



Õpilafirma SYGIS

Tallinna Lilleküla Gümnaasium

Juhendaja: Marko Krusberg

2019/20

SISUKORD

IDEEST TOOTENI.....	3
MEIE MEESKOND.....	4
TOOTMISPROTSESS.....	5
LAADAD.....	6
TÄHTSAMAD ÜRITUSED.....	7
VEAD ON ÕPPIMISEKS.....	8
MEIE ARENG.....	9
FINANTS.....	10
TULEVIKUPLAANID.....	11
TÄNUSÕNAD.....	11

MISSIOON

Meie soov on suurendada jalakäijate turvalisust, lisades helkurelemendid toodetele, mida inimesed igapäevaselt kannavad. Nägime, kui vähe helkureid kasutatakse, mispeale üritasime nende populariseerimisele loominguiliselt läheneda.

TOOTED

Pakutavas valikus on helkurdisainiga õlakotid, pusad ja sokid. Meie põhilisteks toodeteks on helkurdisainiga õlakotid - valida saab viie erineva disaini vahel. Pusadel on sama kujundus, millele on aga lisatud värvilaik.

Lisaks valmistame hooajalisi lahendusi ning eritellimusi. Eelis konkurentide ees on selles, et meie toodetel on kasutatud uudet tehnikat - helkurtrükki, mida pole Eesti disainimaastikul varem nähtud. Sokkidel on

mix and match võimalus ning disain asub soki tagaküljel. Lisaks toimub pidev tootearendus ning klientide soovide teostamine.

FINANTS

Müügikäive	3991,45€
Tulud*	3931,45€
Kulud*	2740,33€
Kasum*	1191,12€
Tasuvus*	30%

*Finantstulemused on 29.03.2020 seisuga.

HINNANG TEGEVUSELE

Detsembri alguses toimunud esimeseks koolilaadaks valmistasime 20 kotti, lootes need aasta lõpuks maha müüa. Teadsime, et meil on Eesti disainimaastikul palju konkurente ega osanud arvata, kas suudame läbi lüüa. Nüüdseks oleme müünud üle 200 koti.

Lisaks edukale kauplemisele oleme pälvinud ka viis eritunnustust - Tartu parim laada täht, Rocca al Mare laada suurim käive, parim reklaamvideo, parim disain/kujundus ning rahva lemmiku tiitli. Oleme saanud koostööpakkumisi Eesti disainipoodidelt ning kiidusõnu ühelt Eesti mainekaimalt stilistilt Zenja Fokinilt.

Ületasime tunduvalt oma ootusi. Olles saavutatud üle väga uhked, näeme firmal arvestatavat potentsiaali. Meie uueks eesmärgiks on jätkata oma brändi arendamist ka väljaspool õpilasfirmat.

IDEEST TOOTENI

Ideeni jõudsime 2019. aasta suvel, kui leidsime, et turul ei ole meie maitsele vastavaid riidest kotte ega sokke. Enamus tooteid olid meile juba tuttavad, samas tundsim, et neil on siiski midagi puudu. Mõtlesime pikalt, mis võiks olla meie toodangu peamiseks eristuvaks nüansiks, et panna inimesi just neid ostma.

Õpilasfirma loomine algas oktoobris ja **kuna sügis on aastaaeg, mil hakkab järsku pimedaks minema**, meenus ka meile suur igapäevane probleem: paljud jalakäijad ei kannu pimedal ajal helkurit, kuna neid häirib selle kõikjale takerdumine ning sage kadumine. Enda kogemusest saame kinnitada, et helkuri kandmine ei ole noorte seas populaarne inimeste stiiliga mitesobitumise tõttu.

Lahenduseks mõtlesime, et miks mitte kombineerida mõlemat - **pilkupüüdvat välimust ja helkurit?** Disain paikneb helkurina kotil, see ei kao kuhugi ning on samas stiilne ja omapärane.

