



Õ F S P A R K

Õpilasfirma Spark

Tallinna 21. Kool

**Juhendajad:** Epp Vodja ja Ander Hindremäe

**Mentor:** Paavo Pilv

2017/2018

## Sisukord

Sissejuhatus	2
Ootamatu algus	3
Ideest tooteni	3
Isiklik ja ühine areng	4
Funktsioonide jaotus	6
Tegevuste ja ürituste kirjeldus	7
Tõusud ja mõõnad	7
Majandustegevuse analüüs	8
Mis oleks kui...	9
Mis saab edasi?	10

## Missioon

Meie missioon on pakkuda inimestele võimalust soetada unikaalne märkmik, mida ei ole kellelgi teisel maailmas. Soovime edendada vajaduspõhist tootmist vältimaks liigsete ressursside kasutamist.

## Toote kirjeldus

Toodame isikupäraste kaanekujundustega märkmikke. Meie toote kõige olulisemad müügiargumendid on isikupärasus ja personaalsus, mida pakume eritellimustega. Kliendil on võimalik ise valida oma märkmikule sisu ja kaanekujundus, mis muudab selle täpselt igale ostjale sobivaks. ÕF Spark

märkmikes on 120 lehekülge ning nad on õhemad ja kompaktsemad enamikest sama suurtest märkmikest. Meie toodete kaanekujundused on disaininud õpilased ja seetõttu leidub neid kujundusi vaid ÕF Spark tootangus. Märkmike tootmine toimub Dipri trükikojas.

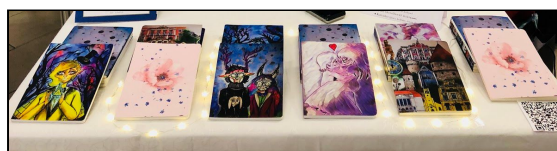


Foto: Lii Susanna Subatšjus

## Finantsid lühidalt:

**Käive 966,08€**

**Kulud 848,65€**

**Kasum 117,43€**

## Üldiselt

Meie õpilasfirma on lühikese aja jooksul läbi käinud edukama teekonna, kui me keegi algselt loota oskasime. Oleme võtnud osa seitsmest erinevast laadast, mis on andnud meile palju arendavaid müügikogemusi. Lisaks võib meie tooteid leida Apollo raamatupoodidest ja Eesti Suveniiride kauplustest. Praeguse seisuga on meie märkmikud jõudnud ligi 150 inimeseni nii Eestis kui ka välismaal. Järgneva paari kuu jooksul loodame veel palju ära teha.

## Ootamatu algus

Meie firma sai alguse veidi tavapäratul moel. Kooliaasta alguses plaanisime tegutseda teistsuguse koosseisuga meeskondades, kuid elu keerdkäikude tõttu ei jõudnud algsed tiimid toimivate firmade loomiseni. Arutasime koos uute võimalike liikmetega - kuidas edasi? Arutelu tulemusel otsustasime asutada üheskoos õpilasfirma, olgugi et olime üksteisele peaaegu täiesti võõrad.

## Ideest tooteni

Õpilasfirma toote idee tekkis ajurünnaku käigus, kui otsustasime toota praktilise väärtusega märkmikke. Samas leidsime, et vajame väga tavapärasele tootele unikaalset elementi, mis märkmikud just meie omaks teeks. Otsirännakul jäid silma koolikaaslase Stephanie Altma joonistuskaustikud, milles peitunud omanäolised teosed sobisid suurepäraselt märkmike kaanepiltideks. Tegimegi talle ettepaneku meiega koostööle asuda, sest sarnases stiilis märkmikke turul veel ei olnud. Stephanie oli rõõmuga nõus, kuna ta otsis võimalusi oma portfoolio suurendamiseks ja see andis talle võimaluse viia oma looming suurema vaatajaskonna ette. Lisaks kindlatele disainidele plaanisime hakata pakkuma ka personaalset lahendust, kus klient saab disainida endale täiesti unikaalse märkmiku, valides ise vabalt valitud kaanekujunduse ning sobiva sisu meie valikust.

