

TARTU ÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Marina Roosimäe

**TARTU LINNA KETIVÄLISTE TOIDUPOODIDE FINANTSILINE  
TULEMUSLIKKUS**

Magistritöö

Juhendaja: Mark Kantšukov

Tartu 2021

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Marina Roosimäe

**Sisukord**

Sissejuhatus.....	4
1. Kaubandusettevõtte finantsiline tulemuslikkuse hindamise teoreetiline käsitlus .....	5
1.1. Finantsilise tulemuslikkuse hindamise eesmärgid ja ülesanded .....	5
1.2. Finantsilise tulemuslikkuse mõõdikud .....	9
1.2.1. Rentaablussuhtarvud .....	12
1.2.2. Likviidsussuhtarvud .....	14
1.2.3. Efektiivsuse suhtarvud .....	16
1.2.4. Finantsvõimendussuhtarvud.....	17
1.2.5. Turuväärtussuhtarvud.....	18
1.3. Kaubandusettevõtte finantsilise tulemuslikkuse eripärad .....	19
2. Tartu linna ketiväliste toidupoodide finantsiline tulemuslikkus - empiiriline analüüs.....	21
2.1. Ülevaade Tartu linna toidupoodidest .....	21
2.2. Andmed ja metoodika .....	24
2.3. Analüüsi tulemused ja järeldused.....	25
2.3.1. Rentaablussuhtarvud .....	29
2.3.2. Likviidsussuhtarvud .....	30
2.3.3. Efektiivsuse suhtarvud .....	32
2.3.4. Finantsvõimendussuhtarvud.....	33
Kokkuvõte.....	35
Viidatud allikad.....	37
LISAD.....	41
LISA A. Finantsanalüüsi suhtarvud.....	41
LISA B. Ketivälised toidupoed: pildid .....	45
LISA C. Ketivälised toidupoed: kirjeldused .....	46
LISA D. Ketivälised toidupoed: andmed.....	47
LISA F. Registrate ja Infosüsteemide Keskus ja OÜ d-Systems (teatmik.ee) saadud andmed eraldi failidena .....	48
LISA G. Kaubandusettevõtete statistika aastal 2014-2019.....	49
Summary .....	50

### Sissejuhatus

Peaaegu igas Tartu linnaosas asub mõni suurem jaekaubanduse toidupood, kuid leidub ka nurgapealseid väikepood, kes konkureerivad suurte jaekettidega. Väikeste toidupoodide hinnad on kõrged, kuid ometi on nad jäänud püsitud ja tegutsenud turul aastakümneid. Väikepoodide müüjad tunnevad oma klienti nägupidi ja üllatvad meid kaubavalikuga. Nendes poodides on säilinud pereettevõttele omane juhtimine, kus omanikud täidavad mitmeid erinevaid rolle, olles nii müüjad kui ka kauba kohale toojad ning riulitele väljapanijad. Nad on tegutsenud samas kohta aastaid ning külastades neid, võib tunda veidi nostalgilist ajalooõngu Nõukogude ajast, kus kohati on tunda pirukate ja küpsiste meeldivat ja magusat lõhna, samuti ei ole täiesti kadunud „vihikumajandus“, kus püsikliendile antakse võimalus tasuda kauba eest hiljem. Me teeme küll oma ostuotsuseid erinevatel kaalutlustel, kuid väikepoodide klientideks on eelkõige need inimesed, kes elavad poe läheduses ning nende jaoks on väikepood eelkõige nn mugavuspood. Mugavus seisneb selles, et saab vajalikku kaupa osta vähese ajakuluga. Nõudlikumale kliendile ehk ei ole need poed nii atraktiivsed ja eelistatakse suuremaid toidukauplusi kuna seal on kaubavalik parem.

Väikepoodide tulemuslikkus pakus autorile suurt huvi kuna Tartu linnas on palju suuri toidupoodi ja tekkis küsimus, kuidas need, väikepood tulevad toime nii tiheda konkurentsiga turul nagu Tartu linn? Kas selline tegutsemine on tulus? Mis neid motiveerib tegutsema?

Magistritöö eesmärgiks on välja selgitada Tartu linnas tegutsevate väikeste toidupoodide finantsiline tulemuslikkus aastatel 2014-2019. Tulenevalt magistritöö eesmärkidest on autor püstitanud järgmised ülesanded:

- 1) anda ülevaade finantsiline tulemuslikkuse hindamise teoreetilisest käsitlusest;
- 2) kirjeldada finantsilise tulemuslikkuse mõõdikuid;
- 3) tuua välja finantsilise tulemuslikkuse eripärad kaubandusettevõttes;
- 4) anda ülevaade Tartu linnas tegutsevatest ketivälistest toidupoodidest;
- 5) analüüsida ja teha järeldusi ettevõtte tulemuslikkuse kohta.

Magistritöö on jaotatud kaheks osaks, millest esimeses osas antakse ülevaade tulemuslikkuse teoreetilisest käsitlusest ning teine osa sisaldab empiirilist osa, mis analüüsib Tartu linnas tegutsevate ketiväliste toidupoodide finantsilist tulemuslikkust. Teoreetiline osa jaguneb kolmeks alapeatükiks, millest esimeses selgitab autor finantsilise tulemuslikkuse olemust ja seotust tulemuslikkusega, käsitledes erinevate teooriate seisukohti kui ka varasemaid empiirilisi uuringud. Teises alapeatükis kirjeldab autor finantsilise tulemuslikkuse mõõdikuid ja annab ülevaate põhilistest mõõdikutest. Kolmandas alapeatükis

käsitleb autor kaubandusettevõtete finantsilise tulemuslikkuse eripära. Töö empiiriline osa jaguneb kolmeks alapeatükiks, millest esimeses annab autor ülevaate Tartu linnas tegutsevatest ketivälistest toidupoodidest aastatel 2014-2019, teine alapeatükk annab ülevaate andmetest ja meetodikast. Kolmandas alapeatükis analüüsib autor ja võrdleb ketiväliste toidupoodide finantsilist tulemuslikkust ja teeb järeldusi.

## **1. Kaubandusettevõtte finantsiline tulemuslikkuse hindamise teoreetiline käsitlus**

### **1.1. Finantsilise tulemuslikkuse hindamise eesmärgid ja ülesanded**

Ettevõtete juhid teevad igapäevaselt mitmeid otsuseid ettevõtte rahaliste vahendite kasutamiseks eesmärgiga teenida tulu. Tööstusrevolutsiooni ajal pöörati palju tähelepanu majanduslikele tulemustele, mille keskmes olid finantsilised väärtused ja nende võrdlemine. Selline arusaam säilis pikalt. (Gentry et al., 2010) Ettevõtte kasumi maksimeerimist on analüüsitud ja uuritud erievate autorite poolt, samuti on uuritud tulemuslikkuse mõistet, selle kujunemist ja seoseid erinevate tegurite vahel, seda nii kitsamas kui ka laiemas tähenduses. Tulemuslikkust (*performance*) üldisemas tähenduses võib tõlgendada kui eesmärkide saavutamist - resultaati (EKI). Tuleks aga meeles pidada, millised on need seatud eesmärgid ja kas need on ka realiseeritavad, samuti kaardistada ajaliselt, kas eesmärgid on saavutatavad lühiajalises või pikaajalises perspektiivis. Eesmärkide seadmisel ja nende saavutamisel tahetakse olla parimad ja eelnevate perioodide tulemuste võrdlemine annab ülevaade sellest, kui edukad ollakse ja kas seatud eesmärgid on saavutatud.

Ettevõtte majandustegevus ja selle juhtimine on tihedalt seotud tulemuslikkusega, mis peab oluliseks nii finantsiliste näitajate kui ka teiste tegurite koosmõjul tekkinud kasumit. Tehnoloogiline areng on toonud kaasa vajaduse kaasata tulemuslikkuse hindamiseks uusi dimensioone ja mõõdikuid, näiteks on ettevõtte materiaalsete ja immateriaalsete varade osakaalud muutunud, omanikud ei ole ainult asutajad, kaastakse välisinvestoreid, sotsiaalne vastutus ja ühiskondlik ootus suureneb, tarbijaskond ja kliendid muutuvad ja lisandunud on ka keskkonnahoiu aspekt jne. Kõik need võivad mõjutada ettevõtte tulemuslikkust vähesel või suuremal määral.

Ei erialases kirjanduses ega ka sõnaraamatutes ei ole selgepiirilisel ja üheselt defineerinud mõistet „tulemuslikkus”, kuid üldtunnustatud arusaama järgi on see ettevõtte seis, mida erinevad autorid käsitlevad nii kitsamas kui ka laiemas tähenduses. (Narkunienė ja Ulbinaitė, 2018) Kitsamas tähenduses põhineb ettevõtte finantsiliste tulemuste hindamine näitajatel, mis kajastavad otseselt ettevõtte finantsilisi tulemusi ja on leitud finantsanalüüsi kasutades. Selline lähenemine on üldtuntud ja traditsiooniline. Laiemas tähenduses tugineb

tulemuslikkuse hindamine nii finantsaruannetele kui mittefinantsilistele näitajatele. Enam ei piirdata vaid finantsiliste näitajate analüüsimisega, vaid pööratakse tähelepanu ka klientide rahulolule, protsesside juhtimisele ja ettevõtte õpi- ja kasvuvõimalustele. (Narkunienė ja Ulbinaitė, 2018)

Erinevaid tulemuslikkuse mõõtmise viise on uuritud erinevates valdkondades, nt raamatupidamine, äristrateegia, personalijuhtimine, tootmine ja tootmisjuhtimine, organisatsiooniline käitumine, kuid tänaseni ei ole akadeemiline ringkond selgusele jõudnud, milliseid mõõdikuid kasutada ja kuidas tulemuslikkust mõõta (Neely, 1999). Samuti võib tulemuslikkust vaadelda nii organisatsiooni kui terviku seisukohast kui ka eraldi üksuste kaupa, seega on oluline, millisest vaatepunktis seda vaadatakse. Tulemuslikkuse hindamise keerukus seisneb tulemuslikkuse mõiste laiast käsitlest, sõltudes palju huvigrupi fookusest. Seetõttu tuleb põhjalikult teada ja eristada tulemuslikkuse erinevaid dimensioone.

Ettevõtte majandustegevus on kooskõlas ettevõtte eesmärgi ja strateegiaga, pakkudes tuge juhtimisotsuste tegemisel. Strateegia rakendamine ja ettevõtte protsesside eesmärgid ning tagasiside tulemuslikkuse kohta mõõtesüsteemide kaudu võimaldavad hinnata operatiivsete ja strateegiliste juhtimisotsuste tulemuslikkust ning pakuvad struktureeritud raamistikku asjakohase teabe (tagasiside) saamiseks, hõlbustades otsustamist ja kontrolli tegevuse üle (Bititci et al., 1997).

Ajal, mil tekkisid ettevõttevälised huvigrupid, arenesid tulemuslikkuse kontseptsioonides uued teooriad, mudelid ja mõõdikud. Põhilised küsimused olid, kas varasid kasutatakse efektiivselt, milline on saadav lisandväärtus majandusele, kui suur turuosa on ettevõttel, kas ettevõtte majandab keskkonnasäästlikult jne. Arenesid uued tulemuslikkuse hindamise meetodid ja mudelid, mis hõlmasid ka väärtuspõhised hinnangud. Need meetodid lähtusid nii tegevuse tulemuslikkuse mõõdest kui finantsiliste näitajate tulemuslikkusest. Tootmispõhiselt majanduselt teadmuspõhisele majandusele üleminek on samuti kaasa toonud mitmeid muutusi tulemuslikkuse hindamisel, kus ainuüksi kasumi maksimeerimine ei ole eesmärgiks omaette ja informatsiooni liikumise kiirus on tähtsal kohal. Kuid äritegevuse esmaseks hindamiseks on siiski finantsiline tulemuslikkus hea enim uuritud valdkond, millel on omanike vaatenurgast täita kaks olulist rolli. Otsesed eesmärgid – rahaline kasum ja strateegilised eesmärgid – tuleviku visioon kasumi teenimiseks.

Tegevuse tulemuslikkus iseenesest peegeldab nii finantsilist tulemuslikkust kui ka väärtuspõhist hinnangut, hõlmates nii turuosa määratlust kui ka toote/teenuse kvaliteeti, turunduse efektiivsust, juhtimist ja strateegiat (Ramanujam et al., 1986).

Finantsilise tulemuslikkuse hindamise traditsiooniliseks viisiks on suhtearvude analüüs (finantsanalüüs<sup>1</sup>), mis omakorda aitab kaardistada ettevõtte nõrgad ja tugevad küljed, samuti on heaks vahendiks strateegia välja töötamiseks. Ettevõtte finantsiline tulemuslikkus põhineb enamasti finantsaruannetel ja sellest on huvitatud nii ettevõtte omanikud kui ka juhtkond, muud huvigrupid (kreeditorid, riiklikud organisatsioonid) ja mõnikord ka töötajad.

Finantsanalüüsi kasutatakse laialdaselt lühi- ja pikaajaliste laenuandjate poolt (pangad, investorid ning muud finantsasutused), et hinnata laenuvõtja suutlikkust oma võlga tagasi maksta. Analüüsi eesmärk on ettevõtte suutlikkus täita tähtajaliselt võetud kohustusi. Kreeditorid kui ettevõttele kauba ja teenuse pakujad on samuti huvitatud, et võlgnevus saaks tasutud tähtajaliselt. Nende huvi tulemuslikkuse vastu on suunatud nii üldisemalt ettevõtte tegevusele kui ka finantsseisule, eesmärgiga kaardistada seda, kas ettevõtte põhitegevus suudab genereerida piisaval hulgal raha, et võetud kohustusi täita (maksejõulisus). Teisisõnu on tähtsal kohal ettevõtte käibevarade juhtimine ja likviidsus. Kreeditorid soovivad minimeerida võetud riske ja olla kindlad, et ettevõtte finantsiline tulemuslikkus on hea. See on usalduse ja kindluse mõõt ettevõtte üldise tegevuse kohta. Otsustamaks krediidi andmise üle on kasum kreditoridele teisejärguline ning krediidivõime on suuresti subjektiivne hinnang. (Aruste, 2007)

Finantsiline seis võib pakkuda huvi ka riigiorganitele nagu näiteks Eesti Maksu- ja Tolliamet, kes teostab finantsaruannete koostamise ja maksude arvestamise korrapärasuse ja õiguslikkuse kontrolli. Eesmärgiks on aga ühiskonna ja majanduse kaitse, mis peab tagama järjepideva, korrektse ja läbipäistva maksuarvestuse. Kui makse laekub oodatust vähem, hilinemisega või ei laeku üldse, siis teostab revident kohuslase üle kontrolli, et välja selgitada maksulaekumiste viite põhjused. (Mustonen, 2007)

Lisaks eelpool nimetatud huvigruppidele on ettevõtte finantsiliste näitajate vastu huvi ka teistel kasutajatel, kes otseselt ei ole huvitatud finantsilise tulemuslikkuse hindamisest, kuid kes tegelevad finantsaruannete uurimisega teistel eesmärkidel, näiteks pakuvad teatud kindlate huvide kaitset. Näiteks audiitorid, finantskonsultandid, väärtpaberi börsid, juristid, statistikud, ametiühingud, mõnel juhul ka meedia- ja infoagentuurid ja muud seadusandlikud organid, rahapesu andmebüroo jne võivad uurida ettevõtte tulemusi olenevalt nende eesmärgist. (Mustonen, 2007)

Ka Gentzoglani (1996) toob välja, et tulemuslikkuse hindamisel on erinevad eesmärgid, kus omanikke teenindavad ettevõtted jaotavad kasumit lähtuvalt omanike

---

1 Finantsanalüüs koosneb aruandluse horisontaal- ja vertikaalanalüüsist ja suhtarvude analüüsist.

ootustele (on ajas muutuvad) ja investoritele pakub huvi kapitali kasutamise eest oodatav kasum vastavalt investeringu suurusele ehk investeringu tootlikkus (on ajas fikseeritud). Finantsilise tulemuslikkuse hindamine on seotud huvigruppide eesmärkidega ja huvigruppideks on nii ettevõttesisesed kui –välised huvigrupid ning kasutatav mõõtesüsteem sõltub suuresti fookusest.

Töö autori arvates on ettevõtte finantsilise tulemuslikkuse mõiste kitsam kui tulemuslikkus üldiselt ning sõltub huvirühma eesmärkidest ja püstitatud ülesandest. Tulemuslikkus üldiselt on kogu ettevõtte mõõdupuu ja võib koosneda paljudest erinevatest aspektidest, aga finantsiline tulemuslikkus ei pruugi kõiki neid aspekte arvestada. Randoja (2017) toob välja, et finantstulemuslikkust võivad oluliselt mõjutavad ka makromajanduslikud tegurid, mida ettevõtte küll ise mõjutada ei saa, aga teadlikkus nende mõjust aitab paremini orienteeruda finantskeskkonnas.

