

Praktiline sissejuhatus ettevõtlusesse

Näide Nutikas Nõel

Piia Vettik-Leemet, Juta Jaani



2026

EESSÕNA

Õpikus „Praktiline sissejuhatus ettevõtlusesse“ igas peatükis toodud näited on koondatud äriideest kui tervikust ülevaate saamiseks. Näites on lugejal võimalik koos näites toodud tegelastega läbida samm-sammuline ärimudeli koostamise teekond. Lisaks ärimudelis kajastuvalle infole on näites kirjeldatud ka võimalikke valikuid ja otsuste aluseks olevaid põhjendusi. Eksperdi kommentaar avab ärimudelis tehtud otsuseid valitud äriidee (õmblusettevõtte) taustast lähtuvalt. Pealkirjad viitavad ärimudeli osadele ning õpiku teoreetilistele peatükkidele, et lugejal oleks vajadusel võimalik soovitud teooria peatüki juurde tagasi pöörduda.

1. MEESKONNA NUTIKAS NÕEL ÄRIIDEE

ETTEVÕTLUSTEEKONNA ALGUS

Näidisjuhtum põhineb kolme aktiivse noore – disainieriala üliõpilase Adele, õmblustehnoloog Otti ja finantskonsultant Paula ettevõttel, kellel lisaks ühisele sõpruskonnale on ka soov midagi ühiselt ette võtta ja ellu viia. Otil on vaja otsustada, kas minna palgatööle või asutada enda ettevõtte. Ta otsustab ettevõtluse kasuks. Ettevõtte asukohaks saab Tartu, kuna kõik noored elavad, õpivad ja/või töötavad Tartus.



Paula, Ott ja Adele

Ühisel ettevõtlusideede arutelul kaardistatakse järgnevad võimalused.

- Paula juhib tähelepanu, et viimasel ajal on ettevõttes, kus ta töötab, olnud palju tööd ja puudu on projektijuhtimise ja -nõustamisega tegelevatest konsultantidest.
- Adelele meenub, et hiljutises seminaris korraldati meeskonnatöö, mille raames jõuti eristuva disainiga pinal-akupanga lahenduseni. Tema hinnangul oli valminud kavand nii eristuv kui ka (üliõpilase seisukohalt) väga vajalik, sest digiseadmed vajavad aeg-ajalt laadimist.
- Ott räägib aga loo, kuidas pereliige palus tal õmmelda kotikese, kuhu saaks reisi ajaks pesemisvahendid panna. Selle asemel, et lihtne lukuga kott õmmelda, mõtles ta ka koti funktsionaalsusele. Näiteks oli tema poolt välja töötatud kott veekindlast ja kiiresti kuivavast materjalist, lahti volditav ning maksimaalse kasutusmugavuse tagamiseks sai

seada üles riputada. Ideid oli ta otsinud erinevatest allikatest ning lõpptulemuses ühendanud need enda ideedega.

Meeskond saab peatselt aru, et lihtsa konsultatsiooniteenusega üldiste projektide valdkonnas saaks oma kogemuste ja oskustega osaleda vaid Paula, kuid disaini ja õmblemise valdkonnas oleks rakendust kõikidel osapooltel – Adele ja Ott vastutavad disaini ja õmblemise eest ning Paula tegeleb ettevõtte juhtimise ja finantsidega.

Seega kavatsetakse uuesti arutada, milliseid tooteid tasuks esmajärjekorras katsetada, et välja töötada kolm kuni neli erinevat toodet, millele oleks ka turgu.

Võttes aluseks seni tehtud toodete katsetused ja õmbluskogemused, on potentsiaalsete toodete nimekiri järgmine:

- Eridisainiga pinal koos akupanga ja mobiiltelefoni/tahvelarvuti laadimisvõimalusega
- Eridisainiga funktsionaalsed reisikotid alates tualetitarvikute kotist, kosmeetikakotist kuni volditava sülearvutikotini
- Eridisainiga kudumisvarraste või heegelnõelte jaoks mõeldud pinali-stiilis kotid, millel on taskuid ja kinnitusi ka väiksematele vahenditele (nõelad, haaknõelad jne)
- Visiitkaardihoidja või pangakaarditaskud
- Selja- ja õlakott
- Sülearvutitasku
- Muud kotilahendused.

Mõtteid, kuidas eristuda, on noortel veelgi. Näiteks võiks kasutada oma töö mingis osas kanga- ja nahajääke, olles nii keskkonnasõbralik kui ka ringmajandust¹ edendav ettevõtte.

Meeskonnale meeldis ka mõtte teha valmis disainid ja mudelid, kuid mängida värvikombinatsioonidega, nii et kõik tooted oleksid erinevad. Samuti võiks lähtuda disainis nt aastaaegadest (kollektsioonid TALV, KEVAD, SUVI ja SÜGIS) või geograafilisest asukohast (põhjamaine, orientaal jne).

Peale ühist arutelu otsustatakse loobuda esialgu eridisainiga kudumisvarraste või heegelnõelte jaoks mõeldud pinal-stiilis kottide ning visiitkaardihoidjate või pangakaarditaskute tootmisest, kuna tegemist on spetsiifilise tootega, mille klientuur ei pruugi olla suur ja mis ei lähe kokku ka esmaste valitud toodetega.

Valitud äriideeks osutub erinevate kottide disainimine ja tootmine kanga- ja nahajääkidest, keskendudes esimese tootevalikuna viiele tootegrupile:

- pesemistarvikute funktsionaalne kott,

¹ Ringmajandus on tootmis- ja tarbimismudel, mille puhul olemasolevaid materjale ja tooteid jagatakse, laenatakse, korduskasutatakse, parandatakse, uuendatakse ja võetakse ringlusse võimalikult kaua. Sellega pikendatakse toodete olerusringi (Euroopa parlament, 2023, <https://www.europarl.europa.eu/topics/et/article/20151201STO05603/ringmajanduse-tahendus-vajalikkus-ja-kasulikkus>, sh on video ringmajanduse kohta).

- pinal koos akupangaga,
- selja- ja õlakott,
- sülearvutitasku,
- eritellimusega kotilahendused,
- ettevõtte logoga reklaamkingid, nt akupangaga pinal, sülearvutitasku, selja- ja õlakott.

Tooted on suunatud keskkonnateadlikele, kuid samas funktsionaalsust, mugavust ja disaini hindavatele inimestele ja ettevõtetele, samuti täiskasvanutele, kes soetavad tooteid kas endale või oma lastele ning ettevõtetele, kes soovivad erinevaid tooteid kas reklaamkingituseks või ettevõttesiseseks kasutamiseks, nt töötajatele erinevate tähtpäevade puhul kinkimiseks.

Tootmisel planeeritakse kasutada partnerettevõtetelt saadavaid kanga ja naha tootmisjääke, millest disainitakse ja õmmeldakse vastava funktsionaalsusega kotid. Lisaks eelnevalt nimetatud toodetele pakutakse nii era- kui äriklientidele eritellimusel kotilahenduste disainimist ja õmblemist ning erinevaid kotilahendusi koos logo või sõnumi lisamise võimalusega.



Nutika Nõela näidistooted

Ettevõttele otsustati nimeks panna Nutikas Nõel. Enne nimevaliku kinnitamist viis meeskond läbi ajurünnaku potentsiaalsete nimede kaardistamiseks ning kontrollis kolme kõige populaarsemat nime nii e-äriregistris (<https://www.rik.ee/et/e-ariregister>) kui ka Patendiameti Kaubamärkide andmebaasist (<https://andmebaas.epa.ee/avalik/#/trademarks>). Kolmest kõige populaarsemast nimest ei olnud ainult Nutikas Nõel registreeritud ettevõtte nimena või kaubamärgina ning ka internetiotsing ei andnud vasteid.



Ettevõtte Nutikas Nõel logo.

Eksperti kommentaar

Head äriideed on just sellised, mis sünnivad praktilisest vajadusest ja meeskonnas on nende realiseerimiseks kompetents olemas või soovitakse seda omandada.

Ettevõtte tegevuse alustamine mitme erineva tootega on samuti hea mõte. Kui tooteid on liiga vähe, siis võib klient minna konkurendi juurde, sest ta ei leia liiga väikese sortimendi hulgast endale sobivat. Hiljem on võimalik katsetatud tootest juba mitu erinevat versiooni edasi arendada.

Ringmajanduse põhimõtte ja jääkide kasutamine on hea mõte, sest kliendid on väga keskkonnateadlikud. Lisaks teiste ettevõtete (tootmis)jääkide kasutamisele on oluline pöörata ka ise tähelepanu materjalide säästlikule kasutamisele ning püüda jõuda toodete valmistamiseni võimalikult väikese materjalikulu või ülejääkidega. Taaskasutamise idee väljatoomiseks võib tootega kaasa panna väikese kingituse, millele on lisatud selgituse, et toode ja kingitus on tehtud jääkidest. Ringmajanduse põhimõtet aitab järgida enda toodete parandamise võimaluse pakkumine – nt tõmbluku kelgu vahetus vms.

Ettevõtetele suunatud kotilahendused ja nende seostamine tikkimisega on hea mõte, kuna väikeste koguste tikkimine on ajamahukas ja eelnevalt on vajalik teha eraldi proovitikandid. Eritellimusena valmivad tooted võtavad palju aega: enamasti on vajalik kõigepealt kliendiga kohtuda, et välja selgitada tema ootused funktsioonide, mudeli, materjali, värvi jms suhtes, seejärel konstrueerida ja valmis teha näidistoodet (see on valmistatud reeglina lõpptootet materjalist odavamast materjalist), mida kliendiga koos veel kord koos üle vaadata, kas see vastab kliendi kõikidele soovidele. Alles seejärel saab õmmelda valmis sobivast materjalist päristootet. Konstrueerimine on kõige töö- ja ajamahukam etapp. Kui idee võiks meeldida teistele klientidele (nt on ka varem küsitud sellist laadi toodet), võib arendustöö toimuda ka ettevõtte kulul. Uuendusi peab tegema, nt isegi kui funktsionaalne pool tootest sobib, siis paljudel on eelistused kas värvi (moevärvid või kujundid), mudelis või lisandite osas (nt taskud, helkurid).

Kuigi kottide õmblemine üldiselt ei ole kohaspetsiifiline, siis eritellimustööde puhul on oluline ka ettevõtte asukoht.

2. NUTIKA NÕELA KLIENDID

Meeskond lähtus kliendianalüüsi koostamisel üldisest lähenemisest kliendianalüüsile. Selleks määratleti esmalt tooted, mille tootmisega planeeritakse alustada, seejärel nende toodete potentsiaalsed kliendid, kelle hulgast valiti lõpuks välja kolm kõige potentsiaalsemat. Empaatiakaardi koostamiseks valiti välja potentsiaalseim kliendirühm ning loodi sellele kliendirühmale ideaalklient, keda empaatiakaarti kasutades analüüsiti.

