvusvahelise maine indeksi tulemused.....	42
2 Täiendavad ettepanekud e-Eesti arendamiseks	45
LISA 1. Vastajate profiil	50
LISA 2. <i>Ex ante</i> vastuste ülevaade	53
LISA 3. <i>Ex post</i> vastuste ülevaade	62
LISA 4. E-Eesti rahvusvahelise maine indeksi arvutuskäik ja ülesehitus	68
Indeksi ülesehitus	68
Indeksi detailne struktuur	69

Terminoloogia

Tabel 1. Terminoloogia	
Termin	Definitsioon
E-valitsus	ÜRO kohaselt viitab e-valitsus info- ja kommunikatsioonitehnoloogia kasutamisele valitsusteenuste tõhusamaks osutamiseks kodanikele ning ettevõtetele, st vähendades finantskulusid ning toiminguaegu, et parendada töövoogu ja võimaldada ressursside tõhusat kasutamist. ¹ Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsiooni (OECD) esitatud ametlik e-valitsuse määratlus viitab tehnoloogiate kasutamisele olemasolevate protsesside täiustamiseks, eristades seda digitaalsest valitsusest, mis tähistab tehnoloogiate kasutamist teenuste uuenduslikumaks muutmiseks. ² Selle uuringu jaoks laiendatakse „e-valitsuse“ määratlust, et see hõlmaks ka „digitaalse valitsuse“ uurimisvaldkonda, kuna mõlema termini kasutamine nende erineva tähenduse tõttu raskendaks asjatult uurimisprotsessi.
Lühend	Täisnimi
e-EMI	E-Eesti rahvusvahelise maine indeks
e-EEK	e-Eesti esitluskeskus
ÜRO	Ühinenud Rahvaste Organisatsioon
EL	Euroopa Liit
WTO	Maaailma Kaubandusorganisatsioon
OECD	Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsioon
MP	Maailmapank
IKT	Info- ja kommunikatsioonitehnoloogia
OGDR	Avatud valitsuse andmete aruanne
GII	Globaalne innovatsiooniindeks
ÜRO EGDI	ÜRO e-valitsuse arengu indeks
NBI	Anholt Ipose rahvusbrändide indeks
TIII	Kaasava interneti indeks
NRI	Võrgustatud valmisoleku indeks
DGSS	Digitaalse valitsuse / GovTech-süsteemide ja teenuste andmebaas
GNI	Kogurahvatulu

¹ Ühinenud Rahvaste Organisatsioon, e-valitsuse uuring. UN E-Government Knowledgebase. Saadaval:

<https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About>

² OECD (2014). Recommendation of the Council on Digital Government Strategies. Saadaval: <http://www.oecd.org/gov/digital-government/Recommendation-digital-government-strategies.pdf>

Uuringu eesmärk ja metoodika kirjeldus

Uuringu „e-Eesti rahvusvahelise maine uuring“ viis Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse ja Riigi Infosüsteemi Ameti tellimisel läbi turu-uuringute ja ekspordi konsultatsioonifirma GatewayBaltic Ltd. Uuring viidi läbi ajavahemikul 15. juuni 2020 – 15. juuni 2021, selle veebiküsitluse etapp kestis 28. augustist 2020 kuni 18. aprillini 2021 ja ekspertide intervjuud tehti 15. oktoobrist 2020 kuni 1. märtsini 2021. „e-Eesti rahvusvahelise maine uuring“ viidi läbi Euroopa Liidu struktuuritoetuse toetuskeemist „Infoühiskonna teadlikkuse tõstmine“ Euroopa Regionaalarengu Fondi rahastusel.

Uuringu peaeesmärk oli hinnata Eesti e-riigi rahvusvahelist mainet, uurides e-Eesti maine tuntust rahvusvahelisel tasandil, samuti peamiste avalike teenuste, nagu e-identiteet, e-hääletamine, e-maksuamet, e-tervis, e-haridus jne, mainet. Uuring keskendus avaliku sektori spetsialistide, ettevõtjate ja meedia esindajate arvamuste kindlaksmääramisele.

Uuring keskendus e-Eesti esitluskeskuse teenuste kasutajate ja rahvusvaheliste digitaliseerimise ekspertide arvamuste väljaselgitamisele ning vastas järgmistele küsimustele:

- Defineeri mõiste „digitaalselt arenenud riik“. Millisel positsioonil näevad teised riigid Eestit digitaliseerimises võrreldes endaga?
- Kuidas tajutakse e-Eesti brändi rahvusvahelises üldsuses?
- Kui konkurentsivõimeline on e-Eesti bränd rahvusvaheliselt (digitaliseerimise arengus võrreldes teiste riikidega)?
- Millised tegurid määravad e-Eesti brändi konkurentsivõimelisuse? Kuidas mõjutada neid tegureid, et suurendada rahvusvahelist konkurentsivõimet?
- Milliseid kasutaja vajadusi olemasolevad ja potentsiaalsed e-teenused tänasel päeval nende riigis ei rahulda? Millised on nende teenuste peamised sihtturud? Millised digitaalsed probleemid vajavad tulevikus rohkem tähelepanu ja millised on hõlpsasti saavutatavad eesmärgid?
- Kas e-Eesti bränd (ja täpsemalt e-Eesti esitluskeskus) julgustab tegutsema? Kui avatud on teised riigid koostööle Eesti ettevõtetega e-teenuste arendamisel?
- Kui edukad on olnud e-Eesti praegused turundustegevused? Kas on valitud õiged kanalid?

Uuringu raames tehti järgmist:

- + [E-Eesti esitluskeskuse külastajate seas viidi läbi uuring](#), mis võimaldaks hinnata ja võrrelda sihtrühma arvamusi ning hoiakuid nii enne (*ex ante*) kui ka pärast (*ex post*) külastajate osalemist e-EEKi esitlusel. Koguti rohkem kui 200 *ex ante* ja 200 *ex post* vastust, et saada ülevaade (lisa 1, lisa 2, lisa 3). Veebiküsitlus hõlmas järgmisi teemasid: üldised digitaliseerimise tendentsid; e-valitsemise tavad konkreetses riigis; e-Eesti rahvusvaheline maine ja kogemused sellega. Mõlema küsitluse variandi puhul oli levitamine ja andmete kogumine veebipõhine, küsitlus viidi läbi pilvepõhisel küsitlusplatvormil ning küsitluse lingid saadeti osalejatele e-Eesti esitluskeskuse e-posti teel. Kõik küsitlused olid ingliskeelsed. Küsitlusankeedid hõlmasid suures osas kinniseid küsimusi, enamik vastused määrati Likerti skaala abil, võimaldades seega kodeerida vastuste arvvärtusi ja normaliseerida punktide koguarv vahemikus 1–5.
- + [E-Eesti kuvandi ja maine hindamiskaala loomine](#). See hõlmas e-Eesti kuvandi ja maine baastaseme loomist küsitluse tulemuste põhjal, pakkudes aluse küsitluse edasiseks võrdluseks pikaajalises ja lühiajalises perspektiivis ning võimaluse riikide põhiseks analüüsiks.
- + [Töötati välja e-Eesti rahvusvahelise maine indeks](#). Indeks määrab e-Eesti esitluskeskuse edasise tegevuse potentsiaalsed sihtturud. Indeks põhineb strateegial, mille aluseks on IKT sektorite olemasolev koostöö teiste riikidega koos riikide digitaliseerituse taseme ja uuringu ülevaadetega.

- + Viidi läbi põhjalikud ekspertintervjuud digitaliseerimise ekspertidega üle maailma, et tagada kvalitatiivsed andmed suundumuste analüüsimiseks (vt lisa 1). Intervjuueriti 30 rahvusvaheliselt tunnustatud digitaliseerimiseksperdi nii avalikust- kui ka erasektorist ning digitaliseerimise teemadele keskendunud meediaesindajaid. Intervjuud käsitlesid järgmisi teemasid: üldised digitaliseerimise tendentsid; e-valitsuse tavad konkreetses riigis; e-Eesti rahvusvaheline maine ja kogemused sellega. Iga ekspertintervjuu kestis 60–90 minutit.

Uuringu piirangud

E-Eesti esitluskeskuse (edaspidi: e-EEK) kliendiuuring viidi läbi esmakordselt. Seega esines uurimisel erinevad piirangud, mida tuleks arvesse võtta andmete vaatlemisel ning analüüsimisel:

- + **Uuring viidi läbi Covid-19 pandeemia puhangu ajal.** Covid-19 ja reisipiirangute tõttu said vähesed inimesed külastada e-EEKi füüsiliselt, seetõttu oli kogu valim palju väiksem. Samuti oli esindatud rohkem riike kui esialgu plaanitud. Lisaks muutus pandeemia ajal ärikultuur füüsilisest virtuaalseks.
- + **Küsitluse valim ja kallutatud vastused.** Kuna küsitluse valimisse kuulusid e-EEKi külastajad, tuleks uuringu tulemusi analüüsid arvestada, et vastused võivad anda kallutatud ülevaate. Küsitluse vastustest selgub, et 81% vastanutest nõustuvad, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises, seega peetakse neid vastanuid küsitluse lojaalseteks või kallutatud osalisteks.
- + **Piiratud esindatus.** Ehkki küsitlus raames laekus 407 nõuetekohast vastust, oli kokku esindatud 98 riiki, mille tulemusena olid pooled riigid esindatud vaid 1–2 vastusega. Seega ei saa riikide kohta üksikasjalikku analüüsi koostada, samas näitab see, et teave e-Eesti kohta on levinud kogu maailmas ning Eestis pakutavate võimaluste vastu tuntakse ülemaailmset huvi.
- + **Andmete kallutatatus.** Vastajate arvu ebaühtlane jaotus riikide lõikes tähendab, et tulemused on paratamatult kallutatud suurema vastuste arvuga riikide vastuste kajastamise suunas. Seda tuleks andmete tõlgendamisel ja üldiste järelduste tegemisel arvestada.
- + **Vastajate ebaühtlane jaotumine sektorite kaupa.** Uuringu üks põhieesmärke oli küsitleda vastajaid nii avalikust- kui ka erasektorist ja ka meediavaldkonnast. Osalejaid oli erinevatest sektoritest ja kuigi meedia ning akadeemiline sektor olid lahus, olid nende sektorite vastused mahult oluliselt väiksemad (umbes 20% kõigist vastanutest) kui teiste sektorite puhul (80% kõigist vastanutest olid avaliku ja erasektori esindajad).
- + **Väiksem vastuste arv osadele küsimustele.** Võrreldes *ex ante* küsitlustega oli vastajate valmisolek *ex post* küsitluste täitmiseks väiksem. Selle põhjuseks võib olla asjaolu, et vastajate huvi kipub pärast sündmuse toimumist olema üldjuhul madalam. Seda tuleks järgmistel aastatel küsimustikku kohandades arvesse võtta. *Ex post* küsitlust tuleks kindlasti kasutada mõju mõõtmiseks, kuid järgmise küsitluse huvides on soovitatav kasutada loominguilisemaid viise *ex post* vastuste osakaalu suurendamiseks - nt paluda e-EEKi külastajatel kulutada täiendavad 5 minutit, et täita *ex post* küsimustik, kui nad on veel e-EEKis kohapeal (füüsilise visiidi korral), või pakkuda mõningaid eeliseid või stiimuleid (tasuta konsultatsioon jms) neile, kes täidavad küsitluse, et suurendada vastamismäära.
- + **Sektorispetsiifilised vastused.** Covid-19 pandeemia põhjustatud reisipiirangute tõttu kuulas üldesitlust e-EEKis kohapeal palju vähem külastajaid kui pandeemia eelsel ajal ning muutunud oludest tingituna hakkas e-EEK läbi viima ka Digital Discussion'eid. Seetõttu saadeti veebiküsitlused ka Digital Discussion'il osalenutele. Iga Digital Discussion oli suunatud ühele konkreetsele teemale (nt e-haridus, e-tervis, küberturve, e-identiteet), mistõttu olid nendes osalenute vastused sektorispetsiifilisemad võrreldes nendega, kes osalesid e-Eesti üldettekandel (veebis või kohapeal füüsiliselt), kuna viimastel oli pärast esitlust laiem perspektiiv Eesti digitaalsete saavutuste kohta.

1 Uuringu tulemused

1.1 Digitaliseerimine ja digitaalselt arenenud riik

Digitaalmajandus pidevalt arenev valdkond, mida on raskeüheselt määratleda ja eksisteerib suur hulk erinevaid definitsioone ja indekseid. Globaalse definitsiooni on OECD sõnastanud järgmiselt: „digitaalmajandus hõlmab kogu majandustegevust, mis sõltub digitaalsetest sisenditest, sealhulgas digitaaltehnoloogiast, digitaalsest infrastruktuurist, digitaalsetest teenustest ja andmetest. See viitab kõigile tootjatele ja tarbijatele, sealhulgas valitsustele, kes kasutavad digitaalseid sisendeid oma majandustegevuses.“³

Digitaalmajanduse definitsioon koosneb kolmest tasandist – baasist ning kitsast ja laiast tasandist, mis viivad digitaalühiskonnani. Seega on digitaalmajanduse valdkonna mis tahes muu alammääratlus tuletatud selle definitsiooni baasist ja digitaalse tegevuse areng on digitaalse tegevuse baasist samm edasi üldise digitaalühiskonna poole.

Joonis 1. OECD digitaalmajanduse mitmetasandilise määratluse aluseks olev skeem

3 digitaalmajanduse taset	Digitaalühiskond			Muu tegevus, mis on oluliselt digitaalsetest sisenditest või mis on oluliselt suurenenud tänu nendele
	Lai			
	Kitsas		Tootjate majandustegevus, mida digitaalsed väljundid oluliselt suurendavad	
	Baas	Digitaalsetele väljunditele tuginevate tootjate majandustegevus		
	Digitaalse sisu, IKT toodete ja teenuste tootjate majandustegevus		Majandustegevus, digitaalselt tellitud ja digitaalselt teostatud	

Uuringu üheks uurimisküsimuseks oli „digitaalselt arenenud riigi“ mõiste ja arusaamade kindlaksmääramine. Kuna puudub üldtunnustatud mõiste „digitaalselt arenenud riik“, paluti digitaliseerimise ekspertidel määratleda, kuidas nemad sellest aru saavad. Ekspertide hinnangul tähendab digitaalselt arenenud riik, et riik jätkab kõigi igapäevaste toimingute tegemist, kaasates kõiki demograafilisi rühmi (sealhulgas eakaid, puuetega inimesed, noored jne), ettevõtteid ja valitsust, ilma et tekiks vajadus näost näkku kohtuda. See tähendab, et enamik olulisi teenuseid on veebis kättesaadavad.

Digitaalse arengu tase on oleneb paljudest teguritest, mida võib jagada nelja põhilisse rühma.

1. **Kättesaadavus** – kodanikele pakutavate digitaalsete teenuste arv ja nende kasutus, lai infrastruktuuri katvus (interneti leviala, seadmed) ning taskukohane mobiilsideühendus.

Do you still need to use paper? Do you still need to go somewhere physically? Are you able to do things online? Are the government offices and different types of these services that you consume, are they able to use information and data, so that you do not need to refill again and again?

Samuli Savo, CDO, Stora Enso

³ OECD. Roadmap toward a common framework for measuring digital economy. Saadaval: <https://www.oecd.org/digital/ieconomy/roadmap-toward-a-common-framework-for-measuring-the-digital-economy.pdf>

2. **Mugavus** – kvaliteetsed ja kasutajasõbralikud avalikud veebiteenused.
3. **Tehnoloogilised lahendused** – võimalus lisada pidevalt uusi funktsionaalsusi; digitaalne suveräänsus (kuivõrd riigile kuulub tehnoloogia, mida kasutatakse).
4. **Suhtumine ja tegutsemine** – kas on avatud meelega kodanikke, poliitilist tahet muuta asjaajamine läbipaistvamaks ja kas rakendatakse tehnoloogiaid, et aidata inimesi ja muuta nende elu lihtsamaks.

I think that at first, education is a long-term key to make a country digitally steady. In every area of education, digitalisation must be present.

Christian Baudis, digiettevõtja ja MyDigitali asutaja

Ekspertide sõnul iseloomustab digitaalselt arenenud riike **digitaliseerimine hariduses, tervishoius ja maksunduses ning idufirmade olemasolu**. Digitaalselt arenenud riigi puhul on oluline tagada, et ka muud riiklikud teenused oleksid veebis täielikult kättesaadavad – alates kinnisvara ostmisest, auto registreerimisest kuni juhiloa uuendamiseni. Digitaalse ühiskonna poole liikumisel on esmatähtis üldine haritus ja **digitaalsed oskused**. See algab lastele ja noortele tehnoloogia ning digitaliseerimise tähtsuse õpetamisest, et elanikkond oleks digiteadlik.

Digitaalselt arenenud riikides peavad olema ka kiiresti kohanevad kodanikud, kellel on võime aru saada, mis neile kasulik on. Ühest küljest suudavad digitaalse ja andmekeskse mõtteviisiga asutused ja valitsused luua edukaid digitaliseerimisstrateegiaid ning toetada ettevõtteid ja kodanikke kohanema digitaalsema keskkonnaga. Teisest küljest on avatud mõtteviisiga ja uuendusmeelsed kodanikud innukamad digitaalsete muutustega kohanema ning neid omaks võtma. Seega on elanikkonna üldise mõtteviisi nimel töötamine ülioluline, et saada digitaalselt arenenud ühiskonnaga riigiks.

Tõhusa ja avatud e-valitsuse peamised omadused on järgmised:

1. **Universaalsus** – kaugteenuste kättesaadavus kõigile kodanikele, erinevate ametiasutustega suhtlemine otse kodust või töölt, mis säästab aega.
2. **Usaldusväärsus** – hõlmab usaldust valitsuse vastu üldiselt, läbipaistvust, usaldust, et andmeid hoitakse turvaliselt, ja samuti seda, et süsteemid töötavad katkestusteta.
3. **Koostalitlusvõime** – lihtne koostöö riigi- ja erinevate asutuste vahel eri riikides, hõlbus kasutada nii valitsusel kui ka kodanikel ning ettevõtetel.
4. **Kasutajakesksus** – teenused peaksid olema arusaadavad, intuiitiivsed ja kasutajasõbralikud ning ka eakatele lihtsasti kasutatavad.
5. **Kulutõhusus** – hea tasakaal investeerimiskulude ja tegeliku mõju vahel.

If I have a good e-government solution, I can understand the needs of the country in real time. I can understand the problems with health care, the problems with business.

Dinis Guarda, Ztudiumi asutaja ja tegevjuht

1.1.1 Digitaliseerimise väljakutsed

Digitaliseerimisega kaasneb ka rohkelt väljakutseid. Nii kodanikel kui ka valitsustel on muresid ja eelarvamusi digitaliseerimise tehniliste ning eetiliste aspektide suhtes. Ekspertintervjuude kohaselt on tulevikus suuremat tähelepanu nõudev väljakutse seotud **andmete ohutuse ja turvalisusega** ning uuringu käigus eristati veel 10 väljakutset:

1. **Isikuandmete kaitse, küberturve ja küberpettused** – küberturve käib käsikäes elanikkonna haridustasemega, kuhu kuuluvad küberoskused, küberhügieen ja e-pädevused. Mida rohkem igapäevaelust digitaliseerub, seda raskem on andmeid kaitsta. Seega on oluline valitsuse infosüsteemide turvalisus ja kaitse häkkimiste ning andmekao eest. Turvalisus on kriitiliselt oluline kuritegevuse ja küberterrorismi, pettuste, andmete kaotamise jms vältimiseks.
2. **Digitaalkeskkonnaga seotud õigusaktid ja õigused** – digitaalkeskkonnas tehakse toiminguid kiiresti, samas kui seadusandluse muutmine on tavaliselt pikk protsess. Seega nõuab digitaalagenda arendamine kiiret reageerimisega ning survet õigusraamistikule.
3. **Kõigile juurdepääsetavate digiteenuste** loomine – samal ajal kui digitaliseerimine lihtsustab inimeste elusid, on ka oluline tagada teenuse kättesaadavus kõigile. Seega tuleks pöörata tähelepanu majanduslikult ning digitaalse kirjaoskuste erinevatele tasemetele. Lisaks peavad valitsused tagama, et teenused oleksid kättesaadavad ka õpiraskustega inimestele, pimedatele või värvipimedatele inimestele, inimestele, kes ei räägi ametlikku riigikeelt, jne.
4. **Parem andmete integreerimine**
 - o Tehniline koostalitlusvõime – võimalus ühendada eri süsteeme ning pakkuda teavet riskasutamiseks, tagades andmete täpsuse, kättesaadavuse ja juurdepääsetavuse.
 - o Semantiline koostalitlusvõime – intelligentsemate viiside tagamine üksteisega suhtlemiseks (AI). Kui ELil oleks üksikasjalikumad tervishoiuandmeid, mida oleks võimalik ühendada Euroopa liikuvuse andmetega, võiks EL korraldada mitmesuguseid statistilisi uuringuid, et paremini mõista mustreid, viiruste mutatsioone või selle levikut teatud territooriumitel. Sellega paraneks otsuste tegemine ja nende tagajärgede jälgimine reaalsajas.
5. **Tehisintellekt** – tehisintellekti peetakse inimkonna jaoks pöördepunktiks. Ühest küljest peaksid valitsused tehisintellekti kaudu juba olemasolevaid andmeid „taaskasutama“, sest sellega oleksid nad paremini ette valmistunud võimalike probleemide korral – valitsused näeksid mustreid ja suudaksid hakata probleeme lahendama enne, kui need muutuvad märkimisväärseteks. Teisalt peaksid valitsused väga hoolikalt uurima mõjusid, mida tehisintellekt avaldab tööjõule ja sellele, kuidas töökohad muutuvad ning milliseid töökohti enam ei vajata.
6. **Suurandmed ja peaaegu reaalsajas analüüs** – kui varasemalt olid inimesed harjunud igakuiste ja kvartaalsete statistiliste analüüsidega, siis Covid-19 on juba praegu osutanud peaaegu reaalsajas andmete analüüsimise vajadusele. Olukord muutub iga päev ja see nõuab viivitamatut tegutsemist ning igakuised andmed on juba aegunud. Suutlikkus andmeid töödelda aitaks omavalitsustel hakata tegelema keeruliste probleemidega nagu halb õhukvaliteet, ummikud, töötus, vaesus jne.
7. **E-tervis** – eurooplased vananevad ning seega eeldatakse, et suur nõudlus on lahendustel, mis toetavad tervishoiusüsteemi ning tagavad vanemaealistele parema elukvaliteedi.
8. **Võimu monopoliseerimine geograafiliselt** – digitaliseerimise eestvedajad (Google, Amazon, Alphabet, Microsoft) on suured Ameerika ettevõtted. Lisaks tegutseb Aasias Alibaba. Euroopas ei ole midagi sellesarnast. Seega on Euroopa teistest sõltuv ja see tekitab märkimisväärset tasakaalutust.

So if someone misuses drones, robotics and AI all together, that is a very dangerous bunch. [..] Bad things could happen. That is why security really matters. If bad things happen, it will cause a back lash to digitalisation.

Hilary Mine, asepresident ja turuüksuste juht 11 riigis Nokia

9. **Poliitilise tasandi strateegiad** – on vaja poliitilisi strateegiaid, mis tagaksid, et kodanikud jääksid enda andmete omanikuks. EL peaks aitama kodanikel mõista ja muuta oma mõtteviisi, et inimesed on oma andmete ning digitaalse tegevuse omanikud; võimaldada neil uuesti kontrollida, milliseid andmeid ja kuidas neid jagatakse, samuti millal need kustutatakse.
10. **Anduritehnoloogiad** – järgmise paari aasta jooksul tekib palju uusi ja keerukaid viise, kuidas andureid erinevates sektorites kasutada - meditsiinist põllumajanduseni, keskkonnast inseneriteaduseni ja need muudavad ka olemasolevaid digitaliseerituse tasemeid.

Lihtsamini saavutatavad eesmärgid on aspektid, mis on juba tehniliselt võimalikud, seega on küsimus pigem harjumuste või kultuuri muutmises või lihtsalt uute protsesside rakendamises.

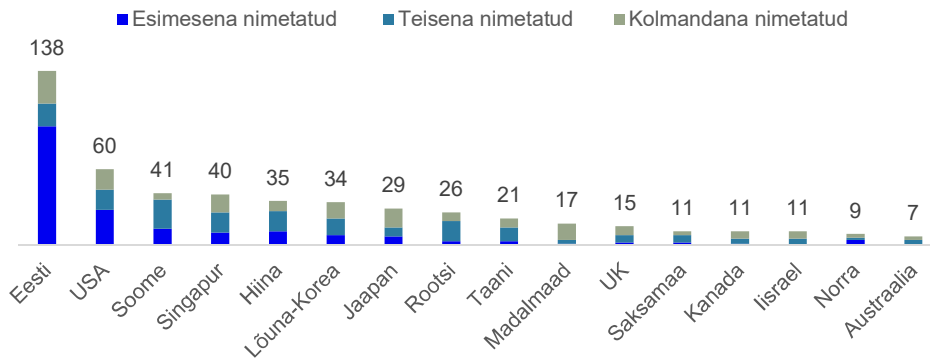
- + **Kaugkohalolek** – kõik teenused, mis vajasisid füüsilist kohtumist, näiteks arstivisiit, kooliskäimine, kontoritöö, peaksid olema kaug-kättesaadavad. See võib säästa palju aega ja muid ressursse, pakkuda paremaid tervishoiu-, haridus- ja töövõimalusi rohkematest maapiirkondadest pärit inimestele ning vähendada suurte linnade elanike kulusid.
- + **Nii nähtamatu kui võimalik** – muutke digitaliseerimise kaudu valitsus inimeste elus võimalikult nähtamatuks – rakendage kiiresti vajalikke lahendusi, lahendage probleeme ning tehke juhtimisotsuseid kiiremini ja tõhusamalt.
- + **Kasutajasõbralikud digitaalsed avalikud teenused** – pikka aega valitses arusaam, et enamik avalikest digiteenustest on raskesti kasutatavad ja pole kasutajasõbralikud. See ei tohiks nii olla – ekspertide sõnul on üsna lihtne teha avalikud teenused kättesaadavamaks ja visuaalselt ligitõmbavamaks.
- + Erinevad **digitaalsed uuendused kliimamuutustega võitlemiseks**. Digitaliseerimisel on oluline roll ELi eesmärgi saavutamisel, milleks on süsinikdioksiidi heitkoguste vähendamine 2050. aastaks, alustades ärireiside asemel veebikoosolekutega, lõpetades nutikodude ja päikeseenergia kasutamisega, mis annaksid suurtele tootmisettevõtetele märkimisväärse kokkuhoiu.
- + **Kõigi majandussektorite automatiseerimine ja digitaliseerimine**. Inimesed kalduvad arvama, et finants- ja kaubandussektor on digitaliseerimise eelkääjad. Selline traditsiooniline sektor nagu põllumajandus võib olla veelgi digitaliseeritum kui finantssektor, nii et ei ole majandusharu, kus digitaliseerimine ei mängiks olulist rolli.

1.2 E-Eesti rahvusvaheline maine

1.2.1 Eesti tajumine digitaalselt arenenud riigina

E-EEKi külastajad leiavad, et Eesti on digitaalselt arenenud riik ja rahvusvahelisel tasandil selge liider, kuna **70% vastanutest** seab Eesti maailma **TOP 3 digitaalselt arenenud riikide** hulka ja **48%** nimetas Eestit **enim digitaalselt arenenud riigiks maailmas**. Ehkki vastused võivad olla kallutatud, sest uuringu valimiks olid e-EEKi külastajad ja vastajad teadsid, et uuringu tellija on e-Eesti esitluskeskus, on uuringutulemuste järgi Eesti kahtlemata eesotsas. Eestile järgnevad USA, Soome, Singapur ning Hiina (Joonis 2). Lisaks on vastajad, kellel on digitaliseerimisteemade kohta keskmised, head ja väga head teadmised, tugevamalt nõus, et Eesti pakutavad digitaalsed lahendused on rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised, samas kui neil vastajatel, kellel on väga vähesed või vähesed teadmised, ei ole sageli oma arvamust. Piirkondlikust vaatenurgast on Eesti Euroopa ja Kesk-Aasia vastajate esmane valik.

Joonis 2. K – Nimeta kolm riiki maailmas, mis on digitaalselt enim arenenud

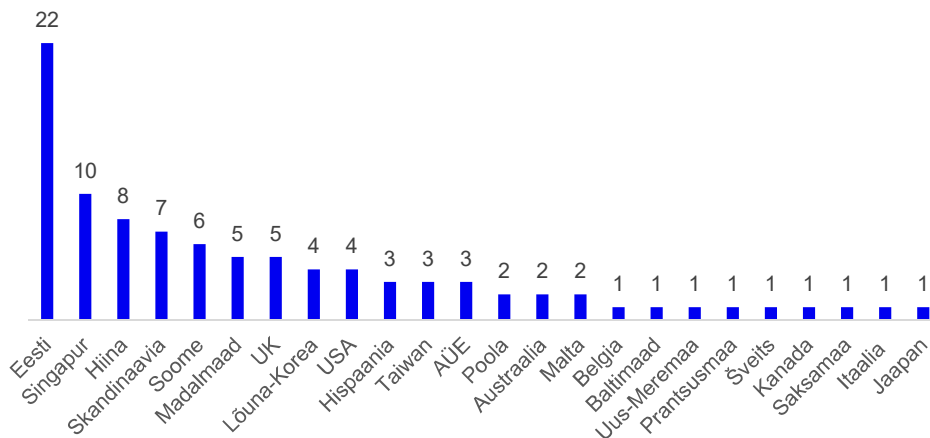


48% veebiküsitluse vastanutest nimetas Eestit digitaalselt kõige arenenumaks riigiks maailmas

* Ex ante küsitlus (n = 204; vastajaid 196; vastuste arv 557)

Sarnased tulemused saadi ka ekspertintervjuudest – enamik eksperte (73%) nimetas Eestit TOP 3 kõrgelt digitaliseeritud riikide seas, millele järgnesid Singapur, Hiina, Skandinaavia/Põhjamaad, mis hõlmavad või välistavad Soome ning Taani vastavalt sellele, kas neid on eraldi nimetatud. Suurim erinevus on seotud USA-ga, kuna küsitluses osalejad paigutasid selle digitaalselt kõige arenenumate riikide seas teisele kohale, samas kui ekspertide hinnangul on USA vähem arenenud (Joonis 3).

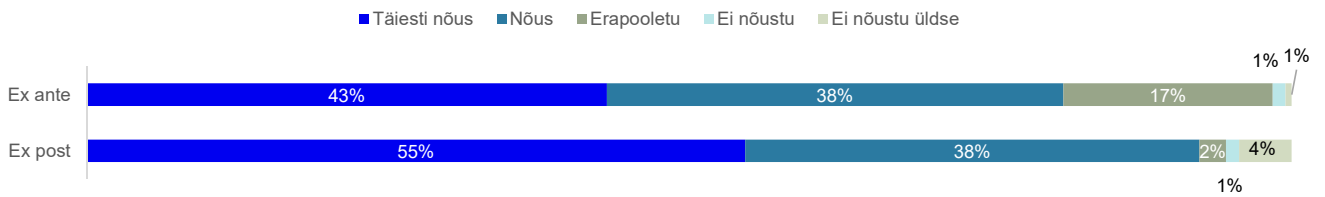
Joonis 3. K – ekspertide hinnangul digitaalselt kõige arenenumad riigid



Ekspertid hindavad Eestit digitaalselt kõige arenenumaks riigiks

Samuti nõustuvad vastajad selgelt, et Eesti on rahvusvaheline liider digilahenduste rakendamises. Enne esitlust oli 81% vastanutest juba nõus, et Eesti on selles valdkonnas rahvusvaheline liider, samas kui e-EEKi esitluse järel oli selline seisukoht 93% kõigist vastanutest (Joonis 4). Kuigi 11% tõusu absoluutnumbrites ei peeta nii oluliseks, sest esialgne tulemus *ex ante* vastanute seas on juba äärmiselt suur, on ruum parendamiseks piiratud. Lisaks sellele muutus nende vastajate arvamus, kellel enne kohtumist arvamus puudus, ja nad veendusid selles, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises. *Ex post* vastanute seas on 3% tõus, kes selle väitega üldse ei nõustu.

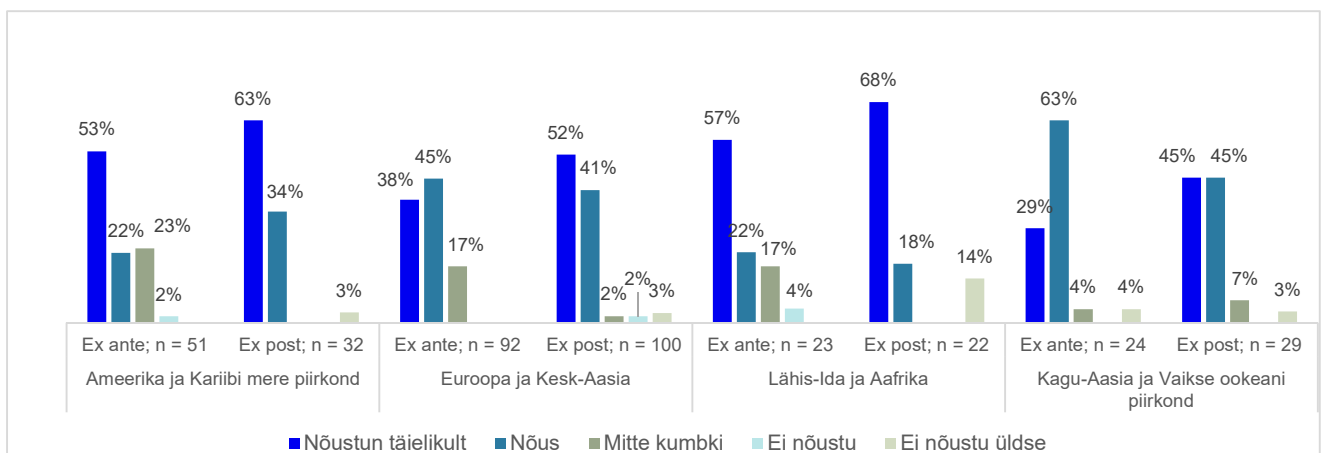
Joonis 4. K – Kas nõustud, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises? (% vastanutest)



* Ex ante küsitlus (n = 204, vastajaid 190); Ex post (n = 203, vastajaid 183)

Sihtrühmade (avalik, erasektor, meedia) vahel pole olulist erinevust – umbes 80% iga grupi vastanutest nõustub, et Eesti on digitaalsete lahenduste juurutamisel liider rahvusvahelisel tasandil. Ainult 2% ei nõustu selle väitega, teistel puudub arvamus. Eri piirkondade vastustes oli siiski märgata erinevusi. Kui üldiselt nõustus enamik vastanutest, et Eesti on selles valdkonnas rahvusvaheline liider, siis Lähis-Ida ja Aafrika vastanute hulgas oli *ex post* küsitluses nende väidetega kindlalt nõus olevate inimeste osakaal suurem – 68%, võrdluseks 52% Euroopa ja Kesk-Aasia ning 45% Kagu-Aasia ja Vaikse ookeani piirkonna vastanute hulgas (Joonis 5).