Hoolimata tavapäratust firma algusest toimis firmasisene koostöö hästi ja samm-haaval hakkasime liikuma esimese tootenäidise suunas. Oma toote arendamiseks tegime esmalt Facebooki lehe vahendusel turu-uuringu, kogumaks informatsiooni, millised märkmikud võimalikele klientidele meeldiksid. Kaanedisainiks valisime turu-uuringule vastanutele kaks lemmikkujundust. Otsustasime, et soovime klientidele pakkuda erinevaid sisuvalikuid, aga milliseid täpsemalt - selle üle arutlesime kaua. Jooneliste ja ruudulistega suurt küsimust ei tekkinud, kuid muude erinevate kombinatsioonide osas pidime kaua arutama ning plusse ja miinuseid kaaluma.

Kui saime trükikojast oma esialgse näidise, olime senise saavutuse üle väga uhked. Hoidsime käes meie enda töö tulemust! Vaatamata esmasele rahulolule pidime siiski veel palju toodet arendama. Esimese muudatusena suurendasime märkmiku lehekülgede arvu 60-lt 120-le, sest näidismärkmik meenutas kaustiku asemel pigem vihikut. Teise muudatusena lasime firma

logo kvaliteedi parandamiseks oluliselt tugevamalt üle joonistada. Viimase muudatusena otsustasime, et teeme märkmiku nurgad ümaraks.

Kuigi algselt olime turu-uuringu põhjal otsustanud, et märkmiku lehed tulevad looduslikumast ja kollakama tooniga materjalist, siis tekkinud kommunikatsiooniprobleemide tõttu saime trükikojast kätte esimesed 80 märkmikku siiski lumivalgete lehtedega. Samas leidsime, et valge paber sobibki valitud disainiga paremini kokku.

## **Isiklik ja ühine areng**

### **Rebecca Marie**

Õppisin eelkõige palju iseenda kohta. Sain teada, et kuigi mulle väga meeldib juhi rollis olla, ei olnud ma veel selleks päris valmis. Pidin töötama palju oma delegerimisoskuse ja teiste usaldamise kallal. Tunnen, et astusin pika sammu edasi, kuid arenguruumi on veel palju. Keerulistes olukordades suutsin leida probleemidele kiire lahenduse. Näiteks olime veebilehe tegemise usaldanud oma tuttava kätte, kuid selle valmimine ainult venis ja venis. Otsustasin asja ise käsile võtta ning esmakordselt lõin ise veebilehe. Tuli välja, et see on tegelikult päris lihtne ning see kogemus tuleb kindlasti ka edaspidises elus kasuks. Pidin astuma välja oma mugavustsoonist nii müügitöös kui ka *pitch*'i ettekandmisega. Viimane neist on ilmselt üks minu lemmikogemusi selle programmi jooksul.

### **Lii Susanna**

Mina õppisin eelkõige, et üheskoos on võimalik kõigega toime tulla. Õpilafirma aitas mul tulla välja oma harjumuspärasest rutiinist ja suutsin võtta ette midagi, millega ma varem tegelenud polnud. Õppisin, kui oluline on teiste inimestega arvestamine ja et kõik peavad panustama firma toimimisse. Ma pole küll üldiselt arg inimene, kuid müügitöö vajab siiski ka minult eneseületust. Arenesin kindlasti veel inimestega suhtlemises, kuna laatadel kohtusin väga erinevate inimestega, kes vajasid ka minult kui müüjalt personaalset lähenemist.

### **Regina**

Sain oma esimese müügikogemuse eelmisel suvel Reval Cafe jäätise müügiga. Küll aga oli oma firma toote müümine erinevatel laatadel hoopis väljakutsuvam, sest tuli toodet hoopis

aktiivsemalt pakkuda. Innustas sealjuures just oma toote müügi soov. Põnev oli firma arengu erinevaid etappe läbida - mida teeme, kuidas teeme ja kuidas arutelude käigus kõige mõistlikuma variandini jõuda. Firma finantsjuhina õppisin raamatupidamise algtõdesid - kuidas kujunevad tulud ja kulud, mis on bilanss ja kasumiaruanne ja millised on aruannete omavahelised seosed. Tõsine väljakutse oli planeerida firma tegevuste tarbeks vajalikku aega ja kuidas olla alati täpne - väikse vea hilisem otsimine ja parandamine on kordades aeganõudvam.

