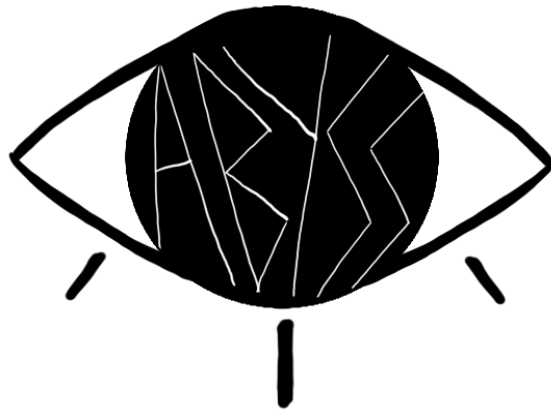


Kiili Gümnaasium

ÕF The Abyss Designs



Juhendaja: Riina Juga
Tegevjuht, finantsjuht ja disainer: Kirke- Triin Ritsik
Müügijuht, suhete vahendaja ja disainer: Kirke-Helina Roosaar
Konsultant ja disainer: Hendra Raud

The Abyss Designs

Sisukord

Missioon	2
Toote ja teenuse kirjeldus	2
Üldhinnang õpilasfirma tegevusele	2
Finantstulemuste lühikokkuvõte 05.04.2020 seisuga	2
Tegevus	3
Tootearendus	5
Müügitöö analüüs	6
Senised kogemused	8
Kasumiaruanne ja bilanss	10

Missioon

ÕF The Abyss Designsi eesmärk on anda võimalus inimestel erineda massikultuurist ning väljendada ennast unikaalselt. Missiooni täidame peamiselt luues erinevaid disaine individuaalselt kliendi nõuete ja soovide järgi.

Toote ja teenuse kirjeldus

Meie toode ehk disain on valminud kas digitaalselt arvutis, paberil või lõuendil. Tooted on kättesaadavad meie veebilehel, kus pakume ka eritellimusteenust, mille abil saavad kliendid tellida enda kirjeldatud disainiga toote(id). Disaine laseme printida koostöös printimisfirmaga, kelle poolt saab ka soetada riide- ja esemematerjali. Kõik disainid laseme printida kliendi poolt veebilehelt valitud suuruses riide- ja meeneesemetele (t-särgid, pused, riidekottid, klepsud ja plakatid).

Üldhinnang õpilasfirma tegevusele

Teekond on olnud üpris keeruline, kuid samas väga õpetlik ja huvitav. Oleme kõvasti vaeva näinud ja üritanud leida erinevaid alternatiive kui koostöö pole kõige parem olnud, kas siis omavahel või teiste firmadega. On olnud palju läbikukkumisi ja probleeme, aga kõik see on viinud stabiilsuseni ja kasulike kogemusteni.

Finantstulemuste lühikokkuvõte 05.04.2020 seisuga

Kogutulu	Kogukulu	Kasum
502.20€	345,70€	156.50€



Joonis 2. Eesti õpilasfirmade laot 2020. Vasakult paremale liikmed: Hendra Raud, Kirke-Triin Ritsik ja Kirke-Helina Roosaar. Foto: JA töötaja

Tegevus

Eelmise aasta suve alguses olime välja mõelnud meie õpilasfirma missiooni ja toote, oli aeg välja mõelda nimi. Mõtlesime, et nimeks võiks olla midagi ainulaadset, lühikest ja meelde jäävat. Nime välja mõtlemine ei võtnud rohkem kui paar päeva. Nime peale tuli algselt Kirke-Triin Ritsik, meie tegevjuht ja finantsjuht. Sõna *Abys*s tähendab lõpmatust või sügavat kuristikku. See sõna väljendab meie kunsti ja mõtteid ehk meie kunstil pole mingeid piire ning me oleme väga loomingulised inimesed. Sõna *Designs* tähendab disaini ehk mingit joonistust. Lisasime selle meie nime juurde, sest siis saavad inimesed aru, et tegu on disaini õpilasfirmaga. Alguses oli meie nimi lihtsalt *Abys*s *Designs*, aga hiljem muutsime selle *The Abys*s *Designs* 'iks. Teggu on ingliskeelse sõnaga, sest me ei leidnud eestikeelset sõna, mis oleks piisavalt lühike ja meelde jääv ning samas sõna, mis kirjeldaks meid.

