



Õpilafirma Roonik

Võru Gümnaasium

Juhendajad: Karmo Kurvits ja Andri Tallo

2017/2018

SISUKORD

Õpilasfirma nimi	2
Meeskond	3
Toode	4
Turundus	5
Laadad	6
Raskused ja nende ületamine	8
Kokkuvõte	10

Õpilasfirma nimi

Kuna kasutusel on juba nii joonelised kui ka ruudulised vihikud ning meie plaanisime need kaks kokku panna, siis tekkiski uus omadussõna – rooneline (ruudu - jooneline). Kuna tulemus tundus huvitav ja atraktiivne, siis otsustasime teha sellest ka oma firma nime „Roonik“, mis juba ise kirjeldab meie toodet.

Missioon

Õpilasfirma „Roonik“ missioon on **lahendada vihikute valimisel tulenev probleem**, kas valida jooneline või ruuduline vihik, **muuta koolikotti kergemaks ja lihtsustada õpilaste konspekteerimist**.

Toote kirjeldus

Roonik on noortepärase disainiga ruudu-jooneline vihik, mis hõlbustab jooniste

tegemist, valemite kirjapanekut ja hiljem konspektist õppimist. Toode ise on 32-leheküljeline vihik, mille tagakaanel on valemite ja reeglite kirjapanekuks eraldi koht.



Toode eest vaates, seest vaates ja tagant vaates

Finantstulemused (23.04.2018)

Käive: 556.50 €

Kulud: 665.65 €

Kasum: -109.15 €

Üldhinnang õpilasfirma tegevusele

Eelmise aasta septembris õpilasfirmat alustades oli tulevik ebakindel, kuid peale mõningast arutlemist panime paika äriidee, mõtlesime välja nime, jagasime ära ametid, suhtlesime erinevate kunstnikega ja trükikodadega, kuni valisime meile sobivad koostööpartnerid. Pärast toodete kättesaamist algas aktiivne klientide otsimine ja müügitegevus. Oleme osalenud kokku 4 laadal, mis on olnud üpriski edukad ja oleme saanud oma tootele mõnevõrra tuntust. Jooksvalt lisandus motivatsiooni ning tahtmist õpilasfirmaga aktiivselt tegeleda.

Õpilasfirma loomislugu

Juba 2016/2017. õppeaastal tuli Janisel idee teha õpilasfirma. Mõttega oli päri Ivo ja peale lühikest arutelu ühines ka Priit. Sellel õppeaastal otsustasimegi uurimis- ja praktilise töö asemel õpilasfirma kasuks. Äriidee valik oli segane kuni Tallinnas toimunud Youth Empowered ürituseni, kus saime julgustust ja soovitusi ruudujoonelisi vihikuid edasi arendada. Kui olime kõik nõustunud, et hakkame roonelisi vihikuid müüma, oli vaja välja mõelda firmale nimi. Algul osutus nime valik üpriski keeruliseks meie endi seatud kriteeriumite tõttu – soovisime, et see oleks meeldejääv, kõigile lihtsasti hääldatav, kliente haarav ja eestipärane. Tallinnas toimunud Youth Empowered ürituse ajal tuli firmajuhile mõttesse lihtne, meeldejääv ning lõöv nimi – „Roonik“.

Meeskond

Esimesel koosolekul panime paika algkapitali suuruse ja jagasime ära ametid. Liikmete ametikohtade valimine ei põhjustanud meile raskusi, sest olime juba varasemalt kursis üksteise tugevuste ja nõrkustega ning kõigil oli kindel siht, mida ja kuidas nad tahavad õpilasfirma tegevusse panustada. Tegevjuhiks sai Ivo Allas, sest Ivo on selge ja kiire mõtlemisega ja idee eestvedajana oli tal asjast kõige selgem ettekujutus. Finantsjuhiks sai Priit Tigane, sest Priit on

hea arvudega ümber käimises ja nendega tegelemises. Tootmisjuhiks sai Janis Kartau, sest Janis on loova mõtlemise ja oskuslik suhtleja.

