

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL  
TALLINNA KOLLEDŽ

Majandusarvestus ja ettevõtluse juhtimine

Triin Voolaid

KULUARVESTUSSÜSTEEMI LOOMINE HULGIKAUBANDUS-  
ETTEVÕTTELE HULGI OÜ

Lõputöö

Juhendaja: EMBA Ester Vahtre

Tallinn 2016

# SISUKORD

|   |    |
|---|----|
| SISSEJUHATUS .....  | 3  |
| 1. EFEKTIIVSE KULUARVESTUSSÜSTEEMI LOOMISE EELDUSED .....                               | 5  |
| 1.1. Kuluarvestussüsteemi loomine hulgikaubandusettevõttele .....                       | 5  |
| 1.2. DPP meetodi tugevad ja nõrgad küljed ning kasutusala .....                         | 11 |
| 1.3. GMROI ja DPP meetodite võrdlus .....   | 14 |
| 2. DPP SÜSTEEMI LOOMINE ETTEVÕTTELE HULGI OÜ .....                                      | 25 |
| 2.1. Ettevõtte Hulgi OÜ tegevuse ülevaade ja vajaduste määratlemine .....               | 25 |
| 2.2. Kuluarvestussüsteemi osad ettevõttes Hulgi OÜ .....                                | 30 |
| 2.3. DPP süsteemi loomine ning rakendamine Hulgi OÜ 2016. aasta I kvartali põhjal ..... | 33 |
| 2.3.1. DPP meetodi loomine – probleemid ja erisused .....                               | 33 |
| 2.3.2. Hulgi OÜ 2016. aasta I kvartali tulemused DPP mudeli põhjal .....                | 36 |
| 2.4. DPP meetodi praktiline rakendamine ettevõttes Hulgi OÜ .....                       | 41 |
| 2.5. Lõputöö tulemused ja järeldused .....  | 43 |
| KOKKUVÕTE .....   | 47 |
| SUMMARY .....   | 50 |
| VIIDATUD KIRJANDUS .....  | 54 |
| LISAD .....   | 56 |

## SISSEJUHATUS

Ettevõtte Hulgi OÜ on koduelektroonika valdkonnas tegutsev hulgikaubandusettevõtte. Ettevõtte majandustulemused on olnud viimasel kahel aastal erinevatel põhjustel kehvad. Lisaks ettevõtte jagunemisele 2015. aasta lõpus on ettevõttes toimunud suur restruktureerimine, mis tänaseni pole lõppenud. Nagu iga ettevõtte juhatus, soovib ka Hulgi OÜ juhatus suurendada ettevõtte efektiivsust ning kulusid optimeerida. Kulude optimeerimine on ettevõtte restruktureerimise plaanis veel tegemata ning selleks otsustati ettevõttele luua kuluarvestussüsteem, mis suudab hinnata ettevõtte põhitegevuse kasumlikkust.

Tihedas majandusruumis, kus pisemgi muudatus ettevõttes võib anda määrava konkurentsieelise, on kulude kontroll väga olulisel kohal. Koduelektroonika valdkonnas, kus trendid muutuvad väga kiiresti, on selline konkurentsieelis kasumlikkuse aluseks. Toodete väljamüügihind on reeglina turu poolt reguleeritud (tiheda konkurentsi tõttu), mistõttu tarnijatega kokku lepitud ostuhinnad ja kulude optimeerimine moodustavad ettevõtte kasumi potentsiaali.

Lõputöö eesmärk on luua ettevõttele Hulgi OÜ kuluarvestussüsteem, mis suudaks hinnata ettevõtte põhitegevuse kasumlikkust. Ettevõttes hetkel toimiv kuluarvestussüsteem puudub. Loomulikult mõõdetakse erinevaid valdkonnale omaseid suhtarve, kuid antud näitajate põhjal ettevõtte kasumlikkuse üle otsustada ei saa. Loodav kuluarvestussüsteem peab suutma vastata allolevatele küsimustele:

- Kas ettevõtte hinnastamine on kasumlik?
- Kas ettevõtte sortiment on põhjendatud?
- Kas ettevõtte toodete müük tütarettevõttele on kasumlik?

Ettevõtte juhatusel on põhjendatud kahtlusi, et kõik hetkel kehtivad protseduurid pole jätkusuutlikud. Samas pelgalt hinnangust ei piisa, et teostada sortimendivahetust või pidada tarnijatega ostuhinna osas läbirääkimisi. Ettevõtte juhatus soovib hinnangute kõrvale konkreetseid fakte ning arvutusi, mis eelnevad hüpoteesid, kas ümber lükkaksid või kinnitaksid. Selleks, et eelnevalt toodud eesmäärke täita, on lisaks püstitatud järgmised uurimisülesanded:

- tuua välja ettevõttele omased karakteristikud, et määrata loodava kuluarvestussüsteemi peamised alused;
- analüüsida valitud kuluarvestusmeetodi negatiivsed ja positiivsed omadusi;
- võrrelda valitud kuluarvestusmeetodit hetkel osaliselt kasutatava GMROI näitajaga;
- kirjeldada kuluarvestussüsteemi loomine ning sellega seonduvad probleemid Hulgi OÜ ettevõtte näitel;
- rakendada loodud kuluarvestusmeetodit Hulgi OÜ 2016. aasta I kvartali tulemustele.

Lõputöö on jaotatud kaheks suuremaks peatükiks, millest esimene käsitleb töö teoreetilist osa ning teine peatükk käsitleb töö praktilist osa. Teoreetiline osa on jaotatud kolmeks alapeatükiks. Esimene alapeatükk käsitleb kuluarvestussüsteemi loomise eelduseid hulgi kaubandusettevõttes. Peatükis on kirjeldatud Hulgi OÜ eripärasid, mille alusel kuluarvestussüsteemi valida. Lisaks on toodud erinevaid näiteid DPP meetodi rakendamisest hulgi kaubandusettevõtetes. Teises alapeatükis on välja toodud DPP meetodi positiivsed ja negatiivsed küljed ning kasutusala. Kolmandas alapeatükis võrdleb autor GMROI ja DPP meetodeid.

Lõputöö praktiline osa koosneb viiest alapeatükist, millest esimene alapeatükk kirjeldab Hulgi OÜ tegevusala. Lisaks tuuakse peatükis välja kuluarvestussüsteemi vajalikkuse põhjendused. Teises alapeatükis käsitletakse Hulgi OÜ kuluarvestussüsteemi osasid. Peatükis tuuakse välja kuluarvestussüsteemi aluseks olevad otsekulud. Kolmas alapeatükk keskendub Hulgi OÜ 2016. aasta I kvartali tulemuste analüüsile kasutades DPP meetodit. Lisaks on antud peatükis toodud probleemid ja erisused, mis tekkisid DPP meetodi rakendamisel. Neljandas alapeatükis on toodud rakendamisjuhised raamatupidamisprogrammi seadistamiseks. Viienda peatükina on toodud lõputöö peamised tulemused ja järeldused.

Töö teoreetilises osas on kasutatud peamiselt ingliskeelseid artikleid. Kahe esimese alapeatüki olulisemateks allikateks olid M. Varila, M. Seppänen ja P. Soumala 2007. aasta artikkel „Detailed cost modelling: a case study in warehouse logistics“, J. Alexander'i 1988. aasta artikkel „Benefits galore from DPP“ ja N. Boris ja P. Farris'e 1990. aasta artikkel „An Empirical Comparison of Direct Product Profit and Existing Measures of SKU Productivity“. Teoreetilise osa viimane peatükk, mis käsitleb GMROI ja DPP meetodite võrdlust põhineb suurel osal Profit Planning Group'i poolt koostatud 2014. aasta artiklile „Saying Goodbye to GMROI“.

# **1. EFEKTIIVSE KULUARVESTUSSÜSTEEMI LOOMISE EELDUSED**

Kulude kontroll ja arvestus on iga ettevõtte üks olulisematest valdkondadest. Sander Karu on öelnud, et iga ressursi tuleb kasutada väärtuse loomiseks, vastasel juhul on ressurss raisatud (Karu, 2012). Seega efektiivne kuluarvestussüsteem on väga oluline ettevõtte tulemuste parandamiseks või saavutatud edu hoidmiseks. Selleks, et kuluarvestussüsteem oleks efektiivne, peavad olema täidetud mitmed tingimused. Kuluarvestussüsteemi kasutavad inimesed peavad aru saama mudeli sisust ning selle võimalustest. Mudelist saadav informatsioon peab olema arusaadav ning kasutatav. Ettevõttes peab olema kasutusel parim võimalik kuluarvestussüsteem, mis võtab arvesse valdkonna erisused ning ettevõtte eelneva kogemuse. Mudelit kasutavad ja loovad inimesed peavad olema piisavalt pädevad, et välistada süsteemse vea tekkimist ning riskid peavad olema maandatud. Loomulikult on ka iga ettevõtte juhi huvides, et loodav väärtus oleks kasumlikum, kui ressursivajadus, mis mudeli loomiseks vaja läheb. Seega parim kuluarvestussüsteem on efektiivne, odav ning informatiivne. Kahjuks pole kindlat ideaalset mudelit kõikide ettevõtete jaoks, vaid iga ettevõtte peab leidma oma võimaluste juures parima süsteemi.

Antud peatükk on jaotatud kolmeks. Esimeses osas analüüsib autor hulgikaubandusettevõtte eripärasid ning leiab subjektiivse arvamuse parima võimaliku meetodi kuluarvestussüsteemiks valitud hulgikaubandusettevõttele Hulgi OÜ. Teine osa peatükist on keskendunud DPP meetodi negatiivsetele ja positiivsetele külgedele. Kolmandas alapeatükis võrdleb autor omavahel GMROI ning DPP meetodeid.

## **1.1. Kuluarvestussüsteemi loomine hulgikaubandusettevõttele**

Lõputöö raames loob autor kodutehnika valdkonnas tegutsevale hulgikaubandusettevõttele kuluarvestussüsteemi, et saada selgusele, kas praegune hinnastamis- ja müügistrateegia õigustab ennast või mitte. Selleks, et alustada parima kuluarvestussüsteemi valimist, on vaja välja tuua hulgikaubandusettevõtetele omased karakteristikud. Esiteks omab hulgikaubandusettevõtte reeglina suurt varude hulka, et pakkuda klientidele tarnekindlust. Seega, ettevõtte varude

bilansiline väärtus on suur ning ladustamine moodustab olulise osa ettevõtte kuludest. Valitud ettevõtte puhul on eripäraks kindlasti artiklite hulk. Ettevõttes on hetkel umbes 7000 aktiivset laoartiklit, mis kõik tähistavad erinevaid tooteid. Valik on mälukaartidest *side-by-side* külmikuteni, mis tähendab, et tooted on oma suuruselt, välimuselt, hinnalt, eksklusiivsusest ja kasumlikkusest erinevad. Kõik eelnev näitab, et kuluarvestussüsteemi raskemaks osaks saab ilmselt tootepõhine kulude määramine, kuna tooted on niivõrd erinevad ja omavad erineva suurusega otsekulusid. Hulgikaubandusettevõtte eripäraks on kindlasti ka varude käibekiiruse väga suur varieeruvus. Ettevõtte omab tooteid, mille nõudlus on niivõrd suur, et kaup müüakse laost nädalaga tühjaks, kuid on mudeleid, mis sõltuvad turu trendidest või aastaajast ja on laos pikema perioodi vältel. Samas ei tähenda, et kõrge varude käibekiirusega tooted poleks kasumlikud või olulised sortimendimudelid. Tegelikult probleem ongi selles, et keegi ettevõttes ei oska anda hinnangut toodete kasumlikkuse kohta. Uuritavas ettevõttes puudub selline süsteem, mis võimaldaks mõõta toodete tegelikku kasumlikkust.

Kulude kontroll ning kuluarvestus on iga ettevõtte üks probleemidest ning ka kasumi suurendamise allikatest. Õige ja põhjaliku kulude kontrolli aluseks on täpne kulude määramine logistilistes protsessides. Selleks, et mõõta täpseid toote otsekulusid, peab ettevõttes kasutatav süsteem olema piisavalt võimekas, et jagada kulud kulukandjatele. Traditsioonilised raamatupidamismeetodid põhinevad erinevatel eeldustel: turg on stabiilne ja ennustatav, pikkade elutsüklitega ning toodetel on suur otsekulude osakaal toote kogukuludest. Paraku kiirelt arenevas majanduskeskkonnas juhtub seda harva. Seega on väga oluline, et kulutused oleksid selgelt määratletud ning seostatavad, et antud andmete põhjal teha vajalikke juhtimisotsuseid. Hulgikaubandusettevõttes on võtmesõnaks varude ladustamine ning seetõttu on suur osa toodete otsekuludest logistikakulud. Logistikakulutuste läbipaistvus on väga oluline, et üldse rakendada toote kogukulutustega seotud meetodeid. Samuti on logistikakulutuste läbipaistvus aluseks õigeks hinnastamiseks, kulude vähendamiseks, tehnoloogiliste võimaluste avastamiseks ning varude juhtimiseks. Tänapäeval ei piisa efektiivsete juhtimisotsuste tegemiseks ainult tehingute hindamisest, vaid on vaja koguda palju mitmekülgset informatsiooni. (Varila, Seppänen, Soumala 2007)

Kuluarvestussüsteemid on erinevad. On olemas lihtsaid süsteeme (näiteks brutokasumi analüüs) ning keerulisemaid süsteeme. Kuluarvestussüsteem võib põhineda tegelikel kuludel, normkuludel või standardkuludel. See, milliseid kulusid ettevõtteid kasutab, on ettevõtte juhatuse valik, kuid oluline on meeles pidada, et valida tuleks meetod, kulud, jaotamisalus vms, mis oleks võimalikult soodne ning seejuures maksimaalselt efektiivne. Kuluarvestussüsteemide ülesehitus

pole samasugune erinevates sektorites. Iga ettevõtte peab leidma enda vajadustest ja võimalustest lähtuvalt parima süsteemi, mis suudaks hinnata ja jaotada ettevõtte kulusid kõige optimaalsemal viisil. Oluline on, et kasutatav kuluarvestussüsteem täidaks ettevõtte juhatuse püstitatud eesmärgi. Ettevõtte Hulgi OÜ tegeleb hulgikaubandusega elektroonika valdkonnas, kus toodete suurus, ostuhind ning seega ka kulu on erinev. Kuluarvestussüsteemi loomisel on vaja silmas pidada, et kulusid ei saa üldistada ning nende jaotamine peaks olema võimalikult täpne ning artikliga otseselt seotud, et tulemused ei oleks petlikud. Ettevõtte juhatus on selgelt määratlenud, et soovitakse mõõta artiklitega seotud kulusid. Artiklitega seotud kulud tekivad laos ning nendeks on erinevad tegevused laoteenuse pakkuja poolt. Hulgi OÜ ja laoteenuse pakkuja vahel on kinnitatud hinnakiri, kus erinevad tegevused on kindla hinnaga fikseeritud. Antud hinnakiri annab võimaluse erinevate laoprotsesside kulu täpselt määratleda ning siduda artiklitega. Selge on see, et ettevõtte kitsendab oma valikut kõikide mudelite seast tegevuspõhise mudeli kasuks, kus hinnatakse konkreetsete tegevuste kulu ning see jaotatakse kulukandjatele.

Paljud ettevõtted alahindavad tegevuspõhise meetodi rakendamiseks vajaminevat töömahukust. Õige kulukäituri valik on tihti tegevuspõhises kuluarvestuses kõige kulukam ja keerulisem osa. Eesmärgiks on leida parim kulukäitur antud ettevõttele, et meetod peegeldaks reaalselt ressursside kasutust. Autori valitud hulgikaubandusettevõttes on otsustatud kulukandjaks määrata artikkel ning kulukäitur on konkreetne protsess, mille toode ettevõtte valduses läbib. Antud juhul on laos toimuvad protsessid enamuste otsekulude allikaks. Näiteks, ladustamine moodustab hulgikaubandusettevõttes väga suure osa logistilisest protsessist. Reeglina kuulub ladustamise alla: (Roth, Sims 1991)

- kauba vastuvõtt;
- kauba paigutamine;
- kauba hoiustamine;
- tellimuste komplekteerimine;
- komplekteeritud tellimuste ettevalmistus veoks;
- transport.

Lisaks ladustamisele on artiklitel ka muid logistilisi protsessikulusid, mida tuleb otsekulude hulka arvestada. Manunen lisab eelnevale loetelule juurde veel jäätmekäitluse, ostu- ja müügikulutused ning tollitasud (Manunen 2000). Hulgi OÜ puhul arvestatakse otsekuludesse jäätmekäitlustasu, kuid tollitasusid ning ostu- ja müügikulutusi otsekulude sekka ei arvestata (kuna reeglina need puuduvad või pole otseselt seostatavad).

Andmete kogumise ja analüüsimise töömahukas olemus võib vähendada kuluarvestuse efektiivsust. Kindla tegevuse kulude määramine on väga sarnane traditsioonilisele ametikoha kaardistamisele. Ametikoha kaardistamist kasutatakse paljudes sektorites, et eemaldada ebaefektiivsust, vähendada operatiivseid kulusid ja suurendada tootlikkust. Samuti pakub ametikoha kaardistamine võimaluse selgeks teha ühele tööle kuuluva aja. Ametikoha kaardistamiseks kasutatakse erinevaid meetodeid nagu ajaline määramine, erinevate tööde analüüsimine. Selliste mudelite negatiivseks küljeks on ajamahukus ning kulukus. Mõndades sektorites kasutatakse sarnast kuluarvestusmeetodit kulude jagamiseks kulukandjatele, kuid ettevõttes, kus on väga suur arv laoühikuid ning nende ressursitarbimine on varieeruv, on sellise meetodi kasutamine põhimõtteliselt võimatu. Samuti võivad määratud kulukäituriid kiirelt aeguda, kuna pidevalt toimub sortimendis muudatusi. (Varila, Seppänen, Soumala 2007)

Täpsuse suurendamine ei tule tasuta, andmete kogumine selliste mudelite loomisel jääb tihti selle taha, et ettevõtte juhtkond näeb kogu protsessis liiga suurt kuluallikat. Samas, tänapäeva tehnoloogilised võimalused pakuvad mitmeid väljundeid, et automatiseerida manuaalne andmete kogumine. Automatiseeritud informatsiooni analüüsimine annab võimaluse finantsinformatsiooni analüüsile ning järelduste tegemisele rohkem aega pühendada. Tulemuseks annab selline kulude läbipaistvus võimalusel määrata kulusid kulukandjatele ning muuta ettevõtte kuluarvestus efektiivsemaks.

Tänapäevaste tehnoloogiliste võimaluste juures on tavapärane kasutada automatiseeritud andmete kogumise süsteemi, et viia manuaalne andmete sisestamine ja kogumine miinimumini. Riba- ning artiklikoodid annavad võimaluse eristada erinevaid tooteid. Samuti vähendab automaatne süsteem inimvea tekkimise riski. Automatiseeritud süsteemi eelisteks on andmete täpsus, kiire kättesaadavus, efektiivsemad juhtimisotsused, suurenenud efektiivsus, kiirem võimekus muudatustega kohaneda. Automatiseeritud süsteem annab võimaluse ühendada praegune informatsioon (ettevõtte kulukandjad kulu informatsiooniga), mille tulemusel saavutatakse lihtne kuluarvestussüsteem. (*Ibid.*)

Varila, Seppänen ja Soumala 2007. aasta uuring keskendus ühele hulgikaubandusettevõttele, mis tegutseb koduelektronika valdkonnas. Uuringu eesmärk oli luua efektiivne kuluarvestussüsteem hulgikaubandusettevõttele. Antud sektorile on omane, et brutokasum on äärmiselt madal, mis tähendab, et efektiivne kuluarvestus on kriitiliselt oluline. Logistilised tegevused on väga olulisel kohal, kuna protsessid peavad toimuma ladusalt ning vead pole aktsepteeritavad. Hulgimüügiettevõtte puhul on laoartiklite koguarv äärmiselt suur ning nende elutsükkel on väga



erinev, varieerudes reeglina paarist kuust kuni aastani. Kuna ettevõtte sortiment on pidevalt muutuv ja väga lai, siis ei saa kulusid kontrollida lähtudes vaid intuitsioonist. Läbipaistvuse suurendamiseks ning efektiivsemate otsuste vastuvõtmiseks peab hulgikaubandussektoris rohkem andmeid koguma võrreldes teiste sektoritega ning saadud andmete analüüsimiseks peab valima vastavalt võimalustele parima meetodi. Varila, Seppäneni ja Soumala uurimuses koostati kaasaegne kuluarvestuse süsteem, mis sisaldab automatiseeritud, täpset ja mahukat informatsiooni. Kasutusele võeti toote otsese kasumlikkuse ehk DPP meetod. (Varila, Seppänen, Soumala 2007)

Idee toote otsesest kasumlikkusest ei ole uus. DPP meetodit on märgitud esimesena USA-s 1960-ndatel. USA järgedel tutvustati meetodit esimesena Euroopas 1970-ndatel. Ideed, kus individuaalse toote panust kasumisse hinnatakse transpordikulu, ladustamiskulu, muude tootekulude ja tööjõukulu abil, on olnud olemas juba aastakümneid. Samas on DPP meetodi algne versioon olnud üsna kulukas ja ajamahukas. Tihtipeale jõudis informatsioon inimesteni, kes ei osanud sellega midagi teha, mistõttu olulised järeldused jäid tegemata ning ei leitud väljundit. Pärast arvutite massilist kasutuselevõttu arenes ka DPP meetodi kasutamine ja rakendamine. Üha rohkem ettevõtteid omandas DPP meetodi põhitõed, eelkõige just kaubandussektoris tegutsevad ettevõtted. Põhjus oli lihtne, ettevõtte juht sai vajaliku informatsiooni vajadusel ise kokku panna ning see oli talle pidevalt kättesaadav ilma pika eeltööta. Ettevõtte juhid leidsid oma tootegruppidest kõige kasumlikumad ja kahjumlikumad tootegrupid ning lisaks suudeti tuvastada potentsiaalseid tootegruppe, mille tulemused hetkel polnud head, kuid nende potentsiaal oli kõrge. (Harris 1987)

Toote otsest kasumlikkust ehk DPP meetodit on nimetatud üheks parimaks meetodiks, mida kasutada kaubanduses väljapanekutel ning varude juhtimisel. 90-ndatel kui DPP meetod sai palju tunnustust ning võimaldas juhtidel saada informatsiooni, mis varem polnud kättesaadav, polnud meetodi vastuvõtmine juhtide poolt nii laiahaardeline nagu võiks arvata. Põhjuseks oli DPP meetodi rakendamise keerulisus ning kulukus. Arvestades 90-ndate piiratud võimalusi on täiesti loogiline, et sellise meetodi rakendamine oli väga keeruline kui mitte võimatu. Samas olid siis ka kahtlused, kas DPP meetodi rakendamisel tehtud otsused on erinevad traditsiooniliste mõõdikute rakendamisel nagu näiteks brutokasumi dünaamika. (Borin, Farris 1990)

Nelson'i ja Pinnock'i 1991. aastal läbiviidud uuringus uuriti 60 erineva pesuvalgendaja müügitulemusi ning leiti, et brutokasum on pesuvalgendajate seas väga erinev, see varieerub uuritavas grupis 1,8 dollarist 27,6 dollarini ühikult. See tähendab, et on pesuvalgendajaid, mille

brutokasumi marginaal on väike, kuid on ka kõrge kasumiamarginaaliga tooteid. Brutokasumi analüüsi tulemusel joonistuvad selgelt välja kasumlikumad tooted ning vähem kasumlikud, kuid kui samadele toodetele tehti DPP analüüs, siis selgus, et esialgu kasumlikuks hinnatud tooted on tegelikult kahjumlikud ning nende edasine müük toob ettevõttele iga päev kahjumit. Kaheksast tootegrupist kolm olid kahjumlikud ning brutokasumi analüüsil selgunud kõige kasumlik tootegrupp polnud pärast DPP meetodi rakendamist enam üldse nii kasumlik. Seega, kui brutokasumilt eemaldatakse käitluskulud, ladustamiskulud, transpordikulud ja muud tootega otseselt seotud kulud, siis esialgne pilt kasumlikumatest toodetest muutub ning järeldused on kategooriliselt erinevad brutokasumi analüüsi järeldustest. Seega võib juhtuda nii, et brutokasumi ja DPP analüüsi tulemused on täiesti erinevad ning esimese meetodi rakendamisel saadud tulemused on petlikud. (Nelson, Pinnock 1991)

Mõned ühikud suudavad teenida kõrget brutokasumit, kuid liigne artikli käsitsemine ja suured laokulud võivad mõjutada puhaskasumit. DPP meetod võtab kõike eelnevat arvesse. DPP meetod kajastab toodete müügi, marginaali ja kulude erinevusi. Lisaks ostukulutustele arvestab DPP meetod toote ladustamiskulusid, transpordikulusid, säilitamiskulusid ning tööjõumahukaid kaubandustegevusi (nagu artikli hinnastamine). Hoolimata sellest, et DPP meetod sai 90-ndatel palju tunnustust on mõõdik hiljem saanud palju kriitikat ning paljud, kes algselt DPP meetodit hakkasid rakendama, on pettunud mõõdiku süsteemide keerukuses ning rakendamises. DPP meetod ei pruugi olla parim mõõdik juhtimisotsuste tegemisel kaubandussektoris. Kõige suurem küsimus on ilmselt see, kas on olemas paremat mõõdikut kui keerukas DPP meetod, mida saaks kasutada igapäevaselt, mis annaks parimat informatsiooni juhtimisotsusteks ja mida oleks lihtne arendada ning rakendada. (Borin, Farris 1990)

Kuluarvestussüsteemist saadud informatsioon peaks andma võimaluse kulusid vähendada pannes rõhku õigetele probleemidele. Õige meetod annab suunised kulude optimeerimiseks, kuigi halvimal juhul võib vale kuluarvestussüsteemi kasutuselevõtt muuta töötajate töökultuuri soovimatus suunas. Ainult kuluarvestussüsteemist saadud informatsiooni põhjal ei saa ettevõtet juhtida, vaid on vaja leida kompromiss saadud informatsiooni ja olemasolevate protsesside vahel. On kindlasti vaja leida ka teisi alternatiivseid võimalusi protsesside efektiivsemaks muutmiseks. (Varila, Seppänen, Soumala 2007)

## 1.2. DPP meetodi tugevad ja nõrgad küljed ning kasutusala

Nagu igal meetodil on ka DPP meetodil oma positiivsed ja negatiivsed küljed. Oluline on leida, kas positiivsed küljed on olulisemad kui negatiivsed. Kui oleks võimalik minimeerida negatiivsete omadustega kaasnevad riskid, siis DPP meetodi rakendamisel saadav informatsioon oleks asendamatu. Lisaks kulude ülevaatele saaks meetodi rakendamisel informatsiooni müügiosakonna töö koordineerimiseks, kliendibaasi hindamiseks, personalipoliitika ülevaatamiseks jne, võimalused saadud informatsiooni kasutusosaladest tunduvad lõputud.

Muutuvkulude jaotamine artiklitele on pikalt olnud ettevõtte juhtide eesmärgiks ning samuti püsikulude kindlate osade jaotamine artikli otsekuludeks. Loomulikult on kõige eesmärgiks ettevõtte kasumlikkuse suurendamine. Tehnoloogia arenemisega kaasnes kaubanduses mudeliteküllus mõõtmaks artiklite kasumlikkust (Borin, Farris 1990). Õige meetodi rakendamine andis konkurentsieelise, mis oli ja on siiani tihedas majandusruumis kriitiliselt oluline. Väga oluline on eelnevalt analüüsida erinevate meetodite efektiivsust, et leida parim võimalik mudel. Hiljem on meetodi vahetamine väga keeruline ning uue meetodi rakendamine võib olla üsna ressursimahukas. Ükski ettevõtte ei soovi teha lisakulutusi millelegi, mis hiljem osutub kasutuks. Seega DPP meetodi valimisel on täpsemalt vaja uurida sellega kaasnevaid positiivseid ja negatiivseid külgi.

Kuluarvestuse eesmärk on võimalikult täpselt jaotada kulud kulukandjatele. Juba mitu kümnendit on kasutatud tegevuspõhist arvestust, et saavutada täpsem informatsioon. Hoolimata sellest, et tegevuspõhist arvestust on edukalt praktiseeritud, võib ka otsekulude määramisel tekkida probleeme. Näiteks, logistikas kasutatakse lihtsaid tehingutel põhinevaid andmeid ning keskmisi, et jaotada otsekulusid. Selline praktika võib hulgikaubandussektoris olla pigem kahjustav ja petlik, kuna tooted ei kuluta ressursse võrdset. Antud riski minimeerimiseks peab meetodi looja suutma määrata otsekulusid võimalikult täpselt laoühiku põhisealt ning proovima võimalikult vähe määrata üldistatud ja keskmisi kulusid. Mida täpsem on otsekulude määramine, seda õigem on saadav informatsioon. (Varila, Seppänen, Soumala 2007)

Brutokasumi dünaamika on üks lihtsamaid ning kasutatavamaid meetodeid kuluarvestuses, kuid brutokasumi kõige suuremaks miinuseks on tegeliku kasumi ülehindamine. Brutokasum ei peegelda teisi otsekulusid, mis kaasnevad toote müügiga. Juhtimisotsused, mis põhinevad brutokasumil, võivad tuua kaasa ebakorrekse hinnastamise ning sortimendi struktuuri. Samas kasutades DPP meetodit võib juhtimisotsus olla liiga konservatiivne lähtudes madalast

kasumimarginaalist ning seetõttu võib ettevõtte juht alahinnata turgu ning võib tekkida samuti probleeme hinnastamisega. 90-ndatel leiti, et DPP meetodi kasutamisel saadud informatsiooni põhjal võivad juhtimisotsused pikaajalises plaanis müüke mõjutada, kuna hinnastamine on vale. Lühiajaliselt selliseid trende pole täheldatud. Riski elimineerimiseks peab juht suutma hinnata DPP meetodist saadud informatsiooni õigesti ning suutma seda võrrelda turult saadava informatsiooniga. (Borin, Farris 1990)

DPP meetodi suurimaks miinuseks peetakse selle rakendamise kulukust. Selleks, et leida korrektne otsene toote kasumlikkus, on vaja palju andmeid koguda, sisestada, määrata (Borin, Farris 1990). Samas DPP meetodi pooldajad märgivad, et lisaks laotühiku kasumlikkusele annab DPP meetod palju muud kasulikku informatsiooni, mida alternatiivsed mudelid ei suuda seletada (*Ibid.*). Meetodi ressurssimahukus on tõesti suur, kuid kasutades automatiseeritud süsteeme on võimalik andmeid palju efektiivsemalt koguda, kui seda sai teha 90-ndatel. Meetodi ülesehitamisel on vaja küllaltki palju sisestamist, määramist ning kasutatava laoprogrammi seadistamist, kuid hiljem on meetodi rakendamine kiire ning lihtne. Programm peab olema seadistatud nii, et järgnevad andmed liiguksid õigete tootete kuludesse ning eraldi sisestamist poleks vaja.

Ettevõtte juhid peavad olema ettevaatlikud, et mitte proovida ette ennustada tuleviku sündmusi lähtudes DPP meetodi rakendamisel saadud informatsioonist. Kulude mahtu saab üldistades ette ennustada lähtudes eelnevate perioodide trendidest, kuid tehnikavaldkonnas on areng niivõrd kiire, et seda tuleks teha kaalutletult. Tihti soovitakse kulude mahtu ette ennustada või teada, et hinnastada parimal võimalikul viisil (Varila, Seppänen, Soumala 2007). DPP meetodi negatiivseks küljeks on, et mudelis kasutatakse kulusid, mis on juba toimunud. Mudel ei suuda täpselt ennustada tuleviku trende ning eriti kulusid. Samas ei suuda seda ka ükski teine teadaolev mudel. Oluline on meeles pidada, et reaalses saadud andmed ei anna ideaalset informatsiooni tuleviku hindade määramiseks (*Ibid.*). Meetodi peamine väljund on informatsioon protsesside efektiivsemaks muutmiseks mitte tulevikusündmuste täpseks ennustamiseks.

DPP meetodi kasutamine on üha enam muutunud ettevõtte juhtide jaoks kasulikumaks. Juhid saavad olulist informatsiooni toote kasumiallikatest ning kulukohtadest. Meetodi rakendamisel on võimalik teada saada tootega tegelikult kaasnevad kulud. Tegemist on meetodi kõige tugevama küljega ning kaubanduses on antud meetod saanud seetõttu laialdast kasutust. (Alexander 1988)

Juba 1988. aastal tehtud Alexander'i uuringus leiti, et ettevõtte The Boots Ltd rakendas DPP meetodit üsna madala kuluga ning keeruliseks ajamata, võttes kasutusele vaid baasnäitajad. Kaks töötajat osales projekti läbiviimises ja tulemused olid muljetavaldavad. Ettevõtte leidis näiteks, et on ümberlükkamatuid tõendeid, et lemmikloomatoit polnud nende ettevõttes kasumlik. Tänu DPP meetodi kasutuselevõtuga sai ettevõtte esimest korda võrrelda lemmikloomatoidu kasumlikust teiste tootegruppidega. Samuti aitas DPP meetod välja tuua kõige kasumlikumad tootegrupid ning seega valis ettevõtte nende andmete põhjal uue suuna ning keskendus vaid kõige kasumlikematele tootegruppidele. Kui meetodit suudeti umbes 30 aastat tagasi rakendada lähtudes vaid baasnäitajatest ning üsna madala ressursikuluga, siis tänapäeva tehnoloogiliste võimaluste juures peaks mõõduka ressursikuluga saavutama meetodist märkimisväärset informatsiooni. (Alexander 1988)

Meetodi suureks plussiks on ka selle kasutajasõbralikkus, kuna ettevõttesiseselt on DPP meetodist saadav informatsioon kasulik paljudele osakondadele. Eelneva ettevõtte The Boots Ltd näite puhul saavutas firma suuri kasumeid pärast DPP süsteemi rakendamist ning esialgne investering meetodi väljatöötamiseks tasus ennast koheselt ära. Ettevõtte juht väitis, et tema teab vähemalt kahteteist erinevat viisi, milleks nad seda meetodit kasutavad. Seega saadav informatsioon võib olla töövahendiks mitmetele osakondadele. Lisaks avastas The Boots Ltd juht, et DPP meetod andis talle võimaluse võrrelda omavahel erinevate ladude kulusid ning vähendada seeläbi ebaefektiivsust ladudes, kus käsitlemiskulud olid sama toote osas kõrgemad. Sellise informatsiooni tulemusel toimus ettevõttes suur ümberkorralduste programm. (*Ibid.*)

DPP meetodi kasutuselevõtuga sai The Boots Ltd juht leida optimaalse sortimendi brändisiseselt ning tootegrupi lõikes. Tihtipeale pakuvad tootejuhid klientidele liiga suure valiku ning sellega kaasneb ebaefektiivsus, mis omakorda vähendab kasumit. Ettevõtte leidis, et pärast sortimendi korrastamist (s.t toodete vähendamist) ei vähenenud ettevõtte üleüldine müügitulu, kuid suurenes kasumlikkus ja vähenesid käsitlemiskulud. Kuluarvestussüsteemi peamine eesmärk ongi vähendada kulusid säilitades eelnev kasum või müügitulu. DPP meetodi õige rakendamine seda võimaldabki. (*Ibid.*)

DPP meetodi puhul on oluline, et toote otsekulud oleksid õigesti määratud. Oluline on, et mudelisse oleks kaasatud kõik tootega seotud kulud alates toote vastuvõtmisest kuni selle väljastamiseni. Ainult siis kajastab DPP meetodil saadud kasum õiget puhaskasumit toote müügist. Antud riski minimeerimiseks peab eeltöö olema piisav, et ei oleks üldistamist ning kõik toote otsekulud oleksid meetodisse kaasatud. (Harris 1987)

DPP meetodit kasutatakse erinevate otsuste tegemiseks, kuid traditsiooniliselt on välja toodud kaks põhilist. Esiteks kasutatakse meetodi rakendamisel saadud informatsiooni laoprotsesside efektiivsemaks muutmiseks. Meetod toob välja tootega kaasnevad laokulud, mis annab võimaluse analüüsida ja võrrelda erinevate tootegruppide laokulusid. Teiseks on toodud müügitegevuse efektiivsemaks muutmine. Meetod annab informatsiooni kasumlikemate tootegruppide kohta ning müügimeeskond saab keskenduda pigem kasumlikematele tootegruppidele ning turundada neid enam oma klientidele. Samuti saab informatsiooni kahjumlikest või nullkasumiga tootegruppidest, mida saadud informatsiooni põhjal ei ole mõistlik klientidele esimese eelistusena pakkuda ning selle tulemusel saab ettevõtte vähendada kahjumit toote müügist. Samuti annab meetodist saadav informatsioon võimaluse korrigeerida hinnastamist, et tooted ei oleks kahjumiga müüdavad. Veel saab tootejuht antud informatsiooni põhjal pidada tarnijaga ostuhinna osas läbirääkimisi, kas vastavavalt suurendada koguseid madalama hinna nimel või loobuda antud toote sisseostust. DPP meetod annab võimaluse hinnata uue toote sortimenti lisamise õigustatust. Saadud informatsiooni põhjal saab otsustada, kas uus toode on antud turutingimustel piisavalt kasumlik, et seda ettevõtte sortimenti lisada. (Harris 1987)

Selleks, et antud meetodit edukalt rakendada peavad olema täidetud kindlad tingimused. Esiteks on väga oluline juhtkonna toetus. Oluline on, et juhtkond teaks, mida nad soovivad sellest mudelist saada, mis informatsioon on neile oluline. Samuti on oluline uurida teiste sarnaste ettevõtete kogemust ning ehitada uus süsteem eelneva kogemuse najal. Oluline on määratleda, mis rolli DPP meetodi rakendamisest saadud informatsioon hakkab ettevõtte tulevikus määrama, et kõik saaksid üheselt aru edasisest müügistrateegiast ning see oleks piisavalt põhjendatud. Olulise riskina toob Harris välja, et DPP meetod võib olla keeruline mõista ning selle juures tuleb arvestada erinevate individuaalide õppimis- ja omandamisvõimet. Põhjalik eeltöö ning graafiline illustreerimine aitab kindlasti kaasa arusaadavusele ning töötajad mõistavad kui lihtne, äratasuv ning oluline antud informatsioon on. (*Ibid.*)

### **1.3. GMROI ja DPP meetodite võrdlus**

Antud peatükk toob välja GMROI ja DPP meetodite erinevused lähtudes 2014. aasta uurimustööst (PPG 2014). Autori valitud hulgikaubandusettevõtte kasutab osaliselt toodete kasumlikkuse hindamisel GMROI näitajat. Seega on väga oluline välja selgitada, kas hetkel

kasutatav näitaja on piisavalt efektiivne, et hinnata toodete kasumlikkust või kas antud näitaja üldse on võimeline õigesti hindama toodete kasumlikkust.