Ka sokkidega üritasime aktuaalset probleemi lahendada. Eestis on laialt levinud trend, et noored kannavad talvisel ajal madalaid sokke, mille tõttu on hüppeliigesed külma eest kaitsmata. Meie panuseks probleemi lahendamisse on sokid, mille eripäraks on **mix&match võimalus**.

Valida saab viie erineva disaini ja musta või valge soki vahel ning need vastavalt oma eelistusele kokku sobitada. Algselt soovisime, et ka soki disainielement oleks helkurtrüki, kuid kahjuks nägime proovipartiid tehes, et tulemus ei olnud kena väljanägemisega. Kuna nõudlus oli suur, otsustasime neid siiski toota, küll aga

tavalise tikandiga. Hetkel uurime, kuidas teostada ka seda ideed meie brändi algsest visioonist lähtudes.

Väga tähtsale kohale aetasime ka **koti enda kvaliteedi**, kuna olime eelnevalt katsetanud erinevaid kangaid, mis ei pidanud aga rasketele õpikutele ega toidukaupadele vastu. Tegime proovi erineva sisuga, täites kotte nii raamatute kui toiduga, et leida parim lahendus. Jõudsime vastupidava, kvaliteetsest täispuuvillast tehtud kotini, mis vastas kõikidele kriteeriumitele.

Meie tiimis olid olemas vajalikud eeldused idee teostamiseks: **Elis, kes on loominguiline ja hea suhtleja, Annika, kes teab palju firma juhtimisest ja toiminguid ning Hanna, kellel oli õpilasfirma kui brändi terviklik visioon**. Kõik see aitas meie ettevõtte sujuvale toimimisele kaasa.

Kui esimesed tooted valmis said ning me klientide positiivset tagasisidet kogesime, motiveeris see meid oma tegemistega jätkama.

Käis pidev enesearendus ning õppisime palju JA Eesti poolt korraldatud koolitustelt. Seetõttu saime hea arusaama sellest, mida õpilasfirma loomine endaga kaasa toob. Pidasime koosolekuid igal esmaspäeval, mil toimus pidev tootearendus ning uute ideede elluviimine. Võtsime arvesse tagasisidet ja oma klientide soove, tänu millele otsustasime müüki panna ka pused. **Kindlasti tahame välja tuua uusi disainlahendusi ja oma tootevalikut veelgi laiendada.**

MEIE MEESKOND

Annika Kangur - finantsjuht

Annika tegeleb meie firmas dokumentide ja finantspoolega. Tal olid varasemad kokkupuuted raamatupidamisega, mistõttu oli tema kõige õigem valik. Lisaks hoolitseb ta ka selle eest, et õpilasfirma tegevus laabuks ja eesmärgid täidetud saaks. Samuti tegeles Annika pakkide toimetamisega ning makseterminalide ÕF laatadel õigeaegselt meie ja JA Eestini jõudmisega. Annika suhtles pidevalt koostööpartneritega ja leidis erinevatele teenustele odavaimaid lahendusi.

Elis Mäekask - turundusjuht

Elis kujundab meie toodete disaini, mis on helkurina praktilised ning samas ka silmatorkavad. Lisaks suhtleb Elis klientidega nii Facebookis, Instagramis, Gmailis kui ka laatadel, luues nendega sõbralikke kontakte. Elis mõtles välja ka meie müügikõne, mis on saanud palju tunnustust. Ta teeb järjepidevalt sotsiaalmeediasse postitusi ja hoolitseb selle eest, et kliendid oleks meie tegemistega kursis.

Hanna Tuuksam - tootearendusjuht

Hanna hoolitseb meie õpilasfirma imago ja visuaalse külje eest. Tal on alati kindel siht ja nägemus, kuna ta on palju fotograafiaga tegelenud. Tänu sellele on meie toodetest valminud suurepäraseid pilte ja videoid, mis on ka auhindu pälvinud. Lisaks aitas Hanna kaasa toodete disainimisel, arendamisel ja valmistamisel.

