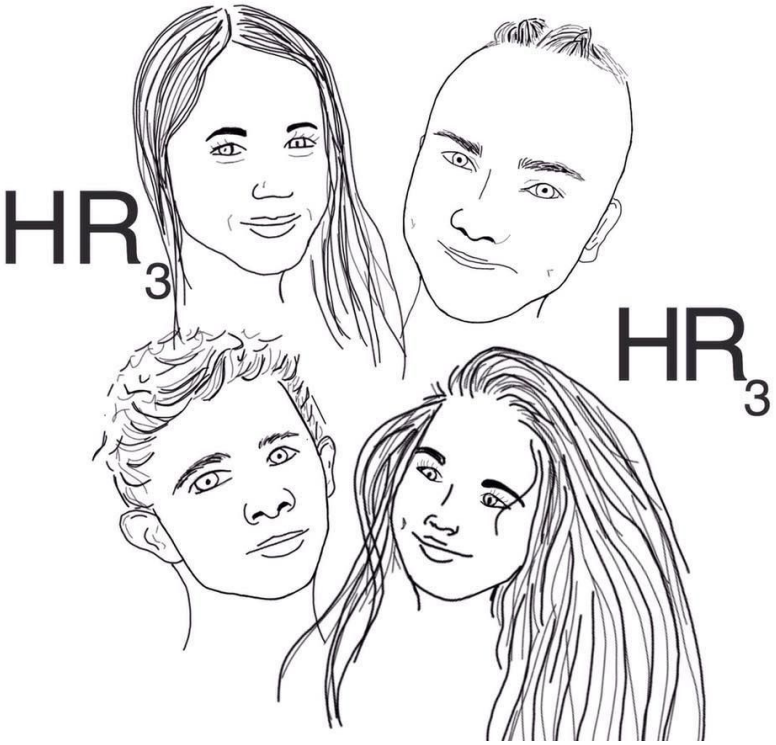
Kohila Gümnaasium



Õpilasfirma HR_3 aastaaruanne

Juhendaja: Margot Sarv

2017/2018

Õpilasfirma HR3
LÜHIKOKKUVÕTE

SISUKORD

Loomislugu	**2**
Meie meeskond	**2**
Tootearendus	**3**
Isiklik areng	**4**
Turundus	**5**
Laadad	**6**
Tulevik	**7**
SWOT analüüs	**7**
Kasumiaruanne	**8**
Bilanss	**8**
Majandustegevuse analüüs	**8**
Tänusõnad	**9**

Missioon
Meie missiooniks on isikupärase disainiga abivahendi pakkumine, mis teeb nutiseadme kasutamise mugavamaks. Tahame anda inimestele võimalust massist eristumiseks.

Toote kirjeldus
Popsik on telefoni tagakaanele kinnitatav vidin, mis teeb telefoni kasutamise mugavamaks. Meie disain selle peal on peamiselt pühendatud Eesti sajandaks sünnipäevaks. Pöörame rõhku eesti keele värvikusele ja Eestile omanäolistele asjadele.

Finantstulemuste kokkuvõte
Seisuga 29.03.2018

Käive: 471,18
Kulud: 141,74
Kasum: 329,44

Üldhinnang
Jäime oma firma tegevusega väga rahule. Suutsime luua disaini, mis meeldis paljudele inimestele ja tekitas positiivset emotsiooni nii tarbijaile kui ka meile endile. Õnnestus täide viia ka eesmärk - teenida tagasi aasta alguses firmasse investeeritud raha.

Loomislugu

Tahe luua oma firmat tekkis juba eelmise õppeaasta lõpus, kui tutvustati õpilasfirma programmi. Sel hetkel ei teadnud veel keegi, millised firmad ja tooted sünnivad. Sügisel tuli aga hakata asjaga tegelema, ning nii tekkiski kolmeliikmeline meeskond. Nädal hiljem lisandus meiega ka neljas liige, mis tuli kokkuvõttes ainult kasuks. Kaalusime erinevate ideede vahel, kuid intrigeerivaimaks sai omanäolise disainiga popsik. Ka eelnevad mõtted olid kõik seotud nutiseadmetega, kuna arvasime, et see on praegu populaarne teema.
Firmale oli vaja ka nime. Algselt tahtsime midagi, mis seostuks meie tootega, kuid ükski polnud piisavalt kõnetav. Nii mõtlesimegi endi peale ja tulime HR_3 peale. H sümboliseerib humanitaarsuuna õpilast ja R_3 kolme reaalsuuna õpilast. Sama lugu on logoga, tahtsime midagi lihtsat ja tabavat. Lõpuks tuli aga hoopis teistsugune logo kui plaanis oli, kuid jäime ka sellega rahule. Nimelt kujutab see endas kõiki firma liikmeid.

