



Insolito

**Õpilasfirma Insolito
TEGEVUSARUANNE**

Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasium

Juhendaja: Elbe Metsatalu

Mentor: Kristo Rosin

2020/21

SISUKORD

1. ÕF Insolito idee ja missioon	lk 2
2. Teekonna alguses	3
3. Keskkonnahoiust mugavuseni	3
4. Tiimist	4
5. Turundus	5
6. Müük	5
7. Raskused ja edutee	7
8. Finantsaruanne	10
9. Tulevikuplaanid	11

MISSIOON

Õpilasfirma Insolito eesmärk on muuta maailma samm-sammu haaval paremuse poole - **keskkonnasõbralikumaks ja heasoovlikumaks.**

IDEE

Igal keskkonnasõbralikul inimesel on täna endaga kaasas riidest toidukott, korduvkasutatav kõrs ning ta peseb hambaidki bambusest harjaga. Sünnipäeval või sõbrale õnnitluskaarti saates unustame, et kaart pakub küll rõõmu korra, aga peale tähtpäeva jõuab see enamasti prügi hulka või heal juhul vanapaberi kogumiskasti.

Meie selle probleemiga ei leppinud ja tahtsime leida parima lahenduse. Nii siis sündiski meie firma Insolito, mis teeb korduvkasutatavaid õnnitluskaarte, aidates kaasa ringmajandusele.

TOODE

Meie toode on mitmes mõttes keskkonnasõbralik. Üks kaart saab pakkuda rõõmu mitmele erinevale

inimesele ning ei satu pärast esimest kasutuskorda prügikasti. Korduvalt kasutatavaks muudab meie kaardi lisaleht, millega saab asendada juba õnnitluseks kasutatud vahelehe. Lisaks on kaardid tehtud 100% taaskasutatud paberist.

Viie erineva disainiga kaartide kujundus on inspireeritud neljast aastaajast ning Eesti loodusest. Igal kaardil on sobiv vaheleht.

FIRMA NIMI

Meie õpilasfirma nimi on eesti keeles tundmatu ning pärineb hoopiski itaalia keelest. Itaalia keeles tähendab *insolito* ebatavalist, midagi erakordset. See sõna sobis suurepäraselt iseloomustama meie kaarte, sest need on midagi hoopis teistsugust ja erakordsemat, kui on olnud tavalised kaardid. Meie kaardid pakuvad rõõmu ühe inimese asemel mitmetele ja samas hoiavad ka keskkonda.

ETTEVÕTLUSTULU 17.04.2021

Oleme müünud 150 kaarti
Oleme saanud müügitulu 543,49 €
Oleme jõudnud kasumisse 36,90 €

ÜLDHINNANG TEGEVUSELE

Oleme kooliaastaga jõudnud paljude inimesteni. Neile pakkunud rõõmu õnnitluskaartide kaudu, tekitanud huvi ja pannud mõtlema keskkonna ja ressursside nappuse probleemile. Ülemaailmse pandeemia ja distantsõppe kiuste oleme õpilasfirmaga ületanud raskusi, mis algul tundusid ületamatud. Inimestena oleme saanud läbi uue kogemuse targemaks, julgemaks ja ettevõtlikumaks.

TEEKONNA ALGUSES

2020. aasta suvel tärkas Aurelial mõte teha õpilasfirmat. Alguses tundus idee leidmine võimatu, kuid selgus, ets parimad mõtted tulevad iseenesest. Kui sõbranna Minni saatis pilte enda joonistatud kaartidest, süttiski äriidee kui valguskiir.

Idee oli leitud. Lihtsalt kaarte teha tundus aga liiga lihtne ja tavaline. Nii me siis hakkasimegi mõtlema sellele, kuidas saaks meie oma kaartide kaudu maailma muuta. Mõtlesime erinevaid võimalusi korduvkasutuseks. Katsetasime vanade kaartidega, lõikasime, kleepisime, voltisime ja pöördusime jälle algusesse tagasi. Kuni lõpuks jõudsimme mõttele teha kaart, millel saab tekstiga vahelehte asendada uue ja puhtaga, sarnasel meetodil nagu vanades pildialbumites pilte.