Suve alguses hakkasime juba õpilasfirma peale mõtlema, siis oli meil kõigil väga kindel nägemus sellest ja saime ühiselt aru mida ja kuidas peab tegutsema.

Suve lõpus kui hakkasimegi tegelema, läks kõik algul väga hästi. Kooli algusega tulid ka meil uued probleemid. Esiteks polnud meil enam nii palju vaba aega, et firmaga tegeleda. Läbipõlemise minimaliseerimiseks on tootmine meie firma suhtes liberaalne. Me ei survesta oma firma liikmeid valmistama disaine tähtajaks. Paljud firmad kellega plaanisime alguses koostööd teha järsku muutusid meie jaoks liiga kalliks ja pidime otsima teisi firmasid kellega koostööd teha. Kõige alguses meie plakateid ja klepse printis Promoprint, kes tuli meile kohe vastu. Veel otsisime ja kontakteerusime mitmete firmadega, kes saaksid printida riidesemetele, kuni saime kokkuleppele printimisfirmaga Rauam&Niini. Meie jaoks on see

ideaalne firma, kuna kõik on seni toiminud ja töötajad väga sõbralikud. Leidsime küll selle firma alles jaanuaris, aga oleme õnnelikud, et üldse leidsime.

Hilissügisel, siis kui hakkas laatadeks valmistumine, siis ilmnis ka meeskonnasiseselt väikeseid koostööprobleeme, kuna kord ei teinud üks meist oma tööd ja siis ei teinud teine. Tehti otsuseid ilma teistele ütlejata või ei osaletud firma vestlustes. Oli ka paar olukorda, kus üks meist tahtis muuta midagi viimasel hetkel, mis siis, et olime eelnevalt teinud ühise otsuse. Muidu igasugused meeskonna probleemid ja juhtumid, kus igaüks saab erinevalt aru, oleme lahendanud aega maha võttes ning lahti rääkides, milles probleem, mis on igaühe nägemus ja teinud ühise kokkuleppe. Detsember oli vist meie jaoks kõige raskem aeg kuna meil oli kolm laata kahel nädalavahetusel ja sellel ajal olid veel meil koostööprobleemid. Laataidel saime väga palju vajalikku ja positiivset tagasisidet ning koostöö omavahel sujus väga hästi. Nautisime müügitöö juures kõige rohkem meie ühtsust nii meeskonna ja sõpradena ning üksteise toetamist. Väga kiire aja tõttu oli meil ikkagi probleeme printimisfirmadega: ei saadud toodet õigel ajal valmis või ei mõistetud meie soove. Kuu lõpuks olime kõik vaimselt ja füüsiliselt ülekoormatud ning väsinud. Tegime otsuse, et talvevaheajal teeme väikese pausi ja ei tegele firma asjadega. Kui tulime puhkuselt tagasi, oli meie koostöö muutunud stabiilseks ning meil oli parim koostöö õppeaasta jooksul. Meil hakkas vaikselt rohkem raha sisse tulema ja saime laadal müüa riidest tooteid ka. Meie ÕF struktuur ja süsteem normaliseerus ning igaüks sai hästi aru, mida keegi täpselt tegema pidi. See on loomulik, et meil tekivad probleemid, hetkel on kõik ilusti oma kohale loksunud ning nüüd on selline tunne, et firma on lõpuks jalad alla saanud ja hakkab sujuval tempol edasi arenema. Kõige edukamad müügid on olnud meil Eesti Õpilasfirma Laadal ja Naiste Ööde Filmifestivalil ehk NÖFF-il, kuhu meid kutsuti isiklikult, sest võitsime Rapla Õpilasfirma laadal kaks auhinda. Oleme siiani üllatunud, et just meid valiti välja NÖFF-ile oma õpilasfirmat esitlema. Seal teenisime väga vähese ajaga suurt tulu.

Oleme mõelnud õpilasfirma jätkamist peale gümnaasiumi lõpetamist. Loomulikult ei oleks me enam õpilasfirma, vaid osauhing. Oleme kõik kolmekesi arutanud selle üle ja enamuses on rahul selle ideega, sest siis saame teha disaini ja enda firmat arendada ning ei pea muretsema laatade pärast. Peale kooli lõpetamist oleks meie firma meile nagu töökoht ja hobi koos, sest saame tegeleda sellega, mis meile meeldib ja samas sellega raha teenida.

