

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL
Majandusteaduskond
Majandusanalüüsi ja rahanduse instituut

Artemi Žukov

**TAXIFY OÜ FINANTSTULEMUSLIKKUSE JA SOTSIAALSETE
MÕJUDE ANALÜÜS**

Bakalaureusetöö

Õppekava TAAB, peeriala majandusanalüüs

Juhendaja: Lektor Kalle Ahi, MA

Tallinn 2018

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 6751 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Artemi Žukov

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 155638TAAB

Üliõpilase e-posti aadress: artemyzukov@gmail.com

Juhendaja: Kalle Ahi:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

SISUKORD	3
LÜHIKOKKUVÕTE	5
SISSEJUHATUS	6
1. FINANTSANALÜÜSI TEOREETILISED ALUSED.....	8
1.1. Suhtarvude analüüs.....	8
1.1.1. Suhtarvude välja arvutamine	9
1.1.2. Suhtarvude analüüsi meetodid.....	12
1.2. Väiksete ettevõtete ja idufirmade analüüsi eripärad	13
1.2.1. Investeeringute atraktiivsuse analüüs	14
2. SOTSIAALSETE MÕJUDE UURIMISED	16
3. TAXIFY FINANTSANALÜÜS JA SOTSIAALSETE MÕJUDE HINNANG	22
3.1. Andmed	22
3.1.1. Taxify OÜ tutvustus	22
3.1.2. Konkurentide ülevaade	24
3.2. Meetodid.....	24
3.3. Taxify finantsaruannete analüüs.....	25
3.3.1. Müügitulu dünaamika.....	25
3.3.2. Taxify suhtarvude trendianalüüs	26
3.3.3. Võrdlus konkurentidega	29
3.3.4. Pankrotiriski määramine.....	30

3.3.5. Taxify investeringute atraktiivsuse hindamine	31
3.4. Taksoäppide sotsiaalne mõju Eestile.....	33
KOKKUVÕTTE.....	35
SUMMARY	37
KASUTATUD ALLIKAD	39
Lisa 1. Taxify bilanss	41
Lisa 2. Taxify kasumiaruanne	42
Lisa 3. Uber International Holding B.V bilanss	43
Lisa 4. Uber International Holding B.V kasumiaruanne	44
Lisa 5. Taxigo bilanss.....	45
Lisa 6. Taxigo kasumiaruanne.....	46
Lisa 7. MyTaxi Network LTD bilanss.....	47
Lisa 8. MyTaxi kasumiaruanne	48
Lisa 9. Veondusettevõtete sõitjatevedu ja keskmised leibkonnaliikme kulutused ühistranspordile	49

LÜHIKOKKUVÕTE

Tänapäeval muutuvad kõrgtehnoloogilised idufirmad üha populaarsemaks. Sellises konservatiivses valdkonnas toimuvad suured muudatused, mis omakorda loovad niisuguseid ettevõtteid nagu Taxify – mobiilsed rakendused, mis ühendavad autojuhte ja sõitjaid. Antud töö autor uurib, kas selline idufirma on finantsiliselt stabiilne ja jätkusuutlik, teostades finantsanalüüsi, ja selgitab välja sotsiaalseid mõjusid, mis Taxify osutab turule.

Käesoleva töö käigus selgus, et Taxify OÜ on finantsiliselt stabiilne ettevõtte, kuna maksejõuetusrisk on minimaalne. Samuti on Taxify OÜ investorite seisukohalt atraktiivne. Võrreldes konkurentidega võidab Taxify mitmetes positsioonides, kuid samal ajal võib kaotada ka teistes aspektides. Teiste sõnadega ei ole kõrvalseisja, kuid pole ka liider. Antud järeldused olid tehtud Taxify OÜ majandusaasta aruannete analüüsi alusel.

Sotsiaalseid mõjusid on väga raske hinnata, kuna ettevõtte eksisteerib ainult neli aastat ning suurem kasv toimus ainult 2016. aastal. Indikatiivselt hinnates ühistranspordi kasutamise statistikat, Taxify töö ei mõjutanud tavaliste firmade sissetulekuid, vaatamata ühiskondlikele stereotüüpidele. Samal ajal autor leiab uuritud andmete alusel, et Taxify suurendas takso turuosa, kuna selle müügitulu kasvuga kasvavad ka ühiskonna keskmised kulutused ühistranspordile.

Võtmesõnad: finantsanalüüs, taksoäpid, sotsiaalsed mõjud, mobiilirakendused

SISSEJUHATUS

21. sajandil suured vabrikud massiivsete ja kallite seademetega ning paljude töötajatega ei peeta enam jätkusuutlikuks ja edukaks organisatsiooniks. Tänapäeva maailmas hästi tihti on näha, et võimsad korporatsioonid teenivad vähem puhaskasumit kui väikeettevõtted, mis koosnevad 2-3 inimesest. Sellel platsdarmil muutub Eesti Vabariik iga päevaga populaarsemaks kohaks äri alustamiseks nii kohalikele kui ka rahvusvahelistele ettevõtjatele. Tänu väga liberaalsele seadusbaasile ja paljudele võimalustele, mida pakub Eesti riik väiksetele ettevõtetele, on praeguseks välja kujunenud palju edukaid idufirmasid, mis peamiselt töötavad IT-sektoris ning pakuvad kõrgekvaliteetseid teenuseid üle maailma.

Antud töö raames autor uurib ühte enam levinumat rahvusvahelist idufirmat, mis on Eestis loodud – Taxify OÜ, nende finantsandmeid ja finantstulemuslikkust, selgitab välja, milline on ettevõtte finantsseisund ja kas ettevõtte on investeerimiseks atraktiivne. Autor on veendunud, et tänapäeval kõrgtehnoloogiliste firmade puhul ei saa hinnata ainult finantsseisundit, vaid peab arvestama ka käsitletava ettevõtte sotsiaalsete mõjudega, kuna tegemist on keskkonnaga, kus kohalike ettevõtete äritegevus mõjutab ühiskonda, selle harjumusi ja maailmavaadet. Käesoleva töö eesmärgiks on teostada Taxify finantstulemuslikkuse analüüs ning hinnata selle sotsiaalseid mõjusid Eesti elanikele.

Käesoleva töö eesmärgi saavutamiseks autor uurib Taxify OÜ ja selle konkurentide finantsaruandeid (bilanss, kasumiaruanne ja tegevusaruanne). Lisaks Eesti Statistikaameti andmeid selleks, et välja selgitada Taxify sotsiaalseid mõjusid ühiskonnale. Teema aktuaalsus seisneb selles, et Eesti muutub väga atraktiivseks kohaks rahvusvaheliste idufirmade loomiseks. Selles kontekstis saab autor põhjaliku ülevaate sellest, kuidas käitub kodumaine idufirma võrreldes konkurentidega ning kuidas see mõjutab ühiskonda.

Finantsandmete analüüsiks autor kasutab traditsioonilisi finantsanalüüsi meetodeid. Samuti meetodid, mis on suunatud väiksete idufirmade hindamiseks. Detailsemad seletused on välja toodud peatükis 1.

Peamised probleemküsimused:

1. Kas Taxify on jätkusuutlik ja investoritele atraktiivne ettevõtte?
2. Millised on Taxify finantstulemused võrreldes konkurentidega?
3. Millised on Taxify sotsiaalsed mõjud Eesti ühiskonnale?

Autor toob välja järgmised hüpoteesid:

H₁: Taxify OÜ finantstulemuslikkuse näitajad on paremad kui konkurentidel.

H₂: Taxify OÜ on jätkusuutlik ettevõtte ning pankrotirisk puudub.

H₃: Taxify OÜ töö ei mõjuta teiste taksofirmade sissetulekuid.

H₄: Tänu Taxify OÜ taksoteenustele suurenes kasutajate hulk.

Esimeses peatükis autor uurib olemasolevat kirjandust finantsanalüüsist, ettevõtte hindamisest, riskide määramisest, mille alusel pärast teostab finantsanalüüsi. Teises peatükis autor käsitleb taksoäppide sotsiaalsete mõjude uuringuid, metodoloogiat ja tulemusi. Kolmandas peatükis autor analüüsib Taxify OÜ finantstulemuslikkust ja uurib selle sotsiaalseid mõjusid.

Autor valis selle teema, kuna tunneb huvi ettevõtte hindamise ja ettevõtete analüüsi vastu. Samuti kõige huvitavamaks valdkonnaks peab autor just kiiresti arenevat sektorit, suhteliselt väikseid tehnoloogilisi ettevõtteid, kuna nende järelduste tõlgendamine on hinnanguline ning arvutatakse lähtudes ettevõtte võimalustest ja prognoositavast tulevikust.

1. FINANTSANALÜÜSI TEOREETILISED ALUSED

Finantsanalüüs on traditsiooniline finantsvaldkonna distsipliin, mille alusel on võimalik anda ettevõtte finantsolukorrale täiusliku hinnangu ja välja selgitada, kas ettevõtte on jätkusuutlik või selle tegutsemine on pankroti äärel. Antud peatükis vaadeldakse, mis on peamised finantsanalüüsi meetodid, kuidas neid kasutatakse ning milleks on neid vaja antud lõputöö raames.

1.1. Suhtarvude analüüs

Suhtarvude analüüsi tähtsus oli tõestatud mitmete tuntud majandusteadlaste uurimustega – nende hulgas Edward I. Altman (1965) ja William H. Beaver (1966). Altman uuris firmasid erinevate varade suurustega – \$0,7-\$25,9 mln ja 79% täpsusega ennustas ettevõtte lähenevat maksejõuetust, Beaver omakorda näitas, et 78% firmadest halvenenud suhtarvudega alustasid pankrotiprotseduuri viie aasta jooksul ja 87% ühe aasta jooksul (Edmister, 1972).

Suhtarvud on finantsnäitajad, mis põhinevad ettevõtte eelmiste aastate finantstulemustel. Adekvaatseks ja õiglaseks analüüsimiseks piisab 3-5 aasta aruandest. Analüüs seisneb järgmistest osadest (Illison, 2005):

- Suhtarvude välja arvutamine
- Trendide analüüs
- Suhtarvude võrdlus nn rusikareeglitega
- Bilansi ja kasumiaruande vertikaalne ja horisontaalne analüüs
- Võrdlus sarnaste ettevõtetega (nii kohalikul kui ka rahvusvahelisel tasandil)

Suhtarvude analüüsi alusel tehakse järeldused ettevõtte likviidsusest ja maksejõulisusest antud hetkel ja lähiajal (kui hästi ettevõtte saab hakkama oma kohustistega); kui efektiivselt kasutab olemasolevaid ressursse; mis on ettevõtte finantsvõimendus ning vara-, omakapitali- ja tasuvusmarginaalid (Bragg, 2005).

Ettevõtte likviidsust kontrollitakse selleks, et välja selgitada, kas firma on valmis tasaarveldama oma tarnijate, partnerite ja investoritega. Sellest sõltub ka see, kas pangad on nõus selle ettevõttega töötama ja finantseerima (*Ibid.*).