Kuigi kõigil oli oma enda amet, siis tegime kõike koos, sest ühiselt oli parem asju läbi arutada ja mõelda. Kuna tegime kõike koos, siis suutsime ka ära hoida arusaamatusi ja segadust tekitavaid probleeme.



Rooniku meeskond (vasakult): Ivo, Janis, Priit

Firma eesmärk

Meie firma eesmärgiks oli luua midagi sellist, mida varem tehtud pole. Midagi, mis oleks inimestele kasulik ja viiks inimkonna parema tuleviku poole. Samas pidi see olema uuenduslik ja tänapäevane. Oluline oli ka, et me ise firma pidamisega uusi asju juurde õpiksime. Firmaga tegelemine annab uusi teadmisi ja oskusi, mida tulevikus kasutada saab. Eesmärgiks võib lugeda soovi saada teada, milline inimene keegi meist on, kas kunagi võiks just meist saada firmajuhid või pigem pole see elukutse meile.

Toode

Roonik on noortepärase disainiga ruudu-jooneline vihik, mis hõlbustab jooniste tegemist, valemite kirjapanekut ja hiljem konspektist õppimist. Toode ise on 32-leheküljeline ruudu-jooneline noortepärase kujundusega vihik, mille tagakaanel on valemite ja reeglite kirjapanekuks eraldi koht. Vihiku kasutaja nime kohaks mõtlesime vihiku sisekaant. Toote esmaste jooniste tegemisel olime kindlad, et meil on koht olemas valemite jaoks, sest neid on hea kuskile nähtavale kohale välja kirjutada, et vajadusel saaks kiiresti kasutada. Disain on graffiti stiilis, sest see tundus meie meeskonnale noortepärane. Noortepärane kujundus põhjusel, et see tekitaks noortes huvi.

Tootmine

Tootmise jaoks mõtles firma juht Ivo välja, milline võiks olla vihik seest. Seejärel me arutasime pikalt, missugune võiks olla kaane kujundus. Põhiidee oli, et kaanekujundus peaks olema noortepärane. Esimesena turgatas pähe graffiti, mis jäigi kaanekujunduse ideeks. Alguses üritasime ise kujundust välja mõelda, aga need ei tundunud kuidagi hästi sobivat, seega arutasime, et võiksime küsida mõnelt graffiti kunstnikult, et äkki oleks tema nõus tegema meiega koostööd. Küsisime Võru kunstniku "Sänk" käest, aga temaga koostöö ei sobinud meile finantsiliselt.

Pärast kiiret mõtteväljatust otsustasime kirjutada mõnele teisele Eesti kuulsale graffiti kunstnikule. Nagu vanasõnagi ütleb: "Jänes šampust ei joo". Pärast pika kirja koostamist sai see saadetud "Piradose" kunstnikule Silver "Sboy" Seeblumile, kes oli lahkelt nõus meiega koostööd tegema ja meid aitama.



Rooniku kaanekujundus

Pärast kunstniku leidmist hakkasime otsima trükikodasid, kelle hinnapakkumine oleks meile sobiv. Pärast mitut kirjavahetust erinevate trükikodadega leidsime omale sobiva partneri OÜ Printimiskeskuse näol, kes oli valmis meile tooted valmis trükkima. Pärast koostööpartnerite leidmist hakkas pidev infovahetus, et kõik laabuks sujuvalt. Mõne aja möödudes saime kaanekujunduse kätte ja saatsime selle trükikotta, kust saadeti meile vastu proovivihik, et saaksime anda oma

hinnangu prototüübi kohta. Pärast hinnangu saatmist trükikotta hakkas meie koostööpartner vihikuid trükkima. Mõne nädala pärast saime 1000 trükivärsket roonikut.

Tootmise etapid

1. Jooniste loomine
2. Kunstniku leidmine
3. Kunstnikuga kontakteerumine
4. Trükikoja leidmine
5. Trükikojaga läbirääkimine
6. Jooniste saatmine trükikojale ja tellimuse sisse andmine
7. Toodete kätte saamine

Turundus

Firma alguses teadsime kohe, et mõistlik on firmale teha valmis sotsiaalmeedia kontod ja meiliaadress, mille abil inimesed meid üles leiaksid ja soovi korral saaksid meie toodet soetada. Sotsiaalmeediasse hakkasime postitama pilte oma tootest ja enne laatasid postitasime üles pildid, et meid jälgivad inimesed oleksid kursis eesootavate laatadega.

