



TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL
EESTI MEREAKADEEMIA
Kuressaare Meremajanduskeskus

Lauri Kurvits

Jahirendi teenuse ärimudel Läänemerel Nord Sail Grupp OÜ näitel

Diplomitöö

Juhendaja: Jana Raadik Cottrell

Tallinn, 2021

Olen koostanud töö iseseisvalt.

Töö koostamisel kasutatud kõikidele teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele on viidatud.

Lauri Kurvits

.....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 178578SDVR

Üliõpilase e-posti aadress: lauri.kurvits@gmail.com

Juhendaja: vanemlektor Jana Raadik Cottrell:

Töö vastab lõputööle esitatud nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees: vanemlektor Jana Raadik Cottrell

Lubatud kaitsmisele

.....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

Sisukord

Annotatsioon.....	4
Sissejuhatus	5
1 Turism, mereturism ja hooajaline reisiteenus	6
1.1 Väikelaeva renditeenus	7
1.2 Hooajalisus reisiteenuste mõjutajana.....	9
1.3 Ärimudeli analüüs Osterwalderi järgi.....	9
2 Ettevõtte Nord Sail Eesti OÜ.....	13
2.1 Vajalikud kompetentsid	16
2.2 Väikelaevarendi arenguvõimalused.....	16
3 Väikelaevade rendiäri kasumilikkuse analüüs Nord Sail Grupp OÜ näitel	18
3.1 Ärimudeli ja konkurentsianalüüs.....	19
3.2 Broneeringute, tulude ja püsikulude analüüs aastatel 2016 – 2021.....	21
3.3 Covid-19 mõju aastatele 2019 kuni 2021	23
3.4 Järeldused	26
Kokkuvõte	28
Summary.....	29
Viidatud allikad	30
Lisa 1 Osterwalderi mudeli põhjal ärimudeli analüüs	31
Lisa 2 Lihtlitsents	32

Annotatsioon

Käesolev uurimistöö käsitleb mereturismi ühe kitsa haru, jahirendi teenuse osutamist Läänemeres ja otsib vastust küsimusele, kas nimetatud teenus on eelkõige navigatsioonihooaja lühidust arvestades äriselt jätkusuutlik. Autor püüab uurimisküsimusele vastuse leida Nord Sail Grupp OÜ viimase kuue aasta majandustegevust analüüsides.

Uurimistöö koosneb kolmest osast. Esimeses osas antakse ülevaade mereturismi teoreetilistest alustest, vaadatakse teiste regioonide trende ja viimaste aastate statistikat. Samuti selgitatakse valdkonna terminoloogiat ja kirjeldatakse Osterwalderi ärimudeli analüüsi käsitlust.

Uurimistöö teises osas kirjeldatakse Nord Sail Grupp OÜ struktuuri, tegutsemise põhimõtteid, eesmärke, põhilisi sihtturge, turundussõnumeid. Samuti kirjeldatakse ettevõtte töötajate kompetentse ja tuuakse välja kitsaskohad. Veel räägitakse väikelaevarendi arenguvõimalustest ja erinevatest teenuseliikidest.

Uurimistöö kolmandas osas analüüsitakse Nord Sail Grupp OÜ viimase kuue aasta majandustegevust: ärimudelit (Osterwalderi järgi), konkurentsituatsiooni, broneeringuid ja tulude-kulude struktuuri. Samuti kirjeldatakse Covid-19 mõju ettevõtte äritegevusele.

Uurimustöö kolmanda osa lõpus on autori järeldused ja vastus püstitatud uurimisküsimusele.

Sissejuhatus

Autor on tegelenud avamerepurjetamisega üle kahekümne aasta, purjetanud isiklike purjejahtidega, kasutanud jahirendi teenust üle maailma ja viimased kümme aastat arendanud jahirendi teenust Läänemerel. Nimetatud tegevus on olnud peamiseks ajendiks TALTECH Eesti Mereakadeemiasse ettevõtluse ja elamusmajanduse erialale õppima asumiseks. Diplomitöö teema on kujunenud orgaanilise arenguna purjetamisharrastusest, õppeprotsessi kursusetöödest ja praktikaaruannetest.

Jahirendi teenus, eelkõige kaptenita jahirendi teenus, on populaarne ja konkurentsitihe mereturismisektori teenus üle maailma, peamiseks teenuse pakkumise piirkondadeks on Vahemeri ja Kariibi meri. Teenus on suhteliselt standardne kõikjal maailmas. Läänemerel on vastava teenuse pakkujaid vähe ja seega konkurents väike. Peamiseks põhjuseks ilmselt teenuse pakkumiseks sobiliku hooaja lühidus.

Samas on Nord Sail Grupp OÜ kümneaastane tegevus sihtturgudel, kust kliendid siia piirkonda purjetama tulevad, tekitanud huvi Läänemere kui purjetamissihtkoha vastu. Euroopa agentuurid uurivad järjest sagedamini jahirendi teenuse pakkujaid ja erinevaid võimalusi. Sellest tulenevalt võib väita, et antud teema on aktuaalne ja teiste teenustega komplektis ehk ka perspektiivikas.

Kindlasti on valitud bakalaureuse töö teema uudne. Autorile teadaolevalt ei ole sellel teemal ühtegi uurimustööd ega põhjalikku analüüsi Eesti turu kohta varasemalt tehtud. Põhjuseks ilmselt jahirendi teenuse pakkumise vähesus Eestis ja lähipiirkonnas.

Käesoleva uurimustöö eesmärk on välja selgitada, kas Läänemere piirkonnas on jahirendi teenuse osutamine äriiselt jätkusuutlik, keskendudes peamiselt kaptenita jahirendi teenusele. Autori praktiline kogemus viimase kümne aasta vältel kinnitab, et huvi ja vajadus jahirendi teenuse vastu Läänemerel on olemas. Ja õhinapõhiselt on teenust võimalik ka pakkuda. Kas aga ka äriiselt kasumlikult ja jätkusuutlikult?

Uurimustöö on vajalik mereturismi valdkonna ettevõtjatele, kes kaaluvad jahirendi teenuse pakkumist Läänemerel.

1 Turism, mereturism ja hooajaline reisieenus

Turism on tänapäeval muutunud arenenud ühiskonna inimese elustandardi lahutamatuks osaks. Turismindus on inimeste aastast aastasse kasvavat turisminõudlust rahuldav paljutahuline majandusvaldkond, mis on muutunud paljudes maades üheks juhtivamaks majandusvaldkonnaks.

Turism on üks maailma suurimaid sektoreid, mis edendab sotsiaal-majanduslikku arengut ja töökohtade loomist. See mängib olulist rolli jõukuse loomisel, naiste, noorte ja teiste ühiskonnagruppidele võimaluste loomisel. Reisimise ja turismi eelised ulatuvad kaugemale otsesest mõjust SKT-le ja tööhõivele, ka kaudsed mõjud ulatuvad tihedalt teistesse sektoritesse ja loovad nendele lisaväärtust.

Enne pandeemiat oli iga neljas loodud töökoht seotud reisimise ja turismiga (sealhulgas selle otsesed, kaudsed ja põhjustatud mõjud), 10,6% kõigist töökohtadest (334 miljonit) ja 10,4% kogu maailma SKT-st (9,2 triljonit dollarit). Küllastajate kulutused ulatusid aastal 2019. 1,7 triljoni dollarini (6,8% kogueksportist, 27,4% ülemaailmsest teenuste eksportist). (Maailma Reisi- ja Turisminõukogu raport, 2020).

Maailma Reisi- ja Turisminõukogu uusimad uuringud näitavad:

Reisi- ja turismisektor sai peaaegu 4,5 triljoni USA dollari suuruse kahjumi, jõudes 2020. aastal 4,7 triljoni dollarini, kusjuures panus SKPsse langes 2019. aastaga võrreldes 49,1%; võrreldes maailmamajanduse SKP langusega 3,7% 2020. aastal.

2019. aastal panustas reisi- ja turismisektor maailma SKPsse 10,4%, mis langes 2020. aastal 5,5% -ni pidevate liikumispiirangute tõttu.

2020. aastal kadus 62 miljonit töökohta, mis tähendab langust 18,5%, jättes kogu sektoris hõivatuks vaid 272 miljonit töötajat, võrreldes 2019. aasta 334 miljoniga. Töökohtade kaotamise oht püsib, kuna paljusid töökohti toetab praegu valitsuste toetussüsteemid ja lühendatud tundide arv, mis võib kaduda ilma reisi ja turismi täieliku taastumiseta (Maailma Reisi- ja Turisminõukogu raport, 2020).

Turism on väga mitmetahuline, ega ole piiritletav ainult ühe tegevusalaga, seega ei ole selle majandusliku mõju mõõtmine kerge. Statistikaamet kasutab turismimajanduse otsese ja kaudse mõju hindamiseks turismi satelliitarvepidamist.

Värskeimad turismi satelliitarvepidamise andmed Eesti kohta on avaldatud 2015. aasta kohta. Toona oli turismi sisemajanduse koguproduktiks nii otsest kui ka kaudset mõju arvestades 1,64 miljardit eurot, mis moodustas riigi SKP-st 7,9%. (Leesment, 2020).

Mereturismi mõiste määratluse leidmine on kompleksne küsimus, kuna seal on palju komponente ja elemente. See on sektor, mis pidevalt areneb, kuna merendus-, mere- ja turismisektoris tekkivad tegevused muutuvad pidevalt.

Rooma Klubi 2009. aasta aruandest alguse saanud mõiste sinine majandus/sinimajandus (ingl k. *blue economy*), on majanduskorralduse kontseptsioon, mis on merelise keskkonna ressursside toimimisest inspireeritud tehnoloogiate ja ärimudelite rakendamine kasumlikult majanduses, mis võimaldab edendada elutegevust, luua töökohti, samas säilitades merelise keskkonna ökosüsteemi tervise. Selle jätkusuutliku majanduse kontseptsiooni väljatöötaja on Gunter Pauli, kelle sellekohane raamat "Sinine majandus" ilmus 2010. aastal (*The Blue Economy: 10 years, 100 innovations, 100 million jobs*).