### **Mailis**

Programmisis osalemine on mulle väga palju õpetanud. Ma pole kunagi pidanud end heaks müüjaks ega turundajaks, kuid meie ÕFi toode vajab müümist ning see nõudis ka minult enda ületamist. Õppisin, et müügitöö on palju raskem kui esialgu võib tunduda ning tänu õpilasfirma programmile ei jää ma tulevikus selles valdkonnas enam hätta. Samuti õppisin, kui palju aega nõuab firma edukas tegutsemine. On väga palju asju, mille peale mina kliendina poest märkmikku ostes enne õpilasfirmat ei mõelnud. Nüüd aga poes ringi jalutades tean, kui palju aega, raha ja oskusi nõuab ühe väikese märkmiku edukas müümine.

### **Mairit**

Minu jaoks oli tähtsaim kogemus koostöö erinevate inimestega. Tegutsedes firmas peab tegema kompromisse ja tuleb osata teistega arvestada. Alguses kippusin olema liiga enesekeskne, kuid programmi jooksul õppisin nii ennast kui ka teisi inimesi tundma. Väga oluline on erinevate inimestega suhtlemine ja arusaamine, et kõikidel on oma arvamused ja eelistused. Lisaks olen õppinud iseennast motiveerima. Probleemide lahendamise alustamiseks vajasin varem palju tagant tõukamist, kuid õpilasfirmat tehes olen leidnud jõu, mida ei teadnudki endal olevat. Olgu siis ülesandeks müügileiti taga toote tutvustamine või kirjaliku osa kirjutamine - kõigea sain hakkama, tänu teiste liikmete ja iseenda julgustamisele.

### **Ühine teekond**

Tänu õpilasfirma programmis osalemisele omandasime palju uusi teadmisi ning praktilisi oskusi. Üks kõige olulisemaid õpikohti meie jaoks oli tiimitöö. Kuna pidevalt oli vaja teha

suuremaid ja väiksemaid otsuseid, olid meeskonnatöö ning suhtlemine väga olulistel kohtadel.

Saime uusi kogemusi äranduse alal. Õpilasfirma loomise faasis ei olnud meil kellelgi selles valdkonnas erilisi kogemusi. Õppimine ja arenemine toimus tegutsemise käigus ning see aitas meil lihvida just praktilisi oskusi. Sellisel õppimisviisil oli ka muidugi raskeid hetki. Õppisime tehtud vigadest: kui palju tooteid on mõistlik laatadele tellida, kuidas on kõige parem kliendiga suhelda, kuidas tuua välja oma toote eelised konkurentide ees- need on vaid mõned näited küsimustest, mis said vastused just tänu omandatud kogemustele.

Lisaks kogemustele õppisime üksteist ka usaldama. Firmat alustades ei olnud me väga lähedased, mistõttu oli alguses tööde jaotamine raske. Pidime oma firma liikmeid tundma õppima ja leidma viisi teha võimalikult efektiivselt koostööd. Aja möödudes saime aru, et meil on tõesti vedanud ja kolleegideks on inimesed, kellele saame täielikult loota ja programmi lõppedes oleme kindlasti kõik paari hea sõbranna võrra rikkamad.

## **Funktsioonide jaotus**

Asutamiskoosolekul määrasime kõigile liikmetele kindlad rollid. Firma arenedes kulges edasine tegevus siiski teistmoodi. Tegevjuhiks valitud Rebecca tegeles õpilasfirma siseselt ülesannete jagamisega ning võttis enda kanda ka suhtlemise trükikojaga. Regina kui finantsjuht täitis meie pearaamatut ja hoidis silma peal firma kuludel-tuludel. Rebecca ja Regina olidki need, kelle tööülesanded põhinesid nende rollidel. Kõigi teiste puhul sõltus tööjaotus pigem konkreetse ülesande iseloomust ja liikmete isiklikust ajast.

