

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Ettevõtluse osakond

Errit Kuldkepp

**JAGAMISMAJANDUSE ROLL JA MÕJU PÄRNU LINNA  
MAJUTUSSEKTORI NÄITEL**

Magistritöö

Juhendaja: Heli Müristaja

Pärnu 2017

Soovitan suunata kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

.....

(kaasjuhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "...“..... a.

TÜ Pärnu kolledži ..... osakonna juhataja

..... (osakonna juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

..... (töö autori allkiri)

## SISUKORD

Sissejuhatus.....	4
1. Jagamismajanduse mõiste, areng ja osapooled ning roll sihtkoha arendamisel .....	7
1.1. Jagamismajanduse olemus, ärimudelid ja väärtuspakkumise ahel.....	7
1.2. Sihtkoha arendajate roll jagamismajanduse integreerimisel sihtkoha terviklikku arendamisesse.....	17
1.3. Jagamismajanduse mõju majutussektorile .....	26
2. Jagamismajanduse majutussektori olukord eestis ja pärnus ning sellest tulenevad võimalused sihtkoha arendamisel .....	32
2.1. Jagamismajanduse areng majutussektoris Eesti ja Pärnu kontekstis ning uuringu meetodika.....	32
2.2. Jagamismajanduse majutussektori uuring klientide, Pärnus majutusteenuse pakkujate, erasektori ja avalikusektori esindajate hulgas.....	39
2.3. Jagamismajanduse majutussektori uuringu järeldused ja ettepanekud .....	54
Kokkuvõte.....	59
Viidatud allikad.....	61
Lisad.....	69
Lisa 1. Jagamismajanduse toodete/ teenuste ärimudelid.....	69
Lisa 2. Jagamismajanduse uuring Pärnumaa majutusteenuse pakkujate hulgas .....	72
Lisa 3. Jagamismajanduse uuring jagamismajanduse majutusteenuse klientidele ....	82
Lisa 4. Poolstruktureeritud intervjuu küsimustik erasektorile .....	91
Lisa 5. Poolstruktureeritud intervjuu küsimustik avalikule sektorile.....	94
Lisa 6. Kokkuvõtte ettevõtjatega teostatud intervjuudest .....	98
Lisa 7. Kokkuvõtte avaliku sektori esindajatega teostatud intervjuust ja küsitlusest....	99
Summary .....	100

## SISSEJUHATUS

Viimastel aastatel on ettevõttelt inimesele (*business-to-people (B2P)*) ettevõtlusvormi kõrval kasvanud märkimisväärselt kasutajalt kasutajale (*peer-to-peer (P2P)*) ettevõtlusvormi kasutamine. See on toimunud peaaegu kõigis turismi-, transpordi-, finants-, haridus-, isiku - ja äriteenuste sektorites, kuid turismisektor on üks kõige rohkem jagamismajanduse arengutest mõjutatud ettevõtlussektor. Jagamismajanduse mõju erinevatele valdkondadele on muljetavaldav. Selle kaudu leitakse alakasutatud ressurssidele kasulikud rakendused, luuakse juurde töökohti, tõstetakse osapoolte digitaalset teadlikkust ning toetatakse keskkonda säästvat tarbimist.

Jagamismajanduse puhul on tegemist ettevõtlusvormiga, mida kutsutakse erinevate nimedega. Kõige enam viidatakse sellele kui jagamismajandusele (*sharing economy*), mille põhiidee on alakasutatud asjade või vahendite jagamine teistega, kas raha eest või tasuta. Majanduslikus mõistes ei ole tegu millegi uudsega, sest inimestevahelised kaupade ja teenuste vahetused on toimunud juba aastasadu. Paratamatult mõjutab jagamismajandus traditsioonilisi ettevõtteid ja nende majandustegevust, kuid oma tegevusega ta pigem täiendab, mitte ei asenda neid. Oskam ja Boswijk (2016, lk 23) toovad oma ülevaateuurimuses välja, et võrgustunud külalislahkuseteenuste pakkujad, nagu Airbnb, omavad suurt rolli sektori arengule ja pakuvad tõsist konkurentsi traditsioonilistele majutusteenuste pakkujatele. Airbnb pakub suuremat hulka voodikohti kui maailma suurimad hotelliketid seda teevad ning pakkujate arv on kiirelt kasvav.

Sihtkoha arendajate seisukohast on oluline olla kursis uute ärimudelite arengutega ja kaasata „uued tulijad“ sihtkoha terviklikku planeerimisesse. Oluline on analüüsida põhjalikult nende uute ärimudelite erinevaid mõjuvorme. Euroopa Komisjon (EK) on loonud jagamismajanduse kava, toetamaks tarbijate, ettevõtete ja avaliku sektori asutuste kaasaminekut jagamismajanduse arengutega. Ühtlasi on EK arvamusel, et kui uusi ärimudeleid vastutustundlikult toetada ja arendada, võivad need märkimisväärselt soodustada töökohtade loomist ja majanduskasvu Euroopa Liidus (Euroopa Komisjon

2016). Tulenevalt eelnevast kujuneb sihtkoha arendajate võtmeküsimuseks tõsiasi, et mil viisil on võimalik kaasata jagamismajanduse teenuse pakkujaid sihtkoha terviklikku arendamisesse.

Magistritöö eesmärgiks on välja selgitada jagamismajanduse majutussektori roll ja arenguvõimalused Pärnu kui turismi sihtkoha terviklikus arengus. Leida võimalikud kokkupuutepunktid koostöö edendamiseks erinevate kaasatud osapoolte vahel. Uurimuse läbiviimise põhjuseks on see, et viimaste aastatel on hüppeliselt tõusnud kasutajalt kasutajale platvormide vahendusel pakutavate majutusteenuste pakkumine ja kasutamine. See omakorda on tekitanud pahameelt ametlike majutusteenuse osutajate seas, kuna osadel nende platvormide kaudu vahendatavatel majutuspakkujatel puuduvad seadusega reguleeritud nõuded ja kohustused. Magistritöö käigus kogutud info on mõeldud eelkõige sihtkoha arendajatele aga ka P2P platvormide vahendusel tegutsevatele teenusepakkujatele ja klientidele. Magistritöö eesmärgi saavutamiseks on autor püstitanud järgmised ülesanded:

- defineerida jagamismajanduse ja kasutajalt kasutajale veebikeskkonna mõisted ning tuua välja nende karakteristikud,
- anda teoreetiline ülevaade jagamismajanduse ärimudelitest ning võrrelda neid traditsiooniliste turismivaldkonna ärimudelitega,
- anda ülevaade sihtkoha kontseptsioonist ja selle arendajate rollist piirkonnas,
- teostada veebipõhine küsitlus kasutajalt kasutajale veebikeskkondade vahendusel majutusteenust kasutanud klientide hulgas,
- teostada veebipõhine küsitlus kasutajalt kasutajale veebikeskkondade vahendusel Pärnumaa majutusteenuse pakkujate seas,
- viia läbi intervjuud Pärnu linna hotellijuhtide seas,
- viia läbi intervjuud Pärnumaa sihtkoha arendajate hulgas, selgitamaks nende arusaama jagamismajandusest ja selle kaasamise võimalustest sihtkoha arendamisel,
- esitada ettepanekud sihtkoha arendajatele jagamismajanduse ja traditsiooniliste majutusteenusepakkujate tõhusamaks integreerimiseks sihtkoha arendamisesse.

Töö koosneb kahest osast. Esimeses osas käsitletakse jagamismajanduse mõistet, analüüsitakse ärimudeleid, käsitletakse erinevaid kaasatud osapooli ning selle rolli

sihtkoha arendamisel. Analüüsitakse antud majandusharu mõju majutussektorile ning inimeselt inimesele jagamisplatvormide rolli jagamismajanduse arengule. Magistritöö teises ehk empiirilises osas antakse ülevaade hetkeolukorrast Eestis, esitatakse jagamismajanduse majutusteenuse tarbijate ja Pärnu linna pakkujate karakteristikud. Järelduste ja ettepanekute osas sünteesitakse teoorias esitletud ning uurimusest saadud tulemusi, millest lähtuvalt tehakse ettepanekuid jagamismajanduse terviklikku integreerimiseks sihtkoha arendamisesse erinevate huvigruppide vaatenurgast ja võimalikest tuleviku võimalustest.

Magistritöö uuringus kasutatakse kombineeritud meetodit – intervjuud ja küsitlus. Jagamismajanduse majutussektori ülevaate saamiseks teostab autor poolstruktureeritud intervjuud Pärnu linna hotellijuhtidega, SA Pärnumaa Turism juhatajaga ja Pärnu abilinnapeaga ning edastab sotsiaalvõrgustike kaudu (Facebook, You Tube, LinkedIn ja Instagram) jagamismajanduse platvormide vahendusel majutusteenuse kasutajatele ja Pärnumaa majutusteenuste pakkujatele struktureeritud küsitlused. Antud töö puhul on tegemist jagamismajanduse majutussektori valdkonnas võrdlemisi vähe uuritud, kuid populaarsust koguva teemaga, mistõttu on saadud uuringu tulemusi võimalik kasutada sisendina tulevastes analoogsetes uuringutes.

# 1. JAGAMISMAJANDUSE MÕISTE, ARENG JA OSAPOOLED NING ROLL SIHTKOHA ARENDAMISEL

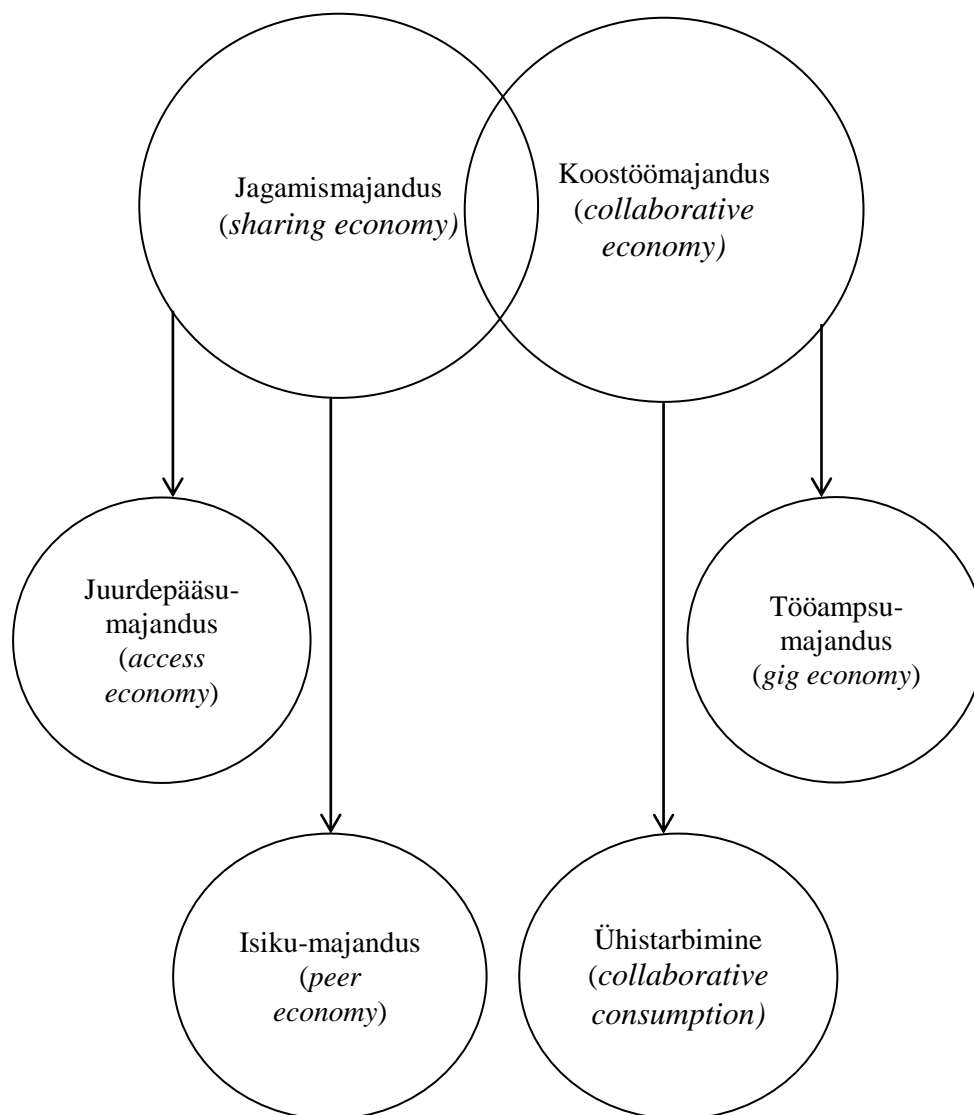
## 1.1. Jagamismajanduse olemus, ärimudelid ja väärtuspakkumise ahel

Antud peatükis mõtestab lahti töö autor jagamismajanduse mõisted, kirjeldab põhilisi printsiipe, millest jagamismajanduses lähtutakse ning kirjeldab kööstöomajanduse erinevaid tõiuketegureid. Seejärel võrdleb erinevaid jagamismajanduse ärimudeleid, kirjeldab jagamismajanduse väärtuspakkumise ahelat ning toob elulisi näiteid erinevatest jagamismajanduse valdkondadest.

Jagamismajanduse sektoris on viimaste aastatel toimunud hüppeline kasv, mida toetavad ka Ernst & Young (2016, lk 3) uuringu tulemused ning mille prognoosi kohaselt oli jagamismajanduse aastane kasvumäär (*compound annual growth rate*) 2016. aastal 139,4%, kogusummas 115 miljardit USD. Aastal 2012 oli see 3,5 miljardit USD. Euroopa Liidus teenisid 2015. aastal veebiplatvormide haldajad ja nende vahendusel teenuste pakkujad kokku 28 miljardit EUR (European...2016, lk, 4).

Jagamismajanduse põhiidee on alakasutatud asjade ja vahendite ning teenuste jagamine teistega, kas raha eest või tasuta, rakendades selleks veebiplatvorme. Majanduslikus mõistes ei ole tegu millegi uudsega, sest juba aasta sadu on toiminud inimestevahelised kaupade ja teenuste vahetused. Kaasaegsed tarbijad hindavad omamise asemel enam terviklikku kogemust ja kogukonnatunnet, jätkusuutlikku tarbimist ja tarbitavate toodete ja teenuste ehedust (Tehnopolis-Group, 2016). Tänapäeval on inimesed hästi omaks võtnud erinevate asjade, teenuste ja ressursside lühiajalise kasutamise võimaluse, sest tihti peale on ka majanduslikult mõistlikum asju / teenuseid lühiajaliseks kasutamiseks endale rentida. Tulenevalt veebiplatvormide kasutamise mugavusest on klientidel võimalus soetada ühekordselt mõni sobiv toode ning jagada seda teiste tarbijatega (Owyang, Tran, Silva (2013). Jagamismajanduse kaudu on tarbijatel avanenud võimalus valida teenusepakkujad, kelle põhiväärtused ühtivad nende keskkondlike vaadetega ja

isiklike eelistustega ning sobituvad mugavalt nende elustiili ja majanduslike võimalustega. Tulenevalt jagamismajanduse kiirest arengust, on sellele üheselt mõistetava definitsiooni leidmine komplitseeritud. Kõige enam viidatakse sellele kui jagamismajandusele (*sharing economy*), koostöömajandusele (*collaborative economy*) või harvemini ka osalustarbimisele (*collaborative consumption*) ja isikumajandusele (*peer economy*) (joonis 1).



**Joonis 1.** Jagamismajanduse erinevad käsitlused. Botsman, (2016, lk 8) ja Stokes, Clarence, Anderson, Lauren, Rinne (2014, lk 10); autori koostatud.

Jagamismajandus (*sharing economy*) on majandusmudel, mis põhineb alakasutatud varade (vabadest pindadest ja asjadest kuni oskusteni välja) tasuta või tasu eest jagamisel teiste inimestega (Botsman, 2016, lk 8). Oma sisult võrdlemisi sarnane on



koostöomajandus (*collaborative economy*), mis põhineb üksikisikute ja kogukondade võrgustikele, mitte tsentraliseeritud institutsioonidele, muutes seeläbi inimeste arusaamu tootmisest, tarbimisest, rahandusest ja õppimisest (Stokes, Clarence, Anderson, Lauren, Rinne (2014, lk 10)). Võrreldes omavahel jagamismajanduse ja koostöomajanduse mõisteid selgub, et neil on märkimisväärne sarnasus, mistõttu ühendas töö autor joonisel 1 need omavahel ühisosa kaudu. Järgnevad neli mõistet, mis on kajastatud samuti joonisel 1 täiendavad oma sisult jagamis-ja koostöomajanduse mõisteid, muutes mitmekülsemaks nende käsitlusi. Juurdepääsumajanduse (*access economy*) korral on tegemist majandusmudeliga, mis põhineb võimalusel omada juurepääsu sobivatele toodetele ja teenustele ning ei pea oluliseks nende omamist (Botsman, 2016, lk 8). Samal ajal kui isikumajanduse (*peer economy*) mõiste puhul on tegemist inimeselt inimesele veebipõhiste platvormidega, mis võimaldavad jagada ja kaubelda otse lõpptarbijatega ning tehingud baseeruvad vaid vastastikkusel usaldusel (Stokes *et al* 2014, lk 10).

Ühistarbimise (*collaborative consumption*) mõiste põhineb toodete ja teenuste jagamisel, vahetamisel, kauplemisel või rentimisel, võimaldades ligipääsu asjadele ilma neid omastamata ning muutes oluliselt seda kuidas tarbitakse, mitte niivõrd mida tarbitakse (Botsman, 2016, lk 8). Erinevalt eelnevatest keskendub tööampsumajandus (*gig economy*) lühiajalistele tööampsudele, mis võimaldavad veebipõhiste keskkondade vahendusel töötajal leida talle meelepärased ja sobival ajal erinevaid lühiajalisi töid (Botsman 2016, lk 8). Erinevad terminid on kasutusel nii Euroopa Liidu (EL) liikmesriikides kui ka erinevates EL institutsioonides. Euroopa Komisjon (EK) on praktikas seni pigem pooldanud koostöomajanduse mõiste kasutamist, ent teised institutsioonid on kasutanud valdavalt sõna jagamismajandus. Töö autor kasutab edaspidi läbivalt paraleelselt mõisteid jagamismajandus ja koostöomajandus.

Lisaks jagamismajanduse erinevatele käsitlustele on laialdaselt kasutusel ka mõiste võrgusilm (*mesh*). Selle mõiste vihjab otseselt meetodile, kuidas inimestele võimaldatakse juurdepääs erinevatele veebipõhiste platvormidele, rakendades selleks digitaalset tehnoloogiat. EK (2016, lk 3) on seisukohal, et jagamismajanduse tehingute kaudu ei toimu omandiõiguse muutumist ning neid tehakse peamiselt kasumi teenimise või mittetulunduslikul eesmärgil. Kasumi teenimisele on suunatud näiteks tööjõu

teenust pakkuv TaskRabbit, sõiduteenuse pakkuja Uber ja majutusteenuse pakkuja Airbnb, samal ajal kui mittetulunduslikeks on näiteks Time Bank ja Food Swaps. Tehnopolis (2016) on asjakohaselt esitlenud viis põhiprintsiipi, millest jagamismajanduses tervikuna lähtutakse. Tuginedes joonisel 1 esitletud jagamismajanduse käsitluste erinevustele, on need viis printsiipi omased kõigile:

- kolm osapoolt – pakkuja, veebiplatvorm (vahendaja) ja tarbija osalevad kaupade, teenuste või ressursside pakkumisel;
- ajutine juurdepääs kaupadele, teenustele või ressurssidele;
- omandivorm jääb muutumatuks (kaupade, teenuste või ressursside tarbimisel);
- toimub alakasutatud ressursside jagamine;
- kaupade, teenuste või ressursside jagamine toimub kompensatsiooni eest (s.h. rahaline ja muu kompensatsioon).

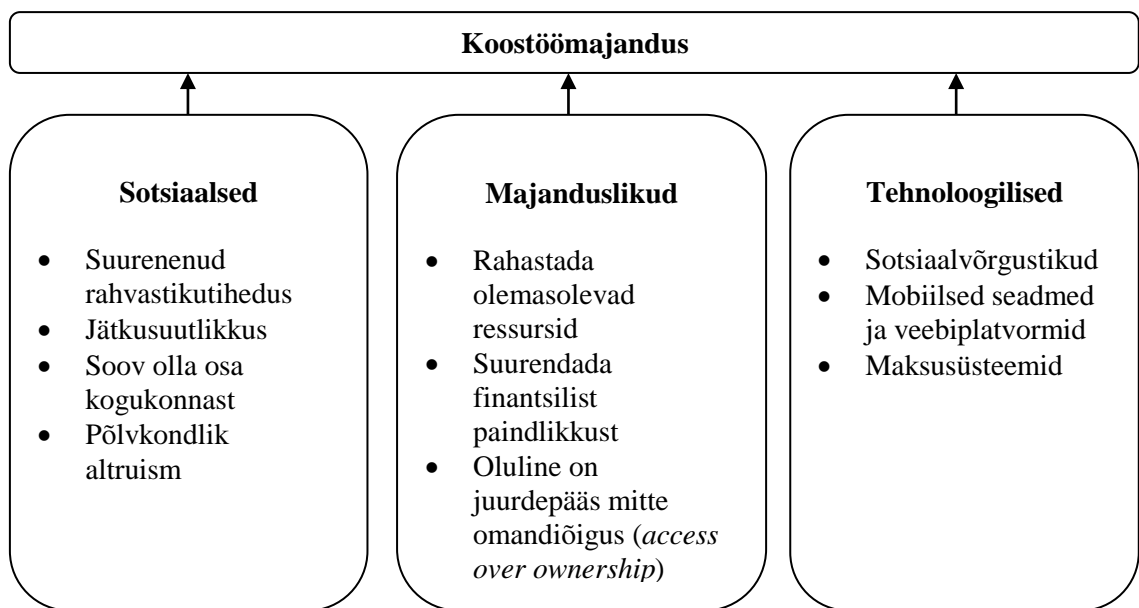
Eelpool esitletud printsiibid on need, mille alusel on võimalik eristada jagamismajandust traditsioonilisest majandusest. Omakorda lisandub sellele võimalus, mille korral suhtlevad kliendid otse (ilma veebiplatvormita) teenusepakkujaga. Traditsioonilise majanduse korral on kaupade, teenuste ja ressursside pakkujateks olnud ettevõtted, samal ajal kui jagamismajanduse kontekstis on selleks üksikisikud, kellel on olemas alakasutatud ressursid. Brand ja Rocchi (2011, lk 15) tõdevad kuivõrd on viimase 60 aasta jooksul muutunud inimeste väärtushinnangud, mis avalduvad kogemuste ja teadmiste väärtustamises ning väärtuspõhises elamises. Sellest tulenevalt on olulisel kohal mitte asjade omamine vaid kogemuste kogemine.

Ettevõtete vaatenurgast on põhi fookus suundumas masstootmiselt ja turundamiselt teadmispõhiste platvormidele ja väärtuspõhiste võrgustikele (Oskam ja Boswijk 2016, lk 23). Oma olemuselt on jagamismajanduse korral tegemist sotsiaal-majandusliku ökosüsteemiga, mille tegevuse keskmeks on jagatud inimlikud ja füüsilised ressursid, kus on olemas inimeste tasandil nõudlus ja pakkumine (Matofska, 2016). Jagamismajanduse raames toimuvad nii inimeste vahelised kui ka ettevõtete vahendusel erinevate toodete ja teenuste loomine, tootmine, kauplemine ja tarbimine. Sunjo ja Moon (2016) on arvamusel, et jagamismajandus baseerub neljale alustalale:

- sotsiaalsetel suhetel põhinev avatud juurdepääs teenustele,

- usaldus,
- väärtuspakkumine,
- inimeselt inimesele tehingud.

Nendele tuginedes võib järeldada, et ülemaailmselt on inimesed saanud omavahel lähedasemaks ning nende väärtushinnangud on muutunud inimeste kesksamaks, püüdes vältida erinevate kogemuste omandamisel suuri korporatsioone. Owyang *et al* (2013, lk 5) jõudsid järeldusele, et koostöömajanduses on kolm põhilist tõuketegurit (vt joonis 2): sotsiaalsed, majanduslikud ja tehnoloogilised. Sotsiaalsed tegurid on omakorda mõjutatud neljast alamvaldkonnast, millest esimene, suurenenud rahvastikutihedus, on loonud võimaluse eluterveks koostöömajanduseks ja toonud kokku suurema hulga teenusepakkujaid tarbijatega.



**Joonis 2.** Koostöömajanduse tõuketegurid. Allikas: Owyang *et al* 2013; autori koostatud

Teise ja kolmandana on välja toodud jätkusuutlikkus ja kogukonna tunnetus, mis on suurendanud inimeste soovi erinevaid tooteid ja teenuseid keskkonnasäästlikumalt tarbida. See omakorda on inimesi üksteise suhtes lähendanud ning tekitanud soovi kuuluda ja panustada kohalikku kogukonda. Eelnevaid seisukohti toetavad mitmed generatsioonide eripärasid analüüsivad uuringud, millest väärrib esiletõstmist Merimann

(2015, lk 3), kes tõdes, et Y põlvkonna (sündinud vahemikus 1981-1996) ja Z põlvkonna (sündinud 1997-2010) ühiseks tunnuseks on keskkonna teadlikkus ja sellesse panustamine. Z põlvkonna esindajad erinevad eelnevast põlvkonnast selle poolest, et nad soovivad ise muuta paremaks keskkonda milles nad elavad ja olla aktiivne kogukonnaga seonduvates tegemistes. Lisaks on Z põlvkonna esindajad olnud sünnist saati interneti kasutajad, kus digitaalsed vahendid on alati olnud kättesaadavad ning aktiivne osalemine sotsiaalvõrgustikes on loomulik osa nende igapäevaelust (Merimann 2015, lk 5). Eelpool nimetatud Y põlvkonna esindajad on need, kes on kõige suuremad jagamismajanduse tarbijad käesoleval ajal. Neile meeldib olla vahetus kontaktis oma eakaaslastega erinevate platvormide vahendusel ja jagada asju, mida nad omavad P2P platvormide vahendusel.

Majanduslikud tõuketegurid (Owyang *et al*, 2013, lk 5) on mõjutatud eelkõige soovist rahastada alakasutatud ressursid ja leida neile praktiline väljund. Samuti on inimestel tekkinud uus nägemus töökorraldusest ning paljudel on tekkinud soov alustada vabakutseliste teenusepakkujatena, et tekiks võimalus tööaega paindlikult kasutada. Seda liikumist on soodustanud samuti erinevad veebiplatvormid. Inimesed peavad üha olulisemaks omada juurdepääsu erinevatele toodetele ja teenustele, jättes tagaplaanile nende omamise vajaduse. Siia on sobilik tuua näidetena rahvusvahelised veebiplatvormid Bla Bla Car (sõiduteenuse vahendaja), Etsy (vabakutseliste isikuteenuste vahendaja) ja HomeAway (majutusteenuse vahendaja).

Tehnoloogilised tõuketegurid on omavahel tihedalt seotud, sest nende kaudu kohtuvad teenuse pakkujad teenuse tarbijatega erinevate veebiplatvormide kaudu. Airbnb kasutab ise ka Facebooki kui ühte kanalit, et osapooli omavahel kokku tuua ja rohkemate teenuse kasutajateni jõuda. Kõigil osapooltel avaneb võimalus üksteist / teenuseid avalikult hinnata ja lisada peale teenuse kasutamist kommentaarid, mis omakorda aitavad luua usaldust ja läbipaistvust. Mobiilsed sidevahendid ja platvormid on loonud vajaduse mobiilsete rakenduste hoogsaks arenguks.

