

**Agnes Ärmpalu**

**TOOTE OMAHINNA  
VÄHENDAMINE KANGA  
HANKEKULUDE OPTIMEERIMISE  
ABIL ETTEVÕTTES SEANIL OÜ**

**LÕPUTÖÖ**

Tallinn 2014

**Agnes Ärmpalu**

**TOOTE OMAHINNA  
VÄHENDAMINE KANGA  
HANKEKULUDE OPTIMEERIMISE  
ABIL ETTEVÕTTES SEANIL OÜ**

**LÕPUTÖÖ**

Rõiva- ja tekstiiliteaduskond  
Rõiva- ja tekstiiliala ressursikorralduse eriala

Tallinn 2014

Tõendan, et lõputöö on minu, Agnes Ärmpalu kirjutatud. Töö koostamisel kasutatud teiste autorite, sh juhendaja loome- ja teadustööde seisukohad on viidatud.

Lõputöö koostamine, kaitsmine ja selles sisalduv informatsioon on *prima facie* õppeotstarbeline ja töö on kaitstud autoriõiguse seadusega, mille kohaselt on autoril töö suhtes mittevoralised õigused. Juhul, kui seda lõputööd kasutatakse muudel põhjustel kui reprodutseerimine õppe- ja teaduslikel eesmärkidel, mis ei ole ajendatud ärilistest huvidest, siis laienevad lõputöö autorile lisaks mittevoralistele õigustele ka voralised õigused.

Lõputöö autor: Agnes Ärmpalu .....  
(allkiri ja kuupäev)

Üliõpilase kood r09080k

Õpperühm KRR81

Lõputöö vastab ülesandele ja kehtivatele nõuetele.

Juhendajad: Maria Churakova.....  
(allkiri ja kuupäev)

Heldi Kikas .....  
(allkiri ja kuupäev)

Kaitmisele lubatud “.....” ..... 20....a

Rõiva- ja tekstiiliteaduskonna dekaan

Mare-Ann Perkmann. ....  
(allkiri)

## SISUKORD

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Sissejuhatus .....                                                                                                   | 5  |
| 1. Toote hinna kujunemine ja kulude optimeerimine tootmisettevõttes .....                                            | 7  |
| 2. Tarnijate valimine .....                                                                                          | 11 |
| 2.1. Tarnijate hindamismeetodid .....                                                                                | 12 |
| 2.2. Suhtlus potentsiaalsete tarnijatega (päring ja pakkumus).....                                                   | 12 |
| 3. Kangaste transport välisriikidest .....                                                                           | 14 |
| 4. Toote omahinna kujunemine ettevõttes Seanil OÜ .....                                                              | 17 |
| 5. Potentsiaalsete tarnijate valimine ning võrdlus .....                                                             | 24 |
| 5.1. Potentsiaalsete tarnijate hindamine kanga hankekulude alusel .....                                              | 27 |
| 5.2. Potentsiaalsete tarnijate võrdlus olemasolevate tarnijatega.....                                                | 32 |
| 5.3. Järeldused ja ettepanekud .....                                                                                 | 34 |
| Kokkuvõte .....                                                                                                      | 36 |
| Summary .....                                                                                                        | 38 |
| Viidatud allikad .....                                                                                               | 40 |
| Lisad .....                                                                                                          | 43 |
| Lisa 1. Puuvillase kanga (kood 5208) eksport ja import EL ja teiste riikide vahel 2008.-2012.<br>Aastatel [34] ..... | 44 |
| Lisa 2. Satiinist padjapüüri, tekikoti ja voodilina omahinna arvutamine .....                                        | 45 |
| Lisa 3. Bjassist padjapüüri, tekikoti ja voodilina omahinna arvutamine .....                                         | 46 |

## SISSEJUHATUS

Kapitaliühingud nagu osaühing ja aktsiaselts on tulutaotlevad organisatsioonid - nende põhieesmärgiks on teenida kasumit [1]. Kasumi teenimise poole püüdlemisel on oluline ressursse efektiivselt kasutada ning seejuures on tähtis kulude juhtimine: kulude mõistmine, nende analüüsimine ja vajadusel optimeerimine. Kulude optimeerimisel tuleb saavutada ettevõtte vajadustele ja võimalustele võimalikult lähedane tulemus, aga samas mitte teha olulisi järelandmisi ettevõtte strategiast lähtuvatele kriteeriumitele, nagu näiteks toormaterjali kvaliteet, tarneaeagade pikkus jne. Osa ettevõtteid on siamaani liigselt keskendunud põhiliselt tootmisprotsesside kulude optimeerimisele, aga tegelikult kaaluvad enamikus organisatsioonides sisendlogistika kulud tootmiskorralduse kulud mitu korda üle, moodustades ligi kaks kolmandikku tootmisettevõtte kogukuludest [2]. Seega tasuks tootmisega tegelevatel ettevõtetel eelkõige keskenduda materjali hankekulude optimeerimisele.

Käesoleva lõputöö teemaks on “Toote omahinna vähendamine kanga hankekulude optimeerimise abil ettevõttes Seanil OÜ”. Antud lõputöö eesmärgiks on vähendada täiskasvanute voodipesude omahinda ettevõttes Seanil OÜ. Nimetatud ettevõtte jaoks on mainitud toodete omahinna vähendamine oluline konkurentsipüsivuse seisukohast, kuna konkurentidega samaväärse toote tootmine väiksemate kogukuludega annab ettevõttele konkurentsieelise [3: 164]. Seanil OÜ järgib hinnaliidri strateegiat, see tähendab, et jälgitakse pidevalt konkurentide tegevust ja hinnataset ning püütakse pakkuda oma toodet veidi soodsama hinnaga kui konkurendid. [4: 139]

Toote hind koosneb toote omahinnast ja marginaalist ning mõnigast mängimisruumi lõpphinnaga jätab ka marginaal, kuid pikemas perspektiivis on väga oluline optimeerida kulusid, mis moodustavad toote omahinna ehk kogukulu. Selleks, et toodete kogukulu vähendada, tuleb antud juhul optimeerida suurima osakaaluga kulu toote omahinnas - kanga hankekulu. Hetkel ostab ettevõtte tootmiseks kasutatavat kangast sisse Balti riikides, peamiselt Eestis, tegutsevatest tarnijatelt. Nüüdseks on ettevõtte tootmismahud kasvutendentsis ja vajadus kanga järgi pikemas perspektiivis suurenemas, selle tõttu on aktuaalseks muutunud ka võimalus tellida kangast otse tootjatelt. [5: 1-2] [4: 139]

Käesolevas lõputöös käsitletakse teoreetilistele materjalidele tuginedes toote hinna kujunemist ja sellest lähtuvalt kulude optimeerimist. Kuna optimeeritakse kanga hankekulusid, siis on tähtsal kohal potentsiaalsete tarnijate valimine ning nende võrdluse aluseks olev hindamismeetod (kulusuhtemeetod). Käsitletakse hinnapäringu koostamise põhimõtteid ning kangaste tarnimisega seonduvaid tegevusi ja sellega kaasnevaid kulusid. Antud lõputöö empiirilises osas analüüsitakse täpsemalt toote omahinna kujunemist ettevõttes Seanil OÜ ning selle alandamise võimalusi. Teoreetilistele materjalidele ja päringute vastustele tuginedes valitakse potentsiaalsed tarnijad välja Pakistani kangatootjate ning Eestis kanga hulgimüügiga tegelevate ettevõtete hulgast. Potentsiaalseid tarnijaid hinnatakse kulusuhte meetodil ja võrreldakse omavahel iga tarnijaga kaasnevaid kanga hankekulusid ning seda kas need on kõrgemad või madalamad, kui ettevõtte praegused hankekulud kanga sisseostmisel. Analüüsitakse ka konkreetsete toodete omahinda muutumist erinevate tarnijate valimisel.

Analüüsi tulemusena soovitakse leida vastus küsimusele, et milline tarnija oleks antud ettevõtte jaoks kuluefektiivsuse seisukohast sobivaim, et täiskavanute voodipesude omahind alaneks ning millise tarnijaga võiks Seanil OÜ tulevikus koostööd teha. Antud lõputöö tulemusi saab praktiliselt kasutada eelkõige ettevõtte Seanil OÜ ise, kuid antud lõputöö autori arvates on võimalik käesoleva uurimuse meetodeid rakendada ka teiste (tekstiiliala) väiketootjate puhul, kelle sooviks on tootmiseks vajamineva põhimaterjali hankekulude optimeerimine.

# **1. TOOTE HINNA KUJUNEMINE JA KULUDE OPTIMEERIMINE TOOTMISETTEVÖTTES**

Ressursside nappus on üheks peamiseks teguriks, mis mõjutab majandusotsuseid [6: 17]. Põhiküsimused, millele majandusteadus püüab vastust leida on [7: 5]:

- Mida toota?
- Kuidas toota?
- Kuidas ja kellele toodetud hüviseid jaotada?

Selleks, et eelpool mainitud probleeme lahendada on ühiskonnal võimalik kasutada järgnevaid tootmisressursse [8: 251]:

- Maa – Looduslikud ressursid (maavarad, õhk, vesi jne)
- Tööjõud – Inimkapital
- Kapital – Hooned, tööriistad, masinad, mida kasutatakse teiste kaupade või teenuste tootmiseks
- Ettevõtlus

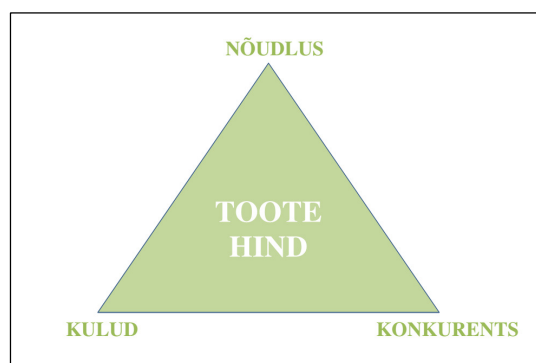
Ressursse kasutatakse selleks, et tekitada ettevõttele tulu kaupade ja teenuste tootmisega. Ressursse ei ole võimalik kasutada piiramatult, kuna nende kasutamiseks tuleb ettevõttel teha kulutusi ja tasuda konkreetsele ressursile määratud hind. [9: 469]

Kulu tekib ressursi kasutamisel ettevõtte poolt seatud eesmärkide täitmiseks – iga ressursi tuleb kasutada väärtuse loomiseks, vastasel juhul võib väita, et ressurss on raisatud. Selle tõttu tuleb kõik kulud seostada eesmärkide, strateegiate ja tegevustega, et oleks olemas selge ülevaade ettevõtte kuludest ehk toimub kulude juhtimine. Seoses ettevõtte kulude juhtimisega tuleks kindlasti käsitleda ka väärtusketi mõistet. Väärtuskett määrab ära omavahel seotud väärtust loovad tegevused, mis üldjuhul algavad tooraine saamisega hankijatelt, sellele järgnevad tootmis- ja turundustegevused ja lõpuks jõuab toode lõpptarbijani. Tööstusettevõtete puhul võib üldistatult välja tuua järgnevad väärtusketi etapid [10: 5] [3: 164-165]:

- Sissetulev logistika (tootmise põhimaterjalide hankimine ja ladustamine)
- Toote valmistamise protsess (tootmine, pakendamine ja kvaliteedikontroll)
- Väljaminev logistika (tellimuste töötlemine, ladustamine ja distributsioon)
- Turundus ja müük (müügipersonali tegevus ja reklaam)
- Järelteenindus (paigaldamine, hooldus jms.)

Väärtuse loomine, mis ületab selle tegemiseks tehtud kulutusi, on äritegevuse üks põhieesmärkidest. Ettevõtte saavutab konkurentsieelise teiste tootjate ees üksnes siis, kui ta sooritab väärtusketis olevaid tegevusi konkurentidest paremini ja väiksemate kulutustega – mida kõrgemad on ettevõtte kulud võrreldes konkurentidega, seda haavatavam ta on. [3: 164] [10: 5]

Hind on toote väärtus rahas väljendatuna. See viib tasakaalu eelpool mainitud komponentide nõudluse ja pakkumise ning toimib vaba ettevõtluse regulaatorina [8: 250-251]. Hinnakujunduses (vt joonist 1) tuleb arvesse võtta nii ettevõtte kulusid, konkurentide pakutavat hinda, kui ka tarbijate vajadusi (nõudlust) - ühtegi nimetatud teguritest ei tohiks alahinnata, hinnakujunduse eesmärgiks on leida tasakaal mainitud näitajate vahel. Hinnakujundamisel arvestatakse hinna alampiiriga, mille määravad tootja kulud, ja ülempiiriga, mille paneb paika tarbijate väärtustaju. Kui hind on madalam kui tootmiskulud, siis jäävad kulud osaliselt katmata ja kasum saamata, mis vastandub eraettevõtte toimimise põhimõttele - toota kasumit. Kui hind on tarbijate väärtustajust oluliselt kõrgem, siis jätavad nad antud toote ostmata ning ettevõttel jääb samuti soovitud kasum saamata. Seega ei tohi toote hind olla liialt madal, ega ka ülearu kõrge.



Joonis 1 Hinnakujunduse kolmnurk [8: 259]

Kulukesksel kui kõige levinumal hinnakujundusemeetodil lähtutakse järgnevast mudelist: Hind määratletakse, lisades kõigile kuludele soovitava/planeeritud kasumi [5: 1-2]. Seega antud meetodit kasutades on toote hind otseses sõltuvuses selle tootja tehtud kuludest (mida madalam on kulu, seda madalam on toote hind). Eristatakse kahte varianti juurdehindlusmeetod ja kasumiläve meetod.