Meeskond valis kliendianalüüsi koostamiseks välja viis toodet, millega planeeritakse alustada:

- pesemistarvikute funktsionaalne kott;
- pinal koos akupangaga;
- selja- ja õlakott;
- eritellimusel kotilahendused;
- ettevõtte logoga reklaamkingid, nt akupangaga pinal, sülearvutitasku, selja- ja õlakott.

Lähtuvalt toodetest, millega planeeritakse turule tulla, otsustati esmalt määratleda, kes on nendele toodetele potentsiaalsed kliendirühmad. Järgnevalt on toodud seitse peamist kliendirühma.

- a) Tööealised inimesed, keda huvitab reisimine, matkamine, sportimine. Neile suunatud tooted on selja-õlakott (tööle, reisidele, matkale, sportimiseks jne) ja pesemistarvikute kott (reisidele, sportimiseks jne).
- b) Lapsevanemad, kellel on kooliealised lapsed. Neile suunatud tooted on akupangaga pinal (kooli) ja pesemistarvikute kott (kehalises kasvatuses ja spordiringides osalemiseks).
- c) Üliõpilased. Neile suunatud tooted on akupangaga pinal, selja- ja õlakott, pesemistarvikute kott (õppimiseks, sportimiseks ja vaba aja veetmiseks).
- d) Ettevõtted. Neile suunatud tooted on akupangaga pinal, arvutitaskud, selja- ja õlakott (ettevõtte logoga reklaamkingiks), eritellimusel kotilahendused töövahendite, sh aparatuuride jm spetsiifilise mahutamiseks ja sihtotstarbeliseks efektiivseks kasutamiseks.
- e) Inimesed, kes soovivad endale teistest toodetest eristuvat või kelle ideed vajavad kasutusmugavuse tagamiseks erilahendusega toodet.
- f) Aktiivsed 65+ inimesed, kes enam ei tööta, aga tegelevad kas sportimisega või reisimisega või vajavad tervisega seotud vajadustest lähtuvalt erilahendusi, nt diabeetikutele vajaliku varustuse kaasavõtmiseks (veresuhkru mõõtja, süstal vms).
- g) Inimesed, kelle jaoks on oluline jätkusuutlikkus ja disain ning kes soovivad masstoodangust eristuvat toodet.

Järgnevalt piiritles meeskond toodud kliendirühmad ning valis eelnevast loetelust välja kolm kõige suurema potentsiaaliga kliendirühma.

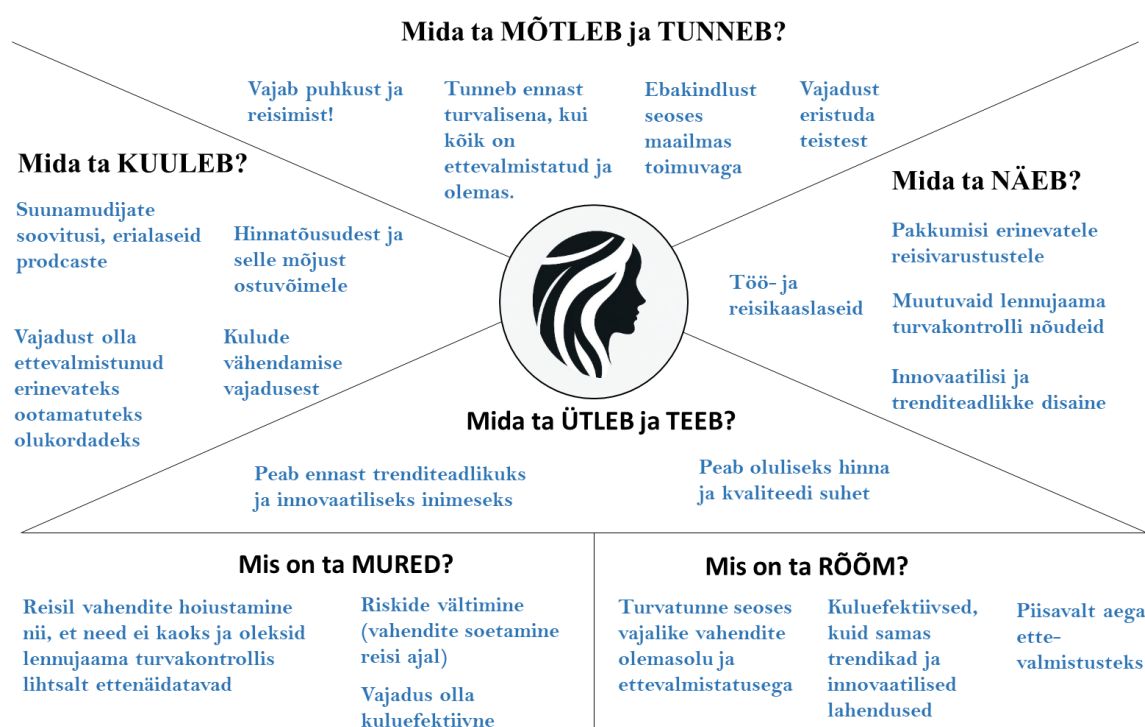
a) Tööealised inimesed, keda huvitab reisimine, matkamine, sportimine. Neile suunatud tooted on selja- ja õlakott (tööle, reisidele, matkale, sportimiseks jne) ja pesemistarvikute kott (reisidele, sportimiseks jne).

b) Lapsevanemad, kellel on kooliealised lapsed/kooliealiste laste vanemad. Neile suunatud tooted on akupangaga pinal (kooli) ja pesemistarvikute kott (kehalises kasvatuses ja spordiringides osalemiseks).

c) Ettevõtted. Neile suunatud tooted on akupangaga pinal, arvutitaskud, selja- ja õlakott (ettevõtte logoga reklaamkingiks), eritellimusel kotilahendused töövahendite, sh aparaatide jm spetsiifilise mahutamiseks ja sihtotstarbeliseks efektiivseks kasutamiseks.

Toodud valikust on kõige suurema kasutajaskonnaga tööealised inimesed, kes soetavad valitud tooteid kas iseendale või oma pereliikmetele (lapsevanemadena).

Seejärel töötas meeskond välja ideaalkliendi Kairi Karussell'i, 36-aastase naise, kes elab oma mehe ja kahe kooliealise lapsega Tartus ning töötab projektijuhina. Kairi on aktiivne inimene, kellele meeldib ujumine, jooksmine ja matkamine, lisaks käib ta tihti nii töö- kui puhkusereisidel.



Nutika Nõela ideaalklient Kairi Karussell

3. NUTIKA NÕELA VÄÄRTUSPAKKUMINE

Väärtuspakkumise loomisel tugines meeskond oma neljale esimesele tootele, jättes eritellimusel valmistatavad tooted väärtuspakkumise sõnastamisel välja seoses nende keerukuse ja erilisusega.

Nutika Nõela toodete väärtuspakkumiseks on toodete originaalne disain, keskkonnasäästlikkus, läbimõeldud funktsionaalsus ja personaalsus. Iga toode on unikaalne ja personaalne, pakkudes kordumatut lahendust.

Lähtuvalt töötajate vajadustest ja vastavalt omavahelisele kokkuleppele ettevõtte töötajatega pakutakse paindliku tööaja võimalust. Ettevõtte võimaluste suurenedes saab omavahelisi kokkuleppeid muuta, nt suurendada koolitusvõimalusi ja osalemisi erinevatel messidel.

Nutikas Nõel pakub oma töötajatele võimalust osaleda toodete disainimisel ja funktsionaalsete lahenduste pakkumisel. Ettevõtte töötajal on võimalus osaleda loomisprotsessis, arendada isiklikke oskusi ja teadmisi erinevate koolituste ja kaastööde tegemise kaudu. Lisaks professionaalsele arengule pakub ettevõtte võimalusi tegeleda enesetäienduse või moenäituste külastamisega, võimaldades selleks vaba tööaega (2 kuni 4 tundi nädalas). Loova vaimu eeliseks on hea füüsis, seega pakub ettevõtte sportimisvõimalusi ning ühisüritusi, seda alates teisest tegevusaastast.

Nutika Nõela väärtuspakkumine oma partneritele on võimalus olla osa ringmajanduslikust tootmis- ja jaotusviisist, võimaldades sellega anda oma panust keskkonnahoidu. Oma partneritele pakutakse võimalust mööblitööstuse jäätmete ärakasutamiseks ja sellega seoses ettevõtte ökoloogilise jalajälje vähendamiseks ning kõige väiksema süsinikujalajäljega transpordiviiside valimiseks. Lisaks avaldub väärtuspakkumine ühises turundustegevuses ning ühises loodussäästlikumas kuvandis.

Eksperdi kommentaar

Sõltuvalt töötajatest võib olla töötaja jaoks väärtuseks nt paindlik tööaeg, mis tähendab, et inimene võib mõnel päeval tulla tööle varem ja lahkuda varem, teisel päeval tulla hiljem ja lahkuda ka hiljem. Samuti nt käia lastega tööajast arsti juures vms. Mõned töötajad võivad väärtustada ka preemiat heade tulemuste eest, seltskondlikele inimestele meeldivad ettevõtte poolt korraldatavad ühisüritused.

4. NUTIKA NÕELA ETTEVÕTTE MISSIOON, VISIOON JA EESMÄRGID

Meeskond alustas ettevõtte Nutikas Nõel missiooni ja visiooni sõnastamisest ja eesmärkide seadmist.

Missiooni sõnastamisel olid meeskonna jaoks kõige olulisemaks jätkusuutlikkuse, ainulaadsuse seostamine funktsionaalsusega ning Eestis loodud käsitöö rõhutamine.

MISSIOON: pakume eristuva disainiga Eesti käsitööna valminud õmblustooteid, mis muudavad loodust reostamata Sinu elu mugavaks!

Visiooni sõnastamisel soovis meeskond lisaks keskkonna hoidmisele välja tuua laienemisplaanid teistesse Balti riikidesse ning klientide usalduse ettevõtte vastu. Visiooni sõnastamisel sooviti jõuda enda disainitud toodeteni 2–3 aasta pärast ning sellest lähtuvalt laieneda Baltikumi turule 2030. aastal, kuid eksperdiga konsulteerides otsustati visiooniga saavutatavat eesmärki lükata edasi viie aasta võrra (2035). Samuti oli meeskonnal ambitsioon olla Eestis ja Baltikumis esimene klientide poolt enim hinnatud ettevõtte, kuid eksperdi suunamisel muudeti visiooni olla klientide poolt kümne enim hinnatud ettevõtte hulgas. Meeskond muutis eksperdi soovitustest lähtuvalt visiooni ning sõnastas selle alljärgnevalt.

VISIOON: Nutikas Nõel on kvaliteetsete ja keskkonnasäästlike erilahendustega Eesti käsitööna valmivate disainõmblustoodetega aastaks 2035 Baltikumis klientide poolt kümne enim hinnatud ettevõtte hulgas.