Sinimajanduse alla kuulub ka mereturism, mis hõlmab endas nii rannikualadele rajatud ja seal toimetavate ettevõtete tegevust kui ka merel viibimise ja seal aktiivsete tegevuste harrastamisega seotud ettevõtete tegevusi. Sellest tulenevalt on välja pakutud mõiste „sinine turism” kui kontseptuaalne lahendus, mis hõlmab mereäärset, merendus- ja mereturismi. Sinine turism tähendab puhkusetgevusi või üritusi, mis hõlmavad lõbusõitu koos paadisõidu ja merendusega merekeskkonnas säästval viisil. Jahisadamate rannikualade jaoks on selle rakendamine element, mis muudab ja annab lisaväärtust võrreldes teiste asukohtadega, parandades turismipakkumisi ja millel on majanduses otsustav roll hea territoriaalse, ohutuse ja säästva keskkonna tähtsuse tõttu. Kahtlemata toovad mere poolt pakutavad võimalused rannaäärsetele ettevõtjatele palju eeliseid ja pakuvad külalistele erinevaid võimalusi vaba aja veetmiseks, kohalike rannikualade arenguks, samuti turismi, puhke- ja teadusuuringute võimalusi.

1.1 Väikelaeva renditeenus

Laeva rent (kapteniga ja kaptenita) on väikelaevadega seotud turistidele suunatud teenuste valdkonnas peamine tegevusala. Kõik väikelaevadega purjetavad inimesed ei soovi või puuduvad neil vahendid laeva omamiseks, sest väikelaevade omaniku kohustused ja laeva hooldamisvajadus võib olla liiga suur pingutus ja / või liiga kulukas. Samas ei soovi need inimesed siiski

merekogemustest ilma jääda. Seetõttu on väikelaevade rentimine muutunud mereturismis üheks oluliseks tegevuseks.

Väikelaeva rentimisel on kaks võimalust:

1. Rent kaptenita (ingl *bareboat charter*) tähendab, et vähemalt kahel isikul, kes laeva meeskonda kuuluvad, on laevajuhtimise õigus ja neile on väljastatud sellekohane tunnistus ning neil on võimekus väikelaeva ohutult juhtida.
2. Rent kapteniga (ingl *charter including skipper*), laeva rentival isikul puudub oskus laeva juhtida ning seega on lisaks laevaperele laeval ka tasustatud kapten ja vajadusel täiendav meeskonnaliige sõltuvalt purjetamisoludest ja soovitud teenustest.

Jahirendi teenust pakutakse üldjuhul nädalaste tsüklitega. Laupäeva pealelõunal, enamasti alates kell 17:00, antakse jahtlaev kliendile üle. See tähendab kindlat protseduuri, mille käigus vaadatakse üle kliendi poolt esitatud dokumendid, allkirjastatakse täiendavad vajalikud paberid sõltuvalt sihtriigi regulatsioonidest, kliendid maksavad ka laeva deposiidi kindlustuse omavastutuse tarvis. Seejärel tutvustatakse kliendile laeva ja selle erinevaid funktsionaalsusi. Nende toimingute lõppedes saab meeskond laeva enda valdusesse. Üldine tava on, et esimesel õhtul kodusadamast ei väljuta. Põhjus on eelkõige selles, et lõuna regiooni riikides loojub päike varem ning pimedas võõrasse sadamasse manööverdamine on äärmiselt riskantne. Pühapäeva hommikul algab purjetamisreis soovitud sihtsadamatesse. Kodusadamast tagasi peab laev olema saabuva reede pealelõunal, enamasti hiljemalt 18:00. Kodusadamasse saabudes kontrollitakse laev rendifirma esindajate poolt. Laev tuleb kodusadamasse tuua täidetud kütusepaagi ja veepaagid täidetakse kliendi poolt kodusadamast. Juhul, kui on kaotatud varustusse kuuluvaid esemeid või tekitatud kahju laevale, kaetakse see deposiidi arvelt. Üldjuhul kontrollitakse laeva tehnilist korrasolekut ja füüsilisi vigastusi äärmise põhjalikkusega, erandiks pole ka tuukrite töö, kes kontrollivad laeva korrasolekut veepiirist allpool. Meeskond võib laeval viibida kuni laupäeva hommikul kella 9:00, misjärel laev koristatakse, teostatakse täiendav tehniline kontroll, vajadusel remonditakse ja seatakse valmis pealelõunaks uue meeskonna saabumiseks.

Sellisest töökorraldusest tulenevalt on reede õhtu ja laupäev kõige intensiivsemad jahirendi firma kodusadamast.

1.2 Hooajalisus reisisiteenuste mõjutajana

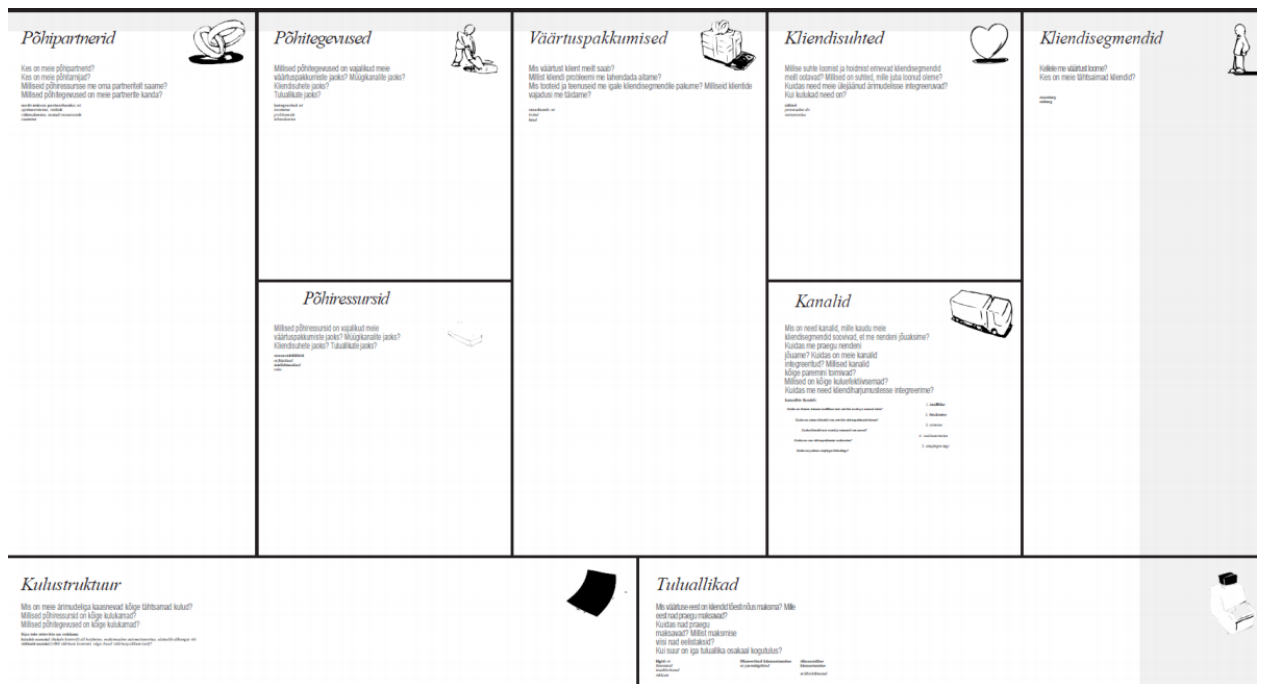
Hooajalisus käib turismiga paratamatult käsikäes ja mõjutab peaaegu iga teenusepakkujat, mis muudab nii töökoormust, kui sissetulekute stabiilsust oluliselt. Väikelaevade rent on samuti sellest tugevalt mõjutatud ning hooaja pikkus Läänemere ääres võrreldes Vahemere piirkonnaga, on kliimast tulenevalt märkimisväärselt erinev.

Vahemerel algab purjetamishooaeg aprilli keskpaigast ning lõpeb oktoobri lõpuga, kus õhtutemperatuur langeb ning sügistormid muudavad olud ebaturvaliseks. See teeb hooaja pikkuseks keskmiselt 30 nädalat. Läänemerel algab purjetamishooaeg mai alguses, pigem teisest või kolmandast nädalast ning välisturistide jaoks lõpeb tavaliselt septembri lõpuga, mis teeb hooaja pikkuseks maksimaalselt 20 nädalat. Seega on hooaja pikkus Eestis umbes kolmandiku võrra lühem, kui Vahemerel.

Samuti mõjutab hooajalisus ka teiste kaasnevate teenuste pakkumist ning isegi, kui väikelaevaga purjetamiseks on ilm sobiv, võib tekkida olukord, kus sadamad teenuseid veel või enam ei paku. Näiteks väga selgelt on teenuste pakkumine reguleeritud Soome saarestikus, kus tulenevalt kooliaasta algusest on 15. augustist alates sadamate teenused väga piiratud ning kuna sadamad on põhisuunaga siseriiklikule kliendile, pole neil sellest hetkest alates majanduslikult põhjendatud teenuste pakkumine. Teisalt on aga august Saksamaa kliendi jaoks kõige sobivam purjetamiskuu, sest selles kuus on ettevõtetes kollektiivpuhkused. Eesti väikesadamad püüavad hooaega venitada võimalikult pikaks ning sellest tulenevalt on iga laev sadamasse oodatud ja päris ilma teeninduseta kunagi ei jääda.

1.3 Ärimudeli analüüs Osterwalderi järgi

Alexander Osterwalder on ettevõtja, ärimudelite innovaator ning lektor, kes on välja töötanud äri juhtimise meetodi, mis on kirjeldatud tema ja Yves Pigneur poolt välja antud raamatus „Ärimudeli generatsioon“ (Osterwalder ja Pigneur, 2010). Selle eesmärk on anda selge ja lihtne ülevaade, kuidas ettevõtte toimib, ilma väga detailsete kirjelduste ja algandmeteta, kuid mille abil on kergesti mõistetav äri ülesehitus, mida saab analüüsida ettevõtte siseselt, aga kerge vaevaga selgitada ka koostööpartneritele ja potentsiaalsetele investoritele.