Joonis 5. K – Kas nõustud, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises? (% vastanutest)



* Ex ante küsitlus (n = 204, vastajaid 190); Ex post (n = 203, vastajaid 183)

Enne kokkupuudet e-EEKiga oli külastajatel (*ex ante* vastajatel) seoseid Eesti kohta, mida saab jagada kolme suurde rühma:

- o tehnoloogiaga seotud teadmised (digitaliseerimine, e-valitsus, e-hääletamine jne);
- o geograafia/kliimaga seotud teadmised (Tallinn, Põhja-Euroopa, Baltikum, Läänemeri, väike, ilus riik, külm talv);
- o ajaloo/kultuuriga seotud / muud teadmised (endine Nõukogude riik, laev Estonia, toredad inimesed, sõbralikud, ilusad jne).

Pärast e-EEKi esitlust oli märksõnade „digitaalne muutus“, „innovatsioon“, „küberturve“ suurem korduvus kui *ex ante* küsitluses, nii et tehnoloogiaga seotud seosed võtsid üle üldkuvandi Eestist (Joonis 6).

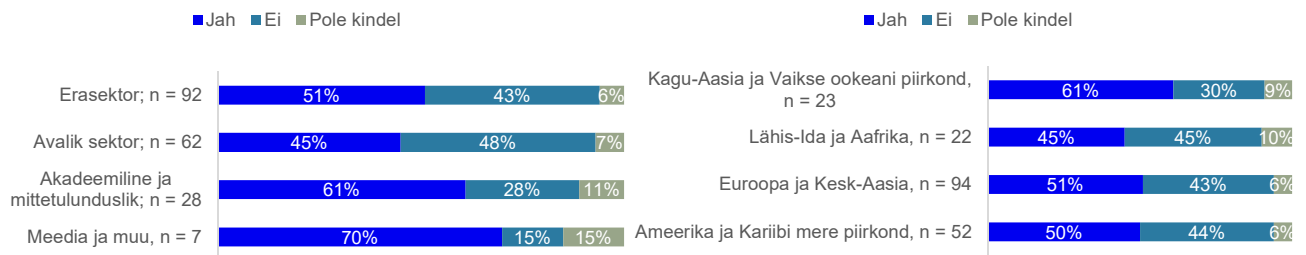
1.3 E-Eesti bränd

1.3.1 E-Eesti brändi tuntus ja maine

E-Eesti bränd on hästi tuntud – 51% veebiküsitluse vastanutest ja 80% rahvusvahelistest digitaliseerimise ekspertidest olid e-Eestist varem kuulnud, seega saab e-Eesti turundustegevust hinnata edukaks ja tõhusaks. E-Eesti brändi kõrgeim tuntuse tase on vastajate hulgas, kellel on hea või väga hea teadmiste tase digitaliseerimisteemadel. Regionaalsest vaatenurgast on pisut üllatav asjaolu, et e-Eesti brändi tuntus on kõrgeim Kagu-Aasia riikides, mitte Euroopas, nagu seda võiks oodata (Joonis 7).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

Joonis 7. K – Kas oled e-Eesti brändist varem kuulnud? (% vastustest)



* Ex ante küsitlus (n = 204; vastajaid 191)

E-Eesti brändi ja Eesti positsiooni rahvusvahelisel tasandil hinnatakse strateegilisest vaatepunktist kõrgelt: loodusvaradeta väikeriigina on kodanike teadmisi ja võimeid kasutades õnnestunud end rahvusvaheliselt arendada ning positsioneerida. Ekspertid kinnitavad, et e-Eesti bränd ei ole ainult turundusrikk või mull, vaid see on tõeline bränd, mis näitab, et e-Eesti on maailmas nutikate e-valitsuse lahendustega esirinnas. Ehkki on palju teisi riike, kes oma teenuseid aktiivselt digitaliseerivad, on Eestil positiivne brändisõnum ja õige positsioon. Ei ole olulisi erinevusi, kuidas Eesti mainet sihtrühmade seas tajutakse – ligikaudu 80% vastanutest igas grupis (avalik-, erasektor, meediaesindajad) on nõus, et Eesti on rahvusvahelisel tasandil liider digilahenduste rakendamisel. Ainult 2% ei nõustu selle väitega, teistel puudub aramus. Professionaalset kommunikatsiooni tunnustavad nii veebiküsitlusele vastanud kui ka eksperdid.

Nende seas, kes tunnevad brändi, tajutakse seda väga hästi:

- + 93%-l on positiivsed emotsioonid seoses sellega,
- + ligi 80% usuvad, et see on unikaalne,
- + 62% arvavad, et e-Eesti bränd on rahvusvaheliselt tuntud.

I think e-Estonia brand is massive, especially for a small country with very small resources and a very small population. Just the fact that people like friends of mine from America move to Estonia or at least create a company there shows how big the brand is. I have huge respect for that.

Dinis Guarda, Ztudiumi asutaja ja tegevjuht

If people would wake me up in the middle of the night and say I want to go to one place to look at how they're using digital technologies in the public sector, I would suggest them go to Estonia.

Magnus Mahrng, Stockholmi Majandusülikooli ettevõtluse ja digitaalse innovatsiooni professor

Fantastic, very good impression. I have been considering about opening a second business with an Estonian residency.

Joao Bocas, Digital Saludem-i tegevjuht, UK

Ehkki enamik tunnistab, et e-Eesti bränd on laialt tuntud, on vastajate teadmised brändi kohta üsna pealiskaudsed – vastajad on sellest küll kuulnud, kuid ei tea, mis selle taga on ja nad ei oska nimetada ühtegi Eesti IT- ega tehnoloogiaettevõtet, eksperti ega e-lahendust. 20% ekspertidest (nii avalikust kui ka erasektorist) kinnitas, et pole kunagi varem kuulnud e-Eesti brändist. Ka nende 24 eksperdi seas, kes on e-Eestist varem kuulnud, hindas kaheksa eksperti oma teadmisi digitaliseerimise teemadel väheseks (1–2 punkti), kaheksa keskmiseks ja kaheksa kõrgeks (4–5 punkti). Seega võib järeldada, et umbes kolmandik rahvusvahelistest võtmeisikutest tunneb e-Eesti brändi väga hästi ja jälgib selle tegevust, samas kui 50% rahvusvahelistest võtmeisikutest kas ei tunne e-Eesti brändi üldse või hindab oma teadmisi vähesteks. Ka *ex ante* küsitluses osalenute seas ei osanud 67% vastanutest mainida ühtegi Eesti tehnoloogiaettevõtet, mis viitab sellele, et teadmised e-Eesti kohta pole nii head.

Samal ajal, kui *ex ante* küsitluses osalenute hulgast vastas vaid 27% vastanutest, et nad teavad vähemalt ühte Eesti tehnoloogiaettevõtet (4,4% polnud kindel), siis külastusjärgselt teadmine kahekordistus ja hüppas 47%-ni. Ehkki seda kiiret kasvu mõjutab selgelt ka Digital Discussioni osalejatelt saadud vastuste osakaal (Digital Discussionitel esinevad Eesti IKT-ettevõtted), kinnitab see, et see on edukas viis, kuidas Eesti IKT-ettevõtteid rahvusvaheliselt turundada. Nende vastajate seas, kes suutsid nimetada vähemalt ühe Eesti tehnoloogiaettevõtte, oli Skype kõige tuntum, järgnes Bolt/Taxify. Ka Nortal ja Cybernetica kuuluvad populaarsemate vastuste hulka, kuid enamik häält said need kaks ettevõtet alles pärast Digital Discussionit, kus nad esitluse tegid. Vastajate nimetatud 5 populaarsemat e-teenust on e-hääletamine, digitaalne ID, e-residentsus, e-maksuamet ja e-tervis (Joonis 8).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

Joonis 8. K – Enim tuntud Eesti tehnoloogiaettevõtted ja e-teenused



* *Ex ante* küsitlus (n = 204; vastajaid 193)

Rahvusvahelisel auditooriumil pole laialdast kogemust Eesti ettevõtete ja/või riigiasutustega. 28%-l *ex ante* küsitlusele vastanutest on varasem kogemus Eesti ettevõtete ja/või avalike asutustega ning 12%-l on varasemaid kogemusi Eesti IT-ettevõtete või avaliku sektori ekspertidega digitaliseerimise valdkonnas. Kõrgeim varasemate kogemuste tase Eesti era- või avaliku sektoriga oli Euroopas ja Kesk-Aasias, sellele järgnesid Kagu-Aasia riigid. Ilmnes väikesi erinevusi, kui sama küsimuse vastuseid analüüsiti eri sihtrühmade vahel – 80%-l meediavaldkonna vastanutest on olnud varasem töökogemus Eesti era- või avaliku sektoriga, millele järgnes 75% avaliku sektori vastanutest, 73% erasektori vastanutest ja 71% akadeemilise sektori esindajatest. Kui analüüsida vastuseid TOP 3 riigist (vastajate arvu poolest), erinevad tulemused oluliselt – 31%-l sakslastest ja ainult 15%-l brasiillastest ning 12%-l ameeriklastest on kogemusi Eesti avaliku või erasektoriga.

Neile, kellel on varasemaid kogemusi Eesti ettevõtete ja/või riigiasutustega, on see kogemus olnud meeldiv ning jätnud üldiselt hea mulje. Negatiivseid omadusi ei mainitud ja kõige sagedamini mainiti järgmist – tõhusus, läbipaistvus ja digitaliseerimine (Joonis 9).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

Joonis 9. K – Nimeta kolm asja, mis iseloomustavad Eesti ettevõtteid ja/või riigiasutusi.



* *Ex ante* küsitlus (n = 204; vastajaid 53, vastuseid 144)

Sarnaselt veebiküsitluse vastajatega pooldab ja toetab enamik eksperte ka e-Eesti brändi, neil on huvi rohkem teada saada, kuidas see toimib, milline on selle taustatöö, kuidas

I would say for the next seven eight years when you hear digital and Estonia you will hear them together. [...] They are very good at marketing. I would say they marketed very well. It's a brand that I rely on heavily.

Ahmed Fawzi, Contactlessi tegevjuht

I like that Estonia has all the good fundamental building blocks in place for attracting and absorbing talent. While at the same time you do not want to lose like the native culture, you want to kind of bring people and assimilate into the culture that exists.

Steven Brady, Barnesi fondi tehnoloogiajuht

tehti poliitilisi otsuseid, mis on e-Eesti brändi edulugu. Eeldatakse, et see ökosüsteem viiakse üle teistesse Euroopa riikidesse, seda peetakse hästi skaleeritavaks tooteks ning seetõttu on võimalus seda kohandada

olenevalt teiste riikide vajadustest.

Küsitluses osalejate (nii Digital Discussionil osalejate kui ka veebiküllastuste) seas on populaarseimad teenused, mida vastajad e-Eestiga seostavad, e-hääletamine, digitaalne ID, e-valitsus, e-residentsus, e-haridus, e-tervis. Digitaliseerimise ekspertide seas seostatakse e-Eestit enamasti e-residentsusega ja selle pakutavate võimalustega.

Ainult üks ekspert sai jagada oma kogemusi e-Eesti teenuste kasutamisel ning peamine, mille ta välja tõi, oli tõrgeteta tehingute ja lepingute vormistamine, kuid mobiilne identifitseerimine ei toimi välismaalaste jaoks ning see võib olla piirang teistest riikidest pärit inimestele.

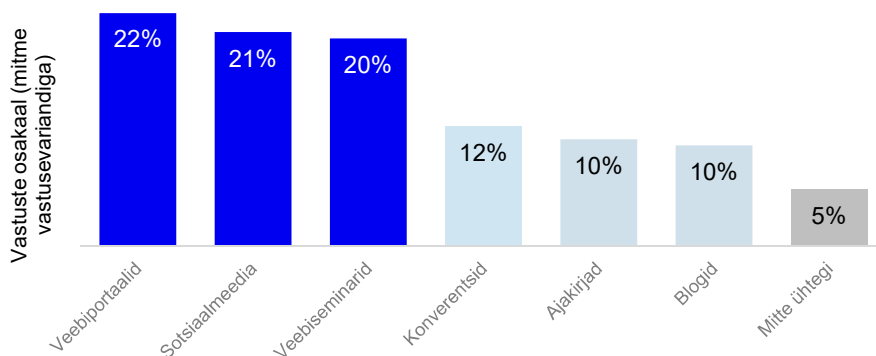
Samal ajal ei järgi ligikaudu pooled digitaliseerimise eksperdid tihedalt e-Eesti turundustegevust, mistõttu ei ole neil arvamust, millistes valdkondades oleks nende riikidel kõige rohkem kasu Eesti ekspertide toest, et teha täiendavaid ettepanekuid e-Eesti brändi arengu kohta tulevikus, või ei oska nad nimetada teemasid, mille kohta nad tahaksid saada põhjalikumaid teavet.

1.3.2 Infokanalid

Kõigi vastanute seas olid enim nimetatud infokanalid digitaliseerimise teemadel sotsiaalmeedia saidid nagu Facebook ja LinkedIn, samuti Twitter ja YouTube. Ajakirjade populaarsus infokanalina on kõige väiksem. Erasektori esindajad loevad rohkem ajakirju võrreldes avaliku sektori esindajatega, kes käivad sagedamini konverentsidel (Joonis 10).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

Joonis 10. K – Milliseid infokanaleid te jälgite, et saada teavet digitaliseerimise teemadel?



Sotsiaalmeedia, veebiportaalid ja veebiseminarid on peamised digitaliseerimise infokanalid

* Ex ante küsitlus, andmed põhinevad valikvastustega küsimustel (n = 204)

Digitaliseerimise teemade kohta teabe saamiseks kasutavad eksperdid muidugi paljusid erinevaid kanaleid – paljud neist on enamikus riikides ühesugused, samas kui mõned riigipõhised allikad või aramusliidrite blogid on samuti olulised (Joonis 11). Kuigi selliseid kanaleid nagu konkreetsed blogid, valdkonnakonverentsid ja ajakirjad kasutatakse keskmiselt oluliselt vähem, on need asjakohasemad inimeste jaoks, kellel on paremad teadmised digitaliseerimisest ja kes otsivad konkreetseid teemasid või kindlaid vastuseid.

Joonis 11. Nimetatud infokanalite loetelu digitaliseerimise teemadel (tüübi järgi)

Tüüp	Nimetus
Sotsiaalmeedia	LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, Telegram (Ukraina), Slack
Tavameedia	BBC, Bloomberg, Financial Times, Spiegel, Helsinki Sanomat
Tehnoloogiakesksed platvormid	Wired, MIT Technology Review, Tech Crunch The Verge, Github, Inc. ajakiri, Singularity university, Analytics Insight, golem.de, TechnAsia, L'usine digital, t3n.de
Sotsiaalsed kirjastusplatvormid	TED Talks, Medium, Digit, Stratechery uudiskiri, TechQuartier uudiskiri, HBR uudiskiri, Wechat
Ülikoolid / Akadeemilised väljaanded	MIT, ESMT Berliin, GIBS Ülikool, Kaplinna Ülikool, SciFinder, WebofScience, Scopus, Springer, Google scholar, JSTOR
Professionaalsed võrgustikud ja kogukonnad	SOCITM (UK)
Konverentsid ja foorumid	Google Executive Council, Digital Europe, Masters on Digital, CES Las Vegas, DLD Münchenis, Black Hat Las Vegas, 5gtechritory
Muud	Gartner, McKinsey, Deloitte, USA kaubandus-tööstuskoda Dell Technologies, Huawei Technologies, IBM Couchbase, WIPO, Jeanne Ross podcast, chip.de, connect.de, Ars Technica, Drupal.org, ZOE, RTS, Hacker news, KataData, CissRec, Vivit Worldwide, ISOC, ICAN, bitkom-akademie.de

Peaaegu kõik intervjueritud eksperdid märkisid, et nad tarbivad digitaliseerimise teemadega seotud sisu inglise keeles (vähemalt 80%), mitte oma emakeeles. Erandiks on see, kui info käsitleb mõnda konkreetset riiki.

Uuringu käigus mainiti uuritud riikide mitmeid olulisemaid arvamusiidreid, alates mõjuisikutest ja ajakirjanikest kuni ülemaailmsete ettevõtete ning riigiasutusteni (Joonis 12). Nendest arvamusiidritest võivad saada e-Eesti jaoks väärtuslikud saadikud või infokanalid.

Joonis 12. Digitaliseerimise arvamusiidrid

Prioriteetsus	Riik	Arvamusiidrid
A-prioriteetsed riigid	Ühendkuningriik	<ul style="list-style-type: none"> • Praktikud kohalikest omavalitsustest, keskvalitsusest ja NHS-ist • Digimuutuse mõjuisikud
	Saksamaa	<ul style="list-style-type: none"> • Dorothea Bär, digitaliseerimise minister • Angela Merkeli nõunik Chris Boos Frankfurdist • Prof dr Schmidhuber, tehisintellekti professor Lugano Ülikoolis • Fraunhoferi ühing • Prof dr Tobias Kretschmer, Müncheneri Tehnikaülikool
	Soome	<ul style="list-style-type: none"> • „Schlossi“ kontsept ja konverents • Raadiotehnoloogia ettevõtted, Nokia, 5G arendajad • Miko Hyponen • Tieto • CGI • Fuji • Rasmus Röja, Alhelm-Estõritejeti juht • Risto Siilasmaa, Nokia endine tegevjuht, Nokia Health • Ilkka Paananen, SuperCelli omanik
	USA	<ul style="list-style-type: none"> • Nicholas Thompson, Ameerika tehnoloogiaajakirjanik, „Wiredi“ juht ja toimetaja • Patrick McKenzie, töötab Stripes Interneti jaoks, vabatahtlik Vaccinate CA-s • Austen Allred, Lamda kooli kaasasutaja ja tegevjuht
	Ukraina	<ul style="list-style-type: none"> • Digitaalse ülemineku ministeerium • Oleg Gorokhovsky, „Monobank“-i asutaja

Teised riigid	Prantsusmaa	<ul style="list-style-type: none"> • Henri Verdier, endine digitaalse halduse juht, Prantsusmaa saadik digiküsimustes • Thierry Breton, Euroopa Komisjoni volinik • Amelie de Montchalin - riigihaldus ja digitaalse e-valitsuse minister • Spetsiaalsed pressiväljaanded – „Context“ ja „Public“
	Holland	<ul style="list-style-type: none"> • Raymond Knops, välisminister • Cora van Nieuwenhuizen, taristuminister
	Muud	<ul style="list-style-type: none"> • Tim Berners Lee, veebi leiutaja (ELi tasandil) • Christian Klein, Sap-i tegevjuht • Daniel Ek, Spotify tegevjuht • Audrey Tang, Taiwani digitaalminister • Ben Thompson, Ameerika äri- ja tehnoloogiakirjanik

Uuringu autoritel puudub põhjalik teave e-Eesti konkreetsete turunduseesmärkide ja -vahendite kohta ning spetsiifiliste turundustegevuste efektiivsuse analüüs ei ole selle uuringu ülesanne. Siiski on ilmne, et e-Eesti on väga aktiivne kõigis asjakohasemates sotsiaalmeediakanalites, mida inimesed kasutavad (LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube), samuti avaldatakse tunnustatud meediakanalites artikleid Eestist ja digitaalsest arengust, seega on väga palju tööd tehtud. Sellegipoolest näitab sotsiaalmeedia statistika, et on ruumi edusammudeks. Näiteks e-Eesti lehel LinkedInis on 13,2 tuhat jälgijat ja Facebookis on 25 tuhat jälgijat, kuid enamik postitusi saab LinkedInis ainult 15–60 ja Facebookis kuni 40 meeldimist ning postituste all on kommentaare üsna harva, seega on võimalus jälgijaid rohkem kaasata ja nendega suhelda.

Kõrgem reaktsioonide arv on seotud Covidiga (Eestis võetakse kasutusele Vaccine Guard – LinkedInis 158 meeldimist, nädala lõpuks valmib Eesti vaktsineerimispass – 400 meeldimist) või rahvusvaheliselt tuntud firmade nimedega (Bolt nihkub kõrgemale, LinkedInis 198, Facebookis 81 meeldimist).⁴ Üle 90% postitustest on jagatud artiklid või sisu muudelt veebisaitidelt, kuid väga vähesed postitused sisaldavad omaloodud sisu. Kui jagatud sisu pealkiri on rahvusvahelise üldsuse jaoks hästi tuntud (vaktsiinid, vestlusrobotid, Bolt), siis see jõuab publikuni, teiste postituste puhul on vaatajaskond vähe kaasatud. Lisaks ei peeta uudiste linke sotsiaalmeedia jaoks väärtuslikuks sisuks – see töötab hästi, kui on meelde jääv pealkiri, kuid linke ei soovitata kasutada 90% sisu puhul. Facebookis võiks kaaluda tasulist turunduskampaaniat, mis oleks suunatud konkreetsele sihtrühmale, vastasel juhul näitab Facebooki algoritm neid postitusi piiratud arvule inimestest ja sõnum ei jõua publikuni. Väga vähesed postitused sisaldavad animeeritud või staatilisi visuaale ja videoid.

Eelmise aasta jooksul sisust on olnud umbes 16 *live*-videot, millest igaüks on kestnud umbes üks tund. See on väga hea tulemus, ka vaatamiste koguarv (otseülekanne + järelvaatamine) on umbes 1,1–2,5 tuhat video kohta ja seda peetakse heaks tulemuseks, arvestades, et ühetunnised videod pole mõeldud üldsusele, vaid üsna spetsiifiliste huvidega inimestele. Siiski on veel arenguruumi, sest sisu võiks pakkuda huvi publikule paljudes riikides üle kogu maailma.

Publiku kaasamise parandamiseks tuleks lisada täiendavat sisu, mis ei oleks lingitud teistele allikatele. Vaatajaskonda võiks teavitada uudistest visuaalsete vormide ja lühivideote abil. Videod, mis selgitavad ühe või teise lahenduse toimimist, peaksid olema hõlpsasti ligipääsetavad kõigile lehe küllastajatele. LinkedIni küsitlusi saab kasutada jälgijatega suhtlemiseks.

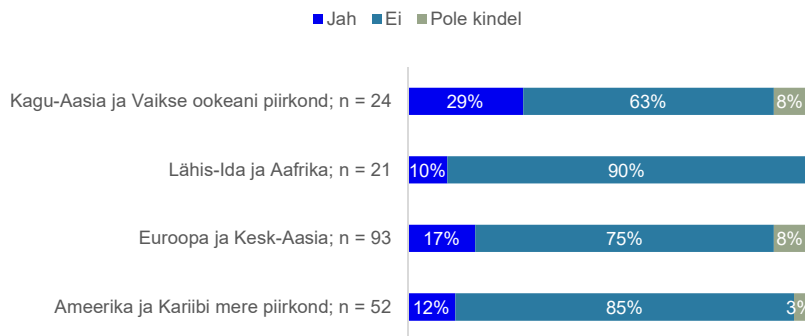
⁴ 14.05.2021 andmed

1.4 e-Eesti esitluskeskus

Kui e-Eesti bränd oli tuttav 51% küsitlusele vastanutest, siis e-EEK ainult 16% veebiküsitlusele vastanutest ja 30% ekspertidest (Joonis 13). E-EEKist kuulnud inimeste osakaal oli kõige suurem Kagu-Aasia ja Vaikse ookeani piirkonna vastajate seas – 29%, samas kui Lähis-Ida ja Aafrika vastajate seas oli see kõige väiksem, ainult 10%. Olulisi erinevusi tegevusharude lõikes polnud.

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

Joonis 13. K – Kas oled varem kuulnud e-EEKist? (% vastanutest)



Vaid **16%** vastanutest olid e-EEKist varem kuulnud, suurem osa neist Kagu-Aasia päritolu vastanud

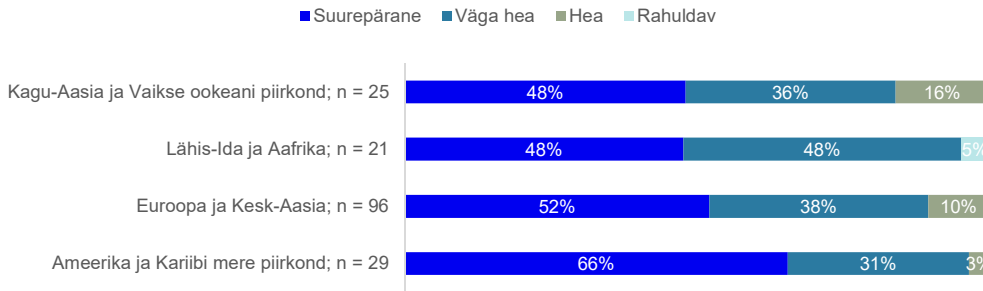
* Ex ante küsitlus (n = 204; vastajaid 190)

Ehkki teadlikkus e-EEKist on e-Eesti brändist üldiselt oluliselt väiksem, on e-EEKi rahvusvahelise publiku rahulolu tase väga kõrge ja nende tööd hinnatakse suurepäraseks.

- + 88% vastanutest märkis, et e-EEKi esitlus vastas nende ootustele (keskmine tulemus 4,4/5).
- + 90% vastanutest hindas e-EEKi esitlust suurepäraseks või väga heaks (Joonis 14), negatiivseid või neutraalseid vastuseid ei olnud. Suurim rahulolu e-EEKi esitlusega oli Ameerikas ja Kariibi mere piirkonnas ning seda akadeemilise ringkonna ja mittetulundussektori esindajate hulgas.
- + Kuigi ainult kolmandik vastanutest on seotud IT-ga, ütles 86% vastanutest, et nende arust on e-EEKi esitlus nende tegevusvaldkonnale kas väga asjakohane või asjakohane (Joonis 14). Suurim rahulolu oli akadeemiliste ringkondade ja mittetulundussektori esindajate seas, samas kui meediasektoris oli see veidi väiksem. Kõige kriitilisemad olid erasektori esindajad.
- + 95% vastanutest soovitasid e-EEKi teenuseid oma kolleegidele.

Ex ante ja ex post'i küsitluste kohaselt saab e-EEKi tööd hinnata tõhusaks. Juba enne esitlusi oli 81% nõustunud, et Eesti on digivaldkonnas rahvusvaheline liider, samas kui e-EEKi esitluse järel oli selline arvamus 93% kõigist vastanutest. e-EEKi esitlused muutsid ka esimesi Eestiga seonduvaid assotsiatsioone – kui ex ante küsitluses osalejate hulgas olid seosed võrdset jagatud nii tehnoloogia, ajaloo/kultuuri kui ka geograafiliste teemade vahel, siis pärast kontakti e-EEKiga võtsid üle tehnoloogiaga seotud seosed. See näitab selgelt e-EEKi tehtud töö tõhusust.

Joonis 14. K – Kuidas hindate e-Eesti esitluskeskuse esitluse sisu? (% vastustest)

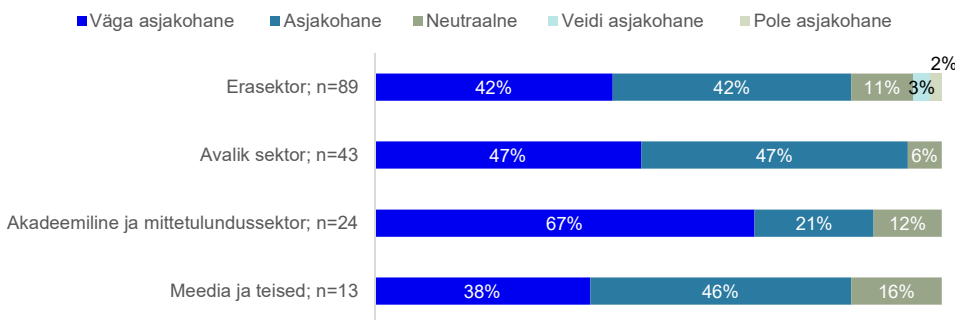


90% vastanutest hindas e-EEKi esitlust suurepäraseks või väga heaks

* Ex post'i küsitlus (n = 203; vastajaid 171)

Suurim rahulolu tase e-EEKi teenustega oli akadeemiliste ringkondade ja mittetulundussektori esindajate seas, samas kui meediasektoris oli see veidi väiksem (Joonis 15). Kõige kriitilisemad olid erasektori esindajad. Mõned vastajad hindasid e-EEKi meeskonda väga andekaks ja nad tõid esile konkreetseid meeskonnaliikmeid – Anett Numat ja Florian Marcust, kes ületasid nende ootuseid.

Joonis 15. K – Kui asjakohane oli e-EEKi esitlus teie ametiala jaoks? (% vastustest)

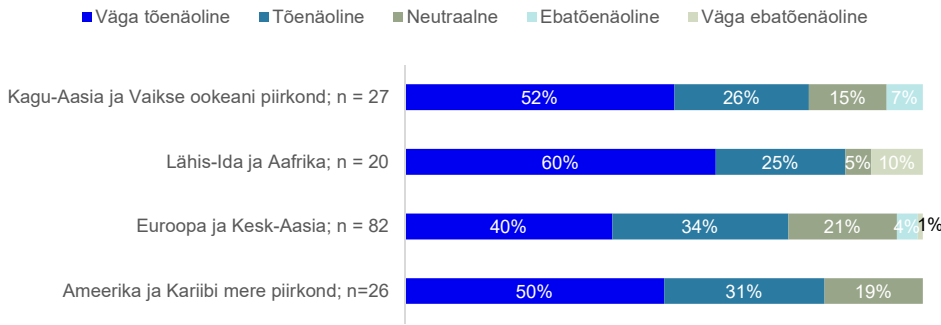


86% e-EEKi esitlusel osalejatest ütles, et see on seotud nende erialaga

* Ex post'i küsitlus (n = 203; vastajaid 169)

Pärast e-EEKi esitlust väljendas 77% vastanutest, et nad oleksid valmis (46% oleksid väga valmis) tegema koostööd mõne Eesti IKT-ettevõttega või kirjutama e-Eesti kohta (Joonis 16). Kuigi tõenäoliselt ei tee kõik vastajad koostööd mõne Eesti IKT-ettevõttega, sest järgmistes küsimustes märkis vaid 17%, et nad võtsid ühendust mõne Eesti ettevõttega, on selge, et vastajad mäletavad e-EEKi esitlusi ja tõenäoliselt otsivad vajaduse korral mõne Eesti ettevõtte endale potentsiaalseks partneriks. Meediaesindajad näitasid keskmisest rohkem huvi ning erasektoris oli huvi veidi väiksem. Tundus, et Lähis-Idast ja Aafrikast pärit vastajad tundsid olevat rohkem huvitatud koostööst Eestiga kui kõik teised – kokku 85% nendest piirkondadest, ning Euroopa ja Kesk-Aasia vastanute huvi oli veidi väiksem, 74% vastanutest oleksid huvitatud.

Joonis 16. K – Kas teeksite koostööd mõne Eesti IKT-ettevõttega või avaldaksite e-Eesti kohta loo? (% vastustest)



77% oleks valmis tegema koostööd mõne Eesti IKT-ettevõttega

* Ex post'i küsitlus (n = 203; vastajaid 155)

Kui veebiküsitluses osalejatelt küsiti, kas nende arvamus Eesti kohta muutus pärast nende kogemust e-EEKiga, märkis 60%, et nende arvamus paranes. Ligikaudu pooled vastanutest märkisid, et varem puudus neil arvamus Eesti kohta või neil oli vähe teavet, nii et pärast e-EEKi esitlust olid nad e-Eesti lahenduste uuenduslikkuse ja kvaliteedi üle meeldivalt üllatunud. Teine pool positiivse vastuse andnud vastajatest märkis, et kuigi nad olid e-Eesti kontseptsiooniga ja selle pakutavate lahendustega juba tuttavad, said nad esitluse käigus teada uusi asju ja lisaks said nad teatud teemadel põhjalikumad teadmised. Ainult üks Indiast pärit vastaja märkis, et pärast e-EEKi esitlust muutus tema arvamus halvemaks. 39% vastanutest märkisid, et nende arvamus ei muutunud, ja nad lisasid, et neil on olnud juba varem positiivne kogemus ja üsna üksikasjalikud teadmised e-Eestist, nii et see esitlus oli ainult meeldetuletus selle kinnitamiseks. Selle vastuse valisid mõned e-residendid ja koostööpartnerid.

Küsitlusele vastajad said pärast e-EEKi üritusel osalemist jätta e-EEKi meeskonnale täiendavaid kommentaare või ettepanekuid. Enamik neist kasutas seda võimalust ning tänas suurepärase ja informatiivse esitluse eest. Jäeti järgmisi komplimente: „fantastiline“, „kõrgklassi arutelud, väga professionaalsed esinejad ja väljavaated“, „suurepärase kogemus“, „hästi veedetud aeg“, „modernne lähenemine“, „see, kuidas Eesti ennast brändib, on lihtsalt hämmastav.“ Mõned teised vastajad teatasid oma valmisolekust Eestit külastada, kui reisiplaneeringud lõpetatakse. Mõned inimesed soovitasid korraldada Digital Discussioneid igakuiselt. Ligikaudu 20% vastanutest osutas tulemusel suunatud tegevustele, nt ühenduse võtmine Eesti IKT-ettevõtetega (või selle juba tegemine) või sooviksid nad e-EEKilt abi.

Vastajatel paluti nimetada ka 3 peamist uut asja, mida nad endaga kaasa võtavad peale kogemust e-EEKiga. 169 vastajat andsid enam kui 450 vastust. Ehkki esitatud vastused olid erinevad, on uuringu autorid liigitanud need 7 suurde rühma ja mõned neist on esile toodud (Joonis 17).