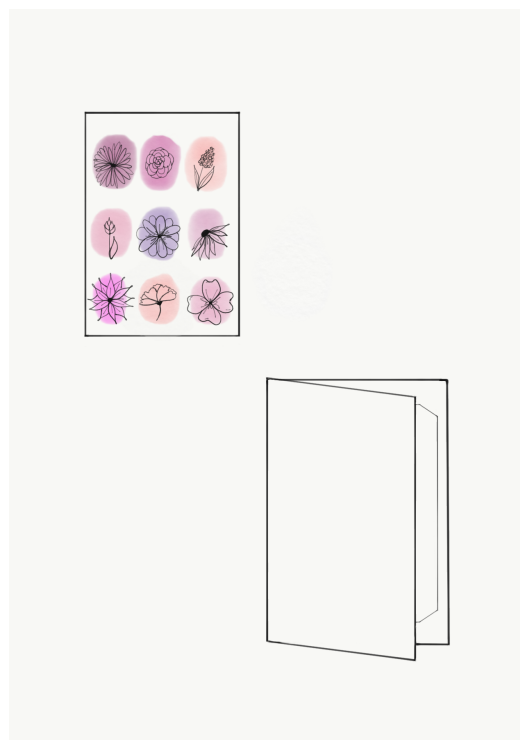
Väljavalitud ideeks oli teha kaartidele sisselõiked, millega on võimalik lisalehti kaardi külge kinnitada ja vana, juba kasutatud vaheleht uuega asendada. Sellist lahendust ei leidnud me interneti avarustestki. (joonis 1)

Aeg oli enda ideele teostaja leida. Saime aru, et ise igat kaarti tehes läheb tootmisele väga palju aega ja kvaliteeti ei suuda me võib-olla tagada. Uurisime erinevaid võimalusi meie loodud kujundusega kaartide trükkimiseks ja küsisime hinnapakumisi.

Sobivaks trükikojaks osutus Pärnumaal asuv PAJO AS. Trükikoda kasutab palju vanapaberist taastoodetud materjale ja omab ökomärgist – Põhjamaade Luigemärk ning tutvustab end eetilise ja jätkusuutliku ärina.

KESKKONNAHOIUST MUGAVUSENI

Kui me kaarte tegime, mõtlesime me algul ainult nende keskkonnasõbralikkusele. Tahtsime leida lahendust ületarbimisele ja probleemile, kus inimestel seisab kodus arutult palju õnnitluskaarte, mida ei saa enam kasutada.



Joonis 1. Minni Toomi esimene kavand.

Paljude kõrgläikega, pooleldi plastikust valmistatud ja lamineeritud kaartide tootmine pole keskkonnasõbralik ja neid ei saa enamasti hiljem ka ümber töödelda uueks paberiks.

Seepärast otsustasime meie oma kaarte teha ainult taastoodetud paberist, et see ka ükskord hiljem uuesti taaskasutusse jõuaks.

Hiljem selgus, et tegelikult on meil enda kaardiga võimalus pakkuda kliendile mugavust. Ilmselt on enamik meist

kogenud seda tunnet, kuidas enne sünnipäevale minekut on vaja käia kiirustades läbi poest, et osta õnnitluskaart sõbrale. Meie pakutud lahenduse puhul on aga võimalus kasutada varem endale kingitud kaarti uuesti, vahetades ära ainult vahelehe. Sellega hoiab klient kokku aega ja raha, lisaks hoiab keskkonda. Sellist kaarti kinkides loome võimaluse rääkida sõpradele ja tuttavatele taaskasutuse tähtsusest ja suunata neid mõistma keskkonnahoiu vajadust.

