

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Risto Kaljurand

**USALDUSVÄÄRSE TEENUSE TAGAMISE TINGIMUSED  
VÄÄRISVARADESSE INVESTEERIMISEL**

Bakalaureusetöö

Õppekava Ärindus, peeriala Turundus

Juhendaja: Rünno Lumiste, PhD

Tallinn 2019

Deklareerin, et olen koostanud töö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on ..... sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Risto Kaljurand .....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 163928TABB

Üliõpilase e-posti aadress: risto.kaljurand@gmail.com

Juhendaja: Rünno Lumiste, PhD:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

# SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE .....	4
SISSEJUHATUS .....	5
1. TEOORIA VÄÄRISVARAST JA MÜÜGISTRATEEGIAST .....	7
1.1 Väärismetall kuld investeringu objektina.....	7
1.2 Väärismetall hõbe investeringu objektina .....	9
1.3 Väärisveini olemus ja väärtus .....	12
1.4 Usaldusväarsust mõjutavad tegurid .....	15
1.5 Väärisvaradesse investeerimise teenuse turundamine ning müügitehnika .....	18
2. EMPIIRILINE OSA JA TULEMUSED .....	21
2.1 Uuringu meetodika.....	21
2.2 Uuringu tulemused .....	23
2.2.1 Väärismetallide investeerimise teenuse usaldusväarsus ning kuvand .....	23
2.2.2 Veinidesse investeerimise teenuse usaldusväarsus ja kuvand .....	24
2.2.3 Investeerimise teenuse müügistrateegia.....	26
3. JÄRELDUSED JA SOOVITUSED .....	28
KOKKUVÕTE.....	31
SUMMARY .....	33
KASUTATUD ALLIKAD.....	35
LISAD .....	38
Lisa 1. Intervjuu küsimustik veinile.....	38
Lisa 2. Intervjuu küsimustik väärismetallile .....	39
Lisa 3. Intervjuude transkriptsioonid .....	40
Lisa 4. Cross-case tabel.....	52

## LÜHIKOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö uurimus keskendub väärisaradesse investeerimise võimaluse müügistrateegiale ning otsib lahendusi kuidas uut väärisaral turule tuues turundada ja müüa. Üheltpoolt vaadeldakse võimalusi ning nüansse, et kuidas müüakse ning pakutakse täna investeerimise võimalust kulda ning hõbedasse ja teiselt poolt investeerimist veinidesse. Mõlema varaklassi puhul on tegemist reaalaradega ehk füüsiliste väärtvaradega, kus autor uurib, kas on võimalik neid võtta samasugustel alustel kui üles ehitada teenus, mis pakub investeerimisvõimalust ja millised on need müügiargumendid ja turunduslikud elemendid nende teenuste pakkumiseks.

Väärisarade puhul nagu nimi ise ütleb on väärtus puhtalt temas endas ehk olulised on eelkõige toote iseloomulikud omadused ja seetõttu keskendub kirjanduslik pool nii kulla, hõbeda kui veini olemuslikule poolele, et mõista tausta ning leida vastuseid ning järeldusi kuidas on võimalik üles ehitada müügiplaani ja personaalset lähenemist kliendile, mida selline teenus vajab. Empiirilises osas on tegemist poolstruktureeritud intervjuudega, kus on küsitletud suurimat väärismetalli pakkujat Tavid AS-i, pikaajast investorit ning ühte tunnustatumat spetsialist Eesti mõistes. Lisaks ka Euroopa ühe suurima veiniinvesteeringute ettevõtte Octavian Wines osanikku. Järeldustes ja kokkuvõttes on võimalik teada saad, milliseid kriteeriumeid arvestades ja lähenemist arvesse võttes on võimalik üles ehitada investeerimisteenuse müüki niiviisi, et olla kindlalt usaldusväärne ja aus teenusepakkuja ja omada usaldusväärset suhet kliendiga. See töö annab väärtusliku pagasi reaalse müügistrateegia koostamiseks ettevõtete arendamiseks antud valdkonnas.

Töö pikkus sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni on 7651 sõna ja 28 lehekülge.

Võtmesõnad: veinid, investeerimine, kuld, hõbe, väärisarad, müük, usaldusväärsus

## SISSEJUHATUS

Lugedes arvamused artikleid majanduskeskkonna muutustest ning uute töömudelite tekkimistest, siis mõistame, et viimastel aastatel on vabas lääne ühiskonnas märkimisväärsel määral inimeste mõttelaadid muutunud. Uued põlvkonnad soovivad järjest enam oma aega kontrollida, avastatada ja katsetada. See loob vajaduse suuremal määral ise mõelda, analüüsida ning informatsiooni mõista, kuid tehnoloogia kiire arengu ja uute võimaluste najal loodetakse tihtipeale niisama hakkama saada (Danneberg 2017). Soovitakse vähem kui viis päeva nädalas töötada, teha tööd, mis konti ei murraks ja primaarne kriteerium on töökeskkond ning siis tuleb alles palk. (Udam 2017). Nendes eeldustes on nii positiivseid kui negatiivseid külgi, aga lõpuks jõuame punkti, kus oleme ootamatus olukorras. Kui me üldse jõuame pensioniikka või ei oma enam töövõimet, siis on hilja hakata mõtleme, et kuidas ma nüüd suudan ennast edaspidi ära elatada.

Siinkohal jõuamegi investeerimiseni, mis nii Y- kui Z-generatsiooni jaoks peab saama järjest olulisemaks teemaks. Soov olla individualist ja iseseisev ning vananev ühiskond toovad kaasa ka võimetuse riikidel tagada piisavalt sotsiaalseid garantiisid. Vananev ühiskond nii meil kui terves Euroopas ei anna võimalust väikestel riikidel makstakse pensione, mis oleksid elamisväärsed (Liiva 2015). Viimasel kolmel aastal ülikoolis käies näen ma kasvavat trendi üliõpilaste huvile investeerimisteemaliste loengute, koolituste ja töötubade vastu. Usaldusväärsetele ja ausatele võimalustele lisaks levivad ka petuskeemid. Tihtipeale suudetakse emotsioonidele mängides kaasa haarata tuhandeid inimesi, näitena võib tuua aasta taguse näite, kus oma arvuti graafikakaardi avalikku kasutusse andmisel Kairos Technology ettevõttele lubati passiivset sissetulekut igakuiselt, mis osutus püramiidskeemiks (Tarbijakaitseamet, 2018). Selline pakkumiste paljusus teeb alustavale investeerimishuvilisele vahe tegemise väga raskeks ning ei julgeta ehk isegi jätkata pärast esimest kogemust. Kinnisvarasse investeerimise puhul on inimestel keeruline leida algkapitali, kuid lisaks on olemas mitmesuguseid väärivarasid, mis eksisteerivad reaalse füüsilise materiana ning omavad investeringu väärtust.

Bakalaureusetöö eesmärk on leida vastus järgmistele küsimustele. Kas on võimalik müüa väärivarana veini samadel alustel kui väärismetalli investeerimise teenusena nii, et tegemist

poleks pettusega võrreldes reaalse kasuteguriga? Millised on eeldused ning võimalused usaldusväärse müügistrateegia loomiseks?

Autor uurib väärivarasid, mille soetamine ei ole nii kallis kui kinnisvarasse investeerimine. Väärivaradest on üldsusele teada eelkõige kuld ja hõbe, kuna need on olnud ajaloos alati valuutaks. Kui peaks tekkima sõjaolukord või riiklik valuuta kukub kokku või juhtub mõni muu äärmuslik olukord, siis need metallid on alati olnud valuutaks (Atonen, 2017). Teise valdkonnana on olemas veinid, mida põhjamaade regioonis investeerimisvarana liiga suur osakaal inimesi ei tunne, kuid minu eesmärk on uurida selle valdkonna eripära ning leida, kas on võimalik luua või pakkuda usaldusväärset ja igale tavainimesele, veinidest mitteteadlikule inimesele, sobiv teenus.

Töö jaotub kahte osasse. Esimeses osas annab töö autor ülevaate taustsüsteemist ja hetkeolukorrast investeerimissteenuste olemusest väärivaradesse. See on oluline, et mõista teenuse pakkumise kvaliteedist ja kasutajamugavusest lähtuvalt usaldusväärset turul valitsevasse pakkumisse ning kolmanda olulise aspektina, et mille põhjal luuakse müügistrateegia ja kuidas luuakse ja hoitakse kliendisuhteid investeerimismaailmas.

Teises töö osas on kvalitatiivne uuring, kus tänaste teenusepakkujate käest Eestis uuritakse mida kliendid kõige kõrgemalt hindavad ja eeldavad investeeringu tegemisel ning kuidas on tulevikuväljavaated. Millisteid tingimusi peavad nad oluliseks ja kuidas nad soovivad suhelda ja kontakti omada teenusepakkujaga. Oluline rõhk on küsimustel, et kuidas muuta teenus rohkem usaldusväärsemaks ning lihtsamini arusaadavamaks tavalisele inimesele, kes sooviks sisenenda investeerimismaailma ja ei ole antud teema spetsialist.

Töö järeluses ja kokkuvõtlikus osas tuuakse analüüsis välja turul valitsev olukord ja soovitused kuidas edaspidi süsteemi arendada ning kokkuvõttes kas ja kuidas luua võimalust veinidesse investeerimise teenuse pakkumiseks.

Täna tööd koostades oma juhendajat Rünno Lumistet, kes olles ise ühe väärivara temaatikaga põhjalikult kursis oskas anda väga kasulikku taustinfot kuidas kvaliteetsemalt tööle lähendada ning mõista teemat sellises valdkonnas lõputöö koostamisel.

# 1. TEOORIA VÄÄRISVARAST JA MÜÜGISTRATEEGIAST

Autor annab alustuseks taustteadmised väärtvaradest, et tajuda nende tähendust ning mõista eripära turundustegevuse ning müügistrateegiate koostamiseks. See on lõppkokkuvõttes väärtuse hindamise perspektiivist oluline, sest vajadus toote kui väärismetalli või veini järele tuleneb soovist teenida reaalselt rahalist tulu või tunnetada eksklusiivsuse emotsiooni eelpool mainitud toodete pagasit omades. Need omadused tulid välja minu enda ettevõtte LeVinum OÜ turuuringus pool aastat tagasi 2018.a sügisel kui sai küsitud, mis on olulised tegurid veinidesse või väärismetalli investeerimise alustamise otsuse langetamisel. Võrreldes finantsvaradega on reaalarv väärtust mõjutavad mitmesugused sisemised tegurid temas endas kui ka kas toorainest tulenevad järelmõjud või kaasnevad mõjutajad, mis muudavad selle väärtvara väärtust. Esimeses osas on väärtuslike metallide omadused ning kuidas või kust neid üldse saadakse. Lisaks on ülevaateks ajalooline kulg, et mõista nii hõbeda kui kulla hinna kujunemist ning nende väärtuste erinevuste põhjuseid. (Allikas: Autor)

Väärisvarad on eraldi vara klass, mis on reaalarvna mitte finantsvarana olemuslikud esemed või asjad. Väärisvara on iseseisvalt tootlik vara sõltumata aktsiatest või väärtpaberitest. Enamus väärtvarad kui toormaterjalid on alusmaterjalideks uute toodete valmistamisel. Need on kasutatavad valuutana sõltuvalt maailmaturu hinnast, nagu kulla või hõbeda puhul see peamiselt on, aga eeliseks tavapäraste finantsvaluutade nagu eurot või dollar asemel on väärtvarad inflatsiooniriskist vabad. (Pimco 2017)

## 1.1 Väärismetall kuld investeringu objektina

Üldiselt on kullakaevanduse tööstused negatiivse mainega kogukonna ja looduskeskkonna jaoks. Need on potentsiaalselt väga saastavad ning tööprotsess on väga kulukas ning kohaliku ühiskonna jaoks see rikub tavapärast elukeskkonda. Viimastel aastatel on enamikus riikides kasvanud kaevandamise aktiivsus sellegipoolest, kus see maavarana eksisteerib. Protsess on väga energiamahukas ning suured maardlad jäävad pärast kaevandamist kasutult seisma. Ehkki

tööstusel on palju puudusi, võib see anda tööhõivele ja valuutavahetusele potentsiaalselt palju eeliseid, eriti arengumaadele võimekuse areneda ja saavutada kiiremat kasvu. (Kumah 2006, 315-316)

Andes ajaloolist mõõdet kulla hinna kohta lähiminevikus, siis on vajalik teada, et kulla hind oli 1934.a USA kullareserviaktiga kindlustatud kuni 1971.a President Nixoni muudatustega, mis sulges riikliku kontrollimise akna. USA kullareservi akt määras kulla kindlaks hinnaks 35 dollarit untsi kohta ehk ühe grammi hind oli 1 dollarit sellel ajavahemikul. Kulla puhul on USA kõige olulisema teguriga riik, kuna nende varud on maailma suurimad ja nad mõjutavad hinda kõige olulisemal määral. (Lioudis 2018)

Suurimate kullavarudega keskpankade järjestus tonnides		
Riik	Koguse põhiselt (t)	Kulla osakaal kogureservidest
USA	1	1
Saksamaa	2	2
Itaalia	3	4
Prantsusmaa	4	8
Venemaa	5	21
Hiina	6	80
Šveits	7	59
Jaapan	8	78
Holland	9	3
India	10	57

Joonis 1. Keskpanga reitingul maailma suurimad kullavaradega riigid

Allikas: Maailma Kulla Nõukogu (2018)

Rahvusvaheline kauplemisturg kullale avanes eelmise sajandi teises pooles. USA andis õiguse erakätes kauplemiseks kullaga 1975.a. Kulla hind USA-s 1976.a ainult 120 dollarit untsi kohta, mis teeb ühe grammi hinnaks tänases väärtuses umbes 4 dollarit. Mõne aastaga tõusis kulla hind 850 dollarini untsi kohta ehk ligi 30 dollarit gramm. Erakauplemise algusetkest USA-s jõudis 20 aastaga hind teha suure languse, maandudes 250 dollarini untsi kohta ehk ligi 8 dollarit gramm. Tänapäevane maailmaturu hind on aga midagi hoopis teises kõrguses, küündides 60 dollarini grammi



kohta. Kõrgeim tipp jäi isegi kuni 100 dollarini grammi kohta mõni aasta tagasi. Sõltumata nendest langustest ja suurtest tõusudest on soovituslik oma investeerimisportfellis hoida 10% kulda. (The Gold Star Investment Strategy 2010, 15)

Võttes aluseks eelmisel sajandil Kullareservi poolset fikseeritud kullahinda ehk 35 dollarit ja hinda 1,333 dollarit untsi kohta 26. veebruaril 2018, võib järeldada, et hinnatõus on olnud sellel perioodil pea 3500%. Arvestades eraldi näiteks viimase 15 aasta perioodi on olnud kasv kulla puhul 315% hinnas ning viimase 30 aasta perioodil 335%. See näitab, et volatiilsust, ehk hinna kõikumist ei ole olnud tegelikult suurt ja kasv on olnud ühtlane. Tõestuseks saab võrdluse tuua ka suhte toorõli hinda, mis on ka väärtvara ning alusmaterjal mitmete gaaside eraldamiseks ja kütuste saaduse tooraineks. 2015.a langes toorõli hind 50% turul, kuid kullahind samal ajaperioodil langes kõigest marginaalselt. (Lioudis 2018)

Kulla ja reaalse raha (siinkohal dollari kui valuuta) tootlikkust võrdlusega inflatsioonimäära arvestab igal aastal oma aastakokkuvõttes varade olukorrast turul Credit Suisse finantsasutus, koostöös London Business kooliga, kus 2017.a aastaraamatus toodi välja väga suur nihe ajaliselt viimase 5 aasta jooksul, kus dollari valuuta väärtus on kukkunud üle 24%, aga kulla hind on jäänud stabiilselt samale tasemele keskmise tootlikkusega aasta kohta 1,5%. Oluline on siinkohal näha, et kuna reaalne kauplemine turul algas 1976.aastast, siis sealt alates on võimalik näha üldse märgatavaid muutuseid. Perioodidel, kus maailmamajandust on raputanud mitmed kriisid, siis alati on kuld olnud see, mis tagab tagavara ehk samamood viimase 10 aasta jooksul, kus on kiirenenud järjest raha pealetrükk ning elasime 2008.a üle suurima majandusliku surutise ajaloos oli kuld see mis säilitas oma väärtuse. (Credit Suisse Panganduskontserni aastaraamat 2018, lk 35)