GMROI (inglise keeles *Gross Margin Return on Investment*) on üks põhilisemaid mõõdikuid hulgikaubanduses varude juhtimisel (PPG 2014). Seega on loogiline, et Hulgi OÜ on siiani seda kasutanud. GMROI'd kasutatakse ettevõtetes otsuste vastuvõtmiseks varude tasandil nii osakondade lõikes kui ka ühe toote osas. Samuti kasutatakse seda tihti tarnijate hindamiseks.

GMROI laialdane levik on saavutatud tänu sellele, et ettevõtted saavad teha otsuseid lähtudes investeringu tasuvuse perspektiivist. See tähendab, et ettevõtte mõõdab oma edukust varude ja omakapitali tootluse põhjal. Hoolimata selle laiahaadelisest kasutamisest on GMROI ülimalt vigane näitaja, mille najal võtta vastu juhtimisotsuseid. Näitaja toodab kallutatud finantsinformatsiooni, mis võib kaasa tuua ebaefektiivseid juhtimisotsuseid. GMROI eesmärk on analüüsida varudega seotud küsimusi investeringu tasuvuse seisukohast. Sellisel juhul võib varusid juhtida samamoodi nagu ülejäänud ettevõtet - keskenduda tuleb ainult kõige kasumlikematele gruppidele antud investeringu korral. GMROI efektiivsuse hindamiseks on toodud näide tabelis 1. (PPG 2014)

**Tabel 1.** Lihtsustatud kasumiaruanne ja bilanss

| Kasumiaruanne             | Dollarit   | Osakaal |
|---------------------------|------------|---------|
| Müügitulu                 | 20 000 000 | 100%    |
| Müüdnud kauba kulu        | 15 000 000 | 75%     |
| Brutokasum                | 5 000 000  | 25%     |
| Kogukulu                  | 4 500 000  | 22,5%   |
| Äri kasum                 | 500 000    | 2,5%    |
|                           |            |         |
| Bilanss                   | Dollarit   | Osakaal |
| Raha                      | 125 000    | 2%      |
| Ostjatelt laekumata arved | 218 750    | 35%     |
| Varud                     | 2 500 000  | 40%     |
| Muu käibevara             | 62 500     | 1%      |
| Käibevara                 | 4 875 000  | 78%     |
| Põhivara                  | 1 375 000  | 22%     |
| Varad kokku               | 6 250 000  | 100%    |
| ROA                       |            | 8%      |
| GMROI                     |            | 200%    |

Allikas: Profit Planning Group, 2014

Tabelis 1 on toodud lihtsustatud kasumiaruanne ja bilanss. On näha, et 20 miljoni dollari suuruse müügitulu juures suudab ettevõtte toota ärikasumit 500 000 dollarit, mis moodustab 2,5% müügitulust. Oluline näitaja on brutokasum (25%), mis on GMROI üks komponentidest. Ettevõtte on varadesse investeerinud 6,25 miljonit dollarit sellest 2,5 miljonit dollarit ehk 40% koguinvesteeringust on ettevõttel varusid. Tavaliselt mõõdetakse varade tootlust ROA'ga ehk varade rentaablusega, mis antud näite puhul 8%. See leiti kui jagati 500 000 dollari suurune ärikasum varade koguinvesteeringuga, milleks oli 6,25 miljonit dollarit. GMROI arvutamiseks kasutatakse sarnast investeeringu tulususe põhimõtet. Kuna GMROI on loodud kasutamiseks laoühiku tasandil, siis selle kasutamine toob kaasa mõningaid puudujääke. Tulu poolelt on arvestatud näitajas brutokasumit dollarites ning kõiki muid tootega otseselt seotud kulutusi eiratakse. Investeeringu osas on näitajasse võetud varude väärtus:

$$\text{GMROI} = \frac{\text{brutokasum}}{\text{varud}} = \frac{5\,000\,000}{2\,500\,000} = 200\% \quad (1)$$

GMROI puhul on kaks peamist ideed, mida näitaja kasutajad jälgivad. Esiteks, suurem näitaja on parem kui madalam näitaja. Teiseks, selleks et GMROI tulemust suurendada on vaja muuta kahe näitaja väärtust. Variandid on, kas suurendada brutokasumi marginaali või vähendada varude hulka. (PPG 2014)

Nagu eelnevalt mainitud rakendatakse GMROI'd tavaliselt laoühiku, tootegrupi või osakonna kohta. Tihti kasutatakse näitajat ka tarnija hindamiseks. Hoolimata sellest, millisel tasemel näitajat kasutatakse on GMROI'l tavaliselt mõõdikuna kaks eesmärki: (*Ibid.*)

- Kuna ettevõtte proovib saada võimalikult kõrget varade tootlust, siis on õige öelda, et kõrgem on parem kui madalam. Erinevad tooted, kas siis on või pole lähtuvalt GMROI väärtusest ettevõtte juhi jaoks olulised. Müügi- ja turundustegevused üsna tõenäoliselt keskenduvad enim just nendele toodetele, millel on kõrgem GMROI väärtus.
- GMROI annab võimaluse parandada näitajat kahe näitaja väärtust muutes. Seega on ettevõtte juhil valida, kas ta suurendab brutokasumit või vähendab varade väärtust. See annab ettevõtte juhile vaid kaks väärtust, mille parandamisele keskenduda.

GMROI on üks nendest näitajatest, mille väärtuse jaoks oleks võimalik leida eesmärki ettevõtetest väljastpoolt. Ettevõtte näitajat saab võrrelda samas sektoris tegutsevate ettevõtete GMROI näitajatega. See muidugi ei takista ettevõtetel püsitada GMROI eesmärke ettevõttesiseselt.



Reeglina on ettevõtted võtnud GMROI eesmärgiks 150%, 200% või isegi kõrgema väärtuse. Toode, mis ei suuda sellist väärtust näitada satub tihti kriitika alla. (*Ibid.*)

GMROI eesmärgi seadmine on üsna mugav. Samas on see üpris kasutu eesmärk. Selleks, et mõista miks, vaadatakse eelnevat näidet laoühiku tasemel ning eeldatakse, et laoühikul on sama brutokasumi marginaal ning varude tootlus nagu tabelis 1. Seega laoühiku GMROI väärtus on 200%. Kuna GMROI ei arvesta muid tootega otseselt seotud kulutusi, siis on keeruline öelda, kas GMROI 200% on laoühiku kohta hea või halb näitaja. Kui näiteks laoühiku müügikulu, käsitluskulu ja töötlemiskulu moodustaksid 25% müügihinnast, siis 25% brutokasumi marginaal ning GMROI 200% on murettekitavalt puudulik. See tähendaks, et tabelis 1 toodud näidissettevõtte ületaks vaevu tasuvuslääve selle toote müügiga. Samas, kui kulud moodustaksid 15% laoühiku müügihinnast, siis 200% GMROI oleks väga hea näitaja.

Tulemusena on peaaegu võimatu määrata GMROI mõistes olulist eesmärki laoühiku kohta. Ainuke fakt, mida saab öelda GMROI väärtuse kohta on, et kõrgem väärtus on parem kui madalam. Kui laoühiku GMROI muutub 100%-lt 150%-ni, siis võib öelda, et tegevused liiguvad õiges suunas. (PPG 2014)

Samas on piiranguid ka ideel, et kõrgem väärtus on parem kui madalam. Seda võiks kasutada tõesti ainult laoühiku kohta. Kui kasutada GMROI'd, et võrrelda erinevaid tooteid või tootegruppe, siis kulude mitteamistamine on üha teravam probleem. See on sellepärast, et erinevatel toodetel või tootegruppidel on kindlasti erinev nendega seotud kulude struktuur ning GMROI väärtus seda arvesse ei võta. Mida rohkem on võrdlevasse analüüsi kaasatud erinevaid tootegruppe, seda enam on tõenäosus, et "kõrgem väärtus on parem" loogika ei kehti. Kitsas tootegrupis on võimalik GMROI'd võrrelda, kuna toodetel on reeglina sarnane kulude struktuur. Sellisel juhul on tavaliselt kõrgema GMROI väärtusega toode kasumlikum, kui madala väärtusega toode. Samas ei ole tegemist 100% kindla väitega. (*Ibid.*)

Kui võtta võrreldavaks suuruseks suurem tootegrupp, kus tooted on iseloomult erinevad, siis pole GMROI näitajal peaaegu mingisugust väärtust. Sellisesse gruppi võivad kuuluda kallid tooted, mida on kulukas müüa ning mis vajavad müügitoetust. Samuti võib samasse tootegruppi kuuluda madalate kuludega tooted, millel ei ole vaja üldse müügitoetust. Seega kõrge GMROI väärtusega toode ei pruugi olla üldse kasumlikum, kui temaga võrreldav madalama GMROI'ga toode. Iseloomult erinevate toodete GMROI võrdlemine pole mõistlik. GMROI võrdlemine on mõistlik vaid toodete puhul, mille kulude struktuur on sarnane. (*Ibid.*)

Kui vaadata ettevõtte artiklite jaotumist, siis üsna kiirelt saab selgeks, et artikli brutokasum on negatiivselt korreleeruv varude tootlusega. Artiklitel, millel on kõrge brutokasumi määr, on tavaliselt madala varude tootlusega ning vastupidi. Selle tulemusel on palju juhid GMROI osadeks võtnud ning paljudes ettevõtetes on hakatud GMROI asemel mõõtma T/E indeksit (inglise keeles *Turn and Earn Ratio*). (*Ibid.*)

Kuna GMROI arvutamisel kasutatakse kahte näitajat, siis ettevõtete juhtidel on selge siht, kuidas näitajat parandada. Selleks on kaks võimalust: suurendada brutokasumi määra või vähendada varusid. Praktikas pole aga näitaja suurendamine nii lihtne, kuna brutokasumi määr ja varad pole võrdse mõjuga näitajad. Tuleb välja, et nende mõju on täiesti erinev. Selleks, et seda paremini mõista on toodud näidissettevõtte, mida kirjeldab tabel 2. (*Ibid.*)

**Tabel 2.** Lihtsustatud kasumiaruanne ja varud, dollarites

| Kasumiaruanne       | Hetkeseis  | 2% rohkem brutokasumit | 2% vähem varusid |
|---------------------|------------|------------------------|------------------|
| Müügitulu           | 20 000 000 | 20 000 000             | 20 000 000       |
| Müüdnud kauba kulu  | 15 000 000 | 14 900 000             | 15 000 000       |
| Brutokasum          | 5 000 000  | 5 100 000              | 5 000 000        |
| Käsitluskulud (20%) | 500 000    | 500 000                | 490 000          |
| Muud tegevuskulud   | 4 000 000  | 4 000 000              | 4 000 000        |
| Kogukulud           | 4 500 000  | 4 500 000              | 4 490 000        |
| Ärikasum            | 500 000    | 600 000                | 510 000          |
|                     |            |                        |                  |
| Varud               | 2 500 000  | 2 500 000              | 2 450 000        |

Allikas: Profit Planning Group, 2014

Tabelis 2 on toodud lihtsustatud kasumiaruanne, kus kulud on jaotatud kahte rühma. Esimese kulude grupi moodustavad varade käsitluskulud. Antud näites on arvestatud, et käsitluskulud moodustavad 20% varade bilansilisest väärtusest. Selliste kulude alla kuuluvad otseselt varadega seotud kulud nagu säilituskulu, intressikulu, maamaks, kindlustus, kulum ja kadu. Teise kulude grupi moodustavad muud tegevuskulud. Bilansist on välja toodud ainult varude väärtus. (PPG 2014)

Esimene veerg kirjeldab näidissettevõtte hetkeolukorda. Teine ja kolmas veerg kirjeldavad erinevate muutuste mõju kasumile. Teine veerg kirjeldab brutokasumi suurendamist 2% võrra ning kolmas veerg kirjeldab varude väärtuse langust 2% võrra. Teises veerus on näha, et brutokasum suurenes 5 miljonilt eurolt 5,1 miljoni euroni. Kulud jäävad samaks ning saadud

kasum liigub kõige lõppu ärikasumi reale. Kolmandas veerus, kus on varasid vähendatud 2% jäi varade väärtuseks 2,45 miljonit eurot ning selle tõttu muutub ka varade käsitluskulude maht. Selleks on 500 000 euro asemel 490 000. Seega brutokasumi määra tõstmisel suurenes kasum 100 000 euro võrra, kuid varade väärtuse vähendamisel 2% võrra suurenes kasum vaid 10 000 euro võrra. Järelduseks võib öelda, et kaks näitajat, mis eeldatakse on sama mõjuga, avaldavad väga erinevat mõju kasumile.

Samas selline analüüs on lihtne, kuid päris ettevõtte brutokasumi määra suurendamine pole nii lihtne. Antud näide toob lihtsalt välja erinevate muutuste mõju. Seega on oluline meeles pidada GMROI kahte väga suurt puudust. Esiteks, ei ole mõistlik kasutada GMROI'd erinevate kulustruktuuridega artiklite osas ning teiseks, kaks näitajat, mida kasutatakse GMROI arvutamiseks, on oma olemuselt erinevad ning seetõttu omavad väga erinevat mõju ettevõtte kasumile. (*Ibid.*)

GMROI idee on väga õilis, kuna varude tootlust ning investeringu tasuvust on väga vajalik mõõta ka laoühiku tasemel. GMROI puuduseks on see, et arvutused, mis selle näitaja leidmiseks tehakse, ei anna tegelikku pilti selle ühiku tootlusest. Kõrgem näitaja ei pruugi olla parem kui madala näitaja väärtus. Probleem on varude tootluses. Varude tootlus näitab ettevõtte varude müügi kiirust laoühiku või grupi lõikes. Tootlus antud kontekstis tähendab mitu korda aasta jooksul suudab ettevõtte müüa enam kui on varude koguväärtus. Näiteks varude tootlus 12 tähendab, et ettevõtte suudab iga kuu müüa sama palju varusid kui on varude koguväärtus. Varude tootlus on väga laialdaselt kasutatav näitaja ning õigustatult, kuna see näitab, kas ettevõtte suudab oma põhitegevusega edukalt tegeleda. Samas kui lähemalt vaadata, siis varude tootlus pole kõige parem näitaja, et analüüsida varude tulemuslikkust. Selleks, et seda väidet põhjendada on toodud tabel 3. Tabel 3 kirjeldab kahe laoühiku kasumlikkust. (PPG 2014)

**Tabel 3.** Lihtsustatud kasumiaruanne ja varade tootlus

| Kasumiaruanne                 | Artikkel A | Artikkel B |
|-------------------------------|------------|------------|
| Müügitulu, dollarites         | 50 000     | 55 000     |
| Müüdud kauba kulu, dollarites | 42 500     | 38 500     |
| Brutokasum, dollarites        | 7 500      | 16 500     |
| Keskmine varu, dollarites     | 10 000     | 10 000     |
| Brutokasumi määr              | 15%        | 30%        |
| Varude tootlus                | 4,3        | 3,9        |

Allikas: Profit Planning Group, 2014

Enne tabeli põhjalikumat analüüsi oletatakse, et teada on ainult varudesse investeeritud summa (10 000 eurot) ning müügitulu mõlema artikli puhul. Artikkel A toob ettevõttesse 50 000 eurot ning B pisut rohkem 55 000 eurot. Antud info põhjal saab üsna julgelt väita, et samaväärsse investeeringu puhul toob üks artikkel rohkem raha ettevõttesse kui teine, mis loogiliselt tähendab, et B on ettevõttele kasumlikum müügiartikkel kui A. Kui aga lisada tabelis toodud ülejäänud informatsioon, siis on selge, et viimane järeldus oli ennatlik. Lisandunud informatsioon näitab, et toote kasumlikkuse hindamine on keerulisem, kui võib arvata. Artikkel A tundub olevat hinnatundlikum, kuna brutokasumi määr on 15%, kui artikkel B brutokasumi määr on 30%. Tundub ilmselge, et artikkel B peaks olema eelistatum. Kui nüüd vaadata varude tootluse näitajat, mis arvutatakse müüdüd kauba kulu jagamisel varude keskmise väärtusega, on selge, et hoopis artikkel A peaks olema eelistatum müügiartikkel. Artikli A varude tootlus on 4,3 ning B artikli tootluse näitaja on vaid 3,9. Nagu näha, siis varude tootlus ei suuda näidata artikli kasumlikkust, vaid näitab, kui palju on müüdüd kaupa ühe varudes sisalduva euro kohta. Taas on välja toodud näitaja puudulikkus hinnata artikli kasumlikkust. Varude tootlus on alati parem madalama brutokasumi määraga artiklidel, samas ei saa väita, et madalama brutokasumi määraga artikkel oleks parema tootlusega, aga näitaja järgi saab ta selle au osaliseks. Järelikult parima varude tootluse saavutamiseks oleks mõistlik kogu varu müüa ostuhinnaga ning näitaja oleks väga suur. Samas ei oleks selline tegutsemisviis väga kasumlik. (PPG 2014)

Taoline probleem nagu varude tootlusegagi on ka GMROI näitajal. Varude tootlus veenab, et madalama brutokasumi määraga artiklid on paremad kui kõrge brutokasumi määraga artiklid. Selle tulemusel hindab ka GMROI madala brutokasumi määraga artikleid üle ning alahindab kõrge määraga artikleid. Samas on sellise näitaja põhjal otsustamine petlik, kui soovitakse hinnata varude tasuvust ja investeeringute kasumlikkust. Selleks, et mõista GMROI näitaja valesti hindamist on koostatud tabel 4, kus on toodud kolm erinevat artiklit. Artikkel C iseloomustab kõrge brutokasumi määraga artiklit, artikkel D on tavalise brutomarginaaliga toode ning artikkel E on madala marginaaliga toode. Lisaks brutomarginaalile on erinevused ka artiklite varude väärtuses. (*Ibid.*)

Artikkel D esindab keskmises veerus tavalist artiklit, kus brutokasumi määr on 25% ning varude tootlus 6,0. Artikkel C toodab 20% rohkem brutokasumit kui artikkel D, kuid vajab 20% rohkem investeeringut varudesse kui artikkel D. Antud olukord on klassikaline kõrge brutokasumi määra ning madala varude tootluse juhtum. Madala brutokasumi määra ning kõrge varude tootlusega on artikkel E artikli D vastand.

**Tabel 4.** Lihtsustatud kasumiaruanne, brutokasumi määr, GMROI ja T/E indeks

| Kasumiaruanne                  | Artikkel C | Artikkel D | Artikkel E |
|--------------------------------|------------|------------|------------|
| Müügitulu, dollarites          | 50 000     | 50 000     | 50 000     |
| Müüdnud kauba kulu, dollarites | 35 000     | 37 500     | 40 000     |
| Brutokasum, dollarites         | 15 000     | 12 500     | 10 000     |
| Keskmine varu, dollarites      | 7 500      | 6 250      | 5 000      |
| Varude tootlus                 | 4,7        | 6,0        | 8          |
| Osakaalud                      |            |            |            |
| Müügitulu                      | 100%       | 100%       | 100%       |
| Müüdnud kauba kulu             | 70%        | 75%        | 80%        |
| Brutokasumi määr               | 30%        | 25%        | 20%        |
| GMROI                          | 200%       | 200%       | 200%       |
| T/E indeks                     | 140%       | 150%       | 160%       |

Allikas: Profit Planning Group, 2014

Enamasti mõeldavad ettevõtete juhid GMROI'd, et määrata probleemsete artiklid. Antud näitaja on probleemkohtade avastamiseks ning selleks keskendutakse nendele artiklitele, mille GMROI on madalaim. Ettevõtte, kus kasutatakse T/E indeksit GMROI asemel, ei pruugi ka olla piisav probleemide tuvastamiseks. Näiteks eelnevas tabelis on artikli C T/E indeks 140%, kuigi antud artikli brutokasum on võrreldavatest suurim. Samas on artikli E T/E indeks väga hea ning viitab väga kasumlikule artiklile, siis vaadates toote brutokasumit, on see võrreldavatest madalaim. Kui nüüd ettevõtte lähtuks antud näitajatest, siis peaks keskenduma kõige rohkem artiklile E, kuid tulemusena võib kannatada ettevõtte kasum. (PPG 2014)

Kui vaadata tabelis 4 kolme artikli GMROI'd, siis need on täpselt võrdsed. Selle näitaja põhjal ei peaks eelistama ühtegi võrreldavat artiklit teisele. Kui eeldada, et ettevõtte tegevuskulud moodustavad 22,5% müügitulust ning kõigil kolmel artiklil on väga sarnane kulustruktuur, siis võib öelda, et artikkel E võib peagi osutada kahjumlikuks tooteks, kuna brutokasumi määr on 20%, siis sellest ei piisa, et katta 22,5% tegevuskuludest. Samas GMROI viitab, et kõik kolm võrreldavat artiklit on samaväärselt olulised. T/E indeksi põhjal peaks ettevõtte keskenduma just artikli E müügile. Samas vaadates kasumi seisukohast, peaks ettevõtte üldse artikli E müügist loobuma, kuna iga müüdnud artikkel toodab üha rohkem kahjumit. Seega kasutades GMROI'd võib informatsioon olla väär. Lähtudes T/E indeksist võivad tulemused olla lausa hukatuslikud. Kumbki näitajatest ei tohiks olla ettevõtte juhtide otsuste taga. (*Ibid.*)

Tabel 5 on toodud, et näidata, mis juhtub kui ettevõtte juhid otsustavad artikli GMROI'd parandada. Esimesel juhul otsustab ettevõtte vähendada varasid 10% ning teisel juhul suurendada brutokasumi määra 10%.

**Tabel 5.** Lihtsustatud kasumiaruanne, varade tootlus, GMROI ja T/E indeks

| Kasumiaruanne                              | Hetkeseis | 10% vähem varusid | 10% rohkem brutokasumit |
|--|-----------|-------------------|-------------------------|
| Müügitulu, dollarites                      | 50 000    | 50 000            | 50 000                  |
| Müüdud kauba kulu, dollarites              | 37 500    | 37 500            | 36 250                  |
| Brutokasum, dollarites                     | 12 500    | 12 500            | 13 750                  |
| Keskmine varu, dollarites                  | 6 250     | 5 625             | 6 250                   |
| Varude vähenemine, dollarites              |           | 625               |                         |
| Varude käsitluskulu vähenemine, dollarites |           | 125               |                         |
| Toote brutokasum, dollarites               | 12 500    | 12 625            | 13 750                  |
| Varude tootlus                             | 6,0       | 6,7               | 5,8                     |
| Brutokasumi määr                           | 25%       | 25%               | 27,50%                  |
| GMROI                                      | 200%      | 222,20%           | 220%                    |
| T/E indeks                                 | 150%      | 166,70%           | 159,50%                 |

Allikas: Profit Planning Group, 2014

Ettevõtte juhtkond on otsustanud parandada artikli tulemusi, kas vähendades varusid 10% võrra või suurendades brutokasumit 10% võrra. Tabelis 5 on toodud teises veerus varude vähendamise juhtum, kus varusid vähendatakse 625 euro võrra ning selle tulemusena väheneb varude käsitluskulu 125 euro võrra ning see lisandub brutokasumile. Nagu näha avaldab varude vähendamine väga vähe mõju kasumile. Kolmandas veerus on toodud brutokasumi suurendamine 10% võrra. Selline kasumi suurendamine on eeldatavasti saadud parematest ostuhindadest. Selle tulemusena on kolmanda veeru brutokasum 13 750 eurot. On koheselt näha, et brutokasumi suurendamine avaldab kasumile suuremat mõju kui varude vähendamine sama osakaalu võrra. Kui vaadata GMROI väärtuse muutust, siis tundub, et kõige parema tulemuse annab varude vähendamine ning brutokasumi suurendamine pole nii hea variant. Samas mõlemad näitajad paranesid. T/E indeks on täpselt samasuguste tulemustega, kus varude vähendamine tundub olevat kasumlikum otsus. GMROI kalduvus on näidata paremast küljest just madalama brutokasumi määraga artikleid ning tihti kipub näitaja alahindama kõrge brutokasumi määraga artikleid. Samuti on oluline märkida, et reeglina on näitaja parem kasumit vähem mõjutavate tegevuste puhul ning kasumit palju mõjutavad tegevused tunduvad tähtsusetumad kui tegelikult. Sellised näitajad mõjutavad juhtide otsuseid ning kahjuks ei suuda juhid teha oma ettevõtte jaoks parimaid otsuseid. (PPG 2014)

Selge on see, et GMROI ei ole parim näitaja hindamaks ettevõtte hinnastamis- ja müügistrateegiaid. Selleks, et mõõta tegelikult toodete kasumlikkust, on vaja kasutusele võtta keerulisem süsteem, mis suudab arvestada toodete kasumit õiglaselt. Varasemalt on selliste mudelite kasutamisel olnud takistuseks informatsiooni rohkus ning oskamatus informatsiooni kiirelt töödelda. Tänapäeva maailmas on aga võimalused palju paremad ning programmid suudavad sekunditega andmeid töödelda. Üle on mindud tegevuspõhisele arvestusele, täpsemalt on antud uuringus kasutatud DPP meetodit. Kuna andmete kogumine ning töötlemine pole enam nii kulukas ja ajamahukas, siis tänapäeva võimalused on rajanud tee kuluarvestuse arenguks. DPP meetodi rakendamisel saab mõõta kasumit artiklite, tootegruppide, osakondade, müügisuundade või projektide lõikes. Erinevalt GMROI'st ei muutu selle väärtus tühiseks, kui lisada juurde erinevaid artikleid. Antud süsteem võimaldab ettevõttel teha tarku ja täpsemaid juhtimisotsuseid, kuigi süsteemi rakendamine on kindlasti palju kulukam, kui GMROI arvutamine. GMROI suurimaks eeliseks ongi selle lihtsus, mõõdetakse kahte näitajat, mis on lihtsalt arusaadavad. Ei ole keeruline mõista, kuidas seda leitakse ning kuidas antud näitajat parandada. Samas DPP süsteem annab juhtidele detailse kirjelduse artikli kasumi kujunemisest ning annab lõputult erinevaid võimalusi toote kasumlikkuse parandamiseks. (PPG 2014)

Tabel 6 on loodud selleks, et illustreerida DPP keerukust. Võrreldud on kahte artiklit. Artikkel F on käibeartikkel, mis toodab palju müügitulu, kuid väikest kasumit ning toode G on klassikaline nišitoode, millel on väikesed müügid, kuid kõrge kasum. Hoolimata artikli G madalamast müügitulust toodab viimane ühe dollari kohta rohkem kasumit kui artikkel F.

Antud tabelis toodud artiklid toovad selgelt välja kaks DPP süsteemi suuremat eelist GMROI ees. Esiteks, on võimalik ettevõtte tegevust eesmärgistada. Teiseks, ettevõtte ei lähtu vaid kahest näitajast. Vastupidiselt, on suur arv võimalusi, kuidas toote otsest kasumit tõsta. Võttes kasutusele DPP süsteemi ei pea enam lähtuma, et suurem on parem kui madal. Ettevõtted saavad seada sisuga eesmärgid, et kasumit tõsta. Kui kogu ettevõtte toodab 3,0% maksude-eelset kasumit, siis ei saa artiklit F nimetada halvaks, vaid saab täpselt välja selgitada, kui halb on artikli kasumi tootlus. Seega artikkel F on 1,7% protsendipunkti madalama kasumiga kui ülejäänud ettevõtte. Samas toodab artikkel G kaks korda enam kasumit, kui ülejäänud ettevõtte. (PPG 2014)

**Tabel 6.** DPP meetodi rakendamine nädisandmetega

| DPP arvestus                    | Artikkel F |         | Artikkel G |         |
|---------------------------------|------------|---------|------------|---------|
|                                 | Dollarit   | Osakaal | Dollarit   | Osakaal |
| Müügitulu                       | 20 000     | 100,0%  | 5 000      | 100,0%  |
| Müüdud kauba kulu               | 15 000     | 75,0%   | 3 500      | 70,0%   |
| Brutokasum                      | 5 000      | 25,0%   | 1 500      | 30,0%   |
| Otsesed kulud                   |            |         |            |         |
| Käsitluskulud                   | 500        | 2,5%    | 150        | 3,0%    |
| Müügikulu                       | 600        | 3,0%    | 150        | 3,0%    |
| Ladustamiskulu                  | 100        | 0,5%    | 20         | 0,4%    |
| Väljastamiskulu                 | 300        | 1,5%    | 50         | 1,0%    |
| Muud töötlemiskulud             | 50         | 0,3%    | 15         | 0,3%    |
| Otsesed kulud kokku             | 1 550      | 7,8%    | 385        | 7,7%    |
| Otsene toote kasum (DPP)        | 3 450      | 17,3%   | 1 115      | 22,3%   |
| Püsikulud (osakaal müügitulust) | 3 200      | 16,0%   | 800        | 16,0%   |
| Kasum enne makse                | 250        | 1,3%    | 315        | 6,3%    |

Allikas: Profit Planning Group, 2014

Lähtudes tabelis toodud näitest, võib välja tuua mitmeid võimalusi toote kasumlikkuse parandamiseks: (*Ibid.*)

- suurendada müügitulu, et kulusid paremini jaotada;
- tõsta brutokasumi määra;
- vähendada varusid, et säilituskulu vähendada;
- vähendada müügikulu, tulemustasu süsteemi ümbervaatamine;
- ostutellimuste optimeerimine, et ladustamiskulusid vähendada;
- muuta müügiprotsesse nii, et väljastamiskulud oleksid minimaalsed.

Võimalusi DPP meetodi rakendamisel saadud informatsiooni kasutamiseks on palju. Samuti on selge, et arenenud majandusruumis ei piisa GMROI näitajast, et omada konkurentsieelist. Kuluarvestussüsteem peab olema informatiivne ning GMROI seda kahjuks pole. Saadud informatsioon on sisutu ning enamasti petlik. Otsused, mis lähtuvad GMROI'ist on seetõttu samuti väärad. DPP meetodil on küll omad negatiivsed küljed, kuid antud riske saab minimeerida läbimõeldud eeltööga ning otsekulude täpse määramisega.



## **2. DPP SÜSTEEMI LOOMINE ETTEVÕTTELE HULGI OÜ**

Selles peatükis tutvustab autor Hulgi OÜ tegevusala ning toob eelnevate aastate peamised majandusnäitajad. Samuti on toodud põhjendused, miks ettevõtte vajab efektiivset kuluarvestussüsteemi. Peatüki teises osas seletab autor täpsemalt, mismoodi DPP meetodis otsekulusid jaotati. DPP meetodit rakendatakse Hulgi OÜ 2016. aasta I kvartali majandustulemuste põhjal. Rakendamisjuhised Hulgi OÜ majandustarkvara seadistamiseks on toodud kolmandas peatükis. Viimases alapeatükis toob autor välja lõputöö peamised tulemused ja järeldused.

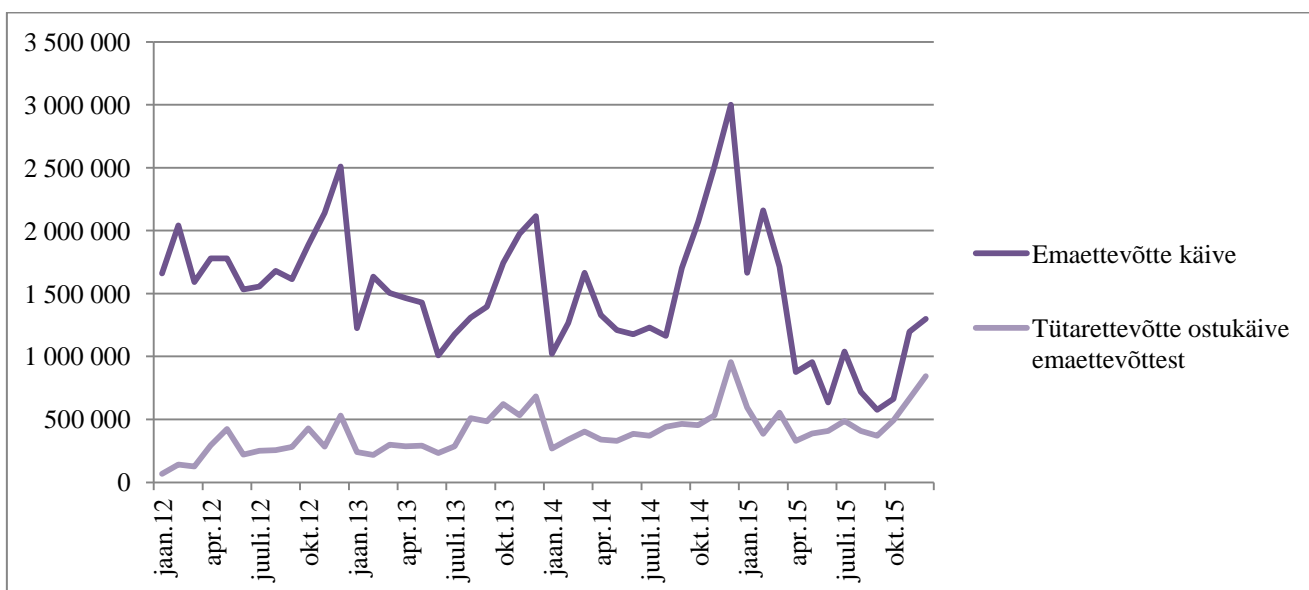
### **2.1. Ettevõtte Hulgi OÜ tegevuse ülevaade ja vajaduste määratlemine**

Ettevõtte Hulgi OÜ on enam kui 20 aastase kogemusega hulgikaubandusettevõtte, mis tegeleb kodulektroonika hulgimüügiga. 2010. aastal loodi ettevõtte juhatuse poolt jaekaubanduskett, mis 2016. aasta alguses ühendati hulgikaubandusettevõttega. Kokku töötab kahes ettevõttes 93 inimest, kellest 22 töötavad kontoris. Hulgimüügi poolel tegeleb igapäevaselt kaupade pakkumise ja müügiga neli inimest. Kaupade sisseostuga tegeleb igapäevaselt viis tootejuhti, kellel kõigil on erinev tootegrupp, mille sortimendi eest nad vastutama peavad. Lisaks tootejuhtidele on jaekaubandusketi juhtimise ning administratiivülesannetega seotud kaheksa inimest.

Lõputöö raames uurib autor vaid hulgikaubandusettevõtet DPP meetodi abil, kuigi tütarettevõttel on väga suur osa emaettevõtte käibest. Tütarettevõtte ülesehitus ning töökorraldus on niivõrd erinev hulgikaubandusettevõtetest, et samadel põhimõtetel ei ole võimalik loodud meetodit jaekaubandusketis rakendada. Samas on tütarettevõtte väga tihedalt seotud meetodi väljundite ning järeldustega. Üheks väga oluliseks küsimuseks juhatuse liikmel on, kas tütarettevõttele pakutav hind katab toote otsekulud või müüb emaettevõtte kaupu kahjumlikult.

Joonisel 1 on toodud emaettevõtte käive ning tütarettevõtte ostukäive emaettevõttest 2012-2015 aastal. Antud jooniselt on näha, et Hulgi OÜ käive on langustrendiga ning ettevõtte on kaotanud suure turuosa. 2015. aastal oli käive 30% madalam kui sellele eelnenud aastal. Ettevõtte

käibelanguse üheks põhjuseks on kindlasti 2015. aastal toimunud ettevõtte jagunemine, mille tulemusel Hulgi OÜ oli sunnitud loovutama mitmeid brände, mis eelnevalt on toonud ettevõttele arvestatavat käivet. Jagunemise tulemusel vähendati töötajate hulka ja müüdi materiaalselt põhivara. Ettevõttes toimus suur restruktureerimine, mis pole tänaseks päevaks veel lõppenud. Muudatuste periood on turul vähendanud usaldust Hulgi OÜ vastu. Ettevõtte uuendamisel on olnud oluline ning on ka edaspidi sortimendi valik ning eristumine turul.