Joonis 1: Osterwalderi ärimudeli tahvel ja selle osad

Mudeli paremal pool on kirjeldatud see, mis on eelkõige seotud kliendi emotsioonide ja tunnetega ning vasakul pool tegevused, kus olulisteks komponentideks efektiivsus ja ratsionaalsus. Omavahel on nad tihedas seoses ja mõjutavad vastastikku. Sellest mudelist lähtuvalt analüüsis töö autor ka Nord Saili Grupp OÜ ärimudelit peatükis 3.2.

Aleksander Osterwalderi ärimudel on üles ehitatud üheksale nõ ehituskivile, millest laotakse ettevõtte ärimudeli vundament (Osterwalder ja Pigneur, 2010):

1. Kliendisegmenid. Ettevõtte jaoks on äärmiselt oluline selgelt määratleda, kes on kliendisegmenid või rühmad. Segmente võib olla üks või rohkem, oluline on oma tähelepanu suunata nendele, kes tekitavad suurima käibe või kasumi. Näiteks saab jagada neid ka turu järgi – massitur, nišitur või sarnaste valdkondade tur. Kliendisegmentide täpne määratlemine aitab ettevõttel leida vastused küsimustele: kelle jaoks me väärtust loome, kes on meie kõige tähtsamad kliendid?

2. Väärtuspakkumine. Selle komponendi alla kirjeldatakse väärtus, mida ettevõtte kliendi jaoks loob. Milliste probleemide või vajaduste rahuldamisel saame klienti aidata. See on oluline aspekt, millele aga sageli uue ettevõtte või uute toodete/teenuste turule toomisel ei mõelda ja hiljem selgub, et planeeritud sihtgrupp ei soovigi seetõttu teenust tarbida. Väärtuspakkumise

analüüsimisel tuleb vastata küsimustele: millist väärtust me kliendile edastame, milliseid probleeme aitame lahendada, milliseid vajadusi rahuldame, milliseid tooteid ja teenuste kogumeid igale konkreetsele segmendile pakume?

3. Kanalid. Teekond kliendini käib erinevate kanalite kaudu. Siin tekivad otsesed ja kaudsed kokkupuutepunktid kliendiga või meie tootel kliendiga. Seega on kanalid väga oluline osa klienditeekonnast, kus saadakse ettevõtte väärtuspakkumisest teadlikuks, hinnatakse selle väärtust enda jaoks, toimub ostmine, seejärel teenuse või toote kättesaamine ja hiljem järelteenindus.

Klienditeekonna analüüsil tuleb määratleda, millised on meie kliendile kõige sobilikumad kanalid, kus nad suhelda soovivad, kuidas erinevad kliendi jaoks olulised kanalid võivad omavahel seotud olla ja millised on nende jaoks prioriteetsemad ja millised vähem.

4. Kliendisuhted. Kliendisuhte puhul tuleb tähelepanu pöörata sellele, millisel kujul ja ulatuses kliendisuhtlust tehakse, samuti mis on selle eesmärk – kas uute klientide leidmine, olemasolevate säilitamine või lisamüügi tegemine. Arvestama peab, millist liiki suhteid meie kliendisegment eelistab ja kuidas need laiemalt kogu ärimudelisse sobituvad. Kliendisuhted saavad olla nii isiklikud, kui ka tänapäeva tehnoloogiaid kasutades automaatsed. Kõik sõltub konkreetsest tegevusvaldkonnast ja kliendi eelistest.

5. Tuluvood. Ettevõtte peab enda käest küsima, millise väärtuse eest on iga kliendisegment valmis maksma. Eristatakse eelkõige kahte liiki tuluvoogusid: tehingutulud või korduvtulud, samas saavad hinnad ettevõttes olla kas fikseeritud või dünaamilised. Tuluvoogude planeerimise analüüsil aitavad küsimused nagu, mille eest kliendid maksavad, kuidas nad hetkel maksavad, kuidas nad eelistaksid maksta, kui suur on iga tuluvoo osa tulude kogusummas.

6. Põhiressursid. Need ressursid võimaldavad ettevõttel luua ja esitada väärtuspakkumisi, jõuda turgudele, hoida suhteid ja teenida tulu. Need saavad olla füüsilised, finantsilised, intellektuaalsed või inimressursid. Kõiki ressursse on võimalik kas omada või rentida. Ettevõtte jaoks on oluline täpselt hinnata, millised põhiresursid meie väärtuspakkumised nõuavad, aga ka milliseid meie turustuskanalid, kliendisuhted?

7. Peamised tegevused. Siia alla liigituvad kõige olulisemad tegevused ettevõtte jaoks, et panna oma ärimudel toimima, nagu näiteks tootmine, probleemi lahendamine või võrgustiku koostöö.

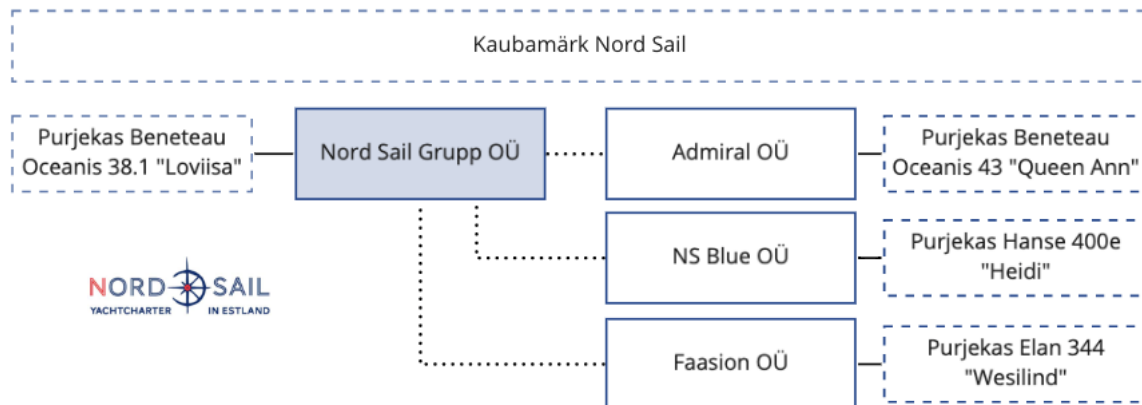
Sarnaselt põhiressursside analüüsiga, tuleb ettevõttel määratleda, milliseid peamisi tegevusi nende väärtuspakkumised nõuavad, aga ka turustuskanalid, kliendisuhted, tuluvood.

8. Peamised partnerid. Ettevõtted kujundavad partnerlussuhteid mitmetel põhjustel ning need on väga oluliseks nurgakiviks paljudes ärimudelites. Suhted on vajalikud oma tegevuste optimeerimiseks, riskide vähendamiseks ja ressursside hankimiseks. Siinkohal tuleb vastata küsimustele, kes on peamised partnerid, kes on peamised tarnijad, milliseid ressursse partneritelt saadakse ja milliseid põhitegevusi partnerid teostavad.

9. Kulustruktuur. Arusaan kulude tekkimisest ja ülevaade neist on oluline igale ettevõtjale. Vaadates üle oma peamised ressursid ja peamised tegevused, joonistuvad sealt välja ka kulud, mis on nendega seotud. Ettevõtte saab oma tegevuses lähtuda peamiselt kas kulude vähendamisele oma kulustruktuuris või väärtuse loomisele. Kulustruktuuri analüüsis aitavad küsimused nagu millised on olulisimad ärimudeliga seotud kulud, millised põhiressursid on kõige kulukamad, millised peamised tegevused on kõige kulukamad.

2 Ettevõtte Nord Sail Grupp OÜ

Nord Sail Grupp OÜ on Eesti ettevõtte, mille kaubamärk Nord Sail on tegutsenud alates aastast 2015, eesmärgiga pakkuda purjetamisteenuseid Eesti ja kogu maailma purjetajatele. Ettevõtte on oma põhitegevusena määratlenud kaptenita jahirendi teenuse. Tegemist on pere-ettevõttega, mis teeb koostööd purjekate omanikfirmadega. Aastaringselt on ettevõttes kaks töötajat, suveperioodil lisandub neli hooajalist töötajat.



Joonis 2: Nord Sail Grupp OÜ ja purjekate omanikfirmad ja kaubamärk koos tunnuslausega

Ärimudeli elluviimise eesmärgiks võeti keskendumine välisturu klientidele lähtudes nende arvukusest ja kõrgemast kasumlikkusest koos laiema eesmärgiga tuua Eestisse turiste ja tutvustada Eestit ja meie lähipiirkonna purjetamisvõimalusi. Kohalikule turule purjetamisteenust (peamiselt kapteniga jahirent) pakutakse nendel perioodidel, kui väliskülalisi ei ole. Kogu turundustegevus oli olnud suunatud välisturule kuni 2020 aasta kevadeni, kui tekkinud Covid-19 olukorrast lähtuvalt, tühistati või lükati edasi 96% välisbroneeringutest.

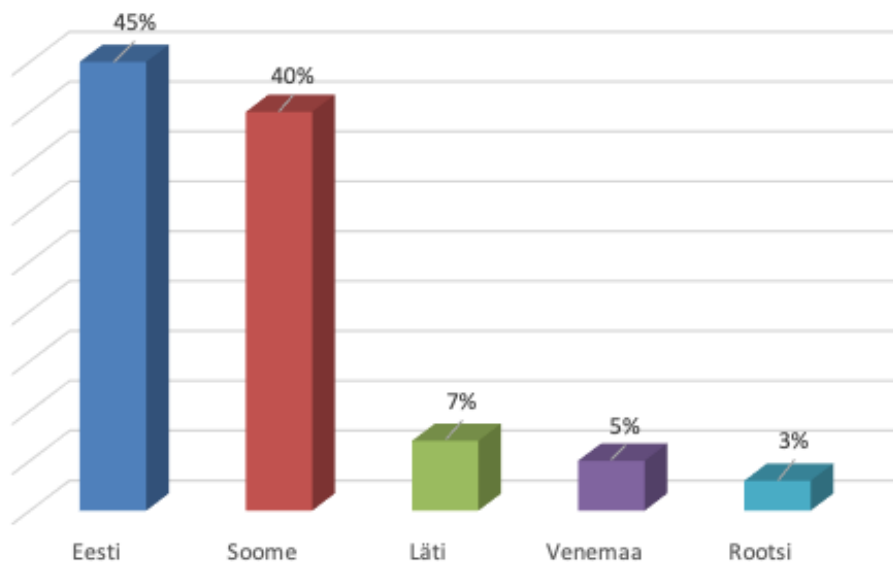
Kuna Saksamaa turg on ettevõtte kõige suurem sihtturg, kust kliendid tulevad, siis sellest tulenevalt on ettevõtte logo sageli kasutusel koos täiendava lausega – *Yachtcharter in Estland*, kus sõna Estland kasutuses tuttavana just saksakeelsele sihtgrupile.