Lisaks laatadel käimisele tegime oma vihikute pakkumisi ka koolidele. Mõned koolid olid huvitatud tootest ja tegime kõik võimaliku, et kliendid saaksid meie toodete omanikuks. Kõik koolid, kes osutasid meie klientideks, jäid meie tootega väga rahule.

Enne Tallinnas toimunud Eesti õpilasfirmade laata tegime visiitkaardid, sest neid oli teistel laatadel päris palju küsitud. Visiitkaartide kujundamisel aitas üks meie juhendajatest.

Toote hind

Toote omahinnaks kujunes 0.60 eurot. Siin ei ole arvestatud meie enda tööaega, sest kasumi jaotame hiljem võrdselt omavahel, kuna kõik on teinud sama palju tööd ja näinud vaeva.

Alguses müüsimise vihikut 1.20 euro eest, sest me ei osanud ette arvata, milline on huvi meie toote vastu. Pärast esimest laata saime aru, et meie määratud toote hind on piisav. Et müügiedu veelgi tõsta, otsustasime teha eripakkumise, et ostes kolm toodet korraga, kehtib nendele soodushind kolm eurot. Kõnealune taktika osutus üpriski edukaks ning tõstis müükide arvu. Laatadel tekkis mitmetel klientidel küsimus, miks on toote hind nii kõrge. Vastasime, et tegu on eritellimusega ja kuna vihikus on nii ruudud kui ka jooned, siis on kasutatud rohkem tinti, kui tavalise vihiku puhul ja see tõstabki vihiku omahinna kõrgeks. Kindlasti on ka meie toode uuenduslik ning sellist ei leia poodidest.

Kliendid

Teoorias on meie sihtgrupp äärmiselt lai, kuna vihikut saab kasutada igas vanuses ja hoolimata elukutsest. Reaalsuses aga teame ja tuli välja, et meie vihikuid ostavad peamiselt lapsevanemad oma kooliealistele lastele. Alguses, kui mõned kliendid nägid meie vihikut, siis tuli tagasisideks, et meie kaanekujundus on liiga poisilik, aga pärast vihiku tutvustamist ei pööranud kliendid kujundusele enam niivõrd tähelepanu.

Laadad

Õpilasfirma Roonik on aprillikuu seisuga osalenud neljal õpilasfirmade laadal. Meie jaoks toimus esimene õpilasfirma laat Pärnus, kus olime täiskooresseisus ka kohal. Kuna olime juba eelnevalt boksikujunduse paika pannud, siis boksi valmis seadmine käis kiirelt ning me saime juba enne laada ametlikku algust müügitgevusega alustada. Esimene müügitakse õnnestus ning sellest saime tohutult motivatsiooni juurde. Kuna juhendajad olid eelnevalt maininud, et passiivne müügitaktika üldjuhul edukas pole, siis otsustasime seda vältida ning tegeleda hoopis aktiivse müügiga. Üks firma liige oli kogu aeg müügileti taga ning kaks olid leti ees ja kutsusid potentsiaalseid kliente ligi. Selline taktika kujunes väga edukaks. Klientide huviäratamise tehnika arenes iga laadaga. Esimese laada kohta läks meil

enda arvates edukalt, kuna müüsimise 41 toodet, võitsime PEAK auhinna, My Fitness Pärnu eriauhinna, saime palju positiivset tagasisidet uudse ja huvitava idee kohta, julgustust ideega edasi minna ning saime uusi kogemusi ja oskusi, näiteks erinevaid müügitaktikaid, mida kasutasime aktiivselt ka järgnevatel laadadel.

Teiseks laadaks oli Tartu õpilasfirmade jõululaat, kus asusime rakendama oma müügioskusi. Müüsimise 25 vihikut rohkem kui Pärnus ehk 66 vihikut. Tartust saime kaasa palju positiivset tagasisidet, mis innustas edasi töötama ja pingutama. Paljud kliendid kiitsid meie ideed ning innustasid aktiivselt edasi tegutseda. Täiendasime oma müügitaktikaid veelgi, õppides laadal tehtud apsakatest.