Esimese meetodi puhul lisatakse toote omahinnale juurde arvestuslik hinnalisand ehk marginaal. Marginaali suuruse määrab müüja (antud juhul tootja), see peab olema piisavalt suur, et katta ettevõtte opereerimiskulud ning sealjuures toota ka ettevõttele kasumit. Kaubanduses lisatakse marginaal ostuhinnale, tootmises omahinnale. Kasumiläve meetodi puhul arvestatakse välja kasumilävepunkt ehk toodangu hulk ühikutes, mille puhul ettevõtte aastane sissetulek on võrdne kogukuludega. Sellest väiksema koguse müümisel on ettevõtte kahjumis ja suurema koguse puhul kasumis. Mõlema meetodi puuduseks on see, et hinnakujundusel ei võeta arvesse nõudluse muutumist. [8: 265-267]

Kulukeskse hinnakujunduse meetodi aluseks on kogukulude ehk toote omahinna jaotamine püsi- ja muutuvkuludeks. Toote omahind ehk kogukulu väljendab valmistatud toote või teenuse tootmiseks ettevalmistamise, tootmise ja müügi kulusid rahas. Muutuvkulud muutuvad vastavalt tootmismahule – kui tootmine suureneb, siis suurenevad ka muutuvkulud, nimetatud kuluks võivad olla näiteks toormaterjali, transpordi, lisandite ja pakendite kulud. Tööjõukulu võib olenevalt töö tasustamise laadist liigitada muutuvkulude või püsikulude alla - tükitöö puhul on see muutuvkulu, kindlaksmääratud kuupalgaga töö puhul püsikulu. Tööjõukulu moodustab toote omahinnast üldjuhul 15 - 20% [11: 159]. Püsikulud (nt. kindlustus, rendi- ja kommunaalkulud jmt) ei sõltu üldjuhul oluliselt tootmismahust, küll aga võivad muutuda pikas perspektiivis ja kordades suuremate tootmismahude puhul (nt. suurema tootmispinna rentimine ja rendikulu suurenemine sellega seoses). [5: 1-2] [8: 266] [12: 456-457]

Juhtkond püüab juhtida ettevõtet viisil, et kaupade müügist ja teenuste osutamisest saadav tulu oleks võimalikult suur ja ressursside kasutamisel tekkiv kulu väike, kuna erasektoris tegutseva ettevõtte eesmärgiks on teenida kasumit [9: 469]. Selleks tuleb ettevõttel pidevalt oma kulusid jälgida ning vajadusel optimeerida. "Optimeerimine seab protsessi eesmärgiks saavutada maksimaalselt hea tulemus mingite konkreetsete nõuete täitmisel"[4: 86]. Tootmise tasuvuse seisukohast on oluline saavutada võimalikult madal toote omahind, ilma et kannataks toodangu kvaliteet. „Ökonoomse majandamise eesmärk tingib vajaduse lisaks kulude üldsummale teada ka üksikute kuluelementide osakaalu selles ning viimaste analüüsi baasil otsida võimalusi kulude alandamiseks.“ [5: 37]

Toote omahinnast suurima osa moodustab antud juhul muutuvkulude alla kuuluv tootmises kasutatava põhimaterjali (kanga) hankekulu - toote kogukulust on see üldjuhul 40 - 50% [11: 159]. 2006. Aastal läbiviidud ostujuhtimisuuringu andmed näitavad seda, et materjali hankekulud moodustavad keskmiselt isegi ligi 63,5% tootmisettevõtte kogukuludest [2]. Kanga hind sõltub selle

kiulisest koostisest, sidusest, kvaliteedist ja tellitud kogusest. Tööjõukulude erinevuse ja toormaterjali kättesaadavuse tõttu erineb tekstiili hind erinevate tarnijate puhul ja riigiti. Lisaks toote või materjali hinnale tuleb hankekuludena arvesse võtta ka kulusid, mis kaasnevad toote liikumisega läbi tarneahela (tarnekulud) ning sellega kaasnevaid logistilisi tegevusi. [11: 154]

Ettevõtte ostuprotsessid peavad toetama ettevõtte äristrateegiat tervikuna. Üldistatult eksisteerib kaks peamist äristrateegiat: hinnaliidri strateegia ja eristumise strateegia. Hinnaliidri strateegi puhul on sageli tegemist tugeva kulude kontrolliga, toote standardimisega, odavamate toodete ning toote turuletuleku faasiga. Materjali hankimisel peavad ostukriteeriumid peegeldama ka ostuprioriteete – kui ettevõtte soovib olla hinnaliider, siis pööratakse suurt tähelepanu ostukulude optimeerimisele. Ostukulude erinevusi ja nende muutumist mõjutavad erinevate tarnijate puhul mitmed tegurid [3: 166] [3: 164]:

- ostetava ressursi erinev hind, mis sageli sõltub tarnija asukohast, samuti on oma osa ka riiklikel või kohalikel maksudel
- kasutatavad tootmisprotsessid, baastehnoloogia, automatiseeritus, saavutatud tootlikkus
- tegutsemiskulude erinevus, palgakulud, erinev organisatsiooni ülesehitus
- turustuskanaliga seotud kulud, mis võivad erinevate ettevõtete puhul olla väga varieeruvad
- rahvusvahelise konkurentsiga harudes inflatsiooni ja valuutakursside muutumise erinev mõju konkurentidele
- turunduskulude erinevus, sõltuvalt reklaamistrateegiast
- erinevad transpordikulud

## 2. TARNIJATE VALIMINE

Iga organisatsioon vajab toimimiseks mitmesuguste materjalide, toodete ja teenuste ostmist organisatsioonivälistelt tarnijatelt. Tarnijate valik omab ettevõtte tegevustes olulist osa - tähtis on tagada, et sisseost oleks tähtajaline ja ettevõtte kriteeriumitele vastava kvaliteediga. Heakskiidetud ja usaldusväärsete tarnijate kohta soovitatakse pidada andmebaasi. [13] [14: 360].

Kangatarnijaid saab üldise arusaama järgi jagada kaheks: tootjad ja vahendajad. Tootja valmistab kauba ise ja on üldjuhul huvitatud suuremate koguste korraga müümisest, selle tõttu on kehtestatud miinimumtellimuste piirid (MOQ). Vahendaja on ettevõtte, kes ostab suurtes kogustes kaupa otse tootjalt ja müüb edasi väiksemate kogustena. Antud ettevõttelt kangast ostes on peamiseks miinuseks see, et kauba hind on kõrgem, kui otse tootjalt ostes, kuna vahendaja lisab kanga ostuhinnale juurde oma marginaali, et teenida vahenduse pealt kasumit. Vahendajalt ostmisel on plussiks väiksem MOQ. [12: 332-334] [13] [4: 142]

Tarnijate kontaktide hankimiseks on mitmeid erinevaid võimalusi: erialamesside külastamine, erialased meediaväljaanded, erialaliidud, personaalne kontakt (müügiesindaja kaudu), partnerite ja tuttavate soovitusel, info otsing interneti vahendusel ja ettevõtete kodulehtede kaudu. Eelpoolmainitud kanaleid kasutades on võimalik koostada ettevõtetest andmebaas, mille alusel on kergem välja sõeluda sobivad tarnijakandidaadid. Kriteeriumid, mille alusel valik toimub, on ettevõtte enda määrata, sõltuvalt sellest, mida peetakse firma seisukohast oluliseks ja milline on ettevõtte tootmisspetsiifika. Lisaks kasutatakse uute tarnijate valikul, võimaluse korral, ka olemasolevate koostööpartnerite tingimustega võrdlemist. [13]

Traditsiooniliselt on hangitava subjekti (toode, materjal) hind olnud primaarseks kriteeriumiks hankeotsuste langetamisel. Tootjat puudutavatest aspektidest peetakse oluliseks veel toodangu kvaliteeti, kvaliteedikontrolli teostamist ja standardite järgimist, tootmisvõimalusi tehases ja tootmisvõimsust. Viimastel aastakümnetel on hakatud rohkem tähelepanu pöörama ka sotsiaalsele vastutusele ja keskkonnamõjule. Lisaks eelpoolmainitud tootjast sõltuvatele kriteeriumitele on olulised ka tootjast sõltumatud faktorid nagu: ettevõtte geograafiline asukoht, olemasolev infrastruktuur ja riiklikud kaubavahetust reguleerivad nõuded (ka riigi poliitilised ja majanduslikud tingimused). [15: 367-368]

## 2.1. Tarnijate hindamismeetodid

Tarnijate täpsemaks hindamiseks on olemas kolm meetodit, ostja valib sobiva meetodi sõltuvalt enda eelistustest, kas lähtudes siis hinnangu usaldusväärsusest või meetodi kasutamise lihtsusest. Meetodid on järgnevad [4: 142-143]:

- ”Kategoriametod – igale tarnijale, tegevusele (parameetritele) antakse skaalal (-, 0, +) hinnangud. Hinnangud liidetakse. Hinnangud antakse toote hinnale, kvaliteedile ja tarne kiirusele.
- Kulusuhtemetod – kulusuhtemetodis on esimeseks sammuks erinevate tarnijatega seotud kulutuste hindamine ning nende jagamine ostude suurusega. Antud kulutusteks võivad olla tarnijate kontrollimine (agendi palkamine), kommunikatsioonikulud, tellimiskulud jms. Teise sammuna liidetakse hinnangud toote hinnale.
- Kaalutud keskmine – antud meetodi puhul määratakse esiteks kindlaks erinevate parameetrite osakaal. Näiteks kvaliteedi osakaal võib olla 50%, lisateenuste osakaal 30% ja hinna osakaal 20%. Teise sammuna määratakse kindlaks erinevate tarnijate toimimise reiting. Kolmandaks korrutatatakse osakaalud ja reitingud. Neljanda sammuna järjestatakse tarnijad. ”

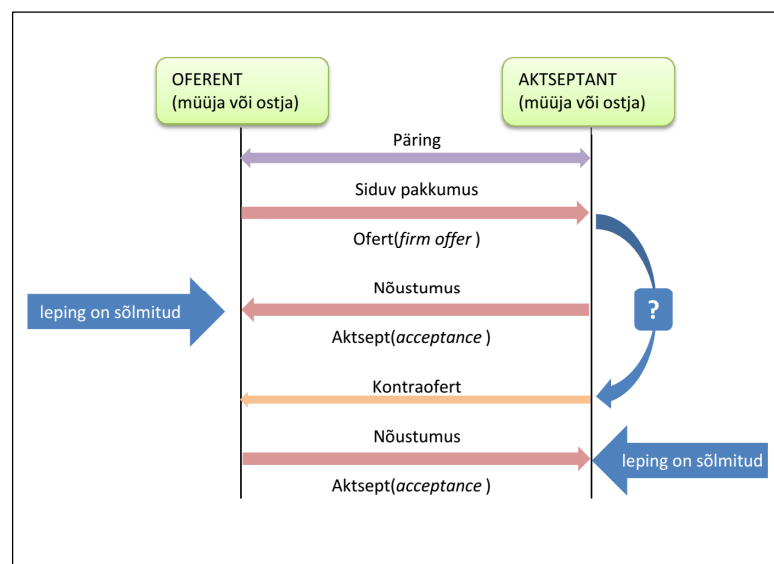
Hanke korraldamise ja tarnija valikumeeskonda peaksid kuuluma kõik hankimisega kokkupuutuvate valdkondade esindajad, et saavutada parim tulemus ettevõtte jaoks [13]. Kui esmane sorteerimine ja valik on tehtud, siis saadetakse täpsema informatsiooni ja pakkumuse saamiseks potentsiaalsetele tarnijatele päringud.

## 2.2. Suhtlus potentsiaalsete tarnijatega (päring ja pakkumus)

Hinnapäringu saatmise eesmärgiks on välja uurida, milliseid ostutingimusi pakub müüja, antud juhul kangatootja või vahendaja, ning kas antud tingimused vastavad ostja poolt seatud kriteeriumitele. Hinnapäring peab endas sisaldama vajalikku infot pakkumuse koostamiseks. Kanga hindade päringu puhul tuleb määratleda, milliste kangaste kohta infot soovitakse saada. Selleks kasutab Seanil OÜ peamiselt järgmisi kanga tehnilisi näitajaid, mis määravad konkreetse kanga omadused: kanga tüüp (sidus), kiuline koostis ning täpsema info saamiseks kanga kvaliteedi kohta kasutatakse ka näitajat lõngade arv. Lisaks eelpoolmainitud tehnilistele näitajatele on väga oluline info kanga laiuse kohta, kuna kanga laius määrab selle, kuidas on kõige optimaalsemalt võimalik juurdelõikuses paigutada konkreetse toote lekaalid ning muidugi mõjutab see ka kanga hindu. Kanga lõplik hind kujuneb vastavalt tellitud kogusele, kuna tarnijatel on üldiselt kindlaks määratud

miinimumtellimuse piir (MOQ) [11: 159]. Samuti on oluline ostjal ja müüjal jõuda kokkuleppele makse- ja tarnetingimuste osas, aga kuna need olenevad otseselt konkreetsest tellimusest, siis selles osas on võimalik läbi rääkida peale tarnija väljavalimist ja teistes tingimustes kokkuleppimist. [16]

Rahvusvahelises praktikas sõlmitakse müügilepingud tihti oferti ja aktsepti vormis (vt joonist 2). Käesoleval juhul saadab ostja kangatootjale või edasimüüjale hinnapäringu. Päringule vastuseks saadab müüja (antud juhul oferent) omapoolse pakkumuse ehk oferti. Oferti definitsioon sätestab, et "pakkumus on ofert, kui see on suunatud konkreetse(te)le isikule või isikutele; on piisavalt konkreetne, s.t on määratletud kaup, selle kogus ja hind või nende määramise kord; väljendab pakkuja kavatsust pidada ennast nõustumise korral seotuks edastatud pakkumisega." Kui ostja (antud juhul aktseptant) nõustub müüja pakkumusega teeb ta aktsepti. "Aktsept on oferti adressaadi avaldus või muu tegevus, mis väljendab nõusolekut. Selle muu tegevuse all mõistetakse näiteks kauba saatmist, arve tasumist, mis toimus oferti jõul või pooltevahelise varasema praktika alusel." Kui aktseptant soovib enne aktsepti tegemist pakkumuses olulisi muudatusi teha, esitab ta vastuseks kontraoferti. "Kontraofert on ofertile antud nõusoleku vastus, mis sisaldab täiendusi, piiranguid või muid muudatusi." Antud olukorras saab esialgsest aktseptandist pakkumuse (oferti) tingimusi muutes oferent ning kui esialgne oferent muudetud tingimustega nõus on, saab temast aktseptant. Rahvusvaheline ostu-müügileping on sõlmitud, kui aktsept on vastuoferti esitaja poolt kätte saadud. [17: 8-9]



Joonis 2 Lepingu sõlmimine oferti ja aktsepti vormis [17: 8]

### 3. KANGASTE TRANSPORT VÄLISRIIKIDEST

Hankeotsuste tegemisel tuleb lisaks konkreetset ostuga seonduvale arvesse võtta ka seda, kuidas ja milliste kuludega ostetud materjalid või tooted sihtkohta kohale toimetada. Transpordi puhul on tegemist logistika ühe põhitegevusega, mis seob omavahel erinevaid logistikategevusi ja realiseerib kaupade füüsilist liikumist tarneahelas. Ettevõtte logistika kogukuludes moodustavad transpordikulud suurima osa – 20 - 60% (Eesti tootmisettevõtetes keskmiselt 44%), ülejäänud osa moodustavad lao-, säilitus- ja halduskulud. [14: 218-219]

Logistika eesmärgiks on kaupade või materjalide liigutamine läbi tarneahela õigeaegselt, õiges koguses, õige informatsiooni alusel, õiges sortimendis ja õige kvaliteediga nende lõplikku õigesse sihtkohta. Logistika põhifunktsiooniks on suurendada tarneahela tõhusust. Logistika jaotub ettevõtte seisukohalt kolmeks [14: 29-30] [11: 84] [4: 155] :

1. Sisend- e. hankelogistika – tootmiseks vajaliku tooraine ja pooltoodete omandamine ning tootmisesse toimetamine
2. Materjalilogistika – tooraine- ja pooltoodeteveo organiseerimine tootmisprotsessi ajal
3. Jaotuslogistika – valmistoodete tarbijani toimetamine

Kui ettevõtte ei saa või ei soovi ise kaupade kohaletoimetamise korraldamisega tegeleda, siis on võimalik kasutada selleks nn kolmanda osapoole logistikat ehk ekspedeerija või logistikafirma teenuseid. Ekspedeerija on füüsiline või juriidiline isik, kes vastutab enda nimel ja kliendi arvel kaupade veo eest koos sellega kaasnevate ettevalmistavate- ja transporditegevustega. Logistikaettevõtte pakub ekspedeerijast laiemat teenuste valikut, mis ulatuvad transpordist, ladustamisest, tellimuste töötlemisest, varude haldamisest, lihtsatest tootmis- ja töötlemisoperatsioonidest müügijärgsete teenusteni. [14: 252-254]