Täiendavalt on kasutusel ka teised sõnastused, mis kasutusele võetud viimase kolme aasta turundustegevustes, kus lisaks Eestile on märgitud ka teised sihtkohad, kuhu meie juurest purjetada saab. Nendeks on Soome, Venemaa ja Läti.



Joonis 3: Nord Sail Grupp OÜ turundusmaterjali näidis

Soomes, Venemaal ja Lätis on vähe kohapealseid ettevõtteid, kes jahirendi teenust pakuvad, seega on meie klientide seas igal aastal neid, keda eelkõige huvitavad võimalused ka Venemaale või Läti purjetada, aga Soome suunal teekondade valimine on kõige sagedasem.

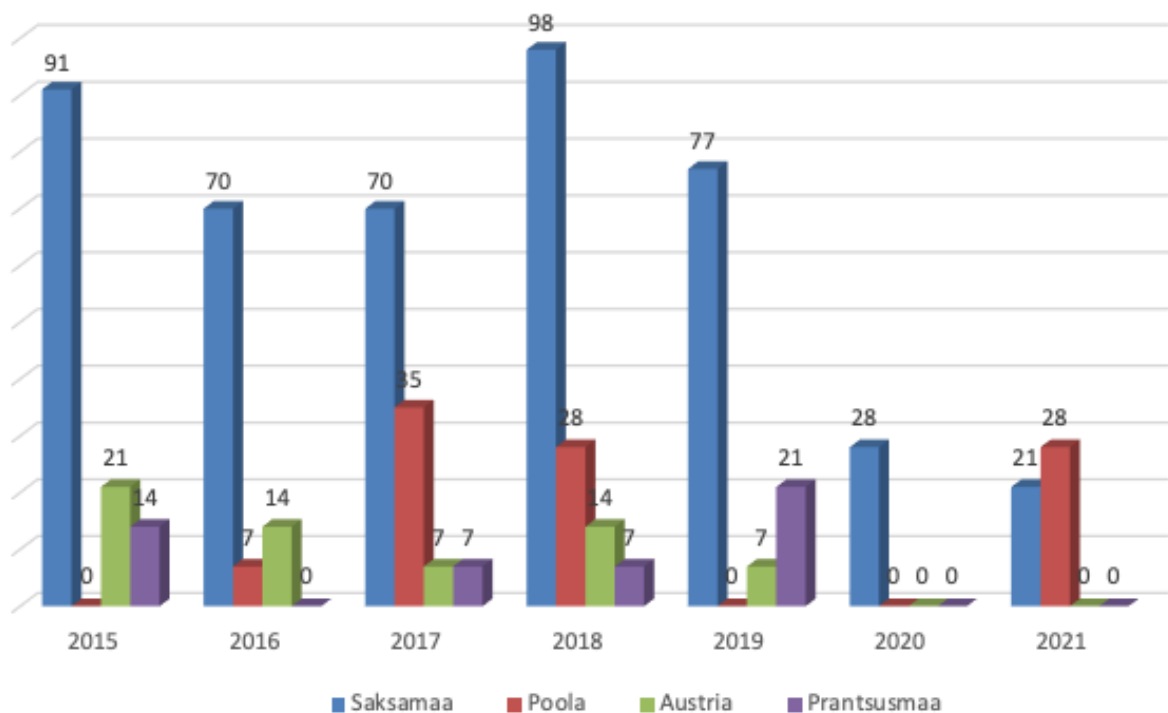


Joonis 4: Sihtkohtade osakaalud riikide lõikes

Suurem osa kõigist klientidest (45%) valib võimaluse jääda Eestisse ning külastavad meie väikesadamaid ja tutvuvad eluga saartel (Joonis 4). Eesti siseste teekondade valimisel on peamiseks suunaks meie Väinameri ehk teekond suunal Tallinn – Naissaar – Dirhami – Haapsalu – Vormsi – Hiiumaa – Saaremaa. Teine suur sihtgrupp (40%) valib oma teekonna üle Soome lahe

Helsingi või Turu saarestikku. Igal aastal on ka neid, kes võtavad ette pikema teekonna, näiteks alustavad või lõpetavad Läti pealinna Riias külastades teekonnal ka Kihnu ja Ruhnu saart. Samuti tuntakse huvi ka Venemaa vastu ja purjetatakse kahe nädala jooksul St Peterburgi ja tagasi. Venemaale purjetamise muudab keerukamaks vajalik eeltöö, et leida jahtklubi, kes saadab kutse külastuseks ning viisade taotlemine, lisaks piiril tolliprotseduuride ajalise kulu ebamäärasus, mistõttu ei tea täpselt, kui palju aega jääb riigiga tutvumiseks, et õigeaegselt Eestisse tagasi jõuda.

Nord Sail Grupp OÜ on enda peamiste sihtturgudena (klientide koduriigid) määratlenud Euroopa suurimad riigid, kus purjetamine ja selle harrastamine on kõige populaarsem – Saksamaa, Austria, Poola, ja Prantsusmaa (Joonis 5). Vahemeremaade statistika ning messidelt saadava kogemuse põhjal saab öelda, et järjest enam kasvab ka Aasia riikide purjetajate huvi Euroopa sihtkohade vastu, kuid hetkel Nord Sail Grupp OÜ sellele sihtturule veel ei keskendu ja ettevõttel pole nendest riikidest olnud ühtki klienti.



Joonis 5: Broneeritud päevade arv aastate ja sihtturgude lõikes

Kõige olulisem on sihtturuna Saksamaa ja tema kõrval Austria, kust saabub enamik kliente, need kaks riiki on ettevõtte jaoks olulisimad, sest klientini jõudmine toimub samade kanalite kaudu ja agentuurid töötavad nende kahel turul võrdselt. Kuna Eesti ja sinne piirkond on purjetamishuvilistele pigem uus ja tundmatu sihtkoht, siis nende riikide esindajate huvi on olnud tõenäoliselt suurem just seetõttu, et meil on palju ühist ajaloolises ja kultuurilises plaanis, tuttav

on nende jaoks ka sinne köök ja söögikultuur. Paljud tulevad ka huvist, milline on Eesti riik täna peale ajaloolisi vintsutusi.

Kuigi Poola turu suunal pole sihitud turundustegevusi tehtud, on siiski nende huvi Eesti vastu olnud pidev, suurenenud on ka otseklientide päringute hulk, tõenäoliselt põhjustab seda Poola geograafiline lähedus ja seetõttu asjaolu, et Poolast Eestisse reisimine on võimalik kasutades maismaatransporti, mis muudab reisiplaanide tegemise paindlikumaks.

2.1 Vajalikud kompetentsid

Ettevõtte edukus turul sõltub suuresti ka kompetentsest meeskonnast. Töötajate ametialased oskused antud valdkonnas töötamiseks peavad olema mitmekesised ja laiaulatuslikud, alates tehnilistest oskustest nagu väikelaevajuhtimine, laevade hooldus ja remont, kuni klienditeenindusoskuste ja turundusteadmisteni. Väikelaevarendi sektori töötajad jagunevad alljärgnevalt:

1. Väikelaeva tehnilise hoolduse personal
2. Klienditeeninduse personal
3. kipperid/kaptenid

Kuna mereturismi ja kitsamalt väikelaevarendi sektori jaoks ülikoolides ega ametikoolides spetsiaalseid õppeprogramme ei ole, on keerukas leida kvalifitseerunud personali, eriti erialaste kogemusega personali. Ligilähedase haridusega inimesed enamasti õpetatakse töö käigus välja. Näiteks väikelaevajuhi oskustega kipperid peavad olema lisaks laevajuhile ka giidid, klienditeenindajad, kokad, meelelahutajad. Valdonna personalioskuste üheks probleemiks on ka keeleoskus. Klient eelistaks rääkida emakeeles, eriti suurrahvad. Tihti ei valda saksa klient piisavalt inglise keelt, et aru saada tehnilisest paadituvustusest. Eestis jagunevad kohalikud kliendid peamiselt eesti- ja venekeelseteks, mujalt tulevad kliendid on peamiselt saksa-, poola- ja prantsusekeelsed. Lisaks keeleoskusele tõusetuvad järjest tähtsamaks IT-alased teadmised.

Kuna väikelaevarendi sektor on Eesti ettevõtluses väike nišisektor koos väikese tootlusega ja Eesti tööjõukulud ühed Euroopa kõrgemad, on valdkonnas hõivatud personal väikesearvuline ja peab oma erialaste oskuste poolest olema multifunktsionaalne.

2.2 Väikelaevarendi arenguvõimalused

Ülemaailmselt on väikelaevarendis peamiseks põhitegevuseks eelkõige kaptenita laevarent. Aga isegi valdkonna peamistes piirkondades nagu Vahemeri ja Kariibi meri, otsitakse arendamiseks ja

tasuvuse suurendamiseks uusi võimalusi ja lisateenuseid. Seda enam on valdkonna arendamine erinevate lisateenustega oluline piirkondades, kus tasuvus väiksem tulenevalt teenuse vähesest populaarsusest või hooaja lühidusest.