KOOSTÖÖ

Kuna vedame palju aega koos ka väljaspool õpilasfirmat ja tunneme üksteist väga hästi, siis teame, mis on kõigi tugevad küljed. Firma loomise alguses jaotasime tööülesanded omavahel ära, kuid protsessi käigus **tajusime, et tööpõhimõtted ja -jaotus vajavad uuendamist**. Muutsime ülesanded sellisteks, et neid saaks ühiselt lahendada. Leppisime kokku, et kõik saavad firma ülesannetest võrdselt osa, kuid kõigile jäid siiski ka **individuaalsed kohustused**. Tänu sellele saime kõik kogemusi erinevatest valdkondadest ja olime alati firma asjadega kursis.

Kuna oleme kõik pikka aega sõbrannad olnud ning meil on ka ühised huvid, olime kindlad, et meie koostöö hakkab sujuma ja probleeme ei teki. Paratamatult ilmsid meil siiski väikesed lahkkelid, aga alati leidsime nendele kiiresti lahendused.

Tegime kõike koos ühtse tiimina - olgu selleks toodete valmistamine või klientidega kohtumine. Leidsime alati ühised kellaajad ning arvestasime teineteise ajagraafikutega, et kõik osa saaksid võtta. Aja jooksul muutus meie meeskonnatöö aina paremaks, mistõttu tootmisprotsess kiirenes veelgi.

Tehtut kokku võttes ei kujutaks me enam õpilasfirma teekonna läbimist teistsuguse tiimiga ettegi. Meil oli kõigil just **piisavalt palju enesekindlust ja järjepidevust**, et firma toimima panna ning motiveerida üksteist endast alati parimat andma.

TOOTMISPROTSESS

Kottidele disaini loomine ning selle materjalile kandmine oli **vaeva- ja aeganõudev töö**. Meil oli suurepärase koostöö firmaga OÜ Punane Ploom, kust saime ka ärialast nõu. Kogu valmistamise protsess toimus ettevõtte kontoris, kus saime kasutada kõiki vajaminevaid tööpindu ja masinaid.

Ideid oli meil väga palju, kuid mitmed neist ei jõudnudki teostuseni. Kõigepealt tuli joonistuste visioonist reaalne pilt teha, mille me Adobe Illustratori programmis algusest lõpuni joonistasime. Seejärel oli vaja joonise fail vektorkujule viia, mis oli väga aeganõudev, kuna iga väiksemgi joon pidi lõikamismasinale sobivaks muutuma. Kui see valmis sai, lõikas masin meie disaini helkurkilele.

Sellele järgnes **pikk ja aeglane** protsess: disaini kilest välja „nokkimine“. Kogu üleliigne helkuriosa tuli naaskliga eemaldada ning hiljem valmisdisain kuumpressiga tükkaaval kotile kinnitada. Pusedega kasutasime sama protsessi. Sokkidega oli lihtsam, tegime disaini ja faili valmis ning ostsime tikkimisteenuse sisse.



KONKURENTS

Sügisel turu-uuringut tehes **ei leidnud me ühtki teist Eestis tegutsevat brändi, kes kottidel helkurtrükki kasutaks**. Nüüdseks on aga turule tekkinud mitmeid sama lahendusega riidest kotte. Nendega võrreldes on meie toote hind palju taskukohasem ja kliendil suurem valikuvõimalus. Alanud aastal tekkis ka õpilasfirmade seas palju konkurente. Võrreldes nendega on meie hind kõrgem, kuid see-eest kott ise on vastupidavam ja mahukam.



