

Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare Kolledž

Annika Lii

**KASUMLIKU TOITLUSTUSETTEVÖTTE EELDUSED
JA FINANTSANALÜÜS**

Diplomitöö

Juhendajad: Külli Müür

Eeve Kärblane

Kuressaare 2014

Deklareerin, et olen koostanud käesoleva diplomitöö iseseisvalt

ning selle alusel ei ole varem taotletud akadeemilist kraadi ega diplomit.

Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad,

kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Annika Lii

ANNOTATSIOON

Käesoleva diplomitöö „Kasumliku toitlustusettevõtte eeldused ja finantsanalüüs“ eesmärgiks on juhtida tähelepanu sellele, et tänapäeva üha keerulisemas turusituatsioonis tuleb juhtkonnal oma toitlustusettevõtte ellujäämise nimel tegutseda detailideni läbimõeldud plaanide järgi ning analüüsida regulaarselt igapäevatoos tehtavate ja juba tehtud sammude mõju ettevõtte majandusnäitajatele.

Töö teoreetiline pool annab ülevaate soovituslikust äriplaani struktuurist ning seletab lahti hetketurul valitsevat situatsiooni arvesse võttes kõige kriitilisemad tegurid, millele äriplaani koostamisel või järgimisel tähelepanu pöörama peab. Töö empiiriline pool analüüsib väliselt eduka ja tugevate eeldustega toitlustusettevõtte Talresto OÜ viimase 4 aasta majandusnäitajaid, et näha, kas ja kuidas on turusituatsioon antud ettevõtte jätkusuutlikkusele mõju avaldanud ning kui hästi firma oma varasid juhib.

Diplomitöö tulemusena selgus, et ka väga tugevate eeldustega toitlustusettevõtte majanduslik olukord halveneb iga aastaga ning antud sektoris ellujäämiseks peab juhtkond omama väga tugevaid teadmisi organisatsiooni juhtimisest.

Diplomitöö on kirjutatud eesti keeles, koosneb 60 leheküljest, sisaldab 24 tabelit, 7 joonist, 2 lisa.

SISUKORD

SISSEJUHATUS	6
1. KIRJANDUSE ÜLEVAADE	8
1.1. ÄRIPLAANI VAJADUS JA SOOVITATAV STRUKTUUR	8
1.2. ÄRIPLAANI KRIITILISEMATE TEGURITE ÜLEVAADE.....	11
Toode ja teenus	11
Klient	14
Asukoht.....	17
Turundusplaan	18
Personal ja juhtkond	21
Varade juhtimine ja investeerimine	25
Finantsjuhtimine	27
1.3. LISAÜLEVAADE.....	31
Stress ja aja planeerimine	31
Ametkonnad	32
2. TÖÖ ANALÜÜS	34
2.1. UURIMUSTÖÖ EESMÄRGID.....	34
2.2. UURIMISMETOODIKA	34
2.3. ETTEVÕTTE TALRESTO OÜ FINANTSANALÜÜS JA TULEMUSED.....	36
Ettevõtte lühiajalise maksevõime näitajad ehk likviidsussuhtarvud	36
Ettevõtte pikaajalise maksevõime kordajad	38
Rentaablussuhtarvud.....	39
Varade kasutamise efektiivsus	41
Vertikaalanalüüs	46
Horisontaalanalüüs	47
Pankrotiohu analüüs	49
Kulud personalile.....	50
Reklaami- ja marketingikulud	51
Rahavoogude analüüs	52
KOKKUVÕTE	53
SUMMARY	55
PRECONDITIONS AND FINANCIAL ANALYSIS OF A PROFITABLE RESTAURANT.....	55

KASUTATUD KIRJANDUS.....	57
LISAD.....	59
Lisa 1. Talresto OÜ majandusaastaruanne 2010-2011.a.....	59
Lisa 2. Talresto OÜ majandusaastaruanne 2012-2013.a.....	60

SISSEJUHATUS

Toitlustusettevõtete juhid on tihtipeale inimesed, kellele meeldib pakkuda oma klientidele unustamatut ootusi ületavat toitlustuselamust. Nad naudivad inimestega suhtlemist ning klientide rahulolu. Selleks aga, et tänapäeva üha tihedamas konkurentsisis ja raskenevas majandusolukorras edukas olla, on vaja palju laiemaid teadmisi ja oskusi selleks, et võimalikult efektiivselt ja kasumlikult ettevõtet juhtida.

Erinevad uuringud näitavad, et esimese 5 aasta jooksul läheb pankrotti umbes 80% alustavatest väikeettevõtetest. Kuigi üldine pankrottide arv näitab kahanevat trendi, on siiski kõrgeima pankrotistumise tasemega valdkond jätkuvalt majutus-toitlustus (35). Kuna antud sektor elatub klientide vabast rahast, mida üldise hinnatõusu tõttu jääb üha vähemaks, ei ole võimalik toodete ja teenuste hindu väga tõsta sealjuures kliente kaotamata. Samas kasvavad pidevalt toodete ja teenuste omahinnad. Lisaks kahaneb kogusektori atraktiivsus madalate palkade ja suure töökoormuse tõttu ka potentsiaalse tööjõu silmis, mistõttu pädeva personali omamiseks tuleb teha üha suuremaid kulutusi. Nii rabelevadki toitlustusega tegelevad ettevõtted pidevates majandusraskustes. Isegi, kui firma on võimeline igal aastal tulusid suurendama, on kulude tõus siiski märgatavalt kiirem.

Antud diplomitöö eesmärgiks on juhtida tähelepanu äriplaani olulisusele antud sektoris, tuua välja selle soovitatav struktuur ning viia läbi äriplaanis kajastamist vajavate kriitilisemate tegurite analüüs lähtuvalt hetkel turul valitsevast olukorrast ning väga heade eeldustega toitlustusettevõtte Talresto OÜ majandusnäitajate põhjal analüüsida, kas ja kuidas turusituatsioon on mõjunud firma jätkusuutlikkusele ning kuidas juhtkond ettevõtte varasid juhib. Autor soovib rõhutada seda, et ainuke viis kasumlikkuse tagamiseks on juhtkonna laialdased teadmised organisatsiooni juhtimisest, detailideni läbimõeldud plaanide järgi tegutsemine ja ettevõtte majandusnäitajate mõistmine ning pidev analüüsimine. Enam ei piisa ellujäämiseks suurest armastusest toidutegemise ja klienditeeninduse vastu. Ettevõtte peab läbimõeldult tegutsema kindlasuunalise äriplaani järgi, mille eesmärgid saavutatakse töötades ühtse motiveeritud meeskonnana tugeva liidrist juhi eestvedamisel. Juhtkond ei tohi jääda kinni igapäeva pisiprobleemidesse, vaid

peab pidevalt erinevate rahaliste näitajate sisu mõistes, neid jälgides ja analüüsides kindlasuunaliselt liikuma soovitud tulemuste saavutamiseni.

Töös kasutas autor turundusuuringute läbiviimiseks rakendatavat metoodikat – primaar- ja sekundaaruuringut. Turundusuuring on pidev info kogumise, analüüsimise ja tõlgendamise protsess. Diplomitöös püstitatud eesmärgi saavutamiseks analüüsis autor 10 aasta jooksul omandatud töökogemuse käigus saadud informatsiooni, mis on andnud küllaldased teadmised ja oskused oskamaks pöörata tähelepanu just sektoris hetkel valitsevatele kriitilistele teguritele. Samuti töötas autor läbi nii eesti kui inglise keelset kirjandust ning seejärel viis läbi majandusaastaruannete põhjal ettevõtte Talresto OÜ näitliku finantsanalüüsi. Kõik eelneva võimaldasid terviklikuks diplomitööks kokku kirjutada autori kogemustel põhinevad kommentaarid.

Toitlustusettevõtted, milles autor kogemust omandas, on väga erinevad. Alustades väikese personaliga kohvikust, keskmise suurusega restoranist, lõpetades suurüritusi korraldava puhkekeskusega. Finantsanalüüsi objektiks olev ettevõtte on keskmiselt 10 töötajaga aastaringelt toitlustust pakkuv firma Tallinna kesklinnas, mis on tüüpettevõtteks väga edukale turismiettevõttele.

Diplomitöö koosneb kolmest osast:

1. Kirjanduse ülevaade – töö teoreetiline osa, kus autor annab ülevaate äriplaani vajalikkusest, selle soovitavast struktuurist ning analüüsib turu hetkeolukorda arvesse võttes äriplaani koostamisel ja järgimisel vajaminevaid kriitilisemaid tegureid.
2. Empiiriline osa – autor analüüsib toitlustusettevõtte Talresto OÜ 4 aasta majandusnäitajaid ning esitab saadud näitajad.
3. Kokkuvõte – autor annab ülevaate analüüsi tulemustest.

Töös on viidatud kõigile allikatele, milles esitatud mõtteid või andmeid kasutatakse ning tehtud on seda numbrisüsteemiga.

1. KIRJANDUSE ÜLEVAADE

1.1. ÄRIPLAANI VAJADUS JA SOOVITATAV STRUKTUUR

Erinevad uuringud näitavad, et rohkem kui pooled alustavatest ettevõtetest lähevad esimese aasta jooksul pankrotti ning esimese viie aasta jooksul lõpetab tegevuse umbes 80% väikeettevõtetest. Üks peamistest põhjustest on ebapiisav planeerimine tegevuse alguses (7: lk 12). Et sellesse statistikasse sattumist vältida, tuleks alustada põhjalikust planeerimisest. Ehk ettevõtet alustades tuleks koostada äriplaani. Äriplaanis pannakse paika oma ettevõtte visioon, missioon, analüüsitakse äriidee tugevaid ja nõrku külgi, konkurente ja kliente, pannakse paika eesmärgid jpm. Samas tuleb rõhutada ka seda, et äriplaani ei ole Piibel, mille alusel elatakse, toimu gu ettevõttes ükskõik mida. Kiiresti muutuv äritegevus eeldab kõrget paindlikkust nii plaanidelt kui ka tegevuselt. Seega äriplaani ei kirjutata „kellgi jaoks kuskil sahtlisse“, vaid tuleb läbimõeldult luua oma tulevase ettevõtte hüvanguks ja peab igapäevasel kasumlikkuse analüüsimisel olema tähtsaimaks teejuhiks.

Äriplaani - on ettevõtte äriidee edasiarendus, ta kajastab sõnades ja numbrites seda, milliseid võimalusi ettevõtte näeb püstitatud eesmärgi saavutamiseks ja milliseid ressursse ta selleks vajab (1: lk 45). Mida selgemalt on eesmärgid püstitatud ja nende saavutamise strateegia paika pandud, seda kiirem ja edukam on ettevõtte areng.

Äriplaani kirjeldava osa soovituslik struktuur on järgmine (1: lk 47-48):

1. Kokkuvõtte äriprojektist
 - a. Kokkuvõttes kirjeldatakse oma projekti ning ärivaldkonda, milles ettevõtte tegutseb.
 - b. Tuuakse välja ettevõtte lühi- ning pikaajalised eesmärgid ning teed nende saavutamiseks.
2. Üldandmed
 - a. Ettevõtte nimi, registreerimisnumber, asutamise aeg, kontaktisik.
 - b. Senise majandustegevuse tutvustus.
3. Tooted ja teenused

- a. Mis on see toode/teenus, mida pakutakse, nende detailne kirjeldus.
- b. Tuuakse välja toote/teenuse konkurentsieelised. Hinnatakse, kas toodet on võimalik müüa hinnaga, mis tagab ettevõttele kasumlikkuse.
- c. Kirjeldatakse ettevõtte põhiprotsesse: mida peab ettevõtte tegema, et üldse toota või teenust osutada.
- d. Kirjeldatakse detailselt tootmisprotsessi: milliseid toormaterjale on vaja, kuidas planeeritakse tootearendust.
- e. Kirjeldatakse tehnilisi vajadusi: millist tootmistehnikat, transpordivahendeid, kontoritehnikat ettevõtte vajab.
- f. Kirjeldatakse ettevõtte tööks vajalikke ruume: kas on vajalik eraldi tootmise/teenindamise ruum, millised peavad olema ruumi tingimused, milliseid täiendavaid investeeringuid see vajab.
- g. Kirjeldatakse asukoha eelistusi (geograafiline asukoht, teeninduspiirkond, kulud).
- h. Kirjeldatakse võimalikke piiranguid tootmisele/teenuse osutamisele (näiteks litsentsid, tegevusload).
- i. Tuuakse välja hinnakujuanduse alused: mis maksab tootmine, millised on püsi- ja muutuvkulud, millised on kulutused tootele selle jõudmisel kliendini?

4. Turg

- a. Toote või teenuse turustamiseks peavad sellel olema potentsiaalsed kliendid.
- b. Kirjeldatakse detailselt turgu, iseloomustatakse kliente ning nende regionaalset paiknemist.
- c. Kirjeldatakse nõudlust sarnase toote/teenuse järele turul: kui suur on turunõudluse kogumaht, milliseks peaks kujunema ettevõtte turuosa.
- d. Hinnatakse nõudluse sesoonsust: kas on sesoonne või ei, kuidas planeeritakse "üle elada" kõrghooaja väline aeg.

5. Konkurents - kirjeldatakse ettevõtte põhilisi konkurente

- a. Antakse ülevaade konkurentide käibest ning tegutsemisajast turul.
- b. Kirjeldatakse konkurentide toodangu sihtgruppi, turuosa hetkel ning millises turunišis tegutsevad.
- c. Kirjeldatakse, mille poolest loodav ettevõtte sarnaneb konkurentidele, mille poolest on erinev.

6. Turundusplaan - turundusplaan moodustab ühe olulise osa äriplaanist ja selle läbimõeldud tegevus võib anda suure panuse kindlustamiseks kasumliku tuleviku. Turundusplaani suurus ja detailide tase avaldab tavaliselt mõju äri eesmärkidele ja püüdlustele. Iga äri on erinev, kuid on olemas teatud arv põhilisi teemasid, mida plaan peaks käsitlema.
7. Juhtkond - eduka ettevõtte tagamiseks on vaja kogemustega ning oskuslikku juhtkonda.
 - a. Kirjeldatakse juhtkonna pädevust: töökogemus, haridus, isiklikud andmed. Töökogemuse all viidatakse juhtimiskogemusele ning töökogemusele sarnases ettevõtlusvaldkonnas.
 - b. Tuuakse ära juhatuse kohustused ja vastutus: kes mida otsustab.
 - c. Kirjeldatakse ettevõtte organisatsiooni struktuuri.
8. Personal
 - a. Kirjeldatakse ettevõtte tööjõuvajadust ja hetkel olemasolevat personali.
 - b. Analüüsitakse ettevõtte tööjõuvajadust lähemate aastate jooksul: kui palju ja millise kvalifikatsiooniga inimesi vajatakse.
 - c. Kirjeldatakse palgakorralduse alused ning tulemustasu skeem.
9. Investeeringud
 - a. Kirjeldatakse ettevõtte/projekti käivitamiseks vajalikku finantseeringut.
 - b. Kirjeldatakse rahastamise allikaid (olemasolev raha, laenu pereliikmetelt, sõpradelt, pangalaen, liising, riiklik toetus (stardiprogramm), tarnijate pikaajaline krediit).
 - c. Riskid rahastamisallikate kasutamisel (nt toetust stardiprogrammist ei anta, ei suuda pangalaenu tagasi maksta jms).
10. Finantsprognosid - kõik finantsprognosid esitatakse üldjuhul minimaalselt kolme aasta kohta. Soovitavalt esimesel aastal detailselt kuude kaupa ja järgneval kahel aastal detailselt aasta kaupa.
 - a. Tulude ja kulude prognoos 3 aasta peale toodete/teenuste kohta. Kui ettevõtte toodab mitut erinevat toodet või osutab mitut erinevat teenust, siis nende osatähtsused nii tulude kui kulude aspektist vaadatuna tuleb eraldi lahti kirjutada.
 - b. Prognoositud rahavoogude aruanne.
 - c. Prognoositud kasumiaruanne.
 - d. Prognoositud bilanss.

Tihti peale ei ole töötajatel õrna aimugi ettevõtte äriplaani olemasolust, veel vähem selle sisust. Sellega on kursis ainult juhtkond ning personalile selle info edastamist vajalikuks ei peeta. See aga on suur viga. Töötajatel peaks samuti olema selge arusaam sellest, millises suunas täpselt firma liigub ning millised on püstitatud lühi- ja pikaajalised eesmärgid ning nende saavutamise viisid. Kui töötaja on kursis äriplaaniga (millist sihtgruppi ettevõtte püüab ja/või tahab endale püsikliendiks, millist käivet mingil ajaperioodil ettevõtte vajab või saavutada soovib, milliseks võiksid kujuneda palganumbrid soovitud eesmärkide saavutamisel jne), tõstab see oluliselt personali motivatsiooni. Tekib meeskond, kes hakkab ühiselt töötama selle nimel, et saavutada ettevõtte eesmärgid, mitte ei töötata selle nimel, et saavutada ainult isiklik eesmärk tööpäevaga lõpule saada ja mingisugune kuupalk välja teenida. Seega peab olema personalil teada organisatsiooni missioon ja visioon ning ühiselt peavad olema välja töötatud ka põhiväärtused.

Äriplaani peaks lõppema tegevuskavaga – kes, mida ja millal teeb selleks, et äriplaani realiseeruks. Kogemused näitavad, et ettevõtte, mille juhid lisaks ettevõtte üldistele eesmärkidele püstitavad eesmärgid kõigis tegevuse võtmevaldkondades ja tegutsevad seejärel aktiivselt nende tulemuste saavutamise nimel, on edukamad ettevõtetest, mille juhid omavad lihtsalt häid kavatsusi, pingutavad kõvasti ja püüavad saavutada edu (1: lk 51).

Isevalitud perioodi lõpus (nt hooaeg, kuu, aasta) peab tulemusi mõõtma ja hindama ning andma selle kohta piisavat tagasisidet ka personalile. Muidu ei ole eesmärkide püstitamisel mõtet. Tuleb püstitada küsimus, et kas eesmärgid said täidetud? Kui jah, siis millises ulatuses võidavad sellest töötajad (palgatõus või muud hüved). Kui ei, siis tuleks ühiselt analüüsida, et miks? Sellest tulenevalt teha parendusi edaspidistes tegevustes.

1.2. ÄRIPLAANI KRIITILISEMATE TEGURITE ÜLEVAADE

Toode ja teenus

Iga ettevõtja alustab mingi visiooniga sellest, milliseid tooteid ja teenuseid oma klientidele pakkuda tahetakse. Kui aga jõuab kätte aeg teha reaalne valik ning pakutav toodete/teenuste nimekiri ära kinnitada, muutub asi keerulisemaks. Levinuim viga, mida

tehadse, on see, et tahetakse pakkuda natuke kõike ja kõigile. Seotud on see turu sesoonsusega ning hirm talveperioodi üleelamise ees lükkabki juhid sellistele otsustele.

Loomulikult võib olla toodete/teenuste nimekiri lai, kui see on vastavuses sihtgrupi vajadustega (nt perekonnad). Kuid oma põhitoodete ja -teenuste valik peab siiski lähtuma ainult väljavalitud sihtrühmast ning toote kasumlikkusest. Kõigile on võimatu meelega järgi olla!

Olles detailselt tundma õppinud ettevõtte klienti, tuleb lähtuvalt nende soovidest ja vajadustest paika panna esmane toodete ja teenuste nimekiri. Selleks võib teha ajurünnaku koos töötajatega, uurida konkurentide poolt pakutavat, lugeda uurimustööde tulemusi või teha küsitlusi klientide seas (25). Siinkohal tuleb alati arvesse võtta ka ettevõtte ressursse (nt raha, personal, töökeskkond, lisaväärtused jms). Eelnevat mitte tehes tekitatakse eos ettevõttele probleeme, mis hakkavad ilmnema tulevikus.

Järgnevalt tuleb analüüsida toote/teenuse tasuvust. Millised on kulud, milline peaks sellest lähtuvalt olema müügihind ning kas turg on valmis sellise hinnaga toodet/teenust soetama? Toidu- ja joogimenüü puhul tuleb teha detailsed kalkulatsioonid (6: lk 231). Sama reegel kehtib ka muude teenuste kohta. Soovitavalt peaks koos juhtkonnaga nende koostamisel osalema vastutavad isikud, kes oma töös neid kalkulatsioone igapäevaselt järgima peavad (nt peakokk, vanembaaridaam, vanemadministraator) (23). Iga kuluartikkel peab väga detailselt teada ja kirjas olema, kuuluma pideva jälgimise alla, et vajadusel saaks teha parendusi. Parenduste tegemine on pidev ja väga oluline protsess, tagamaks ettevõtte kasumlikkuse säilimist. Ootamatult võib toote/teenuse ühe väikese komponendi hind tõusta piisavalt palju, et vähendab olulisel määral teenitavat tulu. Kuluartikleid järgiv ettevõtte saab koheselt teha parendusi, nt asendades toorme odavamaga kvaliteeti kahjustamata või viia läbi väikesed muudatused, mis kliendi silmis väärtust ei langeta.

Seejärel tuleb sihtgrupis läbi viia küsitlus. Millised tooted/teenused neile tõepoolest praegusel hetkel meeldivad ning on sobivas hinnaklassis. Küsitlusest kooruvad välja ettevõtte tulevased hitt-tooted, millele tuleb panna edasises tegevuses suurim rõhk. Eritähelepanu tagab selle, et ettevõttesse leiab tee just see õige klient, kellest võiks ajapikku saada kasumlik püsiklient.