Eesti tingimusi arvesse võttes on põhitegevuse kõrval võimalik pakkuda järgmiseid lisateenuseid:

1. väikelaevarent kapteniga;
2. ekskursioonid ja ettevõtete suvepäevad väikesaartel;
3. koosolekud ja meeskonnaüritused merel;
4. sünnipäevad ja muud tähtpäevade tähistamised merel;
5. matused merel;
6. flotillisõidud ja korporatiivsed purjetamisvõistlused.

Lisateenustele järgnevalt on oluline arendusvaldkond ka IT alased uuendused nagu online broneerimissüsteemid, erinevad nutirakendused, wifi võimalused pardal, trakkimissüsteemid jms. Olulised on koostöövõimalused sadamate ja kohalike äridega. Peamiselt väikelaevarendi kliendid veedavad teenust tarbides oma puhkust. Nad liiguvad renditud laevaga väikesadamast väikesadamasse, saarelt saarele, riigist riiki, tarbides erinevaid teenuseid. Seepärast on oluline arendada koosööd ja luua võrgustikke erinevate kohalike teenusepakkujatega, kelle teenuste vastu väikelaevarendi klient huvi võib tunda. Nendeks võivad olla:

- väikesadamad (vabad kaikhad, pakutavad teenused, hinnad jms);
- vaatamisväärsused;
- toitlustusettevõtted;
- jalgratta- ja autorendipakkujad;
- ekskursioonide korraldajad.

Eestis on üle neljakümne väikesadama, mida purjelaevadega külastada saab, Soomes rohkem kui kakssada.

3 Väikelaevade rendiäri kasumilikkuse analüüs Nord Sail Grupp OÜ näitel

Nord Sail Grupp OÜ viimase kuue aasta tegevusest tuleneva praktika näitel on autor analüüsinud jahirendi kasumlikkust erinevate ärimahtude juures. Tabelis 1 on välja toodud põhilised kulu- ja tulugrupid vastavalt renditava laevastiku suurusele. Arvestatud on, et investeeringud teeb ettevõtte ise, investoreid ei kaasata, vara soetamiseks kasutatakse liisinglepinguid. Samuti on analüüsil arvestatud, et maksimaalsest kaheksateistkümne kuni kahekümne nädalasest hooajast on rendilaevad välja renditud keskmiselt kaksteist nädalat.

Analüüsist tuleneb, et rendiäri alustades ühe laevaga ollakse 47%-lises kahjumis, juba kuue laeva korral on kasumimarginaal positiivne.

Analüüsitav periood 5 aastat	Laevade arv		
	1	5	10
Tulud			
Kaptenita jahirent	31 900,00	159 500,00	319 000,00
Kapteniga jahirent	2 000,00	6 000,00	10 000,00
Laeva ostu-müügi hinna vahe perioodis 5 aastat	24 000,00	120 000,00	240 000,00
Kokku:	57 900,00	285 500,00	569 000,00
Kulud			
Kindlustus	1 800,00	9 000,00	18 000,00
Sadamamaksud	2 000,00	10 000,00	20 000,00
Hoolduskulud	600,00	3 000,00	6 000,00
Agentuuritasud	6 380,00	31 900,00	63 800,00
Palgakulud	30 000,00	33 000,00	50 000,00
Turunduskulud	6 000,00	7 000,00	12 000,00
Muu kulu	1 200,00	6 000,00	12 000,00
Intress	1 570,00	7 850,00	15 700,00
Amortisatsioon	5 800,00	29 000,00	58 000,00
Kokku:	55 350,00	136 750,00	255 500,00
Kasum	2 550,00	148 750,00	313 500,00
Sissemakse+jääkväärtus	19 400,00	97 000,00	194 000,00
Liisingmaksed	10 430,00	52 150,00	104 300,00
Tulemus peale investeeringuid	- 27 280,00	- 400,00	15 200,00

Tabel 1. Nord Sail Grupp OÜ peamised tulu – ja kulugrupid

Valdkonnas levinud ärimudel on investorite kaasamine laevade soetamisel. Investorid saavad soetatava laeva omanikeks, sõlmitakse 5-aastane leping, mille vältel jahirendifirma opereerib laeva ja maksab investorile renti. Lepinguperioodi lõpus on investoril võimalus laev rendiärist välja viia

või jätkata lepingut. See levinud ärimudel ei ole Läänemerel rakendatav tulenevalt lühikesest navigatsioonihooajast.

Nord Sail Grupp OÜ on kasutanud eelpool mainitud ärimudeli modifikatsiooni, kus investor ostab laeva kaasomandisse jahirendifirmaga ja saab rentimise abil püsikulusid vähendada. Antud ärimudeli kasumlikkus on mõne protsendipunkti võrra väiksem. Vastukaaluks on aga investeerimisriskid jaotatud.

3.1 Ärimudeli ja konkurentsianalüüs

Töö autor valis Osterwalderi mudeli analüüsiks seetõttu, et tegemist on väga ülevaatliku ja lihtsasti kasutatava ning ka edasiantava töövahendiga. Pika kirjelduse või äriplaani asemel on võimalik oma ettevõtte põhielementidest saada kiire ülevaade ning neid koostööpartnerite või investoritega analüüsida. Selle analüüsi teostas ettevõtte juhtkond ka tegutsemise algusaastatel, et omada ülevaadet oma olulisematest tegevustest. Nord Sail Grupp OÜ ärimudeli analüüsi tahvel on kättesaadav töö lisana nr 1.

Otsesteks konkurentideks Eestis kui sihtkohariigis, on eelkõige Sailing.ee kaubamärgi all tegutsev ettevõtte Spinnaker OÜ ja ettevõtte 5Sails OÜ kaubamärgiga 5Sails. Spinnaker OÜ on juba üle 10 aasta turul olnud ja tegutseb peamiselt siseturu kliendile mõeldud lahesõitude ja lõbureiside suunal. Nende laevastikus on suuri aluseid, mis võimaldavad pardale võtta kümneid külalisi. Viimastel aastatel on nad oma tähelepanu suunanud ka rohkem kaptenita jahirendi teenuse pakkumisele. Nende laevastikus on neli laeva, mis seda teenust pakuma sobivad. Konkurentsituatsioonist hoolimata teeme koostööd eelkõige Eesti kui sihtriigi turundamisel. Kohalikule kliendile lahesõitude pakkumise teenust on osutamas veel 5Sails OÜ, kelle laevastikus 3 purjekat ja 1 katamaraan. Lisaks on tegutsemas mitmed ühe laeva omanikud, kes lahesõite pakuvad. Lähiriikides nagu Soome, Venemaa ja Läti on samuti üksikud otsesed konkurendid, kuid saab öelda, et ka nende tegevus toetab pigem sihtkoha turundust, kui et pingestaks olukorda klientide leidmisel.

Kaudsete konkurentidena saab käsitleda kõiki maailma vastava valdkonna ettevõtteid. Eelkõige on siinkohal põhirollis mitte niivõrd ettevõtted, kui sihtkohad, sest kliendid teevad oma esimesed valikud eelkõige reisi sihtkoha põhjal ja alles teise sammuna tutvuvad võimalike ettevõtetega, kes piirkonnas teenuseid pakuvad.

Kogemus on näidanud, et konkurentsieelise tekitavad kaks lähenemist:

1. Koostöövõrgustiku loomine reisiagentuuridega. Läbi agentuuride tulnud klientide ja otseklientide suhe on 70/30 agentuuride kasuks. Kuna peamine sihtgrupp, kes Läänemere piirkonda purjetama tulevad, on kogenud purjetajad, kelle peamisteks tingimusteks rendiettevõttele on tehniliselt korras laevad ning usaldusväärsus, siis on nende eelistuseks kasutada laevade rentimiseks agentuuride teenuseid.

Agentuurid võtavad enda kanda kogu suhtluse ja ka eeltöö, et tutvuda piirkondade ja seal tegutsevate ettevõtetega. Sellest tulenevalt on koostöö agentuuridega ja nendega suhtlemine ning sihtkoha ja võimaluste tutvustamine üks võtmetegevusi. Äärmiselt olulisel kohal suhtlusel agentuuridega on päringutele ja küsimustele reageerimise kiirus. Tänapäeva tehnoloogia maailmas, kus küll esialgse päringu saab teha on-line broneerimissüsteeme kasutades, muutub siiski inimlik aspekt samavõrd oluliseks, sest hinnaläbirääkimistel ja nüansside kokkuleppimisel on see ainus võimalus.

2. Silmast silma kohtumised turismi ja vaba aja messidel. Usalduse loomine on üks äri alustalasid ükskõik millises valdkonnas tegusetakse. Siiski on silmast silma kohtumised nii agentuuride, kui ka klientidega äärmiselt olulised. Kogemus näitab, et usalduse tekkimine võib võtta aastaid. Düsseldorfis toimival iga-aastasel meremessil Boot oleme kohtunud paljude kliendidega mitmeid kordi, kes alles seejärel otsustavad, et tulevad meie piirkonda purjetama. Erinevalt Läänemere piirkonnast on Vahemerel sadu ettevõtteid, kes sama teenust pakuvad, paraku kõik selles tihedas konkurentsisis alles ei jää ning sagedased on olukorrad, kus kliendid tasuvad rendimaksest esimese osa, kuid hooaja alguses teenusepakkujat enam ei ole, mistõttu klient on ilma jäänud nii oma sissemaksest, aga ka võimalusest puhkust veeta planeeritult.

Just sellest tulenevalt on sellised otsesed kohtumised olulised ja loovad suhted, mis garanteerivad klientide tagasipöördumise ka järgmisel korral. Nord Sail on kogu oma tegutsemise ajal osalenud aktiivselt olulisematel messidel, nii avalikkusele suunatud, aga ka B2B segmendile korraldatud üritustel. Kaubamärgi ja sihtkoha tutvustus ja osalemise stabiilsus on strateegia, mis on aastatega end ära tasunud.



Pilt 1: Nord Sail messiboks B2B messil International Charter Expo 2019

3.2 Broneeringute, tulude ja püsikulude analüüs aastatel 2016 – 2021

Aastatel 2015 – 2020 on Nord Sail Grupp OÜ teinud koostööd erinevate laevaomanikega.