Kuigi algselt arvasime, et funktsioonidest kinnipidamine on ülioluline, selgus, et meie firmas toimis ülesannete vajaduspõhine jagamine väga hästi - saime kõik probleemid lahendatud ja eesmärgid täidetud. Leidsime, et mingi kindla liikme eelistamine teatud töö tegemisele ei ole mõistlik, sest meist kellelgi polnud varasemat ettevõtlusalast kogemustepagasit. Samas arendas erinevate ülesannetega tegelemine kõiki meeskonnaliikmeid mitmekülgset.



*Vasakult paremale: Regina, Lii Susanna, Rebecca, Mairit ja Mailis*

*Foto: Elina Meier*

## **Tegevuste ja ürituste kirjeldus**

Kõige paremad ja olulisemad müügikanalid olid õpilasfirmade laadad ning Apollo raamatupoed üle Eesti (Tallinnas Solaris, Kristiine, Ülemiste, Järve, Mustamäe, lisaks Viimsi, Tartu Kaubamaja, Tartu Lõunakeskus, Pärnu Kaubamajakas ja Pärnu Keskus).

Võtsime poodidele kirjutamise eraldi ette pärast aasta vahetust. Saatsime meile laiali hulgil ja vastustena saime nii nõusolekuid kui ka keeldumisi. Apollo soovis näha näidiseid ja pärast seda pidasime läbirääkimisi hinna osas, sest Apollo jaoks oli meie müügihind liialt kõrge. Kuna tellimus oli suurem saime hinda alla lasta, koguseid arvestades arvasime, et hinna osas järeleandmiseid teha ei ole rahaliselt suur kaotus. Apolloga lepingu sõlmimine oli üks suuremaid kordaminekuid meie õpilasfirmale, sest Apollo on üks juhtivaid raamatupoode Eestis ja Spark märkmikud jõudsid siis juba igasse Eesti otsa, laiendades klientuuri.

Ka Eesti Suveniiride poe müügilettele jõudmine on saavutus. ÕF Spark jaoks tähendab see võimaliku klientuuri tekkimist ka väljaspool Eestit, sest üks poodidest asub kruiisiasamas, kus käivad tihti Eestit külastama tulnud turistid.

Kasutasime ka sotsiaalvõrgustikke, seal hulgas Facebooki, Instagrammi ja lisaks veel õpilasfirma kodulehte, mille tegime ise valmis. Väga kasulikuks osutus Facebook, mille kaudu edastasime infot oma tegemiste ja toodete kohta, mistõttu enamus eritellimusi tuli läbi selle kanali. Postitasime pilte laadadest ja märkmike erinevatest disainidest ning püüdsime olla võimalikult aktiivsed, et end jälgijatele pidevalt meelde tuletada.

Eesti 100 ja sõbrapäeva puhul andsime välja uued kaanekujundused, millega märkmikke müüsimise esimesena Eesti Õpilasfirmade laadal veebruaris. Eesti laat oli meie jaoks kõige õnnestunud laat - kordasime oma parimat müüki ja viisime koju EBSi eripreemia. Eridisainiga märkmikud osutusid üle ootuste populaarseteks, seetõttu anname taolisi märkmike tulevikus kindlasti veel välja.

ÕF Spark jaoks kujunesid laadad kõige suuremateks tuluallikateks, lisaks pakkusid need võimalust ennast reklaamida ning hindamatut müügikogemust. Hea meel oli näha märgatavat müügiedukuse tõusu aja möödudes. Esimesel laadal, milleks oli Pärnu Õpilasfirmade laat, müüsimise 8 märkmikku, kuid Tallinna 21. Kooli Jõululaadal juba kaks korda rohkem. Kokku käisime seitsmel laadal (Pärnu, Tartu, Rapla, Tallinna 21. Kooli laat, Eesti Õpilasfirmade laat, Tabasalu laat ja Büroo2018 mess), kus müüsimise 61 märkmikku.