Tänapäeval on põhiliseks tekstiili- ja rõivaste transportimise viisiks konteinervedu, mis 2005. Aasta seisuga moodustas 30,4% ülemaailmsetest merevedudest. Vähesel määral kasutatakse pikematel vahemaadel ka lennutransporti, aga üldiselt juhul, kui kauba kiire sihtkohta jõudmine on kriitilise tähtsusega ja kangas on massilt väike või kangas on väga suure väärtusega ja mõõduka tihedusega. Lennutranspordi puhul on miinusteks, võrreldes teiste veoviisidega, tunduvalt suuremad veotariifid

kaaluühiku kohta ja suhteliselt väike tarnemaht, plussiks on teiste tarneviisidega võrreldes lühem tarneaeg. Konteinerveo eeliseks on madalad veotariifid ja toimetulek suurte kaubavoogudega, kindlustusega seotud kulud on väiksemad, kui teiste veoviiside puhul ja konteinerit saab vajadusel kasutada ka ajutise laona. [11: 84] [14: 247-248]

”Konteiner on spetsiaalselt kaupade veoks valmistatud mahuti, mis on tugevdatud, virnastatav ja horisontaalselt või vertikaalselt teisaldatav”. See on ühtlasi ka laadimisühik, mille ühikuks on TEU. Peamiselt on kasutuses kaks erineva küljepikkusega konteinerit: 20-jalane (1 TEU), mille kasulik pikkus on 5,9 m, ja 40-jalane (2 TEU) konteiner, mille kasulik pikkus on 12,04 m. Mainitud konteinerite kasulik laius on mõlemal juhul 2,32 m ja kasulik kõrgus 2,35 m. Konteineravedude puhul on suureks eeliseks ka multimodaalse transpordi võimalus - kaupade vedu vähemalt kahe erineva transpordiliigiga, kus üks veokorraldaja vastutab kogu transpordiahela eest. Antud juhul ei teki vajadust kaupade ümberpaigutamiseks konteineris, kuna ISO standarditele vastavad konteinerid sobituvad vajadusel nii laevale, rongile, kui ka veoautole. [14: 247-248] [18: 20]

Transpordikulud ühiku kohta on väiksemad kui tellimus täidab kogu konteineri (FCL – Full container load). Kui kauba kogus ei täida kogu konteinerit (LCL – Less container load), siis efektiivsuse mõttes paigutatakse ühte sadamasse saadetavad kaubad tavaliselt samadesse konteineritesse. Kauba mass ei ole antud veoviisi puhul oluline, kuna maksustamine toimub mahu alusel. Antud veoliigi puhul on miinuseks see, et konteinervedu on suhteliselt aeglane (nt kauba jõudmine Pakistanist Eestisse võtab aega umbes ühe kuu) ja sellel põhjusel tuleks antud transpordiliigi kasutamisel veod ajaliselt täpselt ette planeerida ja arvestada pikema tarneajaga. [11: 84]

Kaupade transportimine pikkadel vahemaadel erinevate riikide vahel võib sisaldada mitmeid ohtusid. Kaubad võivad minna kaotsi või viga saada, samuti võib juhtuda, et tarne viibib või jääb üldse tulemata, kuna teine osapool on oma kohustusi valesti mõistnud. Isegi kui mõlemad osapooled toimivad hoolikalt võib siiski tekkida tülisid kohustuste, kulude või riskide jaotamisel. Selle tõttu on kindlaks määratud ühtsed tarneklauslid - Incoterms, mis antud riske vähendavad. Incoterms tarneklauslid määratlevad täpselt ostja ja müüja vahelise vastutuse piirid. Incotermsi reeglistik on koostatud Rahvusvahelise Kaubanduskoja poolt ning klauslite eesmärgiks on jõuda ühtse tõlgendamiseni kõikjal maailmas. Järgnevalt on välja toodud kahe tarneklausli definitsioonid, mis on peamiselt kasutusel konteineravedude puhul [17: 12]:

- FOB – Free on Board - Franko laeva pardal. Kasutatakse ainult laevaveo puhul. Antud tarneklausel on konteinervedude puhul enim kasutatav. Müüja on oma tarnekohustuse täitnud, kui kaup on ületanud laeva reelingu nimetatud lastimissadamas. Sellest hetkest lähevad kõik kaubaga seonduvad kulud ja kauba kadumise või kahjustamise risk müüjalt ostjale üle. Kõik ekspordi-tolliformaalsused ja sellega kaasnevad kulud ning riski kannab müüja, ülejäänud tolliformaalsused aga ostja. [19: 23]
- CIP - Carriage and Insurance Paid to - Vedu ja kindlustus makstud kuni. Antud tarneklauslit kasutatakse kõigi veoviiside (kaasa arvatud multimodaalne vedu) puhul. Sellekohaselt peab müüja sõlmima veolepingu kauba veoks nimetatud sihtkohani ostja maal ning kindlustama kauba ostja kasuks veo ajal. Vaatamata sellele, et veolepingu sõlmib müüja, on ka selle klausli puhul tarne sooritatud, kui kaup on üle antud vedajale. See on ka riski ülemineku hetk müüjalt ostjale. Müüja kanda on kõik ekspordi-tolliformaalsused ja sellega kaasnevad kulud. Ostja kohustuseks jäävad tolliformaalsused kauba impordil. [19: 30]

Tarneklauslite tundmine on ostja jaoks oluline, kuna need määravad ära millised kulutused sisalduvad juba tellimuse hinnas. Täpselt sama kauba hind võib muutuda sõltuvalt kasutatavast tarneklauslist. Näiteks, kui märgitud on kauba FOB hind ja CIP hind, mis on mõlemad samas summas, siis FOB hind tähendab ostja jaoks suuremat rahalist kulu kui CIP hind, kuna müüjale tasutud kauba hinnale lisanduvad juurde tarne- ja kindlustusega ning impordi-tolliformaalsustega seonduvad kulud. CIP hinna puhul tasub müüja transpordi eest kuni kaup jõuab kokkulepitud sihtkohani ostja maal. Ostjal tuleb tasuda impordi-tolliformaalsustega kaasnevad kulud.

## **4. TOOTE OMAHINNA KUJUNEMINE ETTEVÖTTES SEANIL OÜ**

Seanil OÜ on tegutsenud Eesti tekstiiliturul ligi 15 aastat tootes kodutekstiili ja laste tekstiiltooteid [20]. Hetkel on ettevõtte prioriteediks täiskasvanute voodipesude tootmine, aga vähemal määral toodetakse ka beebitarbeid. Tooteid müüakse Milana kaubamärgi all. Kõik Milana tooted on valmistatud Eestis Seanil OÜ enda poolt ja on mõeldud hinnatundlikumale tarbijale, kes eelistab samas Eestimaist ja nahasõbralikust materjalist toodet.

Müük on peamiselt suunatud Eestis tegutsevatele kauplustekettidele, selle tõttu ei oma ettevõtte ka füüsiliselt eksisteerivat poodi. Suurimateks klientideks on: Selver AS, Prisma Peremarket AS, ETK Jaekaubandus AS ja Kaubamaja AS. Lastetooted on laiemas valikus saadaval ettevõtte Kotryna OÜ alla kuuluvates lastekaupade poodides: Baby City, Cipollino, Juku ja Kaks Karu ning lisaks ka Beebikeskus (AS Greifto) ja BeebiCenter (Fliis Trade OÜ). Seanil OÜ tooteid on nii eraklientidel, kui ka äriklientidel võimalik tellida ka läbi e-poe ([www.milana.ee](http://www.milana.ee)). Ettevõtte teostab lisaks ka allhanketöid.

Seanil OÜ kasutab voodipesude tootmiseks ainult puuvillakiust kangaid: satiini ja bjassi. Kangast hangitakse hetkel põhiliselt Baltikumis asuvatelt tarnijatelt, kellest enamus tegelevad vahendusega (hulgimüüjad). Täiskasvanute voodipesude tootmisel kasutatakse kahes erinevas laiuses (240 cm ja 220 cm) ja kahe erineva viimistlusega (ühevärviline ja trükimustriline) kangast (vt tabelit 1), erineva mustridisainiga kangaid on kasutuses seitse. Õmblustehnoloogiast tulenevalt kasutatakse tekikottide valmistamisel kangast sellises suunas, et tekikoti pikem külg on kanga koelõngade suunaline, (220 cm laiusega kangast valmib tekikott pikkusega 210 cm) ning selle tõttu on tekikoti laiust (lõimelõngade suunaline) võimalik rohkem varieerida.

Satiinkangaste puhul kasutab Seanil OÜ kangaid, mille lõngade arv on 40 x 40 lõnga/'' või 130 x 70 lõnga/'', bjassi puhul 30 x 30 lõnga/'' või 76 x 68 lõnga/'', esimene number tähistab lõimelõngade ja teine koelõngade arvu. Suurem lõngade arv näitab paremat kanga kvaliteeti, tihedam kangas ei ole nii kergesti kokkutõmbuv, hargneb vähem ning on vähem aldis lõngade kaardumisele [21: 264-265]. Tabelis 1 on välja toodud ka nimetatud kangaste praegused hankekulud, mis koosnevad kanga ostuhinnast ja lisanduvatest tarnekuludest, kuna ostja tasub antud

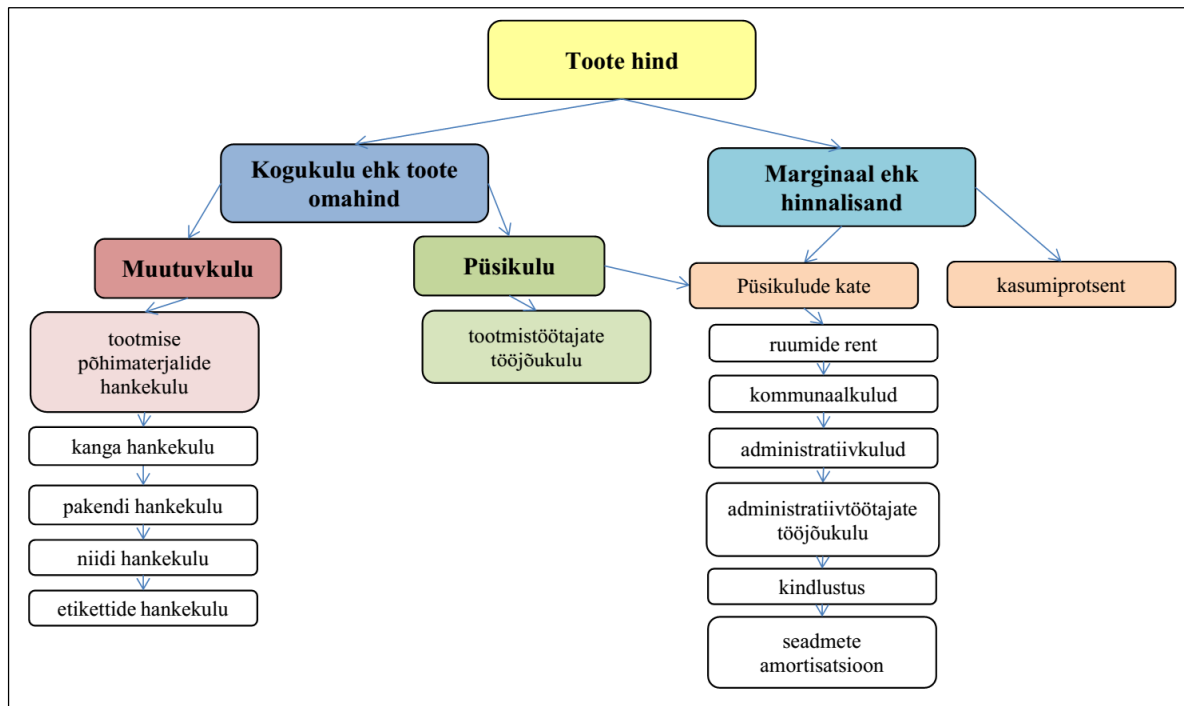
juhul ka transpordi eest. Kõige madalam on trükimustrilise bjassi laiusega 220 cm hankekulu, mis on 1,75 €, ja kõige kõrgem on hankekulu ühevärvilisel satiinil, mis ongi üldjuhul kallim kui bjass, laiusega 240 cm, mis on 3,4 €.

Tabel 1

Seanil OÜ tootmises kasutatavad kangad

| <b>Tooterühm</b>     | <b>Kangas</b> | <b>Viimistlus</b> | <b>Kiuline koostis</b> | <b>Kanga laius, cm</b> | <b>Lõngade arv, lõnga/''</b> | <b>Praegune hankekulu, €</b> |
|----------------------|---------------|-------------------|------------------------|------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Täiskasvanute tooted | satiin        | ühevärviline      | 100% CO                | 240                    | 40 x 40 või 130 x 70         | 3,4                          |
| Täiskasvanute tooted | satiin        | trükimustriline   | 100% CO                | 220                    | 40 x 40 või 130 x 70         | 3,2                          |
| Täiskasvanute tooted | bjass         | ühevärviline      | 100% CO                | 240                    | 30 x 30 või 76 x 68          | 2,6                          |
| Täiskasvanute tooted | bjass         | trükimustriline   | 100% CO                | 220                    | 30 x 30 või 76 x 68          | 1,75                         |

Ettevõtte Seanil OÜ äristrateegiaks on hinnaliidri strateegia. Kui ettevõtte äriliseks strateegiaks on olla hinnaliider, siis on oluline tegeleda pideva kulude kontrolliga ning pööratakse suut tähelepanu ostuhindadele [4: 139]. Nagu käesoleva töö teooriaosas on lahti seletatud, koosneb toote hind toote omahinnast, mis omakorda koosneb muutv- ja püsikuludest, ja marginaalist (vt joonist 3). Seanil OÜ jaotab ise toote omahinna järgmiselt: muutuvkulud, mille alla kuuluvad otseselt tootmismahust sõltuvad kulud, nagu tootmise põhimaterjalide hankekulu (kanga, pakendite, etikettide ja niidi hankekulu) ning tootmismahust mittesõltuv püsikulu, selle alla arvestatakse tootmistöötajate (õmblejad, juurdelõikaja, tehnoloog, pakkija) tööjõukulu, kuna antud ettevõttes toimub kõigi töötajate tasustamine kindlaksmääratud kuupalga alusel. Ülejäänud ettevõtte püsikulud (ruumide rent, kommunaal- ja administratiivkulud, administratiivtöötajate tööjõukulu, kindlustus ja seadmete amortisatsioon) arvestatakse käesoleval juhul juba marginaali sisse, et oleks võimalik selgelt eristada otseselt tootmisega seotud kulusid. Nimetatud kuludele lisatakse juurde ka oodatav kasumiprosent ja saadakse hinnalisand ehk marginaal.



Joonis 3 Toote hinna kujunemine ettevõttes Seanil OÜ

Teooriast lähtuvalt on suurima osakaaluga komponent toote omahinnas tootmise põhimaterjalide hankekulu. Selleks, et teada saada kuidas täpselt jagunevad kulud Seanil OÜ toodete puhul ja kas eelnev väide peab paika, vaadatakse järgnevalt kahte näidet. Mõlemad näited on koostatud voodipesukomplekti moodustavate toodete omahinna kujunemise põhjal, antud tooted on: padjapüür mõõtudega 50 x 60 cm, voodilina mõõtudega 150 x 240 cm ja tekikott mõõtudega 150 x 210 cm. Näide on koostatud voodipesukomplekti põhjal, kuna see hõlmab endas põhilisi Seanil OÜ poolt toodetavaid täiskasvanute tooteid ning seega peaks andma hea ülevaate kulude jagunemisest keskmiselt toodete omahinnas. Esimene näide on koostatud satiinkangast ja teine bjassist voodipesude kogukulude põhjal. Arvutustes on kasutatud kulunorme, mis on ettevõtte enda poolt juba varem töö käigus välja arvestatud ning ettevõtte olemasolevate tarnijate hankekulusid.