Juba tegutsev ettevõtte peab regulaarselt iga toote/teenuse kasumlikkust jälgima. Isegi kui kalkulatsioonide järgi on pakutav tulutoov, siis võttes arvesse ka läbimüüki, võib pikas

perspektiivis tegemist olla siiski kahjuliku tootega. Seisva tooraine alla pannakse kinni raha, mis tegelikkuses võiks teenida tulu. Samuti mittekasutusel olev tooraine vananeb ning kasutuskõlbmatuks muutudes saab sellest ettevõttele kulu. Iga ettevõtte paneb ise paika piiri, alates millest on mingi toode/teenus piisavalt ebapopulaarne, et selle pakkumine lõpetada (6: lk 232). Viimane on tegelikkuses üsna levinud komistuskivi, sest väga paljud „ebapopulaarsed“ tooted kipuvad olema omanike või juhtkonna isiklikud lemmikud, mida hoitakse alles puhtalt emotsionaalsetel kaalutlustel. Ettevõtte jätkusuutlikkuse tagamiseks tuleb aga rangelt lähtuda ainult kasumlikkuse ja kliendi seisukohalt. Tootearendus peab olema pidev protsess. Tulusat aasta lõikes väikese läbimüügiga toodet/teenust võib pakkuda nt sesoonselt või eripakkumistena. Selle võib lihtsalt eemaldada ning püüda asendada järgmise uue hitt-tootega. Kokkuvõtvalt tuleb igapäevaselt tegutseda selles suunas, et iga toode ja teenus, mis on parasjagu pakkumises, on väga populaarne ja kasumlik.

Toodete ja teenuste pakkumiseks peab ettevõtte soetama endale varud. Varude koha pealt peaks ettevõtte jälgima kahte punkti, mis võivad tekitada rahalist kahju (6: lk 243 – 244):

1. Liiga palju/vähe varusid – liigse tooraine alla pannakse kinni raha, mis võiks seisumise asemel teenida tulu. Liigne tooraine laos suurendab tooraine riknemise ohtu. Samuti kasvab töötajate poolne varguste oht. Samas, liiga vähe toorainet laos võib viia selleni, et kliendi soovid jäävad rahuldamata. Selle all kannatab nii klient, personal kui ka lõppkokkuvõttes ettevõtte, kes peab asendustoodet või –teenust müüma soodushinnaga või kaotab kliendi hoopis.
2. Varude väärtus – millises rahalises väärtuses mingil ajahetkel laos varusid on.

Varude kasutamise efektiivsust on võimalik hinnata rahaliste näitajate abil. Finantsanalüüsi tehes on võimalik välja arvutada kaks näitajat – varude käibekordaja ja varude käibevalde (vt tabelit 11 ja 12). Tulemusest selgub, mitme päeva jooksul ettevõtte varud vahetuvad ning vastavalt ettevõtte tegevusvaldkonnale saab anda hinnangu, kuidas antud organisatsioonis varude kasutus mõjub majandustulemustele.

Selleks aga, et varudest oleks pidev ja tõene ülevaade, tuleb ettevõttel investeerida korralikku kassasüsteemi, regulaarselt kõiki laotoiminguid dokumenteerida, kontrollida ja analüüsida. See hõlmab:

1. Sissetuleva kauba saatelehega vastavuses olemise kontrolli;

2. Saatelehtede säilitamist;
3. Kauba arvelevõtmist;
4. Kauba mahakandmist;
5. Inventuuri ja selle tulemust analüüsi.

Inventuuri olulisust kiputakse alahindama. Seotud on see ajakuluga, mis sellega kaasneb. Väiksemates ettevõtetes puudub tavaliselt isik, kellel oleks piisavad teadmised, oskused ja mis kõige olulisem – aeg. Tõese inventuuri tegemiseks peab ladu olema korras, vajalik kaup maha kantud ning inventuuri tegemise ajal ei saa paralleelselt toimuda müüki, mis laoseisu muudab. Igapäevaselt töötavas ettevõttes, kus inventeeritavate artiklite loetelu on pikk, on see väga keeruline ettevõtmine. Kuid siiski ülimalt vajalik! Oluline on siinjuures see, et tegelikkuses peaks inventuuri tegema isik, kes konkreetses laos oleva kauba eest ise ei vastuta. Nii väheneb oluliselt pettuste oht.

Inventuuride tegemine ja tulemuste analüüsimine annab ülevaate varude liikumisest. Millised varud vahelduvad kiiresti, millised aeglasemalt, millised on tegelikkuses ebavajalikud. Samuti annab see võimaluse paremini paika panna iga artikli optimaalset tellimissagedust ja –kogust. Tänu sellele saab parendusi teha ka sisseostuhindades (nt soodustused tarnijatelt). Kindlasti vähendab see ka varguste riski.

Kokkuvõtvalt tuleb ettevõtte kasumlikkuse tagamiseks toote/teenuse väljatöötamisel lähtuda kindlalt sihtgrupi soovidest ja vajadustest, mittepopulaarsed tooted/teenused tuleb pakkumisest eemaldada, püüdes neid asendada tulutoovate populaarsetega ning müügiartiklite pakkumiseks vajalike varude üle peab inventuuri abil olema pidev kontroll.

Klient

Iga ettevõtte üks põhilisi eesmärke on kliendi silmis oma väärtuse tõstmine. Mida põhjalikumalt tunda oma klienti ning teada tema soove ja vajadusi, seda suurema tõenäosusega suudetakse oma toodet/teenust parendada just nii, et ettevõttele tekiks lojaalne tulutoov püsiklientuur.

Klient on eraisik või ettevõtte, kes ostab teiselt ettevõtelt toodet või teenust. Maailma edukaimad ettevõtted panustavad oma kliendi tundmaõppimiseks väga suuri ressursse. Nad on süvitsi analüüsinud nii koguturu suurust kui potentsiaalseid kliente, kes kuuluvad soovitud sihtrühma. Nad teavad oma klientide nimesid, vanust, sugu, keskmist sissetulekut, ostuharjumusi, kodust aadressi, e-maili ja telefoninumbrit, ametit, haridust, perekonnaseisu, suhtlusringkonda, laste arvu, hobisid, mida nad kuulavad ja vaatavad. Mõistavad, mis neile meeldib ja mis mitte. Ettevõtted, kes tunnevad oma klienti nii põhjalikult ja võtavad toodet/teenust välja töötades kõiki neid teadmisi igal sammul arvesse, on silmnähtavamalt edukamad (3).

Et parendada oma toodet/teenust kliendi jaoks, tuleks põhjalikult analüüsida järgmisi punkte:

1. Unikaalne müügiargument

a. Miks kliendid vajavad just seda toodet/teenust?

Siin on abiks, kui lõpetada lause: „Kliendid ostavad minult, sest minu ettevõtte on AINUS...“

b. Erinevatel toodetel/teenustel võivad olla ka erinevad sihtrühmad. Analüüsida tuleks kõiki eraldi.

c. Oma unikaalsed müügiargumendid tuleks regulaarselt üle vaadata, toetudes klientidelt saadud tagasisidele ning seeläbi leida vastus küsimusele - kas midagi saaks parendada (4)?

2. Tagasiside

a. Kas kliendiga toimub pidev üks ühele suhtlus, et teada saada võimalikult palju infot selle kohta, kes ta on, mida ta ostab või ei osta ja miks ta seda teeb?

b. Mida paremini olla kursis kliendi muredega seoses pakutavate toodete/teenustega, seda paremini suudetakse leida neile muredele lahendusi, et pakkuda kliendile just seda, mida ta vajab.

3. Konkurendid

a. Kes on kliendi praegune varustaja?

b. Kas klient on konkurendi toote/teenusega rahul?

c. Milliseid eeliseid saaks kliendile pakkuda, et temast saaks teie klient?

Kogu eelnev on ülimalt vajalik selle jaoks, et mitte ainult suurendada klientide arvu vaid muuta nad püsiklientideks.

Kuigi tänapäeva tihedas konkurentsisis on klientide lojaalsust väga raske saavutada, tuleks selle poole kindlasti igapäevaselt ja läbimõeldult püüelda, sest:

1. Uue kliendi püüdmine on kordades kulukam kui püsikliendi hoidmine, seega püsikliendi pealt teenib ettevõtte rohkem tulu;
2. Püsiklient on kui tasuta reklaam – ta soovitab ettevõtet teistele ja toob sellega kaasa uusi kliente;
3. Püsiklient annab ausat tagasisidet.

Komistuskiviks ettevõtetele on aga tihtipeale see, et ei tehta vahet püsikliendil ja tulutooval püsikliendil. Selle asemel, et küsida, kas ettevõttel on piisavalt palju püsikliente, tuleks hoopis küsida järgnevad palju keerulisemad küsimused (5):

1. Millised püsikliendid on ettevõttele kasumlikud?
2. Kuidas just neid kliente kinni hoida?
3. Kuidas suurendada selliste klientide arvu?

Kui tavaline püsiklient reageerib üldiselt erinevatele sooduspakkumistele, jättes nii ettevõttesse vähem raha ja kasutades samal ajal ka konkurentide allahindlustega tooteid/teenuseid, siis kasumlik püsiklient ei ole hinnatundlik ega ebalojaalne. Ta usaldab ettevõtte toodet/teenust ning on nõus selle eest välja käima just sellise hinna, mis tagab ettevõttele kasumi. Erinevad uuringud näitavad, et tegelikkuses on ettevõtte klientidest keskeltläbi ainult 20% kasumlikud püsikliendid. Seega, selle protsendi suurendamine peaks olema iga ettevõtte üks põhilisi eesmärke.

Kokkuvõtvalt võimaldab klientide ja seejärel kasumlike püsiklientide kohta detailselt kogutud ja analüüsitud info pakkuda täpselt õiget toodet/teenust täpselt õiges kohas täpselt õige hinnaga täpselt õigele inimesele, tagades seeläbi ettevõtte jätkusuutlikkuse.

Asukoht

Alustava ettevõtte üks esmaseid suurimaid otsuseid, mis väga läbimõeldult teha tuleb, on asukoha valik. Teatud valdkondade ettevõtted on eriti asukohatundlikud. Nende hulka kuuluvad ka majutus- ja toitlustusettevõtted.

Äri asukoht on ettevõtte tegelik paiknemine suhtlemiseks klientidega ja hankijatega või tootmis/teenindusprotsessi toimumiseks või kõik eeltoodu kokku (2). Teenuseid pakkuva ettevõtte puhul ei ole asukoha valiku tegemisel kõige olulisem mitte majanduslik, vaid just turunduslik aspekt – lähtuma peab eelkõige tarbija kättesaadavusest.

Enne asukoha valikut on soovitatav teha väga põhjalik uuring leides vastused järgnevatele küsimustele:

1. Elanikkond

- a. Kas lähiümbruskonnas on sihtgrupist lähtuvalt piisavalt elanikke, et tagada ettevõtte jätkusuutlikkus?
- b. Milline on antud piirkonnas sihtgrupi keskmine elatustase?
- c. Milline on sihtgrupi põhiline liikumisvahend ja kasutatavamad tänavad/maanteed?

2. Ligipääsetavus

- a. Kas ettevõtte vajab parklat? Kui jah, siis kui suurt ja kas see on juba olemas?
- b. Kui lähedale pääseb ühistranspordiga?
- c. Kas ettevõtte on hästi nähtav, kergesti leitav?
- d. Kas läheduses on ettevõtteid, kelle tegevus toob juurde potentsiaalseid kliente?

3. Maa ja ehitise seisukord

- a. Kui suured kulutused kaasnevad ehitise/maa korrastamiseks?
- b. Kas osta või rentida?

4. Tarnijad

- a. Kas tarnijad asuvad lähedal või kaugel?
- b. Kas tarnijad pääsevad kergesti ligi?
- c. Millise sagedusega on selles asukohas tarnijatel võimalik käia?

5. Tööjõud
 - a. Kas lähiümbruskonnas on piisavalt kvaliteetset tööjõudu või tuleb tööjõud sisse tuua kaugemalt?
 - b. Kas kaugemalt tulnud tööjõu jaoks on olemas elamispiinad?
6. Konkurendid
 - a. Kui palju on lähiümbruses konkurente?
 - b. Kas konkurentide olemasolu/mitte olemasolu on halb või hea?
7. Lisaväärtused, hooajalisus
 - a. Millised on ümbruskonna vaatamisväärtused, looduslikud tingimused ja lisaväärtused?
 - b. Kui palju mõjutab hooajalisus selles piirkonnas aastaringset äritegevust?

Mida põhjalikumalt asukoha valik läbi mõelda, seda paremini on võimalik planeerida tegevuskulusid ning varakult ennetada probleeme. Kui ettevõtte asub kliendist kaugel, on tõenäoliselt rendi- või ostukulu soodsam, kuid tuleb teha suuremaid väljaminekuid turundusele, lisaväärtustele, et klient oleks nõus omapoolselt tegema lisakulutusi toote/teenuse juurde jõudmiseks. Kui ettevõtte asub tihedalt asustatud piirkonnas kliendi jaoks väga kergesti ligipääsetavas kohas, võimaldab see kokku hoida turunduskuludelt, kuid tõenäoliselt tuleb rohkem välja käia äripinna rendi/ostu eest.

Seega ettevõtte eduka tegevuse üheks esmaseks eelduseks on õige asukoht. Põhjalikult läbimõeldud valik võimaldab kulusid optimeerida ning seeläbi tagada ettevõtte kasumlikkus.

Turundusplaani

Turundusplaani tähtsust kiputakse alahindama, eriti just väikeettevõtete poolt. Seotud on see üsna kõrgete kuludega ja alustaval ettevõttel tuleb ressursside puuduse tõttu teha raskeid valikuid. Tegelikult aga peaks turundusplaani saama äriplaani üks oluline komponent, et ettevõtte arengusuunad oleksid võimalikult täpselt paigas. Turundusplaani paika pandud eesmärgid ja tegevuskava aitavad edukamalt jõuda äriplaani seatud

eesmärkideni. Loomulikult on hea turundusplaan aluseks olemasolevate ressursside efektiivsele kasutamisele (8).

Traditsiooniline turundusplaan koosneb järgnevatest osadest:

1. Situatsioonianalüüs – kus me praegu asume? Ehk hetkeolukorra „inventuur“ (9: lk 35 – 57)
 - a. Toote analüüs – tooted/teenused, inventar, rajatised;
 - b. Koha ja regiooni analüüs – transport, lisaväärtused;
 - c. Konkurentide analüüs – mida detailsem, seda kasulikum;
 - d. Ärikeskkonna analüüs – väliskeskkonna tegurite mõju äritegevusele;
 - e. Turundusprogrammi analüüs – eelnenud turundustegevuse efektiivsuse hindamine;
 - f. Sihtturu analüüs;
 - g. Uute turundusvõimaluste analüüs.
2. Turundusplaani koostamine
 - a. Milline on toode/teenus ja kuidas see teistest eristub?
 - b. Kuidas kujuneb hind?
 - c. Millised on lühiajalised- ja pikaajalised eesmärgid?
 - d. Milliseid turunduskanaleid kasutada?
3. Eelarve paikapaneke – kulude analüüs ja eeldatav kasum.
4. Kindlate tähtaegadega tegevusplaani koostamine.

Viimase sammuna, mida kiputakse unustama, tuleb turundusplaanis paikapandut ka tegelikkuses järgida. Regulaarselt tuleb hinnata ja analüüsida tulemusi ning vajadusel teha parendusi, et saavutada soovitud eesmärgid.

Iga aasta alguses tuleks põhjalikult analüüsida eelmise aasta turundusplaani ning saavutatud/mittesaavutatud eesmärgid. Seejärel on juba oluliselt lihtsam paika panna algava aasta plaanid.

Üks suurimaid otsuseid, mis seoses turundusega teha tuleb, on turunduskanali valik. Sihtgruppi tundma õppides tuleb välja uurida ka see, milliseid infokanaleid nad kasutavad (ajalehed, TV, raadio, internet, e-mail jne). Seejärel tuleb teha eelvalik sobivatest turunduskanalitest ning kaaluda hoolikalt kõiki plusse ja miinuseid. Suurimaks miinuseks parimate kanalite puhul on tavaliselt kõrged, isegi väga kõrged kulud.

Siinkohal mõned näited levinumatest lokaalsetest turunduskanalitest, mida turismi-ja toitlustusasutused kasutavad:

1. Telefonikõnedega reklaamimine on läinud üha populaarsemaks, kuid kahjuks ebapädevad toote/teenuse müüjad on sellele kanalile külge kleepinud vägagi negatiivse maine.
2. Reklaamflaierid on üsna mõistlikus hinnaklassis, kuid nende rohkuse tõttu visatakse enamus neist lihtsalt prügikasti.
3. Ajalehe- ja ajakirjareklaamid on üsna kallid, seetõttu tuleks väga hoolikalt läbi mõelda, kas on selle peale mõtet kulutada ning kui seda teha, siis täpselt mõelda, millist ajalehte/ajakirja millises piirkonnas sihtgrupp loeb ja millisel päeval on lehel kõige suurem tiraaž. Oluline on siinkohal teada, et üle Eesti on regiooniti palju ajalehti ja ajakirju, mis, vähemalt teatud suuruseni, pakuvad tasuta reklaamimise võimalusi. Samuti saab hinda oluliselt odavamaks, tehes püsivat reklaami pikema perioodi jooksul.
4. Posterite tegemisel ei ole kulud väga suured, kuid nende asukoht on määrav. Linnas on väiksemate reklaamposterite esiletoomine pea et võimatu. Samas toimivad need väga edukalt nt maapiirkondades, kus poodide või külakeskuste juures olevad infostendid ongi väga oluliseks infokanaliks.
5. Suured reklaambännerid on väga hea lahendus. Maksumus pole kõrge ning õigesti valitud materjali puhul kestab see aastaid. Oluline on siinkohal muidugi asukoht, et just õigele kliendile see pidevalt silma hakkaks. See võib aga oluliselt suurendada ettevõtte kulusid.
6. Raadio ja TV – kohalikud raadiod on keskmises hinnaklassis, kuid neid kuulab ainult üsna kitsas sihtgrupp. Riiklikes raadiotes ja telekanalites tehtav reklaam on üks tõhusamaid, eriti kui siduda reklaamiga mingi õnneloos, kuid ääretult kallid. Seetõttu tuleb ajastus ja sisu detailideni läbi mõelda. Siinkohal on taaskord ülioluline teada oma sihtgrupi eelistusi – millisel kellaajal ja mis raadiot nad kuulavad, millisel kanalil milliseid telesaateid vaatavad jne.
7. Messid on väga kulukas ettevõtmine, kuid õigesti lähenedes tasuvad end ära. Messil käimine on tulemuslik ainult siis, kui suudad oma boksi ja reklaammaterjaliga kindlalt teiste seast eristuda ning massidele silma hakata ja teha kohapealset otsemüüki. Siin loeb boksi huvitav kujundus, reklaammaterjali värvused, show, sooduspakkumised, õnneloosid, silmatorkavad müügiinimesed jpm.

Üheks tähtsaimaks turunduskanaliks on tänapäeval saanud internet. Ka kulude mõistes on see ettevõttele väga kasumlik.

1. Kodulehekülje puudumist ei vabanda enam miski välja ning lisaks peab see olema informatiivne ja lihtsasti arusaadav, mitmekeelne, põnev ja eristuv – ühesõnaga ostusoovi tekitav! Igakuine kulu on madal, kuid esialgne tegemine kallis.
2. E-mailide saatmine on nüüdseks juba üsna madala tulemuslikkusega, kuna reklaamteilide rohkuse tõttu kustutatakse need lihtsalt enne avamist ära.
3. Erinevad infolehed internetis – restorane ja majutusasutusi koondavaid interneti lehekülgi on väga palju. Igakuised kulud on tavaliselt väga madalad, isegi olematud (nt Turismiweb, Facebook jne). Kui leida see õige, mida ettevõtte sihtgrupp külastab, on see väga kasumlik lahendus. Kuid siin on üks oluline punkt see, et nendel lehekülgedel olevat infot peab ise pidevalt jälgima ja uuendama (või informeerima sellest lehekülge haldavat isikut). Vananenud info võib tuua ettevõttele probleeme klientidega. Seega kui ettevõtte otsustab oma infot jagada väga paljudel erinevatel lehekülgedel, peab olema selle jaoks ettevõttes inimene, kes nende haldamisega igapäevaselt tegeleb.

Kokkuvõtvalt tuleb veelkord rõhutada turundusplaani tähtsust tänapäeva infoühiskonnas. Kui ettevõtet ei ole pildis, ei ole seda olemas! Põhjalikult tuleb analüüsida ettevõtet, turgu ja klienti ning leida kasvõi katse-eksitusmeetodil parim turunduskanal püsikliendini jõudmiseks. Läbimõeldud turundustegevus kiirendab äriplaanis paika pandud eesmärkideni jõudmist ning tagab kasumliku jätkusuutliku tegutsemise.

Personal ja juhtkond

Selleks, et üha tihenevas konkurentsisis oma positsioonile jääda, peavad kõik firmad varem või hiljem parendama oma toodete ja teenuste kvaliteeti ning suurendama tootlikkust. Võti nende eesmärkideni jõudmiseks on personal ning selle tulemuslik juhtimine. Personalijuhtimise eesmärk on tagada töö suurim tulemuslikkus nii töötajate, firma kui ühiskonna seisukohalt. Personalitöö eesmärkide hulka kuulub tublilt töötava personali ligimeelitamine ja arendamine ning hea tööjõu säilitamine (15: lk 90).