Meie meeskond

Tegevjuht – Max Andreas Kosenkranius.

Tegevjuhi koha võttis Max, omades väärtuslikke oskusi juhtimises. Tegevjuhina hoidis ta firma töökorras, motiveeris personali ja lõi meeldiva atmosfääri terve tiimi jaoks. Pidasime teda usaldusväärseks liikmeks, kes hakkab kohale tellima kaupa. Samuti pidi ta vastutama, et enne laadale minekut oleks kõik kaasas.

Finantsjuht – Jane Priimägi.

Jane on kohusetundlik ja heade matemaatiliste oskustega, seega sai temast firma finantsjuht. Finantsjuhina pidi ta korras hoidma raamatupidamist ja sinna kandma kõik raha sisse- ja väljaminekud. Ka laatadel oli Jane kassas, et rahal silma peal hoida ja kõik täpselt üles märkida. Laua taha müüma sobis ta ka sellepärast, et on väga hea suhtleja ja käitub inimestega meeldivalt.

Tootmisjuht – Anet Maripuu.

Kuna Anet on loova mõtlemisega ja hea joonistamisoskusega, sai temast tootmisjuht. Tänu talle valmisid toodetele kleebised, mida me saime oma popsikul müüa. Samuti oli ta ka firma logo kujundaja, ning vastutas laadal väljapaneku ja riietuse eest. Firmas tegelebki põhilselt toodete arenduse, valmistamise ja müügiga. Puudu ei jää ka julgusest, seega ei onud probleemiks võõrastega suhtlema minemine.

Turundusjuht - Georg-Henry Kolnes.

Turundusjuhina oli Georgi ülesandeks leida viise kuidas kõige paremini toodet esitleda klientidele ja neile seda müüa. Ta on loojaks kõigi meie sotsiaalmeedia kontodele. Laatadel oli tema üks peamistest, kes läks klientidega suhtlema ja neile meie toodet tutvustama. Georg on pealehakkaja ja julge inimene.

Tootearendus

Olles lõpuks kindlad oma tootes ja selle vajaduses turul, tuli hakata seda edasi arendama. Toote valmistamist alustasime ideede kogumisega. Oli vaja leida värvikaid väljendeid, milles ühte osa lausest saaks joonistada. Näiteks võib tuua "Tõmba lesta!", milles lest oli joonistatud. Samuti keskendusime eestipärastele asjadele, nagu näiteks rukkililled ja suitsupääsukesed. Algselt valmis kaheksa erinevat disaini.

Esmalt joonistasime kujunduse paberile ja skannisime selle arvutisse, kuid see tulemus ei vastanud meie ootustele. Pilt jäi udune ja välja paistsid kõik pliiatsijooned - tuli välja mõelda midagi uut. Proovisime kaameraga pildistamist, lootes saada paremat kvaliteeti, kuid ka see ei õnnestunud, kuna valgus ei olnud päris ühtlane ja paberi tekstuur rikkus tulemust. Viimaks tulime lahendusele disainid digitaalselt joonistada. Selleks kasutasime PicsArt rakendust. Tulemus jäi korrektselt viimistletud ja isegi parem kui algselt ette kujutasime. Saadud disaini saatsime trükki ja valmisid kasutuskõlblikud kleebised, mida saime terve õpilasfirma perioodil kasutada.

Kleebise toote peale saamine oli kerge, tuli lihtsalt hoolega sättida, et midagi kõveralt ei läheks. Isegi kui suutsime mõne viltu panna, sai selle eemaldada ja uuesti proovida. Kartsime alguses, et kleeps võib hakata tootelt maha tulema, aga aja jooksul oleme näinud, et sellega pole mingit probleemi.

Nädalate möödudes tuli meil aga ideid juurde, seega otsustasime teha veel viis disaini, et inimestel oleks suurem valik ja kõik leiaksid endale sobiva. Rohkem disaine pole aga plaanis teha, kuna see ajab valiku liiga suureks ja inimestel on keerulisem oma otsust teha.