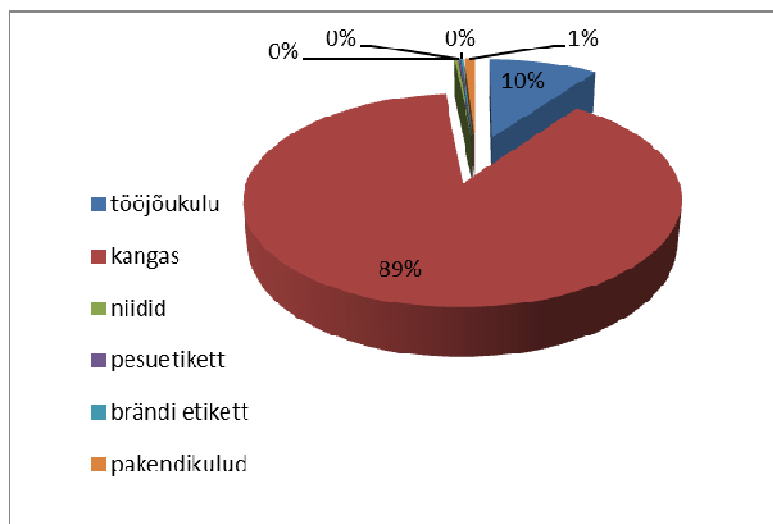
Esimese näite puhul on voodipesude kangaks valitud satiin (vt tabelit 2). Padjapüüri ja tekikoti põhimaterjaliks on trükimustriga satiin laiusel 220 cm. Voodilina on valmistatud ühevärvilisest satiinist laiusel 240 cm. Tabelis 2 on välja toodud antud toote omahind, seda kujundavad komponendid, nende hankekulu ja kulunorm konkreetse toote puhul ning rahaline kulu iga konkreetse komponendi kohta.

Tabel 2

## Satiinist voodipesukomplekti omahinna kujunemine

| omahind koosneb                                 | hankekulu, € | kulunorm | kulu antud tootele, € |
|-------------------------------------------------|--------------|----------|-----------------------|
| <b>kangas</b>                                   |              |          |                       |
| ühevärviline                                    | 3,400        | 1,617    | 5,498                 |
| trükimustriline                                 | 3,200        | 3,62     | 11,584                |
| <b>niidid</b>                                   | 0,0003       | 188      | 0,056                 |
| <b>pesuetikett</b>                              | 0,010        | 3        | 0,030                 |
| <b>brändi etikett</b>                           | 0,045        | 1        | 0,045                 |
| <b>pakendikulud</b>                             | 0,180        | 1        | 0,180                 |
| <b>tootmise põhimaterjalide hankekulu kokku</b> |              |          | <b>17,393</b>         |
| <b>tööjõukulu</b>                               |              |          | <b>1,920</b>          |
| komplekti omahind                               |              |          | <b>19,313</b>         |

Nagu tabelist 2 on näha, siis on antud komplekti puhul kolme toote omahinnaks 19,313 €. Suurimaks rahaliseks kuluks on kangakulu 17,082 €. Järgneb tööjõukulu suurusega 1,920 €, mis on ligi 9 korda väiksem kui vastav kangakulu. Pesuetikett tuleb lisada igale tootele, selle tõttu kulub neid antud juhul 3 tükki, ühe etiketi hind on 0,010 €, seega antud juhul on kulu 0,030 €. Voodipesude komplekt pakitakse ühte pakendisse, mille hind on 0,180 €, sama pakendit kasutatakse ka üksikute tekikottide pakkimisel, pakendile lisatakse üks Milana brändi etikett, mille hinnaks on 0,045 €. Joonisel 4 on toodud välja ka toodete omahinda kujundavate komponentide protsentuaalsed osakaalud kogukulus. Põhimaterjali kulu moodustab antud juhul 89% toodete omahinnast, mis on ülekaalukalt suurim kuluartikkel, tööjõukulu moodustab 10%, pakendikulu 1% ning etikettide ja niidikulu osakaal on võrreldes teiste kuludega marginaalne.



Joonis 4 Satiinist voodipesukomplekti omahinna moodustavate kulude jagunemine protsentuaalselt

Teise näite puhul on voodipesude kangaks bjass (vt tabelit 3). Padjapüüri ja tekikoti põhimaterjaliks on käesolevas näites trükimustriline bjass lausega 220 cm. Voodilina on valmistatud ühevärvilisest bjassist lausega 240 cm. Tabelis 3 on koondandmetena välja toodud antud voodipesude komplektis sisalduvate toodete omahind, seda kujundavad tegurid, vastavad kulunormid ja hankekulu ning konkreetne rahaline kulu iga omahinna komponendi puhul.

Tabel 3

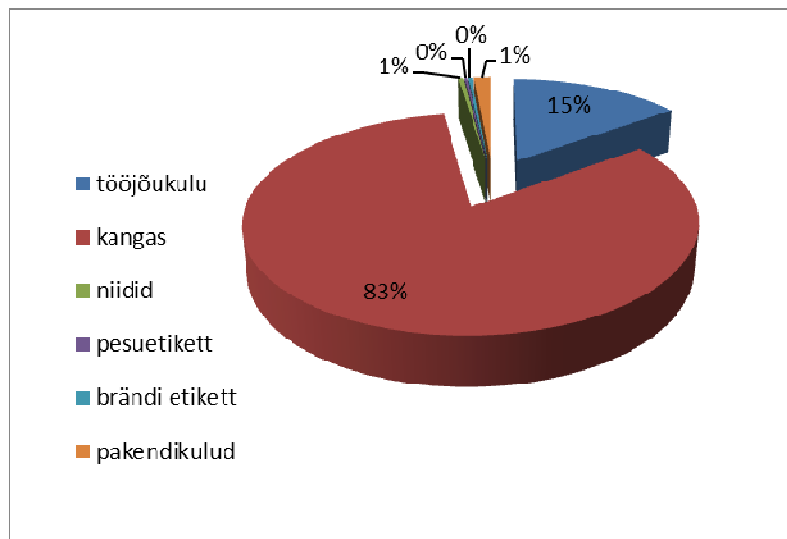
Bjassist voodipesukomplekti omahinna kujunemine

| omahind koosneb                                 | hankekulu, € | kulunorm | kulu antud tootele, € |
|-------------------------------------------------|--------------|----------|-----------------------|
| <b>kangas</b>                                   |              |          |                       |
| ühevärviline                                    | 2,600        | 1,617    | 4,204                 |
| trükimustriline                                 | 1,750        | 3,62     | 6,335                 |
| <b>niidid</b>                                   | 0,0003       | 188      | 0,056                 |
| <b>pesuetikett</b>                              | 0,010        | 3        | 0,030                 |
| <b>brändi etikett</b>                           | 0,045        | 1        | 0,045                 |
| <b>pakendikulud</b>                             | 0,180        | 1        | 0,180                 |
| <b>tootmise põhimaterjalide hankekulu kokku</b> |              |          | <b>10,851</b>         |
| <b>tööjõukulu</b>                               |              |          | <b>1,920</b>          |
| komplekti omahind                               |              |          | <b>12,771</b>         |

Nimetatud tabelis on näha, et bjassist voodipesukomplekti omahinnaks on 12,771 €, mis on üle 30% madalam kui satiinist komplekti omahind. Põhjuseks on see, et satiinist kanga hind ühiku kohta on kõrgem kui bjassil. Trükimustrilise bjassi hind on antud juhul 1,75 €/jm, kanga laius on 220 cm, sama lausega trükimustrilise satiini hind on nimetatud juhul 3,2 €/jm. Teised tabelis välja toodud näitajad on mainitud voodipesukomplekti puhul täpselt samad nagu esimese näite puhul, kuna toodete õmblemise tehnoloogia on mõlemal juhul ühesugune, materjalide ning niidi, etikettide ja pakendite kulunorm samuti.

Joonisel 5 on näidatud kuidas jagunevad antud kolme toote omahinda kujundavad komponendid protsentuaalselt. Suurima osakaaluga, nagu ka esimese näite puhul, on põhimaterjali ehk kanga kulu, mis antud juhul moodustab kogukulust 83%. Tööjõu osakaal on käesoleval juhul 15%, mis on veidi suurem kui eelmise näite puhul, kuna antud komplekti omahind on madalam kui satiinist voodipesude puhul, aga tööjõukulu kulunorm ja rahaline väärtus on mõlemal juhul sama - 1,920 €.

Niidi ja pakendikulu moodustavad kumbki kogukuludest 1% ning brändi ja pesuetiketi osakaal on võrreldes teiste kuluartiklitega marginaalne, nagu eelmise näite puhul.



Joonis 5 Bjassist voodipesukomplekti omahinna moodustavate kulude jagunemine protsentuaalselt

Nimetatud satiinist voodipesukomplektis sisalduvate toodete müügihinnaks (ilma käibemaksuta) on ettevõtte e-poes 37,88 €, bjassist toodete komplektil 23,65 €. Selleks, et teada saada kummagi hinna puhul arvestatud marginaali suurus tuleb müügihinnast lahutada maha toote omahind. Satiinist komplekti puhul on marginaaliks 18,567 €, mis moodustab 49% e-poe müügihinnast ning bjassist toodete marginaal on kokku 10,879 €, see on 46% mainitud toodete müügihinnast. Kaubakettidele pakutavate müügihindade puhul on marginaali osakaal väiksem, kuna sellele hinnale lisab ketipood juurde oma marginaali ning toote lõpphind peab olema tarbijale vastuvõetav. Nimetatud juhul on toodete realiseerimisel riskid Seanil OÜ jaoks väiksemad. Marginaalide suurus (e-poe müügihinnas) on eelpool toodud näidete puhul peaaegu samas suurusjärgus kui kanga hankekulu. Kuna marginaali suurus toote omahinda ei mõjuta, siis käesolevas töös ei peatuta nimetatud teemal pikemalt.

Eelnevate näidete põhjal võib väita, et toote omahinna vähendamisel annaks antud juhul tõenäoliselt kõige efektiivsema tulemuse muutuvkulude optimeerimine, täpsemalt tuleks keskenduda kanga hankekuludele, kuna see on suurima osakaaluga kuluartikkel toote omahinnas (käesoleval juhul osakaaluga 89% ja 83%), mida tõestasid ka eelnevad näited. Põhilist tähelepanu tuleks optimeerimisel pöörata sisseostetava kanga hinnale, mis erinevus sõltub suurel määral tarnijast, kuna transpordikulu ei oma kogukulus nii suurt kaalu. Käesoleval juhul tähendab optimeerimine hankekulude ülevaatamist ja analüüsimist ning vajadusel hankeviiside muutmist, eesmärgiga kulusid vähendada, pakkudes kliendile siiski samaväärset toodet, ehk mitte lubada olulisi muutusi

materjali omadustes ja kvaliteedis [4: 139]. Optimeerimisülesandeks käesoleva töö puhul on toote omahinna alandamine kanga hankekulude vähendamise abil. Hankekulude vähendamisel on tähtsaimaks osaks ettevõtte strateegiaga seotud kriteeriumitele vastavate tarnijate leidmine.

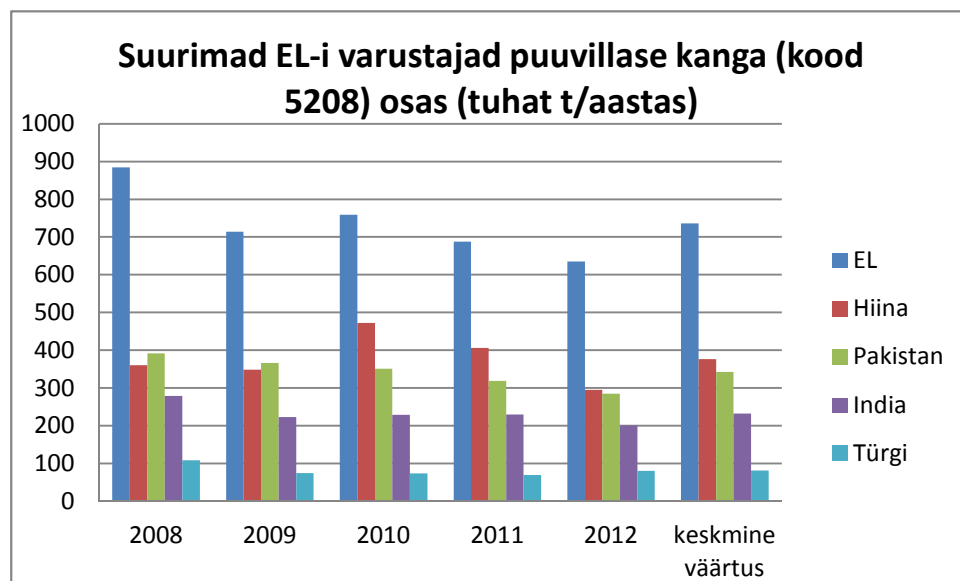
## 5. POTENTIAALSETE TARNIJATE VALIMINE NING VÕRDLUS

Kuna Seanil OÜ praegused tarnijad tegelevad põhiliselt kangaste vahendusega, siis võib eeldada, et nende pakutud kangaste müügihinnad on kõrgemad, kui tootjate poolt pakutavad. Seega soovis ettevõtte otsida tarnijaid ka välismaisete tootjate hulgast ning võrrelda nende kanga hankekulusid potentsiaalsete kohalike tarnijate ja oma praeguste tarnijate hankekuludega. Kanga hankekulud sisaldavad endas lisaks kanga müügihinnale ka selle tarnekulusid ning mõnigatel juhtudel võib tekkida ka lisakulusid seoses kauba tollimisega, tarnija kontrollimisega jms.

Eestist tarnijate leidmiseks kasutas käesoleva töö autor Eesti Majandustegevuse registrit. Sealt otsiti kanga hulgi müügi tegelevaid ettevõtteid EMTAK (Eesti Majanduse Tegevusalade Klassifikaator) koodi alusel. EMTAK on aluseks tegevusala määramisel, mis on omakorda oluliseks allikaks erineva valdkonnastatistika tootmisel. [22]. Lisaks mainitud otsingu abil leitud ettevõtetele on käesolevas töös kasutatud ka Seanil OÜ poolt enda tarbeks koostatud kangaste (hulgi)müügi alal tegutsevate ettevõtete andmebaasi. Nimetatud allikatest kogutud andmete põhjal koostati koostöös ettevõttega sorteeritud nimekirjad firmadest, kellele saadeti laiali päringud. Sorteerimise käigus jäeti nimekirjast välja ettevõtted, kelle kohta leidis internetis piisavalt palju infot, millest selgus, et antud ettevõtted ei tegele kangaste (hulgi)müügi või kes pakuvad müügiks Seanil OÜ-le mittesobiva kiulise koostisega (linakiust, sünteetilisest kiududest jms) tekstiile.

