Tallinna Reaalkool



Õpilasfirma sEst
Tegevusaruanne

Juhendaja: õp Riin Saar

2017/2018

Sisukord

Õpilasfirma sünd	2
Õpilasfirma nime lugu	2
Meie naiskond	2
Saadud kogemused	3
Toote sünd ja areng	5
Kas kõik läks tõesti lepse reega?	6
Turundus ja müük	7
Finantstulemused	9
Kuidas edasi?	10

Missioon

Õpilasfirma sEst pakub Eestit armastavatele inimestele võimalust end ehtida ainulaadsete käsitööna valminud disainehetega, millesse on kätketud killuke Eestimaad ning neid ehteid teistelegi kinkida.

Moto

Hoia Eestit – südames.
Kanna Eestit – endaga kaasas.
Kingi Eestit – sõbrale.

Toode

159 kordumatut ehedat Eesti ehet. Kõik ehted sisaldavad sõna otseses mõttes killukest Eestimaad, sest nendesse on pandud Eestist kogutud materjali – marju, õisi, puulehti, sammalt, seemneid, Eesti kultuuri, rahvakunsti jne. Ehted kätkevad endas mõtet – kanda endaga kaasas Eestit, kus iganes kandja ei viibiks ja kinkida Eestit teistelegi.

Igal ehtel on oma nimi ja lugu. **100 sertifikaadiga ehet** valmisid kingitusena Eesti Vabariigile ning nende juurde kuulub Eestiga seotud mõte – loits, mõistatus või rahvatarkus, mis on lisatud ehtekarpi väikesel kaardikesel. **59 lisaehet ja eritellimust** valmisid nõudluse suurenedes.

Üldhinnang tegevusele

Õpilasfirma sEst loomise peamiseks eesmärgiks oli proovida ettevõtluses kätt. Kuna ühisest arutelust sündis kõiki köitev äriidee – Eestiga seonduvad ehted, siis tehtigi mõte teoks. Teekond oli üsna keeruline, sest õppida oli palju. Kuid kuna õppimine toimus töö käigus, siis sai kõik hästi selgeks.

Tootearendus oli esimene ja kõige suurem proovikivi: ettekujutuses olevate ehete teokstegemine nõudis katsetusi, materjalide tundmaõppimist, valikute tegemist, oma stiili kujundamist ja lõpuks detailideni läbimõeldud toote kujundamist. Turundus- ja müügitegevuse kogemused saime läbi laatade, sotsiaalmeedia, isikliku müügi ja klientidega suhtlemise. Tegevusega kaasnenud meeskonnatöö-oskus on hindamatu väärtusega kogu eluks.

Pühendumus, pingutus ja tiimitöö realiseerusid lõpuks isegi üllatavalt heades finantstulemustes. Meil oli õnne kogeda nõudluse mõju, mille tulemusel sündisid algselt planeeritud ehetele lisaks lisaehted ning eritellimused. Praegune kasum on üle kaheksa korra suurem kui firmasse tehtud investeering. Äriideel on perspektiivi ka päris ärimaailmas – nii olemasolevate ehte baasil kui ka uute tootearenduste näol.

Rõõmu on pakkunud nii kogu protsess kui ka õpilasfirmade laadal saadud innovatsiooni eripreemia kõige innovaatilisema kingituse eest. Aga peamine – oleme suutnud oma ehetega pakkuda rõõmu paljudele rahulolevatele klientidele.

Finantstulemused

Tulud 1993,84€ Kasum 1693,94€
Kulud 299,90€ Kasumlikkus 85%

Õpilasfirma sünd

Elisabeth Margarethel oli **kinnisidee – teeme õpilasfirma**. Sellest kantuna kutsus ta juba augustikuus enda juurde koju võimalikke õpilasfirma tegemise huvilisi. Mitmesugustel põhjustel hakkas tasapisi huvilisi vähemaks jääma. **Septembriks jäi alles 5 tarmukat neidu, keda sidus ühine tahe**:

- soov tähistada Eesti Vabariigi sünnipäeva nii, et see jääks eluks ajaks meelde;
- saada käsi valgeks ettevõtluses ja näidata, et naisedki võivad olla edukad ettevõtjad;
- teha kindlaks, kas meis peituv ettevõtluse pisik on ravimatu ning saada tohutul hulgal uusi teadmisi ja kogemusi;
- lootus, et pingutust kroonib edu ja et igaüks meist saab pisut taskuraha juurde.

Siiski ametliku õpilasfirma loomiseni läks veel aega, kuna me soovisime eelnevalt veenduda, et meie äriideel on potentsiaali ning et me suudame selle idee üheskoos ka teostada.