Kuigi teenindussfääris on kaadri voolavus paratamatult alati olnud üsna suur, on karm reaalsus see, et ajad, kus tööturul nõudlus ületas pakkumist, on ammune möödanik. Üks suurimaid probleeme, millega toitlustus- ja teenindusettevõtted igapäevaselt kokku puutuma peavad, on kaadri voolavus või selle puudumine. Tundub, et unistus läbinisti kvaliteetsest meeskonnast võib selleks jääda. Suurlinnades on probleem väiksem suuremate inimressursside tõttu, kuid väikelinnades ja maapiirkondades on see väga suur.

Paratamatult ei suuda teenindussfäär üha keerulisema majandusseisu tõttu enam pakkuda konkurentsivõimelist palka ja töötingimusi. Kuigi probleemile pööratakse üha rohkem tähelepanu kasutades üha rohkemaid infokanaleid, läheb asi siiski aina hullemaks. Veel 2014.aasta suve lõpul levitas pea iga teenindusettevõtte Saaremaal pea igas võimalikus infokanalis kõikvõimalikke erinevaid tööpakkumisi, kuid töökohad jäid töösoovijate puudumise tõttu siiski täitmata. Samal ajal pakkus hea mainega väikeettevõtte veerandkohaga tööd sekretärile ning paari päeva jooksul laekus üle 100 töösoovi avalduse, enamik kandideerijaid vanuses 20-40 aastat. Kui see probleemi sügavust ei näita, siis mis veel?

Õnneks leidub ettevõtteid, kes on suutnud sellest kõigest piisavalt hästi üle olla. Mida neilt on õppida?

Fakt on see, et nii eriala kui ka konkreetse ettevõtte atraktiivsus sõltub nüüdseks suuresti ainult tööandjast endast. Alustades ettevõtte kvaliteedist, juhtkonna mainest ja oskustest, pakutavas palgast, töötingimustest, arenguperspektiividest ning lõpetades tööandja igapäevase suhtumisega oma töötajatesse.

Ettevõtte maine on väärtuslik vara. Reputatsiooni võiks nimetada kliendi ja investori usalduse annuiteediks (12: lk 116). Sama kehtib ka potentsiaalse töötaja puhul.

Enam ei taga ettevõtte edu suhe ülemus *versus* alluv, vaid meeskonnatöö juhust liidri eestvedamisel. Liider tunneb igat tööloiku oma ettevõttes ning võimalusel võtab nendest aegajalt osa. See võimaldab avastada kitsaskohti ning tõsta oma ettevõtte efektiivsust. Samas tugevdab see meeskonnasiseseid suhteid. Töötaja tunneb, et teda mõistetakse paremini. Mõned liidrit iseloomustavad punktid:

1. Liider peab andma isiklikku eeskujut nende omadustega, mida tema meeskonnas eeldatakse või vajatakse (11: lk 34).

2. Sind võidakse määrata juhi ametisse, kuid sa ei saa liidriks enne, kuniks teised asjaosalised tunnustavad ja aktsepteerivad sinu iseloomu ja isiksust, sinu teadmisi ja oskusi, mida on vaja liidri funktsioonide täitmiseks (11: lk 86).
3. Heal liidril on toode: viljakas meeskond. Viljakal meeskonnal on järgmised omadused: selged realistlikud eesmärgid, ühine missioonitunnetus, parim ressursikasutus, avatud õhkkond, jälgib edenemist, rajaneb kogemusele, suudab raskused üle elada (11: lk 99).
4. Liider võib olla karm ja nõudlik, ent ta pole kunagi hoolimatu ega halastamatu – välja arvatud iseenda suhtes. Inimlikkuse näitamine on tugevuse märk (11: lk 162).
5. Sa ei võida kunagi teiste lugupidamist, kui sa ise lugupidamist üles ei näita – nii ülemuse, alluvate kui kolleegide vastu (11: lk 181).

Töö mõjub positiivselt, kui selleks on loodud keskkond, kus valitsevad usalduslikud suhted: suusõnalised kokkulepped toimivad ja lubatud tähtaegadest peetakse kinni. Kui üksteist mõistetakse, võimaldab see ühiselt probleeme analüüsida ja paremaid lahendusi välja töötada. Kui seda on koos tehtud, on tunduvalt suurem tõenäosus, et inimesed oma ideid entusiastlikult ellu viima asuvad (10).

Vähe sellest, et päeva lõpuks on just personal see, kes ettevõtet töös hoiab ja eesrindel uusi kliente püüab ning olemasolevaid hoiab, ei tasu siinkohal unustada, et iga uue töötaja koolitamine on kordades kulukam kui püsipersonali hoidmine ja arendamine. Kaadri volavuse kulu on raske mõõta, mistõttu tihtipeale ei pöörata selle analüüsimisele tähelepanu. Erinevad uuringud näitavad aga, et uue töötaja koolitamisel maksab ettevõtte juurde keskmiselt 20% tema aastapalgast. Kõigile teadaolevad kulud on nt tasu töökuulutuste eest või ajaressurs, mis uue töötaja koolitamisega panustatakse, vähendades mõneks ajaks väljaõpet läbiviiva töötaja efektiivsust. Kuid millised kulud ettevõttele veel kaasnevad seoses töötaja kaotamise ja asendaja leidmisega (32)?

1. Vähenenud produktiivsus – inimene, kes lahkus, tegi ju midagi, mis nüüd jääb tegemata. Isegi kui töökohustused teiste vahel ära jagada, saab tavaliselt tehtud ainult see kõige olulisem ning ülejäänud jääb lihtsalt tegemata.
2. Teiste töötajate ületunnid või liigne koormus – ületöötamine viib tavaliselt töötaja lahkumiseni. Kas ettevõtte saab lubada veel ühe töötaja kaotust?
3. Töötajaga koos lahku ka tema teadmistepagas – igapäevased oskused, teadmised koostööpartneritest, ettevõttest ja selle tööreeglitest jne.

4. CV'de läbivaatamine ja intervjuude läbiviimine – kellegi kaotatud tööaeg, mille ta peab hiljem tagasi tegema. Lisapalgakulu.

Kõige selle täpne kulu on iga ettevõtte puhul erinev, kuid siiski tasub pikalt mõelda enne, kui rahulolematu töötaja minema saata, selle asemel, et leida tema probleemide põhjus ning proovida neid lahendada. Mõned soovituslikud lahendused on (13):

1. Tunnusta – väärt töötajat on raske leida. Tunnusta teda teiste eest. See näitab samas ka ülejäänutele, mis on ettevõtte ootused igapäevatoos. Väikesed kingitused näitavad töötajale, et tema pingutusi hinnatakse kõrgelt.
2. Paku arenemisvõimalust – seleta igale töötajale, millised on võimalused karjääriredelil tõusmiseks ettevõtte siseselt. Üks parimaid motivaatoreid.
3. Palk – erinevad uurimused näitavad, et umbes kolmandik töötajatest lahkub, sest on saanud parema pakkumise. Isegi väike tõus motiveerib töötajat. Seleta talle, millise palganumbri ta võib saada, kui ühise pingutusena jõutakse teatud soovitud käibenumbriteni. Lõppkokkuvõttes võivadavad mõlemad – nii ettevõtte kui töötaja.
4. Ole aus ja õiglane – pea kinni palgakokkulepetest, tähtaegadest, arvesta graafikute paikapanekul mõistlikkuse piirides ka töötaja eraeluga. Tuleta samas talle meelde, et eelkõige oled sa siiski ettevõtja, kes planeerib ettevõtte huvides, kuid samas oled nõus poolele teele vastu tulema.
5. Kommunikatsioon – suhtle oma personaliga igapäevaselt, kuula nende muresid, küsi tagasisidet, hoia neid ettevõtte arenguga kursis. See kõik tugevdab meeskonnatunnetust.
6. Lahenda konfliktid – meeskonna toimimiseks peab õhkkond olema võimalikult pingevaba. Lahenda riid juba eos. Pea meelest, et üks tüliõhutajast töötaja, ükskõik kui tubli ta ka pole, võib alla viia kogu meeskonna motivatsiooni.
7. Boonused – õpi oma inimesi tundma ning uuri välja, mis neid peale palga veel motiveerib. Boonuseks ei pea olema raha. Ühele meeldib käia jõusaalis (nt spordiklubi kuukaart), teisel on väikesed lapsed (nt saavad ettevõttes odavamalt süüa), kolmas on kassas sundasendi tõttu seljavaludes (nt massööri kinkekaart), organiseeri firma poolt suvepäevad, jõulupeod jne. Kõik see kasvatab personali kokku ühtseks meeskonnaks ning on ettevõttele pikas perspektiivis kasumlikum.
8. Koolita – töötaja, kes on saanud korraliku väljaõppe, tunneb end enesekindlamana ning töötab tulemuslikumalt. See eeldab põhjalikke sisekorraeeskirju, tööstandardeid ning tööjuhendeid. Samuti õiguste, kohustuste ning vastutuse lahti

seletamist. Võimalusel tasub töötajale õpetada ka teisi tööloike, et vajadusel saaks ta teisi asendada.

Ettevõtted ja eriti juhid peavad mõistma, et head töötajad on üha väärtuslikumaks muutuv ressurss. Tuleb mõelda sellele, mida kõike võiks saavutada püsiva tugeva meeskonnaga, selle asemel, et juht ise on sunnitud kõige eest vastutama, kuna pädevaid töötajaid lihtsalt ei ole. Seega tuleb leida oskuslikud inimesed, neid hästi koolitada, olla nende vastu aus ja õiglane, kuulata nende arvamusi, neid tunnustada ning mis kõige olulisem, eeskujuna näidates saada nende liidriks, et luua tõeliselt produktiivne meeskond.

Varade juhtimine ja investeerimine

Varade läbimõeldud juhtimine võimaldab tõsta ettevõtte efektiivsust ning tagada kasumlikkuse. Kuigi antud teema on väga lai, keskenduksin lühidalt järgnevale – läbimõeldud investeerimine.

Millises järjekorras põhivara soetada? Kas olemasolev inventar vahetada uuema vastu või piisab remondist? Kas ja millal investeerida lisaväärtuste arendamisse? Need on vaid mõned küsimused, millega ettevõtja igapäevaselt kokku puutuma peab ning kahjuks, eriti just väikeettevõtetes, tehakse otsused emotsioonide, mitte läbimõeldud analüüsi põhjal. Keskendutakse praeguste probleemidele, mis nõuavad koheseid kulutusi, selle asemel, et juhtida oma varasid nii, et tulevikus igapäevaseid kuluartikleid vähendada ja tulu suurendada. Nii võibki juhtuda, et toitlustust pakkuv ettevõtte investeerib esmalt teenindusala või rekreatsiooniala laiendamisse, suurendades eeldatavasti niimoodi küll klientide arvu, kuid mõtlemata köögi/baari läbilaskevõimele või kvaliteeditasemele, lahkub lõpptulemusena klient siiski negatiivse kogemusega. Seega tehtud investeering ei teeni potentsiaalile vastavat tulu.

Varade juhtimise analüüs aitab ettevõtjal mõista kunagiste ja praeguste investeeringute väärtust. See analüüs annab põhjaliku ülevaate olemasolevatest vahenditest, nende hetkeseisukorrast (vajadus remondiks või asenduseks), kasutamata vahenditest ja nende turuväärtusest ning sellest, millised investeeringud võiksid tõsta ettevõtte efektiivsust.

Samuti on see abiks eelarve paikapanemisel, sest lühi- ja pikaajalised kulutused varadele on sinna sisse arvestatud (16).

Analüüsis võiksid olla käsitletud järgmised punktid (16):

1. Ülevaade praegustest vahenditest – millised on hetkel olemasolevad varad (hooned, töövahendid jms, rahavarud, samuti väärtuslikud töötajad või ettevõtte maine ja sisekultuur). Siin tuleks analüüsida ka nende hetkeolukorda, prognoositavat eluiga ja väärtust.
2. Võimekuse analüüs – kas vahendi võimekus vastab nõudlusele?
3. Vahendi tähtsus – ettevõtte töö tagamise seisukohalt tähtsuse järjekorda panemine. Siin tuleb analüüsida ka seda, kuidas mõjutab selle vahendi äkiline puudumine ettevõtte töötulemusi? Kui tõenäoline selline juhtum on ning kui kulukaks see ettevõtte jaoks läheb?
4. Plaani paikapanek – siin on vajalik teada vahendi eluea jooksul tema peale tehtavate kulutuste suurust. Selle abil saab otsustada, kumb on mõistlikum – parendamine või uuega asendamine.
5. Tegevuskava väljakujunemine – pikaajaliste kuluprognoside paikapanek.

Kui selline tegevuskava on paika pandud, annab see põhjaliku ülevaate praeguste varade olukorrast ja väärtusest ning millised on nendega seotud kitsaskohad ning kulud praegu ja tulevikus. Samuti saab prognoosida, millises väärtuses on võimlik mingil ajahetkel teha investeeringuid. Sealt edasi on võimalik läbimõeldult faktidele toetudes paika panna, kuidas tõsta ettevõtte efektiivsust igal tööloigul ning kuhu täpsemalt, millal ja millises väärtuses suunata tulevikuinvesteeringud.

Juba tegutsev ettevõtte saab majandusnäitajaid analüüsides silma peal hoida ka sellel, kui palju iga põhivarasse või koguvarasse investeeritud euro tulu tagasi teenib. Finantsanalüüsi tehes saab välja arvutada põhi- ja koguvara käibekordajad (vt tabelit 17 ja 18), mille tulemused võimaldavad anda hinnangu sellele, kas varadesse tehtud investeeringud tagavad ettevõttele kasumlikkuse.

Finantsjuhtimine

Eduka ettevõtte peamine eesmärk on luua väärtust, pakkudes klientidele võimalikult kõrget väärtust madalaima hinnaga. Finantsjuhtimine annab vastused küsimustele, kas me ikka teeme neid asju, mis tõeliselt väärtust loovad, kas meie protsessid on piisavalt hästi juhitud ja kas vara on parimal moel tööle pandud (7: lk 5).

Väga paljud väikeettevõtted ebaõnnestuvad esimese viie aasta jooksul suuresti just käibevahendite puuduliku juhtimise tõttu. Millegipärast on endiselt levinud arusaam, eriti just turismisektoris, et raamatupidamine ja finantsanalüüs on liiga keerulised ning tuleks jätta raamatupidaja hooleks. Raamatupidajas nähakse tihtipeale „segavat tegurit“. Tegelikult aga peaks ettevõtte kasumlikkuse tagamiseks juhtkond nägema raamatupidajas tugevat koostööpartnerit. Selleks aga peab juhtkond omama spetsiifilisi teadmisi ja oskusi, et koostöös raamatupidajaga tagada tugev finantsjuhtimine ning seeläbi ettevõtte jätkusuutlikkus.

Eduka turismiettevõtte juht peab finantsjuhtimise seisukohalt olema teadlik, mida on vaja, miks seda on vaja, kuidas seda infot kõige efektiivsemalt koguda ja millal raamatupidamisega seotud tegevused tuleb ette võtta (6: lk 10). Ettevõtte eesmärkide ja äriplaanide elluviimise käik vajab pidevat jälgimist ning kõrvalekallete põhjuste analüüsi (12: lk 19). Selleks aga tuleb alustada sobiva raamatupidamissüsteemi ülesehitusest.

Raamatupidamine on majanduselus keskne tegevus, mis tegeleb majandusandmete kogumise, esitamise ja tõlgendamisega. Majandusarvestus koosneb laias laastus kahest valdkonnast: finantsarvestusest ehk traditsioonilisest raamatupidamisest ja juhtimisarvestusest (7: lk 13).

Raamatupidamine hõlmab järgnevaid protsesse (36):

1. Majandustehinguid iseloomustavate andmete identifitseerimist, dokumenteerimist ja kogumist;
2. Nende hindamist ja spetsiifilist töötlemist;
3. Ettevõtte finantsseisundi ja majandustegevuse tulemusi iseloomustava periodiseeritud finantsaruandluse koostamist;

4. Finantsaruannetes sisalduva info interpreteerimist ettevõttesiseste ja –väliste otsuste langetamiseks;
5. Vara, kohustuste ja omakapitali seis kindlakstegemist;
6. Vara, kohustuste ja omakapitali muutumise pidevat dokumenteerimist ja kajastamist arvestusregistrites;
7. Kulude ja tulude üksikasjalikku arvestamist ettevõtte majandustegevuse tulemi selgitamiseks;
8. Juhtimisarvestuse varustamist vajaliku infoga;
9. Maksude arvestamiseks vajaliku andmebaasi kujundamist;
10. Kontrolli tagamist majandustehingute toimumise, mõõtmise, kajastamise ja aruandluse üle.

Finantsarvestus kogub infot ettevõttevälisele infotarbijale, juhtimisarvestus on aga suunatud ettevõttesisesele infotarbijale. Finantsarvestus kajastab oma aruandluses minevikku, juhtimisarvestus tegeleb aga tuleviku planeerimisega (7: lk 14).

Ettevõtte põhilised kohustuslikud aruanded on bilanss, kasumiaruanne, rahavoogude aruanne ja omakapitali muutuste aruanne (7: lk 15). Ettevõtte raamatupidamises kogutakse info kontodele, kust see jookseb bilansi ja kasumiaruande ridadele. Kontoplaan on õige ülesehituse korral võimas ja lihtsalt kasutatav abivahend, kuhu kogutakse info korrektselt ja sarnaste printsiipide järgi (7: lk 15). Oluline on, et majandusprotsess oleks jagatud võimalikult paljudeks kulukeskusteks (nt toitlustus, majutus, juhtimine jne) ning nende tekkekohad peavad olema võimalikult detailselt nähtavad (7: lk 18). Nii saab täpsemat infot toodete/teenuste ja klientide kasumlikkuse kohta ning hinnakujunduse üle otsustamiseks (7: lk 20).

Andmete kogumise reeglid peavad olema kirjeldatud ettevõtte raamatupidamise sise-eeskirjades (nt kasumiaruande skeem, kontoplaani kirjeldus) (7: lk 18). Sise-eeskirjade koostamine on kohustuslik ja vajalik ettevõtte igapäevatöö korraldamiseks ning kontrollimiseks, et vältida eksimist seaduse vastu ning suurendada personali usaldatavust.

Kuidas aga raha analüüsida? Analüüsi sisendiks on õige andmete kogumine ja aruandlus. Analüüsides seda, kust raha tuleb ja kuhu kõige rohkem läheb, saame teada, millised tegevused ettevõttes on kasumlikud ja millised mitte. Siin tuleb appi suhtarvuanalüüs ja tasuvusarvestus ehk finantsanalüüs (7: lk 21).

Seaduste alusel on kohustuslikuks aruandeks majandusaasta aruanne, mille kohustuslik esitamise tähtaeg on 6 kuud peale majandusaasta lõppu. Majandusaasta aruanne ja selle koostisosad (7: lk 22):

1. Raamatupidamise aastaaruanne
 - a. Põhiaruanded
 - i. Bilanss
 - ii. Kasumiaruanne
 - iii. Rahavoogude aruanne
 - iv. Omakapitali muutuste aruanne
 - b. Lisad
2. Tegevusaruanne
3. Kasumi jaotamise ettepanek

Bilanss näitab ettevõtte varade ja kohustuste seisuga mingil kindlal ajahetkel. Bilansivalem:

$$\text{Vara} = \text{Kohustused} + \text{Omakapital}$$

Tabel 1. Bilansistruktuur.

AKTIVA ehk VARA	PASSIVA ehk RAHAALLIKAD
Varad	Kohustused
	Omakapital

Väga vähe pööratakse tähelepanu rahavoogude aruandele ja selle analüüsile, mis tegelikkuses väärneb oluliselt põhjalikumast analüüsist. Rahavoogude aruanne näitab, kust raha tuleb ja kuhu läheb ning seetõttu näitab kõige otsesemalt, kas ettevõttel on piisavalt võimet raha teenida, et oma kohustusi täita (7: lk 26). Rahavoogude valem: Rahavoog sisse – Rahavoog välja = Rahaliste vahendite muutus

Toitlustusettevõttes finantsanalüüsi tegemiseks on olemas terve rida valemeid, mille abil saab anda hinnangu firma kasumlikkusele ja jätkusuutlikkusele. Oluliseks eelduseks on majandusnäitajate korrapärase ja tõene kogumine ning arvestama peab ka seda, millisele infole on ligipääs isikul, kes analüüsi läbi viib.