*ÕF Spark väljapanek Tallinna 21. Kooli Jõululaadal*

*Foto: Andry Kenert Pedak*

## **Tõusud ja mõõnad**

Õpilasfirmat luues seadsime endale esialgu üsna utoopilised eesmärgid, mistõttu pidime kohe ka pettuma. Meie esimene viga oli liiga suur märkmike algtelemus. Pärast esimest laata mõistsime paremini, millised on õpilasfirma reaalsed võimed ja liikmete koosolekul panime paika uue eesmärgi - müügitulemusi iga laadaga parandada. See eesmärk sai ka täidetud. Teise eesmärgina olime juba eelnevalt kokku leppinud eritellimuste täitmise, mis kujunes samuti edukaks. Kokku oleme müünud eritellimustena 26 märkmikku.



Oma toote müümine on küllalt suurt julgust ja enesekindlust nõudev töö. Tuleb olla kartmatu ja järjekindel. Kuna oleme kõik pigem tagasihoidlikud suhtlejad, osutus parajaks katsumuseks nii otsene müügitöö kui ka meilide saatmine ning telefonikõnede tegemine. Pidime üksteist palju innustama, näiteks laatadel müüsimise tooteid nii müügiletist kui ka kordamööda paarikaupa kaubanduskeskustes ringi liikudes. Toetasime üksteist ja seeläbi saime iga korraga julgust juurde. Vestluse algatamine potentsiaalsete klientidega osutus raskemaks, kui kliendi alustatud vestluses osalemine ja oma toodete tutvustamine. Õppisime aga, et olukorras, kus töö vajab tegemist, saame üheskoos igast katsumusest üle.

Olles nüüd ise müügitööd proovinud, mõistame, kui ebameeldiv on võimalike klientide poolne ignoreerimine. Edaspidi kaubanduskeskustes müügimeestest möödudes püüame ise alati viisakalt vastata ka siis, kui konkreetne toode meile sel hetkel huvi ei paku.

Laatadel osalemine on õpilasfirmale väga oluline tegevus, sest lisaks müümisele on seal võimalik klientidega isiklikult suhelda. Tagasiside on toote arendamisel ülitähtis. Väga meeldiv on kuulda julgustavaid ja kiitvaid sõnu, mis meid palju motiveerivad, kuid vahel tuleb hakkama saada ka negatiivsemate kommentaaridega. Meie õpilasfirma jaoks oli esimene kokkupuude halvustavate sõnadega üsna ehmatav, aga omavahel ja juhendajatega arutades saime aru, et ka sellist tagasisidet on vaja. Toote täiustamisel võib seda pidada isegi kõige vajalikumaks, sest see aitab firmaga edasi liikuda. Näiteks tõime oma tootevalikusse tagasihoidlikuma välimusega märkmikud, mis sobivad ka vanematele inimestele.

Ka Büroo2018 mess ei möödunud takistusteta. Mess tõotas olla hea müügikoht, kuid paraku oli see meie jaoks üks kehvemaid. Büroomaailmas toimunud messil olid kohal peamiselt arve alusel Büroomaailmaga lepingu sõlminud kliendid ja meie märkmike triipkood ei olnud poe süsteemis. Saime vastu võtta vaid sularaha või ülekannet otse firma kontole ja paljud huvilised jätsid ostu selle tõttu tegemata.

## **Majandustegevuse analüüs**

Õpilasfirma Spark algkapital oli 150€ ja see jagunes võrdselt 5 liikme vahel (iga liikme osalus 30 eurot). Tegutsemise alguses oli toote omahind 3,3€, nüüdseks oleme saanud trükikojaga Dipri soodsama lepingu ja toote omahind langes seetõttu 3 eurole (langus 10%). Müügihind on aga tõusnud esialgselt 5 eurolt tavatellimuste puhul 6 eurole (20% võrra) ja eridisainiga toodete puhul 6 eurolt 7 eurole. Oleme münud orienteeruvalt 150 märkmikku ja

jääme senise tulemusega rahule. Kindlasti on soov jätkata müüki ka õppeaasta viimastel laataldel ja loodame, et müük suureneb suveks veelgi.