Kuna suhtarvude välja arvutamine toimub bilansi ja kasumiaruande põhjal, mis üldjuhul, koostatakse 31.12. seisuga, siis on olemas suur risk, et aasta lõpus on toimunud mingid muutused, mis ühelt poolt mõjutavad bilanssi, teiselt poolt ei mõjuta ettevõtte tegelikku seisundit (näiteks, põhivara ost, mistõttu kõik kasumiga seotud suhtarvud langevad, vaatamata sellele, et see on pikaajaline investering). Selleks, et minimeerida riski, peab vaatama mitte lihtsalt numbreid, vaid nende taga peituvaid tähendusi, et õppida tundma ettevõtte äridünaamikat. (Illison, 2005)

1.1.1. Suhtarvude välja arvutamine

ROE ehk *return to equity* on kõige enam kasutatavam suhtarv, mis näitab puhaskasumi suhet omakapitalile:

$$ROE = \frac{\text{Puhaskasum}}{\text{Omakapital}} \quad (1)$$

ROE on hästi populaarne ja ülevaatlik suhtarv, mis näitab, kui efektiivselt ettevõtte juhtkond kasutab omakapitali (omanikke ja teiste osanikke investeringuid). ROE näitab, kui palju lisaraha ühikuid omanikud teenivad iga investeeritud rahaühiku eest ehk kui palju tagastatakse ettevõttesse, võrreldes esialgse investeringu mahuga. Ühes suhtarvus on arvestatud kolme väga tähtsa näitajaga, ROE koondab nii bilansilised näitajad kui ka numbrilised näitajad kasumiaruandest, millele on viidatud ka järgmises valemist. Mõlemad valemid on samaväärsed. (Illison, 2005)

$$ROE = \text{Puhaskasumi marginaal} \times \text{Varade käive} \times \text{Finantsvõimendus} \quad (2)$$

ROE peamine probleem seisneb selles, et see ei peegelda ettevõtte praegust seisundit ja selleks on kaks põhjust. Esiteks, ROE on iga-aastane näitaja, mis ei hõlma eelmiseid ja tulevasi perioode. Kui edukas ettevõtte teeb investeringu uude produkti, siis selle puhaskasum langeb, millega kaasneb ka ROE langus. Teiseks, ROE ei näita ettevõtte riskantsust, mis riskiga see töötab ja kas saadud puhaskasum on jätkusuutlik. Teiste sõnadega ei saa kindel olla, et ettevõtte suurema ROE-ga on parem kui ettevõtte väiksema ROE-ga. (Higgins, 2001)

Kasumi marginaal näitab EBIT-i protsentuaalset suhet ettevõtte tulule. EBIT – ettevõtte kasum enne maksustamist ja intresside väljamaksmist. Seda arvutatakse järgmiselt: tulust lahutatakse kauba- ja tegevuskulude ning kulumi summa. Kõrgtehnoloogilises ettevõttes kõige suuremaks kuluartiklaks on tööjõukulu, tööstusettevõttes aga kaubakulud. Kasumi marginaal näitab, kui efektiivselt ettevõtte kasutab olemasolevaid ressursse. (Norton, 2003)

ROA ehk *return on assets* näitab marginaali ja käibe koondefekti.

$$ROA = \text{Puhaskasumi marginaal} \times \text{Varade käive} = \frac{\text{Puhaskasum}}{\text{Varad}} \quad (3)$$

ROA on peamine näitaja, mis kajastab varade kasutamise efektiivsust, kuidas ettevõtte kasutab olemasolevat ressursi. ROA erineb ROE-st selle poolest, et seal arvestatakse ainult omaniku ja laenuandjate poolt tehtud investeeringuid, mitte investorite panuseid. Kõrge ROA näitaja on üldjuhul ideaalne olukord (see tähendab, et kasumi marginaal on suur ja varade käive on ka kõrgel tasemel). Vastupidiselt madal ROA viitab pankrotiriskile. (Gerald I. White, 1994)

Nõuete käibevälde on suhtarv, mis näitab, kui kiiresti ettevõtte saab laekumisi oma klientidelt, kes ostab krediiti ehk enne tellib, pärast maksab. Teoorias arvutatakse nõuete käibevälde järgmiselt: võetakse arvesse ostjatelt laekumata arved, mis jagatakse krediitimüügist saadud tuluga. Kuigi seda informatsiooni ei avalikustata, siis arvestatakse lähtudes põhimõttest, et kogu müük toimub krediiti. (Illison, 2005)

$$\text{Nõuete käibevälde} = \frac{\text{Ostjatelt laekumata arved}}{\text{Müügitulu} \div 365} \quad (4)$$

Antud suhtarv näitab, kui kiiresti analüüsitava ettevõtte kliendid maksavad oma kohustusi, mis on keskmine päevade arv, mille tagajärjel ostja maksab oma arve kinni. Käibevälde suurenemine viitab probleemidele, mis on seotud nõuete kätte saamisega ning vajadusele nõudeid alahinnata. (*Ibid.*)

Kohustuste käibevälde on suhtarv, mis näitab, kui efektiivselt ettevõtte saab hakkama oma kohustustega tarnijate ees, mis on keskmine päevade arv, mille jooksul vaadeldud ettevõtte maksab arveid. Näitaja suurenemine viitab, kas uutele tingimustele töös partneritega (saab arvesse võtta,

kui on olemas ainult mõned suured tarnijad), või maksevõime langemisele ja suuremale likviidsusriskile. (Illison, 2005)

$$\text{Kohustuste käibeväärde} = \frac{\text{Võlad tarnijatele}}{\text{Kaubakulud} \div 365} \quad (5)$$

Võlg varade suhtes on suhtarv, mis näitab, kui suur on välisfinantseerimise osa ettevõtte varades ehk kui suur osakaal tagatakse laenuandjatele. (*Ibid.*)

$$\text{Võlg varade suhtes} = \frac{\text{Kohustused kokku}}{\text{Varad}} \quad (6)$$

Likviidsus näitab, kui kiiresti ettevõtte saab vahetada oma varasid rahaks. Finantseerida mittelikviidseid objekte on palju riskantsem kui varasid, mida on võimalik kiiresti konverteerida rahaks. Järgmised näitajad on peamised, mille abil saab teada ettevõtte likviidsust. (Higgins, 2001)

$$\text{Lühiajaliste kohustuste kattekordaja} = \frac{\text{Käibevara}}{\text{Lühiajalised kohustused}} \quad (7)$$

Lühiajaliste kohustuste kattekordaja võrdleb ettevõtte käibevara kogust (need varad, mis aasta jooksul konverteeritakse rahaks) lühiajaliste kohustuste suhtes. Mida väiksem on see näitaja, seda madalam on ettevõtte likviidsus ja võimendus ära maksta lühiajalisi kohustusi. (*Ibid.*)

$$\text{Acid test ehk quick ration} = \frac{\text{Käibevara} - \text{Varud}}{\text{Lühiajalised kohustused}} \quad (8)$$

Quick ratio võrreldes eelmise suhtarvuga on konservatiivsem meetod ettevõtte likviidsuse hindamiseks antud hetkel. Eesmärk erineb vaid selle poolest, et antud meetodikat kasutades arvatakse, et varud pole niivõrd likviidne objekt, mida saab kiiresti rahaks konverteerida. Antud meetodi kasutamise loogilisus sõltub ettevõtte varude koostisest ja nende likviidsusest. (*Ibid.*)

ROIC – *return on invested capital* – investeeritud kapitali rentaaublus, kui palju puhaskasumit toob iga investeeritud rahaühik. ROIC eeldused seisnevad selles, et see kajastab, kui efektiivselt ettevõtte kasutab nii välis- kui ka omakapitali (Higgins, 2001)

$$ROIC = \frac{EBIT (1-Tulumaks)}{Intressigenererivad kohustused+omakapital} \quad (9)$$

1.1.2. Suhtarvude analüüsi meetodid

Suhtarvude analüüs teostatakse ettevõtte juhtkonna, laenuandjate, regulaatorite ja investoritega ehk see on hästi tuntud ja tihti kasutatav meetod olulises osas õiglaselt hinnata ettevõtet. Kuigi on tähtis mõista, et ettevõtte suhtarvud on ainult numbrid ja neid vaadates ei saa koostada terviklikku pilti tänapäeva ettevõtte kohta (Higgins, 2001).

Tähtis on kombineerida suhtarve. Üks või kaks arvu ei saa hindajale anda mingit informatsiooni, aga spetsiaalselt koostatud kombinatsioonis, mis arvestab mitmeid ettevõtte detaile ja valdkondi, saavad anda väga palju kasulikku informatsiooni (*Ibid.*).

Suhtarvude võrdlemiseks on olemas mõned meetodid: analüüs rusikareeglina, võrdlus valdkonna keskmisega ja trendide analüüs. (Bragg, 2005). Kolmandas osas, Taxify analüüsis, autor kasutab neid samu meetodeid.

Rusikareegel seisneb selles, et lähtudes mineviku kogemusest on teada, milliste näitajatega ettevõtted on potentsiaalsed pankrotid, millised aga edukad ja jätkusuutlikud ettevõtted. See on hästi lihtsustatud meetod, mis ei arvesta ettevõtte ja valdkonna eripärasid. (Higgins, 2001)

Siinkohal toob autor kaks näidet rusikareeglist. Esiteks, üldjuhul analüütikud väidavad, et raha ja raha ekvivalendid peavad olema 5-7% ettevõtte müügitulust, millega tagatakse ettevõtte likviidsus. Kui suhtarv on väiksem, siis analüüsitakse käibekapitali finantseerimise piisavust (Illison, 2005).

Teiseks, vara tasuvus peab olema suurem riigi võlakirjade tootlusemäärast ehk riskivaba intressimäär. Sellega kinnitatakse, et ettevõtte kasutab oma varasid efektiivselt ja ettevõtte töö annab investeeritud rahale rohkem kasumit kui riskivabad aktiivid (Illison, 2005). Rusikareegli orientiirid väiksele ettevõttele on esitatud peatükis 1.2.

Lisaks toob autor näite ka võrdlusest keskmisega. Kui võrrelda käsitletud ettevõtet valdkonna keskmiste näitajatega, siis selgub, kuidas ettevõtte toimib võrreldes konkurentidega. Kuigi esineb üks puudus – käsitlev ettevõtte ei pea olema täpselt samasugune nagu keskmine ettevõtte antud

valdkonnas, sellel on omad eripärad ja omadused. Samal ajal keskmised näitajad ei tähenda, et valdkond üldpildis on korras. (Rees, 1995)

Samuti on autoril välja toodud näide trendide analüüsist, mis on kõikehõlmav meetod, mille abil saab hinnata ettevõtte finantsseisundit ja jälgida, kuidas see muutub aastatega. Trendide analüüs keskendub ainult käsitletavale ettevõttele, puudub võrdlus konkurentidega, ning näitab, mis suunas ettevõtte liigub. Traditsioonilise analüüsi raames tulemus on seda parem, mida rohkem aastaid analüüs hõlmab. Kuna antud töö raames autor käsitleb suhteliselt uut ettevõtet, siis andmed on võetud ettevõtte asutamise päevast. (Illison, 2005)

1.2. Väiksete ettevõtete ja idufirmade analüüsi eripärad

Storey (2016) oma uurimise käigus tõi välja mõned tähtsamad suhtarvud, mis kõige suurema tõenäosusega ennetasid väikeste ettevõtete maksejõuetust. Kuna antud uurimistöö teemaks on Taxify OÜ finantstulemuslikkuse analüüs ning seda ettevõtet peetakse Eestis väikseks firmaks (2016. aasta käive ja koguvara on väiksem kui 10 mln, töötajate arv ei ületa 50), mistõttu uuring on eriti tähtis selle töö kontekstis.

Lisaks uuris Storey (2016), kuidas erinevad suhtarvud mõjutavad väikeettevõtte pankroti ohtu. Võttes valimisse 42 väikest ettevõtet ja analüüsides nende majandusaasta aruannetes esitatud andmeid aastates 1954-1969. Storey (2016) koostas suhtarvude nimekirja, mis regressioonanalüüsi tulemusena osutas kõige suuremat mõju ettevõtte finantstulemuslikkusele. Need suhtarvud ja interpretatsioon on kirjeldatud järgmises tabelis.

Tabel 1. Suhtarvud väikse ettevõtte alalüüsi jaoks

Suhtarv	Mõju
Puhaskasum/Lühiajalised kohustused	Kui näitaja on väiksem kui 0.05, siis on olemas pankrotioht
Omakapital/müügitulu	Pankrotioht, kui suhtarv on väiksem kui 0,07
Käibekapital/müügitulu	Pankrotioht, kui <-0,02
$\frac{\text{Lühiajalised koh.}/\text{omakapital}}{\text{Valdkonna keskmine}}$	Kui >0,48, siis pankrotioht
Varud/Müügitulu	Kui <0,04, siis pankrotioht
Quick ratio/Valdkonna keskmine	Kui <0,34, siis pankrotioht

Allikas: David J. Storey jt, 2016

Autor on veendunud, et antud suhtarvude põhjal on mõistlik teostada Taxify OÜ analüüsi, ja selline meetod sobib paremini kui tuntud ja tihti kasutatav Altman score, mis oli loodud suurte ettevõtete hindamiseks. Antud test omakorda pöörab tähelepanu väiksetele firmadele. Sellega kaasneb aga üks tähelepanek – Storey scoring, nagu ka Altmani scoring, annab igale suhtarvule oma koefitsiendi, mida autor oma töös ei kasuta, sest see on välja töötatud USA ettevõtete jaoks peaaegu pool sajandit tagasi ehk Eesti kontekstis pole asjakohane. Kuigi Storey (2016) tulemused annavad nn võrdlusaluse selleks, et kontrollida Taxify OÜ finantstulemuslikkust.