Joonis 17. Peamised teadmised pärast e-EEKi esitlust

Eesti	e-teenused	Valitsemine ja poliitika
<ul style="list-style-type: none"> + Eesti üldiselt – üldised teadmised ajaloo ja riigi kohta + E-Eesti arengu lugu, arusaam Eesti e-teenuste valdkonnast + Sammud, kuidas Eestil õnnestub e-ID välja töötada ja integreerida + Eestlased on digitaalsed liidrid + Eestis on lihtne ettevõtet alustada + Ainulaadne koostöö avaliku ja erasektori vahel + E-Eesti lahendusi on võimalik iga riigi 	<ul style="list-style-type: none"> + E-ID + e-ID tähtsus ka paremate teenuste jaoks, mitme teguriga biomeetriline autentimine, e-ID mastaapsus, e-ID töötab erinevates poliitilistes režiimides + E-hääletamine on tulevik + Mobiil-ID + Ka mobiil-ID-l on koht digitaalses tulevikus, on saanud õppetunnid mobiilse autentimise rakenduse arendamise kohta 	<ul style="list-style-type: none"> + Usaldus ja läbipaistvus on riigi digitaliseerimise peamised olulised tegurid (süsteemi läbipaistvus, läbipaistvus kodanike jaoks, usaldus valitsuse vastu jne) + Valitsuse juhtimine + Valitsus annab aktiivselt teavet kodanike õiguste ja võimaluste kohta + Valitsusprogrammid e-teenuste turundamiseks avalikes teenustes

<ul style="list-style-type: none"> jaoks kohandada + Valdav osa avalikke teenuseid on võrgus ja Eesti aitab teistel riikidel luua sarnaseid tehnoloogilisi lahendusi + Eesti suhtub küberturbesse väga tõsiselt + Suhtumise muutus Eestisse + Eesti on e-teenuste liider kogu maailmas, Eesti on digitaliseerimisel kaugel ees oma naaberriikidest + Eesti on innovatsiooni epitsenter + Üldine teave selle kohta, mida on Eestis seni tehtud, hämmastav + Suurepärane, kui lihtsalt ja valutult asjad saavad töötada + Rohkem riike peaksid Eestist õppust võtma + Digitaalne ühiskond, tark rahvus + Kõik peale abiellumise on digitaalselt võimalik 	<ul style="list-style-type: none"> + Smart-ID Vajadus selle järele, et digi-ID oleks avalik. Seega saab iga sektor (nii avalik kui ka erasektor) seda inimeste tuvastamiseks kasutada + E-residentsus + E-haridus + E-valitsemine + X-tee Valitsust tuleb usaldada, et ta saaks X-tee teha + Digiallkiri (legaalselt siduv) + E-tervis, digireseptid See on lahe, et Eesti turundab riigina oma e-tervise ettevõtteid + E-maksuamet + Teenuste kujundamine, pidades silmas lõppkasutajat, selle asemel, et lihtsalt asju mõtlematult veebi panna 	<ul style="list-style-type: none"> + Valitsuse poliitika, mille eesmärk on toetada tehnoloogiasektorit + Eestis on juhtivatel kohtadel väga targad inimesed, meil mitte + Poliitilise tahte tähtsus digitaalsete identiteetide loomisel; poliitiline tahe on ülioluline + Ole julge ja ambitsioonikas, kui mõtled avaliku sektori reformile + Poliitiliste juhtide visiooni ja kodanike suhe + Valitsuse jaoks on oluline jätkata oma teenuste arendamist Digitaliseerimisel on valitsusteenuste tsentraliseerimine suur eelis + Avaliku- ja erasektori partnerlus + Riigi poliitika on parem kui valitsuse poliitika, nutikas IT-arengukava riigile + Tihe koostöö erasektori ja valitsuse vahel, telekommunikatsioon peaks toetama avalikku sektorit + Tuleb kehtestada õigusaktid digitaalse transformatsiooni toetamiseks
Digitaliseerimine ja IT	Turvalisus	Komplimendid e-EEKile
<ul style="list-style-type: none"> + Internet on kõikjal, 99% inimestest kasutavad avalikke teenuseid veebis + Internet on inimõigus + Tehnoloogia on uus elu + Investeeringud on sellise tehnoloogilise taseme saavutamiseks hädavajalikud + Tehisintellekt ja andmepõhine otsuste tegemine + Digiühiskondade ja tehisintellektide tulevik + Aja- ja rahaline kokkuhoid teenuste kolimisega veebi, elu muutub palju lihtsamaks, kui asjad on digitaalsed + Kasutajasõbralikkuse tähtsus + Kohandatud digitaalsed lahendused ja laialdaselt kasutusele võetud tehnoloogiad + Heade digitaliseerimistavade tähtsus + Digitaalse transformatsiooni 7 tegurit igas riigis + Blockchain ei ole mõeldud kõigile teenustele + Süsteemi kasutamise arvukad võimalused + Kasulikud lahendused, maailmale näitamine, kuidas digiteenuseid turundada 	<ul style="list-style-type: none"> + Küberturve on ülioluline + Andmete/veebiturbe tähtsus + Turvaline identiteedihaldus kui e-ühiskonna vöti + Küberruumi ülemaailmne kaitse + On alati rünnaku risk + Inimese tulemüür – inimesed on nõrk koht + Andmekaitse + Küberhügieen – peaksin oma parooli sagedamini vahetama + E-teenuste autentimine ja turvalisus + Küberjulgeoleku ajakohastamise tähtsus valitsuses hiljutiste rünnakute valguses 	<ul style="list-style-type: none"> + Uued ideed + Suurepärane kogemus! Väga väärtuslik + Professionaalsed esitlejad + E-EEKis on suurepärane meeskond + Teabe mitmekesisus + Kõnelejad on riigi juhtimissüsteemist hästi teadlikud
Teised seisukohad		
<ul style="list-style-type: none"> + Väike pilguheit tulevikku, tulevikuvision + Universaalne digitaalne ID on võimalik ja üsna kiiresti juurutatav. Vajame avatud mõtlemisega riike, mis loovad selle võimaldamiseks õigusakte + Šveits peaks tegema tihedat koostööd Eesti ekspertidega + Eesti peab õpetama muud maailma digitaalsete muutuste teemal 		

- + Paljud teised riigid suudaksid sama teha, kui nad investeeriksid infrastruktuuri (väidetavalt peaks see suuremate riikide jaoks olema lihtsam ja tasuvam)
- + Infrastruktuuri tähtsus lihtsaks rakendamiseks
- + Kõik riigid peaksid kaaluma digitaliseerimise abil oma elanike elu lihtsustamist
- + Ühiskonna harimine on väga oluline
- + Ühiskondade ja digitaalsete platvormide vahel on hädasti vaja sobivat partnerlust
- + Vajame sellist e-tervise süsteemi mudelit Lätis
- + Eesti on suur tegija e-tervise valdkonnas, tervishoiusektori digitaliseerimise tase on väga kõrge Eestis
- + Haiglate, arstide ja tervishoiuteenuse osutajate omavaheline ühendus, platvorm tasuta MRT/KT-uuringuteks
- + Tervishoiualased üksikasjad (e-epikriisid, e-kiirabi, ravimite väljakirjutamine jne) olid vaimustavad ja panid mind mõistma, kui kaugele USA peab arenema ning kui ebaefektiivne on meie tervishoid võrreldes sellega, mis on võimalik
- + Kuidas rakendada e-ID süsteemi, usaldust ja seda, et nii valitsus kui ka erasektor peavad koostööd tegema, st üks või teine ei saa iseseisvalt täislahendust rakendada
- + Kui kaugel USA maailmast maas on (peamiselt seetõttu, et jääme eraelu puutumatus probleemide taha)
- + Digitaliseerimisega on võimalik ületada kõik takistused, oleneb lihtsalt, kuidas seda teha
- + Lihtsus on ülilooluline, vilgas lähenemine on võtmetegur
- + Digitaalsus ennekõike - kui olete digitaalseks muutunud, jäätegi digitaalseks, digitaliseerimine on mõtteviis
- + Mõtteviis on suur osa muutustest

Peatükkides 1.2–1.4 analüüsitud andmete kokkuvõtteks võib järeldada, et e-Eesti bränd on hästi tuntud ja selle turundustegevus on tõhus. E-Eesti turundussõnumeid tajutakse vastavalt e-Eesti meeskonna väljatöötatud tegevuskavale „E-Eesti rahvusvahelise maine arendamine“ ja eelkõige selle neljale põhisõnumile.

1. **Tiiptasemel infoühiskond** – Eesti on infoühiskonna eestvedaja – näitame maailmale, kuidas üles ehitada infoühiskond, kus on hea elada, töötada ja äri teha.
2. **Arenenud digitaalne infrastruktuur** – e-Eesti edu alus on hea digitaalne infrastruktuur, millele saab ehitada turvalisi ja mugavaid e-teenuseid.
3. **Tõhus ja avatud valitsuse infoühiskond** – digitaalsed lahendused muudavad kodanike elu Eestis kiireks ja mugavaks ning riigi efektiivseks.
4. **Hea digitaalne ärikeskkond** – e-lahenduste abil on Eestis lihtne äri teha.

Uuringutulemused ning see, et vastajad tunnustavad kõrgelt nelja põhisõnumi kriteeriumeid, kinnitavad selgelt, et sihtrühmad on eri riikides need sõnumid vastu võtnud ja neid õigesti mõistnud. On palju erinevaid mõtteid ja ideid (Joonis 17), mis on seotud nelja põhisõnumiga. Ehkki vaid väikesel osal vastanutest oli e-Eestiga mingeid reaalseid kogemusi, pidasid nad seda väga meeldivaks kogemuseks.

Andmeid saab ka liigitada kolme mõõtmega alla.

- 1) Tegevusele suunatud mõõde
- 2) Tulemusele suunatud mõõde
- 3) Brändi lojaalsus

1) **Tegevusele suunatud mõõde** – praegust e-Eesti turundustegevust saab hinnata väga edukaks ja tõhusaks.

- + **Bränd on hästi tuntud** (e-Eestist on varem kuulnud 51% veebiküsitluse vastanutest ja 80% rahvusvahelistest digitaliseerimise ekspertidest). E-Eesti brändi kõrgeim tuntuse tase on vastajate hulgas, kellel on hea või väga hea teadmiste tase digitaliseerimistemadel.
- + **93% on positiivsed tunded seoses e-Eesti brändiga, ligi 80% usub, et see on ainulaadne.** Digitaliseerimise eksperdid rõhutasid brändi ainulaadsust eriti suurepärase näitena, kuidas riik saab aidata edendada oma IKT-sektori ettevõtteid rahvusvaheliselt. Seda peetakse ainulaadseks näiteks, kuna peamiselt toetavad valitsused

ainult turismitööstust. Mõnes riigis (Saksamaa, Šveits, USA) on tugevad „Made in“-brandid; samas rõhutati, et e-Eesti bränd on kindlasti rahvusvaheliselt konkurentsivõimeline ja võrreldes teiste riikidega kõvasti eespool.

- + **47% vastanutest usub, et Eesti on kõige enam digitaliseeritud riik maailmas ja 70% asetab Eesti maailma TOP 3 liidrite hulka, mis on suurepärase tulemus eriti sellise väikese riigi jaoks.**
- + **Tegevusele suunatud küsimuste keskmine hinne on kõrge** ja on selge tahe edasisteks tegevusteks.
 - „Kas soovitaksid enda kolleegidele e-EEKi teenuseid?“ – 4,67 5-st.
 - „Kas kaaluksid Eesti IKT-ettevõtete koostöö tegemist või e-Eesti kohta kirjutamist?“ – 4,2 5-st.
- + E-Eesti senine turundustegevus on olnud väga edukas. E-Eesti esitluskeskuse meeskond on üldise teadlikkuse tõstmiseks valinud õiged turunduskanalid ja on aktiivne meedias, mida vastajad kõige sagedamini kasutavad. Vastajad kinnitasid, et kõige sagedamini on nad e-Eesti brändist ja e-EEKist kuulnud sotsiaalmeediast (LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube), traditsioonilisest meediast (Helsinki Sanomat, Guardian, Spiegel, finantsajakirjad), konverentsidel (IT foorum Lvivis, Euroopa Komisjoni korraldatud üritused), samuti on nad teavet suuliselt saanud.

2) Tulemusele suunatud mõõde näitab, kas e-Eesti tegevus viib reaalse toiminguteni, nagu uued äripartnerlused, mõned valitsuse algatused.

Ex post'i veebiküsitluse tulemuste kohaselt on 78% vastanutest valmis astuma järgmisi samme ja tegema vähemalt ühte tegevust e-Eesti tutvustamiseks. See näitab ilmselgelt e-Eesti brändi tugevust ja rahvusvahelist konkurentsivõimet ning tõestab, et see viib reaalse tegudeni. Kuigi kõige sagedamini nimetatakse passiivseid tegevusi (e-Eesti veebis lisainfo otsimine, kolleegide julgustamine digitaliseerimisteemasid uurima ja e-Eesti sotsiaalmeedia kanalite jälgimine), märkis 16%, et nad plaanivad ühendust võtta Eesti IKT-ettevõtetega ja 17% plaanivad taotleda e-residentsust, mis on selge tulemustele orienteeritud tulemus.

Ka *ex post'i* küsitlusele vastajate lisakommentaaride analüüsimisel (valikuline) palusid mõned vastajad konkreetse teema kohta täpsemat teavet, et seda oma riigis reklaamida, või soovisid ühendust võtta e-Eesti esindajatega. Samuti küsis 20% küsitletud digitaliseerimise ekspertidest e-Eesti otsekontakte. Seega võib järeldada, et e-EEKi tegevused ei suurenda mitte ainult üldist teadlikkust, vaid viivad ka reaalse tegevusteni, nagu äripartnerlus, valitsuse algatused, e-residentide arvu suurenemine.

3) Brändi lojaalsus. Selle mõõtme jaoks analüüsiti ühe *ex ante* ja kahe *ex post'i* küsimuse vastuseid. Kõigist vastajatest, kes on e-Eesti brändist varem kuulnud, osutasid enamik, et on brändi suhtes positiivselt meelestatud ja et e-Eesti bränd on ainulaadne. Keskmise skooriga on vastajad hinnanud, et e-Eesti bränd on tuntud ja rahvusvaheliselt tunnustatud. Samuti on näha, et enamikul juhtudel soovitaksid inimesed e-EEKi teenuseid, kuid Eesti ettevõtete partnerluse loomisel on aktiivsus väiksem.

Kuna esindatud riike on palju ja vastuseid on vähe, ei ole võimalik riike pingeritta seada. Tulemusi 5 riigist, kus on enim *ex ante* ja *ex post'i* vastuseid, on näha allpool (Joonis 18). Avaliku-, erasektori ja meedia esindajate tulemuste vahel pole olulist erinevust.

Joonis 18. Brändi lojaalsus e-Eestile 1

Küsitlus	Küsimus	Keskmine tulemus (kõik riigid)	Suurima vastuste arvuga TOP 5 riikide keskmine hinne ⁵					
			DE	US	BR	CH	IN	
Ex ante	Kuidas hindaksite e-Eesti brändi järgmiste aspektide osas.	E-Eesti bränd on tuntud ja rahvusvaheliselt tunnustatud	3,7	3,8	3,0	3,3	4,3	3,5
		E-Eesti bränd on ainulaadne	4,1	4	4,1	3,7	4	4
		Kui kuulen või loen e-Eestist, olen positiivselt meelestatud	4,4	4,5	4,1	4,5	4,7	3,7
			DE	US	BR	FR	UA	
Ex post	Kui tõenäoliselt kaaluksite Eesti partnerit e-teenuste arendamisel või juurutamisel?	4,2	4,0	3,7	4,0	3,3	4,25	
	Kas soovitaksite e-Eesti esitluskeskuse teenuseid oma kolleegidele?	4,6	4,9	4,5	4,4	4,8	4,0	

Vastajatele, kes on brändi suhtes positiivselt meelestatud, meeldib kõik, mis on brändiga seotud, ning nad teeksid sellega hea meelega koostööd ja soovitaksid brändi oma kolleegidele. Kõige lojaalsem on see publik, kes usub, et bränd on ainulaadne – tõenäoliselt on neil (pärast muude tegurite analüüsi) kõige suurem potentsiaal saada e-Eesti brändisaadikuteks.

Brändilojaalsusega seotud küsimuste üksikasjalikku analüüsi leiame PROMO indeksist (lisa 4, punkt 3.1.3). Selle mõõtme jaoks lisati ainult riigid, kust oli vähemalt 5 vastust (Joonis 19).

Joonis 19. E-Eesti brändi lojaalsus 2

Kategooria	Kirjeldus	Riigid
Sõbrad (Parim tulemus 9,5–10 10-st)	E-Eesti brändisaadikud, kes tunnevad Eesti pakutavaid digiteenuseid, reklaamivad aktiivselt ja/või teevad juba koostööd Eesti ettevõtetega ja/või on avaldanud artikleid sellest	Bulgaaria, Iirimaa, Poola, Austraalia, Moldova, Lõuna-Aafrika Vabariik, Nigeeria, Rumeenia
Tuttavad (tulemus 9,0–9,5 10-st)	On üldine arusaam e-Eesti brändist ja konkreetsetest lahendustest, mida see hõlmab, kuid nad pole seda ise kasutanud ega seda kuidagi reklaaminud	Malaisia, Tšehhi, Brasiilia, Šveits, Jaapan, Hispaania, Aserbaidžaan
Võõrad (eitajad) (madalaim tulemus 5,5–6,8)	Võõrad või eitavad – üldiselt on neil e-Eesti brändi ja selle konkreetsete lahenduste osas arusaam, kuid nad on selle suhtes üsna skeptilised – nad kas ei usalda seda või usuvad, et see pole midagi ainulaadset, ja arvavad, et tegelikult pakutakse paljudes riikides sarnaseid lahendusi	Prantsusmaa, India, Leedu, Hiina, Belgia, Venemaa

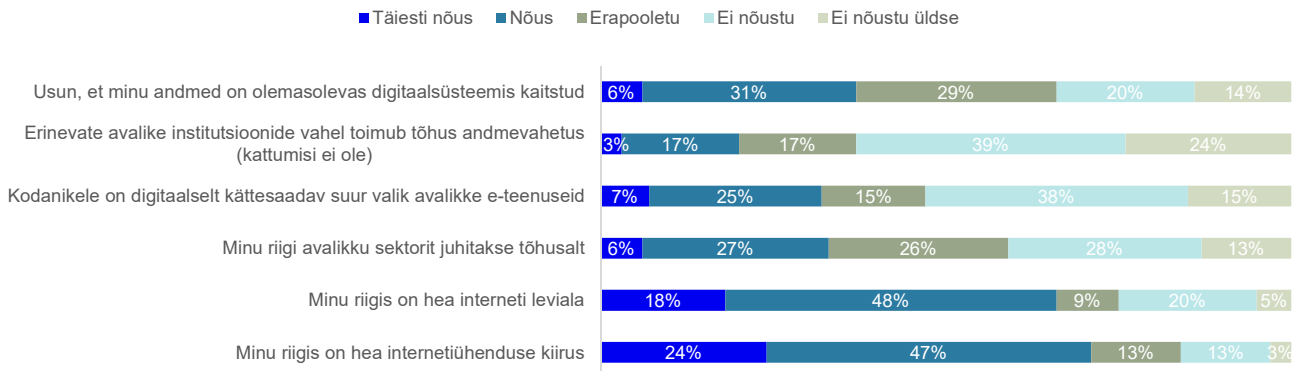
⁵ Saksamaa (DE), USA (US), Brasiilia (BR), Šveits (CH), India (IN), Prantsusmaa (FR), Ukraina (UA).

1.5 E-valitsemise tavad ja suundumused teistes riikides

Hea infrastruktuur riigis pole ainus, kuid üks peamisi eeldusi riiklike e-teenuste võimaldamiseks. Veebiküsitluse vastajad on oma koduriigi interneti infrastruktuuriga enamasti rahul – internetiühenduse kiirust ja levikut peetakse heaks, samas kui enamik muresid olid seotud andmete ebaefektiivse jagamise ning e-teenuste kättesaadavusega (Joonis 20).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

Joonis 20. K – Hinnake oma riigi digitaalse arengu taset



* Ex ante küsitlus (n = 204)

Andmed varieeruvad riigiti üsna palju, seetõttu tuleks iga riiki eraldi hinnata. Näiteks usub 60% sakslastest ja ainult 12% ameeriklastest vastajatest, et nende andmed on turvaliselt hoitud (võrreldes keskmiselt 37%-ga), samal ajal kui ainult 47% sakslastest ja 75% ameeriklastest on nõus, et interneti leviala on hea (võrreldes 71%-ga keskmiselt). Üksikasjalik vaade riikide kaupa toob välja, et väga kõrge digitaalse arengutasemega riikide kodanikud on andmete jagamise tõhususe, e-valitsuse teenuste valiku ja avaliku sektori valitsemise tajutava tõhususe seisukohast kriitilisemad. Seevastu madalama keskmise digitaliseerimistasemega riikide (Ukraina, Keenia) küsitlusele vastanud hindasid oma riigi digitaalse infrastruktuuri kõiki aspekte palju kõrgemalt kui kõrgelt digitaliseerunud riikide omad. Seega mängivad selles hindamises suurt rolli vastajate ootused riigi arengule ning potentsiaalsele digitaalsele arengule selles riigis.

Ekspertide sõnul on kolm peamist asja, miks mõned riigid on digitaalses arengus edukamad kui teised – **poliitiline juhtimine ja tahe, otsustajate keskmine vanus ja riigi juhtimismudel.**

1. Ekspertid nimetasid kõige olulisemaks teguriks **poliitilist juhtimist ja autoriteetide suhtumist**, algatusvõimet ja tugevat juhtimist ning poliitilist taht uuendada ja edendada digitaliseerimist. Märgiti, et kõigil erakondadel pole valmisolekut muuta ja rakendada läbipaistvamaid lahendusi. Paljudes riikides on juurdunud kultuur ja kindel viis teha asju, mida on raske muuta, seetõttu on riigi ja tugeva poliitilise juhi nägemus sisuliselt oluline. Näiteks Saksamaal on 25% töökohtadest seotud avaliku sektoriga. Teenuste digitaliseerimine tähendab tõhusamat valitsemismudelit ja vähem inimesi, kes töötavad avalikus sektoris, seetõttu on selge, et avaliku sektori inimesed pole eriti huvitatud digitaliseerimisest, kuna neil on oht kaotada töö. See on digitaliseerimisele märkimisväärne koorem.

It really depends on the political will and will to make things more transparent. To implement e-government solutions and digital transmission needs a charismatic leader, without it, it's difficult.

Theo Blackwell, Londoni CDO

2. **Otsustajate keskmine vanus** – enamikus riikides on keskmine otsustajate vanus nii avalikus sektoris kui ka suurtes eraettevõtetes 50–65 aastat. Enamiku selle vanuserühma inimeste jaoks ei ole digitaliseerimine loomulik ega tuttav. Digitaalne kirjaoskus on selliste lahenduste rakendamisel väga oluline, nii et isegi kui organisatsioonil on CTO või CIO, kes on digitaalseks ümberkujundamiseks väga avatud, on paljudel juhtudel ka teisi juhtimistasandi inimesi, kes tahavad jätkata nii, nagu on tehtud viimastel aastakümnetel. See toob kaasa asjaolu, et üldjuhul on valitsused hädas vanamoodsa mõtteviisi ja juurdunud tööviiside muutmise, puudub arusaam või visioon digitaliseerimisest ja seda on raske muuta ilma poliitilise taseme tugeva ja visiooniga juhita.
3. **Juhtimismudel riikides**, kus otsustusprotsess on rohkem tsentraliseeritud, on e-valitsust lihtsam rakendada. Intervjueeritud eksperdid pakkusid välja, et üks põhjus, miks USA e-valitsuse lahendustest kaugele maha jääb, on selle killustatud valitsemise osariikide vahel. Kuid see pole ainult USA probleem, ka selline valitsemismudel nagu Euroopa Liit või Saksamaa liidumaad võivad muuta kõigi kodanike jaoks lahenduste rakendamise aeglaseks. See on eriti suur probleem juhtudel, kui reageerimine on vajalik kiiresti, näiteks Covid-19 pandeemia korral.

First barrier is administrative; the responsibility needs to be taken regarding the whole process. Second barrier is the resistance of change in the head of people. Because the change means that they need to learn new IT skills and need to deliver the projects on time. Third barrier is willingness of consumers to innovations. [...] I think that all countries face this, not only Ukraine.

Alexander Gluschenko, Ukraina Ülemnõukogu asetäitja

Olenemata digitaliseerimise tasemest näivad kodanikud kõigis riikides olevat digitaliseerimisele avatumad kui valitsus. Kuid võib esineda ka mõningaid eripärasid seoses riikide või mõnede konkreetsete kodanikerühmadega. Näiteks on sakslased pigem kriitilised ja oma andmete ohutuse osas ettevaatlikud. Prantsusmaa kodanikud võivad olla väga konservatiivsed ja võivad seetõttu näha mitmeid ohte seoses digitaliseerimisega. Ameerika eksperdid näevad peamise takistusena avaliku sektori detsentraliseerimist, samas kui rootslased rõhutavad õigusliku raamistiku ja valitsuse puudumist, mis võimaldaks pikaajalist digitaliseerimisstrateegiat, digitaalseid uuendusi ja asutusteüleseid lahendusi. Ühendkuningriigi eksperdid mainisid peamiste takistustena ka suuri kulusid ja olemasolevat pärandtehnoloogiat, samas kui Soome eksperdid on mures meeldiva kasutuskogemuse tagamise pärast.

Kõige levinumate eelarvamuste suhtes, et e-valitsuse lahendusi on väiksemates riikides lihtsam rakendada kui suurtes, olid eksperdid kriitilised. Eksperdid ei nõustunud, et avaliku sektori teenuste digitaliseerimine Saksamaal või USA-s oleks kuidagi teistsugune või keerulisem kui samade lahenduste rakendamine nt. Singapuris. Enamik eksperte väitis, et digitaliseerimine on seotud mastaapsusega ja seetõttu on veelgi suurema rahvaarvuga riikidel kasu mastaabisäästust.

Samal ajal nimetati kõige rohkem digitaalse arengu osas maha jäänud riikide hulgas Saksamaa (4), USA (4), Prantsusmaa (3), Venemaa, Valgevene, Ukraina, Põhja-Korea, Brasiilia, Mehhiko, Suurbritannia, Rumeenia, Bulgaaria ja Iirimaa. Neid riike mainisid nii kohalikud kui ka teiste riikide eksperdid. Huvitava faktina olid Saksa eksperdid enesekriitilised ja tunnistasid, et nende oma riik on digitaliseerimise osas vähem arenenud, samuti rõhutasid USA eksperdid erinevusi USA osariikide ja nende valitsuse ning selle digitaalsete lahenduste vahel, kuid San Franciscot ja California osariiki nimetati headeks näideteks, sest nad kulutavad palju raha ja investeerivad eri tüüpi digiteenustesse.

1.5.1 Covid-19 mõju

Kõik eksperdid väitsid, et Covid-19 piirangud füüsilises maailmas ning vajadus minna üle digitaalsele keskkonnale on olnud kõigi riikide jaoks suureks proovikiviks, võimaldades riiklikul tasandil tuvastada paljusid nende digitaalse infrastruktuuri nõrkadest kohtadest, eriti tervishoiu- ja haridussektoris. Eksperdid nõustusid, et Covid-19 on digitaliseerimise üldist arengut kiirendanud. See on suurendanud vajadust tehnoloogiate ja digitaalsete lahenduste järele, samuti on see arendanud inimeste digitaalset kirjaoskust ja tehnoloogilisi oskusi. Samuti on see sundinud valitsusi kiiremini tegutsema ja kiirendama digitaalset transformatsiooni. Valitsused, ettevõtete omanikud ja elanikud on teinud suuri investeeringuid oma elu digitaliseerimiseks, vajalike tehnoloogiliste seadmete

ostmiseks ning ühiskonna teavitamiseks selle kasutamisest. Näiteks Prantsuse eksperdid töid välja, et Covid-19 seadis prioriteediks avaliku halduse digitaliseerimise ja et digitaalsete teenuste pakkumiseks loodi palju riiklikke toetusi. Saksamaa valitsus on hakanud avalike teenuste digitaalselt kättesaadavaks muutmist toetama. Saksamaa esindajad väitsid, et pandeemia oli peamine õppetund Saksamaal digitaliseerimisse suhtumise vastu – näiteks keeldusid varasemalt inimesed turvalisuse tõttu (isegi suurtes ettevõtetes) Zoomi või videokonferentside kasutamisest, kuid see lõppes pärast pandeemia algust üsna kiiresti. Pärast pandeemiat on isegi Saksamaa avalikud asutused nüüd avatud kodanikega Zoomis kõnesid tegema. Värsked uudised teatavad aga, et Saksamaal saadetakse digitaalne vaksineerimispass (CovPass) tavaposti teel.⁶

Hollandi ja Ameerika eksperdid mainisid, et kuigi pandeemia on sundinud avalikku sektorit arenema, on siiski veel palju tööd vaja teha, eriti avaliku halduse töötajate kaugtöö valdkonnas. Kaugtöö on tunduvalt madalama arengutasemega peamiselt seetõttu, et avalikus halduses on selle vastuvõtt olnud nõrk.

Briti eksperdid mainisid, et pandeemia mõjutab drastiliselt nii digitaalse ökosüsteemi nõrkade lülide tuvastamist kui ka avalike teenuste digitaliseerimise üldist aktsepteerimist. E-hariduse valdkonnas on täheldatud märkimisväärseid väljakutseid, kuna enamik Ühendkuningriigi majandusest on muutunud digitaalseks töövahendiks, mis aga on olnud riigikoolide jaoks „katastroof“, sest nad olid digitaalseks õppeks täielikult ette valmistamata. Eksperdid täpsustasid, et nii koolide kui ka laste jaoks vajaliku digitaalse infrastruktuuri ja ressursside kindlustamine (hinnanguliselt 3 miljonil inimesel puudub riigis juurdepääs digitaalsetele ressurssidele) on olnud keeruline, ja ka seda, et lapsed väldivad õppimist kodus olles.

Ukrainas põhjustas pandeemiapiirang telekommunikatsioonivõrkudele liiga suurt koormust, samuti oli probleeme infrastruktuuriga. Pealegi suurenes mure kasutajaandmete ohutuse pärast ja algasid avalikud arutelud valitsuse andmete sisemise säilitamise üle, kuid mitte selle üle, et paljud rahvusvahelised ettevõtted oleksid valmis filiaale avama, andmekeskusi ehitama ning selles suunas töötama.

1.5.2 Digitaliseerituse tase riikide kaupa ja avatus koostööks Eesti ettevõtetega

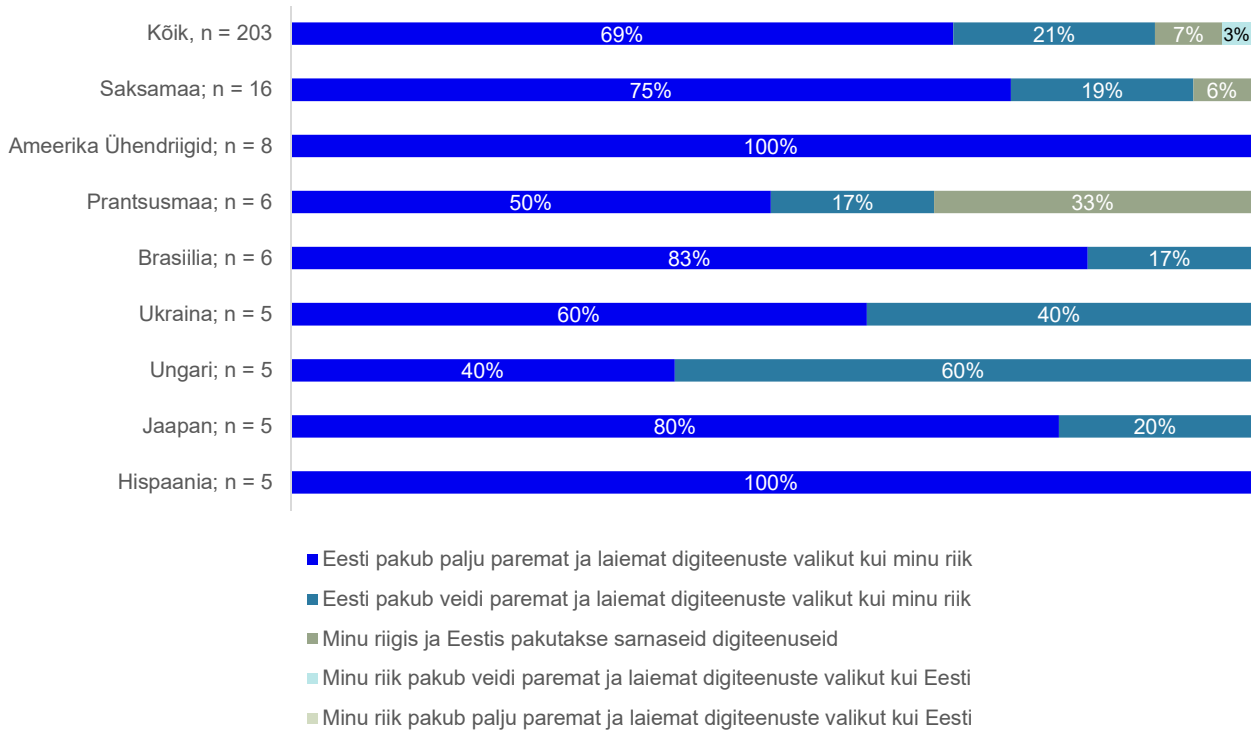
Nagu juba mainitud, on rahvusvaheline üldsus kõigi sihtrühmade seas üllatunud Eesti pakutavate digiteenuste kõrge valiteedi üle. 84% *ex post*⁷ küsitluse vastanutest usub, et Eesti pakub paremat ja laiemat digiteenuste valikut kui nende kodumaa;

⁶ Spiegel, 12.05.2021 <https://www.spiegel.de/netzwelt/apps/corona-digitaler-impfnachweis-soll-vielen-per-post-zugestellt-werden-a-5b0d09a0-30ef-46c9-98d9-351dfc4b2266>

seetõttu on riigid koostöö suhtes üldiselt positiivselt meelestatud. Enamik vastanutest usub, et Eesti pakub paremat ja laiemat teenuste valikut kui nende oma riik (Joonis 21). Ainult 6% usub, et nende riik pakub sarnaseid või paremaid digiteenuseid kui Eesti (mainisid Gruusia, Singapuri ja Hiina vastajad), kuid mitte keegi ei valinud vastust „Minu riik pakub palju paremat ja laiemat digiteenuste valikut kui Eesti“.

Joonis 21. K – Hinnake oma riigi digiteenuseid võrreldes Eesti omadega. (% vastustest)

Kuidas hindaksite oma riigi digiteenuseid võrreldes Eesti omadega?



* Ex post küsitlus (n = 203; vastajaid = 193)

Joonis 22 on loetletud riigid, mis on praegu seatud Eestile A-prioriteetseteks turgudeks. Loetelule on lisatud Rootsi, Prantsusmaa ja Holland. Joonis kirjeldab üksikasjalikumalt digitaliseerituse taset nendes riikides ja avatust koostööks välismaa (Eesti) ettevõtetega.