Pilt 2. Meie kotid. Foto: Elis Mäekask

VÄÄRTUSED

Tootmises üritasime juba alateadlikult võimalikult vähe jääke tekitada ning kõike, mida võimalik, taaskasutada. Pakendamisel **pidasime oluliseks põhimõtet, et kulutaksime nii vähe materjali kui võimalik ja väldiksime plastikut**. Sokid pakendasime kilekottide asemel ise paberist volditud karpidesse. Koti andsime üle ümbriseta, kinnitades toote külge takunööri visiitkaardi. Samuti loodame, et innustasime meie koti ostnud inimesi poeskäikudel vähem kilekotte kasutama.

Pilt 1. Meie pusa. Foto: Annika Kangur

ESIMENE LAAT

Meie müügitöö algas 2. detsembril kooli poolt korraldatud õpilasfirmade laadal. Sinna olid kutsutud kõik Lilleküla Gümnaasiumi õpilasfirmad ning müügitegevuseks anti meile kaks 20-minutilist vahetundi. Tänu sotsiaalmeediale olime juba enne laata klientuuri loonud ning teadsime, et müügikogemusest me ei jää.

Sokkide müük polnud sel laadal kõige edukam. Leidsime ostjad vaid 3 paarile, kuid kotid, mida varusime vaid 20, müüsimise kõigi üllatuseks **juba esimese 10 minutiga maha**. Tol hetkel mõistsime, et meie firmal on suur potentsiaal. Juba koolis eristusime teistest firmadest boksi omapärase kujundusega ning jätkasime oma imago säilitamist ka järgnevatel laatadel.

JA EESTI LAADAD

Kuna juba esimene laat andis meile niivõrd positiivse müügikogemuse, ootasime suure huviga eesolevaid suuremaid üritusi.

Teiseks müügikogemuseks sai “pikk nädalavahetus”. Laupäeval, 7. detsembril ootas meid ees Viimsi laat Võll ning pühapäeval T1 keskuse laat Meka. Kuna me polnud varem oma tooteid nii avalikes kohtades müünud, ei osanud me kogustega üldse arvestada. Võtsime kaasa vaid 40 kotti ja **juba enne T1 laada lõppu oli kotid otsas**.

Huvilisi aga jätkus ning tänu sellele, et olime otsustanud mõned näidised alles jätta, saime nende alusel mitmeid uusi tellimusi vastu võtta. Tarnisime need paari päeva jooksul, kas käest kätte või pakiautomaadi

vahendusel. Sokke jäi alles, kuid tegime ka nendega üsna head käivet, müües 20 paari. Järgneval nädalavahetusel ootas meid ees Tartu laat. Meil ei vedanud laua asukohaga ning olime üsna nõrduinud, kuna algselt inimesed meie nurka ei sattunudki. Tund enne laada lõppu ilmus aga ootamatult meie leti juurde hulk rahvast ning moodustus järjekord. **Suutsime pea kõik tooted maha müüa** ning laat osutus eelnevatest veelgi edukamaks. Jäime silma ka oma müügitööga ning meie turundusjuht pälvis **Parima Laadatähe auhinna**.

MÜÜK SOTSIAALMEEDIAS

Pärast seda tekkis laatade vahele pikem paus, kuid just samal ajal tõusis drastiliselt meie Instagrami jälgiate arv ootamatult mitmesaja inimese võrra - jõudsimme 700 jälgijani. Tol hetkel olime **Instagramis kõige jälgitum õpilasfirma**, mis oli meie jaoks väga suur saavutus. Instagramis tegelesime aktiivselt müügitööga.

Kuna meil on kogemust graafilise disaini alal, suutsime ka sotsiaalmeedias oma imagot läbi piltide hästi edastada. Oleme saanud väga palju kiidusõnu just oma unikaalsete postituste eest.



Pilt 3. Meie sokid. Foto: Annika Kangur

POP-UP SHOP

Läbi tutvuste leidsime võimaluse avada 22. detsembril vanalinna peatänaval - Viru tänaval - *pop-up shopi*. See oli suurepärase kogemuse üritada müüa inimestele, kel polnud meie olemasolust eelnevalt vähimatki aimu. Peale paari erandi olid enamuseks ostjatest siiski inimesed, kes sotsiaalmeedias nähtud kuulutuse peale saabusid. See oli meile **hea õppetund**, kuna nägime, kui raske on oma toodet tavalisele möödakäijale müüa. Saime ka harjutada võõrkeelset müügitööd ning kogusime julgust võhivõõraste inimeste kõnetamisel.