Välismaiste tarnijate valimisel keskendutakse antud töös kangatootjatele kui tarnijatele, kuna otse tootjalt kangast ostes on hind soodsam, kui vahendajate teenuseid kasutades [12: 332-334]. Välismaiste kangatootjate kontaktid on käesoleva töö tarbeks kogutud ettevõtete esindajatelt Frankfurdis toimunud kangamessilt Heimtextil 2014, mis toimus 2014. Aasta jaanuaris ja on üks suurimaid rahvusvahelisi kangamesse [23]. Mainitud üritusest võtsid Seanil OÜ esindajatena osa ettevõtte müügi- ja tegevjuht. Käesoleva töö tarbeks on välismaised tarnijad valitud Pakistanist. Oluliseks põhjuseks nimetatud otsuse tegemisel oli see, et antud riigis asuvate kangatootjate esindajaid oli Heimtextili messil mitmeid ning Seanil OÜ-l oli võimalik suhelda otse huvipakkuvate ettevõtetega ning koguda mitmeid kontakte. India kangatootjate kontakte ei õnnestunud ettevõttel nimetatud messilt saada, selle tõttu ei ole antud riigi tarnijaid käesolevas töös vaadeldud.

Teine põhjus miks valik tehti antud riigi kasuks on see, et mainitud riik on vastavalt Euroopa Komisjoni selleteemalisele raportile Euroopa Liitu (EL) kuuluvate riikide ja Hiina järel suurim EL-i puuvillakiust kangaga varustav riik (vt joonist 6). Täpsemalt varustab antud riik EL-i koodi 5208 (vastavalt ELi integreeritud tollitariifistikule) alla kuuluva puuvillakiust kangaga, mis on määratletud kui “puuvillane riie puuvillasisaldusega vähemalt 85% massist, pindtihedusega kuni 200 g/m<sup>2</sup>“ [24]. Jooniselt 6 on näha ka seda, et impordimahud Türgist EL-i on kordades väiksemad, kui Pakistani puhul, India on Pakistani järel impordimahu poolest järgmine suurim tarnija.



Joonis 5 Puuvillase kanga impordimahud EL-i aastate ja riikide lõikes [34]

Kuigi Hiina ja EL-i kuuluvad riigid on suurimad EL-i puuvillase kangaga varustajad, siis käesoleva töö võrdlus antud riikide tarnijaid ei hõlma. EL-i siseste tarnijate puhul on määrav väga kõrge hind (vt tabelit 4) - viie aasta keskmine on 1,59 €/kg, mis on üle kahe korra kõrgem Pakistani keskmisest hinnast. Hiina puhul ei ole antud kanga hind küll kordades kõrgem Pakistani keskmisest hinnast, aga on viimaste aastate lõikes pigem kasvutrendis olnud – viie aasta keskmine hind on 0,67 €/kg, samas kui Pakistani puhul on antud väärtus 0,60 €/kg. Oluliseks põhjuseks Hiina tarnijate võrdlusest väljajätmisel on ka see, et Hiina ja EL-i vahelise impordi puhul puudub tollimaksusoodustus, mis Pakistani puhul kehtib, selle tõttu on ka kanga hankekulud kõrgemad Hiinast materjali importides. Tollimaks Hiinast kanga importimisel on 8%, see tähendab, et Hiinast tellitud puuvillase kanga hind (koos tollimaksuga) on seega ligi 17% kõrgem kui Pakistani hind.

Tabel 4

Puuvillase kanga keskmised hinnad (€/kg) aastate lõikes suurimate EL-i importijate puhul [34]

| Jrk. Nr | Riik/riikide ühendus | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | Keskmine väärtus |
|---------|----------------------|------|------|------|------|------|------------------|
| 1       | EL                   | 1,54 | 1,47 | 1,52 | 1,75 | 1,67 | 1,59             |
| 2       | Hiina                | 0,64 | 0,56 | 0,59 | 0,81 | 0,76 | 0,672            |
| 3       | Pakistan             | 0,5  | 0,46 | 0,59 | 0,77 | 0,67 | 0,598            |
| 4       | India                | 0,31 | 0,3  | 0,39 | 0,49 | 0,44 | 0,386            |
| 5       | Türgi                | 1,25 | 1,41 | 1,45 | 1,74 | 1,44 | 1,458            |

Euroopa Liidu liikmesriigid on tolliliidus ning seega on kaotatud liikmesriikide omavahelised tollimaksud, kolmandate riikide suhtes on tolliliidusiseselt kehtestatud ühtsed tollimaksumäärad. Tollimaksu tuleb kaupade impordi eest tasuda nende sisseveol vabasse ringlusse lubamise tolliprotseduuri tolliformaalsuste käigus. Tollimaksu suurus sõltub kauba liigist, päritoluriigist ja ka tellitud kogusest. Hiinast ja Pakistanist on kauba importimisel tollimaksumäär tekstiiltoodete puhul on 8%. Kolmanda riigi tollimaksu ei kohaldata, kui teatavast riigist pärinevate kaupade suhtes on ühepoolselt kehtestatud erinev tollimaksumäär või kui kohaldatakse lepingutest tulenevaid soodustollimakse nagu Pakistanist imporditavate kaupade puhul. [25] [26] [27: 2]

EL rakendab Pakistani puhul üldist soodustuste süsteemi GSP, mis on ÜRO Kaubanduse- ja Arengu-konverentsi (UNCTAD) väljatöötatud ühepoolselt rakendatav süsteem, mis võimaldab arengumaade või nendega võrdsustatud territooriumide kaupade maksusoodustusega impordi arenenud maadesse viimase poolt kehtestatud tingimustel. Soodustused jagatakse üldise reegli kohaselt kahte gruppi: impordi seisukohast tundlikele toodetele arvestatakse 3,5 protsendipunktiline tollitariifi alandus, mitte-tundlikele (siia alla kuulub ka tekstiil) aga rakendatakse täielikku tollitariifi vabastust. Soodustused kehtivad 7200-le tootele 179-st arenguriigist. [28: 9] [29] [30]

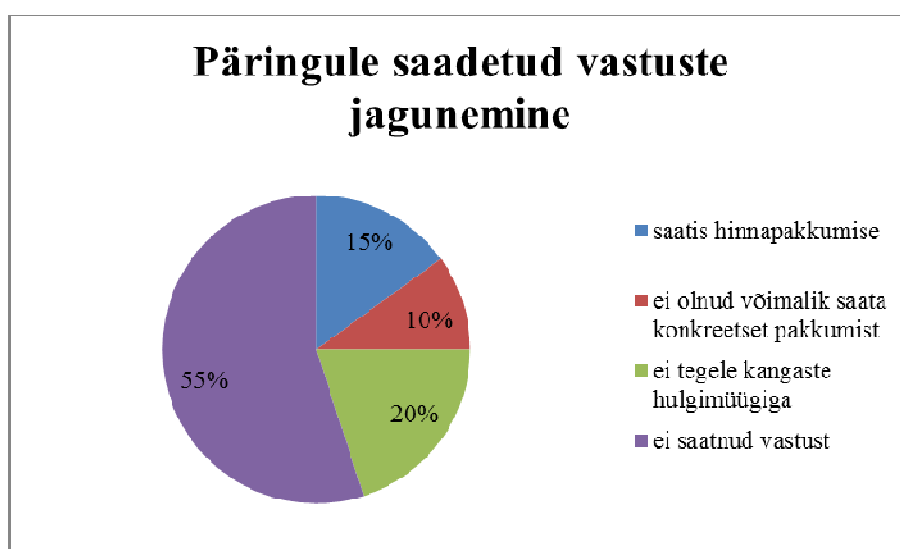
Pakistani peetakse heaks puuvillast valmistatud toodete hankeriigiks, eriti kodutekstiilide ja kangaste osas. Antud riik on ise maailmas suuruselt neljas puuvillatootja. Pakistan – kedratud lõnga ja viimistlemata puuvillase kanga tootjana, on tuntud järjepideva kvaliteedi ja suurte tootmisvõimsuste poolest. Eesti suhted Pakistaniga on head, kuid Eesti riik on huvitatud veelgi aktiivsemate majandussuhete arendamisest. Peamisteks importartikliteks Pakistanist Eestisse olid 2012. aastal tekstiil ja tekstiiltooted – 92% ning nahktooted – 3,4%, impordikäive oli 7,1 mln eurot. [31] [11: 382-383]

## 5.1. Potentsiaalsete tarnijate hindamine kanga hankekulude alusel

Potentsiaalsete tarnijate hindamiseks kasutatakse käesolevas töös kulusuhtemeetodit. Kuna peamiseks kriteeriumiks tarnija valikul on Seanil OÜ strateegiast lähtuvalt kanga hankekulu. Kulusuhtemeetodi puhul on esimeseks sammuks erinevate tarnijatega seotud kulutuste hindamine ning nende jagamine ostude kogusega (antud juhul tellimuse suurus, jm). Nimetatud kulutusteks võivad olla tarnijate kontrollimine (agendi palkamine), kommunikatsioonikulud, tellimiskulud, tarnekulud jms. Tulemuseks saadakse konkreetse kuluartikli väärtus ühe jm kohta. Teise sammuna liidetakse hinnangud toote hinnale. Antud juhul on tarnijatega seotud kulutusteks kohalike tarnijate puhul tarnekulu ning Pakistani tarnijate puhul tarnekulu, agendi ja ladustamise tasu ning kauba tollitoimingutega seotud kulud (maaklerteenuse, kauba deklareerimise ja tolliväärtusdeklaratsiooni tasud).

Kohalike tarnijate hulgast valiti välja 20 ettevõtet (vt joonist 7), kellele saadeti päringud. Üheksa ettevõtet vastasid ning vastajatest kolm saatsid ka oma hinnapakkumise. Ülejäänud ettevõtted ei saanud arvestatavaid vastuseid, mida käesolevas töös infoallikana kasutada saaks:

- Kaks ettevõtet vastasid, et ei ole võimalik saata konkreetset hinnapakkumist, kuna müügiks saavad nad pakkuda ainult kaupluses olemasolevaid kangaid, mille saadavust ei ole võimalik pikema perioodi vältel garanteerida.
- Neli ettevõtet vastasid, et ei tegele hulgimüügiga või puuvillaste kangaste müügiga.
- 11 ettevõtet (55% päringu adressaatidest) ei saanud päringule omapoolset vastust.



Joonis 7 Kohalike potentsiaalsete tarnijate päringute vastuste jagunemine

Suure mittevastajate osakaalu (55% vastajatest) põhjuseks võis olla see, et saadetud päringus oli mainitud, et antud infot kasutatakse lõputöö raames, mis võis mõjutada vastajate huvi pakkumise saatmise osas. Mittevastajate osakaal on küll suur, aga võttes arvesse seda, et 45% ettevõtetest siiski vastas ning nende hulgas ka ühed suuremad kangaste hulгимүүги alal tegutsevad ettevõtted Eestis, võib väita, et ettevõtteid, kes suudaksid Seanil OÜ-d varustada kõigi neile vajaminevate kangastega on Eestis suhteliselt vähe.

Potentsiaalsete tarnijate, keda on kokku 10, nimesid käesolevas töös ei avaldata, antud töö autoril ja Seanil OÜ-l on vastavad ettevõtete nimed teada, kuid töös on igale tarnijale antud nimetused: Tarnija 1, Tarnija 2 jne. Samuti ei avaldata antud töös ettevõtte praeguste tarnijate nimesid, vaid nimetatakse neid olemasolevateks tarnijateks.

Tabelis 5 on välja toodud kohalike potentsiaalsete tarnijate pakutud hinnad ehk sisseostu omahind (SOH) ning kanga hankekulu (HK) ehk kanga hind, millele on juurde arvestatud tarnekulud. Nimetatud kulud on välja arvatud kaubavedudega tegeleva ettevõtte (OSC Transport OÜ) hinnakirja põhjal, kes on Seanil OÜ olemasolev transporditeenuse pakkuja. Antud juhul on ühe EUR kaubaaluse transpordihinnaks 18,28 €. EUR kaubaaluse maksimaalsed mõõdud on 120 cm x 80 cm x 180 cm (kõrgus), kaal kuni 750 kg [32]. Seega ühele EUR kaubaalusele mahub keskmiselt 14 rulli kangast (1 rullis on orienteeruvalt 100 jm kangast) - 1400 jm kanga transpordi hinnaks on 18,28 €. Eestisisene kanga transpordikulu on seega 0,013 €/jm, mis mõjutab kanga hankekulu suhteliselt vähe. Tabelis 5 on näha, et Tarnija 3 saaks pakkuda kõiki Seanil OÜ-le vajaminevaid kangaid ja nende pakutud hinnad on võrreldes ülejäänud kahe potentsiaalse varustaja hindadega madalamad. Tarnija 1 ja Tarnija 2 pakuvad müügiks üks trükimustrilisi ja teine ühevärvilisi kangaid ja selle tõttu ei ole võimalik nende hindasid omavahel võrrelda.

Tabel 5

Kohalike potentsiaalsete tarnijate hinnapakumiste kokkuvõte

| KANGAD                 | Tarnija 1 |          | Tarnija 2 |          | Tarnija 3 |          |
|------------------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
|                        | SOH, €/jm | HK, €/jm | SOH, €/jm | HK, €/jm | SOH, €/jm | HK, €/jm |
| Ühevärviline kangas    |           |          |           |          |           |          |
| satiin, 240            | -         | -        | -         | -        | 3,20      | 3,21     |
| bjass, 240             | -         | -        | 1,95      | 1,96     | 1,90      | 1,91     |
| Trükimustriline kangas |           |          |           |          |           |          |
| satiin, 220            | 3,50      | 3,51     | -         | -        | 3,10      | 3,11     |
| bjass, 220             | 2,30      | 2,31     | -         | -        | 1,70      | 1,71     |

Seanil OÜ tellis Pakistani ettevõttest Tarnija 4 proovipartii, mis saabus Eestisse 2014. Aasta aprillis. Antud partii Eestisse importimise jaoks välja selgitatud tarne- ja lisakulusid (vt tabelit 6), mis lisanduvad kanga sisseostu omahinnale (SOH), on kasutatud käesolevas võrdluses ka ülejäänud Pakistani potentsiaalsete tarnijate kanga hankekulude (HK) arvutamisel. Nimetatud proovipartii suuruseks oli 1 TEU ehk ühe 20-jalase konteinertäis ning see mahutas endas 16 823 jm kangast. Tarnekulud antud tellimuse puhul olid 1350 €, seega mainitud kulu ühe jm kohta oli 0,08 €, mis on üle 16% kõrgem Eestisesest tarnekulust. Arvestada tuleks sellega, et kui tellimuse maht on suurem/väiksem täisarvu konteinerite mahust, siis kulud ühiku kohta kasvavad, kuna konteinervedude puhul arvestatakse transpordihinda TEU ühikute ehk täis konteineri mahu järgi. Antud juhul ei ole see probleemiks, kuna Seanil OÜ tellimismahud ei ole suuremad kui 1 TEU.