Isiklik areng

Max Andreas Kosenkranius:
Õpilasfirma aitas mul mõista, kui oluline on inimeste kokkusobivus, kellega koos firmat teha. Lihvides oma suhtlemisoskust, meeskonnatööd ja juhtimist, märkasin oma peamiseid vigu ja suurimaid puuduseid. Sain ka aru, et stressi vältimiseks tuleb tooted õigel ajal ära tellida, mitte jätta asju viimasele hetkele.

Jane Priimägi:
Tänu õpilasfirmale ja kõigele, mis sellega kaasnes, sain ma aru, kui oluline on peale lihtsalt inimeste valimise firmasse vaadata ka, kas need isikud sobivad kindlatele ametikohtadele. Kindlasti arenes koostöö ja suhtlemisvõime. Finantsjuhina mõistsin, kui oluline on raha sisse- ja väljaminek kajastada raamatupidamises koheselt, kui veidigi viivitada, võib juba meelest minna, kui palju ja mille eest kusagile raha liikus.

Anet Maripuu:
Tänu õpilafirmale arenes koostöövõime ja individuaalsed oskused. Sain aru, kui tähtis on võtta inimesi kuulda, et toode meeldiks ka teistele peale minu enda. Seega paranes teistega arvestamise oskus. Samuti paranes oskus mõelda erinevaid lahendusi probleemidele, kuna polnud võimalust asja pooleli jätta. Õpilasfirma andis juurde ka tohutult enesekindlust. Varem ei oleks ma julgenud minna rääkima võõraste inimestega, aga kuna ma teadsin, et see,

mida me teeme, on hea, siis ei tundunud see hirmutavana. Laatadel müümine tuli kasuks suhtlemisoskusele ja andis juurde palju julgust.

Georg-Henry Kolnes:

Õpilasfirma tegemisel kahtlesin kas tuleme sellega toime ja kas mulle ikka meeldib see. Lõppkokkuvõttes leidsin, et oma väikese firma loomine on paras seiklus ja katsumus, kuid väärt vaeva ja aega igal juhul. Sain juurde teadmisi nii toote müümisel, inimestega suhtlemisel ja meeskonnatöös. Õpilasfirma laatadel oli minu suurimaks hirmuks inimestega suhtlemine ja nendele.millegi müümine, kuid viimasel laadal sain hirmust üle ja suutsin lausa inimesi tooteid ostma meelitada.

Turundus

Arvasime, et toote parimaks reklaamimiseks on vaja sotsiaalmeediat. Otsustasime luua endale *Instagram*i ja *Facebook*i konto. Samuti oli meil olemas meiliaadress, mis suurt kasutust ei saanud. *Instagram*i kontole postitasime pilte oma toodetest ja andsime inimestele teada, kui kuskil on laat tulemas. Oli väga meeldiv, kui inimesed julgesid meile kirjutada ja oma arvamust avalda. Tänaseks päevaks on meil kokku 300 jälgijat. *Facebook*i lehele panime samuti pildid oma tootevalikust. Oleme saanud 130 meeldimist, kuid postitused on jõudnud lausa 500 inimeseni. Tänu sotsiaalmeediale saime boonuseks ka ühe tellimuse. Suurt tähelepanu pöörasime ka tuttavatele ja sõpradele, tänu kellele levis meie toode edasi ja toote soovijaid tuli juurde.

Toote hind sai paika pandud tänu turu-uuringule. Viisime end kurssi teiste pakkujate hindadega, et teada, mis hinnaklassi toode turul kuulub. Abi saime ka tuttavatelt, küsides kui palju nad oleksid nõus maksma. Nii kujuneski viis eurot toote hinnaks, ostes aga üle ühe eksemplari sai soodustust lausa 20%.

Laadad

Laatadel pidasime väga oluliseks enda välimust ja laua kujundamist. Kuna tooted olid pühendatud Eestile, siis lähtusime ka oma riietuses ja laua kujundamisel sellest. Uskusime, et ühtne riietus mõjub esinduslikumalt ja tagab parema esmamulje.

Pärnu laat (9. dets 2017)
Esimeseks laadaks osutus Pärnu laat, kus saime proovile panna värskelt koolituselt õpitud teadmised. Kohale minnes olime kõik väga rõõmsad ja motiveeritud. Üllatuslikult jäime rõõmsateks kuni laada lõpuni. Oma esimese laadaga võime väga rahul olla, kuna saime inimestelt positiivset tagasisidet ja kaup liikus. Tänu sellele jäime ootama oma järgmist laata.