1.2.1. Investeeringute atraktiivsuse analüüs

Ettevõtte finantsanalüüsi ja õiglase väärtuse hindamine on keeruline, mitmekesine protsess, mis seisneb paljudest erinevatest faktoritest. Mida rohkem tegureid võetakse arvesse hinnangu koostamisel, seda usaldusväärsem on tehtud hinnang (Brealey, 2007). Eriti see probleem puudutab IT-ettevõtteid ja idufirmasid, kuna nende suhtes on üsna keeruline kasutada traditsioonilisi finantsanalüüsi meetodeid. Pole võimalik kõiki tegureid arvesse võtta, kuid antud töö raames, autor kasutab näitajaid, mis on empiirilisel tõestatud teistes uuringutes. Miloud, jt (2012) leiavad, et statistiliselt olulised faktorid, mis mõjutavad idufirma väärtust on toodangu unikaalsus, kogu valdkonna kasv, kvalifitseeritud juhtkonna olemasolu (CEO, CFO, IT-firma korral ka

programmeerijate olemasolu) ja juhi eelnev kogemus, nii idufirmade loomisel kui ka üldiselt antud valdkonnas töötamisel, koostööpartnerite võrgustiku olemasolu ja suurus (Tarek Miloud, 2012).

Ettevõtte toodangu unikaalsus arvutatakse välja kahe erineva meetodiga – investeeringute suurus R&D-sse (toodangu uurimised ja areng) (Lerner, 1995) ja reklaamikulutuste intensiivsus (kogu valdkonna reklaamikulutuste summa jagatud kogu valdkonna müügituluga) (Caves, 1972). Autori seisukohalt, antud töö raames oleks mõttekas kasutada esimest varianti, kuna informatsioon on kättesaadavam ning reklaamikulutustega tekib rohkem küsimusi seotud valdkonna määramisega (kas kõik taksofirmad või ainult taksoäppide arendajad).

Selleks, et teostada üleval pool esitatud tegurite analüüsi, peab põhjalikult uurima käsitletud ettevõtte majandusaasta aruandeid ja avalikustatud informatsiooni ettevõttest ja ettevõtte juhtkonnast, milleks autor kasutab uudisportaale.

2. SOTSIAALSETE MÕJUDE UURIMISED

Sotsiaalne analüüs koosneb sotsiaalsete kasude ja kahjude välja selgitamisest ning nende mõjude analüüsist ühiskonnale. Sotsiaalse analüüsi idee seisneb selles, et uurija toob välja potentsiaalsed valdkonnad, põhinedes statistilistel andmetel, seejärel hindab käsitletud projekti mõjusid ühiskonnale. Sotsiaalsete mõjude uurimiseks valitakse esialgu projekt, mida hakatakse hindama. Seejärel uurija analüüsib võimalikke valdkondi, mida antud projekt võib mõjutada. Viimases etapis leiab uurija kas statistilist informatsiooni antud valdkonna muutmise kohta või kogub ise andmeid. (Anthony Boardman, 2014) Üheks kõige levinumaks hindamismeetodiks on regressioonanalüüs, kus üks tunnus mõjutab teist ning statistiliselt oluliseks tunnuseks peetakse väärtus, mille p-value on väiksem kui 0,1. (Wallsten, 2015)

Mitmetel turgudel üle maailma töötavad erinevad mobiilsete taksorakenduste arendajad, mistõttu pole võimalik eraldada nendevahelisi sotsiaalseid mõjusid. Enamus uuringutest, mis on esitatud antud peatükis, tuginevad Uberile. Lisaks Uberile on turul ka mitmeid teisi ettevõtteid, mis pakuvad samu teenuseid ning mõjutavad ühiskonda.

Jagamismajanduse populaarsus puudutas ka taksoteenust pakkuvaid ettevõtteid, mis traditsiooniliselt oli üks enam reguleeritavamast ärisektorist riigis (või kohaliku omavalitsuse poolt). Uber osutus praeguseks kõige populaarsemaks taksoteenuse pakkujaks kogu maailmas, Taxify omakorda püüab Uberiga konkureerida kohalikel turgudel. (Dudley, 2017)

Paljudes riikides peamiseks probleemiks, millega puutuvad kokku taksokliendid, on teenuse kvaliteet, autojuhtide viisakus ja nende oskused. Mitmetel turgudel on hinnad riigi poolt fikseeritud ja ainukeseks konkurentsieeliseks võib olla just nende omaduste arendamine, et parendada pakutava teenuse kvaliteeti lõpptarbija jaoks. Selleks nii Taxify's kui ka Uber'is on olemas tehnoloogiad, mis on mõeldud tagasiside andmiseks, et parandada olemasolevaid süsteeme, mis sunnivad juhte suhtuma oma klientidesse paremini, kui seda teevad tavalised taksojuhid, keda tarbija näeb vaid korra. (Wallsten, 2015)

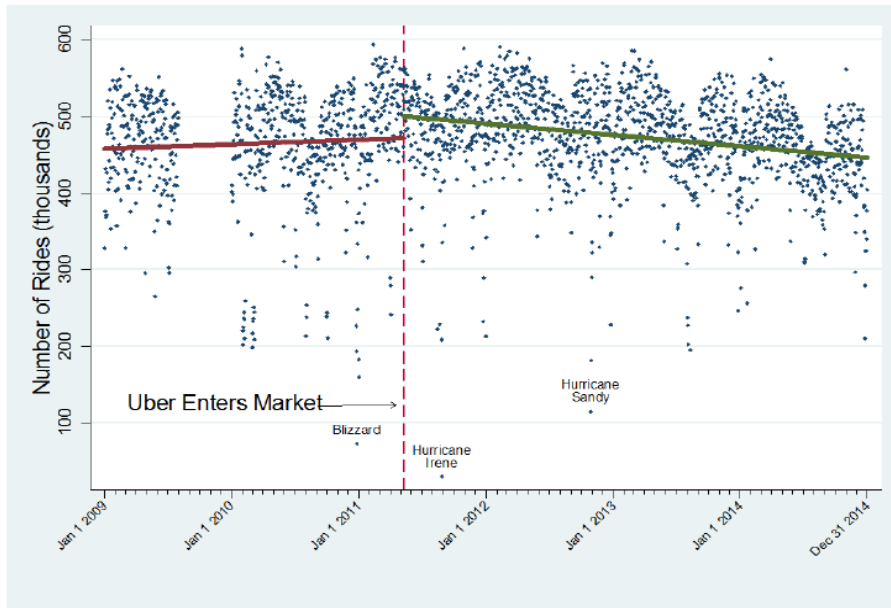
USA taksoturget ei ole taksopakkujatele nii liberaalne nagu Eesti turg. Peamiseks eripäraks, näiteks New-Yorkis on „medaljonid“ – luba taksoteenuse osutamiseks, mis maksab kuni \$1 mln, mille tõttu pakkumine taksoturul on palju väiksem kui nõudlus, mis annab taksoteenuse pakkujatele võimalust kõrgendada hindu ja vähem tähelepanu pöörata teenuse kvaliteedile. Uber omakorda annab sellele turule uusi võimalusi ning 2015. aastaks, tänu konkurentsile, taksoteenuse pakkumise loa hind langes New-Yorkis 25% võrra. (Wallsten, 2015)

Uberi ja Taxify poolt pakutatud hinnad on üldjuhul madalamad võrreldes tavaliste taksode hindadega ühe keskmise sõidu jooksul, eriti pärast suur hinnalangust 2015. aastal. Peale seda, Uberi ja Taxify autod ja kvaliteet on kasutajate sõnul üldjuhul parem kui traditsioonilistel taksopakkujatel. See viitab sellele, et taksoäpid suurendavad inimeste ja kogu ühiskonna heaolu. (Salnikov, 2015)

Turul, kus eksisteerib suurem konkurents, on võitlus kliendi pärast märgatavalt suurenenud. Kuna kliendil on hästi kerge vahetada taksoteenuse pakkujat (see ei nõua mingeid lisakulutusi võrreldes näiteks TV ja interneti teenuse pakkuja vahetusega). Seetõttu toimub võitlus mitte üksnes hindade pärast, vaid ka autojuhi käitumise (näiteks, et autojuht ei räägiks telefoniga sõidu ajal) ning erinevate makseviiside (sularaha, kaardid, telefonimaksed, krüptoraha jne) kasutamise pärast. Uber ja Taxify makseviisid on tarbijatele jälle kõige mugavamad, kuna ei nõua mingisuguseid keerulisi tegevusi sihtkohta jõudes. (Wallsten, 2015)

Scott Wallsten enda New Yorki taksoturu uurimises leiab, et Uberi tegevuse algushetkest, taksosõitude arv hakkas pidevalt langema (UBERI sõite ei peeta taksosõitudeks) ning perioodil 2009-2014 olev dünaamika on illustreeritud joonisel 1.

Figure 1: Daily Taxi Trips (Thousands)



Joonis 1. Taksosõitude arv New-Yorgis
Allikas: (Wallsten, 2015)

Samal ajal kaebuste arv taksoteenuse pakkujate seas, pärast UBERi väljaminekut turule, hakkas langema. Selline nähtus on loogiline, et taksosõitude arvu vähenemisel, langeb ka kaebuste arv, mis on kujutatud ka joonisel 2, kus on välja toodud kaebuste statistika. Joonisel 2 on selgelt välja toodud, et kaebuste alanev trend on palju järsem kui joonisel 1, mis viitab sellele, et kaebuste osakaal langeb. (*Ibid.*)

Figure 2: Number of Taxi Complaints Submitted to NYCTLC



Joonis 2. Kaebuste arv New-Yorgis
Allikas: (Wallsten, 2015)

Sellest tuleneb, et tänu Uberile, New Yorgis vähenes kaebuste arv taksojuhtide suhtes. Autor eeldab, et kaebuste arvu vähenemine on kahtlemata seotud teeninduse kvaliteedi parandamisega, mistõttu võib väita, et Uber muutis taksoteenuse kulturi paremaks tarbija jaoks. Samasuguse järelalusini jõudis Wallsten Chicago taksoturu uurimisel, kus selgus, et Uberi populaarsuse kasvuga paranes ka taksojuhtide teenust pakkuv tase. (*Ibid.*)

Paljudes riikides on hästi konservatiivne seadusandlus, mille muutmine on väga keeruline ning aeganõudev. Uber, Taxify ja mitmed teised idufirmad oma julgete tehnoloogiate kasutamisega sunnivad riike muutma oma seadusandlust, millega riik muutub liberaalsemaks – tänu sellele eemaldatakse äribarjäärid, pehmendatakse regulatsioonid ja lõppude lõpuks suureneb konkurents. (Martini, 2018)

Seadusandlus jääb suureks probleemiks taksoäppide jaoks – paljudes linnades mobiilirakendused puutusid kokku teiste taksojuhtide ja taksofirmade meeleavaldustega. Seetõttu mitmetes linnades (näiteks Helsinki ja Pariis) oli seadusega keelatud. UBERist tulevate teadete järgi, kõik streigid ja protestid, mis olid UBERiga seotud suurendasid nõudlust 850% võrra. (Dudley, 2017)

Nii konservatiivses valdkonnas, nagu taksoäri oma rangete regulatsioonidega, Uber ja Taxify inspireerivad seadusloojaid kirjutama ümber reegleid ning ajaga kaasas käima, seejuures pidevalt jälgides, kuidas muutub ümbritsev maailm ja õigeaegselt seadust sellega kokku viia. Sotsiaalsest põhimõttest lähtudes muutub äriandust palju liberaalsemaks, avatumaks ja selgemaks. Arendatakse jagamismajandust, mis omakorda kõrgendab ühiskonna heaolu. (*Ibid.*)

Uberit peetakse sageli jagamismajanduse pioneeriks, kuigi Horan (2017) väidab, et Uber pole absoluutselt jagamismajandusega seotud. Sama puudutab ka Taxify'd. Ühelt poolt, Uber ja Taxify on need platvormid, kus inimesed teenivad lisaraha oma peamise töö kõrvalt (selle asemel, et majanduslikult ebaefektiivselt aega veeta, sõidavad mõned Uberit ja Taxify'd, mis majanduslikust aspektist on kasulik, kuna tänu sellele suurendatakse rahakäivet ja riigi majanduslikku aktiivsust). Teiselt poolt, pole see seotud jagamismajandusega – üks pool pakub teenust, teine pool ostab pakutavat teenust. Teiste sõnadega Uberi ja Taxify panus jagamismajandusesse on ülehinnatud.