Tabel 6

Transpordi- ja lisakulude arvutamine kanga Pakistanist importimisel

| <b>Kulu</b>                                | <b>Summa, €</b>   |
|--------------------------------------------|-------------------|
| Tarnekulud                                 | 1 350,00 €        |
| 1 jm kohta                                 | 0,08 €            |
| Agendi tasu (tootmisettevõttes)            | 916,00 €          |
| Ladustamine, ühekordne tasu                | 200,00 €          |
| Kokku                                      | 1 116,00 €        |
| 1 jm kohta                                 | 0,07 €            |
| Deklareerimine                             | 28,30 €           |
| Maakleriteenus                             | 43,29 €           |
| Tolliväärtusdeklaratsioon                  | 9,00 €            |
| Kokku                                      | 80,59 €           |
| 1 jm kohta                                 | 0,005 €           |
| <b>Lisakulud kokku</b>                     | <b>2 546,59 €</b> |
| <b>Transpordi- ja lisakulud 1 jm kohta</b> | <b>0,15 €</b>     |

Pakistanist kaupa Eestisse importides on kohustuslik kauba saabumisel läbida vajalikud tollitoimingud- ja protseduurid. Seanil OÜ kasutas antud juhul tollimaakleri teenuseid, mille eest maksis 43,29 €; 28,30 € maksti kauba deklareerimise ning 9,00 € tolliväärtusdeklaratsiooni koostamise eest. Tollimaksu käesoleval juhul ei lisandu, kuna kanga impordil Pakistanist Eestisse kehtib GSP soodustuste süsteem, mis tähendab, et tollimaksumäär on 0%. Eelpoolnimetatud kuludele lisandus veel tasu agendile, kes oli tellijal Pakistanis kohapeal palgatud ning oli Seanil OÜ esindajaks kangatootja juures, tema ülesandeks oli kontrollida, et antud partii vastaks ostja

nõudmistele. Viimaseks lisakuluks on tasu kangaste ladustamise eest, mis on ühekordne tasu – 200 €, kuna Seanil OÜ ei oma piisavalt suurt laopinda, et ladustada korraga kogu konteineritait kangaid. Transpordi- ja lisakulude kogusummaks on antud juhul 2546,59 €, seega 0,15 € jm kohta.

Pakistani kangatootjatelt saabus kokku seitse hinnapakkumist, nende põhjal saadud hinnad on näha Tabelis 7. Esimestes tulpades on kirjas kanga sisseostu omahind ehk potentsiaalse tarnija pakutud hind USA dollarites ja eurodes. Kuna Pakistani tarnijad kajastavad oma hindu dollarites, siis tuli käesoleva töö autoril hinnad eurodeks teisendada. Teisendamisel kasutatud valuuta vahetuskurss on ajavahemiku 12.05.2013 - 12.05.2014 keskmine vahetuskurss Eesti Panga andmetel - 1,3765 \$ on võrdne 1 €- ga [33]. Kanga hankekulud on tähistatud lühendiga HK, selle all on välja toodud kanga sisseostuomahind koos tarne- ja lisakuludega ühiku kohta ehk Seanil OÜ kulu konkreetse kanga soetamisel.

Tabelis 7 on näha, et kõigi tarnijate puhul on olemas info 220 cm laiusega trükimustrilise bjass kanga hinna kohta. Antud juhul pakuvad nimetatud kangale kõige soodsamat hinda Tarnija 8 ja Tarnija 10, SOH on 1,31 € ja hankekulu 1,46 €, kõige kõrgem on mainitud kanga hankekulu Tarnija 4 puhul, vahe Tarnija 8 ja Tarnija 10 hankekuludega on 0,61 €. Tarnija 4 puhul on teada kõigi soovitud kangaste hinnad. 240 cm laiusega ühevärvilise bjassi hankekulu on 1,73 € ja satiiril 1,37 €, trükimustrilisel kangal laiusega 220 cm on hankekulude suurus vastavalt 2,07 € ja 1,49 €.

Tabel 7

Pakistani potentsiaalsete tarnijate saadetud hinnapakkumiste kokkuvõte

| KANGAD                 | Tarnija 4      |              |             | Tarnija 5      |              |             | Tarnija 6      |              |             | Tarnija 7      |              |             |
|------------------------|----------------|--------------|-------------|----------------|--------------|-------------|----------------|--------------|-------------|----------------|--------------|-------------|
|                        | SOH ,<br>\$/jm | SOH,<br>€/jm | HK,<br>€/jm | SOH ,<br>\$/jm | SOH,<br>€/jm | HK,<br>€/jm | SOH ,<br>\$/jm | SOH,<br>€/jm | HK,<br>€/jm | SOH ,<br>\$/jm | SOH,<br>€/jm | HK,<br>€/jm |
| Ühevärviline kangas    |                |              |             |                |              |             |                |              |             |                |              |             |
| satiin, 240            | 1,68           | 1,22         | 1,37        | -              | -            | -           | -              | -            | -           | -              | -            | -           |
| bjass, 240             | 2,18           | 1,58         | 1,73        | -              | -            | -           | -              | -            | -           | -              | -            | -           |
| Trükimustriline kangas |                |              |             |                |              |             |                |              |             |                |              |             |
| satiin, 220            | 1,85           | 1,34         | 1,49        | -              | -            | -           | -              | -            | -           | -              | -            | -           |
| bjass, 220             | 2,64           | 1,92         | 2,07        | 1,94           | 1,41         | 1,56        | 1,99           | 1,45         | 1,60        | 2,04           | 1,48         | 1,63        |
| KANGAD                 | Tarnija 8      |              |             | Tarnija 9      |              |             | Tarnija 10     |              |             |                |              |             |
|                        | SOH ,<br>\$/jm | SOH,<br>€/jm | HK,<br>€/jm | SOH ,<br>\$/jm | SOH,<br>€/jm | HK,<br>€/jm | SOH ,<br>\$/jm | SOH,<br>€/jm | HK,<br>€/jm |                |              |             |
| Ühevärviline kangas    |                |              |             |                |              |             |                |              |             |                |              |             |
| satiin, 240            | -              | -            | -           | -              | -            | -           | -              | -            | -           |                |              |             |
| bjass, 240             | -              | -            | -           | -              | -            | -           | -              | -            | -           |                |              |             |
| Trükimustriline kangas |                |              |             |                |              |             |                |              |             |                |              |             |
| satiin, 220            | -              | -            | -           | -              | -            | -           | -              | -            | -           |                |              |             |
| bjass, 220             | 1,80           | 1,31         | 1,46        | 1,85           | 1,34         | 1,50        | 1,80           | 1,31         | 1,46        |                |              |             |
| vahetuskurss (\$-€)    | 1,38           |              |             |                |              |             |                |              |             |                |              |             |

## 5.2.Potentsiaalsete tarnijate võrdlus olemasolevate tarnijatega

Tabelisse 8 on koondatud olemasolevate tarnijate ehk Seanil OÜ praegused kanga hankekulud ning potentsiaalsete tarnijate Eesti hulgimüüjate ja Pakistani kangatootjate hankekulud konkreetsete kangaste puhul. Trükimustrilisel satiinil ja bjassil oleksid hankekulud kõige kõrgemad Tarnija 1 valimisel (3,51 € ja 2,31 €), kõige madalamad (1,49 €) satiini puhul Tarnija 4 valimisel ja bjassi puhul (1,46€) Tarnija 8 või Tarnija 10 valimisel. Tarnija 8 ja Tarnija 10 pakuvad mõlemad nimetatud kangale ühesugust hinda ning seega on ka hankekulud mõlemal juhul kattuvad, antud tarnijate puhul ei ole teada milliseid hindasid pakuvad nad ülejäänud kangastele. Tarnija 4 hankekulud on kolme kanga puhul kõige madalamad, ainult trükimustriline bjass laiusega 220 cm on võrreldes praeguste hankekuludega 0,17 € kõrgem. Antud tulemuste põhjal võib väita, et hankekulud on üldiselt siiski tunduvalt madalamad Pakistani tarnijaid kasutades.

Tabel 8

Olemasolevate ja potentsiaalsete tarnijate kanga hankekulude võrdlus

| KANGAD                        |            | Ühevärviline kangas       |                           | Trükimustriline kangas     |                           |
|-------------------------------|------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------------|
|                               |            | Satiin, 240 cm<br>hind, € | Bjass, 240 cm,<br>hind, € | Satiin, 220 cm,<br>hind, € | Bjass, 220 cm,<br>hind, € |
| <b>Olemasolevad tarnijad</b>  |            | <b>3,40</b>               | <b>2,60</b>               | <b>3,20</b>                | <b>1,75</b>               |
| <b>Kohalikud<br/>tarnijad</b> | Tarnija 1  | -                         | -                         | 3,51                       | 2,31                      |
|                               | Tarnija 2  | -                         | 1,96                      | -                          | -                         |
|                               | Tarnija 3  | 3,21                      | 1,91                      | 3,11                       | 1,71                      |
| <b>Pakistani<br/>tarnijad</b> | Tarnija 4  | 1,37                      | 1,73                      | 1,49                       | 2,07                      |
|                               | Tarnija 5  | -                         | -                         | -                          | 1,56                      |
|                               | Tarnija 6  | -                         | -                         | -                          | 1,60                      |
|                               | Tarnija 7  | -                         | -                         | -                          | 1,64                      |
|                               | Tarnija 8  | -                         | -                         | -                          | 1,46                      |
|                               | Tarnija 9  | -                         | -                         | -                          | 1,50                      |
|                               | Tarnija 10 | -                         | -                         | -                          | 1,46                      |

Järgnevalt uuritakse lähemalt toote omahinna sõltuvust tarnija muutmisest. Selleks kasutatakse peatükis 4 toodud näiteid satiinist ja bjassist voodipesukomplektide (padjapüür, tekikott, lina) omahinna kujunemise kohta. Bjassist komplekti omahinna muutumine erinevate tarnijate puhul on välja toodud Tabelis 9. Esimeses reas on kirjas komplekti praegune omahind, mis on 12,771 €,

Tarnija 4 puhul muutusid nii trükimustrilise, kui ka ühevärvilise kanga hankekulud ja omahinnaks on 12,522 €, mis on praegusest omahinnast ligi 0,25 € (2%) võrra madalam, see tähendab, et olulist muutust ei ole. Tarnija 8 ja Tarnija 10 trükimustrilise bjassi hind ja hankekulu olid kõige madalamad, kuid nimetatud tarnijad ei pakkunud ühemustrilist bjassi, selle tõttu on kolmas omahind arvutatud nii, et trükimustrilise kanga hankekuludeks on võetud Pakistani tarnijate ja ühevärvilise kanga jaoks olemasolevate tarnijate hankekulu. Antud juhul saadakse voodipesukomplekti omahinnaks 11,720 €, mis on kolmest omahinnast kõige madalam, vahe praeguse omahinnaga on veidi üle ühe euro ehk üle 8 %.

Tabel 9

Bjassist voodipesukomplekti omahinna muutumine tarnijate vahetamisel

| Bjassist voodipesu-komplekt  | Kanga hankekulu toote kohta, €/jm |                              | Tootmise materjalide hankekulu (v.a. kangas), € | Tööjõukulu, € | Voodipesu-komplekti omahind, € |
|------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------|---------------|--------------------------------|
|                              | Ühevärviline kangas, €/jm         | Trükimustriline kangas, €/jm |                                                 |               |                                |
| <b>Olemasolevad tarnijad</b> | 2,60                              | 1,75                         | 0,311                                           | 1,92          | 12,771                         |
| <b>Tarnija 4</b>             | 1,73                              | 2,07                         | 0,311                                           | 1,92          | 12,522                         |
| <b>Tarnija 8 ja 10</b>       | 2,6 (praegune HK)                 | 1,46                         | 0,311                                           | 1,92          | 11,720                         |

Käesoleval juhul tuleks arvesse võtta seda, et Pakistanist tuleks seega tellida ainult trükimustrilist bjassi, kuna satiini ja ühevärvilist bjassi antud ettevõtte ei paku. Selleks, et kanga hankekulu oleks sama nagu toodud näites, tuleks nimetatud kangast tellida kogusega 1 TEU, mis võib Seanil OÜ tarbimist arvesse võttes osutada liiga suureks koguseks.

Tabel 10

Satiinist voodipesukomplekti omahinna muutumine tarnijate vahetamisel

| Satiinist voodipesu-komplekt | Kanga hankekulu toote kohta, €/jm |                              | Tootmise materjalide hankekulu (v.a. kangas), € | Tööjõukulu, € | Voodipesu-komplekti omahind, € |
|------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------|---------------|--------------------------------|
|                              | Ühevärviline kangas, €/jm         | Trükimustriline kangas, €/jm |                                                 |               |                                |
| <b>Olemasolevad tarnijad</b> | 3,40                              | 3,20                         | 0,311                                           | 1,92          | 19,313                         |
| <b>Tarnija 4</b>             | 1,37                              | 1,49                         | 0,311                                           | 1,92          | 9,840                          |

Tabelis 10 välja toodud andmete alusel on läbi viidud samasugune võrdlus nagu eelnevas näites lahti seletatud oli. Antud juhul on võrreldud satiinist voodipesukomplekti omahinna muutumist.

Komplekti praegune omahind on 19,313 €, Tarnija 4 kangaste kasutamisel muutuks omahind tunduvalt ning oleks 9,840 €, mis on ligi 51% madalam praegusest omahinnast.

EL rakendab Pakistani puhul üldist soodustuste süsteemi GSP, mis võimaldab maksusoodustusega kauba importi arengumaadest või nendega võrdsustatud territooriumidelt arenenud riikidesse. Hetkel on tänu nimetatud soodustuste süsteemile kangaste impordil Pakistanist EL-i tollimaksumäär 0%, mida on arvestatud käesoleva töö eelnevas osas tehtud arvutuste puhul, ilma soodustingimusteta oleks see 8%. Järgnevalt (vt tabelit 11) on välja toodud eelnevates näidetes kasutatud voodipesukomplektide omahinnad Tarnija 4 puhul, arvestades sellega kui tulevikus peaks tollimaksumaksusoodustus mingil põhjusel kaduma.

Tabel 11

Voodipesukomplektide omahinnad 8% tollimaksumäära puhul

| Voodipesu-<br>komplekt | Kanga hankekulu toote kohta, €/jm |                                 | Tootmise<br>materjalide<br>hankekulu<br>(v.a. kangas),<br>€ | Tööjõukulu,<br>€ | Voodipesu-<br>komplekti<br>omahind, € |
|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------------------|
|                        | Ühevärviline<br>kangas, €/jm      | Trükimustriline<br>kangas, €/jm |                                                             |                  |                                       |
| <b>Bjass</b>           | 2,88                              | 7,67                            | 0,311                                                       | 1,920            | 12,784                                |
| <b>Satiin</b>          | 2,30                              | 5,57                            | 0,311                                                       | 1,920            | 10,102                                |

0% soodus-tollimaksumäära puhul oli bjassist komplekti omahind 12,522 € ja 8% tollimaksumäära rakendumisel 12,784 €, mis on 0,262 € (ehk 2%) kõrgem. Võrdluses nimetatud komplekti praeguse omahinnaga, mis on 12,771 €, oleks komplekti omahind veidi kõrgem kui see hetkel on, vahe oleks antud juhul 0,013 €, mis on väga väike muutus. Satiinist komplekti omahind oleks 8% tollimaksu rakendumisel 10,102 €, mis on praegusest omahinnast (19,313 €) siiski 48% madalam. Isegi juhul, kui GSP soodustuste süsteem tulevikus enam Pakistanist imporditud kangaste puhul ei rakenduks, siis võib antud näidetele tuginedes väita, et ettevõttel Seanil OÜ tasub kangast siiski tellida Tarnijalt 4.

### 5.3.Järeldused ja ettepanekud

Eelpool välja toodud näidete puhul võib järeldada, et Seanil OÜ-l tasub oma olemasolevad tarnijad Pakistani tarnijate vastu välja vahetada. Antud juhul tuleb arvestada ka sellega, et Seanil OÜ sooviks on nii ühevärvilist, kui ka trükimustrilist satiini ja bjassi Pakistanist võimalusel hankida samalt tootjalt. Nimetatud soovi peamiseks põhjuseks on see, et Pakistani tarnijad on antud juhul kangatootjad, kellel on üldjuhul kehtestatud miinimumtelligimise piirid. Selle tõttu on ettevõttel,

nagu Seanil OÜ, kelle tellitud kogused ei ole väga suured (antud juhul oleks tellimuse mahuks 1 TEU), mõistlikum tellida kangast võimalusel ühelt tootjalt.