KUTSED ÜRITUSTELE

Just läbi meie sotsiaalmeediakanalite võtsid meiega ühendust paljud korraldajad, kes ootasid meid oma üritustele. Kahjuks pidime mitmele neist ajapuuduse tõttu lihtsalt ära ütleva.

Kuna nõudlus oli suur, **veetsime pikki päevi kotte valmistades**. Vaatamata väsimusele ja ajanappusele nautisime protsessi väga, teades, et teeme seda oma eesmärkide saavutamise nimel.

Paarile üritusele jõudsime siiski minna. Esimeseks neist olid Roosad Käärid, mis on RaM-kooli *moe-show*, teine aga GAG-i *moe-show* Kuldlõige. Kuigi saavutatud müüginumbreid ei anna laada omadega võrrelda, olid mõlemad üritused **heaks müügikogemuseks ning ka reklaamiks** meie firmale vahetult enne Eesti Õpilaskirjanduse Laata.

Pilt 4. Meie laadaboks. Foto: Priit Kangur

EESTI ÕPILASFIRMADE LAAT

Paar päeva enne laata saime teada, et meie tootearendusjuht ei saa meiega laadal osaleda. See oli suur löök, kuna **tegu oli meie jaoks kõige tähtsama üritusega** ning olime palju eeltööd teinud, et kõik sujuvalt läheks. Ettevalmistumisel ei esinenud eriti suuri raskusi, kuid müügipäev algas üpris vaevaliselt. Esimene tõrge tekkis makseterminaliga, mis ei töötanud. Olime esimesest laadast saadik seda kasutanud ja ei suutnud uskuda, et see meid just kõige tähtsamal päeval alt veab. Kuni finantsjuht lahendust leida üritas, pidi turundusjuht müügiga üksi tegelema. Kliente jagus ning see osutus päris keeruliseks, kuid saime hakkama. Päeva lõpuks olid kõik mured lahenenud ja saavutasime suurepärase tulemuse. Sinna võtsime esimest korda kaasa ka pused, mida muidu ainult sotsiaalmeedias müüsimine. Soovijaid oli oodatust rohkem ning saime ka uusi tellimusi. Olime enda üle väga uhked ning meid premeeriti **nelja** erineva tiitliga: **suurim käive, parim reklaamvideo, parim disain/kujundus ning rahva lemmik**. Saime ka palju kiidusõnu nii korraldajatelt kui eelmiste aastate õpilaskirjanduse liikmetelt. Tunnustus oli edasises müügitöös üheks peamiseks motivaatoriks.



PINGED TIIMITÖÖS

Nagu iga firma loomisel, tuli ka meil siiski raskusi ette. Teadsime koheselt, et soovime oma firmasse võimalikult vähe liikmeid, et vältida konflikte ning erimeelsusi. Enamus raskusi tekkisid siis, kui mõnel põhjusel ei olnud kõik liikmetest kohal. Juba ühe liikme puudumine põhjustas väga suuri muutusi, **mis teiste töökoormust märgatavalt suurendas.**

Kui laatade ajal raskusi tekkiski, suutsime klientidele siiski mugava õhkkonna luua ning kõik probleemid isekeskis kiiresti lahendada.

VEAD ON ÕPPIMISEKS

Tegime õpilasfirma arengu jooksul ka ekslikke valikuid. Näiteks vale müügistrateegia kasutamine. Algselt oli meil kindel kava, kuidas kliendile läheneda ning neid ostma meelitada. Teoorias tundus see väga kaval ning meeldis ka juhendajale.