TIIMIST

Meie firma koosneb kolmest liikmest: Aurelia Pärtelson, Minni Toom ja Triinu Veider. Võiks arvata, et oleme kõik klassiõed, kuid tegelikult nii ei ole. Me käime erinevates koolides ja ka klassides. Nii Aurelia kui ka Triinu õpivad Pärnu Sütevaka Humanitaargümnaasiumis 11.klassis ning on lennukaaslased. Minni käib aga Vändra Gümnaasiumis 10.klassis. Tiimiks ühendas meid sõprus Aureliaga, kes soovis kaasata enda sõbrannad uude väljakutsesse. Kõiki meid ühendavaks jooneks on töökus ja soov kriitilisi probleeme lahendada.

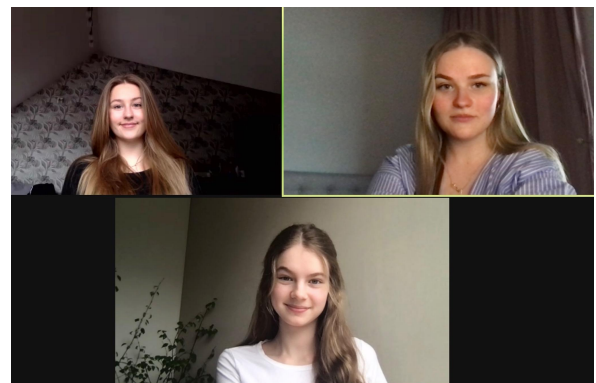
Firmas on meid kolm. Seetõttu pidime igale liikmele andma ka mitu rolli täita. Tegevjuhiks ning raamatupidajaks sai Aurelia. Tootmisjuhiks sai Minni, aga Triinust sai turundus- ja müügijuht. Rollide jagamisel lähtusime igaühe isikuomadustest ja tugevustest ning ka sellest, mis me juba teinud olime ja kuidas keegi omalt poolt panustas.

Meie kaarte kaunistavad **Minni** imelised joonistused, mis on tagasihoidlikud, kuid imeilusad ning pakuvad ilu ka kõige

stiilikriitilisemale inimesele. Minni tugevuseks on joonistamine ning kaartide disainimine, seega leidsime, et tema on just õige inimene tegelemaks toodete loomisega.

Iga meie loodud sotsiaalmeedia postituse taga seisab **Triinu**, kes Aurelia äkkmõtetest on loonud selged ja köitvad tekstid ja postitused. Triinu taipab väga hästi, kuidas luua Instagrammi kontol head sisu ning millised tekstid paistavad kliendile silma.

Kõik firma juhtimisega seotud tegemised ja suhtluse partneritega on enda peale võtnud **Aurelia**. Kohusetundlikkus ja töökus on omadused, millepärast sobib Aurelia just kõige paremini nii tegevjuhiks kui ka raamatupidajaks.



Tiimi koosolek pandeemia ajal.

Ühine töö ja vaev teeb meist püüdliku ja tööka tiimi. Tiimina me igapäevaselt kohtuda ei saanud ning vahel kippusid reaalsete koosolekute vahed kuude pikkuseks. Koroonatõttu olid kohtumiste võimalused piiratud ning suhtlema pidime sotsiaalmeedia teel, kus saatsime üksteisele sõnumeid, videoid ja häälsõnumeid, et leida parimaid lahendusi. Firmat alustades tegime ka mõned päris koosolekud, kus saime kokku ja arutasime

mitu tundi, mida teha ja kuidas. Saime ka aru, et reaalsete vestlustega sünnivad kindlasti paremad ja selgemad otsused, võrreldes sotsiaalmeedias arutamisega. Ühise tegevusena sõitsime kogu tiimi ja fotograafiga metsa pildistama, et teha kaartidest professionaalsed fotod. Toredaks koosveedetud ajaks on olnud ka kaks laata, kus oleme tundnud ühiselt ärevust enne kliendiga rääkimist ja puhast rõõmu, kui kuuleme head ja innustavat tagasisidet.