Veel enne ettevõttega alustamist on vajalik koostada äriplaan ning välja töötada esimeste toodete –sobiva disaini ja funktsionaalsusega selja- ja õlakoti ning pesemistarkvute koti prototüübid, mis valmivad Adele bakalaureusetöö osana. Samuti alustada nende toodete katsetamise (eelkõige tutvusringkonnas) ja toodetele klientidelt tagasiside küsimisega. Edasi sõnastas meeskond ettevõtte Nutikas Nõel lühi- ja pikaajalised eesmärgid. Lühiajaliste eesmärkide sõnastamisel peeti otstarbekaks eraldi välja tuua eesmärgid ettevõtte käivitamiseks ja eesmärgid ettevõtte esimeseks tegevusaastaks.

Lühiajalised eesmärgid (märts kuni mai):

- 1) ettevõtte registreerimine märtsi alguses;
- 2) järgmiste toodete arendamine ja eritellimustöödega alustamine mai alguses; esimeste eraklientide ja ettevõtetest klientide leidmine aprillis;
- 3) sotsiaalmeedia kontode loomine märtsi lõpuks; esimestele toodetele tagasisideküsitluse tegemine, sotsiaalmeedia kampaaniate läbiviimine aprillis; turundusspetsialisti, kes hakkaks sotsiaalmeedia kontodel läbi viima turundustegevusi ning planeerima ja haldama kodulehte, palkamine mai alguses;
- 4) sobiva tootmispinna või tootmis- ja laopinna leidmine ning ruumi vajaliku mööbli: juurdelõikuslaua, triikraua ja triikimislaua, tootmis- ja pakkematerjalide ning valmistoodangu ladustamise riiulitega sisustamine mai alguseks; õmblemis- ja abilaua, valgusti, õmblusseadmete ja -vahendite hankimine;
- 5) pikaajaliste partnerite leidmine õmblusmaterjalide ja -tarvikute pakkujate, pakkematerjalide pakkujate ning tarnijate seast; nendega koostöölepingute sõlmimine (juristi abil) mai alguseks.

Eesmärgid esimeseks tegevusaastaks:

- 1) kodulehe ja veebipoe loomine esimese tegevusaasta lõpuks;
- 2) püsiklientide arv 50 ja müüginah 39 500 € saavutamine;
- 3) koostööpartneritena vähemalt kahe edasimüüja leidmine.

Pikaajalised eesmärgid (kolm aastat):

- 1) igal aastal mõne uue mudeli või täiesti uue toote väljaarendamine;
- 2) püsiklientide arvu kasv 3 korda (kuni 3200 tehinguni aastas), neist 3000 eraklienti ja 3 ettevõtet;
- 3) 6400 kodulehe külastuste saavutamine; 120 000 eurose müüginah saavutamine kolmanda aasta lõpuks;
- 4) koostöö teiste väikeettevõtete ja disaineritega, sh ühised tooted;
- 5) aastaks 2030 on ettevõttel plaan laieneda kogu Baltikumi turule.

5. NUTIKA NÕELA TURU-, KONKURENTIDE-, SWOT JA PESTLE ANALÜÜS

TURUANALÜÜS

Selleks, et saada ülevaadet tekstiiliturul toimuva kohta, alustas meeskond kõigepealt info otsimist tekstiilivaldkonnas tegutsevate ettevõtete arvu, tootmise ja müügi mahtude kohta. Selleks uuriti Statistikaameti koduleheküljel <https://andmed.stat.ee/et/stat/> olevaid andmeid.

Alustuseks uuriti tekstiilitootmise mahtu ja müüki, lisaks huvitas meeskonda ka tekstiilitoodet maht ja müük maakondade kaupa ning saadud info põhjal koostati alljärgnev tabel.

Tekstiilitoomise ja -müügi mahud maakondade kaupa 2022. aastal (miljonit eurot)

Maakond/linn	Tööstustoodang	Tööstustoodangu müük
Eesti kokku	344,6 miljonit eurot	344,9 miljonit eurot
Harju maakond	89,2 miljonit eurot	89,3 miljonit eurot
Tallinn	14,6 miljonit eurot	14,6 miljonit eurot
Tartu maakond	—	—
Viljandi maakond	—	—

Andmete allikas: Statistikaamet (https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_toostus, vaadatud 26.01.2024)

Järgmisena huvitas meeskonda, millised on olnud tekstiili- ja nahatoodete müügis toimunud muudatused viimastel aastatel. Meeskond leidis, et statistikaameti (n.a.) andmetel on alates 2018. aastast tekstiilitootmise müügitulu igal aastal kasvanud – kui 2018. aastal oli see 344 839 eurot, siis 2022. aastal oli juba 360 649 eurot. Samal ajal on olnud nahatöötlemine ja nahktoodete tootmine pigem languses – 2018 oli müügitulu 42 945 eurot ja 2022 oli see vaid 33 728 eurot.

Ka tekstiilitooteid tootvate ettevõtete arv on alates 2013. aastast olnud kasvutrendis – 2013. aastal oli 238 ettevõtet, kuid 2022. aastal juba 361 tekstiilitooteid tootvat ettevõtet. Samuti on kasvanud nahatöötlemise ja nahktoodete tootmisega tegelevate ettevõtete arv, neid oli 2013. aastal 69 ettevõtet, jõudes 2022. aastal juba 82 ettevõteteni.

Seejärel uuris meeskond juba täpsemalt kottide tootmise ja müügi mahte alates 2020. aastast. Vastupidiselt ettevõtete arvu kasvamisele on müüdud kottide kogus vähenenud, mida illustreerib järgmine tabel.

Müüdud tööstustoodangu kogus (tuhat tk) ja maksumus (eurot)

Müüdud tööstustoodangu kogus (tuhat tk)	2020	2021	2022
Käekotid (nahast, komposiitnahast, lakknahast, tekstiilist või muudest materjalidest)	356,9	211,6	243,5
Reisikohvrid, käsikohvrid, kosmeetikakohvrid, portfellid, koolirannitsad jms tooted (nahast, komposiitnahast, lakknahast, plastist, tekstiilist, alumiiniumist või muudest materjalidest)	46,2	65,5	30,4
Müüdud tööstustoodangu maksumus (eurot)	2020	2021	2022
Käekotid	2078 383	1595 025	2113 383
Reisikohvrid, käsikohvrid, kosmeetikakohvrid, portfellid, koolirannitsad jms tooted	828 637	958 457	455 845

Andmete allikas: Statistikaamet (https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus__toostus) (vaadatud 20.01.2024)

Töötuse määr 2023. aasta III kvartalis oli 7,3% ja kui 2022. aastal oli töötuse määr Eestis tervikuna 5,6%, siis Lõuna-Eestis oli see 3,9% (kõige kõrgem Kirde-Eestis 10,7%).

Keskmine brutokuupalk oli 2023 a III kvartalis 1812 eurot (mediaanpalk 1500 eurot), 2022. aasta keskmine brutokuupalk oli 1685 eurot. Viimane kõrgeim majanduskriis oli aastatel 2009-2010, kui töötuse määr oli 13,5% ja 16,7%, see hakkas langema 2011, mil töötuse määr pöördus langusesse ja vabade ametikohtade arv tõusu suunas. Kõige madalam oli töötuse määr 2019. aastal – 4,4%, ning peale koroonakriisi on jälle toimunud positiivne areng ehk töötuse määr on hakanud taas vähenema.

Kui juba 2015. aasta ÜRO tippkohtumisel seati ülemaailmsed säästva arengu eesmärgid ja võeti vastu tegevuskava, siis Euroopa Liit on võtnud eesmärgiks jõuda 2050. aastaks ringmajanduse saavutamiseni ([ELi meetmed ringmajanduse saavutamiseks 2050. aastaks | Teemad | Euroopa Parlament \(europa.eu\)](#)). Selleks seadis Euroopa Liit koostatud tegevuskavas ka konkreetseid eesmärgid, sealhulgas ka tekstiilitoodete valdkonnas (Euroopa Parlament, 2021). Nii näiteks on eesmärgiks seatud, et tekstiilitooted oleksid pikaajalised ja taaskasutatavad, valmistatud võimalikult suures osas taaskasutatud kiududest.

KONKURENTSIANALÜÜS

Konkurentsiolukorra analüüsimiseks uuris meeskond, kes võiksid olla ettevõtte konkurendid, milliseid tooteid nad pakuvad, millise hinnaga, kui suur on ettevõtte käive ja kasum. Meeskond püüdis leida infot, kui suure ettevõttega on tegemist, milline on ettevõtte tehnoloogiline tase ja usaldusväärsus, arenguväljavaated ja kavatsused (kui selle kohta infot leidis) ning milline on ettevõtte eristuv lubadus. Konkurentide toodetest ülevaate saamiseks võrreldi, milliseid tooteid ettevõtte pakub ja milline on nende toodete kvaliteet, millised on toodete tugevad ja nõrgad küljed ning viimaks, milliseid turunduskanaleid ettevõtte kasutavad. Konkurentsituatsiooni üldiseks iseloomustamiseks võeti aluseks Eestis käsitööna kotte tootvad ja müüvad ettevõtted, uuriti nende kodulehti, sotsiaalmeediakontosid ja veebis kättesaadavaid allikaid, aga täpsema info kogumiseks vaatasid Nutika Nõela asutajad ka krediidiinfo ja äriregistri andmeid, sh ettevõtete majandusaasta aruandeid.

Eesti kotiturul on nii kottide edasimüüjad, kes pakuvad nii Eesti tootjatele kui ka välismaistele kõikidest hinnaklassidest brändidele võimaluse veebipoe kaudu oma tooteid müüa ning Eestis käsitööna kottide valmistajad, kes eristuvad kõrge kvaliteedi, meistribrändi, aga ka kõrgema hinnaklassiga. Kotiturul silmapaistmiseks on oluline eristumine ja läbimõeldud müügistrateegia. Erinevatest konkurentidest ülevaate koostamise käigus tulid välja ka head ideed paremaks eristumiseks konkurentidest, nt klientidele lihtsa tagasiside andmise võimaluse loomine ja saadud tagasiside väljatoomine kodulehel ettevõtte vastu usalduse suurendamiseks ning brändiga sobivas stiilis kodulehe disainimise võimalus.

Nutika Nõela otsesteks konkurentideks on eelkõige Eestis käsitööna erinevatest materjalidest kotte valmistavad ettevõtted. Konkurentidest parema ülevaate saamiseks on allpool toodud konkurendid liigitatud hinnataseme järgi.

Esimesse rühma koondati Eesti disainkäsitööna valmivad kõrge kvaliteedi ja väga kõrge (luksus)hinnatasemega nahast kottide valmistajad: Von Baer OÜ (Albert Varkki ja Igor Montega, Tallinn).

