

Majandusolümpiaadi lõppvoor**5.04.2025****PRAKTILISE VOORU KÜSIMUSED**

Maksimaalne punktide arv 50

1. Otsusta, milline väide e-kaubanduse kohta on tõene, milline väär! Iga 0,5 punkti
 - A. E-poe veebilehel peab olema välja toodud ettevõtte nimi, asukoht, e-posti aadress ja telefoninumber, kuhu probleemide puhul on võimalik pöörduda. **T**
 - B. Kui e-pood lõpetab oma tegevuse, ei pea ta sulgema oma veebilehte. **V**
 - C. Välismaise e-poe veebilehel peab olema märgitud, milliste riikide seadused sealt ostes kehtivad. **T**
 - D. E-poe üldtingimustes peab olema kirjas teave maksetingimuste, kauba tagastamise võimaluste, müügigarantii jms kohta. **T**
 - E. Tarbijakaitseamet koostab nn musta nimekirja neist e-kauplejatest, kes ei täida seadustest tulenevaid nõudeid. **T**
 - F. E-kaupleja peab tarbijat teavitama ainult toote käibemaksuta hinnast, maksud ja ühikuhind pole oluline. **V**
 - G. E-kaubanduseks loetakse ka ainuüksi kaupade tutvustust kaupleja veebilehel. **V**
 - H. Füüsilise isiku e-poest ostmisel ei kehti seadusest tulenev kaitse ega laiene tarbijaõigused. **T**
2. Milline järgnevaist **ei ole** e-teenus?
 - A. e-õpe Moodle keskkonnas
 - B. tarkvara kaughooldus
 - C. filmi vaatamine Jupiteri veebikanalist
 - D. **e-poest ostetud kauba koju toomine** **2 punkti**
3. Martini brutopalka tõsteti 2025. a jaanuarist 2500 euronikuus. Ta otsustas suurendada oma makset II pensionisambasse 6 protsendini. Arvuta Martini netopalk!
Netopalk 1 801,80 eurot **3 punkti**
4. Milline alljärgnev väide logistika kohta on väär?
 - A. Logistika ülesanne on toimetada toorained, materjalid ja valmistooteid soovitud kohta, õigel ajal ning tellitud koguses.
 - B. Logistika peab tagama tarbijale vajalike kaupade ja teenuste kättesaadavuse sobiva hinnaga, soovitud kohas ja soovitud koguses.
 - C. Logistika aitab kaasa kasumlikkuse, turuosa ning ettevõtte väärtuse suurendamisele.
 - D. **Logistika ülesandeks on toodete pakendamine ja sobivate müügikohtade leidmine.** **2 punkti**
5. Vastavalt Martini koostatud maatriksile on printerite kategoorias (tabel 1):
 - A. ettevõtted A ja B tugitarnijad ja ettevõtte C põhitarnija.
 - B. ettevõtted A ja C tugitarnijad ja ettevõtte B põhitarnija.
 - C. ettevõtted B ja C põhitarnijad ja ettevõtte A tugitarnija.
 - D. **ettevõtted B ja C tugitarnijad ja ettevõtte A põhitarnija.** **3 punkti**

6. Mitu UHD televiisorit müüakse järgmises kvartalis, kui televiisorite hinda alandatakse 950 euroni ning teised tegurid nõudlust ei mõjuta (tabel 2)?

- A. 450 tükki
- B. 525 tükki
- C. 600 tükki
- D. **550 tükki**

2 punkti

7. Millise müügihinna juures on UHD televiisorite müügist saadav kasum suurim, kui televiisori sisseostu hind on 500 eurot (tabel 2)?