Kolmas laat toimus Tallinnas 10.02.2018, seal oli meie tiim väljas kahe liikme näol. Sellest hoolimata osutus Tallinnas toimunud Eesti õpilasfirmade laat kõige edukamaks, sest müüsimise koguni 90 vihikut, mis oli oodatavast müügitakogusest kaks korda suurem. Meie edu võis tuleneda heast müügitakohast, kuna kliente oli üpris palju, eelnevatelt laadadelt kogutud kogemustest ja oskustest ning tahtmisest kompenseerida ühe firmaliikme puudumist. Tallinnas toimunud laadalt omandasime teadmise, et firma edu sõltub sellest, kui hästi osatakse müüa oma toodet võimalikult kiiresti, sest Tallinna inimestel

paistis Pärnu ja Tartu inimestega võrreldes vähem aega olevat. Veel on tähtis julgus ja tahtmine inimestega rääkida. Abiks on ka sõnaosavus ning võime kriitikat taluda.



Roonik Tallinna laadal

Neljas laat toimus Riias 10.04.2018, kus olime kõik kohal. Rahvusvaheline laat toimus Domina kaubanduskeskuses, kuhu me jõudsimme juba 9.30, et saaksime enda boksi hakata üles sättima. Laat osutus keerulisemaks, kui algul välja paistis. Seda just inglise keelse tootetutvustuse pärast, aga tulime üheskoos edukalt toime. Lootsime, et müüme Riias rohkem vihikuid, kuna tegu oli rahvusvahelise laadaga ning me oletasime, et laada suurus (ja seega ka eeldatavalt rohkem ostjaid) kompenseerib ära keelebarjääri. Läbimüüki oleks saanud suurendada veelgi aktiivsema müügiga, aga tegu oli teisipäevaga ning kaubanduskeskuses ei liikunud just eriti palju potentsiaalseid kliente. Vaatamata selle saime palju positiivset tagasisidet, mis meile rohkelt enesekindlust juurde andis. Jätkuvalt kiideti meid huvitava idee eest ning

üleüldiselt innustati firmaga edasi tegelemist. Läti laat andis väga palju kogemust ja motivatsiooni, et oma õpilasfirmaga edasi pürgida ning veelgi paremaid tulemusi saavutada. Olgugi, et Läti laat oli meile kõige vähem tulusam, õpetas see meile, et alati ei tule asjad kõige edukamalt välja, aga ka seda, et ebaõnnestumistest tuleb üle olla ning neist õppida.

Finantstulemused

Rooniku algkapitaliks oli 600 eurot, mille eest saadud aktsiad jaotati kõigi firma liikmete vahel võrdselt. Trükikojast tellisime 1000 vihikut 597.6 euro eest. Müügihinnaks panime 1,20 eurot. Jõuluajal langetasime vihiku hinda 20 senti võrra ja nii müüsimegi Pärnu laadal vihikuid selle hinnaga.

Firma alustamisest peale oleme müünud 494 vihikut ja teeninud sellega 556.50 €. Ühiselt otsustasime, et palka me endile ei maksa ja õpilasfirma lõpuks saadud raha või kohustused jagame kõigi vahel võrdselt. Muud kulud olid põhiliselt seotud laada kujunduse jaoks minevate asjade soetamisega ja postikulude tasumisega.

Suure algkapitali tõttu võttab kasumini jõudmine rohkem aega kui väikese algkapitali puhul, kuid see-eest on pikemas perspektiivis lootust suuremale kasumile.