TURUNDUS

Nii turu uuring kui ka klientuur näitab, et meie sihtrühmaks on 25-50. aastane Eesti naine, kes hoolib keskkonnast ning hindab kodumaist disaini ja tooteid. Kaarte ostetakse enda tuttavatele sünnipäevadeks, jõuludeks või muudeks suuremateks tähtpäevadeks.

Leidsime, et kiireim tee meie kliendini on Facebook'i platvormi kaudu, kus see sihtrühm on kõige aktiivsem. Teiseks platvormiks, mille kaudu kliendini jõuda, on Instagram, kus nii noortele kui ka vanematele naistele meeldib leida ilusaid pilte kaartidest. Selle platvormi miinuseks on aga see, et tekstile, mis on müügil oluline, ei pöörata nii palju tähelepanu.

Üheks turunduse osaks oli esindatus KRÄFT disainipoes, kus meie kaardid jäid sealsetele klientidele silma. Kui nad kohe ei osta, siis juba järgmine kord on nad teadlikumad meie firmast ning suurema tõenäosusega ostavad ka kaarte.

Müügiargumentideks olid keskkond ning kasutusmugavus. Need mõlemad plussid tulevad sellest, et kaarti saab korduvalt kasutada.

Turundusest lähtuvalt tegime ka tootearendust. Igal kaardil on kaasas kaks lisalehte ning keskkonnasõbralik ümbrik, mis on tehtud samuti taaskasutatud paberist. Kaartide disainid on pigem neutraalsed, et neid oleks võimalik kasutada erineval põhjusel kinkimiseks. Olgu selleks siis sünnipäev, emadepäev või nimepäev. Neid kaarte saab kinkida nii naistele kui ka meestele, sest disainid on loodusest inspireeritud ja pigem sooneutraalsete värvidega.

Kaartide nimedeks on ladinakeelsed numbrid. Ladina keeles on need nimed, sest ka meie firma nimi on ladina keeles, ning otsustasime, et kaartide nimed võiksid samuti olla samas keeles. Lisaks annavad ladinakeelsed nimed meile võimaluse laiendada samade nimedega ka Eestist väljapoole, ilma et peaksime neid tõlkima. Numbrid sümboliseerivad seda, millises järjekorras meie kaardi disainid sündisid. Esimeseks oli jõulumeeleolus kaart, mis sai ka nimeks Primus.

Veebruaris otsustasime luua enda interneti lehekülje **Insolito.ee** Arvasime, et enda veebipood ja -lehekülg aitab kaasa müügile ja klientide usaldusele, sest enam ei toimu tellimine Typeformi vahendusel, vaid leheküljel, mis lausa meenutab reaalset veebipoodi. Pidasime ka tähtsaks, et lisaks usaldusele leiaks kliendid, et meie internetilehte on lihtne kasutada ning tellimus saab kiiresti tehtud. Veebipoe kujunduse tegime firmale omaselt lihtsa ja tagasihoidliku, meie kaunite kaartide stiilis.

MÜÜK

Müügi teekonda alustasime internetis Typeform platvormil, mis töötab sarnaselt

Google Formsile, kus klient täidab lahtrid ning saab valida endale meeldiva kauba. Internetimüük sujus lausa suurepäraselt. Esimesel nädalal saime 6 tellimust erinevatest Eesti paikadest.

Meie üks esimesi kliente jagas meiega enda muljeid: „Kõigepealt tunnustan teid selle vahva idee eest, luues kaardid, mida saab mitu korda kasutada. Mulle meeldib selle juures just taaskasutuse idee, mis annab võimaluse ühel kaardil rõõmustada mitut inimest, samas võimaldab alles jätta isikliku sõnumi, mis on lisatud kaardile eemaldataval lehel. Kaardid ise on tagasihoidliku, aga kauni kujundusega. Soovin edu teie ettevõtmises ja tunnustan teie julgust ning ettevõtlikkust oma idee ellu viia!”