Joonis 22. Digitaliseerituse tase riikide kaupa ja avatus koostööks välismaiste (Eesti) ettevõtetega

Prioriteetsus	Riik	Digitaliseerimise tase	Enim digitaliseerunud sektorid	Eduka digitaliseerimise näited	Sektorid, mida peaks digitaliseerima/parendama
A-prioriteetsed riigid	Ühendkuningriik	<ul style="list-style-type: none"> + Digitaalselt arenenud riik (4,1 5-st) + Avalik sektor on keskmiselt digitaalselt arenenud (3,4 5-st) + Elanikud on haritud ja valmis digitaalseteks teenusteks + Mõned algatused toimuvad valitsusest sõltumatul omavalitsuste tasandil + Ekspertide sõnul on enamik avalikke teenuseid digitaalselt kättesaadavad (70–100%) + Avatud koostööle rahvusvaheliste ettevõtetega, eriti viimastel aastatel, kuna Digital Marketplace võimaldab välisettevõtetel teha pakumisi valitsuse lepingute sõlmimiseks + E-Eesti bränd või konkreetsed Eesti eksperdid, ettevõtted või lahendused pole avaliku sektori esindajate seas tuntud, kuna Eestit peetakse kaugeks ja abstraktseks riigiks 	+ Maksuhaldus	<ul style="list-style-type: none"> + HM Revenue & Customs (HMRC) + Gov.uk veebisait + Koostöö ISC.AI-ga 	<ul style="list-style-type: none"> + Tervishoid + Transport + Passi saamine + Digitaalne pakumuste süsteem + Andmete jagamine avalike asutuste vahel, võimalus dokumente veebis riigiasutustele saata
	Saksamaa	<ul style="list-style-type: none"> + Digitaalselt vähearenenud riik (2,75 5-st) + Avalik sektor on digitaalselt vähearenenud (2,5 5-st) + Inimesed on avatud digitaliseerimisele, kuid sakslased on kriitilised ja suhtuvad oma andmete ohutusse ettevaatlikult, mis toob kaasa asjaolu, et paljud avaliku sektori asutused on digitaliseerimise suhtes üsna vastumeelsed + Ekspertide vastused varieeruvad digitaalsete avalike teenuste protsendi osas palju (15–60%) + Avatud koostööle rahvusvaheliste ettevõtetega, Eestil ja teistel Balti riikidel on üldiselt hea maine, ehkki ei tunta nende konkreetseid lahendusi + Turvalisus on peamine põhjus, miks sakslased ei rakenda digitaalseid uuendusi nii kiiresti ja turvalisus võib olla ka suureks takistuseks koostöös välisettevõtetega + Oleks kasu paljudes valdkondades, kuid rõhku tuleks panna julgeolekuprotokollidele, et sakslased näeksid, et kõik on turvaline 	<ul style="list-style-type: none"> + Maksuhaldus (kodaniku vaatenurgast – lihtne üles laadida) + Ettevõtlusega seotud väljad + Tervishoid + Passi, autode registreerimine jne. 	<ul style="list-style-type: none"> + Koroonarakendus 	<ul style="list-style-type: none"> + Maksuhaldus (valitsuse pool – kuigi maksuaruandeid on lihtne üles laadida, võtab tagasiside saamine aega 6–8 kuud; seega on maksuamet ainult osaliselt automatiseeritud) + Sotsiaaltoetuste taotlussüsteem tuleks digitaliseerida + Iduettevõtete ökosüsteem, võimalus alustada ettevõtet veebis + Haridussüsteemi infrastruktuur + Andmete jagamine avalike asutuste vahel, võimalus dokumente veebis riigiasutustele saata + Viisataotlus ja kõik muu, mis hõlmab piiriülest andmevahetust + Üldiselt ei ole avalik sektor digitaliseeritud ega ole kodanike jaoks hõlpsasti kättesaadav
	Soome	<ul style="list-style-type: none"> + Digitaalselt arenenud riik (tulemusega 4,5 5-st) + Avalik sektor on digitaalselt arenenud (tulemusega 3,8 5-st) + Kodanikud võiksid olla rohkem avatud digitaliseerimisele, avatus kasvab + Ligi 50-75% avalikest teenustest on kättesaadavad digitaalselt + Väga avatud koostööle rahvusvaheliste ettevõtetega, eriti Eesti ettevõtetega. Puuduvad olulised takistused. 	+ Maksuhaldus	+ Taskukohane mobiilside	<ul style="list-style-type: none"> + Liiklusagentuur + Tervishoid + Viisa taotlemine + Kombineeritud e-ID + e-hääletamine + Pangakonto avamine + Tsentraliseeritud andmed

enter e-estonia

	USA	<ul style="list-style-type: none"> + Keskmiselt digitaalselt arenenud riik (tulemusega 3,3 5-st) + Avalik sektor on digitaalselt vähearenenud (tulemusega 2,67 5-st) + Digitaalselt kättesaadavate avalike teenuste hulk varieerub vahemikus 20–80%. Probleem võib olla selles, et isegi kui digitaalseid teenuseid on palju, ei ole need eriti tõhusad ja kodanikud ei saa neid iseseisvalt kasutada + Kasu oleks koostööst Eesti ekspertidega avalike teenuste pakkumise, e-valitsuse ning tervishoiu alal + Avatud koostööle rahvusvaheliste ettevõtetega, geograafiline kaugus pole koostöös nii oluline, kuid eelistatakse suuremaid riike, kellega on pikem ja tihedam koostööajalugu – Kanada, Ühendkuningriik, Prantsusmaa, Itaalia 	<ul style="list-style-type: none"> + Avalik sektor ja avalik tervishoid 	<ul style="list-style-type: none"> + San Francisco linn + California linn + Valitsusväline organisatsioon „Code for America“ + Getty uurimisinstituut + Smithsonian Instituut 	<ul style="list-style-type: none"> + Maksuhaldus + Võimalus taotleda erinevat tüüpi sotsiaaltoetusi + e-hääletamine + Digitaalne kodakondsus + Küberturvalisus üldiselt + Haridus
	Ukraina	<ul style="list-style-type: none"> + Keskmiselt digitaalselt arenenud riik (tulemusega 3,2 5-st) + Avalik sektor on keskmiselt digitaalselt arenenud (tulemusega 3,3 5-st) + Enamik avalikke teenuseid on digitaliseerimisel + Kodanikud on avatud digitaliseerimisele + Ametnikud on valmis teenuseid digitaliseerima + Infrastruktuuri ja tehnoloogiate valmisolek digitaliseerimiseks on mõõdukas + Ligikaudu 20% avalikest teenustest on digitaalselt kättesaadavad, kuid järgmise paari aasta jooksul plaanitakse jõuda 100%-ni + Eestil on väga hea maine, kuna teda peetakse võtmepartneriks + Eesti ekspertidest oleks kasu registreerimise, küberturbe ja keeruliste teenuste keerukaid toiminguid vajavate põhistruktuuride ülesehitamisel 	<ul style="list-style-type: none"> + Avalike andmete läbipaistvus + Maksuhaldus + Administratiivteenused 	<ul style="list-style-type: none"> + Avalike teenuste keskkond „Dia“ 	<ul style="list-style-type: none"> + Haridus + Ühistransport + Tervishoid
Teised riigid	Prantsusmaa	<ul style="list-style-type: none"> + Digitaalselt keskmiselt arenenud riik (3 5-st) + Avalik sektor on digitaalselt vähearenenud (2 5-st) + Kodanikud on digitaliseerimisele rohkem avatud kui avalikud asutused + Osa kodanikest on pigem konservatiivsed ja näevad digitaliseerimisel palju riske + Riigiasutuste avatus suureneb + Ligi 80% avalikest teenustest on digitaalselt kättesaadavad + Avatud koostööle rahvusvaheliste ettevõtetega, kuid eelistab töötada riikidega, kellega on tihedam kaubandusajalugu + Usutakse, et Eesti e-valitsuse eksperdid saaksid Prantsusmaa jaoks kasulikud olla, kuid arusaam Eesti e-valitsusest on vähene + E-valitsuse lahenduste pakkumise korral võib tekkida avaliku arvamuse mure, kuna Eestit peetakse Venemaaga seotuks (julgeolekuohud) 	<ul style="list-style-type: none"> + Maksuhaldus + eID 	<ul style="list-style-type: none"> + eID + Sõjavägi ja sandameeria 	<ul style="list-style-type: none"> + Tervishoid + Kindlustus + Pensionisüsteem + Haridus + Transport
	Rootsi	<ul style="list-style-type: none"> + Avalik sektor on digitaalselt hästi arenenud (tulemusega 4 5-st) + Kodanikud on kiired kohanejad, kes on väga avatud digitaliseerimisele + Ligi 75% avalikest teenustest on kättesaadavad digitaalselt + IKT-teenuste sisseostmine teistest riikidest on vähelevinud 			<ul style="list-style-type: none"> + Tervishoid – nii avaliku kui ka erasektori pakkujatel peaks olema sama teave
	Holland	<ul style="list-style-type: none"> + Digitaalselt arenenud riik (tulemusega 3,875 5-st) 	<ul style="list-style-type: none"> + Tervishoid 	<ul style="list-style-type: none"> + Valitsuse „pilv“ 	<ul style="list-style-type: none"> + Valitsuse „pilv“ - Kuidas anda sellele

enter e-estonia

	<ul style="list-style-type: none">+ Avalik sektor on digitaalselt arenenud (tulemusega 3,75 5-st)+ Kodanikke peetakse kiireteks kohanejateks, kes on väga avatud digitaliseerimisele+ Avaliku sektori avatus digitaliseerimisele on keskmine+ 70–90% avalikest teenustest on kättesaadavad digitaalselt		<ul style="list-style-type: none">+ Kuidas anda kodanikele juurdepääs ja kuidas digitaalsed lahendused saaksid olla kasutajasõbralikumad+ Haridus+ Ettevõtete e-tuvastamine	<p>juurdepääs kodanikele ja kuidas oleksid digitaalsed lahendused kodanike jaoks kasutajasõbralikumad</p> <ul style="list-style-type: none">+ Haridus+ Ettevõtete e-tuvastamine
--	--	--	---	--

Mõned vastajad rõhutasid, et avalike teenuste osas on Eesti kõvasti eespool (e-ID, e-hääletamine, digiallkirjastamine, digiretseptid), kuid erasektori osas on teised riigid tugevamad, näiteks Hiinal läheb paremini sellistes valdkondades nagu e-ettevõtted (Alibaba, Taobao), mobiilimakse (Alipay, Wechat Pay), rattaringlus, 5G-tehnoloogia jne.

Ex post küsitluses hindasid vastajad ka seda, millised e-Eesti pakutavad teenused nende kodumaale suurimat väärtust annaksid (Joonis 23). E-residentsust ja e-hääletamist peetakse rahvusvahelise üldsuse jaoks kõige inspireerivamaks teenuseks, kuna Eesti on ainus riik maailmas, kes neid lahendusi pakub, ja seda saab edukalt kasutada e-Eesti turunduskommunikatsioonis, kuid uuringutulemuste kohaselt ei peeta kumbagi teenust kõige olulisemaks. Kõige olulisematena mainiti kõige sagedamini e-tuludeklareerimist ja e-identiteeti. Mõnes riigis (peamiselt Euroopa riikides, aga ka Singapuris) on juba rakendatud selliseid teenuseid nagu e-identiteet, digiallkirjastamine, digiretseptid ja e-maksude aruandlussüsteemid, kuid täiendavat tähelepanu tuleks pöörata sellele, kui funktsionaalsed ja kasutajasõbralikud need süsteemid on – mõnel juhul on need riigis olemas, kuid need ei leia laialdast kasutust. E-tervise lahendusi rõhutati samuti kui väga olulisi, eriti Covid-19 pandeemia kontekstis.

Joonis 23. Vastajate vastused elukohariigi ja nende koduriigile suurimat väärtust andvate e-Eesti teenuste olulisuse järgi (keskmine tulemus maksimaalsest 5 punktist, vähemalt kolme vastusega riigid).

Riik	E-identiteet	Digiallkirjastamine	E-residentsus	Digiretsept	E-hääletamine	E-tuludeklareerimine	Kommentaariid
Keskmine	4,4	4,2	3,8	4,0	4,0	4,4	
Albaania	4,67	4,67	3,67	4	4,67	4,5 ⁷	E-tuludeklareerimine on riigis osaliselt kättesaadav
Austria	4	Saadaval	4	Saadaval	Teave puudub	Saadaval	
Belgia	Saadaval	3	3*	2*	3	3	
Brasiilia	4,5	4	3	4	5	5	Vajatakse e-tervishoiu lahendusi
Bulgaaria	4,75	4,5	4,75	4,75	4,75	4,5	
Kanada	4,5	4,67	3,75	4,5	4,25	4,5	Vaja on integreeritud e-tervisekaarti
Hiina	4,3	4,3	3,3	3,67	2,67	4,5	
Tšehhi	Saadaval	4	3	3	3	4	Vajatakse e-tervishoiu lahendusi
Prantsusmaa	4,2	4*	3,8	4,2	4,3	4,4	
Saksamaa	4,5	4,1	3,6	3,8	3,3	3,75	
Ghana	5	4,5	5	5	5	5	
Kreeka	4,5	4*	4	5*	4,5	4,5	
Ungari	4	4	4,67	Saadaval	4,67	4,5	Vajatakse e-haridust, e-kooli
India	4,5*	4*	4	4	3,67	4,5*	
Itaalia	3,5	4	2,67	2,67	2,67	4	
Jaapan	4,6	4,5	3	4,6	3,8	4,6	
Läti	Saadaval	Saadaval	3	Saadaval	4,3	Saadaval	
Leedu	Saadaval	Saadaval	2,5	2,5*	3,67	Saadaval	
Malaisia	3,25	4	3,67	4	4	4,5*	
Uus-Meremaa	5	5	5	Saadaval	5	5	
Nigeeria	5	4,5	4	3,5	4,5	4,5	Mõned süsteemid on rakendatud, kuid mitte Eesti tasemel
Panama	4,5	4,3*	4,25	4,5	4,5	5	

⁷ Täpsemalt näitab, et üks osaleja on märkinud, et lahendus on nende koduriigis juba olemas, samas kui teised sama riigi vastajad pole seda märkinud. Sellele tuleks pöörata erilist tähelepanu, kuna see näitab, et lahendus võib küll turul olemas olla, kuid seda ei kasutata laialdaselt.

Rumeenia	4,5	4,25	3	3,75	4,5	4,5	
Singapur	Saadaval	Saadaval	4,5	4,75	5	Saadaval	
Lõuna-Aafrika Vabariik	5	5	4,5	4	5	5	
Hispaania	4,5	Saadaval	3,25	4,67	4,75	5*	
Rootsi	Saadaval	Saadaval	4,5	4*	5	Saadaval	
Šveits	4,5	3,5	3,5	4	4	4	
Tai	4,5	4,5	5	4,5	5	5*	
Ukraina	5*	3*	4*	Teave puudub	1	5*	Võttes arvesse sõda Venemaaga, peaks IT-lahenduste laialdane kasutuselevõtt põhinema üliturvalisel infrastruktuuril
Ühendkuningriik	4	3*	3,3	3,5	4	4,3	
Ameerika Ühendriigid	4,5	4,3	4,1	4,3	4,67	4,67	Vajatakse e-tervishoiu lahendusi
Usbekistan	4	4	4	4	4	4*	
Vietnam	4,3	3,3	3,67	3,3	2	4,3	

Nagu varasemates peatükkides mainitud, on e-Eestil hea maine kogu maailma erinevates piirkondades ja enamik vastanutest on nõus, et Eesti on üks digitaalselt arenenumaid riike maailmas. Samuti on enamik uuringus vastanutest märkinud, et Eesti pakub paremaid digiteenuseid kui nende kodumaa, nii et just nõudluse vaatenurgast lähtudes võiks enamik maailma riike olla e-Eesti (eriti Eesti IKT-ettevõtete ja ekspertide) „potentsiaalne klient“. E-Eesti teenuseportfelli optimeerimise puhul on joonisel 23 näha, et eri riikide vastajatel on erinevad eelistused. Kuigi üldiselt märgivad vastajad, et e-residentsus tooks nende riigile enim kasu, ei ole vastajaid riigi kohta piisavalt, et teha ühest järeldust. Siiski võiks e-Eesti esitluskeskuse meeskond pidada meeles, et e-teenuseid, mis on saanud kõrgeima hinnangu (digiallkiri, e-tuludeklareerimine, e-identiteet), rakendatakse üha enam riikides.

Teenuste välismaal müümisel on **usaldusel siiski väga oluline roll**. Inimesed võivad olla uudishimulikud paljude huvitavate või eksootiliste asjade suhtes, kuid nad ostavad teenuseid inimestelt, keda nad usaldavad. Haridus on üks usaldust suurendav aspekt ja e-Eesti teeb suurepäraselt tööd, tutvustades rahvusvahelisele publikule e-Eestit sotsiaalmeedia, majandusdiplomaatia, Eesti saadikute jne kaudu. Teine väga oluline aspekt, mis **suurendab usaldust, on ühine kogemus**. Inimesed kipuvad umbusaldama tundmatut ja usaldama asju/inimesi, keda nad tunnevad. Seega, kui e-Eesti valib turud, millele keskenduda, ei tohiks alahinnata selliseid tegureid nagu ühine ajalugu (endised NSV Liidu riigid, Hansaliit), ühine geograafiline piirkond (Baltikum, Põhjamaad, EL, Ida-Euroopa) ega muid ühiseid tegureid (väikeriigid). Samuti võib leida ühise keele mõne Kesk- ja Ida-Euroopa riigiga nagu Poola, Tšehhi, Bulgaaria ja Rumeenia ilma keerulise lobitööta. Ühine kogemus aitab Eesti IKT-ettevõtetel palju kiiremini müüa ja rakendada e-valitsuse projekte nendes riikides kui nt. Ühendkuningriigis, Prantsusmaal või Araabia Ühendemiraatides, kus Eesti IKT-ettevõtted peavad kõigepealt looma üldise teadlikkuse, seejärel looma usalduse ja alles siis saavad nad hakata konkureerima äritegevuse nimel.

1.6 E-Eesti maine baastase

Kuna *ex ante* ja *ex post* küsitluste eesmärk oli veidi erinev, eristatakse kahte baastaseme hinnangut.

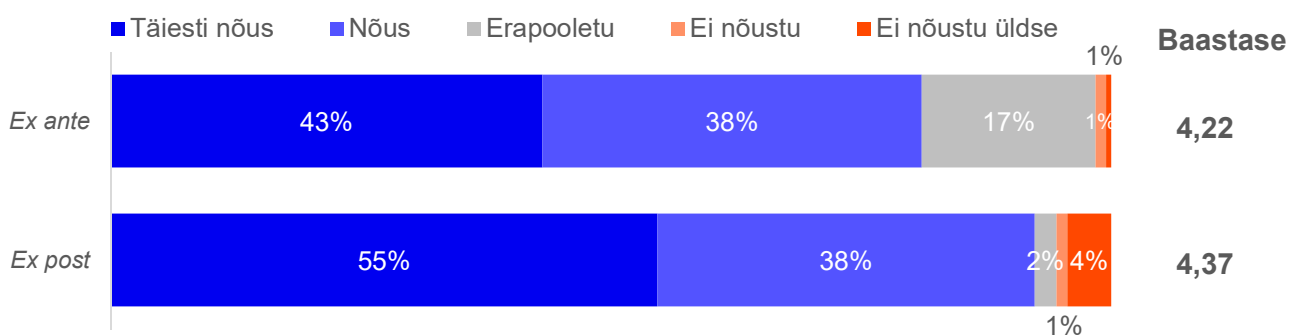
Ex ante küsitluse eesmärk oli mõista Eesti, e-Eesti ja e-EEKi üldist kuvandit enne suuremat kokkupuudet e-EEKiga, pakkudes seeläbi võimalust e-Eesti kuvandi pikaajaseks hindamiseks. *Ex post* küsitluses hinnati e-EEKist saadava info otsest mõju. Kuigi küsitluste vahel on erinevusi, siis nii e-Eesti maine kui ka e-EEKi maine ja mõju baastaseme hinnangud põhinevad küsimusel „kas nõustute, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises liider?“. Muutus vastuses annab teavet e-EEKi tõhususe kohta vastuse kujunemisel ja Eesti viimisel rahvusvahelise digilahenduste liidri seisuse poole.

Küsimuse lihtsustatud hindamine on tulemusle numbrilise väärtuse rakendamine, kus iga vastus on väärt teatud punkte. Näiteks vastused, kus nõustutakse täielikult, annavad 5 punkti, ning vastused, kus ei nõustuta üldse, annavad vaid 1 punkti, ja need punktid korrutatakse vastuste osakaaluga kõigist vastustest. Näiteks *ex ante* küsitluse vastused „täiesti nõus“ annavad kokku $43\% * 5 + 38\% * 4 + 17\% * 3 + 1\% * 2 + 1\% * 1 = 4,22$ punkti. Samas kui *ex post* küsitluse tulemus on 4,37 punkti. Seega on e-EEKi tegevus suurendanud arusaama Eestist rahvusvahelise digilahenduste liidrina 0,15 punkti ehk 3,6% võrra.

Samas, kuna ainult 19 vastajat (5%) vastasid mõlemale küsimustikule ning enamik vastanutest ei andnud enne ega pärast kokkupuudet e-EEKiga vastuseid, siis pole küsimustikud ja e-EEKi mõju otseselt võrreldavad, kuna vastajate arvamust pole vahepeal muudetud. Eriti kui hinnata individuaalselt erinevate riikide vaatenurgast. Allolev küsimus rõhutab staatust, mille eest e-Eesti bränd seisab. Seega vastused peegeldavad, kas selle väitega ollakse nõus. Baastaseme hinnangud annavad aga üksikasjalikke teadmisi, seetõttu lisatakse *ex ante* küsitlusele täiendavaid põhjalikke küsimusi Eesti IKT-sektori alambrändide ja koostöö kohta ning *ex post* küsitluse hinnangule lisatakse esitluse mõju ja valmisolek tegutsemiseks. Otseselt võrreldavate vastuste loomiseks tuleks samalt sihtrühmalt küsida samu küsimusi (kohustuslik küsimustik enne ja pärast visiiti).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

Joonis 24. K – Kas nõustud, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises (% vastanutest)



* Vastuseid = 373 (ex ante = 190, ex post = 183)

1.6.1 Ex ante küsimustiku baastase

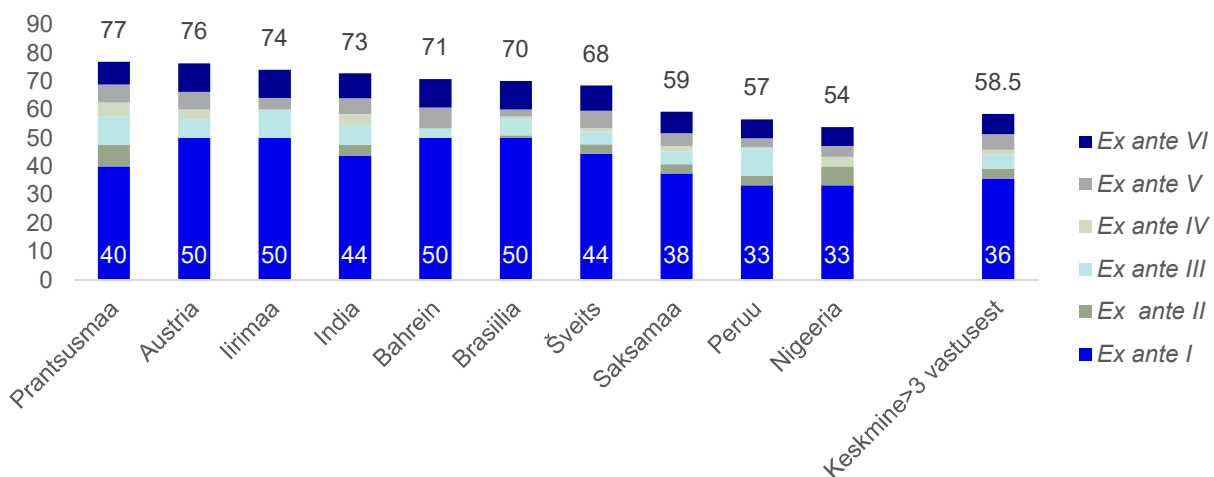
Ex ante baastase on loodud selleks, et hinnata teadlikkust e-Eestist ja Eestist kui digitaalselt arenenud riigist, samuti selle brändingust ning koostöö tasemest IKT-sektoriga. Üldine Eesti kui rahvusvahelise liidri hindamine digitaliseerimise valdkonnas moodustab pool baastasemest. Teise poole baastasemest moodustavad põhjalik teadlikkus Eesti IKT-ettevõtetest, e-Eesti brändist ja e-EEKist. See kõik aitab täiustada rahvusvahelist juhtpositsiooni ning ühtlasi näitab laiemaid teadmisi Eesti kohta. Lisapunkte antakse juhul, kui isikul on olnud varasem koostöö Eesti või selle IKT-sektoriga, mis näitab reaalseid koostöö tegevusi Eesti IKT-sektoriga.

Joonis 25. *Ex ante* küsimustiku baastase e-Eesti maine pikaajaliseks hindamiseks

Indikaatori lühend	Indikaator	Indikaatori osakaal
<i>Ex ante</i> I	Arvamus Eestist kui rahvusvahelisest liidrist digitaliseerimisvaldkonnas	50%
<i>Ex ante</i> II	Teadlikkus Eesti IKT-ettevõtetest	10%
<i>Ex ante</i> III	Teadlikkus e-Eesti brändist	10%
<i>Ex ante</i> IV	Teadlikkus e-Eesti esitluskeskusest	10%
<i>Ex ante</i> V	Partnerlus Eestiga üldiselt	10%
<i>Ex ante</i> VI	Partnerlus Eestiga IKT-sektoris või digitaliseerimisvaldkonnas	10%
	<i>Ex ante</i> baastaseme hinnang	59,4
	<i>Ex ante</i> baastaseme hinnang enama kui kolme vastusega riikidele	58,5

Baastaseme indeks on 59,4 punkti võimalikust 100 punktist, kuid vastuseid riikide kohta saab vaadelda siis, kui riigi kohta on minimaalselt 3 vastust (soovitavalt rohkem), ja sellisel juhul on keskmine 58,5 punkti. Juhtiv pikaajaline mõju on Prantsusmaal (5 vastajat), kellel on kõigi lisaküsimuste üks kõrgemaid tulemusi, samas kui mõnel vastajal on siiski kahtlus, kas Eesti on digilahenduste juurutamisel rahvusvaheliselt juhtpositsioonil. Vastajad Austriast (3 vastajat), Iirimaa (3 vastajat), Bahreini (8 vastajat) ja Brasiiliast (12 vastajat) on Eesti liidripositsioonis täiesti kindlad, kuid enamjaolt ei oska nad nimetada ühtegi Eesti tehnoloogiaettevõtet, samas aga viitavad enamik neist eelnevale kogemusele Eesti digitaliseerimise valdkonna ettevõtetega.

Joonis 26. *Ex ante* küsitluse baastase kümne riigi kohta, kust on rohkem kui 3 vastust



1.6.2 *Ex post* küsitluse baastase

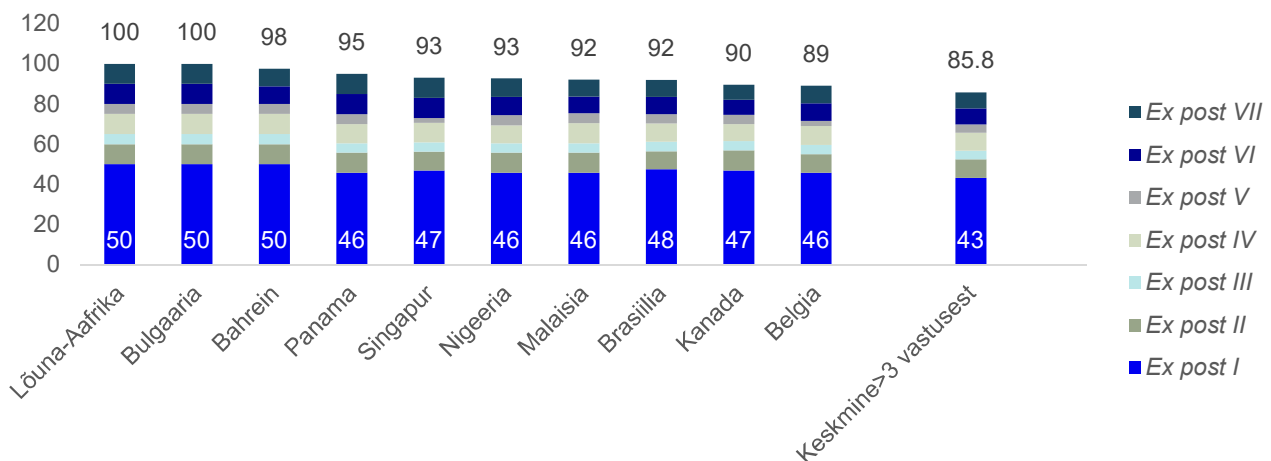
Ex post küsitluse baastase hindab samuti usaldust Eesti kui rahvusvahelise liidri vastu digitaliseerimisvaldkonnas, lisaks ka hinnangut e-EEKi esitlusele, e-EEKi soovitamist kolleegidele, oma elukohariigi hindamist võttes arvesse Eesti kogemust ja samuti IKT-sektori partnerlusvõimalusi ja valmisolekut tegutsemiseks. Ka *ex ante* baastaseme põhiküsimus on Eesti kui digitaliseerimisvaldkonna rahvusvahelise liidri hindamine ja selle faktiga nõustumine. Samal ajal lisavad e-EEKi tegevus ja selle otsesed mõjud täiendavat ülevaadet baastasemele ja valmidust kas töö levitamiseks või antud info põhjal tegutsemiseks.

Joonis 27. E-Eesti maine *ex post* küsimustiku baastase

Indikaatori lühend	Indikaator	Indikaatori osakaal
<i>Ex post</i> I	Arvamus Eestist kui rahvusvahelisest liidrist digitaliseerimisvaldkonnas	50%
<i>Ex post</i> II	Hinnang e-EEKi esitlusele	10%
<i>Ex post</i> III	e-EEKi esitluse asjakohasus tegevusvaldkonnale	5%
<i>Ex post</i> IV	E-EEKi soovitamise kolleegidele	10%
<i>Ex post</i> V	E-EEKi esitluse mõju IKT-taseme tajumisele oma elukohariigis	5%
<i>Ex post</i> VI	E-EEKi esitluse mõju IKT-sektori partnerlusvõimalustele	10%
<i>Ex post</i> VII	E-EEKi esitluse mõju tegutsemisvalmidusele	10%
	<i>Ex post</i> 'i küsitlusele baastaseme hinnang	81,3
	<i>Ex post</i> 'i baastaseme hinnang enama kui kolme vastusega riikidele	85,8

Üldine *ex post*'i baastase on 81,3 punkti 100-st. Mõju üksikasjalikku hindamist igas riigis saab teha aga siis, kui vastuseid on minimaalselt 3 (soovitavalt rohkem) ja sellisel juhul on keskmine hinnang 85,8 punkti. Üheksa riigi esindajatele on esitlus märkimisväärselt mõjunud ja vastanud kinnitasid jätkuvalt, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimise valdkonnas ning nad on hinnanud seda enam kui 90 punktiga. Kõik Lõuna-Aafrika Vabariigi ja Bulgaaria esindajad (mõlemal oli 3 vastajat) on e-Eestit hinnanud kõrgeimale tasemele, nendele järgneb Bahrein.

Joonis 28. *Ex post*'i küsitluse baastase kümne riigi kohta, kust on rohkem kui 3 vastust



1.7 Potentsiaalsed riigid, kellele oma tegevust suunata - e-Eesti rahvusvahelise maine indeks

E-Eesti rahvusvahelise maine indeks (edaspidi: e-EMI) töötati välja, et saada ülevaade e-Eesti mainest ja selle väljavaadetest ning määrata peamised sihtriigid, millele suunata e-EEKi tähelepanu. Indeksi modelleerimisel on kasutatud koos küsitluse vastustega riikidevahelisi võrdlusindekseid, mis mõeldavad e-valitsuse arengutaset kogu maailmas, i valdkonnas tunnustatud ülemaailmset rahvusbrändide ja tööstuse indeksitⁱⁱ, IKT-teenuste äri ja muid parameetreid.

E-Eesti rahvusvahelise maine indeks ühendab kaks suuremat valdkonda:

- o e-Eesti rahvusvaheline maine. Valitud näitajad näitavad teatud riigi potentsiaalset partnerlust Eestiga (nt IKT-teenuste import Eestist, e-residentsuse statistika ja Google'i märksõnaotsingud teatud riigist) koos küsitluse tulemustega. Nende kahe aspekti näitamiseks töötati välja kaks indeksit/teemat:
 - + BRAND – teadlikkus ja arusaamad Eestist ja e-Eestist;
 - + COOP – koostöö Eestiga IKT-sektoris;

- E-Eesti peamised sihtturud. Analüüsitakse parimaid partnerlusvõimalusi ja IKT-teenuste importi mujalt maailmast. Selles on välja toodud kõige olulisemad kriteeriumid ja seda eelkõige e-Eesti peamise eksporditoote ehk digitaalse transformatsiooni puhul valitsuste, tööstusharude ja ettevõtete tasandil. Nende kolme aspekti katmiseks töötati välja kolm indeksit/teemat:
 - + DIGI – digitaliseerimise tase;
 - + TARGET – suure potentsiaaliga sihtturud digitaalseks transformatsiooniks;
 - + PROMO – e-Eesti turundustegevuse mõju.

Seega koosneb e-EMI viiest indeksist/teemast, mis luuakse 23 indikaatori põhjal, millel on kõigil määratud osakaal. Peamised määravad tegurid on Eesti IKT-teenuste impordiväärtus, Eesti IKT-teenuste impordiväärtus ja selle osakaal kogu tava- ja IKT-impordist, samuti riigi e-valitsuse tase. Põhiteave on võetud Maailma Kaubandusorganisatsiooni (WTO) IKT-teenuste impordi andmebaasist, ÜRO e-valitsuse arengu indeksist (UN EGDI) ja Maailmapanga digitaalse valitsuse / GovTechi süsteemidest ja teenustest (WP DGSS). Andmetele on lisatud küsitluse vastused, mis näitavad teadlikkust e-Eesti brändist ja e-Eesti brändi mainet ning valmisolekut eestlastega koostöö tegemiseks. Kuna riigiti on vastuste arv erinev, on suurem osakaal statistilistel andmetel, mis on võrreldavad, piirates uuringu vastuseid 21%-ga indeksi tulemustest, mis annab Eesti mainele hinnangu riigi esindajate poolt (Joonis 29).