Majandusaasta aruande põhjal saab üldiselt välja arvutada järmiste näitajate väärtused:

1. Likviidussuhtarvud (vt tabelleid 2 – 4) - ettevõtte lühiajalise maksevõime näitajad. Nende arvutuste tulemusena saab ülevaate sellest, kui hästi on firma võimeline tasuma lühiajalisi kohustusi ning kas ootamatute väljaminekute korral satub ettevõtte makseraskustesse või mitte.
2. Pikaajalise maksevõime kordajad (vt tabelleid 5 – 6) - olulised näitajad laenuandjatele. Arvutuste tulemused näitavad seda, kui suures osas on ettevõtte varad finantseeritud võõrkapitaliga ning kui suures osas omakapitaliga. Mida suurem on võõrkapitali osakaal, seda riskantsemaks loetakse ettevõtet ning laenu võttes tuleb arvestada kõrgema intressimääraga.
3. Rentaablussuhtarvud (vt tabelleid 7 – 8) - näitavad ettevõtte võimet teenida kasumit.
4. Varade kasutamise efektiivsus (vt tabelleid 9 – 18) - näitajad võimaldavad analüüsida, millise aja jooksul laekuvad maksed ostjatelt ning kui kiiresti tasutakse ise arveid. Samuti on võimalik analüüsida varude ringlust ja nende kasutamise efektiivsust. Lisaks saab analüüsida, kui kiiresti jõuab varude soetamisel väljakäidud raha tuluna ettevõttesse tagasi või kui palju tulu teenib iga varasse paigutatud euro.
5. Bilansi vertikaalanalüüs (vt tabelit 19) - võimaldab hinnata erinevate kirjete osakaalu valitud perioodi kogubilansist ning märgata nende muutumist või stabiilsust. Annab hea ülevaate sellest, milliste proportsioonidega on ettevõtte varad ja kohustused kogubilansis jaotunud.
6. Bilansi horisontaalanalüüs (vt tabelit 20) - näitab iga bilansikirje muutust aastast aastasse. Annab hea ülevaate varade ja kohustuste suurenemisest ja vähenemisest aastate lõikes.
7. Pankrotiohu analüüs (vt tabelit 21) – võimaldab välja arvutada, kui suur on ettevõtte oht lõpetada pankrotiga.

Ajal, mil konkurents on aina tihedam ning üha rohkem ettevõtteid pakub samu tooteid/teenuseid, on oskuslik finantside juhtimine üks viimaseid võimalusi eristuda ning konkurentsieelist saavutada. Juhid, kes mõistavad finantsaruandeid, nende korrektsuse/aususe tähtsust ning oskavad neid analüüsida, on võimelised oma protsessidest välja pigistama maksimumi. Ettevõtja, kes numbritel teadlikult koguaaeg silma peal hoiab, saab firma juhtimises tekkivatele probleemidele kiiremini jaole. Kahjuks aga on paljude ettevõtjate jaoks aruandlus midagi sellist, mida on vaja „kellelgi kuskil“ ning seetõttu

lõpetavadki nii paljud firmad pankrotiga. Ettevõtluse eesmärk on teenida kasumit, teenida raha. Seda saavutab aga ainult see ettevõtja, kes mõistab raha ja oskab seda analüüsida.

1.3. LISAÜLEVAADE

Stress ja aja planeerimine

Kuigi teemast räägitakse vahetpidamata, ei pööra eesti inimene sellele endiselt piisavalt tähelepanu. Ajapuudus ettenähtud töökohustuste täitmiseks on igapäevane mure. Stress tööil mõjutab väga tugevalt ka isiklikku elu ning probleemid kodus mõjutavad omakorda tööelu. Tekib n-ö allakäiguspiraal, kus lõpuks inimene lihtsalt vaimselt murdub, halvemal juhul annab järgi tervis.

Ületöötamine toob endaga kaasa nii töötajate kui seetõttu ettevõtte enda efektiivsuse langust. Mida suurem on vastutus, seda suurem on tõenäosus liigse koormuse tekkimiseks (17).

Kuidas vältida ületöötamist? Allpool on loetletud mõned abistavad juhised:

1. Ajakava läbimõeldud planeerimine – üks suuremaid ületöötamise põhjuseid on aja ebaefektiivne kasutamine. Võetakse liiga palju korraga käsile ning pidevalt ühele ajale sattuvad tööülesannete tähtajad sunnivad lõpututele ületundidele.
 - a. Oma pidevalt kirjalikku ülevaadet, mida peab tegema sel aastal, poolaastal, see kvartal, kuu, nädal, täna. Niimoodi on mingi kindla ajaperioodi koormus alati silmade ees ning saab vältida ülekoormuse tekkimist. Planeeri alati ka veidi lisaaega, sest ootamatusi tuleb pidevalt ette.
 - b. Planeeri ajakavasse (nii enda kui töötajate omasse) vaba aeg. On valdkondi, mida isegi kõige suurem armastus oma töö vastu asendada ei suuda. Aeg perega, sõpradega, iseenda „aku“ laadimine on kõik ülimalt vajalik, et elus säiliks tasakaal, rahulolu ning seeläbi püsiks efektiivsus.
2. Ootamatustega tegelemine – pidevalt tuleb ette hetki, kus seoses koostööpartnerite või kolleegide muredega tuleb koheselt tegeleda mingi kiireloomulise probleemiga.

See teeb keerulisemaks enda töökohustustega toimetuleku. Koheselt tuleks teisi osapooli teavitada, milline on maksimaalne ajakulu, mida võimalik eraldada on, ilma, et peaks aega näpistama vabast ajast. Liigse vastutulelikkusega harjutakse lõpuks lihtsalt ära ning see toob kahju kõigile osapooltele.

3. Lõpeta ületundide tegemine – püsi ettenähtud ajakavas. Isegi, kui mingi projekt nõuab lisa-aega, ära tee seda tööpäeva lõpus, kus väsimus pikendab ajakulu veelgi. Veeda ettenähtud vaba aega, puhka välja ning hommikul värske peaga saab töö palju kiiremini ja kvaliteetsemalt lõpetatud.
4. Prioritiseeri – igas töökohas on päeva jooksul koheselt lahendamist vajavaid ülesandeid. Hommikul kirjuta üles, mida päeva jooksul vaja teha on. Nendest vali välja tähtsamad – 20% ülesannetest, mis annavad 80% tulemust. Ülejäänud 80% tööülesannetest lükka vajadusel edasi või delegeeri.
5. Konsulteeri – kui mõte jookseb kinni, küsi kolleegilt või sõbralt nõu. Kõrvaltvaataja pilk on tihtipeale väga suureks abiks.
6. Tervislikud eluviisid – pole tervist, POLE ELU!

Tark ja ettenägelik tööandja jälgib, et töötajate koormus ei oleks liiga suur ning arvestab nende pereeluga. Töötajast koguaeg viimast välja pigistades kasvab stress, tekivad pinged kodus ja töökohal, mis omakorda mõjutab kogu meeskonna tööd. Ülekoormatud töötaja motivatsioon kaob ning ta lööb väsimuse all murdudes lihtsalt käega – ilmub vastumeelselt kohale selleks, et tööaeg ära istuda ning mingi palk kätte saada. Selline töötaja ei ole aga ettevõttele kasumlik ning üsna pea tuleb ta asendada uuega, mis tähendab veelgi lisakulu. Siinkohal on oluline taaskord meelde tuletada, et kasumliku ettevõtte liider peab näitama oma meeskonnale eeskujuna. Kui ettevõtte juht on stressis töönarkomaan, kandub see edasi kogu meeskonnale, tekivad tõsised personaliprobleemid ning kõik see mõjutab tugevalt ettevõtte jätkusuutlikkust.

Ametkonnad

Erinevaid ametkondi, kellega ettevõtjad igapäevaselt kokku puutuma peavad, on väga palju. Kõigi nendega on seotud ettevõtte igapäevatoos ka teatud kulutused (riigilõivud, trahvid jms). Siinkohal loetleksin mõned, kelle regulaarse kontrolliga toitlustusettevõtte arvestama peab:

1. Kohalik omavalitsus - toitlustusettevõtja peab koostama taotluse toitlustamise tegevusalal tegutsemiseks ja end registreerima kohaliku omavalitsuse majandustegevuse registris. Alkoholi ja tubakatoodete müügiks on samuti vaja taotleda eraldi luba majandustegevuse registri kaudu. Nende lubade olemasolu kontrollitakse regulaarselt.
2. Eestis Veterinaar- ja Toiduamet – tegeleb toidu kontrolli, hügieeni kontrolli ja järelevalve teostamisega. Vastavalt Toiduseadusele peab ettevõtte enne tegevuse alustamist/toidu käitlemist saama tunnustuse Veterinaar- ja Toiduametilt. Inspektor võib ette teatamata sisse astuda ning tahab näha tervisetõendeid ning ettevõtte enesekontrolliplaani. Loomulikult kontrollib ta ohutu toidu tagamiseks ettenähtud nõuete täitmist.
3. Päästeamet – ettevõtte peab enne tegutsemise alustamist selle Päästeametiga kooskõlastama ning edaspidi käib tuleohutuse inspektor regulaarselt kontrollimas ettevõtte vastavust tuleohutusnõuetele.
4. Maksu- ja Tolliamet – regulaarselt peab ettevõtte kokku puutama maksuameti inspektoritega, kelle töö eesmärk on vähendada maksupettusi ja salakaubandust.
5. Politsei- ja Piirivalveamet – lisaks tavapärasele kontrollile on nende kontrolliobjektideks ka külastajakaardid ning nt terrasside lahtiolekuaegade jälgimine.
6. Keskkonnaamet – kontrollib, et ettevõtte tegevus ei reostaks keskkonda.
7. Põllumajanduse Registrate ja Informatsiooni Amet – kontrollivad seda, kas elusloomad on arvele võetud ja märgistatud (nt turismitalus elavad kitsekused).
8. Tarbijakaitse – vastutab tarbija õiguste ja kaitse eest. Nt kontrollivad toitlustusasutuses teenindajapoolset infojagamist seoses tootega või ettenähtud koguse kliendile serveerimist.
9. Eesti Autorite Ühing – teostab järelevalvet autoriõigustega kaitstud loomingu ebaseadusliku levitamise üle. Nt raadio mängimine klientidele kuulub maksu alla.

2. TÖÖ ANALÜÜS

2.1. UURIMUSTÖÖ EESMÄRGID

Antud diplomitöö eesmärgiks on analüüsida äriplaani olulisust toitlustussektoris, tuua välja selle soovitatav struktuur ning viia läbi äriplaanis kajastamist vajavate kriitilisemate tegurite analüüs lähtuvalt hetkel turul valitsevast olukorrast ning analüüsida väga heade eeldustega toitlustusettevõtte Talresto OÜ majandusnäitajaid, et näha, kas ja kuidas on turusituatsioon mõjunud firma kasumlikkusele ning kuidas juhtkond ettevõtte varade juhtimisega toime tuleb.

2.2. UURIMISMETOODIKA

Töös kasutas autor turundusuuringute läbiviimiseks rakendatavat meetodikat. Turundusuuring on pidev info kogumise, analüüsimise ja tõlgendamise protsess. Täpselt sama protsessi on läbinud ka diplomitöö autor.

Antud meetodikaga uuringu ülesandeks on ettevõttes andmebaasi loomine, mille põhjal analüüsida ettevõtte olukorda ning teha õigeid juhtimisotsuseid. Samuti on see vajalik tegevuse kontrollimiseks ning parendamiseks vastavalt turusituatsioonile.

Turundusuuringute läbiviimiseks saab kasutada primaar- ja sekundaaruuringuid.

1. Primaaruuring – jälgimine.
2. Sekundaaruuring – dokumendiuuring.

Jälgimine uuringumeetodina võimaldab ettevõtte edasiseks tegevuseks saada olulist infot. Töö autor on turismiettevõtetes töötanud kokku 10 aastat ja erinevatel ametikohtadel, mis on autori hinnangul andnud küllaldased teadmised ja oskused osata pöörata tähelepanu just

kriitilistele teguritele. Aastate jooksul saadud kogemused on aidanud töö autoril tulla toime erinevate ettevõtete igapäevatöö probleemidega ja aidanud leida neile praktilised lahendused.

Lühikirjeldus ettevõtetest, kus autor vaatlust teostanud on:

1. *A la carte* menüüga toitlustusettevõtte, mis oli avatud ainult suvehooajal (mai kuni september).
2. Aastaringselt avatud *a la carte* menüüga restoran äärelinnas, mis oma avaruse tõttu võttis vastu kuni 100 inimesega seltskondi, keda toitlustati grupimenüü alusel (nt pulmad, sünnipäevad, peied).
3. Kahes aastaringselt avatud *a la carte* menüüga pubis rahvarohkes piirkonnas.
4. Talveperioodil avatud (september kuni mai) kohvik-söökla stiilis ettevõttes, mis toitlustas kooliõpilasi ja lõunastajaid.
5. Aastaringselt avatud ettevõttes, mis pakkus cateringi ettevõtetele, kuni 400 inimesega peoseltskondadele, majutust, ürituskorraldust ning aktiivset vaba aja veetmise võimalust.

Eelpool loetletud ettevõtted on kõik veidi erinevad, mistõttu varieeruvad ka igapäevatöös kasutatavad protsessid. Saadud kogemus ja info on väga laiahaardeline ning võimaldab põhjalikult analüüsida turismisektoris tegutsevate ettevõtete hetkeolukorda ning anda nõuandeid, kuidas efektiivsemalt tagada ettevõtte jätkusuutlikkust.

Dokumendiuringuks kasutas autor nii ettevõtete igapäevatöös kasutatavaid andmeid kui ka publitseeritud andmeid. Dokumentide valimi koostamisel võttis autor arvesse turismisektoris tegelevate firmade igapäevaseid tööprotsesse, pannes pearõhu just toitlustusettevõtetele ja nende majandusnäitajaid mõjutavatele teguritele.

Analüüsi läbiviimiseks võttis autor avalikud majandusaasta aruanded (vt lisasid 1 ja 2) registrite ja infosüsteemide keskusest. Ettevõtteks valis autor toitlustusettevõtte Talresto OÜ, kuna firma tundus esmapilgul heade eeldustega kasumlik organisatsioon. Seejärel analüüsis autor nelja aasta majandusnäitajaid, kasutades selleks suhtarvude analüüsi.

2.3. ETTEVÖTTE TALRESTO OÜ FINANTSANALÜÜS JA TULEMUSED

Järgnevad suhtarvude analüüsiks välja valitud näitajad ja nende leidmiseks vajalikud valemid on saadud Inga Stelmaki „Juhi ja ettevõtja raharaamatu“ I osast, mis kasutatud kirjanduse loetelus on allikaks nr 7.

Suhtarvude analüüsi põhjal järelduste tegemisel tuleb arvestada seda, et suhtarvude kvaliteet sõltub oluliselt aruandluse kvaliteedist ja selle koostamisel kasutatud arvestusmeetoditest. Allpool arvatud näitajad põhinevad auditeerimata avalikel majandusaasta aruannetel ning ei peegelda siseinfo puudumise tõttu tingimata ettevõtte tegelikku olukorda. Samuti ilmnesid raamatupidaja poolsed vead rahavoogude aruandes, mistõttu ei saa keegi täielikult kinnitada koguaruandluse õigsust.

Ettevõtte lühiajalise maksevõime näitajad ehk likviidsussuhtarvud

Kõige likviidsem vara on raha kassas või pangaarvel. Järgmisel kohal on kiiresti realiseeritavad väärtpaberid ja siis ostjate laekumata arved. Likviidseks loetakse käibevara sel juhul, kui seda saab muuta rahaks suhteliselt kiiresti ehk vähem kui 12 kuu jooksul (7: lk 48).

1. Maksevõime tase (lühiajalise maksevõime kattekordaja)

Valem: Käibevara / Lühiajalised kohustused

Kui selle näitaja väärtus on liiga madal (kattekordaja alla 1,0), võib firmal tekkida raskusi lühiajaliste võlgade maksmisega. Kui näitaja on liiga kõrge, on tehtud ülemäära suuri investeeringuid käibevarasse (7: lk 49).

Tabel 2. Maksevõime tase.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Käibevara (EUR)	150 862	113 548	95 684	60 969
Lüh.kohustused (EUR)	144 654	133 280	84 916	75 121
Maksevõime tase	1,0	0,9	1,1	0,8

Näitaja on küllaltki stabiilne, kuid mingitel perioodidel, kui on vaja teha suuremaid kulutusi, võib tekkida ajutisi makseraskusi.

2. Kiire maksevõimekordaja (likviidsuskordaja)

Valem: (Käibevara – Varud – Ettemaksed) / Lühiajalised kohustused

See kordaja näitab, kuidas ettevõtte saab hakkama lühiajaliste kohustuste täitmisega, võttes mitte arvesse vähemlikviidseid varasid. Ettevõtte saab lühiajaliste kohustuste täitmisega hästi hakkama, kui näitaja on 0,3 kuni 0,9 (7: lk 49).

Tabel 3. Likviidsuskordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Käibevara (EUR)	150 862	113 548	95 684	60 969
Varud (EUR)	17 805	21 216	17 338	8 195
Ettemaksed (EUR)	0	0	0	0
Lüh.kohustused (EUR)	144 654	133 280	84 916	75 121
Likviidsuskordaja	0,9	0,7	0,9	0,7

Näitaja on stabiilne ning ettevõtte saab seega oma lühiajaliste kohustuste tasumisega tähtajaliselt hakkama.

3. Vahetu maksevõime kordaja

Valem: (Raha + Müügivalmis väärtpaberid) / Lühiajalised kohustused

Vahetu maksevõime kordaja näitab, kui suure osa oma lühiajalistest kohustustest on ettevõtte valmis tasuma kohe. Üldine suund peaks olema see, et raha arvel peaks olema võimalikult vähe. Ülejäägid tuleks investeerida (7: lk 50). Ainuke halb raha on seisev raha! Heaks näitajaks loetakse väärtust 0,3 kuni 0,5. Kui alla 0,3, siis maksevõime ei ole kiire. Kui üle 0,5, siis on liiga palju seisvat raha.

Tabel 4. Vahetu maksevõime kordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Raha (EUR)	20 286	22 627	31 655	15 795
Lüh.kohustused (EUR)	144 654	133 280	84 916	75 121
Maksevõime tase	0,1	0,2	0,4	0,2

See kordaja on viimase 3 aasta jooksul aina vähenenud, mis tähendab seda, et ettevõttel on järjest vähem raha arvel, mida oleks võimalik koheselt kasutada.

Likviidsussuhtarvude (vt tabelleid 2 – 4) ehk ettevõtte lühiajalise maksevõime näitajate tulemustest selgub, et kuigi firma saab oma lühiajaliste kohustuste täitmisega hakkama, jääb aastate lõikes vaba raha järjest vähemaks ning äkiliste või suuremate väljaminekute korral võib firma sattuda makseraskustesse. Selle vältimiseks peab juhtkond leidma viisi käibe suurendamiseks, kulude kokkuhoiduks ning antud ettevõtte puhul eriti hoolikalt jälgima käibevara kasutust.

Ettevõtte pikaajalise maksevõime kordajad

Kapitali ehk kohustuste ja omakapitali struktuuri näitajad annavad märku sellest, milline on ettevõtte kapitali struktuur ja see räägib pikaajalisest maksevõimest (7: lk 53).

1. Võlakordaja

Valem: $(\text{Kohustused} / \text{Koguvara}) * 100$

Võlakordaja näitab, kui suurt osa ettevõtte varadest on finantseeritud laenuga.

Tabel 5. Võlakordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Kohustused (EUR)	144 654	133 280	84 916	75 121
Koguvara (EUR)	167 538	137 554	108 227	66 029
Võlakordaja	86%	97%	79%	114%

Kordaja kõrged väärtused näitavad seda, et ettevõtte on laenuandja silmis suure riskiga ning laenukapitali hind (intressimäär) on kõrgem.

2. Soliidsuskordaja

Valem: $(\text{Omakapital} / \text{Koguvara}) * 100$

See näitab, kui suurel määral on firma vara finantseeritud omakapitaliga.

Tabel 6. Soliidsuskordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Omakapital (EUR)	22 884	4 274	23 311	-9 092
Koguvara (EUR)	167 538	137 554	108 227	66 029
Soliidsuskordaja	14%	3%	21%	-14%

Kordaja madalad väärtused näitavad seda, et ettevõtte varad on finantseeritud olulises osas laenukapitaliga ning seetõttu on ettevõtte laenuandja silmis riskantne.

Ettevõtte pikaajalise maksevõime kordajad (vt tabelleid 5–6) näitavad seda, et ettevõtte varad on olulises osas finantseeritud võõrkapitaliga ning seetõttu on ettevõtte laenuandja silmis riskantne. Seetõttu, laenu küsides, peab ettevõtte arvestama oluliselt suurema intressimääraga. Kõrge võõrkapitali osakaal pidurdab ettevõtte arengut ning suurendab oluliselt pankrotiohtu.

Rentaablussuhtarvud

Rentaablus tähendab tasuvust, kasumlikkust ehk võimet teenida kasumit. Rentaabluse analüüs on äärmiselt oluline, sest just need näitajad kajastavad ettevõtte edukust ja finantssuutlikkust. Ainuüksi kõrge likviidsus ei taga ettevõtte kasumlikkust. Kui tegevused on kõrge rentablusega, on ka ettevõtte võimeline rohkem väärtust looma ja saab paremini hakkama ka rahaliselt kehvemas olukorras. Rentaablust saab arvutada eraldi projektidele, toodetele, aga ka ettevõttele tervikuna (7: lk 52).

1. Tegevusrentaablus (Käibe puhasrentaablus)

Valem: $(\text{Puhaskasum} / \text{Müügitulu}) * 100$

Müügikäibe puhasrentaablus on üks enim arvutatavaid suhtarvusi. Ta kajastab puhaskasumi osa müügitulust.

