

Lõputöö lühikokkuvõte

Asutus <i>(eesti ja inglise keeles)</i>	Tallinna Tehnikaülikool, Tallinna Kolledž <i>Tallinn University of Technology, Tallinn College</i>
Õppekava	BDMR
Autor	Krista Iozenas
Juhendaja	Kristo Krumm
Töö pealkiri <i>(eesti keeles)</i>	Hinnakujunduse alused ettevõtte Ascar Auto AS
Töö pealkiri <i>(inglise keeles)</i>	<i>Principles of modelling prices based on Ascar Auto AS</i>
Töö lühikokkuvõte <i>(eesti keeles, 1-2 lk)</i>	

Antud uurimistöö eesmärgiks on hinnakujunduse uurimine ja kauba hinna kujunemisel erinevate komponentide kajastamise lihtsustamine.

Töö probleemiks on Opelil uute sõidukite hinnakujundus. Tellides neid sõidukeid rakendab tootja erinevaid soodustusi. Soodustused rakendatakse ebakorrapäraselt, mis omakorda teeb keeruliseks omahinna arvestamist, õiget auto katte arvutamist ja lisatööd arvestusosakonna töötajatele.

Selleks, et leida lihtsam kajastamise võimalus erinevate komponentide puhul on väga põhjalikult uuritud ettevõtte hinnakujunduse protseduure ja omahinna arvestamist. Käesolevas töös on uuritud Ascar Auto AS poolt erinevate brändide uute sõidukite hinnakujunemise iseärasusi, mis sõltuvad tootja poolt kehtestatud hinnapoliitikast.

Esimene osa tööst annab ülevaate valitud ettevõttest ja uurimisprobleemist. Töö autor kirjeldab ettevõtte tegevust ja üldpõhimõtteid. Antud osas on ka uurimisprobleemi püstitus, kus töö autor kirjeldab põhjalikult probleemi olemust.

Töö teine osa baseerub teoreetilistel allikatel. Allikate valik tugines erinevatele autoritele. Antakse ülevaade kuluarvestuse- ja hinnakujunduse alustest.

Antud töös on kasutatud eesti- ja inglise keelseid allikad. Töö autor on kasutanud kirjandust, artikleid ja mitmed allikad internetist. Parema ülevaate saamiseks on kasutatud illustreerivaid pilte ja tabeleid.

Töö kolmandas osas analüüsib töö autor Ascar Autos kauba ja teenuse hinnakujunemise erinevaid meetodeid. Töö autor uurib erinevate brändide uute sõidukite hinnakujunemise eripärasid, mis tulenevad tootjapoolsetest nõuetest. Samuti kasutatud autode ning hoolduse ja varuosade hinnakujunemist erinevate näidete põhjal.

Kolmanda peatüki lõpus tugineb autor püstitatud probleemile ja selle lahendusele. Eelkõige kirjeldab ja analüüsib olemasolevat hinnakujundust ettevõttes ning seejärel autor pakub ettevõttele erinevad lahendused probleemi lihtsustamiseks.

Töö autor hakkas uurima erinevate mudelite sõidukite hinnakujunduse eripärasid ning tooma antud töös näiteid ja võrdlusi selle kohta. Sellega sai selgeks ettevõtte hinnakujunduse poliitika ja omahinna kalkuleerimise arvestuse käik.

Seejärel autor uuris töö põhilise probleemi ehk Opel'i uute sõidukite hinnakujunemise.

Uute Opel'i sõidukite müügikate õiglane kajastamine müügiperioodil on ettevõttes keeruline seoses tootja poolsete müügiboonuste saamisega hilisemal perioodil. Autopõhise müügitulude ja –kulude kajastamiseks ühes perioodis pakkus autor kaks võimalikku lahendust.

Ühe lahendusena pakkus töö autor tootja poolt esitatud Flex Care arve ja sama kulu krediteeriva dokumendi kajastamist bilansikontol 1493 muud viitlaekumised VIN põhiselt. Lõpptulemusena peab kontol jääma VIN põhine saldo 0 €.

Antud lahendusega ei jäänud rahule juhtkond, seoses sellega, et raamatupidamises on tööjõu ressursi puudus VIN põhise saldo haldamisel ja Opel'i tootja ebakorrapärase boonuste arvete esitamisega.

Teiseks lahenduseks oli sõidukile müügikuul tootja poolt esitatava lisagarantii arve kulu kande ja sama kulu hilisema krediidikande kajastamine kontol 4120 tootja boonused VIN-ta osakonna põhiselt. Niisugusel kajastamisel oleks auto müügikate müügiperioodil õige ja tootja poolne lisagarantii kulu mõjutaks tekkepõhiselt osakonna müügikatet.

Antud lahendusega jäi juhtkond rahule ja kaalub seda kasutusele võtmist.