Aastate lõikes on renditavate laevade hulk olnud järgmine:

2015 – Heidi, Wesilind, Elina, Idda (4)

2016 – Heidi, Wesilind, Elina, Idda, Queen Ann (5)

2017 – Heidi, Wesilind, Idda, Queen Ann (4)

2018 – Heidi, Wesilind, Idda, Queen Ann (4)

2019 – Heidi, Wesilind, Queen Ann, Loviisa (4)

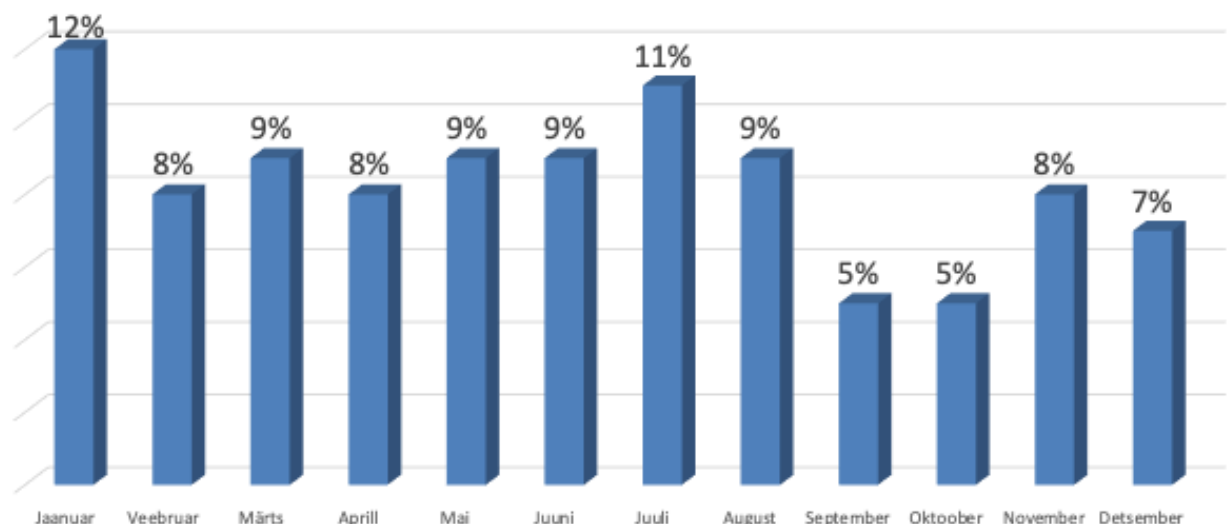
2020 – Heidi, Wesilind, Queen Ann, Loviisa (4)

Purjekas Heidi on Saksa laevatehase Hanse Yachts 2007 aasta mudel 400e, laevas on 3 magamiskajutit ja 1 WC, tegemist on 40 jalase ehk 12,2 m kerepikkusega purjekaga. Wesilind kannab mudeli numbrit 344 ning on valmistatud 2007 aastal Sloveenia laevatehases, laev on samuti 3 kajuti ning WC-ga, 34 jalga pikk ehk 10,36 m kerepikkust. Laevastikus on läbi aastate olnud kõige rohkem Prantsuse laevatehase Beneteau purjekaid:

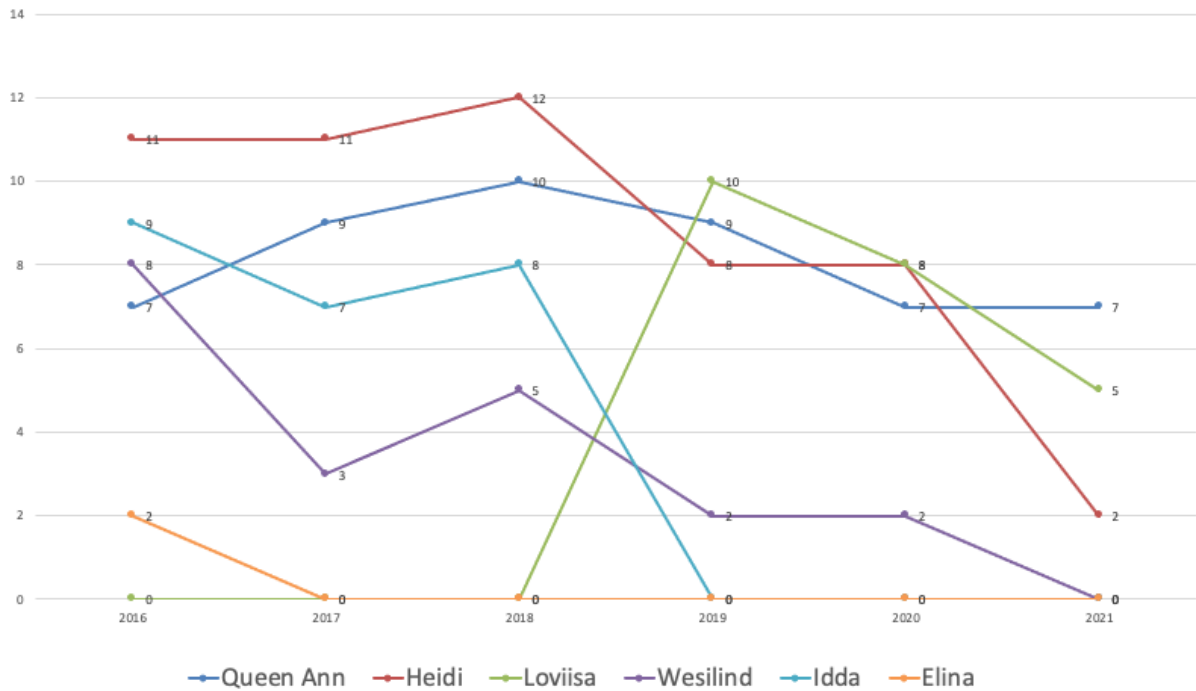
1. „Elina“ Beneteau Oceanis 50, tootmisaasta 2007, 3 magamiskajutiga ja kahe WC-ga omanikuversiooni purjekas, millel kerepikkust 15,24 meetrit.
2. „Idda“ Beneteau Cyclades 50.5, tootmisaasta 2006, 6 kajutiga ja 4 WC-ga laevastiku kõige suurem laev, millel kerepikkust 15.39 meetrit.
3. „Queen Ann“ Beneteau Oceanis 43.2 tootmisaasta 2010, 4 magamiskajutiga ja 2 WC-ga purjekas, kerepikkus 13.11 meetrit.
4. „Loviisa“ Beneteau Oceanis 38.1, tootmisaasta 2019, 3 magamiskajutiga ja 1 WC-ga purjekas, kerepikkus 11,58 meetrit.

Laevade broneerimine järgmiseks purjetamishooajaks algab tavaliselt novembris. Üldine tava on, et kuni jaanuari lõpuni pakutakse varase broneeriija soodustusi kuni -5%. Viimase hetke broneeringute soodustused on samuti levinud, see tähendab, et sellised broneeringud tekivad hooaja kesksel juuni – august. Nord Sail Grupp OÜ kogemus näitab, et peamine osa broneeringutest tehakse varajase broneeringu perioodil ja soodustusega, kokku moodustavad need 50% broneeringutest, viimase hetke broneeringuid teevad peamiselt Eesti ja Poola kliendid, selliseid broneeringuid on kogumahust umbes 20%.

Broneeringute tegemise jaotumist kuude lõikes iseloomustab joonis 6. Andmed on saadud on-line broneerimissüsteemi NauSys baasist ja kajastavad kõigil Euroopa sihtkohtades tehtud broneeringuid. Aktiivseim broneeringute periood on aasta esimestel kuudel ja ka hooaja keskel. Broneeringute osakaal sügiskuudel on väike ja näitab taas tõusu aasta lõpus.



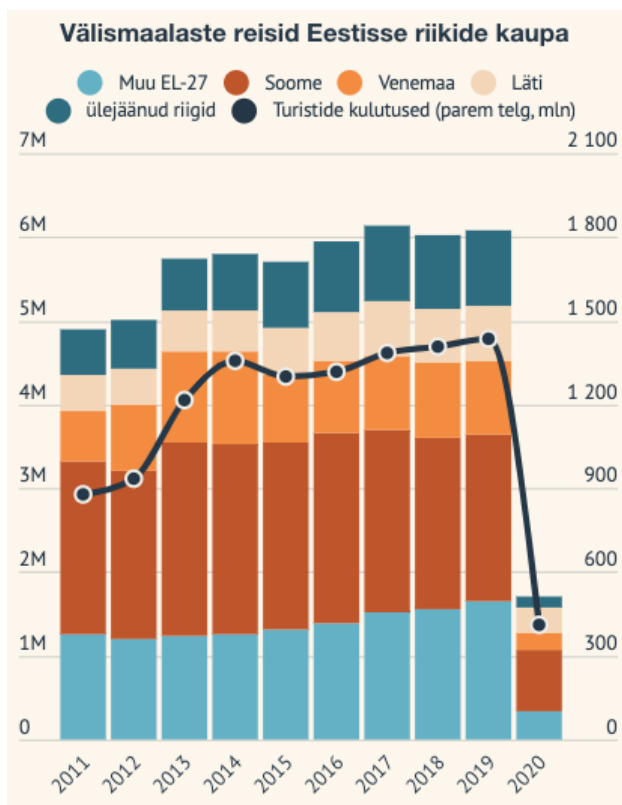
Joonis 6: Broneeringute tegemise aktiivsus kuude lõikes (allikas: NauSys broneerimissüsteem)



Joonis 7: Broneeritud nädalate hulk aastate 2016-2021 ja laevade löikes (allikas: Booking-manager.com broneerimissüsteem)

3.3 Covid-19 mõju aastatele 2019 kuni 2021

2020 aasta kevadel alanud C-19 mõju puudutas kindlasti terve maailma turismiteenuse pakkujaid sealhulgas mereturism ja jahirendi teenus. Eestisse saabuvate välituristide arv 2020 aastal oli vaid 1 712 994 inimest. Võrreldes 2019 aastaga oli kahanemine enam kui 72 protsenti.



