

visit estonia

Hinnastamine ja finantsanalüüs  
turismiettevõtja ärimudelil  
25.05.2020

Kristo Krumm

Modereerib Indrek Maripuu

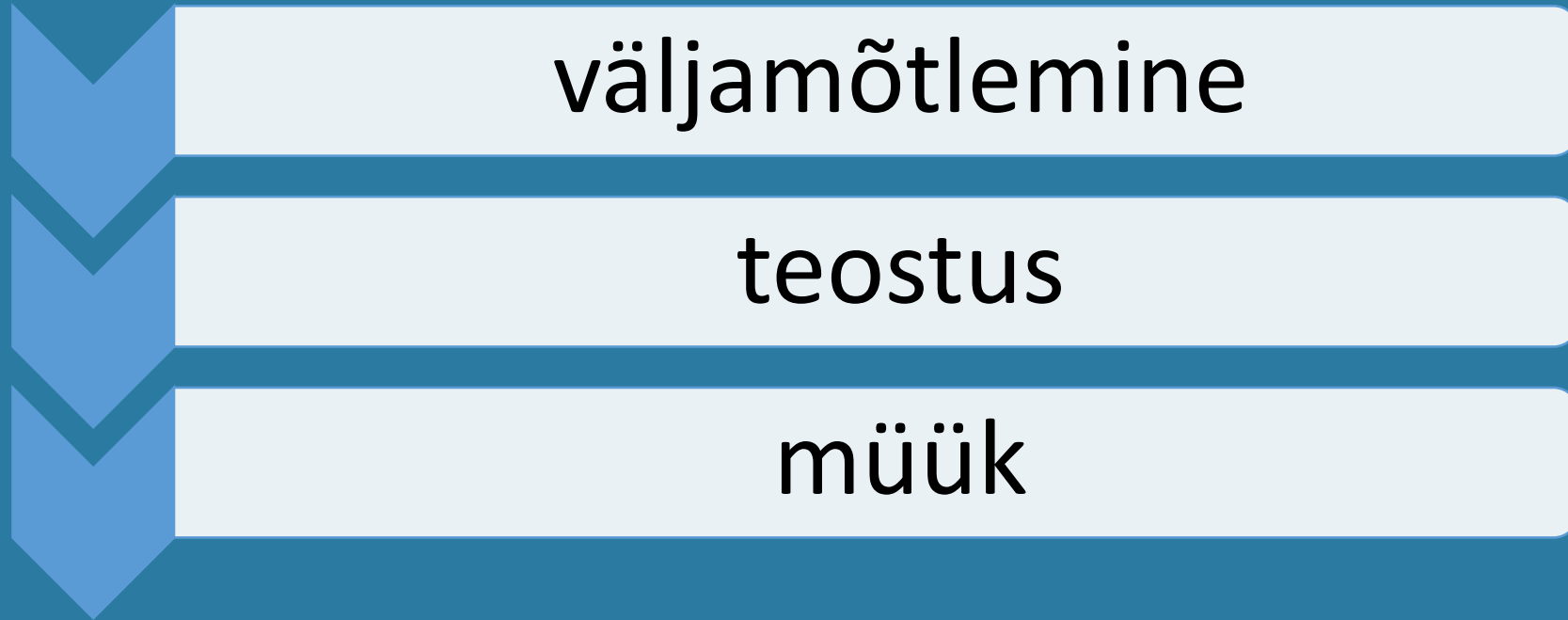


Euroopa Liit  
Euroopa  
Regionaalarengu Fond



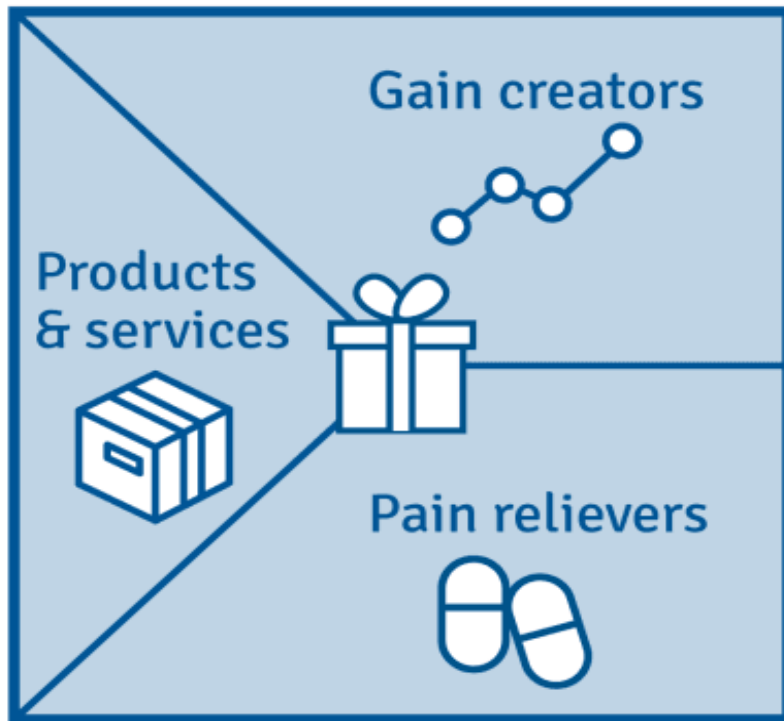
Eesti  
tuleviku heaks

# Väärtusahela ja ärimudeli seos

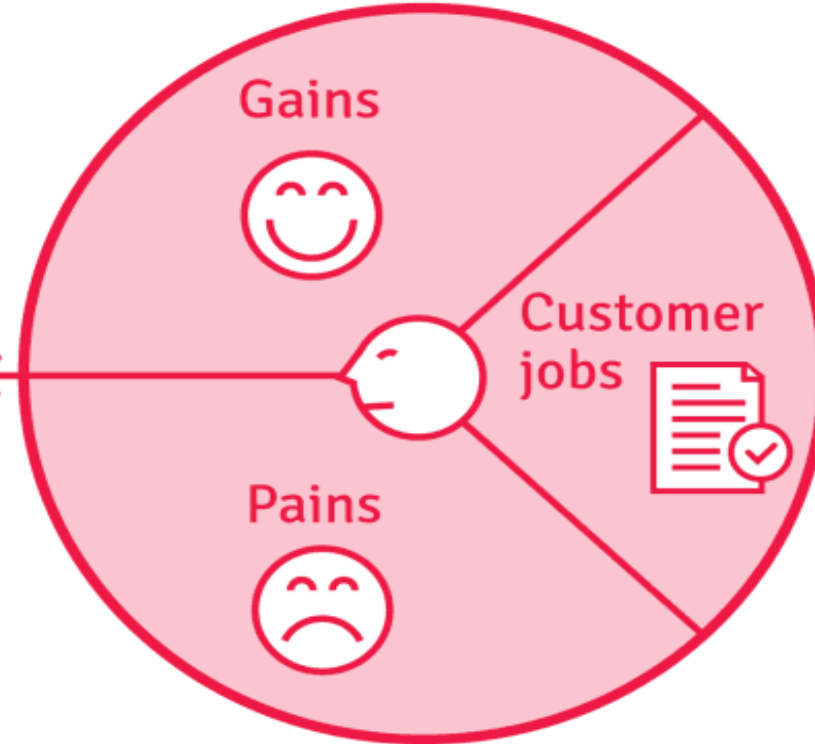


# Väärtuspakkumise loomine

## Value Proposition



## Customer Profile



# Hinnastamine lähtuvalt kliendi ostukäitumisest

Igasugune tarbimine on põhjustatud:

1. Vajadustest
2. Soovidest

Kuna inimesed aga ei ole kunagi 100% ratsionaalsed, siis enamuse meie tarbimisest moodustab emotsioonide ja nn ihade saavutamine:

- Praktilised ostuvajadused
- Emotsionaalsed ostuvajadused
- Sotsiaalsed ostuvajadused



# Hind teenusepakkuja ja kliendi vaatenurgast

## HIND:

- TOOTJA JAOKS TEENUSE LOOMISE MAKSUMUS