Potentsiaalsed sihtriigid, kus e-Eesti brändi edendada, põhinevad IKT-teenuste praegustel impordimahtudel ja nende osal koguväärtusest, mis näitavad juba olemasolevat koostööd Eesti ja IKT-sektoriga, pakkudes seega parimat pinnast edasiseks arenguks ja laienemiseks ka valitsuse tasandil. See on ühendatud analüüsiga valitsuse digitaliseerituse tasemest teatud riigis, seega valmisolekuga arendada digitaliseeritust edasi erinevates valdkondades. Lisaks analüüsitakse digitaalse transformatsiooni kasvupotentsiaali, tuginedes e-valitsuse arengule ja IKT-sektori jaoks saadavalolevatele inimressurssidele. Faktiline teave on ühendatud küsitluse vastustega, osutades e-Eesti brändimisele ja edendamisele, mida on teinud e-EEK. Seeläbi on hinnatud ka avatust koostööks ning alust edasiseks koostööks

E-EMI on koostatud viisil, mis võimaldab seda võrrelda järgmiste aastate tulemustega, et tagada küsitluses osalenud riikide esindajate e-Eesti teadlikkuse ja ettekujutuse. Detailne metoodika on leitav lisast 4.

Joonis 29. E-EMI teemad, indikaatorid, andmeallikad ja määratud osakaal

INDEKSID/TEEMAD	Alaindeks	Indikaator	Andmete allikas	Määratud osakaal	
COOP: KOOSTÖÖ EESTIGA IKT-SEKTORIS	COOP I	Eesti IKT-teenuste väärtus	WTO andmebaas	30	9
	COOP II	Eesti IKT-teenuste väärtus, % kogu maailma impordist	WTO andmebaas		8
	COOP III	Rahvaarv	WTO andmebaas		10
	COOP IV	Partnerlus Eestiga IKT-sektoris või digitaliseerimisvaldkonnas	Ex ante küsitlus		1
	COOP V	Osavõtt Eesti e-residentsuse programmist	Eesti e-residentsuse statistika		2
DIGI: DIGITALISEERIMISE TASE	DIGI I	E-valitsuse areng	UN EGDI (2020)	25	15
	DIGI II	IKT-sektori ja e-valitsuse tajutav tase	Ex ante ja ex post'i küsimustikud		1
	DIGI III	Riiklik e-valitsuse strateegia	WP DGSS (2020)		2
	DIGI IV	Avalike andmete haldamise poliitika	WP DGSS (2020)		2
	DIGI V	„Pilvevalitsuse“ kasutamine	WP DGSS (2020)		1
	DIGI VI	Kõrgtehnoloogia riigihanked	WEF GITR (2016)		4
TARGET: SUURE POTENTIAALIGA SIHTTURUD DIGITAALSEKS TRANSFORMAATSIONIKS	TARGET I	E-valitsuse arengutaseme kasvupotentsiaal riigis	UN EGDI (2020)	25	10
	TARGET II	IKT-teenuste impordiväärtus	WTO andmebaas		25
	TARGET III	E-valitsuse kõige nõrgemad valdkonnad	MP DGSS (2020), TII (2020)		-5
	TARGET IV	IKT-sektori jaoks saadavalolevad inimressursid	GitHub-i andmed		-5

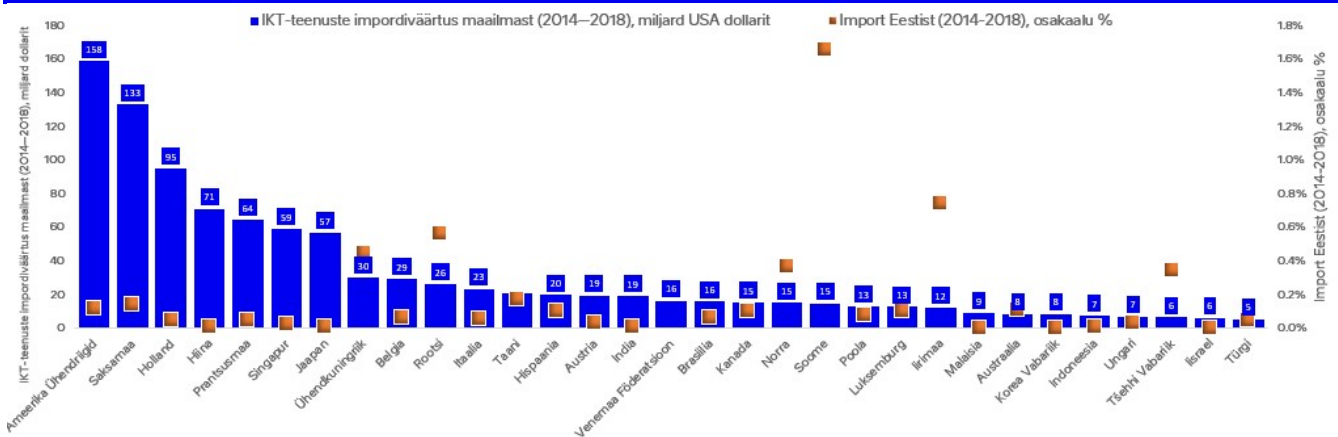
BRAND: TEADLIKKUS JA ARUSAAMAD EESTIST JA E-EESTIST	BRAND I	Arvamus Eestist kui rahvusvahelisest liidrist digitaliseerimisvaldkonnas	Ex ante, ex post'i küsitlus	10	5
	BRAND II	Teadlikkus Eesti IKT-ettevõtetest	Ex ante, ex post'i küsitlus		1,5
	BRAND III	Teadlikkus e-Eesti brändist	Ex ante küsitlus		2,5
	BRAND IV	Huvi e-Eesti, e-residentsuse ja digitaalse kodakondsuse vastu	Google Trends		1
PROMO: E-EESTI TURUNDUSTEGEVUSE MÖJU	PROMO I	Hinnang e-EEKi esitlusele	Ex post'i küsitlus	10	1
	PROMO II	E-EEKi esitluse mõju IKT-taseme tajumisele oma elukohariigis	Ex post'i küsitlus		5
	PROMO III	E-EEKi esitluse mõju IKT-sektori partnerlusvõimalustele	Ex post'i küsitlus		2
	PROMO IV	E-EEKi esitluse mõju tegutsemisvalmidusele	Ex post'i küsitlus		2

1.7.1 E-Eesti rahvusvahelise maine indeksi jaoks kasutatud andmed

Kõikide IKT-teenuste impordiväärtuse võrdlus maailmas aastatel 2014–2018, arvestatud on ka Eesti IKT-teenuste impordi osakaalu. Viis riiki, kus IKT-teenuste koguimpordi summa oli kõige suurem, olid USA, Saksamaa, Holland, Hiina ja Prantsusmaa (Joonis 30). Eestist pärit impordi osatähtsus on väga väike - kokku vaid 0,1%. Suurim osa on aga Soomel (1,6%), ning sellele järgnevad Iirimaa (0,8%) ja Rootsi (0,5%).

ALLIKAS: MAAILMA KAUBANDUSORGANISATSIOONⁱⁱⁱ

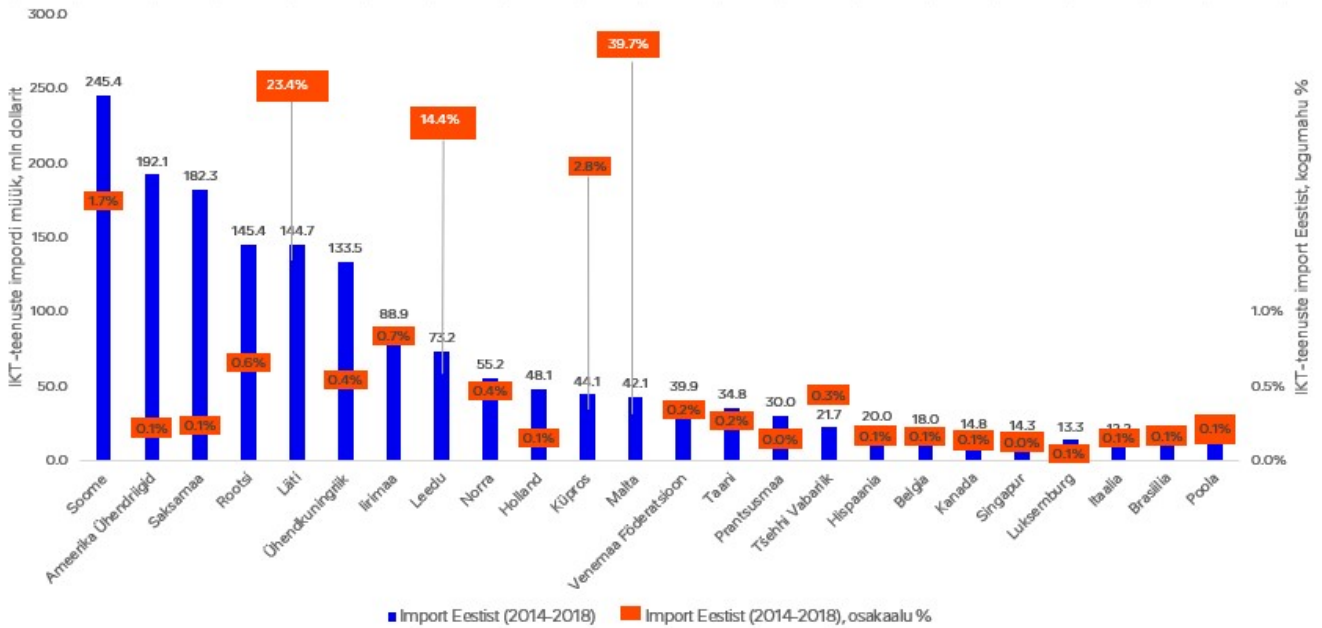
Joonis 30. IKT-teenuste import riikide kaupa maailma ja Eesti arvestuses, mille prioriteediks on maailma suurimad IKT-teenuste importijad, koguväärtus ja impordiosa (2014–2018)



* 30 esimest riiki IKT-teenuste impordiväärtuse järgi

WTO IKT-teenuste impordi andmete kohaselt imporditi aastatel 2014–2018 Eestist umbes 540 miljoni USA dollari väärtuses IKT-teenuseid, aastatel 2014–2016 oli see umbes 90 miljonit dollarit aastas ja aastatel 2017–2018 umbes 135 miljonit dollarit aastas. IKT-teenuseid on Eestist väärtuse järgi enim importinud Soome, sellele järgnevad USA, Saksamaa, Rootsi, Läti ja Ühendkuningriik, kes kõik on ajavahemikul 2014–2018 importinud teenuseid erinevatest riikidest rohkem kui 100 miljoni dollari eest. Selle perioodi jooksul on veel 18 riiki, kes on importinud IKT-teenuseid üle 10 miljoni dollari väärtuses. Samas ajavahemikus moodustasid Eestist imporditud IKT-teenused võrreldes ülejäänud maailmaga kõige suurema osa Maltas (39,7%). Maltale järgnevad Läti (23,4%), Leedu (14,4%) ja Küpros (2,8%). Kui Soome on Eesti jaoks suurim importiv riik, siis kogu IKT-sektori import Eestist on vaid 1,7%, samas kui USA ja Saksamaa puhul on see ainult 0,1% (Joonis 31).

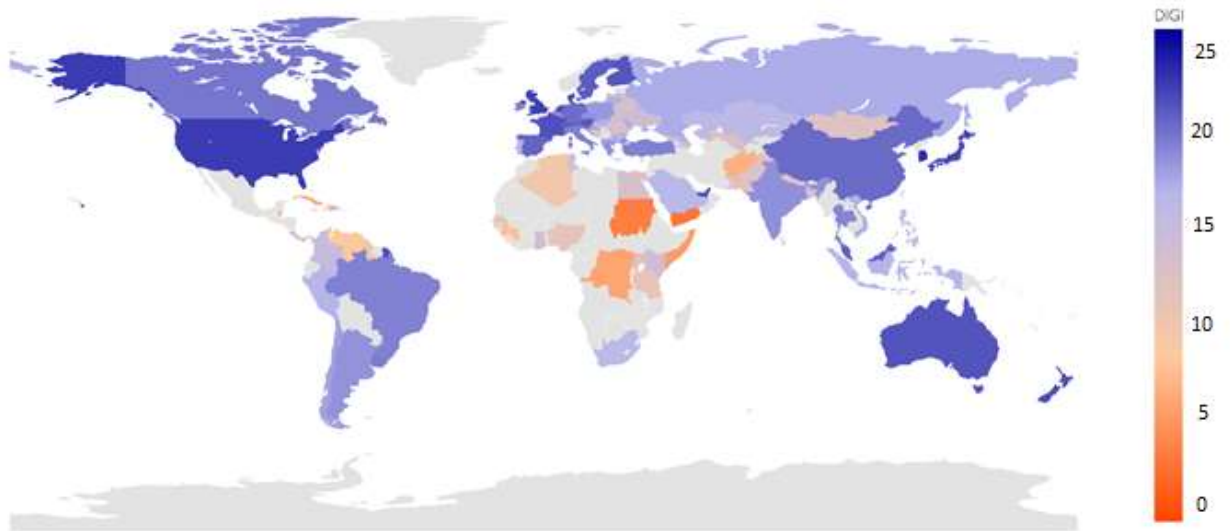
Joonis 31. IKT-teenuste import mujalt maailmast ja Eestist riikide kaupa, prioritseeritud riikide kaupa, kes on Eestist enim importinud jooksva koguväärtuse ja impordi osakaalu arvestuses (2014–2018)



Kõrgeima avaliku sektori digitaliseerimise arengutasemega riigid asuvad Euroopas (nt Ühendkuningriik, Holland, Taani, Prantsusmaa, Austria ja Soome), Põhja-Ameerikas (nt Ameerika Ühendriigid) ja Kagu-Aasias (nt Jaapan, Singapur, Austraalia) ja need on koondatud DIGI indeksis (Joonis 32).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

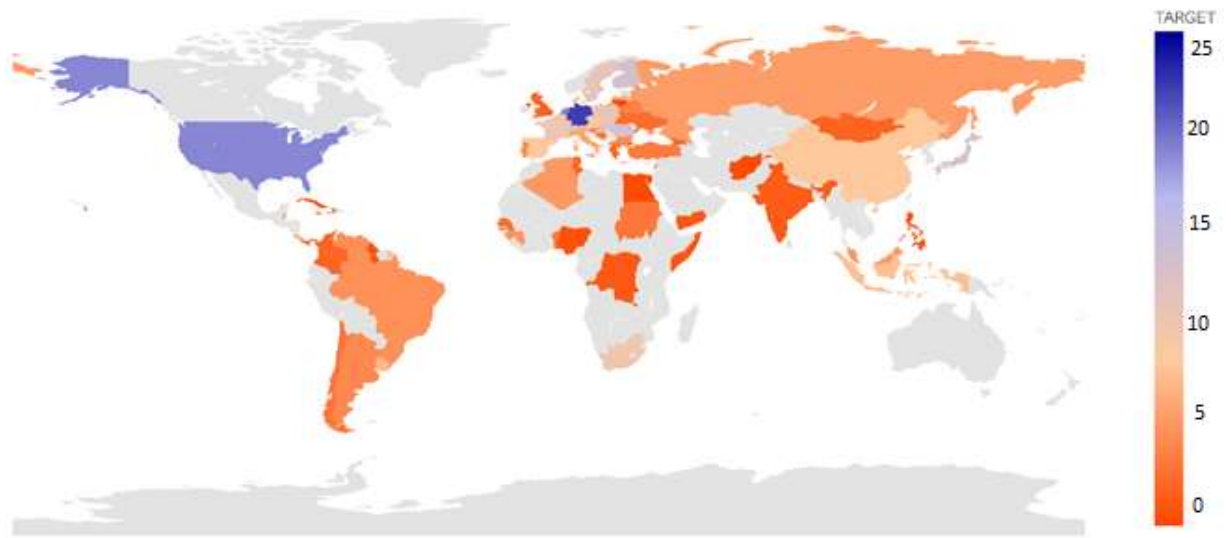
Joonis 32. Indeks DIGI, jaotus riikide kaupa



* Riigid = 97 (miinus 1, mille tulemuse arvutamiseks pole piisavalt andmeid (Gibraltar))

TARGET põhineb e-valitsuse arengutaseme kasvupotentsiaalil teatud riigis koos IKT-teenuste impordi suurusega. Sellest on lahutatud e-valitsuse kõige nõrgemad valdkonnad 15 kriteeriumi põhjal ning inimressursside saadavus IKT sektori jaoks. Kõrgeim tulemus on Saksamaal kui riigil, kus on e-valitsuse tasandil kõige suurem kasvupotentsiaal, sellele järgnevad USA ja mõned teised Euroopa riigid, samas kui enamikul Aafrika riikidest on e-valitsuse valdkonnas madal kasvupotentsiaal (Joonis 33).

Joonis 33. Indeks TARGET, jaotus riikide kaupa

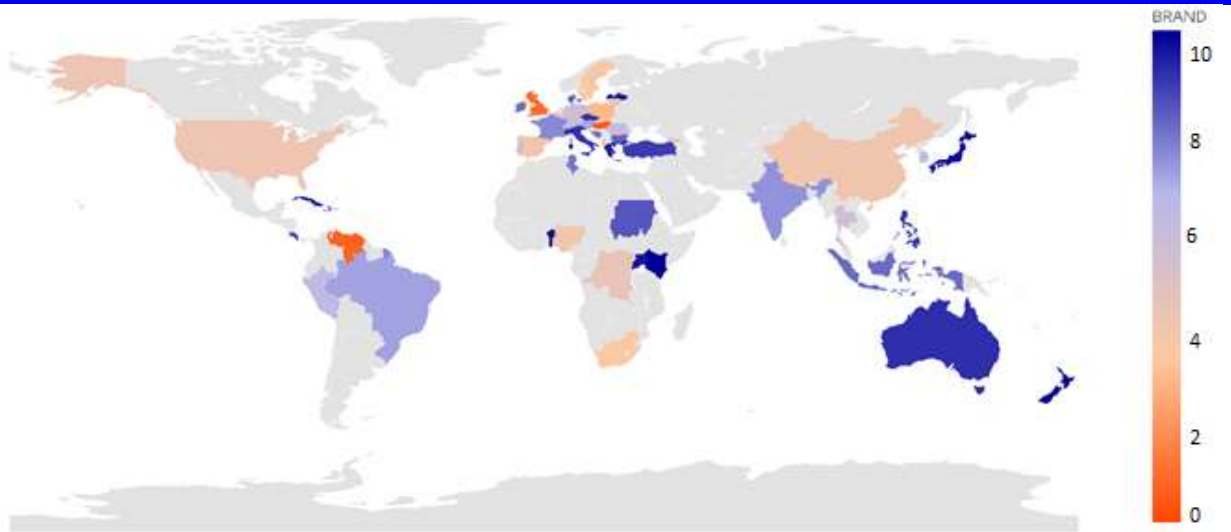


* Riigid = 95 (miinus 3, mille tulemuse arutamiseks pole piisavalt andmeid)

Teadlikkus e-Eesti brändist ja Eestist kui digitaalselt arenenud riigist ei ole tingimata seotud geograafiliste piirkondadega. Kuigi Euroopas ja Kagu-Aasias on enim eriti kõrge teadlikkusega riike, on nendes piirkondades ka madala teadlikkusega riike, näiteks Ühendkuningriik ning Ungari. Huvitav on asjaolu, et üldiselt olid Kagu-Aasia riikide tulemused paremad kui Euroopa riikidel – nendes oldi sagedamini veendunud Eesti kindlas digitaliseerimise valdkonna juhtpositsioonis (Joonis 34).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

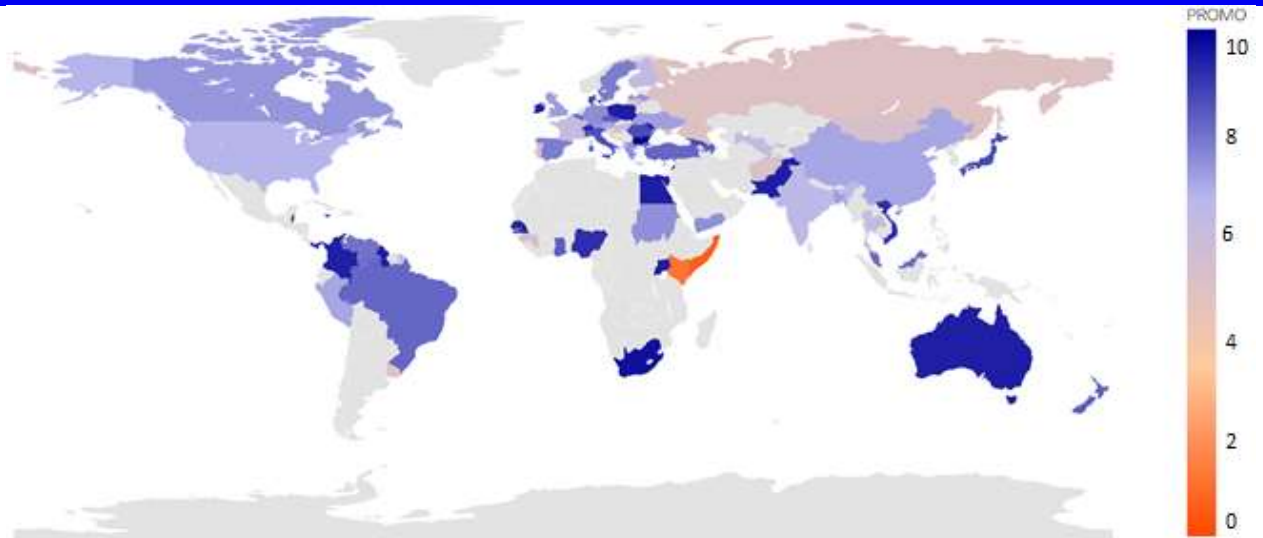
Joonis 34. Indeks BRAND, jaotus riikide kaupa



* Riigid = 56 (miinus 42, mille tulemuse arutamiseks pole piisavalt andmeid)

Indeks PROMO näitab ja mõõdab e-Eesti turundustegevuste mõju riikide kaupa, kajastades peamiselt küsitluses osalejate teadlikkust ning hinnangut e-EEKi tegevuste kohta ja eelkõige seda, kuidas need tegevused mõjutavad osalejate edasisi tegevusi. Üldiselt on e-Eesti turundustegevuse mõju enamikus riikides väga positiivne. Kõige nõrgemad tulemused on tavaliselt seotud riikidega, kus on eriti madal digitaliseerimise tase, näiteks Venemaa, Uruguay, Keenia ja Somaalia.

Joonis 35. Indeks PROMO, jaotus riikide kaupa



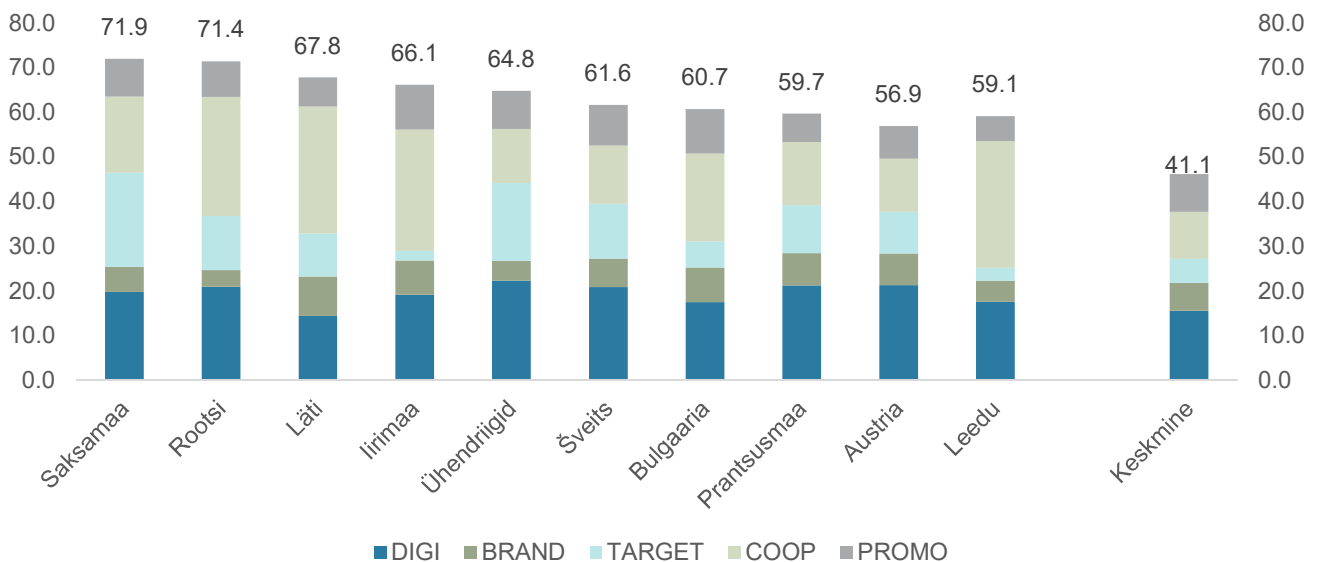
* Riigid = 71 (miinus 27, mille tulemuse arutamiseks pole piisavalt andmeid)

1.7.2 E-Eesti rahvusvahelise maine indeksi tulemused

E-EMI tulemused põhinevad peamiselt faktilisel teabel valdkonna kohta ja ainult 21% küsitluse tulemustel. Seega tuleks analüüsida ettevaatlikult neid riike, kust on vähem kui 3 vastust. Suurima e-EMI tulemuse said Saksamaa, Rootsi, Läti, Ameerika Ühendriigid ja Šveits. (Joonis 36).

Esitatud meetodika on antud andmekogumi suhtes kohaldatav ja see on välja töötatud esmakordselt, seega võivad hindamise proportsioonid muutuda andmete tõlgendamise ning riigi olukorda üksikasjalikumalt uuriva ülevaate põhjal.

Joonis 36. Esiriigid e-EMI hinnangu kohaselt



Analüüsi põhjal, mis mõõdab nii e-Eesti mainet kui ka väljavaateid peamistel sihtturgudel mitme näitaja alusel, on uuringu neli kõige olulisemat enam kui 3 vastusega ja kõige kõrgema e-EMI tulemustega riiki järgmised:

- + **Saksamaa.** Saksamaa kõrge tulemus on tingitud peamiselt IKT-teenuste suurest impordist ja potentsiaalsest soovist IKT-teenuseid muuta, samuti e-Eesti turundustegevuse tugevast mõjust, mida kinnitavad nii küsitlusele vastanute

hinnangud kui ka eksperdid. Lisaks tugevdab e-EMI tulemuste tõlgendamist Saksamaa geograafiline lähedus, korralikud kaubandussidemed Eestiga, üldine turu suurus ja kõrge sissetulek elaniku kohta. Ehkki Saksamaa on traditsiooniliselt olnud vähem avatud digitaalsetele uuendustele, eriti tänu oma tugevale rahvuslikule identiteedile ja soovile kaitsta oma kodanikke „turvariskide“ eest, andsid ekspertintervjuud tugevalt märku Saksamaa muutuvatest hoiakutest, sealhulgas avalikus sektoris. See näitab selle turu võimalusi, ehkki Saksamaa eelistaks igal juhul võimaluse korral hankida kaupu ja teenuseid kohalike ettevõtetele. Saksamaa vastajad märkisid huvi e-identiteedi, digiallkirjastamise ja e-hääletamise lahenduste vastu.

- + **Rootsi.** Rootsi teist kohta e-EMIs võib seostada peamiselt Eesti IKT-teenuste ekspordiga. Rootsi kõrge digitaliseerimise tase ja potentsiaalne huvi veelgi laiendada oleks hea pinnas edasiseks koostööks. Samal ajal on endiselt ruumi brändi teadlikkuse suurendamiseks. Küsitlusele vastajad olid positiivsed Eesti digitaliseerimispüüdluste suhtes. Huvipakkuv lahendus nende jaoks on e-hääletamine, väike huvi on ka e-residentsuse vastu, kuid muud lahendused on juba Rootsis kättesaadavad.
- + **Läti.** Naaberriigiga suurim koostööpotentsiaal võiks olla mõne lahenduse laiendamine, sest Läti digitaliseerimistase on Eestist tagapool. Nad on küll brändimisest teadlikud, kuid pole valmis koostööks vajalike konkreetsete sammudega edasi minema.
- + **Iirimaa.** Senine tihed koostöö IKT-teenuste müügiga võiks olla hea alus edasiseks koostööks. Ometi võib võimaliku koostöö Eestiga peatada vähene valmisolek muutusteks valitsuse tasandil.

Teised riigid, millele peaks tähelepanu pöörama, on järgmised:

- + **Ameerika Ühendriigid.** Riik on arenenud digitaliseerimise valdkonnas ja eeldatavasti areneb veel edasi, kuigi koostöö Eestiga võib olla piiratud nii madala bränditeadlikkuse kui ka olemasolevate koostöösidemete vähesuse tõttu.
- + **Küpros.** Eestil on Küprose IT-sektoriga juba kõrgel tasemel koostöö, mis võib viia koostööni e-valitsuse tasandil, kuid see võib olla piiratud vähese e-Eesti bränditeadlikkuse tõttu, kuna ka uuringuperioodil vastas küsitlusele ainult 1 vastaja.
- + **Šveits.** Riigis on kõrge digitaliseerimistase ja nad on valmis muudatusi jätkama, koostöö võib olla piiratud juba olemasoleva muu IKT-koostöö tõttu. Bränditeadlikkus on madal, kuid turundustegevused on olnud edukad ja uuringu käigus oli 11 küsitlusele vastanut, mis viitab huvi suurenemisele teema vastu. Riigi esindajad märgivad, et huvi võiks olla e-identiteedi, e-hääletamise ja e-tuludeklareerimise vastu.
- + **Bulgaaria.** Bulgaaria kõrget positsiooni võib seostada peamiselt juba olemasoleva tugeva IKT-valdkonna partnerlusega ja kõrge teadlikkusega e-Eesti brändist. Bulgaarias on e-valitsuse üks madalamaid arengutasemeid ELis ja nad pole ka valmis olukorra muutmiseks; potentsiaalse rahastamise korral vaataks Bulgaaria kahe riigi vaheliste suhete tõttu koheselt Eestiga koostöö poole. Osalejad on märkinud, et kõik Eesti digitaalsed lahendused pakuvad neile suurt huvi.
- + **Tšehhi.** E-EMI järgi Tšehhi kõrge kolmas koht põhineb varasemal Eesti IKT-sektoriga tehtud koostööl samas kui riiki esindavad ainult kolm vastust ei võimalda sellel olla esimeste hulgas. Eestile suhteliselt lähedane geograafiline asukoht, kontrast kõrgelt arenenud IKT-infrastruktuuri, kuid siiski suhteliselt madala e-valitsuse arengutaseme ja piiratud talendikate arendajate vahel näitab, et hea eesmärk oleks juba olemasoleva koostöö tugevdamine. Vastajate huvi on peamiselt e-tuludeklareerimise vastu ning teatav huvi on ka e-hääletamise ja e-tervishoiu teenuste vastu.
- + **Taani.** Taanit peetakse digitaalse arengu põhjal Euroopas tiptasemel riigiks ning neil on Eestiga olnud IKT-sektoris tihedad koostöösidemed, samas aga võivad potentsiaalsed muutuste näitajad ja välismaalt teenuste importimine piirata Eesti võimalusi riigis ja külastajaid Taanist mõjutas turundustegevus vähem kui teistest riikidest pärit

külastajaid, samas vastas küsitlusele uuringuperioodil vaid 3 külastajat. Huvi võiks olla digiretsepti ja e-tuludeklareerimise vastu.

E-EEK valis oma tegevuse suunamiseks A-kategooria riigid: Saksamaa, USA, Ukraina, Soome ja UK. Saksamaa on samuti valitud fookusriigiks. USA on välja töötatud e-EMI edetabelis 8. kohal ja kaotab punkte vähem arenenud koostöö ja Eesti IKT-sektori teadlikkuse tõttu, mis on mõistetav, võttes arvesse riigi suurust ja juhtivat koostööd erinevate IKT-teenuse pakkujatega üle kogu maailma. Ukraina on edetabelis üsna madalal kohal, kuna bränditeadlikkust ei hinnatud nii piiratud kui ka madala potentsiaalse sihtturu tõttu, kuigi seda võiks ajakohastada, sest ekspertintervjuudes märkis Ukraina Eestit digitaliseerimise parimaks näiteks. Küsitluses oli vaid üks vastus Soomest ja eksperdid märkisid, et Soome on sarnaselt Eestiga üks digitaalselt kõige arenenumaid riike. Juba praegu on IKT-koostöö ja eksporditeenuste vahel tihedad sidemed ning seega e-EEK ei saa seal üldist huvi oluliselt kasvatada, kui, siis ainult koostöö tasemel. Ühendkuningriiki ei valitud seetõttu, et digitaalseks ümberkujundamiseks pole märgatavat valmisolekut ja ühtlasi on e-Eesti brändi teadlikkus seal madal, mis leidis kinnitust ka ekspertintervjuudest. Suurimad skoorid iga kategooria kohta on märgitud värviliselt, et pakkuda ülevaadet, milles iga riik esile tõuseb.

Joonis 37. e-EMI riikide pingerida, jaotus riikide, indeksite ja peamiste majanduslike tegurite kaupa

			KOOSTÖÖ EESTIGA IKT- SEKTORIS	DIGITALISEERI MISE TASE	SUURE POTENTIAALI GA SIHTTURUD DIGITAALSEKS TRANSFORMA TSIOONIKS	TEADLIKKUS JA ARUSAAMAD EESTIST JA E- EESTIST	E-EESTI TURUNDUSTE GEVUSE MÕJU
0–100			0–30	0–25	0–25	0–10	0–10
TOP esiriiki	<i>Ex ante ja ex post'i vastused</i>	e-EMI ↓	COOP	DIGI	TARGET	BRAND	PROMO
Saksamaa	49	71,9	17,0	19,8	21,1	5,6	8,5
Rootsi	7	71,4	26,7	20,9	12,1	3,7	8,0
Läti	7	67,8	28,5	14,4	9,7	8,8	6,5
Iirimaa	4	66,1	27,2	19,1	2,1	7,7	10,0
USA	41	64,8	12,1	22,3	17,4	4,5	8,5
Šveits	11	61,6	13,1	20,8	12,3	6,4	9,0
Bulgaaria	5	60,7	19,6	17,4	5,9	7,8	10,0
Prantsusmaa	12	59,7	14,1	21,2	10,8	7,2	6,3
Leedu	8	59,1	28,4	17,6	2,9	4,7	5,6
Ühendkuningriik	4	58,5	22,8	22,2	3,8	1,5	8,3
Hispaania	7	57,2	14,3	20,4	9,3	4,1	9,1
Austria	4	56,9	11,9	21,3	9,4	7,0	7,3
Jaapan	7	56,4	3,7	21,8	12,7	9,2	9,0
Belgia	7	55,8	15,3	18,3	10,5	4,8	6,9
Suurima tulemusega riigid, kus oli vähem kui 4 vastust <i>ex ante</i> ja <i>ex post'i</i> küsitlustes							
Tšehhi	3	69,0	22,8	18,5	10,1	8,5	9,3
Taani	3	67,2	21,5	21,8	9,5	7,8	6,7
Soome	1	66,7	28,5	21,4	12,9	0,0	4,0
Küpros	1	63,4	26,9	19,0	8,4	0,0	9,0
Holland	2	58,6	19,3	21,5	17,8	0,0	0,0
Luksemburg	2	58,4	16,1	17,9	6,1	8,3	10,0
Malta	3	55,7	27,0	20,6	1,9	6,3	0,0

* riike = 98

2 Täiendavad ettepanekud e-Eesti arendamiseks

COVID-19 pandeemia on toonud kaasa muudatusi kogu maailmas. Avalike teenuste digitaliseerimise peamised takistused pole seotud mitte niivõrd tehnoloogia, kuivõrd mõtteviisiga. Pandeemia on oluliselt muutnud inimeste arvamust kaugteenuste vajadusest, samuti tavadest. Covid-19 tõttu on e-valitsemise roll suurenenud, pandeemia on esile toonud palju nõrku kohti avalikes süsteemides (kõige sagedamini hariduses ja tervishoius). Deloitte'i järgi on COVID-19 pandeemia mõningatel juhtudel kiirendanud tõeliselt digitaalse valitsuse tulekut aastate võrra. Kui varem aeglustas „vähem kui täiuslik” risk paljudes riikides üleminekut digile, siis pandeemia muutis seda oluliselt.⁸ Seega on kindlasti 2021. aastal hoiak avaliku sektori teenuste digitaliseerimiseks palju avatum, kui oli enne pandeemiat – see kõik räägib e-Eesti kasuks.