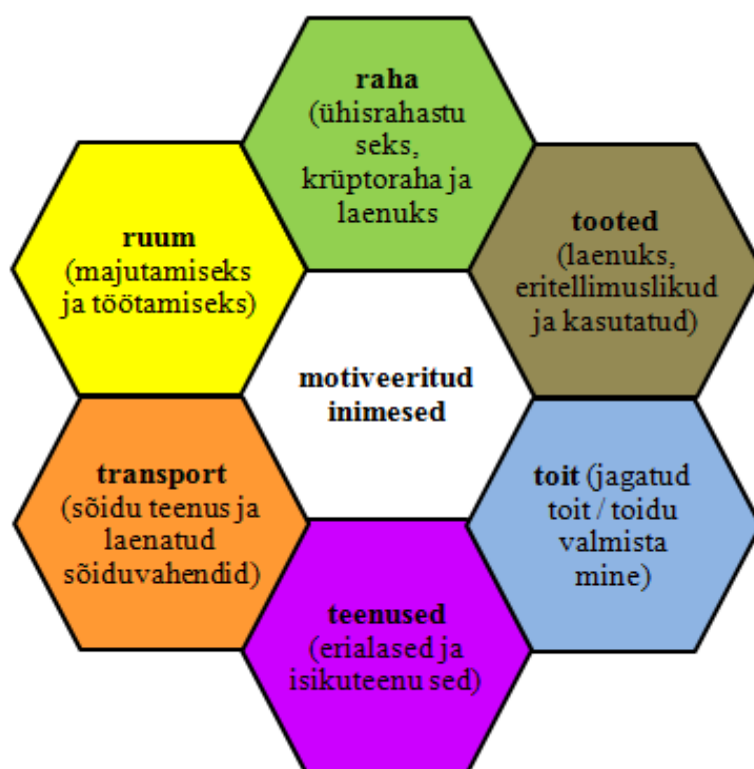
Hoffmann *et al* (2015, lk 13) peavad olulisteks tehnoloogilisteks mõjuteguriteks: mobiilsete sidevahendite esile seadmist (*mobile first*), veebiplatvorme, sotsiaalset võrgustumist (Facebook, Instagram, Twitter, You Tube jne) ja veebipõhiseid maksusüsteeme (nt Paypal). Näiteks autoteenust vahendav kasutajalt kasutajale

suunatud ettevõtte Lyft on üks paljudest, kes on loonud oma mobiilirakenduse (äpp), mille kaudu on klientidel oluliselt mugavam teenust tarbida ning selle eest tasuda (Owyang *et al.*, 2013, lk 6). Oluline on mõista, et suurem osa kliendi kogemusest leiab aset veebiväliselt, kuid sisukat mobiilised äpid on need, mis võimaldavad terviklikku elamust mugavamaks teha nii külalisele kui ka vastuvõtjale.

Järgnevalt on oluline uurida, millised on põhilised ärimudelid, mis on kasutusel jagamismajanduses. Tuginedes Stokes, Clarence, Anderson, Lauren ja Rinne (2014 lk 12) andmetele esineb põhiliselt nelja tüüpi ärimudeleid: äritl äritele (*business to business (B2B)*), äritl inimesele (*business to customer (B2C)*), inimeselt inimesele (*peer to peer (P2P)*), inimeselt äritele (*customer to business (C2B)*). Euroopa Komisjon (EK) on loonud jagamismajanduse kava, toetamaks tarbijate, ettevõtete ja avaliku sektori asutuste kaasaminekut jagamismajanduse arengutega. Ühtlasi on EK arvamusel, et kui uusi ärimudeleid vastutustundlikult toetada ja arendada, võivad need märkimisväärselt soodustada töökohtade loomist ja majanduskasvu Euroopa Liidus (Euroopa Komisjon 2016). Tulenevalt eelnevast kujuneb sihtkoha arendajate võtmeküsimuseks tõsiasi, et mil viisil on võimalik kaasata jagamismajanduse teenuse pakkujaid sihtkoha terviklikku arendamisesse.

Tegelikkuses on jagamismajanduse ärimudelite ülesehitus palju komplekssem, kui lihtsalt P2P mudel (vt lisa 1). Owyang (2016) on loonud kompaktse „meekärje mudeli“ (ingl. k. *honeycomb model*) (vt joonis 3), mille idee pärinebki looduslikust meekärjest, mis on oma struktuurilt tugev ja võimaldab juurdepääsu ressurssidele ning toetab ühiste gruppide kärje sisest arengut. Meekärje mudel on olnud abiks erinevate sektorite alustavate ettevõtete kaardistamisel (jagamismajanduse kontekstis). Meekärje mudelis on kesksel kohal motiveeritud inimesed, kes soovivad ühiselt jagada, kasutada ning vahetada kaupu ja teenuseid. Meekärje olulisteks osadeks on erinevad valdkonnad, mida illustreerivad kõige selgemalt konkreetset näited. Raha alla kuuluvad ühisrahastused (*crowdfunding*) (nt GoFundMe, CircleUp), krüptoraha (nt Bitcoin, PeerCoin) ja laenud (nt LendingClub, GreenNote). Toodeitel on kolm erinevat sunda: laenuks (nt ShopItToMe, BagBorrowSteal), eritellimuslikult valmistatud (nt Etsy, CustomMade) ja kasutatud (nt Ebay, Craigslist). Toidu puhul on võimalik osalejal kas osaleda toidu

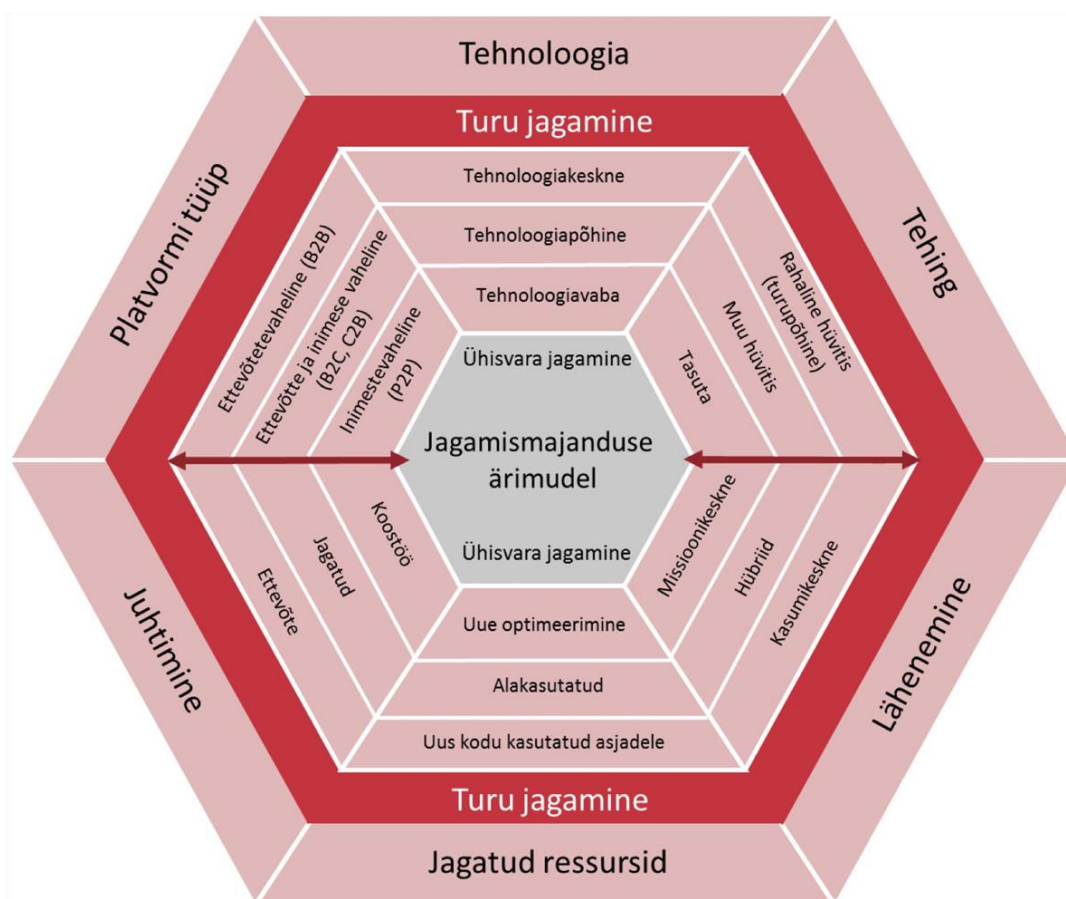
valmistamise protsessi juures (nt KitchenSurfing, Blue Apron) või pakkuda enda valmistatud toitu teistele (nt Mealsharing, EatWith).



**Joonis 3.** Jagamismajanduse meekärje mudel. Allikas Owyang 2016 (autori koostatud)

Teenused jaotuvad erialasteks (nt Crowdspring, Freelancer.com) ja isikuteenusteks (nt Task Rabbit, GoWorkABit). Transpordi valdkonda iseloomustavad sõidu jagamise teenus (nt Uber, Bla Bla Car) ja sõiduvahendi jagamine (Drive Now, Car To Go). Ruumi saab kasutada nii majutamiseks (nt Airbnb, Homeaway) kui ka töötamiseks (nt Share Desk, Liquid Space). Cohen (2106) võttis aluseks meekärje mudeli ning töötas koos kolleegidega välja multidimensionaalse jagamismajanduse ärimudelite kompassi (joonis 4). Coheni ja tema kolleegide poolt välja töötatud mudel, aitab selgelt eristada ettevõtteid kuue erineva dimensiooni vahel, milleks on tehnoloogia, tehingutüüp, tegevuseesmärk (*business approach*), jagatud ressursid, juhtimismudel, platvormi (ärimudeli) tüüp. Seejuures täiendavalt eristades erinevate elementide orienteeritust ühiskondliku ümberjagamise (*commons sharing*) ning turul ümberjagamise vahel (*market sharing*) (Tehnopolis, 2016, lk 13) Multidimensionaalse jagamismajanduse ärimudelite kompassi hindamisel on võimalik põhjalikumalt analüüsida ettevõtete erisusi, tulusaamise motiive ning nende põhjal luua ka sobilikud regulatsioonid.

Tuginedes joonisele 4 on võimalik täheldada, et mida lähemal asetsevad ärimudelite elemendid kompassi väliskihile, seda sarnasemad on nad traditsioonilistele ettevõtetele ning neile peaksid kehtima sarnased regulatsioonid. Ärimudelid, mis paiknevad aga kompassi südamiku lähedal, on õigustatult klassikalise jagamismajanduse esindajad, sest nende esmaseks eesmärgiks on alakasutatud ressursside jagamine.



**Joonis 4.** Jagamismajanduse ärimudelite kompass. Allikas Tehnopolis 2016, lk 13

Ärimudelite erinevatele vormidele on oluline kaardistada ka jagamismajanduse väärtuspakkumise ahel. Kuna P2P mudelis on kolm osapoolt (teenuse pakkuja, teenuse tarbija ning teenuse vahendaja (platvorm), siis on ka väärtuspakkumise ahel oma ülesehituselt lihtne. Väärtuspakkumise ahel (vt joonis 5) koondab omavahel kõik vajalikud osapooled (teenuse pakkuja, tarbija ja platvorm) ja nende vahel toimuvad tehingud ja omavahelised seosed. Jooniselt 5 (lk 15) selgub ka veebipõhiste platvormide keskne roll jagamismajanduse sujuval toimimisel ja selle mitmekesistes võimalustes tuua kokku omavahel nõudluse ja pakkumise. Teenuse pakkujad on jagamismajanduse





rõivafirma H&M, kes alustas 2013. aastal ettevõtmisega „*Bring It On*“, millega kutsutakse üles tooma H&M kauplustesse oma vanu riideid (H&M 2016). Sellega kinnistavad nad oma keskkonnasõbralikku poliitikat, leides vanadele rõivastele uus väljund. Lisaks kinnitavad nad, et ettevõtte ise ei saa antud tegevusest majanduslikku tulu, kuna kõik riided, mis leiavad uue kuju jagatakse annetuse korras vajaminevatele inimestele ja organisatsioonidele.

Kolmanda võimaluse, milleks on platvormi võimaldamine, eesmärgiks on inimeste ja ettevõtete koostöös ühise tuleviku loomine. Silmapaistvaks näiteks on USA kolimisvarustuse ja ladustamise teenust pakkuva ettevõtte U-Haul Investorite Klubi (U-Haul... 2016). Ühisrahastuse mudeli kaudu saavad inimesed rahastada ja omada osasid või laadimisseadmeid tunduvalt parematel tingimustel, kui seda on võimelised pakkuma traditsioonilised pangad. Vastutasuks saavad nad nende sõidukite kasutamisest perioodilist tulu ning on tõenäoline, et kolimisteenuse valimisel kasutavad nad just U-Hauli teenust ja soovitavad seda ka sõpradele.

Veebiplatvormide olemasolu ja nende poolt pakutavad võimalused on muutnud jagamismajanduse oma olemuselt lihtsaks. Sellest tulenevalt võimaldab ka jagamismajanduses kasutusel olevaid ärimudelid ja väärtuspakkumise ahelat rakendada ka traditsioonilistel ettevõtetel nii, et need sobituks jagamismajanduse konteksti. Oluline on leida sobivad lahendused jagamismajanduse pakkujate ja traditsiooniliste ettevõtete koosseksisteerimiseks nii, et kasu saajateks oleksid kõik huvirupid ning kogukonnad tervikuna.

## **1.2. Sihtkoha arendajate roll jagamismajanduse integreerimisel sihtkoha terviklikku arendamisesse**

Antud alapeatükis mõtestab autor lahti turismisihtkoha mõiste ning võrdleb erinevaid huvigruppe ning nende rolli sihtkoha arengus. Jagamismajandus on viimastel aastatel elavdanud turismisektorit ning see on ärgitanud inimesi kohalikul tasandil ettevõtlikkusele millest tingituna on nad endalegi teadmata muutunud sihtkoha oluliseks osaks selle turundamisel ja maine kujundamisel. Seega vaatleb autor erinevaid võimalusi, kuidas huvigrupid saaksid veelgi tõhusamalt, jagamismajanduse vahendusel teha koostööd nii, et kasu saajaks oleks turismisihtkoht tervikuna.

Turismisihtkoht on geograafiline piirkond, mida külastajad mõistavad kui ühtset tervikut ning mida toetab poliitiline ja seadusandlik tugiraamistik (Tooman, Müristaja 2008, lk 6). Turismitoode on kompleksne kooslus erinevatest kultuurilistest, füüsilistest ja sotsiaalsetest teguritest, mis kujundavad sihtkoha identiteedi ning moodustavad tervikliku külastuselamuse (Andergassen *et al* 2015, lk 50). Võttes arvesse asjaolu, et turismitoode tugineb peamiselt keskkonna ja sotsiaal-kultuurilistel ressurssidel, on selle edukas planeerimine olulise tähtsusega (Pjerotic *et al*, 2016, lk 12). Seega, kui jätta turismi planeerimine ja juhtimine unarusse, võib see avaldada negatiivset mõju sihtkohale.

Arenas (2010, lk 5) on seisukohal, et tulenevalt suurest hulgast huvigruppidest, kellel on oma arvamus, huvid ja visioon, on turismisihtkoha efektiivne planeerimine keerukas protsess (vt tabel 1). Turismisihtkoha huvigruppideks võivad olla grupid, üksikisikud, kohalikud elanikud, eraettevõtted ja avaliku sektori asutused, ehk kõik, kes mõjutavad või on mõjutatud konkreetse piirkonna turismi arengust (Byrd, 2007, lk 6). Nende võimalus on teha koostööd ning arendada ühist visiooni konkreetse turismisihtkoha edendamisel. Põhiline eesmärk koostöö edendamisel on otsustusvõimu jagamine erinevate huvigruppide vahel nii, et kandvaks jõuks ei oleks enam ainult kohalikud omavalitsused, vaid kogukond tervikuna (Pjerotic *et al*, 2016, lk 13). Sellisest tegutsemisest saaks kasu kogu sihtkoha turismisektor tervikuna, sest vastutuse jagamine erinevate osapoolte vahel tekitab rohkem ühise vastutuse ja koos tegutsemise tunnet ning tagab jätkusuutliku ja kvaliteetse teenuse pakkumise piirkonnas.

Komppula (2016, lk 68) on jõudnud järeldusele, et paljud teadlased ja praktikud omavad suurenevat huvi turismisihtkohtade juhtimise (*management*), valitsemise (*governance*) ja eestvedamise (*leadership*) osas. Beritelli ja Bieger (2014, lk 12) näevad just eestvedamises uut võimalust, mille kohaselt valitsusasutused tegeleksid struktuuride, protsesside ja sihtkoha üldise kontrollimisega. Eestvedamine oleks aga seotud erinevate osapoolte tegevusega, ning oma visioonide ja motivatsioonide kaudu mõjutaks positiivselt sihtkoha terviklikku arengut. Toposophy (2016, lk 4) uuringus tuuakse välja, et tänapäeval on sihtkoha arendajad üle Euroopa surve all tegemaks väiksema eelarve raames rohkem tegevusi, samal ajal kui turistide iga-aastane

saabumiste arv tõuseb, mõjutades oma tegevusega kohalikku infrastruktuuri ja kohalikku elanikkonda.

**Tabel 1.** Turismisihtkoha huvigrupid ja nende rollid.

	<b>Huvigrupp</b>	<b>Roll</b>
<b>Erasektor</b>	Turismiteenuse pakkujad	Peamised tööpakkujad, tarneahela mõjutajad
	Reisikorraldajad	Mõjutavad turule juurdepääsu ja jätkusuutlikku turismiteenuse pakkumist
	Transpordikorraldajad	Mõjutavad turgu, sihtkoha elujõulisust ja jätkusuutlikkust
	Turismisektori välised ettevõtted	Toodavad sissetulekut ja rikkust
	Kaubandus- ja kutseliidud	Edendavad ja tagavad sektori jätkusuutliku arengu
<b>Avali sektor</b>	Keskvalitsus	Kujundab ja suunab turismi jätkusuutlikku arengut erinevate plaanide, regulatsioonide ja rahalise finantseerimise kaudu. Samuti edendab turunõudlust sihtkoha turundamise kaudu.
	Kohaliku omavalitsuse üksused	Mõjutada jätkusuutlikku turismi arengut piirkonnas, erinevate arengukavade ja plaanide kaudu. Tagavad infrastruktuuri toimepidavuse ja piirkonna turismi jätkusuutliku arengu kohalikul tasandil. Edendavad ja toetavad ettevõtluse arengut, võimaldades ka erinevaid rahalisi toetusi.
<b>Kodanikuühiskond</b>	MTÜ-d, SA-d	Soodustavad piirkonna jätkusuutlikku arengut, tõstavad piirkonna suutlikkust, võimaldavad erinevate huvigrupide omavahelist koostööd ning võimalusel pakuvad ka rahalist toetust.
	Tehnilise- ja kutsehariduse õppeasutused	Aitavad erinevate turu-uuringute teostamisega, tõstavad piirkonna suutlikkust ja tagavad kutsehariduse omandamise.
<b>Kodanikud ja tarbijad</b>	Vastuvõttev kogukond	Teenuse pakujate ja tarbijate töö ja tööjõu tagajad. Turismisihtkoha maine kujundajad.
	Turistid	Mõjutavad piirkonna turismi jätkusuutlikku arengut oma otsuste kaudu.

Allikas: Environmentally... 2014, lk 63; autori koostatud

Esimeses peatükis oli juttu Y ja Z generatsioonist ning sellest, kuidas nemad on kõige aktiivsemad jagamismajanduse vahendusel pakutavate teenuste tarbijad. Tuginedes PhoCusWright 2014. a. (Toposophy vahendusel, 2016, lk 8) USAs teostatud uuringule selgub, et 49% rentijatest, kes oma elamispiinda vahendusplatvormi kaudu välja rentisid, olid vanemad kui 35. See omakorda näitab, et lisaks Y ja Z generatsioonile, on tegelikkuses ka X generatsioon aktiivselt jagamismajanduse üks osa. Nemad on samuti see vanusegrupp, kes on valmis majutuse eest maksma peaaegu poole rohkem kui nooremad reisijad. Teglikkuses on jagamismajanduse vahendusel teenuseid tarbivad

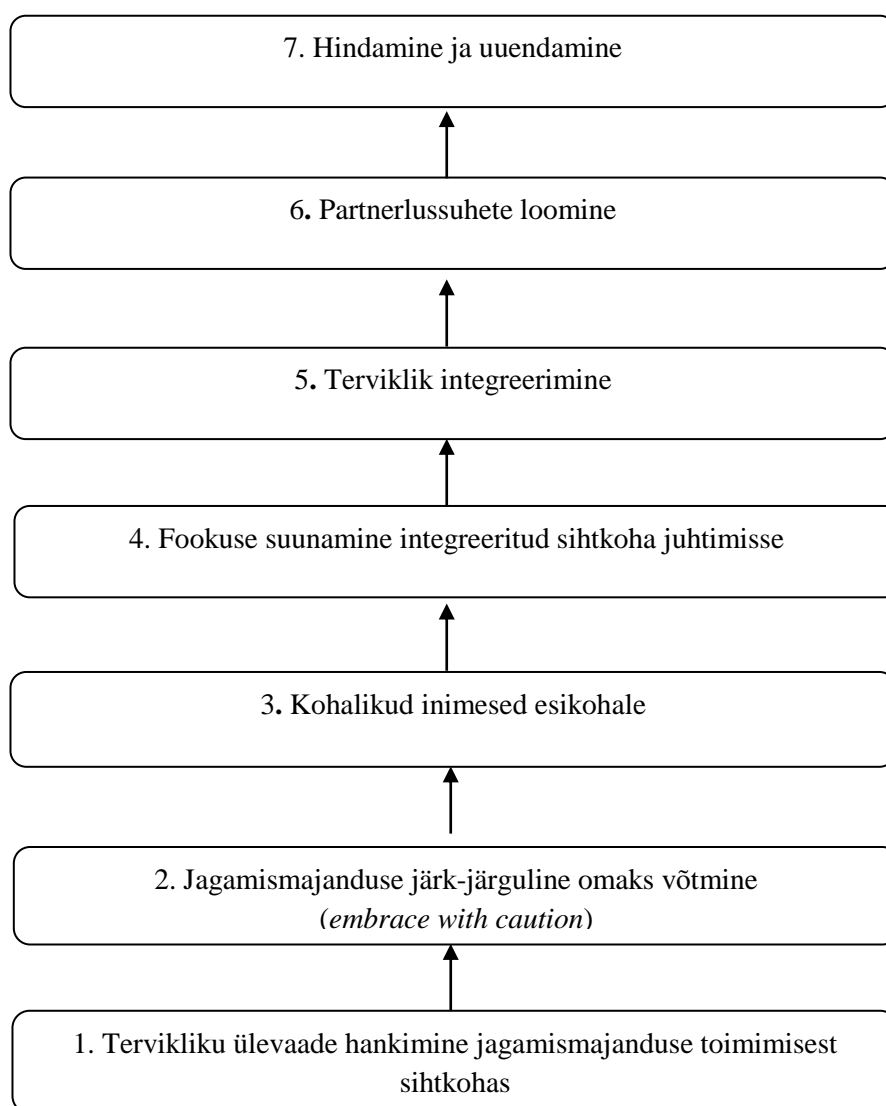
kliendigrupid väga mitmekülgsed. Üha aktiivsemalt on teenust hakanud kasutama ärikliendid, kes täiendavad seni ülekaalus olnud perega reisijaid ning paaris- ja üksikreisijaid. EK näeb koostöömajandust kui ühtse turu strateegia (*single market strategy*) ühte võtmelementi, mis on suunatud ühtse turu juurutamisesse, konkurentsivõime tõstmisesse ja töökohtade loomisesse. Eelkõige nähakse koostöömajanduses võimalust piiriüleseks koostööks, investeerimise võimaluste suurenemist (eelkõige väikeettevõtluses) ja erinevate regulatsioonide kaasajastamiseks. (European... 2015, lk 3) Eelnevalt saab järeldada, et tulenevalt EK toetavast suhtumisest jagamismajanduse arengusse näevad nad selle arendamises suuremat potentsiaali ka sihtkohtade arendamises ja selle majandusharu oskuslikus kaasamises.

OECD (2016, lk 53) on seisukohal, et sihtkoha arendajate seisukohast on lausa hädavajalik, et kiiresti muutuv ja keerukas jagamismajanduse keskkonnas peaks kasutama ära võimalust ning leidma viise, kuidas koos huvigruppidega tõhusalt koostööd teha. See omakorda tähendab soodsate tingimuste ja regulatsioonide loomist jagamismajanduses kaasatutele. Sihtkoha arendajate seisukohast võib tunduda esialgu keeruline, et kuidas peaks initsieerima koostööd ja millest alustama, et kõik vajalikud osapooled saaksid kaasatud ja teenuse lõpptarbijad oleksid rahul. Toposophy (2016, lk 10) on tuginedes eelnevatele uuringutele loonud seitsme-astmelise juhise (vt joonis 6), kuidas sihtkoha arendajad saaksid edukalt olla kaasatud jagamismajanduse toimimisse

Esimese sammuna on oluline tuvastada, kuidas jagamismajandus konkreetsetes sihtkohas toimib ja selleks on soovitatav viia läbi uuring hindamaks, kui suur osakaal elanikest on seotud jagamismajanduse tegevustega. Tuvastada millised veebiplatvormid on populaarseimad, kõige pikaaegsema kasutusega ja millised kiire kasvuga. Millised valdkonnad on kaasatud ning missugused tooted ja teenused on populaarsemad. Milliseid töövõimalusi luuakse ja millistel tingimustel. Hinnata kuidas kõik need eelnevad tegevused mõjutavad kohaliku tasandi majanduskasvu ja turismivaldkonda laiemalt.

Teise sammuna, milleks on „järg-järgult jagamismajanduse omaks võtmine“, on soovitatav rakendada konkreetsele sihtkohale sobiv strateegia. Olulisteks aspektideks, millega arvestada strateegia kujundamisel, on lai valik tegureid, mis mõjutavad lõpptulemust. Kuidas jagamismajandust reguleerida, kuidas tagada seaduslik

tegutsemine ja kasutajate turvalisus on Morani (2016) arvates ühed paljudest küsimustest, mis tekivad.



**Joonis 6.** Seitsmeastmeline juhis sihtkoha arendajatele jagamismajanduse integreerimiseks piirkonnas. Allikas Toposophy 2016, lk 10; autori koostatud

Iga linn ja piirkond on erinevad, seega tasakaalustatud lähenemine, mis kaasaks kõiki huvigruppe peaks arvesse võtma järgnevat (Toposophy 2016, lk 12):

- Sisulised mõjutused (*contextual influences*) – (nõudlus ja pakkumine, majanduskliima, olemasolev infrastruktuur, õigussüsteem ning teised tegurid (asustustihedus, SKP tekitajad).

- Otsustamise struktuurid – oluline on teha koostööd erinevate valitsusasutustega, kes mõjutavad majandus- ja turismivaldkonda konkreetses sihtkohas.
- Mitme huvigrupi lähenemine – eduka strateegia aluseks on kõikide sihtkohaga seotud huvigruppide kaasamine.

Eelnevalt väljatoodud aspektide järgimine loob aluse jagamismajanduse kaasamise poliitika loomiseks piirkonnas. Euroopa Tarbijate Organisatsioon (*The European Consumer Organization* BEUC) (2016, lk 3) loetleb piirkonna poliitika loomise põhipunktid: jagamismajanduses osalejate kaardistamine, kliendiandmete kaitse, töötajate kasud ja õigused, taluvusvõime juhtimine (*carrying capacity*) ja piirkondade hajutamine, maksustamine ning olemasolevate seaduste ja regulatsioonide kaasajastamine. Nende tegevuste kaardistamine ja realiseerimine on aega nõudev protsess, kuid piirkonna arengule ja jätkusuutlikule tegutsemisele hädavajalik.