Joonis 8: Välismaalaste reisid Eestisse riikide kaupa 2011 kuni 2020. (allikas: Eesti Pank)

Jätkuvad piirangud, riikide erineval tasemel võitlus viirusega, erinevad nõuded piiridel ja reisimisele tervikuna, avaldavad väga suurt mõju ka saabuvale 2021 hooajale, mis tähendab, et turismisektori taastumist ei toimu ka selle aasta jooksul. Kuigi paljud riigid teevad head tööd selle nimel, et vaksineerimine, mis on turismiteenuse seisukohast üks olulisemaid tegureid, toimuks võimalikult kiiresti ning võimalikult suur hulk inimesi saaks seeläbi taas võimaluse reisimiseks, ei too see siiski lähiaastatel tagasi „endist normaalsust“. Rahvusvaheline reisimine peab saama ümber korraldatud, kuid sellises mahus ja skaalal on see pikem ja aeganõudvam protsess.

2020 aasta kogemuse põhjal saab teha siiski esimesi järeldusi uuteks võimalusteks ja seeläbi paremini planeerida saabuvat hooaega. Üheks võimaluseks on õppida Euroopa peamiste purjetamise sihtkohtade kogemusest oma tegevuste planeerimisel. Horvaatias, Kreekas ja Hispaanias – Euroopa kõige populaarsemates sihtkohtades, kus käiakse purjetamas, lükkus 2020 aasta hooaja algus kuu või kahe võrra edasi. Tänu reisipiirangutele said Kreeka ja Hispaania täielikult avada oma teenuse alles juuni keskelt. Reisijaid häirisid erinevate riikide piirangute segadused ja nõuded, kohustuslik maskide kandmine oli harjumatu ja tekitas hulgaliselt pahameelt. Oluliselt mõjutas ka lennureiside oluline vähenemine, sest paljud lennufirmad ei ole taastanud oma sihtkohti käesoleva ajani. Horvaatias anti teine reisipiirangute hoiatus augusti keskel 2020, mis

omakorda suurendas klientide ebakindlust ning loobumist. Broneeringute hulk vähenes võrreldes 2019 aasta hooajaga 50-80% sõltuvalt kuudest, parimaks oli alati intensiivseim augusti kuu, kuid ka selle broneeringute hulk nendes riikides oli vähenenud 49% (Yachtbooker Network AG).

Saksamaa ja Hollandi kogemus näitas, et hoogu sai tugevalt juurde siseturism ja sisevetel purjetamine. Eelistatud olid sihtkohad, kuhu oli võimalik sõita autoga või rongiga, lendamine oli viimane eelistus. Hooaja algus lükkus sarnaselt teiste riikide kogemusele hilisemaks. Itaalia jahirendi äri kogemus on võrreldav Eesti ja Nord Sail Grupp OÜ kogemusega. Piirangutest tulenevalt lükati suurem osa välisturistide broneeringutest järgmisse hooaega või kasutasid kliendid võimalust võtta „*credit note*“ ehk ettemaksu teade ning otsustada hiljem, millal see realiseeritakse. Kohalikud purjetajad jäid koduriiki ning realiseerisid purjetamispuhkuse kohalikes vetes. Kuna lennureiside toimumine oli ebakindel, saabus välisriikidest purjetajaid sealt, kus sihtriiki ligipääs oli võimalik ka autoga. Näiteks Eestisse tulid purjetajad Poolast, küll aga polnud seda võimalust 2020 aastal Venemaal, sest riigipiir Eesti ja Venemaa vahel oli turismile suletud. Horvaatia, Kreeka ja Hispaania, mis on enim suunatud välisturistile ja kelle pakkumine on kohaliku turu nõudlusest oluliselt suurem, kannatasid selles olukorras enim. Saksamaa, Holland, Itaalia äridele oli viiruse mõju väiksem, sest nende riikide purjetajad, kes tavaliselt reisivad välisriikidesse, kasutasid võimalust koduvetel purjetada ja seeläbi ettevõtete käibelangust ei tekkinud.

Nord Sail Grupp OÜ oli kuni 2020 aasta alguseni orienteeritud vaid välisturule. Esimeste piirangute kehtestamine, ebaselged sõnumid riigi poolt ning täielik teadmatus, kas ükski välisturist üldse riiki siseneda saab ja mis kuupäevast alates, mõjutas kiiresti vastu võtma otsuseid ja leidma lahendusi, mis võimaldaks äri jätkata.

Kokkuvõtvalt saab öelda, et sarnaselt itaalastele avastasid ka eestlased enda jaoks kohalikud purjetamisvõimalused ning kaptenita jahirendi. Eestlaste osakaal klientide seas kasvas 58%, mis on märkimisväärne. Eestist laeva rentimine võimaldas purjetada nii Eesti, aga ka Soome vetes, kus piirangud puudusid. 2020 aasta hooajal meie purjekad Venemaale ega Rootsi tänu piirangutele ei jõudnud.

Muudatused turundustegevuses ja kohaliku turu müügiagentide kaasamine, aitas lisisissetulekuallikana pakkuda ka lühajalist kapteniga purjekarenti ehk lahesõite Tallinna lähel ning lähisaartele. Populaarsemateks sihtkohadeks olid Naissaar ja Aegna, millest viimane oli siiani purjekatele suhteliselt kättesaamatu, kuid alates hooajast 2020 külastatav tänu sadama lähedale paigutatud poidele, mille külge saab purjeka või mootorpaadi kinnitada saare külastamise ajaks.

Selge uue sihtgrupina eristus ka ärikliendi segment, kes kasutasid võimalust oma inimestele teistmoodi meelelahutuse pakkumiseks ning kontorist ja virtuaalmaailmast väljas koosolekute ja nõupidamiste läbiviimiseks pardal. Vastavalt 2020 aasta kogemustele ja suundumustele Covid-19 pandeemia tõrjes, on võimalik välja tuua võimalused ja ohud 2021 hooajale mõeldes.

Eeldatav C-19 mõju bareboat äri 2021 aasta hooajale:

Võimalused:

1. Vaktsiin on olemas ja kõigile kättesaadav, võimaldades taas reisida
2. Inimeste loomuomane puhkuse ja avastamisvajadus on ohutundest suuremad
3. Turismiteenuse pakkujad tagavad vajalikud hügieeninõuded
4. Tunnetatakse, et purjetamine on parim viis sotsiaalse distantsi hoidmiseks

Ohud:

1. Vaktsineerimisest keeldutakse ja see ei võimalda reisida
2. Erasisikute majanduslik olukord halveneb ja turism ning meelelahutusele kuluv eelarve on esmane, mille pealt hakatakse kokku hoidma
3. Ettevõtted keelavad oma töötajatel reisimise tulenevalt tervisenõuetest
4. Lennuühendused ei taastu ning ootamatud tühistamised on suur risk
5. Hügieeninõuete tagamise reeglid ja nendest kinnipidamine ja järelevalve on liiga ressursimahukas

Viimane aasta on mõjutanud sektori arengut äärmiselt tugevalt. Viiruse levik ja selle mõju turismimajandusele saame lõplikult hinnata mõne aja pärast, kuid juba praegu on selge, et turismisektor on siin kõige suuremaks kaotajaks. Turismisektori taastumise ennustused valdkonna võtmeisikute poolt annavad perspektiivi, millest peame oma tegevuses lähtuma ja oma ettevõtte plaane tegema. Euroopa Reisimise Komisjon (*European Travel Commission*), kuhu kuulub ka Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus Eestis, on prognoosinud, et eeldatavalt turism saavutab oma C-19 eelse taseme aastaks 2024 (*European Travel Commission* neljanda kvartali aruanne 2020, 21).

3.4 Järeldused

Käesoleva uurimustöö eesmärk oli välja selgitada, kas Läänemere piirkonnas on jahirendi teenuse osutamine äriliselt jätkusuutlik.

Uurimistöö tulemusena teeb autor järgmised järeldused:

1. Nord Sail Grupp OÜ praktiseeritud ärimudel ei ole äritegevusena jätkusuutlik alustades ühe jahiga, kaasatama võõrast kapitali on äritegevuse kasum sügavas miinuses. Ühe jahiga saab see tegevus olla ainult iseenda purjetamishobi kõrvaltegevus, mis täidab omanike aega meeldivalt, parimal juhul teenib tagasi poole tekkivatest kuludes. Lisaks tutvustab tegevus Eestit kui purjetamissihtkohta, mis on samas Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse töö tegemine iseenda vahenditega. Muidugi on see riiki ja kogukonda arvestades hea ja kasulik tegevus, aga mitte äritegevus.
2. Nüüd, kui Nord Sail Grupp OÜ on aastaid punktis 1 kirjeldatud tegevusega tegelenud, on Euroopa sihtturgudel esialgne teadmine Eestist kui purjetamissihtriigist tekkinud. Tegevus on näidanud, et sihtgrupp teenuse tarbimiseks Läänemerel on olemas, kuid vajab järjepidevat ja mitmekülgset turundustegevust erinevates kanalites.
3. Nord Sail Grupp OÜ aastate 2020-2021 analüüs näitas, et Covid-19 pandeemia mõju uuritavale äri sektorile oli väga suur, nagu kogu turismisektorile. Ettevõtte ellujäämise tagas kiire ümberorienteerumine kohalikule turule ja lisateenuste müük. See näitab ühele kitsale turismisektorile keskendunud väikeettevõtte haavatavust, need riskid peaksid olema maandatud ja ettevõtte juhtkond tegeleb sellega aktiivselt.

Töö autori arvates on Läänemerel jahirendi teenuse jätkusuutliku ärimudeli olulised komponendid järgmised:

1. Laevastiku absoluutne miinimum on viis laeva.
2. Paralleelselt jahirendi teenusega peab pakkuma võimalikult laia valikut lisateenuseid nagu kapteniga jahirent, organiseeritud üritused merel (suvepäevad, korporatiivregatid, koolitused), merematus jms.
3. Ettevõtte võiks olla suurema kaubamärgi tütarettevõtte, kelle portfellis on rohkem kui üks laevastik, rohkem kui ühes riigis. Sellega vähendatakse turunduskulusid ja mitmesuguseid äririske nagu pandeemilised reisipiirangud, lennuliinide muutused, kliima, majanduskeskkond jms.
4. Kaasama peab võõrast kapitali laevade soetamiseks.
5. Laevade soetusmaksumus peab olema väga konkurentsivõimeline. Peamine võimalus selleks on ühishangete korraldamine koos teiste sarnaste ettevõtetega. Sarnast lähenemist kasutatakse Vahemerel tegutsevate väiksemate jahirendi ettevõtete poolt.