Tootearendus

Toote idee oli meil alguses väga selge, laseme printida meie tehtud disaini riide- ja meene esemetele kui ka erinevates suurustes plakatitele ja kleepsudele. Algul oli meie tootevalik suurem, kuna arvasime, et hinnad, mida üks firma pakkus oli suhteliselt hea ja odav, aga saime hiljem teada, et nende trükihinna lisamine tegi selle firma ja mõned tooted meie jaoks liiga kalliks. Seega piirdus meie tootevalik põhiesemetega (t-särgid, pused, riidekotid). Omahind kujunes vastavalt nõudlusele, et kui populaarsed hakkavad meie tooted olema. Samas ka arvestasime tootmiskuludega ja siis kui palju inimesed on loogiliselt nõus meie toodete peale kulutama. Saime küll laadatel teada, et meie tooted polnudki nii populaarsed

kui arvasime ja seega langetasime hindu. Peale langetamist on inimesed rohkem meie uuenenud tooteid ostnud.

Alguses mõtlesime, et plakatid ja kleepsud hakkavad olema suhteliselt populaarsed, aga reaalsuses polnud see nii. Väiksemaid plakateid osteti sellepärast, et olid soodsad. Suuremad plakatid olid pigem ebapopulaarsed ja ei ostetud. Avastasime ka, et paljudele inimestele meeldib kleepse osta, seega oleme neid juurde tellinud ja siiani on olnud piisavalt inimesi, kes ostavad neid meie firmalt.

Me mõtlesime ka seda, et kõik läheb soodsamalt, ilma suuremate rahaliste ja koostöö probleemideta ning saame kohe hakata tootma T-särke, pusasi ja riidekotte. Reaalsuses oli kõik palju kallim ja lisandus kulusid, millega me ei osanud arvestada. Alles jaanuaris saime veebruariks Eesti Õpilasfirma Laada jaoks tellida piiratud koguses riidekotte ja T-särke, mida ei saanud kasutada. Hiljem tuli välja, et riidekotid polnud sobivast materjalist, et peale printida ja T-särkidele pealeprintimisega ei jõutud lihtsalt valmis. Me olime päris rusetud, sest tulemas oli ikkagi üks tähtsamaid ja suuremaid laatu ja meil ei olnud ühtegi uut toodet, peale meie vanade plakatite ja kleepsude. Tulime idee peale, et kui printimisfirma ise ei saa meid aidata, siis me valmistame ise käsitsi riidekottide kujunduse. Nägime palju vaeva ja tegevus ise rahustas meid ning andis lootust, et kõik ei ole veel läbi. Alati on olnud nii, et kui arvame, et enam hullemaks ei saa minna, siis saame üsna pea tõestust, et ikka saab minna kordades hullemaks. Käsitsi valmistatud tooted tulid välja väga ägedad ja originaalsed. Meil oli ka paar kotti eraldi tellitud printimisfirmalt, millega nad said õigeaegselt valmis. Sellel laadal me teenisime palju kasumit just tänu nendele käsitsi peale maalitud kottidele.

Peale Eesti Õpilasfirma Laata oli meil piisavalt raha, et tellida t-särkidele printimisteenust. Järgmiseks laadaks ehk NÖFF-ile, kuhu oli meie õpilasfirma ainukesena kutsutud, saime uhkelt reklaamida oma uusi särke ja riidekotte. See laad oli ka väga tulus ja meeldiv. Meil ei ole väga kahju, et me kohe alguses ei saanud müüa riideesemeid nagu meil algselt plaanis oli, sest iga läbikukkumine on andnud meile palju rohkem õppetunde kui üks võit. See on juba meie võit ehk saavutus, et me suudame läbikukkumised enda kasuks pöörata.

Oleme leidnud partnerid: Rauam&Niini (riideesemetele trükk) ja Promoprint (plakatite, kleepsude trükk) , mis on väga vastutulelikud olnud ja teinud oma tööd korralikult ning suudavad realiseerida tooteid vastavalt meie ootustele. Oleme õnnelikud, et kõige suuremad probleemid on lahendatud ning saame vabalt edasi tegutseda ja missiooni täita.