Kolmanda sammuna tõstetakse esile ja juhitakse tähelepanu kohalikele elanikele. Mõistmaks jagamismajanduse potentsiaali ja mõju sihtkohale, on vajalik mõista, millist mõju avaldab see konkreetsele piirkonnale ja selle elanikele. Tänapäeval konkureerivad piirkonnad rahvusvaheliselt, mitte ainult riiklikult ning atraktiivsed kohad elamiseks on ka atraktiivsed turismisihtkohad. Jagamismajandusesse on mõistlik suhtuda kui kasulikku tööriista, mis ühendab omavahel targa linna (*smart city*) juhtimise, sotsiaalse sidususe ja külastaja elamuse (Toposophy 2016, lk 15).

Eelneva tulemusena muutub külustuselamus sihtkohas autentsemaks, sest otsekontakt kohalikega tekitab külastajas usaldust ja tunnet, et ta kogeb ehedat elamust. Kohalikud võtavad märksa suurema vastutuse sihtkohas toimuva osas, sest neis tekib tunne, et nad on oluline osa sihtkoha arengu edendamisel ning tahavad panustada. Lähtudes targa linna juhtimisest, siis külastajad ja nende elamus sihtkohas, muutub oluliseks piirkonna juhtimisotsuste tegemisel. See omakorda loob võimaluse uute väärtuste tekkeks ja võimaldab paremini ühildada lubatud külustuselamust sihtkoha turundussõnumitega.

Märtsis 2017 avaldatud *Deloitte Access Economics* raporti tulemuste põhjal selgub, et 441 miljonit dollarit kulutati aastatel 2014-2015 Austraalias Airbnb vahendusel majutusteenuse tarbimisele 2,1 miljoni inimese poolt ning keskmiseks öö hinnaks oli 119 dollarit. Sama perioodi vältel kulutasid inimesed 1,6 miljardit dollarit erinevates

söögikohtades (Deloitte... 2017, lk 5) See omakorda näitab kui suure mõjuga jagamismajandus tervikuna on ning seda tuleb hinnata laiemalt, mitte kitsalt mingi konkreetse valdkonna põhiselt. Austraalia Restoranide Assotsiatsiooni juhi John Heart'i sõnade kohaselt on Airbnb ja jagamismajandus tervikuna parimaid näiteid majanduse elavdamisest, sest ainuüksi restoranides kulutasid kliendid 2015-2016 aastatel 544 miljonit dollarit (Airbnb is... 2017). Neljanda sammuna on soovitatav suunata fookus integreeritud sihtkoha juhtimisele. Beritelli *et al* (2014, lk 31) peavad oluliseks viite koostöö tegurit, mis oluliselt mõjutavad sihtkoha terviklikku arengut, tuginedes eelkõige sihtkoha arendajate ja teenusepakkujate omavahelistele suhetele:

- usaldus;
- efektiivne kommunikatsioon;
- üksteise mõistmine;
- meeldivus;
- juurdepääs.

Eelnev tugineb tõdemusele, et koostööd teevad siiski inimesed, kes esindavad erinevaid ettevõtlusvaldkondi / organisatsioone, kuid omavahelistel suhetel ja selgel visioonil on oluline roll sihtkoha edukal arendamisel. Külastajad ja turistid on reisiotsuste tegemisel üha enam inspireeritud oma tuttavate ja sõprade kogemustest, samuti ka veebipõhiste reisikorraldajate (*online travel agents (OTA)*), sotsialvõrgustike ja jagamismajanduse platvormide kaudu pakutavast. Eelnev ei muuda sihtkoha arendajate rolli turundamisel ja informatsiooni jagamisel ebaoluliseks, kuid see peaks ärgitama neid nägema võimalusi eelpool mainitud platvormide kaasamiseks tervikliku külastuselamuse pakkumisel ja oma (turundus)sõnumi edastamisel (Toposophy 2016, lk 16). Olles valitsusorganite esindaja piirkonnas, saavad sihtkoha arendajad, jagamismajanduse kaudu, oluliselt tõhusamalt tõsta piirkonna atraktiivsust, kaasata kohalikke ja kujundada ehedat elamust küllastajatele.

Viiendaks sammuks on terviklik integreerimine, ehk kuidas saaksid ja peaksid sihtkoha arendajad olema kaasatud jagamismajanduse kiiresse arengusse. Toposophy (2016, lk 19) uuringust selgub, et sihtkoha arendajad peaksid tegutsema järgnevalt:

- hindama, nende sihtkoha positsiooni erinevatel olulisematel veebiplatvormidel;

- jälgima, millistest kanalitest hangivad külastajad praktilist infot ja ammutavad inspiratsiooni sihtkoha kohta;
- teostama auditi sihtkoha enda kanalite kohta, tagamaks, et nad on asja- ja ajakohased ning vastavad sihtgruppide ootustele;
- kaasama ja koolitama traditsiooniliste ettevõtete esindajaid, et nad püsiks oma toodete ja teenustega konkurents;
- ümberjagama (võimalusel) turunduseelarves olev summa sihtkoha juhtimise eelarvesse (kogemuse disainimisesse, taluvusvõime juhtimisesse ja partnerlussuhete soodustamisesse).

Sihtkoha arendajatel on olemasolevas olukorras hädavajalik liituda uute arengusuundade ja partnerlussuhetega, sest jagamismajandus areneb ettenägematu kiirusega. Mida kiiremini sihtkoha arendajad suudavad leida oma rolli selles, seda kiiremini tekib kasu piirkonnale tervikuna ning avanevad uued, seni kasutamata võimalused.

Kuuendana on esile tõstetud partnerlussuhete loomist erinevate huvigruppidega, kes oleksid abiks sihtkoha arendajate poolt seatud eesmärkidega piirkonna edendamiseks. Oluline ei ole mitte leida sobivad partnerid olemasolevate platvormide hulgast, vaid kasutada seda kui stardiplatvormi, kust alustada. Sihtkoha arendajad peaksid arvesse võtma enda ja seotud valitsusorganite seatud poliitilisi eesmärke ning rakendama jagamismajandust kui ühte tööriista eesmärkideni jõudmiseks. Stokes *et al* (2014, lk 28) on arvamusel et paljud reeglid ja regulatsioonid, mis tänapäeval kehtivad, on vananenud ja on suunatud peamiselt suurte korporatsioonide struktuuridele ning ei ole üks üheselt rakendatavad jagamismajanduses. Oluline on leida sobiv õigusraamistik, mis toetaks jagamismajanduse arengut olukorras, kus klassikalised piirid tarbijate, teenuse pakkujate, ettevõtete ja töötajate vahel on hägustumas. Euroopa Komisjoni (2016, lk 3-14) teatises, mis ilmus 2016. aasta juunikuus, tõsteti esile võimalikud probleemid õigusraamistiku kujundamisel järgnevate teemade lõikes:

- turulepääsunõuded,
- vastutussüsteemid,
- kasutajate kaitse (nii teenuse pakkujad kui ka tarbijad),



- füüsilisest isikust ettevõtjad ja töötajad jagamismajanduses,
- maksustamine.

Tuginedes eelnevale võib järeldada, et nii ülemaailmselt kui ka Euroopa tasandil aktsepteeritakse ja märgatakse jagamismajanduse ärimudelite tulu ja kasu võimalusi. Sellest tulenevalt leitakse võimalusi, kuidas olemasolevat majanduskeskkonda reguleerida nii, et ei takistataks uue ja jõulise majandusmudeli arengut. Nähakse ka selle potentsiaali piirkondade konkurentsivõime edendaja ja kasvatajana, mille kaudu suureneb kohalike elanike vastutus ja roll piirkonnas. Õiglaste töötingimuste ja vajaliku tarbija-ja sotsiaalkaitse tagamine on oluline, kuid selleks on vajalik kaasata kodanikud ja ettevõtted, tõstmaks nende teadlikkust nende suhtes rakendatavatest normidest ja kohustustest.

Sihtkoha arendajad on aga suurepäraseks vaheorganiks valitsusasutuste eesmärkide, ootuste ja regulatsioonide edastamise ja kohalike kaasamise osas. Võimuorganite tegevusele lisaks on oluline, et P2P platvormid ja nende kaudu teenuste pakkujad teeksid samuti koostööd ja näeksid oma panuse vajalikkust eduka jagamismajanduse edendamisel. See tähendab, et nad peaksid jagama avatult infot nende vahendusel soetatud toodete ja teenuste kohta ning mõtlema kaasa olemasolevate seaduste ja eeskirjade kohandamisel jagamismajanduses osalejatele sobilikuks.

Seitsmenda sammuna on olulisel kohal hindamine ja uuendamine. Eelkõige juhitakse tähelepanu jagamismajanduse dünaamilisest arengust tingituna õiglaste ja paindlike regulatsioonide koostamisele. Selleks, et hinnata rakendatud regulatsioonide sobivust ja efektiivsust, on oluline neid pidevalt üle vaadata ja uuendada, kaasates kõiki vajalikke sidusgruppe, kellega üheskoos edendatakse sihtkoha terviklikku ja innovaatilist arengut. Toposophy (2016, lk 22) uuringus on esitatud märkimisväärne hulk tulemuslikkuse indikaatoreid, mida saab kasutada hindamaks jagamismajanduse edu ja toimimist konkreetses sihtkohas:

- koostada teenusepakkujate nimekiri sihtkohas, erinevate sektorite (majutus, transport jne) lõikes;
- hinnata, kui suure protsendi sihtkoha kogukäibest moodustavad teenusepakkujad (erinevate sektorite lõikes);

- uurida, milline on teenusepakkujate hooajalisus ja kättesaadavuse pikkus;
- uurida, kui suur hulk kohalikust elanikkonnast on kaasatud jagamismajandusesse;
- uurida, kui suur on jagamismajanduse teenuste/alustavate ettevõtete/P2P platvormide arv ja tüüp sihtkohas;
- hinnata, kui suur on jagamismajanduse rahastamise maht (EL, riiklik ja/ või erasektori vahendid);
- hinnata jagamismajanduse majanduslikku mõju sihtkohas;
- teostada pakutavate jagamismajanduse teenuste kvalitatiivne analüüs sihtkohas;
- hinnata jagamismajanduse laiemaid poliitilisi eesmärke (nt töötuse vähendamine);
- uurida, kui suur on jagamismajanduse rakendamisel hinnanguline riigirahastuse kokkuhoid;
- uurida, kui suur hulk on uute väike ja keskmise suurusega (VKE) ettevõtete registreerimiste arv sihtkohas;
- analüüsida, kui palju on kogutud voodikoha makse erinevate platvormide kaudu või edastatud teenusepakkujate poolt;
- teostada seaduste alaseid konsultatsiooniteenused huvigruppidele.

Turismisihtkoha edukas areng sõltub väga paljudest huvigruppidest, kelle ühise eesmärgi nimel koos tegutsemine on oluliseks aluseks edumeelse sihtkoha arengul. Erinevad sihtkohad üle maailma konkureerivad globaalselt üksteisega. Tulenevalt internetis olevast info rohkusest ja jagamismajanduse veebiplatvormidel pakutavast, on reisijatel märksa lihtsam langetada iseseisvalt otsuseid sihtkoha valikutel. Siinkohal on oluline, et nii sihtkoha arendajad kui kõik olulised huvigrupid teeksid integreeritult koostööd nii, et kasusaajaks oleks piirkond tervikuna. Eelneva eelduseks on ühised arusaamad, väärtused ja nägemus terviklikust sihtkoha arengust ja tulemuslikust koostööst.

### **1.3. Jagamismajanduse mõju majutussektorile**

Antud alapeatükis määratleb autor jagamismajanduse majutusteenuse tüübid, tuntuimad platvormid, majutussektoris osalevad huvigrupid ja kliendid ning viimaste tõuketegurid jagamismajanduse majutusteenuse soetamisel. Esitab näiteid jagamismajanduse majutusteenuse sektori reguleerimisest erinevates riikides ning traditsiooniliste hotellide

tegevusest oma teenuse mugandamisest jagamismajanduse konteksti. Selleks, et mõista majutussektorit jagamismajanduses, on vajalik välja tuua selles osalevad huvigrupid ning definitsioonid majutusteenustele. HOTREC (2015, lk 9) loetleb viis olulist huvigruppi, kes on majutusteenus pakkumisel kaasatud:

- vastuvõtja (*host*),
- külaline (*guest*),
- P2P veebiplatvorm,
- reguleeritud majutussektor ja
- turismisihtkoha arendaja.

Vastuvõtja on inimene või ettevõtte, kes pakub P2P veebiplatvormi vahendusel majutusteenust (tuba, korter, maja, majaosa). Külaline on vastuvõtja poolt pakutava teenuse tarbija. P2P veebiplatvorm on keskkond (nt Airbnb, Homeaway, Wimdu) mille kaudu toimub majutusteenuse korraldamine ning selle teenuse eest tasumine. Oma teenuse eest võtab P2P teenustasu nii vastuvõtjalt kui ka külaliselt ning suurusjärk on platvormi erinev, moodustades 3-20 % kogusummast. Reguleeritud majutussektori alla kuuluvad näiteks traditsioonilised hotellid, motellid, kodumajutused, külaliskorterid ja teised analoogsed registreeritud teenusepakkujad. Turismisihtkoha arendajad planeerivad, reguleerivad ja vastutavad turismi arengu eest sihtkohas. Ruume või pindasid (*listings*) mida majutusteenusena pakutakse jagunevad oma tunnuste alusel järgnevalt (HOTREC, 2015, lk 9):

- jagatud ruum (*shared space*),
- kogu kompleks (*whole unit*),
- mitu kompleksi (*multiple units*),
- vastuvõtja on kohal / viibib kompleksis (*host-present / on site*),
- vastuvõtja on eemal (*host absent*).

Ülaltoodud kirjeldavad üldistavalt pakutavate majutusteenuste tüüpe ning kas vastuvõtja viibib külalistega samal pinnal või mitte. Küll aga ei näita need peatumise pikkust või teenuse pakkumise perioodi (aastaringne või hooajaline), mis näitaks kas vastuvõtja on alaline majutusteenuse pakkuja või mitte. Kõige populaarsemaks on osutunud majutusteenuse pakkumine kogu kompleksina, mis tähendab, et vastuvõtja on eemal,

kuid telefonitsi lihtsalt kättesaadav. P2P platvorme on palju, kuid nendest populaarseimad on väljatoodud allpool, koos nende peakontori asukohaga (Shegg, 2016, lk 11; HOTREC 2015, lk 10)):

- Airbnb (USA),
- Homeaway (USA),
- HouseTrip (UK),
- Tuija (Hiina),
- Wimdu (Singapur),
- Flipkey (USA),
- 9 Flats.com (Saksamaa).

Zervas *et al* (2016, lk 2) analüüsisid Airbnb tegevust ja järeldasid, et alates selle loomisest 2008. aastal on Airbnb teenindanud 60 miljonit klienti 191 riigist ja kasvatanud ettevõtte väärtust 30 miljardi dollarini. Airbnb vahendusel peatus üle maailma 2015. a. suvekuudel 17 miljonit turisti (54% mehed ja 46% naised) 57 000 linnast, kelle keskmine vanus oli 35 ning kokku reisisid nad 10 miljardit miili (Airbnb... 2015, lk 3).

Zervas *et al* (2016, lk 30) järeldavad oma uuringus, et jagamismajanduse vahendusel majutusteenuse pakkujad ohustavad peamiselt motelle, kodumajutusi ja kuni kolmetärnihotelle ning iga 10% tõus Airbnb pakkujate seas vähendab igakuist hotelli sissetulekut 0,38%. Puhkusereisijate kõrval, on ka ärireisijate hulgas analoogsed majutusteenuse pakkujad muutumas üha populaarsemaks. Peamisteks tõuketeguriteks, mis suunavad ka ärikliente valima eelpool mainitud majutusteenust traditsioonilise majutusettevõtte asemel on järgnevad (Acte Global (2016, lk 11):

- kättesaadavus (*availability*),
- sage reisimine samasse sihtkohta,
- pikem peatumise aeg,
- kesklinnast väljas olevad piirkonnad,
- reisimine väiksema meeskonnaga,

Kättesaadavuse all on eelkõige oluliseks peetud olukordi, mil hotellitoad on välja müüdnud ja / või tulenevalt aastaajast liiga kõrgete hindadega. Sagedasel reisimisel samasse sihtkohta või pikemal peatumisel, tahavad kliendid tunda ennast koduselt ja seetõttu eelistavad kodusemat keskkonda (Lehr 2015, lk 6). Tihtipeale, kui on vaja peatuda kesklinnast väljaspool, siis hotellide kvaliteet ei pruugi olla enam nii hea, kui soovitakse, seega eelistatakse P2P vahendusel saadavat elamispinda. Meeskondlikud tööreisid on muutumas üha sagedasemaks ning ühe suurema elamispinna rentimine võib osutada ka ettevõttele kasumlikumaks ja kollektiivile vastuvõetavamaks. Konkurentsipüsimiseks peavad tänapäeva hotellipidajad lisaks parima toa hinna pakkumisele mõistma klientide mõtteviisi, kes otsivad alternatiivseid majutusteenuseid (Ecole...2016).

Kaasaegsed navigeerimissüsteemid (Google, Yelp, Apple jne) ja mobiilsed äpid on muutnud kliendikogemust mugavamaks ja kiiremaks. Kõigest mõne sekundiga saab igauks, kellel on nutitelefon, juurdepääsu infole majutusteenuste, toitlustusvõimaluste ja erinevate vabaajateenuste kohta. Näiteks Airbnb, 9Flats ja Flipkey äpid aitavad kliendil leida parima majutuspakkumise mitte ainult hinna ja piltide põhjal vaid kõige atraktiivsema asukoha alusel. See omakorda survestab hotellipidajaid samuti kaasajastama oma võimalusi (positsioneerimine, äpid jne).

Marriott International avaldas 2017. aasta alguses oma uue kontseptsiooni, hakates pakkuma neljatoalisi apartemente, milles on ka täisvarustusega köök (The Economist... 2017). See on näide sellest, kuidas traditsioonilised hotellipidajad saavad võimalusel täiendada oma teenuseid ja pakkuda kliendile Airbnb või muu taolise teenuse sarnast majutusteenust. Korterite ja elamispindade lühiajaline rent on enim tähelepanu saanud valdkond. Tavaliselt kaasneb sellega erinevate maksude kogumine, heanaaberlikud suhted ja piirkonna planeerimine ning selle mõjud turismile tervikuna ja üleüldine juurdepääs majutusteenusele (Strokes *et al* 2014, lk 33). Paljudes riikides ei ole elamispinna üürimine lühemaks perioodiks kui 30 päeva üldse võimalik, samal ajal kui jälle teistes riikides puuduvad igasugused piirangud.

Kohalikud omavalitsused erinevates riikides on rakendanud mitmesuguseid meetmeid jagamismajanduse läbipaistvamaks muutmisel. Näiteks Amsterdamis on lubatud eraisikutel oma korter välja üürida 60 päeva aastas ning korraga võib majutuda neli

külalist (Private... 2016). Prantsusmaal (Pariisis) kehtestati 2015. aastal turistikaks kõikidele Airbnb teenuse tarbijatele. Eelnevalt oli maksu tasumine iga rentija enda kohustus, nüüdsest kogutakse maksu veebiplatvormi kaudu. (Tehnopolis... 2016, lk 19).

USA rahvastikust (319 miljonit) 6% on osalenud jagamismajanduses majutusteenuse tarbijana ning 1,4% selle pakkujana (PWC, 2016, lk 23). 2013. aastal võeti USA linnapeade igaaastasel konverentsil vastu jagamismajandust toetava poliitika, mille kohaselt julgustavad meeriid mõistma jagamismajandust ja selle positiivseid mõjusid nii avalikule kui ka erasektorile. Samuti püüavad nad luua meetodeid selle mõju hindamiseks erinevates linnades (The United... 2013). Guttentag (2016, lk 2) uuris, mis motiveerib kliente valida Airbnb kaudu majutust ning defineeris viis erinevat kliendisegmenti:

- raha säästjad (*money savers*),
- kodu otsijad (*home seekers*),
- ühistarbijad (*collaborative consumers*),
- pragmaatilised uudsuse otsijad (*pragmatic novelty seekers*),
- interaktiivsed uudsuse otsijad (*interactive novelty seekers*).

Eelpoolnimetatud segmentidel on küll erinevad huvid, kuid neil on ka ühiseid jooni, millest peamine on siiski soodsam hind, kui tavalistes hotellides ja unikaalne kogemus kohaliku elaniku ja tema kodu kaudu. Suur hulk klientidest hindab jagamismajanduse vahendusel soetatud majutusteenust võrreldes traditsioonilise mudeliga mugavamaks ning veebiplatvormide kaudu avanevat teenuste valikut rikkalikumaks (The use of... 2016, lk 18). Seda kuivõrd ohustavad veebiplatvormide vahendusel jagamismajanduse kaudu pakutavad majutusteenused traditsioonilisi majutusettevõtteid on teaduslikult veel vähe uuritud. Põhjuseid on mitmeid, kuid üks paljudest on nende platvormide rohkus, pakutavate majutusvõimaluste hooajalisus ja info kättesaadavus. Samal ajal, jälgitakse aktiivselt Airbnb, kui ühe suurima ohustaja tegevust, sest selle näitel on võimalik teha juba põhjalikke üldistusi.

Guttentag (2016, lk 29) järeldas, et asjaolu, et suured hotellimajanduse turuliidrid on hakanud juba arvamust avaldama ning Airbnb tegevusele vastu töötama, näitab, et on hakatud tajuma Airbnb tegevusest tulenevat ohtu traditsioonilistele majutusettevõtetele.

Kui suur on reaalne oht on hetkel piisavalt keerukas analüüsida, kuna P2P veebiplatvormid on eraettevõtted, siis ametlike statistiliste andmete kätte saamine on komplitseeritud, kuid mitte võimatu. Näiteks InsideAirbnb.com, Airdna.com ja The AirBnb Analyst on ühed parimad näited vastloodud veebiplatvormidest, mille abil on hea analüüsida Airbnb tegevuse mõju erinevatele riikidele ja piirkondadele ning saada häid statistilisi andmeid (HOTREC, 2015, lk 10).

Jagamismajandus on juba mitmeid aastaid edukalt arenenud ning seetõttu on vajalik mõista selle sisu, mõju ja näha selle tegevusega kaasnevaid võimalusi. Mida selgemaks ja avatumaks muutuvad veebiplatvormid, mille vahendusel teenuseid pakutakse, seda avatumaks muutuvad ka kaasatud huvigrupid. Oluline on leida sobivad regulatsioonid, mis edendaks jagamismajanduse hoogsat arengut ning aitaks tugevdada koostööd teenuse pakujate ja sihtkoha arendajate vahel, sest kasu saajaks osutub sihtkoht tervikuna. Kliendigrupid, kes jagamismajanduses osalevad, mitmekesisuvad aastalt-aastasse ning seetõttu peavad traditsioonilised hotellid leidma võimalusi kuidas samuti oma teenuseid mitmekesisemaks muuta ning tegutseda ühiselt jagamismajanduse majutusteenuse pakujatega.

## **2. JAGAMISMAJANDUSE MAJUTUSSEKTORI OLUKORD EESTIS JA PÄRNUS NING SELLEST TULENEVAD VÕIMALUSED SIHTKOHA ARENDAMISEL**

### **2.1. Jagamismajanduse areng majutussektoris Eesti ja Pärnu kontekstis ning uuringu meetoodika**

Antud alapeatükis analüüsib autor jagamismajanduse majutussektori olukorda Eestis ja Pärnus. Kirjeldab teostatava jagamismajanduse majutussektori uuringu meetoodikat, andmete kogumise viise ja nende eesmärke, kasutades selleks segameetodit, selgitades olukorda Eestis ja Pärnus tuginedes erinevatele arvulistele näitajatele, mis on saadud Eesti Riigikogu istungi (jagamismajanduse valdkonna põhine) videoülekandele ja Pärnu suvekülastaja 2016. a. uuringule.

Jagamismajanduse areng, eriti majutussektoris, on oma mõju avaldanud ka Eestile ning ka siin on see omaks võetud nii pakkujate kui ka tarbijate poolt. 2016. aasta sügisel tegutses Eesti turul 48 jagamismajanduse platvormi, mis on 36 platvormi rohkem, kui 2012. aastal ning millest 12 tegutsevad majutusvaldkonnas (vt tabel 2) (Tehnopolis 2016, lk 19). Nende seast üheksa on välismaised platvormid, millel on suur hulk Eesti kasutajaid. Välismaiste populaarsus sõltub eelkõige rahvusvahelisest tuntusest, mistõttu on kohalikel platvormidel nendega konkureerida väga keeruline.

Eestis jagamismajanduse majutuse ja reisikorralduse platvormide käive oli 2015. aastal hinnanguliselt 2,5 miljonit eurot, koos teenusepakkujatega 14-17,5 miljonit eurot. Majutuse valdkonna jagamismajanduse turumaht kogu majutuse valdkonna müügitulust oli ligikaudu 8%. Peamisteks väljakutseteks on majutus- ja turismiettevõtetele seatud nõuete järgimine ja maksude tasumine teenusepakkujate poolt, kelleks on peamiselt eraisikud. (Tehnopolis, 2016, lk 1).



**Tabel 2.** Eestit külastavate klientide seas populaarseimad jagamismajanduse majutusplatvormid.

<b>Ettevõtte nimi</b>	<b>Tegevus</b>	<b>Päritolu</b>	<b>Kasutajaskond</b>	<b>Ärimudel</b>
Airbnb	Korterite ja majade vahendamine	USA	Rahvusvaheline	P2P
Alterkeys	Korterite ja majade vahendamine	Hispaania	Rahvusvaheline	P2P
Booking.com	Korterite ja majade vahendamine	Holland	Rahvusvaheline	P2P
EstRent Cottages	Suvilate vahendamine	Eesti	Peamiselt Eesti	P2P
FlipKey	Korterite ja majade vahendamine	USA	Rahvusvaheline	P2P
Friday Flats	Korterite ja majade vahendamine	Eesti	Rahvusvaheline	P2P
Gloveler	Korterite ja majade vahendamine	Saksamaa	Rahvusvaheline	P2P
HomeAway	Korterite ja majade vahendamine	USA	Rahvusvaheline	P2P
Nordic Rent	RMK metsamajade vahendamine	Eesti	Peamiselt Eesti	P2P
Roomorama	Korterite ja majade vahendamine	USA	Rahvusvaheline	P2P
Wimdu	Korterite ja majade vahendamine	Saksamaa	Rahvusvaheline	P2P
9Flats	Korterite ja majade vahendamine	Saksamaa	Rahvusvaheline	P2P

Allikas: Tehnopolis 2016, lk 28; autori täiendused.

Sellest tulenevalt avaldub vajadus eraisikust üürileandjatele suunatud selgema ja lihtsama riiklike maksude tasumise süsteemi järgi. Oluline on säilitada inimestes soov tegeleda edasi majutusteenuse pakkujana, kuid seda siis seadusekuulekamalt ja õiglastel alustel traditsiooniliste teenusepakkujatega võrreldes.