Arvestades organisatsioonilise tulemuslikkuse erinevaid dimensioone on keeruline määratleda üldistavaid kvantitatiivseid väljundeid. Samuti ei ole paljuski selge, kas ja kui suurel määral kaasatakse finantsilise tulemuslikkuse hindamisel mittefinantsilisi näitajaid, kuna sageli keskenduvad uuringud ühele valdkonnale. Näiteks pereettevõtteid ei ole oma otsustes sõltuvad aktsionäridest ega ka regulatsioonidest ja tulemuslikkuse hindamise omapära võib seisneda selles, et seatakse finantsilisi kui ka mittefinantsilisi eesmärke. (Williams, 2017)

Finantsilisest perspektiivist lähtudes tuleks aga meeles pidada, et finantsaruanded kajastavad minevikku ja võimaldavad kirjelda lühiajalist tulemuslikkust, kus aga väärtuspõhised ja tulevikku suunatud lähenemised peegeldavad tegevuse edukust, mis on suunatud eelkõige pikaajaliste eesmärkide saavutamisele ning ei pruugi sõltuda ainuüksi finantsilistest näitajatest. Sageli tulemuslikkuse teoreetilised käsitlused keskenduvad eelkõige suurte ettevõtte tulemuslikkuse hindamisele, mistõttu väikeettevõtte finantsilist tulemuslikkust ja mittefinantsilisi tegureid on uuritud vähe ning puudub kõikehõlmav teoreetiline raamistik. (Neely, 1999)

Ka Jarvis, Curran, Kitching ja Lightfoot (1999) arvates on suur hulk juhtimisalaseid raamatuid, mis on suunatud eelkõige suurte ettevõtete tulemuslikkusele, kuna nende andmed on uurijatele kergesti kättesaadavad. Ta toob välja ka, et mudelite toimimine väikeste ettevõtte puhul on jäänud tahaplaanile ning puudub kriitiline vaade. Tootmisettevõtteid kasutavad küll tootmisliinide/üksuste tulemuslikkuse mõõtmiseks automaatselt genereeritavaid perioodilisi aruandeid, mis sisaldavad nii finantsilisi kui ka mittefinantsilisi

näitajaid, kuid need aruanded on pikad ja võivad koosnevad mittevajalikest mõõdikutest (Neely, 1999).

Storey (1994) arvates aga ei ole väiksema suurusega ettevõtte esmaseks prioriteediks ettevõtte tegevuse kasv ning tulemuslikkust mõjutavaid mittefinantsilised tegurid on ettevõtte vanus, suurus, asukoht, ettevõtluvorm, omandiõigus ja turg. Uurides mitmete teadlaste poolt läbi viidud uuringuid leidis Williams (2017), et pereettevõtete tulemuslikkuse analüüsid 338 uuringut kasutasid 84% finantsilisi andmeid tulemuslikkuse hindamiseks ning vaid 16 % kasutasid lisaks finantsilistele andmetele ka mittefinantsilisi andmeid. Väikeettevõtlusega tegelemine ei tõsta oluliselt omanike varalist heaolu ka juhul, kui ettevõtlusega alustatakse heast finantsilisest seisust. (Dennis et al., 2001).

Ollakse arvamusel, et ettevõtete majandustegevuses on kesksel kohal kasumi maksimeerimine, kuid mitmed uuringud on näidanud, et lisaks kasumile on väikeettevõtte omanikud keskendunud teistele eesmärkidele, mis pole finantsiliste näitajatega mõõdetavad. Selle põhjusena nähakse juhtide erinevaid funktsioone, kus nad tihti lahendavad mitmeid probleeme ja panustavad ettevõttesse kõige enam aega ja raha, püüdes teha parimaid juhtimisotsuseid olemasoleva informatsiooniga ning töötada välja toimivaid strateegiaid tulemuslikkuse parandamiseks.

## **1.2.Finantsilise tulemuslikkuse mõõdikud**

Finantsilise tulemuslikkuse analüüsimisel keskendutakse raamatupidamisaruannete analüüsile, leitakse suhtarvud ning tehakse vertikaal- ja horisontaalanalüüs bilansile ja kasumiaruandele. Horisontaalanalüüs ehk erinevate aastate võrdlus nii absoluutarvude kui ka muutuste protsendina ja vertikaalanalüüs, kus uuritakse aruannete sisemisi struktuure. (Weiss, 2017) Suhtarvude analüüs võimaldab hinnata ettevõtte tulemuslikkust ja finantsseisu ning analüüsida ettevõtte kasumlikkust, efektiivsust, maksevõimet, finantsvõimendust ning turuväärtust. Samuti võimaldab hinnata ettevõtte üldist kasvu ja kasvupotentsiaali ning aitab kaasa tuleviku eesmärkide seadmisel. (Goel, 2015) Suhtearvud iseenesest ei ole fikseeritud mingi kindla väärtusega arvnäitajad, nad sõltuvad suuresti tegevusvaldkonnast ja piirkonnast, kus ettevõtte tegutseb, mistõttu tuleb luua võrdlusbaas ja lisada sinna tulevikku suunatud oodatavad väärtused ehk prognoosid, trendid, et saada paremat ülevaadet tulemuslikkusest. Samuti tuleb tulemuslikkust hinnata ettevõtte tegevusvaldkonna keskmiste näitajatega ja konkurentidega. (Weiss, 2017)

Analüüs annab informatsiooni ettevõtte finantsseisu kohta raamatupidamisnäitajate alusel, laiemalt vaadates võib sellesse kaasata ka protsesside ja riskide hindamist, mis

iseenesest pole küll finantsilised näitajad kuid võivad aidata kaasa parema hinnangu andmiseks. Traditsioonilisel finantsanalüüsil on mitmeid puudusi (Neely, 1999):

- kättesaadavate andmete kvaliteet ei ole hea;
- analüüs kajastab lühiajalist perspektiivi;
- puudulik ülevaade ettevõtte strateegiast;
- ei taga võimalust saada informatsiooni klientide eelistuste kohta;
- ei võimalda hinnata konkurentide tulemuslikkust;
- hilinenud andmed.

Analüüsiks kasutatakse sekundaarseid andmeid, mis on kättesaadavad avalikest registritest ja neid kasutatakse laialdaselt. Primaarsed andmed, mis pärinevad ettevõttesisestest aruannetest, on sageli välistele huvigruppidele ligipääsmatud ja nende kasutamine piiratud. Samuti väikeettevõtte andmeid võib-olla keeruline koguda, kuna omanikel puudub soov avaldada andmeid ning samuti võivad olla need moonutatud subjektiivsete hinnangutega, mistõttu on neid hiljem keeruline analüüsida ja tõlgendada. (Williams, 2017)

Finantsanalüüsis suhtarvude kasutamisel tuleb meeles pidada järgmist (Leemet, 2018):

- kas arvutamise meetodika on sama – kas suhtarvud on võrreldavad;
- paljud ettevõtted tegelevad mitme tootmisharuga – näiteks kaubandus ja tootmine,
- teised ettevõtted – neid ei saa omavahel võrrelda;
- erinevused raamatupidamise arvestuses;
- ühe ja sama suhtarvu puhul kasutatakse mitmesuguseid arvutamise meetodeid (nimi on sama, kuid sisu on teine).

Mõõdikud pakuvad ettevõtte juhtimise seisukohast piiratud võimalusi, kinnitades vaid tulemusi ja näidates tehtud otsuste mõju, kuid edasiseks otsustamiseks ei ole need sageli parimad. (Nicu, 2012) Mõõdikud võivad olla nii absoluutarvudes kui ka suhtearvudes, sõltuvalt sellest milline on mõõdikutele seatud kriteeriumid (Stepanov 2016). Mõõdikute valikul kaalutakse, mida antud näitaja kirjeldab. Sõltuvalt ettevõtte tegevusvaldkonnast, juhi finantsilisest lugemisoskusest, kontseptsioonide ja erinevate mõõdikute seoslikkuse tundmisest, valitakse tulemuslikkuse hindamiseks parim mõõdik (vt tabel 1.).

Tabeli 1

*Valik finantsilise tulemuslikkuse mõõdikutest*

<b>Autorid</b>	<b>Mõõdikud</b>
Norkett (1985)	kaasatud kapitali tootlikkus (ROCE) põhitegevuskasum (EBIT) lühiajalise võlgnevuse kattekordaja varude käibevalde võörkapitali ja omakapitali suhe
Töyli et al. (2008)	kaasatud kapitali tootlikkus (ROCE) varade rentaablus (ROA) põhitegevuskasum (EBIT) varade kasv käibe kasv töötajate kasv müügikasv
Gentry et al. (2010)	varade rentaablus (ROA) omakapitali rentaablus (ROE) müügi rentaablus (ROS) investeeringute rentaablus (ROI) turuhinna-raamatupidamisväärtuse suhtarv (MTB)
Boaventura et al. (2012)	varade rentaablus (ROA) omakapitali rentaablus (ROE) müügi kasv müügi rentaablus (ROS) marginaal (CM) Tobin's Q turuosa ettevõtte risk kaasatud kapitali tootlikkus (ROCE) põhitegevuskasum (EBIT) rahavood hinna ja kasumi suhe (P/E)
Williams (2017)	varade rentaablus (ROA) omakapitali rentaablus (ROE) müügi rentaablus (ROS) investeeringute rentaablus (ROI) Tobin's Q kasum või kasumi kasv müük või müügitulu kasv
Fenyves et al. (2020)	likviidsuskordaja lühiajaliste võlgnevuse kattekordaja varade rentaablus (ROA) omakapitali rentaablus (ROE) müügi rentaablus (ROS) varude käibekordaja materjali kulud/ müügitulu põhitegevusekasum/ müügitulu

Märkus: EBIT- *Earnings before Interest and Taxes*, ROA - *Return on Assets*, ROS - *Return on Sales*, CM - *Contribution Margin*, MTB - *Market to Book Ratio*, P/E - *Price-to-Earnings Ratio*

Allikas: autori koostatud

Tabelis 1. on välja toodud valik finantsilise tulemuslikkuse mõõdikutest. Mitmed autorid on selgitanud, et kasutatavate mõõdikute käsitus uuringutes annab vastuse vaid konkreetsele uurimisprobleemile, kuid ei pruugi tagada süsteemset ja õiget väljundit üldistamiseks tulemuslikkust.

Finantsilise tulemuslikkuse mõõdikud ehk suhtarvud võib jagada viieks (Goel, 2015) (vt Lisa A.):

1. Rentaabluse ehk kasumlikkuse suhtarvud (*profitability ratios*);
2. Likviidsussuhtarvud (*solvency ratios; liquidity ratios*);
3. Efektiivsuse suhtarvud (*efficiency ratios; activity ratios*);
4. Finantsvõimenduse suhtarvud (*financial leverage ratios*);
5. Turuväärtussuhtarvud (*market ratios*).

Suhtarvud annavad võimaluse hinnata ettevõtte kasumlikkust, efektiivsust ja likviidsust ning finantsvõimendust ja turuväärtust. Töös kasutatud suhtarvude valikul on kasutatud enamlevinud suhtarve ja nende valemid on esitatud lisas A.

### 1.2.1. Rentaablussuhtarvud

Ettevõtte eesmärgiks on omanike jõukuse suurendamine ehk kasumi kasvatamine, kasum on küll perioodi tulude ja kulude vahe, kuid absoluutarvuna see ei iseloomusta tulemuslikkust. Tasuvus (*profitability*) on ettevõtte rentaablus ehk kasumlikkus, mis näitab kui palju toodab ettevõttesse investeeritud kapital kasumit ja millised tegurid mõjutavad kasumi kujunemist. Põhiliselt hinnatakse kasumi genereerimiseks kasutatud ressursside tasuvust. Teisisõnu on rentaablussuhtarvud kasumi suhe mingisse teise näitajasse. (Kõomägi, 2006; Aruste, 2007) Kui ettevõtte teenib kasumit oma põhitegevusega on see toimiv majandustegevus (Goel, 2015). Kasumlikkuse hindamiseks võrreldakse seda tegevusala keskmiste näitajatega, konkurentidega ning ka ettevõtte eelmise aasta tulemustega. (Kõomägi, 2006; Aruste, 2007) Kasumlikkuse suhtarve võib jagatakse kahte kategooriasse: 1)müügiga seotud rentaabluste suhtarvud 2)investeeringuga seotud rentaabluste suhtarvud (Goel, 2015).

Müügiga seotud suhtarvudest käsitletakse müügikäibe brutorentaablust (*gross profit margin*), müügikäibe puhasrentaablust (*net profit margin*) ja investeeringuga seotud suhtarvudest käsitletakse koguvara puhasrentaablust (*return on assets – ROA*), omakapitali puhasrentaablust (*return on equity – ROE*), kaasatud kapitali rentaablust (Return on Capital Employed - ROCE ), investeeringu tasuvus (*return on investment - ROI*).

- **Müügikäibe brutorentaablust** (*gross profit margin*), näitab kui suur osa müügikäibest jääb järele peale kaupade omamaksumuse mahaarvamist ehk müügitulu iga euro tasuvust peale müüdnud toodetele ja teenustele tehtud kulude mahaarvamist (Alver et al., 2002; Ilisson, 2004). Näitaja väärtus sõltub hindadest, müügiotsusest ja müüdnud toodete kulust. (Ramagopal, 2009; kõrgem on see näitaja, seda parem. Antud näitaja on leitav ettevõtete puhul, kes kasutavad kasumiaruande skeemi 2 (Alver et al., 2002).
- **Müügikäibe puhasrentaablus** (*net profit margin*), näitab puhaskasumi osatähtsust müügikäibest ehk müügitulu iga euro tasuvus peale kõikide kulude ja maksude mahaarvamist (Alver et al., 2002; Ilisson, 2004). Mida kõrgem on näitaja, seda parem. See näitaja on seotud otseselt ka investeeringu tasuvusega (*return on investment- ROI*). Kui müügikäibe puhasrentaablus on kõrge ja investeering ei ole muutunud, siis on investeeringute tasuvus kõrgem. (Goel, 2015; Ramagopal, 2008) Mõlemat näitajaid kasutatakse ka, et selgitada ettevõtte kulude kontrolli. Müügikäibe brutorentaablust ja puhasrentaablust tuleks koos vaadata. Kui müügikäibe brutorentaablus tõuseb aga puhasrentaablus langeb võib see viidata tegevuskulude kasvule, vastupidisel juhul viitab see tootmiskulude kasvule ilma hindade muutuseta. Kulude seisukohast tuleks võrrelda ettevõtte tulemusi eelmiste perioodidega ja see näitab ka juhtimise edukust. (Ramagopal, 2008)
- **Koguvarade puhasrentaablus** (*return on assets - ROA*) näitab varadesse tehtu investeeringute tasuvust ehk kui palju puhaskasumit teenis ettevõttesse paigutatud iga euro. Suhtarv kajastab juhtimise tõhusust vara kasutamise kasumi teenimiseks ehk võime varade pealt tulu teenida. Näitajat võib võrrelda deposiidi intressimääraga, et teada saada, kas poleks mõttekam paigutada ettevõtte varade all olev raha kuhugi mujale. (Alver et al., 2002). Täpsema tulemuse saamiseks tuleks kasutada keskmist vara (Kõomägi, 2006).
- **Omakapitali puhasrentaablus** (*return on equity - ROE*) näitab aktsionäride investeeringute tasuvust ehk kui palju puhaskasumit suudab ettevõtte teenida iga omakapitali investeeritud euro pealt. (Kõomägi, 2006). Suhtarv sünteesib kasumlikkuse, varade kasutamise efektiivsuse ja kapitali struktuuri. (Alver et al., 2002). Hinnangu andmisel on otstarbekas võrrelda omakapitalihinnaga (oodatava omanike tulunormiga) (Kõomägi, 2006).
- **Investeeringu tasuvus** (*return on investment - ROI*) näitab tulu, mida ettevõtte teenib investeeringu pealt. Üheks võimaluseks on ka investeeringu tasuvust hinnata leides

- **Kaasatud kapitali rentaablus** (*Return on Capital Employed* - ROCE). See suhtarv näitab kui efektiivselt ettevõtte kaasatud vahendeid kasutab kasumi genereerimiseks. (Goel, 2015)

Rentaablussuhtarvude analüüs on oluline, näidates ettevõtte finantsedukust ja efektiivsust kasumi teenimisel. Eelkõige on rentaablust huvitatud omanikud ja juhid, kelle eesmärgiks on suunata majandustegevust edukama toimimise suunas. Lisaks kasumlikkusele analüüsitakse likviidsussuhtarve, mis iseloomustavad ettevõtte maksevõimet.