**Joonis 1.** Ettevõtte Hulgi OÜ käive ja tütar-ettevõtte ostukäive 2012-2015 aasta kuude lõikes, eurodes

Allikas: autori koostatud

Joonisel 1 toodud tütar-ettevõtte ostukäive on olnud kasvava trendiga, kuid mitte märkimisväärselt. Probleemiks on tütar-ettevõtte ostukäibe osakaalu suurenemine emaettevõtte käibes. Seega on selge, et emaettevõtte käibelanguse põhjuseks on hulgimüügi ja ekspordi osakaalu vähenemine. Sellises turuolukorras peab ettevõtte veenduma, et müüdud toodete marginaal oleks piisav, et katta toodetega otseselt seotud kulusid. Antud hetkel pole ettevõttes efektiivset meetodit selle hindamiseks.

Ettevõtte tootevalik on väga lai. Näiteks, viimase kahe aasta jooksul on aktiivseid laoartikleid kokku enam kui 10 000. Selleks, et paremini sortimenti valida ning omada ülevaadet laoartiklitest, on ettevõttes välja töötatud tootepuu. Kõik artiklid on jaotatud klassi, klassid on jaotatud omakorda suuremateks klassideks, mis moodustavad seitse suurt masterklassi. Näiteks 3PARDEL klassi kuuluvad kõik pardlid, millele on laoartikkel loodud. Klass 3PARDEL kuulub omakorda suuremasse rühma nimega 2KEHAHOOL, mis koondab erinevaid kehahooldusega

seotud elektroonikaseadmeid (näiteks lisaks pardlitele veel juukselõikusmasinaid, epilaatoreid ning pardli varuosasid). Teise taseme klass 2KEHAHOOL kuulub veel kõige suuremasse masterklassi nimega ILU. Tootepuu pole eraldi lisades välja toodud, kuid teise taseme ja kolmanda taseme klassid on toodud lisades masterklasside analüüsi osas (vt lisa 3-9). Vastavalt masterklassile on ettevõttes tootejuhtide vastutusala määratud. Kokku on tootepuus seitse masterklassi, 54 teise taseme klassi ja 214 kolmanda taseme klassi.

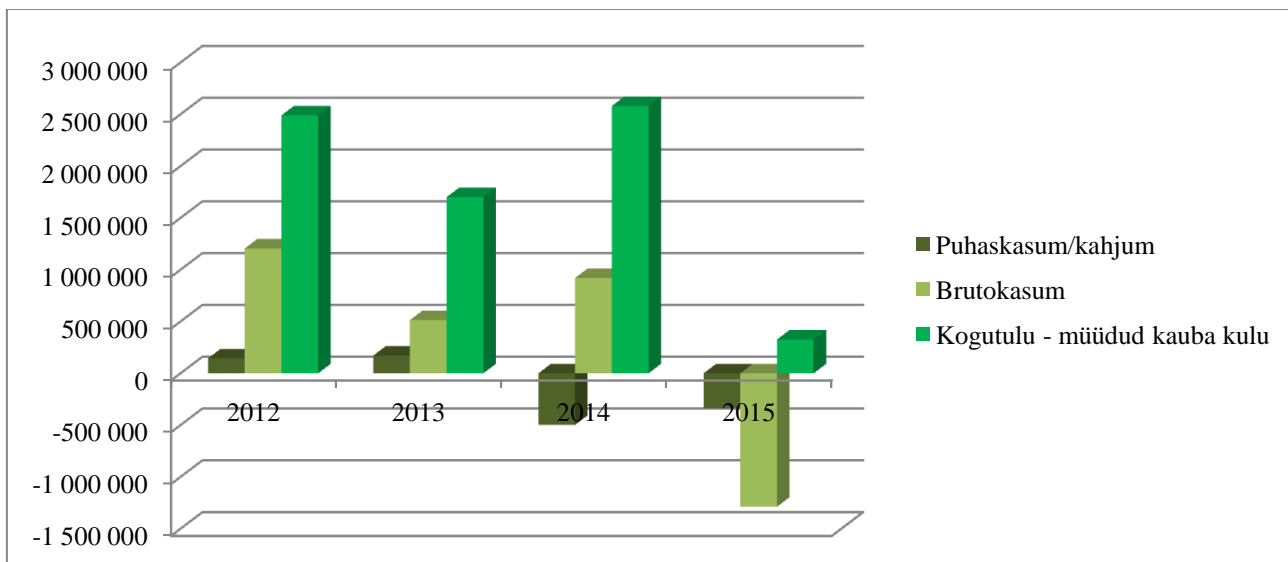
Ettevõtte on tootepuu sidunud kasutatava raamatupidamisprogrammiga ning töötajad kasutavad tootepuul põhinevat informatsiooni igapäevaselt. Kõige enam jälgitakse laoartikleid kolmanda taseme klassi järgi. Kõik kaubad võetakse laoartiklina arvele ning igal ühikul on määratud ostuhind. Toote ostuhinnale lisandub proportsionaalselt transporditasu. Saadud ostuhind kuvatakse kõikides aruannetes ning peamised sortimendiga seotud otsused lähtuvad sellest. Paraku ei suuda raamatupidamisprogramm arvestada muid tootega otseselt seotud kulusid. Seega ei tea ettevõtte juhatus, kas toodete otsekulud on olulised ning kas need võivad olla kahjumlikkuse põhjuseks.

Ettevõtte Hulgi OÜ käive on langenud ning turuolukord on kindlasti üheks põhjuseks. Tehnoloogilise arengu käigus on füüsilistest kauplustest saanud veebipoed ning hulgikaubandusettevõtted jäetakse tihti peale tarneahelast välja. Tõnu Tõniste, kes on hulgikaubandusettevõtte LTT AS juhatuse esimees, just seda väidabki. Ta ütleb ühes oma artiklis, et hulgifirmade kliendid suhtlevad üha enam tarnijatega otse (Eerme 2012).

2002. aasta uurimuses Rovit, Sweder ja Buchanan leidsid, et konkurentsieelis on edu aluseks. Hoolimata veebikaupluste õitsengule on koduelektroonika valdkonnas tegutsevatel hulgikaubandusettevõtetel veel võimalus oma turuosa kaitsta, kuna kliendid soovivad toodet katsuda ning sellega tutvuda enne ostmist. Samas on selge, et vanade ja aegunud protseduuride ning süsteemide alusel ei ole ettevõtte jätkusuutlik. Konkurentsieelise saamiseks on vaja teenida konkurentidest suuremat brutokasumit ning vähendada muid tegevuskulusid (Rovit, Sweder, Buchanan 2002).

Joonisel 2 on toodud ettevõtte Hulgi OÜ bruto- ja puhaskasum 2012-2015 aastal. Jooniselt on näha, et 2012. ja 2013. aastal lõpetas ettevõtte aruandeperioodi kasumiga. Samas on jooniselt näha, et brutokasum pole 2014. ja 2015. aastal olnud piisavalt suur, et katta ettevõtte muid tegevuskulusid ning mõlemal aastal on ettevõtte pidanud aasta lõpetama kahjumiga. 2015. aastal on brutokahjum tugevalt negatiivne ning just muud äritulud suudavad aruandeaasta kahjumit

vähendada. Lisaks hankijate boonustele oli 2015. aastal materiaalse põhivara müük. Kindlasti on vaja märkida, et 2015. aasta jagunemise käigus müüs Hulgi OÜ osa ettevõttele kuuluvast kaubast jagunemislepingu kohaselt sisseostuhinnaga teisele osapoolle. Samuti toimus agressiivne lao tühjendamine vanast kaubast, mistõttu oli ettevõtte sunnitud müüma osasid kaupu alla ostuhinna.



**Joonis 2.** Ettevõtte Hulgi OÜ bruto- ja puhaskasum 2012-2015 aastal, eurodes

Allikas: autori koostatud

Tabelis 7 on ettevõtte muude tegevuskulude osakaal käibest. Muude tegevuskulude all on siin tabelis mõeldud kõik muud ettevõtte kulud, millest on lahutatud müüdüd kaupade kulu. Käibe hulka on arvestatud muud äritulud, kuna hulgikaubanduses on hankijate boonustel arvestatav osa. Nii tootejuhid kui juhatuse liige arvestavad hankijatelt saadavate boonustega hinnastamisel.

**Tabel 7.** Ettevõtte Hulgi OÜ muude tegevuskulude osakaal käibest 2012.-2015. aastal, eurodes

| Aasta          | Tegevuskulude osakaal käibest |
|----------------|-------------------------------|
| 2012           | 10,2%                         |
| 2013           | 8,0%                          |
| 2014           | 14,9%                         |
| 2015           | 4,4%                          |
| 2016 I kvartal | 7,8%                          |

Allikas: autori koostatud

Tabelist 7 on näha, et muude tegevuskulude osakaal pole kindlasti läbi aastate olnud stabiilne. 2014. aastal, kui aruandeaasta kahjum oli võrreldaval perioodil suurim, oli ka tegevuskulude osakaal kõige suurem. Alates 2015. aastast on tegevuskulude osakaalu vähendatud võrreldes

2014. aastaga, kuid 2016. aasta I kvartali tegevuskulude osakaal on suurem kui 2015. aastal. Ettevõttes on toimunud palju muudatusi ning restruktureerimise raames on ettevõtte vähendanud tööjõukulusid ning müünud materiaalselt põhivara. Samuti on toimunud muudatusi ettevõtte kaupade ostupoliitikas ning sortimendis. Samas osakaalu järgi müügitulusse tundub, et kulude vähendamine pole olnud piisav antud müügikäibe juures.

Põhjuseid, miks ettevõttel Hulgi OÜ on vaja uut efektiivset kuluarvestussüsteemi, on mitmeid. Esiteks, viimased kaks aastat on ettevõtte majandusaasta lõpetanud kahjumiga ning seega hetkel kehtivad reeglid ja protseduurid ei ole jätkusuutlikud. Muudatused on kindlasti vajalikud, kuid enne on vaja selgeks teha, millises valdkonnas täpselt kahjumlikud protsessid on. Halduskulude struktuuris on muudatusi tehtud (materiaalse põhivara müük, kontori rentimine, laoteenuse sisse ostmine, töötajate vähendamine). Kui võrrelda 2015. aasta ja 2016. aasta I kvartali kulude struktuuri (vt. lisa 1), siis on näha, et mitmete kulude osakaal müügitulusse on restruktureerimise tulemusel kasvanud. Ostetud laoteenused ja Gaasi tee rendikulu peavadki olema suuremad võrreldes 2015. aasta I kvartaliga, kuna siis omas ettevõtte hoonet ning ladu. Kõige probleemsemate kululiikidena võib välja tuua jäätmekäitluse, ostetud transporditeenused, mitmesugused tegevuskulud kokku ja palgakulu. Jäätmekäitluse osakaal on 0,27 protsendipunkti võrra suurem kui 2015. aasta I kvartalis. Jäätmekäitluse tasu on tihedalt seotud soetatud kaubaga ning sissetulekute vähenemisel peaks vähenema ka jäätmekäitlustasu, mis tähendab, et osakaal müügitulusse peab jääma sarnaseks. Ostetud transporditeenuste osakaal suurenes 0,43 protsedipunkti võrra, mis viitab väljastuste suuruse vähenemisele. Ettevõtte tasub lepinguliste klientide transpordi ning seetõttu on see otseselt seotud müüdavate toodete marginaaliga, mis peaks suutma katta kauba transpordiga kaasnevad kulud. Ettevõtte peaks üle vaatama, kas on võimalus hetkel kehtivat tarnegraafikut parendada ning seeläbi kulusid optimeerida.

Teiseks, lisaks kulude optimeerimisele on alternatiivne võimalus suurendada müügitulu. Selleks, et kliendid pakutavat kaupa ostaksid, peab müügihind olema konkurentsivõimeline ning hinna ja kvaliteedi suhe paigas. Samas ei saa marginaal olla nii madal, et kulude katmiseks ei piisa. Hinnastamine on tootejuhtide üks olulisemaid ülesandeid ning siiani on tehtud seda eelnevate aastate, turuinformatsiooni, turuolukorra vms põhjal. Loomulikult on pakutav hind tihedalt seotud toote ostuhinnaga. Olgugi, et tooted on käibekiiruse, eksklusiivsuse ning ostuhinna poolest erinevad, on ettevõttes hinnastamine olnud ühetaoline. Hinnastamise osas on Das ja Tyagi 1999. aastal leidnud, et hulgikaubandusettevõttele on toote ostuhind kriitilise tähtsusega, kuna turg kujundab väljamüügihinda. Ostuhinna ja hulgihinna vahe on peamine hulgikaubandusettevõtte tegevuse finantseerimise allikas (Das, Tyagi 1999). Seega hinnastamine

on väga olulisel kohal ettevõtte võimekuses ennast finantseerida. Hinnastamise jaoks saadav informatsioon peab oleme tõene ja kättesaadav.

Ettevõttes puudub efektiivne kuluarvestussüsteem, mis suudaks hinnata toote kasumlikkust sellega seotud otsekulude põhjal, mis tähendab, et ettevõttes puudub informatsioon hinnastamiseks ning kahjumlikkuse põhjused on ebaselged. Nagu esimeses peatükis on toodud, siis parim süsteem toote kasumlikkuse hindamiseks on DPP meetod.

## **2.2. Kuluarvestussüsteemi osad ettevõttes Hulgi OÜ**

Otsekulud on sellised kulud, mida saab konkreetselt siduda valitud kulukandjaga (nt laotöötaja palk, kui kulukandjaks on toode laos). Lisaks otsekuludele on ettevõtetel kaudsed kulud, mida otseselt kulukandjaga siduda ei saa (nt administratiivkulud, kui kulukandja on toode). Lõputöös koondab autor kõik Hulgi OÜ otsesed kulud, et leida otsene toote kasumlikkus.

Kulude jaotamisel kulukandjatele on kaks peamist eesmärki: efektiivsemad majanduslikud otsused ning kõrgem motivatsioonitase juhtide seas. Ettevõtted otsivad pidevalt paremaid võimalusi, et mõista toodete või teenuste tegelikke kulusid. Kulude jagamine annab parema teadmise kuludest ning selle jaotamisest, mistõttu kuludega seonduvad otsused on efektiivsemad ning hinnastamine on õige. Teisena on toodud kõrgem motivatsioonitase, mis väljendub ettevõtte eesmärkide seadmises kuluinformatsiooni põhjal. Antud eesmarke selgitatakse keskastme juhtidele ning julgustatakse neid eesmarke täitma. Näiteks, jaekaubandusketi juhatus otsustab suurendada koolitustest osavõttu ning julgustab kaupluste juhatajaid rohkem töötajaid kaasama. Osavõttu hakatakse mõõtma, mis motiveerib kaupluste juhatajaid hea tulemuse nimel töötajaid kaasama. Koolitusetasu ettevõttele jääb samaks olenemata osalejate arvust. (Rovit, Sweder, Buchanan 2002)

Iga ettevõtte loodab oma kuluarvestussüsteemiga saavutada efektiivset hinnastamist ning kõrget motivatsioonitaset. Seetõttu peab kuluarvestussüsteemi loomisel väga täpselt kirjeldama vajadused ning määratlema seotud elemendid. Hulgi OÜ kuluarvestussüsteemiks on valitud DPP meetod, kuna ettevõttel puudub informatsioon toodete tegelikust kulust ning seetõttu on kahtlusi, et hinnastamine pole optimaalne. Sortimenditoodete kasumlikkus ning põhjendatus on teine küsimus, millele kuluarvestussüsteem peab vastama. Kolmandana, soovib juhatuse liige teada, kas tütarettevõttesse müüdivad kaubad katavad nendega otseselt seotud kulud või müüb emaettevõtte kaupa kahjumlikult.

Alates 2016. aasta algusest ostab Hulgi OÜ laoteenust sisse ning suur osa toodete otsekuludest moodustavad erinevad tegevused laos. Ettevõttel on teenusepakkujaga sõlmitud leping, milles kinnitati ka hinnakiri. Tabelis 8 on toodud Hulgi OÜ ja teenusepakkuja hinnakirja põhi. Tabelist on näha, et teenusepakkuja arvestab teenustasu viies kategoorias.

**Tabel 8.** Ettevõtte Hulgi OÜ kinnitatud hinnakirja alus teenusepakkujaga

| <b>Teenus</b>                           | <b>Ühik</b>        |
|---|--------------------|
| <b>Kaupade vastuvõtt</b>                |                    |
| Arve                                    | Ostutellimus       |
| Rida                                    | Ostutellimuse rida |
| Alus (täis)                             | Alus               |
| Alus (sega)                             | Alus               |
| <b>Hoiustamine</b>                      |                    |
| Peenkaup                                | Jooksev meeter     |
| EUR aluse hoiustamine                   | Alusepäev          |
| FIN aluse hoiustamine                   | Alusepäev          |
| <b>Komplekteerimine</b>                 |                    |
| Tellimuse väljastamine                  | Tellimus           |
| Ridu                                    | Rida               |
| Tükke "väike"                           | Tükk               |
| Tükke "keskmise"                        | Tükk               |
| Tükke "suur"                            | Tükk               |
| Läbivoolusaadetis                       | Alus               |
| <b>Tagastus</b>                         |                    |
| Arve                                    | Tagastusarve       |
| Rida                                    | Tagastatud rida    |
| <b>Muud teenused</b>                    |                    |
| Kasutusjuhendite lisamine vastuvõtul    | Tükk               |
| Kasutusjuhendite lisamine väljastamisel | Tükk               |
| Ajatariifiga töö                        | Tund               |

*Allikas:* autori koostatud

Esimene on kaupade vastuvõtt, kus teenustasu sõltub ridade arvust kaubaarvel ning hankija komplekteerimise viisist. Kui alusele on komplekteeritud samad tooted, siis on tasu odavam, kui alusele on segamini paigutatud mitmed tooted.

Hoiustamine moodustab igakuisest laohalduse arvest kõige suurema osa ning seda mõõdetakse peenkauba puhul jooksva meetriga ning suurema kauba puhul vastavalt, millisele alusele toode hoiustatud on.

Kolmanda kategooria moodustab kauba väljastamine, kus lisaks väljastamise tasule, arvestatakse teenusepakkuja poolt ridade arvu väljastusel ning toote kuulumist klassi. Kõik tooted laos on vastavalt toote suurusele jaotatud kolme klassi: väike, keskmine, suur (vt lisa 2). Läbivoolusaadetis on erandina märgitud. Antud teenuse eest esitatakse arve, kui saabub kaup, mis ei ole mõeldud Hulgi OÜ'le ning teenusepakkuja on sunnitud kauba vastu võtma ning edastama.

Neljandana on toodud kaupade tagastamine, kus hinnastamine on arve ning ridade arvu alusel. Muude teenuste alla on toodud kasutusjuhendite lisamine. Kõikidele toodetele on teenusepakkuja süsteemis juurde märgitud kasutusjuhendi vajalikkus või mitte vajalikkus.

Ajatariifiga töö on taas erandina toodud, kui peaks selguma, et Hulgi OÜ'l on vaja teostada töid, mida hinnakirjas toodud pole. Antud teenust hinnastatakse tunnihinna alusel. Tabelis toodud hinnakirja alus on otsekulude jaotamise põhjaks ning otsekulud jaotatakse toodetele vastavalt Hulgi OÜ raamatupidamisprogrammist saadud informatsioonile ning teenusepakkuja poolt saadetud aruandlusele.

Jäätmekäitlustasuna arvestab ettevõtte 1% toote ostuhinnast, kui Hulgi OÜ on antud toote maaletooja. Vastavalt Jäätmeseaduse §28 lg 1 järgi on jäätmevaldaja kohustatud käitlema tema valduses olevaid jäätmeid vastavalt kehtestatud nõuetele või andma need käitlemiseks üle selleks õigust omavale isikule (Jäätmeseadus §28 lg 1). Hulgi OÜ partneriks jäätmete käitlemisel on MTÜ Elektri- ja Elektroonikaseadmete Ringlus, kellele ettevõtte esitab aruandlust maaletoodud kauba kohta ning tasub käitlustasu. Vabariigi Valitsuse poolt on elektri- ja elektroonikaseadmed jaotatud kümneks kategooriaks. MTÜ Elektri- ja Elektroonikaseadmete Ringluse veebilehe järgi peab ettevõtte Hulgi OÜ aruandlust esitama 1-4 kategooria kohta (Seadmete kategooriad 2016). Nendeks on suured kodumasinad, väikesed kodumasinad, IT- ja telekommunikatsiooniseadmed ning tavatarbijale määratud seadmed. Need kategooriad hõlmavad kõiki Hulgi OÜ poolt maale toodavaid kaupu ning seetõttu arvestab autor jäätmekäitlustasu kõigile maale toodavatele kaupadele otsekuludesse 1% ostuhinnast jäätmekäitlustasu. Oluline on eristada Eestist ostetud kaupa muudest kaupadest, kuna nende kaupade eest Hulgi OÜ jäätmekäitlustasu ei pea tasuma.

Saabuva kauba transpordikulu võetakse kauba sisseostul arvesse ning süsteem arvestab transpordikulu ostuhinnale juurde proportsionaalselt vastavalt kogusele. Nagu eelnevalt öeldud, siis väljastatud kauba transpordikulu tasub enamasti Hulgi OÜ ning tegemist on otsekuluga,



mida peab arvestama toote kasumlikkuse leidmisel. Eesti-sisest transpordikulu on keerulisem jagada konkreetsetele toodetele, kuna ettevõtte kasutab nelja transpordiettevõtet kauba vedamiseks. Hulgi OÜ raamatupidamisprogrammis on kauba väljastamisel märgitud tarneviisi, mis tähistab kauba vedajat, kuid laoteenuse pakkuja hindab subjektiivselt kaubakoorma suurust ning valib ise soodsaima transpordiviisi. Seetõttu ei ole võimalik transpordiettevõtete kaupa jagada kulusid artiklitele vaid kulude jaotamisel peab kasutama koguselist proportsiooni. Ekspordi müügi puhul tasub samuti Hulgi OÜ transporditasu, kuid ettevõtte sisene aruandlus on piisav, et transporditasu proportsionaalselt toodete otsekuludele lisada ning seda artikli täpsusega.

Toote otsekulud moodustavad seitse kulude gruppi: vastuvõtt, hoiustamine, väljastamine, tagastamine, kasutusjuhendi vajalikkus, jäätmekäitlustasu ning transporditasu. Hulgi OÜ viimase kahe aasta artiklite statistika näitab, et ettevõttel on enam kui 10 000 aktiivset laoartiklit. Kõikidele laoartiklitele otsekulude määramine seitsmes grupis on väga mahukas ning keeruline, seega peab DPP meetodi rakendamisel kasutama süstematiseerimist. Selleks, et tulemus oleks võimalikult tõepärane tuleb vältida keskmise rakendamist ja ümardamist.

### **2.3. DPP süsteemi loomine ning rakendamine Hulgi OÜ 2016. aasta I kvartali põhjal**

DPP meetodi loomisel on vaja analüüsida väga palju andmeid. Ajamahukus on kindlasti mudeli üks negatiivsemaid külgi, kuid seadistades raamatupidamistarkvara vastavalt otsekuludele, on võimalik mudelit rakendada väga lihtsalt. Erinevate otsekulude määramisel on palju erandeid ning erisusi, millest kirjutab autor selle peatüki esimeses osas. Lisaks on peatükis toodud kulude jaotamise põhimõtted, mis on ettevõtte juhtkonnaga eelnevalt kooskõlastatud. Antud peatüki teises osas on rakendatud DPP meetodit Hulgi OÜ I kvartali tulemuste põhjal.

#### **2.3.1. DPP meetodi loomine – probleemid ja erisused**

Nagu eelnevas peatükis välja toodud, siis Hulgi OÜ artiklite otsekulud koosnevad seitsmest grupist: kaupade vastuvõtt, hoiustamine, väljastamine, tagastamine, kasutusjuhendi vajalikkus, jäätmekäitlustasu ja transporditasu. Järgnevalt seletab autor, kuidas otsekulusid rakendada ettevõttes Hulgi OÜ 2016. aasta esimese kvartali näitel. DPP meetod on tagasivaatav meetod,

mis tähendab, et analüüsida saab müüdüd toodete kulu. Kõik otsekulud tuleb lisada õiglaselt müüdüd toodete ostuhinnale.

Kaupade vastuvõtu eest tasub Hulgi OÜ teenusepakkujale kolmes erinevas kategoorias: arve, rida arvel, kauba aluseliik täis- või segaalus. Olenemata saabuva kaubaarve suuruselt on tasu kauba vastuvõtu eest fikseeritud. See tähendab, kui lattu saabub üks toode ühe arvega, siis selle kulu kauba vastuvõtu eest on sama suur kui kaubaarve puhul, millel on 100 toodet. Viimasel puhul jaotas autor kaubaarve tasu proportsionaalselt artiklitele vastavalt saabunud kogustele. Esimeses kvartalis saabus kaupa 230 kaubaarvega ning arvetel oli kokku 1821 rida. Hulgi OÜ maksab iga rea eest kaubaarvel ja summa on kindel olenemata, kas rea kogus on 1 tk või 100 tk. Kõikide ridade kulu on mudelisse toodete otsekulule lisatud. Kõige suurem kulu kauba vastuvõtul on saabunud aluste täituvus ning hankijapoolne täitmine. Vastavalt kategoriseeritakse laos saabunud kaup, kas täisalusteks või segaalusteks. Kusjuures segaaluse vastuvõtu hind on peaaegu kolm korda kõrgem. Aluste jaotus on toodud laoteenuse pakkuja aruandluses ning vastavalt saadud informatsioonile jaotas autor kulud proportsionaalselt saabunud kaubale. Näiteks, kui kaup saabus kahel täisalusel ja ühel segaalusel, siis kogu kulu jaotus toodetele proportsionaalselt vastavalt kogusele kaubaarvel. Vastavalt kõige suurema kogusega toode on kõige suurema kuluga ning vastupidi.

Hoiustamine moodustab laokuludest umbes 50% ning on seetõttu väga olulise osakaaluga ka artiklite otsekuludest. Kaupa hoiustatakse laos erinevatel alustetüüpidel, mis on hinnastatud erinevalt. Samas on oluline märkida, et vastava alusetüübi valib laotöötaja ning tegemist on subjektiivse arvamusega, kus süsteemsus on väga väike. Samas on erinevus, kas hoiustatakse näiteks tolmukotti või külmkappi. Suuruse arvesse võtmiseks kasutatakse liigituse põhjal koefitsiente, kus väikese liigitusega artiklitel on koefitsiendiks 0,5 ning suurtel ja keskmistel artiklitel on koefitsiendiks 1. Antud koefitsiendi kasutamine vähendab väikeste artiklite hoiustamiskulu proportsionaalselt hinnakirjas toodud väikeste toodete jooksevmeetri hoiustamiskuluga.

Seega hoiustamiskulu jaotamiseks summeeris autor kogu kuu hoiustamise kulu ning jaotas artiklitele vastavalt kogusele, mis oli saadud nende artiklite keskmisele kuu laoiseisu korrutamisel koefitsiendiga. Kuna tegemist on niivõrd subjektiivse kuluga, siis ei ole võimalik antud kulu täpselt artiklipõhiselt määrata, vaid kulu tuleb jaotada proportsionaalselt. Müüdüd artiklite hoiustamise kulu määramiseks arvestas autor, et müüdüd artikli kogus ja lõppseis moodustavad

antud perioodi kogu hoiustamiskulu ning müüdnud artikli koguse proportsiooni ulatuses lülitati otsekuludesse hoiustamiskulude osa.

Kaupade väljastamisel tasub Hulgi OÜ iga artikli puhul kolme kategooria alusel: tellimus, rida, toote suurus. Iga väljastatava tellimuse osas on kokku lepitud fikseeritud hind olenemata tellimuse suurusest. Antud summa jaotatakse autor proportsionaalselt tellimusel olevatele artiklitele koguse põhjal. Kokku oli 2016. aasta esimeses kvartalis 1880 väljastust ja 12 350 rida. Kulu tellimusel oleva rea kohta on fikseeritud olenemata artikli kogusest real. Seega kõige kulukamad tellimused on üherealised artikli kogusega üks, kui mõlemad kulud lülituvad otse konkreetse artikli otsekuludeks. Toote suurus on eelnevalt Hulgi OÜ ja laoteenuse pakkuja vahel kokku lepitud ning jaotus on toodud lisas 2. Vastava jaotuse alusel on igal väljastusel määratud toote suuruse põhjal kulu ning see on lisatud artikli otsekuludesse.

Tagastuse puhul on fikseeritud tagastuse hind ning ridade arv. Tagastuste kulu on määratud sarnaselt väljamüügiga, kus tellimuse kulu jaotatakse proportsionaalselt kõikide tellimusel olevate artiklite vahel vastavalt kogusele. Rea hind kehtib iga tagastusel oleva rea kohta ning on olenemata artikli kogusest fikseeritud kulu. Antud kvartali müüdnud toodangute otsekuludesse arvestatakse kõik tagastustega seotud kulud, kuna vaatluse all on ainult kvartalis müüdnud tooted, siis kajastatakse antud müüdnud artiklitega seotud tagastuste kulu.

Kasutusjuhendi vajalikkus ja mitte vajalikkus on eelnevalt kokku lepitud. Vastav informatsioon on raamatupidamisprogrammi sisestatud ning informatsiooni saab aruandest. Kui artiklile on lisatud kasutusjuhendi vajalikkus, siis iga sellise artikli müügi puhul lisandub toote otsekuludesse fikseeritud summa. Jäätmekäitlustasu arvestamine on suhteliselt kerge, kuna ajalugu on näidanud, et 1% ostuhinnast on jäätmekäitluskulu. Ainuke erand on, et jäätmekäitluskulu rakendatakse vaid maale toodavate kaupade puhul. Siseriikliku ostu puhul jäätmekäitlustasu ei rakendu.

Transporditeenuse eest tasub Hulgi OÜ nii kaupade sisseostul kui kliendile toimetamisel. Kaupade sisseostul arvestatakse transpordikulu ostuhinnale juurde ning eraldi arvestust seetõttu pidama ei pea. Transpordikulu lepingulistele klientidele on tasuta, kuid teistele lisatakse arvele eraldi transporditeenus ning transpordikulu tasub klient. Samuti tuleb väljastustest eraldada arved, millele klient ise järgi tuleb või transpordi tellib. Transpordikulu jaotamiseks on kasutusele võetud taas liigitus, et koefitsiendiga määrata proportsionaalselt väiksem transpordikulu väiksematele toodetele. Artiklid, mis kuuluvad liigituse väike alla, on

koefitsiendiga 0,5 ning ülejäänud artiklid on koefitsiendiga 1,0. Transpordikulu jaotatakse kuu lõikes ning koefitsiendiga läbi korrutatud kogustele jaotatakse ühe kuu transpordikulu proportsionaalselt.

### **2.3.2. Hulgi OÜ 2016. aasta I kvartali tulemused DPP mudeli põhjal**

Hulgi OÜ 2016. aasta esimese kvartali tulemused on kindlasti madalamad, kui juhtkond oleks lootnud. Mudelist selgus, et ettevõttel on tooteid, mis pärast otsekulude mahaarvamist on kasumlikud ning on tooteid, mille brutokasum on positiivne, kuid otsekulude arvestamisel on toode kahjumlik. Tuleb märkida, et kuna ettevõtte hakkas laoteenust sisse ostma alles jaanuaris, siis varasemalt saabunud kauba hoiustamis- ning vastuvõtukulud ei ole võimalik määratleda ning kvartali tulemusi saab seetõttu analüüsida vaid esimesel kvartalil saabunud ning müüdud kauba osas. Selleks, et paremini leida probleemseid tooteid, analüüsib autor andmeid masterklasside ning artikliklasside kaupa.

Vaadeldaval perioodil on telerite masterklassis 46 aktiivset mudelit, millest kolmel on brutokahjum ning kuus on kahjumlikud pärast otsekulude mahaarvamist (vt lisa 3). Kolmel tootel on brutokasum positiivne, kuid pärast otsekulude mahaarvamist selgub, et toode on kahjumlik. Kõik brutokahjumitega artiklite jaoks on hankijatelt boonused saadud ning need ongi ettenähtud müügi toetamiseks ning antud juhul madalama müügihinnaga müümisel tekkinud kahjumi katmiseks. Telereid on seni peetud üheks madalaima marginaaliga toodeteks, kuna turukonkurents on antud masterklassis väga tihe ning ajalugu on näidanud, et kliendid on telerite osas väga hinnatundlikud. Üllatuslikult on enamus vaadeldava perioodi aktiivsetest artiklitest kasumlikud ning toodetele, mis on kahjumlikud, on ettevõttel hankija boonused olemas. Antud masterklassis suuri probleeme pole. Kogukasum telerite müügist esimeses kvartalis oli 9500 eurot.

Suure valge (MDA) masterklassi kuulub vaadeldaval perioodil 99 toodet, millest kahel tootel on brutokahjum (vt lisa 4). Suure valge kodutehnika klassis on 11 toodet, millel on brutokasum, kuid pärast otsekulude mahaarvamist selgub, et tegemist on kahjumlike toodetega. Kahjumlike toodete seast eristuvad nagu telerite masterklassiski Samsungi tooted, millele on tarnijapoolsed boonused ostuhinna kaitseks ette nähtud. Tarnija boonused ületavad antud toodete müügiga tekitatud kahjumi. Probleemina saab välja tuua Sharpi mikrolaineahjud. Kui väljamüügihinda ei ole võimalik tõsta, siis tuleb nende probleemsete toodete tarnijatega ostuhinna osas läbirääkimisi pidada. Samuti peab kaaluma, kas antud mudelid on sortimendis üldse vajalikud. Antud

mikrolaineahjudest viis mudelit üheksast on kahjumlikud. Vaid DPP meetodi tulemuste põhjal peaks ettevõtte suurendama kasumlike mikrolaineahjude osakaalu ning vähendama kahjumlike proportsiooni sisseostul. Samas tuleb märkida, et arvesse ei ole võetud erinevate mikrolaineahjude omadusi. Vähendades kahjumlike mikrolaineahjude osakaalu võib juhtuda, et ei suudeta katta turunõudlust ning valik on liiga väike. Samas ilma hankijate boonusteta pole antud kahjumlike Sharpi mikrolaineahjude edasine müük samadel tingimustel põhjendatud.

SDA masterklassis on probleemseid artikleid väga palju (vt lisa 5). Üheks põhjuseks on kindlasti Philipsi suur osakaal, mida müüakse ainult tütarettevõttele ning üpris madala marginaaliga. Kui välja arvata Philipsi artiklid, on väikese kodutehnika klassis veel probleemseid tooteid. Vaadeldaval perioodil on väikese kodutehnika klassis 224 aktiivset laoartiklit, millest neli teenivad brutokahjumit. SDA masterklassi kuuluvad artiklid, mille keskmine laoseis on suurem ning seetõttu on koguse järgi määratletud otsekulud keskmisest kõrgemad. Samas on laoteenusepakkujal suuremast kogusest tulenevalt ka suurem koormus ning ajakulu toodete käsitlemisel. Artiklitel, millel on vaadeldaval perioodil brutokahjum, peab kindlasti ostuhinna osas läbirääkimisi pidama või tõstma väljamüügihinda. Brutokahjum pole kindlasti sortimendimudelitel jätkusuutlik. Lsaks on SDA masterklassis artikleid, mis on kahjumlikud pärast otsekulude mahaarvamist. Antud toodete sortimendi vajalikkus on vaja välja selgitada, kuna toodete laoseisu tõttu on nende hoiustamise kulud võrreldes marginaaliga väga suured. Kaaluda tuleks kampaaniakoguste tellimist ning püsiva laoseisu vähendamist. Loomulikult peab tütarettevõtte ostuhinda tõstma kui mitte kõigil, siis kahjumlikel toodetel, et Philipsi tooted oleksid pärast otsekulude mahaarvamist kasumlikud. Kogu brutokasum SDA masterklassis oli 11 203 eurot ning kasum pärast otsekulude mahaarvamist oli 5984 eurot.

AV masterklass tundub olevat väga probleemne grupp. AV masterklassi kuuluvad audio-video tooted, kõrvaklapid, kaablid ning teised AV lisaseadmed. 265 tootest kaheksa artiklit toodavad brutokahjumit, kuid see pole selle masterklassi peamine probleem (vt lisa 6). Väga paljud tooted on brutokasumiga, kuid pärast otsekulude mahaarvamist on tooted kahjumis. AV lisaseadmed on enamasti kõrge protsentuaalse marginaaliga, kui rahaliselt on kate siiski liiga madal, et katta tootega otseselt seotud kulusid. 3AVKAABEL klassis on kokku 59 toodet, millest vaid kaheksa kaablit on kasumlikud. Tegemist on kindla viitega, et hinnastamine pole kasumlik. Müügihinda tõstmine peab olema esimene samm ning läbirääkimised ostuhinna osas on kindlasti vajalikud. Samuti kuulub AV masterklassi mitmeid lõpumüügi tooteid, mida on laoseisu vähendamise raames müüdnud ostuhinnast madalama hinnaga. Masterklassi brutokasum oli 11 756 eurot ning pärast otsekulude mahaarvamist oli kahjum 4889 eurot.