Tänu dünaamilisele hinnakujundamisele, mis aitab tasakaalustada pakkumise ja nõudluse suhet, Uber ja Taxify korrigeerivad hinnakirja vastavalt kellaaegadele. See tähendab, et tiptunnil on hinnad kõrgemad, mistõttu on nõudlus madalam võrreldes teiste kellaaegadega, kui nõudlus on suurem. Ühelt poolt on see efektiivne selles mõttes, et autojuhtide motivatsioon töötada tiptunnil on palju suurem (rohkem tellimusi, suuremad hinnad, kõrgemad sissetulekud). Teiselt poolt, madalamad taksohinnad ei sunni inimesi oma nädalavahetuse õhtuseid plaane ümber tõstma mingile muule argipäevale. (Kibum Kima, 2018)

Valdkonna peamiseks probleemiks on alati olnud autode halb tehniline seisukord, juhtide ebaviisakus ning üldjuhul oli see tingitud sellest, et nii autojuht kui ka klient näevad üksteist esimest ja viimast korda. Uber ja Taxify omakorda pakuvad nii klientidele kui ka juhtidele tagasiside võimalust, mille kaudu hinnatakse sõidu kvaliteeti, mis motiveerib juhti rohkem tähelepanu pöörama enda autole ja sõidustiilile, klienti aga oma suhtumisele ja käitumisele. (*Ibid.*)

Tänu taksoäppidele kasvas taksoteenuste pakkujate arv märkamisväärselt ning kasvav konkurents kõrgendas nõudeid juhtidele – isegi kõige odavamas taksofirmas klient tahab näha korralikku autot ja viisakat juhti. Selleks, et säilitada oma turuosa, on teenusepakkujad valmis osutama lisateenuseid ja pöörama rohkem tähelepanu sellele, mis on kliendi jaoks tähtis. (*Ibid.*)

Kõige suuremaks taksoäppide turuks peetakse New-Yorki. Nimelt Kibum Kima (2018) teostas seal oma Uberi mõju analüüsi tervele taksoharule. Peamiseks järelduseks oli see, et tänu kasvavale konkurentsile erinevates taksofirmades laienes ka töötamispiirkond – taksofirmad hakkasid teenindama neid piirkondi, mida varem ignoreerisid, taksosõitute arv suurenes, kuid keskmise autojuhi tunnitasu ei muutunud. Ühe takso produktiivsus kasvas 0,8%. (Kibum Kima, 2018)

Teostades sotsiaalsete tulude ja kulude analüüsi, Rogers (2016) toob välja järgmised ideed sõidujagamisplatvormide sotsiaalsetest mõjudest. Taxify, Uber ja teised sarnased ettevõtted langetavad üldise turu keskmist hinda osutavatele teenustele, mistõttu suureneb tarbijate heaolu, kuigi alandab ka taksojuhtide palka. Sõidujagamisplatvormide eesmärgiks on vähendada isiklike autode kasutamist, mis omakorda alandab keskkondlikku koormust ühiskonnale, säästab nende raha, vähendab ummikuid ja liikluse tihedust, vähendab nõudlust parkimiskohtadele (mille asemel saab ehitada midagi muud). Lisaks võib välja tuua uue monopoli tekkimisel ohtu, mis vähendab riigipoolset kontrolli (see on asjakohane pigem USA turule, Eesti kontekstis regulatsioon on samal tasemel, mis on tavalistel taksojuhtidel). Samuti Rogers (2016) räägib sellest, et on suurem risk kohtuda ebaprofessionaalse teenindusega.

Järeldusena saab öelda, et lähtudes eelpool esitatud uuringutest, taksoäpid suurendavad inimeste heaolu tänu madalamatele hindadele, parendavad taksoteenuse kvaliteeti konkurentsi suurenemise tõttu ning tagasiside analüüsimine aitab muuta ja värskendada seadusandlust, mistõttu riik muutub liberaalsemaks. Negatiivsetest aspektidest on tavaliste taksode tellimuste mahtu vähenemine ja sotsiaalse pinevus taksojuhtide streigite tõttu.

3. TAXIFY FINANTSANALÜÜS JA SOTSIAALSETE MÕJUDE HINNANG

3.1. Andmed

3.1.1. Taxify OÜ tutvustus

Analüüsi läbiviimisel peab esialgu selgusele jõudma, kuidas ettevõtte funktsioneerib ja toimib. Organisatsiooni tuleb käsitleda kui tervikut. Tähtis on mõista, mis on selle ettevõtte missioon ja visioon, millised on tulevikule orienteeritud eesmärgid ning plaanid.

Taxify on üks huvitavamaid idufirmasid Eestis. Ettevõtte on tohutult kiiresti muutunud rahvusvaheliseks ning üheks suurimaks taksooperaatoriks, kes ei omanud ühtegi taksoautot. (Taxify, 2018) Taxify ei ole unikaalne ega esimene taksoäpi pakkuja. Varasemalt on samasugust teenust pakkunud juba ka Uber, Lyft ja Sidecar. Samuti paljudel taksoveoga tegelevatel ettevõtetel olid juba tehtud äpid, mis võimaldasid klientidel tellida taksot nutitelefoniga kaudu. (Horan, 2017)

Taxify on Eestis asutatud ettevõtte, mis spetsialiseerub taksotellimistarkvara loomisel ja arendamisel. Tänu Taxify's loodud äpile saab klient tellida endale taksot, kasutades oma positsiooni konkreetsetel ajahetkedel, mis klientide sõnul muudavad takso tellimise protsessi palju kiiremaks ja mugavamaks. (Taxify, 2018)

Taxify platvorm ühendab ühelt poolt kliente, kes soovivad saada taksoteenust, ja teiselt poolt privaatsid autojuhte (enne 2017. aasta novembrit puudus taksoluba) või professionaalseid taksojuhte, kes on valmis sellist taksoteenust pakkuma. (*Ibid.*)

Taxify oli esialgu eriline võrreldes teiste firmadega, kuna lisaks geolokatsioonile puudusid professionaalsed taksojuhid. Teisisõnu taksoteenust, mis juriidiliselt ei olnud taksoteenuseks mõeldud, vaid sõidujagamiseks, pakkusid tavalised autoomanikud, kes olid valmis mingi raha eest

viima klienti valitud sihtkohta. (*Ibid.*) See võimaldas Taxify'il alandada hindu ning kiirelt laiendada taksoturgul.

Kuna see turg ei olnud rangelt seadusega reguleeritud, toimusid mitmetes riikides osalised seadusandluse muutused. Eestis seisnevad peamised muutused selles, et kaotatakse kohustus läbima taksojuhikoolitusi, kuid nüüd kõik sõiduteenust osutavad juhid peavad omama autojuhikaart nn taksojuhilitsentsi. (Pärli, 2017)

Uue seadusega hakkas ka järgmine hindade langetamise hooaeg, mistõttu paljud autojuhid hakkasid streikima uute hinnakirjade vastu. Autojuhtide sõnul nende sissetulekud langesid umbes 30% võrra (Mee, 2018). Samal ajal Taxify ei väida, et turult lahkuvate autojuhtide osakaal kasvaks antud probleemi tõttu.

Probleemid seadusega on tekkinud Taxify'il ka Londonis, kus neile määrati tegevuskeeld aastal 2017. Kohalik regulaator ja transpordiamet võtsid juba esimesel töönädalal Taxify'ga ühendust ning teatasid, et Taxify'il pole piisavalt lubasid taksoteenuse pakkumiseks. Kuigi UBER toimib edukalt ja hõlmab ligi 80% turust (Londonis keelu saanud Taxify: järgmiseks Pariis , 2017).

Ka rahvusvahelistele investoritele on Taxify positiivselt silma paistnud. 2017. aasta augusti alguses hakkas Taxify töötama koos suurima sõidujagamisteenust pakkuva platvormiga Didi Chuxing, mis investeeris Taxify'sse umbes 10 miljonit eurot ning toetas ettevõtte edasist kasvu nii Euroopas kui ka Aafrikas. (Poola suurinvestor: kahju, et Taxifyst ilma jäin, 2017)

2016. aastal kasvas Taxify käive peaaegu viis korda. Samasugused plaanid olid ettevõtte juhtidel ka 2017. aastaks, mis pole praeguseks hetkeks teada. Ettevõtte asutaja Markus Villigu sõnul, Taxify keskendub Euroopale ja Aafrikale (Härma, 2017). Kuigi Taxify funktsioneerib ka kolmes Mehhiko linnas. (Taxify jõudis Mehhikos juba kolmandasse suurlinna, 2018) Ettevõtte juht väidab, et just Euroopas ja Aafrikas on kõige suurem kasvupotentsiaal.

Ettevõtte kasvatab oma töötajate staabi agressiivselt. 2017. aasta lõpuks peaks Tallinnas olema 150 töötajat ja 2018. aastal üle 200 töötaja. (Härma, 2017). Järgmiseks eesmärgiks on alustada äritegevust Pariisis. (Londonis keelu saanud Taxify: järgmiseks Pariis , 2017)

3.1.2. Konkurentide ülevaade ja sotsiaalsed mõjud

Käesoleva töö autor kasutab samuti Taxify OÜ konkurentide andmeid, et teostada võrdlusanalüüsi. Konkurentidest antud töös on esitatud UBER (Uber International Holding B.V), Taxigo OÜ (kohalik konkurent) ja MyTaxi (MyTaxi Network LTD). Esialgselt tahtis autor võrrelda ka teiste, suuremate konkurentidega, nagu näiteks Lyft, GrabTaxi jne, kuid kahjuks nende ettevõtete finantsaruanded pole Tallinna Tehnikaülikooli kasutatavates andmebaasides kättesaadavad.

Loomulikult ei saa väita, et kõik firmad on identsed ettevõtted ning täielikud konkurendid. Igal ettevõttel on olemas omad eripärad, kuid need ei tohiks oluliselt mõjutada uuringute tulemusi.

Uber International Holding B.V ja MyTaxi finantsandmed saadi kätte Amadeus keskkonnast, Taxify OÜ ja Taxigo OÜ aga Infopanga keskkonnast.

Selleks, et teostada sotsiaalsete mõjude analüüsi, kasutab autor Eesti Statistikaameti andmebaasi, millest oli võetud tabel LE202: leibkonnaliikme kulutused aastas maakonna järgi, kus uuritavaks piirkonnaks oli valitud Tallinn, kuna Taxify tegutseb põhiliselt pealinnas, ning tabel TS101: veonduettevõtete sõitjatevedu, samuti valitud piirkonnaks Tallinna linn. Statistikaameti andmebaasist saadud informatsioon, mis puudutab taksosid on väga piiratud, mis omakorda ei luba teostada suurt sotsiaalset analüüsi. Kuigi sellest piisab selleks, et visuaalselt määrata tendentse.

3.2. Meetodid

Töö eesmärk seisneb kahest osast. Esimeses osas autor analüüsib Taxify OÜ finantstulemuslikkust ja teises osas teostab Taxify sotsiaalsete mõjude analüüsi Eestis. Selleks, et eesmärgini jõuda, on töö praktiline osa samuti jagatud kaheks osaks.