See, et pandeemia on kaasa toonud suurema nõudluse digitaalsete teenuste järele, võib lähiaastatel põhjustada selles valdkonnas ka tugevamat konkurentsi. Võimalused laiendada Eesti e-valitsuse ekspertteadmiste ja IKT-ettevõtete teenuste eksporti kui midagi ainulaadset, võivad olla piiratumad, kuna rohkem riike on juba astunud suuri samme oma avalike teenuste digitaliseerimise suunas ning omandanud rohkem teadmisi. Kuigi teised riigid ei seisa paigal, on Eestil rahvusvahelise maine osas selged eelised. Läbiviidud uuring näitab, et rahvusvaheline üldsus tunneb hästi e-Eesti brändi ja Eestit kui digitaalselt arenenud riiki. Samuti ütles 77% vastanutest, et oleks valmis tegema koostööd Eesti IKT-ettevõttega või kirjutama artikli e-Eesti kohta. Seda teadlikkust ja tahet peaksid Eesti tehnoloogiaettevõtted oma teenuseid välismaal müües targalt kasutama.

Ilmselt peab e-Eesti turundustegevustes silmas pidama kõiki riigispetsiifilisi nõudeid – mõnes riigis on see rohkem seotud taristuga, teistes ettevaatusabinõudega andmeturbe tagamiseks, mõnel muul turul on rohkem usaldusküsimusi Eesti suhtes. Siiski anname mõned üldised strateegilised soovitused:

1. soovitame **jagada e-Eesti brändikommunikatsiooni kaheks ploki** – üldisele sihtrühmale ja peamistele otsustajatele:

+ **Üldine bränditeadlikkus kogu elanikkonna ja sihtgrupi seas** ⁹

Rääkides laiemal elanikkonnaga sellisel keerukal teemal nagu digitehnoloogia, on oluline muuta sisu meelelahutuslikuks ja hõlpsalt tarbitavaks, tekitades kaudseid, kuid tugevaid seoseid Eestiga. Kuna sotsiaalmeedia on ka digitaliseerimise teemade peamiseks allikaks, võib sotsiaalmeedia jaoks loodud sisu olla üsna lihtne, nt lihtsate ja lühikeste animatsioonidega jutustatud lood, mis võib olla lõbusam, et inimesed tahaksid seda ka jagada.

Estonia should promote their country more, should be more present in the EU. Estonia has done something incredible and you should tell it more.

Gilles Babinet, Prantsusmaa „Digitšampion“,
Euroopa Komisjon

⁸ Deloitte <https://www2.deloitte.com/uk/en/insights/industry/public-sector/government-trends/2021/digital-government-transformation-trends-covid-19.html>

⁹ Sihtrühm – üsna suur rühm, kuhu kuuluvad avaliku sektori töötajad; IT-ametikohtad avalikus ja erasektoris; meediaesindajad, kes kajastavad nii avalikke, ärilisi kui ka tehnilisi teemasid; akadeemikud (üliõpilased ja õppejõud). Põhimõtteliselt kõik, kes võiksid olla seotud e-Eestisse puutuva kogukonnaga.

Selle sihtrühmaga suhtlemisel peaks põhieesmärk olema üldise teadlikkuse tõstmine ja e-Eesti tutvustamine laiemale publikule, mitte üritamine harida konkreetsemate tehniliste detailide osas.

Sarnast turundustegevust, nagu Eesti on seni teinud, tuleks jätkata, et jõuda laiema publikuosani traditsioonilistes meediakanalites – lood telekanalites, artiklid ajalehtedes. Selle osa kohta pole märkimisväärseid ettepanekuid, jätkake lihtsalt PR-tegevust, et edendada bränditeadlikkust. Teine asi, mida e-Eesti juba teeb, kuid seda võiks teha veel aktiivsemalt, on lasta teistel inimestel e-Eestist rääkida. Jutustav lähenemine on viis veenda inimesi selles, kui hästi e-Eesti toode töötab, näidata, kui rõõmsad on inimesed selle üle – äriees räägib oma loo, värsked lapsevanemad jagavad oma lugu, inimesed erinevatest elu- või tööolukordadest suudavad end nendega samastada.

+ Peamised otsustajad

e-Eesti peaks rohkem tähelepanu pöörama tegevustele, mis aitavad brändi ära kasutada ja viivad Eesti IKT-ettevõtted müügin. Enamasti on e-valitsuse teenuste juurutamiseks kaasatud tiptasemel poliitilised otsustajad. Seega on vaja selle rühmani (poliitilised liidrid, avaliku sektori asutuste tehnoloogia- ja digivaldkonna juhid) jõudmiseks võrreldes laia sihtühmaga palju sihipärasemat turundustegevust. Suhtlemine peaks olema üles ehitatud ratsionaalsematele argumentidele, kasutades tõenduseks andmeid ja näiteid, et veenda otsustajaid Eesti võimetes, näidates seda kui õiget partnerit, kellega ühte või teist lahendust juurutada.

- Esiteks, e-Eesti tegevust üsna tähelepanelikult jälgivad digitaliseerimiseksperdid, keda võiks pidada e-Eesti brändi saadikuteks, töid välja, et tehnilisemate lahenduste kohta, mis on IT-ekspertide jaoks asjakohased, ei ole avalikkusele kättesaadavat teavet (või vähemalt ei ole see kergesti ligipääsetav). Näiteks kuidas töötab Eesti pilvesüsteem – kas see tugineb avalikele pilveteenustele, nagu AWS ja Azure, või on Eestil oma pilveressurss.
- Teiseks oleks poliitikute puhul väga asjakohane pakkuda lisaks infole tehniliste aspektide kohta ka *case study*'sid või valgeid raamatuid juurutamisprotsessi kohta, mis hõlmaks rohkem „pehmeid“ teemasid – mida valitsus peaks tegema, et e-valitsus saaks teoks, kuidas tegeleda kõigi sidusrühmadega, kes on sageli tõrksad, kuidas muuta mõtteviise, kuidas asju tajuti, kui Eesti muudatusi juurutas, kuidas pakkuda pikaajalist perspektiivi lühiajaliste kahjude kõrvale jne. Poliitilised juhid tahaksid kuulda, kuidas Eesti sai üle nendest väljakutsetest, millega nemad praegu kokku puutuvad. Näiteks suhtlemisel teiste endiste Nõukogude riikidega tuleks rõhutada ajaloolisi aspekte, sest väide „me alustasime 1991. aastal nullist“ ei ole selle sihtrühma jaoks piisav, kuna oli palju riike, kes 1991. aastal nullist alustasid, kuid mitte kõik ei ole täna Eestiga samal positsioonil, seega pole see ainus eeltingimus. Kui võtmeisikud saavad täpseid sõnumeid, mis annavad vastuse nende enda või nende kodanike muredele, aitab see e-Eesti brändi palju tõhusamalt ära kasutada.
- Kolmandaks saab poliitilistele juhtidele ja meediaesindajatele korraldada õppereise Eestisse, nii et inimesed tulevad, vaatavad, naudivad ning saavad inspiratsiooni. Tehnoloogia ja digitaliseerimise arvamusiidrite soovitusel aitaksid bränditeadlikkust edendada, seega peaksid nad olema teadlikumad e-Eestist, Eesti ärikultuurist ja elustiilist.

Lõppkokkuvõttes ei soodusta pragmaatiline info koos kuivade faktidega otsuste tegemist. Kõrgetasemelised otsustajad on tavalised inimesed, kes naudivad meelelahutust ja peavad lugu headest esitlustest. Tsiteerides Daniel Kahnemani: Me mõtleme palju vähem, kui me arvame, et mõtleme. 95% meie otsustest on ajendatud emotsioonidest. Kiired tunded juhivad otsuseid ja aeglane mõtlemine ratsionaliseerib põhjused.

2. Sisu on kuningas, kontekst on kuninganna

e-Eesti on sotsiaalmeedias aktiivselt kohal, mis on suurepärane. Kuid et sisu oleks veel asjakohasem laiemale rahvusvahelisele publikule oleks oluline sagedamini reageerida maailma erinevatele teemadele/sündmustele. Teisisõnu – olge asjakohasem vastavalt kontekstile. Kui maailmas arutatakse uue ELi määruse, olümpiamängude, Berney labakute või tänapäeva üle, võiks e-Eesti vastata asjakohase kommentaari, arvamuse või algatusega, mida Eestil on pakkuda. Suurepärane näide oli Eesti digitaalsete vaktsiinipasside kasutuselevõtt, samal ajal kui enamik riike alles otsib õiget lahendust. Lisaks, kui laiem publik teemat kergesti tõlgendab, tuleks faktipõhist sisu täiendada haaravate visuaalide ja platvormipõhiste funktsioonidega, nagu küsitlused ning sobivas mahus videotega, mis on kohandatud platvormi ja sihtrühma järgi. Kui postituse kavandatud vaatajaskond on siiski kitsam, tuleks vaatajaskonnani jõudmiseks kasutada ka suunatud reklaame.

3. Viige e-Eesti kogemus kõigini

Viige e-EEKi kogemust väljaspool selle füüsilisi piire, et see oleks kõigile ja kõikjal maailmas paremini kättesaadav. Leidke võimalusi, kuidas pakkuda kõrgelt hinnatud e-Eesti esitluskogemust virtuaalselt piiramata seda ainult spetsiifiliste rühmade ja küllastajatega. Võiks isegi kaaluda Netflix'i dokumentaalsarja, kuidas Eestilt õppides oma elu ja riiki digitaliseerida. Ja kuni pandeemia on endiselt meie ümber, jagage juba olemasolevaid materjale. Võimaluse korral lisage interaktiivsus, AR, VR ja muud uued tööriistad, et rõhutada Eesti arenenud tehnoloogia kasutamist.

4. Suurendage brändisaadikute jõudu

Kaasake e-Eesti brändi turundamisel ja kommuniqueerimisel brändisaadikutena eestlasi kogu maailmas, riigiametnikke ning e-residente. Mõelge välja, kuidas motiveerida olemasolevaid e-residente ja e-Eesti fänne uusi e-residente ligi meelitama (mõni võistlus, lõbusad elemendid). Kasutades nende sotsiaalset kapitali, võite avada uusi puutepunkte brändi ja mujal asuvate inimeste vahel. Need tegevused võivad olla osa e-EEK pakumisest, et saada rohkem informatsiooni ning ülevaadet riigi kohta ilma seda küllastamata.

5. Ärge kartke kasutada turunduskommunikatsioonis Venemaad ja endist NSV Liidu riiki

Uuring näitab, et suure osa vastajate jaoks seostub Eesti peamiselt endise NSV Liidu riigiga, mis asub Venemaa lähedal. Mõnikord on need assotsiatsioonid ülekaalus; mõnikord kasutatakse neid koos tehnoloogiaga seotud assotsiatsioonidega.

Kuid inimestel on need seosed meeles ja seetõttu tuleks neid mõistlikult ära kasutada. On väga tõenäoline, et vesteldes Lääne-Euroopa riikide (Prantsusmaa, Suurbritannia) esindajatega, on inimestel need eelarvamused ja mured meeles. Jah, kuigi eestlased tunduvad oma tegemistes asjatundjatena, kuid endise NSV Liidu riigina ja nii lähedal Venemaale – kas me ikka saame neid usaldada, kas see on turvaline? Kuna usaldus on siin kriitilise tähtsusega, on väga oluline, et e-Eesti annab seda õigesti edasi, mitte ei väldi seda. Näiteks saab edastada järgmisi sõnumeid.

- + Jah, Eesti on väga lähedal Venemaale. Aga kui muretsete julgeolekuküsimuste pärast, siis on meie ühine ajalugu Venemaaga just see põhjus, miks te ei peaks muretsema. Meie teame, milliseid julgeolekuprobleeme võib Venemaa tekitada, seetõttu oleme viimastel aastakümnetel teinud palju tööd selle nimel, et olukord oleks võimalikult sujuv ja turvaline. See on põhjus, miks leiame Eestist NATO Küberkaitsekoostöö Keskuse, ja see on põhjus, miks meie kogemus on väga väärtuslik ning vastab kõrgeimatele kriteeriumidele.
- + Kui usute, et teie riigis ei ole avaliku sektori digitaliseerimine võimalik, kuna... Meile meeldivad keerulised probleemid! Pärast NSV Liidu kokkuvarisemist jäid meile paberihunnikud – meil olid keerulised probleemid! Jah, see võib võtta aega, kuid uskuge, meil on kogemusi, mida jagada!

6. Müüge konkreetsete toodete asemel kompetentsust ja nõustamist

Ehkki e-Eesti kommuniqueerimisel tuleks tutvustada selliseid teenuseid nagu e-residentsus ja e-hääletamine, sest see annab brändile raamistikku, oleks asjakohane tutvustada ka Eesti eksperte. Eesti võiks öelda vähemalt ELi tasandil, aga ka üleilmselt, et neil on kogemusi, mida jagada, neil on tooteid, mis on väga kasulikud ja mida nad on

valmis jagama, kuid samas on nad valmis üksteiselt õppima ja tegema koostööd teie kohalike ekspertidega. Et viia see ELi tasemele – Eesti saab aidata Euroopal jõuda kaugemale ja sellest võib saada tehnoloogiline ökosüsteem kogu Euroopa jaoks. Riikides, kus valitseb tugev rahvuslik identiteet ja soov turgu kaitsta ning hoida seda kohaliku ettevõtluse jaoks, on ka uhkuse küsimus. Suurtest riikidest pärit inimesed pole nõus tunnistama, et nad jäävad maha ning mõni väike riik on arenenum ja suudab pakkuda paremaid tooteid ja lahendusi. Seega võib kogemuste jagamine, konsulteerimine ja koos töötamine olla atraktiivsem sõnum kui sõnum Eestist, et meil on kõik lahendused, me teame, kuidas asjad toimivad ja võime seda ka teile õpetada.

7. Aidake maailmal digitaalseid oskusi õppida

Kuna Eesti püüab saada maailma digitaalselt kõige arenenumaks ühiskonnaks, on ülioluline käsitleda avalikult ka digitaalsete oskuste puuduse probleeme. Samuti on lihtsam töötada riikidega, kus on tehnoloogiliselt nutikas elanikkond. Ehkki see ei too kiireid tulemusi, peaks e-Eesti investeerima haridusse – kaubamärgiga meistriklasse seansid tehnoloogiatest ja nende kasutamisest või spetsiaalsed kursused valitsuse töötajatele, et aidata neil paremini mõista tehnoloogiaid, millele on kõigil kogu maailmas vaba ligipääs. Kursusi saab korraldada platvormidel Mooc, Udemy, kus pärast kursuse läbimist antakse e-sertifikaat. Programmi lõpetajad võiksid saada e-sertifikaadi e-Eestist. Koostöös riigihaldusele spetsialiseerunud tippülikoolidega (SciencePo Prantsusmaal, Harvardi ülikool, George Masoni ülikool jne) võiks koostada ka avaliku sektori digitaliseerimise akadeemilisi kursusi, mis võimaldaksid jõuda järgmiste avaliku sektori juhtideni eri riikides.

8. Vähendage tõkkeid

Teavitage inimesi, et digitaalsed lahendused on ohutud, ning seletage lahti, kuidas need avatud lähtekoodiga süsteemid toimivad. Sageli tuleneb hirm millestki, mis on tundmatu või keeruline. Ning digiriik või e-valimised, samuti muud uued algatused võivad tunduda väga riskantse lähenemisviisina. Seetõttu võiks Eesti algatada erinevaid ohutustegevusi, korraldada avalikke üritusi, kus häkkereid kutsutakse üles demonstreerima eri süsteemide turbetaset. See aitaks ka viia Eesti küberturbe maailmakaardile, eriti arvestades geopoliitilist ja ajaloolist konteksti, mis on tõstnud Eesti NATO küberkaitsealaste jõupingutuste võtmetegijaks. Teine tõke on töökohtade kaotamise oht, kuna teenuste digitaliseerimine tähendab vähem avalikus sektoris töötavaid inimesi. Seetõttu on oluline pöörduda tippjuhtide ja valitsusametnike poole isikliku ettepanekuga jagada Eesti kogemusi ning aktiivselt osaleda tippasemel konverentsidel, sealhulgas Davosi maailmamajanduse foorumil, veebitippkohtumisel Lissabonis, maailmanäitusel ja mujal.

9. Reklaamige üksisarvikuabrikut

Suurendage teadlikkust Eesti tehnoloogia üksisarvikutest, et kindlustada seda digitaalse ühiskonna assotsiatsiooni laiema rahvahulga seas. Sel eesmärgil võib olla kasulik rajada Tallinnasse ja teistesse linnadesse üksisarvikuinstallatsioone (üksisarviku väljak/aed), et tekitada kõneainet, tõmmata neile rohkem tähelepanu ja jagada rohkem teavet Eesti edulugude kohta ning teha ka lõbusaid fotosid jagamiseks oma sõprade, kogukondade ja sotsiaalrühmadega. AR-i, VR-i või hologrammide abil saab otsida ka võimalusi üksisarvikute toomiseks mujale väljaspool Eestit, äratades seeläbi e-Eesti vastu huvi ja teadlikkust. Rajage üksisarvikuabrikut ümber meelegaühenduslik veebisisu, et ühendada need kuulsad ja ka tulevased brändid Eestiga.

10. Küsi eestlaselt

e-Eesti võiks pakkuda kogu maailmas ööpäevaringselt abiliini, et anda nõu erinevate digitaalsete lahenduste osas erinevatele riigi- ja linnavalitsustele, ettevõtetele, koolidele, millal iganes on väljakutseid ning probleeme. Täpselt nagu küsi Google'ilt või Sirilt ja saad vastuse või lingi teabeallikale, kust leiab vastuse või IT-ettevõtte, kellega ühendust võtta. Võiks teha ka spetsiaalse Twitteri konto @askestonian või domeeni askestonian.com, mida hoiaks töös Eesti brändi saadikute ja IT-ekspertide võrgustik.

11. Turu fookus

Keskenduge uutele riikidele ja müüge e-Eesti teenuseid. Kaaluge e-EMI metoodikat riikide soovitamiseks, millele järgmisena keskenduda, kuid koostööaspektide kindlaksmääramiseks tuleks igat riiki vaadelda eraldi, kuna tulemused võivad erineda, kui järgmistel aastatel kaasatakse igast riigist rohkem vastajaid.

LISA 1. Vastajate profiil

Veebiuuring

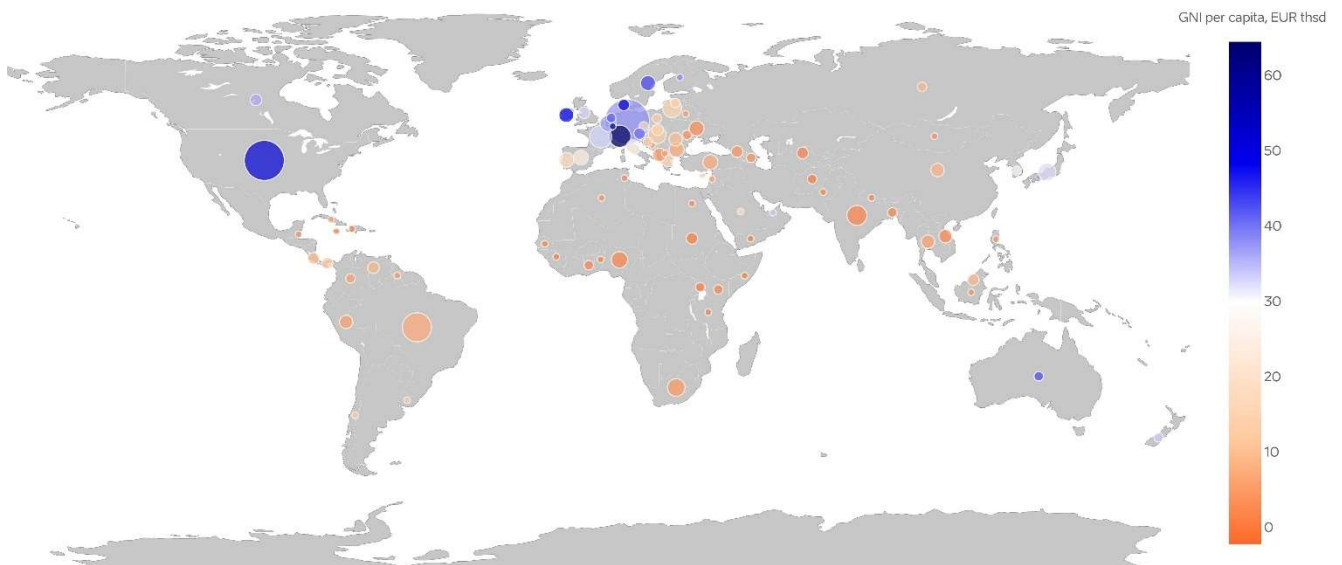
Veebiuuringule vastajate arv. Eesmärk oli koguda küsitluste käigus vähemalt 400 vastaja vastused (200 *ex ante* ja 200 *ex post* vastust), mis saavutati 25% liiasusega, kuivõrd kokku saadi ligi 500 vastust. Pärast andmete puhastamise ja valideerimise etappi (nt andmete dubleerimine, kasutatavate andmete puudumine, Eesti elanike vastuste eemaldamine) kasutati andmete edasiseks analüüsiks 407 vastust (204 *ex ante* ja 203 *ex post* vastust).

Esindatus sektorite kaupa. Enim esindatud tegevusharud oli IT ja sellega seotud teenused (38%), järgnesid haridus- ja mittetulundussektor, samuti valitsus. 50% vastanutest esindas erasektorit, 32% avalikku sektorit, 14% akadeemilist ringkonda, 2% meediat ja 2% muud (valitsusvälised organisatsioonid, töötud).

Uuringus (mis hõlmas nii *ex ante* kui ka *ex post* küsitlusi) oli osalejaid üle kogu maailma. Uuringu vastused saadi vastajatelt 98 riigist (siin ja edaspidi välja arvatud Eesti). Enamik vastuseid – 51% saadi Euroopast ja Kesk-Aasiast, 12% Ladin-Ameerikast ja Kariibi mere piirkonnast, 11% Põhja-Ameerikast (Joonis 38).

ALLIKAS: UURINGU ANDMED

Joonis 38. Vastajaid riikide kaupa ja rahvamajanduse kogutulu (RKT) järgi elaniku kohta



Mulli suurus tähistab vastajate arvu igast riigist ja selle värv tähistab riigi sissetulekurühmi.

* *Ex ante*, *ex post* uuringud (vastuseid = 407)

Suure riikide esindatuse tõttu oli paljudest riikidest suhteliselt vähe vastuseid. 98 riigist 55-st oli 1–2 vastust, 27 riigist oli 3–5 vastust ja ainult 16 riigist oli 6 või enam vastust. Seetõttu moodustasid need 16 kõige suurema vastuste arvuga riiki poole ehk 54% kõigist vastustest. Kõige rohkem vastuseid tuli Saksamaalt, Ameerika Ühendriikidest, Brasiiliast, Prantsusmaalt, Šveitsist ja Indiast (Joonis 39).

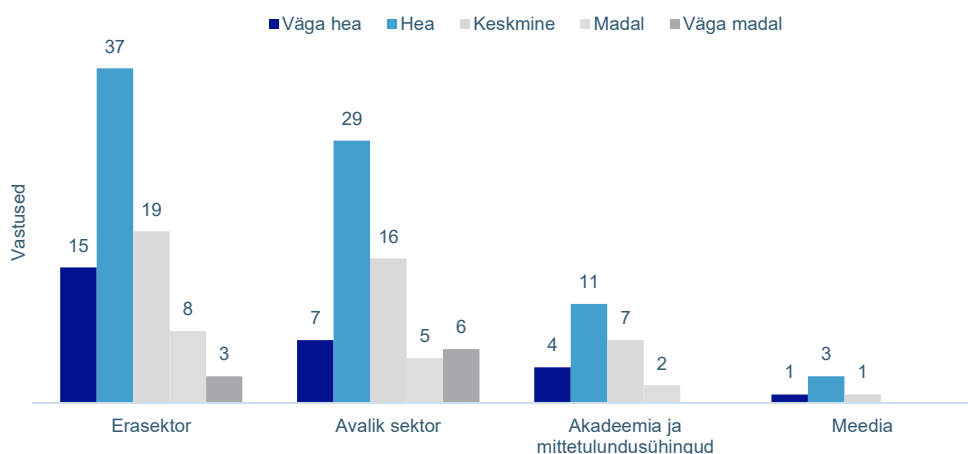
Joonis 39. Vastajad riikide ja piirkondade kaupa

Piirkond	Vastused piirkonnast		Riikide nimekiri*	Vastused riigist	
	Arv	Osakaal kõigist, %		Arv	Osakaal kõigist, %
Euroopa, Kesk-Aasia	208	51%	Saksamaa	49	12%
			Prantsusmaa	12	3%
			Šveits	11	3%
			Leedu	8	2%
			Ungari	7	2%
			Rootsi	7	2%
			Belgia	7	2%
			Bulgaaria	6	1%
Ladina-Ameerika ja Kariibi mere piirkond	49	12%	Brasillia	20	5%
Põhja-Ameerika	46	11%	Ameerika Ühendriigid	41	10%
Ida-Aasia ja Vaikse ookeani piirkond	40	10%	Jaapan	7	2%
			Hiina	6	1%
Sahara-tagune Aafrika	33	8%	Lõuna-Aafrika Vabariik	10	2%
			Nigeeria	7	2%
Lähis-Ida ja Põhja-Aafrika	16	4%	Bahrein	7	2%
Lõuna-Aasia	15	4%	India	13	3%
Kokku	407	100%	Riikide nimekiri	218	54%

* Riigid, kust saadi vähemalt kuus vastust (16 riiki)

Avaliku sektori esindajad hindasid tõenäolisemalt end väheste või väga väheste teadmistega digitaliseerimise teemadel (Joonis 40). Kui jaotada vastused tegevusharude kaupa, siis IT- ja sellega seotud sektorites on nende vastajate osakaal, kes hindavad end digitaliseerimise teemadel väheste või väga väheste teadmistega, väike – vaid 5%, samas kui valitsuse esindajate seas 27% ning nende hulgas, kes tegelevad poliitikas ja diplomaatias, 12%.

Joonis 40. K – Kuidas hindate oma teadmisi digitaliseerimise teemadel?



Avaliku sektori esindajad ütlevad sagedamini, et neil on vähesed teadmised digitaliseerimisest

* Ex ante uuring, vastajaid = 204

Ekspertintervjuude

Lisaks andmekogumisele uuringute kaudu viidi läbi 30 intervjuud oluliste digitaalvaldkonna ja e-valitsuse esindajatega, tagades seeläbi põhjalikud kvalitatiivsed andmed aluseks olevate suundumuste kontrollimiseks. 11 eksperti olid avaliku sektori esindajad, 15 erasektori ja 4 meedia esindajad. Ekspertid esindasid kokku 12 riiki.

Avalikus sektoris küsitatud ekspertide hulgas olid nimekirjas kõrged ametnikud, selliste ametinimetustega nagu digitaalse kommunikatsiooni juht, digitaliseerimise minister, asetäitjad ja teadusassistendid, kes esindasid selliseid institutsioone nagu Euroopa Komisjon, Ülemnõukogu, riiklik digitaalse tegevuskava komitee ja informaatika direktoraat ning teised. Erasektorit esindasid sellised ametinimetused nagu digitaalse tegevuskava juht, digitaalarengu juhtivametnik, tegevjuht, tehnoloogiajuht, asepresident ja tegevdirektor, kes töötasid sellistes ülemaailmsetes kontsernides ja ettevõtetes nagu Nokia, Tieto, Henkel, Stora Enso ja teised, sealhulgas endine Google'i juhtivtöötaja (Joonis 41).

Joonis 41. Intervjueeritud eksperdid riikide kaupa

Erasektor		Avalik		Meedia	
Saksamaa	4	Prantsusmaa	2	Iirimaa	1
Soome	3	UK	2	UK	1
UK	2	Ukraina	2	Ukraina	1
USA	1	Soome	1	USA	1
Prantsusmaa	1	Saksamaa	1		
Holland	1	Holland	1		
Rumeenia	1	Luksemburg	1		
Rootsi	1	USA	1		
AÜE	1				
Kokku	15	Kokku	11	Kokku	4

ALLIKAS: INTERVJUU ANDMED

Intervjuu küsimused jagunesid kolmeks põhiosaks – (1) üldised digitaliseerimise tendentsid, (2) digitaliseerimise tase ja e-valitsemise praktika riigis, mida ekspert esindab, (3) maine ja kogemused e-Eesti osas.

Intervjuu küsimused olid osaliselt struktureeritud, moodustades järgmised intervjuu osad:

- + Intervjuu osa kategooriapõhiste küsimustega – osaliselt struktureeritud küsimuste kogum ettevõtte, riigi või meedia esindajale.
- + Osa, mis kohandati igale eksperdile individuaalselt, lähtudes tema teadmistest, tegevusharust, varasemast kogemusest e-Eesti kontseptsiooniga jne.
- + *Ad hoc*-osa - käimasoleva vestluse põhjal esitatud lisaküsimused, mis annavad täpsema ülevaate intervjueeritava nägemuse kohta.

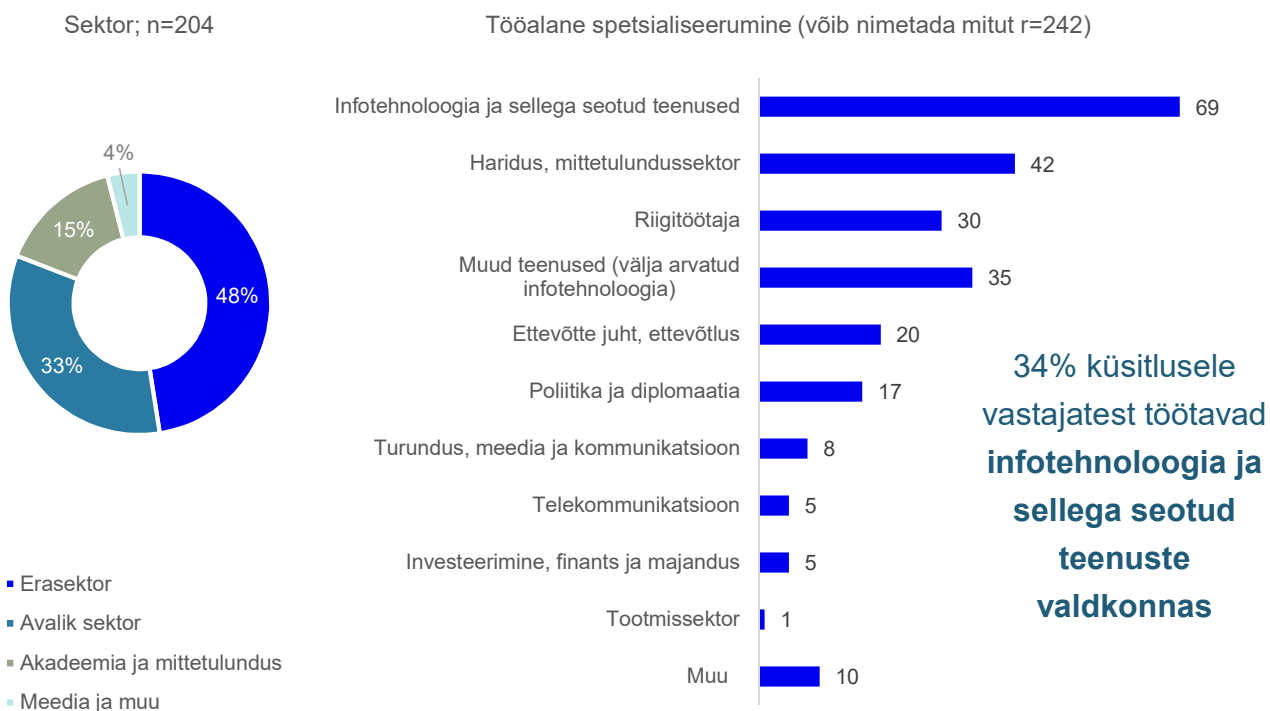
LISA 2. Ex ante vastuste ülevaade

Joonis 42. Vastajate arv esindatud riikide järgi.