Tabel 7. Tegevusrentaablus.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Puhaskasum (EUR)	18 610	-15 293	32 403	-11 592
Müügitulu (EUR)	652 716	564 847	488 431	53 805
Tegevusrentaablus	3%	-	7%	-

Kuna kahel analüüsitaval perioodil (2010.a ja 2012.a) on ettevõtte töötanud kahjumiga, ei ole nende aastate kohta võimalik näitajat arvutada. Üldiselt on näitaja ka teistel aastatel väga madal. Antud juhul tuleb ettevõttele üldist hinnangut andes analüüsida pigem teisi näitajaid, kuna saadud tulemused ei anna siinkohal ettevõttest kõige õigemad ülevaadet.

2. Varade tulusus (ROA) ehk vara puhasrentaablus.

Valem: $(\text{Puhaskasum} / \text{Koguvaramid (keskmise)}) * 100$

Vara puhasrentaablus näitab, kui palju kasumit teenib iga varadesse paigutatud euro. See on ettevõtte edukuse kriitiline näitaja ja hea ettevõtte ROA peab olema kindlasti suurem, kui deposiidi intressimäär.

Tabel 8. ROA.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Puhaskasum (EUR)	18 610	-15 293	32 403	-11 592
Koguvaramid (keskmise) (EUR)	152 546	122 890,5	87 128	
ROA	12%	-	37%	

Nendel aastatel, kui ettevõtte on töötanud kasumiga, on see näitaja normaalne. Kuid kahel kahjumiga aastal pole võimalik seda arvutada.

Rentaablussuhtarvused (vt tabelleid 7–8) saab antud ettevõtte nelja tegutsemisaasta jooksul arvutada vaid kahe aasta kohta, kuna aastatel 2010 ja 2012 on firma töötanud kahjumiga. Tähelepanu peab pöörama sellele, et võrreldes kasumiga töötatud aastaid näitab rentaablus siiski langustrendi.

Varade kasutamise efektiivsus

Varade kasutamise efektiivsuse analüüs annab ülevaate sellest, kui kasumlikult ettevõtte juhtkond firma varasid juhib.

1. Debitoorse võlgnevuse käibekordaja

Valem: Müügitulu (*1,2) / Nõuded ostjate vastu (keskmine)

Näitab, kui suur osa müügikäibest on ettevõttele laekumata.

Tabel 9. Debitoorse võlgnevuse käibekordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Müügitulu (EUR)	783 259	677 816	586 117	53 805
Nõuded ostjate vastu (keskmine) (EUR)	28 760	12 280	4 063,5	
Käibekordaja (korda)	27	55	144	

Järgnevalt tõstetakse saadud käibekordaja keskmise nõuete laekumise välte leidmiseks järgmisena allpool toodud valemisse.

2. Keskmise nõuete laekumise välde

Valem: 365 / Debitoorse võlgnevuse käibekordaja

Näitab, kui pika aja jooksul ettevõtte nõuded laekuvad.

Tabel 10. Keskmise nõuete laekumise välde.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Päeva aastas	365	365	365	365
Debitoorse võlgnevuse käibekordaja	27	55	144	
Käibevälde (päev)	14	7	3	

Üldiselt on näitajad head (vt tabelleid 9 – 10), kuid laekumised on aasta aastalt pikemad. Kui tegevuse alguses tasuti ettevõttele arveid keskmiselt 3 päeva jooksul, siis aastaks 2013 oli periood pikenenud juba 2 nädalani. See peegeldab firma tugevat maksete sissenõudmise poliitikat, kuid samas kaudselts ka nõuete tasujate tasapisi raskenevat majanduslikku olukorda.

3. Varude käibekordaja

Valem: Kaubakulu / Keskmised kaubavarud

Näitab, mitu korda perioodi (1 aasta) jooksul varud keskmiselt ära müüakse.

Tabel 11. Varude käibekordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Kaubakulu (EUR)	166 428	135 281	104 939	17 585
Keskmised kaubavarud (EUR)	19 510	19 277	12 766	
Käibekordaja (korda)	8,5	7,0	8,2	

Keskmine näitaja on 6 kuni 7. Ettevõttel Talresto OÜ on näitaja väärtus keskmiselt 7,9. Näitaja kõrge väärtus viitab varude efektiivsele kasutusele müügitulu genereerimisel.

Järgnevalt tõstetakse saadud käibekordaja keskmise varude käibevalde saamiseks allpool toodud valemisse.

4. Keskmine varude käibevalde

Valem: 365 / Varude käibekordaja

Näitab, kui pika aja jooksul varud keskmiselt ära müüakse.

Tabel 12. Varude käibevalde.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Päeva aastas	365	365	365	365
Varude käibekordaja	8,5	7,0	8,2	
Käibevalde (päev)	43	52	45	

Ettevõtte varud vahetuvad täielikult keskmiselt 1,5 kuu jooksul.

Varude kasutamise efektiivsuse näitajate (vt tabelleid 11- 12) tulemustest selgub, et kuna tegemist on tootlustusettevõttega, kus on varusid, mille säilivusajad on pikad (nt alkohol, kuivained jms), et ettevõtte kasutab oma varusid küllaltki efektiivselt. Kuigi kolmandal tegutsemisaastal valde veidi pikenes, on tehtud korrekture ning 2013 aasta seisuga on efektiivsus paranenud.

5. Kreditoorse võlgnevuse käibekordaja

Valem: $\text{Kaubakulu} (*1,2) / \text{Kreditoorne võlg (keskmine)}$

Selgitus: valemi mõlemad tegurid tuleb käibemaksust lähtuvalt ühtlustada.

Näitab, mitu korda keskmiselt toimub lühiajalise võlgnevuse tasumine aruandeperioodil (1 aasta).

Tabel 13. Kreditoorse võlgnevuse käibekordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Kaubakulu (EUR)	368 318	327 460	292 645	68 717
Kreditoorne võlg (keskmine) (EUR)	95 294	73 421	59 501	
Käibekordaja (korda)	4,0	4,5	5,0	

Järgnevalt tuleb kreditoorse võlgnevuse käibevälte saamiseks tõsta saadud käibekordaja allpool toodud valemisse.

6. Kreditoorse võlgnevuse käibevälde

Valem: $365 / \text{Kreditoorse võlgnevuse käibekordaja}$

Näitab, millise perioodi jooksul tasub ettevõtte oma kohustused tarnijate ees.

Tabel 14. Kreditoorse võlgnevuse käibevälde.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Päeva aastas	365	365	365	365
Kreditoorse võlgnevuse käibekordaja	4,0	4,5	5,0	
Käibevälde (päev)	91	81	73	

Ettevõtte tasub ise tarnijatele keskmiselt rohkem kui 2,5 kuu jooksul.

Ettevõtte maksab oma võlgnevused tarnijatele väga pika aja jooksul. Makseperiood on alustamisaastat ja aastat 2013 võrreldes 2,5 kuult tõusnud 3 kuuni. Kuigi ühelt poolt on heaks näitajaks see, kui firmal on intressivabalt võimalik enda kasutuses hoida võõrast raha (ostjad tasuvad ettevõttele ju oluliselt kiiremini), peegeldab tulemus tegelikkuses ettevõtte tõsisid makseraskusi (vt tabelleid 13 – 14).

7. Ettevõtte talitustsükkel

Valem: Varude käibevälde + Debitoorse võlgnevuse käibevälde

Periood, mille jooksul ettevõtte varud muutuvad debitoorseks võlgnevuseks ja debitoorne võlgnevus uuesti rahaks.

Tabel 15. Ettevõtte talitustsükkel.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Varude käibevälde	43	52	45	
Debitoorse võlgnevuse käibevälde	14	7	3	
Käibevälde (päev)	57	59	48	

Ettevõtte talitustsükkel on küllalt stabiilne.

8. Raha konversioonitsükkel

Valem: Varude käibevälde + Debitoorse võlgnevuse käibevälde – Kreditoorse võlgnevuse käibevälde

Näitab, millal varude ostmisest jõutakse müügituluni.

Tabel 16. Raha konversioonitsükkel.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Varude käibevälde	43	52	45	
Debitoorse võlgnevuse käibevälde	14	7	3	
Kreditoorse võlgnevuse käibevälde	91	81	73	
Konvers.tsükkel	-34	-22	-25	

Negatiivne näitaja tähendab, et ettevõtte hoiab kaua enda kasutuses võõrast raha.

Ettevõtte raha liikumise tsükkel (vt tabelleid 15 – 16) näitab seda, kui kiiresti varude alla kinni pandud käibevara muutub uuesti ettevõtte jaoks rahaks. Peegeldab taaskord seda, et ostjad tasuvad oma arveid kiiresti ja üsna stabiilselt. Ettevõtte ise aga on oma arvete tasumise koha pealt välja kaubelnud pikad maksetähtajad või ei pea lihtsal maksetähtaegadest kinni. Kui selle eest intresse ei küsita, on see tegelikkuses väga hea.

9. Põhivara käibekordaja

Valem: Müügitulu (*1,2) / Põhivara jääkmaksumus (keskmine)

Näitab, kui palju müügitulu saadi iga materiaalse põhivara euro kohta.

Selgitus: valemi mõlemad tegurid tuleb käibemaksust lähtuvalt ühtlustada.

Tabel 17. Põhivara käibekordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Müügitulu (EUR)	783 259	677 816	586 117	53 805
Põhivara jääkmaksumus (keskmine) (EUR)	20 341	18 275	8 802	
Käibekordaja (korda)	39	37	67	

Madal arvvärtus tähendab liigset investeerimist põhivarasse.

Antud ettevõtte näitajad on väga head (vt tabelit 17), sest Eesti ettevõtete keskmine on 6-7. See peegeldab seda, et ettevõtte ei ole teinud liigseid investeeringuid põhivarasse. Iga põhivarasse investeeritud euro teenib väga head tulu. Oluline on siinkohal mainida ka seda, et Talresto OÜ ei ole kasutatavat ehitist endale soetanud, vaid rendib seda.

10. Vara käibekordaja

Valem: Müügitulu (*1,2) / Koguvara (keskmine)

Selgitus: valemi mõlemad tegurid tuleb käibemaksust lähtuvalt ühtlustada.

Näitab, kui palju müügitulu saadi iga koguvara euro kohta.

Tabel 18. Vara käibekordaja.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Müügitulu (EUR)	783 259	677 816	586 117	53 805
Koguvara (keskmine) (EUR)	152 546	122 890,5	87 128	
Käibekordaja (korda)	5	6	7	

Eesti ettevõtete keskmist näitajat (1,3) arvestades on Talresto OÜ näitajad on väga head.

Kuna ettevõtte ei oma liigselt varasid, on ka koguvara pealt teenitava tulu näitajad väga head (vt tabelit 18). Kuid suures plaanis näitab varade kasutamise efektiivsus siiski langustrendi. Seega iga varasse investeeritud euro teenib tagasi üha vähem tulu.

Vertikaalanalüüs

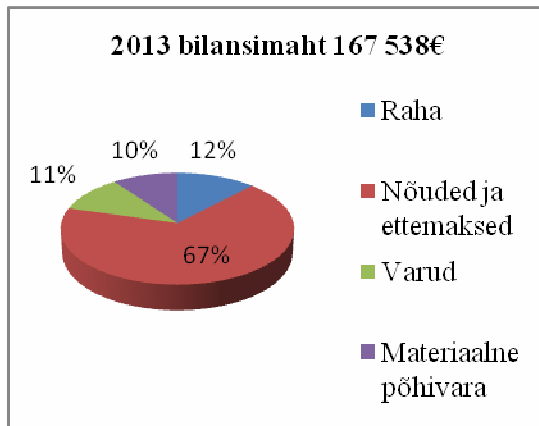
Bilansi vertikaalanalüüs võimaldab hinnata erinevate kirjete osakaalu kogubilansist ning märgata nende muutumist või stabiilsust erinevatel perioodidel, mis absoluutsummade puhul oleksid võinud jääda märkamata. Loob hea pildi varade ja kohustuste proportsionaalsest jaotusest aasta kogubilansist.

Tabel 19. Vertikaalanalüüs.

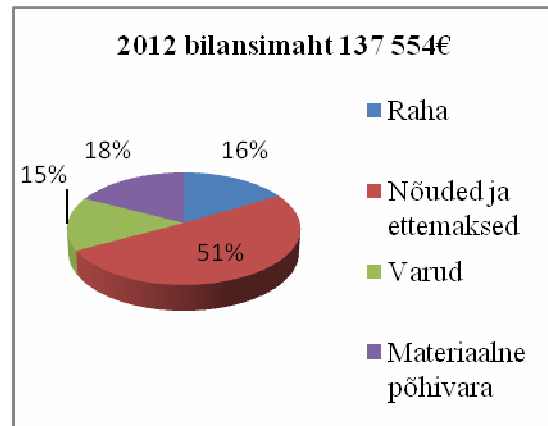
Aasta	2013	2012	2011	2010
Bilansimaht (EUR)	167 538	137 554	108 227	66 029
AKTIVA				
Raha	12,1%	16,5%	29,3%	23,9%
Nõuded ja ettemaksed	67,3%	50,6%	43,2%	56,0%
Varud	10,6%	15,4%	16,0%	12,4%
Materiaalne põhivara	10,0%	17,5%	11,5%	7,7%
PASSIVA				
Lühiajalised kohustused	86,4%	97,0%	78,5%	113,8%
Omakapital	13,6%	3,0%	21,5%	-13,8%

Ettevõtte vertikaalanalüüsist (vt tabelit 19) selgub, et raha arvel on aasta aastalt järjest vähem, kuigi nõuded ja ettemaksed aina suurenevad. Nõuete ja ettemaksete järsk tõus aastal 2013 on seotud välja antud laenuga (vt lisa 2). Viimase käiguga ongi seotud raha osakaalu langus ning tegelikkuses on firma endale sellega tekitanud makseraskused. Varude osakaal muutub üha väiksemaks, mis peegeldab nende efektiivset kasutust. Lühiajaliste kohustuste osakaal bilansis on igal aastal väga suur (keskmiselt 94%) ja kahel aastal kahjumiga töötamise tõttu on omakapitali osakaal väga ebastabiilne.

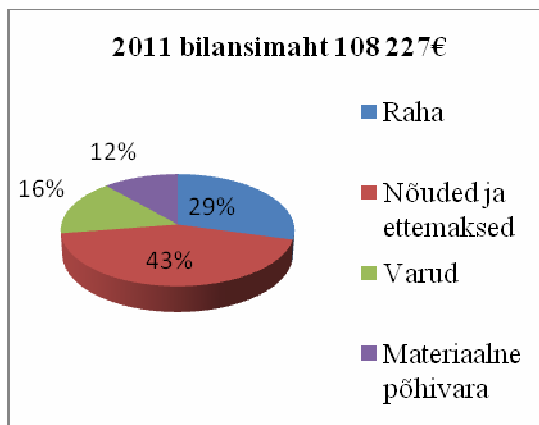
Järgnevad joonised 1 – 4 peegeldavad tabelis 19 kajastatud näitajaid.



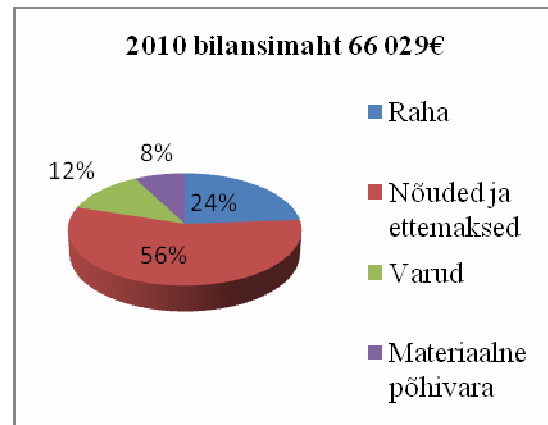
Joonis 1. Bilansimaht 2013.a.



Joonis 2. Bilansimaht 2012.a.



Joonis 3. Bilansimaht 2011.a.



Joonis 4. Bilansimaht 2010.a.

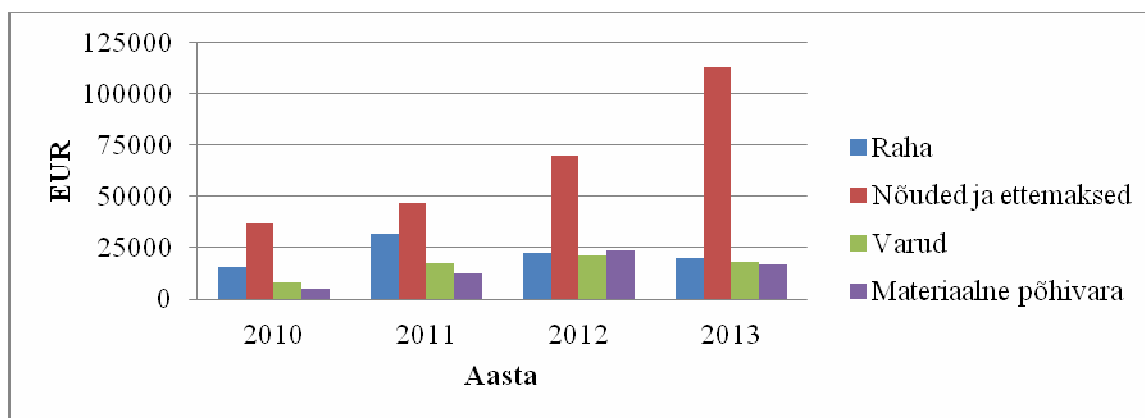
Horisontaalanalüüs

Horisontaalanalüüs näitab iga aruandekirje muutust aastast aastasse. Baasnäitajaks võetakse teatud aasta näitajad, millest arvutatakse järgmise aasta samade näitajate osatähtsus. Annab hea ülevaate sellest, millised on toimunud muutused ettevõtte varade kirjetel (kas kirje on võrreldes eelneva aastaga suurenenud või vähenenud), kuidas on lood ettevõtte kohustustega ja kas kõik need muutused on olnud ettevõttele soodsad või mitte. Võimaldab hästi analüüsida ettevõtte stabiilsust.

Tabel 20. Horisontaalanalüüs.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Bilansimaht (EUR)	167 538	137 554	108 227	66 029
Muutus võrreldes eelmise aastaga	21,8%	27,1%	63,9%	
AKTIVA				
Raha	20 286	22 627	31 655	15 795
Muutus võrreldes eelmise aastaga	-10,3%	-28,5%	100,4%	
Nõuded ja ettemaksud	112 771	69 705	46 691	36 979
Muutus võrreldes eelmise aastaga	61,8%	49,3%	26,3%	
Varud	17 805	21 216	17 338	8 195
Muutus võrreldes eelmise aastaga	-16,1%	22,4%	11,6%	
Materiaalne põhivara	16 676	24 006	12 543	5 060
Muutus võrreldes eelmise aastaga	-30,5%	91,4%	147,9%	
PASSIVA				
Lühiajalised kohustused	144 654	133 280	84 916	75 121
Muutus võrreldes eelmise aastaga	8,5%	57,0%	13,0%	
Omakapital	22 884	4 274	23 311	-9 092
Muutus võrreldes eelmise aastaga	435,4%	-81,7%	356,4%	

Allpool toodud joonisel 5 on välja toodud tabelist 20 võetud bilansi aktiva poole tegurite väärtused aastate lõikes.



Joonis 5. Horisontaalanalüüs 2010-2013.a.

Firma horisontaalanalüüsist (vt tabelit 20) selgub, et hüppelise tõusu on teinud ettevõtte nõuded ja ettemaksud. Seotud on see sellega, et aastal 2012 on välja antud arvestatava suurusega laen ning 2013 on välja antud veel suurem laen, millega tegelikkuses on ettevõtte tekitanud endale likviidsusprobleemid. Muud näitajad on aastatel 2011 ja 2012 näidanud küll kasvutrendi, kuid aastaks 2013 on trend muutunud langevaks.

Pankrotiohu analüüs

Pankrotiohu analüüsi tehakse selleks, et hinnata, kui suur oht on ettevõttel lõpetada pankrotiga. Selle jaoks on allpool kasutatud „Altmani Z seisu valemit“, mille järgi arvutatakse ohtu ettevõtetes, mille aktsiad ei ole turul vabalt kaubeldavad.

Valem : $Z = 6,56x_1 + 3,26x_2 + 6,72x_3 + 1,05x_4$, milles

$x_1 = (\text{Käibevara} - \text{Lühiajalised kohustused}) / \text{Varad}$

$x_2 = \text{Jaotamata kasum} / \text{Varad}$

$x_3 = \text{Ärikasum} / \text{Varad}$

$x_4 = \text{Omakapital} / \text{Kohustused}$

Kui Z on suurem kui 2,6, siis on ettevõtte finantsolukord hea. Kui Z on 1,1 kuni 2,6, siis on olukord ebastabiilne. Kui on Z on väiksem kui 1,1, siis on tõsine pankrotioht.

2013 aasta analüüs:

$$x_1 = (150\,862\text{€} - 144\,654\text{€}) / 167\,538\text{€} = 0,04$$

$$x_2 = (1774\text{€} + 18\,610\text{€}) / 167\,538\text{€} = 0,13$$

$$x_3 = 18\,610\text{€} / 167\,538\text{€} = 0,12$$

$$x_4 = 22\,884\text{€} / 144\,654\text{€} = 0,16$$

$$Z = (6,56 * 0,04) + (3,26 * 0,13) + (6,72 * 0,12) + (1,05 * 0,16) = 0,27 + 0,43 + 0,81 + 0,17 = 1,68$$

Tabel 21. Pankrotiohu analüüs.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Näitaja	1,7	-1,7	3,6	-3,4

Kuigi viimase aasta näitaja põhjal on ettevõtte olukord paranenud, on 4 aasta lõikes olukord siiski väga ebastabiilne. Kahe aasta negatiivne näitaja peegeldab seda, et firma töötab kahjumiga.