9. novembril 2017 toimunud asutamiskoosolekul sai lõpuks pilt täiesti selgeks – teeme ära! Tolsamal koosolekul otsustasime lõplikult ära firma nime ja toote, mida tegema hakkame. Hääletusega valiti firmajuht, jagati ära vastutusvaldkonnad, koostati asutamisdokumendid. Tegevusloa saime kätte 1. detsembril 2017. **Õpilasfirma sEst oli sündinud.**

Õpilasfirma nime lugu

Kuna soovisime õpilasfirma tegevuse siduda Eesti Vabariigi juubeliga, siis tahtsime, et ka nimi seda väljendaks. Esialgseid nimevariante oli mitu – bEst, sEst, greatEst ja justEst. Meie esimene eelistus oleks olnud bEst, aga juhendajaga konsulteerides selgus, et seda nime ei tohi panna, kuna see on liiga sarnane Board of European Students of Technology akronüümiga BEST. Järelikult pidime valima midagi muud.

Kaalusime variante ja otsustasime, et nimeks saab **ÕF sEst**, **sest me armastame Eestit**. Eestit, mis on tilluke kui veepiisk taeva ja maa vahel. Õrn kui lumehelves. Lennukas kui mõte. Võimas kui iidne loits. Armas kui ema...

Nime edasiarendusena lisandus firma logole internatsionaalne „***small Estonia***“, mille lühend on samuti sEst.

Meie naiskond

Meie firmas on viis tegusat eesti neidu, kes ei kohku ühegi ootamatuse ees.

Elisabeth Margarethe Kikas – tegevjuht

Elisabethist sai meie õpilasfirma tegevjuht. See oli asjade loomulik käik, sest just temalt pärines õpilasfirma idee ja tema oli kogu protsessi käivitajaks. Juhirollis tegi ta tulevikuplaane, jagas ülesandeid, utsitas meid tagant, et kõik asjad õigeks ajaks (või varem!) valmis saaksid, jälgis kullipilgul tegevust, korraldas ühiseid arutelusid ja materjalide ostmist ning andis oma kodu meie tootmisbaasi kasutusse. Kõik teised liikmed valisid omale vastutusvaldkonna, millel nad rohkem silma peal hoiavad.

Helin Kuldkepp – finantsjuht

Helin tegeles peamiselt raamatupidamisega ja hoidis meie rahaasjad laitmatus korras. Tema täpsus ja kohusetunne on hindamatud. Tänu sellele teadsime alati, millised on meie rahalised

võimalused ning millised on olnud sissetulekud ja väljaminekud. Helin vastutas finantsdokumentatsiooni eest ja valmistas ette aruande raamatupidamise osa.

Mari Raidma – tootearendusjuht

Mari juhendamisel otsiti ja viidi ellu uusi ideid ehete valmistamisel, et saavutada mitmekesine toodang. Tema eesmärgiks oli leida meie ehetesse Eesti looduslikku toorainet ja ehetele pakendid, mis mängisid toodete esinduslikkuses suurt rolli. Lisaks loodi tema eestvedamisel toodetele iseloomulikud nimetused ja lood. Lõpuks jõudsid unikaalsed eestipärased ehted turule.

Hanna-Liisa Rebane – tootmisjuht

Hanna-Liisa eestvedamisel toimusid ühised ehete meisterdamised. Lisaks üritas tema leida viise, kuidas suurendada kogu protsessis meie efektiivust – seda nii toodete valmistamise protsessis kui ka näiteks laatadel oma müügilaudade ülespanekul.

Tänu Marile ja Hanna-Liisale jõudsid turule meie detailideni viimistletud tooted, mida võisime uhkusega kliendile pakkuda.

Frederika Frey – turundusjuht

Frederika suunas oma jõupingutused peamiselt turundusele ja müügile. *Facebook*i pood ja järjepidevad postitused, müügivõimaluste otsimine ja turu-uuringud olid tema fookuses. Frederika sulest on pärit ka õpilasfirma sEst logo – stiliseeritud sõlg, mis on meie rahvuskultuuri element ja ühtlasi ehe – nagu meie tootedki.

Seega valdkonniti eksisteeris meil küll tööjaotus, aga samas leppisime kohe alguses kokku, et teeme suurema osa asju koos, sest tahtsime saada maksimaalselt palju kogemusi kõikides valdkondades ning tunda rõõmu koostegemisest.