Teise rühma võeti kokku Eesti disainkäsitööna valmivad kõrge kvaliteedi ja hinnatasemega nahast kottide valmistajad: Artisana OÜ (Stella Soomlais, bränd Stella Soomlais, Tallinn), GR Design OÜ (Gerda Retter, bränd Gerda Retter, Tartu), Tallinna Nahatöökoda OÜ.

Kolmandasse rühma jäid tootmisjääkidest Eesti disainkäsitööna valmivad keskmise hinnatasemega riidest ja nahast kottide valmistajad: Katre Meistrikoda OÜ (Katre Arula,

bränd Katré, Põltsamaa), Tekikoda OÜ (Jana Kikkas, bränd De la Rose, Viljandi), Ükskomakaks OÜ (Kristi Toiger, New Rustic Studio, Tallinn).

Teise sammuna valiti välja kolm suurimat konkurenti, ehk need ettevõtted, kes toodete, hinnaklassi ja ettevõtte suuruse osas sarnanesid kõige rohkem meeskonna äriideega ja kasutasid sarnaseid turundustegevusi. Suurimate konkurentidena määratleti esiteks Tekikoda OÜ, brändiga De la Rose, ettevõtte omanikuks on Jana Kikkas; teiseks Ükskomakaks OÜ, brändiga New Rustik, ettevõtte omanik on Kristi Toiger ning kolmandaks Katre Meistrikoda OÜ, brändiga Katré, ettevõtte omanik on Katre Arula. Olulisem info konkurentide kohta on koondatud allpool toodud tabelisse.

Kolme suurema konkurenti analüüs

Ettevõtte nimi	Tekikoda OÜ	Ükskomakaks OÜ	Katre Meistrikoda OÜ
Asukoht, asutamisaasta	Viljandi, 2016	Tallinn, 2014	Põltsamaa, 2004
Aasta, müügitulu, kasum	2020, müügitulu 23 295, kasum 9218	2022, müügitulu 22 277, kasum -24	2022, müügitulu 35 981, kasum 5342
Tegevusala	Valmis tekstiilitoodete tootmine	Kunstialane loometegevus	Kunstialane loometegevus
Töötajate arv	0	1	1
Füüsiline pood	Ei ole	Ei ole	Lossi 1a, Põltsamaa
Koduleht ja veebipood	https://delarose.ee/	https://www.newrustic.ee/	https://katrearula.com/
Sots. meedia jt turunduskanalid	FB, Instagram	FB, Instagram, Pinterest, uudiskiri	FB, Instagram, uudiskiri, blogi
Väärtus-pakkumine	Taaskasutus, unikaalsus, funktsionaalsus	Taaskasutus, unikaalsus, disain	Taaskasutus, disain, unikaalsus,
Lisandväärtus	Viljandis võimalus ise järele minna	Tasuta transport üle Eesti 3 tööpäeva jooksul	Võimalus toodetega tutvud esinduspoes, võimalus disaineriga kohtuda, mitmed edasimüüjad
Tooted	Seljakotid, spaakotid, kosmeetikakotid, õlakotid	Seljakotid (sh nahast), kande-, mini-, weekend-, vöö- ja easytote kotid; kodutooted (keraamika, küünlad, seebid)	Seljakotid (3 in 1), kotid (2 in 1) ja käekotid, rõivad (sallid, pused, t-särgid), aksessuaarid

Andmete allikad: tabelis toodud ettevõtete koduleheküljed ja sotsiaalmeedia kontod ning nende ettevõtete 2022. a majandusaasta aruanded

Analüüs: Kõige sarnasem ja seetõttu ka kõige suurem konkurent Nutikale Nõelale on Tekikoda OÜ, kes sarnaselt Nutika Nõelaga pakub pesemistarkute kotte, seljakotte ning arvutitaskuid. Samuti on sarnane Tekikoda OÜ toodete hinnatase. Nutikas Nõel eristub kõigist kolmest konkurendist eristuva seljakottide disaini, akupangaga pinali ja eritellimusega tehtava õmblusteenuse pakkumisega, samuti erineva geograafilise asukohaga, milleks on Tartu.

Ettevõtte Katre Meistrikoda on turul olnud võrreldavatest ettevõtetest kõige kauem (alates 2004. aastast), eristub Katré kaubamärgi omamise ning osalemisega laatadel ja moeetendustel (eelkõige rõivad). Samuti on ettevõtte tooted võitnud palju auhindu (mh märgise Tunnustatud Eesti käsitöö). Ettevõtte klientuur on lai (nii kodumaised kui turistidest kliendid) tänu rahvakunsti motiivide kasutamisele ning esinduspoe ja stuudio omamisele Põltsamaa Lossihoovis ja toodete müügile Tallinna ja Tartu käsitööpoodides.

Ettevõtte Ükskomakaks eristub originaalse materjalikasutuse (kangastelgedel kootud kangas taaskasutatud materjalist) ja eristuva disaini (rustic) poolest.

Kõigil kolmel suuremal konkurendil jaoks on oluline taaskasutuse väärtustamine ja masstoodangust eristuv disain, enda püsiklientuur, väga hästi läbimõeldud ja oluliste funktsioonidega koduleheküljed, veebipoed ja sotsiaalmeedia kontod. Ka Nutika Nõela meeskond otsustas enda ettevõttes järgida ringmajanduse põhimõtet, kasutada originaalset tootedisaini, pöörata rõhku püsiklientuuri leidmisele. Turunduses otsustati alustada sotsiaalmeedia kontode loomisest ning võtta rohkem aega kõrge kvaliteediga kodulehekülje ja veebipoe loomiseks.

Eraldi tabelisse paigutas meeskond konkurentide poolt pakutavad tooted ja nende hinnad.

Konkurentide ja Nutika Nõela toodete ja hindade võrdlustabel

Ettevõtte nimi	Tekikoda OÜ	Ükskomakaks OÜ	Katre Meistrikoda OÜ	Nutikas Nõel OÜ
Seljakotid ja hinnad	Kaks mudelit (+ lisafunktsioonid), 3 suurus, eri värvid, 53-75 €	Riidest seljakott: üks mudel, eri värvid, 78 € ja 97 € Nahast seljakott: üks mudel ja suurus, eri värvid, 169 € (võimalus tellida värvide valikust sobiv)	Riidest seljakotid: erinevad mudelid ja värvid (3 in 1) 129 € ja 159 €	Riidest selja- ja õlakotid: üks mudel ja suurus, eri värvid ja kangad 69 € Nahast selja- ja õlakott: üks mudel ja suurus, eri värvid 69 €
Spaa- ja tarvikute kotid ja hinnad	Spaakott 18 €, tarvikute kott 12 €, spaakottide komplekt 29 €	Ei ole sellist toodet	Ei ole sellist toodet	Pesemistarvikute kott 21 €
Muud kotid ja hinnad	Arvutitasku 17 €	Üks mudel ja suurus, eri värvid, 94 €	Erinevad mudelid ja värvid (2 in 2) 99 € ja 105 €	Akupangaga pinal 29 € Eritellimustooted alates 80 € Ettevõtetele reklaamkingid alates 25 €

Andmete allikad: tabelis toodud ettevõtete koduleheküljed

(<https://delarose.ee/>, <https://www.newrustic.ee/>, <https://katrearula.com/>), sotsiaalmeedia kontod ning 2022. a majandusaasta aruanded

Analüüs: Arvutitaskuid ning spaa- ja tarvikute kotte valmistab konkurentidest vaid Tekikoda OÜ. Samas on seljakottidest konkurentidel mitmeid erineva suuruse, värvi ja mudeliga tooteid. Nahast seljakotte valmistab OÜ Ükskomakaks. Esialgu alustab meeskond vaid ühe pesemistarvikute ning selja- ja õlakoti mudeli loomisest, mida on võimalik tellida eri värvides ning ettevõtetel lisada toodetele enda logo. Kuid edaspidi soovitakse konkurentide eeskujul olemasolevate toodete baasil välja töötada mitmeid erineva suuruse ja funktsionaalsusega tooteid.

SWOT ANALÜÜS

Ettevõtte analüüsimiseks kasutas meeskond lihtsat analüüsivahendit SWOT. Ühiselt kaardistati loodava ettevõtte meeskonnast endast ja äriideest tulenevad tugevused ja nõrkused, aga ka väliskeskkonnast tingitud võimalused ja ohud.

Nutika Nõela äriidee SWOT analüüs

Tugevused meeskonnal pädevus disainis, õmbluses ja finantsjuhtimises, ringmajandusel põhineva tootismaterjali kasutamine, lihtne alustada tootmist, kuna on olemas esmased originaalsed tooted, üksmeelne, ambitsioonikas ja motiveeritud meeskond, ettevõttevälise konsultandi tugi	Nõrkused meeskonnal puudub turundamise ja klienditeenindamise pädevus, ressursside puudumine ettevõtte käivitamiseks, meeskonna ettevõtluskogemuse ja õmblusmasinate puudumine, ruumide puudumine tootmiseks ja toodete hoiustamiseks, alustava ettevõtte klientuuri ja usalduse puudumine, väike tootmismahd ja erinevad tooted, sh eritellimustööd ei võimalda kulusid optimeerida
Võimalused turundusspetsialisti kaasamise võimalus, tarbijate teadlikkus ringmajanduse olulisusest võimaldab leida uusi kliente ülemaailmselt, tähtsustatud säästva arengu eesmärgid suunavad tarbijaid eelistama jätkusuutlikku tootmist, Tartus tugevaid ja eristuvaid käsitöökottide valmistajaid ei ole, Eestis on üksikuid, veebipoe ja sotsiaalmeedia võimaluste kasutamisel lihtsa müügi ja turunduse võimalused, veebipõhiste edasimüüjatega ja füüsiliste poodidega koostöö võimalus toodete müümiseks, toodetele kaubamärgi ja ettevõttele vastutustundliku ettevõtluse märgise taotlemise võimalus, väikesed turule sisenemise barjäärid, võimalus laieneda Balti turule	Ohud sõjategevused lähiriikides mõjutavad inimeste väärtushinnanguid, sh tarbimismahdudes ja toodete valikus, palju üldisi konkurente kottide valmistamisel, majanduslangus vähendab inimeste ooste, turu killustatus ehk turul on mitmeid väikseid tegijaid, keeruline leida üles Eesti ja käsitööna valmivate kottide tegijaid, väike turg, mis tähendab väikeseid tootmismahte

STRATEEGIAE ANALÜÜS

Meeskonna tugevuseks on peamiste õmblustoodete valmistamiseks vajalike oskustega inimeste olemasolu meeskonnas või partneritel ning konkurentidest eristuvad ideed, sh toodete disain ning ringmajanduse põhimõttest lähtumine. Konkurentidest eristumine on oluline paljude üldiste kotte tootvate ja müüvate konkurentide tõttu. Eristumiseks soovitakse välja töötada nii funktsionaalsuselt kui disainilt originaalsed ja praktilised tooted, taotleda neile kaubamärki ning ettevõttele vastutustundliku ettevõtluse märgist. Tunnustatud ettevõtte tugev kaubamärk aitab korvata väikest tootmismahdu. Sotsiaalmeedia kasutamine annab võimaluse toodete müügiga alustada juba enne turundusspetsialisti liitumist meeskonnaga, kes aitab läbi viia turundustegevusi. Kuna meeskonnal endal ressursse ettevõtlusega alustamiseks napib, on plaanis ettevõtte käivitamiseks taotleda lisaraha Eesti Töötukassalt, ettevõtlusega alustamise toetusena. Meeskonna vähest kogemust tootmise planeerimisel ja tootmisprotsessi läbiviimisel aitab korvata valdkonnas kogenud konsultandi kasutamine ning koostöö turundusteenust pakkuva ettevõttega. Eesti turu väiksust arvestades on meeskonnal plaan laieneda Balti turule.

