



HARIDUS- JA NOORTEAMET



Euroopa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti
tuleviku heaks

Edu
Tegu



ETTEVÕTLUSÕPPE HARJUTUSTE KOGUMIK

Juhendmaterjal õpetajatele

Koostaja: Sirle Truuts



HARIDUS- JA NOORTEAMET



Euroopa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti
tuleviku heaks



ETTEVÕTLUSÕPPE HARJUTUSTE KOGUMIK

Juhendmaterjal õpetajatele

Koostaja: Sirle Truuts

Koostanud: Sirle Truuts
Toimetanud: Riina Tobias
Kujundanud: Merike Säask

Autoriõigused: Haridus- ja Noorteamet

ISBN 978-9916-670-83-5
ISBN 978-9916-670-84-2 (pdf)

atlex

Kirjastus Atlex
Kivi 23
51009 Tartu
Tel 734 9099
Faks 734 8915
atlex@atlex.ee
www.atlex.ee

Sisukord

Sissejuhatus	5	Ettevõtlusteemalised videod	28
Meeskonnatöö ja suhtlemine	7	Ettevõtlusvormi valik	28
Meeskond kui sõiduk	8	Tegevusala ettevõtte asutamisel	29
Õige või vale	8	Äriidee, toote ja teenuse arendus	30
Sarnasused ja erinevused	9	Info, mida inimesed otsivad internetist	31
Inspireeriv ettevõtlusega seotud lause	9	Probleemide nimetamine	31
Tualettpaber	9	Viie miksi harjutus	32
Üksikule saarele	10	SCAMPER-mudel	32
Kogemuste ja huvide jagamine	10	Teenusedisaini topeltteemandi mudel	34
Ettevõtlusest läbi anekdootide	10	Kalaluu diagramm	35
Ettevõtja	11	Ettevõtlusteemaline sõnamäng	36
Ettevõtja, kes ta on?	12	Ettevõtlusega alustamine 0 euroga	36
Ettevõtja läbi muinasjutukangelase tegelaskuju	12	Ettevõtlus, kui ebaõnnestumine on 100% välistatud	36
Personaalse SWOT-analüüsi koostamine	12	Liftikõne	37
Ettevõtja isikuomaduste test	14	Investori roll	37
Olukord, kus pidin julgelt suhtlema	16	Visioon, missioon ja eesmärgid	38
Kliendiga konfliktolukorra lahendamine	16	Igapäevane enesejuhtimine	39
Väljakutsete ja raskustega toimetulek	17	Visioon	39
Piiratud ressursidega toimetulek ettevõtluses	17	Missioon	40
Ettevõtja tugevused ja ettevõtluse väljakutsed	18	SMART-meetod	40
Ettevõtlusest läbi eesti vanasõnade	19	GROW-mudel	41
Jäävuskumused ettevõtluses	20	Minu elu 1 aasta pärast	42
Motivatsioon igapäevaelus	20	Ettevõtjaks 1 miljoni euroga	42
Mis motiveerib edukaid ettevõtjaid?	21	Minu pensionile mineku pidu	43
Ettevõtlus	22	Ettevõtluskeskkond	44
Ettevõtluse mõiste	23	PESTLE-analüüs	45
Ettevõtlus läbi pildi	23	Porteri viie konkurentsijõu mudel	46
Ettevõtlusest üllatusmuna näitel	23	SWOT-analüüs	47
Ettevõtlusteemaline ristsõna	24	Minu varuplaan	48
Ettevõtlusteemaline Kahoot! mälumäng	25	Kohanejad ja läbikukkujad	48
Märksõnad, mis iseloomustavad ettevõtlust	25	Turg ja kliendid	49
Ettevõtlus kui puu	25	Külaskäik turule	50
Multifilm „Ettevõtlus“	26	Erakliendi segmenteerimine	50
Ettevõtlusega alustamise etapid	27	Äriklendi segmenteerimine	51
Ettevõtluse sõnamäng	27	Maslow' inimvajaduste püramiid	52
Ettevõtlusteemalise teadusartikli lugemine	27	Kliendi valupunktid	52
Ettevõtlusteemaliste uudiste lugemine	28		

Minu vajadused kliendina	53	AIDA-mudel ja müügitunnel	66
Persoon ehk näidiskasutaja loomine	54	„Appi, ma olin müügitunnelis!“	67
Klienditeekonna kirjeldus	54	Märksõnade analüüs	67
Kliendiuuringud	55	Kliendi ostumärgid	67
TAM SAM SOM-meetod turuosa valimiseks	56	Üleskutse tegevuseks ehk „ <i>call-to-action</i> “ sõnastamine	68
Reklaamide analüüs „Kes on klient?“	56	Unikaalse müügipakkumise sõnastamine	69
Konkurendid	57	Reklaami kujundamine	69
Konkurentide liigitus	58	Eduka reklaami analüüs.....	69
Konkurentsieelised	58	Turundusmeetmetiku mudelid	70
Otseste konkurentide avalike andmete analüüs	60	Hinnastamine	71
Otseste konkurentide tugevuste ja nõrkuste analüüs	61	Omahind	72
Positioneerimine läbi hinna ja kvaliteedi analüüsi	62	Müügihind	72
Intervjuu konkurendiga	62	Tasuvuspunkt	73
Konkurendi kirjeldus läbi pildi	62	Hinnastrateegiad läbi praktiliste näidete	73
Eetiline ja kõlvatu konkurent	63	Allikad	74
Turundus ja müük	64		
Ettevõtluse edulugu ajakirja esikaanel	65		
Turundusideede kogumine	65		



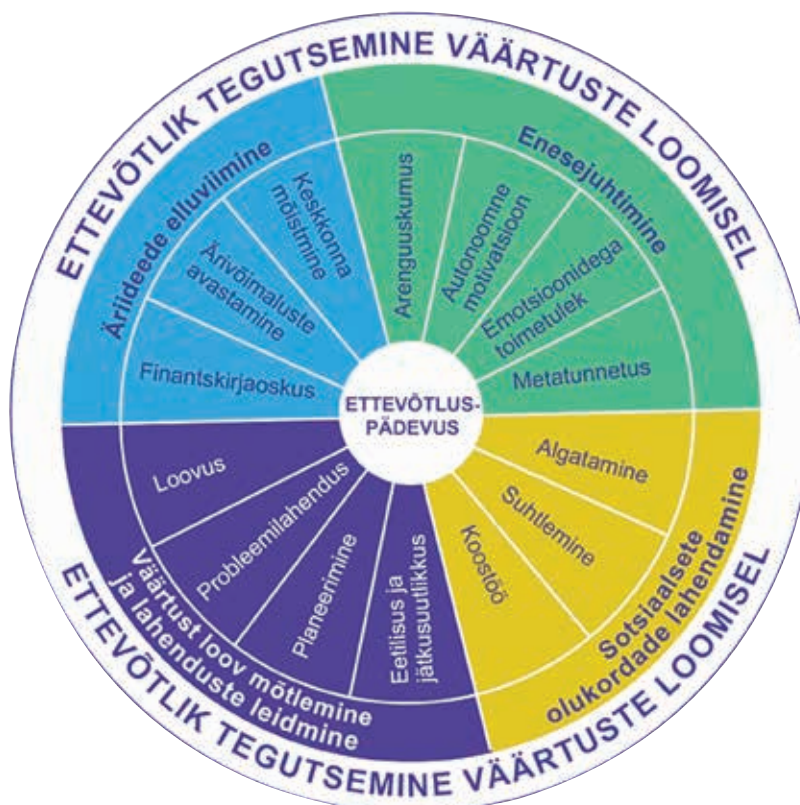
Sissejuhatus

Käesoleva ettevõtlusõppe õppeharjutuste kogumiku eesmärk on muuta ettevõtlusõpe läbi reaalsete elusituatsioonide praktiliseks ja huvitavaks. Kogumikus välja töötatud harjutused on universaalsed ja neid on võimalik kasutada nii erinevates haridusastmetes kui ka erialade õpetamisel. Harjutuste abil saab toetada õppija ettevõtluspädevuse arengut. Enamikku kogumikus toodud harjutusi on ettevõtlusõppes kasutatud.

Kogumik sisaldab **94** harjutust, mis on jaotatud omakorda kümneks peatükiks. Kogumik algab meeskonnatööd ja õpilaste omavahelist suhtlemist toetavate harjutustega. Seejärel jätkab kogumik järgmiste ettevõtlusteemaliste harjutustega:

- ▶ Ettevõtja – iseenda ja ettevõtja peamiste tugevuste, nõrkuste ja isikuomaduste analüüsimine;
- ▶ Ettevõtlus – ettevõtluse olemuse mõistmine läbi lihtsate ja loovust toetavate harjutuste;
- ▶ Äriidee leidmine – keskenduvad äriidee leidmisele läbi info, probleemide ja vajaduste analüüsimise;
- ▶ Visioon, missioon ja eesmärgid – aitavad luua ettevõtlustegevustele suunda ja tähendust;
- ▶ Ettevõtluskeskkond – toetavad ümbritseva keskkonna erinevate mõjuteguritega tutvumist ja seoste loomist enda äriideega;
- ▶ Turg ja kliendid – suunavad õpilast valima õiget sihtrühma ja kirjeldama klienti, kelle vajadusi pakutavad tooted ja teenused rahuldavad;
- ▶ Konkurendid – toetavad õigete konkurentide valikut ja nende analüüsi lähtuvalt objektiivsetest allikatest;
- ▶ Turundus ja müük – suunavad suhtluskanalite valikut lähtuvalt kliendi info tarbimise harjumustest;
- ▶ Hinnastamine – aitavad arvutada oma- ja müügihinda ning tasuvuspunkti.

Harjutused sisaldavad nii sisulist kirjeldust kui ka seost ettevõtluspädevusega. Lisaks on iga harjutuse lõppu toodud soovitud juhendajale harjutuste läbi viimiseks. Harjutuste keskmine kestus sõltub nii rühmade suurusest kui ka arvust, kuid enamikku harjutustest on võimalik teha keskmiselt 15 minutiga. Tundides harjutuste läbi viimiseks aja puudumise korral võib osa harjutuste korral jätta ettevalmistustegevused kodutööks, millele järgneks arutelude osa juba tunnis. Enamik harjutusi on mõeldud kasutamiseks rühmatöona, kuid kogumik sisaldab ka mitmeid harjutusi, mida õpilasel on võimalik teha individuaalselt. Peamisteks õppevahenditeks on paber ning kirjutusvahend. Samas on võimalik enamikku harjutusi teha ka arvutit või mobiiltelefoni kasutades (nt mõtete kirjutamine, info otsimine). Mobiiltelefon ei sobi nendeks harjutusteks, mille tulemuseks on dokumendi koostamine.



Juhendaja roll harjutuste läbiviimisel on õpilaste toetamine ja julgustamine. Tulenevalt sellest, et harjutuste tegemisel õpilane kas otseselt või kaudselt teeb ka eneseanalüüsi, siis võivad harjutuste tegemisega ilmned erinevad uskumused või emotsioonid seoses ettevõtlusega või kaasõpilastega suhtlemisel. Sellised olukorrad vajavad juhendaja tuge ja suunamist. Võimaluse korral on soovitatav juhendajal harjutus enne tunnis kasutamist iseseisvalt läbi teha.

Harjutusi luues on võetud aluseks ettevõtluspädevusmudel. Ettevõtluspädevust defineeritakse kui teadmiste, oskuste ja hoiakute terviklikku kogumit, mis on vajalik väärtust loovate ideede elluviimisel, õppija ettevõtlikkuse arenguks ning jätkusuutlikuks toimetulekuks töös ja igapäevaelus. Ettevõtluspädevus on rakendatav kõigis valdkondades ja elualadel ning suunatud indiviidi isiklikule arengule, aktiivsele osalemisele ühiskonnas ja tööturul nii palgatöötaja kui ka tööandjana.

Ettevõtluspädevus ja selle alapädevused on kujutatud joonisel.

Eri haridustasemetel ja eri haridusliikides on rõhuasetused pädevuste arendamisel erinevad. Nt alg- ja põhikoolis on õppe keskmes väärtust loova mõtlemise arendamine ja enesejuhtimisega seonduvate alapädevuste arendamine. Gümnaasiumis, kutse- ja kõrghariduses muutuvad lisaks eelnevale oluliseks ettevõtluskeskkonnas tegutsemisega seonduvad pädevused.

Ettevõtluspädevusi ja selle alapädevusi tutvustavad ning selgitavad lahti ettevõtlusõppe alusdokumendi peatükid 2 ja 3, millega on võimalik tutvuda Haridus- ja Noorteameti kodulehel.

Materjal on valminud Euroopa Sotsiaalfondi rahastatava programmi „Ettevõtlikkuse ja ettevõtlusõppe süsteemne arendamine kõigil haridustasemetel” raames Haridus- ja Noorteameti eestvedamisel.

Meeskonnatöö ja suhtlemine

Inimestevaheline suhtlus ja koostöö on nii ettevõtluse kui ka eduka ettevõtlusõppe vundament. Seega algab harjutuste kogumik meeskonnatöö ja õpilaste omavahelist suhtlemist toetavate harjutustega. Praktikas nimetatakse neid ka sageli „jälõhkuja“ harjutusteks.



Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ suhtlemisbarjääride vähendamine;
- ▶ ühise koostöö (meeskonnatöö) toetamine;
- ▶ kaasõpilaste tundmaõppimine;
- ▶ ootuste kaardistamine;
- ▶ eesmärkide sõnastamine;
- ▶ vastuolude tuvastamine;
- ▶ erimeelsuste ennetamine.

Harjutused keskenduvad eelkõige ettevõtluspädevuse mudelis sotsiaalsete olukordade lahendamise pädevuse arendamisele, toetades õpilastevahelist koostööd läbi algatamise ja suhtlemise. Lisaks toetavad mitmed harjutused loovat mõtlemist ja toimetulekut nii uskumuste, motivatsiooni kui ka emotsioonidega.

Juhendaja roll on harjutuste läbi viimisel rahuliku, stressivaba ja loova keskkonna loomine ning hoidmine. Lisaks on oluline mõista harjutuste sobivust konkreetsesse olukorda, sest eelkõige „jälõhkujate“ harjutuste puhul võib meelelahutusliku piiri tunnetus olla erinevate õpilaste puhul erinev.

Meeskond kui sõiduk

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Rühma liikmete tundmaõppimine ning koostööks oluliste ülesannete, rollide ja eesmärkide kokku leppimine.

Sisu: Harjutuse sisuks on arutelu tulemusel luua visuaalse pildi kujul sõiduk, mis iseloomustab kõige enam nii rühma või meeskonna liikmete peamisi rolle kui ka lõpptulemust, milleni soovitakse jõuda.

Arutelu sisaldab järgmisi teemasid:

- ▶ eesmärgi või eesmärkide sõnastamine;
- ▶ liikmetega tutvumine;
- ▶ ülevaate saamine liikmete tugevustest ja nõrkustest;
- ▶ sõiduki liigi valik, mis iseloomustab kõige enam ühist eesmärki;
- ▶ liikmete ülesannete jaotamine lähtuvalt sõiduki erinevatest funktsioonidest (nt rool, pidur, tuled jne).