Meil oli algusest saadik tõhus koostöö. Peamiselt sellepärast, et me oleme kõik väga erinevad. Õpilasfirma kontekstis on erinevus suur pluss. See aitab näha erinevaid tahke mitme nurga alt. Nii avaldasid kõik oma arvamust ning õppisime üksteist ära kuulama, esitama argumenteeritud poolt- ja vastuväiteid. Vaidlustes selgus tõde ja lõpuks jõudsime ikka konsensusele.

Viis liiget on optimaalne õpilasfirma suurus. Arvestades koolitöö koormust, igaühe hobisid ja huvialasid, olümpiaade ja võistlusi, oleks vähemate liikmetega väga raske olnud. Vahest kõige keerulisem oligi leida ühist aega – tootearenduseks, plaanide tegemiseks, müügistrateegia arutamiseks ja laatadeks valmistumiseks. Paljuski oli abi *Messenger*i grupikõnedest, kuid kõike ei saa teha *online*. Ühistegevuse käigus on meist saanud tegus naiskond, kellele pole ükski väljakutse ületamatu ja kui keegi peaks meilt küsima, mis on õpilasfirma puhul kõige olulisem, on meie esmane vastus: „Kõige tähtsam on hea meeskond!“

Saadud kogemused

Elisabethi tagasivaade: Õpilasfirmaga seoses õppisin ülipalju. Kõige tähtsam õppetund oli arusaamine, et ettevõtluses on meeskond võtmetähtsusega – kui tiim on tugev, õnnestub iga ettevõtmine. Veel õppisin ajajuhtimist (ühistegevused tuleb varakult kokku leppida), tegevuskava koostamist (tegevustel on kindel järgnevus ja midagi ei tohi jätta viimasele hetkele), meeskonna juhtimist (ülesannete jagamine liikmete vahel kõige optimaalsemal viisil,

arvestades kõigi huvisid, tugevusi, ajalimiiti), raamatupidamist (tegevjuhina pidin olema kõigega sama hästi kursis kui finantsjuht), müügitegevust (müük laatadel, käest-kätte ja *Facebook*is, nõudluse kasv, eritellimused), järjepidevust klientidega suhtlemisel (kui ettevõte on sotsiaalmeedias, siis ei tohi äkki ära kaduda, postitusi tuleb teha mõõdukalt, kuid järjepidevalt, tellimused täita kiiresti), enese- ja tiimi motiveerimist (näiteks siis, kui õppetööga seotud kohustused uputasid ja jaksu jäi väheks, et tegeleda õpilasfirmaga ning ka siis, kui müügitöö laadal ei läinud libedalt), ebaõnnestumistest ülesaamist (praaktooted, tellitud materjali hilinemine), järjekindlalt eesmärkide poole liikumist (ei tohi alla anda, isegi siis, kui hetkeks tundub, et kohustuste koorem on suur ja kõik on sinu õlul), tootearendust (uued käsitöötehnikad ja arusaam, et meie toode koosneb paljudest elementidest: ehe ise, ehte nimi ja sellega seonduv mõte, ehte ainulaadsus, mis väljendub tootenumbriga sertifikaadil, ehtega sobiv pakend ja kasutatav kirjafont, mis võimendab seost Eestiga jne).

Ja lõpuks – kogesin, et ettevõtlus on ainult pealtnäha lihtne. Tegelikult on sel teel nii kive kui kände. Kuid seda suurem on rõõm õnnestumisest. Koos eheteid valmistada oli väga tore ja rahulolevad kliendid tegid suurt rõõmu. Kirss koogil oli see hetk, kui hakati soovima eritellimusi – kaelaehteid, kõrvarõngaid ja mansetinööpe. See tähendas, et mitte meie ei otsi kliente, vaid kliendid vajavad meid.

Helini tagasivaade: Õpilasfirmat tehes sain rohkelt uusi kogemusi. Samuti sain kinnitust, et heade sõpradega on rahalisi teemasid keeruline ajada, kuid see ei ole siiski võimatu. Juhtus, et ei tahetud kellelegi halvasti öelda, kui midagi läks nihu, ning tekkisid väikesed lahkhelid, kuid me siiski saime kõigest suurepäraselt jagu. Nüüd, õpilasfirmat lõpetades saan öelda, et olen palju kindlam oma arvamusi väljendades.

Kuna olen loomult introvert, on suhtlemine inimestega minu jaoks alati keeruline tundunud. Tänu õpilasfirmale olen aga selles vallas palju arenenud. Eriti aitas arengule kaasa kriitilistes olukordade tekkinud probleemide lahendamine.