Pikapeale mõistsime, et kaardid on kaup, mida inimene soovib osta otse müüjalt vastavalt vajadusele ja kinkida kohe edasi. Otsemüük andis meile ka parema võimaluse selgitada toote eripärasid, korduvkasutuse võimalusi ja keskkonnasõbralikkust.

Jutud meie omanäolisest tootest levisid Pärnus kiiresti. Otsustasime, et proovime tooteid panna müüki ka mõnda poodi, kus klient saaks koheselt osta, ilma et peaks ootama tarneaega. Nõnda saimegi jõulueelsel ajal meie kaardid müüki KRÄFT disaini-ja kingipoodi. Meile endalegi tuli üllatusena, kui helistati ja teatati, et nädalaga on poest jõlukaardid otsa saanud ning kas me saaks neid juurde tuua.

Detsembris saime esimese laadakogemuse Pärnu Vanalinna Jõulumelul, mis toimus karge talveilmaga Rüütli tänaval. Müügilaud oli soodsas kohas Pärnu

Postimehe toimetuse ukse ees koos teiste õpilasfirmadega. Konkurents oli tugev ja püüdsime eristuda korrektse väljapanekuga. Vaatamata külmale püüdsime potentsiaalsete ostjate tähelepanu võita ja selgitada meie kaartide eripära. Laadal müüsimise 15 kaarti. Müük läks meie meelest oodatust halvemini, kuid tänu sellel mõistsime, et inimesed ei osta kaarte ette, vaid ostavad vastavalt vajadusele. See andis meile aimu sellest, et müügi parandamiseks peame saama enda kaardid poelettidele. Sellest üritusest saime palju head tagasisidet ning tutvusi uuteks müügivõimalusteks. Üheks eredamaks mälestuseks oli see, et jõululaadal ostis meie kaarte eestimaise kosmeetikabrändi Joik esindaja, et neid saata jõulutervitusena firma välispartneritele. See oli meile suureks tunnustuseks ja rõõmuks, et neile just meie kaardid silma paistsid ning meie kaartidega enda tervitusi jagasid.

Veebruaris tegime endale veebipoe Insolito.ee Voog platvormil, millega lootsime klientideni lähemale jõuda. Muutsime veebimüüki mugavamaks, kiiremaks ja selgemaks nii kliendile kui ka meile endale. Uues veebipoes on võimalik toode kohe panna ostukorvi ning arve tuleb hetkega kliendi meilile. Eelmise Typeformi platvormi miinuseks oligi see, et klient ei saanud kohe tasuda, vaid pidi ootama, kui me käsitsi talle arve vormistame. Miinuseks oli ka see, et tihti tekkis meil segadus, millist kaarti ja kui palju klient soovis. Uuel platvormil saab klient täpselt nii palju kaarte ostukorvi lisada, kui soovib.

Lisaks meie enda platvormidele oleme nähtaval nii JA Eesti e-poes kui ka Pärnumaa õpilasfirmade lehel. Nende

kanalid on meile tähtsad, sest seal on palju külastajaid, võimalus jääda silma suurele hulgale inimestele ning saada kasu nende korraldatud turundustegevusest.

Osalesime JA Eesti Eesti Õpilasfirmade laadal. Virtuaalses laadaboksis kohtusime inimestega, kes olid huvitatud meie tootest ning andsid ka head tagasisidet tulevikuks. Üheks soovitusel oli tutvustada ja reklaamida end suurematele ettevõtetele, kes teevad enda kollektiivile ja äripartneritele tähtpäevade puhul kingitusi või saadavad kutseid üritustele. Pakuti välja, et saadaksime e-maili asemel enda kaardi, kus on meid tutvustav info kirjas. See annaks võimaluse potentsiaalsel kliendil kohe tutvuda tootega ning langetada otsus päris toote põhjal. Meie meelest oli see nõuanne väga kasulik ning plaanime seda edaspidi kasutada.