Arutelu tulemusel tutvustab iga rühm ennast läbi sõiduki visuaalse kujundi teistele õpilastele.

Soovitused juhendajale: Sõiduki liigi valik sõltub õpilaste loovusest ja seega ei pea loodav sõiduk igapäevaelus olema kasutusel. Harjutuse peamine eesmärk on toetada läbi loovuse õpilaste mõtlemist eesmärgini jõudmisest. Juhendaja peaks olema valmis märkama detaile ja looma seoseid meeskonnatööga läbi sõiduki detailide, mida õpilased sõiduki loomisel toovad esile või jätavad lisamata.

Õige või vale

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Rühma liikmete suhtlemise algatamine ja üksteise tundma õppimine.

Sisu: Iga rühma liige ütleb enda kohta 3 väidet, millest 2 on õiged ja 1 on vale. Teised rühma liikmed peavad ära arvama, millised väited on õiged ja milline on vale. Ettevõtlusõppe harjutustundide korral on soovitatav suunata õpilasi jagama väiteid, mis on otseselt või kaudselt seotud ettevõtlusega või ettevõtluspädevusega.

Soovitused juhendajale: Harjutust on võimalik läbi viia ka suuremas rühmas. Sellisel juhul istuvad kõik õpilased ringis ja enda kohta väiteid jagav õpilane istub ringi keskele. Ülejäänud ringis istuvad õpilased arvavad, millised väited on õiged ja milline on vale. Kui õpilasi on palju ja kõigil ei ole võimalik suures ringis jagada oma väiteid, siis on oluline eelnevalt kokku leppida oma väidete jagamise võimalust kasutavate õpilaste arv.

Sarnasused ja erinevused

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Rühma liikmete tundma õppimine läbi sarnasuste ja erinevuste leidmise.

Sisu: Arutelu sisuks on üksteise tundma õppimine eesmärgiga leida kõigi liikmetel üksteisega vähemalt 2–3 sarnasust ja erinevust, mis on seotud kas isikuomaduste, kogemuse, hariduse, elustiili või hobidega. Soovitav on vältida visuaalsete sarnasuste või erinevuste nimetamist.

Pärast harjutuse lõppu iga rühm jagab arutelu tulemust suures grupis, iseloomustades meeskonda läbi 2–3 peamise sarnasuse ja erinevuse.

Soovitused juhendajale: Ettevõtlusõppe puhul on soovitatav leida sarnasusi ja erinevusi seoses ettevõtlusega või ettevõtluspädevuse mudeliga.

Inspireeriv ettevõtlusega seotud lause

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.;
- ▶ Aruteluga võivad esile kerkida kokkupuuted teiste ettevõtluspädevustega.

Eesmärk: Rühma liikmete tundma õppimine.

Sisu: Iga rühma liige jagab teiste liikmetega inspireerivat ettevõtlusega seotud lauset, mida on lausunud mõni edukas ettevõtja. Harjutuse alguses võib anda igale liikmele aega sobiva lause leidmiseks (nt 5–10 minutit). Seejärel jagab iga liige teistele grupi liikmetele oma lauset, vastates järgmistele küsimustele:

- ▶ Miks valisin just selle lause?
- ▶ Kuidas valitud lause kirjeldab ettevõtlust läbi praktiliste näidete?
- ▶ Millise ettevõtluspädevusega on valitud lause kõige enam seotud? Miks?

Soovitused juhendajale: Juhendaja võib suunata liikmeid lauseid otsima inglise keeles, otsides sobivaid lauseid ingliskeelsete väljenditega (nt *entrepreneurship quotes*, *entrepreneur quotes* vms). Juhendaja peab olema valmis suunama õpilasi leidma praktilisi näiteid ettevõtlusest ning aitama teha eneseanalüüsi läbi valitud lause ja selle seoste ettevõtluspädevusega.

Tualettpaber

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Rühma liikmete tundma õppimine.

Sisu: Õpilased võtavad tualettpaberi rullist lehti vastavalt tavapärasele vajadusele. Pärast seda, kui kõik on võtnud endale sobivas suuruses tüki tualettpaberi rullist, palub juhendaja neil kas kõigile või väiksemas rühmas jagada nii palju humoorikaid olukordi oma elust, kui palju ta võttis tualettpaberi lehti.

Soovitused juhendajale: Harjutust on soovitatav kasutada pigem rühmades, keda juhendaja juba tunneb. Tualettpaberi koguse valikuga võib kaasneda nii positiivseid emotsioone kui ka ebamugavust. Oluline on jälgida, et harjutuse läbi viimisel ei hakata kedagi solvama või sildistama.

Üksikule saarele

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Rühma liikmete tundma õppimine.

Sisu: Iga õpilane nimetab ühe eseme, mida ta võtaks kaasa üksikule saarele. Koos eseme tutvustusega vastab õpilane küsimusele:

- ▶ Kuidas õpilane tutvustab ja iseloomustab iseennast läbi selle eseme?

Seda harjutust on võimalik ka teha siis, kui õpilased on juba valinud välja ettevõtlusõppe raames arendatava äriidee. Sellisel juhul võib õpilane vastata küsimusele:

- ▶ Kuidas iseloomustad äriideed läbi selle eseme?

Soovitused juhendajale: Õpilane võib vajada abi seoste loomisel äriidee ja eseme vahel.

Kogemuste ja huvide jagamine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Rühma liikmete tundma õppimine.

Sisu: Õpilased vastavad etteantud küsimustele enda elustiili, hobide ja kogemuste kohta. Harjutus aitab algatada ühiseid arutelusid ja toetab üksteise tundmaõppimist. Küsimused, mida küsida, võivad olla järgmised:

- ▶ Milline oli viimane riik, kuhu reisisid?
- ▶ Milline oli viimane loetud raamat?
- ▶ Milline on sinu lemmikfilm?
- ▶ Mida viimati vaatasid televiisorist?
- ▶ Millal käisid viimati teatris ja mida vaatamas?
- ▶ Milline on su telefonis viimane pilt?
- ▶ Millistes sotsiaalmeediakeskkondades omad kontot?
- ▶ Kes on sinu lemmikmõjusikud, keda jälgid?
- ▶ Milliste hobidega tegeled?

Soovitused juhendajale: Küsimuste nimekirja võib täiendada vastavalt olukorrale.

Ettevõtlusest läbi anekdootide

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Rühma liikmete tundma õppimine.

Sisu: Õpilased saavad ülesandeks leida üks ettevõtlusteemaline anekdoot või naljapilt, mida esitleda teistele tunnis. Pärast igat anekdoodi jagamist arutatakse selle seoseid ettevõtlusega.

Soovitused juhendajale: Juhendaja võib jagada õpilaste enda poolt pilte või anekdoote.

Ettevõtja

Ettevõtlus saab alguse inimesest ehk ettevõtjast, kes märkab ühiskonnas probleemi ja loob sellele toote või teenuse näol lahenduse.

Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ ettevõtja rolli tundmaõppimine;
- ▶ ettevõtjale omaste isikuomaduste testimine;
- ▶ läbi eneseanalüüsi seoste loomine ettevõtluspädevusega.



Peatükis toodud harjutused keskenduvad enamasti eneseanalüüsile. Harjutuste tulemustega on võimalik luua seoseid nii ettevõtjaga kui ka mistahes muu ametikohaga. Enamikku harjutustest on võimalik teha individuaalselt.

Harjutuste tegemine võib esile tuua erinevaid arengut toetavaid või takistavaid ettevõtluspädevusi enesejuhtimise valdkonnast.

Ettevõtja, kes ta on?

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Ettevõtja olemuse mõistmine läbi ettevõtluspädevuse mudeli.

Sisu: Iga rühm otsib ettevõtjat kõige paremini iseloomustava lause. Harjutuse alguses võib anda igale liikmele aega sobiva lause leidmiseks (nt 5–10 minutit). Seejärel vastab rühm järgmistele küsimustele:

- ▶ Miks valisite just selle lause?
- ▶ Millise ettevõtluspädevusega on valitud lause kõige enam seotud? Miks?

Pärast arutelu jagab iga rühm nii valitud lauset kui ka arutelu tulemust teistele rühmale.

Soovitused juhendajale: Harjutuse miinuseks on võimalus, et sarnast lauset valivad mitu rühma. Selle ennetamiseks on võimalik juhendajal õpilastele ette anda erinevaid lauseid, mille seast iga rühm valib ühe. Lausete valik võimaldab ka juhendajal paremini ette valmistada ettevõtjat kirjeldavate lausete põhjal loodavaid seoseid ettevõtluspädevuse mudeliga.

Ettevõtja läbi muinasjutukangelase tegelaskuju

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Ettevõtja olemuse mõistmine läbi visuaalse kujundi.

Sisu: Õpilaste ülesandeks on mõelda erinevatele muinasjutukangelastele ja valida välja kõige sobivam, kelle abil kirjeldada ettevõtjat. Õpilased kas joonistavad tegelaskuju paberile või kujundavad selle pildina arvutis. Pärast tegelaskuju valmimist kirjeldavad teistele rühmadele ettevõtjat läbi valitud kangelase.

Soovitused juhendajale: Soovitav on julgustada õpilasi valitud tegelaskuju kirjeldama põhjalikumalt. Oluline on pöörata tähelepanu detailidele, mida õpilased pildil kujutavad. Läbi pildi loomise võivad esile kerkida erinevad ettevõtlusega seotud arengu-uskumused (jäävususkumused), mida on soovitatav koos esitlustega ka läbi arutada.

Personaalse SWOT-analüüsi koostamine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Analüüsida iseenda tugevusi, nõrkusi, ohte ja võimalusi.

Sisu: Kuigi otsesed akadeemilised viited SWOT-analüüsi algallikate kohta puuduvad, peetakse SWOT-analüüsi mudeli üheks loojaks Albert Huphreyt, kes uuris 1960. ja 1970. aastatel Stanfordi ülikoolis Fortune 500 ettevõtte andmeid ja asetask need maatriksile. Samal perioodil kasutasid mõistet SWOT ka Harvardi ülikooli professorid, siis seostatakse selle loomisega pigem matemaatikut ja teadlast Igor Hansoffi.

Enamasti kasutatakse SWOT-analüüsi ettevõtte tugevuse, nõrkuste, võimaluste ja ohtude analüüsimiseks. Samas on tegu lihtsa mudeliga, mida on võimalik kasutada edukalt ka eneseanalüüsiks.

Iga õpilane koostab iseenda isikliku SWOT-analüüsi, kirjeldades enda peamisi tugevusi, nõrkusi, võimalusi ja ohte järgmiselt:

- ▶ Tugevuste ja nõrkuste puhul on soovitatav keskenduda kõigele sellele, mis on seotud inimesest lähtuvalt iseendast kas olemas või puudu. Näiteks haridus, kogemus, isikuomadused, harjumused, aeg, raha, vahendid jms.
- ▶ Võimaluste ja ohtude puhul on soovitatav keskenduda kõigele sellele, mida on võimalik tulenevalt enda valikutest kas juurde saada, luua, kasutada või omandada. Näiteks teadmiste omandamine, ümberõpe, elustiili muutmine, tööturu olukord, ettevõtluskeskkond jms.

Parema ülevaate saamiseks on soovitatav lisada info tabelisse (tabel 1) järjekorda lähtuvalt mõjutaja olulisusest. Kõige olulisem mõjutaja esimeseks ja kõige vähem oluline viimaseks.

<p>Minu tugevused:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mis eelised on Sul võrreldes teistega (nt haridus, keeleoskus, kogemus, võrgustik vm). ▶ Millised isikuomadused toetavad Su arengut? ▶ Mida teed teistest paremini? ▶ Millised isiklikud ressursid Sul on (aeg, raha, vahendid vms) ? ▶ Mida teised inimesed näevad Sinu tugevustena? ▶ Milliste harjumuste üle tunned head meelt? ▶ Milliste saavutuste üle oled uhke? ▶ Millised on Sinu väärtused millesse usud? 	<p>Minu nõrkused:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Milliseid tegevusi tavaliselt väldid? ▶ Mida teised inimesed näevad Sinu nõrkustena? ▶ Millised isikuomadusi näed ise nõrkustena? ▶ Millised on Sinu peamised negatiivsed harjumused (hiline mine, segadus, halb stressitaluvus vm) ▶ Millised takistused hoiavad Sind tagasi tulemusteni või unistusteni jõudmisel? ▶ Millistest isiklikest ressurssidest (aeg, raha, vahendid vms) on Sul puudu? ▶ On Sul piiravaid uskumusi (jäävususkumused)? Kui on, siis millised ja kuidas need on Sind mõjutanud?
<p>Minu võimalused:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Milline tehnoloogia saab Sind aidata? ▶ Kas valdkond, kus töötad või ettevõtjana tegutsed, kasvab või kahaneb? ▶ Kas Sul on olemas võrgustik, kellelt saad nõu küsida? ▶ Millised on valdkonnas olulisemad üritused, koolitused jm, mis Sind arendavad? Kas osaled nendel? ▶ Millised on Sinu sissetuleku suurendamise võimalused? ▶ Kuidas Sa saan leida rohkem aega muutuste elluviimiseks elus (kui aja puudus on eespool toodud nõrkusena)? 	<p>Minu ohud:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Kuidas ohustab Sind riigi poliitika kõige enam? ▶ Milliste takistustega praegu töö või ettevõtluses kõige enam kokku puutud? ▶ Kas Su töökohas või ettevõtluses toimuvad muutused? ▶ Kuidas mõjutab Sinu tööd tehnoloogia muutus? ▶ Kas ja millised nõrkused võivad muutuda ohtudeks? ▶ Kellega Sa peamiselt konkureerid (ettevõtja või palgatöötajana)? ▶ Kuidas mõjutavad Sinu elustiil ja valikud Su tervist (sh vaimset tervist)? ▶ Mis ohustab (on ohustanud) Sinu motivatsiooni kõige enam?

Tabel 1. Personaalne SWOT-analüüs

Kuna SWOT-analüüsi koostamine on ajamahukas, siis võib selle osa jätta teha kodutööks.

SWOT-analüüsi koostamisele võib järgneda arutelu meeskonnas rühmas, kus iga liige tutvustab 2–4 kõige olulisemat järeldust isikliku SWOT-analüüsi seostest ettevõtluspädevusega. Seejärel teeb meeskond kokkuvõtte peamistest sarnasustest ja erinevustest. Eesmärk on leida vastus küsimustele:

- ▶ Millised ettevõtluspädevused on mul juba olemas?
- ▶ Milliseid ettevõtluspädevusi on mul võimalik arendada? Kuidas?

Soovitused juhendajale: Iga inimese eneseanalüüsi oskus võib olla erinev. Seega peab juhendaja olema valmis aitama luua seoseid ettevõtluspädevuse mudelis toodud pädevustega. Harjutuse tulemuse eesmärk on, et õpilane mõistab, et pädevused on arendatavad läbi võimaluste kasutamise. Tutvusta õpilastele ettevõtluspädevuse mudelit (kui seda ei ole varem tehtud). Palu leida õpilastel võimalikult palju oma isikuomaduste seoseid ettevõtluspädevuse mudelis toodud pädevustega.