Vastajaid riigi kohta	Riik*
32	Saksamaa, Ameerika Ühendriigid
12	Brasiilia
9	Šveits
8	India
6	Lõuna-Aafrika Vabariik
5	Prantsusmaa
4	Hiina, Leedu, Nigeeria
3	Austria, Bahrein, Belgia, Gruusia, Iirimaa, Peruu, Slovakkia Vabariik, Rootsi
2	Bulgaaria, Kanarisaared, Kongo Demokraatlik Vabariik, Costa Rica, Taani, Ungari, Itaalia, Jaapan, Korea Vabariik, Läti, Malta, Poola, Portugal, Hispaania, Sudaan, Tai, Türgi, Venetsueela
1	Albaania, Alžeeria, Austraalia, Barbados, Benin, Bosnia ja Hertsegoviina, Kuuba, Tšehhi Vabariik, Dominikaani Vabariik, Kreeka, Haiti, Indoneesia, Kasahstan, Keenia, Luksemburg, Macao erihalduspiirkond (Hiina), Moldova, Nepal, Holland, Uus-Meremaa, Filipiinid, Rumeenia, Sloveenia, Tuneesia, Uganda, Ukraina, Ühendkuningriik, Usbekistan

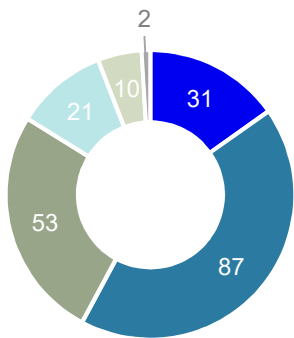
* Vastajaid = 204, esindatud riike = 64

Joonis 43. Vastajate arv (n) sektorite kaupa ja vastused (r) tööalasest spetsialiseerumisest (tegevusharudest)



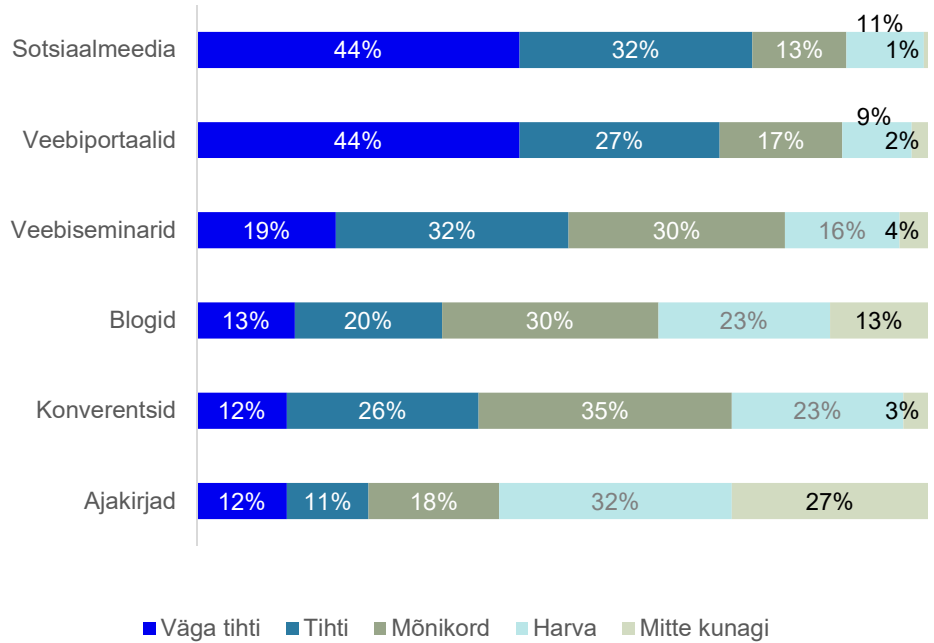
Joonis 44. Vastajate arv (n) nende digitaliseerimisalaste teadmiste enesehinnangute järgi ja vastused (r) sagedamini kasutatud teabeallikate kohta

Kuidas hindate oma teadmisi digitaliseerimise teemade vallas?
n = 204



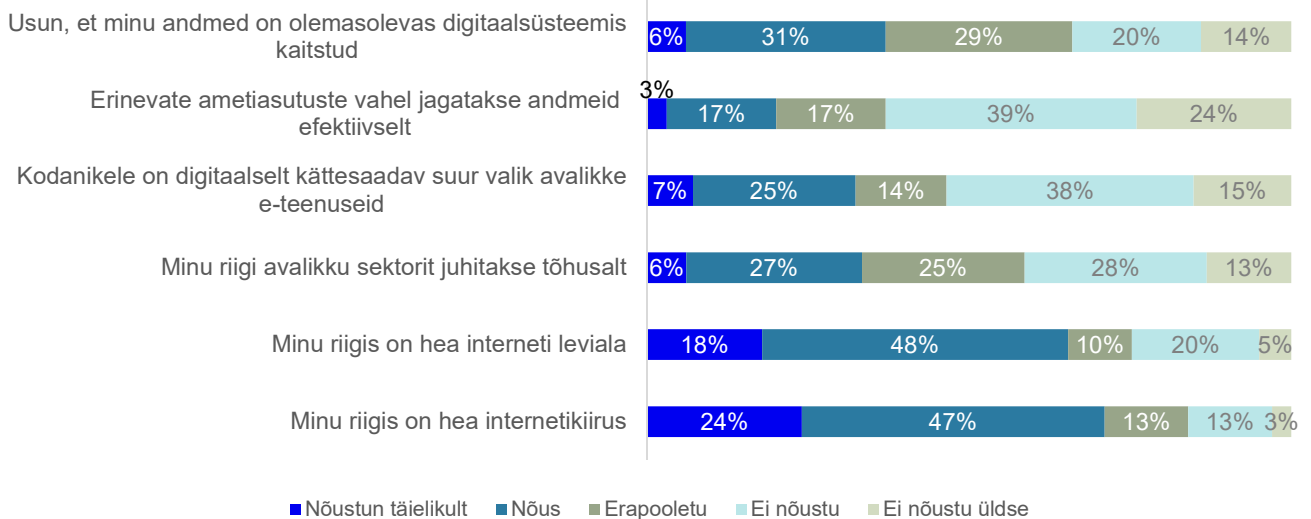
- Väga hea
- Hea
- Keskmine
- Madal
- Väga madal
- Kohaldamatu

Kui tihti kasutate allpool nimetatud digitaliseerimist käsitlevaid teabeallikaid? n=179 (vastajad, kes järgivad digitaliseerimise teemasid)



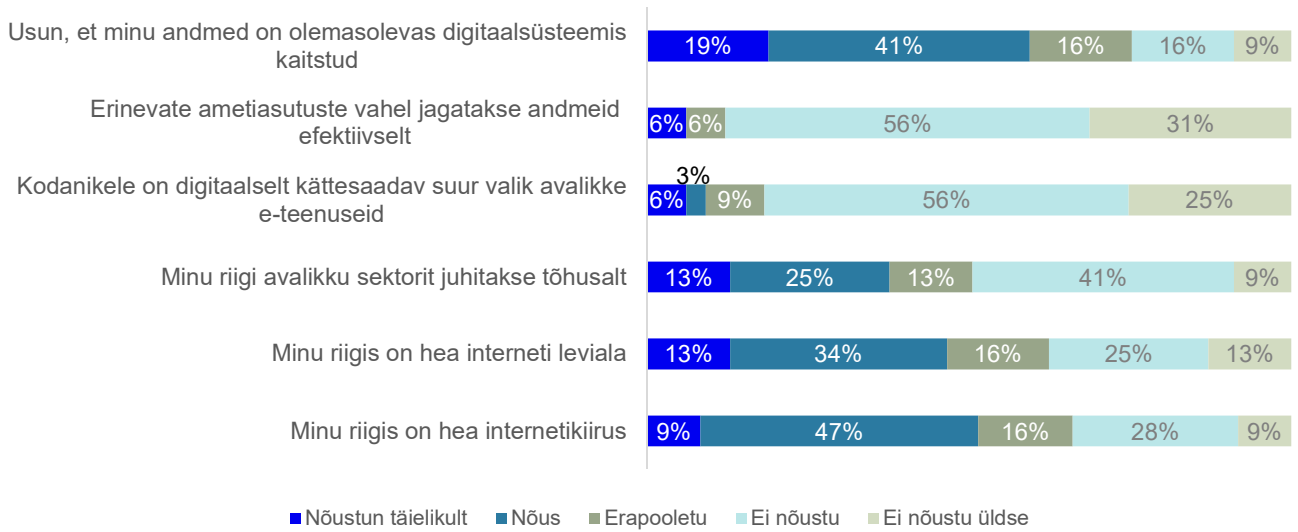
- Väga tihti
- Tihti
- Mõnikord
- Harva
- Mitte kunagi

Joonis 45. Vastajate (n) hinnang oma elukohariigi digitaliseerimise arengu kohta (n=204)

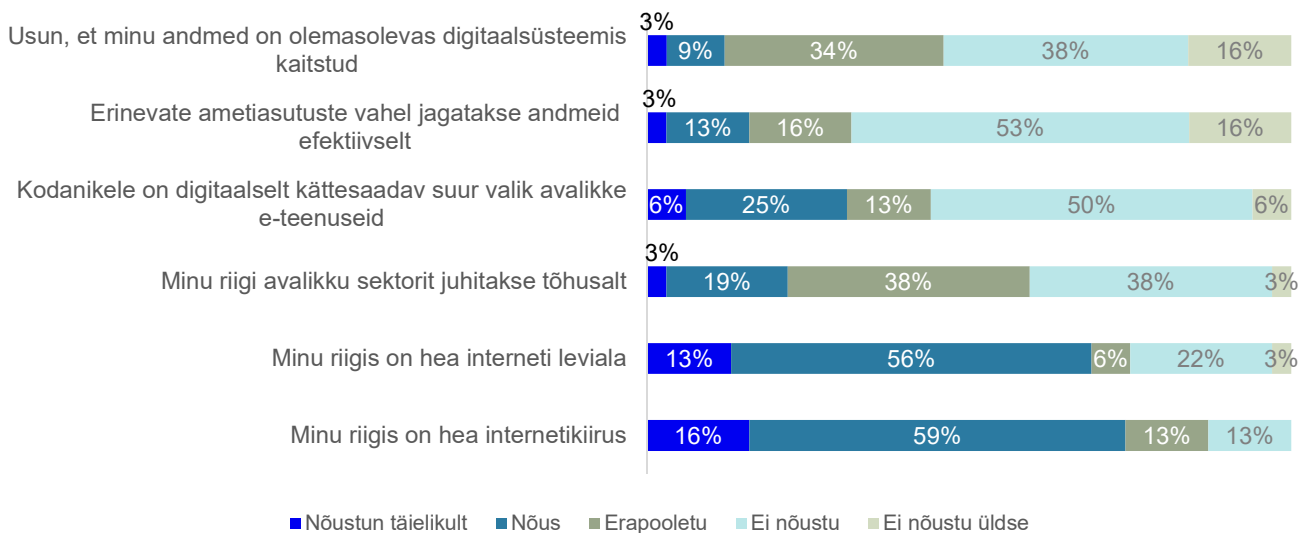


- Nõustun täielikult
- Nõus
- Erapooletu
- Ei nõustu
- Ei nõustu üldse

Joonis 46. Vastajate hinnang oma elukohariigi digitaliseerimise arengu kohta (Saksamaa vastajad; n=32).

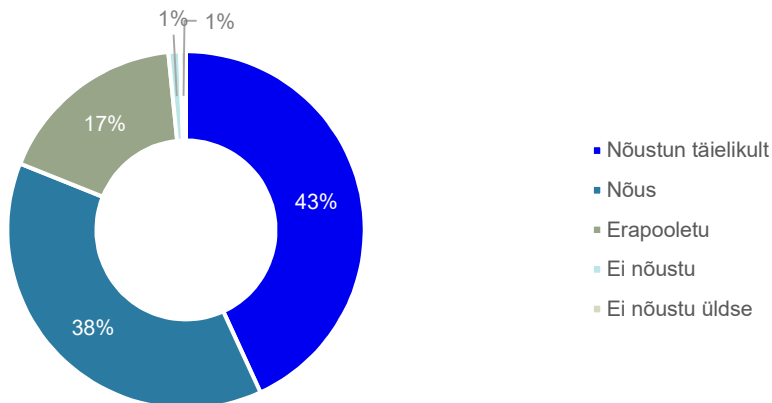


Joonis 47. Vastajate hinnang oma elukohariigi digitaliseerimise arengu kohta (USA vastajad; n=32).



Joonis 48. Vastajate hinnang Eesti digilahenduste rahvusvahelisele konkurentsivõimele (% vastanutest).

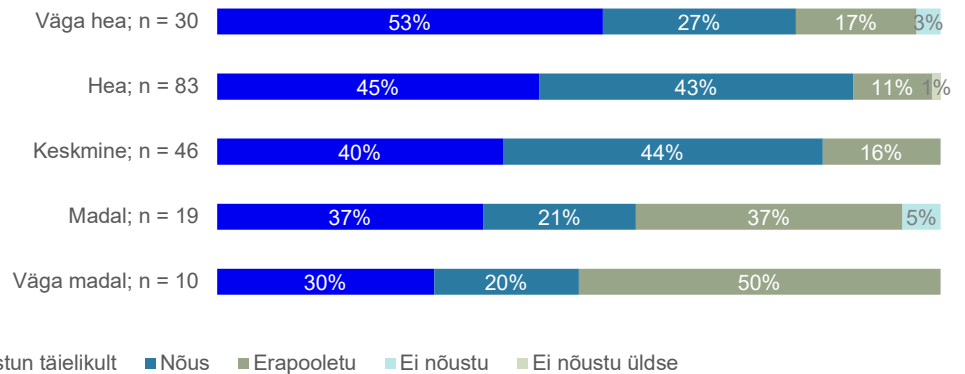
Kas nõustute, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises?
(n=204, vastuseid 190)



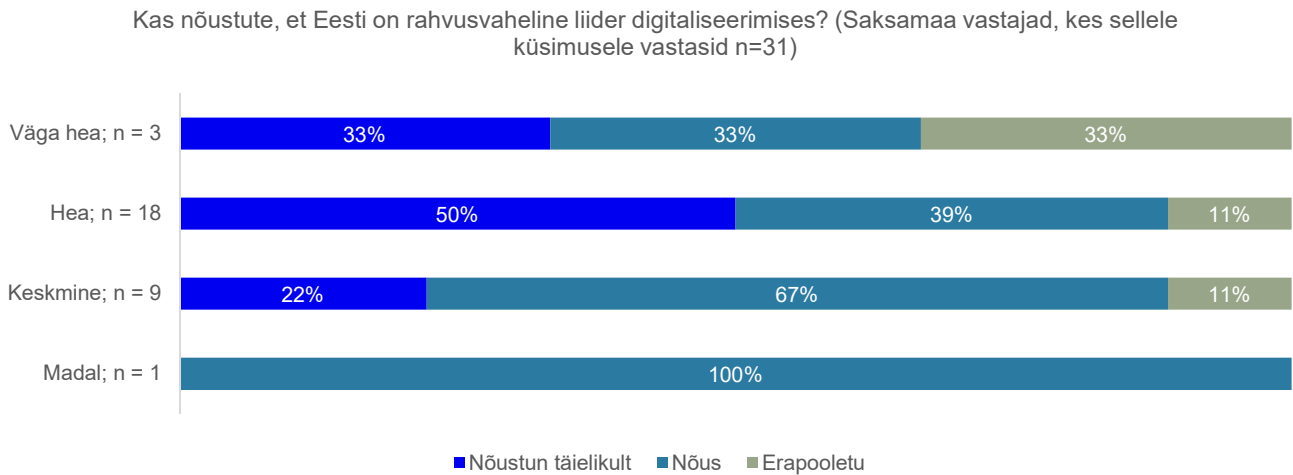
Joonis 49. Vastajate hinnang Eesti rahvusvahelisele konkurentsivõimele digilahendustes, vastavalt nende digitaliseerimisalasele tasemele nende enda arvates (% vastanutest).

Kas nõustute, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises? (n=204, vastanuid 188)

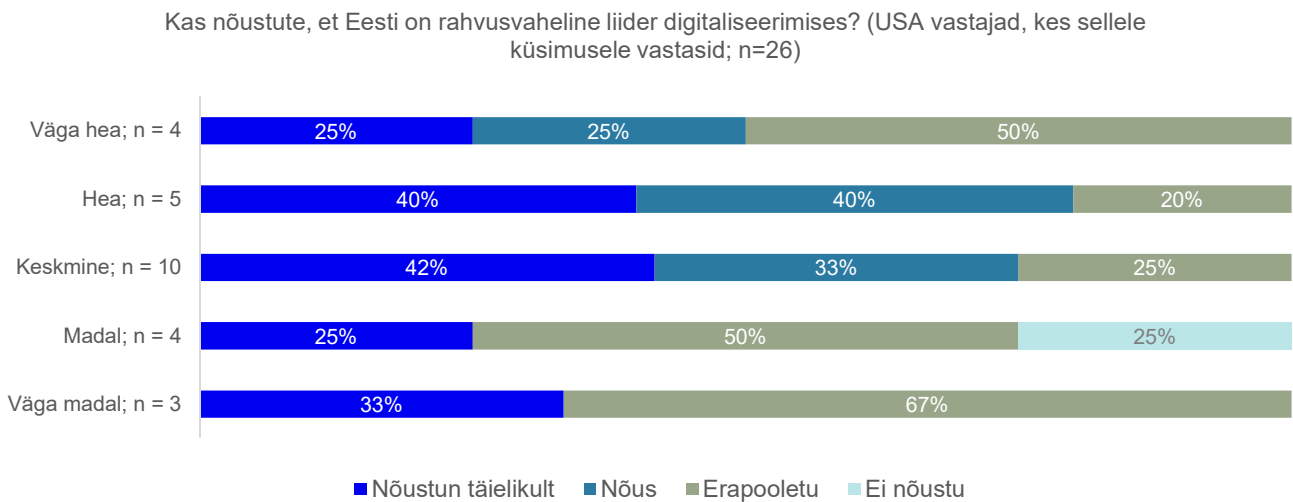
Ekspertiisitalase digitaliseerimisalal vastaja enda hinnangul



Joonis 50. Vastajate hinnang Eesti rahvusvahelisele konkurentsivõimele digilahendustes, vastavalt nende digitaliseerimisalasele tasemele nende enda arvates (Saksamaa vastajad).

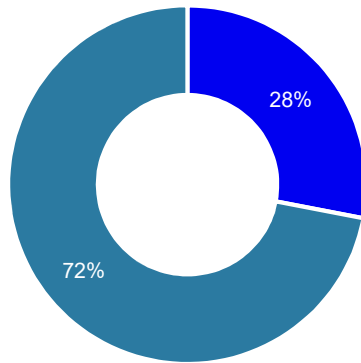


Joonis 51. Vastajate hinnang Eesti rahvusvahelisele konkurentsivõimele digilahendustes, vastavalt nende digitaliseerimisalasele tasemele nende enda arvates (USA vastajad).



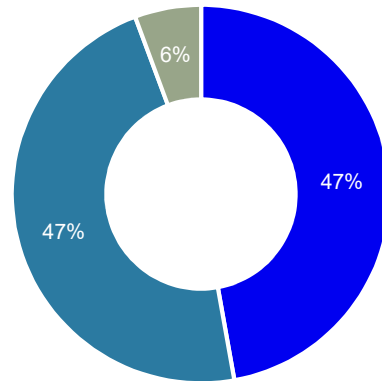
Joonis 54. Vastajate arv nende eelneva kogemuse (või selle puudumise) järgi Eesti ettevõtete ja/või ametiasutustega.

Kas teil on olnud varasemat kogemust Eesti ettevõtete ja/või ametiasutustega? (n=190)



■ Jah ■ Ei

Kas te olete töötanud Eesti IKT sektoriga digitaliseerimisvaldkonnas (nii era- või avaliku sektori tasandil)? (n=53)



■ Jah ■ Ei ■ Muu

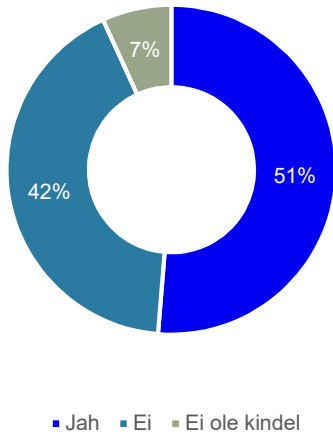
Joonis 55. Vastajate kõige sagedamini mainitud nimetused, kui neilt paluti loetleda kolme Eesti ettevõtet ja/või ametiasutusi kirjeldavat märksõna (n=53; r=144)



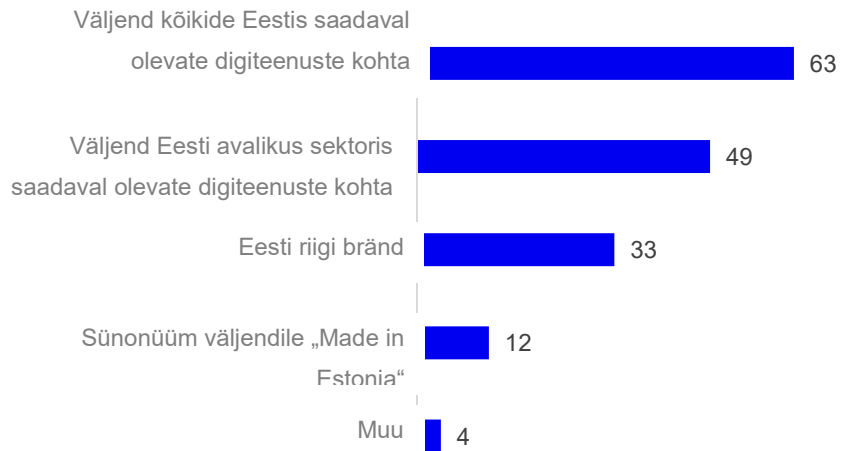
Kolm populaarseimat märksõna küsimusele: tõhusus (5); läbipaistvus (4); digitaliseerimine (3).

Joonis 56. Vastajate teadlikkus e-Eesti brändist vastajate arvu (n) ja vastuste (r) järgi

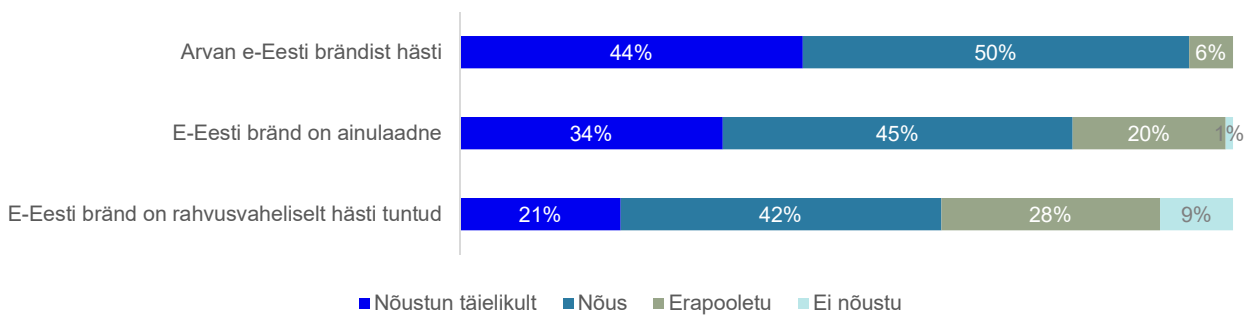
Kas olete enne e-Eesti brändist kuulnud? n=191



Mis on teie arvates e-Eesti bränd? n=108; r=161



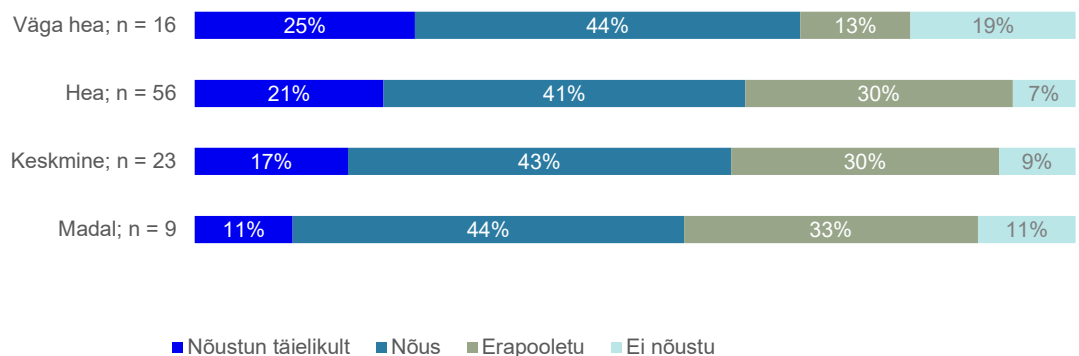
Joonis 57. Vastajate hinnang e-Eesti brändi kuvandi kohta (n=106)



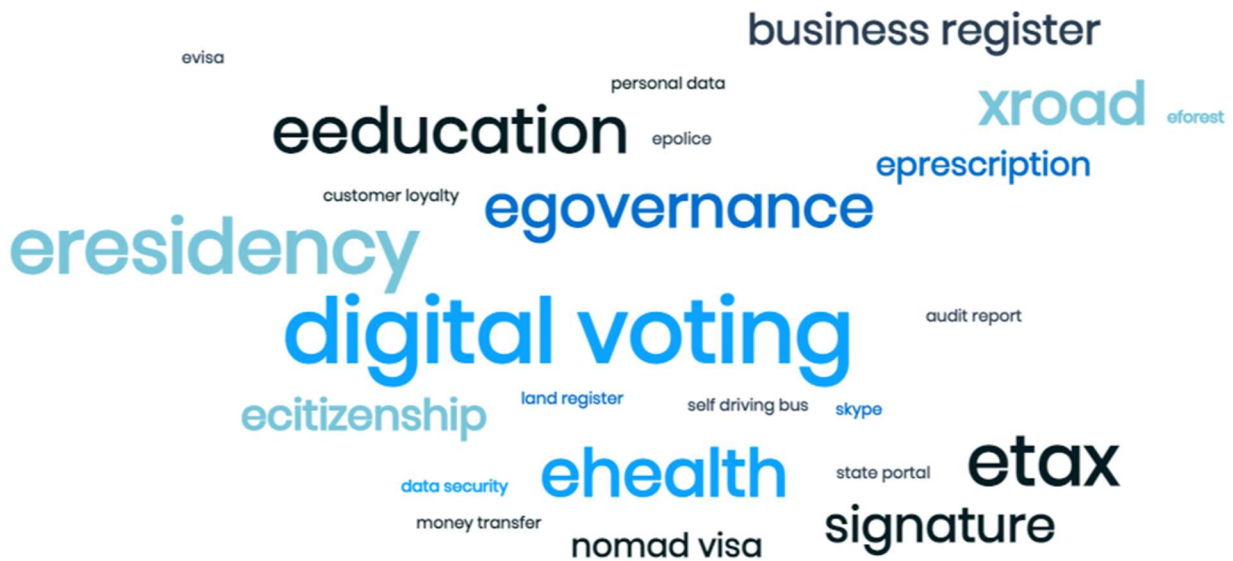
Joonis 58. Vastajate proportsionaalne jaotus vastavalt nende digitaliseerimisalasele tasemele (nende enda arvates) seoses väitega, et e-Eesti bränd on hästi tuntud ja rahvusvaheliselt tunnustatud

e-Eesti bränd on hästi tuntud ja rahvusvaheliselt tunnustatud (vastajaid, kes vastasid mõlemale küsimusele n=104).

Enesehinnangulised teadmised digitaliseerimisest



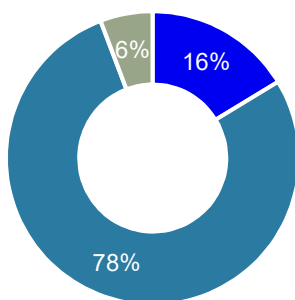
Joonis 59. Vastajate kõige sagedamini mainitud märksõnad, kui neil paluti nimetada esmaseid seoseid e-Eesti ja selle teenustega (n=86; r=124)



Viis populaarseimat märksõna küsimusele: digivalimised (20), digi-ID (14); e-residentsus (12); e-maksuamet (10); e-tervis (8).

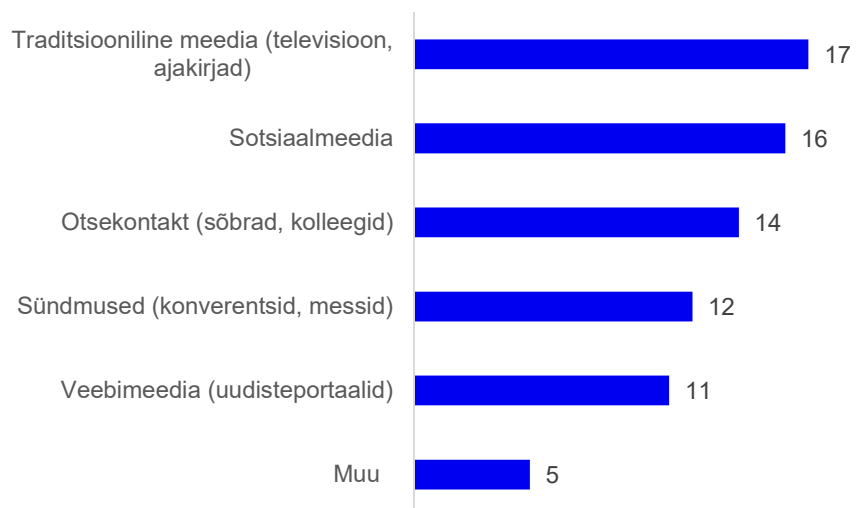
Joonis 60. Vastajate teadlikkus e-Eesti esitluskeskusest vastajate arvu (n) järgi ja kasutatud teabeallikad vastuste arvu (r) järgi

Kas olete enne kuulnud e-Eesti esitluskeskusest?
n=190



■ Jah ■ Ei ■ Ei ole kindel

Kust te kuulsite e-Eesti esitluskeskusest? n=31; r=75



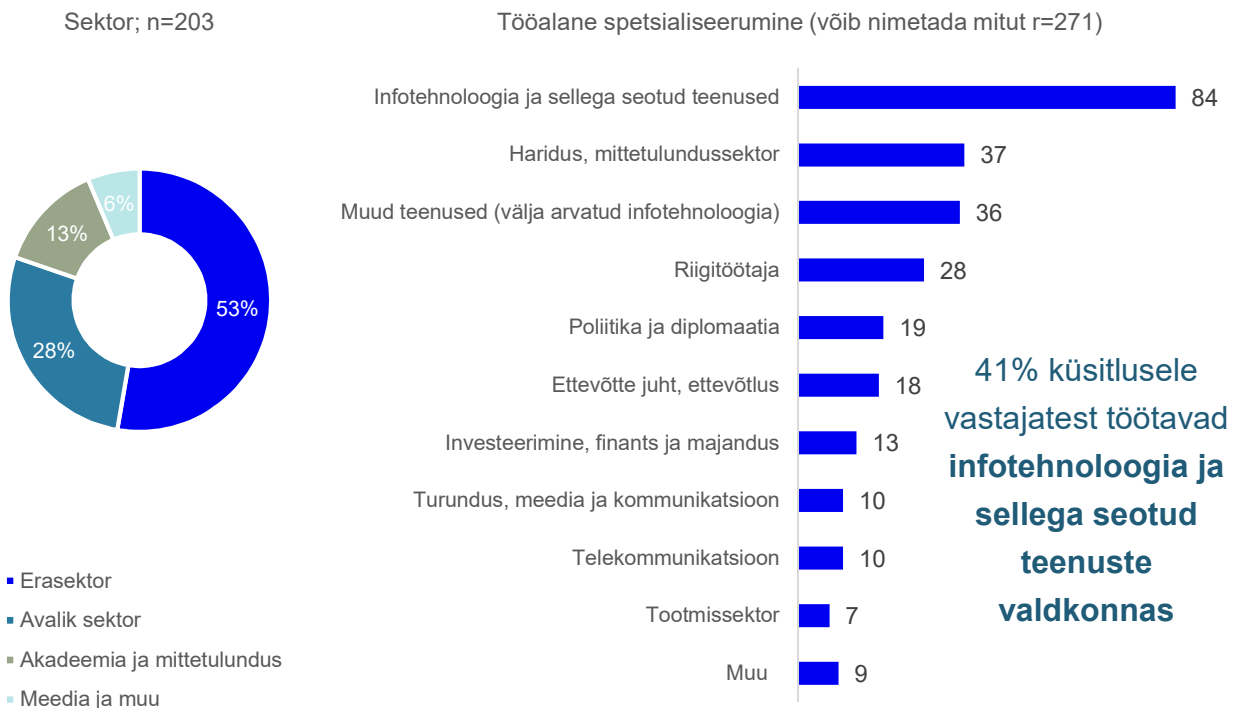
LISA 3. Ex post'i vastuste ülevaade

Joonis 61. Vastajate arv (n=203) esindatud riikide järgi

Vastajaid riigi kohta	Riik*
17	Saksamaa
9	Ameerika Ühendriigid
8	Brasiilia
7	Prantsusmaa
6	Ukraina
5	Ungari, Jaapan, Läti, Hispaania, Vietnam
4	Bahrein, Belgia, Kanada, Itaalia, Leedu, Panama, Singapur, Rootsi
3	Albaania, Bulgaaria, India, Malaysia, Nigeeria, Portugal, Rumeenia, Vene Föderatsioon, Lõuna-Aafrika Vabariik, Türgi, Ühendkuningriik
2	Afganistan, Aserbaidžaan, Bangladesh, Hiina, Colombia, Costa Rica, Horvaatia, Tšehhi Vabariik, Gruusia, Ghana, Kreeka, Šveits, Tai, Usbekistan, Venetsueela
1	Argentiina, Austraalia, Austria, Valgevene, Belize, Tšiili, Küpros, Taani, Egiptuse Araabia Vabariik, Soome, Gibraltar, Guinea, Guyana, Iirimaa, Jamaica, Keenia, Liibanon, Luksemburg, Malta, Moldova, Mongoolia, Holland, Uus-Meremaa, Makedoonia, Pakistan, Peruu, Poola, Saudi Araabia, Senegal, Somaalia, Sudaan, Tansaania, Uganda, Araabia Ühendemiraadid, Uruguay, Jeemen

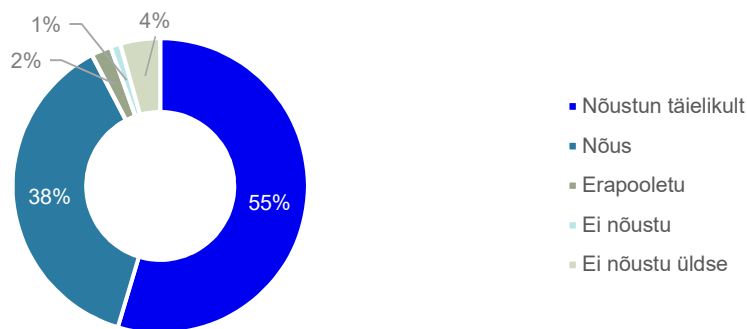
* Vastajaid = 203, esindatud riike = 80

Joonis 62. Vastajate arv (n) sektorite kaupa ja vastused (r) töölasest spetsialiseerumisest (tegevusharudest)



Joonis 64. Vastajate (n) hinnang Eesti digilahenduste rahvusvahelise konkurentsivõime kohta