ILU masterklass sisaldab ka väga probleemseid tooteid (vt lisa 7). Lisaks Philipsi toodetele, mida müüakse ainult tütarettevõttele, on kahjumlikud ka teiste brändide tooted. Antud klassis tuleb kindlasti sortimendimuudatusi planeerida. Loomulikult on vaja korrigeerida väljamüügihinda, kuna paljude toodete puhul teenib artikkel brutokasumit, kuid otsekulude suuruse tõttu ei suuda artikkel lõplikult kasumlikuks jääda. Reeglina on tooted keskmisest madalama ostuhinnaga ning seetõttu on katteprotsent petlik. Katte summa pole piisav, et katta toodetega otseselt seotud kulusid. Kaks toodet, mis I kvartalis teenisid brutokahjumit, ei ole lõpumüügi tooted ning nende väljamüügihinda on vaja esimesel võimalusel tõsta, et vältida toodete edasist kahjumlikkust ettevõttele. ILU materklassis on artiklite kogu brutokasum 1896 eurot ning kasum pärast otsekulude lahutamist on 639 eurot.

Ka IT masterklassis on tooteid, mis teenivad brutokahjumit ning mille ostu- ja müügihinda tuleb korrigeerida (vt lisa 8). IT masterklass koosneb keskmisest madalamate ostuhindadega artiklitest ning sarnaselt AV ning ILU masterklassiga ei piisa toodete marginaalist, et katta tootega otseselt seotud kulusid. Kummaline on see, et brändi- ning klassisisesele on erinevused nii suured. Näiteks Goodrami mälu-pulkadest pooled on kahjumlikud ning pooled on kasumlikud. Tegelikult on väga lihtne mõista, miks selline olukord on tekkinud. Kuna ettevõttes lähtutakse hinnastamisel ostuhinnast ehk siis väljamüügihind kujuneb kindla katteprotsendi lisamisel ostuhinnale. Sama katteprotsenti rakendatakse nii kallima ostuhinnaga mälu-pulkadele kui ka odavamatele. Lisades sama katteprotsendi kõikidele mälu-pulkadele on odavamate mälu-pulkade rahaline kate väiksem, kuid tootega seotud otsekulud on sama suured, kui samasse klassi kuuluvatel kallima ostuhinnadega mälu-pulkadel. Kahjumlike mälu-pulkade näol võib lisaks tegemist olla näiteks ebaõnnestunud kampaaniaga, kus kokkulepitud väljamüügihind on liiga madal võrreldes tarnijalt saadud ostuhinnaga. IT masterklassis olevad artiklid teenisid kokku brutokasumit 2865 eurot, kuid otsekulude lahutamisel on masterklassi tooted kasumis kogusummas 1332 eurot.

Masterklassi MUU moodustavad suures osas patareid (vt lisa 9). Tegemist on taas materklassiga, milles on palju kahjumlike artikleid. Kõikide artiklite kogukahjum oli esimeses kvartalis 203 eurot. Patareid on pigem kõrge marginaaliga tooted, kuid nende toodete ostuhind on niivõrd madal, et rahaliselt kattest ei piisa, et teenusepakkujaga kokkulepitud kulusid katta. Antud masterklassis tuleb esimesel võimalusel väljamüügihindasid korrigeerida. Patareide kliendid pole väga hinnatundlikud ning lähtuvad pigem vajadusest, seetõttu on ettevõttel võimalus väljamüügihinda probleemideta tõsta. Enamus antud masterklassi kuuluvad tooted, mis teenivad brutokahjumit, on süsteemi valesti vastu võetud ja ettevõttesisese vea tõttu ostuhinnast

madalama müügihinnaga kaupa müünud. MUU masterklassi väljamüügihindade korrigeerimine peaks olema ettevõtte esimene prioriteet. Äärmisel juhul tuleks kaaluda patareide eemaldamist ettevõtte sortimendist.

Tabelis 9 on toodud I kvartali müügitulemuste põhjal ettevõtte DPP meetodi tulemused. Ettevõtte kõik masterklassid toodavad brutokasumit, kuid ühes masterklassis on suuri probleeme. MUU masterklassis olevatest toodest vaid üheksa toodet olid kasumlikud, kõik ülejäänud patareid on kahjumlikud ja vajavad muudatusi esimesel võimalusel. AV masterklassis on suuri probleeme 3AVKAABEL klassis, kus enamus tooted on kahjumlikud. Lisaks eelnevatele oli palju tarvikuid, mille hinnastamine pole piisav. Masterklassides IT ja ILU oli ka palju probleeme. Kõige edukamad olid ettevõtte tulemused SDA ja TV masterklassides, kus eriti TV masterklassis suuri probleeme polnud. Igal juhul ei piisa masterklasside tasemel analüüsimisest, kuna otsuseid on vaja vastu võtta tootepõhiselt. Rahaliselt kõige suurem otsekulude maht on AV masterklassis ning müügitulu oli vaadeldaval perioodil suurim telerite masterklassis. Kõige kasumlikum masterklass on TV masterklass ning hankijate boonuseid on rahaliselt just kõige enam TV masterklassi suunatud. Artiklipõhise analüüsi, hankijate boonuste kogusumma ning tabel 9 põhjal saab väita, et telerite müük on ettevõttes kõige kasumlikum. Hoolimata sellest on kindlasti kõikides masterklassides vaja ette võtta muudatusi. Igas masterklassis on probleemid erinevad, kuid esimese prioriteedina on vaja tegeleda brutokahjumiga toodetega ning vajadusel lõpetada toodete sisseost.

**Tabel 9.** Ettevõtte Hulgi OÜ masterklasside kasum/kahjum I kvartali tulemuste põhjal

|       | Otsekulud kokku | Müügisumma | Ostukulu kokku | Brutokasum/kahjum | Kasum/kahjum |
|-------|-----------------|------------|----------------|-------------------|--------------|
| AV    | 6 867           | 141 821    | 130 065        | 11 756            | 4 889        |
| ILU   | 1 257           | 27 976     | 26 079         | 1 896             | 639          |
| IT    | 1 533           | 30 819     | 27 954         | 2 865             | 1 332        |
| MDA   | 3 630           | 170 006    | 161 929        | 8 077             | 4 447        |
| MUU   | 514             | 2 432      | 2 121          | 311               | -203         |
| SDA   | 5 219           | 199 609    | 188 405        | 11 203            | 5 984        |
| TV    | 4 133           | 322 009    | 308 394        | 13 615            | 9 482        |
| Kokku | 23 154          | 894 672    | 844 948        | 49 725            | 26 571       |

Allikas: autori koostatud

Tütarettevõtte hinnastamine on olnud ettevõttes küsimuseks ka varem. Selleks, et leida, kas hinnastamine on piisav, rakendas autor DPP meetodit esimesel kvartalil tütaretevõttele müüdüd kaubale ning arvestades tütaretevõtte ostuhindasid (vt lisa 10). Lisas 10 on toodud artiklite

kasumlikkus ja kahjumlikkus artikliklasside lõikes. Tütarettevõtte otsekulude leidmiseks arvestati proportsionaalselt kulusse tütarettevõttele müüdü kogusega seotud kulud ning leiti seega tütarettevõttesse müüdü kaubaga otseselt seotud kulud. Nagu tabelist näha, siis 29 klassis on tütarettevõttele müüdüvad artiklid kahjumlikud. Kokku on müüdü tütarettevõttele kaupa 122 klassis. Seega olukord pole nii kahjumlik, kui eelnevalt on arvatud. Kokku kõikide artikliklasside lõikes teenis ettevõtte otsest toote kasumlikkust 9984 eurot.

Rahaliselt kümme kõige kahjumlikku ja kümme kõige kasumlikku klassi on toodud tabelis 10. Tabelist on näha, et kõige kahjumlikemate artikliklasside hulka kuuluvad pigem väikesed elektroonikaseadmed, mille keskmine ostuhind on madal. Seega peamine probleem on liiga madal marginaal, et katta toodetega otseselt seotud kulusid. Lisaks on kahjumlikemate artikliklasside hulka sattunud 37-43 tolliste telerite, 55-59 tolliste telerite ja kodukino artikliklassid. Antud kahjumite katmiseks on tarnijalt boonused saadud.

**Tabel 10.** Ettevõtte Hulgi OÜ tütarettevõtte ostu- ja otsekulud, kõige kahjumlikumad ja kasumlikumad artikliklassid

|                 | Otsekulud kokku | Müügisumma | Müüdü kauba ostukulu | Brutokasum/kahjum | Kahjum/kasum |
|-----------------|-----------------|------------|----------------------|-------------------|--------------|
| 3AVKAABEL       | 1 486           | 4 579      | 3 985                | 594               | -892         |
| 3TOLMULISA      | 1 518           | 10 720     | 9 668                | 1 052             | -466         |
| 3TOORIK         | 250             | 403        | 424                  | -21               | -271         |
| 3PATAREI        | 501             | 1 955      | 1 696                | 259               | -242         |
| 3KOHVILISA      | 571             | 8 106      | 7 769                | 337               | -234         |
| 3TV55-59LED     | 293             | 24 406     | 24 294               | 112               | -181         |
| 3KKSB           | 243             | 13 361     | 13 296               | 65                | -178         |
| 3MP3            | 115             | 2 354      | 2 386                | -32               | -147         |
| 3KELLRAADIO     | 273             | 4 968      | 4 816                | 152               | -121         |
| 3TV37-43LED     | 1 397           | 98 299     | 96 996               | 1 303             | -94          |
| 3TOLMUKAN       | 299             | 14 905     | 14 241               | 663               | 364          |
| 3KORVAPEALKLAPP | -116            | 1 994      | 1 734                | 260               | 376          |
| 3TV44-49LEDUHD  | 239             | 20 343     | 19 588               | 755               | 516          |
| 3TV29-32LED     | 1 338           | 83 506     | 81 645               | 1 862             | 523          |
| 3KULMIKKOMB     | 868             | 43 383     | 41 927               | 1 456             | 588          |
| 3MALUKAART      | 336             | 3 726      | 2 684                | 1 042             | 706          |
| 3PESUTAIS       | 720             | 34 305     | 32 849               | 1 456             | 736          |
| 3TOLMUIM        | 762             | 35 106     | 33 574               | 1 532             | 770          |
| 3PESUKITSAS     | 1 999           | 86 897     | 83 554               | 3 343             | 1 344        |
| 3TV44-49LED     | 863             | 68 232     | 65 880               | 2 352             | 1 490        |

Allikas: autori koostatud



Kõige kasumlikemate klasside hulgas on pigem kallima ostuhinnaga tooted, mille marginaal on rahaliselt on piisav, et katta toodetega otseselt seotud kulusid. Kõige kasumlikum artikliklass on 44-49 tolliste telerite klass, mis vaadeldaval perioodil teenis kasumit 1490 eurot. Samas brutokasumit teenis rahaliselt kõige rohkem kitsaste eestlaetavate pesumasinate klass, kuid toodetega otseselt seotud kulud kokku oli niivõrd kõrged (rohkem kui kaks korda), et otsene kasumlikkus osutus telerite artikliklassist väiksemaks.

Tütarettevõttele müüdüd toodete otsekulude lahutamisel brutokasumist selgus, et kogukasum artiklite müügist esimeses kvartalis oli 9984 eurot. Kogu Hulgi OÜ esimese kvartali kauba müügi tulemusel teeniti 26 571 eurot. Lihtsa matemaatika tulemusel selgub, et ettevõtte hulgimüük ning eksport kokku on kasumlikud kogusummas 16 587 eurot. Ettevõtte peab väga tõsiselt hakkama tegelema hulgimüügi väljamüügihindade korrigeerimise ning sortimendi korrastamisega. Kaupade müük on ettevõtte põhitegevuseks ning peamiseks oma tegevuse finantseerimise allikaks, seetõttu on väga oluline, et ettevõtte suudaks oma põhitegevusega piisavat kasumit teenida, et lisaks otsekuludele katta ka kaudsed kulud.

## **2.4. DPP meetodi praktiline rakendamine ettevõttes Hulgi OÜ**

Lisaks 2016. aasta I kvartali tulemuste analüüsimisele soovib ettevõtte juhatus seadistada raamatupidamisprogrammi nii, et kogu vajalik info otsekulude kohta oleks igal hetkel kättesaadav. Ettevõtte kasutab igapäevases töös Directo raamatupidamisprogrammi. Kogu ettevõtte tegevus toimub ühes programmis. Lisaks baasaruanetele on Directol võimekus koostada eritellimusel aruandeid vastavalt kliendi soovidele. Seega koostöös Directo töötajatega kujundatakse võimalus DPP meetodi tulemused igal ajal kättesaadavaks muuta.

I kvartali analüüs teostati Excelis ning Directo seadistamisel tuleks lähtuda Excelis kasutatud meetoditest. Koostada tuleb eraldi aruanne (Directos nimetusega Firma aruanded). Aruande seadistus peab olema selliselt, et DPP meetodit saaks rakendada artiklitele, artikliklassidele ja masterklassidele. Samuti on oluline, et oleks võimalik valida periood, mille jooksul müüdüd artiklite otsekulu aruanne arvutama peab. Aruande tulemus on Excelis tehtud 2016. aasta I kvartali analüüsist eeldatavasti täpsem, kuna iga artikkel võetakse lattu kindla laoid'ga ning väljastatatakse sama laoid'ga, mistõttu on artikli liikumine kogu ettevõttes väga täpselt jälgitav.

Loodava aruande kirjeldamisel tuleks kasutada DPP meetodi koostisosasid. Kaupade vastuvõtt on tasustatud kolme kategooria alusel (arve, rida arvel, aluseliik). Kaupade vastuvõtt

fikseeritakse Directos Sissetuleku dokumendiga. Iga sissetuleku kinnitamisel peaks süsteem jaotama artiklitele vastavalt kogusele proportsiooni kaubaarve kulist. Rea kulu lisamine artiklikulule peaks olema lihtne. Aluseliigi kogukulu tuleks lisada igale sissetulekule eraldi. Selleks peaks looma sissetulekule lisavälja, kuhu alusekulu lisada. Antud kulu peab jaotama proportsionaalselt artiklitele. Müüdüd artiklite kaupade vastuvõtu kulu arvestamiseks tuleb leida müüdüd toodete osakaal valitud perioodi sissetulnud artiklite kulist.

Hoiustamiskulu määramiseks kasutatakse koefitsienti vastavalt artiklite liigitusele (väike, keskmine, suur). Väikese liigituse alla kuuluvate artiklite koefitsient on 0,5 ning ülejäänud artiklitel 1. Hoiustamiskulu selgub iga kuu lõpus, kui esitatakse teenusepakkuja poolt arve. Alles siis saab ettevõtte eelmise kuu hoiustamiskulu määrata. Ostuarve sisestamisel raamatupidamisprogrammi peaks hoiustamiskulu eraldi reana kandel välja tooma ning eristama projekti tähise lisamisega. DPP meetodi rakendamisel peaks otsekuludesse lisanduma vaid kokkulepitud projekti tähisega märgitud rea kulu (mis tähistab kuu hoiustamiskulu).

Kaupade väljastamise kulu lisamisega aruandesse ei peaks probleeme tekkima. Müügiarve kinnitamisel peaks arve kulu jaotama kõikide artiklite vahel proportsionaalselt kogusega. Lisaks arve kulule mõõdetakse kaupade väljastusel rea kulu, mis peaks samuti lisanduma artikli otsekuludesse. Artiklite liigitus on juba Directosse artiklikaartidele lisatud ning kulu mõõtmine peaks olema lihtne.

Kasutusjuhendi vajalikkus ja mitte vajalikkus on samuti Directosse artiklikaartidele lisatud, seetõttu kulu määramisel probleeme ei tohiks tekkida. Otsekuludesse arvestatakse kasutusjuhendi lisamise kulu artiklitel, millel on artiklikaardile märgitud juhendi lahtrisse „Jah“. Jäätmekäitlustasuna tuleks müüdüd kaupade otsekulusse lisada 1% toodete ostuhinnast. Eelnevalt tuleb Directos määrata artiklid, mille eest ettevõtte on kohustatud jäätmekäitlustasu tasuma. Tasu ei kohaldata Eestist ostetud kaubale.

Transporditasu mõõtmine Directos on kindlasti üks keerulisemaid, kuna kaupa väljastatakse ettevõttest erinevalt. Transpordikulu ei tohiks lisada arvetel olevatele artiklitele, millele klient ise järgi tuleb või millele klient ise transpordi organiseerib. Transpordiinfo on lisatud lähetusele, kus lähetusviisi lahtris on teenusepakkujaga kokkulepitud transpordiviisi tähistus. Samuti on oluline välistada transpordikulu koormast arved, millele on lisatud teenustasu kaupade transpordi eest. Transpordikulu määramisel peab kasutama lähetusel olevat informatsiooni (lähetusviis, artiklite nimekiri). Kui lähetusviisi lahtris on ISE (mis tähistab kliendi enda transporti) või artiklite

nimekirjas on teenusartikkel TEEN1 (mis tähistab transporditeenuse kulu arvel), siis transpordikulu antud arvele ei rakendata.

Sarnaselt hoiustamiskulule on transpordikulu jaotamisel kasutatud koefitsiente liigituse järgi (väike 0,5, keskmine 1, suur 1). Transpordikulu saab määrata kuu lõpus kui partnerid saadavad transpordiarved ning need sisestatakse Directosse. Directosse ostuarve sisestamisel tuleks kasutada eelnevalt kokkulepitud projekti tähist, mille tulemusel antud real olev summa moodustab kuu transpordikulu. Nii arvestab süsteem mitmelt ostuarvelt kokku kuu transpordikulu ning jaotab kulu vastavalt koefitsientidele artiklitele.

Tagastuse kulu peab määrama artiklitele, mille tagasiostmisel kasutatakse tagastuse seeriat (Directo tähistatud lähetusviisiga TAG). Iga tagastusarve kulu peab jaotama proportsionaalselt kõikidele tagastusel olevatele artiklitele. Samuti peab rea kulu lisanduma artikli otsekuludesse. Artikli krediteerimisel tekib artiklile laoid, mille kasutamisel uuesti müügiarvel peab artikli otsekuludesse lisama ka artikli tagastamisega seotud kulu.

Aruanne peaks koosnema 19 veerust. Veerud peaksid olema masterklass, artikliklass, artiklikood, ostuhind, ostetud, müüdüd, vastuvõtukulu, jäätmeäitlustasu, hoiustamiskulu, väljastuskulu, liigituse hind, juhendi hind, transpordikulu, tagastuskulu, otsekulud kokku, müügisumma, ostukulu, brutokasum/kahjum, artikli kasum/kahjum (DPP).

## **2.5. Lõputöö tulemused ja järeldused**

Kuluarvestussüsteemi loomine pole kindlasti lihtne ülesanne. Eriti seetõttu, et ettevõtted on oma tegevusala ning igapäevaste protseduuride tõttu niivõrd erinevad, et ühte õiget kuluarvestussüsteemi, mis sobiks kõikidele ettevõtetele, pole loodud. Isegi hulgikaubanduse valdkonnas tegutsevatele ettevõtetele pole loodud ühte kuluarvestussüsteemi, kuna toodete olemus, protsessid jne erinevad ettevõtetes. Näiteks valitud hulgikaubandusettevõttes Hulgi OÜ on tooteid, mis on suuruselt, välimuselt, hinnalt, eksklusiivsusest ja kasumlikkusest erinevad. Samas mõned hulgikaubandusettevõtted tegelevad ainult kahe toote hulgimüügiga. Isegi see ei pruugi viidata lihtsale kuluarvestussüsteemile, kuna võib juhtuda, et kahe toote hulgimüügiga kaasnevad protsessid, mida on näiteks keeruline fikseerida ja täpselt määratleda. Selge on see, et ühest kuluarvestussüsteemi ei ole võimalik luua. Enne valiku tegemist on vaja määratleda ettevõttele omased karakteristikud ning kirjeldada mudeli vajalikkus, milleks seda kasutama hakatakse.

Hulgi OÜ peamisteks eripäradeks on artiklite suur arv (viimase kahe aasta jooksul umbes 10 000 aktiivset laoartiklit), artiklite omaduste varieeruvus (erinev ostuhind, käibekiirus, kogus, marginaal), suhteliselt täpne laoprotsesside hinnastamine (fikseeritud hinnakiri laoteenuse pakkujaga). Eelneva informatsiooni põhjal oli autori ülesandeks leida kuluarvestussüsteem, mis suudaks hinnata artiklite tegelikku kulu ettevõttele. Juhatuse liikme peamine huvi oli veenduda, kas senine hinnastamis- ja müügipoliitika õigustab ennast. Oluline on ka fakt, et ettevõttes enne ühtegi toimivat kuluarvestussüsteemi ei ole olnud. Ettevõtte mõõdab artiklitel GMROI näitajat ning kasutab seda toodete kasumlikkuse hindamisel. Põhjus, miks GMROIst ei piisa, on lihtne. GMROI ei näita artikli täpset kulu ning seetõttu ei ole teada, miks artikli näitaja on kehv.

Tegevuspõhistest meetoditest valiti välja DPP meetod ehk otsene toote kasumlikkuse meetod. Meetodi põhimõte seisneb selles, et toote ostuhinnale lisatakse erinevate protsesside läbimisel protsessikulu. Igal logistilisel protsessil on oma hind. DPP meetod loodi aastakümneid tagasi, kuid alles pärast tehnoloogia arengut võeti mudel laialdasemalt kasutusele. Meetod võimaldab kasutajal leida tootepõhiselt kõige kasumlikumad ja kahjumlikumad tootegrupid, kuid mitte ainult. Lisaks on võimalik mudeli abil leida täpne toote kasumi suurus, protsesside ebaefektiivsus, kulude ebaefektiivsus jne.

DPP meetodi rakendamisel kaasnevad ka riskid, millega tuleb arvestada. Meetodi rakendamisel tuleks vältida keskmisi ja üldistamist, kuna tooted ei kuluta ressursse võrdselt. Kui ei ole põhjendatud alust keskmise näitaja kasutamiseks, siis seda teha ei tohiks. Vastasel juhul võivad tulemused olla petlikud. Isegi DPP meetodi võimalikult täpsel rakendamisel on oht, et meetod alahindab ettevõtte kasumit, mistõttu ettevõtte juht võib alahinnata turgu ning toodete potentsiaali. Antud riski minimeerimiseks peab ettevõtte juht suutma hinnata DPP meetodist saadud informatsiooni ning võrdlema meetodi tulemusi turutrendide ning konkurentide tulemustega (viimase hindamiseks on näiteks GFK aruanne). On oluline, et ettevõtte juht ei loodaks DPP meetodile, et juhtimisotsuseid teha, vaid mudel peaks toetama ning suunama juhti efektiivsemate juhtimisotsuste suunas. Lõplikud otsused peaksid olema koostöös DPP meetodist saadud informatsiooni, eelnevate kogemuste ja turuinformatsiooni põhjal. Samuti on oluline meeles pidada, et meetodi peamine väljund on informatsioon protsesside efektiivsemaks muutmiseks mitte tulevikusündmuste täpseks ennustamiseks.

Meetodil on loomulikult väga palju positiivseid külgi. Üheks positiivseks küljeks on kasutajasõbralikkus. Meetodi kasutamisel saadav informatsioon võib olla kasulik paljudele osakondadele. Lisaks juhtkonnale võib meetodi rakendamisel saadav informatsioon olla oluline

veel näiteks müügi-osakonnale, ostu-osakonnale, finantsosakonnale, personaliosakonnale, raamatupidamisosakonnale jne. Lisaks võimaldab DPP meetod korrastada sortimenti ning seeläbi vähendada ebaefektiivsust.

Traditsiooniliselt kasutatakse DPP meetodit kahel eesmärgil. Esiteks kasutatakse meetodist saadavat informatsiooni laoprotsesside efektiivsemaks muutmiseks. Teisena on välja toodud müügi-protsesside efektiivsemaks muutmine. Hulgi OÜ puhul laoprotsesside hinda pole võimalik muuta, kuna need on lepingus fikseeritud. Kuid DPP meetodist saadava informatsiooni põhjal on võimalik suunata tooteid laoprotsessidesse või vältida neid. Näiteks, soovides hoiustamiskulusid vähendada on vaja kiirendada toote käibekiirust ja tellida kaupa tihedamini, kuid väiksemates kogustes. Selline variant pole muidugi alati lahenduseks, võimalusi on mitmeid.

Hulgi OÜ kuluarvestussüsteemi vajalikkus kajastub ettevõtte viimaste aastate majandustulemuses. Ettevõtte 2015. aasta müügitulu on vähenenud 30% võrreldes 2014. aastaga. Lisaks sellele oli ettevõtte sunnitud 2014. ja 2015. aasta lõpetama kahjumiga ning 2015. aasta lõpus toimus ettevõtte jagunemine, mis on turul palju segadust tekitanud. On selge, et ettevõttes kehtivad protseduurid ja protsessid ei ole jätkusuutlikud, kuid peale hinnangute pole vettpidavaid tõendeid probleemikohtadest. Halduskulude struktuuris on muudatusi tehtud, kuid tegevuskulude osakaalu järgi käibest tuli välja, et kulusid on vaja veel optimeerida, kuna vähenenud müügikäibe juures ei saa ettevõtte kulude osakaalu suurenemist endale lubada.

DPP meetodit rakendati Hulgi OÜ 2016. aasta I kvartali tulemustele. Telerite masterklass osutus kõikidest klassidest kõige kasumlikumaks. Kõikidele kahjumlikele artiklitele on hankija boonused olemas ning absoluutväärtuselt on masterklassi kasum kõige suurem. MDA masterklassis on probleemseid tooteid ning nende analüüsiga peab tootejuht tegelema. Lisaks meetodi rakendamisel saadud tulemustele tuleb arvestada muid faktoreid (toote omadusi, käivet, olulisust). Näiteks, kui Sharpi mikrolaineahjude sortimendis hoidmine pole põhjendatud, peaks ettevõtte antud ahjude maaletoomise peatama, kuna DPP meetodi põhjal on tegemist ettevõttele kahjumlike toodetega. SDA masterklassis on palju keskmisest odavamata ostuhinnaga tooteid ning enamust neist on ettevõttele kahjumlikud. Masterklassi brutokasum on suuruselt teine, kuid otsekulud on nii suured, et pärast otsekulude lahutamist on toodete puhaskasum kogusummas 5984 eurot (I kvartali müügitulu 200 000). Masterklassis on tasuvusega suuri probleeme ning tootejuhi peamine ülesanne on marginaali suurendada, et tooted suudaks katta endaga seotud otsekulusid.

AV masterklass on väga probleemne artikliklass. Tegemist on ühega kahest masterklassist, millel on tasuvusega probleeme (brutokasumist 42% moodustab masterklassi kasum). Selge on see, et antud masterklassis on vaja muuta nii hinnastamist kui vastu võtta sortimendiga seotud otsuseid. Kui hinnastamise parandamine pole võimalik, tuleks kaaluda toodetest loobumist. ILU masterklass pole erand ning probleemseid tooteid leidub sealgi. Esmane fookus peaks olema brutokahjumiga toodete marginaali korrigeerimisel. Täpselt pooled I kvartalis müüdnud ILU masterklassi kuuluvatest toodetest on kahjumlikud. Kahjumlike toodetega seotud probleemide analüüsiga on vaja tegeleda esimesel võimalusel.

IT masterklass ei ole kahjumlik masterklass. I kvartali kasum oli 1332 eurot, mis on 31 000 euro suuruse müügitulu juures korralik tulemus (teistest võrreldavatest masterklassidest kõrgeim proportsioon müügitulusse). Samas täpsel analüüsil selgub, et masterklassis on veel potentsiaalselt kasumlikke tooteid. Näiteks Goodrami mälupulkade- ja kaartide hinnastamine on vaja üle vaadata ning suurendades madalamate ostuhindadega Goodrami toodete marginaali on võimalik teenida toodete müügiga kasumit. Masterklass MUU on väga probleemne masterklass, mis teise masterklassina lõpetab kvartali kahjumiga. Masterklassi kuulub 30 toodet, millest 21 on kahjumlikud. Artikliklass toodab ettevõttele kahjumit kogusummas 204 eurot. Vastavalt DPP meetodi ning turu analüüsimise tulemustele on ettevõtte juhatus otsustanud patareide maaletoomise ja müügi lõpetada. Artiklite ostuhinna osas ei ole võimalik paremaid kokkuleppeid saada ning arvestades toodete madalat ostuhinda ning müügi potentsiaali ei suuda tooted katta otsekulutusi. Ettevõtte hinnangul on lihtsam patareisid vajadusel soetada riigisisest ning vastavalt vajadusele (ilma püsivat laoseisu omamata).

DPP meetodi rakendamisel tütarettevõtte ostukäibe selgus, et on probleemseid tooteid, kuid kogusummas oli 2016. aasta I kvartali müük tütarettevõttele kasumlik. Hoolimata sellest on vaja masterklassi kaupa toodete hinnastamine üle vaadata ning leida kahjumlikkuse põhjused. Kui võrrelda kogu ettevõtte analüüsi tulemusi tütarettevõtte ostukäibe analüüsi tulemustega, siis suur osa probleemsetest artiklitest kattuvad. See tähendab, et artiklid on probleemsed kogu ettevõttes, mitte ainult tütarettevõttele müügil. Esimesena tuleks alustada brutokahjumit teenivate toodetega ning veenduda, kas tarnijatelt saadavad boonused on piisavad, et katta toodete müügiga kaasnevat kahjumit. Teiste kahjumlike toodete osas on vaja vastu võtta otsused lähtuvalt DPP meetodi tulemustest, turuolukorrast ning ettevõtte juhatuse hinnangust.

## KOKKUVÕTE

Kuluarvestussüsteemi loomine pole ühetaoline protsess igas ettevõttes. Olenevalt ettevõtete eripärast saab luua keerulisemaid kui ka lihtsamaid kuluarvestussüsteeme. Vastavalt vajadusele ja võimalustele soovib iga ettevõtte juht oma ettevõttele leida parima kuluarvestussüsteemi. Hulgi OÜ puhul osutus parimaks valikuks DPP meetod, mis mõõdab toodete otsest kasumlikkust. Antud meetodi rakendamisel saadava informatsiooni olulisus on suurem, kui meetodiga kaasnevad riskid. Riskide minimeerimiseks on ettepanekud tehtud ning meetodi rakendamisel neid ka arvestati.

Lisaks muudele valdkonnale omastele suhtarvudele kasutas ettevõtte majandustulemuste mõõtmisel GMROI näitajat. GMROI ja DPP meetodite võrdlusel selgus, et GMROI näitaja tulemused võivad olla petlikud ning ebapiisavad, et hinnata toodete tegelikku kasumlikkust. GMROI leidmisel kasutatakse brutokasumit, mis tähendab, et peale müüdud kauba kulu muid kulusid näitaja arvestamisel ei kaasata. Samuti selgus, et GMROI ei ole erinevate kulustruktuuridega artiklite lõikes võrreldav. Hulgikaubanduses on aga artiklite varieeruvus väga suur, seetõttu võib GMROI'd kasutada vaid sama toote hindamisel ajas. Lisaks on GMROI puuduseks potentsiaalselt tugevate artiklite alahindamine ning madala brutokasumiga toodete ülehindamine.

Lõputöö eesmärgiks oli luua ettevõttele Hulgi OÜ kuluarvestussüsteem, mis suudab vastata ettevõtte juhatuse poolt määratud kolmele küsimusele. Hulgi OÜ kuluarvestussüsteem baseerub DPP meetodil ning rakendamisjuhised on ettevõtte juhatusele raamatupidamisprogrammi seadistamiseks loodud. Esimese probleemina oli ettevõtte hinnastamine. 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal on kindel, et ettevõttes on masterklasse, kus hinnastamisega on väga suuri probleeme. Lisaks hinnastamise probleemidele on selge, et sortimendi osas tuleb samuti muudatusi läbi viia. Hinnastamine ja sortimendimuudatused on tihedalt seotud. Kui artikkel on kasumlik, siis üsna tõenäoliselt pole põhjust toodet valikust eemaldada. Samas, kui toode on kahjumlik, siis tuleb hinnata toodete gruppi üldiselt, et leida parim lahendus. Lahenduseks võib olla olenevalt tingimustest sortimendist eemaldamine või toote hinnastamispoliitika muutmine.

DPP meetodit rakendati seitsmes masterklassis (AV, ILU, IT, MDA, MUU, SDA ja TV). AV masterklass oli üks kahest väga probleemsest masterklassist, millel oli tasuvusega probleeme. Analüüsi tulemusel selgus, et masterklassi kasum kokku 2016. aasta I kvartalis oli 4889 eurot, samas kui müügitulu oli samal perioodil 142 000 eurot. Masterklassis on probleeme nii hinnastamise kui sortimendiga. Peamiseks probleemiks on toodete keskmisest madalam ostuhind, mistõttu marginaal ei suuda rahaliselt katta toodetega seotud kulusid. Ostuhinna läbirääkimised või väljamüügihinna tõstmine peaks olema esimeseks prioriteediks. Lisaks peab tootejuht hindama, kas 3AVKAABEL klassi kuuluvate toodete äärmiselt lai valik on ettevõtte müügikäibe juures põhjendatud ning vajadusel peab ettevõtte loobuma kahjumlikemate toodete maaletoomisest.

ILU ja IT masterklassid olid 2016. aasta I kvartalis mõlemad kasumlikud. Samas on selge, et mõlemas masterklassis oli probleeme. Mõlemasse klassi kuulub palju keskmisest madalama ostuhinnaga artikleid, mille marginaal ei suuda rahaliselt otsesid kulusid katta. ILU masterklassi kuuluvatest artiklitest pooled olid kahjumlikud. IT masterklassis oli kahjumlike artikleid vähem kui 50%. Mõlema masterklassi tootejuhid peavad hindama kahjumlike toodete vajalikkust ning veendudes, et artikkel on oluline sortimendimudel, on vaja hinnastamispoliitikat muuta.

MUU masterklass on ainus masterklass, mis on kogusummas kahjumlik. Masterklassi 2016. aasta I kvartali kogukahjum oli 204 eurot. Toodete vajalikkuse hindamisel leiti, et antud tooteid ettevõtte enam maale ei too. Tegemist on enamasti patareidest koosneva masterklassiga. Otsuse põhjenduseks on fakt, et tegemist on väga madalate ostuhindadega toodetega, mille maale toomine ei ole tasuv. Toodetega seotud otsesed kulud ületavad toodete marginaali. Ettevõtte otsustas edaspidi tellida vastavaid tooteid riigisisest edasimüüjalt ning vastavalt vajadusele (ilma püsivat laoiseisu omamata).

SDA masterklass on artiklite kasumite ja kahjumite summeerimisel kasumlik masterklass, kuid probleeme esineb ka selles masterklassis. Lisaks hinnastamispoliitika muutmisele on kindlasti vaja veenduda kahjumlike artiklite vajalikkuses. Müügitulu poolest on SDA masterklass suuruselt teine ning seetõttu antud masterklassi tasuvus ning toodete struktuur on väga oluline.

TV ja MDA on masterklassid, kuhu kuuluvad keskmisest kõrgema ostuhinnaga artiklid. Telerite masterklass oli 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal kõige kasumlikum masterklass. Kahjumlike toodete osas on ettevõttel tarnijatelt boonused olemas ning suuremaid probleeme antud masterklassis pole. MDA masterklass oli 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal kasumlik



masterklass. Osaliselt on artiklite kahjumid kaetud tarnijatelt saadud hüvitistega. Ülejäänud kahjumlike artiklite osas on kindlasti vaja pidada ostuhinna osas läbirääkimisi, kuna väljamüügihindasid on taolise hinnatundliku masterklassi puhul üpris keeruline tõsta. Kui tarnija ei ole nõus ostuhinda alandama on teiseks alternatiiviks antud toodete sortimendist eemaldamine.

Lisaks ettevõtte üldisele hinnastamisele ja sortimendivalikule pidi loodav kuluarvestussüsteem hindama tütarettevõttele müüdud kauba kasumlikkust. DPP meetodi rakendamisel selgus, et ettevõtte müük tütarettevõttele oli 2016. aasta I kvartalis kogusummas kasumlik. Samas tuleb märkida, et hoolimata kasumlikkusest, oli tütarettevõttele müüdud artiklite seas kahjumlikke artikleid ning nende osas on hinnastamist vaja kindlasti muuta. DPP meetodi rakendamine võimaldas kindlaks teha ostuhinnamuudatusi vajavad artikliklassid.

Esimese prioriteedina peab ettevõtte keskenduma brutokahjumiga toodetele ning veenduma, et tarnijatelt on vastavate artiklite kahjumi katmiseks boonused saadud. Kui on artikleid, mille brutokahjum pole põhjendatud, peab ettevõtte, kas toodete maaletoomise lõpetama või hankima tarnijalt hinnakaitse. Kui brutokahjumiga artiklid on elimineeritud või tarnijatelt saadud boonustega kaetud, siis järgmisena on vaja analüüsida DPP meetodi rakendamisel ilmnunud kahjumlikke artikleid. Hinnangute andmisel ja lõplike otsuste vastuvõtmisel peab meeles pidama, et lisaks DPP meetodi rakendamisel saadud informatsioonile peavad otsused põhinema ka tootejuhi kui professionaali hinnangul turuolukorrale.