Päris laadasituatsioonis osutus plaanitu aga täielikuks **läbikukkumiseks** ja mõistsime koheselt, et peame oma lähenemist muutma. Meil ei olnud õpilasfirma algusest saati müügimentorit, mistõttu **pidime kõigega toime tulema iseenda teadmisi ja kogemusi kasutades.** Praktika on aga parim viis õppimiseks, sest hiljem saime oma *pitchi* eest palju kiidusõnu ja ka auhindu.

Väga tänulikud oleme ka **Timo Alestele** ning **Oleksiy Krasnoperovile**, kes meile laataidel erinevaid näpunäiteid jagasid. Nad õpetasid meid ka müügikoolitusel ning tänu neile paranes meie müügikõne märgatavalt.

SUURIMAD SAAVUTUSED

Meie rõõmuks oli aga õnnestumisi rohkem kui raskuseid ning need andsid meile protsessi käigus väga palju positiivseid kogemusi. Detsembri lõpus külastas meie kõigi suureks üllatuseks tuntud Eesti stilist **Ženja Fokin** ootamatult meie *pop-up* poodi. Saime temalt toredat tagasisidet ning ka kasulikke kontakte.

Teadsime kohe, et meie üks tugevamaid külgi on video monteerimine ja oma ideede visuaalne edastamine, kuna nii turundusjuhil kui ka tootearendusjuhil on sellel alal palju eelnevaid kogemusi. Meil olid reklaamikonkursi suhtes kõrged ootused, kuna kulutasime filmimisele palju aega ja monteerimisele pikki öötunde. Suutsime oma loodud videoga veebruari alguses **reklaamvõistluse võita** ning tänu sellele esitati klippi Rocca al Mare ja Kristiine Keskuses terve nädala jooksul.

Suur saavutus oli ka **nelja auhinna võitmine** Eesti Õpilasfirmade Laadal. See kinnitas, et meie töö on vilja kandnud. Uskumatult **uhke tunne** oli tervelt neljal korral oma raske töö eest tunnustatud saada. Loomulikult on boonuseks ka suured müüginumbrid, mis annavad meile tootearenduseks palju võimalusi. Meie endi arvates on aga suurimaks saavutuseks asjaolu, et üle Eesti on **227 inimese liiklemine tänu meie helkurtoodele turvalisemaks muutunud.**

MIDA ÕPPISIME?

Vahel, kui esines mõni suurem väljakutse, mõtlesime, kas me ikka saame firma loomisega hakkama. Tekkis kahtlus ning **motivatsioonilangus**, kuid tulime sellest üksteise toel välja. See **õpetas meile pingega toimetulemist** ning kriitilist mõtlemist, mida läheb elus veel palju vaja.

Oleme õnnelikud, et just selle tee valisime, kuna see on avanud meile uksi ning näidanud maailma täiesti uue vaatenurga alt. Laadadelt, koolitustelt ja teistelt ürituselt saime juurde uusi kontakte ning tutvusi. Majanduse ja ärimaailma vallas omandasime läbi praktilise tegevuse rohkelt kogemusi, mida mujalt meie vanuses nii kergelt ei saa. Kindlasti teame nüüd, kuidas rahaga paremini ümber käia. Igapäevaelus mõtleme rohkem sellele, mida, kui palju ja kas on üldse mõtet osta. **Kõik otsused on rohkem kaalutletud ning perspektiivitundega läbi mõeldud.**

MEIE ARVAMUS

Annika

Olin õpilasfirma tegemisest ainult head kuulnud, mispeale tekkis väga suur soov sellest osa saada. Firmaga alustades poleks kunagi arvanud, et kogemustepagas, mille saame, nii suureks osutub. See protsess andis aimu kui raske ja pikk on toote turule toomise teekond. Tänu sellele on minu mõttemaailm arenenud ning julgus kasvanud. Kõik loodud tutvused ja mälestused on kirjeldamatud. Olen meie saavutuste üle uhke ning kuulates sõna sügis tuleb alati meelde mõni kirev moment. Õpilasfirmas toimetamine on olnud üks

meeldejäävamaid ning kasulikemaid kogemusi ning tekitanud minus suurema huvi ärimaailma vastu.