Vastus: 1000 euro juures

2 punkti

8. Millise tootekategooria müügist saab ettevõtte kõige suuremat müügitulu aastast (tabel 3)?

- A. arvutid
- B. printerid
- C. lisatarvikud
- D. **televiisorid**

2 punkti

9. Milline tootekategooria toodab ettevõttele kõige suuremat kasumit ruutmeetri kohta (tabel 3)?

- A. televiisorid
- B. printerid
- C. lisatarvikud
- D. **arvutid**

2 punkti

10. Kui suur oli IT-Tehnika 2024. aasta turuosa, kui on teada, et kõikide elektroonikat müüvate e-poodide müügitulu kokku on 1,7 miljonit eurot. Vastus ümardada täisarvuni.

Vastus: 34%

1 punkt

11. Millise konkurenti ostmine on ettevõtte finantsolukorda arvestades 2025. aastal võimalik (tabel 4)?

- A. Konkurent A
- B. **Konkurent B**
- C. Konkurent C
- D. Konkurent D

2 punkti

12. Kui ettevõtte IT-Tehnika ühineks konkurendiga, siis oleks tegemist:

- A. vertikaalse liitumisega
- B. vaenuliku liitumisega
- C. konglomeraatliitumisega
- D. **horisontaalse liitumisega**

2 punkti

13. IT-Tehnika pakub kõrghooajal tasuta transporti klientidele, kelle ostusumma on üle 100 euro. See on osa klassikalisest turundusmeetmestikust. Milline osa?

- A. toode
- B. müügikoht
- C. hind
- D. **müügitoetus**

2 punkti

14. Kes **ei ole** IT-Tehnika turusegmendiks?

- A. pensionärid
- B. 20 – 30 aastased noormehed
- C. elektroonika äri „Ishop” kliendid
- D. **meedia**

2 punkti

15. Martin analüüsis hinnapakumisi ning otsustas, millistes meediakanalites reklaami teha (tabel 5). Millised kanalid ta valis?
- A. Sotsiaalmeedia reklaami, telereklaami ja ajalehe reklaami
B. Telereklaami, välireklaami ja sotsiaalmeedia reklaami
C. Välireklaami, telereklaami, sotsiaalmeedia reklaami ja ajalehe reklaami
D. **Sotsiaalmeedia reklaami ja telereklaami** 2 punkti
16. Kui suur on ettevõtte 2024. aasta bilansimaht (tabel 6)?
- Vastus: 265 801 eurot** 1 punkti
17. Kui suured on ettevõtte käibevarad kokku?
- Vastus: 240 041 eurot** 2 punkti
18. Kui suur on ettevõtte kaubavarude maht aasta lõpus?
- Vastus: 121 396 eurot** 2 punkti
19. Arvuta Tark Elekter legendi ja tabel 7 andmete põhjal ööpäeva esimesel tunnil ostetava või müüdava elektri hulk (vastus 3 kohta pärast koma) ning selle maksumus aku kasutamisel (vastus 2 kohta pärast koma)?
- Vastus: 12,647 kWh** 1 punkt
Vastus: 70,95 senti 2 punkt
20. Otsusta tabel 7 andmete põhjal kui suurt tulu teeniks IT-tehnika Targa Elektri paketiga ajavahemikus 13.00 - 14.00 võrku müümisel?
- Vastus: 0,00 senti** 2 punkt
21. Tabelis 7 kirjeldatud Targa Elektri paketi keskmine päevane tootmine toimib 6 kuu vältel aastas (märts-august). Kui suur on akude kasutamisest teenitav lisatulu selle perioodi jooksul (täisarvuna)?
- Vastus: 1051 eurot** 2 punkti
22. Milline on akude tasuvusaeg, kui akude ostuhind on 9500 eurot? Kirjuta vastus täisarvuna.
- Vastus: 9 aastat** 2 punkt

Järeldused

2025. aasta jaanuaris kogunes ettevõtte juhtkond koos aktsionäridega iga-aastasele koosolekule, et teha kokkuvõtteid eelmise aasta tegevusest. Muuhulgas arutati ostujuht Martini tegevust ettevõtte äriliste eesmärkide saavutamisel, mis olid järgnevad:

- suurendada 2024. aasta lõpuks tootekategooriates müügitulu 25% võrra;
- suurendada 2024. aasta lõpuks saadavat kasumit 15% võrra;
- suurendada 2024. aasta lõpuks ettevõtte turuosa 15%-ni (2023. aastal oli see 8%);
- leida võimalusi kulude kokkuhoiuks ja tulude teenimiseks.