Kuna meie firmal on veebileht, siis oleme ikka tegutsemisvõimelised ka eriolukorra ajal. Veebilehel on e-pood ja eritellimusteenus saadaval. Meie firmat selline olukord peaaegu ei mõjutagi, kuna müük toimib edasi. Täiesti ohutu on meilt tellida, kuna tellimisel ei puutu inimesed omavahel kokku (tellija, vahendaja ja meie firma liikmed) ja toode tuleb pakis. Pakk peab loomulikult 72h seisma karantiinis. Usun, et veebilehe tegemise otsus oli väga ettenägelik ja innovaatiline otsus, kuna praegune olukord ei soosi laatadel käimist ja kohapeal müüki. Muidugi kui tuleb võimalus uuesti minna kohapeale müüma ohutult, siis haaraksime sellest võimalusest.



Joonis 2. Riidekott disainiga “*Sad Clown*” 2020. Foto: Kirke-Helina Roosaar

Müügitöö analüüs

Õpilasfirma tööga alustades ja veebilehe valmides tegime reklaame - printisime need välja ja panime mitmetesse Kiili valla bussipeatustesse ja meie kooli. Need reklaamid jõudsid paljude inimesteni, kes võtsid meiega hiljem ühendust või vaatasid meie sotsiaalmeediakanaleid ja veebilehte. Lisaks reklaamidele postitasime sotsiaalmeediasse ja maksime raha, et ühte meie kindlat postitust teistele edasi reklaamida. Tänu sellele reklaamimise metoodikale saime natuke jälgijaid juurde ja oli ka neid, kes vaatasid veebilehte.

Esimene reklaampostitus ei läinud küll meil nii edukalt kui teine postitus, millega me saime palju rohkem jälgijaid juurde. Põhjus oli tõenäoliselt selles, et alguses oli meil postitusi vähe ja inimesed ei saanud nii palju informatsiooni meie kohta kui teisel postitusel. Teise reklaami ajal oli meil jälgijaid natuke juurde tulnud ja postitusi rohkem, seega said inimesed natuke infot, millega meie õpilasfirma tegeleb.

Meie veebilehe kujunduse ja funktsionaalse poole pärast ei pea me ka massiliselt tooteid tellima, vaid siis kui klient on veebilehel esitanud tellimuse. Ainus aeg millal tuleb planeeritud ja struktuurne tellimine on siis kui peame, kas laadaks või ürituseks valmistuma.

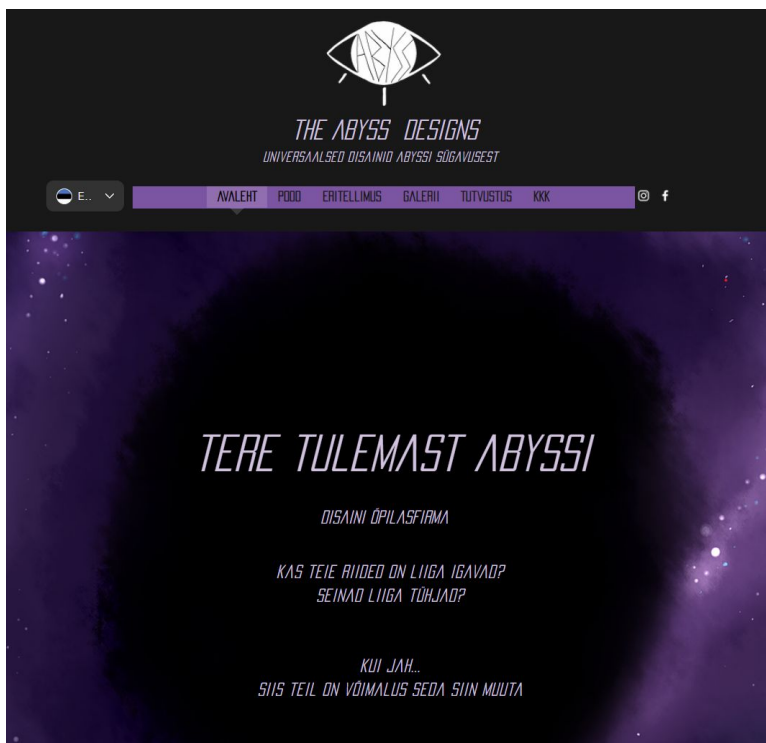
Meie paaril esimesel õpilasfirma laadal oli palju inimesi, kes huvitusid meie toodetest, aga kahjuks küll ei ostanud nii palju kui me arvasime, et võiks. Põhjus oli selles, et meie esimestel laatadel ei olnud särke ja riidekotte. Plakatid ja klepsud olid põhilised tooted ning neid me reklaamisime väga palju. Oli ka neid, kes ostsid meilt klepse ja plakateid. Inimesed on öelnud, et meie müük sujus paremini kui meil oleks rohkem valmistooteid nagu näiteks särgid ja kotid. Kuna ostjaid ei olnud väga palju, siis arvasime, et äkki soodustavad ostmist