### 1.2.2. Likviidsussuhtarvud

Likviidsusanalüüsi tehakse, et hinnata lühiajalist maksevõimet (Alver et al., 2002). Kõomägi (2006) eristab lühiajalist maksevõimet ja pikaajalist maksevõimet. Pikaajaline maksevõime tuleneb bilansist, likviidsus (*liquidity*) aga rahavoogude aruandest (Kõomägi 2006). Lühiajaline maksevõime näitab ettevõtte võimet katta tähtaegselt oma lühiajalisi kohustisi. Lühiajalise maksevõime hindamisel on eesmärgiks teada saada, kas ettevõtte on võimeline maksma õigeaegselt arveid ja lühiajalise laene, samuti maksma töötajatele töötasusid ja makse õigeaegselt. Lühiajaliselt võib ettevõttel esineda maksevõimetust, kuid kui tekib pikaajaline maksevõimetust, kus kohustised ületavad vara pikaajaliselt, võib ettevõtte alustada pankrottiga. (Kõomägi, 2006) Likviidsusanalüüsis kasutatakse põhiliselt järgmisi suhtarve: puhaskäibekapital, lühiajaliste võlgnevuste kattekordaja, likviidsuskordaja ja vahetu maksevalmiduse kordaja

- **Puhaskäibekapital** (*net working capital*) ei ole suhtarv, see leitakse rahalise näitajana ja näitab kui palju käibevara ületab lühiajalisi kohustisi. Mida suurem see näitaja, seda likviidsem ettevõtte on, kuid tuleb meelse pidada, ka seda millise struktuuriga on käibevarad ehk nende likviidsuse hierarhiat. Likviidse ettevõtte puhul on käibekapital positiivne. (Kõomägi, 2006; Teearu et al, 2005)
- **Lühiajaliste võlgnevuse kattekordaja** (*current ratio*) See näitaja väljendab maksevõime taset ehk käibevarade ja lühiajaliste kohustiste suhet, kui palju on käibevara lühiajaliste kohustuste ühe raha ühiku kohta (Kõomägi 2006). Enamasti käibevara arvelt makstakse lühiajalisi kohustisi, kuid mitte alati. Kui maksevõime tase on madal võib tekkida ettevõttel raskusi lühivõlgade tasumisega, kui aga on liiga kõrge, siis võib olla tegemist ülemäärase käibevara investeringuga. Suhtarvu kaudu on võimalik hinnata ka ettevõtte võlgnevuste suurust või ka seda, et mõnda liiki käibevara on vähe, palju ja kas krediidi saamine on hea või mitte. Samuti mõjutab näitajat käibevara arvestusmeetoodika. (Alver et al., 2002)

- **Likviiduskordaja** (*quick ratio, liquidity ratio, acid test*) ehk kiire maksevalmiduse kordaja või ka likviidsussuhe, hapestest. Suhtarv näitab, kas ettevõtte on võimeline tasuma oma lühiajalised kohustisi likviidsete käibevarade arvelt. Likviidsed käibevarad siinkohal on kõrgema likviidsusega käibevarad nagu raha ja selle ekvivalendid, nõuded ostjate vastu, kuid ei arvestata ebatõenäoliselt laekuvaid nõudeid, samuti ei ole arvesse võetud ettemakseid ja ka varusid. Jaekaubanduses näitaja võib olla madalam, kus vahemik 70-80% on hea näitaja, ilma et sellega kaasneksid riskid. Kaubanduskettidel on probleemiks hoopis varud. (Ilisson, 2004; Alver et al., 2002)
- **Vahetu maksevalmiduse kordaja** (*cash ratiot*) näitab likviidsust kitsamalt ehk millise osa lühiajalistest kohustustest on ettevõtte võimeline tasuma koheselt ehk nimetatakse ka kassareserviks. Suhtarvu väärtuse leidmisel kasutatakse vaid kõrglikviidset vara nagu raha ja turustatavad väärtpaberid (Alver et al., 2002) Heaks näitajaks on 0,3-0,5, kuid kõrgem arv väärtus võib tähendada aga ebaefektiivset vaba raha kasutamist. (Kõomägi, 2006).

**Maksevõime analüüs** on tihedalt seotud kapitali struktuuri analüüsiga, seetõttu kasutatakse lisaks ka teisi suhtarve maksevõime hindamiseks (**kapitali struktuuri suhtarvud**), et teada saada kui suures ulatuses ja kust pärinevad ettevõtte tegevuseks vajalikud rahasummad (Kõomägi, 2006). Kasutatavad suhtarvud on (Kõomägi, 2006, Aruste, 2007):

- **Intresside katterkordaja** (*times interest earned*) hindab maksevõimet ärikasumi arvelt tasuda intressikulud. Heaks näitajaks on vähemalt 2,5.
- **Laenuteeninduse suhtarv** (*EBITDA coverage ratio*), mis näitab ettevõtte laenamismõimet.
- **Omakapitali võlasiduvus** (*gear*). Omakapitali võlasiduvus näitab võörkapitali ja omakapitali suhet, kirjeldades omakapitali osakaalu. Kõrge omakapitali suhe näitab stabiilsust.
- **Kapitaliseerituse kordaja** (*capitalization ratio*), mis iseloomustab pikaajaliste kohustiste osatähtsust ettevõtte püsivates finantseerimisallkatest.
- **Omandikordisti** (*equity multiplier*), mis näitab mitu korda ületab vara omakapitali. (vt ka pt 1.2.4 Finantsvõimendussuhtarvud)
- **Võlakordaja** (*debt ratio*) näitab kui suurt osa ettevõtte varades finantseeritakse laenuga (Kõomägi, 2006). „Võörkapitali puudumine või väike osakaal võib anda tunnistust sellest, et ettevõttel puuduvad tulusad projektid tegevuse arendamiseks tulevikus või ei

leidu turul sobivaid laenuinstrumente.“ (Kõomägi, 2006) Kreditorid seisukohast on madal väärtus heaks näitajaks, kus aga suur väärtus tähendab tavaliselt kõrgemat intressimäära täiendava riski eest. Suhtarvu suurus sõltub tegevusalast, tulude stabiilsusest. (Alver et al., 2002)

- **Soliidsuskordaja** (*solvency*) näitab omanike panust ettevõttesse ehk omakapitali osakaalu finantseerimisallikate üldsummas. Kõrge soliidus ei peegelda ettevõtte head finantsstruktuuri, vaid näitab omanike panust ettevõttesse.

Ettevõtte likviidsusest on huvitatud nii omanikud kui ka laenuandjad, kreditorid. Hea likviidsus on oluline ja juhid ning omanikud peaksid jälgima, et ettevõtte oleks võimeline tasuma lühiajalisi kohustisi. Samuti, et likviidsust vahendid oleksid kasutatud efektiivselt, et ei tekiks ülemääraselt likviidsust kuna sellisel juhul varad ei teeni tulu piisavalt, seega likviidsuse mõistes tuleks leida tasakaal varade kasutamise vahel. Seda kui efektiivselt ettevõtte kasutab oma vara analüüsitakse kasutades efektiivsuse suhtarve.

### 1.2.3. Efektiivsuse suhtarvud

Varade kasutamise analüüs võimaldab anda hinnangut kui efektiivselt osalevad vara tulude tekkimisel. Näitajate hindamisel tuleb meeles pidada, et ettevõtetel võivad olla põhivarad, mida renditakse, mistõttu suhtarvu leidmisel võib nendel ettevõtetel olla väiksem suhtarv. Suhtarvude analüüsimisel leitakse vastavad kordajad ja välted, kus välted leitakse kasutades aasta keskmist päevade arvu (360) ja jagatakse vastava kordajaga (Kõomägi, 2006; Ilisson 2004).

- **Varade käibekordaja** (*assets turnover*), näitab varade tootlikkust (*asset yield*) ja sõltub ettevõtte tegevusalast. See näitaja iseloomustab tegevuse tulemuslikkust müügi käibe genereerimisel, kuid selle tõlgendamisel tuleb arvestada, et põhivarade madal bilansiline väärtus ei pruugi olla võrreldav ettevõttega, kes hiljuti soetas põhivara. Ettevõtte amortiseerunud põhivara võib põhjustada kõrget väärtust ilma tegelikku müügi käibe paranemiseta (Ramagopal, 2008) Suhtarvuga hinnatakse, kas ettevõtte on vara kasutatud efektiivselt teatud müügi käibe taseme juures. Kaubandusettevõtete käibesagedus võiks olla suurem kui 1, kuna neil on üldjuhul suured varud. Enamasti kasutatakse efektiivsuse hindamiseks **varade käibeväldet** (*days assets turnover*), mis näitab varade käibimist päevades. (Kõomägi, 2006; Ilisson 2004)
- **Varude käibekordaja** (*inventory turnover*) suhtarv näitab seda, kui efektiivselt kasutatakse varusid ehk mitu rahaühikut tekitab iga varu all olev rahaühik. (Kõomägi 2006). Mida kõrgem on näitaja seda kiiremini müüakse varud ja raha laekub kiiremini,

kui näitaja on väike, siis ettevõtte on suured varud. Oluline on, et võetakse arvesse aasta keskmised varud ja müüdü kaupade kulu asemel võib kasutada müügitulu. (Goel, 2015) Ka varudel leitakse **käibevälde** (*days inventory held*), mis näitab aega päevades, mis kulub varudest kauba müügini (Kõomägi 2006). Suhtearvu võrreldakse, kas tegevusala keskmise näitajaga või ka konkurentidega, samuti on võimalik võrrelda ettevõtte eelmise aasta tulemusega. (Ramagopal, 2008)

- **Põhivara käibesiduvus** (*fixed assets turnover, sales to fixed assets ratio*), näitab kui efektiivselt kasutatakse põhivara perioodi jooksul. Tuleb meeles pidada, et põhivara käibimine tootmises on aeglasem kui käibevaradel, kuna põhivara kasutatakse mitmete aastate jooksul. (Kõomägi 2006) Suhtarv näitab, mitu korda müügitulu saadi põhivarasse investeeritud iga euro kohta. Madal väärtus näitab, et põhivarasse on liigselt investeeritud võrreldes saadava müügituluga. Kõrge väärtus näitab aga, et ettevõtte kasutab põhivara efektiivselt, kuid seda on vähe ja seda pole võimalik juurde soetada (Alver et al., 2002)
- **Koguvara käibesiduvus** (*total assets turnover*), näitab kui intensiivselt kasutati ettevõtte kogusvara müügitulu genereerimiseks (Alver et al., 2002).

Enamasti omavad ettevõtted nii põhivara kui ka käibevara ja varade kasutamise analüüs annab hinnangu varade kasutamisele müügitulu genereerimisel. Omanikud ootavad, et nende investeeringud varad oleksid tasuvad, mistõttu on nende näitajate leidmine efektiivsuse seisukohalt tähtsal kohal ja juhtimise seisukohalt annab võimaluse märgata, milliseid muudatusi tuleks sisse viia, et varad oleksid kasutatud parimal viisil.

Selleks, et suurendada majandustegevus kasumlikkust võib ettevõtte kaasata võõrkapitali ehk laenukapitali. Võõrkapitali kasutamist analüüsitakse kasutades finantsvõimendussuhtarve

#### 1.2.4. Finantsvõimendussuhtarvud

Finantsvõimendus näitab kui suurel määral kasutab ettevõtte oma majandustegevuses finantseerimiseks võõrkapitali ehk laenukapitali. Eristatakse: 1) tegevusvõimendust (*operating leverage*) ja 2) finantsvõimendust (*financial leverage*), kus tegevusvõimendus on seotud põhitegevuse püsikuludega ja finantsvõimendus finantseerimistegevuse püsikuludega. Mida suurem on tegevusvõimendus, seda suurem on osakaal püsikuludel kogukuludest. Tegevusvõimendust kasutatakse ka tegevusriskide hindamisel. Kui finantsvõimendus on kõrge, siis kasutab ettevõtte suurel määral laenukapitali. Nende suhtarvude liigitamisel

käsitletakse neid ka kapitali struktuuri suhtarvudena (Alver et al., 2002). Analüüsimiseks kasutatakse järgmisi suhtarve (Alver et al., 2002):

- **Omandikordisti** (*equity multiplier*), mis näitab mitu korda ületab vara omakapitali ja mitmekordseks on ettevõtte ennast võimendanud.
- **Finantsvõimenduse aste** (*degree of financial leverage*).
- **Tegevusvõimenduse aste** (*degree of operating leverage*).

Ettevõtte, kes oma tegevuse käigus kaasab mõistlikult võõrkapitali ja sellega tõstab oma kasumlikkust annab ka parema finantsilise tulemuslikkuse. Kuid laenu kaasamisel on nii eeliseid kui ka puuduseid. Väikstel ettevõtetel on raskusi laenu saamisega, kus nad peavad arvestama perioodiliste väljaminekutega laenumaksete näol ja seepärast tuleks hoida pidevalt vajalikul määral likviidseid vahendeid. Laenamine suurendab ka ettevõtte finantsriski. Eeliseks on see, et teenitud kasum jääb omanikele.

Ettevõttesse investeerimisel eelistavad investorid investeerida kõrge turuväärtusega ettevõtetesse ja aktsia väärtuse hindamiseks on palju võimalusi. Aktsia ja ettevõtte hinnataseme analüüsimiseks kasutatakse turuväärtussuhtarve.

### 1.2.5. Turuväärtussuhtarvud

Ettevõtte turundussuhtarve ehk väärtusnäitajaid kasutavad investorid investeerimisotsuste langetamiseks, samuti on see ettevõttele informatsioon, et ennast turul positsioneerida. Levinumateks suhtarvudeks on (Kõomägi, 2006; Alver et al., 2002):

- **Aktsia hinna ja tulu suhe** (*price/earning ratio*). See väljendab aktsiate väärtust kui kasumist sõltuvat suurust ehk kui palju makstakse turul ettevõtte kasumi ühiku eest.
- **Aktsia raamatupidamisväärtus** (*book value per share*), mis näitab aktsia raamatupidamislikku väärtust.
- **Dividendid aktsia kohta** (*dividend per share*), mis näitab väljamakstud dividendide summat ühe lihtaktsia kohta.
- **Dividendimäär** (*dividend yield*), näitab aktsiate tasuvust nende turuhinna suhtes ehk aktsiakasumit. Investoreid huvitab see, milline on ettevõtte poolt makstav tulumäär.
- **Dividendide väljamaksekindaja** (*dividend payout ratio*), mis näitab kui palju on makstud dividende ühe lihtaktsia kohta.

Ettevõtte suhtarvude analüüsimisel kasutatavad suhtarvud sõltuvad suuresti sellest, milline on analüütiku huvi ja ootust. Need annavad informatsiooni ettevõtte võimalikest probleemidest ja näitavad ettevõtte finantsseisu, samuti on see hinnang edukusele, efektiivsusele kui ka kasumlikkusele ehk üldisemalt, kui võrd tulemuslik on ettevõtte

majandustegevus. See milline on hea või halb suhtarvu väärtus, võrreldakse neid kas väljakujunenud üldtunnustatud arväärtustega ehk rusikareeglitega või tegevusala keskmiste näitajatega, konkurentidega kui ka ettevõtte enda eelnevate perioodidega.

Kaubandusettevõtte tegevus on tihedalt seotud tarbijatega ja nende ostueelistustega, lisaks ei tooda sellised ettevõtted ise midagi vaid on vahendaja rollis, see aga tähendab, et kaupade pakkumiseks ja klientide teenindamiseks on vajalikud ruumid kus toimub kaubavahetus.

### **1.3.Kaubandusettevõtte finantsilise tulemuslikkuse eripärad**

Kaubandustegevuse põhiliseks protsessiks on ostu-müügisuhted, kus tootjate huvi on saada suuremat kasumit väiksemate kuludega ja tarbijate huvi on vajaduste rahuldamine minimaalsete kulutustega. Iga ettevõtte kujundab endale omapärase kauba ja teenuse kombinatsiooni, mis aitab tõmmata tarbijate tähelepanu ning mõjutab ostukäitumist, luues seejuures konkurentsieelise. Jaekaubandust peetakse üheks olulisemaks kaubandussektoriks maailmas, kus füüsiline pind on põhiliseks jaotuskanaliks. Jaemüügiga tegelevad ettevõtted ei tooda midagi, vaid teenindavad lõpptarbijaid. Kaubad, mida müüakse, muretsetakse suuresti põllumajandusest, tööstusest või hulgikaubandusest. Tänapäeval on suur osa kaubandusest viidud internetti ning tegeletakse palju kaugmüügiga, kuid on ka neid, kes tegutsevad kohapeal. Sellised ettevõtted on näiteks toidukauplused. Nad pakuvad kaupu üksiktarbijatele ja põhiliseks ressursiks on varad, kaubanduspind ( $m^2$ ), töötajad ning nende tulemuslikkus on tihedalt seotud tarbijatega. Kaubamüüki võivad mõjutavad erinevad tegurid: nii sisemised kui ka välised. Kasumi ja tulude (müügitulude) kasv ettevõtte finantsilistes tulemustes näitab, kui võrd lojalsed ja rahul on kliendid ning kui võrd tulemuslikult on töötajad panustanud. (Lichtestein et al., 2008)

Väärtusahel aitab paremini mõista, kuidas teenuste ja inimkapitali sisendid mõjutavad tarbijate hinnanguid, nende ostukäitumist ning ettevõtte finantsilist tulemuslikkust. Tarbijad, kes on pakutud teenuse ja kaubavalikuga rahul, külastavad poodi ka tulevikus sagedamini, muutudes seeläbi lojaalseteks klientideks ja suurendades ettevõtte kasumit ja müügitulu. Tarbijate tehtud kulutused pakuvad aga ettevõtete juhtidele kvantitatiivseid mõõdikuid hindamiseks teeninduse ja turunduse efektiivsust. Müügi kasvu kui finantsilist mõõdikut võrreldakse eelmise perioodi tulemustega. (Lichtestein et al., 2008) Lichtenstein ja teised (2008), uurides jaekaubandusketti kuuluvaid ettevõtteid, leidsid, et tarbijate positiivsete hinnangute korral suurenesid igakordsed kulutused 12,79\$, mis omakorda tõstsid läbimüüki võrreldes eelmise perioodiga 5,37%.

Tarbijate ostuotsuste valikukriteeriumiteks on ostmisega kaasnevad kulud, pakutavad allahindlused, lahtioleku aeg, organisatsiooni maine ja nii sise- kui ka väliskeskond, teenindus ja tarbijate ostueelised. Tarbijad kui kodumajapidamised teevad otsuseid, arvestades otsuste mõju kogukulu summat, selekteerides, mida ja kui palju nad osta tahavad. Aina enam rajatakse suuri kaubanduskeskusi linnakeskusest eemale või äärelinnadesse, sinna sõitmine on väiksemate ostude puhul liiga kulukas ja aeganõudev, kuid kaubanduskeskustes on olemas nii toidupoeid kui ka muud tarbekaubad, mistõttu täidavad nad mitmeid eesmärke ja meelitavad ostjaid mitmekesise kaubavalikuga. Tarbijad asendavad sageli ajakulu kaubaga ja vastupidi ning segakaupade olemasolu suurendab atraktiivsust. Samuti ka allahindlused võivad suurendada külastatavust, kuna lisaboonused meelitavad sinna nii olemasolevaid kliente kui ka neid, kes seal varem pole käinud. Tarbijate ostuotsuste mõju tulemuslikkusele väljendub tehtud tehingute kasvus. (Kumar 2020)

Kuigi tarbijad eelistavad laia kaubavalikuga poode, on oluline ka poe asukoht. Tiheda konkurentsiga turul on jaekaubandusettevõtte eesmärgiks valida logistiliselt hea asukoht, mis annab ettevõttele võimaluse paremini planeerida välisilmet, luua tarbijatele mugavusi (sissepääsud, parklate arv, asukoht ja pangateenused) ja atraktiivsust (lai valik kaupu, söögikohad, sisemine ja välimine kujundus, valgustus jne). Paulner et al (2008) analüüsid USA suurimaid jaekaubanduskettidesse kuuluvaid kaubanduskeskusi, leidsid, et piirkond, sealhulgas konkurendid (*market force*), rahvastik ja kaubanduskeskuse sisemine õhkkond nagu müügiala, mugavuspoodide ja toidukohtade olemasolu võivad oluliselt mõjutada tulemuslikkust. Parem kaubavalik ja sisemine õhkkond meelitab tarbijaid veetma rohkem aega kaubanduskeskustes, rahuldades tarbijate emotsionaalseid kui ka funktsionaalseid tarbimisvajadusi. Seal veedetud aeg ja allahindlused suurendavad soovi rohkem osta, mistõttu on suuremad kaubanduskeskused üldjuhul kauem avatud.