Ma olin juba enne õpilasfirmaga tegutsemist raamatupidamise ning Exceli tabelitega kokku puutunud, nii et sellega suuri raskusi ei olnud, kuid olen praegu kindlasti palju täpsem selles valdkonnas. Tänu õpilasfirmale olen igas firma valdkonnas väärt kogemusi saanud ning inimesena palju arenenud.

Mari tagasivaade: Osalemine õpilasfirmas andis mulle suure kogemuste pagasi tulevikuks. Ettevõtlustegevus pole mingi lapsemäng, seda tuleb õppida ning oskusi omandada. Näiteks laadad andsid võimaluse suhelda erinevate inimestega.

Üks olulisim osa firma tegevuses on meeskonnatöö. Meeskond toimib juhul, kui kõik liikmed mõistavad üksteist ning lahkhelisid on vähe. Meie suutsime oma erimeelsused ühisel nõul seljatada. Enne õpilasfirma loomist oli mul vähe müügikogemust, see arenes õpilasfirma toel. Toote valmimisprotsess oli kordades keerukam, kui arvatagi oskasin ning seega vajas oskuslikku aja planeerimist. Olen õnnelik, et võtsin osa õpilasfirma loomisest, kuna see andis mulle praktilisi kogemusi ettevõtlusest.

Hanna-Liisa tagasivaade: Kõige rohkem õppisin ma selle projekti kaudu tundma inimest kui sellist ja ka iseennast.

Miski, mis minu maailmapilti väga palju avardas, oli müügitöö. Nägin vahetult kui erinevad on inimesed tegelikult ja kui palju on erinevaid arvamusi.

Palju õppisin ka seda, kuidas meeskonnaliikmena paremini tegutseda ning mis on need sammud, mida teha ja mida tegemata jätta, et kõik liikmed ennast grupitöös hästi tunneksid ja meeskonnatöö oleks ladus. Tulevikus oskan juba ette näha takistusi ja mingid protsessid lähevad kindlasti kiiremini. Edaspidises elus tulevad kõik õpilasfirmas saadud kogemused kasuks. Lisaks sain tänu sellel oma tuleviku planeerimiseks juurde häid ideid.

Frederika tagasivaade: Õpilasfirma loomine andis mulle asendamatu kogemuse toote disainist ja arendamisest. Pidev uute ehete loomine nõudis loomingulist mõtlemist ja uudseid ideid. Olgugi, et olen müügitööga varasemalt kokku puutunud, sain nüüd seniseid oskusi palju täiendada. Müük erinevates kohtades ja viisil võimaldas kokkupuudet uute inimeste ja müügitingimustega, sh võõrkeelse müügiga. Meil esines firmasiseseid erimeelsusi, kuid me saime need kõik lahendatud. Õppisin seda, et kui sul on tiimiliikmed, keda sa usaldad ja kes usaldavad sind, on probleemide lahendamine kordades lihtsam ja utoopilisena tunduvad eesmärgid palju kättesaadavamad. Meeskonnatööoskus on kindlasti äärmiselt oluline edaspidiseski elus. Õpilasfirma muutis mu elutempo kindlasti palju kiiremaks, aga samas õpetas mind ka paremini aega planeerima. Olen õnnelik, et õpilasfirmasse panustasin, sest see kogemus on seda väärt ja kindlasti heaks alustalaks tulevikus, kui ma otsustan hakata tegelema ettevõtlusega.

Toote sünd ja areng

Meie ehete loomine oli nagu **rännak läbi Eesti ja läbi aja**. Päris alguses oli meil ainult selge teadmine, et **tahame teha Eestile ainuomaseid ehteid**. Mitte vormilt rahvuslikke (rahvarõivastiilis), vaid niisuguseid, mille sees oleks ühel või teisel moel Eestit ennast. Esimene mõte oli kasutada looduslikku materjali ja nii **tõsta esile Eesti kaunist loodust** – raamistada seda kui kauneimat ehet. Mõte meeldis kõigile ja otsustasime hakata loodusest koguma marju, sammalt, kanarbikku, lilleõisi, sügislehti ja palju muud. See sügislehtede mõte tundus eriti tore, sest nõnda saime anda lehekesele justkui uue elu. Nii võis sügisel puult langenud kuldkollane kaseleht tõusta meie ehte sees nagu fööniks tuhast.



Tootevalik

Teise mõttena **soovisime ehte sisse panna ka meie kultuuri, rahvapärimust ja traditsioone**. Nii jõudsid meie ehete sisse näiteks laulupidude sümbollaul „Koit“, vastlaliug, Kaera Jaani rahvatants, rahvustoit kama, tükike rahvarõivaseelikut ja vanaema kleidiriiet ning Eesti hümn.