- TARBIJALE VÄÄRTUSE MÕÕDUPUU SAADAVA TEENUSE KASUTAMISEST

HIND KUJUNEB ETTEVÕTJA, TARBIJA JA KONKURENTIDE OOTUSTE JA TEGEVUSTE KOOSMÕJUL

# Hind, selle kujunemine ja hind kui väärtuspakkumise signaliseerija

- Müügihind, omahind, kasum, kasumimarginaal
- Hind kujuneb kas turupõhiselt või kulupõhiselt
- Hinna aluseks on alati  $\text{kulud} + \text{kasumimarginaal} = \text{müügihind}$
- Ajas püsiv hind vs kampaania/hooajapõhised allahindlused
- Kliendipõhine hinnastamine vs ühtne hind kogu turule
- Hinnavõtja roll vs hinnakujundaja
- Hind signaliseerib tarbijale toote/teenuse väärtust

# Hinnakujunduse alused ja teenuse tasuvus

Igasuguse (ka turismiteenused) hinnastamise aluseks on:

- Mõista hinda mõjutavaid tegureid
- Osata leida ja hinnata kulude mõju hinnastamisele
- Osta arvutada omahinda ja tasuvuspunkti
- Tunda turgu ja konkurente
- Leida optimaalne hind arvestades oma väärtuspakkumist