Esimeses osas uurib autor põhjalikult Taxify OÜ 2014-2016 majandusaasta aruandeid (bilanss, kasumiaruanne ja tegevusaruanne), teostab nende põhjal suhtarvude analüüsi (suhtarvude välja arvutamine, selle analüüs ja trendide väljaselgitamine), kontrollib, kas on olemas viited maksejõuetuseriskile (põhinedes peatükis 1.2. esitatud meetodile) ja määrab, kas ettevõtte on investorite seisukohalt atraktiivne (tuginedes peatükis 1.2.1. esitatud meetodile, mis arvestab ettevõtte väikest suurust). Siinkohal kontrollib autor hüpoteesi 1 ja 2.

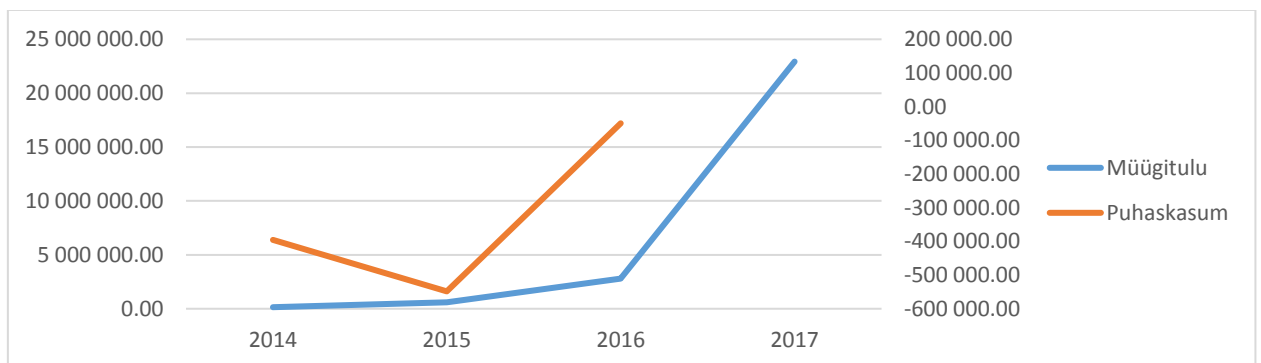
Töö eesmärgi teise osa saavutamiseks ehk sotsiaalsete mõjude analüüsimiseks, kontrollib autor hüpoteesi 3 ja 4. Statistilised näitajad on võetud Eesti Statistikaameti andmebaasist. Esiteks kontrollib autor, kas on olemas seos Taxify OÜ müügitulu ja leibkonna keskmiste kulutuste summaga ühistranspordile Tallinnas. Regressioonanalüüs antud juhul ei ole kvaliteetne uurimismeetod, kuna andmete maht pole piisavalt suur, mistõttu hinnata saab vaid indikatiivselt ehk teisisõnu, kuidas Taxify olemasolu mõjutab turgu. Siinkohal on märkimisväärne see, et arvesse on võetud Tallinna linna andmed, kus kehtib tasuta ühistransport, ning kasutatud andmed peamiselt tulenevad taksokasutamisest.

Teiseks kontrollib autor, kas Taxify töö mõjutab teisi nn tavalisi taksofirmasid või mitte. Selleks autor leiab sõitjate veoga tegelevate ettevõtete nõudluse statistikat, mis sisaldab ka taksofirmade statistilisi näitajaid. Seejärel autor vaatab, kuidas see muutub enne Taxify OÜ asutamise hetkest. Regressioonanalüüs antud juhul jälle ei ole kvaliteetne uurimismeetod, kuna andmete maht on liiga väike. Sellega autor kontrollib, kas Taxify müügitulu on antud juhul statistiliselt oluline tunnus taksofirmade sissetulekute muutmises.

3.3. Taxify finantsaruannete analüüs

3.3.1. Müügitulu dünaamika

Ettevõtte genereerib müügitulu oma esimesest aastast ning selle maht iga aastaga kasvab. Dünaamikat saab jälgida jooniselt 3, mis on esitatud vasakul teljel. Samal joonisel on välja toodud ka puhaskasum, mille väärtused paiknevad paremal teljel.



Joonis 3. Taxify OÜ müügitulu ja puhaskasum

Allikas: Taxify OÜ majandusaasta aruanne, autori arvutused lisade 1 ja 2 andmetel

Müügitulu esimesel tegutsemisaastal on 144 tuhat eurot, 2015. aastal on 610 tuhat eurot, mis moodustab 423% kasvust, 2016. aastal 2,8 mln (460%-line kasv) ja 2017. aastal jõudis 22 miljonini, millega näitas 8-kordset kasvu. Dünaamika on väga positiivne, populaarsus kasvab iga aastaga, mis peegeldatakse müügitulu arvudes. See tähendab, et ühiskond soovib teha koostööd Taxify-ga, kliendid on teenusega rahul, kuna jätkavad selle teenuse kasutamist. Puhaskasum (kõik tulud miinus kõik kulud) on Taxify OÜ-s negatiivne ehk ettevõtte töötab kahjumiga. Ühest küljest on see negatiivne signaal, kuid teisest küljest on tegemist väikeettevõttega. Idufirmad sageli puutuvad kokku sedalaadi probleemidega. Saadud analüüsi põhjal on trend positiivne, mistõttu prognoosi järgselt on oodata 2017. aastal positiivset tulemust.

Turunõudluse järsu kasvu tõttu on ettevõtte tulu lühikese ajaga märgatavalt kasvanud, kuid ei tekitanud Taxify funktsioneerimisel takistusi. See näitab Taxify paindlikkust ja kiiret adapteerumisvõimet.

3.3.2. Taxify suhtarvude trendianalüüs

Kuna suhtarvude analüüsi peetakse üheks väga tähtsaks finantsanalüüsi vahendiks, siis antud töö raames pöörab autor sellele oluliselt tähelepanu ja uurib saadud numbreid põhjalikumalt ning mitmekülgsest. Suhtarvude analüüs teostatakse 2014-2016 aasta andmete järgi, majandusaasta aruannetes avalikustatud andmete baasil. Suhtarvude koondandmed on esitatud tabelis 1.

Tabel 2. Taxify OÜ suhtarvude trendianalüüs

Suhtarv	2016	2015	2014
ROE	-4.2%	-39.7%	-110.5%
ROA	-2.6%	-27.4%	-51.4%
ROIC	-3.4%	-30.9%	-61.5%
Võlg varade suhtes	36.8%	34.7%	53.5%
Lühiajaliste kohustuste kattekordaja	1.4	3.6	5.3
Nõuete käibevalde (päevades)	87.7	155.8	226.3
Kohustuste käibevalde (päevades)	280.8	444.8	765.6
Puhaskasumi marginaal	-1.8%	-89.9%	-273.0%

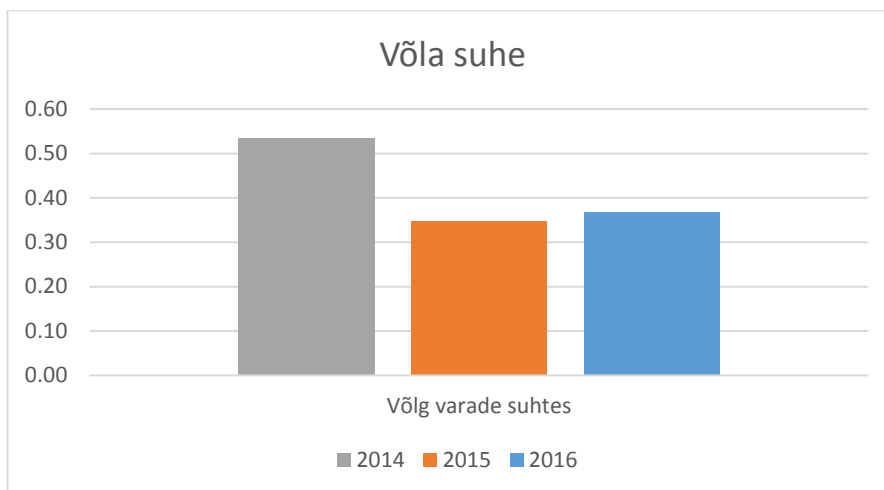
Allikas: Taxify OÜ Majandusaastaaruanded; autori arvutused lisade 1 ja 2 andmetel.

Peamised rentaabluste näitajad on ROE, ROA ja ROIC. Taxify puhul on need näitajad negatiivsed ehk tänapäeval Taxify kulutab rohkem kui teenib, mistõttu ettevõtte antud andmete järgi ei ole tulukas. Kuigi Taxify näitab positiivset dünaamikat, on ROE, ROA ja ROIC iga aastaga kasvanud. Eelduste järgselt näitab ettevõtte 2017. aastaks positiivseid näitajaid.

Ettevõtte asutamise ajast on lühiajaliste kohustuste kattekordaja perioodi jooksul ühest suurem, mis tähendab, et ettevõtte on likviidne, et likviidsed varad katavad lühiajalisi kohustusi. See omakorda näitab, et Taxify saab hakkama enda kohustustega. Kuigi aastatega võib langus jätkuda, jääb Taxifay normi piiridesse, mistõttu viited riskile puuduvad.

Välja arvatud käibevälged näitavad, mis on keskmine aeg, mille jooksul ettevõtte saab nõudeid ja maksab kohustusi. Languse trend Taxify's näitab seda, et ettevõttel ei ole probleemi kohustuste väljamaksmise ja nõuete saamisega.

Võlg kapitali ja omakapital suhtes näitab, kui suurt rolli mängib võõrfinantseerimine ettevõtte struktuuris. Joonisel 4 saab näha, kuidas muutub ettevõtte välisfinantseerijate roll Taxify bilansis.

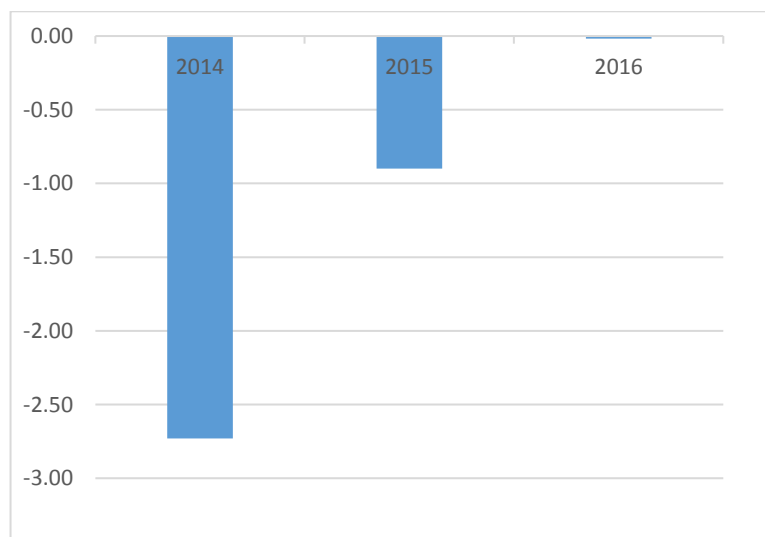


Joonis 4. Võla suhe varadele ja omakapitalile

Allikas: Taxify OÜ Majandusaastaaruanded; autori arvutused lisade 1 ja 2 andmetel.

Lähtudes sellest informatsioonist selgus, et võlg varade suhtes langeb ja jääb alla 50%, mis tähendab, et ettevõtte vähendab oma sõltuvust välisfinantseerijatest. Antud andmed annavad kindlust, et ettevõtte kapitali struktuuris on finantseerijate osakaal mõistliku. Ettevõtte kontrollib oma võlgasid, mistõttu võlad ei prevaleeru ettevõtte tegevuse finantseerimises.

Taxify puhaskasumi marginaal on esitatud joonisel 5. Sellel joonisel on näha, et puhaskasumi marginaal on negatiivne ehk ettevõtte on kahjulik nii 2014. aastal kui ka 2015. aastal. 2016. aastal puhaskasumimarginaalsus on nullilähedane.



Joonis 5. Puhaskasumi marginaal

Allikas: Taxify OÜ Majandusaastaaruanded; autori arvutused lisade 1 ja 2 andmetel.