Kohila laat (22. dets 2017 / 14. veeb 2018)
Tänu kooli toetavale suhtumisele õpilasfirmadesse, saime me võimaluse koolis laatade korraldamiseks. Müümised läksid hästi, kuna inimesed olid tuttavad ja suhtlemine läks kergemalt. Jõululaadal saime oma toodet tutvustada mitmetele õpetajatele, kes veel asjaga kursis polnud. Paljud polnud sellist toodet enne näinudki, veel vähem aga taolise disainiga toodet. Sõbrapäevalaadal oldi meie tootega juba tuttavad, ning paljud tulid meilt sõbrale seda kingituseks ostma. Müümisel kehtib meil alati reegel, et ostes üle ühe toote tuleb see odavam.

Rapla laat (23. dets 2017)
Rapla jõululaat osutus meie edukaimaks laadaks. Kuna oli jõulueelne päev, siis oli liikvel ka palju kliente, keda tuli enda laua juurde meelitada. Meeleolu oli kõigil hea, sest positiivset tagasisidet saime sealtki. Laada lõpus saime telefonisõbralikuima toote, suurima müügitulu ja ka parima Kohila õpilasfirma auhinna.

Tallinna laat (10. veb 2018)
Tallinna laadaga jäime kõige vähem rahule. Ootused olid väga kõrged, kuna arvasime, et rahvast on palju. Me ei osanud arvata, et müügikoha asukoht ja konkurentide arv võivad nii

palju müügiedukust mõjutada. Parema tulemuse saavutamiseks proovisime ka hinna alandamist, mis otsest muutust kaasa ei toonud.

Plaanis on veel minna ka Pärnu laadale, mis toimub 12. mail.

Tulevik

Oleme ühisel arvamusel, et sellisel viisil firma tegemine on raske, kui ei ole piisavalt aega ja tahtmist. Konkreetselt sama toote müümisel ei näe me mõtet, kuna tegemist on meie silmis trenditootega, seega jääks meil kaup seisma ja firma ei toimiks. Küll aga võib kasutust leida tootel olev disain, kuna seda on võimalik kasutada peaaegu et kõigel. Tuleb vaid leida õige toode, mis inimesi kõnetaks, ja saab luua uue toote. Samuti vaadates tulevikku, tuleks paremini läbi mõelda seltskond. Lühikese aja jooksul ei saa see nii segavaks faktoriks, kui inimesed on valitud juhuslikult, kuid pikas perspektiivis, kui tahaks, et firma päriselt toimiks, võiksid olla inimesed samal lainel.

SWOT analüüs

Tugevused	**Nõrkused**
● Madalad kulud ● Unikaalne disain ● Erineb massist ● Palju tuttavaid ● Uuenduslikud ideed	● Suur konkurents ● Vähene kogemus ● Ajapuudus
Võimalused	**Ohud**
● Tutvuste loomine ● Reklaam ● Arenemine	● Inimestele ei pruugi meeldida ● Paremad pakkujad tulevad turule

Kasumiaruanne

1. TULUD (veerg 5, saldo)	**479.18**
2. KULUD	
2.1. Palk, töötasu, tasu müügist (veerg 7 D käive)	
2.2. Materjal, varustus (veerg 6 D käive)	136.74
2.3. Muud (veerg 8 D käive)	5
KULUD KOKKU	**141.74**
3. Aruandeperioodi kasum (-kahjum)	337.44

Bilanss

AKTIVA		**PASSIVA**	
	euro		euro
1. Raha (Pearaamatu kassasaldo)	437.44	1. Võlad	
2. Materjal ja varud		2. Aktsiakapital	100
3. Põhivara		3. Kasum	337.44
KOKKU	**437.44**	**KOKKU**	**437.44**

Majandustegevuse analüüs

Meie algkapitaliks oli 100 eurot. Aktsiad jagunesid nelja firma liikme peale nii, et igal liikmel üks 20 eurone aktsia ja 5 eurone. Peaaegu terve algkapitali eest soetasime omale Popsikuid. Detsembris peale kahte laata sai Popsikuid juurde tellitud 60 tükki. Seisuga 09.04.2018 on meie tulud 479.18 eurot ja kulud 141.74 eurot. Kassa saldo on 437.44 ja kasum on 337.44. Kasumi jaotame kõikide vahel võrdselt.

Tänusõnad

JA Eesti®
A Member of JA Worldwide

KOHILA GÜMNAASIUM

Juhendaja Margot Sarv