Ettevõtja isikuomaduste test

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Ettevõtjale omaste isikomaduste analüüs koos tugevuste ja nõrkuste mõistmisega.

Sisu: Harjutuse sisuks on ettevõtja isikuomaduste test, mille abil saab inimene mõõta kümmet ettevõtjaid kõige enam iseloomustavaid isikuomadusi.

1. Täida alljärgnev test, vastates ausalt, kiirelt ja kasutades allpool toodud punkttabelit:

- ▶ 5 – alati;
- ▶ 4 – tihti;
- ▶ 3 – mõnikord;
- ▶ 2 – harva;
- ▶ 1 – mitte kunagi.

Nr	Küsimused enesevaatluseks ja -analüüsiks	1	2	3	4	5
1.	Mulle meeldib teha asju üksi ja ma ei vaja teiste poolt motiveerimist.					
2.	Kui olen otsustanud midagi teha, ei takista mind mitte miski.					
3.	Ma ei karda võtta ettevõtte loomise ja juhtimisega seotud riske.					
4.	Ma planeerin aega ja ressursse hästi ja jõuan tänu sellele tulemuseni.					
5.	Ma hindan enne töö alustamist objektiivselt oma aega ja võimeid.					
6.	Ma tegutsen vastavalt oma võimalustele.					
7.	Ma jätkan proovimist sõltumata väljakutsetest ja läbikukkumistest.					
8.	Minu jaoks on riskide vältimiseks oluline neid ette näha.					
9.	Ma teen isiklike ohverdusi selleks, et saada töö valmis ning hoida kinni minu poolt antud lubadusest ja tähtaegadest.					
10.	Sõltumata teiste tagasisidest mu tööle püüan alati ka ise paranemise ja arenemise suunas.					
11.	Enne alustamist kogun nii palju infot kui võimalik ja võimalusel kontrollin info õigsust.					
12.	Sean lühi- ja pikaajalisi eesmärke nii oma isiklikus elus kui ka töös.					
13.	Planeerin hoolikalt ja teen kõik ettevõtluse/töö eesmärkide saavutamiseks.					
14.	Ma sobitun meeskonnaga ja mulle meeldib eesmärke saavutada meeskondlikult.					
15.	Ma julgen otsustada iseseisvalt ja võtta vastu teiste soovitatud ideid, mis on tulemuse saavutamiseks olulised.					
16.	Enne töö alustamist eelistan koguda võimalikult palju infot.					
17.	Ma sean eesmärke oma ressurssidest ja oskustest lähtuvalt.					
18.	Ma olen hea suhtleja ja oskan teisi veenda.					
19.	Hindan regulaarselt oma töö tulemusi ja otsin võimalusi tulemuste parandamiseks.					
20.	Ma olen oma tööd tehes õnnelik. Usun, et arenen ja muutun ajaga veel paremaks.					

1. Tulemuste analüüs

Liida tulemused kokku vastavalt alljärgnevale tabelile.

Küsimus	+	Küsimus	=	Ettevõtja olemus	Sinu tulemus
Küsimus 1	+	Küsimus 6	=	Võimaluste otsimine	
Küsimus 2	+	Küsimus 7	=	Sihikindlus	
Küsimus 3	+	Küsimus 8	=	Riskide võtmine	
Küsimus 4	+	Küsimus 10	=	Kvaliteedile suunatus	
Küsimus 5	+	Küsimus 9	=	Pühendumine tööle	
Küsimus 11	+	Küsimus 16	=	Info otsimine	
Küsimus 12	+	Küsimus 17	=	Eesmärkide seadmine	
Küsimus 13	+	Küsimus 19	=	Planeerimisoskus	
Küsimus 14	+	Küsimus 18	=	Veenmine ja suhteõrgustik	
Küsimus 15	+	Küsimus 20	=	Enesekindlus	

Hinda oma tulemusi vastavalt küsimustele. Näiteks kui sa vastasid 5 ehk alati nii 1. kui 6. küsimusele, siis on sul tugevad võimaluste otsija omadused. Kuid kui sa vastasid nt 1. või 2. küsimustele 14 ja 18, siis on nõrgaks küljeks veenmine ja suhteõrgustik ja neid võimeid peaksid arendama. Arvuta kokku kõigile küsimustele tulnud vastused (ülevalt alla). Näiteks kui 1. küsimus ja 6. küsimus olid mõlemad viis, siis on selle rea punktisumma 10.

Summa kokku = _____

Testi tulemuse tõlgendus:

Tulemus	Tähendus
<50	Praegu on ettevõtjaoskused puudulikud. Soovitus on suunata fookus just ettevõtjaks ette valmistavatele tegevustele ja omaduste arendamisele (nt koolitused, raamatud, mentori kaasamine vms).
50–80	Keskmine tulemus. Sul on lünki, mida tuleks täita ja parandada. Sa võiksid oma teadmisi ja oskusi arendada, nt teatud kursusi läbides.
>80	Tubli! Oled ettevõtlik ja ettevõtja hingega – jätkka arengut!

2. Pärast testi tegemist on soovitatav vastata järgmistele küsimustele:

- ▶ Millised on 3 peamist tugevust?
- ▶ Millised on 3 peamist nõrkust?
- ▶ Kas ma kasutan või olen kasutanud tugevusi? Too näiteid.
- ▶ Kuidas tegeleda teadlikult nõrkustega? Sõnasta vähemalt 1 tegevus, mida hakkad rakendama igapäevaselt.

3. Jaga harjutuse tulemust meeskonnas. Nimetage peamised sarnasused, erinevused ja tegevused, mis aitavad tugevusi kasutada või nõrkusi arendada.

4. Meeskond jagab arutelu tulemust suures grupis.

Soovitused juhendajale: Harjutuse täiendusena on soovitatav meeskonnas arutelu tulemusel nimetada enam nimetatud tugevuste ja nõrkustega seoseid ettevõtluaspädevuse mudelis toodud pädevustega. On soovitatav, et juhendaja teeb ise testi läbi koos seoste loomisega ettevõtluaspädevustega.

Olukord, kus pidin julgelt suhtlema

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Seoste leidmine igapäevaste suhtlemisoskuste ja ettevõtluse vahel.

Sisu: Õpilane mõtleb olukordadele, kus ta kasutades suhtlemisoskusi. Need olukorrad võivad olla seotud perega, sõpradega, hobidega, kooliga, tööga või muude igapäevaste olukordadega, kus õpilane pidi suhtlema teiste inimestega. Ettevõtluses tähendab suhtlemisoskus oma ideede ja mõtete esitlemist teistele, olles samal ajal empaatiline ja tolerantne. Teiste inimestega suheldes on oluline võtta arvesse ka vastaspoole reaktsiooni olukorrale ja seeläbi oskust vastavalt vastaspoolelt saadud infole käituda. Harjutuse tegemisel võib vajadusel õpilast sobivate olukordade leidmisel ja nende kirjeldamisel toetada alljärgnevate suunavate küsimustega:

- ▶ Mõttele viimasel nädalal või kuu jooksul aset leidnud olukordadele, kus pidid julgelt suhtlema teiste inimestega (sõbrad, pere-liikmed, kolleegid vms olukorrad). Vali välja 1 olukord, kus pidid avaldama eriarvamuste esinemisel oma seisukohta või võtma initsiatiivi.
- ▶ Mis oli Sinu eesmärk, mida soovisid selles olukorras saavutada?
- ▶ Kas selles olukorras esines ka eriarvamusi? Kui jah, siis kellel ja milliseid?
- ▶ Kuidas käitusid eriarvamuse esinemisel?
- ▶ Kuidas olukord lahenes ja mida sellest õppisid?
- ▶ Kuidas saab kogemust kasutada ettevõtluses?

Soovitused juhendajale: Ettevõtluses väljendub suhtlemisoskus nii koostöös kui ka müügi- ja turundustegevustes. Pärast seda, kui õpilane märkab suhtlemist vajavaid olukordi enda elus, võib järgmiseks luua ettevõtluses esineva suhtlemist vajava olukorra, mida õpilased rühmas analüüsivad.

Kliendiga konfliktolukorra lahendamine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Toetada õpilase algatusvõime ja suhtlemisoskuste arendamist ettevõtlussituatsioonis.

Sisu: Harjutuse sisuks on analüüsida klienditeenindus- või müügiteemalist konfliktolukorda ettevõtte esindaja (töötaja, ettevõtja) ja kliendi vahel. Juhendaja annab kõigile rühmadele kas sama harjutuse või erineva, mille lahendust hiljem suures grupis jagatakse. Valik situatsioone, mida õpilased saavad lahendada, on alljärgnevad:

- ▶ Klient teeb e-poest ostu, kuid pärast paki kättesaamist soovib seda tagastada.
- ▶ Klient jagab sotsiaalmeedias kriitikat ettevõtte toodete või teenuste kohta.
- ▶ Ettevõtte tegevuse kohta avaldatakse meedias artikkel, mida jagatakse sotsiaalmeedias. Artiklit kommenteerib inimene, kes väidab, et koges kliendina negatiivset klienditeenindust ettevõtte poolt.

Soovitused juhendajale: Oluline on suunata õpilasi konfliktolukorra lahendamisel kasutama ettevõtluspädevuse mudeli sotsiaalsete olukordade lahendamise pädevusi, milleks on suhtlemine, algatusvõime ja koostöö.

Väljakutsete ja raskustega toimetulek

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Toetada õpilase algatusvõime, loovuse ja probleemilahenduse pädevuse arendamist.

Sisu: Õpilane mõtleb enda isikliku elus esinenud väljakutsetele ja raskustele. Need olukorrad võivad olla seotud perega, sõpradega, hobidega, kooliga, tööga või muude igapäevaste olukordadega. Juhendaja saab õpilasi eneseanalüüsil toetada alljärgnevate küsimustega:

- ▶ Mõttele väljakutsetele või probleemidele, mida oled elus kogenud. Need võivad olla seotud nii isikliku elu, kooli, töö vm olukorraga elus. Vali välja olukord, mis on olnud eriti keeruline.
- ▶ Kuidas käitusid selle probleemiga tegelemisel?
- ▶ Kuidas saad kasutada saadud kogemust tulevikus?
- ▶ Kuidas saadud kogemus toetab ettevõtlusega tegelemist?

Soovitused juhendajale: Raskuste nimetamine võib õpilase jaoks olla probleem, seega on soovitatav harjutuse tutvustamisel tuua praktilisi näiteid. Need toetavad õpilastel seoste loomist igapäevaste situatsioonide ja väljakutsete vahel.

Piiratud ressurssidega toimetulek ettevõtluses

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Toetada õpilase algatusvõime, loovuse ja probleemilahenduse pädevuse arendamist.

Sisu: Ettevõtluses on peamiseks ressurssideks aeg, raha, inimesed ja vahendid. Ettevõtluses esinevad väljakutsed ja probleemid on seotud piiratud või puudulike ressurssidega. Näiteks ei ole piisavalt aega, raha, inimesi või vahendeid. Oskuslik ressursside juhtimine ja planeerimine toetab otseselt eesmärkide saavutamist. Harjutuse sisuks on analüüsida piiratud ressurssidega seotud väljakutseid.

Soovitatav on jagada rühmade vahel ära erinevate ressurssidega seotud probleemid. Valik ressurssidega seotud probleeme, mida õpilased saavad lahendada, on aeg, raha, inimesed ja vahendid (masinad, töövahendid jms).

Õpilased vastavad rühmatööna järgmistele küsimustele:

- ▶ Millised on levinud olukorrad, kui ressursse ei ole piisavalt? Tooge näiteid.
- ▶ Mida peaks ettevõtja tegema nende olukordade ennetamiseks? Tooge näiteid.
- ▶ Mida peaks ettevõtja tegema, kui ressursside puudus takistab tegevust? Tooge näiteid.

Soovitused juhendajale: Suunata leidma realselt rakendatavaid ideid tegevusteks olukordades, kus ressursse on puudu.

Ettevõtja tugevused ja ettevõtluse väljakutsed

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Aidata õpilasel mõista, kuidas läbi tugevuste kasutamise on võimalik toime tulla ettevõtluses esinevate väljakutsetega.

Sisu: Harjutust võib jaotada kahte ossa.

1. Ettevõtja tugevused ja väljakutsete nimetamine.

- ▶ Õpilased nimetavad rühmatööna 5 peamist ettevõtjat iseloomustavat tugevust ja 5 peamist väljakutset ettevõtluses.
- ▶ Rühmatööde ajal jaotab juhendaja tahvli pooleks. Ühele poolele kirjutab õpilaste nimetatud tugevused ja teisele poole väljakutsed.
- ▶ Pärast ajurünnaku lõppu jagab iga rühma esindaja suuliselt tulemusi. Selleks, et kõik rühmad saaksid jagada, on soovitatav igal rühmal korraga nimetada üks tugevus. Kui kõik rühmad saavad rääkida, siis alustada ringiga otsast peale. Juhendaja kirjutab tugevused ja väljakutsed vastavasse kohta tahvli.

Alljärgnevalt (tabel 2) on toodud näitena valik tugevusi ja väljakutseid, mille nimekiri ei ole lõplik. Näiteid võib juhendaja nimetada täiendavalt õpilaste nimetatutele.

TUGEVUSED	VÄLJAKUTSED
Uudishimulik	Raha (kapitali) kaasamine
Valmisolek muutusteks	Tihe konkurents
Hea ja kiire kohaneja	Oskuste puudus
Julge	Usaldusväärsete koostööpartnerite leidmine
Paindlik	Toimetulek bürokraatiaga
Sihikindel, eesmärgikindel	Kliendibaasi leidmine ja kasv
Saavutustahe	Hirmudega toimetulek
Loov	Inimeste kaasamine (töötajad, investorid jt)
Koostöötahe	Töötamine 24/7
Usaldusväärne	Kriisidega toimetulek
Eetiline	Eristumine konkurentidest
Hea planeerija	Sisenemine uutele turgudele
Probleemide lahendaja	Maksude tõus
Info otsimise oskus	Majanduslangus

Tabel 2. Tugevused ja väljakutsed

2. Seoste loomine läbi praktiliste näidete isikuomaduste ja väljakutsete vahel.

- ▶ Iga rühm valib kas ise või juhendaja suunamisel välja ühe väljakutse.
- ▶ Järgneb rühmatöö, mille sisuks on kirjeldada, milliseid isikuomadusi kasutades ettevõtja tuleb toime väljakutsega. Tugevuste nimetamist teevad nad läbi praktiliste näidete.

Soovitused juhendajale: Harjutusest võib teha ka üksnes esimese osa ehk isikuomaduste ja väljakutsete nimetamise. Õpilaste paremaks toetamiseks on soovitatav ette valmistada erinevaid praktilisi näiteid erinevatest igapäevaelu ja meedias kajastatud ettevõtlussituatsioonidest, mida vajaduse korral õpilastele näidetena nimetada.

Ettevõtlusest läbi eesti vanasõnade

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Toetada ettevõtlusega seotud juurdekasvuuskumuste arengut õpilastes läbi Eesti folkloori (vanasõnade).