Finantsilise tulemuslikkuse näitaja on ka müük ruutmeetri kohta, mis näitab, kui suurt müügitulu genereerib üks ruutmeeter kaubanduspinda. Arvestuslik pindala on kaupadega hõivatud ala, mitte aga kogupindala. Lisaks näitab ka kasumi võrdlemine müügipinnaga tegevuse tulemuslikkust ehk kui palju kasumit genereerib üks ruutmeeter kaubanduspinda. Kaubandusettevõtte tegevuse hindamiseks jaekaubanduses tuntakse järgmisi mõõdikuid (Maasik et al., 2012):

- kaupade dünaamika ruutmeetri kohta (*movement per square metre*) - kaupade liikumine ruumi kohta ehk mitu korda kaup vaadeldaval pinnal vahetub;

- müük ruutmeetri kohta (*sales per square metre*) - mõõdik näitab, kui tootlik on ruum müügi tekitamisel;
- kasum ruutmeetri kohta (*profit per square metre*) - näitab ruumi tootlikkust kasumi tootmisel
- kauba ringluskiirus riiulil kordades ja protsentuaalselt (*shelf turns*) on seotud riiulipinna kasutusega, mis mõõdab riiulil oleva kauba vahetumist teatud ajaperioodi jooksul;
- kauba ringluskiirus riiulil päevades ehk tarnepäevad (*days of supply*) - seda kasutatakse kauba väljastamise ja ladustamise graafikute koostamiseks ja koordineerimiseks.

Jaekaubandusettevõtte kogupindalast sõltub see, kui mitu töötajat on vaja, et tagada kiiret kaupade käibimist ja head teenindust. Personaalne lähenemine, teeninduse kvaliteet ja kiirus suurendab küllastajate arvu ja tõstab läbimüüki ning peegeldab organisatsiooni head kultuuri. Hea ja toetav keskkond tõstab töötajate pühendumist ning seeläbi teeb töötaja kliendi õnnelikuks. Töötajate pühendumine ning tööviljakus on seotud organisatsioonikultuuriga ja tugev organisatsioonikultuur tõstab müügi intensiivsust (Booth et al 2008).

Jaekaubanduse ettevõtted konkureerivad omavahel kasumi teenimise eesmärgil, seistes silmitsi mitmete väljakutsetega nagu kliendid, inimkapital ja majanduslik keskkond. Liikudes eesmärkide suunas on vaja planeerida, juhtida ja kontrollida protsesside efektiivsust ja tegevuse tulemuslikkust, kuid keerukad jaekaubanduse protsessid, üldised regulatsioonide ja pidevalt muutuv majanduskeskkond nõuab juhtidelt mitmekülgseid teadmisi ja pidevat arendamist.

Uuendused nõuavad väikeettevõtete juhtidelt aina enam ressursse, kuna väikeettevõtete juhid täidavad mitmeid erinevaid rolle. Uurides ühendkuningriigi turul tegutsevaid väike- ja mikroettevõtteid, leidis Storey (1996), et väikeettevõtete omanikud ei soovi kiiret kasvu, kuna sellega kaasnevad kõrgemad riskid, samuti on oht fundamentaalsete karakteristikute muutuses. Suurem ettevõtte vajab paremat juhtimist ja muudab struktuuri.

## **2. Tartu linna ketiväliste toidupoodide finantsiline tulemuslikkus - empiiriline analüüs**

### **2.1. Ülevaade Tartu linna toidupoodidest**

Tartu linna on rahvaarvu poolest teisel kohal Eesti linnade arvestuses, mille eripäraks on kahe suurema Ülikooli asumine Tartu linnas, mistõttu on õppeaasta kestel Tartu linna

rahvaarvu suurem, tudengite arvukust linnas kasvab. Tartu linn jaguneb seitsmeteistkümneks linnaosaks: Annelinn, Ihaste, Jaamamõisa, Kesklinn, Karlova, Maarjamõisa, Raadi-Kruusamäe, Ropka, Ropka tööstusrajoon, Ränilinn, Supilinn, Tammelinn, Tähtvere, Vaksali, Variku, Veeriku, Ülejõe. Linna sõlmeks on kesklinn. Hea ühistranspordi olemasolu ning väikesed vahemaad linnaosade vahel, tagavad kiirema liikumise linnaosade vahel. Tartu linna suurim kaubanduskeskus on Lõunakeskus, kuid enamik jaekettide toidupooded asuvad kesklinnast eemal erinevates linnaosades. Tartu linnas ja linnaservas tegutseb 40 jaeketi toidupoodi (vt joonis 1.), mis kuuluvad mõnda suuremasse kaupluseketi.

Konkurents turul on suur ja tiheda konkurentsi tõttu kasumimarginaalid väikesed, näiteks Rimi Eesti Food AS käiberentaablus 2018 aastal oli 0,28% ja 2019 aastal oli 0,64% (Rimi Eesti Foods AS majandusaasta aruanne 2019). Turule ei lisandunud uusi tegijaid. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ja Rahandusministeeriumi andmetel oli 2018 aastal Eesti jaekaubandus koondunud viie suurima kaupluseketi kätte (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium ja Rahandusministeerium 2019):

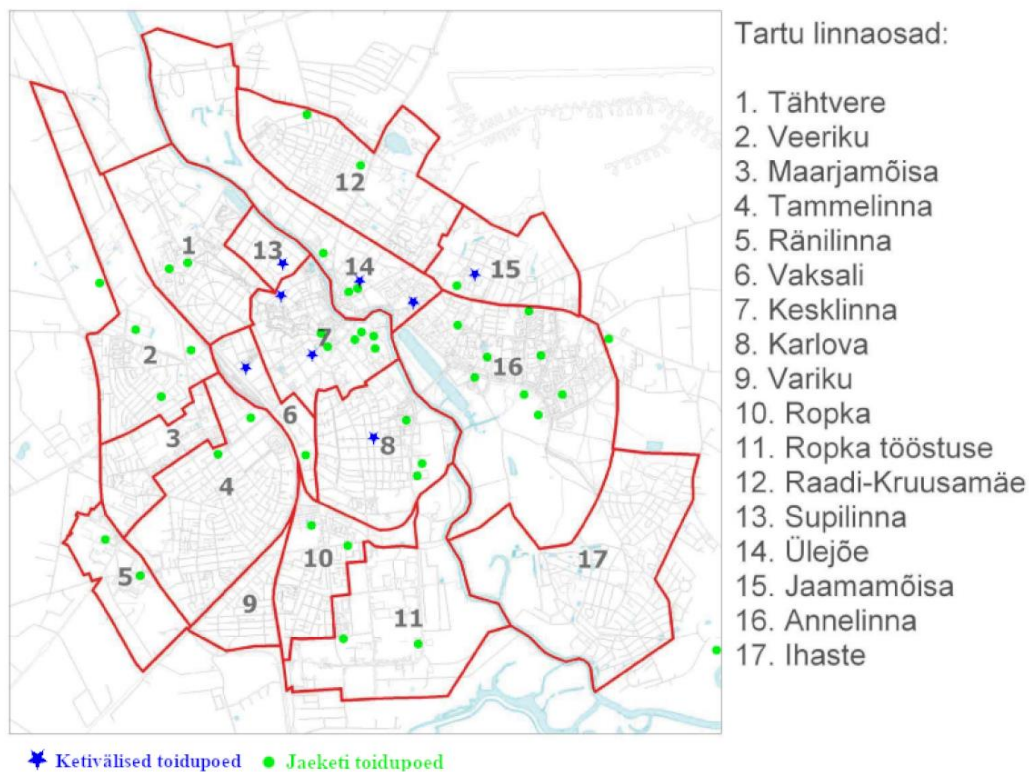
- Coop (Maksimarket, Konsum, A&O);
- Maxima Eesti OÜ;
- Tallinna Kaubamaja AS (Selver, CoMmarket, Delice);
- AS Prisma Peremarket;
- Rimi Eesti Food AS (Rimi);
- AS OG Elektra.

2019. aastal moodustas ligikaudu 11% Eesti kogu majanduse lisandväärtusest kaubandussektor (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium ja Rahandusministeerium 2019). Eestis statistika andmetel tegutses 2014-2017.aastal jaekaubanduses (sealhulgas toidupooded) ligikaudu tuhat kuni kaks tuhat 2500 eurose põhikapitaliga ettevõtet ning ligikaudu sada kuni viiskümmend alla 2500 eurose põhikapitaliga ettevõtte. Uute ettevõtete loomine oli langustrendis. (Eesti Statistikaamet EM01341)

Tartu linnas tegutsevaid ketiväliseid toidupooded on 8 (vt joonis 1):

- Kuu Pood (Tähe 61), mis asub Karlova linnaosas (joonisel nr 8);
- Kirsi Pood (Kivi 40a), mis asub Ülejõe linnaosas (joonisel nr 14);
- Toome kauplus(Jakobi 17) asub Kesklinna linnaosas (joonisel nr 7);
- Õnnelik Juhus OÜ (Tiigi 6) asub Kesklinna linnaosas (joonisel nr 7);
- Antelia Paluoja FIE (Vaksali 23) asub Vaksali linnaosas (joonisel nr 6);
- Herne Pood asub (Herne 6) Supilinna linnaosas (joonisel nr 13);

- Ringi pood asub (Põhja pst 10) Jaamamõisa linnaosas (joonisel nr 15);
- Uue Tänavä Toidukauplus (Uus 46) asub Ülejõe linnaosas (joonisel nr 14).



Joonis 1. Tartu ketivälised ja jaeketi kuuluvad toidupoed Tartu linnas

Allikas: Tartu linna transpordi arengukava 2012–2020

Märkus: töö autor on lisanud kaardile ketivälised ja jaeketi toidupoed.

Ketivälised toidupoed on mikro- ja väikeettevõtted, kes on turul tegutsenud kaua ja säilitanud pereettevõttele omased jooned. Nende eesmärk ei ole teenida suurt kasumit vaid teenida omanikele piisavat tulu hakkama saamiseks. Sellised toidupoed asuvad üldjuhul eramajades või hoonetes, kus nad on oma tegevust alustanud, mistõttu on sisutus ja välimus vananenud ja sageli on valgustus ebapiisav, riiulitel kaupa palju või ebaloogiliselt paigutatud. (vt lisa B, C). Kaubavalikus on valmistoidud, toidukaubad, alkohol ja tubakatooted ning vähesel määral muid tarbekaupu nagu pesuvahendid ja esmased tarbekaubad (vt lisa D). Hinnad on kõrgemad kui jaekaubanduskettides.

Suure mahu tõttu esitab töö autor Registrate ja Infosüsteemide Keskus ja OÜ d-Systems (teatmik.ee) saadud andmed magistritöös eraldi failidena ja selgitab mitu faili tööks kasutati (vt lisa F). Kasutades lisa F olevaid andmeid toob autor välja valmisse võetud ettevõtete lühikirjeldused ning analüüsib majandusaasta aruandeid peatükis 2.2.

Valmisse võetud toidukaupluste lühikirjeldused:

**Kuu Pood**, ärinimega OÜ Kuu Kaubandus põhitegevus alaks 2014-2019. aastal oli jaekaubandus, kus ülekaalus oli toidukaupade, alkoholsete jookide ja tubakatoode müük. 2014 – 2015. aastal töötas ettevõttes 5 töötajat ja 2016-2019.aastal 4 töötajat. Ettevõtte on turul tegutsenud 17 aastat. 2014 ja 2015. aasta aruannete järgi põhilise müügitulu moodustasid alkohooljoogid ja tubakatooted. Ettevõttes on üks juhatuse liige.

**Kirsi Pood**, ärinimega OÜ Tarvik alustas tegevust alles 07.10.2019, mistõttu varasem ärinimi ei ole töö autorile teada ning töös puuduvad andmed. Autorile teadaolevalt on juhatuse liikmeid kaks ja põhitegevusalaks on jaekaupade müük, kus ülekaalus on toidukaubad, joogid ja tubakatooted.

**Toome kauplus** põhitegevus alaks 2014-2019. aastal oli jaekaubandus, kus ülekaalus oli toidukaupade, alkoholsete jookide ja tubakatoode müük. 2014 – 2019. aastal töötas ettevõttes 2 töötajat. Ettevõtte on turul tegutsenud 23 aastat. Ettevõttes on kaks juhatuse liige.

**Õnnelik Juhus** põhitegevus alaks 2014-2019. aastal oli jaekaubandus, kus ülekaalus oli toidukaupade, alkoholsete jookide ja tubakatoode müük. 2014 – 2015. aastal töötas ettevõttes 5 töötajat ja 2016-2019.aastal 4 töötajat. Ettevõtte on turul tegutsenud 17 aastat. 2014 ja 2015. aasta aruannete järgi põhilise müügitulu moodustasid alkohooljoogid ja tubakatooted. Ettevõttes on üks juhatuse liige.

**Antelia Paluoja FIE** andmed puuduvad.

**Herne Pood**, ärinimega OÜ Kuldõun aastal oli põhitegevusalaks jaekaubandus, kus ülekaalus oli toidukaupade, alkoholsete jookide ja tubakatoode müük. 2014 – 2015. aastal töötas ettevõttes 6-7 töötajat ja 2016-2019.aastal 3-4 töötajat Ettevõtte on turul tegutsenud 9 aastat. Ettevõttes on üks juhatuse liige.

**Ringi pood**, ärinimega OÜ Kelliäri põhitegevus alaks 2014-2019. aastal oli toidu-ja esmatarbekaupade jaemüük ning kohviku pidamine. Lisaks toidukaupadele müüdi omavalmistatud kulinaariatooteid ja värskeid aed-ja juurvilju, mida osteti eraisikutelt. 2014 – 2019. aastal töötas ettevõttes keskmiselt 28 töötajat. Ettevõtte on turul tegutsenud 23 aastat. Ettevõttes on üks juhatuse liige.

**Uue Tänav Toidukauplus** põhitegevus alaks 2014-2019. aastal oli toidu-ja tööstuskaupade jaemüük, raudteede korrashoidmine ja ehitus-remonttööde teostamine. 2014 – 2019. aastal töötas ettevõttes 2 töötajat. Ettevõtte on turul tegutsenud 17 aastat. Ettevõttes on üks juhatuse liige.

## 2.2.Andmed ja meetodika

Töö põhineb deduktiivsel arutlusel, kus empiirilises osas kasutatakse kvantitatiivset meetodikat, mis võimaldab läbiviija finantsanalüüsi, uurides ning analüüsides aruandeid.

Andmete kogumiseks kasutatakse süstemaatilist dokumendivaatlust, mille käigus koguti andmeid ettevõtete majandusaasta aruannetest. Lisaks sellele saadi andmed vaatluse käigus väikepoodide piirkonna kohta ka koha peal käies. Tartu linna tegutsevate suurte jaekettide andmed, paiknemise kohta, saadi ettevõtete kodulehtedelt.

Finantsanalüüsi käigus hinnatakse Tartu linnas tegutsevate 6 ketivälise väikepoe ja kahe suurema jaeketi rentablussuhtarve, analüüsitakse efektiivsust ja maksevõimet ning leitakse kapitali struktuuri suhtarvud. Ettevõtete finantsanalüüsis kasutatud majandusaasta aruanded pärinevad Registrate ja Infosüsteemide Keskusest ja kasutati üldandmeid nagu asutamise aeg ja tegevusalade klassifikatsiooni teatmik.ee lehelt. Lisa F on Registrate ja Infosüsteemide Keskus ja OÜ d-Systems (teatmik.ee) saadud andmed loetelu, mida töö autor suure mahu tõttu tööle ei lisa, kuid toob välja kasutatud failide loetelu. Analüüsi perioodiks valiti 2014- 2019 aastad, kuna töö kirjutamise ajaks ei olnud veel 2020 aasta ettevõtte aruanded esitatud. Magistri töö eesmärgist tuleneval ketiväliste toidupoodide finantsilise tulemuslikkuse analüüs tehakse kasutades traditsioonilist finantsanalüüsi tuues välja olulisemad suhtarvud ning võrreldakse neid suurte jaekettide suhtarvudega.