Alates märtsist kuulutati riigis välja eriolukord, millega pidurdus ka meie firma müügitegevus. Põhjuseks on see, et inimesed on kodus ning pidusid ei toimu. Ka veebi kaudu müük soikus, kuigi püüdsime sotsiaalmeedias oma firma ja toodete kohta infot jagada. Ilmselt valisid siiski paljud õnnitluskanaliks Facebooki, mitte postkaardi saatmise. Kurvastamiseks ei ole aga põhjust, sest leiame, et praegune aeg on energia kogumiseks, et alates suvest suurema hooga edasi liikuda.

Tänase seisuga oleme me müünud 150 kaarti. Müügikanalitest osutus kõige edukamaks otse- ja edasimüüjate kaudu müük. Otsemüügil saime tutvustada enda toodet, rääkida selle plussidest ning inimene saab ise vaadata nii disaini kui ka kaarti ennast. Interneti kaudu osutus müük aga keerulisemaks ja ei vastanud alati ootustele. Üheks põhjuseks on kindlasti

see, et meie uudest tootest on ainult kirjelduse põhjal raske aru saada, mis imeasi on korduvkasutatav õnnitluskaart. Internetimüük on meid siiski ka üllatanud ja seda just alguses. Müüsimise enda kaarte väga paljudesse erinevatesse Eesti paikadesse. Viiest disainist on kõige populaarsem kaart sinine tähistavast kujutatav Quartus. Täna on meil alles vaid kolm Quartus kaarti ning tundub, et kui nende kaartide nõudlus on kevadel sama suur, kui oli varem, peame neid suveperioodiks juurde tootma.

Vaata lähemalt: insolito.ee



Meie kõige populaarsem kaart Quartus.
Foto: Markus Mangusson

RASKUSED JA EDUTEE

Vaatamata sellele, et oleme pea poole aastaga jõudnud turunduse ja müügitöö kaudu paljude inimesteni, pakkunud rõõmu paljudele õnnitluskaartide kaudu,

tekitanud huvi ja pannud inimesi mõtlema keskkonna ja ressursside nappuse probleemile, on teekonnal olnud ka raskusi.

Firmat alustades oli raske selgitada meie äriideed nii perele kui ka tuttavatele, vastata küsimustele, kuidas saab teha äri kaartidega, kes neid ostma hakkab. Täna, pea kuus kuud hiljem, saame me vastata, et need kaardid on muutunud vägagi menukaks ja inimesed tunnevad nende vastu huvi.



Kaart Quartuse sisevaade.

Foto: Markus Mangusson

Algul oli raske taluda klientide eitavaid vastuseid, olgu need siis laadal või müügipakkumisi tehes. Tänapäevaks saame aga öelda, et ei üks ega kümme eitavat vastust tähenda veel midagi, tuleb edasi pürgida ning otsida ja leida teistsuguseid

lahendusi, küsida nõu klientidelt endilt ja teha muudatusi, mis ostjate ootustele vastavad.

Olles algajad ärimaailmas, tekitasid algul hirmu kõik suured otsused, mis mõjutavad firma tulevikku. Tunne, et see, mis meie nüüd ja praegu otsustame või teeme, määrab õpilasfirma saatuse, oli algul päris hirmutav, kuid hirmutundest sai kiiresti üle. Ärevust tekitas ka koostööpartneritega suhtlemine, sest kõik oli nii uus, samal ajal ka väga tähtis. Nii Pajo AS kui ka KRÄFTI kingi- ja disainipood olid väga toetavad ning mõistsid, et oleme ärimaailmas alles uued. Nendega suhtlus näitas meile, kuidas tehakse äridega koostööd ning kuidas leetakse endale koostööpartnereid.