Bilanss 23.04.2018

AKTIVA	PASSIVA
Raha 490.85 €	Võlad 0 €
Materjal ja varud 0 €	Aktsiakapital 600€
Põhivara 0 €	Kasum/kahjum - 109.15€
Kokku 490.85 €	Kokku 490.85 €

Kasumiaruanne 01.12.2017-23.04.2018

Tulud	556.5€
Kulud	
Palk,töötasu	0€
Materjal,varustus	597.6€
Muud kulud	68.05€
Kulud kokku	665.65€
Aruandeperioodi kasum	-109.15€

Finantsjuht:

Juhendaja:

Raskused ja nende ületamine

Põhilised raskused tekkisid meil toote kujundamise, toote valmistamise ja laatade boksikujundusega. Raskused said ületatud pärast kiiret arutelu koolis või interneti teel. Suurimateks raskusteks osutusid

algkapitali suuruse ja tellitavate vihikute koguse otsustamine. Kindlate arvude paikapanemiseks pidasime maha mitu pikka arutelu, et jõuda kõige optimaalsema lõpptulemuseni – tellides väikese koguse vihikuid on algkapital väiksem, aga omahind märgatavamalt kõrgem, tellides suure koguse on omahind madal, aga algkapital muutuks meie jaoks liialt suureks. Pärast arutamist ja arvutamist jõudsime järelduseni, et meie jaoks oli kõige mõttekam tellida 1000 vihikut ning määrata algkapitaliks 600€.

Suuri vaidlusi ei tekkinud, sest tunneme üksteist juba piisavalt, et oskame öelda, mis kellelegi meeldiks ja mis mitte. Laatadeks valmistumine pärast dekoratsioonide leidmist sujus, sest meil olid tooted valmis ning paigas oli ka firmariietus. Laatade ajal ei tekkinud lahkkelisid ja kõik laabus ning firmaliikmed võtsid endale sobiva rolli laatade ajal, millega teised nõustusid.

Areng

Tänu õpilasfirma tegevusele arendasime julgust, suhtlemise oskust ning omavahel ühtse tiimina töötamist kasutades oma tugevamaid külgi. Kuna tuli ka ette nii mõnigi takistus, siis olime sunnitud õppima neid ennetama või lahendama. Aja jooksul selgus, et meil tuli ära õppida nii probleemide lahendamise kui ka nende ennetamise oskus. Loomulikult

omandasime ka põhiteadmised raamatupidamise ning ärimaailma kohta - passiivne müügitegevus ei ole edukas taktika. Inimesed on harva ise asjast huvitatud, aga hea toode ja osav müügimees suudab kliendi arvamust muuta.

Ivo Allas (Tegevjuht)

„Alguses olin õpilasfirma suhtes natuke skeptiline, kuna kõik oli väga ebamäärane, kuid peale lühikest arutelu otsustasin oma mugavustsoonist välja tulla ning midagi uut proovida. Lootus kergele tööle kadus esimese paari nädalaga, aga ei ütleks, et see just paha oleks olnud. Õpilasfirmaga tegelemine on avanud mu silmad reaalse ärimaailma suhtes. Selles on äärmiselt keeruline edukaks saada, aga samas on tegu huvitava ning unikaalse kogemusega. Laadadelt olen saanud tohutul hulgal enesekindlust ja suhtlemisjulgust. Lisaks olen õppinud hindama ja usaldama oma meeskonnakaaslasi. Olen arendanud koostöö- ning Exceliga töötamise oskust.“

Priit Tigane (Finantsjuht)

„Õpilasfirmaga tegelemine on andnud mulle väga palju juurde. Alguses polnud ma kindel, kas valida uurimustöö või õpilasfirma. Praeguseks võin aga julgelt öelda, et õpilasfirma valimine oli ainuõige otsus. Sellega tegelemine on küll raske ja nõuab palju aega, aga kogemus ja

oskused, mis sellega kaasnevad, on seda väärt. Olen saanud suhelda paljude erinevate inimestega, mis on mulle juurde andnud enesekindlust ja julgust, kuidas käituda erinevates olukordades. Tehes raamatupidamist sain rohkem aimu rahaga ümberkäimisest ja sellest, kuidas alguses võimatuna tunduvast situatsioonist on võimalik lõpuks ikkagi välja tulla. Tuleb lihtsalt ise vaeva näha.“

Janis Kartau (Tootmisjuht)