## SUMMARY

### DEVELOPING COST ACCOUNTING SYSTEM FOR A WHOLESALE COMPANY HULGI OÜ

**Triin Voolaid**

|             |  |             |    |
|-------------|--|-------------|----|
| Language:   | Estonian   | Figures:    | 2  |
| Pages:      | 99   | Tables:     | 10 |
| References: | 15   | Appendixes: | 10 |
| Keywords:   | DPP, wholesale, direct costs, product profitability, GMROI |             |    |

Hulgi OÜ is a wholesale company operating in the home electronics business. The economic results of the company have been poor in past two years for several reasons. In addition to a division of the company at the end of 2015, an extensive restructuring is currently underway in the company. As any management board, the management board of Hulgi OÜ wishes to increase the company's efficiency and optimise costs. Optimisation of costs has not yet been undertaken under the restructuring plan; consequently, it was decided to develop a cost accounting system to evaluate the profitability of the company's main field of business.

In an intensely competitive economic environment where the smallest change in a company can give a significant competitive edge, cost control has an important role. In the home electronics business, where trends change very quickly, a competitive edge is the basis of profitability. As a rule, the sales price of products is dictated by the market, which is why purchase prices agreed with suppliers and optimisation of costs hold profit-earning potential.

The objective of the final paper is to develop a cost accounting system for Hulgi OÜ, which could help evaluate the profitability of the main business of the company. The company does not currently have a functioning cost accounting system. The company does calculate various business-specific ratios, but it is impossible to decide about the company's profitability based on these indicators. The future cost accounting system must answer the following questions:

- Is the pricing used in the company profitable?

- Is the assortment of the company justified?
- Is the sale of the company`s products to subsidiaries profitable?

The development process of a cost accounting system is not the same in every company. Depending on the specifics of a company, its cost accounting system may be simple or more complex. Every company manager expects to find the best cost accounting system for the company based on the needs and possibilities of the company. For Hulgi OÜ, the best choice was the DPP method, which measures the direct profitability of products. When applying this method, the importance of information gathered is greater than the risks associated with the method. Suggestions have been made to minimise risks and they were taken into account when the method was implemented.

Besides the ratios specific to the field of business, the company used the GMROI to measure its economic results. When the GMROI and DPP methods were compared, it was revealed that the results from using GMROI could be deceptive and insufficient to evaluate the actual profitability of products. GMROI is calculated using gross revenue, which means that when calculating this indicator only the cost of products sold is taken into account and any other costs are not considered. It was also found that GMROI is not comparable when assessing articles with different cost structures. In the wholesale business, the variability of articles is very high and consequently GMROI may be used only to evaluate the same product over time.

The objective of the final paper was to develop a cost accounting system for Hulgi OÜ that enables to answer three questions stated by the management board. The first problem was the pricing strategy used in the company. Based on the results of the first quarter of 2016, it is clear that the company has master classes where many problems are present due to the pricing principles used. In addition to the pricing problems, it is clear that the assortment requires changing. Pricing and assortment changes are closely related. If an article is profitable, it is quite likely that there is no reason to remove it from the assortment. However, if a product is unprofitable, the respective product group must be evaluated to find the best solution. The solution may entail removing the product from the assortment or changing the pricing policy of the product.

The DPP method was applied in seven master classes (AV, ILU, IT, MDA, MUU, SDA and TV). The AV master class is one of the two very problematic master classes. This master class has problems regarding the pricing strategy as well as the assortment. The main problem is the

lower than average purchase price which is why the margin is not sufficient to cover the product related costs. The priority should be negotiations about the purchase price or increasing the sales price.

The ILU and IT master classes were both profitable in the first quarter of 2016. Nevertheless, it is clear that there are problems in both master classes. Both classes include many articles with purchase price much lower than the average and their margin is not sufficient to cover direct costs. Half of the articles that belong to the ILU master class showed a loss. In the IT master class, there were less than 50% unprofitable articles. The product managers of both master classes must evaluate the need for the unprofitable products and if they are sure that the article is an important model in the assortment, their pricing policy needs to be changed.

The MUU master class as a whole shows a loss. When the need for the products was evaluated, it was found that the company does not import these products itself any more. This master class comprises mostly batteries. The reason for the decision is that these products have very low sales prices and their import is not profitable. The direct costs associated with the products exceed the margin earned on the products. The company decided to order these products from a domestic wholesaler as needed in future.

The TV and MDA are master classes that comprise articles with higher than average sales price. The television sets master class was the most profitable master class based on the results of the first quarter of 2016. The company has ensured bonuses from suppliers for products that show a loss and this master class does not have any larger problems. The MDA master class was a profitable master class based on the results of the first quarter of 2016. The losses on articles are partly covered by supplier granted compensation. As to the rest of unprofitable articles, it is necessary to negotiate the purchase prices because it is quite complicated to increase the sales prices in such a price-sensitive master class. If the supplier does not agree to reduce the purchase price, an alternative is to remove these products from the assortment.

In addition to the general pricing strategy and the assortment of the company, the developed cost accounting system had to assist in assessing the profitability of the sale of products to subsidiaries. When the DPP method was used, it was found that the sales to subsidiaries were altogether profitable in the first quarter of 2016. However, it should be stated that although profitable in general, the articles sold to subsidiaries did include unprofitable articles, which

require changes in pricing. Implementation of the DPP method enabled to identify the article classes that require changes in purchase price.

The priority of the company should be the products that make a gross loss and ensure that the suppliers have granted bonuses to cover the loss on the relevant articles. If there are articles, for which gross loss is not justified, the company should either stop importing these products or obtain price protection from the supplier. Once the articles that make a gross loss have been eliminated or covered by supplier bonuses, the next step is to analyse the unprofitable articles identified by using the DPP method. When providing evaluations and adopting final decisions, it must be kept in mind that, in addition to the data gathered from using the DPP method, decisions should be also based on the relevant product manager`s assessment of the market situation.

## VIIDATUD KIRJANDUS

1. Alexander, J. (1988). Benefits galore from DPP. – *Retail and Distribution Management*. Vol. 16, No. 5. Lk 14-17.
2. Borin, N., Farris, P. (1990). An Empirical Comparison of Direct Product Profit and Existing Measures of SKU Productivity. – *Journal of Retailing*. Vol. 66, No. 3. Darden Graduate School of Business, Virginia.
3. Das, C., Tyagi, R. (1999). Manufacturer selection and price negotiation for competitive wholesale distribution operations. – *International Journal of Operations & Production Management*. Vol. 19, No. 10. Lk 977-993.
4. Eerme, M. (2012). Tõnu Tõniste: hulgikaubandus häabub vaikselt. [WWW] <http://www.kaubandus.ee/uudised/2012/11/12/tonu-toniste-hulgikaubandus-haabub-vaikselt> (24.05.16)
5. Fernie, J., Freathy, P., Tan, E. (2001). Logistics Costing Techniques and their Applicationa to a Singaporean Wholesales. – *International Journal of Logistics Research and Applications*. Vol. 4, No. 1. Lk 117-131.
6. Harris, D. (1987). DPP takes off with new technology. – *Retail and Distribution Management*. Vol. 15, No. 2. Lk 9-12.
7. Jäätmeseadus. Vastu võetud 28.01.2004.- RT I 2004, 9, 52. [WWW] <https://www.riigiteataja.ee/akt/749804> (26.03.2016)
8. Karu, S. (2012). Omahinna arvestamine ja üldkulude jaotamine.- *Raamatupidamise praktik*. Oktoober, No. 68.
9. Manunen, O. (2000). An Activity-Based Costing Model for Logistics Operations of Manufacturers and Wholesalers. – *International Journal of Logistics Research and Applications*. Vol. 3. No. 1.
10. Nelson, D., Pinnock, A. (1991). DPP: Towards an Efficient Use of Resources. – *Internaional Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 19, No. 5.
11. Profit Planning Group. (2014). Saying Goodbye to GMROI. [WWW] <http://www.my2020.net/cloud/2012%20My%20SCM/2012%20Inventory%20Manageme nt/White%20Paper/gmroiwhitepaper.pdf> (25.02.2016)
12. Roth, H.P., Sims, L.T. (1991). Costing for warehousing and distribution. – *Management Accounting*. August. Lk 42.

13. Rovit, S., Swede, K., Buchanan, J.(2002). How top wholesalers succeed:secrets of a brutal business. – *Strategy & Leadership*. Vol. 30, No.2. Lk 32-37.
14. Seadmete kategooriad. – *MTÜ Eesti Elektri- ja Elektroonikaseadmete Ringlus*. [WWW] <http://eesringlus.ee/organisatsioonist/seadmete-kategooriad/> (26.03.2016)
15. Varila, M., Seppänen, M., Soumala, P. (2007). Detailed cost modelling: a case study in warehouse logistics. – *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. Vol. 37, No. 3. Lk 184-200.

## LISAD

|  |    |
|--|----|
| Lisa 1. Ettevõtte Hulgi OÜ 2015. ja 2016. aasta I kvartalite kulude võrdlus, osakaal netorealiseerimiskäibesse ..... | 57 |
| Lisa 2. Hulgi OÜ ja laoteenuse pakkuja kinnitatud kaupade liigitus .....   | 59 |
| Lisa 3. DPP meetodi rakendamine TV masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ .....   | 60 |
| Lisa 4. DPP meetodi rakendamine MDA masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ .....  | 62 |
| Lisa 5. DPP meetodi rakendamine SDA masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ .....  | 66 |
| Lisa 6. DPP meetodi rakendamine AV masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ .....   | 75 |
| Lisa 7. DPP meetodi rakendamine ILU masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ .....  | 86 |
| Lisa 8. DPP meetodi rakendamine IT masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ .....   | 89 |
| Lisa 9. DPP meetodi rakendamine MUU masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ .....  | 93 |
| Lisa 10. DPP meetodi rakendamine tütaretevõtte ostukäibele I kvartalis 2016. aastal .....                            | 95 |



**Lisa 1. Ettevõtte Hulgi OÜ 2015. ja 2016. aasta I kvartalite kulude võrdlus, osakaal netorealiseerimiskäibesse**

| Kululiik  | 2015. aasta I kvartal | 2016. aasta I kvartal | Vahe          |
|---|-----------------------|-----------------------|---------------|
| Kaubad, materjalid teenused                           | 93,28%                | 89,81%                | 3,47%         |
| Kodumasinade remont                                   | 0,08%                 | 0,04%                 | 0,04%         |
| Kauba mahakandmine                                    | 0,15%                 | 0,00%                 | 0,15%         |
| Kauba mahakandmine II                                 | 0,36%                 | 0,32%                 | 0,04%         |
| Jäätmekäitlus+EES-ringlusOBJEKTIGA                    | 0,27%                 | 0,55%                 | -0,27%        |
| Töökoja rem.kulud                                     | 0,00%                 | 0,02%                 | -0,02%        |
| SchaubLorenz Royalty                                  | 0,03%                 | 0,08%                 | -0,05%        |
| Lao muud kulud  | 0,02%                 | 0,00%                 | 0,02%         |
| Ostetud transporditeenused                            | 0,42%                 | 0,86%                 | -0,43%        |
| Ostetud Laoteenused                                   | 0,00%                 | 1,07%                 | -1,07%        |
| Gaasi tee rendikulud                                  | 0,00%                 | 2,93%                 | -2,93%        |
| <b>Kaubad, toore, materjal ja teenused kokku</b>      | <b>94,62%</b>         | <b>95,67%</b>         | <b>-1,05%</b> |
| Maakri 23A rent,kommunaalk.                           | 0,14%                 | 0,00%                 | 0,14%         |
| Gaasi tee kommunaalk                                  | 0,23%                 | 0,79%                 | -0,56%        |
| Gaasi tee muud kulud                                  | 0,06%                 | 0,18%                 | -0,12%        |
| Telefon   | 0,01%                 | 0,01%                 | 0,00%         |
| Mobiiltelefon   | 0,02%                 | 0,02%                 | 0,00%         |
| Andmeside   | 0,01%                 | 0,02%                 | -0,01%        |
| Arvutite ja progr. hooldus ja konsul                  | 0,07%                 | 0,15%                 | -0,07%        |
| Kindlustuskulud                                       | 0,08%                 | 0,09%                 | -0,01%        |
| Bürooarbeit   | 0,03%                 | 0,01%                 | 0,02%         |
| Koolituskulud   | 0,01%                 | 0,02%                 | -0,01%        |
| Büroomasinad, olmetehnika(Rapo,RTT jms)               | 0,02%                 | 0,01%                 | 0,02%         |
| Väikevahendite ostukulu                               | 0,03%                 | 0,01%                 | 0,03%         |
| Auditi kulud  | 0,01%                 | 0,00%                 | 0,01%         |
| Juriidilised kulud                                    | 0,08%                 | 0,16%                 | -0,08%        |
| Liikmemaksud  | 0,00%                 | 0,01%                 | 0,00%         |
| Konsultats-ja tarnijateotsingu kulud                  | 0,32%                 | 0,23%                 | 0,09%         |
| Nõustamiskulud  | 0,16%                 | 0,06%                 | 0,10%         |
| Infoalused, trükised,paljunduskulud (juh,argumentats) | 0,01%                 | 0,01%                 | 0,00%         |
| Reklaam Expert  | 1,01%                 | 0,79%                 | 0,23%         |
| Reklaam klient  | 0,25%                 | 0,13%                 | 0,12%         |
| Reklaam DeDietrich                                    | 0,04%                 | 0,00%                 | 0,04%         |
| Muu reklaam   | 0,01%                 | 0,00%                 | 0,01%         |
| Reklaam Helfors                                       | 0,03%                 | 0,00%                 | 0,03%         |
| Kütus, määrdeained                                    | 0,06%                 | 0,06%                 | 0,00%         |
| Jooksev remont, tehnohooldus                          | 0,08%                 | 0,06%                 | 0,02%         |
| Autode kindlustusmaksed                               | 0,04%                 | 0,01%                 | 0,03%         |
| Rendi(liisingu)maksed                                 | 0,09%                 | 0,04%                 | 0,05%         |

## Lisa 1. järg

|  |              |              |               |
|--|--------------|--------------|---------------|
| Isikliku auto kasutamise kulud         | 0,03%        | 0,03%        | 0,00%         |
| Komandeeringukulu lubatud piirmäära    | 0,07%        | 0,08%        | -0,01%        |
| Panga teenustasud                      | 0,07%        | 0,22%        | -0,15%        |
| Valve,puhastus,prügi                   | 0,03%        | 0,13%        | -0,10%        |
| Muud tegevuskulud                      | 0,06%        | 0,10%        | -0,04%        |
| Erisoodustused                         | 0,03%        | 0,01%        | 0,02%         |
| Vastuvõtukulud                         | 0,04%        | 0,11%        | -0,08%        |
| Maksud erisoodustustelt                | 0,04%        | 0,01%        | 0,03%         |
| Tulumaks vastuvõtukuludelt             | 0,00%        | 0,01%        | -0,01%        |
| <b>Mitmesugused tegevuskulud kokku</b> | <b>3,28%</b> | <b>3,56%</b> | <b>-0,28%</b> |
| Palgakulu                              | 2,51%        | 3,30%        | -0,79%        |
| Sotsiaalmaksud                         | 0,75%        | 1,07%        | -0,32%        |
| Põhivara kulum                         | 0,46%        | 0,23%        | 0,24%         |

Allikas: autori koostatud

## Lisa 2. Hulgi OÜ ja laoteenuse pakkuja kinnitatud kaupade liigitus

| Toote liik                                   | Kategooria |
|--|------------|
| Akulaadid                                    | Väike      |
| Traadita telefonid                           | Väike      |
| Meditsiiniseadmed                            | Väike      |
| Väikesed kodumajapidamisseadmed              | Väike      |
| Erinevad tarvikud                            | Väike      |
| AV seadmed                                   | Keskmine   |
| Kütteseadmed                                 | Keskmine   |
| Elektriventilaatorid                         | Keskmine   |
| Mikrolaineahjud, ahjud                       | Keskmine   |
| Televiisorid                                 | Keskmine   |
| Õhupuhastajad                                | Keskmine   |
| Integreeritavad pliidiplaadid ja lauapliidid | Keskmine   |
| Nõudepesumasinad                             | Suur       |
| Pesukuiivatid                                | Suur       |
| Pesumasinad                                  | Suur       |
| Pliidid                                      | Suur       |
| Integreeritavad ahjud                        | Suur       |
| Sügavkülmikud                                | Suur       |
| Sügavkülmkastid                              | Suur       |
| Külmikud                                     | Suur       |

Allikas: autori koostatud

**Lisa 3. DPP meetodi rakendamine TV masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ**

| 2-taseme klass | Artikliklass   | Artikli kood   | Müüdid (tk) | Otsekulud kokku | Müügihind | Ostukulu | brutokasum/kahjum | Kasum/kahjum |
|----------------|----------------|----------------|-------------|-----------------|-----------|----------|-------------------|--------------|
| 2TV-28         | 3TV-28LED      | 24PHT4000/12   | 5           | 12,42           | 642,98    | 610,00   | 32,98             | 20,56        |
| 2TV-28         | 3TV-28LED      | 28LF450U.AEE   | 5           | 15,75           | 880,97    | 843,40   | 37,57             | 21,82        |
| 2TV-28         | 3TV-28LED      | TVT9HDLCD      | 18          | 28,57           | 1200,00   | 1079,82  | 120,18            | 91,61        |
| 2TV-28         | 3TV-28LED      | UE19H4000AWXBT | 14          | 46,26           | 1616,55   | 1596,00  | 20,55             | -25,71       |
| 2TV29-32       | 3TV29-32LED    | 32LF561V.AEE   | 4           | 11,61           | 844,03    | 781,36   | 62,67             | 51,06        |
| 2TV29-32       | 3TV29-32LED    | 32LF561V.AEEW  | 49          | 174,34          | 9658,37   | 9325,19  | 333,18            | 158,84       |
| 2TV29-32       | 3TV29-32LED    | 32LF630V.AEE   | 90          | 278,97          | 23400,00  | 22131,00 | 1269,00           | 990,03       |
| 2TV29-32       | 3TV29-32LED    | 32LF650V.AEE   | 1           | 6,26            | 290,00    | 260,53   | 29,47             | 23,21        |
| 2TV29-32       | 3TV29-32LED    | LEDTV32D1T1    | 84          | 170,06          | 11985,10  | 11255,16 | 729,94            | 559,88       |
| 2TV29-32       | 3TV29-32LED    | UE32J5100AWXBT | 19          | 64,16           | 3758,27   | 3638,50  | 119,77            | 55,61        |
| 2TV29-32       | 3TV29-32LED    | UE32J5200AWXXH | 55          | 241,27          | 12735,00  | 12873,30 | -138,30           | -379,57      |
| 2TV37-43       | 3TV37-43LED    | 40LF631V.AEE   | 27          | 130,73          | 8519,33   | 8156,43  | 362,90            | 232,17       |
| 2TV37-43       | 3TV37-43LED    | 40PFT4200/12   | 14          | 48,75           | 3618,65   | 3430,00  | 188,65            | 139,90       |
| 2TV37-43       | 3TV37-43LED    | 40UF695V.AEE   | 1           | 6,02            | 371,34    | 360,53   | 10,81             | 4,79         |
| 2TV37-43       | 3TV37-43LED    | 42LF580V.AEE   | 5           | 19,23           | 1444,33   | 1402,25  | 42,08             | 22,85        |
| 2TV37-43       | 3TV37-43LED    | 43LF540V.AEE   | 200         | 588,12          | 56000,00  | 51076,00 | 4924,00           | 4335,88      |
| 2TV37-43       | 3TV37-43LEDUHD | 43UF6807.AEE   | 28          | 142,34          | 10630,10  | 10247,72 | 382,38            | 240,04       |
| 2TV37-43       | 3TV37-43LEDUHD | 43UF7707.AEE   | 5           | 32,20           | 2252,53   | 2174,00  | 78,53             | 46,33        |
| 2TV37-43       | 3TV37-43LEDUHD | UE40JU6072UXXH | 9           | 50,67           | 3533,15   | 3378,60  | 154,55            | 103,88       |
| 2TV44-49       | 3TV44-49LED    | 49LF510V.AEE   | 6           | 28,25           | 2037,50   | 1892,76  | 144,74            | 116,49       |
| 2TV44-49       | 3TV44-49LED    | 49LF540V.AEE   | 18          | 82,93           | 6412,67   | 6038,82  | 373,85            | 290,92       |
| 2TV44-49       | 3TV44-49LED    | 49LF631V.AEE   | 32          | 162,97          | 13932,13  | 13485,76 | 446,37            | 283,40       |
| 2TV44-49       | 3TV44-49LED    | 49UF7767.AEE   | 1           | 8,66            | 600,00    | 560,82   | 39,18             | 30,52        |
| 2TV44-49       | 3TV44-49LED    | UE48J6202AKXXH | 20          | 118,96          | 8942,00   | 8835,00  | 107,00            | -11,96       |

### Lisa 3. järg

|          |                |                |    |        |          |          |         |         |
|----------|----------------|----------------|----|--------|----------|----------|---------|---------|
| 2TV44-49 | 3TV44-49LED    | UE48JU6412UXXH | 1  | 10,71  | 670,00   | 665,00   | 5,00    | -5,71   |
| 2TV44-49 | 3TV44-49LED    | UE48JU6642UXXH | 1  | 9,40   | 696,69   | 676,40   | 20,29   | 10,89   |
| 2TV44-49 | 3TV44-49LEDUHD | 49UF6807.AEE   | 5  | 35,36  | 2499,94  | 2404,20  | 95,74   | 60,38   |
| 2TV44-49 | 3TV44-49LEDUHD | 49UF6907.AEE   | 5  | 34,83  | 2533,69  | 2444,45  | 89,24   | 54,41   |
| 2TV44-49 | 3TV44-49LEDUHD | 49UF7707.AEE   | 10 | 70,26  | 5804,77  | 5609,60  | 195,17  | 124,91  |
| 2TV44-49 | 3TV44-49LEDUHD | TX-49CX740E    | 19 | 132,80 | 13039,08 | 12299,08 | 740,00  | 607,20  |
| 2TV44-49 | 3TV44-49LEDUHD | UE48JU6472UXXH | 10 | 69,46  | 5441,62  | 5320,00  | 121,62  | 52,16   |
| 2TV44-49 | 3TV44-49LEDUHD | UE48JU6742UXXH | 12 | 100,04 | 8046,40  | 7812,00  | 234,40  | 134,36  |
| 2TV50_54 | 3TV50-54LED    | 50LF561V.AEE   | 12 | 62,48  | 4654,57  | 4452,00  | 202,57  | 140,09  |
| 2TV50_54 | 3TV50-54LEDUHD | UE50JU6872UXXH | 8  | 64,66  | 5009,93  | 4864,00  | 145,93  | 81,27   |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LED    | 55LF630V.AEE   | 6  | 40,79  | 2915,55  | 2807,34  | 108,21  | 67,42   |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LED    | 55LF652V.AEE   | 28 | 192,87 | 15995,56 | 15568,56 | 427,00  | 234,13  |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LED    | UE55J6302AKXXH | 15 | 139,57 | 10630,83 | 10950,00 | -319,17 | -458,74 |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LEDUHD | 55UF6807.AEE   | 15 | 118,88 | 10115,68 | 9776,40  | 339,28  | 220,40  |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LEDUHD | 55UF7707.AEE   | 1  | 9,05   | 697,00   | 650,96   | 46,04   | 36,99   |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LEDUHD | 55UF8507.AEE   | 16 | 149,03 | 13223,04 | 12731,84 | 491,20  | 342,17  |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LEDUHD | UE55JS8502TXXH | 1  | 17,14  | 1497,28  | 1377,00  | 120,28  | 103,14  |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LEDUHD | UE55JU6072UXXH | 1  | 10,41  | 471,13   | 655,50   | -184,37 | -194,78 |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LEDUHD | UE55JU6742UXXH | 5  | 49,89  | 4180,97  | 4055,00  | 125,97  | 76,08   |
| 2TV55_59 | 3TV55-59LEDUHD | UE55JU6872UXXH | 30 | 284,64 | 23390,64 | 22958,40 | 432,24  | 147,60  |
| 2TV60_69 | 3TV60_69LEDUHD | 60UF850V.AEE   | 4  | 48,17  | 4081,08  | 3923,44  | 157,64  | 109,47  |
| 2TV60_69 | 3TV60_69LEDUHD | 65UG870V.AEE   | 1  | 13,29  | 1109,00  | 960,00   | 149,00  | 135,71  |

Allikas: autori koostatud

**Lisa 4. DPP meetodi rakendamine MDA masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ**

| 2-taseme klass | Artikliklass | Artikli kood | Müüdid (tk) | Otsekulud kokku | Müügihind | Ostukulu | brutokasum/kahjum | Kasum/kahjum |
|----------------|--------------|--------------|-------------|-----------------|-----------|----------|-------------------|--------------|
| 2INTEGR        | 3INTAHI      | AKZM6570IXL  | 1           | 5,34            | 303,74    | 273,64   | 30,10             | 24,76        |
| 2INTEGR        | 3INTAHI      | AKZM765IX    | 1           | 4,38            | 276,07    | 248,71   | 27,36             | 22,99        |
| 2INTEGR        | 3INTAHI      | FMR54K.A(AV) | 2           | 8,39            | 392,95    | 367,24   | 25,71             | 17,32        |
| 2INTEGR        | 3INTAHI      | HBA23B253E   | 6           | 11,11           | 1355,43   | 1320,24  | 35,19             | 24,08        |
| 2INTEGR        | 3INTAHI      | HBG673CB1S   | 1           | 2,47            | 625,83    | 585,03   | 40,80             | 38,33        |
| 2INTEGR        | 3INTKULMIK   | ARG590/A     | 1           | 6,41            | 276,00    | 248,71   | 27,29             | 20,88        |
| 2INTEGR        | 3INTKULMIK   | ART9811/A    | 1           | 4,38            | 449,05    | 404,54   | 44,51             | 40,14        |
| 2INTEGR        | 3INTKULMIK   | ERN1200      | 1           | 8,03            | 232,99    | 224,03   | 8,96              | 0,93         |
| 2INTEGR        | 3INTKULMIK   | KIL82AF30    | 1           | 5,38            | 517,50    | 466,54   | 50,96             | 45,58        |
| 2INTEGR        | 3INTKULMIK   | KIR21VS30    | 1           | 5,01            | 308,33    | 279,62   | 28,71             | 23,70        |
| 2INTEGR        | 3INTNOUDE    | ADG2020FD    | 1           | 4,38            | 331,67    | 298,58   | 33,09             | 28,72        |
| 2INTEGR        | 3INTNOUDE    | ADG8900FD    | 2           | 9,84            | 593,50    | 534,82   | 58,68             | 48,84        |
| 2INTEGR        | 3INTNOUDE    | SMV53L50EU   | 2           | 13,04           | 527,05    | 490,28   | 36,77             | 23,73        |
| 2INTEGR        | 3INTPLAAT    | ACM712/IX    | 1           | 3,33            | 220,72    | 198,84   | 21,88             | 18,56        |
| 2INTEGR        | 3INTPLAAT    | ACM816/BA    | 2           | 7,74            | 524,54    | 472,48   | 52,06             | 44,32        |
| 2INTEGR        | 3INTPLAAT    | EH651FN17E   | 1           | 6,83            | 437,50    | 390,79   | 46,71             | 39,88        |
| 2INTEGR        | 3INTPLAAT    | PE29IOE1     | 17          | 30,50           | 1710,63   | 1598,68  | 111,95            | 81,45        |
| 2INTEGR        | 3INTPLAAT    | PKF651F17E   | 1           | 3,96            | 193,68    | 174,49   | 19,19             | 15,23        |
| 2INTEGR        | 3INTPLAAT    | PR29O        | 10          | 19,55           | 781,08    | 730,00   | 51,08             | 31,53        |
| 2INTEGR        | 3INTPLAAT    | THHP05750    | 1           | 3,08            | 108,25    | 84,56    | 23,69             | 20,61        |
| 2INTEGR        | 3OHUPUHAST   | AKR606GY     | 1           | 3,45            | 68,50     | 61,71    | 6,79              | 3,35         |
| 2INTEGR        | 3OHUPUHAST   | DWA061451    | 20          | 18,07           | 3145,24   | 3051,60  | 93,64             | 75,57        |
| 2INTEGR        | 3OHUPUHAST   | DWB06W652    | 1           | 3,96            | 249,17    | 197,31   | 51,86             | 47,90        |
| 2INTEGR        | 3OHUPUHAST   | N360W        | 10          | 15,71           | 298,83    | 279,30   | 19,53             | 3,82         |
| 2INTEGR        | 3OHUPUHAST   | QS90GLASS    | 8           | 19,16           | 933,47    | 861,76   | 71,71             | 52,55        |
| 2INTEGR        | 3OHUPUHAST   | S254WGLASS   | 13          | 22,69           | 726,29    | 674,44   | 51,85             | 29,16        |

## Lisa 4. järg

|         |             |                     |    |        |         |         |        |         |
|---------|-------------|---------------------|----|--------|---------|---------|--------|---------|
| 2INTEGR | 3OHUPUHAST  | S264B               | 7  | 12,10  | 329,75  | 307,23  | 22,52  | 10,42   |
| 2INTEGR | 3OHUPUHAST  | S264BGL/BL          | 12 | 26,81  | 1052,90 | 984,00  | 68,90  | 42,09   |
| 2INTEGR | 3OHUPUHAST  | S264W               | 13 | 25,62  | 591,18  | 552,50  | 38,68  | 13,06   |
| 2INTEGR | 3OHUPUHAST  | S264WGL/WH          | 5  | 12,49  | 438,71  | 410,00  | 28,71  | 16,22   |
| 2INTEGR | 3OHUPUHAST  | S264X               | 1  | 2,07   | 46,54   | 43,50   | 3,04   | 0,97    |
| 2INTEGR | 3OHUPUHAST  | S360X               | 12 | 24,73  | 845,82  | 798,00  | 47,82  | 23,09   |
| 2KULMIK | 3KULMIK1    | C29SM-T1AHK2        | 2  | 9,73   | 468,00  | 450,00  | 18,00  | 8,27    |
| 2KULMIK | 3KULMIK1    | TR50-5679           | 19 | 55,13  | 2020,62 | 1878,15 | 142,47 | 87,34   |
| 2KULMIK | 3KULMIK2    | FR240-1101AA        | 8  | 28,55  | 1164,02 | 1112,00 | 52,02  | 23,47   |
| 2KULMIK | 3KULMIK2    | RT25FAJEDWW/EO      | 3  | 14,36  | 680,15  | 654,00  | 26,15  | 11,79   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | BLF8121OX           | 3  | 19,74  | 748,64  | 671,34  | 77,30  | 57,56   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | BLF9121OX           | 1  | 5,34   | 259,04  | 230,01  | 29,03  | 23,69   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | BSNF8121OXAQUA      | 1  | 7,07   | 350,30  | 311,04  | 39,26  | 32,19   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | GBB530PZQZS.APZQEUI | 15 | 94,76  | 5916,45 | 5671,95 | 244,50 | 149,74  |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | GBB539PZCWS         | 25 | 138,44 | 7776,76 | 7444,00 | 332,76 | 194,32  |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | KGV39VW31           | 1  | 7,76   | 316,59  | 304,42  | 12,17  | 4,41    |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RB29HSR2DSA/EF      | 21 | 133,73 | 5865,43 | 5607,00 | 258,43 | 124,70  |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RB29HSR2DWW/EF      | 30 | 186,62 | 8088,20 | 7770,00 | 318,20 | 131,58  |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RB31FSRNDWW/EF      | 31 | 193,82 | 8978,41 | 8630,71 | 347,70 | 153,88  |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RB33J8835SR/EF      | 3  | 25,15  | 1803,35 | 1734,00 | 69,35  | 44,20   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RF31SM-S10021       | 17 | 71,16  | 3129,42 | 3009,00 | 120,42 | 49,26   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RF34NM-Z1AH27       | 5  | 29,65  | 1813,90 | 1725,00 | 88,90  | 59,25   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RF34NM-Z1JJ27       | 4  | 25,63  | 1447,23 | 1380,00 | 67,23  | 41,60   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RF34SM-P1CB27       | 9  | 45,25  | 2169,43 | 2070,00 | 99,43  | 54,18   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RF34SM-S10021       | 14 | 57,45  | 2679,02 | 2576,00 | 103,02 | 45,57   |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RF35SM-P1CB22       | 19 | 89,80  | 4692,80 | 4465,00 | 227,80 | 138,00  |
| 2KULMIK | 3KULMIKKOMB | RL55VTEBG1/XEO      | 7  | 61,07  | 4009,94 | 4102,00 | -92,06 | -153,13 |
| 2KULMIK | 3KULMIKSBS  | GS9366SWQVD.ASWQEUR | 1  | 12,13  | 975,00  | 892,19  | 82,81  | 70,68   |
| 2KULMIK | 3KULMIKSBS  | RS7527THCSP/EF      | 5  | 51,79  | 3634,79 | 3495,00 | 139,79 | 88,00   |

## Lisa 4. järg

|            |             |                |    |        |         |         |        |        |
|------------|-------------|----------------|----|--------|---------|---------|--------|--------|
| 2KULMIK    | 3KULMIKSBS  | RS7577THCSP/EF | 5  | 51,77  | 4079,80 | 3850,00 | 229,80 | 178,03 |
| 2KULMIK    | 3SUGAVKIRST | CF200-5716     | 15 | 64,21  | 1984,57 | 1569,60 | 414,97 | 350,76 |
| 2KULMIK    | 3SUGAVKIRST | WHE3933        | 1  | 8,46   | 270,00  | 248,71  | 21,29  | 12,83  |
| 2KULMIK    | 3SUGAVKULM  | F22SM-T10002   | 3  | 14,25  | 614,65  | 591,00  | 23,65  | 9,40   |
| 2KULMIK    | 3SUGAVKULM  | F22SM-T1AHK2   | 2  | 9,73   | 468,00  | 450,00  | 18,00  | 8,27   |
| 2MDALISA   | 3MDALISA    | ACK62258       | 9  | 13,92  | 28,88   | 27,00   | 1,88   | -12,04 |
| 2MDALISA   | 3MDALISA    | ACK62259       | 7  | 7,90   | 42,70   | 39,90   | 2,80   | -5,10  |
| 2MDALISA   | 3MDALISA    | W4-49900/4     | 43 | 51,87  | 67,73   | 63,21   | 4,52   | -47,35 |
| 2MDALISA   | 3MDALISA    | W4-49902/4     | 42 | 50,29  | 46,20   | 42,84   | 3,36   | -46,93 |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | GE83DT/BAL     | 17 | 30,03  | 1218,38 | 1207,00 | 11,38  | -18,65 |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | GE83M/BAL      | 17 | 27,83  | 1205,83 | 1173,00 | 32,83  | 5,00   |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | MC28H5015AK/BA | 14 | 31,70  | 1400,88 | 1386,00 | 14,88  | -16,82 |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | MG23F301TAK/BA | 5  | 7,77   | 374,42  | 360,00  | 14,42  | 6,65   |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | MG23H3125NK/BA | 20 | 36,28  | 1759,15 | 1700,00 | 59,15  | 22,87  |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | MS23F301TAK/BA | 17 | 24,62  | 1138,31 | 1101,43 | 36,88  | 12,26  |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | MWG20-5655     | 38 | 85,98  | 1695,81 | 1462,24 | 233,57 | 147,59 |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | R200BLACK      | 27 | 38,09  | 1164,05 | 1149,39 | 14,66  | -23,43 |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | R200INW        | 38 | 51,98  | 1659,97 | 1615,00 | 44,97  | -7,01  |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | R200WW         | 27 | 34,55  | 1179,45 | 1153,98 | 25,47  | -9,08  |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | R242WW         | 37 | 57,19  | 1819,37 | 1730,86 | 88,51  | 31,32  |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | R642BKW        | 10 | 19,75  | 585,01  | 505,40  | 79,61  | 59,86  |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | R742INW        | 12 | 19,71  | 805,00  | 757,44  | 47,56  | 27,85  |
| 2MIKRO     | 3MIKRO      | R742WW         | 9  | 14,42  | 585,00  | 569,16  | 15,84  | 1,42   |
| 2NOUDEPESU | 3NOUDEPESU  | ADG201         | 1  | 6,41   | 220,00  | 198,84  | 21,16  | 14,75  |
| 2NOUDEPESU | 3NOUDEPESU  | SKS50E32EU     | 1  | 7,08   | 189,90  | 182,60  | 7,30   | 0,22   |
| 2PESUMASIN | 3KUIVATI    | AZB889         | 1  | 5,98   | 291,08  | 279,88  | 11,20  | 5,22   |
| 2PESUMASIN | 3KUIVATI    | HSCX90420      | 3  | 16,74  | 1274,33 | 1176,24 | 98,09  | 81,35  |
| 2PESUMASIN | 3PESUKITSAS | AWS71000       | 26 | 195,24 | 5614,46 | 5388,50 | 225,96 | 30,72  |
| 2PESUMASIN | 3PESUKITSAS | F12A8NDA       | 21 | 87,60  | 5689,20 | 5474,91 | 214,29 | 126,69 |