Sisu: Õpilased rühmatööna arutavad vanasõnade² seost ettevõtlusega. Soovitatav on grupiaruteludes keskenduda praktilistele tegevustele või näidetele, kuidas vanasõna ettevõtja igapäevaelus võib väljenduda:

- ▶ Julge pealehakkamine on pool võitu.
- ▶ Julge hundi rind on rasvane.
- ▶ Kelle jalg tatsub, selle suu matsub.
- ▶ Kes kannatab, see kaua elab.
- ▶ Kes otsib, see leiab.
- ▶ Kes tööd teeb, see rõõmu näeb.
- ▶ Kui viga näed laita, seal tule ja aita.
- ▶ Küsija suu pihta ei lööda.
- ▶ Mis täna tehtud, see homme hooleta.
- ▶ Tasa sõuad, kaugele jõuad.
- ▶ Teekäijal on üheksa teed.

Pärast rühmade arutelu jagavad kõik grupid oma seisukohti suures grupis.

Ettevõtlust toetavateks uskumusteks võivad olla:

- ▶ Ma usun, et saan ettevõtlusega hakkama.
- ▶ Ma ei saa läbi kukkuda, ma saan vaid õppida ja areneda.
- ▶ Ettevõtjaks kasvatakse, mitte ei sünnita.
- ▶ Kõigil on võrdsed võimalused ettevõtluses.
- ▶ Eksimine on inimlik.
- ▶ Oluline on ka teekond, mitte ainult lõpptulemus.
- ▶ Raskused on juhendajad, mitte takistajad.
- ▶ Ma õpin ja arenen kogu elu.
- ▶ Mul on alati valik.
- ▶ Kui kuidagi ei saa, siis kuidagi ikka saab.

Soovitused juhendajale: Juhul, kui rühmades hakkavad juurdekasvuuskumuste asemel domineerima jäävususkumused, siis on soovitatav teha arutelu ja suunata õpilasi nägema ettevõtlust läbi juurdekasvuuskumuste. Enne või pärast harjutuse tegemist on oluline õpilastele tutvustada arenguuskumuste temaatikat.

Jäävususkumused ettevõtluses

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Toetada ettevõtlusega seotud jäävususkumuste teadlikku märkamist.

Sisu: Õpilastel on ülesanne nimetada erinevaid ettevõtlusega seotud jäävususkumusi.

Levinud jäävususkumused ettevõtluses

- ▶ Ma ei ole ettevõtjaks loodud.
- ▶ Ma olen liiga vana.
- ▶ Kõik äriideed on juba ära võetud.
- ▶ Ettevõtlusega tegelemine nõuab palju raha.
- ▶ Keskkond on ettevõtjavenulik.
- ▶ Pooliku tootega turule tulek mõjub mainele halvasti.
- ▶ Mul ei ole aega ettevõtluseks.
- ▶ Ma kukun nagunii läbi.
- ▶ Ettevõtja peab panustama oma ettevõttesse 24/7.
- ▶ Ettevõtluses saavutavad edu pigem mehed.

Harjutust võib jaotada kahte ossa:

1. Õpilastel on rühmatööna ülesanne nimetada ettevõtlusega seotud jäävususkumusi. Pärast rühmatööd jagab iga rühm jäävususkumusi kogu grupile.
2. Pärast jäävususkumuste jagamist nimetab iga rühm 1–3 praktilist tegevust, mis aitavad muuta jäävususkumused juurdekasvuksümuseks.

Soovitused juhendajale: Oluline on jälgida, et õpilased lahkuksid tunnist juurdekasvuksümustega (mitte jäävususkumustega). Enne või pärast harjutuse tegemist on oluline õpilastele tutvustada arenguksümuste temaatikat.

Motivatsioon igapäevaelus

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Autonoomse motivatsiooni mõistmine.

Sisu: Õpilased arutavad paaris näiteid enda elust motivatsiooni olemasolu ja selle puudumise kohta. Esiteks jagatakse paarilisega näidet, millal motivatsioon oli kõrge ja teiseks näidet, millal motivatsioon oli väga madal. Mõlema näite puhul on oluline, et õpilane nimetab motivatsiooni peamisi mõjutajaid.

Soovitused juhendajale: Enne või pärast harjutuse tegemist on oluline õpilastele tutvustada autonoomset motivatsiooni temaatikat. Autonoomse motivatsiooni puhul on oluline, et tegevus oleks tegutseja enda vaatevinklist mõtestatud ja väärtustatud ning vastab sellele, mida inimene peab enda jaoks oluliseks ja/või huvitavaks või millega identifitseerub (nt sisemine huvi, vabadus). Inimesed, kes on autonoomselt motiveeritud, liiguvad oma eesmärkide poole püsivamalt ning ei vaja tingimata väliseid motivaatoreid (tasud-karistused) ega ka seda, et tegevus ise oleks igal hetkel nauditav. Autonoomne motivatsioon on ka ettevõtluse kontekstis oluline, kuna ettevõtlik tegevus eeldab väga erineva raskusastme ja huvitavusega tegevuste algatamist ning lõpuleviimist. Autonoomsele motivatsioonile vastandub kontrollitud motivatsioon, mis tähendab tegutsemist välise või sisemise surve tõttu (nt piinlikkustunne, süütunne).

Mis motiveerib edukaid ettevõtjaid?

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Autonoomse motivatsiooni mõistmine ettevõtluses.

Sisu: Igale õpilasele antakse individuaalne kodutöö, mille raames otsib ta infot 1–3 eduka ettevõtja kohta, kes on meedias jaganud oma peamisi motive. Kogutud info ei pea olema üksnes Eesti ettevõtjate kohta. Seejärel tunnis jaotatakse õpilased rühmadesse ja igaüks jagab kodutöö tulemust, pärast mida rühm jagab suures grupis edukaid ettevõtjaid iseloomustavaid peamisi motive.

Soovitused juhendajale: Enne kodutöö tegemist on oluline õpilastele tutvustada autonoomset motivatsiooni temaatikat.

Ettevõtlus

Ettevõtlus on tegutsemine olukorras, kus teised seda kas ei soovi või ei julge teha. Ettevõtlusega alustamisel võib olulist rolli mängida inspiratsiooni saamine nii kogemuslugudest kui ka ümbritsevas keskkonnas toimuvast. Lisaks toetab ettevõtlusega alustamist kindlasti inimese ehk ettevõtja enda roll läheneda loovalt probleemide lahendamisele.



Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ ettevõtluse olemuse mõistmine ja kirjeldamine läbi praktiliste näidete;
- ▶ loovuse arendamine probleemide lahendamisele;
- ▶ oskus töötada ettevõtlusega seotud väliste allikatega.

Harjutused toetavad ettevõtluspädevuse mudeli kohaselt väärtust loovat mõtlemist ja lahenduste leidmist. Harjutuste tegemisel peavad õpilased otsima infot ka ettevõtluskeskkonnast kas läbi kogemuslugude või siis valdkonnaga seotud õigusaktidega. Harjutuste tegemise käigus võivad ilmnedä jäävuskumused seoses loovuse puudumisega või ettevõtlusega.

Juhendaja roll on julgustada õpilasi loovaid ülesandeid tegema ja toetama neid abistavate materjalidega, näiteks viited andmebaasidesse nii piltide kui ka info leidmiseks.

Ettevõtluse mõiste

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Ettevõtluse sisu ja eesmärgi kirjeldamine. Töö arenguskumustega.

Sisu: Õpilastele antakse ülesanne leida vähemalt üks nende hinnangul kõige paremini ettevõtlust kirjeldav lause. Pärast lause leidmist teevad õpilased rühmas arutelu, vastates järgmistele küsimustele:

- ▶ Miks valisite just selle lause?
- ▶ Kuidas valitud lause ettevõtlust kirjeldab?
- ▶ Miks lause autor (kui see on teada) on ettevõtlust kirjeldanud just valitud sõnade abil?
- ▶ Kas ja mida muudaksite valitud lauses?

Soovitused juhendajale: Soovitatav on lauseid otsida eelkõige ingliskeelses meediaruumis. Lausete valik on õpilaste enda otsustada ja valitud laused ei pea pärinema akadeemilisest kirjandusest. Soovitatav on võimalikult vähe piirata õpilasi ettevõtlust kirjeldavate lausete valikul, sest harjutuse eesmärk ei ole leida akadeemiliselt kõige õigem lause, vaid pigem lause sisu, mille läbi õpilased kirjeldavad ettevõtlust. Juhendaja peab olema valmis, et valitud lausete kirjelduste tulemusel võivad aruteludes esile tulla erinevad arenguskumused seoses ettevõtlusega.

Ettevõtlus läbi pildi

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja probleemide lahendamine.
- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Ettevõtluse kirjeldamine läbi pildi ja sümbolite.

Sisu: Õpilastele antakse ülesandeks kirjeldada ettevõtlust läbi pildi, mille nad võivad kas ise joonistada või valida sobiva pildi internetist. Pärast pildi valimist kirjeldavad õpilased ettevõtlust, vastates järgmistele küsimustele:

- ▶ Miks valisite/joonistasite just selle pildi?
- ▶ Kuidas kirjeldab valitud pilt ettevõtlust?

Soovitused juhendajale: Harjutuse tulemusel võivad avalduda õpilase arenguskumused seoses ettevõtlusega.

Ettevõtlusest üllatusmuna näitel

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine: loovus.

Eesmärk: Ettevõtluse olemuse mõistmine loovuse abil.

Sisu: Juhendaja näitab õpilastele üllatusmuna (kas füüsilisel kujul ostetuna või pildina). Õpilased peavad leidma vähemalt 10 sarnasust üllatusmunal ja ettevõtlusel. Harjutust võib teha alguses rühmades ja seejärel kõik rühmad jagavad tulemust. On soovitatav, et juhendaja kirjutab tulemused tahvlile. See loob õpilastele terviklikuma pildi ettevõtlusest.

Ettevõtluse ja üllatusmuna sarnasused (tabel 3) on:

	Üllatusmuna	Ettevõtlus
1	Sisu on esialgu nähtav pildilt	Esmapilgul näeb inimene ettevõtlust kujutuspildina ja tegelik tulemus ei ole teada
2	Avamisega kaasnevad põnevus ja uudishimu	Ettevõtlusega tegelemine sisaldab põnevust ja uudishimu
3	Sisaldab mitut toodet (šokolaad ja mänguasi)	Ettevõtja võib tegeleda mitme toote / teenusega
4	Mänguasi võib olla valmistoode või detailidena	Ettevõtja võib müüa valmistoode (nt vahendus) või võib ise toota
5	Kindel sihtrühm	Edu eelduseks on oma kliendi tundmine ja sihtrühma valik
6	Üllatusmune pakuvad erinevad ettevõtted (brandid)	Ettevõtjana peab olema valmis konkureerima teiste ettevõtetega
7	Vajalik aktiivne turundus ja müük	Vajalik aktiivne turundus ja müük
8	Pidev tootearenduse vajadus (sisu vajab uuendust)	Pidev toote- / teenuse arenduse vajadus
9	Motiveerib ostma rohkem (püsikliendid)	Püsikliendipakkumised
10	Eristumine toetub brändile	Eristumiseks on soovitatav luua bränd
11	Toote tootmine ja turundus vajab investeringuid	Ettevõtlusega tegelemine võib vajada algkapitali (kuid mitte alati)
12	Toote tootmine ja edukas müük on riskantne	Ettevõtlusega tegelemine sisaldab riske
13	Muna on ümmargune, otsides oma tasakaalupunkti	Ettevõtluses oluline leida oma koht turul (positsioneerimine)
14	Toote tarbimisega kaasnevad emotsioonid	Ettevõtlusega tegelemisega kaasnevad emotsioonid

Tabel 3. Üllatusmuna ja ettevõtlus

Soovitused juhendajale: Harjutuse tulemus ei ole õigeid või valesid vastuseid. Õpilaste loovuse toetamises võib näitena nimetada õpilastele ühe omaduse enne ajurünnaku algust (vajadusel). Eeltoodud nimekiri ei ole lõplik. Soovitatav on lisaks võrreldavatele omadustele (nt pakend, toode, bränd jms) tuua välja selliseid, mida otseselt ei ole võimalik näha (nt näites toodud p. 2).

Ettevõtlusteemaline ristsõna

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine: keskkonna mõistmine, ärivõimaluste avastamine, finantskirjaoskus.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine: probleemilahendus.

Eesmärk: Ettevõtluse sisu ja eesmärgi mõistmine.

Sisu: Õpilased lahendavad või koostavad ettevõtlusteemalist ristsõna, mis võib olla kas ettevõtluse kohta üldiselt või konkreetselt mõne teema kohta, nt turundus, raamatupidamine vms.

Soovitused juhendajale: Juhendaja võib ise koostada ristsõna või anda selle teha õpilastele kodutööna. Tunnis lahendavad ristsõna teised rühmad. Sellisel juhul on soovitatav anda õpilastele ette soovituslik vorm ja leppida kokku teemades, mida ristsõna peaks sisaldama (nt läbitud teooria).

Ettevõtlusteemaline Kahoot! mälumäng

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine: keskkonna mõistmine, ärivõimaluste avastamine, finantskirjaoskus.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine: probleemilahendus.

Eesmärk: Ettevõtluse sisu ja eesmärgi mõistmine.

Sisu: Kahoot! mälumäng sisaldab erinevaid küsimusi ettevõtluse kohta. Mängus osalemiseks on vajalik osalejal avada mäng toodud veebiaadressil ja liituda mängijatega.

Soovitused juhendajale: Mängu võib teha kas üldiselt ettevõtluse või konkreetse läbitud teema kohta (nt turundus, raamatupidamine, maksundus vms). Kahooti asemel võib kasutada ka teisi keskkondi.

Märksõnad, mis iseloomustavad ettevõtlust

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Ettevõtluse sisu ja eesmärgi kirjeldamine. Töö arenguskumustega.

Sisu: Õpilased nimetavad kokku lepitud arvu märksõnu, mis iseloomustavad nende arvates kõige enam ettevõtlust. Märksõnade nimetamine võib olla subjektiivne või toetuda loetud materjalidele.

Soovitused juhendajale: Õpilastele võib anda ülesande valida märksõnu, mis iseloomustavad ettevõtlust kõige enam Eestis. Õpilased võivad nimetada märksõnu lähtuvalt iseenda subjektiivsest arvamusest, millega võivad kaasneda erinevad ettevõtlusega seotud arenguskumused (nt jäävususkumused). Juhendaja võib enne märksõnade nimetamist suunata õpilasi läbi töötama objektiivseid allikaid (nt uuringud, teadusartiklid), millest lähtuvalt nimetavad õpilased ettevõtlusega seotud märksõnu.

Ettevõtlus kui puu

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Ettevõtluse olemuse mõistmine loovuse abil.

Sisu: Õpilastel joonistavad puu, mille näitel kirjeldavad ettevõtluse toimimist.

Soovitused juhendajale: Juhendaja võib anda õpilastele ette ettevõtlusega seotud teemad, mida puu visuaalne kujutis peab sisaldama läbi erinevate sümbolite. Näiteks äriidee, toode ja/või teenus, klient ja tema probleem, konkurendid, turundus ja müük, riskid, raha jm. Oluline on õpilasi võimalikult vähe suunata või piirata töö tegemisel. Juhendaja roll on aidata luua õpilastel seoseid pildil toodud sümbolite ja ettevõtluse vahel.