# Kuludega seotud põhimõisted

- Kõige laiemas laastus on **kulu** (cost, expense) mistahes majandusressursi loovutamise. Kulud võidakse firma raamatupidamises kajastada nii **lõplik kuluna kasumiaruandes** (näiteks rendikulu) kui ka **varana bilansis** (näiteks ettemakstud rent).
- **Kuluobjekt** (*cost object*) on igasugune toode, toiming, protsess, organisatsiooni allüksus, mis pakub huvi juhtidele ning eeldab kulu eraldi mõõtmist. Kuluobjektiks võivad olla näiteks üksiktööde, tootmisliin, teenus reklaamikampaania, turustusosakond, firma tervikuna.
- **Kulukäitur** – mingi sündmus või toiming, mille tulemusena tekib kulu ja mis kutsub esile kulude muutumise. Töötunnid, toodete arv, töötajate hulk jne.
- **Kululiik** – kulude grupeeritud jaotus nende tekkimise iseärasuse alusel
- **Kasumilävi** - on selline müügi maht (tootmismahut), mille puhul tulude ja kulude kogusummad on võrdsed (kõik kulud on kaetud tuludega) ja pole kasumit ega kahjumit (nn *nullkasum*). Müügi mahut suurenedes üle kasumit hakkab ettevõtte kasumit saama.

# Kulud ja nende kujunemine

OTSEKULUD

+

PÕHITEGEVUSE ÜLDKULUD

+

ORGANISATSIOONI ÜLDKULUD

=

KULUD KOKKU EHK KOGUKULUD

# Kulude seos tegevusmahuga

- **Muutuvkulud** ehk **muutkulud** (*variable costs*) on kulud, mis muutuvad koos kulukäituri muutumisega. Näiteks mingi perioodi jooksul kulutatud põhimaterjali kogus sõltub sellest, kui palju tooteühikuid valmistati.
- **Püsivkulud** ehk **püsikulud** (*fixed costs, nonvariable costs, standby costs*) on kulud, mis jäävad konstantseks nii tegevusmahu suurenemisel kui vähenemisel.

# Kulu-maht-kasum analüüs

Kulu-Maht-Kasum ehk KMK-analüüs (*Cost-Volume-Profit Analysis*) on kulude käitumise analüüs, mis lähtub kulude, müüginahu (tootmismahu) ja kasumi omavahelisest seosest.

KMK-analüüsi rakendatakse näiteks müügi- ja tootmisstruktuuri kujundamisel, hinnakujunduses, otsustamisel, seadmete asendamise otsustamisel, tulude ja kulude planeerimisel, tegurite mõju analüüsi teostamisel jne.

Ettevõtte tekkepõhised finantstulemused võib esitada lihtsa valemiga:

$$\text{kasum} = \text{kogutulu} - \text{kogukulu}$$

# Näidisülesanne

Firma pakub majutusteenuseid. Ettevõttel on põhivara, millelt arvestatakse kulumit 1200 eurot aastas. Ettevõttes on palgal 3 inimest, kes tegelevad otseselt majutuse ja klientidega, ühe töötaja palgakulu on 800 eurot kuus. Lisaks on ettevõttes tööl juht, palgaga 1500 eurot kuus, raamatupidaja töötasuga 1000 eurot kuus, turundusjuht palgaga 1200 eurot kuus.

Ettevõtte majandamine üldkulud moodustavad 3000 eurot kuus. Turunduse ja müügikulud on 1000 eurot kuus. Majutusasutuses on kokku 10 tuba, ühe toa muutuvad kulud on 20 eurot toa kohta voodiriiete jms puhastusele, 5 eurot kommunaalkuludele ja 5 eurot muudele kuludele.

Ettevõtte planeerib müüa kuus keskmise täituvusega 70% tubade koguarvust hinnaga 80 eurot toa eest.

Leida omahind ja tasuvuspunkt

# Ohutusvaru

Ohutusvaru on summa, mille võrra eelarvestatud müügikäive ületab müügikäibe kasumilävepunktis. Mida lähemal on tegelik tegevusmaht kasumilävele, seda suurem risk, et firma võib kahjumisse sattuda.

**ohutusvaru = eelarvestatud müügikäive – müügikäive kasumilävel**

Ohutusvaru on summa, mille võrra müügikäive võiks väheneda, ilma et firma kahjumisse satuks. Ohutusvaru võib väljendada ka naturaälühikutes.

visit estonia

Aitäh!



Euroopa Liit  
Euroopa  
Regionaalarengu Fond



Eesti  
tuleviku heaks