„Õpilasfirmas osalemine on andnud mulle tohutult juurde. Õpilasfirma tegemine näitas, et pole tähtis, kui raske või keerukas mõni takistus on, alati on võimalik tulla sellest võitjana välja, kui on soovi ja tahtmist. Firma algusest saati olen pidanud suhtlema väga paljude inimestega, see on andnud mulle juurde julgust ja oskust peita oma väsimust. Oma ülesandeid täites olen saanud ennast panna palju proovile ja olen palju õppinud, tänu millele oskan tulevikus koostada paremini ametlikke kirju ja suhelda inimestega vastavalt vajadusele ja keskkonnale.“

Tegevjuhi hinnang meeskonnatööle

Üldjuhul sujus meeskonnatöö viperusteta ning paremaid firma liikmeid on raske tahta – mõlemad töötajad on motiveeritud, huvitatud ning oskuslikud oma ülesannet täitma, kuid mõne teatud piasja juures

tekkis raskusi ühisele arvamusele jõudmisega, aga ka need lahenesid läbi demokraatliku hääletuse üpris kiirelt. Priit Tigane täitis oma rolli finantsjuhi ja raamatupidajana äärmiselt täpselt ja hoolikalt tagades seeläbi firma sujuva toimimise. Janis Kartau elas oma rolli kui tootmisjuhti väga edukalt sisse uurides pidevalt uusi võimalusi, kuidas toodet edukamalt müüa ning kuidas seda kliendile huvipakkumaks muuta.

Tulevik

Meie õpilasfirma võtab vastu tellimusi kuni tooteid jätkub, kuid oma firma tulevikuplaanide üle me veel otsustame. Ainult aeg näitab, milliseks meie õpilasfirma tulevikus kujuneb, kas areneb edasi või kustutame joonised ja jätame mõned tooted omale mälestuseks. Kindlaid plaane meil firma tuleviku kohta pole, kuna otsustasime omavahel, et vaatame, mida viimased kuud õpilasfirmana toovad ning teeme alles siis lõpliku otsuse firma tuleviku kohta.

Kokkuvõte

Alguses oli meil mitmeid äriideid, millega oleksime võinud edasi minna. Seetõttu oligi õige idee leidmine raske ning aeganõudev. Olime nõutud ja ei suutnud otsustada, millise ideega edasi tegutseda, kuniks Ivo tuli välja oma ideega, mille valimist me ei kahetse. Ivo pakkus oma

äriidee välja ka Tallinnas toimunud Youth Empowered üritusel, kus see palju kiidusõnu sai. See tundus olevat innovaatiline ja meie kriteeriumidele vastav - uudne, reaalselt teostatav, potentsiaalselt edukas ning meile endile huvipakkuv. Seda tõestab ka see, et meie toodet ning ideed kiideti paljude klientide poolt. Meil oli nii tõuse kui mõõnu, aga ühtse meeskonnana saime me hästi hakkama, sest toetasime üksteist ning kasutasime oma individuaalselt tugevaid külgi, et kompenseerida teiste nõrgemaid oskusi. Täitsime ka kõik enda poolt püstitatud eesmärgid: lõime midagi uutset ning inimestele kasuliku, õppisime firma põhitõdesid (raamatupidamine, tootmis- ja müümisprotsessid) ning avastasime ka endi kohta palju uut ja huvitavat.

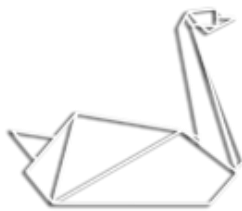
Me kõik saime uusi kogemusi, uusi tutvusi ning kuhjaga julgust jätkata ärimaailmas tegutsemist. Oleme väga tänulikud selle võimaluse eest ning kui peaksime uuesti valima, kas uurimistöö või õpilasfirma, siis valiksime me kindlasti viimase, sest kogu see protsess, mis toimub idee loomisest kuni toote kliendile müümiseni, on väga põnev ning reaalseks eluks ette valmistav.

Täname!



Pitades

AD EXPERT
PRINT & REKLAAM



PRINTIMISKESKUS

Veel sooviksime tänada:

Andri Tallo

Karmo Kurvits

Silver "Sboy" Seeblum

Vesta Pille

Firmaliikmete perekonnad

Kõiki piltidel osalejaid