järgmised tegurid: allahindlus , rohkem mõtlemist, mis disainid lähevad noortele korda (uute disainide loomine) ning veelkord reklaamimine.

Viimastel laatal on meil müük palju paremini sujunud, sest meil olid olemas särgid ja riidekotid. Peale seda kui meile lisandusid kotid ja särgid, on meie plakateid vähem ostetud. Me küll reklaamisime neid, aga võib-olla on põhjus, miks inimesed ei soovinud osta selles, et nad ei tea, kuhu võiks plakateid paigutada.

Oleme reklaaminud veebilehte väga palju ja oleme rääkinud kui palju plusse meie veebilehel on. Hetkeseisuga on meie veebilehelt <https://theabyssdesigns.wixsite.com/abyssdesigns> tooteid ostetud ainult paar korda. Eritellimusi on esitatud rohkem, 7 korda. Põhjus võib selles olla, et inimestele meeldib kanda midagi, mis on neile tähenduslik. Lisaks on paljud meile öelnud, et meie kunst on sünge ja pigem esitaksid eritellimuse, kus pilt oleks rõõmsam. Oleme proovinud teha uusi disaine, mis on rõõmsamad ja rohkem värvilisemad. Meile on siiaaani öeldud, et meie disainid on sünged, aga mitte nii palju enam. Postitasime uued disainid meie sotsiaalmeediasse, aga kliente veebilehel siiaaani pole juurde tulnud.

Meie klientideks on peamiselt olnud noored inimesed. Ka vanemad inimesed on meilt tooteid ostnud ning eritellimusi esitanud. Kokkuvõtteks võin öelda, et meie müük pole kõige sujuvam olnud, aga oleme saanud palju õppetunde, kuidas enda tooteid paremini reklaamida, et rohkem inimesi meilt ostaksid.



Joonis 3. Meie veebilehe avaleht 2020. Foto: Kirke-Triin Ritsik

Senised kogemused

Kirke-Triin Ritsik

Tänu sellele firmale olen saanud palju juhtimis- ja finantskogemusi. Olen saanud ka julgust võõrastega suhtlemisel ja ka esinemises. Sain ka kogemusi müümisega ja katsetada erinevaid strateegiaid, et näha, mis paneb kliente ostma ja meie firmast huvituma ja mis eriti kliente ei mõjuta. Ühel meie laadal oli ka üks välismaalane, kellele pidin meie firmast rääkima inglise keeles - see oli üks minu kõige meeldejäävamaid kogemusi. Kuna see mees oli ka väga ekstravertne, sain temaga hästi suhelda ja andis ka väga palju tagasisidet nii minule kui ka meie firmale üleüldiselt. Kuna olen ka finantsjuht, sain kogemust ka raha kokku hoidmises ja planeerimises. Selle ametikohaga olin märganud kui kiiresti raha ikkagi firmas ära kaob. Üks kõige keerulisemaid asju, mida pidin planeerima, oli see, kas meil oli mõttekas midagi laadaks tellida või mitte ja tihti pidin teiste liikmete ideedele kindlalt ei üttelema, kuna nad ei arvestanud meie rahalise olukorraga. Olen ka firma disainer, sellega sain arendada joonistamise oskusi ja katsetada, et mis inimestele silma torkab ja milliseid disaine inimesed soovivad. Sain ka klientidelt laatal otse tagasisidet enda kunsti kohta ja sain sellega edaspidiselt arvestada. Minu lemmikkogemus on veebilehe disainimine. Kuna olin ainus disainer, pidin korralikult ette planeerima, kuidas kujundus välja näeks ja millised värvid ja temaatika meie firmaga kokku läheksid. Kuna veebileht on meie peamine ja alati olemas müügikoht oli see minu jaoks väga tähtis, et seda saaksime lihvida nii võimalikult hästi kui saab. Sain ka palju tagasisidet firma liikmetelt ja tänu neile ja juhendajale sain arvestada kuidas inimesed, kes disainimisega ei tegelenud, seda veebilehte näevad ja navigeerivad ning sain selle põhjal seda veelgi paremaks lihvida. Tulemusega olen isiklikult väga rahul, paljud kes on meie veebilehte näinud, on ka öelnud, et näeb välja nagu professionaalne veebileht. Tegelen ka eritellimustega, mis on andnud mulle võimaluse joonistada asju, mille peale mina ei oleks kunagi tulnud. Selle juures olen ka õppinud, kuidas kellegi teiste nõuete järgi kunstitöid teostada.