Töö autor kaasas valimisse Tartu linnas tegutsevad ketiväliseid toidupoed ja vaatluse käigus kogunud mittefinantsilisi andmeid Tartu linna ketiväliste toidupoodide kohta (vt lisa B,C,D). Valmisse kuuluvad väikepood, mis pakuvad tarbijatele toidukaupu kui ka alkohoolseid jooke ja tubakatooteid ning vähesel määral esmatarbekaupu. Autor ei kaasanud valimisse väiksemaid toidupoode, mis kuulusid mõnda suuremasse kaupluseketti või nende kaubavalik ei läinud töö eesmärgiga kokku. Sellel põhjusel ei kaasanud autor Tartu Meie Poodi, mis asub Karlova linnaosas, Võru 47a (RRLektus AS), samuti Grossi Toidukaubad, mis asub Kesklinna linnaosas, Soola 7 (OG ELEKTRA AS). Biomarket OÜ, mis asub Kesklinna linnaosas, Küüni 7, kuid kelle kaubavalikusse kuuluvad küll ökotoidud ja Eestis ökoloogiliselt kasvatatud ja toodetud kaubad, kuid alkohoolseid jooke ja tubakatooteid seal ei pakuta ning ettevõtte tegutseb ka Tallina linnas. Samal põhjusel ei kaasanud autor valimisse Karlova linnaosas (Turu 34b) tegutsevat Umami poodi, kelle põhilise valiku moodustavad maitseained, vürtsid, ürdid, tervise- ja gurmeetooted.

Esitatud tabelid ja arvutuste tegemiseks kasutati tabelitöötlusprogrammi MS Excel.

### **2.3. Analüüsi tulemused ja järeldused**

Majandusaasta aruannete põhjal leitaks suhtarvud tulemuslikkuse hindamiseks ja vaatluse käigus kogutud andmed lisavad olulist informatsiooni finantsilise tulemuslikkuse hindamiseks. Uuritavad ettevõtted on tegutsenud turul kaua, kõige kauem on tegutsenud

Toome pood (Aasi ja Ko OÜ) ja Ringi pood (OÜ Kelliäri), kes on olnud turul 23 aastat (vt lisa D).

Jaekaubanduses eripäraks on kiire kaubakäive ja edasimüügiks ostetud kaupade suur väärtus ja vaadates ettevõtete arvnäitajaid majandusaasta aruannetest on näha, et müügitulu võrreldes varaga on mitmeid kordi suurem. Müügitulu on ettevõtte peamine tulullikas, mis moodustab suurima osa sissetulevastest rahavoogudest.

Puhakasum näitab ettevõtte võimet genereerida oma põhitegevusega raha. Parema ülevaate saamiseks on tabelis 2 väljatoodud toidukaupluste kolme aasta näitajad nagu müügitulu, bilansimaht ja puhaskasum. Võrdlusena on lisatud ka kahe suurema jaeketi kolme aasta näitajad.

Tabel 2

*Ettevõtete olulisemad arvnäitajad aastatel 2017-2019*

<b>Müügitulu</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Kuu pood	257 742 €	241 692 €	219 837 €
Toome pood	156 164 €	158 833 €	159 656 €
Õnnelik Juhus OÜ	151 829 €	168 705 €	159 093 €
Herne pood	183 944 €	195 669 €	188 386 €
Ringi pood	466 592 €	539 087 €	645 616 €
Uue Tänavä Toidukauplus	204 171 €	199 044 €	189 561 €
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>377 622 000 €</i>	<i>374 271 000 €</i>	<i>390 536 000 €</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>120 750 472 €</i>	<i>140 666 457 €</i>	<i>157 196 258 €</i>
<b>Puhaskasum</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Kuu pood	16 209 €	8 731 €	-3 242 €
Toome pood	2 755 €	2 078 €	835 €
Õnnelik Juhus OÜ	676 €	116 €	11 €
Herne pood	2 627 €	206 €	1 685 €
Ringi pood	1 267 €	-889 €	7 873 €
Uue Tänavä Toidukauplus	1 560 €	-1 398 €	2 615 €
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>1 347 000 €</i>	<i>1 048 000 €</i>	<i>2 517 000 €</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>8 195 883 €</i>	<i>7 023 978 €</i>	<i>7 961 836 €</i>
<b>Bilansimaht</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Kuu pood	22 592 €	20 816 €	20 289 €
Toome pood	48 998 €	48 806 €	60 077 €
Õnnelik Juhus OÜ	20 335 €	22 250 €	22 289 €
Herne pood	27 949 €	27 971 €	28 008 €
Ringi pood	66 752 €	38 988 €	49 496 €
Uue Tänavä Toidukauplus	34 123 €	48 697 €	38 059 €
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>62 283 000 €</i>	<i>59 293 000 €</i>	<i>57 500 000 €</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>89 262 256 €</i>	<i>101 009 461 €</i>	<i>114 358 644 €</i>

Allikas: Äriregister, teatmik.ee (autori koostatud)

Märkus: \*makstud dividendid (2017.a. 10 000€ ja 2018.a. 5000€).

Jaekettide müügitulud võrreldes bilansimahuga oli mitmeid kordi suuremad, mis on ka jaekaubanduse üheks eripäraks. Ringi Poe müügitulu võrreldes teiste väikepoodidega oli suurem, kuna nad tegelesid lisaks jaemüügile ka kulinaariatoodete valmistamise ja müügituluga

ning analüüsi käigus selgus, et Ringi Pood avas ka uuritava perioodil mitu uut müügikohta, mistõttu oli ka bilansimaht suurem kui teistel väikestel toidukauplustel. Müügitulu osas paistis silma ka Kuu Pood, kes tegevusala lõikes tegeles küll ainult toidukaupade jaemüügiga, kuid müügitulu võrreldes teiste väikeste toidukauplustega oli hea. Ettevõtete müügitulu jagunemine tegevusala lõikes näitas erisusi, kus müügitulu saadi erinevatest tegevusaladest, kuid sisuliselt jäi põhitegevuseks toidukaupade müümine. Näiteks, oli toidukauplusi, kes muutsid oma tegevusala või tuli juurde kõrvaltegevusala. Toome pood muutis aastal 2016<sup>2</sup> ja 2018<sup>3</sup> tegevusala ja tegeles kohviku pidamisega „Ülejõe kohvik“<sup>4</sup>, mille müügitulud moodustasid ligikaudu 85% ning jaemüük spetsialiseerumata kauplustes<sup>5</sup> ligikaudu 15%. Uue tänava Toidukaupluse põhitegevusalaks oli küll muude toidukaupade müük (EMTAK: 47291), kuid ettevõtte tegeles vähesel määral ka muude ehitiste viimistlusega ja lõpetamisega (EMTAK: 43391). Aastatel 2018-2019 lisa Õnnelik Juhus OÜ tegevusalasse mootorsõidukite hoolduse ja remondi (EMTAK: 45201). Analüüs näitas, et tegevusalade lõikes ei tegele ettevõtted ainult jaemüügiga, vaid mitmel juhul tegelesid ka kõrval tegevusega.

Kasumi näitajad väikestel toidukauplustel võrreldes jaekettidega on väikesemad (tabel 2), kuna müüginahud ja pinnad on väiksemad. Väikepoed oma põhitegevusega suurt kasumit ei teeni ja kaks ühel aastal oli kahel väikepoel ka kahjum. Toome pood (Aasi ja Ko OÜ) aga maksis kahel aastal omanikele dividende. Vaatamata sellele, et mõni aasta on väikepoed olnud kahjumis on nad suutnud sellest välja tulla ja tegutsenud mõõduka kasumiga.

Bilansi aktiva poolel on jaekaubanduses ülekaalus varud (toorained, materjal ja müügiks ostetud kaubad jne), mis tõttu bilansimaht muutub varude muutusega. Aastate lõikes võib bilansimaht oluliselt erineda varude muutuse tõttu. Väikepoodide bilansimahud võrreldes jaekettidega on väikesed. Väikepoed ei omanud ka oluliselt põhivara, kus näiteks, ei olnud Toome poel ühtegi bilansilist põhivara, samuti Kuu pood (OÜ Kuu Kaubandus) kajastas põhivara alles 2015 aastal, Herne pood (OÜ Kuldõun) aga 2017 aastal. Ettevõtte Õnnelik Juhus OÜ<sup>1</sup> ja Uue Tänava Toidukauplusel ei olnud aasta lõpus ühtegi põhivara. Mis viitab sellele, et väikepoed ei investeerinud põhivarasse. Toome poe ja Ringi poe bilansimahud võrreldes teiste väikepoodidega olid suuremad ja põhiliseks varaks varud.

Ettevõtete finantsilist tulemuslikkust võivad mõjutada ka mittefinantsilised tegurid nagu poe atraktiivsus, suurpoodide olemasolu piirkonnas, peretraditsioonid, klientuur,

---

2 EMTAK tegevusalad: 4778 - Muude uute kaupade jaemüük spetsialiseeritud kauplustes.

3 EMTAK tegevusalad: 47241 - Leivatoodete, kookide, jahu- ja suhkrukondiitritoodete jaemüük.

4 EMTAK tegevusalad: 10851 - Valmistoitute tootmine.

5 EMTAK tegevusalad: 47111 - Jaemüük spetsialiseerimata kauplustes, kus on ülekaalus toidukaubad, joogid ja tubakatooted

asukoht ja muud sotsiaalmajanduslikud tegurid, siis vestluse käigus selgitasid omanikud, et suurpoodide rohkus Tartu linnas on neid mõjutanud. Nad on pidanud kaasajastama ruume ning tegema võimaluste piires tehnoloogilisi uuendusi (üleminek kaardimaksete süsteemile) ja muutma ka kaubavalikut, kus rohkem on pakendatud toitu ja tervislikumat kaubavalikut nagu „vegantoidud“. Kauba valiku muutus ja investeringud varasse mõjutavad müügitulusid, mistõttu töö autor analüüsis müügitulude kasvu (tabel 3).

Tabel 3

*Toidukaupluste müügitulu kasvud aastatel 2014-2019*

<b>Nimi</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Kuu pood	24,3%	111,6%	32,3%	-28,6%	-6,2%	-9,0%
Toome pood	-15,8%	-4,5%	-7,6%	-6,0%	1,7%	0,5%
Õnnelik Juhus OÜ	-3,9%	-20,2%	1,1%	-3,2%	11,1%	-5,7%
Herne pood	-9,4%	-19,3%	-3,8%	2,3%	6,4%	-3,7%
Ringi pood	-3,0%	-6,4%	1,5%	30,8%	15,5%	19,8%
Uue Tänavaga Toidukauplus	1,0%	-3,7%	1,0%	2,2%	-2,5%	-4,8%
Rimi Eesti Food AS	0,6%	1,33%	5,6%	-2,9%	-0,9%	4,4%
Aktsiaselts OG ELEKTRA	13,8%	0,71%	9,8%	17,4%	16,5%	11,8%

Allikas: autori koostatud

Märkus: kasv võrreldes eelmise aastaga.

Analüüsid väikeste toidukaupluste müügitulude kasvu on näha, et müügitulud uuritava perioodil on hüplikud, kus Kuu Poe müügitulud kasvasid 2015 aastal oli üle 111%, ja kolmel viimasel aastal müügitulu langes. Toome poe müügitulud langesid neljal järjestikusel aastal, kus alles 2018 aastal kasvas müügitulu paari protsendi võrra. Õnnelik Juhus OÜ müügitulu kasvasid 2016 aastal ja 2018 aastal. Herne poe müügitulu näitasid kasvu vaid kahel aastal. Ringi poe müügitulud neljal viimasel aastal aga kasvasid, mis näitab, et rahavood müügitulust olid positiivsed. Uue tänava toidukaupluste müügitulud 2015 ja 2018-2019 aastal näitasid langust, kuid teistel aastatel need kasvasid. Suurte jaekettide müügitulud olid samuti hüplikud, kuid aastate lõikes need üldjuhul kasvasid, väljaarvatud Rimi Eesti Food AS müügitulud, mis langes kahel aastal, 2017 ja 2018 mõne protsendi võrra.

Müügitulud on ettevõtete peamine tuluallikas, kuid nagu analüüs näitas, et müügitulud on hüplikus ka suurtel jaekettidel, olulisem on aga see, kas põhitegevuse teenitakse kasumit. Selleks, et teada saada ettevõtete finantsseisu ja hinnata finantsilist tulemuslikkust tehakse suhtarvude analüüsi, kus leitakse põhilised suhtarvud nagu: rentaablus-, likviidsus-, kapitali struktuuri suhtarvud ja leitakse varade kasutamise efektiivsuse suhtarvud.

Turuväärtussuhtarve töös ei analüüsita.

### 2.3.1. Rentaablussuhtarvud

Ettevõtte rentaablussuhtarvud näitavad, kui palju toodab ettevõttesse investeeritud kapital kasumit ehk kas põhitegevusega teenitakse kasumit.

Müügikäibe rentaablus iseloomustab seda kuidas ettevõtte kontrollib oma kulude taset ning näitab puhaskasumi osatähtsust müügikäibest. Müügikäibe puhasrentaablus näitab mitu senti teenis ettevõtte kasumit müügikäibelt, mida suurem see on, seda rohkem kasumit jääb müügikäibest. Seda kui efektiivselt on ettevõtte kaasanud ressursse ja teeninud igalt ettevõttesse paigutatud euro pealt kasumit, näitab koguvarade puhasrentaablus. Omanike raha paigutamise otstarbekus näitab aga omakapitali puhasrentaablus ja selle tulukus peab vastama investeerija poolt nõutava tulunormi tasemega ehk omanike tulunormiga. Toidukaupluste suhtarvud on esitatud tabelis 4.

Tabel 4

*Toidukaupluste rentaablusnäitajad aastatel 2014 – 2019.*

<b>Müügikäibe puhasrentaablus</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Toome Pood	1,0%	0,7%	1,7%	1,8%	0,5%	1,3%
Kuu Pood	4,0%	3,2%	-10,8%	6,3%	3,6%	-1,5%
Herne Pood	1,4%	2,2%	0,4%	1,4%	0,1%	0,9%
Ringi Pood	0,2%	-2,5%	7,7%	-0,3%	0,2%	1,2%
Õnnelik Juhus OÜ	0,01%	0,9%	-0,2%	0,4%	0,1%	0,0%
Uue Tänavaga Toidukauplus	-5,3%	0,3%	1,2%	0,8%	-0,7%	1,4%
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,3%</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,4%</i>	<i>0,3%</i>	<i>0,6%</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>6,1%</i>	<i>7,2%</i>	<i>7,0%</i>	<i>6,8%</i>	<i>5,0%</i>	<i>5,1%</i>
<b>Koguvarade puhasrentaablus</b>						
Toome Pood	2,7%	1,6%	3,9%	3,7%	1,1%	2,6%
Kuu Pood	7,1%	10,5%	-45,0%	18,0%	7,5%	-2,3%
Herne Pood	7,9%	9,2%	1,7%	5,3%	0,3%	3,0%
Ringi Pood	0,5%	-4,7%	15,2%	-0,7%	0,4%	3,8%
Õnnelik Juhus OÜ	0,0%	3,7%	-1,0%	2,1%	0,3%	0,03%
Uue Tänavaga Toidukauplus	-13,3%	0,6%	2,7%	1,6%	-1,5%	3,1%
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>0,7%</i>	<i>1,6%</i>	<i>5,8%</i>	<i>2,1%</i>	<i>1,7%</i>	<i>4,3%</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>11,3%</i>	<i>11,4%</i>	<i>10,2%</i>	<i>9,9%</i>	<i>7,4%</i>	<i>7,4%</i>
<b>Omakapitali puhasrentaablus</b>						
Toome Pood	8,4%	4,7%	10,7%	9,2%	2,6%	6,2%
Kuu Pood	14,7%	21,1%	-144,0%	103,6%	31,0%	-10,5%
Herne Pood	36,1%	32,3%	5,0%	15,9%	1,1%	8,9%
Ringi Pood	22,4%	-1187,1%	328,3%	-5,6%	3,9%	30,1%
Õnnelik Juhus OÜ	0,2%	24,7%	-5,2%	11,0%	1,8%	0,2%
Uue Tänavaga Toidukauplus	-41,6%	2,4%	10,8%	6,4%	-5,7%	10,4%
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>4,1%</i>	<i>9,2%</i>	<i>41,3%</i>	<i>19,0%</i>	<i>18,3%</i>	<i>67,5%</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>15,0%</i>	<i>15,6%</i>	<i>14,3%</i>	<i>14,2%</i>	<i>10,7%</i>	<i>10,9%</i>

Allikas: autori koostatud

Võrreldes teiste väikepoodidega oli Kuu poe müügikäibe puhasrentaablus kõrgem, teenides iga müügitulu pealt rohkem kasumit. Aastate lõike oli väikepoodide müügikäibe puhasrentaablused heal tasemel, kuid oli ka aastaid kus poed olid kahjumis. Võrreldes suurte

jaekettide on kasumi teenimise tase väikepoodidel hea, mis viitab heale kulude juhtimisele. Kuu pood ja Herne pood kasutavad oma ressursse kasumi teenimiseks efektiivsemalt kui teised väikepood, nende koguvarade puhasrentaablused tasemenäitajad olid kõikidel aastatel positiivsed, mis näitab, et iga varasse paigutatud euro teenis kasumit. Ringi poel oli omakapitalis negatiivne tulem 2015 aastal, mille põhjuseks võib olla, et ettevõttel võisid olla maksmata arved või laene või omanikud panid ettevõttesse raha juurde. Omanike raha paigutamise otstarbekus ehk omakapitali puhasrentaablus oli väikepoodidel kõrge, mis näitab, et omanike ettevõttesse investeeritud euro teenis pigem kasumit.

Rentaabluse näitajad on omanike seisukohast kõige olulisemad näitajad ja analüüs näitas, et väikepoodide rentaablusnäitajad on head ja nende võime kasumit teenida on hea, kuid hindamaks ettevõtte maksevõimet tasuda arveid, tehakse käibevarade ja lühiajaliste kohustuste analüüs, leitakse likviidsussuhtarvud.