Multifilm „Ettevõtlus“

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Ettevõtluse olemuse mõistmine ja kirjeldamine loovuse abil.

Sisu: Õpilased loovad multifilmi stsenaariumi (joonis 1). Õpilased kirjeldavad ettevõtlust kui eesmärgistatud tegevust alates unistusest kuni teostuseni etappidena.

- ▶ 1. etapp: Ettevõtlus algab unistusest ja/või soovist muuta elu. Iga inimese eesmärk ettevõtlusega alustamiseks võib olla erinev. Näiteks ühe inimese jaoks võib tähendada ettevõtlus vajadust täiendava sissetuleku järele, kuid teise jaoks heaolunnet eneseteostusest.
- ▶ 2. etapp: Probleemi leidmine, mida läbi ettevõtluse hakatakse lahendama toote või teenuse kaudu.
- ▶ 3. etapp: Toote või teenuse loomine ja ettevõtlusega alustamine.
- ▶ 4. etapp: Turundus- ja müügitgevuste planeerimine ja klientideni jõudmine. Oluline on keskenduda tegevuse kirjeldamisele ja soovitatav on vältida üksnes erinevate müügiplatvormide logode lisamist.
- ▶ 5. etapp: Ettevõtte juhtimine ja finantsplaneerimine.
- ▶ 6. etapp: Tulemuseni jõudmine.

1. Eesmärk või unistus	2. Probleem	3. Toote või teenuse loomine
4. Turundus ja müük	5. Juhtimine ja finantsplaneerimine	6. Tulemuseni jõudmine

Joonis 1. Multifilmi stsenaariumi tööleht

Soovitused juhendajale: Soovitatav on anda õpilastele ette multifilmi struktuuri kirjeldav tööleht. Juhul, kui õpilastel puudub varasem kokkupuude ettevõtlusega või ettevõtlusõppega, siis on soovitatav harjutust teha pärast ettevõtluse erinevate etappide teemade läbimist. Õpilastel võib olla lihtsam harjutust teha, kui nad keskenduvad multifilmi loomisel konkreetsele tegelaskujule, kes viib oma unistust ellu.

Ettevõtlusega alustamise etapid

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Ettevõtluse olemuse mõistmine ja kirjeldamine loovuse abil.

Sisu: Õpilastele antakse ülesanne rühmatööna ajurünnaku abil kirjeldada ettevõtluse erinevaid etappe ja nendes esinevad peamisi väljakutseid, millega ettevõtjad kokku puutuvad. Eri autorite poolt on läbi aegade ettevõtlust kirjeldatud läbi erinevate etappide.

Näide. Ettevõtlusega alustamise etapid

Üheks võimaluseks on kasutada käesoleva kogumiku autori käsitlust, mille kohaselt ettevõtlusega alustamine toimub kolmes etapis:

1 etapp: psühholoogiline algus – ettevõtjast lähtuv algus, mis hõlmab ettevõtluspädevuse mudelis kolme pädevust – enesejuhtimine, sotsiaalsete olukordade lahendamine ja väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine. Selles etapis on oluline, et ettevõtja oskab vastata küsimusele, miks ta soovib hakata ettevõtjaks.

2 etapp: kliendist ja turust lähtuv algus – äriidee valik lähtuvalt probleemist, mida ettevõtja hakkab lahendama. Selles etapis on oluline leida vastus küsimusele, miks klient peaks toodet või teenust ostma.

3 etapp: juriidiline algus – ettevõtte asutamine ja sellega seotud tegevused.

Soovitused juhendajale: Juhendaja võib kasutada harjutuses enda poolt õpilastele ettevõtluse etappe lähtuvalt iseenda eelistest ja kogemusest.

Ettevõtluse sõnamäng

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Ettevõtluse kirjeldamine loovuse abil.

Sisu: Juhendaja alustab harjutust, nimetades ettevõtlusega seotud sõna. Järgmine vastaja peab nimetama järgmise nii ettevõtlusega kui ka eelnevalt nimetatud sõnaga seotud sõna. Juhendaja võib sõnad kirjutada tahvlile või arvutisse. Pärast sõnamängu lõppu tehakse kas väiksemates või suures grupis arutelu sõnade teemal, mida õpilased nimetasid.

Soovitused juhendajale: Harjutuse tulemusel võivad ilmnedu erinevad ettevõtlusteemalised arenguskuumused, millele on soovitatav arutelu käigus tähelepanu pöörata.

Ettevõtlusteemalise teadusartikli lugemine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sõltuvalt artikli sisust võib olla seotud kõigi ettevõtluspädevustega.

Eesmärk: Ettevõtluse kirjeldamine.

Sisu: Õpilane loeb individuaalse tööna läbi teadusartikli mõnel vabalt valitud ettevõtlusteemal. Seejärel jagatakse tunnis õpilased rühmadesse, kus igaüks jagab teistele uusi teadmisi, mida teadusartikli tulemusel teada sai. Seejärel jagab iga rühm peamisi tulemusi suures grupis.

Soovitused juhendajale: Õpilasele võib anda ülesandeks kirjutada teadusartikli põhjal 1–2-leheküljeline esse.

Ettevõtlusteemaliste uudiste lugemine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sõltuvalt uudise sisust võib olla seotud kõigi ettevõtluspädevustega.

Eesmärk: Ettevõtluse kirjeldamine.

Sisu: Õpilane loeb määratud aja jooksul (näiteks 1 nädal) ettevõtluse ja majanduse teemalisi uudiseid ning peab saadud info kohta lugemispäevikut. Harjutuse lõppedes moodustavad õpilased rühmad, kus jagatakse peamisi tulemusi uudiste lugemisest. Pärast väiksemas rühmas jagamist jagatakse peamisi järeldusi suures rühmas.

Soovitused juhendajale: Soovitav on jagada õpilastele linke, kus on võimalik lugeda uudiseid tasuta.

Ettevõtlusteemalised videod

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sõltuvalt video sisust võib see olla seotud kõigi ettevõtluspädevustega.

Eesmärk: Ettevõtluse kirjeldamine.

Sisu: Õpilane vaatab määratud aja jooksul (näiteks 1 nädal) ettevõtluse ja majanduse teemalisi videoid. Õpilane valib välja ühe video, mille kohta koostab 1-leheküljelise essee. Harjutuse lõppedes moodustavad õpilased rühmad, kus jagatakse peamisi tulemusi videote vaatamisest. Pärast väiksemas rühmas jagamist jagatakse peamisi järeldusi suures rühmas.

Soovitused juhendajale: Videod võivad olla ingliskeelsed. Juhendaja võib ka ise valida välja sobiva ettevõtlusteemalise video, mida vaadatakse tunnis. Pärast video vaatamist toimuvad arutelud väiksemates rühmades.

Ettevõtlusvormi valik

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Tutvuda ettevõtlusega alustamise juriidiliste võimalustega läbi õigusaktidega tutvumise.

Sisu: Harjutuse sisuks on tutvuda ettevõtlusvormi reguleerivate õigusaktidega ja valida välja enda jaoks kõige sobivam ettevõtlusvorm. Eestis on võimalik asutada ettevõtte juriidiliselt järgmiselt:

- ▶ Ettevõtluskonto (ei ole ettevõtlusvorm, vaid pangakonto).
- ▶ Füüsilisest isikust ettevõtja (FIE)
- ▶ Osaühing
- ▶ Täisühing
- ▶ Usaldusühing
- ▶ Aktsiaselts
- ▶ Ühistud
- ▶ Mittetulundusühing (MTÜ)
- ▶ Filiaal

Eestis reguleerivad ettevõtlusvormi erinevad seadused.

- ▶ Äriseadustik reguleerib füüsilisest isikust ettevõtte (FIE), täisühingu (TÜ), usaldusühingu (UÜ), osaühingu (OÜ), aktsiaseltsi (AS) ja välismaa äriühingu filiaali loomist.
- ▶ Mittetulundusühingute seadus reguleerib mittetulundusühingu (MTÜ) loomist.
- ▶ Tulundusühistuseadus reguleerib ühistu loomist.

Õpilastel on ülesanne tutvuda ettevõtlusvormidega ja valida välja ettevõtlusega alustamiseks kõige sobivam vorm. Pärast ettevõtlusvormi valimist õpilased põhjendavad oma valikut.

Soovitused juhendajale: Tutvustada õpilastele Riigi Teataja kasutamist ja suunata ettevõtluskonto tingimustega tutvumiseks Maksu- ja Tolliameti kodulehele.

Tegevusala ettevõtte asutamisel

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Ettevõtte tegevusala valik Eesti Majanduse Tegevusalade Klassifikaatorist (EMTAK).

Sisu: Õpilastele antakse ülesanne valida enda äriideest lähtuvalt tegevusala kood Eesti Majanduse Tegevusalade Klassifikaatorist (EMTAK).

Soovitused juhendajale: Tegevusala leidmine klassifikaatorist võib olla õpilaste jaoks raske, sest tegevusalade sõnastused ei pruugi olla samad.

Äriidee, toote ja teenuse arendus

Nii äriidee kui ka tooted ja teenused vajavad arendamist alates nende sünni hetkest. Arendus toetub nii ettevõtja enda loovusele kui ka info otsimisele keskkonnast nii klientide, konkurentide kui ka tegevusvaldkonna trendide kohta.



Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ info kogumine ideede arendamiseks;
- ▶ klientide probleemide ja vajaduste analüüsimine;
- ▶ toodete arendamine;
- ▶ teenuse disainimine;
- ▶ ettevõtlusega alustamine algkapitalita.

Harjutused toetavad ettevõtluspädevuse mudelis väärtust loova mõtlemise ja lahenduse leidmise arendamist. Lisaks on võimalik äriideede arendamisel läbi objektiivse info kogumise tegeleda ettevõtlust ja ettevõtja potentsiaali piiravate jäävusoskumustega.

Juhendaja roll harjutuste läbiviimisel on toetada õpilastel objektiivse info otsimist ärivõimaluste kohta ning jäävusoskumuste esinemisel nendega läbi harjutuste tegeleda.

Info, mida inimesed otsivad internetist

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Ärivõimaluste avastamine lähtuvalt inimeste info otsimise harjumustest.

Sisu: Harjutuse sisuks on leida probleeme, mille lahenduse kohta otsivad inimesed kõige enam infot internetist. Õpilane loetleb 5–10 probleemi koos viidetega algallikale. Seejärel jagatakse tulemust väiksemas rühmas, kes omakorda järjestab 10 probleemi, mida kõik rühma liikmed kõige enam nimetasid. Lõplikku tulemust võidakse jagada kas suures rühmas või liigutakse edasi järgmise ülesande juurde, milleks on probleemidele toetudes äriidee sõnastamine.

Soovitused juhendajale: Infot võib otsida nii eesti kui ka inglise keeles. Juhendaja poolt on soovitatav anda nimekiri allikatest, kust on võimalik infot otsida.

Probleemide nimetamine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine;
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Ärivõimaluste avastamine lähtuvalt probleemidest keskkonnas.

Sisu: Harjutust tehakse esialgu individuaalselt ja seejärel rühmas.

- ▶ Igale õpilasele antakse märkmepaberid, millele nad kirjutavad vähemalt 10 probleemi, millega nad iga päev kokku puutuvad või mida ümbritsevas keskkonnas märkavad. Iga probleem on soovitatav lisada eraldi märkmepaberile.
- ▶ Rühmatööna tutvutakse kõigi rühmaliikmete nimetatud probleemidega ja sarnased probleemid grupeeritakse ühte rühma.
- ▶ Ajurünnaku tulemusel leitakse igale grupile koondnimetus või äriidee sõnastus.
- ▶ Õpilased analüüsivad igat äriideed, mille tulemusel:
 - a) Valivad välja kõige sobivama, millega edasi töötavad (nt ärimudeli või äriplaani koostamine);
 - b) asetavad äriideed analüüsi vormis (joonis 2) sobivasse kasti, mille tulemusel valivad välja kõige sobivama idee, millega edasi töötavad (nt äriplaani või ärimudeli koostamine).
 - Väldi – ettevõttes või ettevõtjal puuduvad ressursid äriidee elluviimiseks ja klient ei ole valmis ostma.
 - Hoia – ettevõttes või ettevõtjal on ressursid olemas äriidee elluviimiseks, kuid kliendi ostujõud ei ole veel teada.
 - Tegutse kohe – ettevõttes või ettevõtjal on ressursid olemas äriidee elluviimiseks ja klient on valmis lahendust ostma.
 - Kaasa ja tegutse – ettevõttes või ettevõtjal ei ole ressursse äriidee elluviimiseks, kuid klient on valmis lahendust ostma.

Ettevõtja ressursid (motivatsioon, tahe, aeg, raha, inimesed, vahendid jne)	JAH	HOIA <i>(küsi kliendilt, arenda ideed, tutvu turuga jne)</i>	TEGUTSE KOHE
	EI	VÄLDI	KAASA JA TEGUTSE <i>(kaasa ressursse, küsi endalt küsimust „miks?“ jne.)</i>
		EI	Kliendi ostujõud JAH

Joonis 2. Äriideede analüüs

Soovitused juhendajale: Tabeli kasutamine on soovituslik, kuid suunab juba äriidee valikul õpilasi mõtlema äriidee elluviimisele lähtuvalt nii ettevõtte enda ressurssidest kui ka kliendi ostujõust.

Viie miksi harjutus

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Ärivõimaluste avastamine lähtuvalt probleemidest keskkonnas.

Sisu: Viie miksi meetodi loojaks peetakse Toyota tootmissüsteemi pioneeri Tajichi Ohnot⁴, kes nägi probleemides pigem võimalusi. Tema arvamusel peaks iga probleemi kohta küsima vähemalt 5 miksi-küsimust. Küsimuste küsimise tulemusel jõuab küsija probleemi tegeliku sisuni ja läbi selle ärivõimaluste avastamiseni.

Peale probleemide nimetamist küsivad õpilased kas iga probleemi või valitud probleemide kohta vähemalt viis miksi-küsimust.

Näide. Probleem: linna haljasalad on täis koerte väljaheidet, eriti kevaditi.

1 – miksi?

Seetõttu, et koeraomanikud ei korista enda koera järelt.

2 – miksi loomaomanikud ei korista enda koera järelt?

Seetõttu, et neil ei pruugi olla kilekotti kaasas.

3 – miksi neil ei ole kilekotti kaasas?

Seetõttu, et nad unustavad selle kaasa võtta.

4 – miksi nad unustavad selle kaasa võtta?

Seetõttu, et neile ei ole linnaruumi puhtus oluline.

5 – miksi neile ei ole linnaruumi puhtus oluline?

Seetõttu, et nad arvavad, et nende käitumise mõju linnaruumile on väga väike.

Üheks lahenduseks on laiem teavitus linna poolt loomade väljaheidete mõjust linnaruumile ja inimeste kaasamine probleemi lahendamisse. Lisaks selgus küsimuste küsimise tulemusel, et üheks probleemiks võib olla kilekottide mittekasutamine.