Järeldusena võib välja tuua järgmised aspektid. Müügitulu ja puhaskasum näitavad positiivset tendentsi, puhaskasumi marginaal ja teised rentaabluse näitajad (ROE, ROA, ROIC) lähenevad nullile. Võla osakaal langeb, sõltuvus laenuandjatest ja võõrkapitalist väheneb. Lühiajaliste kohustuste kattekordaja halveneb, kuigi jääb normisse. Nõuete ja kohustuste käibevalde samuti ähitavad positiivset dünaamikat, viidates sellele, et probleeme sellega ei ole.

3.3.3. Võrdlus konkurentidega

Traditsioonilise finantsanalüüsi üheks osaks on käsitletava ettevõtte finantsandmete võrdlus konkurentidega. Analüüsi käigus leidis autor Uberi, Taxigo ja MyTaxi finantsaruanded Amadeus andmebaasist. Teiste suuremate ja tuntumate konkurentide finantsandmed ei ole kättesaadavad, kuna need ettevõtted asuvad USA-s, kus erafirmad ei avalikusta oma finantsnäitajaid.

Taxify võrdlus konkurentidega oli teostatud viimase 2016. aasta finantsandmete järgi, mille alusel olid välja arvatud peamised suhtarvud, mis olid kirjeldatud peatükis 1. Käesoleva töö kirjutamisel olid need näitajad viimased avalikustatud andmed. Suhtarvud on esitatud tabelis 3.

Tabel 3. Taxify suhtarvude võrdlus konkurentidega

Suhtarv	Taxify	Uber	Taxigo	MyTaxi	Keskmine
ROE	-4%	14.76%	84%	2%	24%
ROA	-3%	0.60%	48%	0%	11%
ROIC	-2%	3.78%	84%	0%	22%
Võlg varade suhtes	37%	95.94%	44%	87%	66%
Võlg omakapitali suhtes	58%	2361.48%	77%	650%	787%
Current rasion	1.43	1.05	2.30	1.15	1.48
Nõuete käibevalde	87.72	26.12	125.51	130.54	92.47
Kohustuste käibevalde	280.87	135.47	201.71	76.98	173.76
Puhaskasumi marginaalsus	-2%	1%	21%	0.1%	1.00

Allikas: Ettevõtete majandusaastaruanded, autori arvutused lisade 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 andmetel

Peamised rentaabluse näitajad Taxify-s on negatiivsed, samal ajal, kui tema konkurendid toovad kasumit. Taxify OÜ kõige suurem konkurent Uber ja eestimaine analoog Taxigo näitavad suurt rentaablust omakapitali suhtes ja MyTaxi näitab ka positiivseid näitajaid. Taxify omakorda on ainukene ettevõtte, kes 2016. aasta lõpus oli kahjumis, mistõttu ROE, ROA ja ROIC on miinuskärgiga. Väliskapitali kasutamine on Taxifys võrreldes konkurentidega kõige konservatiivsem. Antud tabelis esitatud konkurentide hulgas on Taxify väliskapitali osakaal

varade suhtes kõige väiksem. Lühiajaliste kohustuste kattekordaja on peaaegu keskmisel tasemel, kuid keskmisest veidi madalam. Probleeme nõuetega Taxify-l ei ole, kuigi nõuete käibevälde pole väike, kuid samal ajal keskmisest madalam. Kohustuste käibevälde on vastupidi kõige halvem ning puhaskasumi marginaal on kõige väiksem, kuna ettevõtte ei genereeri kasumit.

See tähendab, et Taxify ei suutnud lõpetada 2016. aastat kasumiga, mil kõik teised valimisse valitud ettevõtted said sellega hakkama. See on negatiivne signaal Taxify jaoks ja näitab, et Taxify juhtkond ei saanud jaotada olemasolevaid ressursse õigesti, et saavutada positiivset rentaablust, kuigi see oli võimalik, nagu tõendasid tabelis esitatud konkurendid. Sellest sõltumata on Taxify väliskapitali kasutamine kõige väiksem, mistõttu langeb pankrotirisk ja sõltuvus laenuandjate suhtes. Esimene hüpotees on ümber lükatud, Taxify finantstulemuslikkus ei ole enda konkurentidega võrreldes kõige parem enda rentaabluste näitajate tõttu. Kuigi rentaablus on Taxify juhul teisejärguline tegur, kuna eesmärk seisneb tegevuskmahte kasvatamises.

3.3.4. Pankrotiriski määramine

Esimeses peatükis oli kirjeldatud Storey (2016) süsteem, mille abil sai määrata, kas ettevõttel on pankrotioht või mitte. Nimelt uuring oli fokuseeritud väikestes ettevõtetes pankrotiohu välja selgitamiseks. Käesoleva töö autor kasutab leitud ja tõestatud meetodeid ka Taxify OÜ analüüsi teostamiseks. Tabelis 5 on esitatud esialgsed suhtarvud ja nende numbrilised näitajad, mis näitavad pankrotiohtu.

Tabel 4. Pankrotiriski hindamise näitajad

Suhtarv	Mõju	Taxify näitaja	Kommentaar
Puhaskasum/Lühiajalised kohustused	Kui näitaja on väiksem, kui 0,05, siis on olemas pankrotioht	-7%	Pankrotioht
Omakapital/müügitulu	Pankrotioht, kui suhtarv on väiksem, kui 0,07	42%	Risk puudub
Käibekapital/müügitulu	Pankrotioht, kui <-0,02	11%	Risk puudub
<i>$\frac{\text{Lühiajalised koh./omakapital}}{\text{Valdkonna keskmine}}$</i>	Kui >0,48, siis pankrotioht	26%	Risk puudub
Varud/Müügitulu	Kui <0,04, siis pankrotioht	n/a	Taxify-s pole varusid
Acid test / Valdkonna keskmine	Kui <0,34, siis pankrotioht	88%	Risk puudub

Allikas: Taxify OÜ majandusaastaaruanne, autori arvutused

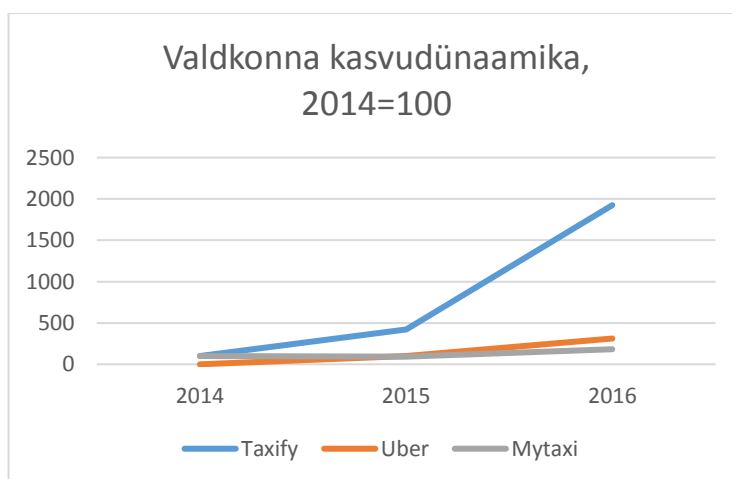
Esialgses Storey (2016) uurimises igale suhtarvule oli määratud koefitsient, mis z-skooringus näitas iga näitaja mõju pankrotiohule. Autor arvab, et antud töös ei ole see asjakohane, mistõttu kasutab lihtsustatud varianti, võttes arvesse ainult fakti, kas pankrotioht, kas eksisteerib või mitte. Tabelis 4 on näha, et pankrotioht tuleneb kahjumist. Teiste suhtarvudega on korras ning enamus viitab pankrotiohu puudumisele. Teine hüpotees on tõestatud.

3.3.5. Taxify investeringute atraktiivsuse hindamine

Esimeses peatükis oli esitatud tegurite nimikiri, mis on statistiliselt olulised ettevõtte atraktiivsuse määramiseks. Selle meetodi abil teostas autor ka Taxify OÜ analüüsi, et välja selgitada, kas Taxify on investoritele atraktiivne ettevõtte või mitte.

Taxify toodangu unikaalsuse määramiseks põhineb autor Taxify OÜ majandusaasta aruannetel, nimelt uuringute ja arengu kulutustele (R&D). Majandusaruande koostamisel kulutused IT-sektori arendamisele kapitaliseeritakse immateriaalsesse põhivarasse, mille kogumaksumus on 508 897 eurot, mis on ¼ koguvaredest. See raamatupidamislik trikk, mis vähendab jooksva perioodi kahjumi, kuigi näitab, et ettevõtte toodab üsna unikaalset produkti. Teiselt poolt tuleb arvestada, et Eesti turul tegutsevad ka teised sama teenust pakkuvad ettevõtted. Nendeks on Uber ja Yandex.Taxi. See viitab sellele, et toodangu unikaalsus on kadumas.

Teiseks aspektiks investeeringute atraktiivsuse hindamisel oli valdkonna kasvupotentsiaal – mida kiiremini kasvab valdkond, seda atraktiivsem on käsitletav ettevõtte. Tänu sellele, et maailmaturul eksisteerivad sarnased ettevõtted, on kerge jälgida, millises suunas liigub taksoäppide valdkond. Ülevaate andmiseks kogub autor Taxify, Uber, Taxigo ja MyTaxi müügitulu kasvuindeksi näitajaid (2014 aasta = 100) viimase kolme aasta jooksul. Joonis 6 oli koostatud selle informatsiooni põhjal. Joonisel on näha, et valdkonna kasv on pidev ja kiire. Taxify kasv kolme aasta jooksul on 1924%, Uberi kasv kahe aasta jooksul on 312%, MyTaxi kasv kolme aasta jooksul on 182% ning Taxigo ei töötanud 2014. ja 2015. aastal. Selle informatsiooni baasil saab väita, et valdkond kasvab, mistõttu mõjutab positiivselt Taxify OÜ atraktiivsust.



Joonis 6. Konkurentide kasvudünaamika

Allikas: Taxify OÜ, Uber International Holding B.V, Mytaxi Network Limited majandusaastaaruanded, autori arvutused lisade 1, 2, 3, 4, 7, 8 andmetel

Praegune Taxify juhtkond, kuhu kuulub Markus Villigu, kes on asutaja ja tegevjuht, on täiuslik ja kompetentne. Taxify oli Villigu esimene kogemus ettevõtte asutamises ja idufirma juhtimises. (FORBES, 2017). Vaatamata sellele, et see mõjutab negatiivselt idufirma finantsatraktiivsust, pole

tänapäeval asjakohane süüdistada asutajat ja tegevjuhti ebakompetentsuses, kuna Taxify OÜ juhtimine toimub tema käe all juba neljandat aastat. Strateegiliste liitlaste võrk on Taxify-l suur, sest nad teevad koostööd paljude Eesti taksofirmadega.

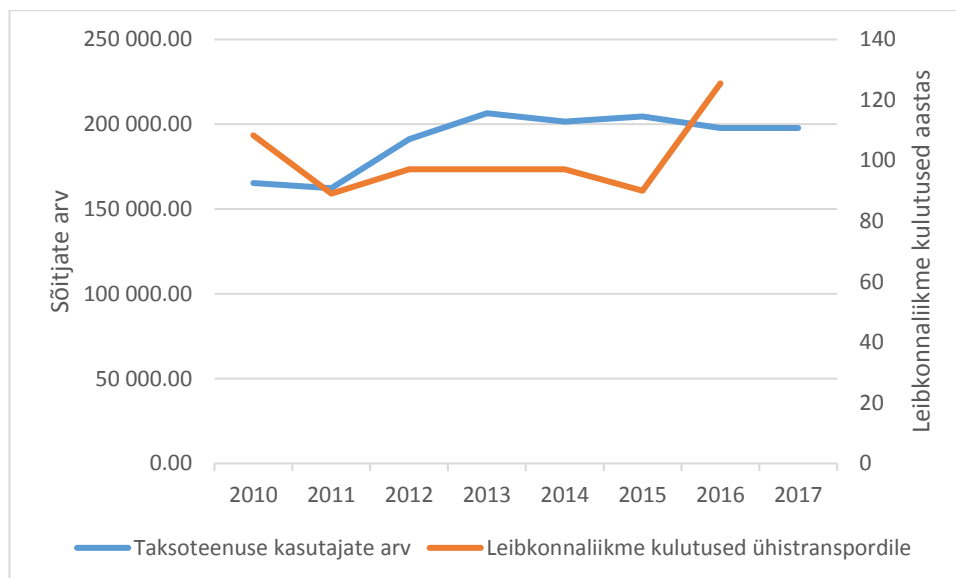
Ainukene aspekt, kus autor näeb suurt riski, on ettevõtte 100 auto ost aastal 2017 (Liiva, 2017). Autori seisukohalt teeb see kõrgtehnoloogilisest idufirmast tavalise taksoettevõtte ja suurendab riski – autosid on vaja teenindada, mistõttu kriitilistes majandustingimustes see on koormus Taxify eelarvele palju suurem. Teiste sõnadega, Taxify OÜ ei ole juba nii mobiilne ja paindlik.