## Lisa 4. järg

|            |              |                    |    |        |         |         |        |        |
|------------|--------------|--------------------|----|--------|---------|---------|--------|--------|
| 2PESUMASIN | 3PESUKITSAS  | F12A8NDA5.ALSP     | 9  | 45,39  | 2648,85 | 2547,00 | 101,85 | 56,46  |
| 2PESUMASIN | 3PESUKITSAS  | WF60F4E2W2X/LE     | 1  | 5,94   | 275,00  | 295,00  | -20,00 | -25,94 |
| 2PESUMASIN | 3PESUKITSAS  | WW60J3083LW/LE     | 32 | 180,84 | 6396,83 | 6144,00 | 252,83 | 71,99  |
| 2PESUMASIN | 3PESUKUIVATI | FH4U2TDH1N.ABWPBAL | 5  | 29,57  | 2112,79 | 2031,55 | 81,24  | 51,67  |
| 2PESUMASIN | 3PESUKUIVATI | WD80J5430AW/LE     | 10 | 61,90  | 3952,00 | 3800,00 | 152,00 | 90,10  |
| 2PESUMASIN | 3PESUPEALT   | AWE66610           | 6  | 48,49  | 1297,60 | 1193,04 | 104,56 | 56,07  |
| 2PESUMASIN | 3PESUPEALT   | TDLR65230          | 1  | 5,86   | 294,17  | 261,18  | 32,99  | 27,13  |
| 2PESUMASIN | 3PESUPEALT   | WTLSI70912         | 6  | 14,67  | 1608,18 | 1454,88 | 153,30 | 138,63 |
| 2PESUMASIN | 3PESUTAIS    | FH4U1TBS2.ABWPBAL  | 1  | 6,41   | 394,18  | 379,02  | 15,16  | 8,75   |
| 2PESUMASIN | 3PESUTAIS    | FH4U2TDN0.ABWPBAL  | 19 | 119,49 | 6343,51 | 6109,07 | 234,44 | 114,95 |
| 2PESUMASIN | 3PESUTAIS    | FH4U2VDN1.ABWPBAL  | 23 | 127,96 | 7798,03 | 7420,95 | 377,08 | 249,12 |
| 2PESUMASIN | 3PESUTAIS    | WW70K5210UW/LE     | 12 | 68,55  | 4081,00 | 3924,00 | 157,00 | 88,45  |
| 2PESUMASIN | 3PESUTAIS    | WW80J6413EW/LE     | 1  | 5,91   | 342,16  | 329,00  | 13,16  | 7,25   |
| 2PESUMASIN | 3PESUTAIS    | WW80K6414QW/LE     | 10 | 66,51  | 4181,50 | 4000,00 | 181,50 | 114,99 |
| 2PLIIT     | 3ELPLIIT     | I5V7H6A(X)/EU      | 11 | 57,36  | 2927,85 | 2790,15 | 137,70 | 80,34  |

Allikas: autori koostatud

**Lisa 5. DPP meetodi rakendamine SDA masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ**

| 2-taseme klass | Artikliklass | Artikli kood | Müüdnud (tk) | Otsekulud kokku | Müügihind | Ostukulu | brutokasum/kahjum | Kasum/kahjum |
|----------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|-----------|----------|-------------------|--------------|
| 2KEETJA        | 3KEETJAMUU   | 42320        | 30           | 24,08           | 1315,25   | 1094,40  | 220,85            | 196,77       |
| 2KEETJA        | 3KEETJAMUU   | NM101MINI    | 25           | 22,74           | 114,32    | 103,00   | 11,32             | -11,42       |
| 2KEETJA        | 3KEETJAMUU   | NM115        | 36           | 40,02           | 893,22    | 793,80   | 99,42             | 59,40        |
| 2KEETJA        | 3KEETJAMUU   | SMF2020WH    | 12           | 8,90            | 269,50    | 251,88   | 17,62             | 8,72         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD4646/00    | 43           | 40,68           | 738,88    | 710,36   | 28,52             | -12,16       |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD4654/22    | 6            | 8,23            | 226,90    | 218,16   | 8,74              | 0,51         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD9300/13    | 20           | 13,15           | 412,33    | 396,40   | 15,93             | 2,78         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD9300/90    | 40           | 26,07           | 824,67    | 792,80   | 31,87             | 5,80         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD9320/20    | 55           | 33,85           | 1324,98   | 1272,15  | 52,83             | 18,98        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD9322/31    | 19           | 21,64           | 595,33    | 572,47   | 22,86             | 1,22         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD9324/50    | 11           | 9,49            | 335,96    | 323,07   | 12,89             | 3,40         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD9326/20    | 25           | 33,50           | 1375,21   | 1322,25  | 52,96             | 19,46        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | HD9384/20    | 6            | 7,18            | 378,50    | 356,94   | 21,56             | 14,38        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | KBJ2001BK    | 7            | 5,34            | 256,39    | 246,54   | 9,85              | 4,51         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | KBJ2001W     | 14           | 13,80           | 515,97    | 496,16   | 19,81             | 6,01         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | KI150D       | 16           | 17,01           | 326,93    | 314,40   | 12,53             | -4,48        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | KI160511     | 12           | 8,05            | 300,10    | 288,60   | 11,50             | 3,45         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | KO150F       | 16           | 9,23            | 250,13    | 240,48   | 9,65              | 0,42         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | KO299130     | 25           | 19,10           | 409,17    | 393,50   | 15,67             | -3,43        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | KO299830     | 16           | 18,61           | 261,87    | 251,84   | 10,03             | -8,58        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | KO330830     | 35           | 22,13           | 710,21    | 682,85   | 27,36             | 5,23         |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | RK1740KE     | 37           | 21,52           | 543,78    | 495,06   | 48,72             | 27,20        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | RK1785KE     | 25           | 27,31           | 503,60    | 437,25   | 66,35             | 39,04        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | RK1845GRY    | 29           | 28,99           | 259,48    | 217,50   | 41,98             | 12,99        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | RK1865STGR   | 36           | 23,87           | 626,78    | 544,32   | 82,46             | 58,59        |
| 2KEETJA        | 3VEEKEETJA   | RK1865STRED  | 50           | 33,63           | 978,23    | 904,00   | 74,23             | 40,60        |

## Lisa 5. järg

|             |              |               |    |        |          |          |        |         |
|-------------|--------------|---------------|----|--------|----------|----------|--------|---------|
| 2KEETJA     | 3VEEKEETJA   | RK1875ST      | 49 | 43,64  | 1037,03  | 947,66   | 89,37  | 45,73   |
| 2KEETJA     | 3VEEKEETJA   | RK2010OT      | 43 | 63,50  | 566,68   | 531,48   | 35,20  | -28,30  |
| 2KEETJA     | 3VEEKEETJA   | SWK-7001      | 85 | 90,42  | 1840,68  | 1608,20  | 232,48 | 142,06  |
| 2KEETJA     | 3VEEKEETJA   | TWK8611P      | 1  | 5,85   | 54,17    | 48,07    | 6,10   | 0,25    |
| 2KLIIMA     | 3NIISUTAJA   | 60067         | 32 | 32,30  | 914,08   | 779,52   | 134,56 | 102,26  |
| 2KOHVIMASIN | 3ESPRESSO    | ECAM23.460B   | 38 | 198,76 | 16877,70 | 16801,70 | 76,00  | -122,76 |
| 2KOHVIMASIN | 3ESPRESSO    | ECAM23.463B   | 11 | 52,26  | 5022,14  | 4829,00  | 193,14 | 140,88  |
| 2KOHVIMASIN | 3ESPRESSO    | ECAM45.760W   | 5  | 35,85  | 3299,19  | 3172,30  | 126,89 | 91,04   |
| 2KOHVIMASIN | 3ESPRESSO    | ESAM4200      | 31 | 77,29  | 7360,13  | 6882,00  | 478,13 | 400,84  |
| 2KOHVIMASIN | 3ESPRESSO    | ETAM29.510.SB | 5  | 23,47  | 1736,79  | 1670,00  | 66,79  | 43,32   |
| 2KOHVIMASIN | 3ESPRESSO    | HD8821/09     | 22 | 77,02  | 5820,28  | 5596,36  | 223,92 | 146,90  |
| 2KOHVIMASIN | 3ESPRESSO    | HD8834/09     | 3  | 14,31  | 1162,88  | 1118,16  | 44,72  | 30,41   |
| 2KOHVIMASIN | 3ESPRESSO    | HD8902/01     | 2  | 9,83   | 756,35   | 727,26   | 29,09  | 19,26   |
| 2KOHVIMASIN | 3KAPSELMASIN | EC156         | 21 | 24,75  | 1238,00  | 1190,28  | 47,72  | 22,97   |
| 2KOHVIMASIN | 3KAPSELMASIN | EC251B        | 14 | 18,52  | 1007,43  | 968,66   | 38,77  | 20,25   |
| 2KOHVIMASIN | 3KAPSELMASIN | EDG250.B      | 17 | 17,72  | 742,62   | 714,00   | 28,62  | 10,90   |
| 2KOHVIMASIN | 3KAPSELMASIN | EDG250.R      | 5  | 5,84   | 225,63   | 216,95   | 8,68   | 2,84    |
| 2KOHVIMASIN | 3KAPSELMASIN | EDG305BG      | 37 | 36,29  | 1894,09  | 1758,24  | 135,85 | 99,56   |
| 2KOHVIMASIN | 3KAPSELMASIN | EDG305WB      | 37 | 35,53  | 1841,32  | 1758,24  | 83,08  | 47,55   |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVI       | DELUXE        | 1  | 13,52  | 14,23    | 13,30    | 0,93   | -12,59  |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVI       | RI9199/17     | 19 | 9,54   | 64,77    | 58,90    | 5,87   | -3,67   |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVILISA   | CA6702/00     | 80 | 33,26  | 668,00   | 642,40   | 25,60  | -7,66   |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVILISA   | CA6705/99     | 19 | 12,89  | 104,50   | 100,51   | 3,99   | -8,90   |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVILISA   | CA6903/00     | 34 | 35,78  | 350,48   | 336,94   | 13,54  | -22,24  |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVILISA   | DLSC004       | 8  | 13,30  | 136,47   | 131,20   | 5,27   | -8,03   |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVILISA   | SER3013       | 1  | 0,45   | 4,99     | 4,80     | 0,19   | -0,26   |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVIMASIN  | HD7459/20     | 45 | 29,47  | 1228,50  | 1181,25  | 47,25  | 17,78   |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVIMASIN  | HD7461/00     | 43 | 27,11  | 950,66   | 914,18   | 36,48  | 9,37    |

## Lisa 5. järg

|             |              |           |    |       |         |         |       |       |
|-------------|--------------|-----------|----|-------|---------|---------|-------|-------|
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVIMASIN  | HD7546/20 | 18 | 24,64 | 857,55  | 824,58  | 32,97 | 8,33  |
| 2KOHVIMASIN | 3KOHVIMASIN  | HD7566/20 | 28 | 25,63 | 1084,07 | 1042,44 | 41,63 | 16,00 |
| 2KUPSETAJA  | 3FRITUUR     | FF133D10  | 14 | 15,61 | 478,33  | 459,90  | 18,43 | 2,82  |
| 2KUPSETAJA  | 3FRITUUR     | FR-6919   | 5  | 4,76  | 122,23  | 101,55  | 20,68 | 15,92 |
| 2KUPSETAJA  | 3FRITUUR     | HD9210/90 | 3  | 5,92  | 244,43  | 235,02  | 9,41  | 3,49  |
| 2KUPSETAJA  | 3FRITUUR     | THDF06290 | 9  | 9,80  | 374,20  | 341,19  | 33,01 | 23,21 |
| 2KUPSETAJA  | 3KUPSMUU     | BP-2961   | 13 | 8,76  | 197,18  | 184,34  | 12,84 | 4,08  |
| 2KUPSETAJA  | 3KUPSMUU     | DBS827    | 10 | 6,91  | 214,37  | 195,70  | 18,67 | 11,76 |
| 2KUPSETAJA  | 3KUPSMUU     | DBS888    | 17 | 7,95  | 31,41   | 26,52   | 4,89  | -3,06 |
| 2KUPSETAJA  | 3MULTIKEETJA | HD3037/70 | 10 | 11,87 | 756,25  | 727,20  | 29,05 | 17,18 |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | HD2586/20 | 24 | 25,81 | 578,03  | 555,12  | 22,91 | -2,90 |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | HD2628/00 | 11 | 10,99 | 335,96  | 323,07  | 12,89 | 1,90  |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | HD2628/10 | 8  | 6,99  | 244,33  | 234,96  | 9,37  | 2,38  |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | HD2628/20 | 6  | 5,99  | 185,60  | 178,44  | 7,16  | 1,17  |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | HD2630/20 | 14 | 11,38 | 340,93  | 327,74  | 13,19 | 1,81  |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | ST818     | 28 | 19,37 | 299,47  | 275,80  | 23,67 | 4,30  |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | ST968     | 47 | 28,23 | 553,98  | 485,98  | 68,00 | 39,77 |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | ST979     | 16 | 20,47 | 256,03  | 231,36  | 24,67 | 4,20  |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | TAT8611   | 1  | 6,53  | 51,67   | 45,75   | 5,92  | -0,61 |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | THTO07617 | 16 | 18,03 | 305,42  | 272,00  | 33,42 | 15,39 |
| 2KUPSETAJA  | 3ROSTER      | TT356110  | 19 | 23,41 | 435,26  | 418,57  | 16,69 | -6,72 |
| 2KUPSETAJA  | 3VLGRILL     | HD2392/40 | 18 | 13,52 | 371,10  | 356,76  | 14,34 | 0,82  |
| 2KUPSETAJA  | 3VLGRILL     | S169      | 12 | 11,01 | 121,72  | 105,72  | 16,00 | 4,99  |
| 2KUPSETAJA  | 3VLGRILL     | S179      | 30 | 16,90 | 289,13  | 262,80  | 26,33 | 9,43  |
| 2KUPSETAJA  | 3VLGRILL     | S199      | 35 | 26,72 | 514,47  | 464,80  | 49,67 | 22,95 |
| 2KUPSETAJA  | 3VLGRILL     | S865      | 6  | 8,97  | 68,32   | 56,52   | 11,80 | 2,83  |
| 2KUPSETAJA  | 3VLGRILL     | SA-3051   | 25 | 13,33 | 199,53  | 184,75  | 14,78 | 1,45  |
| 2KUPSETAJA  | 3VLGRILL     | SM155233  | 28 | 31,89 | 573,77  | 551,60  | 22,17 | -9,72 |

## Lisa 5. järg

|            |             |              |    |       |         |         |        |        |
|------------|-------------|--------------|----|-------|---------|---------|--------|--------|
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAAHI    | EO1664       | 5  | 10,80 | 285,66  | 254,90  | 30,76  | 19,96  |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAAHI    | ET3333B      | 28 | 33,36 | 1427,42 | 1282,96 | 144,46 | 111,10 |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAAHI    | ET3333W      | 8  | 20,14 | 439,36  | 366,64  | 72,72  | 52,58  |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAAHI    | THEO05637    | 8  | 15,54 | 539,28  | 484,72  | 54,56  | 39,02  |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAAHI    | THEO05804    | 4  | 4,21  | 177,98  | 160,72  | 17,26  | 13,05  |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAAHI    | THEO05811    | 6  | 13,73 | 341,17  | 275,34  | 65,83  | 52,10  |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAAHI    | THEO06375    | 8  | 20,73 | 866,77  | 698,88  | 167,89 | 147,16 |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAAHI    | THEO06474    | 21 | 32,15 | 1434,00 | 1281,63 | 152,37 | 120,22 |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAPLIIT  | EV1501       | 2  | 29,11 | 42,50   | 27,06   | 15,44  | -13,67 |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAPLIIT  | KP-6185      | 21 | 14,63 | 155,52  | 145,32  | 10,20  | -4,43  |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAPLIIT  | SCP3201GY    | 53 | 53,46 | 1778,63 | 1378,00 | 400,63 | 347,17 |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAPLIIT  | THHP07303    | 10 | 13,52 | 339,75  | 293,00  | 46,75  | 33,23  |
| 2LAUAPLIIT | 3LAUAPLIIT  | THHP07310    | 11 | 21,07 | 1024,03 | 871,42  | 152,61 | 131,54 |
| 2OMBLUS    | 3OMBLUS     | SINGER8280   | 5  | 6,83  | 391,47  | 370,00  | 21,47  | 14,64  |
| 2SDAMUU    | 3JÄÄMASIN   | AT_956A      | 1  | 1,80  | 46,04   | 44,27   | 1,77   | -0,03  |
| 2SDAMUU    | 3KOOGIKAAL  | KV117SLIM/RD | 21 | 22,33 | 163,92  | 136,92  | 27,00  | 4,67   |
| 2SDAMUU    | 3KOOGIKAAL  | KV117SLIM/WH | 23 | 16,45 | 166,81  | 150,42  | 16,39  | -0,06  |
| 2SDAMUU    | 3KOOGIKAAL  | KV118        | 24 | 30,82 | 186,68  | 146,40  | 40,28  | 9,46   |
| 2SDAMUU    | 3MAHLAPRESS | AT_644       | 1  | 3,33  | 62,32   | 67,00   | -4,68  | -8,01  |
| 2SDAMUU    | 3MAHLAPRESS | HR1832/52    | 15 | 17,13 | 784,25  | 754,05  | 30,20  | 13,07  |
| 2SDAMUU    | 3MAHLAPRESS | HR1895/80    | 4  | 9,66  | 760,43  | 731,20  | 29,23  | 19,57  |
| 2SDAMUU    | 3MAHLAPRESS | HR2738/00    | 22 | 14,02 | 257,22  | 247,28  | 9,94   | -4,08  |
| 2SDAMUU    | 3MAHLAPRESS | MJ-L500SXE   | 5  | 14,01 | 774,66  | 650,00  | 124,66 | 110,65 |
| 2SDAMUU    | 3VESKI      | KG49         | 24 | 22,16 | 524,10  | 504,00  | 20,10  | -2,06  |
| 2SDAMUU    | 3VESKI      | KM120        | 38 | 34,22 | 432,03  | 383,42  | 48,61  | 14,39  |
| 2SDAMUU    | 3VESKI      | PM-4004      | 9  | 5,07  | 44,03   | 41,22   | 2,81   | -2,26  |
| 2SEGAJA    | 3BLENDER    | 40986        | 10 | 10,81 | 669,58  | 501,90  | 167,68 | 156,87 |
| 2SEGAJA    | 3BLENDER    | AKL217       | 34 | 23,76 | 624,88  | 598,40  | 26,48  | 2,72   |

## Lisa 5. järg

|         |            |           |    |       |          |          |         |         |
|---------|------------|-----------|----|-------|----------|----------|---------|---------|
| 2SEGAJA | 3BLENDER   | BL-4435   | 19 | 10,31 | 169,10   | 153,71   | 15,39   | 5,08    |
| 2SEGAJA | 3BLENDER   | BL-4436   | 6  | 5,42  | 186,64   | 174,30   | 12,34   | 6,92    |
| 2SEGAJA | 3BLENDER   | HR2100/00 | 11 | 8,72  | 272,50   | 258,39   | 14,11   | 5,39    |
| 2SEGAJA | 3BLENDER   | HR2106/00 | 8  | 7,85  | 258,40   | 248,48   | 9,92    | 2,07    |
| 2SEGAJA | 3BLENDER   | HR2162/90 | 2  | 1,47  | 81,45    | 78,32    | 3,13    | 1,66    |
| 2SEGAJA | 3BLENDER   | HR2195/00 | 12 | 15,83 | 903,07   | 868,32   | 34,75   | 18,92   |
| 2SEGAJA | 3BLENDER   | SM364     | 18 | 19,22 | 324,81   | 258,48   | 66,33   | 47,11   |
| 2SEGAJA | 3HAKKLIHA  | HR2728/40 | 12 | 16,72 | 1072,50  | 1031,28  | 41,22   | 24,50   |
| 2SEGAJA | 3HAKKLIHA  | MG450     | 11 | 23,32 | 602,80   | 579,59   | 23,21   | -0,11   |
| 2SEGAJA | 3HAKKLIHA  | MG510     | 11 | 19,95 | 857,91   | 819,06   | 38,85   | 18,90   |
| 2SEGAJA | 3HAKKLIHA  | NE210138  | 18 | 15,65 | 987,30   | 949,32   | 37,98   | 22,33   |
| 2SEGAJA | 3HAKKLIHA  | NE610138  | 8  | 13,65 | 638,20   | 613,68   | 24,52   | 10,87   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | AT_320A   | 1  | 2,69  | 26,39    | 25,38    | 1,01    | -1,68   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | FPM270    | 34 | 63,61 | 2767,77  | 2661,52  | 106,25  | 42,64   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | FPP220    | 2  | 4,20  | 84,00    | 83,48    | 0,52    | -3,68   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | HR7627/00 | 10 | 12,00 | 412,50   | 396,60   | 15,90   | 3,90    |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | HR7761/00 | 22 | 34,32 | 1279,45  | 1230,24  | 49,21   | 14,89   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | HR7776/90 | 14 | 26,23 | 1539,88  | 1480,64  | 59,24   | 33,01   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | KM286     | 16 | 37,61 | 3028,53  | 2912,00  | 116,53  | 78,92   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | KR814     | 21 | 23,82 | 1287,72  | 1157,94  | 129,78  | 105,96  |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | MUM4825   | 24 | 22,90 | 1464,00  | 1323,12  | 140,88  | 117,98  |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | MUM57B22  | 54 | 24,31 | 13308,00 | 12122,46 | 1185,54 | 1161,23 |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | MUMXL20G  | 10 | 4,91  | 3490,00  | 3403,50  | 86,50   | 81,59   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | MUMXX40G  | 12 | 2,69  | 5640,00  | 5464,56  | 175,44  | 172,75  |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | MX-4168   | 23 | 15,86 | 587,27   | 549,01   | 38,26   | 22,40   |
| 2SEGAJA | 3KOOGIKOMB | THFP06238 | 6  | 6,18  | 269,55   | 228,72   | 40,83   | 34,65   |
| 2SEGAJA | 3LOIKAJA   | 41127     | 30 | 21,33 | 985,50   | 820,20   | 165,30  | 143,97  |
| 2SEGAJA | 3LOIKAJA   | HR1388/80 | 13 | 11,44 | 625,52   | 601,51   | 24,01   | 12,57   |

## Lisa 5. järg

|          |            |            |    |       |         |         |        |        |
|----------|------------|------------|----|-------|---------|---------|--------|--------|
| 2SEGAJA  | 3LOIKAJA   | KAH647PL   | 1  | 2,12  | 79,20   | 76,15   | 3,05   | 0,93   |
| 2SEGAJA  | 3MIKSER    | HR1459/00  | 37 | 42,57 | 661,07  | 635,66  | 25,41  | -17,16 |
| 2SEGAJA  | 3MIKSER    | HR1560/20  | 8  | 8,37  | 164,93  | 158,56  | 6,37   | -2,00  |
| 2SEGAJA  | 3MIKSER    | HR1560/40  | 5  | 5,90  | 103,08  | 99,10   | 3,98   | -1,92  |
| 2SEGAJA  | 3MIKSER    | HR1565/40  | 7  | 6,90  | 240,63  | 231,35  | 9,28   | 2,38   |
| 2SEGAJA  | 3MIKSER    | HT410138   | 38 | 33,71 | 645,37  | 620,54  | 24,83  | -8,88  |
| 2SEGAJA  | 3MIKSER    | HT412138   | 28 | 21,29 | 735,47  | 707,28  | 28,19  | 6,90   |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | HB100138   | 8  | 9,08  | 105,07  | 101,04  | 4,03   | -5,05  |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | HB850      | 14 | 12,81 | 381,15  | 366,52  | 14,63  | 1,82   |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | HR1600/00  | 24 | 15,81 | 412,40  | 396,48  | 15,92  | 0,11   |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | HR1603/00  | 5  | 5,56  | 137,42  | 132,15  | 5,27   | -0,29  |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | HR1623/00  | 11 | 12,36 | 339,40  | 324,39  | 15,01  | 2,65   |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | HR1676/90  | 9  | 8,10  | 427,73  | 411,30  | 16,43  | 8,33   |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | RM993BK    | 11 | 11,15 | 289,45  | 263,12  | 26,33  | 15,18  |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | RM993GR    | 11 | 15,68 | 272,94  | 247,83  | 25,11  | 9,43   |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | THMX06955R | 53 | 35,81 | 1190,19 | 982,62  | 207,57 | 171,76 |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | THMX07242W | 16 | 13,72 | 324,91  | 297,92  | 26,99  | 13,27  |
| 2SEGAJA  | 3SAUMIKSER | THMX07259B | 31 | 28,51 | 629,52  | 574,74  | 54,78  | 26,27  |
| 2TOLMUIM | 3AURUPUHAS | FC7008/01  | 2  | 3,22  | 97,47   | 93,72   | 3,75   | 0,53   |
| 2TOLMUIM | 3AURUPUHAS | FC7020/01  | 9  | 16,79 | 751,88  | 722,97  | 28,91  | 12,12  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | FC8320/09  | 25 | 52,19 | 1392,29 | 1338,75 | 53,54  | 1,35   |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | FC8322/09  | 50 | 95,69 | 3092,28 | 2975,00 | 117,28 | 21,59  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | FC8373/09  | 43 | 65,80 | 3167,27 | 3127,39 | 39,88  | -25,92 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | FC8458/91  | 50 | 72,15 | 3605,57 | 3471,00 | 134,57 | 62,42  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | FC8521/09  | 29 | 50,34 | 2385,50 | 2300,57 | 84,93  | 34,59  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | FC8722/09  | 20 | 45,96 | 2753,49 | 2644,40 | 109,09 | 63,13  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | FC8728/09  | 1  | 4,37  | 206,28  | 198,35  | 7,93   | 3,56   |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | FC9197/91  | 50 | 97,03 | 6872,40 | 6611,00 | 261,40 | 164,37 |

## Lisa 5. järg

|          |            |                |    |       |         |         |        |        |
|----------|------------|----------------|----|-------|---------|---------|--------|--------|
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | ZP4010EL       | 26 | 45,63 | 1592,04 | 1499,16 | 92,88  | 47,25  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | VCC44E0S3O/XSB | 40 | 78,97 | 2350,40 | 2240,00 | 110,40 | 31,43  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | VCC54J0V3G/XET | 26 | 40,61 | 1595,32 | 1534,00 | 61,32  | 20,71  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | VP2122SVERDE   | 19 | 50,20 | 492,25  | 412,11  | 80,14  | 29,94  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUIM   | VP2141S/P      | 2  | 4,08  | 45,83   | 33,84   | 11,99  | 7,91   |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUKAN  | FC8646/91      | 50 | 84,85 | 4735,75 | 4627,50 | 108,25 | 23,40  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUKAN  | FC9321/09      | 20 | 29,89 | 1197,33 | 1204,80 | -7,47  | -37,36 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUKAN  | FC9326/09      | 26 | 40,00 | 2037,75 | 1959,36 | 78,39  | 38,39  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUKAN  | FC9524/09      | 10 | 23,35 | 1237,58 | 1190,00 | 47,58  | 24,23  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUKASI | BKS4043        | 5  | 9,28  | 160,08  | 154,65  | 5,43   | -3,85  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMUKASI | FC6168/01      | 14 | 40,59 | 1845,93 | 1874,46 | -28,53 | -69,12 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | 40028223       | 66 | 36,08 | 192,50  | 136,62  | 55,88  | 19,80  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | FC8031/00      | 51 | 28,59 | 359,98  | 346,29  | 13,69  | -14,90 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | FC8038/01      | 37 | 27,60 | 475,14  | 456,95  | 18,19  | -9,41  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | FC8056/01      | 3  | 4,16  | 27,62   | 28,23   | -0,61  | -4,77  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | FC8060/01      | 14 | 16,64 | 315,23  | 303,10  | 12,13  | -4,51  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | FC8074/01      | 8  | 6,90  | 67,00   | 64,40   | 2,60   | -4,30  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | HQ-FRESH-SN    | 65 | 57,50 | 42,72   | 40,30   | 2,42   | -55,08 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | HQ-SWEET-SN    | 17 | 17,52 | 10,63   | 10,20   | 0,43   | -17,09 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | HR6938/10      | 29 | 22,78 | 129,78  | 124,70  | 5,08   | -17,70 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | HR6947/01      | 27 | 8,21  | 112,05  | 107,73  | 4,32   | -3,89  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | SCRSVC660SL    | 64 | 32,79 | 186,67  | 131,20  | 55,47  | 22,68  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | SCRSVC660TF    | 31 | 17,46 | 47,53   | 37,20   | 10,33  | -7,13  |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | SCRSVC770PF    | 64 | 41,93 | 186,67  | 136,96  | 49,71  | 7,78   |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | SCRSVC900      | 63 | 37,77 | 138,07  | 129,15  | 8,92   | -28,85 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | SCRVP3161S     | 50 | 27,63 | 115,83  | 105,50  | 10,33  | -17,30 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | SCRVP3182S     | 23 | 23,74 | 53,08   | 48,30   | 4,78   | -18,96 |
| 2TOLMUIM | 3TOLMULISA | SVX-004HF      | 30 | 8,47  | 109,25  | 102,00  | 7,25   | -1,22  |



## Lisa 5. järg

|             |            |              |    |       |         |        |        |        |
|-------------|------------|--------------|----|-------|---------|--------|--------|--------|
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | SVX005HF     | 1  | 1,20  | 3,21    | 3,00   | 0,21   | -0,99  |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | SVX007HF     | 13 | 20,53 | 45,50   | 33,80  | 11,70  | -8,83  |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | SVX008HF     | 5  | 2,94  | 16,92   | 15,00  | 1,92   | -1,02  |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | SVX009HF     | 39 | 14,29 | 125,67  | 117,00 | 8,67   | -5,62  |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | W7-52700/HQN | 31 | 24,76 | 70,64   | 66,03  | 4,61   | -20,15 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | W7-52762/HQN | 43 | 39,68 | 85,68   | 81,70  | 3,98   | -35,70 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | W7-54224-HQN | 34 | 29,71 | 36,27   | 34,00  | 2,27   | -27,44 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | W7-60271N    | 57 | 26,73 | 195,70  | 182,97 | 12,73  | -14,00 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | W7-60351N    | 21 | 19,92 | 50,43   | 47,25  | 3,18   | -16,74 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | W7-60461N    | 26 | 23,19 | 27,10   | 25,48  | 1,62   | -21,57 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | W7-60551N    | 55 | 38,24 | 306,63  | 286,55 | 20,08  | -18,16 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | W7-60552-BLN | 39 | 23,59 | 153,08  | 143,13 | 9,95   | -13,64 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | VCA-TB480    | 30 | 45,98 | 195,00  | 18,00  | 177,00 | 131,02 |
| 2TOLMUIM    | 3TOLMULISA | VCA-VP54T    | 11 | 8,84  | 57,20   | 55,00  | 2,20   | -6,64  |
| 2TRIIKIMINE | 3RIIDEHOOL | GC026/00     | 24 | 10,85 | 160,80  | 154,56 | 6,24   | -4,61  |
| 2TRIIKIMINE | 3RIIDEHOOL | OZ124        | 30 | 27,50 | 224,77  | 203,10 | 21,67  | -5,83  |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKKESK | GC332/87     | 5  | 8,10  | 281,88  | 271,05 | 10,83  | 2,73   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKKESK | GC536/35     | 3  | 6,68  | 342,53  | 329,34 | 13,19  | 6,51   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | FV1320       | 35 | 21,43 | 466,61  | 441,70 | 24,91  | 3,48   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | FV3922E0     | 38 | 25,74 | 957,28  | 920,36 | 36,92  | 11,18  |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | FV3930E0     | 15 | 10,67 | 426,38  | 409,95 | 16,43  | 5,76   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | FV5335E0     | 4  | 4,91  | 160,40  | 154,24 | 6,16   | 1,25   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | FV5525       | 3  | 3,04  | 136,25  | 131,01 | 5,24   | 2,20   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | GC1029/90    | 18 | 10,19 | 444,00  | 426,96 | 17,04  | 6,85   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | GC2040/70    | 28 | 18,45 | 598,97  | 575,96 | 23,01  | 4,56   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | GC2046/20    | 4  | 4,68  | 115,48  | 109,76 | 5,72   | 1,04   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | GC3570/32    | 18 | 24,46 | 751,80  | 722,88 | 28,92  | 4,46   |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | GC3803/30    | 31 | 26,75 | 1007,50 | 968,75 | 38,75  | 12,00  |

## Lisa 5. järg

|             |            |           |    |       |        |        |       |       |
|-------------|------------|-----------|----|-------|--------|--------|-------|-------|
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | GC4511/40 | 17 | 17,21 | 727,88 | 699,89 | 27,99 | 10,78 |
| 2TRIIKIMINE | 3TRIIKRAUD | NZ190     | 42 | 37,59 | 469,53 | 395,64 | 73,89 | 36,30 |

Allikas: autori koostatud

**Lisa 6. DPP meetodi rakendamine AV masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ**

| 2-taseme klass | Artikliklass | Artikli kood  | Müüdid (tk) | Otsekulud kokku | Müügihind | Ostukulu | brutokasum/kahjum | Kasum/kahjum |
|----------------|--------------|---------------|-------------|-----------------|-----------|----------|-------------------|--------------|
| 2AUTOSTEREO    | 3AUTOKOLAR   | XSGT1738F.EUR | 2           | 3,61            | 55,07     | 53,46    | 1,61              | -2,00        |
| 2AUTOSTEREO    | 3AUTOMAKK    | CS420         | 9           | 8,79            | 224,11    | 207,63   | 16,48             | 7,69         |
| 2AVPORT        | 3DIKTOFON    | ICDPX333.CE7  | 5           | 11,20           | 218,48    | 193,40   | 25,08             | 13,88        |
| 2AVPORT        | 3DIKTOFON    | ICDPX440.CE7  | 9           | 12,03           | 529,98    | 473,76   | 56,22             | 44,19        |
| 2AVPORT        | 3MP3         | PODO152BLUE   | 9           | 8,54            | 140,40    | 152,37   | -11,97            | -20,51       |
| 2AVPORT        | 3MP3         | PODO152PINK   | 15          | 7,67            | 229,10    | 253,95   | -24,85            | -32,52       |
| 2AVPORT        | 3MP3         | SA5DOT02WN/12 | 4           | 6,43            | 66,60     | 60,00    | 6,60              | 0,17         |
| 2AVPORT        | 3MP3         | XEMIO657BLACK | 68          | 69,42           | 1241,43   | 1100,24  | 141,19            | 71,77        |
| 2AVPORT        | 3MP3         | XEMIO657BLUE  | 53          | 52,64           | 880,78    | 858,60   | 22,18             | -30,46       |
| 2AVPORT        | 3MP3         | XEMIO657LIME  | 55          | 53,28           | 915,56    | 894,30   | 21,26             | -32,02       |
| 2AVPORT        | 3MULTIROOM   | SC-ALL2EG-W   | 3           | 9,51            | 358,45    | 348,00   | 10,45             | 0,94         |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | AVSP3200-00   | 2           | 4,51            | 122,22    | 114,22   | 8,00              | 3,49         |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | AVSP3200-01   | 1           | 2,33            | 61,11     | 57,11    | 4,00              | 1,67         |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | AVSP5000-07   | 18          | 19,05           | 383,88    | 358,74   | 25,14             | 6,09         |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | AVSP5200-07   | 5           | 9,72            | 273,25    | 255,35   | 17,90             | 8,18         |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BM5B/10       | 7           | 14,96           | 629,30    | 610,96   | 18,34             | 3,38         |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT100A/00     | 38          | 24,90           | 704,58    | 684,00   | 20,58             | -4,32        |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT100B/00     | 36          | 33,04           | 667,50    | 648,00   | 19,50             | -13,54       |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT1300B/00    | 11          | 15,98           | 226,60    | 220,00   | 6,60              | -9,38        |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT1300R/00    | 9           | 14,03           | 189,80    | 180,00   | 9,80              | -4,23        |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT2000B/00    | 8           | 12,69           | 194,59    | 184,00   | 10,59             | -2,10        |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT2600B/00    | 3           | 4,27            | 92,68     | 89,97    | 2,71              | -1,56        |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT2600W/00    | 5           | 7,81            | 149,29    | 144,95   | 4,34              | -3,47        |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT3600B/00    | 4           | 5,84            | 206,61    | 200,60   | 6,01              | 0,17         |
| 2AVPORT        | 3PORTKOLAR   | BT3600W/00    | 3           | 4,34            | 145,23    | 141,00   | 4,23              | -0,11        |