## **1.2 Väärismetall hõbe investeringu objektina**

Hõbeda nõudlust domineerivad tööstuslikud vajadused ning seetõttu on selle kasutus ka tunduvalt mahurohkem kui kulla puhul (umbes 40 protsenti aastasest hõbedatoodangust läheb kasutusse tööstuslikul otstarbel) ja ehted (ligikaudu 45 protsenti hõbeda toodangust aastas). Hõbe nõudlus erainvesteeringute puhul ei ole nii kõrge kui kulla puhul, kuna umbkaudu 11% hõbeda kogunõudlusest tuleneb finantsinvesteeringutest (Radetzki 1989). Ametlikud hõbeda varud -

ligikaudu 7500 tonni, vähem kui ühe aasta toodang - on samuti tunduvalt madalamad kui ametlikud kulla varud. Hõbe saadakse peamiselt kulla kaevandamise kõrvalsaadusena; sellest allikast pärineb kaks kolmandikku kogu maailma hõbedatarnest. Selle tulemusena on hõbehind tugevalt seotud kulla hinnaga. (Hillier, Draper, Fraff, 2006, 2-3)

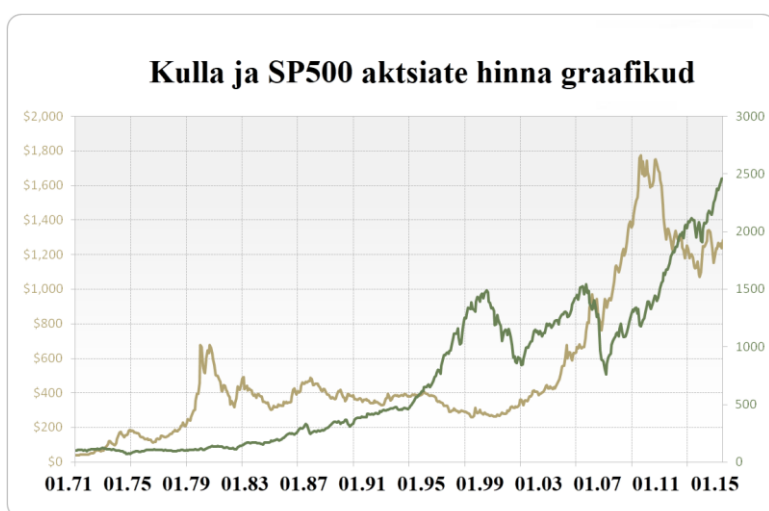
Investeeringisloogika puhul ei ole suuri erinevusi, kuid hõbeda omadustes on eripärad, selle kasutamises ning väärtustamise põhimõtetes. Mõlemad metallid täitsid kunagi raha rolli, mõlemat kasutati raha kattevarana ning mõlemad leiavad rakendust tööstustootmises. Rahana on hõbedal võimsam ajalugu, kuna seda kasutasid massid, samas kui kuldraha oli üksnes kuningate ja kõrgklassi päralt – see tähendab, et igapäevakaupade eest maksti hõbetaalrites-, -krossides ja -drahmides. Seetõttu on ka kulla maine tunduvalt kõrem ja tema suurema tiheduse tõttu ka kaevandamine ehk kättesaamine keerulisem. Tööstustoormena kasutatakse hõbedat palju laialdasemalt kui kulda. Hõbedata kukuks kokku suurem osa globaalsest tööstustootmisest, kuna seda kasutatakse tohtus hulgas igapäevaesemetes. (Jones, Obstfeld 1997, 3-5)

Toome mõlema metalli puhul vabaturumajanduse perspektiivi. Esimesel perioodil alates jaanuarist 1970 kuni jaanuarini 1980 oli kulla ja hõbeda keskmine aastane tootlus üle 29 protsendi, ületades inflatsiooni ja ka aktsiate tootluseid. Järgmisel ühetüübiisel ajavahemikul perioodil alates 1980. aasta veebruarist kuni 1999. aasta augustini oli mõlemal metallil negatiivne tootlus võrreldes varude positiivse tootlusega. Kolmandal alaperioodil alates septembrist 1999 kuni detsembrini 2006 oli kuld ja hõbe taas positiivse kasvuga ning kasumis võrreldes esimese perioodiga, tunduvalt üle inflatsiooni ja edestades uuesti ka aktsiate tootluseid. nimetatud perioodi jooksul. (McCown, Zimmerman 2007)

Nii kullal kui hõbedal on potentsiaal mängida olulist rolli tasakaalustamiseks investori koguportfelli kui võtta arvesse terve varade hulka. Väärismetalle saab käsitleda kui riskimaandamise võimega vahendeid, eriti perioodidel kui tavalised aktsiaturud on väga volatiilsed ehk kõikuvad. Vaadates investorite portfelli tootlikkust, siis nende portfelli tootlikkus on keskmiselt kõrgem, kes omavad väärismetalle oma portfellis. Need investorid, kelle portfellis on ainult finantsvarad (aktsiad, fondid, väärtpaberid, futuurid jms.) on keskmine tootlikkus madalam. Väärtuslike metallide puhul on raske öelda, kas tegemist on pigem taktikalise või strateegilise pühendumisega ja otsusega. Uurimus näitab, et pigem on kasumlikkus suurem pikaajalise ostu-müügi strateegia puhul suurem kui lühiajalise ja dünaamilise taktikalise tegutsemise ajendil tehtud otsustega. Viimase 25 aasta jooksul, kus on olnud nii suuri kukkumisi kui ka suuri tõuse ja rekordeid näitas,

et 25 aasta jooksul on keskmine kasum 9,5%, mis on tunduvalt kõrgem tavapärastest lihtaktsiate fondidest. (Hillier, Draper, Faff 2006)

Tuues järgmisena võrdluseks mõlema metalli puhul suhte USA börsi 500 kõige väärtuslikuma kontserni/ettevõtte suhtes näeme nii mõndagi huvipakkuvat võrdluses finantsvarasse investeerimisega. Esimesel graafikul on kulla hind alates vabaturumajanduse algusest 70ndatel ning teisel graafikul sama ajaperioodiga hõbeda hind võrdlusega S&P 500 ehk USA börsi 500 kõrgeima tootlikkuse korporatsiooni indeksiga. Kuld on märgitud kollase joonega ja aktsiad rohelisega. (St.Louise Föderaalreservi pank 2018)

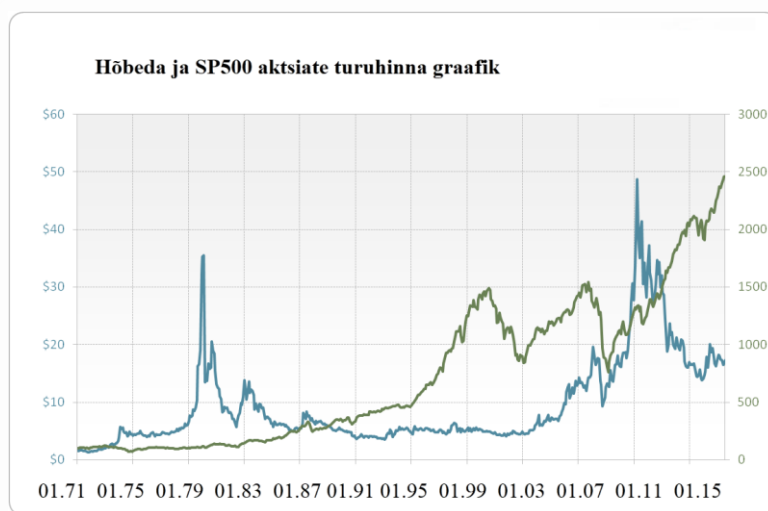


Joonis 3. Kulla ja S&P 500 turuhind

Allikas: St.Louise Föderaalreservi Pank (2018)

Joonisel on välja toodud muutused tervelt nelja kümnendi jooksul ning iga samm ajaliselt on nelja aasta järel kirja pandud alates 1971.a muudatuste tekkimisest vabaturu loomiseks ning tänapäevani välja.

Teisel graafikul näeme hõbedat sinise joonega ning aktsiate joont graafikul samuti rohelise joonega. Tugeva kontrastiga joonistab graafik välja, et hõbeda kõikumine on kordades tugevam kui kulla oma ajaliselt olnud kogu näitlikustatud ajaperioodi võttes üksteise suhte ja samuti ka aktsiagraafiku suhtes.



Joonis 4. Hõbeda ja S&P 500 aktsiate turuhinna graafik

Allikas: St.Louise Föderaalreservi Pank (2018)

Nagu varasemad allikad välja tõid, siis kuld on vastupidises sõltuvuses maailmaturul finantsvaradega kinnitab ka eelpool välja toodud graafik. Sellel ajal kui maailmas on olnud finantskriisid on väärismetall kuld hakanud kasvama ning kui maailmaturgudel hakkab paremini minema, siis kulla hind on hakanud langema, kuid viimase 8-9 aasta kohta saame öelda, et on turgudel on kulla hind suhteliselt stabiilses seisundis. Kriisidest rääkides ilmestab kõige paremini finantskriisidest kõige suurem, et 2007-2008.a globaalne majanduskriis, kus finantsturud langesid pimedusse ja kuld oli miski millesse hakati uskuma, rohkem soetama ning hind hakkas kõvasti tõusma. Kui majandus hakkas taastuma ja finantsturud tõusid uuesti tõusuteele, siis kullahind ka langes. (Allikas: Autor)

### 1.3 Väärismetalli olemus ja väärtus

Autori lõputöö kontekstis ei ole väärismetall kui maitsetegurite poolest mõeldud väärtusega ehk väärismetall. Siinkohal on uurimise alla võetud väärismetall kui investeerimisväärtusega metall, mis on ese või asi millel on iseenda kui toormetalli väärtus ning selle väärtus sõltub teistest kaasnevatest teguritest nii turul kui väärtustega iseendas. Väärismetall kui termin ei ole õigekeelselt meie sõnastikus otseselt kasutusel, kuid see annab kõige lühemalt ja konkreetsemalt edasi mõiste

varaklasside alaliigina. Seda võib võtta kui ühe alternatiivse varana nagu seda uurimuslikud allikad nimetavad. (Allikas: Autor)

Alternatiivsete varade spetsiifiline alamhulk on emotsionaalne vara, mille hind moodustab suures osas iga investori jaoks unikaalsete emotsionaalsete tegurite mõju. Vein, mis sarnaneb kunstiteoste, haruldaste templitel või ajalooliste müntidega, võib klassifitseerida sellesse gruppi. Nende varade ühiseks tunnuseks on emotsionaalne lisatasu mida investor on valmis maksma, et jäädvustada oodatavad emotsionaalsed dividendid mis tulenevad konkreetse vara omandist. (Oleksy, Czupryna 2015)

Rääkides väärtuslikest veinidest, siis tihtipeale on ka kõige veinivõhikum inimene kuulnud väljendeid Burgundia (inglise k. Burgundy) ja Bordoo (inglise k. Bordeaux) veinid. Kuna ka eesti keeles kasutatakse kirjakeeles tihtipeale inglisekeelseid näiteid, siis on kohane ka siinkohal see lugeja jaoks välja tuua. Seega on nende nimetamine kui väide, et Prantsusmaa on kui veinide esindusriik ja ajalugu vaadates see tundub ka nii olevat. (Allikas: Autor)

Vein sai ennast Prantsusmaa sümboolika staatusesse alates 18.sajandi lõpust kui riigi eesotsas oli valitsusjuht Napoleon. Soovides demobiliseeritud sõduritele võimaldada suuremaid vabadusi andis valitsus neile õiguse toota igal aastal kümme kilo veini ilma makse riigile maksmata ja lisaks toota veini ainult enda pere tarbeks mahuga 20 liitrit aasta kohta. Seadused kehtisid üle peal poolteist sajandit kui enne teist maailmasõda keelustati veini tootmine nii müügiks kui ka eratarbeks. Kogu eelnev ajaloo kulg oli andnud võimaluse välja kujundada parimad viinamarja sordid ja omakorda parimad veinisordid ning maitseüansid. Keelustamine tõstis veini väärtust märgatavalt, mis muutis selle kullaga võrdseks. (Czupryna, Oleksy 2015, 160-161)

Globaalne turg veinide jaoks on olnud avatud alates 20.sajandi lõpust ning esimese liigitusena oli tuntud märgisena Prantsusmaa trikolooriga tähis, mis kujutas kindlate traditsioonidega valmistusmeetodit ning asukoha tähistust samuti. Ametlikult kuulutati Euroopa Liidus välja ühisturuseadusega 2009.a klassifitseerimise alused. Seega igale tootmispiirkonnale, mida on üle 400 on vastavalt oma nimetus, et oleks võimalik suurima täpsusega teada, kust on pärit viinamarjasort. Prantsusmaa näitel saab välja tuua viinamarjasordid tähistustega regiooni, piirkonna, väikese ala või viimaseks viinamarjasordid mille algne päritolu ei ole kindlaks määratud. Seega see annab võimaluse kindlaks määrata viinamarjasordi puhul piirkonna ja maitseüansside seosed. Märgates tootmistahte maailmas, siis on geograafiline nüans vägagi

määrav, kui pea enamus väärtveinidest tuleb ainult ühest riigist, mida tõestab edukalt ka allolev tabel. (Margaux 2018, 33-34)

Regioon	Top skoori osakaal koguturu veinidest	2010	2011	2012	2013	2014
Prantsusmaa, Bordeaux		95,2	93,2	87,2	82,1	79,2
Prantsusmaa, Burgundia		1,2	2,6	5,5	7,0	6,2
Prantsusmaa, Champagne		1,4	1,1	2,3	2,3	2,8
Rhone, Prantsusmaa		0,7	1,2	1,5	2,8	4,0
Itaalia		0,9	1,5	2,3	3,5	5,7
Teised (USA, Austraalia, Hispaania, Tšiili, Argentiina)		0,5	0,5	1,3	2,3	2,2

Joonis 5. Regioonipõhine osakaal suurima skooriga veinidest

Allikas: Liv-ex kauplemiskeskond kõrgeima skooriga veinid top 100, (2014)

Tabelis on toodud osakaal veinidest, mis on saanud parima skoori 100 punktilisel hindamisskaalal kriitikute reitingute järgi. Punktiskoori puhul on ilmselgelt veini puhul maitseüansid ka väga olulise osaga hindeskoorist, aga vaadates korrapära tabelis, siis võib öelda, et geograafilisel aspektil on väga suur mõjuvõim ja veinimaailmas valitseb suur traditsioonide jõud. Ülevaade annab siiski ka järelduse, et kuigi iga aastaga on hakanud tulema märgatav kasv tunnustatud veinidest peale eelkõige Itaalia näitel, siis valdav osa on siiski Prantsusmaa valitseda, nii nagu see on juba üle pooleteise sajandi kestnud. (Allikas: Autor)

Veinikvaliteeti mõjutavad mitmed tegurid ja nende hindamine on subjektiivne, seega on seda ka veini kui varana oma väärtuses. Samamoodi võib paralleelselt võtta ka börsiettevõtte hindamise, kus suurkorporatsiooni puhul on muutujad väga erinevad ja aktsia hind ettevõtte kohta on subjektiivne. Võttes arvesse hõbeda või kulla väärtuse paralleeliks, siis nende puhul on materjal kui metall vähem sõltuv oma olemusest, kuid lihtsam on tehnoloogia arenemisel järjest rohkem võltsida ning petta investeerijat toorme tõesuses. Veinidesse investeerimise puhul on mitu tingliku kategooriat, kuhu vein peab kuuluma, et võiks nimetada antud konkreetset veini väärtvaraks. Esimeseks on tugeva järelturu olemasolu võimalus ehk siinkohal on peamiseks argumendiks just nimi ja nime taga peitub geograafiline päritolu. Järelturu võib määrata oksjoni võimekus tippkvaliteedi puhul, brändituntuse nimel on ka veinifondid või elektroonilised platvormid kuhu antud vein kvalifitseerub müümiseks. (Dimson, Rousseau, Spaenjers 2014)

Teise kriteeriumina tuuakse välja vääriveini puhul, et enne pudelisse panekut ja pudelisse panekul on kogu protsess keskkonnas, kus oleks ebasobiv keskkond küpsemiseks ja veini valmimiseks. Oluline on see selleks, et vein saaks küpsema hakata stabiilsem ja rahulikus keskkonnas kuna tegemist on elava protsessiga ja liigne õhu pealevool rikub maitseüansid ja ei avalda vajalikke tanniine ehk happelisi maitseomadusi. Veini väärtuse tagamisel on veini ajalugu hoidmise seisukohast. Punktuaalse täpsusega dokumenteeritud kulg veini hoidmistingimustest garanteerib parima väärtuse kui eelnevad nimetatud tingimused on täidetud. Nende all mõeldakse eelkõige kahte olulist kriteeriumit: temperatuur ja niiskus. Temperatuur on küpsemise jaoks peamine ja selle stabiilsus. (Dimson, Rousseau, Spaenjers 2014)