Hanna

Juba varakult oli mul idee 11. klassi uurimistöo asemel õpilasfirma teha. See tundus lihtsamana. Kiiresti asendus aga algne motiiv sooviga tutvuda ärimaailmaga ning teha midagi praktilist, millest mul ka tulevikus kasu on. Olen ülimalt rahul, et sellise otsuse tegin, sest saadud kogemus on tohutu. Tehtu on mind mitmel viisil proovile pannud - nii inimestega suhtlemises, loomingulisuses, probleemide kiires lahendamises kui ka majanduse valdkonnas. Õpilasfirma on äratanud minus suure huvi ärimaailma vastu ja andnud mitmeid ideid sellest, mida tulevikus edasi teha.

Elis

Olen alati armastanud uute asjade loomist ja oma hullumeelsete ideede elluviimist. Olen alati tundnud, et minusugune inimene lihtsalt peab õpilasfirmat tegema. Ma ei olnud aga kunagi huvitatud ärandusest ega soovinud sellega tulevikus tegeleda. Minu jaoks ei olnud äriline aspekt oluline ning ma soovisin seda teha pigem oma võimete ja loovuse testimiseks. Õpilasfirma käigus sündis aga minuski suur huvi ettevõtlike suhtes ning idee oma loominguga ja toodete eest ka raha saada. Minu jaoks on see kindlasti üks tähtsamaid asju, mida õppisin. Avastasin, et minu isikuomadused, sealhulgas julgus ja loomingulisus, on ärimaailmas ühed tähtsamad jooned ja leidsin enda jaoks ka uue karjääriidee.

FINANTS

Me ei osanud ennustada, mis summat algkapitaliks vajame või millised käibenumbrid meie tootmisega kaasnevad. Otsustasime kõik võrdselt panustada ja määrasime algkapitaliks **60 eurot**. Kuigi see oli pärast esimesi saadud arveid liiga väike, saime laadelt teenitud rahaga nõutud summad tasutud. Õnneks oli meil koostöö suurepärase firmaga, kust saime ettemaksu asemel kolm nädalalt maksetähtaega. Pärast järgnevaid laatasid mõistsime aga, et **olemata algkapitali suurusel on läbimõeldud äriplaani puhul võimalik korralikku kasumit teenida.**

Suur osa teenitud rahast kulus tootmisele. Tagantjärele vaadates oleksime võinud toodete hindu tõsta. Samas suutsime tänu väiksemale juurdehindlusele oma klientuuri laiendada. Piisava kasumi tõttu saime panustada ka reklaamile ja internetipoe loomisele. Saime katsetada erinevaid turundusviise ja leida neist optimaalsemaid. Muudeks kuludeks olid laadade registreerimistasud, pakendamine ja postikulud.

KASUMIARUANNE

06.11.2019 - 29.03.2020

1. Tulud	3931,45€
2. Kulud	2740,33€
2.1 Tootmiskulud	2425,66€
2.2 Turundus	42,12€
2.3 Muud kulud	131,55€
Kasum kokku	1191,12€

RAHA

Oleme suutnud oma tegevusperioodi jooksul müüa 289 toodet. Nende kõigi pealt oleme kokku teeninud 3931,45€.

Kõige populaarsemaks osutusid helkurdisainiga kotid, mille hinnaks on 15€. Neid müüsimise kokku 214 tükki. Klientide arv tõusis märgatavalt peale seda, kui andsime veebruaris välja uue hooajalise disaini. Enim kotte müüsimise läbi interneti ning toimetasime klientidele käest kätte, mitmed ka pakiautomaadi vahendusel.