### 2.3.2. Likviidsussuhtarvud

Likviidsusanalüüsi näitab ettevõtte võimet katta tähtaegselt oma lühiajalisi kohustisi, nende ebapiisaval täitmisel võib kaasa tuua krediidireitingute languse ja usalduse kaotuse kreditoride ees. Likviidsuse analüüsiga leitakse esmalt puhaskäibekapital, mis näitab käibevara ja lühiajaliste kohustuste vahet, mis ei ole küll suhtarv, kuid võimaldab anda esmast hinnangu ettevõtte likviidsuse kohta (tabel 5).

Tabel 5

*Toidukaupluste puhaskäibekapital aastatel 2015 – 2019.*

<b>Puhaskäibekapital</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Toome Pood	25 614 €	28 506 €	31 261 €	33 340 €	34 175 €
Kuu Pood	12 048 €	-26 102 €	19 921 €	11 020 €	-405 €
Herne Pood	14 487 €	15 230 €	15 175 €	15 661 €	17 584 €
Ringi Pood	-7 095 €	10 878 €	9 076 €	-18 339 €	-12 689 €
Õnnelik Juhus OÜ	5 553 €	5 605 €	6 471 €	6 587 €	6 598 €
Uue Tänavä Toidukauplus	30 199 €	47 581 €	46 091 €	53 826 €	36 625 €
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>-5 619 000 €</i>	<i>-14 291 000 €</i>	<i>-17 424 000 €</i>	<i>-22 588 000 €</i>	<i>-25 134 000 €</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>2 784 495 €</i>	<i>822 039 €</i>	<i>2 261 878 €</i>	<i>5 556 590 €</i>	<i>-128 446 €</i>

Allikas: autori koostatud

Tabelis 5. on näha, et Ringi poel ja Kuu poel oli mõnel aastal puhaskäibekapital negatiivne, mis viitab sellele, et neil oli raskust lühiajaliste kohustuste täitmisega. Kuu poe negatiivset puhaskäibekapitali põhjustas lühiajaline laen 2016 ja 2019 aastal. Ringi poe negatiivse puhaskäibekapitali põhjustas lühiajalise laenusumma kasv 2015 aastal ning võlgade ja ettemaksete kasv 2019 aastal. Huvitava oli ka see, et 2018 aastal puudusid Ringi poel bilansis võlad ja ettemaksed ning töö autori arvates võib olla tegemist arvestuslikku veaga. Teistel väikepoodidel ületasid käibevarad lühiajalisi kohustusi ja puhaskäibekapital

oli positiivne, mis näitab, et nad suutsid õigeaegselt tasuda oma kohustisi. Suurte jaekettide puhaskäibekapital ei ole võrreldav väikepoodidega. Rimi Eesti Food AS negatiivne kapital võib viidata sellele, et lühiajalist kapitali kasutatakse põhivarade finantseerimiseks. Kuigi väikepoodide puhaskäibekapital on väike võrreldes suurte jaekettidega on see siiski jäänud positiivseks, mis viitab kapitali juhtimise ja likviidsuse heale tasemele.

Käibevarad on suhteliselt likviidsed varad, mille arvelt kaetakse lühiajalisi kohustisi, kuid jaekaubanduse käibevarades on varasid, mis ei ole likviidsed, need on varud ja ettemaksud, seega tegelik maksevõime sõltub oluliselt varade struktuurist. Selleks, et hinnata tegelikku maksevõimet leitakse lühiajaliste võlgnevuste kattekordaja ja likviidsuskordaja (tabel 6).

Tabel 6

*Toidukaupluste lühiajaliste võlgnevuste kattekordaja, likviidsuskordaja aastatel 2014 – 2019.*

<b>Lühiajaliste võlgnevuste kattekordaja</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Toome Pood	1,96	2,12	2,34	2,74	3,10	2,29
Kuu Pood	3,17	1,99	0,46	2,28	1,50	0,98
Herne Pood	1,54	2,04	2,16	2,03	2,20	2,54
Ringi Pood	0,99	0,95	1,14	1,12	0,75	0,84
Õnnelik Juhus OÜ	1,18	1,36	1,37	1,41	1,41	1,40
Uue Tänavaga Toidukauplus	5,71	4,25	6,86	7,04	8,07	4,15
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>0,92</i>	<i>0,90</i>	<i>0,75</i>	<i>0,68</i>	<i>0,59</i>	<i>0,53</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>1,16</i>	<i>1,16</i>	<i>1,04</i>	<i>1,10</i>	<i>1,37</i>	<i>0,99</i>
<b>Likviidsuskordaja</b>						
Toome Pood	0,02	0,01	0,02	0,01	0,03	0,02
Kuu Pood	0,003	0,02	0,01	0,73	0,52	0,13
Herne Pood	0,10	0,15	0,04	0,09	0,05	0,03
Ringi Pood	0,00	0,01	0,07	0,09	0,07	0,04
Õnnelik Juhus OÜ	0,01	0,01	0,02	0,11	0,01	0,04
Uue Tänavaga Toidukauplus	0,77	0,90	2,85	2,56	1,67	0,71
<i>Rimi Eesti Food AS</i>	<i>0,10</i>	<i>0,10</i>	<i>0,09</i>	<i>0,25</i>	<i>0,14</i>	<i>0,11</i>
<i>Aktsiaselts OG ELEKTRA</i>	<i>0,05</i>	<i>0,05</i>	<i>0,06</i>	<i>0,06</i>	<i>0,21</i>	<i>0,09</i>

Allikas: autori koostatud

Nagu ka puhaskäibekapitali näitas, on väikepoodidel enamasti käibevara rohkem kui lühiajalised kohustised, siis leitakse ka lühiajaliste võlgnevuste kattekordaja, mis näitab kui mitu korda on need suuremad. Rusikareegliks on, et käibevarad peaksid ületama 1,6 kordselt lühiajalisi kohustisi. Analüüsidest väikepoodide näitajaid on näha, Toome poe, Herne poe ja Uue tänava toidupoe likviidsus on hea, teistel väikepoodidel aga rahuldav või nõrk. Vaadates suurte jaekettide lühiajaliste võlgnevuste kattekordajaid on näha, et nende likviidsus on samuti nõrk, mis aga tähendab seda, et suurte varude tõttu on ka võlad tarnijatele ja töötajatele suuremad, kuid likviidsus on hea.

Analüüsidest likviidsuskordajat on väikepoodide maksevõime väga nõrk, välja arvatud Uue tänava toidukauplusel, kelle bilansis oli raha rohkem kui teistel väikepoodidel. Samuti oli ka suurtel jaekettidel võrreldes teiste käibevaradega raha vähem, mis aga ei näita, et maksevõime ei ole nõrk, vaid jaekaubanduse eripärast tulenevalt on likviidsuskordaja tase madalam kuna võtab arvesse ainult kõrge likviidsusega vara.

Autori arvates võib toidukaupluste likviidsuskordaja olla madalam, kuid see ei näita, et ettevõtete üldine likviidsus on halb. Kuna käibevarades on suurimad varad varud, siis tuleks hinnata ka varade kasutamise efektiivsust, et anda hinnang, kuivõrd hästi ettevõtted kasutavad vara tulu genereerimiseks.

### 2.3.3. Efektiivsuse suhtarvud

Tegevustulemuse analüüs näitab, kuidas ettevõtted kasutavad oma vara tulude loomisel. Suhtarvude analüüsis kasutatakse nii varade ja varude kordajaid kui ka välteid, kus välde leitakse kasutades aasta keskmiste päevade arvu (360 päeva). Töö autori arvates kajastab varade ja varude käibevälde paremini varade kasutamise efektiivsust kui käibekordajad (käibeväldete leidmiseks on kordajad leitud, kuid töösse neid kaasata) kuna näitab käibimist päevades. Tabelis 7 on esitatud valik efektiivsuse suhtarvudest. Analüüsisist jäeti välja põhivara käibesiduvus suhtarvud kuna väikepoodid ei omanud oluliselt põhivara ja autori arvates on väikepoodide põhivaraks inventar, mööbel ja kontoritehnika. Põhivarade suhtarvu leidmine ei annaks olulist informatsiooni varade kasutamise efektiivsuse kohta.

Tabel 7

*Toidukaupluste efektiivsuse suhtarvud 2014 – 2019.*

<b>Varade käibevälde</b>						
Toome Pood	95,64	97,21	107,92	113,58	111,63	136,69
Kuu Pood	152,95	31,97	21,91	49,53	49,27	40,25
Herne Pood	46,24	54,77	56,85	58,61	52,85	55,39
Ringi Pood	106,91	133,06	89,73	66,98	37,37	36,07
Õnnelik Juhus OÜ	46,45	48,68	47,77	52,46	48,05	52,14
Uue Tänavaga Toidukauplus	70,62	71,86	100,33	94,72	111,13	91,65
Rimi Eesti Food AS	61,12	64,65	58,89	59,38	57,03	53,00
Aktsiaselts OG ELEKTRA	213,16	244,58	268,76	266,12	258,51	261,90
<b>Varude käibevälde</b>						
Toome Pood	110,84	113,39	129,32	137,75	135,30	152,31
Kuu Pood	204,75	35,59	20,71	42,11	41,40	44,30
Herne Pood	47,66	57,92	64,03	63,80	62,13	64,41
Ringi Pood	189,62	202,35	88,99	114,49	62,30	70,62
Õnnelik Juhus OÜ	44,48	59,22	56,72	58,09	56,83	62,39
Uue Tänavaga Toidukauplus	63,50	62,55	67,40	68,23	101,08	84,49
Rimi Eesti Food AS	22,71	22,46	24,09	21,64	21,83	20,31
Aktsiaselts OG ELEKTRA	65,26	81,43	78,30	72,18	47,53	49,24
<b>Koguvara käibesiduvus</b>						

Toome Pood	3,88	3,65	3,38	3,15	3,22	2,91
Kuu Pood	2,59	6,91	15,63	8,97	7,05	7,63
Herne Pood	8,40	6,42	6,33	6,31	6,67	6,53
Ringi Pood	3,81	2,91	3,26	5,31	7,55	10,70
Õnnelik Juhus OÜ	8,76	6,73	7,51	7,07	7,56	6,98
Uue Tänavä Toidukauplus	5,18	4,96	4,20	3,73	3,46	3,46
Rimi Eesti Food AS	5,99	5,76	6,00	6,00	6,16	6,69
Aktsiaselts OG ELEKTRA	1,86	1,58	1,46	1,45	1,48	1,46

Allikas: autori koostatud

Väikepoodide varade käibevalde on aastate lõikes hüplik, kuna põhiliselt on käibevarades varud, mistõttu on ka nende varade käibimine päevades väga hüplik ning kohati erinevus suur. Suurtel jaekettidel on varades aga ka põhivarad, mistõttu on nende varade käibimine päevades stabiilsem. Väikepoodide raha laekumine varude müügist on liiga pikk, kus Toome poe varude müügiaeg on üle 100 päeva. Kaubandusettevõtete statistika (lisa G) kohaselt kaubavarude keskmine müügiaeg päevades peaks olema 40-43 päeva.

### 2.3.4. Finantsvõimendussuhtarvud

Ettevõtte finantsvõimendus näitab kui suurel määral kasutab ettevõtte oma majandustegevuses finantseerimiseks võõrkapitali (kapitali struktuuri suhtarvud) (tabel 8). Võõrkapitali kasutamine võib suurendada või vähendada omakapitali tasuvust, samuti suure võimendusega kaasnevad riskid, kus ettevõtte ei suuda võetud laenu tagasi maksta.

Tabel 8

*Toidukaupluste finantsvõimendussuhtarvud suhtarvud 2014 – 2019.*

Omandikordisti	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Toome Pood	2,09	2,05	1,90	1,75	1,58	1,48	1,77
Kuu Pood	1,38	1,46	1,26	7,37	2,88	2,94	3,27
Herne Pood	3,50	2,84	1,96	1,86	2,34	2,13	1,86
Ringi Pood	33,20	32,49	-26,20	4,57	6,91	6,16	4,59
Õnnelik Juhus OÜ	4,29	5,46	3,53	3,62	3,42	3,42	3,49
Uue Tänavä Toidukauplus	1,65	2,86	2,61	2,91	2,49	2,58	1,83
Rimi Eesti Food AS	5,82	5,78	5,65	9,88	8,01	16,16	15,19
Aktsiaselts OG ELEKTRA	1,30	1,36	1,37	1,43	1,44	1,47	1,49
<b>Võlakordaja</b>							
Toome Pood	52,1%	51,1%	47,3%	42,8%	36,5%	32,3%	43,6%
Kuu Pood	27,7%	31,5%	20,8%	86,4%	65,3%	66,0%	69,4%
Herne Pood	71,4%	64,8%	49,1%	46,4%	57,3%	53,2%	46,4%
Ringi Pood	97,0%	96,9%	103,8%	78,1%	85,5%	83,8%	78,2%
Õnnelik Juhus OÜ	76,7%	81,7%	71,6%	72,4%	70,8%	70,7%	71,4%
Uue Tänavä Toidukauplus	39,3%	65,0%	61,7%	65,6%	59,9%	61,2%	57,3%
Rimi Eesti Food AS	82,8%	82,7%	82,3%	89,9%	87,5%	93,8%	93,4%
Aktsiaselts OG ELEKTRA	22,9%	26,5%	27,3%	30,1%	30,7%	31,8%	32,8%
<b>Soliidsuskordaja</b>							

Toome Pood	47,9%	48,9%	52,7%	57,2%	63,5%	67,7%	56,4%
Kuu Pood	72,3%	68,5%	79,2%	13,6%	34,7%	34,0%	30,6%
Herne Pood	28,6%	35,2%	50,9%	53,6%	42,7%	46,8%	53,6%
Ringi Pood	3,0%	3,1%	-3,8%	21,9%	14,5%	16,2%	21,8%
Õnnelik Juhus OÜ	23,3%	18,3%	28,4%	27,6%	29,2%	29,3%	28,6%
Uue Tänavä Toidukauplus	60,7%	35,0%	38,3%	34,4%	40,1%	38,8%	54,8%
Rimi Eesti Food AS	17,2%	17,3%	17,7%	10,1%	12,5%	6,2%	6,6%
Aktsiaselts OG ELEKTRA	77,1%	73,5%	72,7%	69,9%	69,3%	68,2%	67,2%

Allikas: autori koostatud

Analüüsidés omakapitali ja varade struktuuri oli märgata, et Ringi poe omakapital kolmel aastal oli väga väike võrreldes bilansis olnud varadega, mis aga pikas perspektiivis võinuks tähendada maksevõime halvenemist, kuid järgnevatel aastatel Ringi poe omakapital suurenes, mis viis omakapitali ja varade suhte paremasse seisü. Väikepoodide varade ja omakapitali suhe, aastate lõikes, oli suhteliselt stabiilne. Omakapitali ja võõrkapitali kasutamise analüüs näitas, et Ringi pood kasutas peamiselt oma tegevuse finantseerimiseks laenuvahendeid, mis on iseenesest seotud suurema riskiga, kuid kapitali hind seevastu odavam. Teiste väikepooded finantseerisid oma tegevust omakapitaliga, mis on madalama riskitasemega kuid kapitali hind seevastu kõrgem. Leitud väikepoodide soliiduskordaja kinnitas, et finantseerimis üldsummas on suur osakaal omakapitalil, mis aga ei näita hea kapitalis struktuuri.

### Kokkuvõte

Ettevõtte tulemuslikkus definitsioonil on palju erinevaid nüansse ja selle hindamine sõltub kontekstist. Tulemuslikkus üldisemas tähenduses on aga resultaat, kuid majandustegevusest tähendab eelkõige see finantsilist tulemuslikkust. Finantsilise tulemuslikkuse hindamine on keeruline ja seda on kritiseeritud erinevate autorite poolt, kus laialt kasutatavad lähenemised ei ole selgepiirilised ja kasutatavad kõigile, ainuõiget teed ei ole. Tulemuslikkus sõltub mitmetest teguritest nagu hindamise eesmärgid, huvigrupid ja muud mittefinantsilised tegurid. Traditsiooniline analüüs ei arvesta sageli mittefinantsilisi tegureid vaid põhineb finantsilistel näitajatel. Tulemuslikkuse analüüsimise eesmärk on teada saada, mis põhjusel võib tulemuslikkus muutuda, kuidas tulemuslikkus tõsta ning millised tegurid mõjutavad seda. Finantsseisundi jälgimine ja hindamine võimaldab juhtkonnal saada informatsiooni majanduslikku olukorra kohta ning langetada selle põhjal juhtimisotsuseid, samuti planeerida tuleviku tegevusi. Ettevõtte juhid lähtuvad juhtimisel üldisest eesmärgis ja kasumi maksimeerimisest, mistõttu tulemuslikkuse hindamine ja juhtimine on hea vahendi juhtimisotsuste tegemiseks, mis aitab kaasa ettevõtte strateegia välja töötamisele.

Erialases kirjanduses kaasatakse laialdaselt finantsiline tulemuslikkus hindamiseks traditsioonilist finantsanalüüsi suhtarvude meetodil. Suhtearvude mõõdikute valik on mitmekesine ja iga analüütik kasutab erinevaid suhtarve. Nende valik ja tulemuse hindamise kriteeriumid ei ole universaalsed, kuid sageli kasutatakse üldtunnustatud väärtusi ja vahemikke, samuti võrdlusi konkurentidega ja tegevusalaga. Suhtarvude kasutamisel tuleb pöörata tähelepanu mõõdiku interpreteerimisele ja lõpptulemustele kuna need sõltuvad analüüsitava ettevõtte majandustegevusest.