#### **1.4 Usaldusväarsust mõjutavad tegurid**

Teoreetiline alusmaterjal andis teadmise, et metallide puhul on suuresti olemas ka emotsionaalne pool miks kuld on kõrgemas staatuses kui hõbe. Oma kasutusvaldkondade rohkusega võiks olla hõbe palju väärtuslikum, sest on vajalik erinevates tööstusharudes kui ka kasutatakse meditsiinis ja kaubanduslik otstarve on suurem. Sellegipoolest on peamine väärtuse määraja suhe pakkumise-nõudluse vahel, sest raskem kaevandamine ning kordades väiksem olemasolu muudavad kulla defitsiitsemaks ja seetõttu pannakse sellele ka kõrgem hinnalipik külge. (Allikas: Autor)

Veinide puhul tuli välja, et on näha paralleele väärtuse hindamises kulla ja hõbedaga majandustsüklites, kus on olnud üldine langus või isegi finantskriis. Väärtuslike metallide hinnad on nendel perioodidel kiiresti tõusnud, sest inimesed on leidnud, et kulla reaalne omamine annab tagatise juhul kui kõik muud varad hävivad. Samasugust trendi oli märgata ka veinide puhul, kus suurim hinnatõus on olnud suurima kriisi 2007.-2008.a ajal ning 1-2 aastat tagasi kui kardeti uue kriisi puhkemist ja otsiti uusi varasid kuhu investeerimine võiks kindlustada varade suuruse ja finantsvarade hävinemisel. (Czupryna, Oleksy 2015)

Investeermisteenuste puhul on oluline roll kliendi vastu usalude tekitamisel nii ettevõttes, kes väärtvara pakub kui ka teeninduses, kes kliendiga loob usaldusliku suhte. Kulla ja hõbeda puhul on eelkõige oluline toorme autentsus ning päritolu tõesus. Kulla ja hõbeda proovi ehk kui suure sisaldusega realselt väärismetalli poolest on näiteks kuldmünt saab kontrollida küll ka teiste

sõltumatute spetsialistide juures, aga turul valitsevad konkurentsivõime me enamasti turunduslikke sõnumeid, mis keskenduvad tõesusele ja usaldusväärsusele. Veinidesse investeerimise temaatika on meie riigis täna veel teenuse mõttes suhteliselt tundmatu maailm, kuid meie veiniekspertid tunnevad antud valdkonda hästi ning on kursis, et kuidas antud teenust turundatakse muus maailmas ja kuidas seda proovitakse teha Eestis. Autor keskendubki eelkõige investeerimisteenuste kontekstis väärisveini temaatikale, sest väärismetallide suhtes on uurimuslikku tausta suuremal määral olemas. (Allikas: Autor)

Väärismetallide puhul on olemas eraldi investeerimispannad, kus keskendutakse kas erinevatele finantsvaradele ning lisaks väärismetallidele või on ainult väärismetallidele keskendunud pangad nagu Eestis seda on Tavid, kust on võimalik osta erinevate riikide poolt toodetud kuldmünne ja osta ka suuremaid ja väiksemaid kuldkange. Nad pakuvad nii konsultatsiooniteenust ostmiseks kui ka vara haldamiseks ning selle edasi müümiseks või ka tagasi ostmiseks. Lisaks ostavad nad tagasi ka vanu kuld- ja hõbeehteid. Hoiustamise puhul on samuti kliendil murevaba sest ei ole tarvidust hoiustada kodus ja osta selleks seifi, vaid võib seda teha nende enda ettevõtte turvalistes ja kindlustatud hoidlates. Välismaistest valikutest on eelkõige alati olnud tuntud Šveitsi pangad ning nende eripärad teenuste pakkumisel. Šveitsi panga kaudu saab avada kas isikliku väärismetallide konto, kus on nimeliselt näha ja teada kui suured varud sulle kuuluvad ja riiklikult on need ka kontrollitavad ning seetõttu ka maksustatavad. Teine võimalus investeerimise tegemiseks on panga kaudu, sellisel juhul hoitakse väärismetalle panga nimel ja investor jääb anonüümseks. Selleks luuakse pangas usalduskonto panga vastu, kuid panga pankroti korral on ka risk kaotada oma vara, sest selle olemasolu tõendamine on keerulisem kui oma nimelise vara olemasolul. Usaldusvõtukonto kasutamisel saab investeerida väärismetallidesse, mis on maksuvabad. (Hoyt, 2012)

Veinidega seoses on Eestis näiteks ettevõtte, mis tegeleb konkreetset investeerimisteenuse pakkumisega ja see on juba taasiseseisvumisest perioodist alates tegutsenud ettevõtte Balen OÜ. Nad pakuvad investeerimist ainult personaalse päringu teel ning keskenduvad nišiäri olemusele, mitte ei turunda ennast laialdaselt ja üle Eesti nagu näiteks väärismetallide müüki tehakse. Balen toob oma teenustest välja kolm peamist printsiipi. Vaadiga osta otse veinimõisatest enne kui pole veel pudelitesse villitud või otse pudeliga veini soetamine. Oma teenuse kirjeldamisel nad ei märgi esimese variandi puhul investeerimise tootlikkust turul. Kuna selle eeliseks ja mõtteks on oma varaseisu säilitamine. Selle variandi puhul otseselt ei teeni, kuid võib rahaväärtuse ajalise kaotuse võrdluses. Soov juua küpset veini ei pruugi olla üldse võimalik, sest vana aastakäigu



veini kaupmehe käest otse osta on rariteetne ja väga kõrge hinnaga. Seega on üks võimalus osta vein noorest peast ning hoiustada õigetes tingimustes. Kui on soov kindlasti vein tulevikus ära tarbida, siis ei pea ostma ekstreemselt kallist veini. Sellise veini, mis keldris tosin aastat küpseda leiab ka 30 euro eest. Selleks et igal aastal kvaliteetset ja küpset veini tarbida, peaks veinivarusid pidevalt noorte veinidega täiendama ning seejärel umbes 10 aastaga tekib olukord, kus regulaarselt on küpse veini varud olemas. Võimalus on osta tulevikupotentsiaaliga veine, mis hetkel ei ole valmis tarbimiseks, hoida neid viis, kümme või mitukümmend aastat. Õige hoiustamise puhul on seejärel võimetus teenida korralikku tulu. Sellise väärtusega veine on kindlas mõttes 100 margi juures kokku. Enamus nendest pärineb Bordeaux'st. Alternatiivina on võimalik investeerida ka spetsiaalsete veinifondide kaudu. Neid Eestis ei leidu, kuid nende tegevus on väga arenenud Ameerikas ja Inglismaal. (Balen 2018)

En Primeur ehk nn. „veini tulevikutehing“ on meetod osta veine ajal, mil nad alles küpsevad vaatides. Makse teostatakse üldjuhul 18-22 kuud enne aastakäigu ametlikku kätte saamist füüsiliselt kliendi jaoks. See meetod on eelkõige nendele veinidele kasulik, millel reiting on aasta aastalt olnud kõrge ja nende väärtus vananedes aina kasvab. Seega traditsioonid on andnud juurde juba nimelise pärandi ning väärtuse. Selline müügi vorm eksisteerib Bordeaux's juba pikki sajandeid. (Balen 2018)

Majanduslanguses jäävad kõrgelt reitingu saanud veinid oma hindadel püsivalt püsivaks. Erinevalt aktsiaturust või kinnisvaraturust ei sõltu veiniinvesteering majanduslikest tingimustest ega intressimääradest. Viimase 20 aasta jooksul on top 100 veinid järjekindlalt ületanud enamikke varasid ja teevad seda jätkuvalt. Aasta keskmine tootlus võib olla 5–15%. Maksupoliitiliselt on Suurbritannia teenusepakkujatel välja toodud kõik erisused võrreldes finantsvaradega ja tavapärase toormetega ning kaupadega. Veinile ei kohandu ei kapitalimaks, tulumaks ega pärandimaks ja kasum on samuti täiesti maksuvaba. Juhul kui investeerimisvein on juriidiliselt kirjas võlakirjana, siis ei pea ka käibemaksu ega tollimaksu tasuma. (Bordeaux-Traders 2018)

Välismaistest teenusepakkujatest on näha vägagi professionaalseid teenusepakkujaid, kes lähenevad personaalselt ning pakuvad võimalust olla kliendile varahalduriks pikaajalise kliendilepingu olemasolul või ühekordseks tehinguks kindla eelarve piires. Mõlema puhul esmalt pannakse paika kliendi ootused ja eelistused, et mis otstarbel ta veinidesse investeerib kas lühiajalisel või pikas perspektiivis, kas on kindlaid eelistusi ja milline on ajaraam investeerimisel.

Investeeringisporfelli loomisel ja selle haldaja palkamisel lähtub haldur kliendi poolt püstitatud kriteeriumitest ning lisades enda teadmised teeb ta valikuid veinidesse, mille tootlikkust hinnas ta peab vastavalt püstitatud ajaraamile kõige kõrgemaks. Ühe suure teenusepakkuja tuuakse mitmetes allikates välja *Cult Wines Ltd.* ettevõtet Suurbritanniast. Kui klient soovib teha ise valiku sortimendist või teab, et mida soovib osta, siis üheks suurimaks globaalseks veebituruks peetakse *Liv-ex* portaali, mis on orienteeritud kvaliteetveinide turule ning koondab endas ülemaailmselt sadu edasimüüjaid. Seega nende fookus on olla suurim vahendusplatvorm veinimüüjatele ning tarbija saab ühest kohast võimaluse leida täpselt temale sobiva konkreetse veini müüja ning lisaks kasutada ka kohest transpordi liidest ja tellida koju endale vein. Uutel veinimajadel annab see võimaluse luua kohene kaubandusvõrk, ilma ise sellesse panustamata kui tema tooted on juba võitnud auhindu konkursitel ja reitingud veinidel on kõrged. Tänapäevaks on platvorm laienenud 42-s riigis ja koondab endas üle 400 erineva pakkuja.

(Liv-ex 2019)

## **1.5 Väärisaradesse investeerimise teenuse turundamine ning müügitehnika**

Reklaamsõnumite ja reklaami eesmärk on teavitada antud toote või teenusega seotud kättesaadavust ning selle omadusi ehk edastada uut informatsiooni. Teisalt kujundab see ka inimeses uusi hoiakuid ja arvamusi või kinnistab hoopis seniseid tõekspidamisi. Osade reklaamide puhul on oluline ka manipuleerimine positiivses võtmes pannes inimest tarbima või kasutama teatud teenust või tooteid. Tähtis on tajuda, kas see mida pakutakse on piisavalt usaldusväärne ning teenusepakkuja on reaalselt ka kompetentne. Müügitegevuses on alati mängus pakkuja poolne kasutegur. (Bachmann 2005, 225-228)

Toote/teenuse pakkujal ning tarbija vahel toimub müügiprotsessi vältel võimupositsioonide kujunemine, mis võib põhineda nii sundimisel, premeerimisel kui ka positsioonil. Karisma, eeskujul ja asjatundlikkuses põhineb stiil pakkuja poolt on see, mis loob enamasti positiivse osutkeskkonna. Siinkohal on, aga risk, et liigselt spetsiifilise valdkonna puhul ei ole uuel kliendil puhtalt eelarvamusest lähtuvalt pinnast usaldusväärse tekkeks kuna valdkond nõuab eelteadmisi ning selle tajumist. Liigne mõjutamine ning meelitamine toote või teenuse suunas paneb klienti tundma, et tal ei ole enam valikute rohkust ja tunneb survet, mille tagajärjel võib ta üldse loobuda tootest. (Parvinen 2015, 32-37)

Järjest kasvav teenusmüügi osakaal turul tekitab olukorra, kus müüjal tuleb olla kui vallaline, kes otsib endale tulevast abikaasat. Ei saa olla üleolev ning jõuline, vaid tuleb otsida tasakaalu ning leida tasakaalupunkte lisaks ka pakkuda mugavust ning võimaldada kompromisse saavutada. Võimalikult suur roll on pideval info levitamisel ning pideval suhtlused osapoolte vaheliselt. Rõhk on alati kvaliteedil teenusmüügi osutamisel, mitte ühele kliendile suure koguse ehk kvantiteedi pakkumisel. (Parvinen 2015, 180-183)

Enamasti kasutatakse tänapäevases müügikeskkonnas kliendikesksuse ja kliendisuhete haldamiseks tehnilisi abivahendeid, et parandada rahulolu ja tulemuslikkust ning ärisuhteid. Uued tehnoloogiad ja nende mõju müügifunktsiooni üldisele tõhususele ja tõhususele võivad olla väga erinevad sõltuvalt valdkonnast ja tegusprintsipiidest. Tehnoloogilistes kliendihaldustarkvarades on puudustena välja toodud aeglast suhtlust vahetuna klientidega. Kõrgema kvaliteediga klienditeeninduse ja usaldusväarsuse pakkumiseks on vajalik võtta uusi võimalusi arvesse ja osata kasutada uusi võimalusi, mis parandaks tingimusi müügitulemustes. Eelkõige on kliendihaldustarkvara mõeldud suuremahuliste ja vähese muutuvate teguritega kaupade ja teenuste puhul valik millele keskenduda oma ettevõtmise turunduses ja müügitegevuses, mitte nišiäride ja väikeste ettevõtmiste puhul. (Oakes 2011, 188)

Kaasaegseimad veinidesse investeerimise teenused pakuvad personaalset konsultatsiooni ning lähenemist kliendile vastavalt tema vajadustele. Pakutakse klientidele alati parimat teenindust ning personaalset suhtlust tema jaoks määratud agendi poolt, kes korraldab kogu paberimajanduse ning teenuse toimimise ja turvalisuse, sest vein on väga emotsionaalne kaup, mis vajab personaalset lähenemist. (CultWines 2019)

Personaalse suhtlemise teel on oluline mitte ainult keskenduda enda pakutava toote või teenuse pakkumisele, vaid osata kuulata. Uuringud näitavad, et ka kõige tavalisema teabe vahendamisel suudavad osapooled üksteist erinevalt mõista. Seega teise osapoole mõistmine tähendab seda, et klient suudaks väljendada oma reaalseid mõtteid ja emotsioone ning vajadusi, mis temas peituvad. Suhtlusprotsessis võib oluline osa kliendi poolt küsimuste esitamisel olla ka soovimatus reaalselt nendele vastust saada ning peamine tuum peitub hoopis sügavamal. See personaalse suhtluse puhul väga oluline jõuda peamise tuumani saavutamaks usaldusväärne kliendisuhe. (Vadi 2002, 55-61)

Esimene argument, mis on nii Suurbritannia, Prantsusmaa kui kõigi teiste riikide teenusepakkujate lehel kirjas, et veini investeerimine on stabiilne. Eelpool toodud teoreetilistes alustes toodi seda samuti ka kulla ja hõbeda puhul esile eelkõige finantskriiside olukordades, kus muud varad langesid miinustesse. Võttes arvesse asjaolu, et suurim osa kõrgeima hinnaga veinidest tuleb Prantsusmaalt ja ajaloo on olnud keeluperiood, kus tootmine katkestati, siis on võimalus halvata terve veiniturgu ühe riigi poliitika muutusel. (Allikas: Autor)

Veinidesse investeerimise eelisena tuuakse müügiargumendina välja, et pakkumise piiratus viib nõudluse veelgi kõrgemaks. Üha suureneva ülemaailmse nõudluse ja pakkumise vähenemise kombinatsioon muudab vääriveini atraktiivseks investorile. Omakorda see maandab portfelli riske, sest maailmamajanduse muutus mõjutab finantsvarade olukorda, kuid möödunud aastakäigu veine enam juurde toota ei ole. Seega tänasel turul rõhutakse eelkõige vähesele kogusele ning kvaliteedile ja nišilikkusele turul. Viimase turundusliku sõnumina tuuakse välja paralleelid kinnisvaraga, aga ka veelkord väärismetallidega, et veini puhul on tegemist teil füüsilise varaga ja teenusepakkuja poolt hallates teie vara on kõik dokumenteeritud ning tõendatav, et kellele antud vara kuulub ning kuidas see vara on tekkinud ja milline on selle füüsilise vara ajalugu, mis on mitmete allikate kaudu kontrollitav. (Vinventions 2018)

Turunduse poolelt on veinimaailmas koha leidnud ka agentuurid, kelle põhifookuseks on turundada konkreetset veinimaja, teha bränditurundust ning tõsta juba eos veinide väärtust enne konkursitelt auhindade saamist ja seeläbi mõjutada ka kriitikuid. Klientidele spetsiaalseid turundusteenuseid, et aidata neil paremini turustada ja müüa oma veine. Pakendianalüüsist kuni tarbijate tagasisidestamiseni ja B2B lahenduste jaoks kujundatakse spetsiaalsed uuringuid ja analüüsid, et aidata klientidel oma veine tõhusamalt ja kasumlikumalt müüa. Kasutatakse ka teadlasi oma uuringute jaoks, et tõsta usaldusväarsust referentside juurde lisamisel ja korraldatakse tarbijatele tutvustusseminare, messe. Tehnilisest poolest tehakse hinnakujundusanalüüsi ja bränditurundust ning otsitakse kliendi tootele kõige sobivam positsioon turul. Edasimüügi murede lahendamiseks ehitatakse koos üles strateegiad importijate jaoks, et kohaneda erinevatel turgudel ning luuakse edasimüügiprogrammid, mis sobiksid just personaalselt antud kliendi eripäradega. (Vinventions 2018)

## **2. EMPIIRILINE OSA JA TULEMUSED**

Investeermisteenuste temaatikas, kus ühe vara puhul ei ole täna väljakujunenud turgu ning teise varaklassi turuosa on enamasti ühe pakkuja käes, siis kõike mõistlikum on teha kvalitatiivne uurimise pool, sest see annab kõik täpsema ülevaate otseallikatest.