Kas nõustute, et Eesti on rahvusvaheline liider digitaliseerimises?
n=203



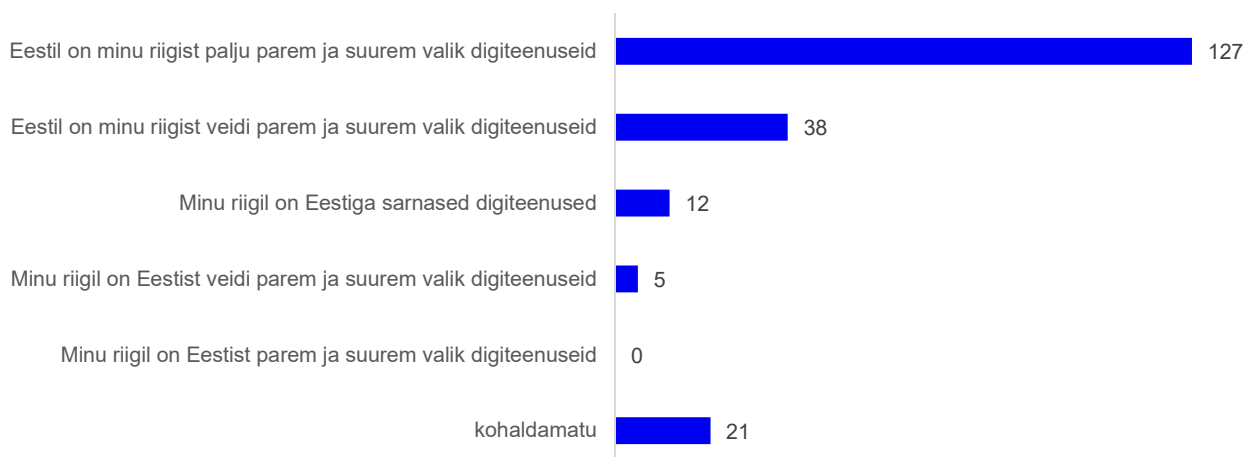
Joonis 65. Vastajate (n) teadlikkus e-Eesti brändist vastuste (r) järgi

Mis on teie arvates e-Eesti bränd? (n=203; r=285)



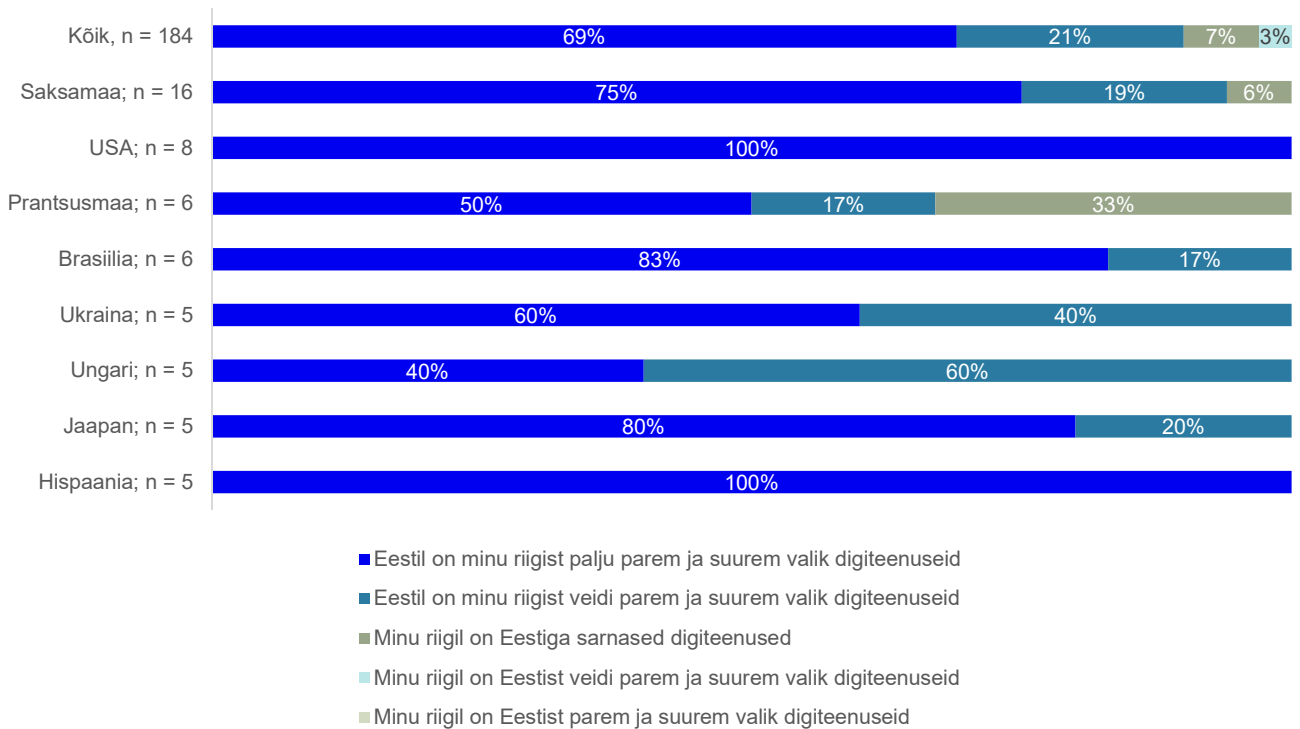
Joonis 66. Vastajate (n) hinnang Eestis ja nende elukohariigis kättesaadavate avalike e-teenuste (digiteenuste) kohta

Kuidas hindate oma riigi digiteenuseid võrreldes Eestiga? n=203



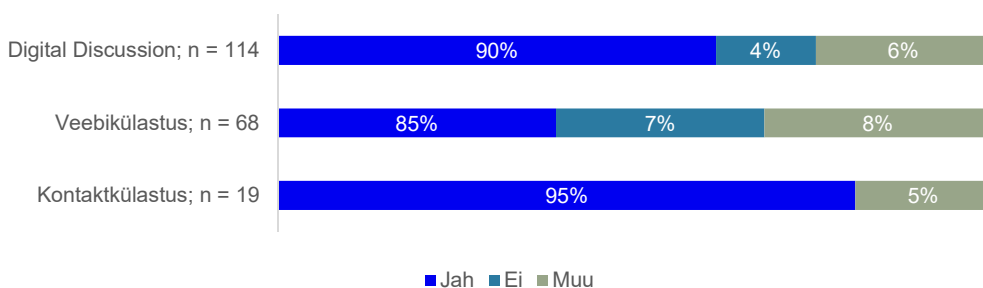
Joonis 67. Vastajate (n) hinnang Eestis ja nende elukohariigis kättesaadavate avalike e-teenuste (digiteenuste) kohta riikide järgi

Kuidas hindate oma riigi digiteenuseid võrreldes Eestiga?



Joonis 68. Vastajate (n) hinnang e-Eesti esitluskeskuse / e-Eesti esitluskeskuse kasutamise kohta

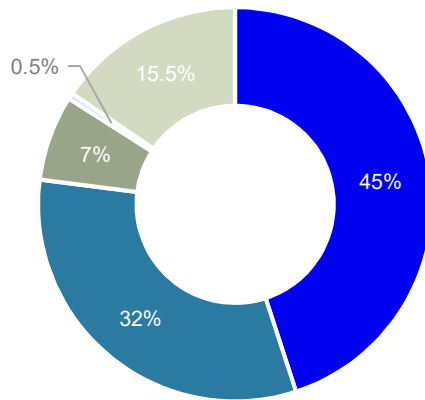
Kas teie e-Eesti esitluskeskuse külastus/e-Eesti esitluskeskuse veebiteenuste kasutamine vastas teie ootustele? n=201



88% e-Eesti esitluskeskuse külastajatest leidsid, et nende ootustele vastati.

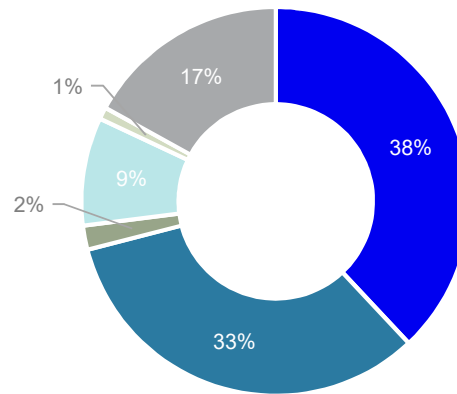
Joonis 69. Vastajate (n) hinnang e-Eesti esitluskeskuse kasutamise kohta (n=201)

Kuidas hindate e-Eesti esitluskeskuse esitluse sisu?



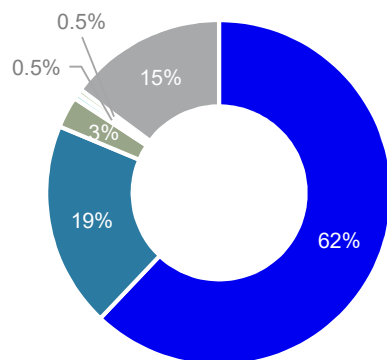
■ Suurepärane ■ Väga hea ■ Hea
■ Rahuldav ■ kohaldamatu

Kui asjakohane on e-Eesti esitluskeskuse esitus teie tegevusvaldkonnale?



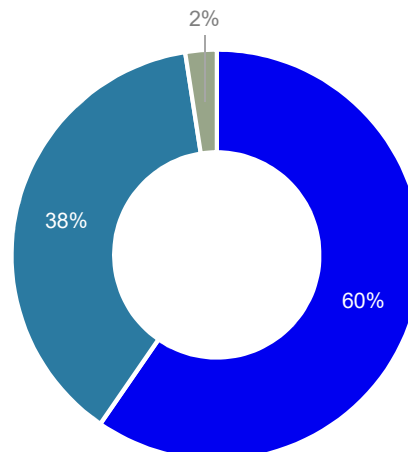
■ Väga asjakohane ■ Asjakohane ■ Veidi asjakohane
■ Neutraalne ■ Ei ole asjakohane ■ kohaldamatu

Kas soovitaksite e-Eesti esitluskeskuse teenuseid oma kolleegile?



■ Väga tõenäoline ■ Tõenäoline
■ Neutraalne ■ Mitte tõenäoline
■ Mitte üldse tõenäoline ■ kohaldamatu

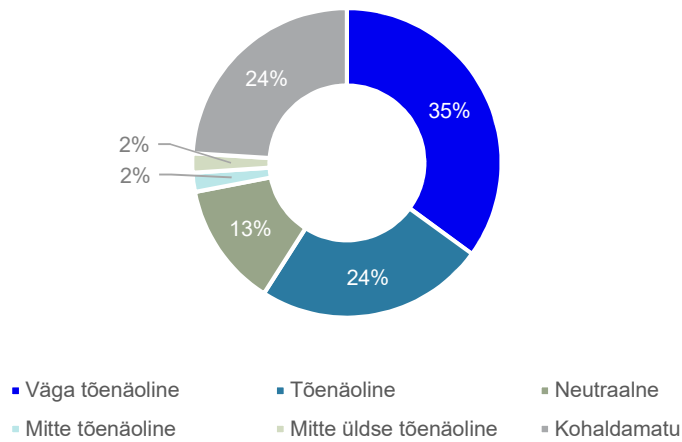
Kas pärast kogemust e-Eesti esitluskeskusega teie arvamus Eestist muutus?



■ Jah ■ Ei ■ kohaldamatu

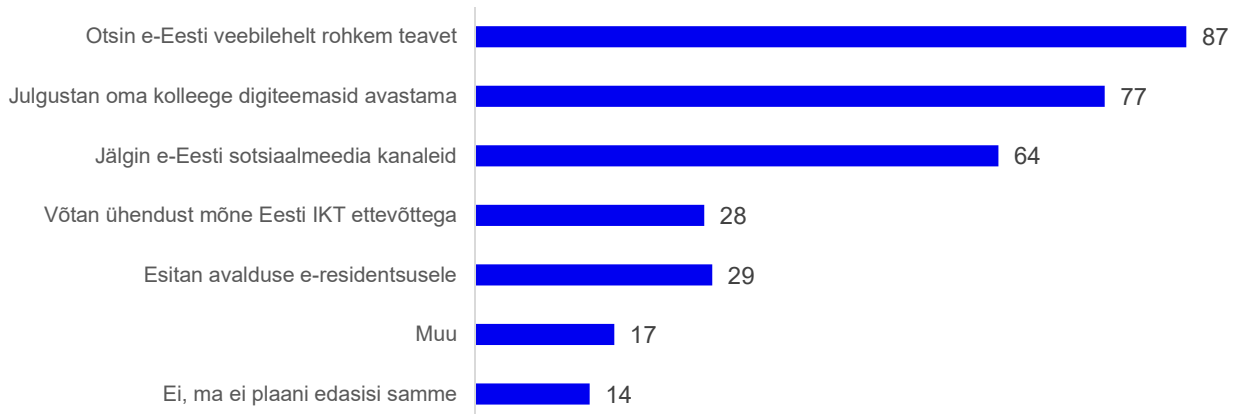
Joonis 70. Vastajate (n) suhtumine võimalikku partnerlusse, et Eesti partneritega e-teenuseid arendada

Kui tõenäoliselt kaaluksite e-teenuste arendamiseks ja rakendamiseks Eesti partnerit? n=203



Joonis 71. Vastuste järgi (r) vastajate (n) soov astuda edasisi samme e-Eesti kontseptsiooni või lahendustega kursis olemiseks

Kas plaanite astuda samme e-Eesti kontseptsiooni või lahenduste edendamiseks? (n=172; r=316)



LISA 4. E-Eesti rahvusvahelise maine indeksi arvutuskäik ja ülesehitus

Indeksi ülesehitus

Rahvusbrändimine või e-valitsuse arendamise näitajate hindamine on mitmemõõtmeline ning selliste konstruktsioonide mõõtmised on väärtuslikud, kui need on võrreldavad nii ruumi- kui ka ajaühikutes ning seetõttu väljendatuna kvantitatiivsete indeksitena. Nii riikliku brändingu kui ka e-valitsuse arengu ühismõõtmeks ei ole ühtseid standardeid, seega kasutati uuringu ajal e-Eesti maineindeksi loomiseks (lisateave: e-EMI) e-Eesti brändi rahvusvahelise teadlikkuse ja arusaama ning ka digitaalse transformatsiooni potentsiaali mõõtmist.

E-EMI struktuur arendati põhinedes viiele indeksile/teemale, neist igas on 4–6 alamindeksit. Iga uuritav teema tähistab vastava andmekogumise meetodiga saadud konkreetset andmepunkti (st indikaatorit). (vt Joonis 72).

Kuna indeks sisaldab riigi kohta *ex ante* ja *ex post* küsitluste vastuseid, kujundati e-EMI mudel piiratud vastuste esindavuse tõttu viisil, et küsitluse vastused moodustaksid e-EMI hindamise piiratud osa, lisades suurema skoori kaalu tuuma võrreldavatele statistilistele andmetele – nagu IKT-teenuste import Eestist, digitaalsete valitsussüsteemide rakendamine, digitaalse infrastruktuuri arendamine jne. Seega, kui tulevikus on esindavus suurem, saab e-EMI mudeli skaala kaalu muutes ümber kujundada – näiteks lisades suuremat proportsiooni e-Eesti teadlikkuse vastustele ja vähendades seda statistilistel andmetel.

E-EMI struktuur on järgmine:

- + COOP – koostöö Eestiga IKT-sektoris.
- + DIGI – digitaliseerimise tase.
- + TARGET – suure potentsiaaliga sihtturud digitaalseks transformatsiooniks.
- + BRAND – teadlikkus ja arusaamad Eestist ja e-Eestist.
- + PROMO – e-Eesti turundustegevuse mõju.

Vastavalt loodi järgmised skoorid, mis näitavad eri riikide konkreetsete teemade mõõtmisi:

- + **Riigi alamskoor.** Iga näitaja Z-skoori väärtuste keskmine koondnäitaja riigi kohta, näiteks küsitluse vastuste sorteeritud väärtused.
- + **Rahvusvaheline alamskoor.** Riigi keskmine alamskoor koos balansseeritud kaalutud skooridega.
- + **Riigi skoor.** Alamskooride normaliseeritud väärtuste keskmine iga riigi kohta koos balansseeritud kaalutud skooridega olulisuse järgi.
- + **Rahvusvaheline skoor.** Riigi skooride keskmine koos balansseeritud kaaluga.

Kõik skoorid on saadaval uuringule lisatud Exceli failis.

Kuna e-EMI peamine eesmärk on selle kasutamine eri aastatel, oli indeksi loomise ajal selle uuringu jaoks oluline minimeerida küsitluse valimite erinevate andmetüüpidega, juhuslike erinevuste ja võõrväärtusega seonduvaid aastast aastasse esinevaid riske. Tulevastele uuringutele on soovitatud läheneda järgmiselt:

- + Esialgu peab lisama kõige uuema saadavaloleva informatsiooni andmete ja faktide jaotisesse. Seejärel tuleb andmete kehtivuse tagamiseks kontrollida üle iga riigi andmed. See tagab erinevuste analüüsimiseks riikide võrdlemise võimaluse vastavate alamskooride mõõtmete kaudu.
- + Kõikidele riikidele rahvusvahelise skoori ja alamskoori arvutamisel saab riikide hulgast vähendada uuringu valimi korrapäratuste mõju, määrates iga riigi vastuse väärtusele kohandatud kaalud, mis oleksid näiteks seotud selle turu suurus esindava arvuga (nt rahvaarv või SKP/ostujõu pariteedi väärtus). Selles uuringus planeeriti kasutada seda lähenemist, kuid seejärel otsustati sellest loobuda, kuna see on olulisem aegridade võrdluste juures (kui võrrelda saab rohkem kui kahte uuringuandmete perioodi) ja samuti rohkem kui poolte esindatud riikide vastuste piiratud arvu tõttu. Siiski on sellise lähenemise mõtte minimeerida võimalust, et konkreetse riigi vastused on teiste riikide arvel üle- või alaesindatud, ning samuti toimida vahendina erinevatel perioodidel läbi viidud uuringute võrdsustamiseks.

Indeksi detailne struktuur

Joonis 72. E-Eesti rahvusvahelise maine indeksi struktuur

Indeksid/teemad	Uurimisteemad	Andmete allikas	Andmepunktid (indikaatorid), kogumine ja arvutamine	Selgitused
INDEKS COOP: KOOSTÖÖ EESTIGA IKT-SEKTORIS (30)				
Alamindeks COOP I Eesti IKT-teenuste väärtus	Millised riigid on viimase viie aasta jooksul väärtusena väljendatult kõige rohkem Eestist IKT-teenuseid tellinud?	WTO andmebaas	Väärtusena saadaval olev riigi skoor vastavalt selle viimase viie aasta jooksul Eestist imporditud IKT-teenuste importväärtusele (0–1, kaal: 9).	Väärtusena väljendatud praegune partnerlus Eestiga, näidates juba olemasolevaid koostöö sidemeid.
Alamindeks COOP II Eesti IKT-teenuste väärtus, % kogu maailma impordist	Millised riigid on viimase viie aasta jooksul kogu IKT-teenuste osakaaluna väljendatuna kõige rohkem Eestist IKT-teenuseid tellinud?	WTO andmebaas	Kogu IKT-teenuste osakaaluna saadaval olev riigi skoor vastavalt selle viimase viie aasta IKT-teenuste impordiväärtusele (0–1, kaal: 8).	Praegune partnerlus Eestiga näidatud IKT-teenuste kogu impordina teistest riikidest, seega näidates riigi kogu IKT-sektori ja selle olemasoleva koostööorgu osatähtsust.
Alamindeks COOP III	Mis riigid on Eestiga	WTO	Riigi skoor vastavalt Eesti rahvaarvule sarnasele rahvaarvule (0–1, kaal: 10).	Kuna Eesti rahvaarv on väike,

Rahvaarv	sarnase suurusega?	andmebaas		pakub teema huvi sama rahvaarvuga riikidele. Suuremad riigid on teiste skaalamuutuste suhtes vastupidavamad, piirates seega oma huve e-Eesti pakutud lahenduste vastu.
Alamindeks COOP IV Partnerlus Eestiga IKT-sektoris või digitaliseerimisvaldkonnas	Kui levinud on riigis partnerlus Eesti era-/avaliku sektoriga?	<i>Ex ante</i> küsitlus	Riigi skoor <i>ex ante</i> küsitluse vastuste põhjal (0–1, kaal: 1) (K: Kas teil on eelnev kogemus Eesti ettevõtete ja/või ametiasutustega?).	Lisapunktid küsitluse vastajatele riikidest, millel on Eestiga kogemusi ja huvituvad seega rohkem tulevasesest koostööst Eestiga.
Alamindeks COOP V Osavõtt Eesti e-residentsuse programmist	Kui tavaline on riigis Eesti e-residentsuse programmis osalemine?	Eesti e-residentsuse statistika	Riigi skoor, mis põhineb Eesti e-residentide arvul selles riigis, arvatud vastavalt selle riigi rahvaarvule (0-1, kaal: 2).	Lisapunktid, kui selles riigis on juba Eesti e-residendid, olles seega seal e-Eesti saadikuks ja suurendades huvi koostöö vastu.

INDEKS DIGI: DIGITALISEERIMISE TASE (25)				
Alamindeks DIGI I E-valitsuse areng	Mis on riigi tegelik e-valitsuse arengutase?	UN EGD I (2020)	Riigi keskmine 3 UN EGD I indeksi indikaatorite skoor (0–1, kaal: 15). + Telekommunikatsiooni indeks (telekommunikatsiooni infrastruktuuri hindamine). + E-osaluse indeks (riigi e-osaluse portaali hindamine). + Võrguteenuste indeks (riigi e-teenuste portaali ülevaade).	Praegune e-valitsuse arengutase, mis määrab riigi huvi valdkonnas arenemiseks. Samas, mida kõrgem see on, seda rohkem on võimalusi töötada individuaalsete lahendustega ja lisateadmistega.
Alamindeks DIGI II IKT-sektori ja e-valitsuse tajutav tase	Kuidas tajuvad riigi erinevate tegevusvaldkondade esindajad IKT-sektori ja e-valitsuse arengutaset?	<i>Ex ante</i> ja <i>ex post</i> i küsitlused	Riigi keskmine 6 <i>ex ante</i> ja <i>ex post</i> i küsitluste indikaatorite skoor (0–1, kaal: 1). + Tajutav internetiühenduse kiirus. + Tajutav interneti juurdepääs. + Avaliku sektori juhtimise tajutav efektiivsus. + E-valitsuse teenuste tajutav ulatus. + Andmete jagamise tajutav tõhusus. + Andmekaitse usaldamine.	Annab olemasoleva riigi tajutava taseme Eestiga võrreldes. Madal kaal väiksemate teemakohaste teadmiste ja subjektiivse hinnangu tõttu.
Alamindeks DIGI III Riiklik e-valitsuse strateegia	Kas riigil on oma e-valitsuse strateegia ja kas see on ajakohane?	WP DGSS (2020)	Riigi skoor vastavalt selle e-valitsuse seisundile (0–1, kaal: 2). + E-valitsuse strateegia puudub (0). + E-valitsuse strateegia on aegunud või seda ei ole uuendatud, või e-valitsuse strateegia puudub, kuid seda planeeritakse (0,5). + Riigil on heakskiidetud ajakohane e-valitsuse strateegia (1).	Oluline indikaator, Covid-19 tõttu on kõik riigid sunnitud e-valitsemise suunas liikuma.
Alamindeks DIGI IV	Kas valitsusel on avalike	WP DGSS	Riigi skoor vastavalt avalikule andmete haldamise seisundile (0–1, kaal: 2).	E-valitsuse taseme edasiste

Avalike andmete haldamise poliitika	andmete haldamise poliitika või riiklik andmestrategie?	(2020)	<ul style="list-style-type: none"> + Avalike andmete haldamise poliitika või riiklik andmestrategie puuduvad (0). + Avalike andmete haldamise poliitika või riiklik andmestrategie on aegunud, planeeritud infotehnoloogia strateegiana või osana sellest (0,5). + Riigil on heakskiidetud ja ajakohane avalike andmete haldamise poliitika või riiklik andmestrategie (1). 	arengute eelduste ülevaade Covid-19 pandeemiast tingitud võimalike muutuste ja sellest tulenevate arengute tõttu.
Alamindeks DIGI V „Pilvevalitsuse” kasutamine	Kas avalik sektor kasutab riigipilve (jagatud platvormi) teenuseid?	WP DGSS (2020)	Riigi skoor vastavalt riigipilve kasutamisele (0–1, kaal: 1). <ul style="list-style-type: none"> + Riigipilve puudub (0). + Riigipilve kasutamist planeeritakse (0,5). + Riigipilve kasutatakse (1). 	Ülevaade olukorra arengust ja töötamisest kogu indikaatorile piiratud mõju korral kõrgeima tasemega IKT lahendustega, samas kui mõju kogunäitajale võib muutuda.
Alamindeks DIGI VI Kõrgtehnoloogia riigihanked	Mil määral edendavad valitsuse hankeotsused innovatsiooni?	WEF GITR (2016)	Riigi skoor vastavalt kõrgetasemelise tehnoloogia riigihangete esinemisele (0–1, kaal: 4).	Kriteerium, mis määrab valitsuse avatust innovatsioonile, seega ka e-valitsuse lahendustele.

INDEKS TARGET: SUURE POTENTSIAALIGA SIHTTURUD DIGITAALSEKS TRANSFORMATSIOONIKS (25)

Alamindeks TARGET I E-valitsuse arengutaseme kasvupotentsiaal riigis	Millistes riikides on arenenud IKT-infrastruktuur, kuid suhteliselt madal kasvuvõimalust näitav e-valitsuse arengutase?	UN EGDI (2020)	Riigi skooride proportsiooni arvatud vahe (0–1, kaal: 10). <ul style="list-style-type: none"> + Telekommunikatsiooni indeksi skoor (telekommunikatsiooni infrastruktuuri hindamine). + E-osaluse indeks (riigi e-teenuste portaali hindamine). + Võrguteenuste indeks (riigi e-osaluse portaali ülevaade). 	Indikaator määrab võimaliku e-valitsuse lahenduste kasvu hea infrastruktuuri tõttu, mis on piiratud arenguga ja seega huvitatud kiiresti eksperdi soovitustega kasvamisest.
Alamindeks TARGET II IKT-teenuste impordiväärtus	Millised riigid on viimase viie aasta jooksul kõige rohkem tellinud IKT-teenuseid väljast?	WTO andmebaas	Riigi skoor järgmise kahe indikaatori põhjal (0–1, kaal: 25). <ul style="list-style-type: none"> + Kõigi teenuste osakaaluna saadaval olev rahvusvaheliselt imporditud viimase viie aasta IKT-teenuste impordiväärtus. + Kõigi teenuste osakaaluna saadaval olev Eestist imporditud viimase viie aasta IKT-teenuste impordiväärtus. 	Avatud välistele IKT-teenusepakkujatele ja ekspertidele teistest riikidest, seega võimalik ka Eestile.

Alamindeks TARGET III E-valitsuse kõige nõrgemad valdkonnad	Millistel riikidel on teatud e-valitsuse arenguvaldkondades kõige suurem kasvupotentsiaal?	WP DGSS (2020), TII (2020)	Riigi keskmine skaala ja e-valitsuse arengu nõrgimate valdkondade määramine 15 indikaatori seas (0–1, kaal: –5). <ul style="list-style-type: none"> + Valitsuse e-kaasatuse strateegiate arendamine. 	Kui antud vahendites on tulemuste väljavõtmisel toimunud areng, siis on ka Eestil antud riigiga vähem koostöövõimalusi, seega
---	--	----------------------------	---	---

	Ja milliseid e-valitsuse arengute vajadusi täidetakse üldiselt kõige vähem?		<ul style="list-style-type: none"> + E-valitsuse veebilehtede usaldamine. + E-ID kättesaadavus. + E-valitsuse teenuste kättesaadavus. + E-toimiku süsteemi kättesaadavus. + Maksuameti infosüsteemi kättesaadavus. + Tolli infosüsteemi kättesaadavus. + Digiallkirja kättesaadavus. + E-hangete süsteemi kättesaadavus. + E-valitsuse teenuste e-makse süsteemi kättesaadavus. + Personalihalduse infosüsteemide kättesaadavus. + Valitsuse tasemel andmete areng. + Kodanike poliitika platvormi kättesaadavus. + Kodanike tagasiside platvormi kättesaadavus. + Privaatsus- ja andmekaitse seaduse arendamine. 	lahutatakse koguväärtusest.
Alamineks TARGET IV IKT-sektori jaoks saadavalolevad inimressursid	Millistes riikides puuduvad soovitud tehnoloogiliste muutuste rakendamiseks inimressursid?	GitHub andmed	Riigi skoor vastavalt ainulaadsele GitHub kasutajate suhtarvule (arendajad) elaniku kohta, 2016 (0–1, kaal: –5).	Kui riigis puuduvad IKT valdkonna spetsialistid, on seal ka edaspidine e-valitsuse areng piiratud.

INDEKS BRAND: TEADLIKKUS JA ARUSAAMAD EESTIST JA E-EESTIST (10)

Alamineks BRAND I Arvamus Eestist kui rahvusvahelisest liidrist digitaliseerimisvaldkonnas	Millistes riikides tajuvad või usuvad erinevate valdkondade ettevõtjad, et Eesti on digitaliseerimisvaldkonnas edasijõudnumate riikide seas?	<i>Ex ante, ex post</i> 'i küsitlus	Riigi keskmine 2 <i>ex ante</i> küsimuse indikaatorite skoor (0–1, kaal: 5) (K: Milliseid kolme riiki peate maailmas digitaalselt kõige edasijõudnumaks? Kas nõustute, et Eesti on rahvusvaheline liider digilahenduste rakendamises?).	Andmete piiratud arvu tõttu on mõju märkimisväärselt vähendatud, samas on kõige suurem skoor antud Eesti tunnustamise eest digitaliseerimises rahvusvahelise liidri ja maailma ühe parima riigina.
Alamineks BRAND II Teadlikkus Eesti IKT - ettevõtetest	Mis on üldine teadlikkus Eesti IKT-ettevõtetest?	<i>Ex ante, ex post</i> 'i küsitlus	Riigi skoor <i>ex ante</i> ja <i>ex post</i> 'i küsimuse vastuste põhjal (0–1, kaal: 1.5) (K: Kas teate mõnda Eesti tehnoloogiaettevõtet?).	Mõne Eesti tehnoloogiaettevõtte teadmine viitab konkreetsele ja üksikasjalikule informatsioonile Eesti kohta.
Alamineks BRAND III Teadlikkus e-Eesti brändist	Mis on üldine e-Eesti brändi teadlikkuse tase riigis?	<i>Ex ante</i> küsitlus	Riigi skoor <i>ex ante</i> küsitluse vastuste põhjal (0–1, kaal: 2.5) (K: Kas olete enne e-Eesti brändist kuulnud?).	Tähtsuset teine kõige olulisem punkt on e-Eesti brändingu teadvustamine, sealjuures on vähema tähtsusega riigi esindajate

enter e-estonia

				teadlikkus, mille eest on võimalik saada lisapunkte.
Alamindeks BRAND IV Huvi e-Eesti, e-residentsuse ja digitaalse kodakondsuse vastu	Millistes riikides teostatakse enim veebiotsinguid e-Eesti, e-residentsuse ja digitaalse kodakondsuse kohta?	Google trendid	Riigi kolme valdkonna liitskoor, mis põhineb võtmesõnadel „e-Eesti“, „e-residentsus“, „digitaalne kodakondsus“ (0–1, kaal: 1).	Kui teised vaatepunktid on küsitluse vastajate omad, siis Google trendid näitavad riigi tegelikku huvi uuritava ala ja Eesti suhtes. Lisapunktid riigi edasiarendamise eest.

INDEKS PROMO: E-EESTI TURUNDUSTEgevuse MõJU (10)				
Alamindeks PROMO I Hinnang e-EEKi esitlusele	Kuidas külastajad e-Eesti esitluskeskuse esitlust hindasid?	<i>Ex post</i> küsitlus	Riigi keskmine <i>ex post</i> küsitluse vastuste skoor (0–1, kaal: 1) (K: Kuidas hindate e-Eesti esitluskeskuse esitluse sisu? Kui asjakohane on e-Eesti esitluskeskuse esitlus teie tegevusvaldkonnale? Kas soovitaksite e-Eesti esitluskeskuse teenuseid oma kolleegile?).	E-EEKi esitluse meeldivus ja seega teabest saadud väärtuslikud teadmised annavad lisapunkte riigi ja selle esindajate jaoks.
Alamindeks PROMO II E-EEKi esitluse mõju IKT-taseme tajumisele oma elukohariigis	Kuidas muutus oma riigi IKT sektori ja e-valitsuse arengutaseme arusaam enne ja pärast e-Eesti esitluskeskuse külastust?	<i>Ex post</i> küsitlus	Riigi keskmine <i>ex post</i> küsitluse skoor pärast e-Eesti esitluskeskuse külastust, kui võrreldakse riigi digiteenuseid Eesti teenustega (0-1, kaal: 5).	Muutunud arvamus nende riigi olemasoleva e-valitsuse taseme kohta, tuues seega välja Eesti koostöö valdkonnad antud riigiga. Lisapunktide andmine ja võimalik riigi kohta seisukoha võtmine.
Alamindeks PROMO III E-EEKi esitluse mõju IKT-sektori partnerlusvõimalustele	Kas e-Eesti esitluskeskuse esitlus mõjutas külastajate valmidust kaaluda partnerlusvõimalusi Eesti IKT ettevõtetega?	<i>Ex post</i> küsitlus	Riigi skoor <i>ex post</i> küsitluse vastuste põhjal (0–1, kaal: 2) (K: Kui tõenäoliselt kaaluksite e-teenuste arendamiseks ja rakendamiseks Eesti partnerit?).	Lisapunktid, kui esindaja on valmis Eesti ettevõtetega koostööd tegema, luues sellega reaalseid suhteid ja tuleviku arendusi.
Alamindeks PROMO IV E-EEKi esitluse mõju tegutsemisvalmidusele	Kas e-Eesti esitluskeskuse esitlus mõjutas külastajate valmidust e-Eestit teistele soovitada/ olema edaspidi e-Eesti tegevustesse kaasatud/tegevustega kursis?	<i>Ex post</i> küsitlus	Riigi skoor <i>ex post</i> küsitluse vastuste põhjal (0–1, kaal: 2) (K: Kas plaanite samme e-Eesti kontseptsiooni või lahendustega kursis olemiseks?).	Lisapunktid e-Eesti kontseptsiooni või lahenduste edendamise korral, seega luues ruumi ka riigi ja konkreetse vastaja edasisele arengule.

ⁱ ÜRO e-valitsuse teadmiste andmebaas. 2020 e-valitsuse arenguindeks Saadaval: ÜRO e-valitsuse arengu indeks (EGDI),
ⁱⁱ IPSOS. Anholt Ipsose rahvusbrändide indeks (NBI). Saadaval: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/anholt-ipsos-nation-brands-index.pdf>
ⁱⁱⁱMaailma Kaubandusorganisatsioon. Kaubandusstatistika. Saadaval: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/tradeserv_stat_e.htm