PESTLE ANALÜÜS

Nutikas Nõel vaatles ettevõtluskeskkonda ja koostas PESTLE analüüsi. Analüüs koostati 2024 aastal, mil oli mitmeid debatte seoses riigi majandusliku olukorraga ning mil võeti vastu mitmeid otsuseid seoses maksutõusude ja uute maksude kehtestamisega.

Makro-keskkonna osa	Mida see iseloomustab? Millised muutused toimuvad?	Kuidas antud keskkond mõjutab ettevõtet ja tegevusvaldkonda?
Poliitiline (P)	Eesti toetab ringmajandus ja taaskasutamist nii koolituste (nt. Adapter, Ringdisaini meistriklass) kui ka rahastusvõimalustega (Keskonnainvesteeringute keskuse (KIK) projektis, Euroopa Horizont) jt.; Eestil on vaba juurdepääs Euroopa Liidu maadele, kuid arvestada tuleb lisanduvaid impordi- ja ekspordimakse väljaspool Euroopa Liitu; Sõjategevus lähiriikides ning selle mõju majandusele ja tarbimisele.	Võimalus osaleda ringdisaini meistriklass programmis, et omandada uuemaid teadmisi ja võimalusi; Võimalus Adapteri vahendusel leida uusi koostööpartnereid uute toodete väljatöötamiseks; Soodustatud võimalus laiendada oma toodetega Euroopa Liidu turgudele; sõjategevused lähiriikides mõjutavad inimeste väärtushinnanguid, sh tarbimismahtudes ja toodete valikus.
Majanduslik (E)	Eesti majandus on 2024 aasta II kvartalis languses; Uued maksud ja maksutõusud 2025. aastal (ettevõtetele)	Majandus on 2024. aasta II kvartalis languses, seega turule sisenemine antud tingimustes ei ole soosiv, kuna inimesed võivad oste edasi lükata majanduslikult keerulise situatsiooni tõttu; Alates 2025 aastast kehtestatakse uusi või tõstetakse olemasolevaid makse (käibemaks, ettevõtete kasumimaks, automaks), mis mõjutab ettevõtet vähenenud rahavoo ja konkurentsivõimega.
Sotsiaalne (S)	Sotsiaalmeedia mõju inimeste ostuotsustele on suurenenud ja omab järjest suuremat osatähtsust eelkõige nooremate ostjate seas; Ringmajanduse ja keskkonnasäästu teemad on järjest olulisemad inimeste jaoks, kuigi info selle kohta on killustunud.	Noored ja tööealised täiskasvanud teevad järjest enam sotsiaalmeedia mõjust tulenevaid ostuotsuseid, mistõttu on eduks vaja teha kampaaniaid sotsiaalmeedias; Turunduskampaaniad ei peaks müüma vaid tooteid, vaid ka harima potentsiaalseid ostjaid ringmajanduse teemadel.
Tehnoloogiline (T)	Innovatsioon ja tehnoloogia areng ringmajanduses võimaldavad materjalide efektiivsemat	Uued tehnoloogiad ja tootmismeetodid võimaldavad tõhusamat materjalide taaskasutust ja tootmisprotsesside optimeerimist, mis on väga oluline alustavas mikroettevõttes. E-kaubanduse kasv pakub

	taaskasutust; E-kaubanduse areng ja populaarsus.	uusi müügikanaleid ja võimalusi laiemale turule jõudmiseks.
Õiguslik (L)	Ringmajanduse seadusandlik osa on arendamisel ja koostamisel on elukeskkonna ja ringmajanduse programm 2025 – 2028. Ettevõtluse alustamist soosivad tugiteenused on kättesaadavad	Ringmajanduse arendamise soosimine tähendab ettevõttele soodustatud võimalusi tootmise alustamisel ja protsesside optimeerimisel ning kulude kokkuhoidul; Ettevõtte on võimalik saada tasuta ettevõtlusalast nõustamist Tartu Ärinõuandlas, taotlema ettevõtluse alustamiseks toetust (EIS, Eesti Töötukassa jne) ja ringmajanduse edendamiseks taotlema toetust KIKist.
Keskkondlik (E)	Suundumus ringmajandusele ja keskkonnasäästule; Ökoloogilise jalajälje vähendamine; Keskkonnateadlikkuse jagamine tarbijatega; Partnerlussuhete loomine ja koostöö teiste keskkonnasäästule orienteeritud ettevõtete ja organisatsioonidega	Ettevõtte tegevus aitab vähendada tootmisjääke ja edendada ringmajandust, omades samal ajal positiivset keskkonnamõju. Ökoloogilise jalajälje vähendamine seisneb materjalide taaskasutuses ja jäätmete tekke vähendamises, samuti toimub tootmine ja materjali hankimine kohalikul tasandil ning optimeeritud tarneahelat pidi, mis võimaldab lisaks keskkonnasäästule ka kulude kokkuhoidu. Tarbijate teavitamine: Teavitades tarbijaid toodete keskkonnasõbralikkusest ja taaskasutusvõimalustest, saab suurendada teadlikkust ja soodustada jätkusuutlikku tarbimist. Koostöö teiste ettevõtete ja organisatsioonidega, kes jagavad samu keskkonnanägemisi, võib aidata leida uusi ja innovaatilisi lahendusi ökoloogilise jalajälje vähendamiseks ja kulude kokkuhoiduks.

6. NUTIKA NÕELA TURUNDUSPLAAN

Põhiliseks turunduse viisiks valis meeskond digiturunduse kui odavama turundusvariandi ning võimalusega teha turundustegevusi ise, kuna alustava ettevõtte on nende rahalised vahendid piiratud. Tooteid on planeeritud reklaamida esimesel aastal sotsiaalmeedia kanalite Facebook, Instagram ja Tik-Tok kaudu ja müüa läbi ettevõtte veebipoe. Väiksemas mahus käiakse messidel ja laatadel, eriti esimestel aastatel, kui tooteid alles arendatakse, kuna see võimaldab otsesuhtlust klientidega ja tagasiside küsimist. Ettevõtte konsultant Keit Pihlapuuke soovitas meeskonnale raha kokkuhoiu eesmärgil algselt planeeritud kuue korra asemel osaleda esimesel aastal messidel ja laatadel **kolm korda**.

Põhilisel toimub müük veebipoe kaudu, aga ka läbi otsekontaktide (nt messidel ja laatadel) ja **koostööpartneri (veebi)poes**. Kodulehe väljaarendamist tehakse koostöös ettevõtte partneri turundusettevõttega Star. Ettevõtte nähtavuse suurendamiseks ja usaldusväärseuse tõstmiseks jagatakse enda klientide kogemust ja tutvustatakse loodud tooteid erialajakirjades.

Ettevõtte Nutikas Nõel turundusplaani aja- ja tegevuskava

Tegevus	Aeg	Teostaja(d)	Hind	Oodatavad tulemused
Ettevõttele sotsiaalmeedia kontode loomine: Facebookis, Instagramis, Tik-Tokis, sisu ja postitused	Mai, postitused iga nädal	Adele ja Ott, lisandub turundus-spetsialist	0	Ettevõtte ja (uute) toodete tutvustamine klientidele, erinevatele sihtrühmadele info edastamine ja reklaamikampaaniate läbiviimine, uute klientide leidmine
Toodetest fotode ja videote tegemine	Alates märtsist	Adele ja turundusspetsialist	0 (turundus-spetsialisti kulu on arvestatud eraldi)	Toodete tutvustamine klientidele
Sotsiaalmeedia-kanalites tasulised reklaamid	Alates märtsist igakuiselt	Adele ja turundus-spetsialist	Keskmiselt 60 eurot kuus	
Ettevõttele kodulehe ja veebipoe loomine	Luuakse mais	Koostöö-partner, haldab turundus-spetsialist	900	Ettevõtte väärtuspakkumise ja ettevõtte kohta info edastamine, veebis toodete ostmise võimaluse loomine, klientidega suhtlemise ja tagasiside andmise võimalus, ostujärgse klienditoe pakkumine (Adele ja Ott), partnerite ristturundamine
Osalemine disaini- ja koduteemalistel messidel ning (käsitöö)laatadel	Kolm üritust: Disainilaat, Hansalaat ja Disainiöö	Ott või Adele	Disainilaat (aprill) 200 Hansalaat (juuli) 200 Disainiöö (okt) 200	Müügitegevus, ettevõtte tutvustamine, ettevõtte kontaktide jagamine (visiitkaardid); tasuvusanalüüs
Sisuturundusartiklid lehtedes ja erialaajakirjades (nt Käsitöö)	U. 2 korda aastas: juunis ja septembris	Kogu meeskond	Avaldamine 1 nädal ajakirjas Disain (juuni, 1100) ning Pere ja Kodu (detsembris, 1100).	Ettevõtte vastu usalduse loomine ja klientide kogemuste jagamine
Meilide saatmine äriklientidele ja	Umbes 2 korda kuus alates juunist	Turundus-spetsialist	0	Enne laatasid ja messe äriklientidele ja (nende tekkimisel) püsiklientidele;

eraisikutele (eripakkumised)				ärisklientidele pakkumiste tegemine; tasuvusanalüüs
Visiitkaardid	Märts	Kogu meeskond	50	Kohtumistel, messidel ja laatadel kontaktide jagamine
Loosikampaaniad sotsiaalmeedia-kanalites	4 korda aastas: mais (3 pesemis-tarvikute kotti), juulis (2 pinalit), oktoobris (3 pesemis-tarvikute kotti), detsembris (1 seljakott)	Turundus-spetsialist	Mais (3×7,14+9=30,42); juulis (2×20,71+6=47,42); oktoober (3×7,14+9=30,42); detsember (1×49,29+3=52,29). Kokku 160,55€	Ettevõtte toodete tutvustamine; tasuvusanalüüs (toote omahind + postitamine)

Kokkuvõtteks. Turundustegevusega tegelevad ettevõtte asutamise esimesel kolmel kuul Adele ja Ott, alates maist tehakse turundust koostöös turundusspetsialistiga. Reklaami tehakse sotsiaalmeedia vahendusel, müük toimub läbi ettevõtte kodulehe veebipoe. Ettevõtte suurimatest konkurentidest ei kasuta keegi sotsiaalmeedia kanalina Tik-Toki, samas kui kõik kasutavad Facebooki ja Instagrami. Esialgu ei ole meeskonnal aega tegeleda uudiskirja väljaandmisega või pidada blogi, kuid klientidele saadetakse meili teel eripakkumisi ning infot laatadel ja messidel osalemise kohta. Esimesel tegevusaastal planeeritakse külastada kolme laata ja/või messi: disainimessi Interjäär raames toimuval Disainilaadal aprillis (<https://www.disainilaat.ee/>), Tartu Hansalaadal juulis (<https://tartu.ee/et/laadad#hansalaat>) ja Disainiööl oktoobris (<https://www.disainioo.ee/et>). Konkurentide kodulehti analüüsides otsustati valmivale kodulehele lisada ettevõtte missioon, meeskonna tutvustus, põhjalikud tootekirjeldused, ettevõtte partnerid ning ka klientide tagasiside. Kokku on turundustegevusteks planeeritud 4641 eurot aastas, millele lisandub turundusspetsialisti teenus 4000 eurot aastas.