“Esialgu ei olekski osanud arvata, et poodides on nii raske jutule saada,” meenutas Triinu, kui väga paljud võimalikud koostööpartnerid jätsid õpilasfirma koostööpakkumise meilile vastamata.

Üheks, küll väiksemaks, raskuseks oli tiimitöö ning küsimus, kuidas motiveerida kõiki võrdselt panustama, kui koolis on palju tegemist ning vabal ajal tahaks ka puhata. Selle raskuse ületamiseks jagas Aurelia erinevaid ülesandeid väikesteks osadeks, mida kõik jõuaksid koolitööde kõrvalt ära teha. Isegi kui üks tiimiliige jäi oma ülesannetega ajahätta, siis aitasid teised töö ära teha, sest eesmärk oli ju kõigil ühine.

Kogu teekonna vältel olid meile toeks õpetaja Elbe, mentor Kristo ning ka JA Eesti, kes korraldas koolitusi. Need aitasid ja andsid uusi teadmisi, mida saaks oma õpilasfirma töös kasutada. Üheks märkimisväärseks koolituseks oli ÕF x

Negavatt koolitus, mida viis läbi jäätmevaba elustiili eestvedaja ning blogi Suletudring autor Liisa Aavik. Koolituselt õppisime, kuidas turundada enda toodet jätkusuutlikult ning nõnda, et see jõuaks inimesteni, kes peavad lugu jätkusuutlikust eluviisist. Antud koolituselt kuulsime ka eestimaisest veebipoe loomise platvormist Voog, mida me ka täna enda e-poeks kasutame.

Aurelia meelest ongi tema õpilasfirmat tehes kõige rohkem õppinud avatult ja kartmatult suhtlema ja müüma enda toodet täiesti võõrastele inimestele. Ta arvab, et õppis ka seda, kuidas igat otsust firmas tuleb kaaluda ja mitu korda läbi mõelda, enne kui lõpuks täide viid.

„Kuigi oli vahel keeruline, leian, et õpilasfirma tegemine on mulle väga palju õpetanud. Kindlasti on veelgi suurendanud huvi ettevõtluse vastu,“ meenutab läbitud teed Aurelia.

Triinu usub, et õppis kõige rohkem õpilasfirmat tehes tiimitöö tähtsust. „Tunne, et alati on olemas keegi, kellelt abi küsida ning kellele toetuda, see on imeline.“

Minni tunneb, et õpilasfirmas osalemine õpetas ja näitas väga hästi, kui olulised on head suhted ja omavaheline mõistmine. Ta lisab veel, et see kogemus on aidanud areneda kunstis ning aidanud ka tulevikuplaane paremini paika panna.

Me kõik tõdeme, et kui muidu on tundunud ettevõtlus hirmus keerulisena, siis nüüd saime aru, et kõik on võimalik ja oma ideid ellu viia aitavad üksmeelne tiim, vastutustunne ja suur töötahe.



Kaart Tertius. Foto: Markus Mangusson

FINANTSARUANNE

Õpilasfirma alustamisel planeerisime algkapitaliks 120€, mille eest lootsime tellida esimese partii trükitud postkaarte. Siiski tulid kulud suuremad, sest märksa odavam oli tellida suuremas koguses. Võtsime riski ja otsustasime, et suudame ka suurema koguse kaarte ära müüa. Selleks andis iga aktsionär õpilasfirmale laenu, mis tänaseks on tagasi makstud.

Ühe kaardi tootmise omahinnaks kujunes 2.20€. Selle hinna sees on kaart, kaks lisalehte ja taaskasutatud paberist ümbrik. See moodustab meie müügihinnast üle poole - 60%. Arvestada tuleb aga sellega, et praegu ei kajastu omahinnas meie enda töötunnid.