Esmakordselt kohtusid 2016. aasta suvel majandus- ja taristuminister Kristen Michal ning majandusministeeriumi siseturu asekanstler Keit Kasemets Eesti jagamismajanduse ettevõtjatega, arutamaks, kuidas saab riik kõrvaldada takistusi nende tegevuses ja leida võimalused riigi ja ettevõtete koostööks. Eesti Jagamismajanduse Liidu juhi Hannes Lentsi sõnul vajavad jagamismajanduses osalejad läbipaistvaks tegutsemiseks lihtsat tegevuskeskkonda ja ettevõtlusvormi. (Kasemets, 2016) Ettevõtted esitasid olulise teemana õigusselguse vajaduse, kuna teatud juhtudel ei ole selge millises õiguslikus raamistikus jagamismajanduse ettevõtted tegutsevad ning seetõttu on puudulik info ka millised on neile kohandatavatest nõuetest erinevate sektorite lõikes.

Veebruaris, 2016. aastal toimus Riigikogus jagamismajanduse teemaline konverents, kuhu oli kokku tulnud ligi 100 ettevõtjat, eksperti ja poliitikut nii Eestist kui ka lähiriikidest. Euroopa Komisjoni asepresident Andrus Ansip on arvamusel, et jagamismajandus on tulnud selleks, et jääda, sest inimesed on selle hästi omaks võtnud.

Samuti on esindas Ansip EK seisukohta, et Riigikogu peab kohanema sellega, mida rahvas on tahtnud, mistõttu jääb valituse ülesandeks kõrvaldada seadusandlikud barjäärid. Maksu-ja tolliameti tollaegne juht Marek Helm oli arvamusel, et traditsioonilisi ettevõtteid ja jagamismajanduses osalejaid ei tohiks vastandada. Samuti ei pea ta ametniku poolt väljastatud litsentsi olulisemaks kui usaldusväärset kliendi tagasisidet, mis kajastub selgelt jagamismajanduse veebiplatvormidel. (Riigikogu, 2016)

Jagamismajanduses hõivatute arvu majutuse valdkonnas Eestis täpselt hinnata ei saa, kuna puuduvad vastavad andmed. Võttes arvesse majutuse valdkonna aastaseid hinnangulisi müüginumbreid ja võrrelda neid traditsioonilise majutus valdkonnaga, kus oli hõivatuid 2016. aastal veidi üle 6000 inimese (samal ajal oli valdkonna müügitulu 253 miljonit eurot), oleks sarnaste tegutsemispõhimõtete ning töömahtude juures proportsionaalne jagamismajanduse majutuse valdkonna tööhõive ligikaudu 730 täisajaga töötavat inimest ehk umbes 3,4 majutusobjekti ühe täistööajaga hõivatud inimese kohta (Tehnopolis, 2016, lk 15). Eelpool toodud info ei pruugi kajastada tegelikku palgasaajate arvu, sest paljud osalevad jagamismajanduses oma põhitöö kõrvalt. See tähendab, et selles osalemine on neile lississetuleku allikas ja palga maksmist selle kaudu ei toimu.

Riigikogu liige Kalle Palling on arvamusel, et korteritele ei peaks laienema hotellidele rakenduvad nõuded ja peab oluliseks toetada inimeste ettevõtlikkust ja soovi majutada Eestit külastavaid kliente. Kui see valdkond liigselt üle reguleerida, tekiks olukord, kus suur hulk potentsiaalseid ettevõtjaid, kes oma põhitöö kõrvalt tegelevad majutusteenuse pakkumisega, loobuvad liigsete regulatsioonide pärast sellest tegevusest. Mida vähem regulatsioone, mida korrektsem ja loomulikuna presenteeritav maksukäitumine ja mida rohkem kliendi tagasisidet, seda parem tulemus kogu jagamismajanduse sektorile. (Riigikogu 2016, 1,13 min).

Eesti Vabariigi Valitsus lisas 2017. a. esimese 100 päev plaani 101 ülesannet, kus on välja toodud tervise-ja tööministri ühe ülesandena tööturu ja tööjõumaksude reguleerivate seaduste uuendamine, lähtudes töösuhete muutunud olemusest (kaugtöö, renditöö, mitmel töökohal töötamine, jagamismajandus) (Vabariigi Valitsus 2016). Riigikogu majanduskomisjoni esimees ja endine Pärnu linnapea Toomas Kivimägi on

seisukohal, et jagamismajanduse mudelite puhul tuleks muuta olemasolevaid ettevõtlusvorme paindlikumaks ning füüsiliste isikute maksude deklareerimist lihtsamaks (Jagamismajandus... 2016).

Eestit on peetud aastaid tuntud e-riigiks ja innovaatoriks selles valdkonnas. Selleks, et innovatsiooniga kaasas käia, pole mõistlik koheselt lähtuda olemasolevatest seadustest, sest see pärsiks innovatsiooni. Paratamatult on nii, et uute teenuste arenedes on mingil hetkel seaduslik ebakõla, kuid see kestab vaid mõnda aega enne kui luuakse sobivad seadused. Jagamismajandus, kui majanduse uus vorm provotseerib ka riigivõime tavapärasest teisiti, avatumalt ja loovamalt mõtlema, kuna traditsioonilised lähenemised selle arengule kaasa ei aita. Eesti riigi väiksus tuleb siinkohal pigem kasuks, sest uute arengutega on väikse riigi kontekstis parem kaasa minna.

Eesti Statistika Ameti (2017) andmetel majutus 2016. aastal 1,3 miljonit siseturisti ja 2 miljonit välituristi, keda oli võrreldes 2015. aastaga 7% rohkem. Pärnumaa (st Pärnu linn ja ülejäänud maakond) on Tallinna ja Harjumaa järgi suuruselt teine Eesti majutusasutuste võrgustik, mis on võimeline majutama erinevates majutusasutustes kokku üle 70 000 turisti (vt tabel 3). Statistikaameti andmetest on puudu aga jagamismajanduse vahendusel majutusteenuse pakkujad, kelle andmed ei ole statistikaametile kättesaadavad. Ainuüksi Airbnb platvormi vahendusel on Pärnumaal võimalik majutada 306 majutuskohas, kellel on voodikohti kokku 1209 (Airbnb, märts, 2017).

**Tabel 3.** Eesti ja Pärnumaa majutus- ja voodikohad 2016.

Piirkond	Majutuskohad	Voodikohad
Kogu Eesti:	1045	46045
sh Pärnu maakond	119	6031
sh Pärnu linn	68	4216
Pärnumaa (Airbnb platvormi vahendusel), selles ei kajastu traditsiooniliste majutusteenuse pakkujad	306	1209

Allikas: Eesti Statistikaamet 2017; Airbnb 2017 (autori koostatud)

Eelpool esitletud andmetele tuginedes võib järeldada, et ametlik statistika, mis kajastab majutatud inimeste arve, on puudulik, kuna jagamismajanduse platvormide kaudu

majutujate info selles ei kajastu. Sellest tulenevalt on huvipakkuv ja oluline leida moodused koostööks teenuse pakkujatega nii, et kasusaajateks oleksid kõik kaasatud huvigrupid.

Tuginedes 2016. a. läbi viidud Pärnu suvekülastaja uuringule, mille käigus küsitleti 350 inimest, selgub, et keskmiselt peatuti Pärnus 4,6 päeva. Vastanutest 36% peatus majutustevõttes või spaahotellis, 25% üürikorteris või eramajas üüritud pinnal ning ülejäänud sõprade ja sugulaste juures (Pärnu ..., 2016, lk 3). Eestimaalased peavad olulisemateks infoallikateks eelnevaid külaskäike, sõpru / sugulasi ja Facebook'i, samal ajal kui välismaalaste on jaoks lisaks eelpoolmainitule ka visitparnu.com ja turismialased brošüürid (Pärnu ..., 2016, lk 9). Eestlased eelistasid ülekaalukalt peatuda sõprade ja sugulaste juures, samal ajal kui välismaalased eelistasid peatuda „üürikorteris või üüritud elamispiinal eramajas“ (32%) (Pärnu ..., 2016, lk 13). Põhjenduseks üürikorterites peatumiseks toodi soodne hind, rohkem ruumi ning veerand vastanutest tõdes, et ei leidnud vaba tuba majutusasutustes. Iga kümnes vastaja ütles, et talle ei meeldi hotellis (Pärnu ..., 2016, lk 15).

Jagamismajanduse mõju hindamiseks majutussektori ja turismisihtkoha arengule on vajalik leida võimalikud kokkupuutepunktid koostöö edendamiseks erinevate kaasatud osapoolte vahel. Käesolevas magistritöös kogutakse andmeid majutusteenuse klientidelt, Pärnumaa teenuse pakkujatelt, traditsiooniliste hotellide juhtidelt ning avaliku sektori esindajatelt. Oluline on kaardistada hetkeolukord ja hoiakud jagamismajanduse suhtes tervikuna kuid eelkõige majutussektori keskselt (vt tabel 4).

Esmalt teostas töö autor erinevate jagamismajandust puudutavate EL dokumentide, publikatsioonide, videote ja kirjanduse analüüsi. Seejärel koostas autor kaks struktureeritud veebipõhist küsimustikku. Küsimustike koostamisel tugineti käesoleva magistritöö teooriaosale ning selle kujundamisel lähtuti ka projekti “*Sharing Skills*” (Sharing... 2017) küsimustiku ülesehitusest ja metoodikast.

Esimene küsimustik oli suunatud Pärnumaal jagamismajanduse platvormide kaudu majutusteenuse pakkujatele ja koosnes 22 küsimusest. Valimi moodustamiseks uuris autor põhjalikult Airbnb vahendusel Pärnumaa teenusepakkujaid, saades nende kogu arvuks 270 inimest, kellel oli kokku 306 majutuskohta. Teine uuring oli suunatud

jagamismajanduse majutusteenuse klientidele ning koosnes 20 küsimusest. Valimi moodustamisel lähtuti kõigepealt mugavusvalmimist, milleks olid autori enda majutusteenust pakkuva Facebooki lehe Positively Inspiring Lifestyle lehe sõbrad (645 inimest), kes on aktiivsed jagamismajanduse teenuste kasutajad. Küsimustike edastamiseks kasutas töö autor Survey Monkey keskkonda, ja uuringule vastamise vastamise periood oli 18.03-31.03.2017.

**Tabel 4.** Andmete kogumise viisid ja nende eesmärk uurimuses

Meetodid	Aeg	Valim	Eesmärk
Dokumendi-analüüs	November (2016)-veebbruar (2017)	1. Jagamismajanduse majutussektorit puudutavad artiklid ja teostatud uuringud 2. Jagamismajandust käsitlevad artiklid, videod ja publikatsioonid	Uurida, millistel põhimõtetel jagamismajandus tervikuna toimib ja eristada majutussektori eripärad.
Struktureeritud veebipõhine küsimustik	Märts (2017)	Kasutajalt kasutajale vahendusel majutuvad kliendid Kasutatud kanalid: You Tube (üleskutse videoklipp sihtgrupile), Facebook ja Instagram	Selgitada välja klientide valiku põhjused/ eelistused kasutajalt kasutajale veebiplatvormide vahendusel majutuskohas peatumiseks
Struktureeritud veebipõhine küsimustik	Märts (2017)	Kasutajalt kasutajale vahendusel majutuse pakkujad Pärnumaal. Kasutatud kanalid: You Tube (üleskutse videoklipp sihtgrupile) Facebook, Instagram, intervjuu Tre Raadio Pärnu.	Selgitada välja kasutajalt kasutajale majutusteenuse pakkujate motiivid teenuse pakkumiseks ja vajadused nende toetamiseks
Poolstruktureeritud intervjuu	Märts (2017) 16.03 (40') 17.03 (40') 30.03 (30') 31.03 (45') 31.03 (40')  31.03 (30')	Pärnu linna hotellide juhid: Strand Spa ja Konverentsihotell (1) Tervis Spaa Grupp (1) Villa Wesset (1) Rannahotell (1) SA Pärnumaa Turism juhatatuse liige (1) Pärnu abilinnapea (1)	Selgitada välja traditsiooniliste majutusettevõtete ja turismivaldkonna spetsialisti seisukoht jagamismajanduse kohta
Dokumendi analüüs (täiendav)	Märts (2017)	Pärnumaal Airbnb platvormi vahendusel majutusteenuse pakkujad	Selgitada välja majutusteenuse pakkujate hulk ja voodikohtade arv Pärnumaal.

Allikas: autori koostatud

Küsimustike edastamiseks lõi autor YouTube'i keskkonda oma kanali ning tegi kaks videoklippi, millest üks oli suunatud majutusteenuse pakkujatele, kestusega 0:36 min ja teine klientidele, kestusega 0:33 minutit. Seejärel tegi autor üleskutse nii oma isiklikul Facebooki lehel (millel on 1289 sõpra) kui ka ettevõtte Positively Inspiring Lifestyle

lehel (millel on 645 jälgijat), samuti edastas üleskutse ka sotsiaalvõrgustiku LinkedIN (sõpru 238) ning Positively Inspiring Lifestyle Instagram'i vahendusel (millel on 455 jälgijat) potentsiaalsetele vastajatele. Kordus üleskutse tehti kõigis võrgustikes 24.03 ning raadio intervjuu Tre Raadio Pärnuga toimus 28.03 hommikul, mille järgselt pani info välja ka raadio oma Facebooki lehele. Poolstruktureeritud intervjuu küsimustiku koostamisel tugineti samuti käesoleva magistritöö teooriaosale ning selle kujundamisel lähtuti ka projekti “*Sharing Skills*” (Sharing... 2017) küsimustiku ülesehitusest ja meetodikast. Valimi moodustamisel lähtuti põhimõttest, et hotellid tegutseksid Pärnu linnas ja oleksid erineva suuruse ja teenustega. Kõik tegevjuhid, kellega telefonitsi ühendust võeti (Strand Spa ja Konverentsihotell, Rannahotell, Tervis Spaa Grupp, Villa Wesset) olid nõus intervjuud kokkulepitud ajal andma.

**Tabel 5.** Sotsiaalvõrgustikes edastatud üleskutsete kokkuvõte

Youtube (klientidele suunatud klipp, kestusega 0.33 min)	vaatamisi kokku	100
	vaatamiste aeg kokku (min)	40
	keskmine klipi vaatamiste aeg (min)	0.2
Youtube (majutusteenuse pakkujatele suunatud klipp, kestusega 0.36 min)	vaatamisi kokku	245
	vaatamiste aeg kokku (min)	125
	keskmine klipi vaatamiste aeg (min)	0.3
Facebook (Positively Inspiring Homes leht, klientidele suunatud üleskutse)	postituse ulatus (inimeste kogu hulk, kes postitust nägi)	2591
	klikke postitusel	14
	jagamisi	4
Facebook (Positively Inspiring Homes leht, majutusteenuse pakkujatele suunatud üleskutse)	postituse ulatus (inimeste kogu hulk, kes postitust nägi)	2313
	klikke postitusel	179
	jagamisi	18
Facebook (autori isiklik konto)	klikke postitusel	26
	jagamisi	26
Instagram (Positively Inspiring Homes konto)	postituse ulatus (inimeste kogu hulk, kes postitust nägi)	1825
	vaatamisi	903
	klikke lingile	10

Allikas: autori koostatud

Jagamismajanduse majutusteenuse klientidele ja Pärnumaa jagamismajanduse majutusteenuse pakkujatele suunatud küsimustike vaatamise ja reageerimise statistika sotsiaalmeedia kanalites on kajastatud tabelis 5. Lisaks klientidele, teenusepakkujatele ja eresektori esindajatele pidas autor vajalikuks intervjuuerida ka avaliku sektori

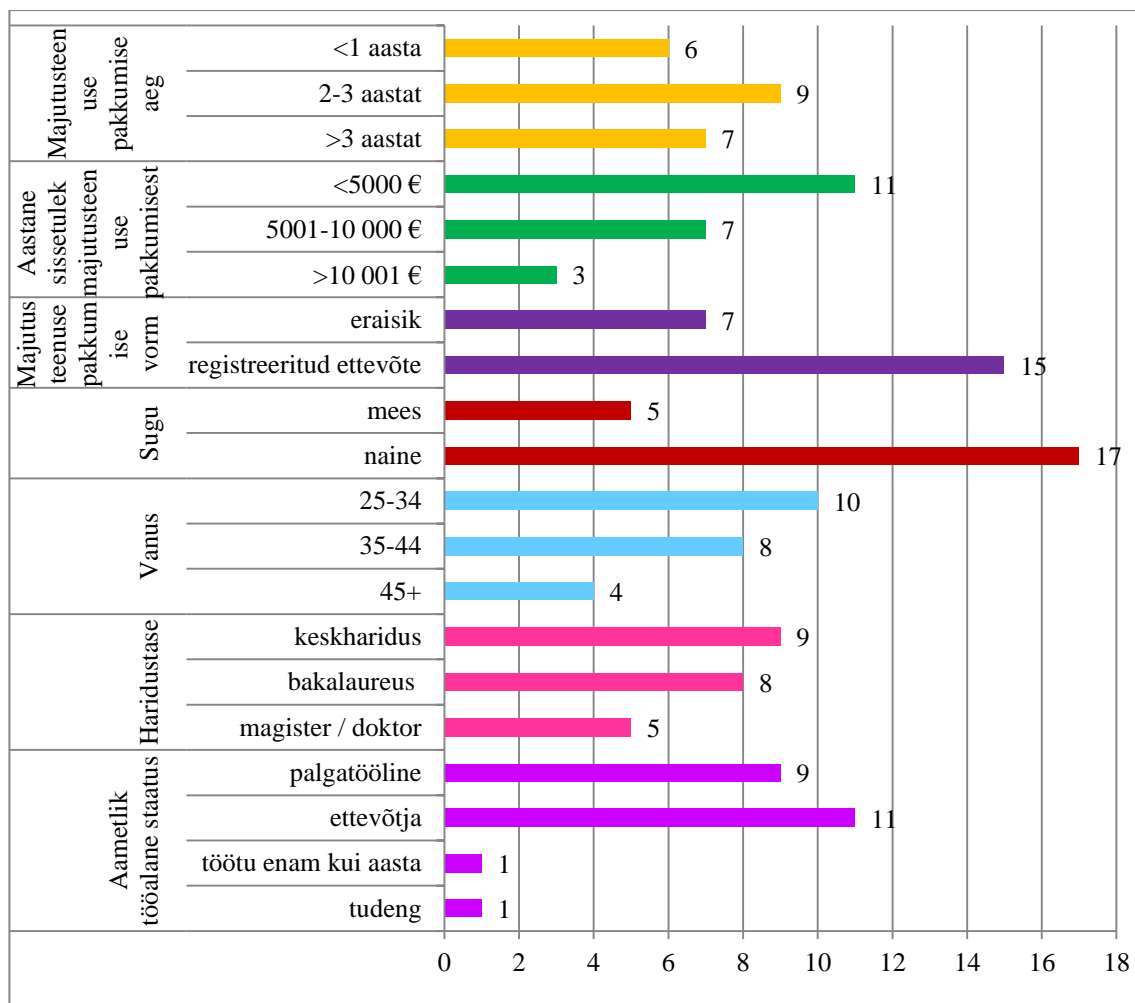
esindajaid, kellele suunatud poolstruktureeritud intervjuu koostamisel lähtuti eelpool esitletud sihtgruppidele suunatud küsimustikele. Valimi moodustasid SA Pärnumaa Turism juhatuse liige, kellega teostati intervjuu ja Pärnu linnavalitsuse abilinnapea, kellega kokkusaamine ei õnnestunud perekondlikel põhjustel, mistõttu edastas autor poolstruktureeritud intervjuu küsimustiku e-kirja teel.

## **2.2. Jagamismajanduse majutussektori uuring klientide, Pärnus majutusteenuse pakkujate, erasektori ja avalikusektori esindajate hulgas.**

Antud alapeatükis esitab autor uuringust saadud tulemused. Esimesena analüüsib autor teenuse pakkujalt saadud infot ja leiab seoseid teoorias esitletuga. Kokku laekus 22 Pärnumaa majutusteenuse pakkuja ankeeti. Saadud andmete töötlemisel, jooniste ja tabelite koostamisel kasutas autor statistilist andmeanalüüsi (keskmised, sagedused, risttabelid). Tuginedes majutusteenuse pakkujate tulemustele, siis selgub, et vastanutest väiksem hulk (6 vastanut) on turul olnud alla aasta ja teised kõik (16 vastanut) üle kahe aasta (vt joonis 7), tegutsedes peamiselt Pärnu linnas (vt joonis 8).

Täpselt pooled vastanutest teenivad majutusteenuse pakkumise eest alla 5000 € ning neli vastanut teenib 10 000 € ja enam, nendest kaks on naised, tegeledes majutusteenuse pakkumisega vaid suvekuudel (juuni-august), mõnel harval juhul pakuvad nad seda ka hooajaväliselt. Üle 10 000 € teeniv mees (1 vastaja) pakub majutusteenust hooajal (15.06 - 15.08) iga päev ja hooaja väliselt 1 kuni 6 korda kuus. Põhiliseks kliendigrupiks neile kolmele pakkujale on lastega pered. Teooriast selgus, et keskmine vanus majutusteenuse pakkujate seas on 35+ ning uuringust selgus, et Pärnu linna majutusteenuse põhiline pakkujate vanus jääb vahemikku 25-44 aastat.

Otsides kinnitust teoorias esitletule, selgus ka uuringust, et vastanutest üheksa osalevad majutusteenuse pakkumises põhitöö kõrvalt, leides praktilist rakendust seisvale kinnisvarale, milleks võib olla nii spetsiaalselt majutusteenuse pakkumiseks soetatud kinnisvara või juba eelnevalt olemas olnud. Selle küsimuse juures autor eraldi täpsustust ei küsinud ning vastajad ei maininud seda ka oma kommentaaride lahtris.

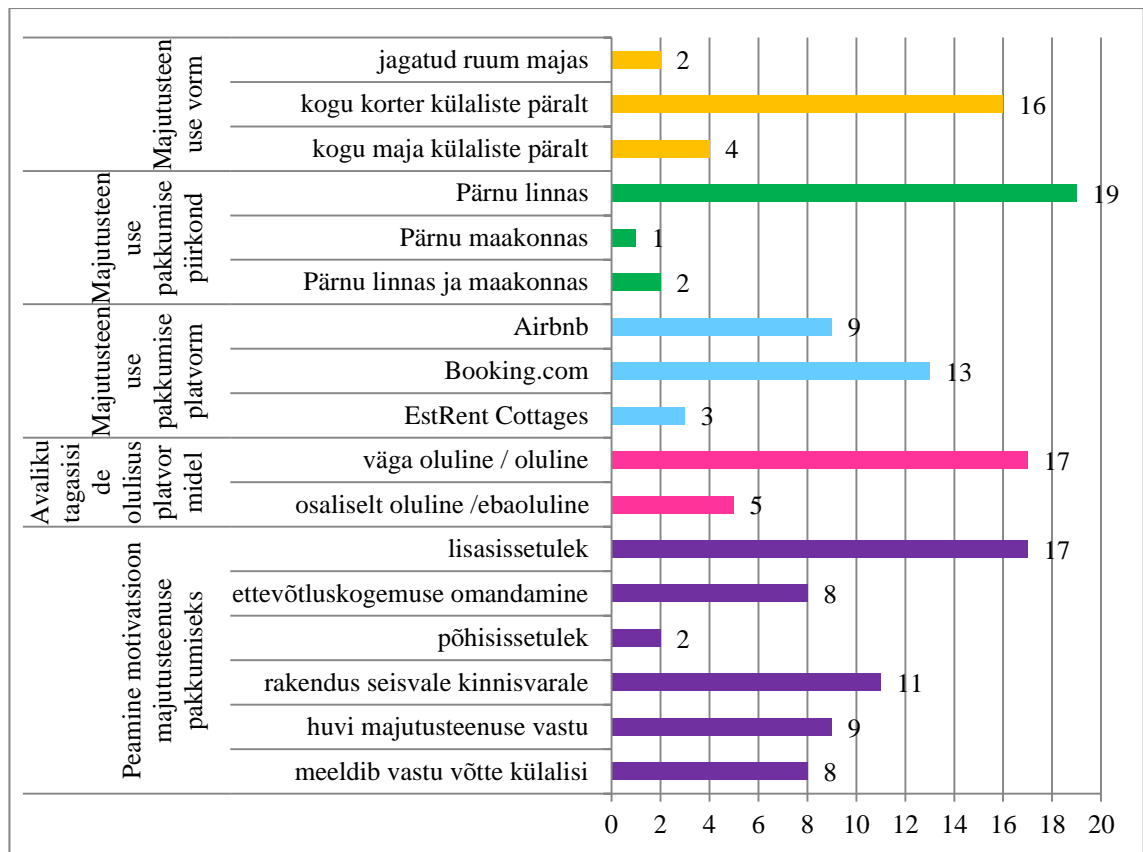


**Joonis 7.** Pärnu majutusteenuse pakkujate profiil (autori koostatud)

Vastustest ilmnes, et 11 vastajal on registreeritud ettevõtte, nende peamiseks motivatsiooniks on saada lississetulekut ning rakendada seisev kinnisvara, kuid oluliseks peetakse ka huvi omamist majutusteenuse pakkumise vastu ning ettevõtluskogemuse omandamine (vt joonis 8). Autor soovis teada, kas haritustasemel ja ettevõtlikusel on olemas ka mingi omavaheline seos. Selgus, et üheksal registreeritud ettevõtte kaudu tegutsejast on keskharidus ja ülejäänutel kõrgharidus, kelle hulgas on ka üks doktorikraadiga meesterahvas. Sellest võib omakorda järeldada, et mõningane seos on, kuid ettevõtlikkus on olemas ka ilma kõrghariduseta.

Kõige populaarsemaks majutusteenuse vormiks on kogu kompleksi pakkumine külastajatele, mis ühtib täpselt ka teoorias esitletuga, küll aga mainib esile tõstmist populaarseim platvorm, milleks on Booking.com, millele järgneb Airbnb.

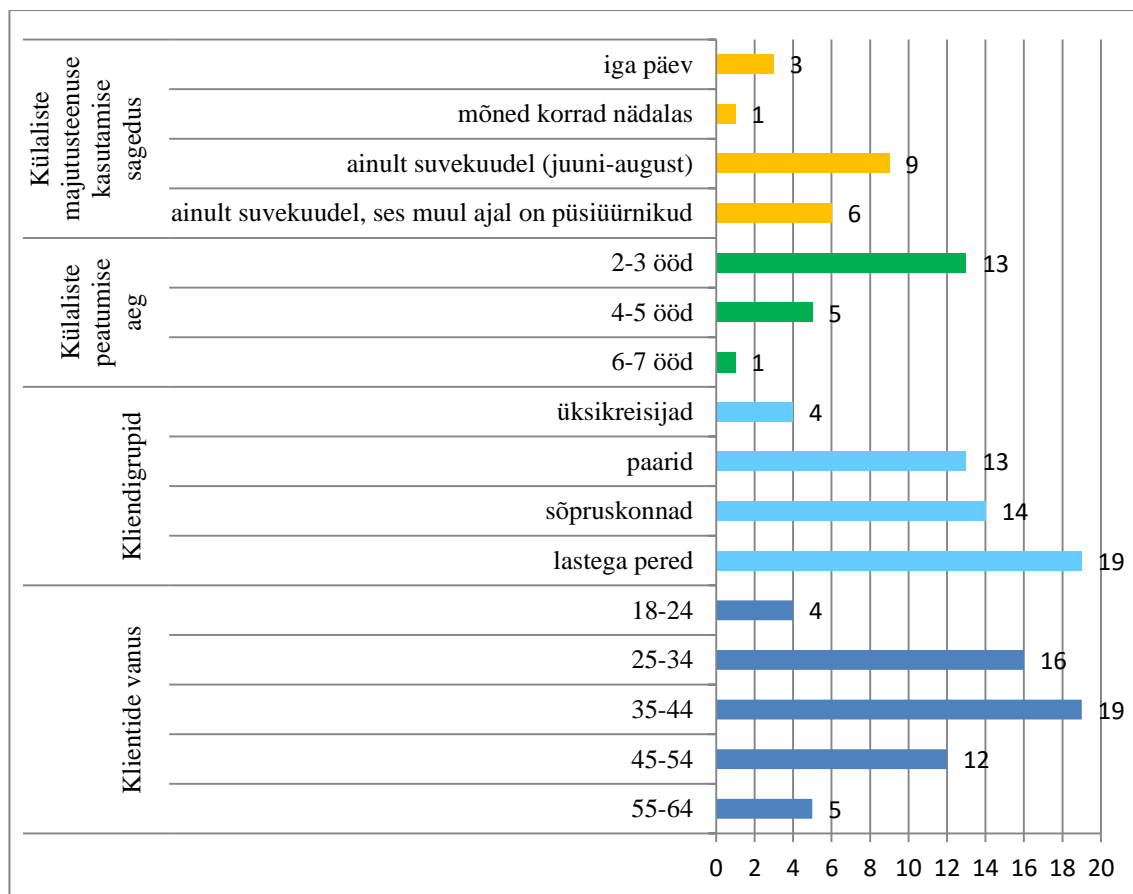




**Joonis 8.** Majutusteenuse pakujate andmed (autori koostatud)

Teoorias esitletust olid esikohal Airbnb ja Homeaway, kuid platvormide populaarsus sõltub siiski piirkonnast ja riigist, kus teenust pakutakse ja platvorm registreeritud on. Jagamismajanduse platvormide üheks tugevuseks peetakse nii kliendi kui ka teenuse pakkuja poolset tagasisidet ning seda kinnitasid ka 17 küsitlusele vastajat.