### **2.1 Uuringu meetodika**

Autori poolt on uurimuslikus pooles kasutatud kvalitatiivset meetodit. Täpsema meetodikalise lähenemisega poolstruktureeritud küsimustega intervjuud. Eelnevalt sai vastajatele saadetud küsimustik ning sellele vastati kirjalikult. Seejärel toimus füüsiline kohtumine, kus täiendati vabamas vormis vastuseid ning uuesti samade küsimuste juurde tulemine andis võimaluse teistkordselt vastajal lisada mõtteid, mis kas ununesid või vahepeal juurde tekkisid. Lisaks andis mulle kui küsitlejale kahekordne kontakti loomine antud küsimustikuga võimaluse täiendada ka omaltpoolt küsimuste selgust ja eesmärke.

Kvalitatiivne uurimistöö tegeleb eelkõige protsessiga, mitte niivõrd väljundite või tulemustega. Peamine uurimisvahend on uuritav iseenesest. Kvalitatiivne uurimistöö on induktiivse iseloomuga: detailidele tuginedes luuakse abstraktsioone, kontseptsioone, hüpoteese ja teooriaid ning järeldusi. (Õunapuu 2014, 54)

Autor püstitas uurimuse teenusepakkuja lähtepunktist analüüsivaks. Seega oli tegemist ekspertintervjuudega ehk oma valdkonna asjatundjatega nii väärtmetallidesse investeerimise teenuste puhul kui ka veinivaldkonna spetsialistidega. Mõlema väärismetalli valdkonna puhul oli tegemist lisaks ettevõtja rollile ka teema spetsialistidega tootest lähtuvalt ning isiklikus plaanis ka investoritega. Intervjuu küsimustikus on kokku 6 küsimust, mis uurivad tänase investeerimisteenuse olemasolu võimalusi ning teenindamise valikuid ja kättesaadavust. Lisaks

puuduseid klientide tagasiside põhjal ning eksperdist vastaja nägemust lähituleviku perspektiivist ja kasumlikkusest antud varaklassi suhtes ning kas ja kuidas jõuda nišiärist massidesse.

Autor koostas intervjuude põhjal transkriptsioonid, mis on osaliselt kirjalike vastuste pealt ning osaliselt füüsiliste intervjuude pealt kokku komplekteeritud tervikuks. Transkriptsioonides on arusaadavalt välja toodud kõik vastused koos vajaminevate kommentaaridega, et lugejal on parem mõista konteksti.

Transkriptsioonide põhjal koostas autor cross-case tabeli, mis on näidatud lisa 3. Cross-case tabel on tehtud ühine väärismetallide kui väärisveinide investeerimise teenuste kohta. Selline meetod annab parima ülevaate sõltuvalt uurimisküsimustest tegemaks kokkuvõtteid ja järeldusi uuringu kohta.

Cross-case tabelis on 4 erinevat osa: 1) Hetkeolukord; 2) Kvaliteet ja kättesaadavus; 3) Tootlikkus ja usaldusväarsus; 4) Tuleviku perspektiiv. Need sektsioonid annavad parima võimalikkuse saada võrreldavus püstitatud uurimisprobleemile ja hüpoteesidele ning teha seejärel kokkuvõtteid ja leida ka soovitusi edaspidiseks praktikas väärisvaradesse investeerimisel.

Eeltöö põhjal valis autor välja 6 erinevat teenusepakkujat, kellest 4 olid need kellega kontakti õnnestus saavutada ning kelle käest ka põhjalikud vastused sai. Proportsioon on paigas, sest 2 neist on tegijad Eestis väärismetallide valdkonnas ning teised kaks on veinivaldkonna tipptegijad. Üks neist neljast oli isikliku seosega kontaktisik eelnevatest ühistest tegevustest autorile, kuid teised 3 olid isiklikus plaanis tundmatud isikud. Kontakt saavutati soovitude kaudu tutvusringkonnas uurides ning ise huvi tundes ja tänu autori ettevõtlusega alustades veinimaailmas. Kontakt saavutati emaili teel ning seejärel toimus suhtlus juba telefoni teel. Kontakt ja intervjuud toimusid erinevatel aegadel, aprill-mai 2019 jooksul.

AS Tavid nõukogu liige/kullasuuna juht Meelis Atonen - Tegemist on Eestis sisuliselist monopoli seisus oleva väärismetallidega tegutseva finantsettevõttega, mis aastas kaupleb enam kui 4000 kg füüsilise kullaga, omab 200 töötajaga meeskonda, omab 29 kontorit 8-s riigis. Hr. Atonen ettevõtte nõukogu esindajana ja omanike ringi kuuluvana on selles valdkonnas pühendunud tippjuht ning peale tippoliitikast lahkumist alates 2007.a pühendanud Tavidisse oma aja. Valdikkonnana on spetsialiseerinud kullale ja positsioonilt ka kullajuht.

Investor Lauri Luik – Lauri on investeerimisega tegelenud juba 12 aastat ning väikeinvestorina tegutsedes puutunud kulla ja hõbedaga kokku juba 10 aastat. Oma pikaajalise kogemuse näol on ta ideaalne inimene vastama küsitlusele, sest vaatab kliendi võtmest ning mõtleb ka kui teenusepakkuja perspektiivi, olles pidevalt kursis Tavidis võimalustega ja nende arenguga ning kasutades samas ka teenusepakkujaid väljastpoolt Eestist. Seega on tema puhul hea näha võrdlusmomenti ja hetkeolukorda.

Restoran Leib omanik ja Eesti Sommeljeede Assotsiatsiooni liige, Kristjan Peäske - Tõeline veiniekspert olles tunnustatud parimaks sommeljeeks baltimaades mitmel korral ja samuti Eestis. Lisaks on tipprestoranide Leib ja Umami omanik. Tänu oma kõrgetele teadmistele veinimaailmas annab koolitusi ja loenguid veinidest ning nendesse investeerimisest. Lisaks annab nõu millist sortimenti valida ja milliseid hoiutingimusi on vaja tagada.

Octavian Wine Services Ltd. osanik, John Longhurst - Ühendkuningriikidest pärit ja aastaid veinimaailmas ettevõtluses tegelenud isik pole väga suurelt tuntud Eesti kontekstis laiemas pildis, kuid veinimaailmas väga laialdaste sidemetega ning tegeleb ettevõttega Octavian Vaults, mis on Euroopas üks professionaalsemaid ja suuremaid veinide hoiustamise ettevõtte ning lisaks ka müügiga tegelev tippveinide valikus. Eestis omab erakeldreid, mis varustatud spetsiaalsete kliima- ja ventilatsiooniseadmetega ning on kõrge turvatasemega ja kindlustusega kaetud.

## **2.2 Uuringu tulemused**

### **2.2.1 Väärismetallide investeerimisteenuse usaldusväärsus ning kuvand**

Kulla ja hõbeda investeerimisväärtusega müntidel ning kangidel on proov niivõrd kõrge väärtusega 99,99, mis tähendab peaaegu maksimaalset puhtust ning võltsimine ei ole kuidagi mõeldav. Põhjuseks on materjalide ülisuur tihedus, mis muudab nii kulla kui ka hõbeda väga raskeks materjaliks. Kogused on seega väikesed ning nende käsitlemisega peavad hakkama saama kõik töötajad, mõõtes kohapeal vormide järgi müntide üle ja kontrollides andmebaasist kaalu. Tellerite kasutavad avalkult müügisalongis sama portaali, mida paralleelselt saab ka klienti näha. Seega on usaldusväärse tagamiseks müügi puhul kontrollitav tegevus personaalselt kliendiga tegeledes. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

Kliendi sisendes poodi on võimalik kasutada eraldi kabiine müügisalongi osas või tagatuba kontori kinnises osas suuremate kogustega kaubeldes. Nii me anname võimaluse inimestele alati tunda privaatsust ning ollakse alati kaitstud. Samamoodi on vähemalt üks kinnine kabiin alati igas müügisalongis kauplustes üle Eesti, Baltikumis ja kogu Põhjamaades. Lisaks on turvalisuse tagamiseks suuremates Tavidi müügiesindustes nii turvamees salongis kui ka tagaruumis automaatrelvastusega, kogu poe sisemine ning ka välimine majaosa on kaetud kaamerataga, seega klient on kaitstud nii sisenemisel poodi, seal olles kui ka poest lahkudes. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

Klientide seisukohalt on olnud alati näha läbipaistvat ning näoga rahva poole olemist, mitte vaikselt toimetamist. Astutakse ülesse seminaridel, koolitustel ja antakse välja ka oma ajalehte, mis räägib nii investeerimisuudistest, turu olukorrast kui ka persoonilugudest inimestega, kes antud valdkonnaga tegelevad. Teatakse peamiselt turul ainult Tavidit, sest nad on suutnud saavutada turuliidri positsiooni, mis tagab neile võimaluse pakkuda parimat hinda ja ei ole kuulnud kunagi ühestki petta saanud kliendist. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

Hoiustamise kohapealt ei ole võimalust müüja juures hoiustada, kuid seda probleemi ei näe ka endas teenusepakkuja, sest kuna kogused mõõtmelt ja kaalu poolest on niivõrd väikesed, siis peidetakse enamasti oma enda peidupaika või pannakse seifi. Pangas hoiustamine ühe kapi kohta on hinnaks umbkaudu 50 eurot aastas Eestis kontekstis. Samas kliendi vaatenurgast ja seisukohalt oli teadmatus kas on olemas teenusepakkujal selline võimalus või mitte, et saaks üldse hoiustada nende ruumides või nende teenusena lisaks vara soetamisele. Kliendi seisukohal pigem oleks soov, et kõik toimuks ühest kohast ja oleks veelgi lihtsam kuigi selle kasutatavust seni pole uurinud ja seega ei ole ka testinud sellist lahendust, et osata hinnata vajadust või kogemust. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

### **2.2.2 Veinidesse investeerimisteenuse usaldusväärsus ja kuvand**

Veinidesse investeerimise teenust ametlikult teenusepakkujana Eestis täna ei eksisteeri ning seni on olnud kogu tegevustik juhtumipõhine või tutvuste kaudu. Välismaiseid teenusepakkujaid on kasutanud ka Eesti inimesed nagu tuli välja *Octavian Wines* ettevõtte näitel, kuid selle maht on täna marginaalne ning pole veel inimestes juurutatud sisse. Veiniekspertide sõnul, lähtudes sommeljee Päeske arvamusest oleks see äri küll kasumlik kui suudetaks pakkuda tingimusi



hoiustamiseks ja inimesed teaks mida osta. Seni pole olnud näha veel piisavalt hullu inimest, kes sellist äri oleks alustanud. Ta ei osanud ka öelda, et kas keegi on seda otseselt katsetanud või mitte. John Longhursti seisukohalt on tegemist kindlasti tuleviku mõttes perspektiivika teemaga ja ta on näinud viimastel aastatel märgatavat huvi kasvu inimestes veinidesse investeerimise vastu kuna on kusagilt kuulnud või kohatud inimest, kes on selles valdkonnas omal käel katsetanud. Hr. Longhurst näeb, et tänasel hetkel on antud valdkond veel lapsekingades ning on veel pikk maa minna. Samas väärismetallidega tegeleva Tavid AS intervjuueeritav mainis, et ta on kuulnud inimestest, kes on Eestis katsetanud sellise äri võimekust, kuid nad ei tulnud lõpuks siiski millegi pärast turule. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

Usaldusväarsuse tagamiseks on nii Hr. Päeske kui Hr. Longhursti väidete kohaselt ja nende praktikale tuginedes esmatähtis oluline hoiustamise tingimused ning nende tõestamine inimesele, et oleks võimalik pakkuda kindlat ajalugu kuidas ja millistes tingimustes veini on hoitud. Kui veini ei ole hoitud nõutavates temperatuuri ja niiskuse tingimustes, siis ei ole võimalik sellist teenust üldse mingil viisil turundada ja müüa kui investeerimisteenusena, sest ei ole tagatud vara säilimine väärtuses, milles ta ostetud on või üldse lootuses, et sealt võiks teenida ajapikku ka kasumit. Oluliseks pidasid mõlemad vastajad, et tähtis on sortimendi valiku puhul veinimajade tuntus ning nende tunnustatus. Mida kõrgema reitinguga on nende veinid ja eksklusiivsem on ajalugu, seda kindlam on ka veini väärtuse kasv ajas. Samas Hr. Longhurst rääkis, et juurde on tulemas ka viimastel kümnenditel rohkelt uusi veinimõisaid ja veinimaju, kelle käest on ka julgust osta veine, mille risk on küll hetkel suurem, kuid potentsiaal ajas võita on samuti kõrgema kasvuga. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

Kuvand tänasel hetkel on vägagi nišipõhine, et inimesed, kes on ennast tõsiselt urssi viinud teemaga või on seotud veinimaailmaga on investeerimise juures. Usaldusväarsust soovitakse näidata ka pärandi ning ajaloo esitlemisega ning päritoluga. Bordoo ja Burgundia veinide puhul Prantsusmaalt saab tuua kindlaid näiteid, mille nime on taganud just nimelt sajandite pikkune traditsioon ning kõrged reitingud läbi aastakümnete. Seega on suur osa ka emotsiooni loomisel veinide puhul, aga puudujääk on järelturu võimaldamisest. Mõlemad veiniekspertid väitsid, et investeerimiseks turgu tootepõhiselt on, kuid selle turustamisel ehk keskkonna pakkumise mõttes on puudujäägid, sest ei ole võimalik tihtipeale edasi müüa sellel hetkel kui tekib kliendil soov. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

### 2.2.3 Investeerimisteenuse müügistrateegia

Turundamise kontekstis müügitegevuse allvõtmes on rõhk suuresti kliendisuhetele keskendumisel ning vajadus teadvustada inimesele, et tema jaoks on kokku pandud pakett või terviklahendus, et ta saab parimatel tingimustel investeerida veini just veinidesse investeerimisega tegeleva ettevõtte kaudu. Oluliseks peetakse müügisuhete loomist läbi nõusamise ja konsultatsiooniteenuse ning püsiva sama agendi hoidmise kliendi jaoks, kes suudab talle pakkuda pidevat uut valikut ja parimat lahendust. Mõlema veinivaldkonna intervjueeritava puhul oli juttu, et nende juurde on tulnud jutuga eelkõige seetõttu, et nad on antud valdkonnas pädevad ning loonud isikliku persoonibrändi veinimaailmas. Kuigi nad ei ole otseselt investeringutega tegelevad teenuse mõttes, vaid üks on tippsoommeljee ja teine hoiustamise pakkuja, siis mõlemad on nende seisukohalt veinidesse investeerimise maailma oluline osa. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

Müües võimalust investeerida veini, tuleb rõhutada kliendile tingimusi kuidas hoiustatakse tema vara ning millised on tagatised ja turvalisusnõuded. Hr. Päeske lähtus intervjuus vastates ka endast kui kliendivõtmes, sest ametliku teenust ta ei ole ise pakkunud, vaid on andnud võimaluse sõpradel enda juures hoiustada. Sellega ta näitas, et sõbrad teda kui spetsialisti usaldavad igal juhul hoiustamise kohapealt, sest tal on professionaalsed seadmed ostetud koju. Kui Eestis tekiks sellise teenuse ametlik pakkuja, siis nende tingimus oleks, et saaks hoiustamistingimusi vaadata kas kindla aja tagant uuendamise või parimal juhul otsevaates temperatuuri ja niiskuse puhul näiteks kodulehelt. See tagaks selle, et Päeske julgeks läbi oma nime loodava sortimendi müüa sellist investeerimisteenust näidates usaldusväärust kliendile teenusepakkuja läbipaistva keskkonna suhtes. Turvalisuse kohapealt on soov saada ligipääs külastamiseks keldrisse püsivalt. See annaks suurema usaldusvääruse ettevõttele jällegi juurde, kuna on ühiskelder hoiustamise mõttes.

(Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

Kulla ja hõbeda ehk peamiste väärismetallide investeerimise juures on oluline selle seisukord ning kvaliteet, aga võltsimise mõte puudub, sest tehnika selle jaoks maksab liiga suurt hinda. Kui siis saab suurema seguga metallide puhul, kus proov ei ole 99,99 seda teha ja seal on ka võitu näha. Eelkõige on see vanade kuldmüntide puhul. Seega usaldusväärust turul näidatakse eelkõige suurimatest maardlatest pärit kulla omamisel ja selle esitlemisel ning positiivse kuvandi tagab Tavidi jaoks täna turul kvaliteet, sest pole ühtegi võltsingut nende teada kunagi tuvastanud. Oma kodulehel nad rõhuvad enda tugevustes ka selguses ja läbipaistvuses ning annavad välja pidevalt

ka ülevaadet ettevõtte arengutest, teevad koolitusi ja seminare. Läbi nende faktorite on müügis usaldusväarsus tagatud regulaarse väliskommunikatsiooni tegevuse ning turvalisusele rõhmisel usaldusväarsuse hoidmisel. Teine oluline faktor usaldusväarsuse tagamisel on turvalisus, sest igas salongis on vähemalt üks privaatne kabiin ning alati on ka kontorites relvastatud mehitatud valve ning ka elektrooniline valvetechnika. (Lisa 3. Intervjuu transkriptsioonid)

### **3. JÄRELDUSED JA SOOVITUSED**

Investeermisteenuse müügistrateegia ja reklaam veinide ning väärismetallide jaoks saab olla vormilt sarnane, kuid sisult siiski märkimisväärselt erinev. Seda tõestas esmalt kirjanduslik osa, kus väärismetallide jaoks on välja kujunenud juba tugev turg ning teenusepakkujad. Lisaks ei ole väärismetalli hoiustamiseks vaja erilisi tingimusi keskkonna mõttes, aga on vaja tagada turvalisus. Keskkonna mõttes on veini puhul, aga oluline tagada temperatuur, niiskus ning väga hoolikalt valitud sortiment. Uue kulla ja hõbeda toodangu puhul ei ole vaja teha põhjalikku taustatööd ning uurimust, et võtta vastu ostuotsus ning teha valik sortimendist. Väärtus ei sõltu mingisugustest lisatingimustest, vaid turuhind on ühesugune suuresti ning vahed on väga väikesed. Eesti teenusepakkuja koguste ja turuhõive tõttu suudetakse pakkuda vägagi konkurentsivõimelist hinda, millega müüakse kliendile hinna pealt ja samas ka tervikliku klienditeeninduse pealt. Personaalne lähenemine müügis on iga kliendi puhul oluline, sest väärismetalli pakkuja moto on, et kui kliendil mõte tekib seoses kulla või hõbedaga, siis usaldusväärne järgmine samm on pöörduda Tavidi poole igas küsimuses. Seega on suur roll usaldusväärse personaalse kliendisuhete hoidmine, mis loob ka loojalse kliendi.

Veinimaailmas on näha täna reaalse turu puudumist Eestis ja lähiregioonis, toodi eelkõige välja seega Prantsusmaa ja Suurbritannia näited, kus on kas traditsioonidega ja hinnatud päritoluga veinimõisad või teiselt poolt merd professionaalsed hoidlad. Klientidele müüakse eelkõige terviklikku teenust personaalse müügi näol kui klient registreerub veebis või leiab neid üles mõnel sündmusel, siis luuakse kontakt, lepatakse kokku kohtumine ja seejärel on üks kindel agent, kes temaga tegelema hakkab. Alustatakse kliendisuhet nõustamisest ning konsulteeritakse pidevalt klienti.

Soovitused kuidas pakkuda veinidesse investeerimise teenust on osaliselt seotud põhimõtetega väärismetallide näidete järgi, kuid sisulise poole pealt ei saa öelda, et oleks võrreldavaid tegureid. Samas vormiliselt on mõlema puhul vaja müügis keskenduda kolmele argumendile. Pakutakse läbinähtavaid hoiutingimusi veinide kontekstis – metalli puhul on vaja teenusepakkujal endal luua

aus kuvand enda ettevõtmisest ja luua turvaline ostukeskkond. Keskenduda personaalsele teenindamisele, sest väärtvara puhul on rohkelt nüansse, mida klient soovib teada ja veenduda usaldusvääruses teenuse tarbimisel, võrreldes finantsvaradega, kus igäiks võib seda teha asukohast ja ettevõttest sõltumata. Seega on oluline olla inimese jaoks kättesaadav ning teadlik. Veinidesse investeerimise puhul tuleb visualiseerida inimesele positiivset emotsiooni ning kuvandit vastavate veinide taustast, et milline on nende kas traditsioonide rikkusest tulenev väärtus või suure tulevikupotentsiaaliga uute veinimajade kiire tõus seni juba näidanud head pinnast.

Siinkohal toob autor välja olulisemad tähelepanekud, mida töö tulemustest lähtuvalt on võimalik kasutada investeerimisteenust pakkuvatel ettevõtetel oma müügitgevuse sõnumite koostamiseks.

- Väärismetallide investeerimise teenuse pakkumisel on oluline klientide jaoks personaalse lähenemise pakkumisega, see ei ole toode, mida soovitakse osta veebi vahendusel ilma assisteeriva abita.
- Väärismetallide olulisemad valdkonnad millele oma müügisõnumite ja reklaamitegevuses tuleks keskenduda lähtuvalt intervjuude tulemustest on: metalli puhtus ja päritolu, läbipaistvus teenuse pakkumisel ning maksimaalne kättesaadavus.
- Lisaks tavapärasele müügitgevusele aitab suuresti kaasa usaldusvääruse kasvule väärismetalli valdkonna puhul kõrvaltegevused väliskommunikatsiooni ja reklaami võtmes nagu trükiste tootmine, seminaride ja koolituste korraldamine.
- Veinidesse investeringu puhul on Eesti, Baltikumi ja Põhjamaade regioonis töös osalenud ekspertide hinnangul pakkumine pea olematu, kuid näha on viimastel aastatel märgatavat huvi kasvu ja inimesed muutuvad veinidest teadlikumaks. Omaalgatuslikult on hakanud inimesed ennast harima, seega oodatakse teeninduselt väga professionaalset teadlikkust.
- Veinidesse investeerimise teenuse puhul tuleb oma peamised turundussõnumid ja tegevus keskenduda hoiustamisele – turvalisus ning niiskuse ja temperatuuri püsiv tase.
- Luua usaldusväärne ülevaade keskkonnatingimustest ruumides, mida otsesemalt kliendile ülevaadet on võimalik edastada, seda suurema tõenäosusega teeb klient ka ostuotsuse sinu kasuks teenusepakkuja valikul.

Sisuliselt ei ole kokkupuutepunkte veinimaailma ja väärismetallide vahel investeringu vaatevinklist, sest kulla hoiustamisega on inimesed harjunud ise tegelema. Vastupidiselt veini

puhul on see peamine tingimus. Uurimuses osalenud ekspertide hinnangul on oluline rõhutada oma müügitgevuses spetsiaalselt valitud sortimendile ning tugevdada oma argumenti vanemate veinimajade puhul traditsioonidele ja ajaloole keskendumisega ning uute veinimajade puhul kiirele arengule auhindade ja reitingute näol.

## KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärgiks oli teada saada ja jõuda järeldusele kas veini võib käsitleda samaväärse väärisaravana väärismetallidega ning sellest lähtuvalt ehitada investeerimiseks mõeldud teenus üles oma müügistrateegias samadel alustel.

Kirjanduslik taust ja tõestuseks kvalitatiivne uuring ekspertide intervjuudega näitas, et kulla ja hõbeda puhul on garantiiks likviidsuse ja usaldusvärsus. Kuna tagatiseks on riikide väärismetallide varude omamine. Seega on teenusepakkujad turul olemas rahvusvaheliselt ning oluline on pakkuda usaldusvärsuses toodet kõrgeima puhtuse astmega metalli segu ja mõõtmete poolest. Sõltuvalt turuosa suurusele mängitakse hinnaeelise argumentidele. Seega müügiargumendid keskenduvad peamiselt usaldusvärsusele metalli puhtuse ning parema hinna pakkumisele.

Nii kirjanduslik kui empiiriline osa näitas, et veinimaailmas maksab täna eelkõige päritolu ja traditsioonid. Suurima väärtusega veinid on täna turul Prantsusmaalt ja ajaloolistest Burgundia ja Bordoo piirkondadest, kus isegi uute veinimõisate toodangu hinnad võivad olla väga kõrged lähtuvalt puhtalt asukohast. Seega keskendutakse müügi eelkõige asukoha argumentidele veini valikul ning turundatakse asukohta kui brändi ning nendega kooskõlas olevaid suuremate traditsioonidega nimesid. Tänaused teenusepakkujad keskenduvad oma müügis suuresti personaalsele müügile, mis on väga kliendikeskne ja terviklikku lahendust pakkuv. Arvestatakse vastavaid kliendi eelistusi ja kriteeriume sortimendi valikul kui ka hoiustamise võimaluste pakkumisel. Likviidsus ei ole siiski veini puhul selline nagu kulla ja hõbedaga. Turul valitseb täna väga spekulatiivne olukord ja seetõttu kasutatakse turunduses eelkõige vara säilitamise sõnumit kui pakutakse investeerimise teenust veinidesse. Suuremad agentuurid (*nt Cult Wines ja Octavian*), kes veinidesse investeerimise teenust võimaldavad annavad siiski ka lubaduse, et tootlikkus on 10% ja see on reklaamitud ühe peamise sõnumina ning tuuakse välja võrduslikku eelist teiste varadega. Lubatakse eelkõige stabiilset kasvu, kuid siiski mitte kindla arvuga, vaid vahemikuna.

Intervjuud ekspertidega andsid tõestuse, et väärismetalli investeerides soovitakse saada küll personaalset kogemust nagu ka veinidesse investeerimisel, kuid peamine soov soetamisel on usaldusväarsus osta õige prooviga ja kaaluga kulda või hõbedat. Hoiustamist ostu-müügi vahendajad turul ei paku, sest kaal, mõõtmed ja kogused on inimeste puhul nii väikesed, et on kujunenud välja tava hoida isiklikes peidupaikades.. Seega sellist teenust turul ei pakuta ja müügisõnumid keskenduvad eelkõige usaldusväärsetele tarnijatele ning päritolule puhtuse aspektist.

Veinidesse investeerimise puhul on esmatähtis hoiustamistingimused ning suutlikkus pakkuda neid maksimaalsel tasemel, kuid sellisel juhul on küsimus, kas äri on piisavalt kasumlik ja alles millise mahu pealt. Sortimendi usaldusväarsus tootlikkuse kasvu ootuses tulevikus on teine oluline osa ja turul valitseb arusaam, et enamuse tuleb Prantsusmaalt üle 90% suurima väärtusega veinidest Burgundiast ja Bordoost on investeerimisväärtusega veinid. (Liv-ex, 2014)

Seega lõppjärelendus bakalaureusetöö püstitatud uurimisküsimustele on, et väärismetallid ja väärismetallid keskenduvad oma müügi ja turundustegevuses erinevatele valdkondadele. Metallide puhul on peamiselt selleks päritolu tõesus, aga veinide puhul on hoiustamise kvaliteet. Ühine omadus mõlema puhul on personaalse müügi vajadus, mida kliendid hindavad kõrgelt. Seega ei ole võimalik kumbagi seda teenust pakkuda inimtööjõu vabalt näiteks veebiplatvormil, kus inimene ei saaks küsida personaalset konsultatsiooni ja nõustamist.



## **SUMMARY**

### **REQUIRED TERMS FOR PROVIDING TRUSTABLE INVESTING SERVICE TO REAL ASSETS**

Risto Kaljurand

The aim of the bachelor's thesis was to find out and conclude that wine can be considered as an equivalent asset to precious metals and consequently of that to build up an investment service on the same basis in its sales strategy.

A literary background and a qualitative study interviews with experts showed that in gold and silver, the guarantee of liquidity and credibility have countries guarantee who also own precious metals reserves. All over the world are service providers in the market and the main thing for customer is to be sure of the reliability of the provider in the purity of the product. In addition depending on the size of the market you have variability to change price for different customers. The selling points focus mainly on the reliability of offering metal purity and better price.

The literary showed that mostly pays off origin and tradition in today world. Wines of the highest value are on the market today from France and from historical regions of Burgundy and Bordeaux, where even the prices of new wine manors can be very high based on a clean location. Therefore focus has set primarily on the location of sales arguments for wine selection. Today's service providers focus their sales largely on personal sales, which is a very customer-oriented and holistic service according to the customer's interests and preferences in the choice of assortment as well as storage service. Liquidity, however, is not as same easy for wine, as it is for gold and silver in the market. Therefore in marketing messages have primarily used storing assets when enterprises offering investment services to wines.

Interviews with experts proved that people who investing in precious metal would like to get personal and physical customer as well as investing in wines, but main what they need is trustability of gold and silver with right weight and measurements. The storing is not offered by the dealers in the market because the weight, dimensions and quantities are so small for people that they are prefer own asset at home. So such a service is not offered on the market, and sales messages focus primarily that distriputors are buying from reliable manufacturers with highest security level.

At first, investing in wines, most important are storing conditions and ability to offer it in highest level with temperature and humidity control. Only probleem will be the profitable business model, is this business is then still profitable when equipment is in highest level like customers assume.

Trustability of sortiment for getting profit of wine colletion is other important part of this service. People have knowledge that most valuable wine comes over 90 percentage only from France in particularly areas of Burgundy and Bordeaux. In valuable wines have meant investment value. (Liv-ex, 2014)

The conclusion to the research questions posed by the bachelor's thesis is that precious metals and precious wines focus on different areas of their sales and marketing activities. For metals, this is mainly due to the truth of origin, but for wines, the quality of storage. The common feature of both is the need for personal sales that customers value highly. It is not possible for either of these services to be provided only digitally on a web platform where a person cannot ask for personal consultation and counseling. People prefer and want to get personal touch.

## KASUTATUD ALLIKAD

- Bachmann, T. (2005). *Reklaamipsühholoogia* 225-235. Tallinn: AS Kirjastus Ilo.
- Balen. (2018). Investeeringimine veini, Kättesaadav: <http://www.balen.ee/teenused/investeeringimineveini/> 15.04.2019
- Barber, H. (2012). *Secrets of Swiss Banking: An Owner's Manual to Quietly Building a Fortune: Chapter IV*. USA, Indiana: H.Barber.
- Bordeaux-Traders. (2018). Why invest in wine. Kättesaadav: <http://www.bordeaux-traders.com/wine-investment/why-invest-in-wine/> 25.04.2019
- Czupryna, M., Oleksy, P., (2015). *Rational Speculative bubbles in the fine wine investment market 3-7*. Krakow: Krakow University
- Danneberg, T. (2017). Uus põlvkond – ettevõtjale pigem probleem või võimalus? – Äripäev. Kättesaadav: <https://www.personaliuudised.ee/sisuturundus/2017/04/12/uus-generatsioon--ettevotjale-pigem-probleem-voi-voimalus/> 02.05.2019
- Dimson, E., Rousseau, P. L., Spanjers, C. (2014). *The Price of Wine* 431-449. *Journal of Financial Economics*. 118.osa. University of Cambridge
- Eylandt, O. (2016). Uue püramiidskeemiga liituja võib enese teadmata saada küberkurjategijaks – Eesti Päevaleht. Kättesaadav: <https://epl.delfi.ee/eesti/uee-puramiidskeemiga-liitujast-voib-enese-teadmata-saada-kuberkurjategija?id=73592037> /24.04.2019
- Hillier, D., Draper, P., Faff, R. (2006). Do precious metals shine? An Investment Perspective – *Financial Analysts Journal*, Vol. 62, Tr. 2, 98-106. UK: Taylor & Francis.
- Jones, M. T., Obstfeld, M., (1997). Saving, Investment, and gold: a ressmnt of historical current account data - *National Bureau of Economic Research*. 2-7.
- Kumah, A. (2006). Sustainability and gold mining in the developing world – *Journal of Cleaner Production*, Vol. 114, No. 3, 315-323.
- Lake. R. (2019). What You Need to Know About Wine Investments - *The Balance*. Kättesaadav: <https://www.thebalance.com/what-you-need-to-know-about-wine-investments-4164197> 25.04.2019

- Liiva, S. (2015). Vananev ühiskond: nii palju on maailmas pensionäre aastaks 2050 – *Postimees*. Kättesaadav: <https://tarbija24.postimees.ee/3323795/vananev-uhiskond-nii-palju-on-maailmas-pensionare-aastaks-2050/> 24.04.2019
- Lioudis, N. K. (2018). *Has gold been a good investment over the long term*. Investopedia. Kättesaadav: <https://www.investopedia.com/ask/answers/020915/has-gold-been-good-investment-over-long-term.asp/> 14.04.2019
- Margaux, T., (2018). *A French Symbol Turning Into A Chinese Investment*, 33-35, Shanghai: Shanghai University
- Oakes, G. (1989). *Sales as a Vocation: The Moral Ethos of Personal Sales* 237-253. International Journal of Politics, Culture, and Society. New York: Springer.
- Parvinen, P. (2015). *Müügipsühholoogia. Nii meile müüakse* 1-167. Tallinn: Äripäev.
- Pimco. (2018). *Commodities*. Kättesaadav: <https://global.pimco.com/en-gbl/resources/education/understanding-commodities/> 20. aprill 2019
- Schmelz, D., R., D. (2011) *Personal selling and sales management abstracts* – Journal of Personal Selling & Sales Management, Vol. 36, Tr. 4, 363-373. USA: Routledge
- Shannon, J. (2010). *The Gold Star Investment Strategy: Chapter III:Gold* 16-17. USA, Indiana: AutorHouse.
- Sunshine Profits. (2018). *Precious metals investment terms A to Z*. Kättesaadav: <https://www.sunshineprofits.com/gold-silver/dictionary/gold-sp/> 14.04.2019
- U.S Global Investors. (2018). *Top 10 Gold Producing Countries*. Kättesaadav: <http://www.usfunds.com/investor-library/frank-talk/top-10-gold-producing-countries/#.XMWRh-gzY2w/> 20.aprill 2019
- U.S Global Investors. (2018). *Top 10 Countries with Largest Gold Reserves*, Kättesaadav: <http://www.usfunds.com/investor-library/frank-talk/top-10-countries-with-largest-gold-reserves/#.XMF5hegzY2w> 14.04.2019
- Vadi, M. (2002). *Müügisuhtlemine* 47-61. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
- Veelmaa, S. T. (2017). *Uue generatsiooni ootused: mõtestatud töö, vabadus ja võrdne partnerlus* – Life Journal. Kättesaadav: <https://www.mandatumlife.ee/uee-generatsiooni-ootused-motestatud-vabadus-ja-vordne-partnerlus/> /03.05.2019
- Vinito. (2019). *Invest*. Kättesaadav: <https://vinito.vin/invest> , 25.04.2019

Õunapuu, L., (2014). Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteaduses 52-53.  
Tartu: Tartu Ülikool.