3.4. Taksoäppide sotsiaalne mõju Eestile

Antud peatükis autor uurib, milline sotsiaalne mõju on Taxify takso- ja ühistranspordi turul ja riigis. Kuna nii Taxify kui ka UBER tegutsevad Eesti turul ja pakuvad peaaegu samasugust teenust, pole võimalik Taxify ja Uberi mõjusid eraldada. Seetõttu arvestades mõjusid oleks korrektne mainida, et need mõjud tulenevad nii Taxify'lt kui ka Uberilt.

Kahjuks on informatsioon tänapäeval üsna piiratud ning ei saa kindlalt hinnata taksoäppide sotsiaalset mõju, kuna möödunud on ainult kaks aastat ning kiire kasv toimus alates 2016. aastast. Nii Eesti Vabariik kui ka Tallinna linn ei oma statistikat, mis oleks seotud taksoteenuseid kasutatavate andmetega, kuid on olemas informatsioon terve ühistranspordi kasutamise kohta. Autor ei väida, et piiratud informatsioonil põhinevad järeldused on täpsed, kuid on kindel, et need andmed peegeldavad selgelt trende, mis on sündinud tänu Taxify ja Uberi töö algusele.

Joonisel 7, vasakul teljel on esitatud informatsioon sellest, kuidas aastatega muutub veonduettevõtete sõitjatevedu (sõitjate arv). Andmed on võetud Statistikaametist, 2010-2017 aastate jooksul ja sisaldab Eesti sõitjateveoga tegelevatest ettevõtetest saadud andmed (maismaatransport, taksofirmad ja liiniveoga tegelevad firmad).



Joonis 7. Taksoteenuse kasutajate arv ja keskmised leibkonnaliikme kulutused ühistranspordile
Allikas: Eesti Statistikaandmed, autori arvutused lisa 9 andmetel.

Siin on näha, et aastast 2013 sõitjate vedu ühistranspordiga (selles hulgas ka tavalised taksod) väga palju ei muutu, jääb ühele tasemele. See näitab, et ühistranspordi kasutajate turg on väga stabiilne, tarbijate arv ei kasva ega kahane. Privaatautojuhid Taxifyst ja Uberist ei kuulu nende andmete hulka ja see näitab seda, et teised taksofirmad ei kaotanud oma kliente peale Taxify turule sisenemist, vähemalt 2016-2017 aastates.

Lisaks, joonisel 7, paremal teljel, on esitatud Tallinna leibkonnaliikme keskmised kulutused ühistranspordile aastas. See informatsioon on saadud inimeste küsitlustest ja sisaldab kulutusi Taxify ja Uberi peale. 2015. aastast, on kulutused ühistranspordile kasvanud. Ei saa tähelepanuta jätta, et Tallinna ühistransport on tasuta ning lõviosa nendest kulutustest peaksid olema taksoteenuste kasutamine. Just aastal 2016 muutus Taxify ja Uber ühe populaarsemaks, mistõttu autor eeldab, et kulude kasv on kindlasti seotud Taxify ja Uberi kasutamisega. Selle eelduse põhjal saab väita, et Uber ja Taxify kaasnesid olulises osas selle turu osa, mis varem ei kasutanud taksoteenuseid. Regressioonanalüüs kahjuks ei võimalda seda kontrollida väikse valimi tõttu, mistõttu ei saa kindel olla, et neljas hüpotees on tõestatud. Neljas hüpotees jääb avatuks.

Järeldusena võib välja tuua, et Taxify ja Uber suurendas taksoteenuste kasutajate hulka ning samal ajal ei tekitanud probleeme tavalistele taksofirmadele. Autori arvates on tegemist positiivse sotsiaalse mõjuga. Kuigi neid andmeid ei saa kontrollida regressioonanalüüsiga, väikse valimi tõttu, seepärast kolmas ja neljas hüpoteesid jäävad avatuks.

KOKKUVÕTTE

Käesoleva töö eesmärgiks oli teostada Taxify OÜ finantstulemuslikkuse analüüsi ja hinnata sotsiaalseid mõjusid, mida ettevõtte osutab Eesti ühiskonnale. Selleks autor uuris Taxify OÜ majandusaasta aruandeid ning nende põhjal tegi järgnevaid järeldusi.

Taxify OÜ on finantsiliselt stabiilne ettevõtte, millel puudub pankrotirisk. Esimene hüpotees on tõestatud. Selleks, et jõuda selle järelduseni, teostas autor suhtarvude analüüsi, mille tulemusena kõik uuritavad näitajad, peale ühe, näitasid, et viidet maksejõuetusele ei ole. Antud töös kasutatav pankrotiriski määramise meetod oli empiirilisel tõestatud David Storey (2016) meetodikale tuginedes.

Esimese hüpoteesi kontrollimiseks autor võrdles Taxify OÜ finantsandmeid konkurentide andmetega ja selgitas välja, et mõned suhtarvud (näiteks kohustuste osakaal) on käsitletud konkurentide hulgas paremad, kuigi negatiivse puhaskasumi tõttu, nii olulised näitajad, nagu ROA, ROE ja ROIC, on kõige nõrgemad. Sellise tulemuse saamisel on teine hüpotees ümber lükatud, Taxify OÜ finantstulemuslikkus ei ole oma konkurentidest parem.

Üheks väga tõsiseks pretensiooniks Taxify OÜ suhtes oli see, et nemad vähendavad teiste tavaliste taksofirmade klientuuri. Kolmanda hüpoteesi kontrollimisel autor selgitas välja, et sõiduteenuseid pakkuvate firmade nõudlus jäi samale tasemele. Aga kuna seda ei saa empiirilisel tõestada väikse valimi tõttu, hüpotees jääb avatuks.

Neljas hüpotees väidab, et Taxify OÜ suurendas taksoteenust kasutatavate inimeste hulka. Hüpoteesi kontrollimisel autor selgitas välja, et Taxify müügitulu kasvuga suurenes ka keskmine Tallinna leibkonnaliikme kulutuste summa ühistranspordile. See viitab sellele, et Taxify suurendas takso turuosa, kuigi ei tõenda seda, kuna põhineb hästi väiksel andmete valimil, mille alusel ei saa

teostada kvaliteetset regressioonanalüüsi, mistõttu hüpoteesi ei saa tõestada ega ümber lükata. Neljas hüpotees jääb avatuks.

Teistest sotsiaalsetest mõjudest, mis tulenevad teistest uuringutest, saab välja tuua ka klientide heaolu suurendamise (taksohinnad muutusid väiksemaks Taxify tõttu) ning teenuste kvaliteedi parendamise (kaebuste arv on vähenenud). Samuti tänu taksoäppidele mõned riigid muutsid oma seadusandlust, mistõttu riigikord muutus liberaalsemaks.

Autori seisukohalt Taxify OÜ on finantsiliselt stabiilne ettevõte, atraktiivne investorite jaoks (mis oli käsitletud peatükis 3.1.5.), toodab unikaalset produkti ning töötab kiiresti arenevas valdkonnas. Tähelepanu tuleks pöörata kahjumile, mis kestab juba kolmandat aastat, ning 2017. aastal ostetud autodele, mis muudavad kõrgtehnoloogilist ettevõtet tavaliseks taksofirmaks.

SUMMARY

The purpose of this work was to perform an analysis of the financial impact of Taxify OÜ and estimate its social impacts to Estonian society. Annual reports were analyzed and based on these results the author made the following conclusion.

Taxify OÜ is a financially stable company with no bankruptcy risk. The first hypothesis is proved. In order to control this hypothesis, the author carried out an analysis of financial ratios, which shows no sign of possible bankruptcy. The bankruptcy risk control method used in this work was empirically proven by David Storey's methodology.

In order to check the second hypothesis, the author compared Taxify OÜ financial statements with the data of competitors and finds that some ratios were the best among competitors, although, due to negative net profit, key indicators such as ROA, ROE and ROIC were the poorest ones. The second hypothesis has been rebutted in obtaining this result, and Taxify's financial performance is not better than its competitors.

One of the serious claims to Taxify was that they would reduce the demand of ordinary taxi companies. Checking the third hypothesis, the author finds that demand on public transport companies (includes taxi companies) stayed at the same level, so Taxify did not affect the demand on usual taxis. But hypothesis can't be proven, because data set is so small and any regression or correlation analysis is not the qualitative method to check it, the result is only indicative.

The fourth hypothesis states that Taxify OÜ has increased the number of people, using taxi. According to the hypothesis, the author finds that the average costs of household member for public transport has risen. This suggests that Taxify increased the market of taxi. But because of small sample of data, it is impossible to carry out qualitative regression analysis, and therefore the hypothesis cannot be proved. The fourth hypothesis is still open.

Other social impacts from other surveys find the increase in customer welfare (taxi prices became smaller due to Taxation) and the improvement of service quality (the number of complaints has decreased). Also, thanks to Taxify, some countries changed their legislation, which made the laws more liberal.

From the perspective of the author, Taxify OÜ is a financially stable company attractive to investors (discussed in section 3.1.5.), producing a unique service and working in a rapidly developing field. Attention should be paid to negative profits and to cars bought in 2017, which makes Taxify OU from the high-tech company a usual taxi.

KASUTATUD ALLIKAD

- Altman, E. I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. *The Journal of Finance*.
- Äripäev. (2017). Londonis keelu saanud Taxify: järgmiseks Pariis, Äripäev. Kättesaadav: <https://www.aripaev.ee/uudised/2017/09/14/londonis-keelu-saanud-taxify-jargmiseks-pariis>
- Äripäev. (2017). Poola suurinvestor: kahju, et Taxifyst ilma jäin, Äripäev Kättesaadav: <https://www.aripaev.ee/uudised/2017/10/04/poola-suurinvestor-kahju-et-taxifyst-ilma-jain>
- Äripäev. (2018). Taxify jõudis Mehhikos juba kolmandasse suurlinna, Äripäev. Kättesaadav: <https://www.aripaev.ee/uudised/2018/02/15/taxify-joudis-mehhikos-juba-kolmandasse-suurlinna>
- Beaver, W. H. (1966). Financial Ratios as Predictors of Failure.". *Empirical Research in Accounting: Selected Studies*, 71-111.
- Bragg, S. M. (2005). *Uus finantsjuhtimise käsiraamat*. Tallinn: OÜ Fontese Kirjastus.
- Brealey, R. S. (2007). *Principles of corporate finance*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Caves, R. (1972). *American industry: Structure, conduct, and performance*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Dudley, G. D. (2017). The Rise of Uber and Regulating the Disruptive. *The Political Quarterly*, 492-495.
- Edmister, R. O. (1972). An Empirical Test of Financial Ratio Analysis for Small Business Failure Prediction. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, Vol. 7, No. 2, 1477-1493.
- FORBES. (2017). Forbes/ PROFILE / Markus Villig. Kättesaadav: Forbes: <https://www.forbes.com/profile/markus-villig/>

- Gerald I. White, A. C. (1994). *The analysis and use of Financial Statements*. New-York: John Wiley & Sons, Inc.
- Härma, K. (2017). Taxify: kasvame jälle viis korda, Äripäev. Kättesaadav: <https://www.aripaev.ee/uudised/2017/08/24/taxify-kasvame-jalle-neli-viis-korda>
- Higgins, R. C. (2001). *Analysis for financial Management*. Singapore: McGraw-Hill Higher Education.
- Horan, H. (2017). Will The Growth of Uber Increase Economic Welfare. *Transportation Law Journal*.
- Illison, R. (2005). *Finantsanalüüs ja planeerimine*. Tallinn: OÜ Nõu.
- Kibum Kima, C. B.-D. (2018). Creative destruction of the sharing economy in action: The case of Uber. *Transportation Research Part A* 110, 118-127.
- Lerner, J. (1995). Venture capitalists and the oversight of private firms. *Journal of Finance*, 301-318.
- Liiva, H. (2017). Pea kõik 100 Taxify uut CNG autot on leidnud juhi, Octavia on pisut popim. (Y. Rajasaar, Intervjueeriija)
- Martini, J. D. (2018). International Regulatory Entrepreneurship: Uber's Battle with Regulators in France.
- Mee, R. (2018). Taxify juhid protestisid väiksema tasu pärast, Äripäev. Kättesaadav: <https://www.aripaev.ee/uudised/2018/01/27/galerii-taxify-juhid-protestisid-vaiksema-tasu-parast#21>
- Norton, G. M. (2003). *Valuation. Maximizing Corporate Value*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Pärli, M. (2017). Riigikogu võttis vastu nn Uberi seaduse, Err uudised. Kättesaadav: <https://www.err.ee/602145/riigikogu-vottis-vastu-nn-uberi-seaduse>
- Rees, B. (1995). *Financial Analysis*. Hertfordshire: Redwood Books.
- Rogers, B. (2016). *The Social Costs of Uber*. HeinOnline.
- Salnikov, V. R. (2015). OpenStreetCab: Exploiting Taxi Mobility Patterns in New York City to Reduce Commuter Costs.
- Tarek Miloud, A. A. (2012). Startup valuation by venture capitalists: an empirical study. *An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 151-174.
- Taxify (2018). Taxify veebileht. Kättesaadav:: <http://www.taxify.eu>
- Wallsten, S. (2015). The Competitive Effects of the Sharing Economy: "How is Uber Changing Taxis?".