Kui Seanil OÜ sooviks oleks suuremal määral vähendada ainult bjassist voodipesude omahinda, siis tasuks kaaluda trükimustrilise bjassi sisseostmist Tarnijalt 8 või Tarnijalt 10 ning ühevärvilist bjassi hankida olemasolevalt tarnijalt või teistelt kohalikelt tarnijatelt. Nimetatud juhul tuleb arvestada sellega, et kui soovitakse Tarnijalt 4 tellida kangast näites toodud hankekuludega, siis tuleb trükimustrilise bjassi tarnemahtu oluliselt suurendada, et see oleks võrdne (või kordades suurem) 1 TEU-ga, kuna käesoleval juhul on tarnekulud arvestatud täiskonteineri mahu alusel. Hetkel Seanil OÜ nii suuri bjassi koguseid ei vajaks. Lisaks soovis ettevõtte Pakistani tarnijate puhul võimalusel tellida kogu vajamineva kanga ühelt tarnijalt.

Hetkel rakendub Pakistani kaupade impordil EL-i soodus-tollimaksumäär 0%. Eelnevas peatükis on välja toodud voodipesukomplektide omahindade võrdlus, juhul kui mainitud tollimaksumaksusoodustus peaks tulevikus kaduma. Isegi sellisel juhul, kui GSP soodustuste süsteem enam Pakistani kaupade puhul ei rakendu, võib antud näidetele tuginedes väita, et ettevõttel Seanil OÜ tasub siiski kangast tulevikus tellida Tarnijalt 4. Peamiseks põhjuseks on nimetatud tarnija satiinkanga tunduvalt madalam Seanil OÜ-le pakutav hind võrreldes ettevõtte praeguste tarnijate hindadega (voodipesukomplekti omahind väheneks 48%).

Käesoleva töö autori ettepanek Seanil OÜ-le on valida uueks kanga tarnijaks Tarnija 4, kuna nimetatud tootjal on võimalik pakkuda ettevõttele kõiki vajaminevaid kangaid ning kolme kanga puhul neljast on hankekulu tunduvalt madalam kui olemasolevate tarnijate puhul. Trükimustrilise bjassi (220 cm) hankekulud ei ole Tarnija 4 puhul küll kõigi tarnijate hankekuludest madalaimad ning selle tõttu on voodipesukomplekti omahinna vähenemine 2%, mis ei ole eriti märgatav alanemine, aga siiski on see madalam kui praegune omahind. Ülejäänud kangaste ja eriti satiini hankekulu annab antud juhul Seanil OÜ-le piisavalt suure rahalise võidu (satiinist voodipesukomplekti puhul väheneks omahind 51%), et ettevõttel oleks kasulik vahetada tarnijat.

## KOKKUVÕTE

Käesolevas töös leiti teoreetilistele materjalidele ja empiirikale tuginedes, et täiskasvanute voodipesude omahinna vähendamiseks ettevõttes Seanil OÜ tuleks eelkõige keskenduda kanga hankekulude opimeerimisele. Seda tuleks teha läbi tarnijate valiku, kuna tarnijatest olenev kanga hankekulu moodustab hetkel nimetatud ettevõttes 83-89% toote omahinnast ja on seega suurim omahinda mõjutav kuluartikkel.

Koostöös ettevõttega selgitati välja potentsiaalsed uued tarnijad, Eesti kanga hulgimüüjate ja Pakistani kangatootjate hulgast, ning mainitud tarnijatelt kanga tellimisega kaasnevad hankekulud (kanga müügihind, millele lisanduvad tarne- ja lisakulud). Välismaised tarnijad valiti Pakistanist, kuna nimetatud riigi kangatootjate kontaktid on Seanil OÜ-l olemas, need koguti kangamessil Heimtextil 2014 osalejatelt. Lisaks on Pakistan üks suurimatest puuvillase kanga tarnijatest EL-i jaoks ning mainitud riigis on kanga hind statistiliste andmete põhjal tunduvalt madalam, kui teiste suurimate tarnijate puhul (EL-i kuuluvad riigid ja Hiina). Hankekulude väljaselgitamiseks saadeti potentsiaalsetele tarnijatele nii Eestis, kui Pakistanis päringud, et teada saada kangaste ostuhinnad ning sinna juurde arvestati tarne- ja lisakulud kanga hankimisel.

Käesoleva töö autor võrdles potentsiaalsete tarnijatega kaasnevaid hankekulusid omavahel ja praeguste hankekuludega, analüüsis näidete abil konkreetsete toodete omahinna muutumist tarnija muutmisel. Nagu käesolevast tööst selgus, siis Pakistani tootjatelt kanga tellimisega kaasnevad hankekulud on üldjuhul madalamad, kui kohalikelt tarnijatelt (vahendajatelt) kangast tellides. Kõige suuremat kulude kokkuhoidu ettevõtte jaoks võimaldab satiini tellimine Tarnijalt 4, kuna antud tarnija kanga kasutamine voodipesude tootmisel alandaks käesolevas töös toodud näite põhjal voodipesukomplekti hinda ligi 51%. Bjaassist komplekti puhul oleks mainitud näite põhjal Tarnija 4 valimisel komplekti omahinna langus ligi 2%, mis näitab, et omahind alaneks, kuigi mitte oluliselt. Siiski satiini hankekulude märgatav alanemine kompenseeriks ka bjassi hankekulu väiksemat alanemist ja ettevõtte võidaks rahaliselt Tarnija 4 valikuga.

Seanil OÜ sooviks oli võimalusel hankida välismaistelt tarnijatelt kangast ühelt konkreetsetelt tarnijalt, et täis saada miinimumtellimuse piir. Eelneva põhjal võib väita, et kuluefektiivsuse seisukohast on ettevõttel kõige kasulikum vahetada oma praegused tarnijad välja Tarnija 4 vastu.

Tarnija 4 kangaste kasutamisel alaneb täiskasvanute voodipesude omahind (bjassist komplekti puhul 2% ja satiinist voodipesukomplekti puhul isegi 51%) ning käesoleva töö eesmärk on saavutatud.

## SUMMARY

The main goal of profit-seeking organizations is to get profit return. In the pursuit of making a profit, it is important to use resources efficiently. For the company it is important to practise cost management: to understand, to analyze and to optimize costs. When optimizing the costs, the main intention is to achieve the proximate outcome to the company's requirements and potentiality, while not making important concessions to company's strategy based criterias, e.g. quality of raw materials.

The topic of this thesis is „Optimization of fabric procurement costs with the aim of reducing the net cost of the product in Seanil OÜ“. The objective of this thesis is to decrease the net cost of the adults bedclothes in, which Seanil OÜ is manufacturing. For the company, it is important to lower the named cost in terms of competition. Manufacturing an equivalent product with lower net cost than the competitors, gives the company a competitive advantage.

The price of the product consists of the net cost and the price margin. It is possible to use the price margin to reduce the blanket price at the expanse of company's profit, but in long term it is very important to eventually optimize the product net costs. Based on theoretical and empirical materials, the best way to do that is optimizing the cost with the largest share in product net cost - which is fabric procurement cost. Procurement cost consists of fabric sales price, cost of delivery and sometimes overhead expenses accrue e.g agent cost, customs duty. At present moment the fabric procurement cost in Seanil OÜ accounts for 83-89% in the product net cost. Current suppliers are located in the Baltic States, mostly in Estonia, and most of them are dealers not manufacturers.

This thesis analyzes product pricing and cost optimization based on theoretical materials. Since the subject, that is being optimized in this thesis, is fabric procurement costs, choosing the potential suppliers and evaluating them is relevant. The method that is used for assessing the potential vendors is cost ratio method. This thesis deals with composing the price query for the vendors and operations related to shipping the fabrics, also costs that accompany this. The empirical part of this thesis analyzes formation and reduction of product net cost more accurately, from Seanil OÜ's point of view. In collaboration with the company the new potential vendors were selected from among Estonian fabric dealers and Pakistani manufacturers. The procurement costs, for using each

different chosen vendor, were ascertained. The first reason, why foreign suppliers were chosen from Pakistan, was that Seanil OÜ had enough contacts from that country, they were gathered from the international fabric fair Heimtextil 2014. In addition to that, Pakistan is one of the largest suppliers of cotton fabric for the EU (based on report, that was published by European Commission in the beginning of 2014) and based on the statistics the fabric price in the named country is much lower than in other major supplier countries - EU members and China.

The procurement costs of potential suppliers were compared with each other and with the existing procurement costs. Examples about specific products (bedding sets) net cost changes, in relation to changing the suppliers, were analyzed by the author of this thesis. The analyze revealed that the procurement costs, associated with the Pakistani fabric manufacturers, are generally lower than in case of using local suppliers. Choosing the Supplier 4, allows the greatest cost savings for satin fabric. Using the named vendor's fabrics would reduce the net cost of the satin bedding set about 51%. The net cost of the bedding set, that is made from sheeting, would be 2% lower than it currently is. However, a noticeable decrease in the procurement cost of satin compensates for the lower decrease of costs for purchasing the sheeting fabric. Since the net cost of the products would drop, which was the objective of this thesis, when choosing the Supplier 4, the author of the given thesis recommends Seanil OÜ to select the named vendor for the company's new supplier.

The results of this thesis can be practically used by Seanil OÜ. But the author also believes that the methods used in this study can be applied for other small manufactures in the field of textile, who have the same targets as Seanil OÜ has.

## VIIDATUD ALLIKAD

- [1] L. Viilup, „E-kursus Infosüsteemi kasutamine ja juhtimine,“ BCS Koolitus, 2011. [Võrgumaterjal]. Available: [http://www.e-uni.ee/e-kursused/eucip/juhtimine/111\\_organisatsioonide\\_vormid.html](http://www.e-uni.ee/e-kursused/eucip/juhtimine/111_organisatsioonide_vormid.html). [Kasutatud 8. mai 2014].
- [2] S. Slepukhov, „Ettevõtte keskenduvad liialt tootmiskuludele,“ Äripäev, 15. märts 2011.
- [3] J. Leimann, P.-H. Skärvad ja J. Teder, Strateegiline juhtimine, Tallinn: Külim, 2003.
- [4] T. Eikholm, Uuenduslik tootmine, Tallinn: Tallinna Tehnikaülikooli kirjastus, 2011.
- [5] „Toote hinna kujunemine,“ [Võrgumaterjal]. Available: [http://www.e-ope.ee/\\_download/euni\\_repository/file/2404/7%20Toote%20hinna%20kujunemine.pdf](http://www.e-ope.ee/_download/euni_repository/file/2404/7%20Toote%20hinna%20kujunemine.pdf). [Kasutatud 18. aprill 2014].
- [6] L. Tanning ja T. Tanning, Rahvusvaheline majandus I osa, Tallinn: OÜ Infotrükk, 2009.
- [7] I. Saar, „Mikroökonomika,“ 2010. [Võrgumaterjal]. Available: <http://www.cs.tlu.ee/filcore/wp-content/uploads/2012/05/Mikro%C3%B6konomika.-Konspekt-2010..pdf>. [Kasutatud 17. aprill 2014].
- [8] A. Vihalemm, Turunduse alused, Tallinn: Külim, 2008.
- [9] A. Tulvi, Logistika õpik kutsekoolidele, Tallinn: Innove, 2013.
- [10] A. Jaansoo, Kulude arvestus ja eelarvestamine, Tallinn: SA Innove, 2011.
- [11] G. I. Kunz ja M. B. Garner, Going Global - The Textile and Apparel Industry, New York: Fairchild Books, 2011.
- [12] R. Clodfelter, Retail Buying From Basic to Fashion, New York: Fairchild Books, 2013.
- [13] P. Pärna, „Sisendlogistika,“ [Võrgumaterjal]. Available: [http://lvrkk.ee/kristiina/Pertti\\_Parna/sisendlogistika/index.html](http://lvrkk.ee/kristiina/Pertti_Parna/sisendlogistika/index.html). [Kasutatud 18. aprill 2014].
- [14] A. Kiisler, Logistika ja tarneahela juhtimine, Tallinn: TTÜ Kirjastus, 2011.
- [15] L. D. Burns, K. K. Mullet ja N. O. Bryant, The Business on Fashion - Designing, Manufacturing and Marketing, New York: Fairchild Books, 2011.
- [16] Seanil OÜ, Hinnapäringu koostamise juhend ettevõttes Seanil OÜ, Tallinn.

- [17] J. Suursoo, Tarneahela haldamine I, Tallinn: Tallinna Tehnikakõrgkool, 2012.
- [18] Eurostati, ITFi ja ÜRO Euroopa Majanduskomisjoni sekretariaatidevaheline transpordistatistika töörühm, „Transpordistatistika sõnastik,“ [Võrgumaterjal]. Available: [http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/coded\\_files/transport\\_glossary\\_4\\_ed\\_ET.pdf](http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/coded_files/transport_glossary_4_ed_ET.pdf). [Kasutatud 18. aprill 2014].
- [19] P. Tiit Tammemägi, Tarneklauslid Incoterms. Kasutajajuhis, Tallinn: EAS, 2010.
- [20] Seanil OÜ, „Seanil OÜ kodulehekülg,“ [Võrgumaterjal]. Available: <http://www.milana.ee/>. [Kasutatud 14. märts 2014].
- [21] S. J. Kadolph, Textiles, New York: Pearson Education, 2010.
- [22] Registrite ja Infosüsteemide Keskus, „E-äriregister,“ [Võrgumaterjal]. Available: <http://www.rik.ee/et/e-ariregister/emtak-tegevusalad>. [Kasutatud 15. mai 2014].
- [23] „Heimtextil kodulehekülg,“ [Võrgumaterjal]. Available: <http://heimtextil.messefrankfurt.com/frankfurt/en/aussteller/willkommen.html>. [Kasutatud 15. aprill 2014].
- [24] „Eesti Tollitariifistik,“ [Võrgumaterjal]. Available: <https://vaarikas.emta.ee/emts/index.jsp>. [Kasutatud 28. aprill 2014].
- [25] Riigiportaal, „Ülevaade Eesti tollisüsteemist,“ [Võrgumaterjal]. Available: [https://www.eesti.ee/est/ettevotja/maksud\\_ja\\_toll/ulevaade\\_eesti\\_tollisusteemist](https://www.eesti.ee/est/ettevotja/maksud_ja_toll/ulevaade_eesti_tollisusteemist). [Kasutatud 12. mai 2014].
- [26] Rahandusministeerium, „Tollimaks,“ [Võrgumaterjal]. Available: <http://www.fin.ee/10117/>. [Kasutatud 12. mai 2014].
- [27] Eesti Maksu- ja Tolliamet, „Kolmanda riigi tollimaks,“ [Võrgumaterjal]. Available: [http://www.emta.ee/public/toll/Kolmanda\\_riigi\\_tollimaks\\_19072011.pdf](http://www.emta.ee/public/toll/Kolmanda_riigi_tollimaks_19072011.pdf). [Kasutatud 12. mai 2014].
- [28] A. Pihel, „Kauba päritolust, päritolutõenditest ja tollimaksusoodustustest,“ [Võrgumaterjal]. Available: [http://www.google.ee/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.emta.ee%2Fdoc.php%3F34160&ei=QW1NU8uoIpLT7Aajp4GI&usq=AFQjCNGPn5MxqOw5TEemFKf5ErHUBWHYqw&sig2=r\\_bHD9bHjzuqrYSSQu9WWw&bvm=bv.64764171,d.ZGU](http://www.google.ee/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.emta.ee%2Fdoc.php%3F34160&ei=QW1NU8uoIpLT7Aajp4GI&usq=AFQjCNGPn5MxqOw5TEemFKf5ErHUBWHYqw&sig2=r_bHD9bHjzuqrYSSQu9WWw&bvm=bv.64764171,d.ZGU). [Kasutatud 15. aprill 2014].
- [29] Välisministeerium, „Üldine soodustuste süsteem (GSP) kaubavahetuse edendamiseks

- arenguriikidega,” [Võrgumaterjal]. Available: <http://www.vm.ee/?q=node/4558>. [Kasutatud 19. aprill 2014].
- [30] Euroopa Komisjon, „EU publishes revised preferential import scheme for developing countries,” [Võrgumaterjal]. Available: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=840>. [Kasutatud 19. aprill 2014].
- [31] Välisministeerium, „Eesti ja Pakistan,” [Võrgumaterjal]. Available: <http://www.vm.ee/?q=node/206>. [Kasutatud 15 aprill 2014].
- [32] OSC Transport OÜ, „OSC järgmise päeva kullerteenuse hinnakiri,” [Võrgumaterjal]. Available: <http://osc.ee/hinnakiri/osc-jargmise-paeva-kuller-teenuse-hinnad/>. [Kasutatud 15 mai 2014].
- [33] Eesti Pank, „Eurokursside ajalugu,” [Võrgumaterjal]. Available: <http://www.eestipank.ee/valuutakursside-ajalugu>. [Kasutatud 16. mai 2014].
- [34] Euroopa Komisjon, „Yearly reports,” 11. veebruar 2014. [Võrgumaterjal]. Available: <https://circabc.europa.eu/sd/a/867c1f15-76c1-41c0-9cbf-8b3ef60d56a8/EDW%20-%20ITI%20TEX%20%20Trade%20Yearly%20Report%20NC%20Product%202nd%20Level%20Groups%20-%20Textiles.pdf>. [Kasutatud 28. aprill 2014].