Zimmermann, R., J., McCown, R., J. (2007). Analysis of the Investment Potential and Inflation Hedging Ability of Precious Metals. Kättesaadav:  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1002966#](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1002966#) /20.04.2019

# LISAD

## Lisa 1. Intervjuu küsimustik veinile

Kvalitatiivne uuring intervjuu meetodil.

Lõputöö teemal „Väärivaradesse investeerimisteenuste kättesaadavus ja usaldusväärsus“

Palun vastuseid teilt järgmistele küsimustele. Vastata võib nii kirjalikult kui ka ainult lindistusega salvestades telefoni oma vastamine ning jagada see otse läbi Google Drive'i mulle saates email [risto.kaljurand@gmail.com](mailto:risto.kaljurand@gmail.com). Valige teile sobiv viis.

Soovituslikult vähemalt 4-5 lauset vastuseks ühe küsimuse kohta.

1. Kuidas hindate klientide teadlikkust investeerimisest veinidesse, kas ja kui tihti tullaakse teie juurde puhta lehena, et soovin hakata ostma veine investeerimise eesmärgil? Kas on tehtud eelnev põhjalik eeltöö kui teie poole pöördudakse? Kui kõrge on sellisel juhul olnud klientide teadlikkus?
2. Kuna veinil pole ühtset maailmaturu hindu nagu kullal/hõbedal väärivarana, siis milliseid platvorme või allikaid soovitate usaldada võrdleva hinna saamiseks kui leitakse sobiv vein või soovitakse hakata müüma oma veine. Miks?
3. Milline on olnud klientide tagasiside niiöelda teenuse kvaliteedi kohta, kes on kasutanud veinidesse investeerimisel teie nõu? Nii personaalsel kui koolituste tasandil.
4. Millistel tingimustel pakute veinide hoiustamist kui teie kaudu klient soovib veine hoiustada? (Hoiutasu, turvalisus, keskkond)
5. Kui klient soovib oma veine teile tagasi müüa näiteks 2 aasta pärast, siis kas pakute sellist võimalust ja millistel tingimustel?
6. Kuidas hindate investeerimisväärtusega veini keskmist tootlikkust aasta kohta näiteks 10 aasta lõikes? Kas järgneva 10 aasta jooksul näeme pigem suurt kasvu, suurt langust või näeme graafikul suurt hüpet mõlemas suunas?

(Allikas: Autor)

## **Lisa 2. Intervjuu küsimustik väärismetallile**

Kvalitatiivne uuring intervjuu meetodil.

Lõputöö teemal „Väärismetallidesse investeerimisteenuste kättesaadavus ja usaldusväärsus“

Palun vastuseid teilt järgmistele küsimustele. Vastata võib nii kirjalikult kui ka ainult lühidusega salvestades telefoni oma vastamine ning jagada see otse läbi Google Drive'i mulle saates email [risto.kaljurand@gmail.com](mailto:risto.kaljurand@gmail.com). Valige teile sobiv viis.

Soovituslikult vähemalt 4-5 lauset vastuseks ühe küsimuse kohta.

Kuidas hindate klientide teadlikkust kulla/hõbeda soetamisel investeerimise eesmärgil. Kas tullaakse puhta lehena enamasti teie ettevõttesse või tehtud on eelnev põhjalik eeltöö? Milline sellisel juhul on üldiselt klientide teadlikkus?

Kuna kulla/hõbeda maailmaturu hind on kõigile leitav ning nähtav, siis miks just teie käest soetades peaks tundma ja mõistma klient kõrgeimat usaldusväärust? Kas teie eesmärgiks on pakkuda parimat hinda lähiriikide konkurentsisis või millisele kriteeriumile oma müügis peamiselt rõhute usaldusvääruse pakkumisel?

Milline on olnud klientide tagasiside teeninduse kvaliteedi kohta? Kas soovitakse rohkem personaalset lähenemist ja nõustamist või eelistatakse veebis ostlemist?

Millistel tingimustel saab teie juures hoiustada soetatud kulda/hõbedat (palju kliendile maksab ja millist turvalisustaset te võimaldate)?

Kui teadlikud on uued kliendid kulla/hõbeda tagasiostu võimaluse tingimustest? Kui suur osakaal klientidest kasutab seda võimalust ja kui palju selliseid tehinguid igas kuu näiteks on? Milline on olnud klientide tagasiside sellisele teenusele?

Kuidas hindate väärismetalli kulla/hõbeda keskmist tootlikkust aasta kohta näiteks 10 aasta lõikes? Kas järgneva 10 aasta jooksul näeme pigem suurt kasvu, suurt langust või näeme graafikul suurt hüpet mõlemas suunas?

(Allikas: Autor)

### Lisa 3. Intervjuude transkriptsioonid

Siin on kirja pandud kõik kvalitatiivse küsitluse intervjuude transkriptsioonid, mis on seotud Risto Kaljuranna bakalaaurusetööga “Usaldusväärse teenuse tagamise tingimused väärivaradesse investeerimisel”. Rõhutatult on esile toodud need küsimused, mis olid ametlikus ankeedis, et tõestada vastavust üldvormile küsitluse suhtes.

Intervjuudes on välja toodud transkriptsiooni iga vastuse ees vastaja kindla initsiaali(de)ga, nagu Kristjan Päeske - K, John Longhurst - J, Meelis Atonen - M, Lauri Luik - L ja intervjuu tegija autor Risto Kaljurand - R.

#### Intervjuu - Kristjan Päeskega - veinid

Tegemist oli kohtumisega 28. aprillil tema restoranis Leib, Resto & Aed, kus olime eraldi ruumis ning keegi ei seganud. Intervjuu salvestis kestis 15 min ja 23 sek.

**R:** Kui palju sa ise tunnend, et meie regioonis Põhjamaades oleks huvi veinide hoiustamisele?

**K:** See on väga spekulatiivne, minu käest on küll päris mitmeid kordi küsitud kuidas ja mis moodi on hoiustatud ning kui ma juhtisin aastad tagasi restorani Kolm Õde, siis ma ei mäleta kui palju maksis, aga see hoiustamine jäi liiga kalliks. Üheltpoolt tundub, et selleks, et oleks äril pointi, siis tuleb küsida ka vastavat väärtust, aga teiselt poolt nii vähe, et inimene tunneks ka kasumlikkust piisavalt.

Eee.. sest kui panna 30 eurine vein hoidma, siis ei ole enam profitit. Et, et võib-olla esimene küsimus ongi see, kas suudate seda hinna piisavalt alla viia? Millise hinnaga te suudate oma toote turule tuua onju. Kui te korra mainiste, et paar euri aastas ja te suudate selles hinnaklassis ka hoida, siis why not, aga mulle tundub, et see ei make sense'i teie jaoks enne kui ei oleks tuhandeid pudeleid sees.

**R:** (kirjalikult) **1. Kuidas hindate klientide teadlikkust investeerimisest veinidesse, kas ja kui tihti tullakse teie juurde puhta lehena, et soovin hakata ostma veine investeerimise eesmärgil? Kas on tehtud eelnev põhalik eeltöö kui teie poole pöördudakse? Kui kõrge on sellisel juhul olnud klientide teadlikkus?** Et, see on siis küsimus, mis oli ka kirjalikult antud, aga millised on vahepeal tekkinud lisamõtted.

**K:** (kirjalik eelvastus) Inimesi, kes soovivad abi veinide valikul kas koju, mõnele sündmusele või lihtsalt hoiustamiseks, et seda hiljem nautida käib minu juurest läbi päris palju. Samas investeerimissooviga ei ole ma tegelikult varem kokku puutunud- teie olete ainsad. Teadlikuse kohalt saate hinnata enda teadlikust.

(jutt juurde kohapeal) Tark oleks Eest sommeljeede liidu kaudu võtta ühendust veiniklubidega ning ütlete, et turule on tulemas selline toode ning sealt on reaalselt palju huvilisi. Ennustan, et te alustate raskelt, aga te ei saa ka olla liiga tagasihoidlik, et jõuda balanssi (mõttepaus) nooo... näiteks annate allrendile ruumid esmastel aastatel ja kuna teie investeeringud algul on väga suured tagamaks õiget kliimat ja temperatuuri, siis seda tasuks teha.

**R:** Kui me leiame õiged ruumid, (noh), et mis saame heade tingimustega ja ka kliima mõttes...



**K:** Te peate siiski panema seadmed sisse, muidu ma ei usalda teid ja põhjusega ei usalda teid.

**R:** Jaa muidugi, aga noh.. nagu näha turul, siis hinna amplituud on väga lai paarist tuhandest kümne tuhandeni võib-olla isegi.

**K:** Minul on kodus pool sellest ruumist (Autor: ruum oli kusagil 20m<sup>2</sup> suur) ja mul läks kaks ja pool tuhat koos paigaldusega.

**R:** Selge, see on mis firma?

**K:** Soomlaste kaudu on see võetud, aga väga korralik Prantuse firma.

**R:** Selge ma uurin seda ka siis. Aga kui liigume nüüd hoiustamise pealt korra edasi, et kui ruum on olemas ja hoiustamine paigas, siis kui suurelt näed sa usaldusväärset turundusmeetodit antud teenuse pakkumisele, et milliseid allikaid ja materjale kasutada, et noh julgeks sellist teenust propageerida tõsise investeerimisena?

**R: 2. Kuna veinil pole ühtset maailmaturu hindu nagu kullal/hõbedal väärismetallidel, siis milliseid platvormide või allikaid soovitate usaldada võrdleva hinna saamiseks kui leitakse sobiv vein või soovitakse hakata müüma oma veine. Miks?**

**K:** (Kirjalikult) Platvormi valik sõltub kahest asjaolust:

a) Tegemine on veiniga, mis on hinnaline, kuid mille saadavus maailmaturul pole piiratud. Peamise valiku hinnastamiseks pakub [winersearcher.com](http://winersearcher.com) pro versioon.

b) Tegemine on väga limiteeritud veiniga- [winersearcher.com](http://winersearcher.com)-ile lisaks tuleks lisaks vaadata ka oksjoneid. Osalt on need nähtavad ka [winersearcher.com](http://winersearcher.com) lehel, lisaksin aga kindlasti [winebid.com](http://winebid.com), [cellarbid.com](http://cellarbid.com), [www.bidforwine.co.uk](http://www.bidforwine.co.uk) jne

**K:** (Kohapeal rääkides) Ise ma täna ei julgeks liiga põhjalikult sellist teenust pakkuda, sest see ei ole siiski minu maailm kui veinidesse investeerimine ja ma ka isiklikult ei tunne inimesi kes sellise teemaga tegeleks. Et minu jaoks see ongi teema kus te olete heas mõttes hullud, kes sellega siin täna alustavad.

**R:** Kui palju suuri tegijad Euroopast teate?

**K:** Nemad tegelevad meil siiski suurtel turgudel ja seal on ka nende võlu.

**R: (Kirjalikult) 3. Milline on olnud klientide tagasiside niiöelda teenuse kvaliteedi kohta, kes on kasutanud veinidesse investeerimisel teie nõu? Nii personaalsel kui koolituste tasandil.**

**K: (Kirjalikult)** Nagu öeldud, siis paraku pole nõu varasemalt küsitud.

**R:** (Intervjuus) Siinkohal ma mõtlesin oma küsimusega eelkõige seda, et no kui ütleme tuttavad on küsinud abi või hoiustanud, siis milline on olnud tagasiside ja eelkõige ka teie puhul koolituse mõttes kui seal Ärikatla sündmusel käisite.

**K:** Ma ei ole tuttavate käest tegelikult selle eest raha võtnud, see on olnud lihtsalt selline võimalus minu poolt ja koolituse jaoks ma viisin ennast ka rohkem teemaga kurssi.. sest jah see ei ole mu igapäevane tegevus.

Aga jah see oleks mõte, siis kui suudate tagada tingimused, mis on tõestavad, et noh ... ja hinnaga saab alati odavamalt ... et nende inimeste jaoks see pole nii oluline. Aga teie jaoks pakkumise puhul, et kuidas suudate pakkuda sellist sertifikaati teenusele, et Dunker ja teised ostaksid teilt veini ära.

**R: (kirjalikult eelnevalt) 4. Millistel tingimustel pakute veinide hoiustamist kui teie kaudu klient soovib veine hoiustada? (Hoiutasu, turvalisus, keskkond)**

**K:** Vaja oleks siis kindlat institutsiooni, kellel on see track record olemas ning ma sinu asemel rendiks näiteks Londonist oma keldriruumi ja võtaks veinid sisse ja paneks asja käima, siis sa näed kus ja kuidas see asi täpselt töötab ja toimib.

**R:** Ja kui siin tuua mängu see, et teie nimega tuleks sortiment, mida klientidele hakata pakkuma, siis kas sa oleksid nõus seda osa teenusest pakkuma?

**K:** Siinkohal ma ei näe probleemi, jah sest on olemas niiõelda lollikindlaid veine, et nagu ütleme kusagil kuue ... 70 euro juures nagu leiaks. Agaa siis, et noh see on ikkagi tänamatu töö. Et võib sattuda, tuleb auk või siis see, et tekib aga tekib likviidsuse probleem...(mõttepaus)

**R:** Jah, et täna on oksjonikeskkonnad ainult eksole, aga kui luua selline korralik platvorm müügiks. See ongi, et täna ei ole meil seda platvormi, kus oleks ajalugu ja track record

**K:** Siin tuleb üks mõõde veel, et mul on allahindlused tulemuslikud. See tavakliendile on kättesaamatu tavaliselt. Seega jah minu kaudu oleks see eelis.

**K:** Lisaks sertifitseerimise mõttes on oluline mulle kui kliendi seisukohalt näiteks see peamine, et kodulehel oleks näha ikka pidevalt temperatuuri ja tingimusi.

**R:** Jah..., et see on nagu kindlustus, mida saame ka sinna lisaks pakkuda..(katkestas)

**K:** See peab nagunii olema jah, kuid kui te ei leia seda, siis ....eee te võite võtta kui minu pealt nagu näiteks restorani kindlustus panna peale.