Edasi tuli lahendada praktiline küsimus – kuidas täpselt me kõik selle ehte sisse saame. Ajurünnaku tulemusena jõudsime kahe võimaliku lahenduseni – **kasutame spetsiaalseid ehete valmistamiseks mõeldud klaaskapsleid** ja **valame ehtematerjali vaigu sisse**.

Sobivad kapslid leidsime internetist. Tellisime proovipartiid ära ja proovisime ehteid valmistada. Selgus, et need sobisid, ja tellisime valikuliselt kapsleid juurde.



Valmivad meie esimesed ehted

Teise lahenduse teostuseks kasutasime epoksiidvaiku ja silikoonvorme. Sisuliselt valasime ehtematerjali (nt marjad ja sambla) vaigu sisse. Hiljem selgus suure üllatusena, et Mari vanaisa oli kunagi ammu kuulunud töögruppi, kes töötas välja epoksiidvaigu. Nõnda saime oma ehetega siduda ka eelmised põlvkonnad.

Vaigust ehete valmistamine oli üsna keeruline. See nõudis suurt näpuosavust ja kannatlikkust ning oli aeganõudev, sest ainuüksi ühe kihi vaigu kuivamine võttis 24 tundi, kihte oli aga mitu ning viimistlus nõudis samuti palju nikerdamist. Pikapeale õppisime tehnoloogia selgeks.

Kas kõik läks tõesti lepse reega?

Tegelikult mitte, **tuli ette päris mitmeid raskusi**. Kogu see mõte võib kõrvalt vaadates ja ideetasandil tunduda vahva, aga **päriselt läksid esimesed prooviehted ikka praaki**. Mõned ehted purunesid – näiteks klaaskapslite ava oli nii väike, et sellest ei mahtunud suuremad marjad läbi ja vaiku valatud ehteid vormist välja võttes murenesid tükid küljest. Kuna epoksiidvaigu puhul on vaja kokku segada kaks ainet, mille vahekord peab olema üsna täpne, siis juhtus, et vaik ei kõvastunud ära. Vahel ei käitunud vaigu sisse valatav materjal nii, nagu oleksime tahtnud, või ei tulnud teostus välja vastavalt ettekujutusele. Sekka juhtus ka ehteid, mis tulid välja kaheldava kvaliteediga. Need hetked tekitasid kõvasti kõhklusi ja kahandasid meie entusiasmi märgatavalt. Õnneks oli meid tiimis mitu ja ikka leidus keegi, kes suutis näha asja head külge ning tõsta esile need ehted, mis meil olid väga hästi välja tulnud.

Nii me siis **õppisime töö käigus**. Kokkuvõttes aitas õnnestumiste ja ebaõnnestumiste jada meil välja selgitada kõige paremini töötavad lahendused ja rohked katsetused lihvisid töövõtteid nii, et praaktooteid, mille pidime ära viskama, tuli ette vähe.

Kui olime hulga ehteid valmis saanud, vaatas Hanna-Liisa neid ja esitas äkki küsimuse: „Kas me hakkame siis müüma lihtsalt ehteid? Kas me ei peaks nendega tugevamalt siduma Eesti-kesksust?“ See oligi **võtmeküsimus**, mille vastus sai mõistagi olla vaid: „Me müüme ehteid, millega on tihedalt seotud Eesti lugu – mõte ja tunne, mis on otseses mõttes seotud Eestiga ning mis on kätketud kauni ehte sisse.“

Nii sündisidki õpilasfirma sEst **ehted, mida** tegime **esialgu täpselt 100**, et tähistada sellega Eesti 100. sünnipäeva. Nõnda on meie ehted ka justkui **kingitus Eestile**.

100 ehte hulgas on kaelaehteid, kõrvarõngaid, prosse, külmkapimagneteid ja mansetinööpe. Kõik 100 ehet on pakendatud karpi, kuhu on lisatud sertifikaadid väikeste kaardikestena, tähistamaks nende kordumatust ja autentsust. Eesti seose tugevdamiseks kasutasime toote puhul kirjastiili „Aino“.

Igal 100 ehtel on oma nimi, lugu ja mõte. See võib olla näiteks mõni loits, mõistatus, regilaulu read või rahvatarkus, mis on lisatud ehtekarpi väikesel kaardikesel.