Jaekaubanduses on põhiliseks protsessiks ostu-müügiprotsessid ning tuleb arvestada ka kaubanduse finantsilise tulemuslikkuse eripäradega, kus tulemuslikkus on seotud tihedalt tarbijate ostukäitumisega ning kaubavaliku ja müügikohaga. Jaekaubanduse edukuse mõõdikutest kasutatakse ruumi tootlikkuse ja kauba ringluse mõõdikuid: müügitulu ruutmeetri kohta, kasum ruutmeetri kohta, kaupade liikumine ruutmeetri kohta ja kaupade ringlus kordaja ja välde.

Tartu linn on Eestis suuruselt teine linn ning toidukaupluste konkurents on turul suur, suurte jaekettide kõrval on säilinud ka ketivälised toidupood. Väikepood on tegutsenud kaua ja nende hakkama saamine sõltub sellest kui hästi nad haldavad oma kulusid ja kui efektiivselt kasutavad vara tulu genereerimiseks ning millised ootused on omanikel.

Müügitulud sõltuvad oluliselt piirkonnast ja seal elavatest klientidest. Väikepoodide kaubavalik on piiratud ja hinnad kõrgemad, kuid esmavajalik kaup on kättesaadav, mistõttu tarbijate seisukohast on need mugavuspoed ja vajalik kaup saadakse kätte vähese ajakuluga.

Töö eesmärgiks oli uurida Tartu linnas tegutsevate ketiväliste toidupoodide finantsilist tulemuslikkust. Magistritöö koosneb kaheks osaks, millest esimeses osas antakse ülevaade tulemuslikkuse teoreetilisest käsitlusest ning teine osa sisaldab empiirilist osa, mis analüüsib Tartu linnas tegutsevate ketiväliste toidupoodide finantsilist tulemuslikkust.

Finantsanalüüsi käigus arvatati ja analüüsiti rentaablussuhtarve, efektiivsussuhtarve, likviidsussuhtarve ja kapitali struktuuri suhtarve. Sõltuvalt töö eesmärgist ja ettevõtete iseloomust leiti töös vaid need suhtarvud, mis iseloomustasid väikepoodide tulemuslikkust ning mille kohta saadi andmeid.

Väikepoodide müügitulude analüüs näitas, et müügitulud on hüplikud, kus kasv võis ületada 100% ja langus kohati 20%. Seejuures suurtel jaekettidel müügitulu kasvud ja langused olid stabiilsemad. Rentaablussuhtarvude analüüs näitas, et müügikäibe puhasrentaablus oli heal tasemel. Kuigi esines ka kahjumiga aastaid tulid väikepoed edukalt ka toime. Omanike raha paigutamise tasuvus oli kõrge ning iga investeeritud euro teenis pigem mõõdukat kasumit. Ettevõtete likviidsus näitas, et väikepoed suutsid vaatamata mõnele kehvemale aastale täita lühiajalisi kohustisi. Väikepoodide käibevarad ületasid lühiajalisi kohustisi, kuid hindamaks kaetus ei saanud töö autor kasutada üldtunnustatud suhtarvu taset, vaid võrdles seda suurte jaekettide tasemega, mis näitas, et väikepoodidel on pigem hea likviidsuse tase. Varade kasutamise analüüsis leitud käibevälted olid hüplikud ja esines suur kõikumisi. Varude müügist raha laekumiseni oli aga väikepoodidel liiga pikk aeg. Väikepoodide kapitalis struktuuri analüüs näitas, et peamiselt kasutatakse finantseerimisallikana omakapitali, mis on küll madalama riskitasemega kuid mille kapitali hind on kõrge.

Väikepoodide finantsiline tulemuslikkus näitas, et nad teenivad küll kasumit kuid omanike panused on suured, mistõttu on nad ka püsima jäänud. Müügikohad olid kohati remonditud kuid tuleks ehk mõelda ka poe atraktiivsuse tõstmisele ja müügipindade paremale kasutamisele või muuta kaubavalikut ja jätta vaid enim ostetud kaubad ning pöörata rohkem tähelepanu kaupade välja panemisele. Kuna nad müüvad ka koduseid pagaritooteid ning väiketalunike kaupa, siis seda võiksid nad kasutada ka poe reklaamimisel. Samuti võiksid nad olla nähtavad ka sotsiaalmeedias rohkem (näiteks Kuu poel on Facebooki leht), mis suunaks tarbijaid neid ka külastama. Värsquete saiakeste ja hommikukohvi pilt kutsuks ka kaugemaid kliente neid külastama.

**Viidatud allikad**

1. Abebe, T. (2011). Analysis of the Success Factors of Micro and Small Business Enterprises in Addis Ababa. Addis Ababa University. *Studies for the Degree of Masters of Business Administration*, p.11-14.
2. Alver, J., Reinberg, L. (2002) Juhtimisarvestus. Tallinna Raamatutrükikoda. Tallinn.
3. Aruste, V. (2007). Finantsanalüüs. Vastused igapäevastele küsimustele. Külim.
4. Bititci, U., Carrie, A. S., & McDevitt, L. (1997). Integrated performance measurement systems: a development guide. *International Journal of Operations and Production Management*, 17(5), 522-534. <https://doi.org/10.1108/01443579710167230>
5. Boaventura, J.M.G., Silva, R.S., Bandeira-de-Mello, R. (2012). Corporate Financial Performance and Corporate Social Performance: Methodological Development and the Theoretical Contribution of Empirical Studies\* A preliminary version of this study was presented at the 5th Meeting on Strategic Studies - ANPAD 3 Es 2011 under the title Foundation for Research Support of the State of São Paulo (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP).
6. Booth, S.A. and Hamer, K. (2009). Corporate culture and financial performance: an empirical test of a UK retailer. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 37 No. 8, pp. 711-727. <https://doi.org/10.1108/09590550910966204>
7. Dennis, W.J. Jr., & Fernald, L.W. Jr. (2001). The Chances of Financial Success (and Loss) from Small Business Ownership. *Entrepreneurship theory and practice*, pp.75-83 Kättesaadav: <https://journals-sagepub-com.ezproxy.utlib.ut.ee/doi/pdf/10.1177/104225870102600105>
8. Eesti Keele Instituut. Kakskeelsed sõnaraamatud. Inglise-eesti sõnastik. ättesaadava: <https://www.eki.ee/dict/ies/index.cgi?Q=perfomance&F=M&C06=en>
9. Eesti Statistikaamet: EM01341: ETTEVÕTETE ARV | Aasta, Tegevusala (EMTAK 2008) ning Põhikapital
10. Eesti Statistikaamet KM0107: KAUBANDUSETTEVÕTETE TULUD, KULUD, KAUBANDUSLIK JUURDEHINDLUS TEGEVUSALA (EMTAK 2008) JÄRGI (KVARTALID)
11. Fenyves, V., Zsido, K.E., Bircea, I. and Tarnoczi, T. (2020). Financial performance of Hungarian and Romanian retail food small businesses. *British Food Journal*, Vol. 122 No. 11, pp. 3451-3471. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2019-0330>

12. Gentry, J.R., Shen, W. (2010). The Relationship between Accounting and Market Measures of Firm Financial Performance: How Strong Is It?. *Journal of Managerial Issues*, Vol. 22, No. 4 (Winter 2010), pp. 514-530 (17 pages).  
<https://www.jstor.org/stable/25822528>
13. Gentzoglanis, A. (1996). Economic and Financial Performance of Cooperatives and Investor-Owned Firms: An Empirical Study. *Strategies and structures in the agro-food industries*. The origin of this book is rooted in a seminar held in April 1995 at European Institute for Advanced Studies in Management. Kättesaadav:  
[https://pub.epsilon.slu.se/3425/1/entire\\_book.pdf?fbclid=IwAR0I6sNzc32ED2qYjDrD09i4MDEJt-ip7OvwghDs3KC1J-rcwaftvu0FkA0#page=187](https://pub.epsilon.slu.se/3425/1/entire_book.pdf?fbclid=IwAR0I6sNzc32ED2qYjDrD09i4MDEJt-ip7OvwghDs3KC1J-rcwaftvu0FkA0#page=187)
14. Goel, S., (2015). Financial Ratios. Business Expert Press. ISBN:9781631573590
15. Iisson, R., *Aruandluse tõde ja õigus. Finantsanalüüs ja planeerimine*. (2004). Printon Trükkikoda AS.
16. Jarvis, R., Curran, J., Kitching, J. and Lightfoot, G. (2000). The use of quantitative and qualitative criteria in the measurement of performance in small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 7 No. 2, pp. 123-134.  
<https://doi.org/10.1108/EUM0000000006834>
17. Kõomägi, M., *Ärirahandus*.(2006) Tartu Ülikooli kirjastus. Pärnu Kolledž.
18. Kumara, V., Karande, K.(2000). The Effect of Retail Store Environment on Retailer Performance. *Journal of Business Research*. Volume 49, Issue 2, Pages 167-181.  
[https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00005-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00005-3)
19. Leemet, K. (2018). Ettevõtte finantsseisundi hindamine Incap Electronics Estonia OÜ-s. Lõputöö. Tallinna Tehnikaülikool. Merenduskeskus.
20. Lichtensteina, D.R., Netemeyer, R.G., Maxham, J. G. (2010). The Relationships Among Manager-, Employee-, and Customer-Company Identification: Implications For Retail Store Financial Performance. *Journal of Retailing*. Volume 86, Issue 1, Pages 85-93. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2010.01.001>
21. Maasik, I., Kirikal, H., Murulaid, T., Noorväli, H., (2012). Kategooria juhtimine kaubanduses. Lääne-Viru Rakenduskõrgkool. ISBN 978-9949-30-706-7
22. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Rahandusministeerium (2019). 2018 aasta majandusülevaade. Tallinn 2019
23. Mustonen, I. (2007). Majandusaasta araunde kasutamine Maksu- ja tolliameti töös. Lõputöö. Sisekaitseakadeemia. Finantskolledž.

24. Narkunienė, J., Ulbinaitė, A. (2018). Comparative analysis of company performance evaluation methods. *Entrepreneurship and Sustainability Issues, Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6 (1), pp.125-129. DOI: 10.9770/jesi.2018.6.1(10)
25. Neely, A. (1999). The performance measurement revolution: Why now and what next? *International Journal of Operations & Production Management*, 19(2):205-228 DOI: 10.1108/01443579910247437
26. Nicu, I. E. (2012). Company Performance Measurement And Reporting Methods, *Annals of Faculty of Economics*, University of Oradea, Faculty of Economics, vol. 1(2), pages 700-707. Kättesaadav: <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2012/n2/106.pdf>
27. Norkett, P. (1985). A financial approach to supermarket success. *Retail and Distribution Management*. Vol. 13 No. 6, pp. 53-58. <https://doi.org/10.1108/eb018288>
28. Ramagopal, C., (2009). Accounting for Managers. New Age International Ltd. ISBN:9788122426120
29. Ramagopal, C., (2008). Financial Management. New Age International Ltd. ISBN:9788122422061
30. Ramanujam, V., Venkatraman, N. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *The Academy of Management Review*, Vol. 11, No. 4, pp. 801-814. <http://www.jstor.org/stable/258398>
31. Randoja, K. (2017). Eesti teraviljakasavutusettevõtete finantstulemuslikkusega seotud tegurid. Magistritöö. Eesti Maaülikool. Majandus-ja sotsiaalinstituut. Tartu.
32. Storey, D.J. (1994). Understanding the small business sector. Routledge. London
33. Tartu linna transpordi arengukava 2012–2020. Riigi Teataja. Kättesaadav: [https://www.riigiteataja.ee/aktiis/4050/2201/3062/Tartu\\_TRAK.pdf](https://www.riigiteataja.ee/aktiis/4050/2201/3062/Tartu_TRAK.pdf)
34. Teearu, A., Krumm, E. (2005). Ettevõtte finantsjuhtimine. Tallinn. Pegasus.
35. Töyli, J., Häkkinen, L., Ojala, L. and Naula, T. (2008). Logistics and financial performance: An analysis of 424 Finnish small and medium-sized enterprises. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 38 No. 1, pp. 57-80. <https://doi.org/10.1108/09600030810857210>
36. Weiss, L.A., (2017). Accounting for Fun and Profit: A Guide to Understanding Advanced Topics in Accounting. *Business Expert Press*. Financial Accounting and Auditing Collection, p. 98-99

37. Williams, R.i.Jr., (2017). Measuring family business performance: research trends and suggestions. *Journal of Family Business Management*. Vol. 8 No. 2, 2018 pp. 146-16.  
DOI 10.1108/JFBM-12-2017-0047

**LISAD**

LISA A. Finantsanalüüsi suhtarvud

<b>Rentaablussuhtarvud:</b>		<b>Märkus:</b>
<b>Müügikäibe brutorentaablust</b> (gross profit margin)	$GPM = \frac{GP}{S} \quad (1)$ kus GPM – müügikäibe brutorentaablus GP – brutokasum S – müügikäive	
<b>Müügikäibe puharentaablus</b> (net profit margin)	$NPM = \frac{NP}{S} \quad (2)$ kus NPM – müügikäibe puharentaablus NP – puhaskasum S – müügikäive	
<b>Koguvarade puharentaablus</b> (return on assets - ROA)	$ROA = \frac{NP}{A} \quad (3)$ kus ROA – varade rentaablus NP – puhaskasum A – varad (perioodi keskmine)	
<b>Omakapitali puharentaablus</b> (return on on equity - ROE)	$ROE = \frac{NP}{E} \quad (4)$ kus ROE – omakapitali rentaablus NP – puhaskasum E – omakapital	DuPonti valem kaasab kasumliikkust, vara kasutamise efektiivsust ja finantsvõimendust.
<b>Investeeringu tasuvus</b> (return on invesment - ROI)	$ROI = \frac{CVI - CoI}{CoI} \quad (5)$ kus ROI – investeeringu tasuvus CVI – investeeringu väärtus (kasum) CoI – investeeringu kulud	
<b>Kaasatud kapitali rentaablus</b> (Return on Capital Employed - ROCE )	$ROCE = \frac{EBIT}{CE} \quad (6)$ kus ROCE – rakenduskapitali rentaablus EBIT – äri kasum CE – pikaajalised kohustised+omakapital	
<b>Likviidsussuhtarvud:</b>		
<b>Puhaskäibekapital</b> (net working capital)	$NWC = CA - CL \quad (7)$ kus NWC – puhaskäibekapital CA – käibevara CL – lühiajalised kohustised	NWC peaks olema 5-6 korda väiksem müügitulust. Negatiivne NWC näitab, et lühiajalist käibekapital kasutatakse põhivara finantseerimiseks.
<b>Lühiajaliste võlgnevuse katekordaja</b> (current ratio)	$CR = \frac{CA}{CL} \quad (8)$ kus CR – lühiajaliste võlgnevuse katekordaja	Suhtarvu hindamisele on rusikareegeliks 200% või 2 korda, kuid

	CA – käibevara CL – lühiajalised kohustised	üldtunnustatud hinnanguks võetakse (Kõomägi, 2006; Ilisson, 2004): $CR \geq 1,6$ hea $1,1 \leq CR \leq 1,59$ rahuldav $CR \leq 1,1$ nõrk
<b>Likviiduskordaja</b> (quick ratio, liquidity ratio, acid test)	$QR = \frac{M+MS+AR}{CL} \quad (9)$ kus QR – likviiduskordaja M – raha MS – likviidsed väärtpaberid AR – debitoorne võlgnevus CL – lühiajalised kohustised	$QR \geq 0,9$ hea $0,31 \leq QR \leq 0,89$ rahuldav $QR \leq 0,3$ nõrk  Jaekaubanduses näitaja võib olla madalam, kus vahemik 70-80% on hea näitaja, ilma et sellega kaasneksid riskid
<b>Vahetu maksevalmiduse kordaja</b> (cash ratio)	$CAR = \frac{M+MS}{CL} \quad (10)$ kus CAR – kiire maksevalmiduse kordaja M – raha MS – likviidsed väärtpaberid CL – lühiajalised kohustised	Heaks näitajaks on 0,3-0,5, kuid kõrgem arvväärus võib tähendada aga ebaefektiivset vaba raha kasutamist. (Kõomägi, 2006).
<b>Kapitali struktuuri suhtarvud:</b>		
<b>Intresside katekordaja</b> (times interest earned)	$TIE = \frac{EBIT}{I} \quad (11)$ kus TIE – intresside katekordaja EBIT – ärikasum I – intressid	Heaks näitajaks on vähemalt 2,5. (Kõomägi, 2006)
<b>Laenuteeninduse suhtarv (EBITDA coverage ratio)</b>	$EBITDACR = \frac{EBITDA+LP}{I+PP+LP} \quad (12)$ kus EBITDACR – laenuteeninduse võime EBITDA – kulumieelne ärikasum I – intressid PP – laenu põhiosa tagasimaksed LP – liisingumaksed	
<b>Omakapitali võlasiduvus (gear).</b>	$GR = \frac{D}{E} \quad (13)$ kus GR – omakapitali võlasiduvus D – koguvõlgnevus (kohustised) E – omakapital	Lühiajalised kohustised ei tohiks omakapitali ületada rohkem kui 1,25 korda. Lühiajalised kohustised ei tohiks omakapitali summaga võrreldes olla rohkem kui 80%.
<b>Kapitaliseerituse kordaja (capitalization ratio)</b>	$CAPR = \frac{LD}{LD+E} \quad (14)$ kus CAPR – kapitaliseerituse kordaja LD – pikaajalised kohustised	