Eksperdi kommentaar

Info levitamist ettevõtte kohta tasub alustada sugulastest, sõpradest ja tuttavatest. Neilt on kõige lihtsam saada ka toodete arendamiseks vajalikku tagasisidet.

Tagasisidestamise mõttes on ka messidel ja laatadel käimine väga hea, kuna kontakt on vahetu ja kohene. Siiski võib kohatasu messidel ja laatadel olla väga kallis. Sarnaste toodete pakkujad võivad omavahel koostööd teha, üks müüja müüb erinevate ettevõtete toodangut või välismessil Eesti tootjate toodangut. Selleks peavad olema aga väga usalduslikud partnersuhted.

Toodete funktsionaalsuse tutvustamiseks on hea kirjaliku selgituse asemel teha toote võimalusi tutvustav lühike video. Kui funktsionaalsusi tutvustav tekst tuleb pikk ja võib olla igav, siis video näitab konkreetselt ära, milliseid võimalusi toode pakub.

7. NUTIKA NÕELA MEESKOND, PARTNERID, RESSURSID JA TEGEVUSED

MEESKOND

Nutika Nõela meeskond on kolmeliikmeline.

Adele – disaineriala üliõpilane, päevaõppes ja täiskoormusega, bakalaureuse 2. kursus.

Kogemused ja kompetentsid: varasem praktiline kogemus disainiettevetes (ülikooli poolt suunatud praktika), ettevõtlusõpe läbitud algtasemel, meeskonnatöö kogemus ülikooli projektides ja praktilal.

Adele tegeleb ettevõttes toodete disainimisega, turundusmaterjalide ja visuaali loomisega. Lisaks on Adele ülesanneteks toodete pakendamine ja tarne korraldamine, esmastele klienditeenindusega seotud kirjavahetustele vastamine ning turundusspetsialisti toetamine turundustegevustes. Adele saab esimeste toodete mudelid disainida enda bakalaureusetöö osana.

Ott – õmblustehnoloog, hetkel töötu, omandanud 6. taseme õmblustehnoloogi kutse.

Õmblustehnoloog töötab tekstiili-, rõiva- ja nahktoodete tootmisega tegelevas ettevõttes või muus õmblemisega tegelevas ettevõttes. Tema põhitöö on tootmise efektiivne korraldamine ning vastutamine etteantud ülesannete kvaliteetse ja tähtajalise täitmise eest.

Õmblustehnoloogi tööülesannete hulka kuuluvad tootmise planeerimine, tootmisprotsesside projekteerimine, tootmisprotsessi struktuuri planeerimine, tootmise efektiivsuse analüüs, sh töökorraldus ja tööuurimine. Tehnoloog tegeleb ka töötajate oskuste hindamise ja täiendõppe korraldamisega. Oluline on informatsiooni vahendamine struktuuriüksuste vahel.

Õmblustehnoloog peab tundma tehnoloogilist protsessi, õmblustehnoloogiat, õmblusmaterjale, tootmisvahendeid, seadmeid ja masinaid. Ta peab tundma ja oskama rakendada kvaliteedijuhtimise meetodeid ja põhimõtteid, tegevusvaldkonda reguleerivaid standardeid ja õigusakte.

Kogemused ja kompetentsid: Varasemad meeskonnatöö ja õmblustöö kogemused ülikooli poolt suunatud praktilal, ettevõtlusalane ettevalmistus puudub.

Ott tegeleb ettevõttes nii disaini kui ka õmblusega ning suhtleb nii ettevõtete kui ka eritellimuse esitajatega seoses soovitud toodetega.

Paula – finantskonsultant (0,5 kohta), majandusteaduse 2. kursuse bakalaureusetaseme üliõpilane.

Kogemused ja kompetentsid: praktiline töökogemus olemas, finants- ja majandusalane ettevalmistus algtasemel, ettevõtlusalane ettevalmistus ülikoolist, praktiline ettevõtte loomise kogemus puudub. Paula vanematele kuulub pereettevõtte, mida juhib ema. Paula on varasemalt pereettevõttes aidanud väiksemaid töid teha ja adub, mida tähendab ettevõtte juhtimine ja igapäevane töös hoidmine.

Paula tegeleb ettevõttes juhtimise ja finantshaldusega, korraldab müügitegevust (haldab ja kontrollib tellimusi), tellib sisse õmblusmaterjale ja kangaid ning korraldab haldusküsimusi.

Äriplaani koostamise hetkel on äritegevusele kaasaaitamise osas andnud kirjaliku või suulise nõusoleku järgnevad isikud ja ettevõtted.

Keit Pihlapuuke – juhatuse liige kahes ettevõttes, millest üks on tegelenud muuhulgas õmblusteenuste osutamisega. Keit omab kahe ettevõtte käivitamise ja ühe eduka ettevõtte ja kaubamärgi väljatöötamise kogemust ning nõustab projekti raames ettevõtet käivitamise, tootmise, partnerite leidmise ja turustamise osas.

Kotiriie OÜ – üle 10 aasta kangaste ja õmblustarvete müügiga tegelenud ettevõtte, mis varustab enam kui 200 õmblusettevõtet materjalidega ning omab kolme kauplust eraisikute teenindamiseks. Kotiriie OÜ konsulteerib ettevõtet materjalide hankimise osas ning vahendab vajalikke õmblusmaterjale 30 päevase maksetähtajaga.

Star – ühest turundusspetsialistist koosnev mikroettevõtte, mis tegeleb turundusteenuste pakkumise ja vahendamisega. Ettevõtte on üle 5aastane kogemus turunduse valdkonnas ja on spetsialiseerunud alustavate ettevõtete toetamisele. Star pakub alates 3. tegevuskuust ettevõttele turundusalast konsultatsiooniteenust.

Kõik selles näites kirjeldatud inimesed ja ettevõtted on õpiku autorite poolt välja mõeldud ning seoseid pärisinimeste või -ettevõtetega ei ole.

Eksperdi kommentaar

Üldiselt on koostööpartnerist ettevõtjalt teenuse tellimine odavam kui enda ettevõttesse töötaja palkamine. Samas ei pruugi koostööpartner alati olla kursis kõigi toote eripäradega ja seetõttu võib olla vajalik turundamisel või isegi toodetest fotode tegemisel meeskonna liikme abi, kes on tootega väga hästi tuttav. Seetõttu soovitan jagada turundusspetsialistiga detailset infot ettevõtte väärtuste, sihtrühmade, toodete funktsionaalsuse, tootmise, meeskonnaliikmete jm kohta. Võimalusel tasub turundusspetsialistiga ühiselt turundustegevusi planeerida ning veenduda, et tal on olemas turundustegevuseks vajalik info. Ettevõtte hea tundmine on abiks turundustegevuste läbiviimisel.

Väga hea on omada kogemustega mentorit, kellel on nii kontaktid kui ka isiklik kogemus ja teadmised nii toodete kui ka nt võimalike koostööpartnerite kohta.

PARTNERID, RESSURSID JA TEGEVUSED

Õmblusettevõtte käivitamiseks on meeskonnal kõigepealt vaja leida nii sobiva suurusega tootmis- ja laopind, õmblemiseks vajalikud masinad ja -vahendid (sh tootmisjäägid), akud, aga ka töö tegemiseks vajalik mööbel ja valgustus ning materjalide ja valmis toodangu hoidmiseks riiulid. Samuti on vaja valmis tooted pakendada ja klientideni toimetada ehk saata.

Meeskond alustas kõigepealt tootmis- ja laopinna võimaluste väljaselgitamisest.

Tootmispinna ja laopinna rentimisel alustati otsinguid sobiva asukoha, pinna suuruse ja üürihinna järgi. Turul olevatest võimalust sobis ettevõtte vajadustega, sh vajaliku ruumi suurusega, kõige enam Puistee tn tootmispind, suurusega 32 m², hinnaga 10,67 €/m², mida saab kasutada ka laopinnana. Tootmis- ja laopinna rentimine läheb meeskonnale ühes kuus maksma 350 €.

Järgmisena asuti otsima tööks vajalikke masinaid: universaalset õmblusmasinat, overloki äärestusmasinat, tikkimismasinat, triikrauda. Õmblusmasinate soetamiseks valiti kvaliteetsed Juki õmblus- ja tikkimismasinad ning meeskond asus otsima nende masinate müüjat kui ka hooldajat ja lisavarustuse pakkujat. Masinate edasimüüjatest valiti OÜ Veimex ([Õmblusmasinad overlokid tikkimismasinad kudumismasinad – müük ja remont Veimex](#)), kes pakub lisaks masinate müügile ka õmblusmasinate hooldust (nt overloki lõiketerade teritamine), remonti, nõelu, niite, aga ka lisavarustust (nt kanga ketaslõikur).

Seejärel otsiti töö tegemiseks vajaminevat mööblit ja valgustust. Masinate müüjalt OÜ Veimexilt oli võimalus osata ka spetsiaalne Juki töö- ja juurdelõikuslaud, õmbleja töötool ning kohtvalgusti. Kolm sobivat riiulit leiti firmalt AJ Tooted (<https://www.ajtooted.ee/ladu-ja-toostus/ladustamine/laoriulid/laoriulid/power/riiul-91850-91913>).

Toodete valmistamiseks vajatakse ka erinevaid õmblusmaterjale ja -tarvikuid.