Näiteks osundab kaelaehe „Sootuluke“ (nr 6) Eestile kui soode ja rabade maale ning pakub mõtlemiseks rahvakultuuriga seotud mulgikeelse mõistatuse: „Mõista, mõista, mis see on? Maad om, inimese ei käi, vett om, laeva ei sõida?” (Vastus on muidugi soo või raba).

Sügislehtede taustal kaelaehtesse valatud pihlamarjad („Pihlapuu“, nr 47) toovad esile uskumuse, et pihlakas on hea väega puu. Kui pihlakaid endaga kaasas kanda, annab see jõudu. Meie kaelaehtega ongi see hea vägi kandjaga kaasas.

Võrukeelne rüälill ehk rukkilill on kätketud samanimelise kaelaehte (nr 89) sisse, ülistades nõnda meie rahvuslille.

„Taevasina“ (nr 51) mansetinööbid tõstavad esile eesti laulikud. Antud juhul Juhan Liivi, kelle luuleread leiab samuti sertifikaadi tagaküljelt: „Ma taeva sina võtaks, võtaks päikese särava, võtaks eha, võtaks koidu – sind köidaks sellega“.

Kaelaehe „Hõbevalge“ (nr 84) on seotud nõmmemetsades leiduva põdrasamblikuga, millele omistatakse ravitoimet ja maagiat. Nii lisasime kaardikesega ehte juurde tervendamisloitsu, mis pidavat aitama haigusi ravida: „Maa isakesed, maa emakesed, võtke hõbevalge omale, andke minu oma tagasi!“ Ühtlasi viitab „Hõbevalge“ Eesti presidendile Lennart Georg Merile.

Kõik ehted on kantud meie motost: **Hoia Eestit - südames. Kanna Eestit – endaga kaasas. Kingi Eestit – sõbrale.**

Esialgu soovisimegi piirduda ainult 100 ehtega, aga **suurele nõudlusele reageerides tegime veel 59 ehet juurde**. Seekord pakendatud kotikestesse, mis sobis meie senise stiiliga. Lisaehetel ei ole sertifikaati, kuid ka neil on oma nimi – nagu igal heal lapsel.

Olgu selleks 100 sertifikaadiga ehet, lisaehted või eritellimused, igaüks, **kes meie valmistatud ehteid kannab, kannab endaga kaasas ka killukest Eestimaad**.

Turundus ja müük

Müügi puhul on oluline määratleda, **kes on klient**. Meie puhul oli seega oluliseks küsimuseks, kes meie ehteid ikkagi ostab? Ja mis hinnaga ostab?

Selleks tegime **turu-uuringu**. Näitasime mitmeid ehteid paljudele inimestele ja küsisime nende arvamust. Küsitletavad pidid meeldivuse järgi ehted reastama ja pakkuma hinna, millega nad need ära ostaksid. Vastused kirjutasime üles ja nende alusel **valisime välja peamised ehete kujud** ning **hinnastasime valmisehted**. Tulemus: väikesed klaaskapslites ehted panime müüki hinnaga **17 eurot**, epoksiidvaigust ehted hinnaga **20 eurot**, mansetinööbid hinnaga **25 eurot**.

Hinnatase tundus olevat õige, sest **müük läks käima**. Tore oli näha, et inimestele meie looming meeldis. Äratundmine, et ka teised tunnevad rõõmu meie ehetest oli sõnulseletamatult hea. Veelgi enam, **varsti hakati tegema eritellimusi**, kusjuures üllataval kombel muutusid ühel hetkel **müügihitiks mansetinööbid**. Tellimuste kaudu saime proovida ka ettemaksuga müüki.

Mõistagi soovisime müügitegevust järjest parandada. *Online* müügikanaliks sai ***Facebook*i pood** https://www.facebook.com/pg/OFsEst/shop/?ref=page_internal, kus on pildid meie ehetest. Siin osutus kõige keerulisemaks ehete pildistamine. Tuli välja, et see on täiesti omaette kunst. Esimesed pildid ei tulnud üldse välja, siis uurisime internetist ja lõpuks oli Frederika see, kes meie ehted ära pildistaski. Kõik teised püüdsid jõudumööda assisteerida ja kompositsiooni sättida. Muidugi oleksime võinud fotod profifotograafilt tellida, kuid me tahtsime ise veel ühe kogemuse võrra rikkamaks saada. Kokkuvõttes on igatahes hea meel, et ise proovisime – oli parasjagu pusimist, aga lõbus oli ka.

Facebook on olnud ka peamine kanal, mis toetas **käest-kätte müüki**. Just *Facebook*i abil valisid kliendid ehteid. Kui mõni klient valis välja mitu ehet ja tahtis neid eelnevalt ka lähemalt vaadata, siis leppisime selleks kokku aja ja koha. Tore on see, et kõik need kohtumised lõppesid alati müügiga.