Valdav osa kulusid on seotud laataldel osalemisega (sh. plakatid, kohamaksud, transport) ja firma reklaamiga (veebilehe loomine ja registreerimine). Töötasu pole firma liikmetele makstud. Kuna oleme kõik võrdse koormusega tegutsemas, ei ole kasumi võrdne jaotamine meile tulevikus probleem.

#### **Bilanss: 30.04.2018 (eurodes)**

<b>AKTIVA</b>		<b>PASSIVA</b>	
Raha	267,43	Võlad	0
Laovaru omahinnas		Omakapital	150
Põhivara	0	Kasum	117,43
<b>KOKKU</b>	<b>267,43</b>	<b>KOKKU</b>	<b>267,43</b>

#### **Kasumiaruanne: 01.11.2017-30.04.2018 (eurodes)**

1. TULUD	966,08
2. KULUD	848,65
2.1 Palk ja töötasu	0
2.2 Tootmiskulud	692,40
2.3 Turundus ja muud kulud	156,25
<b>ARUANDEPERIOODI KASUM</b>	<b>117,43</b>

### **Mis oleks kui...**

Mis oleks olnud teistmoodi kui ÕF Spark oleks päris firma? Arvame, et päris firmana oleks liikmete funktsioonidel olnud kindlamad piirid ja tööjaotus põhineks rohkem ametitel. Tõenäoliselt oleks firmasse otsitud teatud ülesannete lahendamiseks vajalike kogemustega inimesi, kes on sarnast tööd varem teinud. Õpilastena pidime suuresti ise õppima ärimaailma ja kõige sellega seonduva kohta.

Tiimi kuuluks kindlasti üks enesekindel ja hea suhtlemisioskusega müügiinimene, tänu kellele oleks firma müügikasum palju suurem. Samas oleks teiste liikmete isiklik areng selle tõttu

jäänud väiksemaks. Antud juhul oleme rahul, et meil oli endal võimalik nii palju edasi areneda ja kogemusi saada.

Koostööpartnerite otsimine oleks firma puhul olnud samuti oluliselt keerulisem, kuna partnerid ei oleks ilmselt nii vastutulelikud, kui nad seda praegu meie õpilasfirmale on olnud. Tänapäeval ettevõtjad hindavad õpilasfirmade tööd ja sellel programmil on hea maine.

Päris firmana oleksime pidanud palju pikemalt tööd tegema ja vaeva nägema, et meie firma küniks teiste samalaadsete firmade tasemele. Turule jõudmine oleks võtnud kauem aega ja nõudnud suuremat rahalist ressursi.

## Mis saab edasi?

Enne õppeaasta lõppu võtame osa veel tulevatest laadadest. Eesmärk on müüa märkmikke nii palju kui võimalik ja arendada veelgi oma müügioskusi. Lisaks on meil pooleli ka läbirääkimised mitme kauplusega, kelle lettidele loodetavasti meie märkmikud samuti jõuavad. Olles saanud palju positiivset tagasisidet ja häid nõuandeid oma toote veelgi praktilisemaks muutmiseks, oleme kaalunud ka firmaga jätkamise võimalust. Esialgne plaan on firma tegevust pikendada suve lõpuni, et saada ka koolialguse müügibuumi kogemus. Kui kõik läheb nii nagu loodame, tahame jätkata praeguse firmaga ka järgmisel õppeaastal.

## Täname:

Kunstnikud Stephanie Altma, Robin Leppik, Johanna Muriel

Sermat ja Syed Mazhar

Märkmike küljendaja Triin Peterson/ Disko Art Division

Juhendajad Epp Vodja ja Ander Hindremäe

Mentor Paavo Pilv

Tallinna 21. Kool

Junior Achievement Eesti

Dipri trükikoda

Sulemees

Apollo