Õmblustarvikute pakkujatest kottide õmblemiseks valiti välja Trixel

OÜ (<https://www.trixel.ee/koti-ja-nahat%20materjalide-ja-tarvikute-pakkujad>). Turul on palju

õmblusmaterjalide ja -tarvikute pakkujaid, kelle seast valis meeskond välja kaks: Trixel OÜ ja Kotirii OÜ* kellest esimene pakub materjale ja tarvikuid nii tekstiili- kui ka nahatoodete õmblemiseks ning teine nõustab alustavat ettevõtet. Kui esialgu oli meeskonnal plaanis koostööd teha teistest konkurentidest odavama hinnaga materjale müüva ettevõttega Usin OÜ*, siis peale eksperdi konsulteerimist sellest mõttest loobuti, kuna ettevõtte poolt pakutud materjalid kipuvad klientide tagasiside põhjal kiiresti kuluma ja esinduslikku väljanägemist kaotama.

Akupangaga pinalite jaoks vajatakse ka akusid jt tehnikakomponente, mida pakub ettevõtte Autoveod-Tehnika AS Akukeskusest, millel on poed Tallinnas ja Tartus (<https://akukeskus.eu/akud/>).

Veel vajab meeskond toodete õmblemiseks kanga- ja nahajäätmeid. Ettevõtete hulgast otsis meeskond sarnaste väärtustega ettevõtet: kes oleks keskkonnasõbralik ning valmistaks mööblit Eestis käsitööna. Leiti kaks sobivat partnerit. Esiteks eritellimusena mööblit

valmistav ettevõtte Lindeberg Furniture, mis asub Tallinnas (<https://lindebergfurniture.ee/Tallinn>). Teiseks juba 1993. a mööblit tootev Eesti perefirma Ermatiko OÜ, kellel on tootmine nii Tallinnas kui Lõuna-Eestis (<https://ermatiko.com/>). Põhipartneriks valiti Lõuna-Eestis tegutsev Ermatiko OÜ, mis asub Tartus tegutsevale ettevõttele lähemal, kuid materjalide sortimendi laiendamiseks tuuakse materjale ka ettevõttest Lindeberg Furniture.

Pakkematerjali pakkujana otsustas meeskond paljude teiste hulgast partneriks valida Multipakend Tootmine OÜ (<https://multipakend.ee/>), kuna selles ettevõttes töötavad konstruktorid ja disainerid aitavad luua igale tootele parima lahendusega pakendi (sh lainepaist tarbijatoodete pakendid, mitmevärviline trükk, lamineerimine), lisaks on vajadusel võimalik tellida kauba kohaletoomine ja ladustamine.

Partneritest ülevaate saamiseks koondati nad alljärgnevasse tabelisse.

Nutika Nõela partnerid või tarnijad, ressursid ja tegevused

Ettevõttele vajalik ressurss	Partner või tarnija	Selgitus
Tootmispind /laopind Puiestee tn	Kinnisvarabüroo UUS MAA OÜ	Tootmiseks ja toodete hoidmiseks vajaliku pinna üürimine
Õmblusmasinad (Juki), tikkimismasin	OÜ Veimex	Õmblemiseks vajalik tehnika, varuosad ja tehnika hooldus
Töölaud ja -tool, riiulid, kohtvalgusti	OÜ Veimex, AJ Tooted	Tootmiseks vajaliku töökoha ja valgustuse ostmine
Turundustegevus (alates 3. tegevuskuust)	Star OÜ*	Ettevõtte turundustegevuste läbiviimine sotsiaalmeedias, kodulehe ja veebipoe loomine
Meeskonna konsulteerimine	Keit Pihlapuuke*	Ettevõtte nõustaja, mh käivitamise, tootmise, partnerite, turundamise osas
Kanga- ja nahajäätmed	Lindeberg Furnitur, Ermatiko OÜ	Koostöölepingud mööblit tootvate ettevõtetega, materjali transport ettevõttest
Õmblustarvikud ja - materjalid	Trixel OÜ (kottide tarvikud), Kotiriie OÜ*	Tarvikud ja materjalid tekstiilist ja nahast kottide õmblemiseks
Akud jt tehnika komponendid	Akukeskus	Akude ostmine toodete valmistamiseks

Toodete pakendamine	Multipakend Tootmine OÜ	Koostöö sobivate (sh sobiva kujundusega) pakendite loomiseks, ostmiseks, hoiustamiseks
Toodete saatmine klientidele	Transporditeenuste pakkujad: pakiautomaadid – Omniva, SmartPost, Dpd, Venipak; kullerteenuste pakkujad – Omniva, DHL	Koostöö kullerteenust ja pakkide saatmist võimaldavate ettevõtetega toodete saatmiseks klientidele
Füüsiline pood, kus klient saab tooteid näha ja veebipood, kus klient saab tooteid osta (edasimüüjad)	Tartu käsitööpood Varalaegas, Lemonshop OÜ (veebipood KingadKotid.ee)	Toodete füüsiline proovimine ja edasimüümine klientidele

** õpiku autorite poolt väljamõeldud ettevõtted ja ettevõtjad*

Tabelis väljatoodud partneritega on planeeritud teha pikaajalist koostööd ning olulisemate partneritega sõlmida ka koostöölepingud.

Eksperdi kommentaar

Ruumide rentimisel tuleks vaadata ka kommunaalide hinda. Näiteks et renditav ruum ei oleks elektriga köetav, kuna see alternatiivsetest küttevõimalustest kõige kallim. Õmblemise puhul on oluline tingimus ka loomuliku valguse ning hea üldvalgustuse olemasolu ning kohtvalgustuse võimalus.

Õmblusmasina ostmisel tuleks eelistada universaalset õmblusmasinat, mis õmbleks nii riidet kui ka nahka. Väga hea, et meeskond on mõelnud partneri puhul ka seadmete hooldamise võimalusele ning vajadusel lisaseadmete hankimise võimalusele, nt võib vaja minna lisatarvikuid luku jt detailide lihtsamaks õmblemiseks. Masina ostmine peab ennast ära tasuma, kuid kui toodete kogus on suur, siis on mõistlik omada erinevaid masinaid. Väikese koguse toodete korral on erinevate masinate kasutamine ühe toote õmblemisel tülikas, sest neil kõigil on vaja vahetada niite, häälestada masinad antud materjalile ja neidile sobivaks, kasutada erinevate materjalide jaoks sobivaid nõelu jne.

Kui toodete peamiseks saatmisviisiks on pakiautomaadi kasutamine, tuleks juba toodete kavandamisel silmas pidada, et tooted võiksid mõõtudelt ära mahtuda pakiautomaati.

Pikaajaliste partnerite puhul on oluline neid põhjalikult tundma õppida, esialgu tasub võtta paljudelt partneritelt näidised ja hinnad, võrrelda ka toote kvaliteeti, müügitingimusi ja koostöökogemusi. Nt tasub partneritelt enne otsustamist uurida, kas on võimalik osta ka väiksemat kogust (nt ettevõttega alustamisel) ja ka tarnetingimusi (nt kauba kohalejätmise aega), mitte ainult hinda.

8. NUTIKA NÕELA EELARVE

Nutika Nõela meeskond koostas eelarve, et prognoosida müüki ja raha väljaminekut.

Müügi prognoosimisel võeti aluseks esmalt toodetavad tooted koos prognooshinnaga. Hinna määramisel lähtuti materjalikulust (sh akude vajadusest) – seega vaadeldi eelkõige kulukeskset hinnakujundust.

Seega Nutika Nõela pesemistarvete koti hinna arvutamine alushinnaametodil on järgmine:

$$\text{Hind} = (20 \times 5,00 + 20,00) / (20 \times (1 - 0,4))$$

$$\text{Hind} = 10 \text{ €},$$

kus

kogus on 20,

ühikukulu on 5,0 €

püsikulu 20,00 €

kasumiprotsent 40%

Seega on 20 samasuguse toote toomise korral hinnaks 10 eurot.

Juurdehindlusametodil hinna arvutamiseks on vaja teha kaks erinevat arvutust, arvutades esmalt välja omahinna ja sellele järgnevalt müügihinna.

Valem: omahind = müügihind / (1 + juurdehindlusprotsent)

$$\text{Toote omahind} = 10 / 1,4$$

$$\text{Toote omahind} = 7,14 \text{ €},$$

kus

müügihind 10 €

juurdehindlusprotsent 40% ehk 0,4

Teades omahinda, saab välja arvutada müügihinna:

$$\text{Hind} = 7,14 \text{ €} \times (1 + 0,4)$$

$$\text{Hind} = 10 \text{ €}$$

või

$$7,14 \text{ €} + 2,86 \text{ €} = 10 \text{ €},$$

kus

toote omahind 7,14 €

juurdehindlusprotsent 40%

juurdehindlussumma 2,86 €

Eelnevast lähtuvalt arvutati välja kõikide toodete hinnad, mis on toodud alljärgnevas tabelis.

Toote nimetus	Hind	Omahind
Pesemistarvikute kott	10€	7,14 €
Akupangaga pinal	29€	20,71 €
Seljakott	69€	49,29 €
Õlakott	39€	27,86 €
Eritellimustooted (erinevad, toodud keskmine hind)	80€	57,14 €
Ettevõtetele suunatud reklaamtooted (erinevad, toodud keskmine hind)	23€	16,43 €

Omaosalusena panustab iga meeskonnaliige 1500 euroga, makstes sisse osakapitali suuruses 4500 eurot.

Kuna ettevõtte loomise hetkel on Ott töötu, siis koostab ta Eesti Töötukassale ettevõtlusega alustamise toetuse taotluse. Taotlusega küsib ta toetust seadmete (õmblus- ja tikkimismasin, overlok ja sisustus) ja esmaste materjalide soetamiseks ning turundustegevustega alustamiseks summas 6 000 eurot. Eelduslikult laekub toetus 3. tegevuskuul, mais.