Soovitused juhendajale: Harjutusele peab eelnema probleemide või äriideede sõnastamise harjutus.

SCAMPER-mudel

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine: ärivõimaluste avastamine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine: loovus, probleemilahendus ja planeerimine.

Eesmärk: Ärivõimaluste avastamine lähtuvalt probleemidest keskkonnas.

Sisu: SCAMPER-mudeli loojaks peetakse Bob Eberlet⁵. Mudel sobib väga hästi ideede kogumiseks olemasolevate toodete ja/või teenuste muutmiseks. Mudeli nimi tuleneb järgmiste sõnade esitähtedest (ingl k):

- Asenda (*substitute*):
 - Kuidas ja milliste vahenditega saab toodet või teenust parandada?
 - Kas on võimalik toodet või teenust kasutada teisel sihtotstarbel? Kui jah, siis millisel?
 - Kas ja kuidas on võimalik muuta inimeste arvamust toote või teenuse kohta?
- Ühenda (*combine*):
 - Kas toodet või teenust on võimalik ühendada teiste toodete või teenustega?
 - Kas ühendamise abil toote või teenuse kasutusvõimalused laienevad?
- Kohanda (*adapt*):
 - Kuidas läbi kohandamise muuta toodet või teenust nii, et selle kasutuse lõppeesmärk muutub?
 - Millisesse teise konteksti on võimalik toode või teenus paigutada?
- Muuda (*modify*):
 - Kuidas muuta toodet või teenust?
 - Mida saab toote või teenuse juures esile tuua?
- Leia uus kasutusviis (*put to another use*):
 - Kas toodet või teenust on võimalik kasutada mõnel muul otstarbel või situatsioonis?
 - Kas ja kuidas on võimalik läbi taaskasutuse toodet või teenust muuta?
- Eemalda (*eliminate*):
 - Kuidas on võimalik toodet või teenust lihtsustada?
 - Mis juhtub toote või teenusega, kui sealt mingi osa eemaldada?
- Pööra (*reverse*):
 - Mis juhtub, kui toote või teenuse loomise või kasutuse protsessi muuta vastupidiseks?

Harjutuse soovituslik järjestus on järgmine:

- ▶ Õpilased valivad toote või teenuse, mida nad soovivad muuta või edasi arendada.
- ▶ Õpilased hakkavad küsima eeltoodud küsimusi.
- ▶ Pärast ajurünnakut esitlevad kõik rühmad tulemust suure grupis.

Soovitused juhendajale: Kõik rühmad võivad arendada sama toodet või teenust. Juhendaja võib tuua iga küsimuse juurde praktilisi näiteid toodete või teenuste muutmise igapäevaelus.

Teenusedisaini topeltteemandi mudel

Ettevõtluspädevus:

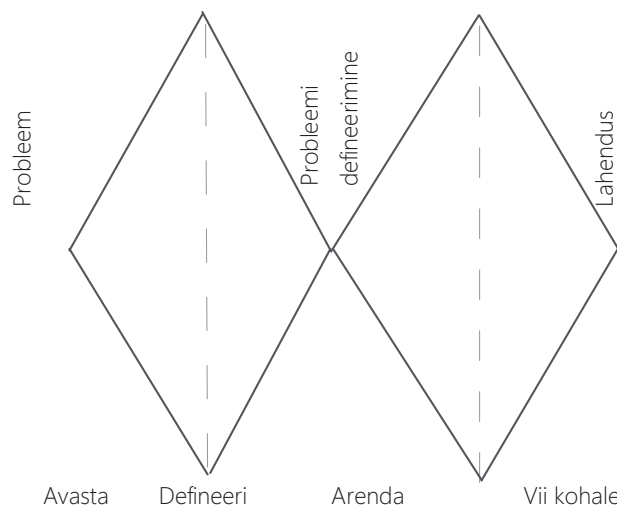
- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Äriidee analüüs ja ärivõimaluste avastamine läbi teenusedisaini.

Sisu: Teenusedisaini eesmärk on luua teenuseid, mida kliendid vajavad ja mille eest on nad valmis raha maksma. Üheks levinud teenusedisaini mudeliks on British Design Councili 2004. aastal loodud topeltteemandi mudel⁶ (*Double Diamond*) (joonis 3), mis sisaldab nelja etappi:

- 1) avasta (*discover*)
- 2) defineeri (*define*)
- 3) arenda (*develop*)
- 4) vii kohale (*deliver*).

Mudel sisaldab kujunduslikult kahte teemanti, mis kirjeldavad teenusedisaini protsessi, milles uuritakse probleemi sügavuti ja seejärel keskendutakse vajalikele tegevustele. Esimeses, avastamise etapis, otsib teenusedisainer uusi võimalusi, turge, infot, trende ja sisendeid. Teises, defineerimise etapis, filtreerib ta esimeses etapis saadud infot ja defineerib lahendamist vajava probleemi. Lisaks sisaldab see etapp ka projekti ideede arendamist ja juhtimist. Kolmandas, arendamise etapis, on projekt saanud juhtkonna poolt kinnituse koos rahastamisega, algab projekti elluviimine tihedas koostöös meeskondadega, mängitakse läbi stsenaariume ja luuakse kliendi profiile, mille tulemusel valmib prototüüp. Neljandas ehk kohale viimise etapis viiakse projekt klientideni läbi testimise ja lõpliku turule toomise. Kõige olulisemaks etapis peetakse topeltteemandi mudelis esimest ehk avastamise etappi, milles toimub suhtlemine kliendiga ja sisendi saamine järgnevas teenusedisaini protsessiks.



Joonis 3. Topeltteemandi mudel

Topeltteemandi mudel	Tehnikad
1. etapp. Avasta	Klientide päevikud, kliendi rolli astumine, ajurünnakud, kliendiküsitlused, ideede visualiseerimised, andmete analüüs jt.
2. etapp. Defineeri	Fookusgrupi intervjuud, ajurünnakud, hindamine lähtuvalt kriteeriumist, probleemide võrdlemine, käivitajate ja takistajate võrdlus, kliendi teekonna kaardistus jt.
3. etapp. Arenda	Klientide profiilid, stsenaariumide läbi mängimine, rollimängud, teenuseplaan, prototüübi loomine jt.
4. etapp. Vii kohale	Etapiline turule viimine, täisfunktsionaalsuse testimine, tagasiside ja hindamine, juhendite loomine jt.

Tabel 4. Topeltteemandi tehnikad

Õpilastele jagatakse harjutuste tegemiseks 2 vormi – topeltteemandi mudeli vorm ja tehnikatest ülevaade (tabel 4) tühjana. Seejärel teevad õpilased rühmas ajurünnaku, mille raames:

- ▶ sõnastavad kliendi probleemi;
- ▶ kirjeldavad peamisi tegevusi, mida nad igas etapis teevad;
- ▶ sõnastavad tulemust, milleni läbi tegevuste jõuavad.

Soovitused juhendajale: Harjutus eeldab teenusedisaini tutvustamist õpilastele. Juhendaja poolt jagatakse vormid, mida õpilased saavad abimaterjalina kasutada.

Kalaluu diagramm

Ettevõtluspädevus:

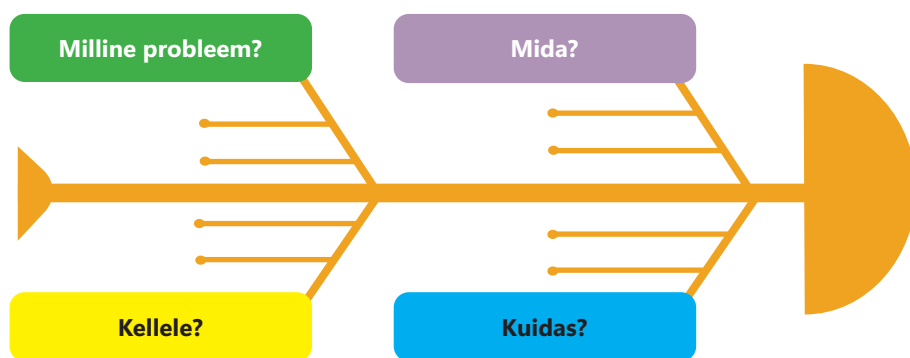
- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Äriidee kohta andmete kogumine.

Sisu: Õpilased joonistavad lehele kalaluu diagrammi (joonis 4), kus on vähemalt 4 suuremat alamharu, kuhu kirjutatakse alljärgnevad küsimused. Iga alamharu sisaldab väiksemaid harusid, kuhu lisatakse ajurünnaku tulemusel saadud vastused.

Kalaluu diagrammi küsimused on järgmised:

1. Millist kliendi vajadust või probleemi äriidee lahendab?
2. Mida ettevõtte hakkab müüma (toode, teenus)?
3. Kellele hakatakse müüma (klient)?
4. Kuidas saavutatakse eesmärgid?



Joonis 4. Kalaluu diagramm

Soovitused juhendajale: Õpilastele võib jaotada A4 paberil printituna kalaluu kujutise, kuhu on lisatud küsimused. Kalaluu võib teha ka digitaalse, kuid sellisel juhul peaks see olema mugavalt täidetavas formaadis (nt tekstikastid).

Ettevõtlusteemaline sõnamäng

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Ettevõtlusega tutvumine

Sisu: Juhendaja nimetab ettevõtlusega seotud sõna. Järgmisena hakkavad järjest õpilased nimetama sõnu, mis on seotud eelnevalt nimetatud sõnaga.

Soovitused juhendajale: Juhul kui juhendaja jõuab, siis ta võib kirjutada sõnad tahvlile ja sõnade nimetamise harjutusele võib järgneda nimetatud sõnade teemaline arutelu.

Ettevõtlusega alustamine 0 euroga

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine: ärivõimaluste avastamine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine: loovus, probleemilahendus ja planeerimine.
- ▶ Enesejuhtimine: arenguuskumus ja emotsioonidega toimetulek.

Eesmärk: Piiranguteta ärivõimaluste avastamine ja jäävuskumuste mõju vähendamine.

Sisu: Õpilased nimetavad vähemalt 10 võimalust, kuidas nad saavad oma äriideega alustada algkapitalita. Pärast ajurünnakut rühmas jagab iga rühm ideid suures grupis, kus toimub ka järelduste arutelu harjutuse käigus omandatud kogemusest ja infost.

Soovitused juhendajale: Üheks levinud jäävuskumuseks on arvamus, et ettevõtlusega alustamine eeldab algkapitali. Juhul, kui rühmatöös jäävuskumused avalduvad, siis on juhendaja roll aidata nimetada võimalusi alustamiseks algkapitalita. Ettevõtluses on aeg ja raha omavahel otseselt seotud. Vähesed rahalised vahendid ei takista ettevõtlust, aga võivad lihtsalt aeglustada lõpp-eesmärgini jõudmist.

Ettevõtlus, kui ebaõnnestumine on 100% välistatud

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine: ärivõimaluste avastamine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine: loovus, probleemilahendus ja planeerimine.
- ▶ Enesejuhtimine: arenguuskumus ja emotsioonidega toimetulek.

Eesmärk: Piiranguteta ärivõimaluste avastamine.

Sisu: Õpilased kirjeldavad ajurünnaku käigus tegevusi ja oma ettevõtet, kui ebaõnnestumine on 100% välistatud. Harjutuse käigus on soovitatav nimetada 5–10 tegevust ja lõpptulemus, milleni jõutakse.

Pärast harjutuse tegemist võivad õpilased vastata täiendavatele küsimustele:

- ▶ Milline on esimene tegevus, mida on võimalik teha tulemuseni jõudmiseks?
- ▶ Mida peaksin/peaksime tegema erinevalt sellest, mida tavapärast oleksin/oleksime teinud?
- ▶ Mida sain/saime enda kohta teada harjutuse tulemusel?

Küsimuste eesmärk on luua seoseid ajurünnaku käigus kogutud ideede ja võimaluste vahel.

Soovitused juhendajale: Harjutust võib teha individuaalse tööna esseena. Sellisel juhul tasub küsimustele vastamine teha hiljem tunnis. Harjutust on soovitatav teha kohe pärast äriidee valikut ja enne nii visiooni sõnastamist kui ka ettevõtluskeskkonna analüüsi. Harjutust võib teha ka enesearengu eesmärgil ja rühmades, kus on teada, et enamik ei soovi hakata tulevikus ettevõtjaks. Sellisel juhul on soovitatav küsimuse sõnastus asendada lausega „Mida teed, kui ebaõnnestumine on 100% välistatud?“.

Liftikõne

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.
- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Äriidee esitlemine.

Sisu: 'Liftikõne' tuleneb inglise keelest sõnast *elevator pitch*, mis on lühike ülevaade äriideest eesmärgiga tekitada kuulajas huvi. Liftikõnet on võimalik teha nii klientidele, koostööpartneritele kui ka investoritele. Äriidee liftikõne soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ kliendi probleem või vajadus;
- ▶ ettevõtte lahendus probleemile või vajadusele;
- ▶ sihtturu lühike kirjeldus;
- ▶ otsesed konkurendid;
- ▶ meeskonna tutvustus;
- ▶ peamised rahalised eesmärgid (müügitulu, kasum).

Soovitused juhendajale: Soovitatav on määrata ajaline piirang liftikõne tegemiseks ja võtta esitluse ajal stopperiga aega.

Investori roll

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Ärivõimaluste hindamine investori seisukohast lähtuvalt.

Sisu: Igale õpilasele või rühmale antakse mängurahana 1000 eurot. Pärast äriideede esitlust on neil ülesandeks investorina jagada saadud mänguraha ära nii, et raha investeeritakse igasse esitletud äriideesse. Summad võivad olla erinevad vastavalt siis sellele, millisesse äriideesse ollakse valmis kõige rohkem investeerima ja millisesse kõige vähem. Pärast raha jaotamist põhjendavad kõik rühmad oma valikuid.

Soovitused juhendajale: Harjutust on soovitatav läbi viia äriideede esitlemisel (nt koos liftikõnega). Harjutusega võib kaasneda oht: enesekindluse langus, jäävususkumuste domineerimine või negatiivsete emotsioonide esile kerkimine neil, kelle äriideesse „investeeritakse“ vähem. Seega ei pruugi harjutus olla sobiv nendes rühmadesse, kus juhendaja osalejaid ei tunne.

Visioon, missioon ja eesmärgid

Ettevõtjaid nimetatakse sageli visionäärideks, kes näevad võimalusi seal, kus teised neid ei märka. Soovitud tulemusteni jõudmine toetub oluliselt nii eesmärkide seadmisele kui ka järjepidevalt nende poole liikumisele.

Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ Missiooni ja visiooni sõnastamine.
- ▶ Eesmärgistamine läbi mudelite ja loovate ülesannete.

Harjutused toetavad ettevõtluspädevuse mudelis enesejuhtimist, väärtust loovat mõtlemist ja tegevuste planeerimise arendamist. Lisaks on oluline läbi eesmärgistamise analüüsida võimalusi äriideede elluviimiseks.

Juhendaja roll on harjutuste läbiviimisel just toetada õpilasi reaalsetest äri võimalustest lähtuvate realistlike eesmärkide sõnastamisel. Eesmärkide sõnastamisel läbi loovate ülesannete võivad ilmneda erinevad jäävuskumused kas ettevõtlusega või iseendaga seoses.