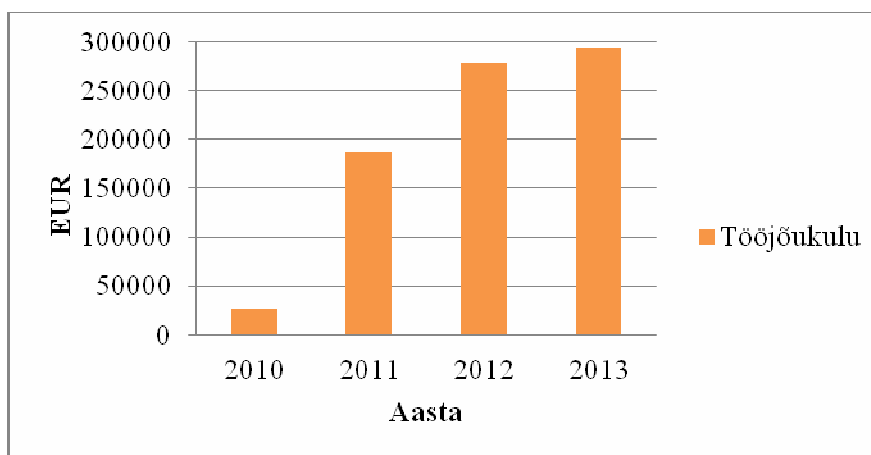
Kulud personalile

Järgnevalt on välja toodud aastate lõikes ettevõtte tööjõukulu. Tööjõukulu sisaldab palgakulu, sotsiaalmaksukulu ja ka renditööjõukulu.

Tabel 22. Tööjõukulu.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Tööjõukulu (EUR)	294 034	278 009	186 600	26 041

Allpool toodud joonis 6 kajastab tabeli 22 näitajaid.



Joonis 6. Tööjõukulu.

Edasi on välja toodud palgakulu töötaja kohta ühes kuus.

Tabel 22.1. Palgakulu töötaja kohta ühes kuus.

Aasta	2013	2012	2011	2010 (4 kuud)
Palgakulu aastas (EUR)	129 210	105 086	71 108	4 126
Palgakulu kuus (EUR)	10 768	8 757	5 926	1 032
Töötajate arv	10	10	7	5
Palgakulu töötaja kohta ühes kuus (EUR)	1077	876	847	206

Ettevõtte nelja tegutsemisaasta jooksul on kulud tööjõule (vt tabelit 22) kasvanud rohkem kui 11 korda ning palgakulu ühe inimese kohta (vt tabelit 22.1) kuus rohkem kui 5 korda. Seotud on see töötajate üha kasvavate nõudmistega palga suhtes, mis omakorda on seotud

igapäevaselt tarbitavate kaupade ja teenuste üldise hinnatõusuga. Kui ettevõtte tahab omada pädevat personali, peab ta nende nõudmistele vastu tulema. Samuti võib olla see seotud ka üha tugevneva kotrolliga Maksuameti poolt avastamiseks maksupettureid. Oluline on siinkohal ka see, et järsk töajõukulude tõus on ka üks suuremaid põhjuseid, miks aastal 2012 lõpetas ettevõtte kahjumiga.

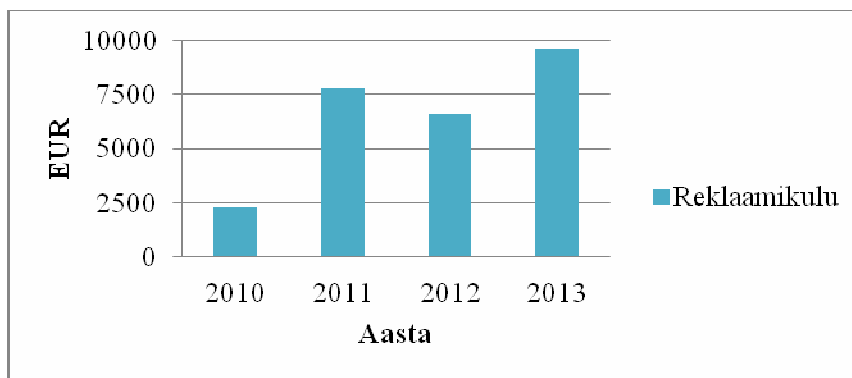
Reklaami- ja marketingikulud

Tänapäeva tihedas konkurentsisis silma paistmiseks tuleb rõhku panna reklaamile. Allpool on välja toodud ettevõtte kulud aastate lõikes antud valdkonnas.

Tabel 23. Reklaami- ja marketingikulud.

Aasta	2013	2012	2011	2010
Reklaamikulu (EUR)	9 615	6 591	7 763	2 293

Joonisel 7 toodud näitajad põhinevad tabelil 23.



Joonis 7. Reklaami- ja marketingikulud.

Ettevõtte kulud reklaamile ja marketingile (vt tabelit 23) näitavad kasutrendi. Võrreldes esimese aastaga on kulud suurenenud rohkem kui 4 korda. Isegi, kui aastal 2012 olid need veidi väiksemad, kui aastal 2011, suurendati neid aastal 2013 märgatavalt. See on avaldanud kindlasti ka mõju müügitulu suurenemisele (peaaegu 100 000€) ning lõppkokkuvõttes ettevõtte kasumlikkusele. Siinkohal ei tasu unustada, et tegemist on nii asukoha kui maine tõttu väga heade eeldustega ettevõttega. See rõhutab veelkord reklaami tähtsust tänapäeva infoühiskonnas.

Rahavoogude analüüs

Kuigi eelpool sai rõhutatud rahavoogude aruande tähtsust suhtarvude analüüsil, ei ole võimalik antud ettevõtte puhul näitajaid arvutada, kuna aruanne on vigaselt esitatud ning teatud kirjed on ilmselt raamatupidaja vea tõttu valesti grupeeritud.

KOKKUVÕTE

Iga juba olemasoleva või tulevase toitlustusettevõtte juht unistab sellest, et tema poolt armastatud töö kannaks vilja. Palju rahulolevaid tulutoovaid kliente, tugev meeskond, kasumlikud finantsnäitajad. Kahjuks aga näitavad erinevad uuringud, et toitlustussektor on suurima pankrotihuga valdkond. Keerulisemaks teeb olukorra üha raskemaks muutuv üleüldine majandusolukord, kus hinnatõusu tõttu on potentsiaalsel kliendil käes üha vähem vaba raha, mida teenindusettevõttesse tuua.

Selleks, et tänapäeval tagada ettevõtte jätkusuutlikkus, peab juhtkond omama lisaks toidutegemisele ka väga häid teadmisi ärijuhtimisest. Aastate jooksul omandatud kogemuse käigus on autor töötanud mitmetes erinevates toitlustusettevõtetes – osa neist kasumlikud, osa mitte. Vahe teebki sisse juhtkonna teadlikkus, oskus ettevõtte igat sammu ette planeerida, analüüsida ja rahulikult toime tulla kõikvõimalike probleemidega, mis igapäevatoos esile kerkivad. Tänapäeval peab juht olema ka liider, et muuta oma ettevõtte potentsiaalse tööjõu jaoks atraktiivseks. Iga toitlustusfirma peab alguse saama põhjalikust ja läbimõeldud äriplaanist, kus sektori igat tegurit põhjalikult tundev juht paneb detailideni paika organisatsiooni visiooni, missiooni, tegevuskava eesmärkide saavutamiseks ning igat majandusnäitajat jälgides ja analüüsides tegutseb sihikindlalt, kuid samas paindlikult, soovitud kasumlikkust tagavate tulemuste saavutamise poole.

Turusituatsiooni silmas pidades ettevõtte Talresto OÜ majandusnäitajaid analüüsides selgus, et antud ettevõtte üldine efektiivsus aastast aastasse järjest väheneb. Esmapilgul on tegemist üsna eduka toitlustusettevõttega. Asukohaks Tallinna kesklinn, hea maine, toetav edukas emafirma ning pidevas suurenemises käive. Kuid analüüsi tulemustest selgub, et hoolimata müügitulu pidevast suurenemisest on kulude kasv kõvasti kiirem. See jätab ettevõttele kätte järjest vähem vaba raha, mida ettevõtte arendamisel kasutada. Lisaks on tasapisi järjest halvenemas majanduslikus olukorras viimasel aastal välja antud suur laen, millega ettevõtte on endale tekitanud suured toimetulekuraskused. Oluline on ka see, et aruannetes ei kajastu kuskil, et kehtestatud oleks mingigi intressimäär. Sellest tulenevalt ongi näha üha suurenevaid makseraskusi oma kohustuste tasumisel. Lisaks on valdav

enamus ettevõtte varadest finantseeritud võõrkapitaliga, mis on suureks riskiks laenude võtmisel ning üleüldises plaanis pärsib tugevalt ettevõtte arengut. Samuti on järsu tõusu läbi teinud tööjõukulu, mis illustreerib ilmekalt seda, kui palju nõudlikumaks on muutunud pädev tööjõuressurss. Loomulikult ei tohi siin unustada ka seda, et järjest tugevnev kontroll varimajanduse üle tootlustussektoris sunnib ettevõtteid kajastama tõeseid andmeid. Samas tuleb kiita ettevõtte varude kasutust - varusid kasutatakse tootlustusettevõtte kohta vägagi efektiivselt. Samuti ei ole tehtud liialt investeringuid põhivara alla.

Töö autori eelnevalt omandatud praktilise kogemuse põhjal kirjeldatud vajadus äriplaani järgi turu praegust olukorda arvestades ja ettevõtte Talresto OÜ põhjal tehtud finantsanalüüs väljendabki nii sõnades kui numbrites seda, kui oluline on ettevõtet juhtides tegutseda läbimõeldult kindla tegevuskava järgi igat majandusnäitajat analüüsides. Lõppkokkuvõttes on tootlustusettevõtte eesmärk teenida kasumit ning antud firmas on neljast aastast kahel töötatud kahjumiga. Kui juba nii tugevate eeldustega ettevõtte vaevleb hetke turusituatsioonis toimetulekuraskustes, siis täiesti nullist alustav väikeettevõtte peab jätkusuutlikkuse tagamiseks pingutama topelt.

SUMMARY

PRECONDITIONS AND FINANCIAL ANALYSIS OF A PROFITABLE RESTAURANT

Every manager or an owner of a restaurant dreams about having great results. Many satisfied customers, strong teamwork, profitable financial indicators. Unfortunately many different studies show that the biggest chance of ending up with bankruptcy is in the catering sector. The overall situation with the economy, where price levels go up fast, leaves less and less free money to be used in restaurants by the potential customers.

The purpose of this paper is to point out the need of well-planned managing in catering sector and the need to understand and analyze the financial indicators in order to ensure profitability in current market situation.

To insure the sustainability of an organization in current market situation, the management has to have a very good knowledge about business management. Knowing everything about how to prepare excellent and safe food is not good enough anymore. Throughout the years the author has worked in different types of restaurants – some of them profitable, some not. The difference comes from the awareness of the management, their ability to plan ahead every step they take, to analyze and to manage every problem that occurs in the process of working the field, with serenity. The manager of the company also has to be a leader in order to attract potential workforce. Every restaurant has to start their processes with a profound and well thought business plan, where the management, who knows every factor of the catering sector, writes down in detail the vision, mission and the action plan in order to achieve the targeted results for their company. After that the management has to work purposefully, yet with flexibility, in order to achieve the profitable results set earlier, while analyzing every financial factor on regular bases.

While taking in consideration the current market situation the author analyzed the financial indicators of Talresto OÜ and found out that the overall effectiveness of this restaurant from year to year is declining. At first it seems like a quite successful organization.

Located in the center of Tallinn, the restaurant has a very good reputation, supportive and successful parent company and a rising turnover. But the closer study shows that even if the turnover is rising, the increase of costs is much faster. This leaves the company with less and less free money to use for the development of the organization. In addition to the deterioration of the overall economy, the company gave out a big loan and put itself in a difficult financial situation with that move. The important factor here is that the interest rate is not reflected on papers presented to the Tax Office. Consequently the company has difficulties in paying its bills. Also very important is the fact that the company is mostly financed by external sources, which makes the organization risky to the creditors and overall has a negative influence on the development of the restaurant. The cost of labor has increased rapidly, which reflects expressively the rising demands of the workforce. Of course the author cannot forget the fact that the Tax Office has strengthened the control measures to reduce tax evasion, so the organizations have to submit true data. In positive side, the restaurant uses its' inventory very efficiently and hasn't invested too much in capital assets.

The need for the proper business plan, which was described previously by the author while taking in consideration authors' experience in the catering sector, and the financial analyze of Talresto OÜ restaurant expresses with words and in numbers the importance of working by well-planned agenda while keeping track of every financial indicator on regular bases. By the end of the day the purpose of the restaurant is to make a profit, but the restaurant Talresto OÜ has not made a profit in 2 years out of 4. If a company with such high preconditions has economic difficulties in current market situation, the owners of a small business starting from zero have to work twice as hard in order to ensure the sustainability of their organization.

KASUTATUD KIRJANDUS

- 1) Indrek Maripuu, Ettevõtluse alused, TTÜ Majandusteaduskonna Ärikorralduse Instituut, loengukonspekt, 2007.
- 2) EAS, Äri asukoha valik, <http://www.eas.ee/et/alustavale-ettevotjale/ettevotlusega-alustamine/aeriuehingu-registreerimistoimingud-ja-kulud/aeri-asukoha-valik>, 25.09.2014.
- 3) Alan Hall, To succeed as an entrepreneur, know your customer, <http://www.forbes.com/sites/alanhall/2012/06/14/to-succeed-as-an-entrepreneur-know-your-customer/>, 09.10.2014.
- 4) Business Link UK, Know your customers' needs, <http://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/know-your-customers--needs/>, 09.10.2014.
- 5) Timothy Keiningham, Profitable Loyalty, <http://www.ipsos.com/content/profitable-loyalty>, 10.10.2014.
- 6) Raymond S. Schmidgall, David Hayes, Donald Lundberg, Jack D. Ninemeier, Restaurant financial basics, Wiley, 10.03.2003.
- 7) Inga Stelmak, Juhi ja ettevõtja raharaamat, I osa, OÜ Six Apples, 2013.
- 8) CC Marketing online, Why do I need a marketing plan, <http://www.ccmakingonline.com/why-do-i-need-a-marketing-plan/>, 18.10.2014.
- 9) Heli Tooman, Turismiturundus, Riiklik Eksami- ja Kvalifikatsioonikeskus, 2.pandatud trükk, 2002.
- 10) Ruth Alas, Milline töötaja annab endast parima, <http://epl.delfi.ee/news/arvamus/ruth-alas-milline-tootaja-annab-endast-parima.d?id=65529956>, 18.10.2014.
- 11) John Adair, Juht, mitte ülemus, Väike vanker OÜ, 2006.
- 12) Jüri Rünkla, Ärianalüüs, OÜ Külim, 2003.
- 13) Monica Parpal, How to reduce staff turnover and improve employee retention in your restaurant, <http://www.foodservicewarehouse.com/education/restaurant-management-and-operations/how-to-reduce-staff-turnover-and-improve-employee-retention-in-your-restaurant/c28035.aspx>, 18.10.2014.
- 14) Riigi Teataja, Töölepinguseadus, <https://www.riigiteataja.ee/akt/13198475&leiaKehtiv>, 18.10.2014.
- 15) Ruth Alas, Juhtimise alused, Külim, 2001.
- 16) Jeffrey Joyner, What is the purpose of an asset management program, <http://smallbusiness.chron.com/purpose-asset-management-program-46436.html>, 19.10.2014.
- 17) Celestine Chua, Are you overworking, <http://www.dumblittleman.com/2010/10/are-you-overworking-7-important-steps.html>, 21.10.2014.
- 18) Lorri Mealey, Choosing a location for your restaurant, <http://restaurants.about.com/od/openingarestaurant/a/location.htm>, 25.09.2014.
- 19) Karen E. Spaeder, How to find the best location, <http://www.entrepreneur.com/article/73784>, 25.09.2014.

- 20) Jim Tierney, Focus on loyal customers over new acquisitions, <http://loyalty360.org/resources/article/focus-on-loyal-customers-over-new-acquisitions>, 10.10.2014.
- 21) Derek Bishop, Keep profitable customers coming back for more, <http://www.marketingdonut.co.uk/marketing/customer-care/customer-loyalty-schemes/keep-profitable-customers-coming-back-for-more>, 10.10.2014.
- 22) Next Up Asia, 5 reasons why customer loyalty is so important in our digitized marketplace, <http://www.nextupasia.com/5-reasons-why-customer-loyalty-is-so-important-in-our-digitized-marketplace/>, 10.10.2014.
- 23) Gregg Rapp, Menu engineering: how to raise restaurant profits 15% or more, <http://www.menucoverdepot.com/resource-center/articles/restaurant-menu-engineering/>, 15.10.2014.
- 24) Know This LLC, Product development steps 1-3, <http://www.knowthis.com/managing-products/product-development-steps-1-3>, 15.10.2014.
- 25) Loov Eesti, Tootearendus, <http://www.looveesti.ee/arenda-ettevotet/tootearendus.html>, 15.10.2014.
- 26) David Ronick, 5 reasons why you need a business plan, <http://www.inc.com/articles/201107/5-reasons-why-you-need-a-business-plan.html>, 02.10.2014.
- 27) Tim Berry, 15 reasons you need a business plan, <http://www.entrepreneur.com/article/83818>, 02.10.2014.
- 28) Lorri Mealey, Ten reasons restaurants fail, <http://restaurants.about.com/od/openingarestaurant/a/Restauntfails.htm>, 12.09.2014.
- 29) Corporate Business Solutions, Profitable business operations, <http://www.cbs-cbs.com/profitable-business-operations/>, 12.09.2014.
- 30) Greg McGuire, Increasing restaurant profits, <http://blog.etundra.com/restaurant-management-and-operations/10-tips-profitable-restaurant/>, 14.09.2014.
- 31) John Nessel, Ten restaurant financial red flags, http://rrgconsulting.com/ten_restaurant_financial_red_flags.htm, 14.09.2014.
- 32) Suzanne Lucas, How much employee turnover really cost you, <http://www.inc.com/suzanne-lucas/why-employee-turnover-is-so-costly.html>, 18.10.2014.
- 33) Suzanne Lucas, How much does it cost companies to lose employees, <http://www.cbsnews.com/news/how-much-does-it-cost-companies-to-lose-employees/>, 18.10.2014.
- 34) Karin Volo, How much employee turnover is really costing your business, <http://www.engageforsuccess.org/employee-turnover-real-cost/#.VElQo6QcTIU>, 18.10.2014.
- 35) Kadri Põlendik, Kus on suurim pankrotioht, <http://www.aripaev.ee/uudised/2014/03/11/enim-pankrotte-on-majutuses-jatitlustuses>, 02.12.2014.
- 36) Külli Müür, Raamatupidamise alused, loengukonspekt, 2014.

MAJANDUSAASTA ARUANNE

aruandeaasta algus: 01.01.2011

aruandeaasta lõpp: 31.12.2011

ärinimi: Talresto OÜ

registrikood: 11983069

tänava/talu nimi, Lootsi 4

maja ja korteri number:

linn: Tallinn

maakond: Harju maakond

postisihnumber: 10151

telefon: +372 6022222, +372 56358747

e-posti address: info@neh.ee, mumarts@gmail.com

veebilehe address: www.neh.ee

Sisukord

Tegevusaruanne	3
Raamatupidamise aastaaruanne	4
Bilanss	4
Kasumiaruanne	5
Rahavoogude aruanne	6
Omakapitali muutuste aruanne	7
Raamatupidamise aastaaruande lisad	8
Lisa 1 Arvestuspõhimõtted	8
Lisa 2 Raha	9
Lisa 3 Nõuded ja ettemaksed	9
Lisa 4 Maksude ettemaksed ja maksuvõlad	10
Lisa 5 Varud	10
Lisa 6 Materiaalne põhivara	11
Lisa 7 Võlad ja ettemaksed	11
Lisa 8 Osakapital	12
Lisa 9 Müügitulu	12
Lisa 10 Kaubad, toore, materjal ja teenused	12
Lisa 11 Mitmesugused tegevuskulud	13
Lisa 12 Tööjõukulud	13
Lisa 13 Seotud osapooled	13

Tegevusaruanne

Sissejuhatus

OÜ Talresto tegeleb restorani "Neh" pidamisega.

Neh on Pädaste Mõisa talvehooaja köök Tallinnas.

See on õdusa bistroo-olustikuga koht hea toidu nautlejale, kuhu Eesti parima kokakunsti meeskond on oma pottide ja pannidega tulnud külma talve veetma.

Ka selles talvises peatuspaigas jätkame Põhjala saarte köögi elamuste pakkumist, kasutame saarte väiketalupidajate saadusi ning peame silmas hooegade maitseid. Võrreldes Alexander restoraniga Pädastes, on Neh lihtsam ja talvine bistroo on stiililt vähem peen kui fine-dining, kuid Neh'is loevad lähedus ja soojus, just see, mis praegusel aastaajal kõige olulisem.