## Lisa 6. järg

|           |            |                 |     |       |         |        |        |        |
|-----------|------------|-----------------|-----|-------|---------|--------|--------|--------|
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | BT50B/00        | 19  | 10,76 | 273,92  | 266,00 | 7,92   | -2,84  |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | CLIPB           | 26  | 43,23 | 358,48  | 352,82 | 5,66   | -37,57 |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SBA3010BLU/00   | 63  | 58,06 | 779,07  | 756,00 | 23,07  | -34,99 |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SBA3010GRN/00   | 47  | 36,89 | 581,23  | 564,47 | 16,76  | -20,13 |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SBA3010ORG/00   | 22  | 18,09 | 271,88  | 264,00 | 7,88   | -10,21 |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SOUND_BAR_BS    | 80  | 52,90 | 0,58    | 13,60  | -13,02 | -65,92 |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SRSX11B.CE7     | 15  | 15,17 | 722,43  | 630,00 | 92,43  | 77,26  |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SRSX11L.CE7     | 8   | 9,45  | 394,63  | 336,00 | 58,63  | 49,18  |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SRSX11P.CE7     | 8   | 9,77  | 394,63  | 336,00 | 58,63  | 48,86  |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SRSX11R.CE7     | 7   | 8,59  | 348,43  | 294,00 | 54,43  | 45,84  |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SRSX11W.CE7     | 7   | 8,59  | 348,43  | 294,00 | 54,43  | 45,84  |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SRSX33L.EU8     | 1   | 1,93  | 100,69  | 85,48  | 15,21  | 13,28  |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SRSX33R.EU8     | 3   | 5,72  | 288,74  | 256,44 | 32,30  | 26,58  |
| 2AVPORT   | 3PORTKOLAR | SRSX33W.EU8     | 1   | 1,93  | 100,69  | 85,48  | 15,21  | 13,28  |
| 2AVPORT   | 3PORTTV    | T7HD/LCD        | 12  | 18,02 | 620,00  | 551,88 | 68,12  | 50,10  |
| 2AVTARVIK | 3ANTENN    | SV9360-4100-100 | 30  | 43,33 | 583,00  | 507,00 | 76,00  | 32,67  |
| 2AVTARVIK | 3ANTENN    | SV9420-0100-100 | 85  | 70,92 | 1034,20 | 809,20 | 225,00 | 154,08 |
| 2AVTARVIK | 3AVADAPTER | 303374          | 30  | 19,74 | 25,50   | 22,20  | 3,30   | -16,44 |
| 2AVTARVIK | 3AVADAPTER | 303470          | 20  | 14,59 | 12,17   | 10,60  | 1,57   | -13,02 |
| 2AVTARVIK | 3AVADAPTER | AEA2000/12      | 12  | 12,29 | 247,20  | 240,00 | 7,20   | -5,09  |
| 2AVTARVIK | 3AVADAPTER | AEA2700/12      | 5   | 7,31  | 154,50  | 150,00 | 4,50   | -2,81  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL  | 102828          | 118 | 68,10 | 361,44  | 310,34 | 51,10  | -17,00 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL  | 102830          | 42  | 22,83 | 388,69  | 227,22 | 161,47 | 138,64 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL  | 102831          | 7   | 8,25  | 70,64   | 61,39  | 9,25   | 1,00   |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL  | 301101          | 22  | 18,10 | 24,52   | 20,46  | 4,06   | -14,04 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL  | 301161          | 68  | 29,15 | 157,91  | 136,68 | 21,23  | -7,92  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL  | 301165          | 57  | 31,42 | 185,58  | 160,17 | 25,41  | -6,01  |

## Lisa 6. järg

|           |           |        |     |       |        |        |       |        |
|-----------|-----------|--------|-----|-------|--------|--------|-------|--------|
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301211 | 6   | 5,99  | 31,40  | 27,30  | 4,10  | -1,89  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301213 | 10  | 13,37 | 38,50  | 33,50  | 5,00  | -8,37  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301260 | 51  | 32,35 | 87,66  | 74,97  | 12,69 | -19,66 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301261 | 47  | 34,86 | 102,77 | 87,89  | 14,88 | -19,98 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301262 | 26  | 15,53 | 71,93  | 62,66  | 9,27  | -6,26  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301319 | 19  | 19,73 | 43,86  | 38,19  | 5,67  | -14,06 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301347 | 52  | 37,27 | 89,37  | 76,44  | 12,93 | -24,34 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301351 | 55  | 53,13 | 94,76  | 80,85  | 13,91 | -39,22 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301352 | 106 | 62,17 | 117,23 | 100,70 | 16,53 | -45,64 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301441 | 25  | 16,70 | 50,00  | 43,50  | 6,50  | -10,20 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301442 | 18  | 8,32  | 37,50  | 32,58  | 4,92  | -3,40  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301443 | 28  | 24,57 | 64,63  | 56,28  | 8,35  | -16,22 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301444 | 27  | 25,16 | 78,40  | 63,45  | 14,95 | -10,21 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301445 | 28  | 17,88 | 129,27 | 112,56 | 16,71 | -1,17  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301460 | 24  | 14,76 | 60,58  | 51,36  | 9,22  | -5,54  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301461 | 51  | 31,22 | 85,00  | 73,95  | 11,05 | -20,17 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301463 | 6   | 10,70 | 18,55  | 14,40  | 4,15  | -6,55  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301473 | 90  | 75,17 | 176,22 | 130,50 | 45,72 | -29,45 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301474 | 43  | 44,69 | 82,69  | 71,81  | 10,88 | -33,81 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301475 | 22  | 23,00 | 56,90  | 46,64  | 10,26 | -12,74 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301619 | 4   | 5,92  | 5,50   | 4,80   | 0,70  | -5,22  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301650 | 31  | 20,69 | 48,78  | 41,54  | 7,24  | -13,45 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301690 | 44  | 32,05 | 109,88 | 94,16  | 15,72 | -16,33 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301730 | 9   | 10,55 | 17,98  | 15,66  | 2,32  | -8,23  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301756 | 10  | 14,46 | 50,83  | 44,20  | 6,63  | -7,83  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301801 | 25  | 25,10 | 51,25  | 44,50  | 6,75  | -18,35 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301802 | 21  | 24,45 | 56,00  | 48,72  | 7,28  | -17,17 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301803 | 10  | 12,05 | 32,83  | 28,50  | 4,33  | -7,72  |

## Lisa 6. järg

|           |           |               |     |        |         |        |        |        |
|-----------|-----------|---------------|-----|--------|---------|--------|--------|--------|
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301804        | 17  | 15,76  | 62,76   | 54,57  | 8,19   | -7,57  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301827        | 238 | 141,47 | 699,17  | 530,74 | 168,43 | 26,96  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301828        | 284 | 172,62 | 1043,68 | 792,36 | 251,32 | 78,70  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301829        | 200 | 159,68 | 1009,26 | 894,00 | 115,26 | -44,42 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301830        | 65  | 62,40  | 427,45  | 362,70 | 64,75  | 2,35   |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301840        | 8   | 6,00   | 18,46   | 14,96  | 3,50   | -2,50  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301866        | 70  | 58,49  | 107,33  | 93,80  | 13,53  | -44,96 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301883        | 5   | 6,23   | 26,96   | 23,45  | 3,51   | -2,72  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301962        | 12  | 12,78  | 23,10   | 20,04  | 3,06   | -9,72  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 301975        | 35  | 35,58  | 63,12   | 54,60  | 8,52   | -27,06 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303104        | 8   | 6,75   | 16,00   | 13,92  | 2,08   | -4,67  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303107        | 11  | 12,35  | 15,06   | 22,11  | -7,05  | -19,40 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303335        | 39  | 11,81  | 90,02   | 78,39  | 11,63  | -0,18  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303426        | 9   | 12,05  | 4,87    | 4,23   | 0,64   | -11,41 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303452        | 8   | 5,47   | 8,60    | 7,52   | 1,08   | -4,39  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303453        | 2   | 2,73   | 2,15    | 1,88   | 0,27   | -2,46  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303513        | 15  | 17,20  | 135,03  | 107,25 | 27,78  | 10,58  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303562        | 17  | 8,85   | 38,25   | 33,32  | 4,93   | -3,92  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303563        | 6   | 8,17   | 18,45   | 16,02  | 2,43   | -5,74  |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303695        | 26  | 24,78  | 18,77   | 15,86  | 2,91   | -21,87 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303718        | 67  | 42,12  | 46,59   | 40,87  | 5,72   | -36,40 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303785        | 23  | 16,44  | 16,10   | 14,03  | 2,07   | -14,37 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 303812        | 49  | 32,89  | 34,13   | 29,89  | 4,24   | -28,65 |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | 304211        | 4   | 3,22   | 30,57   | 26,56  | 4,01   | 0,79   |
| 2AVTARVIK | 3AVKAABEL | CMP-CE018-1.8 | 3   | 0,62   | 17,23   | 16,08  | 1,15   | 0,53   |
| 2AVTARVIK | 3AVTARVIK | 124004.01     | 250 | 69,74  | 157,83  | 125,00 | 32,83  | -36,91 |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | 20.B          | 2   | 3,89   | 9,13    | 7,94   | 1,19   | -2,70  |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | 3400.B        | 20  | 9,27   | 423,87  | 351,00 | 72,87  | 63,60  |

## Lisa 6. järg

|           |           |                         |     |       |         |         |        |        |
|-----------|-----------|-------------------------|-----|-------|---------|---------|--------|--------|
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | 34F.B                   | 7   | 8,80  | 253,95  | 164,22  | 89,73  | 80,93  |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | 41.B                    | 12  | 12,96 | 166,81  | 70,08   | 96,73  | 83,77  |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | 91.S                    | 39  | 15,46 | 468,93  | 407,94  | 60,99  | 45,53  |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E120.B                  | 19  | 11,68 | 160,47  | 128,25  | 32,22  | 20,54  |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E130.B                  | 43  | 22,52 | 495,84  | 383,13  | 112,71 | 90,19  |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E140.B                  | 31  | 19,52 | 443,88  | 368,59  | 75,29  | 55,77  |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E20.B                   | 65  | 75,64 | 421,15  | 344,50  | 76,65  | 1,01   |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E21.B                   | 90  | 71,46 | 745,19  | 598,50  | 146,69 | 75,23  |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E230.B                  | 66  | 63,32 | 915,57  | 727,98  | 187,59 | 124,27 |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E240.B                  | 54  | 49,39 | 1105,06 | 838,62  | 266,44 | 217,05 |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E30.B                   | 130 | 79,93 | 1253,90 | 1015,30 | 238,60 | 158,67 |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E31.B                   | 103 | 34,33 | 1123,42 | 963,05  | 160,37 | 126,04 |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E320.B                  | 50  | 11,64 | 611,80  | 400,00  | 211,80 | 200,16 |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E330.B                  | 93  | 29,35 | 1510,37 | 1102,05 | 408,32 | 378,97 |
| 2AVTARVIK | 3KINNITUS | E340.B                  | 47  | 30,61 | 1075,05 | 889,24  | 185,81 | 155,20 |
| 2AVTARVIK | 3MIKROFON | SBCMD_110/00            | 11  | 11,99 | 136,94  | 114,40  | 22,54  | 10,55  |
| 2AVTARVIK | 3MIKROFON | SBCMD_150/00            | 8   | 8,21  | 105,08  | 86,24   | 18,84  | 10,63  |
| 2AVTARVIK | 3PRILL3D  | PK-AG3G                 | 6   | 11,85 | 545,00  | 465,00  | 80,00  | 68,15  |
| 2AVTARVIK | 3PRILL3D  | SSG-3570CR/XC           | 2   | 0,84  | 51,50   | 50,00   | 1,50   | 0,66   |
| 2AVTARVIK | 3TVPULT   | 11-6410-2000-100        | 34  | 31,16 | 253,23  | 215,90  | 37,33  | 6,17   |
| 2AVTARVIK | 3TVPULT   | 11-6430-1000-100        | 26  | 24,38 | 356,42  | 302,12  | 54,30  | 29,92  |
| 2AVTARVIK | 3TVPULT   | SRU5170/87              | 1   | 3,00  | 27,68   | 24,72   | 2,96   | -0,04  |
| 2AVTARVIK | 3TVTARVIK | CONAX-<br>MODUL/NEOTION | 93  | 37,49 | 1829,54 | 1697,25 | 132,29 | 94,80  |
| 2AVTARVIK | 3TVTUUNER | T2-517                  | 96  | 57,90 | 1848,69 | 1723,20 | 125,49 | 67,59  |
| 2AVTARVIK | 3TVTUUNER | T2-525                  | 1   | 1,18  | 19,03   | 17,95   | 1,08   | -0,10  |
| 2AVTARVIK | 3TVTUUNER | T7200                   | 24  | 19,37 | 712,40  | 672,00  | 40,40  | 21,03  |

## Lisa 6. järg

|             |             |                 |    |        |         |         |         |         |
|-------------|-------------|-----------------|----|--------|---------|---------|---------|---------|
| 2DVD/BD     | 3DVDMANGIJA | DVP2850/58      | 22 | 18,52  | 568,56  | 550,00  | 18,56   | 0,04    |
| 2HIFI       | 3HFKOLAR    | WAM7500/EN      | 2  | 6,90   | 385,22  | 374,00  | 11,22   | 4,32    |
| 2HIFI       | 3HFKOLAR    | WAM7501/EN      | 1  | 4,65   | 208,33  | 187,00  | 21,33   | 16,68   |
| 2HIFI       | 3HFMUU      | L_3867_USB      | 15 | 14,96  | 823,54  | 738,75  | 84,79   | 69,83   |
| 2HIFI       | 3HFMUU      | L-85B           | 14 | 16,41  | 1055,50 | 994,28  | 61,22   | 44,81   |
| 2HIFI       | 3HFMUU      | L-85R           | 11 | 14,62  | 826,18  | 781,22  | 44,96   | 30,34   |
| 2HIFI       | 3HFMUU      | TCD-2500        | 5  | 9,94   | 457,83  | 431,90  | 25,93   | 15,99   |
| 2KODUKINO   | 3KK3D       | LHB675.DEUSLLK  | 20 | 85,44  | 6068,64 | 5488,40 | 580,24  | 494,80  |
| 2KODUKINO   | 3KKKOLARID  | CSS5530G/12     | 5  | 22,74  | 1626,23 | 1558,55 | 67,68   | 44,94   |
| 2KODUKINO   | 3KKSBS      | HTL2183B/12     | 3  | 5,44   | 336,25  | 326,46  | 9,79    | 4,35    |
| 2KODUKINO   | 3KKSBS      | HTL3160B/12     | 32 | 73,39  | 4276,48 | 4152,00 | 124,48  | 51,09   |
| 2KODUKINO   | 3KKSBS      | HTL5160B/12     | 6  | 23,69  | 1348,40 | 1309,14 | 39,26   | 15,57   |
| 2KODUKINO   | 3KKSBS      | HW-J450/EN      | 42 | 118,68 | 6029,67 | 6178,20 | -148,53 | -267,21 |
| 2KODUKINO   | 3KKSBS      | LAS260B.DEUSLLK | 35 | 46,29  | 2343,25 | 2301,25 | 42,00   | -4,29   |
| 2KODUKINO   | 3KKSBS      | SC-HTB690EGK    | 10 | 35,73  | 2019,90 | 1900,00 | 119,90  | 84,17   |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | BH-100_BLACK    | 4  | 4,09   | 88,03   | 83,08   | 4,95    | 0,86    |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | BH-100_BLUE     | 4  | 4,09   | 88,03   | 83,08   | 4,95    | 0,86    |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | BH-100_LIME     | 3  | 3,08   | 66,03   | 62,31   | 3,72    | 0,64    |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | MDRAS600BTB.CE7 | 2  | 3,03   | 113,67  | 95,70   | 17,97   | 14,94   |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | MDRAS600BTD.CE7 | 3  | 4,33   | 169,06  | 143,55  | 25,51   | 21,18   |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | MDRAS600BTW.CE7 | 3  | 4,33   | 168,69  | 143,55  | 25,14   | 20,81   |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | SHB3060BK/00    | 25 | 24,77  | 679,38  | 590,75  | 88,63   | 63,86   |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | SHB3060WT/00    | 8  | 12,31  | 198,74  | 189,04  | 9,70    | -2,61   |
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP    | SHB4000/10      | 1  | 1,70   | 30,00   | 24,00   | 6,00    | 4,30    |



## Lisa 6. järg

|             |                 |                 |     |       |        |        |       |        |
|-------------|-----------------|-----------------|-----|-------|--------|--------|-------|--------|
| 2KORVAKLAPP | 3BTKLAPP        | SHB7150FB/00    | 8   | 10,55 | 390,35 | 340,40 | 49,95 | 39,40  |
| 2KORVAKLAPP | 3JUHTMETAKLAPP  | MDRRF811RK.EU8  | 24  | 26,72 | 956,20 | 928,32 | 27,88 | 1,16   |
| 2KORVAKLAPP | 3JUHTMETAKLAPP  | MDRRF865RK.EU8  | 11  | 15,22 | 684,26 | 596,86 | 87,40 | 72,18  |
| 2KORVAKLAPP | 3JUHTMETAKLAPP  | SHC8535/10      | 13  | 15,66 | 655,75 | 559,00 | 96,75 | 81,09  |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | MDRZX110B.AE    | 6   | 7,12  | 74,77  | 64,44  | 10,33 | 3,21   |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | MDRXB450APB.CE7 | 5   | 5,14  | 151,42 | 131,65 | 19,77 | 14,63  |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | RP-HT010E-H     | 35  | 27,37 | 205,96 | 174,30 | 31,66 | 4,29   |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | RP-HX350E-W     | 25  | 29,92 | 340,93 | 287,50 | 53,43 | 23,51  |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | SHB8850NC/00    | 8   | 11,08 | 521,93 | 453,84 | 68,09 | 57,01  |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | SHL3000RD/00    | 3   | 2,75  | 32,60  | 28,35  | 4,25  | 1,50   |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | SHL3000TL/00    | 20  | 19,34 | 161,00 | 140,00 | 21,00 | 1,66   |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | SHL3060BL/00    | 23  | 28,02 | 250,68 | 217,35 | 33,33 | 5,31   |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | SHL3060RD/00    | 22  | 14,25 | 241,68 | 207,90 | 33,78 | 19,53  |
| 2KORVAKLAPP | 3KORVAPEALKLAPP | SHL3160BK/00    | 12  | 19,61 | 225,23 | 198,48 | 26,75 | 7,14   |
| 2KORVAKLAPP | 3NOOP           | 303438          | 4   | 5,58  | 8,60   | 7,48   | 1,12  | -4,46  |
| 2KORVAKLAPP | 3NOOP           | MDRE9LPB.AE     | 23  | 15,12 | 114,51 | 98,90  | 15,61 | 0,49   |
| 2KORVAKLAPP | 3NOOP           | MDRE9LPH.AE     | 24  | 13,62 | 118,60 | 103,20 | 15,40 | 1,78   |
| 2KORVAKLAPP | 3NOOP           | MDREX15LPB.AE   | 119 | 73,21 | 734,83 | 639,03 | 95,80 | 22,59  |
| 2KORVAKLAPP | 3NOOP           | MDREX15LPLI.AE  | 91  | 50,59 | 561,93 | 488,67 | 73,26 | 22,67  |
| 2KORVAKLAPP | 3NOOP           | MDREX15LPPI.AE  | 58  | 41,25 | 358,15 | 311,46 | 46,69 | 5,44   |
| 2KORVAKLAPP | 3NOOP           | MDREX15LPW.AE   | 84  | 51,56 | 517,83 | 451,08 | 66,75 | 15,19  |
| 2KORVAKLAPP | 3NOOP           | SHE2000/10      | 67  | 98,42 | 238,92 | 227,80 | 11,12 | -87,30 |

## Lisa 6. järg

|              |                |              |     |        |         |         |        |        |
|--------------|----------------|--------------|-----|--------|---------|---------|--------|--------|
| 2KORVAKLAPP  | 3NOOP          | SHE3590BK/10 | 26  | 15,80  | 185,48  | 161,46  | 24,02  | 8,22   |
| 2KORVAKLAPP  | 3NOOP          | SHE3590BL/10 | 7   | 10,38  | 48,97   | 42,98   | 5,99   | -4,39  |
| 2KORVAKLAPP  | 3NOOP          | SHE3590WT/10 | 10  | 14,88  | 70,58   | 61,40   | 9,18   | -5,70  |
| 2KORVAKLAPP  | 3NOOP          | SHE3595WT/00 | 13  | 6,43   | 131,45  | 114,27  | 17,18  | 10,75  |
| 2KORVAKLAPP  | 3NOOP          | SHE3800BK/00 | 20  | 7,29   | 162,83  | 141,60  | 21,23  | 13,94  |
| 2KORVAKLAPP  | 3NOOP          | SHE3800TQ/00 | 19  | 10,19  | 154,69  | 134,52  | 20,17  | 9,98   |
| 2KORVAKLAPP  | 3NOOP          | SHE3900BK/00 | 10  | 5,50   | 108,67  | 94,50   | 14,17  | 8,67   |
| 2KORVAKLAPP  | 3SPORDIKLAPP   | RP-HS34E-K   | 185 | 169,18 | 1567,37 | 1459,65 | 107,72 | -61,46 |
| 2KORVAKLAPP  | 3SPORDIKLAPP   | RP-HS34E-R   | 27  | 38,27  | 251,05  | 217,35  | 33,70  | -4,57  |
| 2KORVAKLAPP  | 3SPORDIKLAPP   | RP-HS34E-V   | 65  | 75,32  | 547,17  | 496,60  | 50,57  | -24,75 |
| 2KORVAKLAPP  | 3SPORDIKLAPP   | RP-HS34E-W   | 90  | 101,42 | 750,64  | 714,60  | 36,04  | -65,38 |
| 2KORVAKLAPP  | 3SPORDIKLAPP   | RP-HS34E-Y   | 64  | 74,52  | 538,38  | 488,96  | 49,42  | -25,10 |
| 2KORVAKLAPP  | 3SPORDIKLAPP   | SHQ1305WS/00 | 16  | 18,56  | 260,51  | 226,88  | 33,63  | 15,07  |
| 2KORVAKLAPP  | 3TAISMOOTKLAPP | MDRXD150B.AE | 14  | 7,80   | 175,86  | 142,94  | 32,92  | 25,12  |
| 2KORVAKLAPP  | 3TAISMOOTKLAPP | MDRXD150W.AE | 9   | 4,84   | 96,75   | 84,15   | 12,60  | 7,76   |
| 2KORVAKLAPP  | 3TAISMOOTKLAPP | SHP1900/10   | 24  | 19,86  | 168,08  | 144,00  | 24,08  | 4,22   |
| 2KORVAKLAPP  | 3TAISMOOTKLAPP | SHP2000/10   | 101 | 55,94  | 766,92  | 607,01  | 159,91 | 103,97 |
| 2LISASEADE   | 3PEAKOMP       | APMOSQUITO1  | 15  | 20,22  | 124,85  | 106,35  | 18,50  | -1,72  |
| 2LISASEADE   | 3PEAKOMP       | APMOSQUITO4  | 8   | 11,36  | 68,74   | 56,08   | 12,66  | 1,30   |
| 2LISASEADE   | 3PEAKOMP       | BTC7         | 31  | 35,65  | 395,28  | 321,47  | 73,81  | 38,16  |
| 2LISASEADE   | 3PEAKOMP       | BTC7WHITE    | 19  | 15,84  | 245,48  | 199,12  | 46,36  | 30,52  |
| 2LISASEADE   | 3PEAKOMP       | BTMICRO5H    | 3   | 4,25   | 34,68   | 30,12   | 4,56   | 0,31   |
| 2LISASEADE   | 3PEAKOMP       | BTMICRO5S    | 4   | 6,13   | 46,23   | 40,16   | 6,07   | -0,06  |
| 2LISASEADE   | 3PEAKOMP       | MUSICCAP15K  | 6   | 8,52   | 67,79   | 52,44   | 15,35  | 6,83   |
| 2LISASEADE   | 3PEAKOMP       | MUSICCAP15R  | 3   | 10,34  | 32,98   | 26,22   | 6,76   | -3,58  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKDVD         | BTD2180/12   | 2   | 6,40   | 220,90  | 220,00  | 0,90   | -5,50  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKDVD         | MM-E430D/EN  | 5   | 14,01  | 607,71  | 590,00  | 17,71  | 3,70   |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMIKRO       | BTM1360/12   | 19  | 35,48  | 1668,35 | 1615,00 | 53,35  | 17,87  |

## Lisa 6. järg

|              |             |                |    |       |         |         |        |        |
|--------------|-------------|----------------|----|-------|---------|---------|--------|--------|
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMIKRO    | BTM5120B/12    | 17 | 38,90 | 2187,29 | 2040,17 | 147,12 | 108,22 |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMIKRO    | MC151/12       | 26 | 53,03 | 1425,78 | 1378,00 | 47,78  | -5,25  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMIKRO    | MCM2300/12     | 45 | 82,88 | 2586,00 | 2510,55 | 75,45  | -7,43  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMIKRO    | MCM2320/12     | 20 | 33,72 | 1279,31 | 1240,00 | 39,31  | 5,59   |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMIKRO    | SC-HC29EC-K    | 12 | 21,48 | 996,20  | 967,20  | 29,00  | 7,52   |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMIKRO    | SC-PM500EP-K   | 9  | 17,13 | 829,17  | 793,71  | 35,46  | 18,33  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMIKRO    | TCD990         | 40 | 41,98 | 4000,00 | 3171,20 | 828,80 | 786,82 |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMINI     | FX15/12        | 4  | 9,10  | 527,50  | 512,12  | 15,38  | 6,28   |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMINI     | FX55/12        | 32 | 75,29 | 5381,10 | 5210,24 | 170,86 | 95,57  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMINI     | MM-J330/EN     | 17 | 53,84 | 1686,30 | 1632,00 | 54,30  | 0,46   |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMINI     | MX-J630/EN     | 9  | 22,84 | 930,43  | 891,00  | 39,43  | 16,59  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMINI     | MX-J730/EN     | 2  | 7,28  | 286,33  | 278,00  | 8,33   | 1,05   |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMINI     | OM5542.DEUSLL1 | 2  | 10,38 | 490,28  | 433,74  | 56,54  | 46,16  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKMINI     | SC-AKX200E-K   | 13 | 27,52 | 1709,17 | 1625,00 | 84,17  | 56,65  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKSUUR     | MXHS8000/EN    | 10 | 65,20 | 5036,67 | 4890,00 | 146,67 | 81,47  |
| 2MUUSIKAKESK | 3MKSUUR     | NTRX500/10     | 2  | 9,80  | 771,28  | 748,10  | 23,18  | 13,38  |
| 2RAADIO      | 3BOOMBOX    | PX840T/12      | 3  | 7,13  | 385,30  | 374,07  | 11,23  | 4,10   |
| 2RAADIO      | 3BOOMBOX    | RVNB75BE6      | 6  | 18,02 | 1290,67 | 1110,00 | 180,67 | 162,65 |
| 2RAADIO      | 3BOOMBOX    | SC-PMX70EG-S   | 1  | 3,94  | 205,00  | 192,97  | 12,03  | 8,09   |
| 2RAADIO      | 3BOOMBOX    | ZSRS70BTB.CED  | 7  | 14,66 | 891,78  | 776,72  | 115,06 | 100,40 |
| 2RAADIO      | 3KELLRAADIO | AJ3123/12      | 34 | 33,32 | 457,75  | 442,00  | 15,75  | -17,57 |
| 2RAADIO      | 3KELLRAADIO | AJ3200/12      | 25 | 15,12 | 399,17  | 387,50  | 11,67  | -3,45  |
| 2RAADIO      | 3KELLRAADIO | AJ3400/12      | 80 | 74,53 | 1201,17 | 1084,00 | 117,17 | 42,64  |
| 2RAADIO      | 3KELLRAADIO | AJ3500/12      | 1  | 1,81  | 24,63   | 22,40   | 2,23   | 0,42   |
| 2RAADIO      | 3KELLRAADIO | AJ3551/12      | 15 | 13,64 | 463,38  | 449,85  | 13,53  | -0,11  |
| 2RAADIO      | 3KELLRAADIO | AJ7010/12      | 12 | 13,40 | 637,81  | 624,00  | 13,81  | 0,41   |
| 2RAADIO      | 3KELLRAADIO | CR-07BLUE      | 25 | 18,19 | 178,92  | 168,75  | 10,17  | -8,02  |

## Lisa 6. järg

|         |             |                 |    |       |         |         |        |        |
|---------|-------------|-----------------|----|-------|---------|---------|--------|--------|
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | CR-07PINK       | 35 | 17,52 | 251,13  | 237,30  | 13,83  | -3,69  |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | CR-07WHITE      | 29 | 18,01 | 225,21  | 196,04  | 29,17  | 11,16  |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICFC1B.CED      | 42 | 30,11 | 744,70  | 699,30  | 45,40  | 15,29  |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICFC1PJ.CED     | 9  | 14,02 | 335,67  | 348,03  | -12,36 | -26,38 |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICFC1TB.CED     | 19 | 28,85 | 404,50  | 345,80  | 58,70  | 29,85  |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICFC1TW.CED     | 11 | 9,41  | 230,08  | 248,49  | -18,41 | -27,82 |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICFC1W.CED      | 10 | 10,92 | 187,12  | 156,50  | 30,62  | 19,70  |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICR-210BLUE     | 28 | 25,63 | 179,17  | 169,68  | 9,49   | -16,14 |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICR-210WHITE    | 31 | 25,70 | 198,42  | 187,86  | 10,56  | -15,14 |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICRP212BLACK    | 44 | 20,21 | 377,21  | 382,80  | -5,59  | -25,80 |
| 2RAADIO | 3KELLRAADIO | ICRP212WHITE    | 44 | 23,82 | 414,45  | 382,80  | 31,65  | 7,83   |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ127/12        | 12 | 9,29  | 432,60  | 420,00  | 12,60  | 3,31   |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ1837/12       | 49 | 68,86 | 2299,84 | 2126,11 | 173,73 | 104,87 |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ215R/12       | 13 | 10,84 | 394,98  | 383,50  | 11,48  | 0,64   |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ215S/12       | 30 | 28,73 | 916,18  | 885,00  | 31,18  | 2,45   |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ305/12        | 4  | 4,19  | 127,73  | 124,00  | 3,73   | -0,46  |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ305W/12       | 4  | 4,13  | 127,73  | 124,00  | 3,73   | -0,40  |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ328/12        | 34 | 31,22 | 1470,78 | 1428,00 | 42,78  | 11,56  |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ330T/12       | 23 | 33,93 | 1204,50 | 1150,00 | 54,50  | 20,57  |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | AZ780/12        | 15 | 24,15 | 969,83  | 934,95  | 34,88  | 10,73  |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | SCD_37USB       | 19 | 19,93 | 526,27  | 494,95  | 31,32  | 11,39  |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | SCD_37USB_BLUE  | 39 | 32,42 | 1113,81 | 1041,30 | 72,51  | 40,09  |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | SCD_37USB_RED   | 31 | 30,34 | 885,73  | 828,01  | 57,72  | 27,38  |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | SCD_38USB_BLUE  | 7  | 8,24  | 197,69  | 186,55  | 11,14  | 2,90   |
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | SCD_38USB_GREEN | 8  | 9,44  | 231,12  | 213,20  | 17,92  | 8,48   |

## Lisa 6. järg

|         |             |              |    |       |        |        |       |        |
|---------|-------------|--------------|----|-------|--------|--------|-------|--------|
| 2RAADIO | 3MAGNETOOLA | SCD-39R      | 14 | 19,55 | 410,79 | 396,62 | 14,17 | -5,38  |
| 2RAADIO | 3RAADIO     | AE1530/00    | 24 | 29,82 | 247,20 | 240,00 | 7,20  | -22,62 |
| 2RAADIO | 3RAADIO     | AE2160/00C   | 37 | 24,06 | 853,78 | 828,80 | 24,98 | 0,92   |
| 2RAADIO | 3RAADIO     | AE2430/12    | 29 | 24,41 | 994,00 | 957,29 | 36,71 | 12,30  |
| 2RAADIO | 3RAADIO     | RF-2400EG9-K | 51 | 22,58 | 763,31 | 711,45 | 51,86 | 29,28  |

Allikas: autori koostatud

**Lisa 7. DPP meetodi rakendamine ILU masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ**

| 2-taseme klass | Artikliklass | Artikli kood | Müüdnud (tk) | Otsekulud kokku | Müügihind | Ostukulu | brutokasum/kahjum | Kasum/kahjum |
|----------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|-----------|----------|-------------------|--------------|
| 2JUUKSEHOOL    | 3FOON        | HP4935/22    | 40           | 49,13           | 563,67    | 542,00   | 21,67             | -27,46       |
| 2JUUKSEHOOL    | 3FOON        | HP8232/00    | 52           | 54,16           | 1098,93   | 1056,64  | 42,29             | -11,87       |
| 2JUUKSEHOOL    | 3FOON        | HTD5595      | 1            | 1,74            | 10,96     | 10,24    | 0,72              | -1,02        |
| 2JUUKSEHOOL    | 3FOON        | THHD07006    | 11           | 7,18            | 105,97    | 96,36    | 9,61              | 2,43         |
| 2JUUKSEHOOL    | 3FOON        | VV105        | 3            | 3,46            | 41,78     | 42,33    | -0,55             | -4,01        |
| 2JUUKSEHOOL    | 3KOOLUTAJA   | HK120        | 20           | 27,64           | 179,27    | 163,20   | 16,07             | -11,57       |
| 2JUUKSEHOOL    | 3KOOLUTAJA   | HP8655/00    | 13           | 19,93           | 410,88    | 396,50   | 14,38             | -5,55        |
| 2JUUKSEHOOL    | 3KOOLUTAJA   | HP8660/00    | 9            | 10,08           | 114,08    | 109,71   | 4,37              | -5,71        |
| 2JUUKSEHOOL    | 3KOOLUTAJA   | HP8663/00    | 19           | 16,15           | 468,67    | 450,68   | 17,99             | 1,84         |
| 2JUUKSEHOOL    | 3KOOLUTAJA   | HP8668/00    | 3            | 6,25            | 146,18    | 140,55   | 5,63              | -0,62        |
| 2JUUKSEHOOL    | 3KOOLUTAJA   | THHS06979    | 47           | 37,60           | 374,70    | 344,51   | 30,19             | -7,41        |
| 2JUUKSEHOOL    | 3LOKITANG    | HP8600/40    | 15           | 21,49           | 211,19    | 203,25   | 7,94              | -13,55       |
| 2JUUKSEHOOL    | 3SIRGESTAJA  | HP8321/00    | 28           | 27,65           | 387,81    | 374,92   | 12,89             | -14,76       |
| 2JUUKSEHOOL    | 3SIRGESTAJA  | ZV45         | 1            | 1,68            | 4,89      | 4,03     | 0,86              | -0,82        |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | ES-ED90-P503 | 42           | 56,39           | 2193,10   | 2129,40  | 63,70             | 7,31         |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | HP6420/00    | 23           | 26,68           | 405,18    | 389,62   | 15,56             | -11,12       |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | HP6523/02    | 14           | 22,81           | 584,62    | 562,10   | 22,52             | -0,29        |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | HP6543/00    | 7            | 11,15           | 246,63    | 237,16   | 9,47              | -1,68        |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | HP6575/00    | 7            | 13,55           | 542,79    | 521,92   | 20,87             | 7,32         |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | SC1995/00    | 4            | 11,05           | 682,58    | 652,88   | 29,70             | 18,65        |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | SC2005/00    | 2            | 8,72            | 556,93    | 535,52   | 21,41             | 12,69        |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | THSH07419    | 29           | 32,17           | 332,42    | 274,34   | 58,08             | 25,91        |
| 2KEHAHOOL      | 3EPILAATOR   | THSH07426    | 10           | 13,56           | 96,78     | 59,70    | 37,08             | 23,52        |
| 2KEHAHOOL      | 3JUUKSELOIK  | QC5130/15    | 16           | 23,55           | 325,60    | 313,12   | 12,48             | -11,07       |
| 2KEHAHOOL      | 3JUUKSELOIK  | THSH07013    | 18           | 20,25           | 242,42    | 162,54   | 79,88             | 59,63        |
| 2KEHAHOOL      | 3PARDEL      | AT750/16     | 21           | 28,11           | 1041,86   | 996,24   | 45,62             | 17,51        |