Eesti õpilasfirmade laadal

Osalesime laatadel – Stroomi Kaubanduskeskuse tervisetoodete ja õpilasfirmade laadal. Maikuus läheme „Noore meistri“ messile. Kõige kesisema müügitulemuse tegime Stroomi Kaubanduskeskuses, kõige parema õpilasfirmade laadal. Selleks ajaks olime juba õppinud aktiivsemalt müüma. Pole mingit põhjust hoiduda ujedalt leti taha ja oodata, et kliendid ise su juurde tulevad. Just laatadel õppisime, et **kliendid tulevad siis, kui neid kutsuda**.

Lisaks käisime ehteid müümas Tallinna Reaalkooli vilistlaste kokkutulekul ja tegime tooteesitluse Äripäevas.

Müüki toetasime järjepidevate *Facebook*i postitusetega, Äripäev ja Tallinna TV tegi meiega intervjuu.

Otsustasime veebilehe asemel *Facebook*i kasuks, sest sinna külastajate saamine on oluliselt lihtsam, kasvõi juba lehe jagamise ja meeldivaks märkimise kaudu. ***Facebook*is oleme teinud pidevalt postitusi**, et suhtlus olemasolevate ja tulevaste klientidega oleks järjepidev. Kuna õpilasfirma tohib tegutseda ainult ühe õppeaasta, siis korraldasime aprilli algul *Facebook*is ka soodusmüügi, et müüa ära võimalikult palju ehteid enne, kui peame õpilasfirma likvideerima. *Facebook*i kampaania oli oodatust edukam, müüsime 26 ehet.

Plaanime müügitööd jätkata kuni õppeaasta lõpuni, eesmärgiga õpilasfirma likvideerimise hetkeks ära müüa kõik ehted. Laatadena oleme tulevikku planeerinud Tallinna Reaalkooli heategevuslaada, mille tulu annetatakse koolile bioloogia õppevahendite soetamiseks ning „Noore Meistri“ messi.

Ent **kes on meie kliendid**? Peamiselt **Eesti naised, vanuses 20-50 aastat**, kellele on tähtis kõik Eestimaaga seonduv – siinsed traditsioonid ja inimesed, Eesti loodus ja keskkond. **Neid kõiki ühendab armastus Eesti vastu**. Meie ehted annavadki kliendile võimaluse kanda endaga kaasas killukest Eestimaad, kus iganes nad siis ka ei viibiks, või kinkida seda suurt

tunnet teistele – sõpradele, lähedastele, kolleegidele, partnerite. **Oma loo ja mõttega ehted on innovaatiliseks kingituseks**. Seda meelt oli ka Eesti õpilasfirmade laada innovatsioonivõistluse žürii, tunnustades meie ehteid just innovaatilise kingitusena.



Kingime presidendile kaelaehte „Maarjamaa“

Eesti Vabariigi juubeli puhul **tegime ühe innovaatilise kingituse ka president Kersti Kaljulaidile**, mille andsime isiklikult üle Tallinna Reaalkoolis toimunud Eesti Vabariigi aastapäeva aktusel 20. veebruaril 2018. Kingitud **kaelaehe „Maarjamaa“** sisaldab sõna otseses tähenduses kübekest Eestimaa pinda.

Loomulikult on meil **konkurente palju** – ehteid müüakse igas kaubanduskeskuses. Kõik need annavad inimestele võimaluse end kaunistada. Selles mõttes pole isegi otstarbekas siin konkreetseid konkurente nimepidi välja tuua. **Meie eeliseks kõikide konkurentide ees** on aga fakt, et meie tooted on **ehedad Eesti ehted**. Ehted, milles on tõesti killuke Eestit. Ehted, millel on oma lugu. Ehted, mis kannavad armastust Eesti vastu. Seda emotsionaalset väärtust on konkurentidel raske kopeerida. Lisaks on iga ehe täiesti kordumatu. Teist samasugust ei ole võimalik leida kuskilt maailmast.

Müügiga oli meil algul kaks eesmärki – müüa nii palju, et jõuda tasuvuspunkti ning sealt edasi püüda kasumit maksimeerida. Huvitav on aga see, et kuigi müügiga kaasneb tulu ja hea müügi puhul kasum, hakkas meile järjest enam tunduma, et peamine on see, kui klientidel silmad säravad. Kui oleme taas müünud ühe ehte ja kui klient rõõmsalt naeratades lahkub, on tunne, et oleme ühe inimese õnnelikuks teinud. Ja siis oleme ka ise õnnelikud.