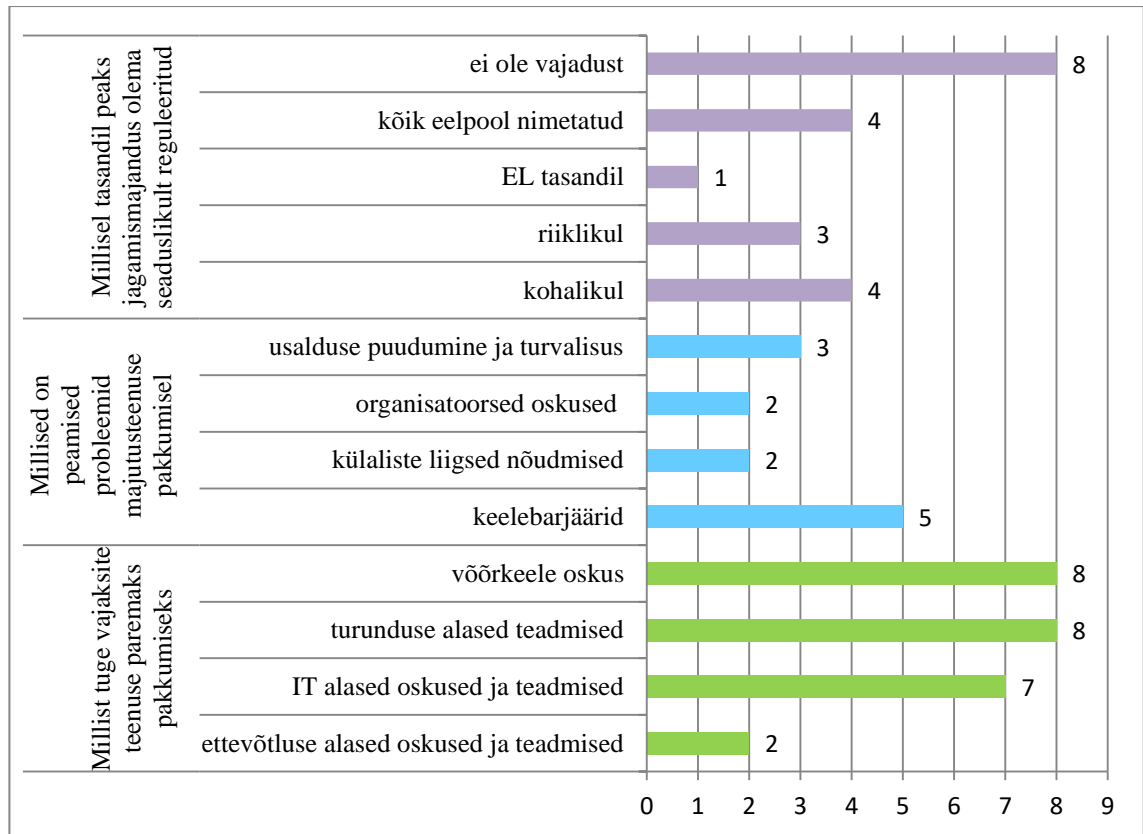
Järgnevalt analüüsis autor majutatud külaliste profiili, uurides alustuseks külastamise regulaarsust ning selgus, et pöörõhk teenuse osutamises jääb suvekuudele (juuni-august) ja kuuel pakkujast on muul ajal püsijärgne sees (vt joonis 9). Keskmine peatumise aeg on 2-3 ööd ning suurima kliendigrupi moodustavad lastega pered, kellele järgnevad sõpruskonnad ja paarid. Keskmine majutujate arv korteri / maja kohta on 8 inimest. Need näitajad ühtivad ka teoorias esitletuga ning kinnitavad külaliskorterite olemasolu vajalikkust, kuna sobivad väga hästi vastavate kliendigruppide vajadustega. Põhiline klientide vanusevahemik jääb 25-54 vahele, mis omakorda kinnitab, et jagamismajanduses osalevad üha aktiivsemalt ka X generatsiooni esindajaid, kellel on ressursse, mida kasutada ning soovi kogeda külastatud sihtkoha ehedust.



**Joonis 9.** Pärnus ööbinud jagamismajanduse klientide profiil (autori koostatud)

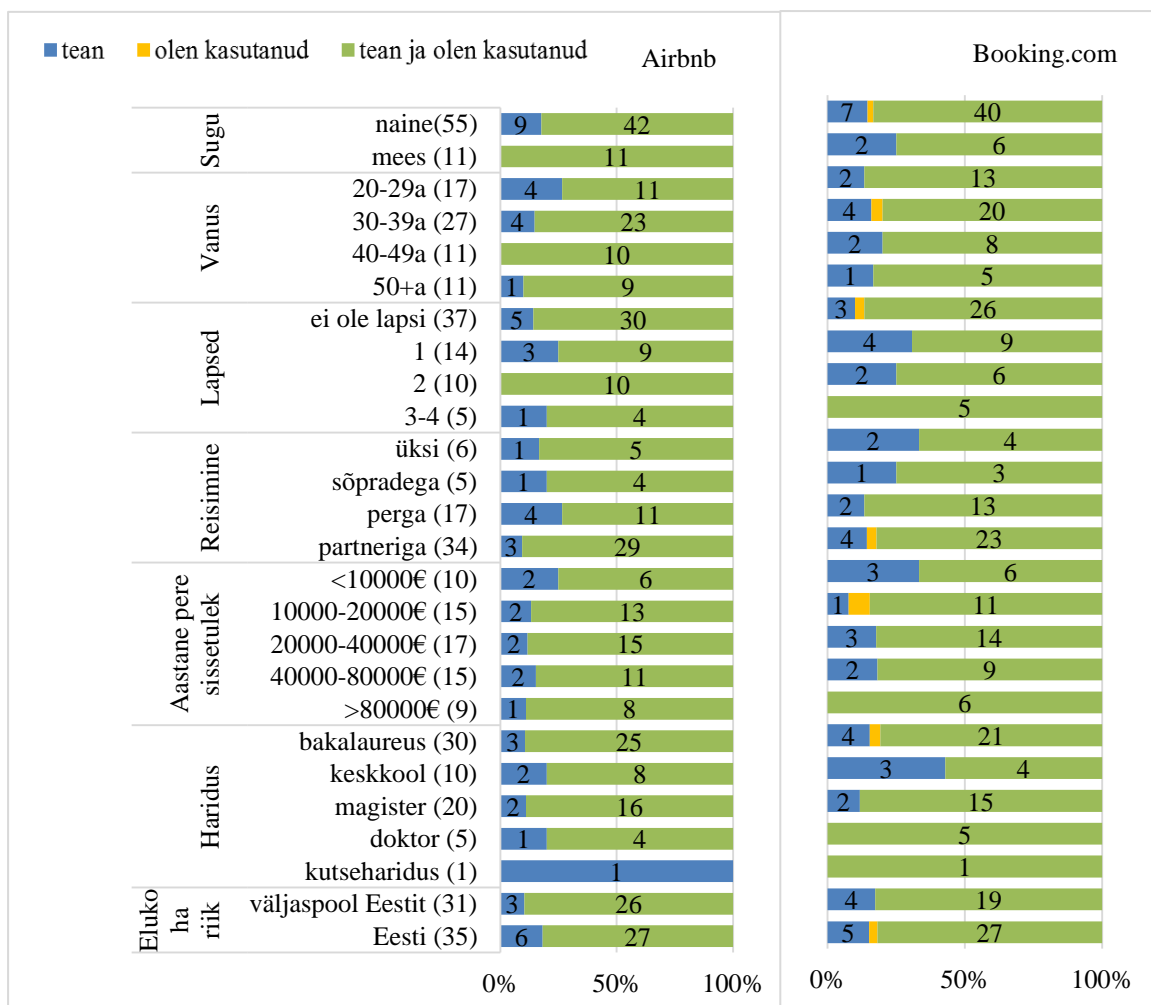
Järgmiseks pidas autor oluliseks uurida, millisel seisukohal on majutusteenuse pakkujad seadusandluse ja regulatsioonide kehtestamise osas, kuna see on üks olulisemaid teemasid, millele juhivad tähelepanu traditsiooniliste majutusasutuste pidajad. Selgus, et kaheksa vastanust ei pidanud vajalikuks seda üldse reguleerida (vt joonis 10). Analüüsisid põhilisi probleeme, millega teenuse pakkujad (12 vastanut) kokku puutusid, eristus kõige selgemalt keelebarjäär. Põhiliselt toodi välja soome ja vene keele oskuse puudumist. Usaldus ja turvalisus olid esindatud vaid kolmel pakkujal ning vähemolulised olid organisatoorsed oskused ja külaste liigsed nõudmised. Viimase puhul mainiti, et tegemist oli vene rahvusest klientidega.

Uurides teenusepakkujate koolitusvajadusi, oli olulisel kohal võõrkeele oskus, tuues taaskord välja soome ja vene keele. Teenuste paremaks müügiks pidas kaheksa inimest vajalikuks turundusalaste oskuste omandamist, millele järgnesid koheselt IT-alased teadmised.



**Joonis 10.** Pärnu majutusteenuse pakkujate vajadused ja probleemid (autori koostatud)

Järgnevalt analüüsib autor klientidele suunatud küsimustikuga laekunud tulemusi, millele vastas 66 klienti, kellest 55 olid naised ja 11 mehed. Kõrgharidus on omandatud 55 vastajal (vt joonis 11) kelle seas on ka viis doktorikraadiga inimest. Üle pooltel vastajatest (37 vastanut) ei ole lapsi, 14-nel on peres üks laps ja viiel on 3-4 last. Autor soovis teada mitut etteantud 12 populaarseimast majutusteenuse vahendamise platformist on vastajad kuulnud ja/ või kasutanud. Siinkohal täpsustab autor, et pidas vajalikuks eristada platvormi, millest on kliendid kuulnud, kuid ei ole kasutanud ja neid, millest on kuulnud ning ka kasutanud. Populaarseimateks nii oma tuntuse kui ka kasutamise sageduse poolest olid Airbnb ja Booking.com, teistest oldi kuulnud, kuid mitte kasutatud. Vastajatest 35 olid Eestist ja 31 välisriikidest (Prantsusmaa, USA, UK, Saksamaa, Austraalia, Läti, Malta, Nepaal, Soome, Austria). Vastajatest populaarseim vanusegrupp oli 30-39 (27 vastanut), millele järgnes 20-29 (17 vastanut).



**Joonis 11.** Jagamismajanduse majutusteenuse klientid kahe populaarseima platvormi lõikes (autori koostatud)

Suurim keskmine aastane sissetulek jääb vahemikku 20 000-40 000 € (17 vastanut), millele järgnevad võrdse osakaaluga pered, kelle sissetulek on 40 000-80 000 € (15 vastanut) ja 10 000 - 20 000 €. See omakorda lükkab ümber arusaama, et jagamismajanduse vahendusel majutusteenuse tarbijad otsivad eelkõige soodsat hinda tulenevalt madalast sissetulekust. Kõige sagedamini reisitakse partneriga (34 vastanut), millele järgneb perega reisimine (17 vastanut), üksi (kuus vastanut) ja sõpradega (viis vastanut).

Järgnevalt analüüsib autor detailsemalt kahe populaarseima sihtrühma (perega reisijad ja paarid) andmeid ja motivaatoreid. Partneriga reisijate vastanute seas (vt joonis 12) on enamus kõrgharidusega, vaid viiel on keskharidus. Vastanutest 26-l ei ole lapsi ja ülejäänud kaheksal on keskmine laste arv 1,5. Leibkonna aastane sissetulek jääb

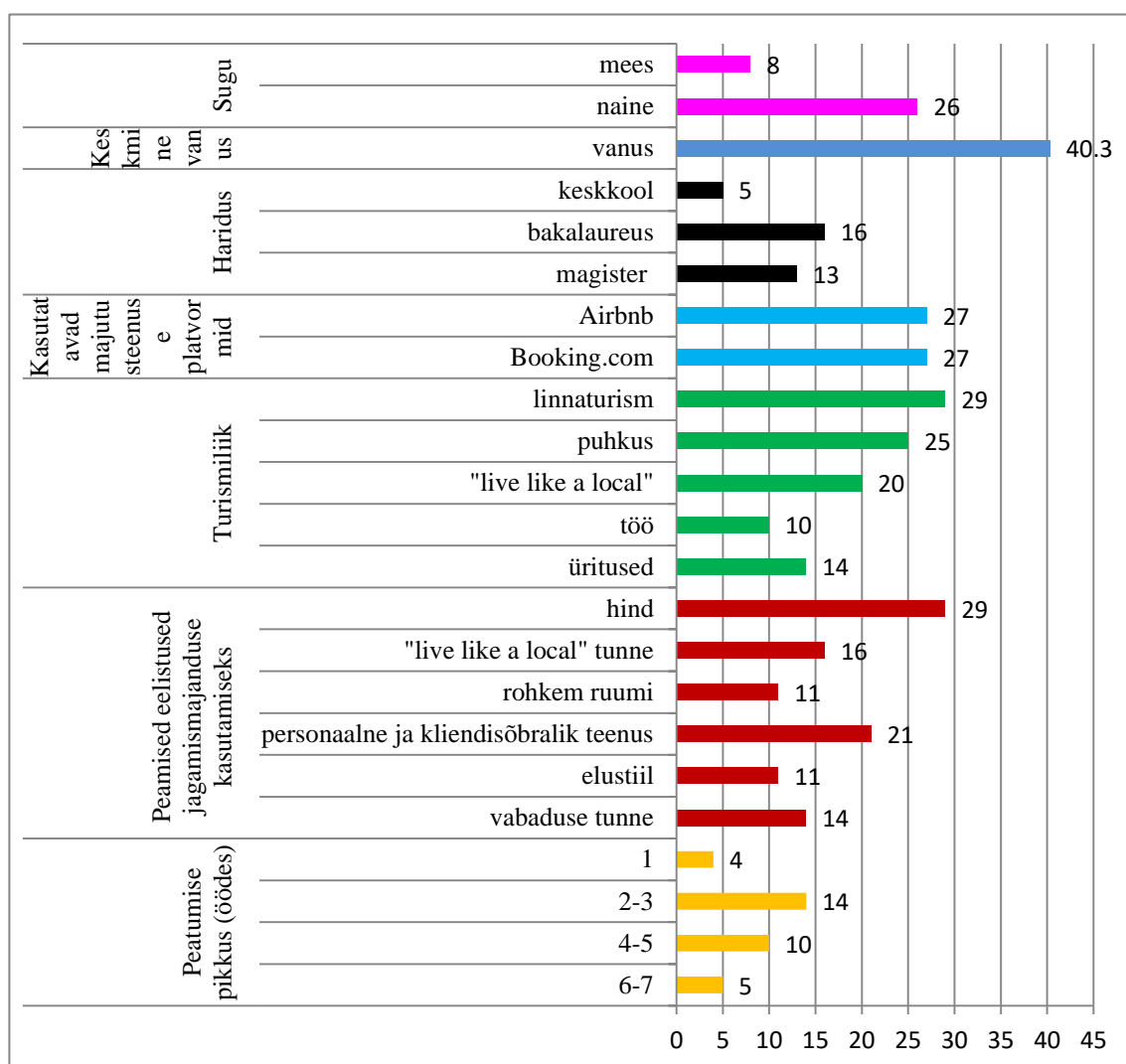
vahemikku 20 001 - 30 000 € üheksal vastajast ning teine sama vastajate arvuga vahemik on 10 001- 20 000 €. Kuuel vastajast on aasta keskmine sissetulek 80 000 € ja kolmel vahemikus 30 001-40 000 €. Ülejäänutel jääb see vahemikku 5000 – 10 000 €. Populaarseimateks jagamismajanduse majutusteenust vahendavateks platvormideks on Airbnb ja Booking.com, kõigi teiste küsimustiku loetletud platvormide osas olid vastajatele vähe tuntud. Enim populaarseim turismiliik on linnaturism, millele järgneb koheselt puhkus. Partneriga reisijad peavad hinda, “*live like local*” tunnet ja personaalset ning kliendisõbralikku teenindust peamisteks jagamismajanduse eelisteks.

Partneriga reisijatest on 14 kogenud probleeme majutusteenuse pakkujatega. Murekohtadena toodi välja kommunikatsiooni probleemid vastuvõtjaga ning põhjendamatud broneeringute tühistamised. Piltidel kuvatud ei vastanud tegelikkuses olevale korterile ning mõnikord olid ka ootamatult teised külalised samaaegselt mitmetoalises korteris, ilma, et kliente oleks sellest hoiatatud. Ühe kliendi juhtum on eriti tähelepanuväärne, kuna majutuspaika jõudes oli korter lukus ning omanikule helistades tühistas omanik kliendi broneeringu. Kliendid said tuge Airbnb klienditeenindusest ning said koheselt ka oma raha tagasi.

Klientidel oli võimalik esitada ettepanekuid jagamismajanduse sektori parendamiseks ning seda võimalust kasutati edukalt. Oluliste märksõnadena tulid välja majutusteenuse mõistlik (soodne) hind, tegeliku pakkumise (korteri välimus) vastavus veebis esitletud fotodele ning platvormide haldajatel soovitatakse vähemalt korra aastas üle kontrollida teenuse pakkujad (kas nad on endiselt aktiivsed või mitte). Täiendavalt soovitakse näha selgemat hindamissüsteemi ja kriteeriume, mis vastaksid tegelikule teenusele. Oluliseks peetakse ka reisijate ja kohalike (nii inimeste kui ettevõtete) ühist teenuse pakkumist ja elamuse loomist turistile. Soov oleks kogeda sihtkohta võimalikult autentselt, kuid see eeldaks, et kohalikud teevad ka omavahel koostööd.

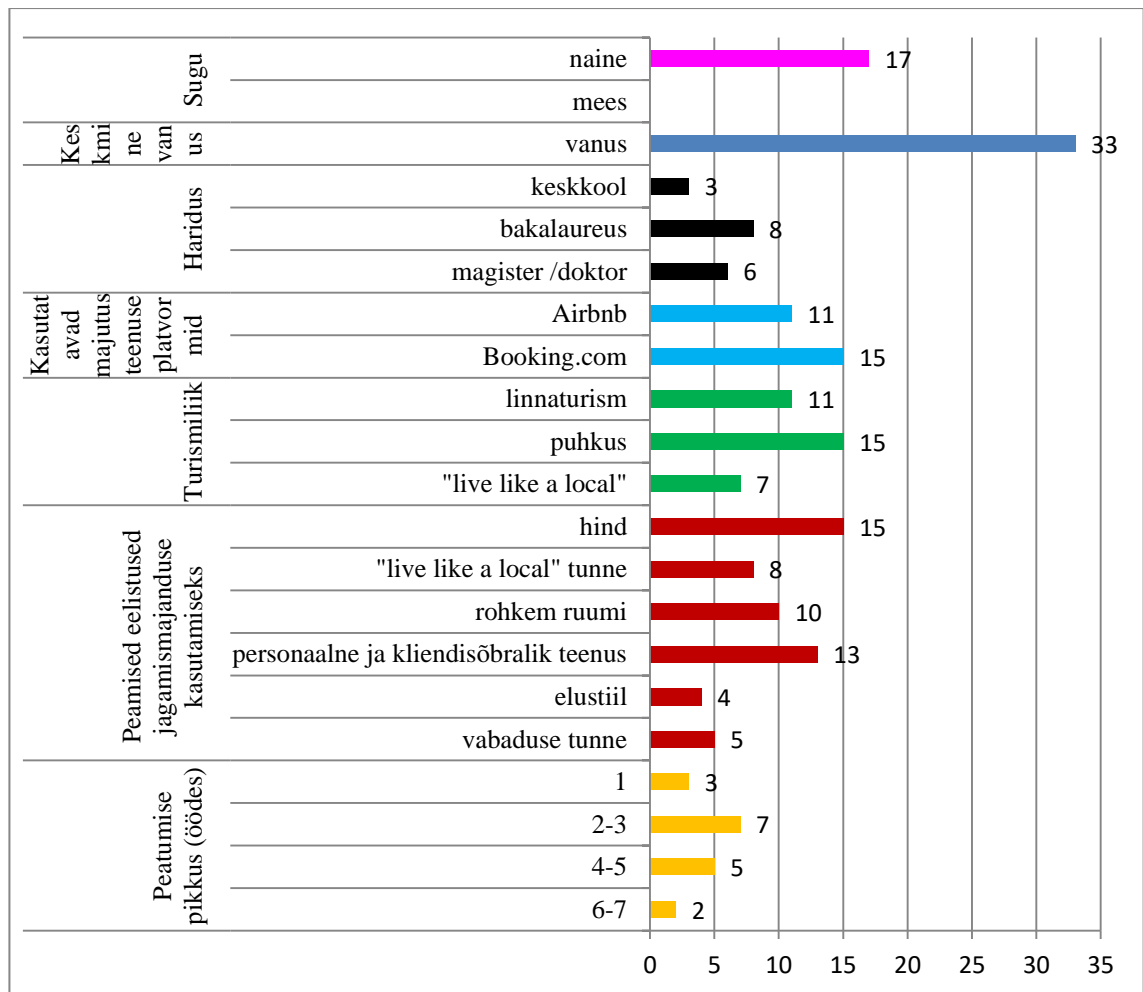
Perega reisijate hulgas on 14 kõrgharidusega inimest (8 bakalaureuse, kolm magistri ja kolm doktorikraadiga ning kolm keskharidusega (vt joonis 13)). Keskmine laste arv peredes on 1,7 ning keskmine aastane sissetulek jääb vahemikku 40 000-80 000 €. Perega reisijad hindavad olulisemaks motivaatoriks hinda (15 vastanut), millele järgneb ruumi rohkus (10 vastanut) ja “*live like local*” tunne (seitse vastanut). Vastanutest 15-ne

põhiliseks reisi eesmärgiks on puhkus, millele järgnes linnaturism (*city tourism*) (11 vastanut).



**Joonis 12.** Partneriga reisijate jagamismajanduse majutusteenust tarbivad vastajad (autori koostatud)

Ühe küsimusena sai esitatud, et kas jagamismajanduse platvormiga on esinenud probleeme, siis seda oli juhtunud vaid kolmel perel. Ühel juhul ei tulnud vastuvõtja kohale, teisel juhul olid veebis olevad pildid ilusamad kui tegelikkus ning kolmandal juhul oli tegu pankrotti välja kuulutanud platvormiga. Samuti tundis autor huvi, et kas on olnud probleeme vastuvõtjatega, siis selgus, et vaid ühel, kellega oli vastuvõtja ebaviisakalt käitunud.



**Joonis 13.** Perega reisijate jagamismajanduse majutusteenust tarvitavate vastajad (autori koostatud)

Mitmed vastanud oli kasutanud võimalust ja esitanud oma toetava hoiaku jagamismajanduse osas ning mainisid, et lastega reisides on korteris peatamine hindamatu väärtusega, sest köögi ja muude lisavõimaluste olemasolu on väga vajalik. Samal ajal kui üks vastaja andis tagasisidet korrusmajades peetavate rendikorterite osas, mis on ebamugavad seal elavatele elanikele, kui tegu on lärmakate ja pidutseda soovivate klientidega. Lisaks oli ta ka arvamusel, et jagamismajanduse majutusteenuse pakkujad on tõsiseks konkurendiks traditsioonilistele hotellidele ning ei pidanud õigeks maksude mitte maksmist ja reeglite mitte järgimist. Avatud vastusega küsimuste seas oli klientidel võimalik anda tagasisidet selle kohta, kuidas peaks jagamismajanduse majutussektor muutuma, et pakkuda kliendile veelgi paremat teenust. Selles osas avaldas arvamust 12 klienti, kellest viis arvas, et kõik on hästi. Ülejäänute hulgast tulid ettepanekud, millest esimene mainis, et mõnikord on majutust kajastavad pildid

paremad kui tegelikkus. Platvormid peaksid võimaldama vastuvõtjatel (*hosts*) edastada ka videoklippe, mitte ainult fotosid, sest nii saaksid kliendid palju autentsema ülevaate pakutavast teenusest. Tunti vajadust platvormide vahendustasude vähendamise osas ning avaldati soovi suhelda otse vastuvõtjaga, ilma platvormi vahendusega. Soovitakse olla põhjalikumalt informeeritud piirkonnas toimuva kohta, kuhu minna, mida teha ning eraldi toodi välja veel ka parkimist puudutav info. Kliendid hindavad väga otsest kontakti kohaliku teenusepakkujaga ning peavad seda erilisemaks kui traditsioonilise majutusasutuse poolt pakutut, kuna see on personaalsem ja annab edasi kohaliku elu tунnet.

Järgnevalt esitleb autor kokkuvõtet teostatud poolstruktureeritud küsimustikega intervjuudest, mis olid suunatud Pärnus tegustevate traditsiooniliste majutusasutuste juhtidele (vt lisa 6). Intervjuu küsimuste koostamisel lähtuti käesoleva magistritöö teooriaosast ning projekti “*Sharing Skills*” (Sharing... 2017) küsimustiku ülesehitusest ja metoodikast. Intervjuud salvestati diktofoniga ning saadud andmete analüüsimisel kasutati kvalitatiivset sisuanalüüsi, saadud andmed transkribeeriti ning saadud info põhjal võrreldi neid vastajate löikes ning kõrvutati teiste vastajatega. Autoril oli kokkulepe hotellijuhtidega, et intervjuude analüüsimisel nimesid ei avaldata, seega esitab autor ettevõtjate vastused kodeerides need numbritega 1-4. Analüüsiva teksti esitamisel lähtus autor esitatud küsimuste ja teemade järjestusest, millest tulenevalt toimub ühelt teemalt teisele liikumine.