Kirke-Helina Roosaar

Olen õpilasfirma müügijuht ja suhete vahendaja. See tähendab, et suhtlen klientidega e-maili teel ja mõtlen, mida võiks sotsiaalmeediasse postitada, et inimestel tekiks huvi meie õpilasfirma vastu. See töö on olnud stressirohke, aga samas ka väga positiivne ja arendav. Alguses mõtlesin, et õpilasfirma tegemine sõpradega tuleb lõbus, aga mõnes mõttes ma eksisin. Olen pidanud paljusid asju tegema väga vähese ajaga ja ilma korraliku planeerimiseta. Mõtlesin, et ma ei suuda sellega tegeleda, aga õnneks olid paljud mulle toeks. Olen võtnud lühikesi pause, et hiljem firmaga uuesti tegeleda. Nüüdseks olen puhanud ja suudan ka firmaga tegeleda. Tänu ÕF loomisele sain rohkem julgust ja enesekindlust. Ma suudan klientidega julgelt rääkida ning ka teiste võõraste inimestega. Olen ka aru saanud kui väga mulle meeldib tegelikult joonistada ning välja mõelda uusi disaine. Plaanin ka tulevikus kindlasti rohkem joonistamisega tegeleda. Õpilasfirma loomine andis mulle väga palju kogemusi ja teadmisi, mida ma saan tulevikus kasutada töö otsimisel.

Hendra Raud

Kogu ÕF loomise protsess on mind ettevõtte valdkonnas väga palju arendanud ja õpetanud. Ma olen firma konsultant ehk aitan kõigega, mis parasjagu tekitab raskusi või mis on pooleli. Disainerina olen pidanud end sundima kunstiga tegelema ja mugavustsoonist välja tulema. Mul on selle üle väga hea meel, sest muidu olekski minu kunstiliste oskuste arendamine tahaplaanile jäänud. Kõige toredam kogemus on olnud laatadel suhtlemine. Olen saanud väga palju enesekindlust juurde ja uusi kihvte tutvusi. Osadega suhtlen ka väljaspool laata ja kooli.

Ma olen õppinud rohkem planeerima aega, arvestama laiemas pildis erinevate teguritega, majandama saadavate ressursidega ning kõigega koos toime tulema. Olen pidanud loogiliselt mõtlema, kuidas kõige paremini toodet valmistada ja maha müüa meie sihtgrupile. Ükski asi pole meil tulnud kergekäeliselt, vaid oleme pidanud tõsiselt pingutama ja see on väga hea õppetund, sest päriselu ongi selline. Kui meil ei oleks seda ÕF, siis me saaksime need õppetunnid kätte hiljem ja siis oleks sellel juba tõsisemad tagajärjed. Meie firmaga on olnud väga palju seiklusi, pisaraid ja naeru. Kuid see kõik kokku teebki ühe suure ja õnnestunud terviku!



Joonis 4. Meie meeskond viimasel laadal ehk NÖFF-il 2020. Autor: NÖFFi töötaja

Kasumiaruanne ja bilanss

KASUMIARUANNE

03.10.2019-05.04.2020

eurod

1. TULUD	523,20
2. KULUD	
2.2. Tootmiskulud	292,00
2.3. Turundus	1,00
2.4 . Muud kulud	79,30
KULUD KOKKU	372,30
3. Aruandeperioodi kasum (-kahjum)	150,90

BILANSS

05.04.2020

AKTIVA		PASSIVA	
	euro		euro
1. Raha (Peraamatu kassasaldo)	210.9	1. Võlad	-
2. Materjal ja varud	-	2. Aktsiakapital	60
3. Põhivara	-	3. Kasum	150,9
KOKKU	210.9	KOKKU	210,9