**R: (kirjalikult) 5. Kui klient soovib oma veine teile tagasi müüa näiteks 2 aasta pärast, siis kas pakute sellist võimalust ja millistel tingimustel?**

**K: (kirjalikult)** Kuna ma ei paku ise veinidesse investeerimise teenust, siis ei paku ka tagasiostu teenust.

**R: (Kirjalikult) 6. Kuidas hindate investermisväärtusega veini keskmist tootlikkust aasta kohta näiteks 10 aasta lõikes? Kas järgneva 10 aasta jooksul näeme pigem suurt kasvu, suurt langust või näeme graafikul suurt hüpet mõlemas suunas?**

Isoonveinid on ajaloos näidanud korralikku tootlust, Bordeaux ja Burgundia eriti. Samas ennustatakse, et buum on lõppemas ja selline hinnatõus ei ole enam jätkusuutlik. Tegelikku olukorda- nagu ka näiteks aktsiaturul- ei ole võimalik paraku ette ennustada. Usun, et tarku valikuid tehes, on pikas perspektiivis veinile, kui ühele portfelli osale panustamine suhteliselt turvaline valik.

**R:** (luges eelmise küsimuse veel), et kas soovid siia veel midagi lisada juurde?

**K:** Nagu ma ka enne juba näite tõin, et ma kindlasti suudaks selliseid 70 euroseid veine pakkuda ja nimetada, mis on kindla peale näited, aga noh alati võib tulla auk majanduses ja noh siis tuleb kannatada eksole.

**R:** Arusaadav. (mõttepaus, vaatasin küsimused üle) Agaaa siis tundub, et ongi kõik. Et panen siis asja kokku ja saab veel jooksavalt suhelda kui miskit veel segaseks jäi või edaspidi teemasse juba süvenenumalt sisse minna.

**K:** Igatahes edu siis ka äri tegemisel, jah, olgu, head aega.

(Sulgesin diktofoni ja pärast arutasime veel ärilises kontekstist mõnda küsimust ja seejärel lahkusin)

### **Intervjuu John Longhurstiga - veinid**

Tema vastused olid peamiselt kirjalikud ning täiendusi sain juurde küsida Skype teel, sest on pikema aja Aasias ära. Seal, kus on sulgudes mäрге ees on kirjalikult saadud vastused, ülejäänud on telefoni teel suhtlus, kus eelmärget ees ei ole.

**R:** (kirjalikult) **1. Kuidas hindate klientide teadlikkust investeerimisest veinidesse, kas ja kui tihti tullakse teie juurde puhta lehena, et soovin hakata ostma veine investeerimise eesmärgil? Kas on tehtud eelnev põhalik eeltöö kui teie poole pöördudakse? Kui kõrge on sellisel juhul olnud klientide teadlikkus?**

**J:** (kirjalikult) Enamasti on tühi leht inimeste puhul ning teadmisi otseselt veinidesse kui investeringu objektidesse ei ole. Sisuliselt on ainult eeldused.

**R:** Kui tihti sa oled kohanud üldse inimesi, kes ütlevad noh kas on mõelnud üldse investeerimisele?

**J:** (mõtleb korra) Eesti puhul on mõned korrad kuus, sest ma liigun väga palju maailmas ringi. Samas UK-s, kus mul on põhiline tegevus ma ka liigun seltskondades ringi, kus on inimesed, kes varakamad ja otsivad alternatiivseid võimalusi.

**R:** Ja kui korra mõelda, et mis siis inimesed nii viisi küsinud on kui tahavad investeerida, kas kindlaid marke või tooteid?

**J:** Eks esimese asjana on küsitud tavaliselt ikkagi Prantsusmaa veinide kohta, sest on kuulnud ka kuuldusi või samas kuna pakun hoiustamist eelkõige, siis ka küsitud erilisemate sortide kohta kui kusagil oksjonil Londonis näinud, et tahaks hoiustada sinu juures.

**R:** (kirjalikult) **2. Kuna veinil pole ühtset maailmaturu hindu nagu kullal/hõbedal väärivarana, siis milliseid platvorme või allikaid soovitate usaldada võrdleva hinna saamiseks kui leitakse sobiv vein või soovitakse hakata müüma oma veine. Miks?**

**J:** (kirjalikult) Enamasti eestlased kasutavad ikkagi Vivinot, mis polekski nii paha kui kasutada professionaalsemat varianti.

**R:** Aga milliseid sa ise soovitaksid kasutada parima usaldusväarsuse ja suurima baasi nägemiseks veinidest?

**J:** Ega kõik siin reklaamivad ennast jah tipptegijana, aga pigem soovitaks siinkohal wine researcherit, kus rõhutakse ka enda müümisel eekõige selle spetsialistide poolele. Minu enda OctavianWines on suurimaks partneriks Cult Wines ettevõttele, kes pakub parimaid lahendusi personaalse lähenemisega ja pakub konsultatsiooni uue kliendi portfelli moodustamisel ka.

**R:** (kirjalikult) **3. Milline on olnud klientide tagasiside niiöelda teenuse kvaliteedi kohta, kes on kasutanud veinidesse investeerimisel teie nõu? Nii personaalsel kui koolituste tasandil.**

**J:** (kirjalikult) Eesti puhul on keeruline mingeid üldistusi üldse teha, sest pole reaalselt turgu asjale, aga suuremat pilti vaadates saab öelda, et ollakse väga nõudlikud ja peened oma hoiakutest. Omamoodi see sõltub loomulikult ka sellest, et teenus on vägagi kallis ning inimesed nõuavad ka suurt kvaliteeti. Pigem võib siin tõesti tuua paralleele metallidega, kus pigem portfelist moodustab vein sellise hoidva osa... et noh halbadel aegadel säilitab su vara väärtust teiste finantsvarade languse pealt.

**R:** (kirjalikult) **4. Millistel tingimustel pakute veinide hoiustamist kui teie kaudu klient soovib veine hoiustada? (Hoiutasu, turvalisus, keskkond)**

**J:** (kirjalikult) Meie keldrid on Euroopas suurima mahuga kokkuvõttes, sest paikneme mitmetes riikides ning võimaldame ka transporti üle maailma hea logistilise tagatisega. Hoiutasu on eurodes umbes 7 eur pudeli kohta ning selle sees on ka ühekordne transport ning turvalisuse mõistes ei saa avaldada kõiki detaile ... (mõttepauz), aga me kasutame siiski kaasaegsemaid lahendusi. Hoiame kõiki veine kastides ning oluline on püsiva temperatuuri, mis on umbes 13 kraadi ja niiskus, mis jääb 55 kuni 60 % peale. Agaa üldiselt jääb ruum siiski oma välimuselt kui selliselt tavalise lao tüüpi.

**R:** Kas tänasel hetkel Eestis sellisele teenusele oleks teie arvates turgu pakkuda, et siinkohal ma mõtlen just tavakliendile, kes saaks investeerida umbes 50 eurot kasvõi? Kas ja kuidas müüksite talle seda teenust?

**J:** Ma usun, et saaks isegi küll, sellisel juhul ma keskenduks turundamisel siiski väga palju kui erilisele sortimendile ning võimalusele pakkuda ka konsultatsiooni professionaalide kaudu.

**R:** (kirjalikult) **5. Kui klient soovib oma veine teile tagasi müüa näiteks 2 aasta pärast, siis kas pakute sellist võimalust ja millistel tingimustel?**

**J:** (kirjalikult) Täna on turg veel nii palju alles arengujärgus ning sellise toote teenuseliselt pakkumisel ma isegi kujutaks seda ette, aga vajab korralikku ajalist kulu ning määral ka pimesi usaldamist, et see vein on tõesti olnud sellisel juhul õigetest tingimustel nii nagu selle kohta ka väidetud on.

**R:** Minu mõte siinkohal on testida seda ideed kui pakkuda niiöelda kulla tagatist turunduslikus võtmes, et nagu viid Tavidisse kulla ja saad kohe raha, siis meie puhul oleks veiniga samamoodi kui viid veini ettevõttesse ja sul on logi näidata või õigemini see tähendab, et näitadki puhtalt pabereid ja selle põhjal seda teha?

**J:** Jah ma võiks isegi arvata, et selline asi võib toimida kuid nagu ma mainisin, siis see on mõningal määral ikkagi keerulisem kui metalli puhul mille tõesust saab paremini määratleda kui veini ajalugu kuidas ja kus seda hoitud on ja veetud ka siis transpordi mõttes siia ja sinna.

**R:** (kirjalikult) **6. Kuidas hindate investermisväärtusega veini keskmist tootlikkust aasta kohta näiteks 10 aasta lõikes? Kas järgneva 10 aasta jooksul näeme pigem suurt kasvu, suurt langust või näeme graafikul suurt hüpet mõlemas suunas?**

**J:** (kirjalikult) Ma ei hakka siin üldse spekulerima ning ei ole ise otseselt kokkuvõtteid tegema. (väike paus ning kõhatused). Aga ma võin öelda enda portfelli baasilt, et minu tootlikkus on kusagil 13-14% juures aasta kohta tippveinide puhul, mida ma pean investeerimise väärtusega. Aga samas ei ole siit maha arvatud hoiustamise kulusid küll siiski.

**R:** Sa vastasid küll juba päris põhjalikult nendele küsimustele, aga ma siiski uurin sellist asja veel täienduseks, et kui me võtame puhtalt Bordeaux ja Burgundia veinid, siis kas lubaksid kliendile kindlat tootlikkust 10% aastas?

**J:** Kui ma saaks neist piirkondadest ise kogu valiku kokku panna, siis küll kui lisaks hoiustamine ning kõik muu turvalisus, kindlustus jne on kõik tagatud.

**R:** Aitäh sulle vastuste eest ning kohtumiseni!

**J:** Jaa tänud sulle, oli huvitav vähe pikemalt teemale keskenduda.

### **Intervjuu Meelis Atoneniga - väärismetallid**

Intervjuu toimus füüsilisel kujul Tavid AS peakontoris, 3.mai. Asukohana Tallinn, Aia tn. 5. Eelnevalt oli samuti kirjalikult ette antud küsimused, kuid kuna ei olnud kiire graafiku kõrvalt võimalik kirjalikult vastata, siis kõik vastused on intervjuu pealt. Kuna kohtumine kestis 23 min ja 9 sekundit diktofoni järgi, siis sai põhjalikud vastused kokkuvõttes ja vajaliku ülevaate kõige kohta.

**R:** Minu eesmärk, siis võrrelda varaklasse veini ja väärismetalle.

**M:** Need on ju täiesti mõõdetamatud võimalused.

**R:** Mõtlen, et eelkõige hoiustamise pealt.

**M:** Siin ei pea midagi hoidma... ee mul on veinikülmik kodus, aga noh seal juba ise tehnika kõik maksab ülimalt palju. Seal on meeltu kulu. Kulla võid panna veega kotti ning ongi kõik.

**R: 1. Kuidas hindate klientide teadlikkust kulla/hõbeda soetamisel investeerimise eesmärgil. Kas tullakse puhta lehena enamasti teie ettevõttesse või tehtud on eelnev põhjalik eeltöö? Milline sellisel juhul on üldiselt klientide teadlikkus?**

**M:** Ei saa seda kuidagi öelda, ükskord astub sisse uksest ja teab kõike. Mõni eestlane ütleb, et näe Saksamaalt saab sellise hinna aga keskmist ei näe, aga noh Eestis on lihtne. Meil on suhteliselt kobe kodulehekülg, see küll varsti muutub. Aga noh, teistes riikides näiteks Skandinaavias on vähe tuntud. Me ise oleme välja lasknud kullalehti ja teinud rohkelt koolitusi ja seminare.

**R:** Seega ise panustate ka piisavasse turundusse ning inimesed ka rohkem jõukamad aitab müügile kaasa?

**M:** Ei noh rootslased on meist rikkamad, aga nad usaldavad jällegi pigem pankasid, meie inimene ei ole nii usaldusväärne. Aga Eestlane muretseb palju rohkem oma raha pärast ja seda on ka vähem.

**R:** Aga eks meie ka ju usaldame suhteliselt pankasid?

**M:** Jah samas mina põhimõtteliselt ei tahaks aktsiatega tegeleda, aga ma usun oma teadmiste kvaliteeti rohkem kui panga haldurid seda suudaksid teha. Lihtne näide on veel inimeste teadlikuse kohapealt, et mitu korda sa oled oma II samba väärtust jälginud.

**R:** Kord aastas ikka olen

**M:** Aga küsi oma 10 sõbra käest ja sa näed, et enamus pole kordagi. Sa oled siis see vähemus, kes natukenegi teab, kus ja kuidas tema finantsid elavad ja sul on soodumust ka paremaks rahaliseks seisuks tulevikus. See on samasugune vara nagu iga teine vara.

**R:** (segasin vahele) Jah enamus inimesi ainult poe mõtte peale vahetab kui keegi palub.

**M:** Mina tavaliselt hakkam koguma iga paari aasta tagant uude sambasse ja keskmiselt teenin palju rohkem kui tegelikkuses võib-olla parimasse valikusse pannes, aga siiski keskmiselt paremini. Ja meelitajaid on igal pool ka niiõelda investeerimisvõimalusi.

**R: 2. Kuna kulla/hõbeda maailmaturu hind on kõigile leitav ning nähtav, siis miks just teie käest soetades peaks tundma ja mõistma klient kõrgeimat usaldusväärset? Kas teie eesmärgiks on pakkuda parimat hinda lähiriikide konkurentsis või millisele kriteeriumile oma müügis peamiselt rõhute usaldusväärse pakkumisel?**

**M:** Me pakume ainukesena teenust Eesti turul ja parimat hinda siinses regioonis, kvaliteet on sama ja tuleb samast kohast, kus UK-s. Lisaks ka kiire kättesaadavus, et kui praegu tuleb, siis saab kohe kätte ka. Me võrdleme hindu ainult Saksamaa ja Austria turgudega, et tekiks tellimise vahe. Saksamaal on investeerimiskulda rohkelt. Kuna noorena paljud endale ostnud ja nüüd on järelturu müntide hinnad tunduvalt paremad kui meil Eestis, aga meil on uus kuld see mis Eesti klient eelkõige eelistab.

**R:** Et ringlust veel ei teki vanadele jah?

**M:** Pole veel nii palju lihtsalt sisse tulnud neid münte jah ning meie juurdehindlus on ainult 2-4% ning saatmiskulu on 25 eur saatmiskulu ning meie puhul on siiski võimalik pakkuda konkureerivaimat hinda ning võimekust. Sõltub ka tehastele. Mina Austraalia omale ja erinevad tooted.

**R:** On seal siis ka vahet?

**M:** See on lihtsalt, kes mida eelistab, sest ega tehtud on ikka püsivalt samasuguseid aastakümneid, kuid meil on näiteks Lunar mündid, mille hinnad on natuke kallimad, aga nende tiraaž on piiratud ja unikaalne.

**R:** Luuakse siis turgu ise uute templitega jah?

**M:** Ei see on üks ainsaid, et Filharmoonikul on koguaeg olnud ühesugune ainult.

**R:** Mille järgi üldse vahet teeb ja kuidas vana saada?

**M:** Ikka number on alati tunnusena peal ja järgi tehakse ainult väga vanu münte, kus on suur juurdehindlus ning proov ei ole 99,99, siis on võimalik suure juurdehindlusega saada head. Näiteks tsaari münt, kus juurdehindlus 120% üle turu seega sulami võltsimisel saad võitu ehk 70-80% võiduvõimalust. Selletõttu võltsitakse ainult neid, mis pole täiskullast. Sest päris kullal on tihedus niivõrd suur ja esimene asi et mõõdud ja kaal peab klappima ning iga töötaja peab suutma aru saada ja kindlaks teha neid. Kui siin kullahind on sellel mündil üle 300 euri, et noh ütleme, see noh jah saab üle 100 euro teenida ehk.

**R: 3. Milline on olnud klientide tagasiside teeninduse kvaliteedi kohta? Kas soovitakse rohkem personaalset lähenemist ja nõustamist või eelistatakse veebis ostlemist?**

**M:** Miks? Meil on ju kinnine boks ning siin pole midagi, siin ees ja taga igalpool.

**R:** Aga julge ikka minna niiviisi uksest välja suure rahaga?

**M:** Sinu hind on palju suurem kui selle kulla hind ja turvamees on koguaeg ruumis ning lisaks tagaruumil ka relvaga. Lisaks kui kedagi rünnatakse, siis hüpatakse kohe välja.

**R: 4. Millistel tingimustel saab teie juures hoiustada soetatud kulda/hõbedat (palju kliendile maksab ja millist turvalisustaset te võimaldate)?**

**M:** Nagu ma varem juba mainisin jah, et meie juures ei hoita, me ostame ja müüme kulda ainult, et paned ükskõik kuhu peitu pööningule või panka hoiule. Mul on nii kindlas kohas, et mul raske ligi isegi pääsuga ja ainult korra aastas vaatan inventuuri mõttes või siis kui keegi osta tahab midagi kindlat just ning mul seda olemas on.

**R:** Aga kui panna panka hoiule kuld, siis on turvaline (katkestas intervjuueeritav)

**M:** Ma ei ütleks nüüd, et turvaline, aga jah mingisugune 50 eurot aastas, mis muidugi ka oleneb pangast siiski ka ja kogustest.