Tulud, kulud ja kasum

Restoran Neh avati 26.11.2010.

Investeeringud

Aruandeperioodil investeeriti materiaalsesse põhivarasse 9554 €.

Personal

Talresto keskmine töötajate arv oli 7 töötajat. Tööjõukulud moodustasid 186600 €. Sealhulgas kasutas Talresto OÜ renditööjõudu grupi teistelt ettevõtetest summas 91236 €.

Eesmärgid järgmiseks majandusaastaks

Restoran Neh on avatud aastaringsest.

Raamatupidamise aastaaruanne

Bilanss

(eurodes)

	31.12.2011	31.12.2010	Lisa nr
Varad			
Käibevara			
Raha	31 655	15 795	2
Nõuded ja ettemaksed	46 691	36 979	3
Varud	17 338	8 195	5
Kokku käibevara	95 684	60 969	
Põhivara			
Materiaalne põhivara	12 543	5 060	6
Kokku põhivara	12 543	5 060	
Kokku varad	108 227	66 029	
Kohustused ja omakapital			
Kohustused			
Lühiajalised kohustused			
Laenukohustused	0	400	
Võlad ja ettemaksed	84 916	74 721	7
Kokku lühiajalised kohustused	84 916	75 121	
Kokku kohustused	84 916	75 121	
Omakapital			
Osakapital nimiväärtuses	2 500	2 500	8
Eelmiste perioodide jaotamata kasum (kahjum)	-11 592	0	
Aruandeaasta kasum (kahjum)	32 403	-11 592	
Kokku omakapital	23 311	-9 092	
Kokku kohustused ja omakapital	108 227	66 029	

Kasumiaruanne

(eurodes)

	2011	25.08.2010 - 31.12.2010	Lisa nr
Müügitulu	488 431	53 805	9
Muud äritulud	13	0	
Kaubad, toore, materjal ja teenused	-199 404	-50 897	10
Mitmesugused tegevuskulud	-44 467	-6 367	11
Tööjõukulud	-186 600	-5 545	12
Põhivara kulum ja väärtuse langus	-2 071	-250	
Muud ärikulud	-23 508	-2 340	
Ärikasum (kahjum)	32 394	-11 594	
Finantstulud ja -kulud	9	2	
Kasum (kahjum) enne tulumaksustamist	32 403	-11 592	
Aruandeaasta kasum (kahjum)	32 403	-11 592	

Rahavoogude aruanne

(eurodes)

	2011	25.08.2010 - 31.12.2010	Lisa nr
Rahavood äritegevusest			
Ärikasum (kahjum)	32 394	-11 594	
Korrigeerimised			
Põhivara kulum ja väärtuse langus	2 071	250	6
Muud korrigeerimised	9	1	
Kokku korrigeerimised	2 080	251	
Äritegevusega seotud nõuete ja ettemaksete muutus	-9 712	-35 061	
Varude muutus	-9 143	-8 195	5
Äritegevusega seotud kohustuste ja ettemaksete muutus	10 195	74 721	
Kokku rahavood äritegevusest	25 814	20 122	
Rahavood investeerimistegevusest			
Tasutud materiaalse ja immateriaalse põhivara soetamisel	-9 554	-5 310	6
Antud laenud	0	-1 917	3
Kokku rahavood investeerimistegevusest	-9 554	-7 227	
Rahavood finantseerimistegevusest			
Saadud laenud	0	400	
Saadud laenude tagasimaksud	-400	0	
Kokku rahavood finantseerimistegevusest	-400	400	
Kokku rahavood	15 860	13 295	
Raha ja raha ekvivalendid perioodi alguses	15 795	2 500	2
Raha ja raha ekvivalentide muutus	15 860	13 295	
Raha ja raha ekvivalendid perioodi lõpus	31 655	15 795	2

Omakapitali muutuste aruanne

(eurodes)

			Kokku
	Osakapital nimiväärtuses	Jaotamata kasum (kahjum)	
25.08.2010	2 500	0	2 500
Aruandeaasta kasum (kahjum)	0	-11 592	-11 592
31.12.2010	2 500	-11 592	-9 092
Aruandeaasta kasum (kahjum)		32 403	32 403
31.12.2011	2 500	20 811	23 311

Raamatupidamise aastaaruande lisad

Lisa 1 Arvestuspõhimõtted

Üldine informatsioon

Talresto OÜ 2011. aasta raamatupidamise aastaaruanne on koostatud kooskõlas Eesti hea raamatupidamistavaga. Hea raamatupidamistava põhinõuded on kehtestatud Eesti Vabariigi raamatupidamise seaduses, mida täiendavad Raamatupidamise Toimikonna poolt välja antud juhendid.

Talresto OÜ 2011. aasta raamatupidamise aastaaruande koostamisel on lähtutud ettevõtte tegevuse jätkuvusest.

Raamatupidamise aastaaruanne on koostatud Eurodes.

Välisvaluutas fikseeritud tehingute kajastamisel on aluseks võetud tehingu toimumise päeval ametlikult kehtinud Euroopa Keskpannga valuutakursid. Välisvaluutatehingutest saadud kasumid ja kahjumid on kasumiaruandes kajastatud periooditulu ja -kuluna.

Nõuded ja ettemaksud

Nõuded on bilansis hinnatud lähtuvalt tõenäoliselt laekuvatest summadest. Nõuete hindamisel on vaadatud igat nõuet eraldi, arvestades teadaolevat informatsiooni kliendi maksevõime kohta.

Kõiki muid nõudeid kajastatakse järjepidevalt nõude arvelevõtmisest kuni selle realiseerimiseni õiglasest väärtusest. Nõuete õiglasest väärtuse muutused kajastatakse järjepidevalt kas kasumi või kahjumina aruandeperioodi kasumiaruandes.

Varud

Varud võetakse arvele soetusmaksumuses, mis koosneb ostuhinnast, muudest mittetagastatavatest maksudest ja soetamisega seotud otsestest veokuludest, millest on maha arvatud hinnaalandid ja dotatsioonid. Varude arvestamisel kasutatakse perioodilise arvestuse süsteemi.

Materiaalne ja immateriaalne põhivara

Põhivaraks loetakse varasid maksumusega alates 320 € ja kasuliku tööeaga üle ühe aasta. Varad, mille kasulik tööiga on üle 1 aasta, kuid mille soetusmaksumus on alla 320 € kajastatakse kuni kasutusele võtmiseni väheväärtusliku inventarina (varudena) ja vara kasutusele võtmise hetkel kantakse 100%-liselt kulusse. Kuldesse kantud väheväärtuslike inventaride üle peetakse arvestust bilansiväliselt. Amortisatsiooni arvestamisel kasutatakse lineaarset meetodit. Amortisatsiooninorm määratakse igale põhivara objektile eraldi sõltuvalt selle kasulikust tööeast. Juhatus lähtub põhivara arvelevõtmisel väheväärtuslike objektide kompleksi kogumaksumuselt, sõltumata sinna kuuluvate üksikobjektide väärtusest ja teeb iga kompleksi kohta eraldi otsuse nende kapitaliseerimise kohta.

Amortisatsioonimäärad aastas on põhivara gruppidele järgmised:

- Maa 0%
- Ehitised ja rajatised 3-15 %
- Masinad ja seadmed 8-20 %
- Transpordivahendid 15-30 %
- Muu inventar, tööriistad ja sisseseade 20-40 %
- Infotehnoloogia 33%
- Kunstiväärtused 5%

Immateriaalne põhivara võetakse algselt arvele tema soetusmaksumuses, mis koosneb ostuhinnast ja otseselt soetamisega seotud kulutustest. Immateriaalset põhivara kajastatakse bilansis tema soetusmaksumuses, millest on maha arvatud akumulieeritud kulum ja võimalikud väärtuse langusest tulenevad allahindlused.

Määratud kasuliku elueaga immateriaalsete põhivarade amortisatsiooni arvestamisel kasutatakse lineaarset meetodit.

Amortisatsioonimäär määratakse igale immateriaalse põhivara objektile eraldi, sõltuvalt selle kasulikust elueast. Amortisatsioonimäärade vahemikud on immateriaalse põhivara gruppidele järgmised:

- Arendusväljaminekud 10-50%
- Tarkvara, patendid, litsentsid, kaubamärgid ja muu immateriaalne põhivara 10-50%

Arendusväljaminekud on kulutused, mida tehakse uurimistulemuste rakendamisel uute konkreetsete toodete, teenuste, protsesside või süsteemide väljatöötamiseks, kujundamiseks või testimiseks. Arendusväljaminekuid kapitaliseeritakse juhul kui eksisteerib kava projekti

elluviimiseks ning arendusväljaminekute suurust ja immateriaalsest varast tulevikus tekkivat majanduslikku kasu on võimalik usaldusväärselt mõõta.

Finantskohustused

Kõik finantskohustused (võlad hankijatele, võetud laenud, viitvõlad ning muud lühi- ja pikaajalised võlakohustused) võetakse algselt arvele nende soetusmaksumuses, mis sisaldab ka kõiki soetamisega otseselt kaasnevaid kulutusi.

Lühiajaliste finantskohustuste korrigeeritud soetusmaksumus on üldjuhul võrdne nende nominaalväärtusega, mistõttu lühiajalisi finantskohustusi kajastatakse bilansis maksmisele kuulavas summas.

Finantskohustus liigitatakse lühiajaliseks, kui selle tasumise tähtaeg on kaheteist kuu jooksul alates bilansikuupäevast; või ettevõtte pole tingimusteta õigust kohustise tasumist edasi lükata rohkem kui 12 kuud pärast bilansikuupäeva. Laenukohustusi, mille tagasimakse tähtaeg on 12 kuu jooksul bilansipäevast, kuid mis refinantseeritakse pikaajaliseks pärast bilansipäeva, kuid enne aastaaruande kinnitamist, kajastatakse lühiajalistena. Samuti kajastatakse lühiajalistena laenukohustusi, mida laenuandjal oli õigus bilansipäeval tagasi kutsuda laenulepingus sätestatud tingimuste rikkumise tõttu.

Tulud

Kaupade müügist tulenevat tulu kajastatakse siis, kui kõik olulised omandiga seotud riskid on läinud üle ostjale ning müügitulu ja tehinguga seotud kulu on usaldusväärselt määratav. Tulu teenuste müügist kajastatakse teenuse osutamisel.

Lisa 2 Raha

(eurodes)

	31.12.2011	31.12.2010
Sularaha kassas	4 481	2 354
Arvelduskontod	19 963	12 353
Raha teel	7 211	1 088
Kokku raha	31 655	15 795

Lisa 3 Nõuded ja ettemaksed

(eurodes)

	31.12.2011	31.12.2010
Nõuded ostjate vastu	4 623	3 504
Ostjatelt laekumata arved	4 623	3 504
Maksude ettemaksed ja tagasinõuded	0	2 937
Muud nõuded	16 810	2 250
Laenuõuded	11 952	1 917
Muud nõuded	4 858	333
Tulevaste perioodide kulud	25 258	28 287
Kokku nõuded ja ettemaksed	46 691	36 978

Lisa 4 Maksude ettemaksed ja maksuvõlad

(eurodes)

	31.12.2011	31.12.2010	
	Maksuvõlg	Ettemaks	Maksuvõlg
Käibemaks	11 808	2 937	0
Üksikisiku tulumaks	1 569	0	135
Sotsiaalmaks	2 930	0	364
Kohustuslik kogumispension	135		
Töötuskindlustusmaksed	373	0	47
Muud maksude ettemaksed ja maksuvõlad	1 604		
Kokku maksude ettemaksed ja maksuvõlad	18 419	2 937	546

Muud maksuvõlad on Tallinna müügimaks.

Lisa 5 Varud

(eurodes)

	31.12.2011	31.12.2010
Müügiks ostetud kaubad	12 720	8 143
Ettemaksed varude eest	4 618	52
Kokku varud	17 338	8 195

Lisa 6 Materiaalne põhivara

(eurodes)

						Kokku
	Ehitised			Masinad ja seadmed	Muu materiaalne põhivara	
		Arvutid ja arvuti-süsteemid	Muud masinad ja seadmed			
25.08.2010						
Soetusmaksumus		0	0	0	0	0
Akumuleeritud kulum		0	0	0	0	0
Jääkmaksumus		0	0	0	0	0
Ostud ja parendused		511	1 342	1 853	3 457	5 310
Amortisatsioonikulu		-28	-74	-102	-148	-250
31.12.2010						
Soetusmaksumus		511	1 342	1 853	3 457	5 310
Akumuleeritud kulum		-28	-74	-102	-148	-250
Jääkmaksumus		483	1 268	1 751	3 309	5 060
Ostud ja parendused	3 846	480	1 400	1 880	3 828	9 554
Amortisatsioonikulu		-327	-570	-897	-1 174	-2 071
31.12.2011						
Soetusmaksumus	3 846	991	2 742	3 733	7 285	14 864
Akumuleeritud kulum		-355	-644	-999	-1 322	-2 321
Jääkmaksumus	3 846	636	2 098	2 734	5 963	12 543

Lisa 7 Võlad ja ettemaksed

(eurodes)

	31.12.2011	31.12.2010
Võlad tarnijatele	50 296	68 707
Võlad töövõtjatele	11 081	4 062
Maksuvõlad	18 419	546
Muud võlad	5 005	0
Muud viitvõlad	5 005	0
Saadud ettemaksed	115	1 406
Kokku võlad ja ettemaksed	84 916	74 721

Lisa 8 Osakapital

(eurodes)

	31.12.2011	31.12.2010
Osakapital	2 500	2 500
Osade arv (tk)	1	1

Lisa 9 Müügitulu

(eurodes)

	2011	25.08.2010 - 31.12.2010
Müügitulu geograafiliste piirkondade lõikes		
Müük Euroopa Liidu riikidele		
Eesti	488 431	53 805
Müük Euroopa Liidu riikidele, kokku	488 431	53 805
Kokku müügitulu	488 431	53 805
Müügitulu tegevusalade lõikes		
Toitlustamine	467 447	53 805
Tööjõurent	20 984	0
Kokku müügitulu	488 431	53 805

Lisa 10 Kaubad, toore, materjal ja teenused

(eurodes)

	2011	25.08.2010 - 31.12.2010
Tooraine ja materjal	104 939	17 585
Energia	7 607	1 825
Elektrienergia	6 806	1 407
Soojusenergia	743	391
Kütus	58	27
Üür ja rent	11 540	1 705
Kommunaalkulud	4 343	935
Renditud tööjõukulud	0	20 496
Varade kasutusrent	24 905	0
Muud	46 070	8 351
Kokku kaubad, toore, materjal ja teenused	199 404	50 897

2011. a. aruandes kajastub rida "Renditud tööjõukulud" lisas 12 "Tööjõukulud" summas 91236 €.

Lisa 11 Mitmesugused tegevuskulud

(eurodes)

	2011	25.08.2010 - 31.12.2010
Mitmesugused bürookulud	4 082	221
Lähetuskulud	1 354	0
Riiklikud ja kohalikud maksud	9	27
Raamatupidamisteenus	8 724	1 107
reklaam ja marketing	7 763	2 293
Investeeringukulud	6 238	932
Pangateenus	5 452	0
Tallinna müügimaks	4 390	0
Muud	6 455	1 787
Kokku mitmesugused tegevuskulud	44 467	6 367

Lisa 12 Tööjõukulud

(eurodes)

	2011	25.08.2010 - 31.12.2010
Palgakulu	71 108	4 126
Sotsiaalmaksud	24 256	1 419
Renditud tööjõukulud	91 236	0
Kokku tööjõukulud	186 600	5 545
Töötajate keskmine arv taandatuna täistööajale	7	5

2010.a. aruandes kajastus renditud tööjõukulud lisas 10 "Kaubad, toore, materjal ja teenused" summas 20496 €.

Lisa 13 Seotud osapooled

(eurodes)

Aruandekohustuslase emaettevõtja nimetus	PMR Catering OÜ
Riik, kus aruandekohustuslase emaettevõtja on registreeritud	Eesti

Saldod seotud osapooltega rühmade lõikes

	31.12.2011		31.12.2010	
	Nõuded	Kohustused	Nõuded	Kohustused
Emaettevõtja	0	17 470	1 917	2 684
Teised samasse konsolideerimisgruppi kuuluvad ettevõtjad	11 952	14 513	0	45 638
Tegev- ja kõrgem juhtkond ning olulise osalusega eraisikust omanikud			0	400
Tegev- ja kõrgema juhtkonna ning olulise osalusega eraisikust omanike lähedased pereliikmed ning nende valitseva või olulise mõju all olevad ettevõtjad	0	3 840	0	0

	2011		25.08.2010 - 31.12.2010	
	Ostud	Müügid	Ostud	Müügid
Emaettevõtja	47 913	0	2 237	0
Teised samasse konsolideerimisgruppi kuuluvad ettevõtjad	104 565	28 847	38 032	0
Tegev- ja kõrgema juhtkonna ning olulise osalusega eraisikust omanike lähedased pereliikmed ning nende valitseva või olulise mõju all olevad ettevõtjad	3 200	0	0	0

OÜ TALRESTO

ALLKIRJAD 2011 MAJANDUSAASTA ARUANDELE

OÜ TALRESTO 2011 majandusaasta aruande allkirjastamine, aruanne on kinnitatud osanike üldkoosoleku poolt 13. juunil 2012. aastal.

Hans Martin Breuer juhatuse liige



18.06.2012

Aruande elektroonilised kinnitused

Talresto OÜ (registrikood: 11983069) 01.01.2011 - 31.12.2011 majandusaasta aruande andmete õigsust on elektrooniliselt kinnitanud:

Kinnitaja nimi	Kinnitaja roll	Kinnituse andmise aeg
Lia Saaremäel	Sisestaja	20.06.2012
Resolutsioon:	Kinnitan aruande	

SÕLTUMATU VANDEAUDIITORI ARUANNE

Talresto OÜ osanikule

Oleme auditeerinud Talresto OÜ raamatupidamise aastaaruannet, mis sisaldab bilanssi seisuga 31.12.2011, kasumiaruannet, omakapitali muutuste aruannet ja rahavoogude aruannet eeltoodud kuupäeval lõppenud majandusaasta kohta, aastaaruande koostamisel kasutatud oluliste arvestuspõhimõtete kokkuvõtet ning muid selgitavaid lisasid. Auditeeritud raamatupidamise aastaaruanne, mis on toodud lehekülgedel 4 kuni 14, on kaasatud käesolevale aruandele.

Juhtkonna kohustus raamatupidamisaruannete osas

Juhtkond vastutab raamatupidamise aastaaruande koostamise ja õiglase esitamise eest kooskõlas Eesti hea raamatupidamistavaga ning sellise sisekontrolli eest, mida juhtkond peab vajalikuks, et võimaldada pettusest või veast tuleneva olulise väärkajastamiseta raamatupidamise aastaaruande koostamist.

Vandeauditiitori kohustus

Meie kohustuseks on avaldada oma auditi põhjal arvamust selle raamatupidamise aastaaruande kohta. Viisime oma auditi läbi kooskõlas rahvusvaheliste auditeerimisstandarditega (Eesti). Nende standardite kohaselt on nõutav, et oleme kooskõlas eetikanõuetega ning planeerime ja viime auditi läbi omandamiseks põhjendatud kindluse selle kohta, kas raamatupidamise aastaaruanne on olulise väärkajastamiseta.

Audit hõlmab raamatupidamise aastaaruandes esitatud arvnaajate ja avalikustatud informatsiooni kohta auditi tõendusmaterjali hankimiseks vajalike protseduuride läbiviimist. Valitud protseduurid sõltuvad vandeauditiitori otsustustest, sealhulgas hinnangust riskidele, et raamatupidamise aastaaruanne võib sisaldada pettustest või vigadest tulenevaid olulisi väärkajastamisi. Nende riskihinnangute tegemisel võtab vandeauditiitor arvesse sisekontrolli, mis on relevantne majandusüksuse raamatupidamise aastaaruande koostamisel ja õiglasel kajastamisel, kavandamiseks antud tingimustes asjakohaseid auditiprotseduure, kuid mitte arvamuse avaldamise eesmärgil majandusüksuse sisekontrolli tulemuslikkuse kohta. Audit hõlmab samuti juhtkonna poolt kasutatud arvestuspoliitika asjakohasuse ja tehtud arvestushinnangute põhjendatuse ning ka raamatupidamise aastaaruande üldise esitusviisi hindamist.

Usume, et auditi tõendusmaterjal, mille oleme hankinud, on piisav ja asjakohane aluse andmiseks meie auditarvamusele.

Arvamus

Meie arvates kajastab kaasatud raamatupidamise aastaaruanne kõigis olulistes osades õiglaselt Talresto OÜ finantsseisundit seisuga 31.12.2011 ning sellel kuupäeval lõppenud majandusaasta finantstulemust ja rahavoogusid kooskõlas Eesti hea raamatupidamistavaga.