LISAD

Lisa 1. Taxify bilanss

Bilanss	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
Varad			
Käibevara			
Raha	312 845.00	176 956.00	620 062.00
Nõuded ja ettemaksud	669 403.00	260 436.00	89 767.00
Kokku käibevara	982 248.00	437 392.00	709 831.00
Põhivara			
Investeeringud tütar- ja sudusettevõtjatesse	9 497.00	7 881.00	0.00
Finantsinvesteeringud	0.00	5 000.00	0.00
Nõuded ja ettemaksud	312 799.00	275 116.00	5 000.00
Materiaalne põhivara	55 949.00	28 258.00	16 846.00
Immateriaalne põhivara	508 897.00	293 327.00	77 437.00
Kokku põhivara	887 142.00	609 582.00	99 283.00
Kokku varad	1 869 390.00	1 046 974.00	809 114.00
Kohustused ja omakapital			
Lühiajalised kohustused			
Laenukohustused	270 000.00	0	0
Võlad ja ettemaksud	418 474.00	120 412.00	132 928.00
Kokku lühiajalised kohustused	688 474.00	120 412.00	132 928.00
Pikaajalised kohustused			
Laenukohustused	0.00	200 000.00	300 000.00
Võlad ja ettemaksud	0.00	4 679.00	0.00
Kokku pikaajalised kohustused	0.00	204 679.00	300 000.00
Kokku kohustused	688 474.00	362 976.00	432 928.00
Omakapital			
Osakapital nimiväärtuses	3 499.00	3 357.00	2 815.00
Registreerimata osakapital	0.00	0.00	660 000.00
Ülekurss	1 990 239.00	1 481 981.00	69 685.00
Realiseerimata kursivahed	0.00	22 199.00	0.00
Eelmiste perioodide jaotamata kasum (kahjum)	-763 455.00	-348 326.00	38 793.00
Aruandeaasta kasum (kahjum)	-49 367.00	-548 420.00	-387 119.00
Kokku emattevõtja aktsionäridele või osanikele kuuluv omakapital	0.00	0.00	384 174.00
Vähemusosalus	0.00	0	-7 988.00
Kokku omakapital	1 180 916.00	721 883.00	376 186.00
Kokku kohustused ja omakapital	1 869 390.00	1 046 974.00	809 114.00

Lisa 2. Taxify kasumiaruanne

	2017	2016	2015	2014
Müügitulu	22 932 122.00	2 785 322.00	610 098.00	144 733.00
Muud äritulud		3 380.00	8 188.00	8 389.00
Kapitaliseeritud väljaminekud oma tarbeks põhivara valmistamisel		240 222.00	202 023.00	73 316.00
Kaubad. Toore		-543 827.00	-98 798.00	-63 369.00
Mitmesugused tegevuskulud		-1 648 178.00	-724 677.00	-370 653.00
Tööjõukulud		-657 932.00	-487 113.00	-181 294.00
Kulum		-106 328.00	-46 459.00	-4 209.00
Muud ärikulud		-108 169.00	-6 659.00	-2 022.00
Kokku ärikasum		-35 510.00	-543 397.00	-395 109.00
Intressitulud		5 061.00	0.00	0.00
Intressikulud		-18 170.00	-7 517.00	0.00
Muud finantstulud ja -kulud		14.00	179.00	2.00
Kasum enne tm tulumaks		-48 605.00	-548 420.00	-395 107.00
Puhaskasum		-49 367.00	-548 420.00	-395 107.00

Lisa 3. Uber International Holding B.V bilanss

	31.12.2016	31.12.2015
Varad		
Käibevara		
Raha	676 246.00	623 666.00
Nõuded ja ettemaksud	1 757 419.00	665 398.00
Kokku käibevara	2 433 665.00	1 289 064.00
Põhivara		
Investeeringud tütar- ja sudusettevõtjatesse	0.00	0.00
Finantsinvesteeringud	0.00	0.00
Materiaalne põhivara	654 067.00	199 082.00
Immateriaalne põhivara	0.00	0.00
Kokku põhivara	654 067.00	199 082.00
Kokku varad	3 087 732.00	1 488 146.00
Kohustused ja omakapital		
Kohustused		
Võlad ja ettemaksud	2 318 525.00	1 467 176.00
Kokku lühiajalised kohustused	2 318 525.00	1 467 176.00
Kokku pikaajalised kohustused	643 765.00	0.00
Kokku kohustused	2 962 290.00	1 467 176.00
Omakapital		
Emaettevõtja aktsionäridele või osanikele kuuluv omakapital		
Kokku omakapital	125 442.00	20 870.00
Kokku kohustused ja omakapital	3 087 732.00	1 488 046.00

Lisa 4. Uber International Holding B.V kasumiaruanne

Tuh USD	31.12.2016	31.12.2015
Müügitulu	1 622 044.00	519 766.00
Muud äritulud	1 193 801.00	1 031 471.00
Kaubad. Toore Mitmesugused tegevuskulud	-916 325.00 -1 782 834.00	691 788.00 783 073.00
Kokku ärikasum	116 686.00	76 376.00
Intressitulud	4 669.00	400.00
Intressikulud	70 960.00	51 803.00
Kasum enne tm tulumaks	50 395.00 31 874.00	24 973.00 20 614.00
Puhaskasum	18 521.00	4 359.00

Lisa 5. Taxigo bilanss

Bilanss		
	31.12.2016	31.12.2015
Varad		
Käibevara		
Raha	6 183.00	0.00
Nõuded ja ettemaksed	22 151.00	0.00
Kokku käibevara	28 334.00	0.00
Kokku varad	28 334.00	0
Kohustused ja omakapital		
Kohustused		
Lühiajalised kohustused		0
Laenukohustused	0.00	0.00
Võlad ja ettemaksed	12 330.00	0.00
Kokku lühiajalised kohustused	12 330.00	0.00
Pikaajalised kohustused		0.00
Laenukohustused	0.00	0.00
Võlad ja ettemaksed	0.00	0.00
Kokku pikaajalised kohustused	0.00	0.00
Kokku kohustused	12 330.00	0.00
Omakapital		
Emaettevõtja aktsionäridele või osanikele kuuluv omakapital		
Osakapital nimiväärtuses	2 500.00	0.00
Registreerimata osakapital	0.00	2 500.00
Aruandeaasta kasum (kahjum)	13 504.00	0.00
Kokku omakapital	16 004.00	721 883.00
Kokku kohustused ja omakapital	28 334.00	1 046 974.00

Lisa 6. Taxigo kasumiaruanne

	31.12.2016	31.12.2015
Müügitulu	64 420.00	0.00
Muud äritulud	0.00	0.00
Kapitaliseeritud väljaminekud oma tarbeks põhivara valmistamisel	0.00	0.00
Kaubad. Toore	-22 312.00	0.00
Mitmesugused tegevuskulud	-13 337.00	0.00
Tööjõukulud	-15 263.00	0.00
Kulum	0.00	0.00
Muud äriksulud	0.00	0.00
Kokku äriksusum	13 508.00	0.00
Intressitulud	0.00	0.00
Intressikulud	0.00	0.00
Muud finantstulud ja -kulud	-4.00	0.00
Kasum enne tm	13 504.00	0.00
tulumaks	0.00	0.00
Puhaskasum	13 504.00	0.00

Lisa 7. MyTaxi Network LTD bilanss

Bilanss		
	31.12.2016	31.12.2015
Varad		
Käibevara		
Raha	2 949 167.00	966 427.00
Nõuded ja ettemaksed	3 216 401.00	1 648 370.00
Kokku käibevara	3 657 573.00	1 648 371.00
Põhivara		
Investeeringud tütar- ja sudusettevõtjatesse	0.00	0.00
Finantsinvesteeringud	0.00	0.00
Nõuded ja ettemaksed	0.00	0.00
Materiaalne põhivara	0.00	21 594 879.00
Immateriaalne põhivara	0.00	0.00
Kokku põhivara	0.00	21 594 879.00
Kokku varad	3657573.00	23 243 250.00
Kohustused ja omakapital		
Kohustused		
Lühiajalised kohustused		0
Laenukohustused	2 754 267.00	31 798 169.00
Võlad ja ettemaksed	415 474.00	209 619.00
Kokku lühiajalised kohustused	3 169 741.00	32 007 789.00
Pikaajalised kohustused	0.00	0.00
Laenukohustused	0.00	0.00
Võlad ja ettemaksed	0.00	0.00
Kokku pikaajalised kohustused	0.00	0.00
Kokku kohustused	3 169 741.00	32 007 789.00
Omakapital		
Emaettevõtja aktsionäridele või osanikele kuuluv omakapital		
Osakapital nimiväärtuses	3 501.00	0.00
Registreerimata osakapital	0.00	0.00
Ülekurs	484 331.00	-8 764 540.00
Realiseerimata kursivahed	0.00	0.00
Eelmiste perioodide jaotamata kasum (kahjum)	0.00	0.00
Aruandeaasta kasum (kahjum)		0.00
Kokku emaettevõtja aktsionäridele või osanikele kuuluv omakapital	0.00	0.00
Vähemusosalus	0.00	0.00
Kokku omakapital	487 832.00	-8 764 540.00
Kokku kohustused ja omakapital	3 657 573.00	23 243 249.00

Lisa 8. MyTaxi kasumiaruanne

	31.12.2016	31.12.2015
Müügitulu	8 993 383.00	4 577 597.00
Muud äritulud	0.00	0.00
Kaubad. Toore	-1 970 001.00	-1 625 231.00
Mitmesugused tegevuskulud	-7 014 045.00	-5 828 507.00
Tööjõukulud		0.00
Kulum	0.00	0.00
Muud ärikulud	0.00	0.00
Kokku ärikasum	9 337.00	-2 876 141.00
Intressitulud	0.00	0.00
Intressikulud	0.00	0.00
Muud finantstulud ja -kulud	9 337.00	0.00
Kasum enne tm	9 337.00	-2 876 141.00
tulumaks	0.00	0.00
Puhaskasum	9 337.00	-2 876 141.00

Lisa 9. Veendusettevõtete sõitjatevedu ja keskmised leibkonnaliikme kulutused ühistranspordile

Aasta	Sõitjate arv (Tallinn)	Keskmised leibkonna kulutused ühistranspordile
2010	165294.7	108.3
2011	162324.8	89.1
2012	191114.4	97.1
2013	206497.5	
2014	201546.6	
2015	204599.8	90
2016	197801.1	125.5
2017	197851.3	