Lähtudes neist eesmärkidest otsusta, kas juhtkond ja aktsionärid pikendavad Martiniga töölepingut või mitte!

1. Juhatuse annab Martini tööle rahuldava hinnangu, kuid aktsionärid otsustavad töölepingu lõpetada:
- Ettevõtte IT-Tehnika müügitulu suurenes 2024. aastal võrreldes eelmise perioodiga 24%, seda eelkõige väga aktiivse turundustegevuse tõttu. Kuna Martin ei analüüsinud müüdavaid tooteid lähtuvalt nende kasumlikkusest või tarbijaeelistuste alusel, siis ettevõtte kasum aastal 2024 ei suurenenud, vaid vähenes 15%.
 - Ühe konkurenti ettevõtte omandamine ei toonud kaasa loodetud konkurentsieelist tegevusharus.

- Martin leidis uue võimaluse tulu suurendada elektripaketi vahetamise ja akude soetamise abil.
- Eelkirjeldatud näitajate alusel tegid aktsionärid järelduse, et Martini otsused (tootevaliku planeerimisel, tarnijate valikul, logistika korraldamisel) ei ole ettevõtte müügitulu ja kasumit kasvatanud ning ärilised eesmärgid ei ole siiski täidetud, mistõttu lõpetatakse Martiniga tööleping. 0 punkti

2. Juhatus ja aktsionärid hindavad Martini tööd rahuldavaks ning otsustavad töölepingut pikendada:

- Martini tarbijaelistustest lähtuv tootevalik e-poes on suurendanud ettevõtte müügitulu ja kasumit enam, kui olid juhtkonna ja aktsionäride seatud eesmärgid. Müügitulu kasvas võrreldes eelmise perioodiga 357% ja kasum 1150%.
- Martin leidis uue võimaluse tulu suurendada elektripaketi vahetamise ja akude soetamise abil, mis nõuab suurt investeerimist 2025. aastal, aga tasub end ära juba 6 aastaga.
- Eelkirjeldatud näitajate alusel tegid juhatus ja aktsionärid järelduse, et Martini otsused (tootevaliku planeerimisel, tarnijate valikul, logistika korraldamisel) on ettevõtte müügitulu ja kasumit kasvatanud ning pakkunud lahendusi turuosa suurendamiseks, mistõttu pikendatakse Martiniga töölepingut. 0 punkt

3. Juhatus ja aktsionärid hindavad Martini tööd heaks ning otsustavad töölepingut pikendada:

- Ettevõtte IT-Tehnika müügitulu ja kasumi suurenemine ületasid juhtkonna ja aktsionäride ootusi, ettevõtte müügitulu kasvas võrrelduna eelmise perioodiga 357% ja kasum 1150%. Juhtkond ja aktsionärid leidsid, et Martin on kujundanud e-poes toodete sortimenti lahtuvalt tarbijaelistustest ning toodete kasumlikkusest.
- Ettevõtte turundusstrateegia ja tarbijaelistustest lähtuv sortiment toetasid müügitulu kasvu ja turuosa suurenemist 34%-ni. Ühe konkurendi omandamine tugevdab edaspidi ettevõtte positsiooni turul.
- Juhtkonnale meeldis Martini ettepanek soetada akud ja minna üle Alexela Targa Elektri pakatile lisatulu teenimiseks.
- Eelkirjeldatud näitajate alusel tegid juhatus ja aktsionärid järelduse, et Martini otsused (tootevaliku planeerimisel, tarnijate valikul, logistika korraldamisel) on ettevõtte müügitulu ja kasumit kasvatanud ning ärilised eesmärgid on täidetud, mistõttu pikendatakse Martiniga töölepingut. 3 punkti