**R: (kirjalikult) 5. Kui teadlikud on uued kliendid kulla/hõbedat tagasiostu võimaluse tingimustest? Kui suur osakaal klientidest kasutab seda võimalust ja kui palju selliseid tehinguid igas kuu näiteks on? Milline on olnud klientide tagasiside sellisele teenusele?**

**R:** Ja kuis on tagasiostuga kui heas korras peab olema?

**M:** Eks ikka korras nagu valuutaga, aga romukulla puhul paar protsenti ainult kehvem võib-olla. Aga me võtame ikka korraliku toote ja toimub kiire müük.

**R:** Aga kui kalliskive ei tunneta klient ja romukulla ehte sees?

**M:** See ei ole meie stiil, see on sulleri stiil. Meie eesmärk on pakkuda kliendile usaldusväärset teenust ning kui tal tuleb mingi mõte seotud kulla ja hõbedaga, siis ta tuleks kohe meie juurde ja pöörduks meie suunas ning soovitab meid ka oma tuttavatele ja sõpradele.

**R:** Ma täiesti mõistan, arusaadav, pigem oli lihtsalt selline noh nii provotseeriv küsimus (muie).

**R:** Ja teenus toimib siis väga lihtsal viisil jah?

**M:** Tuled lihtsalt kontorisse ja saadki raha vastu. Oled valuutat vahetanud kunagi?

**R:** Jaa ikka olen

**M:** Noovot siis pole siin midagi teistsugust, vaatad lihtsalt kodulehelt hinna valmis ning ongi olemas ja tuled kohapeale ning saada raha vastu... (katkestas küsitleja)

**R:** Aga kui keegi tulebki sellise kogusega, mille väärtus on ehk sadu tuhandeid? Mis siis erinevat on ja kuidas on vana kullaga?

**M:** Siis saab paluda minemist eraldi ruumi nagu meil ees salongis on boksid või siia ka taharuumi, kus me praegu asume. Seega on mitmetasandilised ruumid ja võimalused. Vana kulla puhul on lihtsasti tõestatav selle puhtus ja usaldusväärsus seerianumbri baasil ning ehete ja rämpskulla puhul niiõelda on tagasiostu hind ainult 7% väiksem kui kulla turuhind.

**R:** Aga kui minna nüüd veel ühe teema juurde, et tootlikkus ajas, siis kuidas hindad pikemas perspektiivis ?

**R: 6. Kuidas hindate väärismetalli kulla/hõbedade keskmist tootlikkust aasta kohta näiteks 10 aasta lõikes? Kas järgneva 10 aasta jooksul näeme pigem suurt kasvu, suurt langust või näeme graafikul suurt hüpet mõlemas suunas?**

**M:** Tootlikkus, ma seda ei oska öelda, mina ei ole Igor Mang. Ma ütlen kohe, et ma ei ole mingi müügimees. Ma olen siin äris sellepärast, et mul kuld meeldib. Tulin ka sellepärast, et kui poliitikast lahkusin, siis omanik helistas ja kutsus, et tulen. Mõnikord ainult seminaridel ütlen oma hüpoteetilise väärtuse.

**R:** (kiirelt vahele) Mis see siis võiks olla?

**M:** Mina arvan lihtsalt niiviisi, et ühel hetkel tuleb rahareform ja kaob tänase käibevaluuta väärtus ning siis on jälle kuld vägagi kuningas. Ma endale ostan regulaarselt ja soovitan ka teistele. See on selline, et hoida lihtsalt 10-15% hoida oma portfellis kindluse mõttes, et jaaa noh euroga mõistes 9% tõusnud iga aasta. Noh, et siin oli ka miinus ühel hetkel, aga siin on vahepeal tõus ja langus jne. Siin oli kui võlakriis, siis langes, kas sa siis olid kui vana?

**R:** Ma hetkel olen 24 jah.

**M:** Seda ma arvasin noh sa olid siis 16-17 ju vist veel mitte.

**R:** Ehk siis poliitilised otsused mõjutavad suurel määral neid otsuseid eelkõige jah



**M:** Pigem on see, et kõik mõjutub psühholoogiast turul ning odava raha saamisel võlakirjade hädade korral ja finantseerimise abil ning ajutine lahendus see oli ainult. Et noh nüüd täna oli hea, aga probleemi ei ole lahendanud. See on sama nagu teha lõke põrandale, seejärel tuleb teha remont. Aga see lahendus oli nagu, et paneme katte peale, et ei saaks hapnikku, aga probleem on lahendamata.

**R:** Aga hõbeda puhul, mis on erisust?

**M:** Noh mõlema puhul on emotsioonid, aga noh kuld on suurema emotsiooniga, et noh hõbeda puhul mõjutavad igasugusel muutused palju rohkem turu peal ning kui me vaatame siin graafikul (näitas arvutis graafikule Tavid.ee kodulehele), siis näeme, et järsemalt alla ja üles ja psühholoogilised mõjurid on ikkagi mõjutanud ühtemoodi. Seega paljud kauplevad ning saanud ühtemoodi, siis kulla puhul on, aga lävend, et hõbe on nii palju odavam. Pane lihtsalt kaks korda euri. Kulla puhul jõuab inimesi ehk ainult 5% inimesi ja hõbedas 20% inimesi sees, seepärast on hõbeda puhul järsemad muudatused olnud ajas kuna palju rohkem tegevusi ja muutuseid saab rakendada. Ja noh kuld on Euroopas KM vaba, aga hõbe ei ole.

**R:** Miks selline erinevus?

**M:** Noh hõbe on nagu tooraine ja tarbekaup lihtsalt. Eestis on erand, et kõik müüdid on KM vaba.

**R:** Suur tänu, et said vastata ja leidsime aja.

**M:** Jah mul oli nii kiire, et mõtlesin siin veel kaks nädalat ei jõua, aga üks kohtumine langes ära.

**R:** Siis ikka vedas, muidu ei olekski õigel ajal valmis jõudnud saada jah.

**M:** Kui midagi on, siis küsi julgelt ning saab ikka suhelda, meilile ikka vastan.

**R:** Olgu, head päeva siis ka.

**M:** Jah, nägemiseni.

### **Intervjuu Lauri Luik - väärismetallid**

Lauri vastas suuremas osas kirjalikult küsimustele eelnevalt saadetud meilile ning lisaks sai tehtud telefonikõne 4.mai, kus ta täiendas mõningal määral oma vastuseid veel lisaks.

**R:** (kirjalikult) 1. **Kuidas hindate klientide teadlikkust kulla/hõbeda soetamisel investeerimise eesmärgil. Kas tullakse puhta lehena enamasti teie ettevõttesse või tehtud on eelnev põhjalik eeltöö? Milline sellisel juhul on üldiselt klientide teadlikkus?**

**L:** (kirjalikult) On grupp inimesi, kes on end teemaga põhjalikumalt kurssi viinud, nõ stabiilsed kunded. Samas on ka neid, kes satuvad aeg-ajalt, kui tarvis kellelegi kingitust vms osta. Väärismetallid on suhteliselt lollikindel finantside paigutamise viis (pikas perspektiivis), seega ülemäära põhjalikku kurssiviimist ei nõua.

**R:** Tervitus, ma küsin siis natuke veel üle sinult ka mõningad täiendused küsimustele.

**L:** Tervist, jaa sobib hästi.

**R:** Seega selle esimese vastusega (lugesin ette) mõtlesid sa ka seda, et inimesed kingitusena ostes mõtlevad kui ka investeringuna kinkides saaja jaoks?

**L:** Ei ei siin siiski on tegemist emotsionaalsema poolega, aga antud tagamõte võib ka sellel ideel olla tegelikult ka jah.

**R:** (kirjalikult) **2. Kuna kulla/hõbeda maailmaturuhind on kõigile leitav ning nähtav, siis miks just teie käest soetades peaks tundma ja mõistma klient kõrgeimat usaldusväarsust? Kas teie eesmärgiks on pakkuda parimat hinda lähiriikide konkurentsis või millisele kriteeriumile oma müügis peamiselt rõhute usaldusväarsuse pakkumisel?**

**L:** (kirjalikult) Usaldusväarsuse tagab Tavidid puhul mu meelest bränd (aastatega ehitatud). Lisaks on kindlasti argument ka likviidsus, mida pakutakse tagasiostu teenusena. Tavidid puhul saab kindel olla, et ostad reaalselt metalli, mitte mingit segu vms. Üks asi on muidugi maailmaturuhind, teine aga numismaatiline väärtus, mis nii mõnegi mündiga kaasneb.

**R:** Ehk sa oled ka mingit kindlat seeriat ostnud või kogunud siis ka sellise emotsionaalsema väärtusega midagi väärismetallist?

**L:** Enda puhul ma seda ei kinnita, aga soovitan ning kurssi viies mõnda tuttavat, siis tihtipeale selline lisandväärtus mängib algselt rolli ja edaspidi juba põhjalikumalt ise teemaga kurssi viies keskendutakse siiski ratsionaalsele valikule peamiselt ikkagi.

**R:** Kui sa mõtled Eestis teenusepakkujatele, siis kes sulle veel meenub?

**L:** Tõenäoliselt õige vastus oleks, et on veel mõni tegija, aga ausalt öeldes on nemad (Tavidid - autor) mulle teadaolevalt ainus, kes sellist investeerimisväärtusega kulda rikkalikult valikuga võimaldab pakkuda turul.

**R:** (kirjalikult) **3. Milline on olnud klientide tagasiside teeninduse kvaliteedi kohta? Kas soovitakse rohkem personaalset lähenemist ja nõustamist või eelistatakse veebis ostlemist?**

**L:** (kirjalikult) Otsenõustamine on alati parem. Kuna tooted suht hinnalised, on interneti teel see mu meelest riskantne. Ei tea, kas neil veebipood ongi...?

**R:** Olen kuulnud, et tellitakse ka Saksamaalt ning Austriast mõningal määral. Aga jaa Tavididil on ka veebipoest täitsa tellida.

**L:** Sellisel juhul on positiivne lisavõimalus küll antud veebimüügi näol, kuid Tavidid puhul ma veel usaldaks, siis välismaalt telliks ainult väga väikest kogust. Vajalik oleks minu jaoks sellise tegevuse puhul personaalset lähenemist. Samas eelistust olen ikkagi seltskondades suheldes ka teiste poolt mõistnud eelistuse valikul.

**R:** (kirjalikult) **4. Millistel tingimustel saab teie juures hoiustada soetatud kulda/hõbedat (palju kliendile maksab ja millist turvalisustaset te võimaldate)?**

**L:** (kirjalikult) Ei tea.

**R:** Ehk siis sinu teadmiste kohaselt ei ole võimalust hoida ostja juures kulda?

**L:** Hoiustamine siiski individuaalne otsus ning kui siis ehk pigem pangas hoidlas. Aga tingimused on turvalisuse seisukohalt ainult olulised.

**R:** (kirjalikult) **5. Kui teadlikud on uued kliendid kulla/hõbeda tagasiostu võimaluse tingimustest? Kui suur osakaal klientidest kasutab seda võimalust ja kui palju selliseid tehingud igas kuu näiteks on? Milline on olnud klientide tagasiside sellisele teenusele?**

**L:** (kirjalikult) Klientid saavad tagasiostu kohta infot veebilehelt. Seal on turuhinnast sõltuvad hinnad üleval.

**R:** Aga romukulla ja romuhõbeda puhul kui suur see kaotus on?

**L:** Seal peaks suhteliselt üks hind olema, vast kaotad mingi 10-15% turuhinnast puhta prooviga väärismetalliga võrreldes?

**R:** Tegelikult see % isegi väiksem, et 7-8 umbes, aga sõltub ka olukorrast mingil määral.

**R:** (kirjalikult) **6. Kuidas hindate väärismetalli kulla/hõbeda keskmist tootlikkust aasta kohta näiteks 10 aasta lõikes? Kas järgneva 10 aasta jooksul näeme pigem suurt kasvu, suurt langust või näeme graafikul suurt hüpet mõlemas suunas?**

**L:** (kirjalikult) Kuld/hõbe on pigem väärtuse hoidjad ajas ehk inflatsiooniga võitlejad. Muidugi, iga asi, mida on piiratud koguses ja pidevalt tarbitakse, läheb loogiliselt võttes aina enam hinda. Tööstus kasutab osa metallist, mida taastöödelda ei saa (eriti hõbedat, aga ka kulda, Indias on suured perekondlikud kulla traditsioonid, inimesi tuleb aina juurde jne. Kulla ja hõbeda kättesaamine läheb aina keerulisemaks ja kallimaks. See kõik võib tähendada hinna kasvu. Muidugi ka see, kui usaldus dollari/euro jm valuutade vastu kaob, siis sööstab kuld/hõbe taevasse.

**R:** Seega meie igapäevane valuuta võib kaotada väärtuse ühel hetkel ning seejärel on jällegi võitja see, kes omab väärismetalli jah?

**L:** Kindlasti võib, sest turbulentsed ajad ei pruugi olla liiga kaugel.

**R:** Aitäh sulle põhjalike vastuste eest ja kohtumiseni.

**L:** Heameelega, head aega.

(Allikas: Autor)

#### Lisa 4. Cross-case tabel

	Tavid AS Meelis Atonen	Investor Lauri Luik	Restoran Leib Kristjan Peäske	Octavian Vaults John Longhurst
Hetkeolukord teenuse pakkumisel	Inimesi on nii teadlikke, kes kõik veebist välja uurinud ja samas ka neid, kes ei tea midagi. Oleme valitsev turuliider ning usaldus on vaieldamatult kõrge meie vastu.	Enamasti inimesed omavad eelteadmisi alustades ning täna on lihtne. Üks usaldusväärne pakkuja on turul, kelle üle nuriseda ei saa.	Pakkunud ainult oma tutvusringkonnas ja tasuta ning ostnud seadmed professionaalselt pakkujalt.	Eestis küsitakse mõned korrad kuus, kuid UK-s on klient teadlik ning tihtipeale ka omaarust targem kui teenusepakkuja. Elitaarne seltskond tarbija täna, sest teenus on kallis.
Kvaliteet ja kättesaadavus kliendile	Enamus münte ja kange tuleb ühtedest kaevandustest nii meile kui Saksamaale ning kvaliteet on sama. Ainult vanade müntidega on petiseid, aga tõenäosus väike.	Ei ole kuulnud ühtegi skandaadli Eestis pakkujatega ja eelkõige suurimaga Tavid ning müügivõrk on väga ulatuslik üle Eesti.	Investeermise seisukohalt ei ole Eestis, aga mujal Euroopas on küll. Võid palgata endale agendi või teha veebis valik välja ning ainult tasud ja hoiustatakse keldris, kuhu võid ka igal hetkel kohale sõita.	Minu hoiustamine on tiptasemel turvalisuselt, kindlustus ning transport on paari päevaga kättesaadav ning nädala jooksul üle maailma suurematesse kohtades.
Tootlikkus ja usaldusväärus	Euro vastu on keskmiselt 9% aastas, kuid hõbe kõigub sõltuvalt maailma trendidest enim kuna umbes 20% on rahval, kulla puhul jaotub see 5% vahel ära. Puhtus ja usaldusväärus on enamasti kõrge kui on professionaal	Kulla tootlikkus on ühtlaselt ajas siiski kasvanud ning on tekkinud inimestes teadmine, et kuld ja hõbe on alati need kui ülejäänud valuutad peaksid hävinema, siis need aitavad alati välja hädast.	Bordeaux ja Burgundia leiab püsivalt tootlikke üle 10%. Usaldusväärus sõltub suuresti hoiustamisest ja kvaliteedi tasemest.	Usaldusvääruse seisukohalt keskendume müügis turvalisele ja kindlustatult hoiustamisele. Tootlikkust on keeruline täna leida mingit numbrit otseselt, aga fondide pealt vaadates on see üle 10% kindlasti. Üksikveinide puhul ka sama.

	edasimüüja.			
Tuleviku väljavaade	Ma näen, et ühel hetkel tuleb rahareform jälle ning sellisel hetkel on kuld täielik kuningas ning see tähendab, et hind läheb vägagi lakke.	Minu usk on ka hõbeda suuremasse edukusse ajas edasi ning kulla puhul ei kao see väärtus ka kindlasti ära kuhugi, sest kõikidel riikidel on tagatiseks kulda.	Näen ka siin regioonis perspektiivi, aga seni pole olnud veel piisavalt hulle sellise teenuse pakkumise alustamiseks, sest hoida piisavalt madalat teenuse hinda ja teenida kasumit on keeruline.	Eesti ja lähiriikidesse jõuab kindlasti teenus lähitulevikus, sest inimesed on muutunud teadlikumaks veinist ja on ka võimekust hakata mõtlema investeerimisele.

(Allikas: Autor)