Keskmiseks müügihinnaks leppisime peale konkurentide hinnavõrdlust kokku 3.50€. See kehtib üksikostjate kohta, kuid hulgitellimuste ja edasimüüja suhtes võimaldasime soodustust, milleks on 3€, sest arvestasime edasimüüjate lisakuludega. Leidsime, et kuigi toote müümine edasimüüjate juures pole rahaliselt meile kõige kasumlikum, siis on see turunduslikult kasulik ja aitab kaasa meie tuntusele. Poes olles märkavad kliendid meie kaarte, panevad tähele meie logo ning järgmisel korral on juba tuttavad meie kaardiga ning suurema tõenäosusega soetavad selle või võtavad ühendust veebipoe kaudu.

Otsustasime müügitasu hakata liikmetele välja maksma peale võlgade tasumist, laovarude (60 tk) müüki ja algkapitali tagasiteenimist. Kui järgmise suure trükipartii tellimise tulemusel muutub toote hind odavamaks, kompenseerime enda töötunnid isegi varuga ja saame

hakata regulaarselt ja vastavalt müügitulemustele töötasu maksma.

KASUMIARUANNE

25.10.2020-17.04.2021

1. TULUD	543,49€
2. KULUD	
2.1. Tootmiskulud	447,04€
2.2. Muud kulud	59,55€
KULUD KOKKU	506,59€
3. KASUM	36,90€

BILANSS 17.04.2021 seisuga

AKTIVA		PASSIVA	
	euro		euro
1. Raha	156,90	1. Võlad	-
2. Materjal ja varud	-	2. Aktsia-kapital	120
3. Põhivara	-	3. Kasum	36,90
KOKKU	156,90	KOKKU	156,90

TULEVIKUPLAANID

Õpilasfirma Insolito soovib tegevust jätkata ka peale õppeaasta lõppu. Me plaanime tegutseda vähemalt suvel, et Covidi piirangute aegse seisaku tõttu müümata tooted ikkagi ära müüa, kas otsemüügil või vahendaja ja veebipoe kaudu. Selleks annavad kindlust koolide lõpetamiste periood, kui õnnitluskaarte rohkesti vajatakse ja ehk ka taastuv turismihooaeg suvises Pärnus.

Tahaksime ka järgmisel aastal edasi tegutseda, sest kõiki eesmärgi me selle aastaga täita ei suutnud.

Meil on plaanis luua uued disainid, mis oleks mõeldud just lastele. See idee sündis vestlusest ühe kliendiga, kes kurtis kui palju raha kulub tal sünnipäeva kaartide ostmiseks. Lõpuks need kaardid seisavad aga ikka sahtlis. Usume, et neid vanemaid on veel, kellel on sama mure. Me tahame enda kaartidega kindlasti seda probleemi hakata lahendama.

Meie soov on laieneda veel mõnda poodi, et meie kaardid oleksid aina rohkematele inimestele lihtsasti kättesaadavad.

Väike salajane unistus on ka laieneda Eestist välja. Seda on meil võimalik teostada kooli ERASMUS+ projekti raames partneritega Iirimaa ja Sloveeniast. Koostööprojekti eesmärgiks ongi noorte ettevõtlikkuse ja keskkonnateadlikkuse suurendamine ja kogemuste vahetus. Oleme suhelnud partnerkoolide noortega ja vahetanud oma äriideid ja esimesi ettevõtluskogemusi. Sloveenia noored külastasid ka meie laadaboksi JA Eesti veebilaadal. Nende

juhendaja andis head nõu ja avaldas soovi projektikohumiseks just meiega.

Tahame, et meie kaardid pakuksid rõõmu paljudele inimestele, muudaks inimeste mõtteviisi keskkonnasõbralikumaks ja pakuks kinkimise ja soojade soovide saamise rõõmu kohe mitmekordselt.

AITÄH TEILE!

Juhendaja: Elbe Metsatalu

Mentor: Kristo Rosin