Võrreldes juhtide arvamust teemal, miks klient valib traditsioonilise majutusteenuse pakkuja oli kõigi ühiseks arvamuseks turvatunne ja teenuste kvaliteet. Kliendi ootuste täitmine ja puhtus on ka olulisteks teguriteks, ettevõtja (nr 4) tõi näitena, et oli kuulnud, kuidas jagamismajanduse vahendusel majutusteenuse pakkujad on kasutanud pesude pesemise asemel õhuvärskendajat, kuna iga kord pesusid pesta on liiga kulukas. Ettevõtja (nr 3) tõi välja harjumuse faktori, olles arvamusel, et inimesed on aastatega juba harjunud hotelliteenust kasutama ning lisaks arvas ta, et lastega pered peatuvad kindlasti hotellides. Kõik ettevõtjad olid jagamismajandusest kuulnud ja üks julges tunnistada, et enne kokkulepitud intervjuud ei olnud ta selle peale nii mõelnud, kuid tegi pisut eeltööd. Selle käigus leidis ta ka infot, et ka hooldekodu teenust on plaanis jagamismajanduse kontekstis kuskil riigis välja arendama hakata. Eriliselt paistis oma



teadmistega silma ettevõtja (nr 1) juht, kes on ennast harinud teadlikult jagamismajanduse olemuse ja selle trendide osas.

Kõigi vastajate ühiseks põhjuseks, miks klient jagamismajanduse vahendusel majutusteenust tarbib on eelkõige soodne hind, millele järgneb personaalne kontakt kohalikega ja tugevam kogukonna tunnetus. Ettevõtja (nr 2) arvas, et jagamismajanduse vahendusel on lastega peredel palju mugavam peatuda mõnes korteris või tervikuna välja renditavad eramajas, sest nii on ruumi rohkem, kuid pere siiski koos. Viimastel aastatel on üha enam kasvanud nende inimeste hulk, kes soovivad ise oma reise algusest lõpuni planeerida ja korraldada. Ettevõtja (nr 2) täiendas veel oma kogemuses, et reisibüroode kaudu saabuv klientide hulk on viimastel aastatel märkimisväärselt vähenenud.

Arutledes teemal külastajatele eheda, kohaliku kogemuse pakkumisel tuli ettevõtjal (nr 4) meelde näide sõprade külastusest välisriiki (Abu Dhabi), kus peatuti mittetraditsioonilises majutuses ja erakordne elamus ja kohalik tunnetus saadi just tänu abivalmitel ja väga külalislahketele vastuvõtjatele. Ettevõtja (nr 3) lisas veel, et jagamismajanduse teenuste tarbimine on kui „moevoolu“ järgimine, samuti vaidlustas ta mõiste jagamismajandus ja avaldas arvamust, et tegu on puhtalt sobiva mõistega, mille abil saab maksude maksmisest hoiduda. Samal arvamusel oli ka ettevõtja (nr 4) öeldes, et tegu on puhtalt väikeettevõtluse vormiga, mistõttu peaks seda käsitlema ka vastavalt.

Intervjuus loetletud jagamismajanduse majutusteenuse vahendusplatvorme oli kokku 12, millest ettevõtjatele tuntuimad olid Airbnb, Booking.com, EstRent Cottages ja Friday Flats. Konkurents traditsiooniliste ja alternatiivsete majutusteenuse pakkujate hulgas oli päevakorraline teema kõigile ning ühiselt nõustuti, et hetkel eksisteerib ebaõige konkurents. Ettevõtja (nr 1) tõi välja range reeglistiku järgmise nõude, mis kehtib kõigile traditsioonilistele majutusteenustele. Riik nõuab ja kohustab suure hulga nõuete ja seaduste järgimist, kaasajastamist, statistika edastamist, lisaks tahab riik lähiajal rakendada platvorme, mille kaudu saab reaajas jälgida kes hotellis olemasoleval hetkel peatuvad. Seega reegleid on palju, eriti karmid on tuleohutuse nõuded ning ettevõtja (nr 3) tõi näite, kuidas uue tuletõrje inspektoriga kehtestati ka uued nõuded, mille täitmine läheb ettevõttele maksma 150 000 €. Ettevõtja (nr 2) ei suhtu nii resoluutselt konkurentsi olemasolusse, pigem on mõneti küsitav, kas teenus on

piisavalt kvaliteetne ja kõik traditsioonilisele majutusettevõtjale loomulikuna tunduvad tingimused täidetud. Ettevõtja (nr 1) on nõus, et uued, innovaatilised teenused peavad tekkima ja arenema, kuid kas seda tuleb teha olemasolevate ettevõtete arvelt on omaette küsimus.

Ühiselt ollakse arvamusel, et traditsiooniline majutussektor ja jagamismajanduse majutuse pakkujad saaksid kindlasti ka koos eksisteerida (see toimub juba ka praegusel hetkel) kuid reeglid peaksid selgemalt paigas olema. Ettevõtja (nr 3) on seisukohal et neile peaks kehtima täpselt samad seadused ja reeglid ning nõuded nagu ka klassikalistele hotellidele. Ettevõtja (nr 4) üldjuhul väga ei poolda ja ei saa jagamismajanduse mõttekusest aru, kuid igati arusaadav oleks, kui seda teenust pakutakse nii, et näiteks kahetoalisest korterist on üks mõeldud klientidele. See tähendaks ka vastuvõtja olemasolekut kohapeal ja vahetut kontakti vastuvõtjaga.

Isiklikult oli ettevõtjatest kolm kasutanud jagamismajanduse teenust nii majutusvaldkonnas aga ka transpordis ning teenuste ja toodete soetamiseks. Üks, kes ei olnud, põhjendas seda huvi puudumisega, sest eelistab siiski kasutada traditsiooniliste majutusasutuste teenuseid. Seda eelistust toetas ka ettevõtja (nr 3), et kui vähegi võimalik, siis kasutab ta ka edaspidi traditsioonilisi pakkujaid, kuid ei saa lõplikult välistada jagamismajanduse teenusepakkujaid. Selle põhjenduse illustreerimiseks oli tal isiklik kogemus Airbnb vahendusel *host absent* majutusteenuse tarbimisega välisriigis, mille käigus renditi kogu maja, kuid kuna vastuvõtjat ennast kohapeal ei olnud, tuli juhendada vaid saadetud juhistest. Kuna inglise keel ei olnud emakeeleks kummalegi osapoolle, siis sellest tulenevalt saadi juhistest erinevalt aru ning rohke elektroonika olemasolul ei saa teenusepakkuja eeldada, et kõik kliendid oskavad neid sihtotstarbeliselt kasutada. Juhtum oleks lõppenud 300 € trahvi nõudega vastuvõtja poolt, kuid kuna ettevõtja (nr 3) on kogenud oma ala professionaal, siis vaidlustas ta esitatud süüdistused, millga vastuvõtjad nõus ei olnud. Siinkohal tuli kasuks Airbnb platvormil salvestatud vestlused, millesse sekkus asjakohaselt Airbnb esindaja ja õigus jäi sel korral kliendile.

Järgnevalt esitleb autor kokkuvõtet teostatud poolstruktureeritud küsimustikega intervjuudest (vt lisa 7), mis olid suunatud Pärnu avaliku sektori esindajatele, SA Pärnumaa Turism juhatuse liige ja Pärnu Linna abilinnapea. Intervjuu küsimuste

koostamisel lähtuti käesoleva magistritöö teooriaosast ning projekti “*Sharing Skills*” (Sharing... 2017) küsimustiku ülesehitusest ja metoodikast. Intervjuud salvestati diktofoniga ning saadud andmed transkribeeriti, analüüsimisel kasutati kvalitatiivset sisuanalüüsi ning saadud info põhjal võrreldi neid vastajate löikes ning kõrvutati teiste vastajatega. Analüüsiva teksti esitamisel lähtus autor esitatud küsimuste ja teemade järjestusest, millest tulenevalt toimub ka liikumine ühelt teemalt teisele.

Avaliku sektori esindajate vanus on 33 (mees) ja 42 (naine) ning mõlemal on omandatud kõrgharidus. Jagamismajanduse mõiste oli tuttav mõlemale ning kasutust olid leidnud nende poolt nii majutuse, teenuse kui transpordi valdkonnad. SA Pärnumaa Turism (SAPT) esindaja märkis, et on kasutanud järgmiste jagamismajanduse platvormide vahendusel pakutavaid teenuseid: majutuses soetamiseks booking.com, kaupade ja teenuste vahetuseks Amazoni ning teadmiste ja talentide vahetuse platvormi Freelancer Copy. Pärnu abilinnapea on majutusteenuse ostmisel kasutanud Booking.com teenist ning transporditeenuse tarbimisel nii Uber kui ka Taxify platvorme. Kaupade ja teenuste vahetamisel on kasutanud nii eBay, Amazon'i kui ka Osta.ee platvorme.

Jagamismajanduse majutusteenuse platvormidest olid mõlemale vastajale tuttavad Booking.com, Airbnb ja Friday Flats, SAPT juhatuse liige tõi välja veel Est Rent Cottages ning abilinnapea Home Away. Peamiseks põhjuseks jagamismajanduse teenuse tarbimisel tõi abilinnapea välja huvi ja hinna ning SAPT liige viimase hetke broneerimise vajaduse, sest tavaliselt broneerib ta otse hotelli kaudu. Mõlemad vastajad on arvamusel, et jagamismajanduse kaudu majutusteenuse pakkujad mõjutavad üha enam traditsioonilisi majutusettevõtteid.

Abilinnapea peab klientide eeliseks traditsioonilise majutusteenuse tarbimisel ööpäevaringset teenindust, suuremat teenuste valikut (võimalusel saunad, jõusaalid, toitlustuskohad). Lisaks toob välja teenuste kvaliteedi, kindlaid standardeid, hommikusöögi olemasolu ja tõenäoliselt ka paremat võõrkeelte oskust. SAPT liige peab kõige olulisemaks kindlust ja seda mitmes mõttes, kuid eelkõige seda, et kohale jõudes on broneeritud tuba olemas, mitte ei ole kellelegi teisele seda antud. Samuti peab oluliseks töötajate professionaalsust, reguleeritud standardeid ja vastavust klientide

ootustele. Näiteks kui klient soovib 4-5 täрни teenindust, siis seda ta ka saab, kui valib vastavate tärnidega hotelli.

Abilinnapea ja SAPT liikme arvamus kliendi otsusest soetada majutusteenus jagamismajanduse platvormi vahendusel ühtib paljuski ettevõtjate arvamusega, oluliseks peetakse hinda, kontakti kohalikega ja mugavust. Mugavuse all toob abilinnapea välja, et suurema seltskonna või perega reisisid on soodsam peatuda mõnes korteris või ka majas. Tihtipeale on kesklinnas või selles vahetus läheduses olevad traditsioonilised majutusasutused väga kallid, samal ajal, kui korteris peatudes võivad hinnad olla lausa poole võrra hotelli omadest soodsamad.

Mõlemad vastajad arvavad, et ettevõtjad on jagamismajandusest tervikuna enim mõjutatud sihtgrupp. Positiivseks peavad nad ka seda, et jagamismajandus loob uusi töövõimalusi, mitte niivõrd töökohti kui lisasissetuleku võimalusi. SAPT esindaja peab oluliseks jagamismajanduse reguleerimist kõigil kolmel tasandil (kohalik, riiklik ja EL) samal ajal kui abilinnapea on arvamusel, et riiklikust reguleerimisest täiesti piisaks. SAPT esindaja on huvitatud jagamismajanduse kaardistamisest Pärnumaal, sest väikeseid tublisid tegijaid on palju, kuid hetkel on olukord täielikult kaardistamata. Samuti abilinnapea peab oluliseks muutustega kaasaminemast ja innovatsiooni arenemisest, jagamismajandus on üks võimalus ka noorte Pärnusse jäämisest.

Arutledes teemal jagamismajandus ja uued töökohad olid mõlemad vastajad arvamusel, et, jagamismajanduse levik toob kaasa muutuse, millega otseselt töökoha loomist ei kaasne, kuid lisasissetuleku võimalus tekib küll. Abilinnapea pidas vajalikuks täiendada antud teematikat ka klientide ja nende eelistatud platvormide osas, tuues näitena, et kui mõnes sihtkohas ei ole suuremates portaalides (Uber, Airbnb jne) konkreetse piirkonna pakkumisi, siis teatud sihtrühmad jäävad lihtsalt tulemata. Sama kehtib ka ketihotellidega, mille puudumisel teatud kliendid jäävad sihtkohta lihtsalt tulemata.

Ebaausasse konkurentsi jagamismajanduse ja traditsiooniliste majutusteenuse pakkujate seas suhtuvad mõlemad vastajad avatud hoiakuga, mõlemad on teadlikud traditsiooniliste hotellide negatiivsest hoiakust maksude mitte tasumise ja investeerimise mahtude erinevauste osas. SAPT liige on arvamusel, et kui jagamismajanduse sektor seadusega selgelt reguleerida ning informeerida suuremat

üldsust jagamismajanduse tegeliku suuruse osas, sh laekuv maksutulu, siis võib-olla ei oleks vastuseis nii suur. Tõenäoliselt oleks ka nende kahe majandusharu integreerimine palju sujuvam.

Jagamismajandusega kaasnevate riskide teema all tõi abilinnapea koheselt välja selle mõju traditsioonilistele majutusasutustele. Peamise murekohana esitles ta vähenevate investeeringute mahud hotellidesse ja sellega seonduvatesse äridesse, millest tulenevalt võib kahjustada saada ka konkreetne piirkod tervikuna. Küll aga on ta arvamusel, et siiski mitte kõik kliendid ei soovi korterites / majades peatuda, paljud eelistavad jätkuvalt siiski ka traditsioonilisi hotelle. SAPT liige suunab tähelepanu pigem tarbijaõiguste kaitsmisele. Samuti on ta arvamusel, et jagamismajanduses peaks samuti nõutud olema erinevad riskide maandamised, mis on vägagi päevakorralised traditsioonilises majutuses. Lisaks näeb ta suurt vajadust suuremahulise teavitustöö tegemisel jagamismajanduse toimimise, ülesehituse ja kasude kohta, et kõigil tekiks ühiselt sarnane arusaam, sest hetkel on tuntav suur infopuudus.

SAPT esindajaga tekkis huvitav arutelu teemal uute töökohtade loomisest Pärnusse ja Pärnumaale ning sellest tulenev vajadus sobivate üürikorterite/ elamispindade leidmiseks. Hetkel on see olukord Pärnus keeruline, kuna väga suurel hulgal on aastaringselt vabu üürikortereid ja maju vähe, kuna kohalikud üürikorterite pakkujad soovivad suvekuudel (juuni-august) lisaraha teenida. Põhiline majutuspaakumiste periood on septembrist-maikuu lõpuni. Intervjuu käigus selgus, et linn on mõelnud ka erinevatele munitsipaalkorteritele, kuid olulise lahenduseni ei ole veel jõutud.

Abilinnapea vastus küsimusele, et mida kas tänasel päeval on linna tasandil loodud mingisuguseid strateegilisi dokumente jagamismajanduse reguleerimiseks, siis hetkel oli vastus negatiivne. Ta märkis ära, et taksofirmad on küll huvi tundnud, et mida ja kuidas plaanib Pärnu linn ette võtta, kuid kuna riiklikul tasandil on seadusandlik raamistik veel konkreetselt reguleerimata, siis on ka kohalikul tasandil keeruline midagi ette võtta. Majutusvaldkonna osas on turg kaardistatud ning olemas ka info, et suvisel ajal moodustavad portaalide kaudu pakutavad korterid ligikaudu poole turul olevatest hotellide poolt pakutavate voodikohtade arvust. SAPT esindaja ütles, et koostöös Tartu Ülikooli Pärnu kolledžiga on plaanis alustada Pärnumaal pakutavate jagamismajanduse teenuste kaardistamisega, mis võiksid kuuluda Pärnumaa küllastajate klienditeekonda.

Autor tundis huvi, milline on avaliku sektori esindajate arvamus sellest, kui Pärnumaale kui sihtkohta loodaks jagamismajanduse (alustuseks majutussektori valdkonnas kaasatutest) esindusorganisatsioon, kes teeks koostööd olemasolevate traditsiooniliste majutusettevõtete ja avaliku sektoriga. SAPT liige arvas, et oleks hea küll, kui jagamismajanduse teenusepakkujad koonduksid ühe esindusorganisatsiooni alla ja oleksid seeläbi arvestatavad partnerid nii SAPT'ile kui Pärnumaale tervikuna. Väga hea oleks kui see organisatsioon teeks koostööd sihtkohas oluliste sektorite ja organisatsioonidega. Abilinnapea on arvamusel, et ühiselt kokkulepitud reeglid mõjuvad alati hästi ja oluline on, et iga Pärnu linna ja maad külastav klient saaks võimalikult positiivse kogemuse osaliseks.

### **2.3. Jagamismajanduse majutussektori uuringu järelused ja ettepanekud**

Teooriast selgus, et tänapäeval hindavad kliendid tervikliku külastuselamuse kogemisel lähedasemat kontakti kohalikega, jätkusuutlikku tarbimist ja „*live like local*“ kogemust (Lehr 2015, lk 6). Need hoiakud väljendusid selgelt ka klientidele suunatud uuringus, mis tähendab, et inimesed tõepoolest hindavad inimlikku kontakti ja suhtlust kohalikega, sest digitaalsed lahendused on ühelt poolt inimesi üksteisest kaugendanud ja teiselt poolt jällegi õpetanud rohkem hindama ehedaid suhteid ja elamusi.

Teooriast selgus (HOTREC, 2015, lk 9), et kogu rendipinna välja üürimine on muutunud populaarseimaks vormiks, mis leidis kinnitust ka Pärnu majutusteenuse pakkujatele esitatud uuringus. Nende seas on samuti populaarseim vorm kogu kompleksi välja rentimine, mis tähendab, et teenusapakuja ei asu külalistega samal pinnal ning kogu elamispind on külaliste käes. Huvitav oli tõdeda, et teoorias esitleti, et Y põlvkonna esindajad (hetkel vanuses 21-36) on peamised jagamismajanduse (Merimann (2015, lk 3). Küllastajatele suunatud küsitlusest selgus, et suurem osa (27 vastajat) jäi vanusevahemikku 30-39, millele järgnes vanusegrupp 20-29 (17 vastajat). Seega osaliselt leidis kinnitus teoorias esitletu, kuid samas on näha selle kasutamise populaarsuse tõusu ka teiste generatsioonide esindajate hulgas, sest lisaks eelnevatele

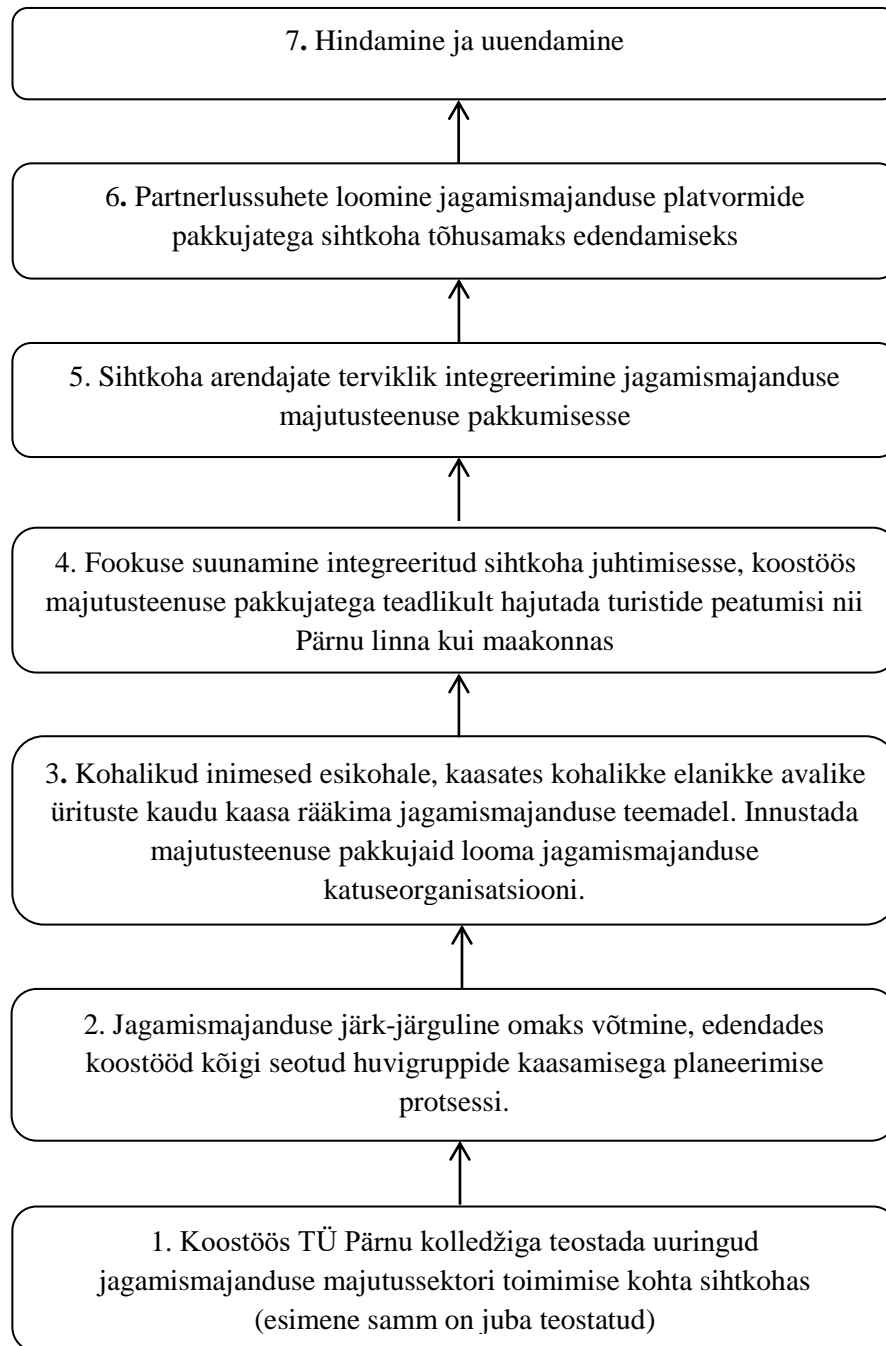
oli vastanute seas ka kliendid vanusevahemikus 40-50+ (22 inimest). Seda tegutsemist soosib üha laialdasem nutiseadmete omamine ja klientide eelistuste muutumine.

Hind osutus peamiseks motivaatoriks jagamismajanduse majutusteenuse soetamiseks, kuid, sellele järgnes koheselt unikaalse ja personaalse teenuse kogemine valitud sihtkohas, seega osaliselt kattub see ka teorias esitletuga. Guttentag (2016, lk 2) loetles viis kliendigruppi, kelle seast saab esile tõsta raha säästjaid ja kodu otsivaid ühistarbijaid. Sest klientidele suunatud küsitlusest eristusid kõige selgemalt paaris ja perega reisijad. Samuti nende otsus leida soodne, kuid nende vajaduste vastav mugav ja autentne majutuskoht ei tähenda seda, et nad piirkonnas raha ei kuluta. Pigem vastupidi, kuna neid huvitab sihtkoht, mida nad külastavad, siis soovivad nad kogeda võimalikult palju erinevaid teenuseid (vaba aeg, toitlustus, iluteenused jm) .

Teorias selgus (Zervas *et al* (2016, lk 30), et jagamismajanduse majutusteenuse pakkujad ohustavad peamiselt kodumajutusi ja kuni kolmetärnihotelle, kuid intervjuudest Pärnu hotellipidajatega selgus, et ka nemad tunnevad konkurentsi. Seega kui mõned aastad tagasi võis see tõepoolest nii olla, siis 2017. aastal on juba teisiti. Võttes aluseks ärimudelite kompassi, (Tehnopolis 2016, lk 13) on võimalik järeldada Pärnus tegutsevate jagamismajanduse majutustevõtete ärimudel, mis on omaette hübriid, olles tehnoloogiapõhine P2P mudel, mille tehingu vahendiks on rahaline kasumikeskne hüvitis ning eesmärk on alakasutatud ressurssidele väljundi leidmine.

Korterite ja elamispindade lühiajaline rent on enim tähelepanu saanud valdkond millega kaasnevad maksude kogumise teema, head naaberlikud suhted ja piirkonna planeerimine ning selle mõjud turismile tervikuna ja üldine juurdepääs majutusteenusele (Ecole...2016). See leidis omakorda kinnitust ka intervjuudest avaliku sektori esindajate ning ka Pärnu majutusteenuse pakkujatega. Ühe võimalusena oleks sobiva koostöö vormi leidmine nii pakkuja, pikaajalise üürniku kui ka linna vahel. See olukord näitab ilmselget vajadust jagamismajanduse teenusepakkujate valdkondade põhise kaardistamise (transport, teenused, finants jne).

Järgnevalt esitab autor ettepanekud (vt joonis 14) Pärnumaa sihtkoha arendajatele jagamismajanduse majutussektori tõhusamaks integreerimiseks, tuginedes teorias käsitletud seitsmeastmelisele (Toposophy 2016, lk 10) juhisele.



**Joonis 14.** Seitsmeastmeline juhispärnumaa sihtkoha arendajatele jagamismajanduse majutussektori tõhusamaks integreerimiseks sihtkoha arendamisesse (Toposophy 2016, lk 10, autori täiendusetga, autori koostatud)

Esimene samm, mille korral on oluline kaardistada jagamismajanduse platvormidel (Airbnb, Booking.com jt) pakutavad majutusteenused Pärnu linnas ja Pärnu maakonnas on juba koostöös TÜ Pärnu kolledžiga teostatud. Samuti täiendas seda esimest sammu ka käesolev uuring. Esimese sammuga saadi terviklik ülevaade majutusteenuse pakkujate ja nende poolt loodud võimaluste kohta. Vajalik oleks ka hinnata kui suure



protsendi kogu majutusteenuse käibest moodustavad majutusteenuse pakkujad. Oluline on saada ülevaade ka nende majutusteenuse pakkujate hooajalisusest ja kättesaadavuse pikkusest. Teise ja kolmanda sammuna on oluline kaasata juba planeerimise protsessi erinevad huvigrupid (vt tabel 1, lk 18), et kuulata nende nägemust ja mõtteid jagamismajandusest tervikuna. Nende hulgas on kindlasti ka jagamismajanduse majutusteenuse pakkujad, kellele on mõistlik teha ettepanek katuseorganisatsiooni loomiseks, et nende huvid ja soovid oleksid terviklikult esindatud erinevatel sihtkoha arenguid puutuvatel koosolekutel ja ettevõtmistel. See omakorda annaks neile paremat arusaama nende vastutusest sihtkoha arendamisel. Sihtkoha planeerijad saaksid seeläbi testida, kui tõhus oleks jagamismajanduse kasutamine ühe „tööriistana“ sihtkoha terviklikul arendamisel.

Neljanda sammuna, kui juba koostöö jagamismajanduse majutusteenuse pakkujatega on tekkinud saab neid teadlikult piirkonna materjalides ja kanalites reklaamida nii, et see omakorda aitab hajutada ka saabuvate küllastajate peatumist kogu linna ja maakonna lõikes. Kliendil on suurem valik ja planeerijatel parem pakkumine. Selle sammu alla sobiks paralleelselt uurida ka jagamismajanduse rahastamise mahu suurust (EL, riiklik ja/ või erasektori vahendid), et sellest tulenevalt saaks teha koostöös teenusepakkujatega sobivaid lahendusi. Saadud tulemuste põhjal on omakorda võimalik uurida, kas tekib võimalik kokkuvõtteid ning kui tekib, siis kui suur on jagamismajanduse rakendamisel hinnanguline kohaliku omavalitsuse rahastuse kokkuvõtteid sihtkoha terviklikul turundamisel.