Finantstulemused

Ettevõte vajab tegutsemiseks raha. **Iga tegevusega kaasneb kulu.** Seepärast püüdsime kohe alguses põhjalikult läbi mõelda, millele meil raha kuluda võib ja kui palju. Teades, et kavatseme teha 100 ehet, ja olles kaalunud, mis kulud meil sellega kaasnevad, ning uurinud materjalide hinda, jõudsime seisukohale, et **algkapitaliks on meil vaja 200 eurot**. Kõik õpilasfirma liikmed panustasid võrdselt ning **igaüks sai kaks 20-eurost aktsiat ja proportsionaalselt 20% õpilasfirma omanikuks**.

Algkapitaliga tootsime esimesed planeeritud ehted. Kui müügist oli näha, et nõudlus on suur, otsustasime jooksvalt materjali juurde osta ja teha ehteid juurde. Müügitulu rakendasime osaliselt ka eritellimuste täitmiseks. Materjalikuluna võtsime arvesse ka kõik katsetustele

kulunud summad, kuna need katsetused olid vajalikud võimalike ehtetüüpide väljatöötamiseks.

Püüdsime tegutseda võimalikult kuluefektiivselt, hoida kulud madalad ja maksimeerida müügitulu. Põhivara me ei soetanud. Palka otsustasime mitte maksta. Kuna me kõik kavatsesime panustada ettevõttesse võrdselt maksimaalselt ja võrdselt, siis tundus mõistlik fokusseerida kasumile ja vajadusel müügitulu reinvesteerida firmasse (nt lisatoodete tootmiseks).

Meie **esimene eesmärk oli tagasi teenida investeeritud summa**. Kogu tulu laekus ehete müügist. **Kõige tulusamaks müügiartikliks kujunesid mansetinööbid**. Epoksiidehted müüsid ka väga hästi. Huvi klaasist ehtekapslite vastu oli eeldatust mõnevõrra väiksem.

Saja sertifikaadiga ehte alghinnad olid vahemikus **17-25 eurot**. Lisaehete hind **15 eurot**. Aprillis toimunud *Facebook*is müügikampaanial oli ehete **soodushind 10 eurot**.

Hetkeseisuga oleme teeninud **kasumit 1693,94 eurot**. Oleme tulemusega rahul. Seda on enam kui kaheksa korda rohkem, kui me õpilasfirmasse investeerisime. Arvestades kasumit ja müügitulu, on praegusel hetkel meie käiberentaablus 85%.

Kuna õpilasfirma tegevuse lõpuni on veel paar kuud, siis kindlasti **jätkame ehete müüki**. Selle tulemusena prognoosime jätkuvat kasumi suurenemist.

Tabel 1. Bilanss seisuga 22.04.2018 ja kasumiaruanne 01.12.2017-22.04.2018 (€)

Aktiva		**Passiva**	
Raha	1893,94	Võlad	0
Materjal	0	Aktsiakapital	200,00
Põhivara	0	Kasum	1693,94
Kokku	**1893,94**	**Kokku**	**1893,94**

Tulud	**1993,84**
Müügitulu laatadel	454,84
Müügitulu tooteesitlusel	175,00
Isiklik müük	1364,00
Kulud	**299,90**
Palk ja töötasu	0
Tootmiskulud	294,90
Muud kulud	5,00
Aruandeperioodi kasum	**1693,94**

Kuidas edasi?

Peagi lõpeb meie õpilasfirma seiklusrikas teekond. **Oleme saanud tohutult uusi teadmisi, oskusi, hindamatu kogemuse ja selgema ettekujutuse ettevõtlusest**, mille baasil saame kaaluda ettevõtlust kui karjäärivõimalust. Õpilasfirma kaudu nägime ettevõtluse erinevaid tahke ja seepärast usume, et isegi kui me ei hakka tulevikus ise ettevõtjaks, saavad meist siiski paremad töötajad, kuna teame, mida peab töötaja omalt poolt tegema, et ettevõte oleks edukas.

Mis puutub ehedate Eesti ehete edasist kohta päris ärimaailmas, siis meie kohe praegu päris ettevõtet ei loo, aga võib-olla tulevikus.

Kokkuvõtteks **väga suur tänu meie juhendajale õpetaja Riin Saarele**, kes uskus meisse 100-protsendiliselt, andis meile vabad käed mõtete ellu rakendamisel ja võimaldas õppida läbi oma kogemuse. Aitäh!