	E – omakapital	
<b>Omandikordisti</b> ( <i>equity multiplier</i> )	$EM = \frac{A}{E} \quad (15)$ kus EM – omandikordisti A – varad E – omakapital	
<b>Võlakordaja</b> ( <i>debt ratio</i> )	$DR = \frac{D}{A} \quad (16)$ kus DR – võlakordaja D – koguvõlgnevus A – varad	Heaks näitajaks on võlakordaja kuni 70% (Kõomägi, 2006).
<b>Soliidsuskordaja</b> ( <i>solvency</i> )	$SO = \frac{E}{A} \quad (17)$ kus SO – soliiduskordaja A – varad E – omakapital	
<b>Efektivsuse suhtarvud:</b>		
<b>Varade käibekordaja</b> ( <i>assets turnover</i> )	$AT = \frac{S}{A} \quad (18)$ kus AT – varade käibekordaja S – müügikäive A – varad	Varade käibeväldet ( <i>days assets turnover</i> ) = 360/varade käibekordaja
<b>Varude käibekordajat</b> ( <i>inventory turnover</i> )	$ITR = \frac{VC}{IRY} \quad (19)$ kus ITR – varude käibekordaja VC – müüdud kaupade kulu IRY – varud	Varude käibevälde ( <i>days inventory held</i> ) = 360/varude käibekordaja
<b>Põhivara käibesiduvus</b> ( <i>fixed assets turnover, sales to fixed assets ratio</i> ),	$FAT = \frac{S}{FA} \quad (20)$ kus FAT – põhivara käibesiduvus S – müügikäive FA – põhivara keskmine maksumus	
<b>Koguvara käibesiduvus</b> ( <i>total assets turnover</i> )	$TAT = \frac{S}{FAA} \quad (21)$ kus TAT – põhivara käibesiduvus S – müügikäive FAA – keskmine koguvara	
<b>Finantsvõimendussuhtarvud (financial leverage ratios)</b>		
<b>Omandikordisti</b> ( <i>equity multiplier</i> )	$EM = \frac{A}{E} \quad (22)$ kus EM – omandikordisti A – varad E – omakapital	Kapitali struktuuri suhtarv valem 15
<b>Finantsvõimenduse aste</b> ( <i>degree of financial leverage</i> )	$DoFL = \frac{\text{aktsiakasumi muutus \%}}{\text{ärikasumi muutus \%}} = \frac{\text{ärikasum}}{\text{kasum majandustegevusest}} \quad (23)$	

<p><b>Tegevusvõimenduse aste</b> (degree of operating leverage)</p>	$DoOL = \frac{\text{aktsiakasumi muutus \%}}{\text{müügikäibe muutus \%}} = \frac{\text{piirkasum}}{\text{ärikasum}} \quad (24)$	
<p><b>Turuväärtussuhtarvud (market ratios)</b></p>		
<p><b>Aksia hinna ja tulu suhe</b> (price/earning ratio)</p>	$EPS = \frac{NP}{CS} \quad (25)$ <p>kus EPS – aksia hinna ja tulu suhe NI – puhaskasum CS – aktsiate arv</p>	
<p><b>Aksia raamatupidamisväärtus</b> (book value per share)</p>	$BVPS = \frac{E}{CS} \quad (26)$ <p>kus BVPS – aksia raamatupidamisväärtus E – omakapital CS – aktsiate arv</p>	
<p><b>Dividendid aksia kohta</b> (dividend per share)</p>	$DPS = \frac{DIV}{CS} \quad (27)$ <p>kus DPS – dividendid aksia kohta DIV – dividendid CS – aktsiate arv</p>	
<p><b>Dividendimäär</b> (dividend yield)</p>	$DY = \frac{DPS}{P} \quad (28)$ <p>kus DY – dividendimäär DPS – dividendid aksia kohta CS – aksia turuhind</p>	
<p><b>Dividendide väljamaksekordaja</b> (dividend payout ratio)</p>	$d = \frac{DPS}{EPS} = \frac{DIV}{NP} \quad (29)$ <p>kus d – dividendide väljamaksekordaja DIV – dividendid aksia kohta EPS – aksia hinna ja tulu suhe DPS – dividendid aksia kohta NP – puhaskasum</p>	

Allikas: (Kõomägi, 2006, Alver et al. 2002; Ilisson, 2004 )

LISA B. Ketivälised toidupoed: pildid



**Kuu Pood, Tähe 61. Autor: Lembit Koll**



**Toome kauplus, Jakobi 17\***



**Kirsi Pood, Kivi 40a \***



**Herne Pood, Herne 6\***



**Õnnelik Juhus OÜ, Tiigi 6\***



**Uue Tänavä Toidukauplus, Uus 46\***



**Ringi pood, Põhja pst 10  
(googlemaps)**



**Antelia Paluoja FIE, Vaksali 23\***

\*Pildid on autori tehtud 2021.a.

## LISA C. Ketivälised toidupoeid: kirjeldused

1. **Antelia Paluoja FIE** toidupoe kliendiala oli väike, riiulid kaupa täis ja raskesti eristatavad, valgustus hea ja piisav, lõhna osas midagi erilist ei märganud. Kaubavalik: valmistoidu ja toidukaubad (ligikaudu 45%), alkoholi (ligikaudu 35%) ja ülejäänud 20% tarbekaubad nagu pesuvahendid ja hügeenitarbed jne. Naisterahvas müüja ja omanik. Müüja rääkis palju. Õppinud turundust. Kõige pisim pood. Parkida saab eraldi maja ees nii ratta kui autoga.
2. **Toome kaupluses** oli piisavalt ruumi klientide jaoks, sisustus aegunud, kuid kaubad hästi paigutatud ja see lihtsustas asjade leidmise. Valgustus ei olnud hea, ruum oli hämar. Lõhna osas ei jäänud midagi erilist meelde. Kaubavalik: valmistoidu ja toidukaubad (ligikaudu 55%), alkoholi (ligikaudu 30%) ja ülejäänud 15% tarbekaubad nagu pesuvahendid ja hügeenitarbed jne. Meesterahvas müüja. Müüja eemal olev ja tundus väsinud. Parkimine on üle tänava tasuta.
3. **Herne Pood** oli ruumikas ja kaubad hästi nähtavad. Valgustus hea ja lõhn hea. Kaubavalik: valmistoidu ja toidukaubad (ligikaudu 55%), alkoholi (ligikaudu 30%) ja ülejäänud 15% tarbekaubad nagu pesuvahendid ja hügeenitarbed jne. Naisterahvas müüja oli sõbralik aga mitteteadlik kaubast. Parkimis võimalus oli sissepääsu juures nii ratta kui ka autoga.
4. **Kuu Pood**. Sisutus oli keskpärane, kliendiala piisavalt suur, valgust oli pigem hämar. Lõhna osas ei jäänud midagi erilist meelde. Naisterahvas müüja oli väga sõbralik ja rääkis koroonakriisist, et ei ole veel pankroti äärel aga raske. Kliendi on lojaalsed ja käivad. Poes viibis 2 töötajat. Kaubavalik: valmistoidu ja toidukaubad (ligikaudu 55%), alkoholi (ligikaudu 30%) ja ülejäänud 15% tarbekaubad nagu pesuvahendid ja hügeenitarbed jne. Autoga parkimine kõrval tänaval ja rattaga (linnaratta dokk) parkimine maja ees.
5. **Kirsi Pood** oli väike, kitsas. Kaupa pigem vähe ja riiulid pooltühjad. Naisterahvas oli müüja, kes ei soovinud väga suhelda. Ta oli teadlik kaubast, kuid poes oli ebameeldiv lõhn. Niiskuse ja hallituse lõhn. Valgustus oli hea. Kaubavalik: valmistoidu ja toidukaubad (ligikaudu 45%), alkoholi (ligikaudu 40%) ja ülejäänud 15% tarbekaubad nagu pesuvahendid ja hügeenitarbed jne. Parkimine maja ees tänaval.
6. **Ringi Pood** oli väike. Kliendiala samuti väike ja kassa paigutatud kohe sissepääsu juurde, mis tegi ostmise ebameeldivaks. Kauba paigutus mitte kõige parem, kuid müüdi värskeid juur- ja puuvilju, valmistoidu valik hea, kuna nad ise teevad. Naisterahvas müüja, sõbralik aga jälgis pidevalt. Poes paigutas kaupa omanik. Valgustus hämar ja vähene. Kaubavalik: valmistoidu ja toidukaubad (ligikaudu 45%), alkoholi (ligikaudu 40%) ja ülejäänud 15% tarbekaubad nagu pesuvahendid ja hügeenitarbed jne. Parkimine poest eemal.
7. **Õnnelik Juhus OÜ** asub Kesklinna linnaosas (Tiigi 6)
8. **Uue tänava toidupood** oli pigem väike. Kliendiala väike. Kaubad olid paigutatud hästi. Leidsid kiiresti kõik üles. Naisterahvas müüja ja oli sõbralik. Hubane kaupluse sisustus, kuid valgustust vähe. Kaubavalik: valmistoidu ja toidukaubad (ligikaudu 65%), alkoholi (ligikaudu 25%) ja ülejäänud 15% tarbekaubad nagu pesuvahendid ja hügeenitarbed jne. Autoga parkimine tänaval maja ees.

## LISA D. Ketivälised toidupoed: andmed

Nimetus	Kuu Pood (Kuu Kaubandus OÜ)	Kirsi Pood (OÜ Tarvik)	Toome kauplus (Aasi ja Ko OÜ)	Õnnelik Juhus OÜ	Antelia Paluoja FIE	Herne Pood (OU Kuldõun)	Ringi pood (OÜ Kelliäri)	Uue Tänavä Toidukauplus (Vanlisa OÜ)
	10942186	14820273	10301613	11263857	10536196	121113919	10213292	10946592
lahtiolekuaeg	E-R 9-22	E-P 10-22	E-R 9-21 L 10-21	E-R 9 -22 L-P 10-22 10-22	E-R 9-19 L 9-17	E-L 8-22	E-R L-P	E-R 9-22 L 10-22 P 10-21
kassade arv	1	1	1	1	1	1	1	1
Asutamise aeg	2003. a		1997.a	2006.a		2011.a.	1997.a	2003.a
müüja vanus	50-55	32-35	35-40		45-50	60-65	45-50	35-40
müügiala (m2)	60	30	30				30	35
<b>HINNAD:</b>								
piim (1 liiter)	0,95	0,45	0,65		1,55	0,9	0,55	0,5
sai	0,65	0,39	0,9		0,9	0,5	0,6	0,62
leib	0,75	0,55	0,95		1,1	0,7	1,2	0,72
10 muna	1,55	1,1	1,2		1,7	1,55	1,4	1,1
viin (1 liiter)	14,95	11,99	13,2		14,15	13,2	14,7	12,98
vorst (1 kg)	1,7	1,55	1,65		1,8	1,4		1,65
makronid	0,65	0,55	0,6		0,97	0,95	1	0,5

Allikas: autori koostatud (teamik.ee)

LISA F. Registrate ja Infosüsteemide Keskus ja OÜ d-Systems (teatmik.ee) saadud andmed eraldi failidena

1. Kuu Pood (Kuu kaubandus OÜ) 2014-2019 aruanded 6 faili ja 1 fail üldandmetega teatmik.ee keskkonnast;
2. Kirsi Pood (OÜ Tarvik) – teatmik.ee andmetel alustas tegevust OÜ Tarviku nimega alles 07.10.2019. Autor ei tea ettevõtete, kes tegutses kaupluse tegevusega varasemalt.
3. Toome kauplus (Aasi ja KO OÜ) 2014-2019 aruanded 6 faili ja 1 fail üldandmetega teatmik.ee keskkonnast;
4. Õnnelik Juhus OÜ 2014-2019 aruanded 6 faili ja 1 fail üldandmetega teatmik.ee keskkonnast;
5. Antelia Paluoja FIE andmed puuduvad;
6. Herne Pood (OÜ Kuldõun) 2014-2019 aruanded 6 faili ja 1 fail üldandmetega teatmik.ee keskkonnast;
7. Ringi pood (Kelliäri OÜ) 2014-2019 aruanded 6 faili ja 1 fail üldandmetega teatmik.ee keskkonnast;
8. Uue Tänavä Toidukauplus (Vanlisa OÜ) 2014-2019 aruanded 6 faili ja 1 fail üldandmetega teatmik.ee keskkonnast;

## LISA G. Kaubandusettevõtete statistika aastal 2014-2019.

KM0107: KAUBANUSETTEVÖTETE TULUD, KULUD, KAUBANDUSLIK JUURDEHINDLUS   Kvartal, Tegevusala (EMTAK 2008), Näitaja ning Aasta								
			2014	2015	2016	2017	2018	2019
I kvartal	Jaekaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorr... ...kaupade jaemüük, miljonit eurot	...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	1084,5	1149,6	1212,1	1313,9	1364,6	1441,8
		Kaubanduslik juurdehindlus, %	23	25	28	27	26	27
		Kaubavarude müügiaeg, päeva	44	47	48	50	43	43
		...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	1248,9	1329,8	1382,2	1490,5	1542,1	1645,0
II kvartal	Jaekaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorr... ...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	1161,8	1197,7	1212,9	1291,4	1371,9	1439,6
		Kaubanduslik juurdehindlus, %	26	26	29	29	27	28
		Kaubavarude müügiaeg, päeva	39	41	42	41	37	37
		...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	1260,4	1346,1	1400,7	1494,6	1579,1	1669,7
III kvartal	Jaekaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorr... ...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	1204,0	1243,8	1246,5	1310,0	1397,4	1473,0
		Kaubanduslik juurdehindlus, %	23	25	29	28	28	28
		Kaubavarude müügiaeg, päeva	39	41	41	38	36	37
		...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	1279,4	1365,3	1443,4	1530,0	1638,9	1727,9
IV kvartal	Jaekaubandus, v.a mootorsõidukid ja mootorr... ...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	...ostetud ja edasimüüdud kaubad ja teenused	1186,0	1220,8	1269,3	1341,6	1431,2	1499,4
		Kaubanduslik juurdehindlus, %	26	28	29	28	28	29
		Kaubavarude müügiaeg, päeva	40	39	41	38	37	41

Allikas: Statistikaamet

## Summary

### FINANCIAL PERFORMANCE OF NON-CHAIN GROCERY STORES IN TARTU CITY

Marina Roosimäe

Company performance has multidimensional definition and measuring performance can be very complex analyze. Business performance is financial performance of a company and assessing it with all widely used indicators can be difficult. Performance evaluation depends on a number of factors, such as the purpose of the evaluation and analyst or stakeholder's interest. Traditional financial analysis take into account only financial data and does not take into account non-financial factors. Financial analysis is an important method, used for analysis of Financial Statement; it helps to ascertain the financial condition of the firm. Main purpose of performance measuring is to find out what are the results of the firm financial health and how can company can improve performance and what are the factors that can affect performance.

Monitoring and evaluating the financial performance is the management main objectives, it gives information about the firm economic situation and helps managers to make the decisions about financial position, as well as plan firm future activities. In decision-making process the company's managers must be guided by the firm key objectives and owner's goals - maximization of profit.

Financial ratios are widely use to summarize financial data and make judgment about the company's financial health. The range of ratios is diverse and each analyst can use suitable ratios for analyze, and compare the results with generally accepted values or with competitors and industry average ratios. When using ratios, we must pay attention to the interpretation of the ratios, as they can depend on the specific area.

In retail, the main process is the sale processes, therefor financial performance of retail specifics must also take into account, where performance is closely related to consumers' purchasing behavior, the sales of goods, area and selection. In retail, there are some important productivity indicators and turnover of goods: sales revenue per square meter, profit per square meter, movement of goods per square meter and circulation of goods days and times, but as there are no raw data for non-chain grocery stores, they were not calculated in this work.

Tartu city is the second largest city in Estonia and the competition of grocery stores is high. There are great number of large grocery retail chains and non-chain grocery stores operating in the city. Small grocery shops have been operating for a long time and their

success depends a lot of how well they manage administrate their costs and how effectively assets are used to generate profit and how well they meet expectations of the owners.

Range of goods in non-chain grocery stores are limited and prices are high, but we can find all essential goods in there, so from the consumer's point of view, they are convenience stores. Non-chain grocery stores sales revenues depend significantly on customers.

The objective of the Master's thesis was to examine financial performance of non-chain grocery store in Tartu city. The master's thesis consists of two parts, the first part gives an overview of the theoretical approach of the performance and the second part contains an empirical part that analyzes the financial performance of stores.

Financial analysis were conducted and ratios were found: profitability ratio, efficiency ratio, liquidity ratio and the capital structure ratio. The analysis of the sales revenues showed that the sales revenues fluctuated a lot, where the sales growth of revenues could exceed 100% and in some year, it decreased over 20%. At the same period, sales revenue of large retail chains were more stable. The analysis of the profitability ratios showed that the profitability of sales were at good level. Although there was losses at some years, but non-chain grocery stores managed to survive successfully. The return on owners' investment was modest and each invested euro gained modest profit. The liquidity of companies showed that non-chain grocery stores were able to meet short-term liabilities despite of bad years. The current assets of non-chain grocery stores exceeded current liabilities; it shows good level of liquidity. In the efficiency of assets, there were large fluctuations and it took too long time for them to receive money from the sales. The analysis of the capital structure showed that the main source of financing is equity, which has a lower level of risk but has a higher cost of capital.

The financial performance of non-chain grocery stores showed that they make a modest profit, but the owners' contributions are too high, which is why they have survived. The author's recommendations for non-chain grocery stores is the owners perhaps should think about increasing the attractiveness of the store and better usage of sales space, or make some change in the products, leaving only the most profitable goods and pay more attention to displaying the goods. Since they also sell homemade bakery products and small farmer's products, they should think about using it for advertise the store. Non-chain grocery stores should be more visible on social media (for example, Kuu pood has a Facebook page). A picture of fresh pastries and morning coffee in social media will attract more customers.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Marina Roosimäe,  
(*autori nimi*)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

TARTU LINNA KETIVÄLISTE TOIDUPOODIDE FINANTSILINE TULEMUSLIKKUS,  
(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja on Marka Kantšukov,  
(*juhendaja nimi*)

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Marina Roosimäe*  
**26.05.2021**