## Lisa 7. järg

|           |             |             |    |       |         |         |        |        |
|-----------|-------------|-------------|----|-------|---------|---------|--------|--------|
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | BG2024/15   | 10 | 14,17 | 216,50  | 208,20  | 8,30   | -5,87  |
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | HQ6927/16   | 96 | 40,92 | 2395,84 | 2304,96 | 90,88  | 49,96  |
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | HQ6946/16   | 35 | 48,27 | 995,87  | 960,40  | 35,47  | -12,80 |
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | QG3340/16   | 7  | 11,82 | 222,02  | 213,50  | 8,52   | -3,30  |
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | QT4015/16   | 27 | 33,38 | 751,73  | 722,79  | 28,94  | -4,44  |
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | S5340/06    | 15 | 25,28 | 1107,45 | 1104,60 | 2,85   | -22,43 |
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | S7370/12    | 7  | 20,20 | 726,50  | 702,80  | 23,70  | 3,50   |
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | S7510/41    | 6  | 14,92 | 710,10  | 682,80  | 27,30  | 12,38  |
| 2KEHAHOOL | 3PARDEL     | THSH07433   | 18 | 19,75 | 377,13  | 299,34  | 77,79  | 58,04  |
| 2KEHAHOOL | 3PARDELVARU | HQ200/50    | 10 | 11,08 | 49,33   | 47,40   | 1,93   | -9,15  |
| 2SPA      | 3MASSAAZ    | 88391       | 1  | 0,89  | 26,00   | 22,16   | 3,84   | 2,95   |
| 2SPA      | 3MASSAAZ    | 88297MED    | 47 | 44,88 | 709,02  | 564,47  | 144,55 | 99,67  |
| 2SPA      | 3SAUNAKAAL  | 23500       | 42 | 28,79 | 371,30  | 307,44  | 63,86  | 35,07  |
| 2SPA      | 3SAUNAKAAL  | 23510       | 31 | 22,16 | 249,34  | 183,21  | 66,13  | 43,97  |
| 2SPA      | 3SAUNAKAAL  | 40480       | 5  | 6,90  | 116,92  | 101,85  | 15,07  | 8,17   |
| 2SPA      | 3SAUNAKAAL  | OV123GN     | 12 | 17,28 | 112,41  | 100,80  | 11,61  | -5,67  |
| 2SPA      | 3SAUNAKAAL  | OV123RD     | 11 | 10,58 | 100,73  | 93,72   | 7,01   | -3,57  |
| 2SPA      | 3SPAMUU     | 23306       | 35 | 42,40 | 1391,25 | 1300,25 | 91,00  | 48,60  |
| 2SPA      | 3SPAMUU     | 88552       | 21 | 23,59 | 865,02  | 808,50  | 56,52  | 32,93  |
| 2SPA      | 3SPAMUU     | 85150M      | 15 | 23,98 | 413,04  | 347,10  | 65,94  | 41,96  |
| 2SPA      | 3SPAMUU     | PED600-EU   | 9  | 13,86 | 154,33  | 107,46  | 46,87  | 33,01  |
| 2TERVIS   | 3HAMBAHARI  | EW0911W835  | 7  | 11,08 | 25,49   | 24,50   | 0,99   | -10,09 |
| 2TERVIS   | 3HAMBAHARI  | EW1031CM845 | 30 | 48,09 | 1404,96 | 1281,00 | 123,96 | 75,87  |
| 2TERVIS   | 3MEDITSIIN  | 23200       | 10 | 12,96 | 169,58  | 167,40  | 2,18   | -10,78 |
| 2TERVIS   | 3MEDITSIIN  | 23400       | 52 | 53,09 | 718,47  | 612,56  | 105,91 | 52,82  |
| 2TERVIS   | 3MEDITSIIN  | 51047       | 44 | 49,50 | 1086,24 | 948,64  | 137,60 | 88,10  |
| 2TERVIS   | 3MEDITSIIN  | 51152       | 5  | 3,12  | 101,33  | 91,40   | 9,93   | 6,81   |
| 2TERVIS   | 3MEDITSIIN  | 51160       | 43 | 25,17 | 690,51  | 713,37  | -22,86 | -48,03 |

## Lisa 7. järg

|         |            |       |    |       |        |        |       |       |
|---------|------------|-------|----|-------|--------|--------|-------|-------|
| 2TERVIS | 3MEDITSIIN | 54520 | 9  | 10,82 | 250,52 | 209,88 | 40,64 | 29,82 |
| 2TERVIS | 3MEDITSIIN | 77040 | 14 | 13,34 | 43,73  | 34,58  | 9,15  | -4,19 |
| 2TERVIS | 3MEDITSIIN | 79455 | 2  | 2,91  | 52,98  | 42,66  | 10,32 | 7,41  |

Allikas: autori koostatud



## Lisa 8. DPP meetodi rakendamine IT masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ

| 2-taseme klass | Artikliklass | Artikli kood        | Müüdnud (tk) | Otsekulud kokku | Müügihind | Ostukulu | brutokasum/kahjum | Kasum/kahjum |
|----------------|--------------|---------------------|--------------|-----------------|-----------|----------|-------------------|--------------|
| 2LISASEADE     | 3ARVKOLAR    | SPA_5300_10         | 12           | 24,72           | 597,03    | 560,88   | 36,15             | 11,43        |
| 2LISASEADE     | 3HIIR        | 168447              | 1            | 1,55            | 15,00     | 18,00    | -3,00             | -4,55        |
| 2LISASEADE     | 3KOMPONENT   | MAXI_S_500GB_SILVER | 7            | 13,15           | 259,00    | 458,36   | -199,36           | -212,51      |
| 2LISASEADE     | 3KOTT        | ET919/10''          | 7            | 8,16            | 14,70     | 14,70    | 0,00              | -8,16        |
| 2MOBIIL        | 3LAUATEL     | KX_TG2512_FXT       | 16           | 11,18           | 589,33    | 520,64   | 68,69             | 57,51        |
| 2MOBIIL        | 3LAUATEL     | KX_TS500_FXH        | 18           | 7,20            | 146,40    | 132,48   | 13,92             | 6,72         |
| 2MOBIIL        | 3LAUATEL     | KX-TG1611FXF        | 49           | 38,78           | 884,37    | 724,71   | 159,66            | 120,88       |
| 2MOBIIL        | 3LAUATEL     | KX-TG1611FXW        | 9            | 4,84            | 160,78    | 133,20   | 27,58             | 22,74        |
| 2MOBIIL        | 3LAUATEL     | KX-TG6612FXT        | 2            | 4,96            | 85,32     | 93,18    | -7,86             | -12,82       |
| 2MOBIIL        | 3NUTI        | 79415               | 3            | 5,94            | 114,83    | 88,47    | 26,36             | 20,42        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL10    | GRAND_HD_3G         | 7            | 9,74            | 604,99    | 566,93   | 38,06             | 28,32        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL10    | GRAND_HD_4G         | 30           | 40,54           | 2967,31   | 2812,50  | 154,81            | 114,27       |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL10    | GRAND_HD_BLACK      | 52           | 71,77           | 3458,90   | 3249,48  | 209,42            | 137,65       |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL10    | GRAND_HD_RED        | 30           | 25,27           | 1998,00   | 1874,70  | 123,30            | 98,03        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL10    | JUPITER_HD_QUAD     | 12           | 13,01           | 958,90    | 899,88   | 59,02             | 46,01        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL7     | BEAUTYHDQUAD-BLUE   | 18           | 11,96           | 635,15    | 593,82   | 41,33             | 29,37        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL7     | BEAUTYHDQUAD-PURPLE | 19           | 12,62           | 670,12    | 626,81   | 43,31             | 30,69        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL7     | BEAUTYHDQUAD-RED    | 30           | 24,95           | 1054,75   | 989,70   | 65,05             | 40,10        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL7     | GO_IPS_3G           | 40           | 32,83           | 2119,67   | 1999,60  | 120,07            | 87,24        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL8     | GEMINI              | 1            | 2,97            | 101,99    | 84,99    | 17,00             | 14,03        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL8     | GEMINI_IPS          | 30           | 21,52           | 1598,00   | 1499,70  | 98,30             | 76,78        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL8     | GEMINI_IPS_DUO      | 6            | 9,21            | 599,30    | 563,94   | 35,36             | 26,15        |
| 2TAHVEL        | 3TAHVEL8     | GEMINI_IPS_SAM      | 20           | 19,43           | 1463,33   | 1379,80  | 83,53             | 64,10        |
| 2TELTARVIK     | 3MOBKILE     | 389890              | 1            | 2,46            | 20,83     | 18,13    | 2,70              | 0,24         |
| 2TELTARVIK     | 3MOBKILE     | SPEFIPH647          | 7            | 10,03           | 30,42     | 26,04    | 4,38              | -5,65        |
| 2TELTARVIK     | 3MOBKILE     | TEMPGLASBUNI47      | 66           | 48,74           | 337,12    | 287,76   | 49,36             | 0,62         |

## Lisa 8. järg

|            |              |                   |    |       |        |        |       |       |
|------------|--------------|-------------------|----|-------|--------|--------|-------|-------|
| 2TELTARVIK | 3MOBKILE     | TEMPGLASBUNI49    | 70 | 34,08 | 356,70 | 304,50 | 52,20 | 18,12 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKILE     | TEMPGLASBUNI53    | 68 | 44,39 | 347,33 | 298,52 | 48,81 | 4,42  |
| 2TELTARVIK | 3MOBKILE     | TEMPGLASSEFIPH647 | 25 | 14,17 | 184,28 | 157,50 | 26,78 | 12,61 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKILE     | TEMPGLASSGALS5    | 9  | 11,19 | 59,52  | 50,49  | 9,03  | -2,16 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKILE     | TEMPGLASSIPH5     | 18 | 14,46 | 126,97 | 102,24 | 24,73 | 10,27 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKILE     | TEMPGLASSIPH647   | 28 | 16,53 | 213,14 | 155,96 | 57,18 | 40,65 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKILE     | TEMPGLASSIPH655   | 3  | 4,93  | 23,58  | 18,96  | 4,62  | -0,31 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKINNITUS | SELFIEPOCKETH     | 12 | 9,40  | 87,51  | 75,60  | 11,91 | 2,51  |
| 2TELTARVIK | 3MOBKINNITUS | SELFIEPOCKETK     | 11 | 9,32  | 80,43  | 69,30  | 11,13 | 1,81  |
| 2TELTARVIK | 3MOBKINNITUS | T31               | 3  | 4,60  | 28,00  | 8,49   | 19,51 | 14,91 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKINNITUS | T42               | 7  | 10,77 | 11,50  | 7,28   | 4,22  | -6,55 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | 16579             | 1  | 1,56  | 12,00  | 12,00  | 0,00  | -1,56 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | 32285             | 1  | 1,49  | 14,17  | 12,00  | 2,17  | 0,68  |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | 035IPH647T        | 29 | 7,09  | 162,22 | 135,14 | 27,08 | 19,99 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | ARMBANDRUN52K     | 2  | 2,12  | 18,58  | 16,26  | 2,32  | 0,20  |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | BOOKCIDGALAXYS4BK | 6  | 8,85  | 59,38  | 48,78  | 10,60 | 1,75  |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | BOOKESSENGALS6K   | 5  | 8,04  | 35,63  | 31,90  | 3,73  | -4,31 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | BOOKTOUCHIPH647K  | 2  | 3,28  | 18,70  | 16,26  | 2,44  | -0,84 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | BOOKUNI3LK        | 30 | 18,92 | 229,38 | 166,20 | 63,18 | 44,26 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | CLEARBOOKIPH647K  | 3  | 3,21  | 23,05  | 20,04  | 3,01  | -0,20 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | CLEARBOOKIPH647S  | 22 | 18,14 | 230,86 | 141,02 | 89,84 | 71,70 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | ESTARSLEEVE_8     | 30 | 3,53  | 0,25   | 0,00   | 0,25  | -3,28 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | FINECIPH5ST       | 3  | 4,55  | 16,30  | 14,19  | 2,11  | -2,44 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | FINECIPH647T      | 8  | 9,55  | 41,28  | 37,92  | 3,36  | -6,19 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | INVISIBLECGALS5   | 9  | 5,36  | 52,05  | 29,16  | 22,89 | 17,53 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | INVISIBLEPLIPH647 | 3  | 1,55  | 16,30  | 14,19  | 2,11  | 0,56  |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | OTGUSBADAPTERSMPH | 15 | 13,16 | 56,68  | 48,90  | 7,78  | -5,38 |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT     | TATTOSLXXLV       | 22 | 18,69 | 133,97 | 98,34  | 35,63 | 16,94 |

## Lisa 8. järg

|            |             |                     |    |       |        |        |        |        |
|------------|-------------|---------------------|----|-------|--------|--------|--------|--------|
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT    | TOUCHGLOVE150MK     | 5  | 7,07  | 19,78  | 15,75  | 4,03   | -3,04  |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT    | VOYAGERMUSIC15K     | 7  | 10,59 | 72,48  | 57,26  | 15,22  | 4,63   |
| 2TELTARVIK | 3MOBKOTT    | VOYAGERMUSIC15W     | 6  | 9,35  | 60,80  | 48,72  | 12,08  | 2,73   |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | ACHIPAD             | 6  | 2,70  | 58,90  | 51,18  | 7,72   | 5,02   |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | ACHUSBMFIIPH2AW     | 8  | 12,08 | 134,82 | 115,52 | 19,30  | 7,22   |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | ACHUSBMFIIPH5W      | 13 | 14,78 | 197,79 | 173,94 | 23,85  | 9,07   |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | ACHUSBMOBILEDUAL3A  | 28 | 12,19 | 222,24 | 191,52 | 30,72  | 18,53  |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | ACHUSBMUSB2AW       | 13 | 12,20 | 119,93 | 105,69 | 14,24  | 2,04   |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | CBRMICROUSB1        | 18 | 6,04  | 72,45  | 61,74  | 10,71  | 4,67   |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | DLP2207U/12         | 17 | 9,11  | 152,15 | 132,26 | 19,89  | 10,78  |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | DLP2257U/10         | 7  | 8,69  | 63,76  | 55,44  | 8,32   | -0,37  |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | USB DATACABMICROUSB | 64 | 38,67 | 218,65 | 186,24 | 32,41  | -6,26  |
| 2TELTARVIK | 3MOBTOIDE   | WTA                 | 24 | 13,58 | 300,00 | 215,52 | 84,48  | 70,90  |
| 2TELTARVIK | 3TAHVLIKOTT | 901202              | 18 | 22,82 | 98,52  | 100,26 | -1,74  | -24,56 |
| 2TELTARVIK | 3TAHVLIKOTT | VISIONUNITAB101B    | 28 | 12,63 | 292,37 | 251,16 | 41,21  | 28,58  |
| 2TELTARVIK | 3TAHVLIKOTT | VISIONUNITAB101BK   | 31 | 22,60 | 327,73 | 283,03 | 44,70  | 22,10  |
| 2TELTARVIK | 3TAHVLIKOTT | VISIONUNITAB70BK    | 23 | 16,49 | 176,12 | 156,63 | 19,49  | 3,00   |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | 790403              | 34 | 26,30 | 589,90 | 479,40 | 110,50 | 84,20  |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | 790404              | 35 | 23,53 | 591,79 | 493,50 | 98,29  | 74,76  |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | FREEP2500MF12/1K    | 3  | 4,60  | 49,17  | 42,69  | 6,48   | 1,88   |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | FREEP5200TREKK      | 3  | 5,44  | 70,25  | 60,99  | 9,26   | 3,82   |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | FREEMULTI10000K     | 4  | 3,26  | 96,65  | 79,36  | 17,29  | 14,03  |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | FREEMULTI10000W     | 3  | 4,87  | 68,38  | 59,46  | 8,92   | 4,05   |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | FREEMULTI20000W     | 3  | 2,89  | 95,75  | 83,28  | 12,47  | 9,58   |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | SYPOWERBANKSTIL2    | 3  | 3,89  | 18,48  | 16,08  | 2,40   | -1,49  |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | SYPOWERBANKSTIL5    | 3  | 3,36  | 18,48  | 16,08  | 2,40   | -0,96  |
| 2TELTARVIK | 3TOIDE      | SYPOWERBANKSTIL6    | 3  | 3,78  | 18,48  | 16,08  | 2,40   | -1,38  |
| 2VARUNDUS  | 3MALUKAART  | ESTARSD8GB          | 30 | 3,53  | 0,25   | 0,00   | 0,25   | -3,28  |

## Lisa 8. järg

|           |            |                 |    |       |        |        |       |        |
|-----------|------------|-----------------|----|-------|--------|--------|-------|--------|
| 2VARUNDUS | 3MALUKAART | SDC16GHC10GRR10 | 25 | 28,26 | 144,72 | 116,75 | 27,97 | -0,29  |
| 2VARUNDUS | 3MALUKAART | SDC32GHC10GRR10 | 18 | 24,16 | 173,47 | 148,14 | 25,33 | 1,17   |
| 2VARUNDUS | 3MALUKAART | SDC8GHC10GRR10  | 44 | 39,15 | 172,11 | 148,28 | 23,83 | -15,32 |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 275524          | 21 | 27,57 | 59,68  | 59,64  | 0,04  | -27,53 |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 275579          | 25 | 28,24 | 104,17 | 90,75  | 13,42 | -14,82 |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 626001          | 32 | 11,36 | 194,13 | 168,64 | 25,49 | 14,13  |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 10DMR47SP       | 6  | 8,69  | 15,75  | 13,68  | 2,07  | -6,62  |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 275517.24.TW    | 7  | 8,69  | 13,92  | 11,83  | 2,09  | -6,60  |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 275521.24.TW    | 10 | 11,77 | 19,62  | 17,40  | 2,22  | -9,55  |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 275976.00.GB    | 2  | 2,70  | 0,02   | 0,00   | 0,02  | -2,68  |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 624027.00.CN    | 42 | 22,26 | 78,09  | 68,88  | 9,21  | -13,05 |
| 2VARUNDUS | 3TOORIK    | 628522.01.CN    | 9  | 2,25  | 37,88  | 32,85  | 5,03  | 2,78   |
| 2VARUNDUS | 3USBPULK   | PD16GH2GREGOR9  | 43 | 29,70 | 232,15 | 185,76 | 46,39 | 16,69  |
| 2VARUNDUS | 3USBPULK   | PD16GH3GREGKR9  | 38 | 22,13 | 255,56 | 181,64 | 73,92 | 51,79  |
| 2VARUNDUS | 3USBPULK   | PD32GH3GREGKR9  | 36 | 24,59 | 346,27 | 277,56 | 68,71 | 44,12  |
| 2VARUNDUS | 3USBPULK   | PD4GH2GRCUBR9   | 49 | 46,73 | 145,42 | 134,75 | 10,67 | -36,06 |
| 2VARUNDUS | 3USBPULK   | PD8GH2GREGRR9   | 40 | 26,05 | 146,33 | 138,80 | 7,53  | -18,52 |
| 2VARUNDUS | 3USBPULK   | PD8GH2GRPIKR10  | 49 | 49,75 | 169,30 | 143,08 | 26,22 | -23,53 |
| 2VARUNDUS | 3USBPULK   | PD8GH3GREGKR9   | 40 | 21,60 | 179,33 | 157,60 | 21,73 | 0,13   |

Allikas: autori koostatud

**Lisa 9. DPP meetodi rakendamine MUU masterklassis 2016. aasta I kvartali tulemuste põhjal ettevõttes Hulgi OÜ**

| 2-taseme klass | Artikliklass | Artikli kood | Müüdid (tk) | Otsekulud kokku | Müügihind | Ostukulu | brutokasum/kahjum | Kasum/kahjum |
|----------------|--------------|--------------|-------------|-----------------|-----------|----------|-------------------|--------------|
| 2MUU           | 3ELMUU       | SAS-BPB1     | 20          | 15,27           | 298,33    | 278,8    | 19,53             | 4,26         |
| 2MUU           | 3ELMUU       | SFL_3461C/10 | 2           | 3,57            | 11,28     | 8,44     | 2,84              | -0,73        |
| 2PATAREI       | 3AKUPATAREI  | 132-803937   | 12          | 10,21           | 35,30     | 30,72    | 4,58              | -5,63        |
| 2PATAREI       | 3AKUPATAREI  | 132-803944   | 18          | 9,75            | 29,80     | 25,92    | 3,88              | -5,87        |
| 2PATAREI       | 3AKUPATAREI  | BCG34HLD4E   | 32          | 29,39           | 376,06    | 323,84   | 52,22             | 22,83        |
| 2PATAREI       | 3AKUPATAREI  | BCG34HS2E    | 7           | 6,07            | 52,15     | 45,36    | 6,79              | 0,72         |
| 2PATAREI       | 3AKUPATAREI  | NHAAB_2F     | 40          | 20,63           | 221,75    | 191,2    | 30,55             | 9,92         |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | 774410       | 47          | 21,15           | 62,87     | 54,52    | 8,35              | -12,80       |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | 774417       | 53          | 28,01           | 45,97     | 40,28    | 5,69              | -22,32       |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | 120-802633   | 31          | 12,40           | 32,51     | 28,21    | 4,3               | -8,10        |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | 6AM6B1D      | 18          | 2,27            | 23,55     | 20,52    | 3,03              | 0,76         |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | AM1B2D       | 51          | 37,66           | 88,85     | 76,5     | 12,35             | -25,31       |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | AM1PTB2D     | 42          | 29,45           | 77,70     | 67,62    | 10,08             | -19,37       |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | AM2PTB2D     | 37          | 27,97           | 49,33     | 42,92    | 6,41              | -21,56       |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | AM3PTB4D     | 91          | 42,36           | 121,33    | 105,56   | 15,77             | -26,59       |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | AM3S12D      | 29          | 6,87            | 62,11     | 53,94    | 8,17              | 1,30         |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | AM4M6X2D     | 85          | 59,61           | 152,86    | 130,05   | 22,81             | -36,80       |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | AM4PTM4X4D   | 30          | 4,79            | 51,75     | 45       | 6,75              | 1,96         |
| 2PATAREI       | 3PATAREI     | CR123AB1A    | 5           | 1,27            | 8,29      | 7,2      | 1,09              | -0,18        |
| 2PATAREI       | 3TABPATAREI  | 718-827568   | 32          | 12,18           | 48,51     | 42,24    | 6,27              | -5,91        |
| 2PATAREI       | 3TABPATAREI  | 718-827599   | 22          | 23,87           | 33,23     | 29,04    | 4,19              | -19,68       |
| 2PATAREI       | 3TABPATAREI  | CR1220BEA    | 19          | 16,41           | 66,23     | 54,15    | 12,08             | -4,33        |
| 2PATAREI       | 3TABPATAREI  | CR1620BEA    | 16          | 14,43           | 52,40     | 45,6     | 6,8               | -7,63        |
| 2PATAREI       | 3TABPATAREI  | CR2016BEA    | 29          | 20,78           | 63,68     | 55,1     | 8,58              | -12,20       |
| 2PATAREI       | 3TABPATAREI  | CR2430BEA    | 18          | 12,40           | 61,59     | 53,1     | 8,49              | -3,91        |
| 2PATAREI       | 3TABPATAREI  | CR2450BEA    | 13          | 17,24           | 53,08     | 46,15    | 6,93              | -10,31       |

## Lisa 9. järg

|          |             |             |    |      |       |      |       |       |
|----------|-------------|-------------|----|------|-------|------|-------|-------|
| 2PATAREI | 3TABPATAREI | LR1130NBEA  | 21 | 6,53 | 43,40 | 37,8 | 5,6   | -0,93 |
| 2PATAREI | 3TABPATAREI | SR41N-PB    | 9  | 8,20 | 61,05 | 53,1 | 7,95  | -0,25 |
| 2PATAREI | 3TABPATAREI | SR44N-PB    | 7  | 7,35 | 94,21 | 81,9 | 12,31 | 4,96  |
| 2PATAREI | 3TABPATAREI | SR626SWN-PB | 20 | 5,75 | 52,83 | 46   | 6,83  | 1,08  |

Allikas: autori koostatud

**Lisa 10. DPP meetodi rakendamine tütarettevõtte ostukäibe I kvartalis 2016. aastal**

|                | Otsekulud kokku | Müügisumma | Müüdnud kauba ostukulu | Brutokasum/kahjum | Kahjum/kasum |
|----------------|-----------------|------------|------------------------|-------------------|--------------|
| 3AKUPATAREI    | 58,75           | 687,12     | 597,36                 | 89,76             | 31,01        |
| 3ALKOMEETER    | 2,06            | 29,98      | 28,04                  | 1,94              | -0,12        |
| 3ANTENN        | 65,61           | 978,03     | 849,72                 | 128,31            | 62,70        |
| 3ARVKOLAR      | 8,66            | 341,38     | 327,18                 | 14,20             | 5,54         |
| 3AURUPUHAS     | 18,15           | 849,33     | 816,69                 | 32,64             | 14,49        |
| 3AUTOMAKK      | 7,49            | 194,95     | 184,56                 | 10,39             | 2,90         |
| 3AVADAPTER     | 59,29           | 418,76     | 402,80                 | 15,96             | -43,33       |
| 3AVKAABEL      | 1485,69         | 4578,51    | 3984,88                | 593,63            | -892,06      |
| 3AVTARVIK      | 25,13           | 45,02      | 39,50                  | 5,52              | -19,61       |
| 3BLENDER       | 68,59           | 2552,86    | 2291,55                | 261,31            | 192,72       |
| 3BOOMBOX       | 27,24           | 1603,52    | 1433,22                | 170,30            | 143,06       |
| 3BTKLAPP       | 52,70           | 1791,63    | 1570,76                | 220,87            | 168,17       |
| 3DIKTOFON      | 1,93            | 102,26     | 91,32                  | 10,94             | 9,01         |
| 3DVDMANGIJA    | 16,63           | 568,56     | 550,00                 | 18,56             | 1,93         |
| 3ELMUU         | 85,67           | 632,52     | 590,80                 | 41,72             | -43,95       |
| 3EPILAATOR     | 37,34           | 997,06     | 947,27                 | 49,79             | 12,45        |
| 3ESPRESSO      | 349,41          | 28896,90   | 28358,52               | 538,38            | 188,97       |
| 3FOON          | 182,31          | 2803,64    | 2695,83                | 107,81            | -74,50       |
| 3FRITUUR       | 31,07           | 1127,81    | 1064,19                | 63,62             | 32,55        |
| 3HAKKLIHA      | 62,26           | 2814,19    | 2707,35                | 106,84            | 44,58        |
| 3HFKOLAR       | 6,17            | 385,22     | 374,00                 | 11,22             | 5,05         |
| 3HFMUU         | 20,91           | 1032,15    | 973,65                 | 58,50             | 37,59        |
| 3INTAHI        | 9,26            | 1111,17    | 1100,20                | 10,97             | 1,71         |
| 3INTKULMIK     | 8,03            | 232,99     | 224,03                 | 8,96              | 0,93         |
| 3INTNOUDE      | 6,52            | 254,94     | 245,14                 | 9,80              | 3,28         |
| 3INTPLAAT      | 49,04           | 2491,67    | 2328,68                | 162,99            | 113,95       |
| 3JUHTMETAKLAPP | 48,27           | 2012,28    | 1846,66                | 165,62            | 117,35       |
| 3JUUKSELOIK    | 324,70          | 6720,04    | 6460,72                | 259,32            | -65,38       |
| 3JÄÄMASIN      | 1,80            | 46,04      | 44,27                  | 1,77              | -0,03        |
| 3KAPSELMASIN   | 135,92          | 6891,40    | 6549,69                | 341,71            | 205,79       |
| 3KEETJAMUU     | 65,41           | 753,11     | 694,23                 | 58,88             | -6,53        |
| 3KELLRAADIO    | 273,23          | 4967,50    | 4815,64                | 151,86            | -121,37      |
| 3KINNITUS      | 466,99          | 6674,36    | 5857,43                | 816,93            | 349,94       |
| 3KK3D          | 12,82           | 868,64     | 823,26                 | 45,38             | 32,56        |
| 3KKKOLARID     | 16,61           | 1284,24    | 1246,84                | 37,40             | 20,79        |

## Lisa 10. järg

|                 |         |          |          |         |         |
|-----------------|---------|----------|----------|---------|---------|
| 3KKS            | 242,78  | 13360,67 | 13295,80 | 64,87   | -177,91 |
| 3KOHVILISA      | 570,87  | 8105,78  | 7768,85  | 336,93  | -233,94 |
| 3KOHVIMASIN     | 79,91   | 3092,64  | 2973,81  | 118,83  | 38,92   |
| 3KOOGIKAAL      | 119,26  | 707,19   | 630,74   | 76,45   | -42,81  |
| 3KOOGIKOMB      | 236,61  | 13029,13 | 12482,39 | 546,74  | 310,13  |
| 3KOOLUTAJA      | 69,69   | 1011,52  | 947,11   | 64,41   | -5,28   |
| 3KORVAPEALKLAPP | -116,10 | 1994,15  | 1734,06  | 260,09  | 376,19  |
| 3KUIVATI        | 14,63   | 698,83   | 671,96   | 26,87   | 12,24   |
| 3KULMIK2        | 12,11   | 680,16   | 654,00   | 26,16   | 14,05   |
| 3KULMIKKOMB     | 868,21  | 43383,49 | 41927,12 | 1456,37 | 588,16  |
| 3KULMIKSBS      | 75,99   | 5235,60  | 5035,00  | 200,60  | 124,61  |
| 3KUPSMUU        | 19,57   | 412,38   | 385,43   | 26,95   | 7,38    |
| 3KUTE           | 87,53   | 1518,62  | 1380,40  | 138,22  | 50,69   |
| 3LAUAAHI        | 141,80  | 4425,58  | 4054,12  | 371,46  | 229,66  |
| 3LAUAPLIIT      | 123,08  | 2280,97  | 2106,30  | 174,67  | 51,59   |
| 3MAGNETOOLA     | 218,32  | 7775,86  | 7498,77  | 277,09  | 58,77   |
| 3MAHLAPRESS     | 22,10   | 1017,65  | 978,48   | 39,17   | 17,07   |
| 3MALUKAART      | 336,26  | 3726,41  | 2684,46  | 1041,95 | 705,69  |
| 3MASSAAZ        | 4,26    | 80,26    | 70,20    | 10,06   | 5,80    |
| 3MDALISA        | 67,42   | 185,49   | 172,95   | 12,54   | -54,88  |
| 3MEDITSIIN      | 368,40  | 3298,49  | 2938,60  | 359,89  | -8,51   |
| 3MIKRO          | 683,13  | 28919,90 | 27928,97 | 990,93  | 307,80  |
| 3MIKROFON       | 14,43   | 156,77   | 137,48   | 19,29   | 4,86    |
| 3MIKSER         | 85,32   | 2230,01  | 2144,31  | 85,70   | 0,38    |
| 3MKDVD          | 19,37   | 947,60   | 920,00   | 27,60   | 8,23    |
| 3MKMIKRO        | 204,06  | 8652,52  | 8400,44  | 252,08  | 48,02   |
| 3MKMINI         | 150,76  | 8309,40  | 8066,54  | 242,86  | 92,10   |
| 3MKSUUR         | 69,27   | 5421,97  | 5264,05  | 157,92  | 88,65   |
| 3MOBKILE        | 119,10  | 1009,22  | 882,71   | 126,51  | 7,41    |
| 3MOBKINNITUS    | 15,80   | 145,00   | 126,00   | 19,00   | 3,20    |
| 3MOBKOTT        | 27,26   | 340,83   | 280,23   | 60,60   | 33,34   |
| 3MOBTOIDE       | 292,13  | 3244,25  | 2750,48  | 493,77  | 201,64  |
| 3MP3            | 115,15  | 2354,07  | 2385,87  | -31,80  | -146,95 |
| 3MULTIKEETJA    | 11,87   | 756,21   | 727,20   | 29,01   | 17,14   |
| 3NIISUTAJA      | 33,43   | 812,00   | 706,44   | 105,56  | 72,13   |
| 3NOOP           | 339,94  | 3216,82  | 2818,17  | 398,65  | 58,71   |
| 3NOUDEPESU      | 7,08    | 189,90   | 182,60   | 7,30    | 0,22    |
| 3NUTI           | 3,39    | 69,08    | 58,98    | 10,10   | 6,71    |
| 3OHUPUHAST      | 173,64  | 7597,52  | 7249,22  | 348,30  | 174,66  |



## Lisa 10. järg

|                |         |          |          |         |         |
|----------------|---------|----------|----------|---------|---------|
| 3OMBLUS        | 6,04    | 391,47   | 370,00   | 21,47   | 15,43   |
| 3PARDEL        | 161,26  | 6666,41  | 6456,11  | 210,30  | 49,04   |
| 3PATAREI       | 501,13  | 1954,92  | 1696,00  | 258,92  | -242,21 |
| 3PEAKOMP       | 94,55   | 829,59   | 697,77   | 131,82  | 37,27   |
| 3PESUKITSAS    | 1999,46 | 86897,20 | 83553,80 | 3343,40 | 1343,94 |
| 3PESUKUIVATI   | 91,47   | 6064,80  | 5831,55  | 233,25  | 141,78  |
| 3PESUPEALT     | 29,39   | 413,60   | 397,68   | 15,92   | -13,47  |
| 3PESUTAIS      | 720,29  | 34305,48 | 32849,04 | 1456,44 | 736,15  |
| 3PORTKOLAR     | 281,65  | 7326,61  | 6846,48  | 480,13  | 198,48  |
| 3PUHASTUS      | 47,82   | 351,34   | 305,90   | 45,44   | -2,38   |
| 3RAADIO        | 64,68   | 1745,70  | 1694,81  | 50,89   | -13,79  |
| 3RAADIOSAATJA  | 1,27    | 36,83    | 32,86    | 3,97    | 2,70    |
| 3RIIDEHOOL     | 33,92   | 368,70   | 344,12   | 24,58   | -9,34   |
| 3ROSTER        | 178,77  | 3898,72  | 3692,36  | 206,36  | 27,59   |
| 3SAUMIKSER     | 88,21   | 2269,10  | 2118,96  | 150,14  | 61,93   |
| 3SAUNAKAAL     | 73,69   | 1104,28  | 967,47   | 136,81  | 63,12   |
| 3SIRGESTAJA    | 45,08   | 783,03   | 729,85   | 53,18   | 8,10    |
| 3SPAMUU        | 53,32   | 2176,75  | 2034,45  | 142,30  | 88,98   |
| 3SPORDIKLAPP   | 23,74   | 403,98   | 351,97   | 52,01   | 28,27   |
| 3TABPATAREI    | 222,83  | 1935,76  | 1684,66  | 251,10  | 28,27   |
| 3TAHVEL10      | 12,67   | 794,90   | 749,88   | 45,02   | 32,35   |
| 3TAHVLIKOTT    | 49,07   | 741,32   | 645,49   | 95,83   | 46,76   |
| 3TAISMOOTKLAPP | 62,01   | 774,69   | 675,87   | 98,82   | 36,81   |
| 3TOIDE         | 78,93   | 1589,10  | 1327,08  | 262,02  | 183,09  |
| 3TOLMUIM       | 761,97  | 35105,50 | 33573,59 | 1531,91 | 769,94  |
| 3TOLMUKAN      | 299,19  | 14904,81 | 14241,41 | 663,40  | 364,21  |
| 3TOLMUKASI     | 25,82   | 1206,51  | 1163,91  | 42,60   | 16,78   |
| 3TOLMULISA     | 1518,09 | 10720,17 | 9667,97  | 1052,20 | -465,89 |
| 3TOORIK        | 250,46  | 403,23   | 423,87   | -20,64  | -271,10 |
| 3TRIIKRAUD     | 270,00  | 6638,76  | 6352,04  | 286,72  | 16,72   |
| 3TV-28LED      | 39,87   | 1980,83  | 1944,72  | 36,11   | -3,76   |
| 3TV29-32LED    | 1338,46 | 83506,22 | 81644,69 | 1861,53 | 523,07  |
| 3TV37-43LED    | 1396,64 | 98298,93 | 96996,38 | 1302,55 | -94,09  |
| 3TV37-43LEDUHD | 159,07  | 11974,77 | 11549,18 | 425,59  | 266,52  |
| 3TV44-49LED    | 862,68  | 68231,95 | 65879,61 | 2352,34 | 1489,66 |
| 3TV44-49LEDUHD | 238,54  | 20342,94 | 19588,10 | 754,84  | 516,30  |
| 3TV50-54LEDUHD | 59,63   | 5009,92  | 4864,00  | 145,92  | 86,29   |
| 3TV55-59LED    | 292,92  | 24406,45 | 24294,48 | 111,97  | -180,95 |
| 3TV55-59LEDUHD | 405,04  | 33368,60 | 32690,16 | 678,44  | 273,40  |

## Lisa 10. järg

|                |        |          |          |        |        |
|----------------|--------|----------|----------|--------|--------|
| 3TV60_69LEDUHD | 24,09  | 2041,08  | 1961,72  | 79,36  | 55,27  |
| 3TVPULT        | 43,91  | 408,11   | 354,26   | 53,85  | 9,94   |
| 3TVTARVIK      | 33,40  | 1640,10  | 1533,00  | 107,10 | 73,70  |
| 3TVTUUNER      | 55,32  | 1930,00  | 1820,80  | 109,20 | 53,88  |
| 3USBPULK       | 235,28 | 1249,80  | 1073,93  | 175,87 | -59,41 |
| 3VEEKEETJA     | 710,01 | 14286,99 | 13496,17 | 790,82 | 80,81  |
| 3VESKI         | 66,71  | 945,97   | 888,28   | 57,69  | -9,02  |
| 3VIDEOREG      | 24,70  | 843,42   | 797,50   | 45,92  | 21,22  |
| 3VLGRILL       | 115,46 | 2423,21  | 2284,21  | 139,00 | 23,54  |

Allikas: autori koostatud

Deklareerin, et käesolev lõputöö, mis on minu iseseisva töö tulemus, on esitatud Tallinna Tehnikaülikooli diplomi taotlemiseks.

Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjanduslikest allikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Autor Triin Voolaid .....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilaskood BDMR 143490

Töö vastab kehtivatele nõuetele

Juhendaja Ester Vahtre .....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmisele lubatud " .... " ..... 2016

.....  
TTÜ TK kaitsmiskomisjoni esimees (nimi, allkiri)