Kokkuvõte

Käesolev uurimistöö käsitleb mereturismi ühte kitsa haru, jahirendi teenuse osutamist Läänemeres ja otsib vastust küsimusele, kas nimetatud teenus on navigatsioonihooaja lühidust arvestades äriselt jätkusuutlik. Autor püüab uurimisküsimusele vastuse leida Nord Sail Grupp OÜ viimase kuue aasta majandustegevust analüüsisid.

Uurimistöö koosneb kolmest osast. Esimeses osas antakse ülevaade mereturismi teoreetilistest alustest, vaadatakse teiste regioonide trende ja viimaste aastate statistikat. Samuti selgitatakse valdkonna terminoloogiat ja kirjeldatakse Osterwalderi ärimudel analüüsi mudelit.

Uurimistöö teises osas kirjeldatakse Nord Sail Grupp OÜ struktuuri, tegutsemise põhimõtteid, eesmärke, põhilisi sihtturge, turundussõnumeid. Samuti kirjeldatakse ettevõtte töötajate kompetentse ja tuuakse välja kitsaskohad. Veel räägitakse väikelaevarendi arenguvõimalustest ja erinevatest teenuseliikidest.

Uurimistöö kolmandas osas analüüsitakse Nord Sail Grupp OÜ viimase kuue aasta majandustegevust: ärimudelit (Osterwalderi järgi), konkurentsituatsiooni, broneeringuid ja tulude-kulude struktuuri. Samuti kirjeldatakse Covid-19 mõju ettevõtte äritegevusele.

Uurimustöö kolmanda osa lõpus on autori järeldused ja vastus püstitatud uurimisküsimusele.

Uurimistöö tulemusena teeb autor järgmised järeldused:

- Nord Sail Grupp OÜ praktiseeritud ärimudel ei ole äritegevusena jätkusuutlik.
- 6-aastane aktiivne turundustegevus on tekitanud Euroopa sihturgudel teadmise Eestist kui purjetamise sihtriigist, kuid tekkinud nõudlus ei ole piisava suurusega kasumliku ja investoritele atraktiivse äritegevuse ülesehitamiseks.
- Covid-19 mõju kitsale turismisektorile keskendunud väikeettevõttele on fataalne.
- Laevastiku absoluutne miinimum äriselt kasumisse jõuda on 6 laeva.
- Põhiteenust, mis analüüsitud Nord Sail Grupp OÜ näitel on kaptenita jahirent, peab toetama võimalikult suur valik lisateenuseid.
- Globaalse ettevõtte tütar-ettevõtte või filiaalina oleks tegutsemine laiapõhjalisem, turunduskulud ja tegevused oleksid jagatud ning ühised kompetentsid looksid selge konkurentsieelise.

Summary

This research addresses a narrow branch of maritime tourism, the provision of a bareboat charter service in the Baltic Sea, and seeks to answer the question of whether this service is commercially sustainable given the shortness of the navigation season. The author tries to find the answer to the research question by analyzing the economic activity of Nord Sail Grupp OÜ for the last six years. The research consists of three parts. The first part provides an overview of the theoretical foundations of maritime tourism, reviews the trends of other regions and the statistics of recent years. The business model and terminology in the field is also explained and the Osterwalder business model analysis model is described.

The second part of the research describes the structure of Nord Sail Grupp OÜ, operating principles, goals, main target markets, marketing messages. The competencies of the company's employees are also described and bottlenecks are pointed out. There is also talk of development opportunities for small boat rental and different types of services.

The third part of the research analyzes the economic activities of Nord Sail Grupp OÜ for the last six years: business model (according to Osterwalder), competition situation, reservations and revenue-cost structure. The impact of Covid-19 on the company's business is also described.

At the end of the third part of the research, the author's conclusions and the answer to the research question are set.

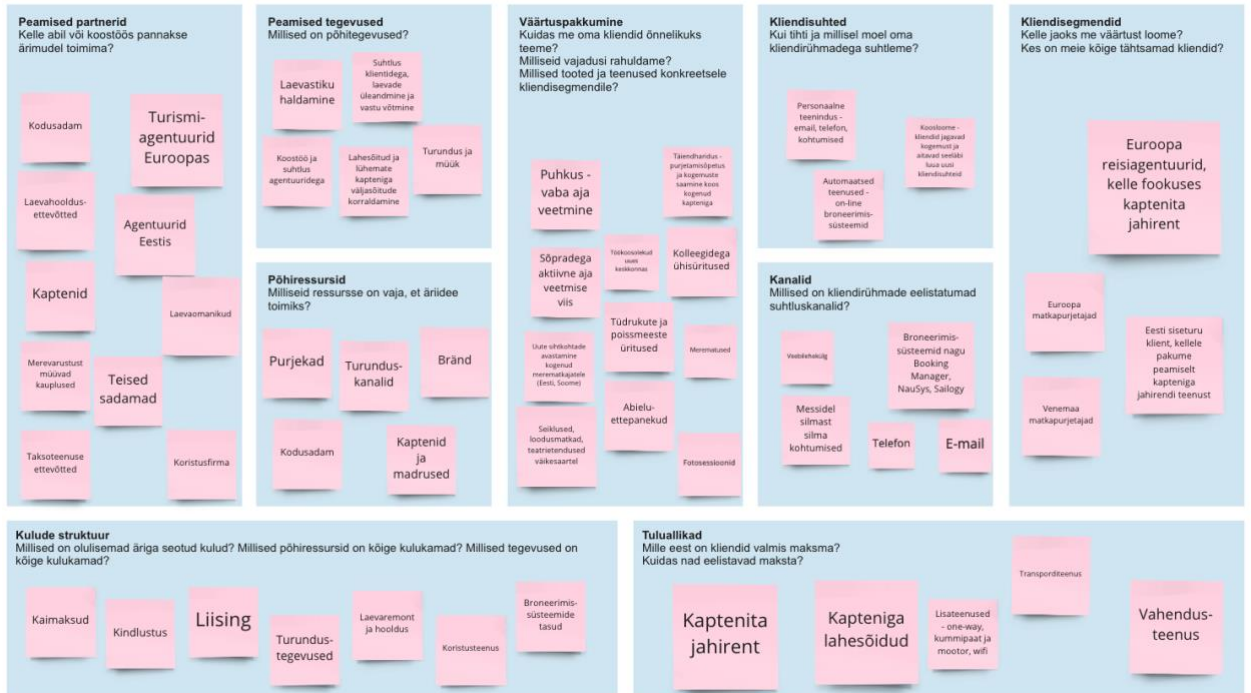
As a result of the research, the author draws the following conclusions:

1. Bareboat charter practiced by Nord Sail Grupp OÜ is not sustainable as a business activity.
2. 6 years of active marketing activities have created knowledge of Estonia as a sailing destination country in European target markets, but the demand generated is not large enough to build a profitable and investor-attractive business.
3. The impact of Covid-19 on a small business focused on a narrow tourism sector is fatal.
4. The absolute minimum for the fleet to make a commercial profit starts with 6 vessels.
5. The main service, which in the example of Nord Sail Grupp OÜ is bareboat charter, must be supported by wide a range of additional services.
6. Operating as a subsidiary or branch of a global company would be broader, marketing costs and activities would be shared, and shared competencies would create a clear competitive advantage.

Viidatud allikad

1. Leesment, M. (2020). Mida tähendab Eesti majanduse jaoks poolteist kuud välisturistideta? Postimees, 20.03.2020 https://majandus24.postimees.ee/6928677/mida-tahendab-eesti-majanduse-jaoks-poolteist-kuud-valisturistideta?fbclid=IwAR0ZXPhfMY9sgPD1kt4iARZVKm_TOZsvzlxfa5SnOZgSiylYSw5NsS0qllA (10.03.2021)
2. Reisimine ja turism. Globaalne majanduslik mõju ja trendid 2020. World Travel & Tourism Council juuni 2020.
3. Turismiseadus (2000). – Riigi Teataja I 2000, 95, 607
4. Euroopa reisimise neljanda kvartali aruanne 2020.
5. Butler, R. W (2001). Seasonality in tourism Issues and Impications. The Tourist Review, vol 53, pp 18-24. Emerald Publishing
6. Euroopa Komisjoni uuring Study on the competitiveness of the recreational boating sector. Rotterdam / Brussels, 24 November 2015 <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/content/study-competitiveness-recreational-boating-sector>
7. Eesti Pank (2021). Eestil jäi 2020. aastal koroonakriisi tõttu välisturistidel saamata miljard eurot. Eesti Pank, 09.02.2021 <https://www.eestipank.ee/press/eestil-jai-2020-aastal-koroonakriisi-tottu-valisturistidelt-saamata-miljard-eurot-09022021> (20.04.2021)
8. Maailma Turismiorganisatsioon kodulehekülje dashboard (2021). UNTWO, 30.03.2021 <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (20.04.2021)
9. Wolf, F. (2020). Takeaways from the Boat Rental Season 2020. YachtSys, 01.12.2020 <https://www.yachtsys.com/Takeaways-from-the-Boat-Rental-Season-2020.html> (20.04.2021)
10. Pauli, G. (2009). The Blue Economy. Book introduction.
11. Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2014) Ärimudeli generatsioon. Tallinn: Printon trükikoda

Lisa 1 Osterwalderi mudeli põhjal ärimudeli analüüs



Lisa 2 Lihtlitsents

Lisa
rektori 07.04.2020 käskkirjale nr 1-8/17

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina, Lauri Kurvits

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Jahirendi teenuse ärimudel Läänemerel Nord Sail Grupp OÜ näitel,

mille juhendaja on Jana Raadik Cottrell,

1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

24.05.2021 (kuupäev)

¹ Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingulise tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtajaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. ja 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.