	märts.25	apr.25	mai.25	juuni.25	juuli.25	aug.25	sept.25	okt.25	nov.25	dets.25	jaan.26	veebr.26	2025 KOKKU
TULUD													
Pesemistarvikute kott (21)	210	336	399	483	504	546	651	735	777	756	756	798	6951
Akupanaga pinal (29)	232	348	406	464	551	551	580	638	696	638	580	638	6322
Seljakott (69)	276	414	552	621	828	828	966	1104	1242	1104	897	966	9798
Eriteellimustooted			240	320	480	640	720	880	1040	1120	1040	1280	7760
Reklaamkingid ettevõtetele (25)			345	437	529	621	598	644	736	805	828	874	6417
Transpordikulud (kliendilt)	55	85	148	178	210	230	250	280	310	308	295	320	2668
Osakapital	3900												3900
Toetused			6000										6000
TULUD KOKKU	4 673	1 183	8 090	2 503	3 102	3 416	3 765	4 281	4 801	4 731	4 396	4 876	49 816
KULUD													
Investeeringud	märts.25	apr.25	mai.25	juuni.25	juuli.25	aug.25	sept.25	okt.25	nov.25	dets.25	jaan.26	veebr.26	2025 KOKKU
Juki õmblusmasin	842												842
Tikkimismasin			2300										2300
Juki overlok	842												842
Töökoht (laud, tool, valgusti)	402												402
Juurdelõikulaud		300											300
Seadmed (triklaud ja -raud, printer jm)		120	150										270
Riiulüsteem ja konstrueerimislaud		370	185										555
INVESTEERINGUD KOKKU	2086	790	2635	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5511
Muutuvkulud	märts.25	apr.25	mai.25	juuni.25	juuli.25	aug.25	sept.25	okt.25	nov.25	dets.25	jaan.26	veebr.26	2025 KOKKU
Õmblemistarvikud, kangad	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	340	200	2 540
Akud	240	120	120	180	180	180	240	320	320	400	400	560	3 260
Transport (pakkiide saatmine)	42	65	112	135	160	175	190	213	236	234	224	243	2 027
Raamatupidamine		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	660
Turunduskulud	80	60	660	1000	1000	60	760	60	60	660	60	60	4 520
Kontoritarbeid ja printimiskulud	10	10	55	10	10	10	10	10	10	10	75	10	230
Pakendid	50	50	50	75	75	75	75	75	75	75	75	100	850,00
Koolituskulud							200			200			400
Jurist		200							200				400
Transpordikulu (kliendi juurde sõitmine)			20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	200
Seadmete hooldus				100				100				100	300
MUUTUVKULUD KOKKU	622	765	1 277	1 780	1 705	780	1 755	1 058	1 181	1 859	1 254	1 353	15 387
Püsikulud	märts.25	apr.25	mai.25	juuni.25	juuli.25	aug.25	sept.25	okt.25	nov.25	dets.25	jaan.26	veebr.26	2025 KOKKU
Rent		700	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4 200
Küte, ventilatsioon	80	60	50					60	80	110	120	110	670
Elekter	45	54	62	69	82	83	86	96	98	100	105	110	990
Vesi, kanalisatsioon	12	15	18	20	25	25	25	25	25	25	25	25	265
Jäätmekäitlus		8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	88
Palk (Ott)			1070	1070	1070	1070	1070	1338	1338	1338	1338	1338	12 042
Turundusspetsialist (teenus)			400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4 000
Pangakulud	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
Internet, telefon	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Veebilehe majutus ja doomen		32	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	152
Maksekeskus	19	30	52	63	78	85	94	107	120	118	110	122	998
Muud kulud	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
PÜSIKULUD KOKKU	312	1055	2 179	2 148	2 181	2 190	2 202	2 552	2 587	2 617	2 624	2 631	25 277
KULUD KOKKU	3 020	2 609	6 091	3 928	3 886	2 970	3 957	3 610	3 768	4 476	3 878	3 984	46 175
Kulude ja tulude vahe	1 653	-1 426	1 999	-1 425	-784	446	-192	671	1 033	255	518	892	3 640
Raha jääk perioodi lõpuks	1 653	227	2 225	800	17	463	271	943	1 976	2 231	2 748	3 640	

Kuludena käsitletakse eelarves investeeringuid, muutuv- ja püsikulusid.

Investeeringukulude alla arvestatakse õmblus- ja tikkimismasina ning overloki maksumus koos õmbluslaua, tooli ja valgustiga ning riiulisüsteemidega. Antud kulud tõlgendatakse investeeringuna, kuna need on vajalikud ettevõtlusega alustamiseks ja toodete valmistamiseks ning turustamiseks. Tulenevalt seadmete tellimisajast ning piiratud eelarvest ei laeku kõik seadmed ja arved üheaegselt. Õmblusmasin ja overlok koos töölaua, -tooli ja kohtvalgustiga saabuvad kohale märtsis, triikraud koos -laua, juurdelõikuslaua ja kahe esimese riiuliga aprillis ning printer ja kolmas riiul alles mais.

Muutuvkuludena käsitletakse õmblustarvikute ja kangaste ning akude soetusmaksumust, turunduskulusid, raamatupidamist, transpordikulusid (pakkide saatmine pakiautomaatidesse ja kullerteenus, transport kliendi juurde), kontoritarbeid, õigusabi- ja koolituskulusid, interneti- ja telefonikulusid ja seadmete hoolduskulusid. Antud kulud tõlgendatakse muutuvkuludena, kuna nende tellimise vajadus ja maht sõltub toodetavate toodete kogusest, lisateenuste vajadusest või töötajate koolitusvajadusest.

Püsikuludena käsitletakse rendikulu, kulusid kommunaalteenustele (küte, ventilatsioon, elekter, vesi- ja kanalisatsioon ning jäätmekäitlus), palgakulusid, turundusspetsialisti teenust, panga- ja maksekeskuse kulusid ja muid kulusid, mis jäävad tootmismahust sõltumatuks.

Palgakuluna on planeeritud luua osakoormusega töökoht esialgu vaid Otile, kes tegeleb igapäevaselt toodete valmistamise ja eritellimuste vastuvõtmisega. Maist kuni septembri lõpuni töötab Ott 0,4 koormusega, brutopalgaga 800 eurot kuus, alates oktoobrist kuni veebruarini on tema koormuseks arvestatud 0,5, brutopalgaga 1000 eurot. Eelarves on tööjõukulu kajastatud tööandja kuluna, sh kõikide riiklike maksudega. Esimesel tegevusaastal makstakse palka vaid Otile, Adele ja Paula esimesel tegevusaastal palka ettevõttest ei saa.

Meeskond ostab teenusena sisse turundusspetsialisti alates maist kuni veebruarini. Turundajaga lepatakse kokku töö sisu, milleks on vajalike turundusteenuste korraldamine, alates sotsiaalmeediakontode haldamisest ja sisu loomisest kuni messideks ja laatadeks ettevalmistuseni. Kokkuleppeliselt on esitatava arve suuruseks 400 eurot/kuus, millele ei lisandu käibemaksu.

Muude kuludena on arvestatud 100 eurot, mis on ette nähtud ettearvamatuteks kuludeks.

Eelarve kohaselt jääb ettevõtte tulem juba esimese tegevusaasta lõpuks positiivseks, mis planeeritakse omakorda suunata toodete arendusse ja ettevõtte kasvatamisse. Investeeringute tagasiteenimine toimub aga loodetavasti järgnevate aastate jooksul.

10. ÄRIMUDEL

Nutika Nõela meeskond koostas ärimudeli, võttes aluseks Osterwalderi ja Pigneuri ärimudeli lõuendi. Ärimudeli lõuendi täitmisel võeti aluseks eelnevalt käsitletud teemad ning eelarvelised eeldused.

Nutika Nõela ärimudel Osterwalderi ja Pigneuri (2014) ärimudeli lõuendil

PÕHIPARTNERID - õmblus- ja tikkimisseadmete pakkuja (Juki – ost ja hooldus); - õmblustarvikute pakkuja (nt niidid, nõöbid, haagid, lukud); - pakkematerjalide pakkuja (nt Pakendikeskus); - transporditeenuste pakkujad (pakiautomaadid Omniva, SmartPost, Dpd, Venipak); kullerteenuste pakkujad (Omniva, DHL jne); - õmblusmaterjalide pakkuja (nn. uued kangad, vatiin jm); - tööstuspartnerid (kellega on kokkulepe kanga- ja nahajääkide eraldamiseks); - akud jt tehnikakomponendid (tehnikapartner); - tootmispinna (välja)rentija	PÕHITEGEVUSED - toodete väljatootamine ja disainimine; - toodete õmblemine; - pakendamine ja transpordi korraldamine; - turundus- ja müügitgevused; - eritellimuste vastuvõtmine ja teostamine PÕHIRESSURSID - disainer ja õmbleja; - juurdelõikaja; - stantsid, laserlõikuseks tehnilised joonised; - õmblustarvikud ja -seadmed; - riide- ja nahajääkidega varustamine; - tootearendus; - tootmisruum; - eristuv ja kaitstud kaubamärk; - raha (õmblusseadmete ost); - oskused: lepingud, turundus ja müük	VÄÄRTUS-PAKKUMISED - eristuv ja praktiline eriotstarbeliste kottide disain ning funktsionaalsus; - taaskasutus (riide- ja nahajäägid tööstusest) ja jätkusuutlik tootmine	KLIENDISUHTED - personaalne lähenemine (tooteid on võimalik tellida ja valmistada koostöös kliendiga); - veebisuhtlus (kodulehe ja sotsiaalmeedia vahendusel); - toodete kohta teadlikkuse tõstmine ajakirjanduse vahendusel (sisuturundusartiklid) KANALID - sotsiaalmeedia (ettevõtte kontod facebookis, instagramis ja tik-tokis); - koduleht koos e-poega; - messid (disain; pere ja kodu); - sisuturundus-artiklid ajakirjanduses	KLIENDISEGMENDID - tööealised inimesed (reisimine, sportimine, selja-õlakott tööle, reisidele, sporditarvetele jne); - lapsevanemad (akupangaga pinal, pesemistarvikute kott koolilastele); - üliõpilased (akupangaga pinal, selja- või õlakott, pesemistarvikute kott); - ettevõtted (reklaamkingiks akupangaga pinal, arvutitaskud, selja- või õlakott); - eritellimuste tellijad (erivarustus, meditsiini- ja tehnikakotid jm)
KULUSTRUKTUUR - investeringud: õmblustarvikud ja -seadmed, mööbel; - palk; - materjalid (hind ja transport); - transpordikulud (kullerteenus, postikulu, muu); - rent ja kommunaalkulud (elekter, küte, vesi ja kanalisatsioon)			TULUVOOD - pesemistarvikute koti müük; - akupangaga pinalite müük; - seljakottide müük; - eritellimustööd; - reklaamkingid	

Ärimudeli kohaselt on tegemist ökoloogilise ja rohelise ettevõttega (ingl k Eco & Green), mille protsessid ja tootmine on keskkonnasõbralikud, kuid samal ajal kasumlikud. Arvestades, et järjest enam kliente väärtustab keskkonnasäästlikkust ning ökoloogilise jalajälje vähendamist, on ettevõttel ette näha klientide toetust ja väärtustamist. Pikemaajalises plaanis on ettevõttel kavas areneda mitte ainult veebimüügiga tegelevaks ettevõtteks, vaid viia oma tooted ka olemasolevatesse kauplustesse ja jaemüügikettidesse, liikudes enam ärimudeli suunas, mille korral on tooteid võimalik soetada nii traditsioonilisest kauplusest kui ka veebist (ingl k Bricks & Clicks).

Eksperdi kommentaar

Jääkidest toodete valmistamisel tuleb arvestada suurema aja- ja töökuluga, kuna tuleb leida jääkide seast sobivaima värvi, struktuuri ja kujuga kangad ning asetada toote detailid etteantud pindadele. Lisaks tuleb arvestada sellega, et õmbleja ei pruugi osata vastu võtta eritellimust ning konstrueerida lõiget, sest see eeldab disaini ja konstrueerimise kompetentsi.