**LISAD**

# **Lisa 1. Puuvillase kanga (kood 5208) eksport ja import EL ja teiste riikide vahel 2008.-2012. Aastatel [34]**

Product: 5208 WOVEN FABRICS OF COTTON, CONTAINING >= 85% COTTON BY WEIGHT AND WEIGHING <= 200 G/M²

|                                            | 2008       | 2009      | 2010       | 2011      | 2012      | 2009 / 2008 | 2010 / 2009 | 2011 / 2010 | 2012 / 2011 |
|--------------------------------------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Trade with Extra-EU (1000 €)</b>        |            |           |            |           |           |             |             |             |             |
| Imports                                    | 963,131    | 782,198   | 982,368    | 1,100,322 | 891,783   | -18.8       | 25.6        | 12.0        | -19.0       |
| Exports                                    | 1,021,593  | 874,700   | 992,055    | 1,036,049 | 980,010   | -14.4       | 13.4        | 4.4         | -5.4        |
| Balance (€)                                | 58,463     | 92,501    | 9,687      | -64,274   | 88,227    |             |             |             |             |
| <b>Trade with Extra-EU (1000 kg)</b>       |            |           |            |           |           |             |             |             |             |
| Imports                                    | 1,506,790  | 1,287,023 | 1,423,921  | 1,247,302 | 1,078,820 | -14.6       | 10.6        | -12.4       | -13.5       |
| Exports                                    | 362,568    | 337,417   | 340,707    | 331,093   | 284,207   | -6.9        | 1.0         | -2.8        | -14.2       |
| Balance                                    | -1,144,221 | -949,607  | -1,083,214 | -916,209  | -794,614  |             |             |             |             |
| <b>Main 5 suppliers (1000 €)</b>           |            |           |            |           |           |             |             |             |             |
| EU                                         | 1,359,222  | 1,051,773 | 1,152,825  | 1,199,781 | 1,062,882 | -22.6       | 9.6         | 4.1         | -11.4       |
| China                                      | 230,130    | 195,752   | 278,872    | 327,474   | 225,848   | -14.9       | 42.5        | 17.4        | -31.0       |
| Pakistan                                   | 195,456    | 167,145   | 206,262    | 246,661   | 191,372   | -14.5       | 23.4        | 19.6        | -22.4       |
| Turkey                                     | 135,798    | 104,907   | 107,771    | 121,482   | 116,289   | -22.7       | 2.7         | 12.7        | -4.3        |
| India                                      | 86,667     | 67,412    | 89,490     | 112,271   | 89,555    | -22.2       | 32.8        | 25.5        | -20.2       |
| <b>Main 5 markets (1000 €)</b>             |            |           |            |           |           |             |             |             |             |
| EU                                         | 1,343,762  | 1,061,138 | 1,159,107  | 1,201,117 | 1,102,072 | -21.0       | 9.2         | 3.6         | -8.2        |
| Tunisia                                    | 150,701    | 134,759   | 141,813    | 133,304   | 101,904   | -10.6       | 5.2         | -6.0        | -23.6       |
| Mali                                       | 69,987     | 79,895    | 84,208     | 84,303    | 100,249   | 14.2        | 5.4         | 0.1         | 18.9        |
| Morocco                                    | 131,431    | 109,414   | 128,237    | 117,041   | 85,965    | -16.8       | 17.2        | -8.7        | -26.6       |
| Turkey                                     | 87,923     | 70,610    | 77,816     | 75,093    | 72,589    | -19.7       | 10.2        | -3.5        | -3.3        |
| <b>Main 5 suppliers (1000 kg)</b>          |            |           |            |           |           |             |             |             |             |
| EU                                         | 884,465    | 713,575   | 758,757    | 687,522   | 634,989   | -19.3       | 6.3         | -9.4        | -7.6        |
| China                                      | 360,089    | 348,509   | 472,109    | 406,193   | 295,351   | -3.2        | 35.5        | -14.0       | -27.3       |
| Pakistan                                   | 391,974    | 366,300   | 350,827    | 318,631   | 285,035   | -6.5        | -4.2        | -9.2        | -10.5       |
| India                                      | 278,859    | 223,052   | 228,883    | 229,658   | 201,389   | -20.0       | 2.6         | 0.3         | -12.3       |
| Turkey                                     | 108,862    | 74,623    | 74,165     | 69,842    | 80,484    | -31.5       | -0.6        | -5.8        | 15.2        |
| <b>Main 5 markets (1000 kg)</b>            |            |           |            |           |           |             |             |             |             |
| EU                                         | 924,329    | 733,783   | 798,590    | 699,930   | 668,011   | -20.6       | 8.8         | -12.4       | -4.6        |
| Tunisia                                    | 51,396     | 50,792    | 55,216     | 47,258    | 35,910    | -1.2        | 8.7         | -14.4       | -24.0       |
| Morocco                                    | 52,175     | 65,043    | 55,232     | 40,341    | 30,069    | 24.7        | -15.1       | -27.0       | -25.5       |
| Mali                                       | 18,897     | 20,995    | 21,423     | 20,572    | 24,544    | 11.1        | 2.0         | -4.0        | 19.3        |
| Turkey                                     | 38,063     | 32,294    | 26,490     | 22,465    | 20,907    | -15.2       | -18.0       | -15.2       | -6.9        |
| <b>Average price (€ by kg) Import from</b> |            |           |            |           |           |             |             |             |             |
| EU                                         | 1.54       | 1.47      | 1.52       | 1.75      | 1.67      | -4.1        | 3.1         | 14.9        | -4.1        |
| EXTRA EU                                   | 0.64       | 0.61      | 0.69       | 0.88      | 0.83      | -4.9        | 13.5        | 27.9        | -6.3        |
| China                                      | 0.64       | 0.56      | 0.59       | 0.81      | 0.76      | -12.1       | 5.2         | 36.5        | -5.2        |
| Pakistan                                   | 0.50       | 0.46      | 0.59       | 0.77      | 0.67      | -8.5        | 28.8        | 31.7        | -13.3       |
| Turkey                                     | 1.25       | 1.41      | 1.45       | 1.74      | 1.44      | 12.7        | 3.4         | 19.7        | -16.9       |
| India                                      | 0.31       | 0.30      | 0.39       | 0.49      | 0.44      | -2.8        | 29.4        | 25.0        | -9.0        |
| <b>Average price (€ by kg) Export to</b>   |            |           |            |           |           |             |             |             |             |
| EU                                         | 1.45       | 1.45      | 1.45       | 1.72      | 1.65      | -0.5        | 0.4         | 18.2        | -3.9        |
| EXTRA EU                                   | 2.82       | 2.59      | 2.91       | 3.13      | 3.45      | -8.0        | 12.3        | 7.5         | 10.2        |
| Tunisia                                    | 2.93       | 2.65      | 2.57       | 2.82      | 2.84      | -9.5        | -3.2        | 9.8         | 0.6         |
| Mali                                       | 3.70       | 3.81      | 3.93       | 4.10      | 4.08      | 2.7         | 3.3         | 4.3         | -0.3        |
| Morocco                                    | 2.52       | 1.68      | 2.32       | 2.90      | 2.86      | -33.2       | 38.0        | 25.0        | -1.5        |
| Turkey                                     | 2.31       | 2.19      | 2.94       | 3.34      | 3.47      | -5.3        | 34.4        | 13.8        | 3.9         |

## Lisa 2. Satiinist padjapüüri, tekikoti ja voodilina omahinna arvutamine

| trükimustriline satiin, 220 cm | padjapüür 50x60   | Omahind koosneb                          | Hankekulu,<br>€ | kulunorm                 | kulu<br>antud<br>tootele,<br>€ | protsentuaalne<br>osakaal toote<br>omahinnas |
|--------------------------------|-------------------|------------------------------------------|-----------------|--------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------|
|                                |                   | tööjõukulu                               | 0,330           |                          | 0,330                          | <b>20%</b>                                   |
|                                |                   | kangas                                   | 3,200           | 0,386                    | 1,235                          | <b>73%</b>                                   |
|                                |                   | niidid                                   | 0,0003          | 30                       | 0,009                          | 1%                                           |
|                                |                   | pesuetikett                              | 0,010           | 1                        | 0,010                          | 1%                                           |
|                                |                   | pakendikulud                             | 0,102           |                          | 0,102                          | 6%                                           |
|                                |                   | <b>tootmise põhimaterjalide<br/>hind</b> |                 |                          | <b>1,356</b>                   | <b>80%</b>                                   |
|                                |                   |                                          |                 | <b>toote<br/>omahind</b> | <b>1,686</b>                   |                                              |
| üheväriline satiin, 240 cm     | voodilina 150x240 | tööjõukulu                               | 0,420           |                          | 0,420                          | <b>7%</b>                                    |
|                                |                   | kangas                                   | 3,400           | 1,617                    | 5,498                          | <b>90%</b>                                   |
|                                |                   | niidid                                   | 0,0003          | 25                       | 0,008                          | 0%                                           |
|                                |                   | pesuetikett                              | 0,010           | 1                        | 0,010                          | 0%                                           |
|                                |                   | pakendikulud                             | 0,160           |                          | 0,160                          | 3%                                           |
|                                |                   | <b>tootmise põhimaterjalide<br/>hind</b> |                 |                          | <b>5,675</b>                   | <b>93%</b>                                   |
|                                |                   |                                          |                 | <b>toote<br/>omahind</b> | <b>6,095</b>                   |                                              |
|                                |                   |                                          |                 |                          |                                |                                              |
| trükimustriline satiin, 220 cm | tekikott 150x210  | tööjõukulu                               | 1,170           |                          | 1,170                          | <b>10%</b>                                   |
|                                |                   | kangas                                   | 3,200           | 3,234                    | 10,349                         | <b>88%</b>                                   |
|                                |                   | niidid                                   | 0,0003          | 133                      | 0,040                          | 0%                                           |
|                                |                   | pesuetikett                              | 0,010           | 1                        | 0,010                          | 0%                                           |
|                                |                   | brand label                              | 0,045           | 1                        | 0,045                          | 0%                                           |
|                                |                   | pakendikulud                             | 0,180           |                          | 0,180                          | 2%                                           |
|                                |                   | <b>tootmise põhimaterjalide<br/>hind</b> |                 |                          | <b>10,624</b>                  | <b>90%</b>                                   |
|                                |                   |                                          |                 | <b>toote<br/>omahind</b> | <b>11,794</b>                  |                                              |

### Lisa 3. Bjassist padjapüüri, tekikoti ja voodilina omahinna arvutamine

| trükimustriline bjass, 220 cm | padjapüür 50x60   | omahind koosneb                          | hankekulu,<br>€ | kulunorm | kulu<br>antud<br>tootele,<br>€ | protsentuaalne<br>osakaal toote<br>omahinnas |
|-------------------------------|-------------------|------------------------------------------|-----------------|----------|--------------------------------|----------------------------------------------|
|                               |                   | tööjõukulu                               | 0,330           |          | 0,330                          | 20 %                                         |
|                               |                   | kangas                                   | 1,750           | 0,386    | 0,676                          | 40 %                                         |
|                               |                   | niidid                                   | 0,0003          | 30       | 0,009                          | 1 %                                          |
|                               |                   | pesuetikett                              | 0,010           | 1        | 0,010                          | 1 %                                          |
|                               |                   | pakendikulud                             | 0,102           |          | 0,102                          | 6 %                                          |
|                               |                   | <b>tootmise põhimaterjalide<br/>hind</b> |                 |          | <b>0,797</b>                   | <b>47 %</b>                                  |
|                               |                   | <b>toote<br/>omahind</b>                 |                 |          |                                | <b>1,127</b>                                 |
|                               |                   |                                          |                 |          |                                |                                              |
| üheväriline bjass, 240 cm     | voodilina 150x240 | tööjõukulu                               | 0,420           |          | 0,420                          | 7 %                                          |
|                               |                   | kangas                                   | 2,600           | 1,617    | 4,204                          | 69 %                                         |
|                               |                   | niidid                                   | 0,0003          | 25       | 0,008                          | 0 %                                          |
|                               |                   | pesuetikett                              | 0,010           | 1        | 0,010                          | 0 %                                          |
|                               |                   | pakendikulud                             | 0,160           |          | 0,160                          | 3 %                                          |
|                               |                   | <b>tootmise põhimaterjalide<br/>hind</b> |                 |          | <b>4,382</b>                   | <b>72 %</b>                                  |
|                               |                   | <b>toote<br/>omahind</b>                 |                 |          |                                | <b>4,802</b>                                 |
|                               |                   |                                          |                 |          |                                |                                              |
|                               |                   |                                          |                 |          |                                |                                              |
| trükimustriline bjass, 220 cm | tekikott 150x210  | tööjõukulu                               | 1,170           |          | 1,170                          | 10 %                                         |
|                               |                   | kangas                                   | 1,750           | 3,234    | 5,660                          | 48 %                                         |
|                               |                   | niidid                                   | 0,0003          | 133      | 0,040                          | 0 %                                          |
|                               |                   | pesuetikett                              | 0,010           | 1        | 0,010                          | 0 %                                          |
|                               |                   | brand label                              | 0,045           | 1        | 0,045                          | 0 %                                          |
|                               |                   | pakendikulud                             | 0,180           |          | 0,180                          | 2 %                                          |
|                               |                   | <b>tootmise põhimaterjalide<br/>hind</b> |                 |          | <b>5,934</b>                   | <b>50 %</b>                                  |
|                               |                   | <b>toote<br/>omahind</b>                 |                 |          |                                | <b>7,104</b>                                 |
|                               |                   |                                          |                 |          |                                |                                              |