Sokke müüsimise kokku 69 paari - enamuse neist laadadel. Sokipaari hinnaks on 7€ ning neid on võimalik osta ka ühekaupa, hinnaga 3.5€.

Jaanuaris andsime välja pusa hinnaga 40€ mida oleme seni müünud 6 tükki. Pusasid müüsimise üldiselt tellimuse peale läbi interneti, kuid huvilisi leidis ka laadadelt.

Arvestades meie lõplikku kasumit, **oleme langetatud finantsotsustega rahul ning seame eesmärgiks oma müüginumbreid veelgi tõsta.**

BILANSS

29.03.2020

Aktiva	€	Passiva	€
1.Raha	1251,12	1.Võlad	0
2. Materjalid ja varud	0	2.Aktsia-kapital	60
3. Põhivara	0	3.Kasum	1191,12
Kokku	1251,12	Kokku	1251,12

TULEVIKUPLAANID

Meil on tuleviku jaoks selged plaanid. Kavatsime kindlasti oma müügiga jätkata, arendades tooteid nii heaks kui võimalik. Meile on avanenud paljud koostöövõimalused ja oleme valmis selleks, mida tulevik pakub. **Me ei alustanud õpilasfirmat kohustusena, vaid võimalusena realiseerida oma ideed tegudeks ja jätta endast maha märk.** Soovisime eelkõige oma toodetega inimeste igapäevaelu turvalisemaks muuta ja seda me ka saavutasime. Meie kujutlusvõime on hea ning oma sihikindlusega võime jõuda veelgi paremate tulemusteni. Usume, et meil on piisavalt potentsiaali konkureerimaks ärimaastikul paljude Eesti ja ka välismaiste disaineritega just oma nooruse ja loomingulisuse tõttu. **Tahame jätkata aktuaalsetele probleemidele modernsete ja stiilsete lahenduste leidmist.** Suudame kindlasti oma unikaalsete toodetega klientide arvu veelgi suurendada. Oleme sellest kogemusest väga palju õppinud ning tänulikud, et raske teekonna ette võtsime. See aasta on olnud täis tõuse ja mõõnu, raskusi ja edu. Saime aimu ärimaailmast ning kogemusi, mis on asendamatud. **Kõige tähtsam on aga see, et oleme saanud juurde enesekindlust, julgust riske võtta ja oma ideid maailmale esitada.**

TÄNUSÕNAD

Sooviksime tänada kõiki, kellega me selle õpilasfirma teekonna jooksul koostööd teinud oleme.

Eelkõige oma juhendajat **Marko Krusbergi**, kes innustas meid alati veel suuremalt unistama ning kõiki väljakutseid vastu võtma. Ta oli meile alati abiks ning valmis igal sammul sõna sekka ütleva. Tänaksime ka teist õpilasfirmade juhendajat **Lagle Mattot**, kes oli samuti meie jaoks alati olemas ning andis meile head nõu ja näpunäiteid, kuidas õpilasfirmat arendada.

Veel sooviksime tänada firmat **Punane Ploom**, kes oli meie peamiseks koostööpartneriks. Nende ruume ja masinaid kasutasime me kõikide oma toodete valmistamisel. Veel aitasid nad meid ka reklaampostrite ning plakatite loomisel.

Täname **Regina Otti**, kes andis meile võimaluse oma poes *pop-up shopi* avada.

Sooviksime tänada müügimentoreid **Timo Alestet** ja **Oleksiy Krasnoperovi**, kes tõid välja meie müügikõne tugevused ja nõrkused ning aitasid meil praeguse *pitchini* jõuda.

Viimasena sooviksime tänada kõiki, kes meie teekonnal meile kiidusõnu on jaganud; **meie vanemaid, õpetajaid, kliente ja sotsiaalmeedia jälgijaid.** Tänu teie toetustele oleme me nii kaugemale jõudnud ega kavatse veel niipea lõpetada.

Eriti suur tänu JA Eestile sellise võimaluse eest.

Aitäh teile!