Viienda sammuna järgneb juba loomulikuna sihtkoha arendajate terviklik integreerimine jagamismajanduse majutusteenuse pakkumisesse, mille eesmärk on aidata olemasolevatel majutustevõtjatel samuti integreeruda jagamismajanduse majutusteenuse pakkujate väärtuspakkumise ahelasse. Samuti on oluline hinnata, kuidas on Pärnumaa kui sihtkoht esindatud erinevatel platvormidel monitoorida klientide käitumist sihtkoha kohta info hankimisel. Täiendavalt on võimalik võimalusel analüüsida, kui palju on kogutud voodikoha makse erinevate platvormide kaudu või edastatud teenusepakkujate poolt. Seejärel, kui kliendid on juba Pärnumaal, siis üheks tõhusaks info saamise allikaks on olnud Pärnu suveküllastaja uuring, kuid sedagi annaks muuta veelgi tõhusamaks ning võimaldada klientidel sellele vastata veebipõhiselt.

Antud tegevust saaks tõhusalt teostada koostöös kohalike traditsiooniliste kui ka jagamismajanduse vahendusel majutusteenuste pakkujatega. Selle tegevuse tulemuslikkus sõltub omakorda heast koostöövõrgustikust ja suhetest kõigi vajalike huvigruppidega.

Kuuenda sammu eesmärk on tõhusamate partnerlussuhete loomine ja nende hoidmine. Nii traditsioonilised majutusteenuse pakkujad kui ka jagamismajanduse teenusepakkujad tunneksid seeläbi, et nende arvamus on oluline ning nende mõtteid ja ettepanekuid võetakse kuulda, kuid see tähendaks regulaarseid kokkusaamisi ja infovahetust kõigi osapoolte vahel. Pärnumaa sihtkoha arendajad koostöös linnaga saaksid initsieerida neid regulaarseid kokkusaamisi ja võimalusel pakkuma omalt poolt ka asjakohaseid jagamismajanduse alaseid koolitusi. Seitsmenda ja viimase sammuna on vajalik eelnevaid tegevusi perioodiliselt hinnata ja vastavalt vajadusele uuendusi läbi viia. Loomulik on see, et majutussektor ei tegutse eraldiseisvalt teistest sektoritest, kuid ettepanekute selgitamiseks ja tulenevalt töö pealkirjast keskendus autor majutussektorile ja selle põhjal näidete esitamisele ning kokkuvõtete tegemisele.

Tulevikku vaadates on hetkel keeruline põhjapanevaid järeldusi teha, kuid oluline on mõista jagamismajanduse üha suurenevat tähtsust ja selle mõju sihtkoha arengule. Pärnumaal kui olulisel turismisihtkohal oleks nii turunduslikult kui ka majanduslikult kasulik olla eesrindlik jagamismajanduse kui ühe „tööriistana“ teadlik kaasamine sihtkoha terviklikku arendamisesse. Tõhustades seeläbi koostööd nii traditsiooniliste kui ka jagamismajanduse majutusteenuse pakkujatega, soodustades kõigi osapoolte omavahelist koostööd.

## KOKKUVÕTE

Magistritöö eesmärgiks on välja selgitada jagamismajanduse majutussektori roll ja arenguvõimalused Pärnu kui turismi sihtkoha terviklikus arengus. Eesmärgi täimiseks võrdles autor jagamismajanduse erinevaid mõisteid, millest tulenevalt kasutas töös paralleelselt mõisteid jagamis- ja koostöömajanduse. Andis ülevaate olulisematest koostöömajanduse tõuketeguritest ning võrdles erinevaid ärimudeleid. Autor tõdes, et jagamismajanduses osalevate huvigruppide hulk on võrdlemisi mitmekesine ning traditsioonilised ettevõtted, kes on oma olemuselt innovatsioonile avatud, saavad oma olemasoleva tegevusega samuti jagamismajanduse ärimudelitesse sobituda.

Järgnevalt keskendus autor turismi sihtkoha mõiste avamisele ning sellega seotud huvigruppide rollile sihtkoha terviklikus arengus. Autor analüüsis erinevaid võimalusi, mil viisil saaksid sihtkoha arendajad teha veelgi tõhusamat koostööd oluliste huvigruppidega, kasutades jagamismajandust kui ühte eesmärkide realiseerimise tööriista. Seejärel analüüsis autor seitsmeastmelist sihtkoha arendajatele suunatud jagamismajanduse integreerimise juhust ja kirjeldas selles esitatud erinevaid samme, mis olid aluseks koostöömajanduse rakendamiseks sihtkoha tõhusamal arendamisel.

Seejärel keskendus autor põhjalikumalt majutussektorile jagamismajanduses, tuues välja selles kaasatud osapooled, majutusteenuse tüübid, tuntuimad veebiplatvormid. Ning olulisemad tõuketegurid, mille ajendil kliendid seda teenust tarvitavad. Järgnevalt keskendus autor jagamismajanduse majutussektori hetkeolukorra selgitamisele Eesti ja Pärnu kontekstis. Huvitav oli tõdeda, et Riigikogu on koostöömajanduse osas avatud ja pooldab selle arengut ning soovib luua selleks võimaliku soodsa majandusliku ja seadusliku keskkonna. Pärnu hetkeolukorra kaardistamisel selgus, et ka suvekülastaja uuring 2016 illustreeris jagamismajanduse majutusteenuse kasutamise märkimisväärset olulisust majutusteenuse kasutamisel võrreldes traditsiooniliste hotellidega.

Töö empiirilises osas keskendus autor jagamismajanduse rolli selgitamisele Pärnu majutussektoris ja selle mõjule turismi sihtkoha arengus. Selleks oli vajalik leida

võimalikud kokkupuutepunktid koostöö edendamiseks erinevate kaasatud osapoolte vahel. Magistritöö uuringu teostamiseks kasutati kombineeritud meetodit – küsitlus ja intervjuud. Andmete kogumiseks koostas autor kaks struktureeritud veebipõhist küsimustikku, millest üks oli suunatud jagamismajanduse platvormi vahendusel majutusteenust tarbinud klientidele ja teine Pärnumaa jagamismajanduse majutusplatvormide vahendusel teenuse pakkujatele. Poolstruktureeritud intervjuud koostati eesmärgiga intervjuuerida Pärnu traditsiooniliste hotellide juhte ning avaliku sektori esindajaid. Eesmärk oli kaardistada hetkeolukord ja hoiakud nii jagamismajanduse suhtes tervikuna kui ka majutussektori keskselt.

Saadud tulemuste põhjal, millest suur osa kattus teoorias esitatuga selgus, et jagamismajanduses osalejate seas on nii X, Y, kui ka Z generatsioonide esindajaid, kes on nii pakkuja kui kliendi rollis. Suur osa majutusteenuse pakkujatest teeb seda põhitöö kõrvalt, lississetuleku teenimiseks, kuid hinnatakse ka ettevõtluskogemuse omandamist. Reisides soovivad kliendid kogeda „*live like a local*“ tunnet ning oma otsuste langetamisel peavad oluliseks sarnaseid väärtuseid vastuvõtjatega. Seda kõike toetab avatud tagasiside erinevatel platvormidel. Traditsiooniliste hotellide juhid on ühiselt arvamusel, et kui jagamismajanduse vahendusel majutusteenuse pakkujad täidaksid nendega sarnaseid nõudeid, siis oleksid nad valmis nendega koos eksisteerima. Küll aga oli näha erinevust üleüldises suhtumises jagamismajandusesse erineva vanusega juhtide seas, nooremad on rohkem avatud ja paindlikud, samal ajal kui vanemad on oma hoiakutes pigem konservatiivsemad.

Autor on arvamusel, et oluline on kaasata jagamismajanduse teenusepakkujad võimalikult varakult sihtkoha arendamisesse ning esitas selleks Pärnumaa sihtkoha arendajatele suunatud seitsmeastmelise juhise majutussektori näitel. Antud töö tulemused keskenduvad jagamismajanduse majutussektorile, kuid saadud tulemusi on võimalik kasutada ka edaspidistes jagamismajandust käsitletavates uuringutes, mille eesmärk oleks saada põhjalikumalt tagasisidet suuremalt hulgalt majutusteenuse pakkujatele või laiendada seda ka teiste valkondadele sobivaks.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Acte Global. (2016). The sharing economy and managed travel. Retrieved from <https://vision.visaeurope.com/media/images/sharing%20economy%20and%20managed%20travel%20report%202016-93-40786.pdf>
- Airbnb is now a multi-billion dollar business in Australia. 2017. Herald Sun. Retrieved from <http://www.heraldsun.com.au/lifestyle/airbnb-is-now-a-multibillion-dollar-business-in-australia/news-story/de0a8028fd73989c793aa85ecf50c130>
- Airbnb Summer Travel Report. (2015). Retrieved from <http://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf>
- Airbnb.com. Pärnumaa majutuskohad 2017. Loetud aadressil [https://www.airbnb.com/s/P%C3%A4rnu/homes?adults=1&children=0&guests=1&infants=0&allow\\_override%5B%5D=&s\\_tag=RNIID05u](https://www.airbnb.com/s/P%C3%A4rnu/homes?adults=1&children=0&guests=1&infants=0&allow_override%5B%5D=&s_tag=RNIID05u)
- Andergassen, R., Candela, G., Figini, P. (2015). The Management of Tourism Destinations. *Tourism Economics*, 23, 49-65. doi:10.5367/te.2015.0496
- Arenas, N. (2010). Stakeholder Collaboration for The Development of Sustainable Tourism in Urban Green Spaces: the case of Maungawhau-Mt Eden, Auckland, New Zealand. Retrieved from <http://edepot.wur.nl/150826>
- Beritelli, P., Bieger, T. (2014). From destination governance to destination leadership – defining and exploring the significance with the help of a systemic perspective. *Tourism Review*, 69, 25-46. doi: 10.1108/TR-07-2013-0043
- Brand, R., Rocchi, S. (2016). Rethinking value in changing landscape. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/c34a/3e300f1b9d1d4eb45e2af3cf7e2aa3d0344b.pdf>

- Botsman, R. (2013). The sharing economy lacks a shared definition. Retrieved from <http://www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf>
- Byrd, E.T. (2007). Stakeholders in Sustainable Tourism Development and their Roles: Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development. *Tourism Review*, 62, 6-13. doi: 10.1108/16605370780000309
- Carlson Wgniiit Travel. (2015). Faster, smarter, better? Emerging technologies and trends and their impact on managed travel. Retrieved from <http://www.cwtinsights.com/20150602-FasterSmarterBetter.pdf>
- Cohen, B. (2016). Making Sense of The Many Business Models in the Sharing Economy. Retrieved from <https://www.fastcoexist.com/3058203/making-sense-of-the-many-business-models-in-the-sharing-economy>
- Deep, A. (2015). How Airbnb Works. Insights into Business & Revenue Model. Retrieved from <http://nextjuggernaut.com/blog/airbnb-business-model-canvas-how-airbnb-works-revenue-insights/>
- Deloitte. 2017. Economic effects of Airbnb in Australia Airbnb Australia. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/au/en/pages/economics/articles/economic-effects-airbnb-in-australia.html#>
- Drive Now. (2016). Retrieved from <https://de.drive-now.com/en/#!/howto>
- Ecole Hoteliere Lausanne. (2016). Sharing Economy: The challenge and opportunities for hotelliers. Retrieved from <http://blog.ehl.edu/the-sharing-economy-challenges-and-opportunities-for-hotelliers>
- Eesti Statistikaamet. (2017). Mullu majutusettevõtetes peatunud turistide arv suurenes Loetud aadressil <http://www.stat.ee/pressiteade-2017-016>
- Environmentally and Socially Responsible Tourism Capacity Development Programme (2014). Responsible Tourism Product Development. Retrieved from <http://www.slideshare.net/duanesrt/responsible-tourism-product-development>

- Ernst & Young LLP. (2015). The Rise of the Sharing Economy. The Indian Landscape. Retrieved from [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-the-sharing-economy/\\$FILE/ey-the-rise-of-the-sharing-economy.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-the-sharing-economy/$FILE/ey-the-rise-of-the-sharing-economy.pdf)
- European Commission. (2015). Commission staff working document - A Single Market Strategy for Europe - Analysis and Evidence - Accompanying the document Upgrading the Single Market: more opportunities for people and business. Retrieved from <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/14012>
- European Commission. (2016). The use of collaborative platforms. Retrieved from <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/72886>
- European Consumer Organization BEUC. (2016). Collaborative Economy. Retrieved from [http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-030\\_gbe\\_collaborative\\_economy\\_beuc\\_position.pdf](http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-030_gbe_collaborative_economy_beuc_position.pdf)
- Euroopa Komisjon. (2016). Euroopa Jagamismajanduse Kava. Retrieved from [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-16-2001\\_et.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_et.htm)
- Euroopa Komisjon. (2016). Euroopa jagamismajanduse tegevuskava. Loetud aadressil <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/ET/1-2016-356-ET-F1-1.PDF>
- European Parliament. (2016). A European agenda for the collaborative economy. Retrieved from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593510/EPRS\\_BRI\(2016\)593510\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593510/EPRS_BRI(2016)593510_EN.pdf)
- European Parliamentary Research Service (EPRS). 2016. A European Agenda For the Collaborative Economy. Retrieved from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593510/EPRS\\_BRI\(2016\)593510\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593510/EPRS_BRI(2016)593510_EN.pdf)
- Global Investor 2.15. (2015). The sharing economy. New opportunities, new questions. Retrieved from [http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/GI\\_215\\_e\\_GesamtPDF\\_01\\_high.pdf](http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/GI_215_e_GesamtPDF_01_high.pdf)

- Goudin, P. (2016). The Cost of NonEurope in the Sharing Economy. European Parliament. Retrieved from [https://polcms.secure.europarl.europa.eu/cmsdata/upload/b936f030-3c7b-44a2-a016-ba083df23930/study\\_Sharing\\_economy.pdf](https://polcms.secure.europarl.europa.eu/cmsdata/upload/b936f030-3c7b-44a2-a016-ba083df23930/study_Sharing_economy.pdf)
- Green, C. (2016). Trust and the Sharing Economy: A New usiness Model. Retrieved from <http://trustedadvisor.com/trust-and-the-sharing-economy-a-new-business-model>
- Guttentag, D. (2016). Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study underpinned by innovation concepts. Retrieved from [https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/10684/Guttentag\\_Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/10684/Guttentag_Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Guttettag, D. (2016). Airbnb: Why Tourists Choose It and How They Use It. Retrieved from <http://www.dg-research.com/Papers/Summary%20doc%20-%20Airbnb.pdf>
- Hoffman, C., Offutt, B. (2015). Travel Innovation andTechnology Trends 2015. Retrieved from [http://www.sonata-software.com/sites/default/files/upload\\_files/2015-Phocuswright-TravelInnovationTechTrends.pdf](http://www.sonata-software.com/sites/default/files/upload_files/2015-Phocuswright-TravelInnovationTechTrends.pdf)
- HOTREC. (2015). Levelling the Playing Field. Policy Paper On The Sharing Economy. Retrieved from <http://www.hotrec.eu/policy-issues/sharing-economy.aspx>
- H&M Brig It On. (2016). Retrieved from [http://www2.hm.com/en\\_gb/ladies/shop-by-feature/8eb-bring-it-on.html](http://www2.hm.com/en_gb/ladies/shop-by-feature/8eb-bring-it-on.html)
- Jagamismajandus vajab lihtsamat maksuregulatsiooni. 2016. Loetud aardessil <http://www.rmp.ee/uudised/eelnoud/jagamismajandus-vajab-lihtsamatmaksuregulatsiooni-2016-04-12>
- Kasemets, K. (2016). Majandusminister ja jagamismajanduse ettevõtjad arutasid koostööd, ministeerium käivitab põhjalikuma uuringu. Majandus-ja kommunikatsiooniministeerium. Loetud aadressil



<https://www.mkm.ee/et/uudised/majandusminister-ja-jagamismajanduse-ettevotjad-arutasid-koostood-ministeerium-kaivitab>

Komppula, R. (2016). The Role of Different Stakeholders on Destination Development. *Tourism Review*, 71, 67-76. doi: 10.1108/TR-06-2015-0030

Lehr, D. (2015). An Analysis of the Changing Competitive Landscape in the Hotel Industry Regarding Airbnb. Retrieved from <http://scholar.dominican.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1189&context=masters-theses>

Moran, C. (2016). Report: The Sharing Economy. Retrieved from <http://www.barcelona-metropolitan.com/in-the-city/report-the-sharing-economy/>

Matofska, B. (2016). What is the sharing economy. The people who share. Retrieved from <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy>

Merriman, M. (2015). What if the next big disruptor isn't a what but who? Retrieved from [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who/\\$File/EY-what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who/$File/EY-what-if-the-next-big-disruptor-isnt-a-what-but-a-who.pdf)

OECD Tourism Trends and Policies. (2016). Retrieved from <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/8515041e.pdf?expires=1485980550&id=id&accname=guest&checksum=EC58ADCDED17FAC21F128CCA5EEF7A1F>

Oskam, J., Boswijk, A. (2016). Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2, 22-42. doi: 10.1108/JTF-11-2015-0048

Owyang, J. (2016). Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion. Retrieved from <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>

Owyang, J., Tran, C., Silva, C. (2013). The Collaborative Economy: Products, services, and market relationships have changed as sharing startups impact business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value

Chain. Retrieved from <http://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabecon-draft16-130531132802-phpapp02-2.pdf>

Polacco, A. (2016). Supply chain management and the sharing economy. Retrieved from [http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1110&context=pacis2016&sei-redirect=1&referer=https%3A%2F%2Fscholar.google.com%2Fscholar%3Fas\\_ylo%3D2013%26q%3Dsharing%2Beconomy%2Bvalue%2Bchain%26hl%3Den%26as\\_sdt%3D0%2C5%26as\\_vis%3D1#search=%22sharing%20economy%20value%20chain%22](http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1110&context=pacis2016&sei-redirect=1&referer=https%3A%2F%2Fscholar.google.com%2Fscholar%3Fas_ylo%3D2013%26q%3Dsharing%2Beconomy%2Bvalue%2Bchain%26hl%3Den%26as_sdt%3D0%2C5%26as_vis%3D1#search=%22sharing%20economy%20value%20chain%22)

Private holiday rental: What you should know. (2016). Retrieved from <http://www.iamsterdam.com/en/visiting/plan-your-trip/where-to-stay/private-holiday-rental>

Psarros, M. (2015). The New Sharing Economy Is the End of Tourism as We know it. Retrieved from <http://www.slideshare.net/mpsarros/sharing-economy-tourism>

PWC. 2015. The Sharing Economy. Retrieved from <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>

Riigikogu. (2016). Jagamismajanduse konverents. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=Grw\\_DQn9bWw](https://www.youtube.com/watch?v=Grw_DQn9bWw)

Serazio, M. (2013). Selling (Digital) Millennials: The Social Construction and Technological Bias of a Consumer Generation. Retrieved from <http://journals.sagepub.com.ezproxy.utlib.ut.ee/doi/pdf/10.1177/1527476413491015>

Shegg, R. (2016). The importance of the Sharing Economy in the Swiss accommodation sector: the case of Airbnb. Retrieved from [http://www.etourism-monitor.ch/sites/default/files/downloads/schegg\\_airbnb\\_confronti\\_2016.pdf](http://www.etourism-monitor.ch/sites/default/files/downloads/schegg_airbnb_confronti_2016.pdf)

Sharevolution - Cartographie de l'offre et des business models de la conso collab. 2014.  
Retrieved from <https://www.slideshare.net/slidesharefing/sharevolution-cartographie-de-loffre-et-des-business-models-de-la-conso-collab>

Sharing Skills Project 2017. Retrieved from <http://www.sharingskills.eu/>

Stokes, K., Clarence, E., Anderson, Lauren., Rinne, A. (2014). Making sense Of the UK Collaborative Economy. Retrieved from [http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/making\\_sense\\_of\\_the\\_uk\\_collaborative\\_economy\\_14.pdf](http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf)

Sunjoo, O., Moon, J. (2016). Calling for a Shared Understanding of the "Sharing Economy". Retrieved from [http://delivery.acm.org/10.1145/2980000/2971638/a35-oh.pdf?ip=85.196.202.36&id=2971638&acc=PPV&key=4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35%2E6E0D15728B784027%2E4D4702B0C3E38B35&CFID=370734&CFTOKEN=54642197&\\_\\_acm\\_\\_=1484738428\\_9b39b3752b5c91113a186ffda31264b9](http://delivery.acm.org/10.1145/2980000/2971638/a35-oh.pdf?ip=85.196.202.36&id=2971638&acc=PPV&key=4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35%2E6E0D15728B784027%2E4D4702B0C3E38B35&CFID=370734&CFTOKEN=54642197&__acm__=1484738428_9b39b3752b5c91113a186ffda31264b9)

Tehnopolis-Group. (2016). Jagamismajanduse põhimõtete rakendamise Eesti majandus- ja õigusruumis. Loetud aadressil <https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne.pdf>

Tehnopolis-Group. (2016). Jagamismajanduse põhimõtete rakendamise Eesti majandus- ja õigusruumis. Lisa B Majutus ja Reisikorraldus. Loetud aadressil [https://www.mkm.ee/sites/default/files/lisa\\_b\\_majutus\\_ja\\_reisikorraldus.pdf](https://www.mkm.ee/sites/default/files/lisa_b_majutus_ja_reisikorraldus.pdf)

The Economist. (2017). Why Marriott is turning some of its rooms into communal apartments. Loetud aadressil: <http://www.economist.com/blogs/gulliver/2017/02/home-suite-home>

The United States 81st Conference of Mayors. (2013). In Support Of Policies For Shareable Cities. Retrieved from [http://www.usmayors.org/resolutions/81st\\_Conference/metro18.asp](http://www.usmayors.org/resolutions/81st_Conference/metro18.asp)

Torres, B., Ogbeide, G. (2015). Destination marketing organizations' stakeholders and best practices. Retrieved from

<http://wordpress.uark.edu/discoverymag/article/destination-marketing-organizations-stakeholders-and-best-practices>

U-Haul Investors Club. (2016). Retrieved from <https://www.uhaulinvestorsclub.com/HowItWorks>

UNWTO. (2016). UNWTO Tourism Highlights. Retrieved from <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

Vabariigi Valitsus. (2016). Vabariigi Valitsuse 100 päev plaan. Loetud aadressil: <https://valitsus.ee/et/100paeva>

Wruk, D. (2015). Research project I-share Retrieved from <http://www.i-share-economy.org/projekt/research-project>

## LISAD

Lisa 1. Jagamismajanduse toodete/ teenuste ärimudelid

<b>Jagamismajanduse toodete/ teenuste ärimudelid</b>			
<b>Toode/teenus</b>		<b>rahaline</b>	<b>mitterahaline</b>
<b>toode</b>			
	<b>toote teenusesüsteem</b>	P2P toodete rent	P2P toodete laenamine
		B2C toodete rent	B2C toodete laenamine
			Toodete ühisvastutus
	<b>ümberjaotus</b>	P2P toodete müük	P2P toodete vahetamine
			P2P toodete ära andmine
<b>ruum (m2)</b>		<b>rahaline</b>	<b>mitterahaline</b>
	<b>ruum vastavalt nõudlusele</b>		
	<b>majutus</b>	P2P lühiajaline rent	kodude vahetus
	<b>kontoripind</b>	P2P/ P2B/ B2B rent	
		B2P / P2B koostöötamine	
		B2B/ B2C/ P2P koosoleku ruumi rent	
	<b>muu</b>	P2P parkimiskoha rent	
		P2P laopinna rent	
	<b>grupiviisiline elamise pakkumine</b>	P2P/ C2B/ B2C korteri jagamine	

**Lisa 1 järg**

		P2P/ C2B/ B2C ühismajutuse projektid	
		P2P/ C2B/ B2C ühiselamine	
<b>mobiilsus</b>		<b>rahaline</b>	<b>mitterahaline</b>
	<b>sõiduvahendi olemasolu vastavalt nõudlusele</b>	P2P autorent	
		P2P autorent lennujaamades	
		P2P jalgratta rent	
		B2C autorent	
		B2C autojagamine	
		B2C jalgratta rent	
	<b>sõidujagamine</b>	P2P pikamaa sõitude sõidujagamine	
		P2P töö ja kodu vaheline sõidujagamine	
		P2P linna sõitude sõidujagamine	
		B2C jagatud transport	
		B2C taksoteenus	
<b>toit</b>		<b>rahaline</b>	<b>mitterahaline</b>
	<b>P2P turustamine</b>	toidu ühendused	ühisettevõtted/ koperatiivid/ taluturud
		toidu kohaletoimetamised	

## Lisa 1 järg

	<b>Ühine toiduvalmistamine</b>	toidud kaasavõtmiseks (meal takeaway)	
		toidu kohaletoometamine	
		kokad kodus	
		toidukorrad kohaliku juures	
	<b>Ühised aiad</b>	ühisaiad	kogukonna ühisaiad
<b>aeg/tööjõud</b>		<b>rahaline</b>	<b>mitterahaline</b>
	<b>Isikuteenused</b>	P2P/ P2B kohaletoometamine ja logistika	Kohalikud "aja pangad"
		P2P kodupuhastus/ koristus	Kohalikud kogukonna võrgustikud
		P2P koduloomade järelvalve	
		P2P remonttööd	
	<b>Oskused ja kogemused</b>	P2P kogemuste jagamine/ mentorlus	
<b>finants</b>		<b>rahaline</b>	<b>mitterahaline</b>
	<b>Finantsteenused</b>	P2P kindlustus	
		P2P valuutavahetus	
	<b>Pangandus ja ühisrahastus</b>	P2P tasupõhised rahastused	
		P2P erakapitalil põhinev	
		P2P intressivabad laenud	
		P2P intressipõhised laenud	
		P2P kodanike ühisrahastus	

Allikas: Sharevolution... 2014, lk 12-18; autori koostatud

## Lisa 2. Jagamismajanduse uuring Pärnumaa majutusteenuse pakkujate hulgas

Hea küsitlusele vastaja

Moodsad tehnoloogilised ja digitaalsed lahendused on aidanud kaasa jagamismajanduse (*sharing economy*) hüppelisele kasvule. See on toimunud peaaegu kõigis sektorites, kuid turismisektor on üks kõige rohkem mõjutatud majandussektoreid (eelkõige majutussektor). Jagamismajanduse põhiidee on alakasutatud asjade või vahendite jagamine teistega, kas raha eest või tasuta rakendades selleks veebiplatvorme. Majanduslikus mõistes ei ole tegu millegi uudsega, sest juba aasta sadu on toimunud inimestevahelised kaupade ja teenuste vahetused. Jagamismajanduse kaudu on tarbijatel avanenud võimalus valida teenusepakkujad, kelle põhiväärtused ühtivad nende keskkondlike vaadetega ja isiklike eelistustega ning sobituvad mugavalt nende elustiili ja majanduslike võimalustega.

Olen TÜ Pärnu kolledži teenuste disain ja juhtimine õppekava magistrant Errit Kuldkepp ja kirjutan magistritööd teemal "Jagamismajanduse roll ja mõju majutussektori ja turismisihtkoha arengule Pärnu näitel". Küsimustik on suunatud jagamismajanduse veebiplatvormide (*Airbnb, Booking.com* jne) vahendusel **Pärnu linnas** ja **maakonnas** majutusteenuse pakkujatele, kes etendavad olulist rolli selle majandusharu arenemisel.

Olen juba ette tänulik, kui leiate 15 minutit (22 küsimust) oma väärtuslikust ajast selle küsimustiku täitmiseks ja loodan, et see on ka teile huvipakkuv.