/digitaalselt allkirjastatud/

Mare Rebane

Vandeauditiitori number 313

OÜ Finants

Auditoorettevõtja tegevusloa number 146

Luige 17, Tartu 50403

20.06.2012

Audiitorite digitaalallkirjad

Talresto OÜ (registrikood: 11983069) 01.01.2011 - 31.12.2011 majandusaasta aruandele lisatud audiitori aruande on digitaalselt allkirjastanud:

Allkirjastaja nimi	Allkirjastaja roll	Allkirja andmise aeg
MARE REBANE	Vandeaudiitor	20.06.2012

Kahjumi katmise ettepanek

(eurodes)

	31.12.2011
Eelmiste perioodide jaotamata kasum (kahjum)	-11 592
Aruandeaasta kasum (kahjum)	32 403
Kokku	20 811
Katmine	
Dividendideks	14 961
Eelmiste perioodide jaotamata kasum (kahjum) peale jaotamist (katmist)	5 850
Kokku	20 811

Kasumi jaotamise otsus

(eurodes)

	31.12.2011
Eelmiste perioodide jaotamata kasum (kahjum)	-11 592
Aruandeaasta kasum (kahjum)	32 403
Kokku	20 811
Jaotamine	
Dividendideks	14 961
Eelmiste perioodide jaotamata kasum (kahjum) peale jaotamist (katmist)	5 850
Kokku	20 811

Müügitulu jaotus tegevusalade lõikes

Tegevusala	EMTAK kood	Müügitulu (EUR)	Müügitulu %	Põhitegevusala
Restoranid jm toitlustuskohad	56101	467447	95.70%	Jah
Ajutise tööjõu rent	78201	20984	4.30%	Ei

Osanikud

Nimi / ärinimi	Isikukood / registrikood / sünniaeg	Elukoht / Asukoht	Osaluse suurus ja valuuta
PMR Catering OÜ	11982845	Pädaste mõis, Pädaste küla, Muhu vald, Saare maakond, Eesti	2500 EUR

Sidevahendid

Liik	Sisu
Telefon	+372 6022222
Mobiiltelefon	+372 56358747
E-posti aadress	info@neh.ee
E-posti aadress	mumarts@gmail.com
Veebilehe aadress	www.neh.ee

MAJANDUSAASTA ARUANNE

aruandeaasta algus: 01.01.2013

aruandeaasta lõpp: 31.12.2013

ärinimi: Talresto OÜ

registrikood: 11983069

tänava/talu nimi, Lootsi 4

maja ja korteri number:

linn: Tallinn

maakond: Harju maakond

postisihnumber: 10151

telefon: +372 6022222, +372 56358747

e-posti address: info@neh.ee, mumarts@gmail.com

veebilehe address: www.neh.ee

Sisukord

Tegevusaruanne	3
Raamatupidamise aastaaruanne	4
Bilanss	4
Kasumiaruanne	5
Rahavoogude aruanne	6
Omakapitali muutuste aruanne	7
Raamatupidamise aastaaruande lisad	8
Lisa 1 Arvestuspõhimõtted	8
Lisa 2 Raha	9
Lisa 3 Nõuded ja ettemaksed	10
Lisa 4 Varud	10
Lisa 5 Maksude ettemaksed ja maksuvõlad	11
Lisa 6 Materiaalne põhivara	11
Lisa 7 Võlad ja ettemaksed	12
Lisa 8 Osakapital	12
Lisa 9 Müügitulu	13
Lisa 10 Kaubad, toore, materjal ja teenused	13
Lisa 11 Mitmesugused tegevuskulud	13
Lisa 12 Tööjõukulud	14
Lisa 13 Muud ärikulud	14
Lisa 14 Seotud osapooled	14

Tegevusaruanne

Sissejuhatus

OÜ Talresto tegeleb restorani "Neh" pidamisega.

Tulud, kulud ja kasum

2013.aastal olid müügitulud 652 716 eurot (2012.aastal 564 847 eurot). Müügitulude kasv oli 15,55 %.
2013 lõpetas ettevõtte kasumiga 18 610 eurot. 2012.aastal oli kahjum 15 293 eurot.

Investeeringud

Aruandeperioodil investeeringuid materiaalsesse põhivarasse ei tehtud.

Personal

Talresto keskmine töötajate arv oli 10 töötajat. Tööjõukulud moodustasid 294034 €. Sealhulgas kasutas Talresto OÜ renditööjõudu grupi teistelt ettevõtetelt summas 121003 €.

Eesmärgid järgmiseks majandusaastaks

Restoran Neh on avatud aastaringsest.

Raamatupidamise aastaaruanne

Bilanss

(eurodes)

	31.12.2013	31.12.2012	Lisa nr
Varad			
Käibevara			
Raha	20 286	22 627	2
Nõuded ja ettemaksud	112 771	69 705	3
Varud	17 805	21 216	4
Kokku käibevara	150 862	113 548	
Põhivara			
Materiaalne põhivara	16 676	24 006	6
Kokku põhivara	16 676	24 006	
Kokku varad	167 538	137 554	
Kohustused ja omakapital			
Kohustused			
Lühiajalised kohustused			
Laenukohustused	6 500	0	
Võlad ja ettemaksud	138 154	133 280	7
Kokku lühiajalised kohustused	144 654	133 280	
Kokku kohustused	144 654	133 280	
Omakapital			
Osakapital nimiväärtuses	2 500	2 500	8
Eelmiste perioodide jaotamata kasum (kahjum)	1 774	17 071	
Aruandeaasta kasum (kahjum)	18 610	-15 297	
Kokku omakapital	22 884	4 274	
Kokku kohustused ja omakapital	167 538	137 554	

Kasumiaruanne

(eurodes)

	2013	2012	Lisa nr
Müügitulu	652 716	564 847	9
Muud äritulud	707	1 020	
Kaubad, toore, materjal ja teenused	-259 241	-235 482	10
Mitmesugused tegevuskulud	-47 691	-37 401	11
Tööjõukulud	-294 034	-278 009	12
Põhivara kulum ja väärtuse langus	-7 330	-5 761	6
Muud ärikulud	-26 517	-24 507	13
Kokku ärikasum (-kahjum)	18 610	-15 293	
Kasum (kahjum) enne tulumaksustamist	18 610	-15 293	
Aruandeaasta kasum (kahjum)	18 610	-15 293	

Rahavoogude aruanne

(eurodes)

	2013	2012	Lisa nr
Rahavood äritegevusest			
Ärikasum (kahjum)	18 610	-15 293	
Korrigeerimised			
Põhivara kulum ja väärtuse langus	7 330	5 761	6
Muud korrigeerimised	0	711	
Kokku korrigeerimised	7 330	6 472	
Äritegevusega seotud nõuete ja ettemaksete muutus	-43 066	-23 014	
Varude muutus	3 411	-3 878	4
Äritegevusega seotud kohustuste ja ettemaksete muutus	4 874	48 364	
Kokku rahavood äritegevusest	-8 841	12 651	
Rahavood investeerimistegevusest			
Tasutud materiaalse ja immateriaalse põhivara soetamisel	0	-17 939	6
Kokku rahavood investeerimistegevusest	0	-17 939	
Rahavood finantseerimistegevusest			
Saadud laenud	6 500	8 369	
Saadud laenude tagasimaksed	0	-8 369	
Makstud dividendid	0	-3 740	
Kokku rahavood finantseerimistegevusest	6 500	-3 740	
Kokku rahavood	-2 341	-9 028	
Raha ja raha ekvivalendid perioodi alguses	22 627	31 655	2
Raha ja raha ekvivalentide muutus	-2 341	-9 028	
Raha ja raha ekvivalendid perioodi lõpus	20 286	22 627	2

Omakapitali muutuste aruanne

(eurodes)

			Kokku
	Osakapital nimiväärtuses	Jaotamata kasum (kahjum)	
31.12.2011	2 500	20 811	23 311
Aruandeaasta kasum (kahjum)		-15 297	-15 297
Makstud dividendid		-3 740	-3 740
31.12.2012	2 500	1 774	4 274
Aruandeaasta kasum (kahjum)		18 610	18 610
31.12.2013	2 500	20 384	22 884

Raamatupidamise aastaaruande lisad

Lisa 1 Arvestuspõhimõtted

Üldine informatsioon

Talresto OÜ 2013. aasta raamatupidamise aastaaruanne on koostatud kooskõlas Eesti hea raamatupidamistavaga. Hea raamatupidamistava põhinõuded on kehtestatud Eesti Vabariigi raamatupidamise seaduses, mida täiendavad Raamatupidamise Toimkonna poolt välja antud juhendid.

Talresto OÜ 2013.aasta raamatupidamise aastaaruande koostamisel on lähtutud ettevõtte tegevuse jätkuvusest.

Raamatupidamise aastaaruanne on koostatud Eurodes.

Välisvaluutas fikseeritud tehingute kajastamisel on aluseks võetud tehingu toimumise päeval ametlikult kehtinud Euroopa Keskpannga valuutakursid. Välisvaluutatehingutest saadud kasumid ja kahjumid on kasumiaruandes kajastatud periooditulu ja -kuluna.

Nõuded ja ettemaksud

Nõuded on bilansis hinnatud lähtuvalt tõenäoliselt laekuvatest summadest. Nõuete hindamisel on vaadatud igat nõuet eraldi, arvestades teadaolevat informatsiooni kliendi maksevõime kohta.

Kõiki muid nõudeid kajastatakse järjepidevalt nõude arvelevõtmisest kuni selle realiseerimiseni õiglases väärtuses. Nõuete õiglase väärtuse muutused kajastatakse järjepidevalt kas kasumi või kahjumina aruandeperioodi kasumiaruandes.

Varud

Varud võetakse arvele soetusmaksumuses, mis koosneb ostuhinnast, muudest mittetagastatavatest maksudest ja soetamisega seotud otsestest veokuludest, millest on maha arvatud hinnaalandid ja dotatsioonid. Varude arvestamisel kasutatakse perioodilise arvestuse süsteemi.

Materiaalne ja immateriaalne põhivara

Põhivaraks loetakse varasid maksumusega alates 320 € ja kasuliku tööeaga üle ühe aasta. Varad, mille kasulik tööiga on üle 1 aasta, kuid mille soetusmaksumus on alla 320 € kajastatakse kuni kasutusele võtmiseni väheväärtusliku inventarina (varudena) ja vara kasutusele võtmise hetkel kantakse 100%-liselt kulusse. Kuldesse kantud väheväärtuslike inventaride üle peetakse arvestust bilansiväliselt. Amortisatsiooni arvestamisel kasutatakse lineaarset meetodit. Amortisatsiooninorm määratakse igale põhivara objektile eraldi sõltuvalt selle kasulikust tööeast. Juhatus lähtub põhivara arvelevõtmisel väheväärtuslike objektide kompleksi kogumaksumusest, sõltumata sinna kuuluvate üksikobjektide väärtusest ja teeb iga kompleksi kohta eraldi otsuse nende kapitaliseerimise kohta.

Amortisatsioonimäärad aastas on põhivara gruppidele järgmised:

- Maa 0%
- Ehitised ja rajatised 3-15 %
- Masinad ja seadmed 8-20 %
- Transpordivahendid 15-30 %
- Muu inventar, tööriistad ja sisseseade 20-40 %
- Infotehnoloogia 33%
- Kunstiväärtused 0%

Immateriaalne põhivara võetakse algselt arvele tema soetusmaksumuses, mis koosneb ostuhinnast ja otseselt soetamisega seotud kulutustest. Immateriaalset põhivara kajastatakse bilansis tema soetusmaksumuses, millest on maha arvatud akumulereeritud kulum ja võimalikud väärtuse langusest tulenevad allahindlused.

Määratud kasuliku elueaga immateriaalsete põhivarade amortisatsiooni arvestamisel kasutatakse lineaarset meetodit.

Amortisatsioonimäär määratakse igale immateriaalse põhivara objektile eraldi, sõltuvalt selle kasulikust elueast. Amortisatsioonimäärade vahemikud on immateriaalse põhivara gruppidele järgmised:

- Arendusväljaminekud 10-50%
- Tarkvara, patendid, litsentsid, kaubamärgid ja muu immateriaalne põhivara 10-50%

Arendusväljaminekud on kulutused, mida tehakse uurimistulemuste rakendamisel uute konkreetsete toodete, teenuste, protsesside või süsteemide väljatöötamiseks, kujundamiseks või testimiseks.. Arendusväljaminekuid kapitaliseeritakse juhul kui eksisteerib kava projekti

elluviimiseks ning arendusväljaminekute suurust ja immateriaalsest varast tulevikus tekkivat majanduslikku kasu on võimalik usaldusväärselt mõõta.

Finantskohustused

Kõik finantskohustused (võlad hankijatele, võetud laenud, viitvõlad ning muud lühi- ja pikaajalised võlakohustused) võetakse algselt arvele nende soetusmaksumuses, mis sisaldab ka kõiki soetamisega otseselt kaasnevaid kulutusi.

Lühiajaliste finantskohustuste korrigeeritud soetusmaksumus on üldjuhul võrdne nende nominaalväärtusega, mistõttu lühiajalisi finantskohustusi kajastatakse bilansis maksmisele kuulavas summas.

Finantskohustus liigitatakse lühiajaliseks, kui selle tasumise tähtaeg on kaheteist kuu jooksul alates bilansikuupäevast; või ettevõtte pole tingimusteta õigust kohustise tasumist edasi lükata rohkem kui 12 kuud pärast bilansikuupäeva. Laenukohustusi, mille tagasimakse tähtaeg on 12 kuu jooksul bilansipäevast, kuid mis refinantseeritakse pikaajaliseks pärast bilansipäeva, kuid enne aastaaruande kinnitamist, kajastatakse lühiajalistena. Samuti kajastatakse lühiajalistena laenukohustusi, mida laenuandjal oli õigus bilansipäeval tagasi kutsuda laenulepingus sätestatud tingimuste rikkumise tõttu.

Tulud

Kaupade müügist tulenevat tulu kajastatakse siis, kui kõik olulised omandiga seotud riskid on läinud üle ostjale ning müügitulu ja tehinguga seotud kulu on usaldusväärselt määratav. Tulu teenuste müügist kajastatakse teenuse osutamisel.

Lisa 2 Raha

(eurodes)

	31.12.2013	31.12.2012
sularaha kassas	3 219	4 477
arvelduskontod	14 893	12 126
raha teel	2 174	6 024
Kokku raha	20 286	22 627

Lisa 3 Nõuded ja ettemaksed (eurodes)

	31.12.2013	12 kuu jooksul
Nõuded ostjate vastu	37 583	37 583
Ostjatelt laekumata arved	37 583	37 583
Muud nõuded	62 940	62 940
Laenuõuded	52 542	52 542
Viitlaekumised	10 398	10 398
Ettemaksed	12 248	12 248
Tulevaste perioodide kulud	12 248	12 248
Kokku nõuded ja ettemaksed	112 771	112 771
	31.12.2012	12 kuu jooksul
Nõuded ostjate vastu	19 937	19 937
Ostjatelt laekumata arved	19 937	19 937
Maksude ettemaksed ja tagasinõuded	0	
Muud nõuded	30 559	30 559
Laenuõuded	20 893	20 893
Viitlaekumised	9 666	9 666
Ettemaksed	19 209	19 209
Tulevaste perioodide kulud	19 209	19 209
Kokku nõuded ja ettemaksed	69 705	69 705

Lisa 4 Varud (eurodes)

	31.12.2013	31.12.2012
Müügiks ostetud kaubad	14 218	17 629
Ettemaksed varude eest	3 587	3 587
Kokku varud	17 805	21 216

Lisa 5 Maksude ettemaksed ja maksuvõlad (eurodes)

	31.12.2013		31.12.2012	
	Ettemaks	Maksuvõlg	Ettemaks	Maksuvõlg
Ettevõtte tulumaks	0	19	0	6
Käibemaks	0	11 157	0	12 217
Üksikisiku tulumaks	0	1 633	0	1 223
Sotsiaalmaks	0	3 091	0	2 383
Kohustuslik kogumispension	0	187	0	144
Töötuskindlustusmaksed	0	281	0	303
Kokku maksude ettemaksed ja maksuvõlad	0	16 368	0	16 276

Lisa 6 Materiaalne põhivara (eurodes)

	Ehitised				Masinad ja seadmed	Muu materiaalne põhivara	Kokku
		Arvutid ja arvutisüsteemid		Muud masinad ja seadmed			
31.12.2011							
Soetusmaksumus	3 846	991	2 742	3 733	7 285	14 864	
Akumuleeritud kulum	0	-355	-644	-999	-1 322	-2 321	
Jääkmaksumus	3 846	636	2 098	2 734	5 963	12 543	
Ostud ja parendused	3 438	0	3 214	3 214	11 287	17 939	
Amortisatsioonikulu	-657	-327	-1 092	-1 419	-3 685	-5 761	
Muud muutused	-715		1	1	-1	-715	
31.12.2012							
Soetusmaksumus	6 569	991	5 956	6 947	18 572	32 088	
Akumuleeritud kulum	-657	-682	-1 735	-2 417	-5 008	-8 082	
Jääkmaksumus	5 912	309	4 221	4 530	13 564	24 006	
Amortisatsioonikulu	-1 314	-304	-1 331	-1 635	-4 381	-7 330	
31.12.2013							
Soetusmaksumus	6 569	991	5 956	6 947	17 656	31 172	
Akumuleeritud kulum	-1 971	-986	-3 066	-4 052	-8 473	-14 496	
Jääkmaksumus	4 598	5	2 890	2 895	9 183	16 676	

Lisa 7 Võlad ja ettemaksed

(eurodes)

	31.12.2013	Jaotus järelejäänud tähtaja järgi		
		12 kuu jooksul	1 - 5 aasta jooksul	üle 5 aasta
Võlad tarnijatele	94 041	94 041		
Võlad töövõtjatele	19 096	19 096		
Maksuvõlad	16 368	16 368		
Muud võlad	8 648	8 648		
Muud viitvõlad	8 648	8 648		
Saadud ettemaksed	1	1		
Kokku võlad ja ettemaksed	138 154	138 154		

	31.12.2012	Jaotus järelejäänud tähtaja järgi		
		12 kuu jooksul	1 - 5 aasta jooksul	üle 5 aasta
Võlad tarnijatele	96 547	96 547		
Võlad töövõtjatele	13 215	13 215		
Maksuvõlad	16 276	16 276		
Muud võlad	6 976	6 976		
Muud viitvõlad	6 976	6 976		
Saadud ettemaksed	266	266		
Kokku võlad ja ettemaksed	133 280	133 280		

Lisa 8 Osakapital

(eurodes)

	31.12.2013	31.12.2012
Osakapital	2 500	2 500
Osade arv (tk)	1	1

Lisa 9 Müügitulu

(eurodes)

	2013	2012
Müügitulu geograafiliste piirkondade lõikes		
Müük Euroopa Liidu riikidele		
Eesti	652 716	564 847
Müük Euroopa Liidu riikidele, kokku	652 716	564 847
Kokku müügitulu	652 716	564 847
Müügitulu tegevusalade lõikes		
Toitlustamine	604 186	510 475
Tööjõurent	48 530	54 372
Kokku müügitulu	652 716	564 847

Lisa 10 Kaubad, toore, materjal ja teenused

(eurodes)

	2013	2012
Tooraine ja materjal	166 428	135 281
Energia	16 340	13 892
Elektrienergia	15 061	12 188
Soojusenergia	1 155	1 546
Kütus	124	158
Kommunaalkulud	20 622	19 202
Varade kasutusrent	27 169	27 169
Muud	28 682	39 938
Kokku kaubad, toore, materjal ja teenused	259 241	235 482

Lisa 11 Mitmesugused tegevuskulud

(eurodes)

	2013	2012
Mitmesugused bürookulud	2 812	3 336
Lähetuskulud	2 220	3 324
Riiklikud ja kohalikud maksud	19	19
Raamatupidamisteenus	10 019	8 429
reklaam ja marketing	9 615	6 591
Investeeringukulud	5 844	3 349
Pangateenus	7 623	6 352
Juhtimisteenus	0	2 435
Tööriietega seotud kulud	1 742	122
Muud	7 797	3 444
Kokku mitmesugused tegevuskulud	47 691	37 401

Lisa 12 Tööjõukulud

(eurodes)

	2013	2012
Palgakulu	129 210	105 086
Sotsiaalmaksud	43 821	36 068
Renditud tööjõukulud	121 003	136 855
Kokku tööjõukulud	294 034	278 009
Töötajate keskmine arv taandatuna täistööajale	10	10

Lisa 13 Muud ärikulud

(eurodes)

	2013	2012
Trahvid, viivised ja hüvitised	511	440
juhtimisteenused	25 057	23 008
lootusetud nõuded	935	987
Muud	14	72
Kokku muud ärikulud	26 517	24 507

Lisa 14 Seotud osapooled

(eurodes)

Aruandekohustuslase emaettevõtja nimetus	PMR Catering OÜ
Riik, kus aruandekohustuslase emaettevõtja on registreeritud	Eesti

Saldod seotud osapooltega rühmade lõikes

	31.12.2013		31.12.2012	
	Nõuded	Kohustused	Nõuded	Kohustused
Emaettevõtja	0	25 246	0	17 770
Teised samasse konsolideerimisgruppi kuuluvad ettevõtjad	90 098	66 786	37 159	66 892

2013	Ostud	Müügid	Saadud laenud
Emaettevõtja	62 672	0	
Teised samasse konsolideerimisgruppi kuuluvad ettevõtjad	167 845	63 369	6 500
2012	Ostud	Müügid	
Emaettevõtja	50 177	0	
Teised samasse konsolideerimisgruppi kuuluvad ettevõtjad	142 338		57 579

Raamatupidamiskohustuslane ei ole tegev- ja kõrgemale juhtkonnale arvestanud tasusid ja muid olulisi soodustusi.