Siiras tänu kõigile vastajatele,

Errit Kuldkepp

\*1. Millist majutusteenust te külalistele pakute? (võite valida rohkem, kui ühe vastuse)

- Jagatud ruum korteris (elate külaliste viibimise ajal ise ka seal)
- Jagatud ruum majas (elate külaliste viibimise ajal ise ka seal)



## Lisa 2 järg

- Kogu korter on külaliste päralt (olete külaaliste nende peatumise ajal vajadusel kättesaadav, kuid ei ela seal)
- Kogu maja (olete klientidele nende peatumise ajal vajadusel kättesaadav, kuid ei ela klientide peatumise ajal seal)
- Mitu korterit
- Mitu maja
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

\*2. Kui mitmel inimesel on võimalik teie juures majutada koos lisavooditega (voodikohtade arv)

**0** **100**

\*3. Millises piirkonnas te majutusteenust pakute?

- Pärnu linnas
- Pärnu maakonnas
- Pärnu linnas ja Pärnu maakonnas

\*4. Milliste platvormide/portaalide kaudu te majutusteenust müüte? (võite valida rohkem, kui ühe vastuse)

- Airbnb
  - Alterkeys
  - Booking.com

## Lisa 2 järg

- EstRent Cottages
- FlipKey
- Friday Flats
- Gloveler
- Homeaway
- Nordic Rent
- Roomorama
- Wimdu
- 9Flats
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

\*5. Kui oluline on teie jaoks jagamismajanduse platvormidel (*Airbnb, Booking.com jne*) olev avalik tagasiside ja hindamise süsteem?

- Ebaoluline
- Pisut oluline
- Osaliselt oluline, osaliselt mitte
- Oluline
- Väga oluline

## Lisa 2 järg

\*6. Mitu aastat olete te majutusteenust pakkunud?

- Kuni aasta
- 2-3 aastat
- 4-5 aastat
- 6-8 aastat
- Rohkem kui 8 aastat

\*7. Kas tegutsete majutusteenuse pakkujana eraisikuna või on teil registreeritud ettevõtte?

- Pakun majutusteenust eraisikuna
- Pakun majutusteenust registreeritud ettevõtte kaudu
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

\*8. Mitu inimest olete te kaasanud oma majutusteenuse pakkumisesse? (koristusteenus, külaliste vastuvõtt, raamatupidamine jne)

- 0
- 1-2
- Enam kui 3
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

## Lisa 2 järg

\*9. Milisesse vanusegruppi jäävad teie põhilised külalised? (võite valida rohkem, kui ühe vastuse)

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

66+

\*10. Kes on teie põhilised külalised? (võite valida mitu vastusevarianti)

Üksikreisijad

Paarid

Sõpruskonnad

Lastega pered

Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

\*11. Mis on teie peamine motivatsioon majutusteenuse pakkumiseks? (võite valida rohkem, kui ühe vastuse)

Lisasissetulek, mis aitab tasuda arveid, üüri, reisida

Otsin ettevõtluskogemust

## Lisa 2 järg

- Põhississetulek
- Rakendus seisvale kinnisvarale
- Huvi majutusteenuse vastu
- Meeldib vastu võtta külalisi
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

--

\*12. Kui suur on teie aastane sissetulek majutusteenuse pakkumisest?

- Vähem kui 5.000 €
- 5.001 € - 10.000 €
- 10.001 € - 20.000 €
- 20.001 € - 30.000 €
- 30.001 € - 40.000 €
- 50.001 € - 80.000 €
- Üle 80.000 €

\*13. Kui tihti kasutavad külalised teie majutusteenust?

- Iga päev
- Mõned korrad nädalas
- Kord nädalas

## Lisa 2 järg

- Kord 1 kuu jooksul
- Kord 3 kuu jooksul
- Ainult suvekuudel (juuni-august)
- Ainult suvekuudel (juuni-august), sest muude kuudel (september-mai) elavad üürnikud sellel pinnal
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

\*14. Kui pikalt peatuvad külalised teie majutuses?

- 1 öö
- 2-3 ööd
- 4-5 ööd
- 6-7 ööd
- 8 ja enam ööd
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

\*15. Millist tuge / koolitusi vajaksite veel paremaks majutusteenuse pakkumiseks?  
(võite valida rohkem, kui ühe vastuse)

- Ettevõtluse alased oskused ja teadmised (äriplaani koostamine, probleemide lahendamine, ideede genereerimine jne)

## Lisa 2 järg

- IT alased teadmised ja oskused
- Turundusalased teadmised ja oskused
- Võõrkeele oskus
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

\*16. Millised on peamised probleemid, millega olete majutusteenuse pakkumisel kokku puutunud? (võite valida rohkem, kui ühe vastuse)

- Keelebarjäärid
- Külaliste liigsed nõudmised
- Organisatoorsed oskused
- Usalduse puudumine
- Raamatupidamine
- Turvalisus
- Kinnisvara kahjustamine
- Vargused
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

## Lisa 2 järg

\*17. Millisel tasandil peaks teie arvates jagamismajandus olema seaduslikult reguleeritud?

- Kohalikul
- Riiklikul
- Euroopa Liidu
- Kõik eelpool nimetatud
- Ei ole vajadust reguleerimiseks
- Muu (palun täpsustage allolevas lahtris)

18. Kui teil on veel mõni mõte, mida soovite jagamismajanduse teemal jagada, siis palun tehke seda siin

\*19. Teie sünniaasta?

\*20. Sugu



## Lisa 2 järg

\*21. Teie ametlik tööalane staatus

- Palgatööline
- FIE
- Eraettevõtja
- Tööandja
- Töötu enam kui aasta
- Töötu vähem kui aasta
- Tudeng
- Pensionär
- Töövõimetu

\*22. Teie haridustase?

- Põhiharidus
- Kutseharidus
- Keskharidus
- Bakalaureusekraad või sellega võrdsustatud haridus
- Magistrikraad või sellega võrdsustatud haridus
- Doktorikraad või sellega võrdsustatud haridus
- Muu (palun täpsustage)

**Lisa 3.** Jagamismajanduse uuring jagamismajanduse majutusteenuse klientidele

Dear survey respondent

Rapid growth of the sharing economy has been enabled through modern technological solutions. This has occurred in almost all sectors, but the most affected one is the tourism sector, in particular the housing sector (provided by Airbnb, Homeaway, etc). The basic idea of sharing economy is to find usage (mostly for money) for underutilized assets and to provide an access to assets and services. In economic terms, it is not something new, as for hundreds of years people have exchanged goods and services with each other. Through the sharing economy (and its platforms) people choose like-minded service providers who share the same values and fit into their lifestyle.

My name is Errit Kuldkepp from Estonia and I am enrolled as a master's student in University of Tartu, Pärnu College, studying on *service design and management* curricula. Currently I am writing a master thesis on the following topic "*The role and influence of sharing economy on accommodation sector and the development of a tourism destination on a sample of Pärnu*"

I would highly appreciate if you can find 15 minutes (20 questions) of your valuable time to give your personal feedback on this trendy topic.

Sincerely

Ms Errit Kuldkepp

### Lisa 3 järg

\*1. Which sharing economy's accommodation service platforms **do you know** and **have used**?

	I know	I have used	I know & have used
Airbnb	<input type="checkbox"/> Airbnb I know	<input type="checkbox"/> Airbnb I have used	<input type="checkbox"/> Airbnb I know & have used
Alterkeys	<input type="checkbox"/> Alterkeys I know	<input type="checkbox"/> Alterkeys I have used	<input type="checkbox"/> Alterkeys I know & have used
Booking.com	<input type="checkbox"/> Booking.com I know	<input type="checkbox"/> Booking.com I have used	<input type="checkbox"/> Booking.com I know & have used
EstRent Cottages	<input type="checkbox"/> EstRent Cottages I know	<input type="checkbox"/> EstRent Cottages I have used	<input type="checkbox"/> EstRent Cottages I know & have used
FlipKey	<input type="checkbox"/> FlipKey I know	<input type="checkbox"/> FlipKey I have used	<input type="checkbox"/> FlipKey I know & have used
Friday Flats	<input type="checkbox"/> Friday Flats I know	<input type="checkbox"/> Friday Flats I have used	<input type="checkbox"/> Friday Flats I know & have used
Gloveler	<input type="checkbox"/> Gloveler I know	<input type="checkbox"/> Gloveler I have used	<input type="checkbox"/> Gloveler I know & have used

**Lisa 3 järg**

Homeaway  Homeaway I know  Homeaway I have used  Homeaway I know & have used

Nordic Rent  Nordic Rent I know  Nordic Rent I have used  Nordic Rent I know & have used

Roomorama  Roomorama I know  Roomorama I have used  Roomorama I know & have used

Wimdu  Wimdu I know  Wimdu I have used  Wimdu I know & have used

9 Flats  9 Flats I know  9 Flats I have used  9 Flats I know & have used

Other (please specify)

\*2. How often do you visit sharing economy's accommodation platforms **to browse / to book** accommodation? (Airbnb, Booking.com, etc)

To browse

To book

Both, to browse & to book

Every day  Every day To browse  Every day To book  Every day Both, to browse & to book

**Lisa 3 järg**

Several times per week  Several times per week To browse  Several times per week To book  Several times per week Both, to browse & to book

Once per week  Once per week To browse  Once per week To book  Once per week Both, to browse & to book

Once per month  Once per month To browse  Once per month To book  Once per month Both, to browse & to book

Once per 3 months  Once per 3 months To browse  Once per 3 months To book  Once per 3 months Both, to browse & to book

Only during the summer season (June-August)  Only during the summer season (June-August) To browse  Only during the summer season (June-August) To book  Only during the summer season (June-August) Both, to browse & to book

Other (please specify)

**Lisa 3 järg**

\*3. What is the purpose of your travel when you use accommodation via sharing economy platforms?

- Leisure
- Business
- Both the above
- Other (please specify)

\*4. How long do you usually stay in accommodation booked via sharing economy platforms?

- One night
- 2-3 nights
- 4-5 nights
- 6-7 nights
- 8 and more nights
- Other (please specify)

\*5. Do you search for other options (i.e. hotels, guesthouses, hostels etc.) before choosing an accommodation via sharing economy platform?

- Sometimes I do search
- Usually I do not search

**Lisa 3 järg**

Yes, I always search

No, I do not search

Other (please specify)

\*6. What are the main types of tourism in using sharing economy for accommodation?  
(You can choose more than one answer)

City tourism

Religion tourism

Sports / outdoor activities

Work

Events

Leisure travelling

Studies

Lifestyle

“Live-like-local” experience

Other (please specify)

### Lisa 3 järg

\*7. How important is the public feedback and ratings on the sharing economy's accommodation platforms about the service provider?

- Irrelevant
- Somewhat important
- Partly important, partly not
- Important
- Very important

Please comment your answer

\*8. What are the main benefits of using sharing economy for accommodation? (You can choose more than one answer)

- Price
- Personalized service
- Sense of freedom
- More space
- "Live like a local" feeling
- Customer/ user friendly
- Other (please specify)



### Lisa 3 järg

\*9. Have you ever faced any problems with the **sharing economy's accommodation service platform** (Airbnb, Booking etc) (money transfer, wrong data, bad service etc)

- Yes
- No

Please comment your answer

\*10. Have you ever faced any problems with **accommodation service provider (host)** booked via sharing economy platform (Airbnb, Booking.com etc)?

- Yes
- No

Please comment your answer

11. If the answer was "yes", please specify, which kind of trouble did you have?

- Language barrier
- Service was below standards
- Lack of trust towards me by the host
- Lack of trust towards the host by me
- Lack of organizational skills
- Lack of professionalism

**Lisa 3 järg**

Security issues

Other (please specify)

\*12. Can you please provide thoughts of improving sharing economy in accommodation sector for you as a client?

13. Would you like to add something else?

\*14. When were you born?

\*15. Your sex

\*16. Country of residence

\*17. What is your educational level?

\*18. How many children live in your household?

\*19. Who do you usually travel with?

\*20. What category best represents your annual household income?

**Lisa 4.** Poolstruktureeritud intervjuu küsimustik erasektorile

**1. Mitu töötajat on teil ettevõttes**

- 0-9
- 10-49
- 50-249
- 250 ja enam

**2. Millises vanusegrupis on teie teenuste põhilised kliendigrupid? (võite valida rohkem kui ühe)**

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65+

Kui valisite muu, siis palun täpsustage

**3. Miks valib teie arvates klient traditsioonilise majutusteenuse pakkuja?**

**4. Mida olete kuulnud jagamismajandusest?**

**5. Miks valib teie arvates klient jagamismajanduse vahendusel majutusteenuse pakkuja?**

**6. Millistest jagamismajanduse majutusteenuste platvormidest olete te kuulnud/ kasutanud?**

(võite valida mitu vastusevarianti)

- Airbnb
- Alterkeys
- Booking.com
- EstRent Cottages
- FlipKey
- Friday Flats
- Gloveler
- HomeAway
- Nordic Rent
- Roomorama
- Wimdu
- 9Flats
- Muu

Palun nimetage muu...

**7. Kas te arvate, et hetkel eksisteerib ebaõige konkurents jagamismajanduse ja trasitsioonilise majanduse kaudu majutusteenuse pakkujate osas?**

- Jah
- Ei

## Lisa 4 järg

Palun täpsustage oma vastust...

**8. Kas te arvate, et teie, kui traditsioonilise majutusteenuse pakkujana saaksite koos eksisteerida jagamismajanduse kaudu majutusteenuste pakkujatega?**

- Jah
- ei

Palun täpsustage oma vastust

**9. Millisel tasandil peaks jagamismajandus (majutuse sektor) olema reguleeritud?**

- Kohalikul
- Riiklikul
- Euroopa Liidu
- Kõik eelpool nimetatud
- Ei ole vajadust reguleerimiseks

**10. Kas te olete kunagi jagamismajanduse teenust isiklikuks otstarbeks kasutanud?**

- Jah
- Ei

**11. Kui valisite jah, siis millises valdkonnas ja kui nämetate nime, siis palun ka see?**

(võite valida mitu vastusevarianti)

- Majutus
- Transport
- Finants
- Tööjõud
- Kaupade/ teenuste vahetus (ebay, Amazon jne)
- Teadmiste ja talentide vahetus
- Muu

Palun täpsustage, kui valisite muu

**12. Millisel põhjusel tarbisite jagamismajanduse teenust?**

- Huvi
- Hind
- Personaalne kontakt kohaliku elanikkonaga
- Muu

Kui valisite muu, siis palun täpsustage....

**13. Sünniaasta**

**14. Sugu**

**15. Elukoht** (linn ja riik)

## **Lisa 4 järg**

### **16. Haridustase?**

- Põhiharidus
- Keskharidus
- Kutseharidus
- Bakalaureus või sellega võrdsustatud haridus
- Magister või sellega võrdsustatud haridus
- Doktor või sellega võrdsustatud haridus

### **17. Teie roll organisatsioonis (ametinimetus)**

### **18. Mitu aastat olete aktiivselt majutusvaldkonnas tegelenud?**

- Kuni aasta
- 2-3 aastat
- 4-5 aastat
- 6-8 aastat
- Rohkem kui 8 aastat

Kui valisite rohkem, kui 8, siis palun täpsustage

### **19. Kui soovite midagi veel lisada, siis kõik ettepanekud on teretulnud☺**

**Lisa 5.** Poolstruktureeritud intervjuu küsimustik avalikule sektorile

**1. Kas jagamismajanduse mõiste on teile tuttav**

- Jah
- Ei

**2. Kas te olete kunagi jagamismajanduse teenust isiklikuks otstarbeks kasutanud?**

- Jah
- Ei

**3. Kui valisite jah, siis millises valdkonnas ja kelle (veebiplatvormi nimi) teenust tarbisite?**

- Majutus
- Transport
- Finants
- Tööjõud
- Kaupade/ teenuste vahetus (ebay, Amazon jne)
- Teadmiste ja talentide vahetus
- Muu

Palun täpsustage, kui valisite muu

**4. Millistest majutusvaldkonna jagamismajanduse platvormidest olete te kuulnud? (võite valida mitu vastusevarianti)**

- Airbnb
- Alterkeys
- Booking.com
- EstRent Cottages
- FlipKey
- Friday Flats
- Gloveler
- HomeAway
- Nordic Rent
- Roomorama
- Wimdu
- 9Flats
- Muu

Palun nimetage muu...

**5. Millisel põhjusel tarbisite jagamismajanduse teenust?**

- Huvi
- Hind
- Personaalne kontakt kohaliku elanikkonaga
- Muu

Kui valisite muu, siis palun täpsustage....

## Lisa 5 järg

- 6. Kas teie arvate, et jagamismajanduse kaudu majutusteenuse pakkujad mõjutavad oluliselt traditsioonilisi majutustevõtteid?**
  - Jah
  - Ei
  - Ei oska öelda
- 7. Millised on teie arvates kliendi eelised traditsioonilise majutusteenuse kasutamisel?**
- 8. Millised kasutegurid innustavad kliente teie arvates jagamismajanduse veebiplatvormi vahendusel majutusteenust ostma?**
- 9. Millistele töösuhte vormidele avaldab jagamismajandus tervikuna teie arvates kõige suuremat mõju?**
  - FIE
  - Eraettevõtjad
  - Vabakutselised
  - Majanduslikult sõltuvad töötajad
  - Kaugtöötajad
  - Olen arvamusel, et see ei mõjuta kedagi
  - Muu

Kui valisite muu, palun täpsustage

- 10. Kas teie arvates mõjutab jagamismajanduse kiire kasv töökohtade loomist?**
  - Ei
  - Märkimisväärselt mitte
  - On juba olemas nähtavad tulemused
  - Jah, see loob uusi töövõimalusi
  - Ei oska öelda
- 11. Millisel tasandil peaks jagamismajandus olema reguleeritud?**
  - Kohalikul
  - Riiklikul
  - Euroopa Liidu
  - Kõik eelpool nimetatud
  - Ei ole mingit vajadust reguleerimiseks
- 12. Kas teie usute, et jagamismajanduse jätkuv areng loob piirkondlikul tasandil uusi võimalusi ja loob sihtkohale olulised eelised konkurentsipüsimiseks?**
  - Jah
  - Ei

## Lisa 5 järg

- Ei oska öelda

Palun kommenteerige

### **13. Kas teie usute, et hetkel eksisteerib ebaaus konkurents (jagamismajanduse ja traditsioonilise majanduse vahel?)**

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Palun täpsustage

### **14. Kas te näete jagamismajanduse rakendumisel mingeid riske?**

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Palun täpsustage, kui valisite jah

### **15. Kas teie organisatsioon on loonud juba mingisuguseid strateegilisi dokumente jagamismajanduse reguleerimiseks?**

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Palun kommenteerige

### **16. Kas teie arvates oleks kasu sihtkoha turismiarendule tervikuna jagamismajanduse (majutussektori esindajate) esindusorganisatsiooni loomisest (koostöös traditsioonilise majutussektori ja sihtkoha arendajatega)?**

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Palun täpsustage oma valikut

### **17. Kes on teie arvates peamised jagamismajanduse kaudu majutusteenuste kliendid?**

(Võite valida rohkem, kui ühe vastuse)

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65+

### **18. Sünniaasta**



## **Lisa 5 järg**

### **19. Sugu**

### **20. Haridustase?**

- Põhiharidus
- Keskharidus
- Kutseharidus
- Bakalaureus või sellega võrdsustatud haridus
- Magister või sellega võrdsustatud haridus
- Doktor või sellega võrdsustatud haridus

### **21. Kui soovite midagi veel lisada, siis kõik ettepanekud on teretulnud☺**

**Lisa 6.** Kokkuvõte ettevõtjatega teostatud intervjuudest

	<b>Ettevõtja 1</b>	<b>Ettevõtja 2</b>	<b>Ettevõtja 3</b>	<b>Ettevõtja 4</b>
Vanus	31	38	43	55
Sugu	mees	naine	mees	naine
Haridus	magister	kutseharidus	magister	magister
Tööstaaž majutusvaldkonnas	4-5	10	10	13
Töötajate arv ettevõttes	10-49	10-49	>250	50-249
Miks valib klient transitsioonilise majutusteenuse pakkuja	teenuste kvaliteet, kindlustunne, turvalisus	turvalisus, teenuste kvaliteet	harjumus, turvatunne	teenuste kvaliteet, kindlustunne, turvalisus, puhtus, ootuste täitumine
Kas olete kuulnud jagamismajandusest?	jah	jah	jah	jah
Miks valib klient jagamismajanduse majutusteenuse pakkuja	soodsam hind, personaalsem kontakt kohaga kuhu läheb	mugavus, lastega reisisid sobilikum, vaba oma valikutes	soodsam hind, trend	soodsam hind (või hind kokkuleppel), kohaliku kogukonna tunnetus
Millistest jagamismajanduse platvormidest olete kuulnud?	Airbnb, Booking.com, Friday Flats	Airbnb, Booking.com, EstRent Cottages	Airbnb, Booking.com	Airbnb, Booking.com
Kas eksisteerib ebaõige konkurents traditsioonilise ja jagamismajanduse majutusteenuse pakkuja vahel?	jah, sest traditsioonilised hotellid peavad järgima rangelt seaduslikku reeglistikku	jah, seaduslike nõuete täitmine on ebavõrdselt jaotunud	jah, absoluutselt, traditsioonilistel ettevõtetel on suur hulk regulatsioone ja nõudeid	jah, sest traditsioonilistele ettevõtetele kehtivad ranged nõuded
Kas saaksite koos eksisteerida jagamismajanduse majutusteenuse pakkujatega?	jah, kindlasti, kui regulatsioonid on paigas, siis pole probleemi	jah kindlasti, meil on isegi praegu korterid, kellega teema juba koostööd	jah, eeldusel, et jagamismajanduse teenuse pakkujad järgivad samu nõudeid	jah, kui võrdsed nõuded kehtiksid kõigile
Millisel tasandil peaks jagamismajandus olema reguleeritud?	kohalikul	Euroopa Liidu	riiklikul	riiklikul
Kas olete kunagi jagamismajanduse teenust isiklikult kasutanud?	jah, Airbnb, Uber, eBay	jah, Uber, eBay	jah, Airbnb ja Uber	ei, kuna põhimõtteliselt ei poolda seda tegevust
Millisel põhjusel kasutasite jagamismajanduse teenust?	huvi, hind	huvi, hind	professionaalne huvi	

**Lisa 7.** Kokkuvõte avaliku sektori esindajatega teostatud intervjuust ja küsitlusest

	<b>SA Pärnumaa Turism juhatuse liige</b>	<b>Pärnu abilinnapea</b>
Vanus	42	32
Sugu	naine	mees
Haridus	bakalaureus	magister
Kas jagamismajanduse mõiste on tuttav?	jah	jah
Kas olete jagamismajanduse teenust isiklikuks otstarbeks kasutanud?	jah, Booking.com, Amazon, Freelancer Copy	jah, Booking.com, Uber, Taxify, eBay, Amazon, Osta.ee
Millistest jagamismajanduse majutusteenuse platvormidest olete kuulnud?	Airbnb, Booking.com, EstRent Cottages, Friday Flats	Airbnb, Booking.com, Friday Flats, HomeAway
Millistel põhjustel kasutasite jagamismajanduse teenust?	Muu: viimasel hetkel oli vaja broneerida, muul ajal eelistan otse hotellist broneerida	Hind, huvi
Kas teie arvates mõjutavad jagamismajanduse majutusteenuse pakkujad traditsioonilisi majutustevõtteid?	jah	jah, üha rohkem
Millised on teie arvates kliendi eelised traditsioonilise majutusteenuse tarbimisel?	kindlus, professionaalsus, saavad valida majutusteenuse vastavalt soovitud standardile	ööpäevaringne teenindus, suurem lisateenuste valik (saunad, jõusaalid, söögikohad), kindel standard, hommikusöök, parem võõrkeele oskus
Miks valib teie arvates klient jagamismajanduse vahendusel majutusteenuse pakkuja?	hind ja mugavus	hind (suurema seltskonnaga reisisid soodsam), kontakt kohalikega, aegajalt asukoht (keskustes asuvad hotellid on võrdlemisi kallid)
Millistele töösuhte vormidele avaldab jagamismajandus tervikuna kõige suuremat mõju?	eraettevõtjad	eraettevõtjad
Kas teie arvates mõjutab jagamismajanduse kiire kasv töökohtade loomist?	jah, see loob uued töövõimaluse, mitte niiväga koha kui lississetuleku teenimise võimaluse	jah, see loob uusi töövõimalusi
Millisel tasandil peaks jagamismajandus olema reguleeritud?	Kohalikul, riiklikul ja EL tasandil	riiklikul
Kas usute, et jagamismajanduse jätkuv arengloob piirkondlikult tasandil uusi võimalusi?	jah	jah

## **SUMMARY**

### **THE ROLE AND IMPACT OF SHARING ECONOMY ON THE SAMPLE OF ACCOMMODATION SEKTOR OF PÄRNU TOWN**

Errit Kuldkepp

The objective of the master thesis was to clarify the role and development opportunities of the sharing economy in a tourism destination on the sample of Pärnu. To fulfill that objective, in a first chapter author compared different definitions of the sharing economy and used throughout the thesis in parallel two similar definitions, sharing economy and collaboration economy. Compared different business models of the sharing economy and presented an overview of the main push factors. Author recognized that the amount of stakeholders who participate in collaborative economy is versatile and innovative traditional businesses have also the possibility to fit into the business models of the sharing economy.

Next, the author focused on clarifying the concept of a tourism destination and related stakeholders involved, who all have an essential role in the integrated development of a tourism destination. Author analyzed different ways of how tourism destination planners could efficiently collaborate with different stakeholders, using sharing economy as a tool. Then author analyzed seven step integration guideline of the collaborative economy through which it could be efficiently integrated into development of a tourism destination. Thereupon more detailed overview of an accommodation sector in the sharing economy was given along with the different types of accommodation services, stakeholders involved and most popular online platforms. Insight of an accommodation sector of the sharing economy in the context of Estonia and Pärnu was presented. It was interesting to find out that the Parliament of Estonia is open minded and supportive towards the collaborative economy and is willing to develop a favourable economic and legislative environment.

In the empirical part of the thesis, author concentrated on the role of the sharing economy in the accommodation sector on the sample of Pärnu and its impact on the development of the tourism destination. To promote cooperation between various stakeholders, it was important to find out possible touch points. In order to carry out the research of current thesis, combined method, survey and interview, was used. Two surveys were composed to gather data from the sharing economy accommodation service customers and sharing economy accommodation service providers in Pärnu, Semi-structured interviews were compiled for the data collection from managers of traditional hotels of Pärnu and public sector representatives of Pärnu. It was important to map the current situation and overall attitude towards the sharing economy as a whole and specifically in the accommodation sector.

Based on the findings, which were overlapping with the theory, came out that X, Y and Z generations are among the sharing economy accommodation service users and service providers. Many of the providers offer accommodation service as a side job in order to earn extra income and get the entrepreneurial experience. While travelling, customers prefer to experience “live like a local” feeling and in doing so, their reasons overlap with the ones of the service providers. All that is strongly supported by the online platforms, which enable collaboration between the customers and service providers. Managers of the traditional hotels agree with each other that if accommodation service providers would have to meet the same official requirements as they do then they would be ready to co-operate and exist with them. Interview also showed the different attitude towards the sharing economy by managers who are 40+ and those who are under 30. Public sector’s approach and attitude was open, co-operative, and interested. Both of the interviewees were ready to proceed, and willing to be active part of the sharing economy.

Author suggests that the sooner collaborative economy will be applied as a useful tool in the development of a tourism destination the better understanding all the stakeholders will have. Current data from the thesis could be used as a preliminary input for further research of the sharing economy by Pärnu destination managers and stakeholders involved in the accommodation as well as the other sectors.

**Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Errit Kuldkepp,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

**Jagamismajanduse roll ja mõju Pärnu linna majutussektori näitel,**

mille juhendaja on Heli Müristaja,

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
  - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
  3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **12.05.2017**