Igapäevane enesejuhtimine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Igapäevaste tegevuste ajaline mõõtmine ja enesejuhtimise sisu teadvustamine.

Sisu: Õpilane koostab kokkulepitud aja jooksul ülevaate oma igapäevastest tegevustest ja nendele kuluvast ajast. Soovitatav on selleks kasutada tehnoloogilisi lahendusi (nt Toggl). Pärast tegevustest ülevaadet analüüsib harjutuse tegemist läbi ettevõtluspädevuse mudelis toodud enesejuhtimise pädevuse, vastates järgmistele küsimustele:

- ▶ Millistele tegevustele kulus kõige enam aega?
- ▶ Kas kogesid ka tagasilööke? Kuidas end tundsid?
- ▶ Milline oli Sinu motivatsioon tegevusi tehes? Mis Sind kõige enam motiveeris? Milliste tegevuste puhul oli motivatsioon madalam? Miks?
- ▶ Kuidas tundsid end erinevaid tegevusi tehes?
- ▶ Milliseid mõtteid mõtlesid iseenda tegevuste sisu ja aega mõõtes?
- ▶ Millist kasu said kõige enam tegevuste mõõtmisest?
- ▶ Mida teeksid tulenevalt saadud kogemusest teisiti?

Soovitused juhendajale: Juhendaja poolt on soovitatav jagada õpilastele erinevaid aja ja tegevuste mõõtmise tööriistu.

Visioon

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi lõppeesmärgi sõnastamise märgata ärivõimalusi ja leida motivatsiooni.

Sisu: Visioon on lõppeesmärk ja ideaal, kuhu inimene soovib jõuda. Ettevõtluses toetub sihini jõudmine tugevale enesejuhtimisele, läbi mille ettevõtja on suuteline pakkuma ideid, algatama tegevusi ja võtma vastutust ilma välise surveta. Seega toetub ettevõtluses eesmärkideni jõudmine oluliselt ettevõtja enda autonoomsele motivatsioonile, mille puhul on oluline, et tehtavad tegevused on inimesest endast lähtuvalt mõtestatud ja väärtustatud. Seega on püsivama motivatsiooni saamiseks oluline koos ettevõtte visiooniga sõnastada ka ettevõtja isiklik visioon. Visiooni tähtaeg sõltub pikaajaliste eesmärkide pikkusest. Üldjuhul sõnastatakse visioon 3–5 aastaks. Pikemaks ajaks visiooni sõnastamisel on oluline mõelda, kas liiga kauges tulevikus asuv visioon on inimese jaoks piisavalt motiveeriv. Visiooni sõnastus on lihtne, kergesti meelde jääv, mõõdetav ja peab sisaldama tegevusvaldkonda. Soovitatav on sõnastada visioon ühe lausega.

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ Isikliku visiooni sõnastamine individuaalse tööna. Õpilane vastab küsimusele „Kus ja kellena ma näen ennast x aasta pärast?“.
- ▶ Ettevõtte visiooni sõnastamine rühmatööna. Õpilased vastavad rühmatööna küsimustele „Kus ja millisel positsioonil turul asub mu ettevõtte x aasta pärast? Kuidas minu ettevõtet kõige enam tuntakse? Mis aitab kõige enam tulemust saavutada?“.
- ▶ Pärast visiooni sõnastamist arutelu rühmades: „Kuidas rühma liikmete isiklikud visioonid toetavad ettevõtte visioonini jõudmist?“

Soovitused juhendajale: Õpilastele on soovitatav tutvustada nii autonoomse motivatsiooni kui ka eesmärkide rolli ettevõtluses. Harjutust võib teha ka osaliselt, sõnastades kas isiklik või ettevõtte visioon. Loovuse toetamiseks on hea tuua õpilastele näiteid hästi sõnastatud visioonidest.

Missioon

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi lõppeesmärgi sõnastamise märgata ärivõimalusi ja leida motivatsiooni.

Sisu: Missioon on lühike, kergesti arusaadav, eristuv ja paindlik sõnastus sellest, miks ettevõtte tegutseb ja kuidas ta plaanib viisionini jõuda. Missiooni sõnastamisel on kesksel kohal väärtus, mida ettevõtte loob lisaks rahaliste eesmärkide saavutamisele. Missiooni läbimõtlemine on otseselt seotud autonoomse motivatsiooniga, mille kohaselt toetuvad tegevused eelkõige sisemistele motivaatoritele nagu huvi, rõõm ja rahulolu tegevustest.

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ Isikliku missiooni sõnastamine individuaalse tööna. Õpilane vastab küsimusele „Millist väärtust ma läbi oma tänaste valikute loon?“.
- ▶ Ettevõtte missiooni sõnastamine rühmatööna. Õpilased vastavad rühmatööna küsimustele „Miks ettevõtte tegutseb? Millist väärtust loob ta klientidele, koostööpartneritele ja ühiskonnale?“.
- ▶ Pärast missiooni sõnastamist arutelu rühmades: „Kuidas rühma liikmete isiklikud missioonid toetavad ettevõtte missioonini jõudmist?“

Soovitused juhendajale: Loovuse toetamiseks on hea tuua õpilastele näiteid hästi sõnastatud missioonidest. Õpilastele on soovitatav tutvustada nii autonoomse motivatsiooni kui ka eesmärkide rolli ettevõtluses. Harjutust võib teha ka osaliselt, sõnastades kas isiklikku või ettevõtte missiooni. Kuna isikliku missiooni sõnastamine toetub oluliselt inimese sisemisele soovile hakata ettevõtjaks, siis ei ole selle sõnastamisel mõistlik keskenduda ettevõtlusele. Näiteks ei ole soovitatav küsida küsimust „Miks ma soovin hakata ettevõtjaks?“. Samas ülesannet kasutatakse ettevõtluskoolitusel, siis on soovitatav juba ka isikliku missiooni sõnastamisel keskenduda ettevõtlusele.

SMART-meetod

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Lühi- ja pikaajaliste eesmärkide sõnastamine.

Sisu: Eesmärgid on ettevõtluses otseselt seotud autonoomse motivatsiooniga, sest kõrgema motivatsiooniga inimesed liiguvad püsivalt oma eesmärkide poole. SMART-mudel on levinud meetod eesmärkide sõnastamiseks. Meetodi autoriks peetakse George T. Doranit, kes 1981. aastal avaldas SMART-meetodi teemalise artikli. Meetodi kohaselt hästi sõnastatud eesmärgid peavad olema:

- ▶ Konkreetseid (ingl k *specific*) – eesmärk peab sisaldama konkreetset käitumist ja lõpptulemust;
- ▶ Mõõdetavad (ingl k *measurable*) – eesmärk peab sisaldama mõõdikuid, mille abil saab eesmärgi saavutamist mõõta;
- ▶ Arusaadavad (ingl k *achievable*) – eesmärgi saavutamine peab olema realistlik ja toetuma ressurssidele, mis ettevõtjal on kas olemas või mida on võimalik kaasata;
- ▶ Asjakohased (ingl k *relevant*) – eesmärk peab olema seotud ettevõtte strateegiaga;
- ▶ Ajaliselt määratletud (ingl k *timely*) – eesmärgi saavutamisel peab olema määratud tähtaeg.

Harjutust on võimalik teha mitmes versioonis või etapis.

Harjutus nr 1.

- ▶ Juhendaja jagab õpilastele 5–10 ettevõtluse eesmärki, millest osa vastab SMART-meetodile ja osa mitte.
- ▶ Õpilaste ülesanne rühmatööna on analüüsida, millised eesmärgid vastavad meetodile ja millised mitte.
- ▶ Harjutuse tulemust jagatakse suures grupis.

Harjutus nr 2.

- ▶ Õpilased sõnastavad rühmas ettevõtlusteemalise eesmärgi vastavalt SMART-meetodile;
- ▶ Pärast eesmärgi sõnastamist jagatakse eesmäärke suures grupis.

Soovitused juhendajale: Enne eesmärkide sõnastamist on oluline SMART-mudeli tutvustamine õpilastele. Õpilased võivad teha mõlemat harjutust. Esimene harjutus aitab läbi sõnastatud eesmärkide õppida tundma SMART-meetodit ja teine harjutus toetab saadud teadmiste rakendamist eesmärkide sõnastamisel.

GROW-mudel

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Eesmärgi sõnastamine.

Sisu: GROW-mudel⁸ on tuntud, lihtne ja põhjalik tööriist eesmärkide sõnastamiseks. Mudeli kohaselt toimub eesmärkide sõnastamine järgmistes etappides:

- ▶ Eesmärk (ingl k *goal*) – tulemus ehk lühi- ja pikaajalise eesmärgi sõnastamine.
- ▶ Reaalsus (ingl k *reality*) – olevikuolukorra mõistmine.
- ▶ Valikud (ingl k *opportunities*) – peamised võimalused eesmärgi saavutamiseks.
- ▶ Tahe (ingl k *will*) – eesmärgi saavutamist mõjutav tahe, motivatsioon ja tegevuskava.

GROW-mudelit kasutatakse eelkõige kootsingu valdkonnas, seega on harjutust hea teha paaris, kus õpilased küsivad üksteiselt küsimusi eesmärgi vastavusest GROW-mudelile.

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ Õpilane sõnastab individuaalselt eesmärgi, mida soovib saavutada.
- ▶ Pärast eesmärgi sõnastamist võtavad õpilased 2-liikmelistesse gruppidesse (paaridesse), kus kumbki õpilane küsib teiselt järgmisi küsimusi:
 - Milline on tulemus, milleni soovid jõua?
 - Milline on kasu, mida eesmärgi saavutamisest saad?
 - Kuidas mõõdad eesmärgini jõudmist?
 - Mida vajad eesmärgi saavutamiseks?
 - Mis on sind siiani tagasi hoidnud eesmärki saavutamast?
 - Milliseid peamisi väljakutseid ja takistusi võid eesmärgini jõudmisel kogeda?
 - Kes saab sind aidata eesmärgini jõudmisel?
 - Mis on esimene tegevus, mida teed eesmärgi saavutamiseks?
 - Millised on peamised tegevused, mida teed eesmärgi saavutamiseks?
 - Kuidas end motiveerid?
 - Mida tunned, kui saavutad eesmärgi?

Soovitused juhendajale: Harjutust võib teha ka individuaalselt näiteks ettevõtlusaine alguses, kus GROW-mudelit kasutades sõnastab õpilane eesmärgi aine läbimiseks.

Minu elu 1 aasta pärast

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Visiooni ja eesmärgi sõnastamine loovuse abil.

Sisu: Õpilane koostab individuaalse tööna 1–2-leheküljelise essee teemal „Minu elu 1 aasta pärast“. Essee kirjutamisel mõtleb ta parimale võimalikule tulemusele, milleni ta soovib aasta pärast jõuda. Essee teemad võivad olla seotud nii töö kui ka isikliku eluga. Seejärel tutvustab juhendaja õpilastele eesmärkide sõnastamise meetodeid (SMART, GROW). Pärast meetodite tutvustamist analüüsib õpilane enda esseed ja sõnastab olulisemad tegevused eesmärkidenä. Individuaalsele tööle võib järgneda töö paaris, kus õpilane jagab harjutuse tulemust, vastates järgmistele küsimustele:

- ▶ Kas essee sisaldas eesmäärke või sõnastasid need pärast eesmärkide meetoditega tutvumist?
- ▶ Milliseid eesmäärke sõnastasid ja miks?
- ▶ Mida vajad eesmärkide saavutamiseks?
- ▶ Milline on esimene tegevus, mida teed tulemuseni jõudmiseks?

Soovitused juhendajale: Harjutust on soovitatav teha enne eesmärkide SMART-meetodi või GROW-mudeli tutvustamist õpilastele.

Ettevõtjaks 1 miljoni euroga

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Töö ettevõtlusega seotud arenguskuumuste ja autonoomse motivatsiooniga

Sisu: Õpilased koostavad esse või arutavad rühmas teemal „Ettevõtjaks 1 miljoni euroga“. Harjutuse sisuks on julgustada õpilast unistama ja pakkuma loovaid ideid ettevõtlusega tegelemiseks. Sageli nähakse just ebapiisavaid rahalisi vahendeid peamise takistusena ettevõtlusega alustamisel. Seega võimaldab harjutus mõtlema rahaliste piiranguteta. Harjutust võib teha nii individuaalse kui ka rühmatööna. Rühmas harjutuses asendub essee ajurünnakuga, mille eesmärk on koguda ideid ettevõtluseks.

Pärast essee koostamist või ajurünnakut rühmas võib anda õpilastele järgmise ülesande, mille sisuks on vastata küsimusele:

- ▶ Milline on minu esimene tegevus, mida saan teha juba täna?

Soovitused juhendajale: Harjutuse tegemisel võivad avalduda õpilaste arenguskuumused (sh jäävuskuumused) seoses ettevõtlusega.

Minu pensionile mineku pidu

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Enesejuhtimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Töö eneseteostusega seotud arenguuskumuste ja autonoomse motivatsiooniga

Sisu: Harjutust võib sisaldada üksnes essee koostamist, kuid võib teha ka kolmes osas.

Harjutus 1. Essee

Õpilane kirjutab essee teemal „Minu pensionile mineku pidu“, milles õpilane kirjeldab pidu, mille ta korraldab pensionile mineku tähistamiseks. Sellel osalevad kõik talle olulised inimesed ning ta peab tänukõnet kõige positiivse eest enda elust. Seejärel küsib üks inimene tema käest: „Aga mille tegemata jätmist sa kõige enam kahetsed?“. Essee keskendub õpilane just nendele teemadele, mida ta võiks pensioniikka jõudes kahetseda.

Harjutus 2. Eneseanalüüs

Essee koostamisele järgneb harjutus, kus õpilane vastab järgmistele küsimustele:

- ▶ Mida sa saad teha täna selleks, et mitte kogeda kahetsust pensionieas? Milline on vähemalt üks tegevus, mida saad teha juba täna?

Harjutus 3. Arutelu rühmas

Essee koostamisele võib järgneda arutelu rühmas, kus iga rühma liige jagab peamisi kahetsusi ja peamisi tegevusi, mida nad saavad juba olevikus teha eesmärgiga vältida kahetsust pensionieas.

Soovitused juhendajale: Essee võib asendada ka tunnis individuaalse tööga, kus õpilane nimetab peamisi tegevusi, mille tegemata jätmist ta võiks kahetseda. Sõltuvalt õpilaste valmisolekust võib harjutuse tegemist toetada ka läbi visuaalse teadveloleku (*mindfulness*) meditatsiooni. Harjutuse tegemisel võivad avalduda õpilaste arenguuskumused (sh jäävususkumused) seoses nii iseenda võimekuse kui ka ettevõtlusega.

Ettevõtluskeskkond

Ettevõtlust mõjutab oluliselt keskkond, milles ettevõtja tegutseb. Edukad ettevõtjad oskavad läbi ettevõtluskeskkonna tundmise ja ärivõimaluste kasutamise viia ellu nii oma visiooni kui ka eesmärged sõltumata takistustest.

Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ Väliskeskkonna analüüs läbi PESTLE-mudeli.
- ▶ Sisekeskkonna analüüs läbi Porteri viie konkurentsijõu mudeli.
- ▶ SWOT-analüüsi koostamine.
- ▶ Riskianalüüs läbi varuplaani koostamise.

Harjutused toetavad ettevõtluspädevuse mudelis eelkõige äriideede ellu viimist läbi ettevõtluskeskkonnas esinevate võimaluste ja ohtude analüüsimise.

Juhendaja roll on toetada õpilasi läbi erinevate viidete algallikatele, mis aitavad äriideed objektiivselt analüüsida ja vähendada sisetundest lähtuvate järelduste tegemist.



PESTLE-analüüs

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Ettevõtte väliskeskkonna analüüs.

Sisu: PESTLE-analüüsi nimetus tuleneb nimetatud mõjutajate ingliskeelsetest esitähedest. PESTLE-analüüs⁹, mida tuntakse ka PEST-analüüsi nime all, on praktiline meetod ärikeskkonnas esinevate poliitiliste (*political*), majanduslike (*economic*), sotsiaalsete (*social*), tehnoloogiliste (*technological*), õiguslike (*legal*) ja keskkonna (*environmental*) mõjutegurite analüüsiks. PESTLE-analüüs tehakse ärikeskkonna kohta, milles ettevõtte tegutseb (nt riik).

PESTLE-analüüsi koostamist toetavad suunavad küsimused, millele õpilased leiavad allikatest vastuseid.

- ▶ Poliitilised mõjutegurid:
 - Millistest erakondadest moodustub koalitsioon ja opositsioon? Milline on valitsevate erakondade ettevõtluspoliitika?
 - Milline on võimalik oleva valitsuse koalitsioonilepingu sisu ja selle mõju nii ettevõtlusele kui ka ettevõtte tegevusvaldkonnale?
 - Millised on planeeritavad maksumuudatused ja nende mõju ettevõtlusele?
 - Kuidas poliitilised otsused mõjutavad ettevõtte tegevusvaldkonda (piirangud, toetused vms.).
 - Kuidas mõjutavad poliitilised otsused konkurentsi?
- ▶ Majanduslikud mõjutegurid:
 - Kui suur on inflatsioon?
 - Milline on majandusprognoos? Kas majandus tõuseb või langeb?
 - Millised on intressimäärad ja nende mõju majandusele?
 - Kas ja kuidas mõjutavad ettevõtlust valuutakursid ja nende muutus?
 - Millised on riigi majanduse peamised edutegurid ja väljakutsed?
- ▶ Sotsiaalsed mõjutegurid:
 - Kui suur on rahvaarv ja selle jaotus vanuse, soo ning elukoha järgi?
 - Kuidas rahvastik paikneb riigis? Kuidas see mõjutab ettevõtlust?
 - Milline on tüüpiline leibkond ja selle tarbimisharjumused?
 - Milline on rahvastiku kultuuriline taust ja trendid?
 - Kui suur on keskmine töötasu ja millised on muutused?
 - Milline on inimeste haridustase (vajadusel soo, vanuse ja elukoha lõikes)?
 - Milline on inimeste ostujõud?
 - Milline on inimeste elustiil ja sellest tulenevad eelistused?
 - Kui palju on registreeritud ettevõtteid ja nende peamised tunnused (asukoht, ettevõtete liigid, tegevusalad jms).
- ▶ Tehnoloogilised mõjutegurid:
 - Millised on tehnoloogia trendid ja kuidas need mõjutavad ettevõtlust?
 - Milline on inimeste tehnoloogia kasutamise harjumused riigis?
 - Kuidas tehnoloogia mõjutab inimeste igapäevast käitumist? Kuidas?
- ▶ Õiguslikud mõjutegurid:
 - Millised õigusaktid mõjutavad ettevõtlust kõige enam?
 - Millised on tarbija õigused ja nende mõju ettevõtlusele?
 - Millised õigusaktid reguleerivad töösuhteid?
 - Kuidas mõjutab ettevõtlust isikuandmete kaitse? Mida ettevõtte peab tegema nõuete täitmiseks?
 - Milliste peamiste raamatupidamise ja maksunduse õigusaktidega peab ettevõtja arvestama?
- ▶ Keskkonna mõjutegurid:
 - Kuidas mõjutab keskkond ettevõtlust?
 - Kuidas mõjutab ettevõtte ümbritsevat keskkonda (jäätmekäitlus, ökoloogiline jalajälg)?
 - Kuidas on võimalik mõõta ettevõtte jätkusuutlikkust ja mõju keskkonnale?

Pärast analüüsi koostamist on soovitatav teha arutelu suures grupis.

Soovitused juhendajale: Harjutuse tegemisele eelneb nii ärikeskkonna kui ka PESTLE-analüüsi tutvustus õpilastele. PESTLE-analüüsi sisu peab toetuma objektiivsetele infoallikatele, mitte õpilase enda arvamusele.

Porteri viie konkurentsijõu mudel

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Ettevõtte sisekeskkonna analüüs

Sisu: Tegevusvaldkonna analüüsiks on soovitatav kasutada viie konkurentsijõu mudelit¹⁰, mille autor on Michael E. Porter. Mudeli järgi mõjutab ettevõtete konkureerimise viis jõudu, milleks on konkurentsivõimeline rivaalitsemine ehk konkurents tegevusharus, sisenemisbarjäärid, asenduskaubad, tarnijate ja ostjate mõju.

Õpilast saab Porteri viie konkurentsijõu analüüsi koostamisel toetada alljärgnevatel suunavatel küsimustega:

- ▶ Konkurentsivõimeline rivaalitsemine ehk konkurents tegevusharus:
 - Konkurentide arv tegevusharus ja nende suurus;
 - Kuidas mõjutavad konkurendid hindu (nt hinnakampaaniad)?
 - Kuidas luuakse konkurentide poolt uusi tooteid või teenuseid? Kogus, sagedus, sisu?
 - Milliseid reklaamikampaaniaid teevad konkurendid?
 - Milline on konkurentide klienditeeninduste tase?
 - Kuidas kasutavad konkurendid tehnoloogiat?
 - Kas tegevusharus on kasv kiire või madal?
 - Kas konkurendid võistlevad olulise turuosa pärast? Kui jah, siis kuidas?
 - Kas tegevusharus pakutavad tooted ja teenused on üksteisega sarnased või erinevad?
 - Millised on tegevusharus peamised püsikulud ja keskmised kasumimarginaalid?
 - Millega peamiselt eristatakse?
 - Kui suured on kliendil kulud ettevõtte vahetamiseks?
- ▶ Sisenemisbarjäärid:
 - Kas tegevusharus on mastaabiefekt (suuremate koguste puhul madalad kulud)?
 - Kas tegevusharus on oskusteabe kaitse?
 - Kas tegevusharus on kogemuskurvi efekt?
 - Kas tegevusharus on klientide lojaalsus?
 - Kui suured on klientidel ümberlülituskulud?
 - Kas kapitali vajadus on kõrge või madal?
 - Milline on juurdepääs turunduskanalitele?
 - Millised on õiguslikud piirangud?
 - Kas ressursid tegusemiseks on piiratud (aeg, raha, inimesed, vahendid)?
- ▶ Asenduskaubad:
 - Millised on tegevusharus asendustooted või -teenused?
 - Millistel juhtudel eelistab klient asendustooteid või -teenuseid?
 - Kuidas on võimalik eristuda asendustoodetest või -teenustest? Mida tehakse tegevusharus eristumiseks?
 - Kui suur on asendustootelt või -teenuselt ümberlülituskulu kliendile?
- ▶ Tarnijate mõju (võim):
 - Kes on tegevusharu peamised tarbijad?
 - Kas tarbijate valik on lai või kitsas?
 - Kas tarbija saab ühepoolset kehtestada kõrgemaid hindu, mõjutada kvaliteeti või muid koostöötingimusi?
 - Kas tarnija võib ise hakata pakkuma tooteid või teenuseid?
- ▶ Ostjate mõju (võim):
 - Kes on tegevusharu peamised kliendid?
 - Kas kliente on palju või pigem vähe?
 - Kas kliendid saavad mõjutada hindu või kvaliteeti?
 - Kas kliendid on hinnatundlikud või mitte?
 - Millest lähtuvalt teevad kliendid ostuotsuseid?
 - Kui suur mõju avaldab pakutav toode või teenus kliendi ostujõule?

Pärast analüüsi koostamist on soovitatav teha arutelu suures grupis.

Soovitused juhendajale: Tegevusvaldkonna analüüsile peaks eelnema nii Porteri viie konkurentsijõu mudeli tutvustus kui ka PESTLE- ja SWOT-analüüs.

SWOT-analüüs

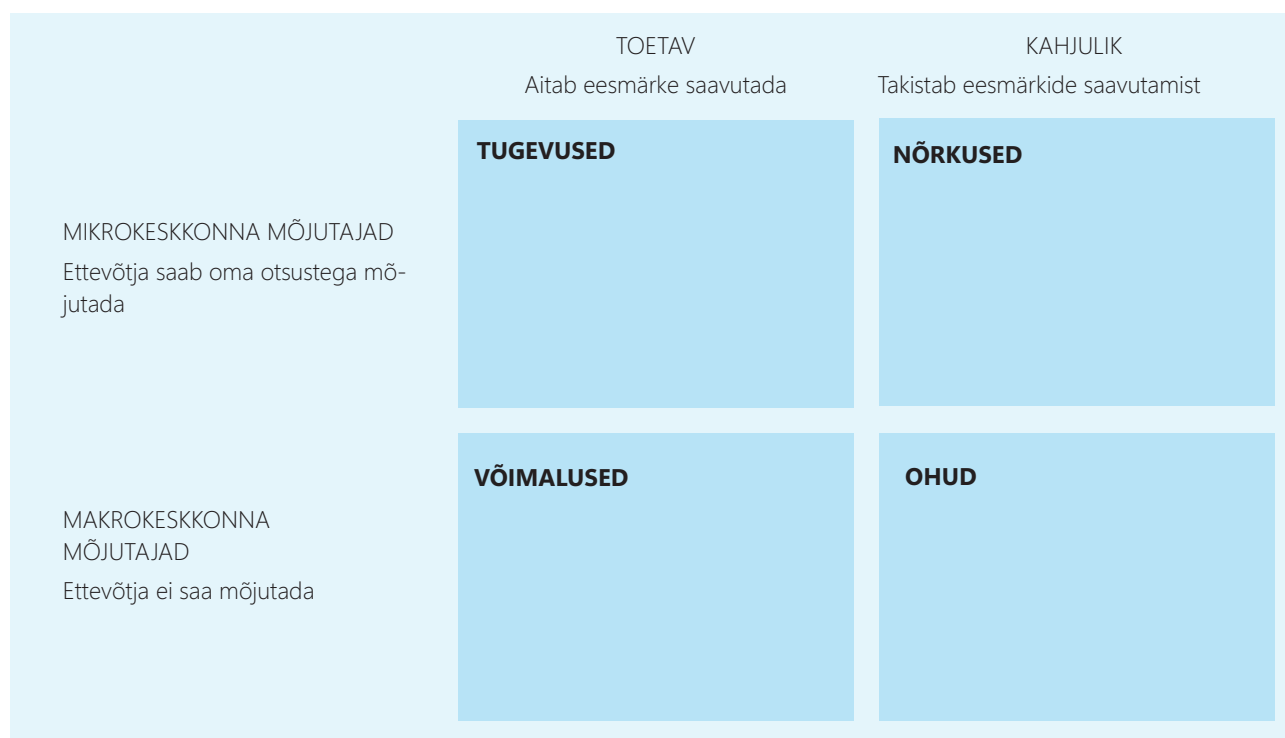
Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriidee elluviimine: keskkonna mõistmine.

Eesmärk: Analüüsida äriidee (või ettevõtte) tugevusi, nõrkusi, ohte ja võimalusi.

Sisu: Harjutuse sisuks on SWOT-analüüsi koostamine (joonis 5). Ettevõtluses on SWOT-analüüs hea ja lihtne töövahend ülevaate saamiseks äriideed puudutavatest eelistest ja probleemidest ning seejärel otsustada, kas äriidee teostus on sobiv või mitte. SWOT-analüüsi sisuks on:

- **Tugevused** – eesmärkide saavutamist ja ettevõtja otsustest sõltuvad ettevõtlust toetavad sisekeskkonna mõjutajad.
- **Nõrkused** – eesmärkide saavutamist ja ettevõtja otsustest sõltuvad ettevõtlust takistavad sisekeskkonna mõjutajad.
- **Ohud** – eesmärkide saavutamist toetavad väliseskkonna mõjutajad, millega ettevõtja saab läbi oma otsuste kohaneda ja konkurentidest eristuda.
- **Võimalused** – eesmärkide saavutamist takistavad väliseskkonna mõjutajad, mida ettevõtja ei saa ise mõjutada, kuid ta saab nendega kohaneda.



Joonis 5. SWOT-analüüs

Soovitused juhendajale: Enne harjutuse tegemist on oluline tutvustada õpilasele ettevõtluse välis- ja sisekeskkonna peamisi mõjutajaid. Oluline on jälgida, et SWOT-analüüsis eelkõige võimaluste ja ohtude analüüs ei sisaldaks sisekeskkonna mõjutajaid.

Minu varuplaan

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi loovuse varuplaani loomine ja riskide hindamine.

Sisu: Harjutuse sisuks on ajurünnaku tulemusel leida vähemalt 5 tegevust, mida neil on võimalik teha ettevõtjana olukorras, kui kõik ei lähe vastavalt esialgsele plaanile.

Soovitused juhendajale: Varuplaani aluseks võib võtta SWOT-analüüsi nõrkused ja ohud.

Kohanejad ja läbikukkujad

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine: keskkonna mõistmine.
- ▶ Enesejuhtimine: arengusuumus.

Eesmärk: Väliskeskonna mõjutajate analüüs läbi ettevõtete lugude.

Sisu: Õpilastel on ülesanne kirjeldada ühte ettevõtte edulugu ja ühte ebaõnnestumist, mis on päriselus aset leidnud. Õpilased võivad võtta kirjeldatavateks lugudeks kas meedias avaldatud ettevõtete lood või kasutada lugusid enda isiklikust elust. Lugude kirjeldamisel peavad õpilased vastama järgmistele küsimustele:

- ▶ Mis olid peamised edu või ebaedu mõjutajad?
- ▶ Milline oli ettevõtte tegevus ja tulemus?

Kui pärast harjutust tutvustatakse õpilasele ettevõtluskeskkonda läbi Porteri 5 jõu ja PESTLE-mudeli, siis võib lugude kirjeldamisele järgneda ülesanne, kus õpilased peavad mõlema loo puhul kirjeldama situatsiooni läbi mudelites toodud mõjutajate.

Soovitused juhendajale: Sõltuvalt õpilaste eelnevast ettevalmistusest võib juhendaja pakkuda välja ettevõtete nimed, kelle kas edukas või mitteedukas kohanemine väliskeskonna mõjutajatega on meedias leitav ja mida õpilased saavad kodutööna kirjeldada. Ebaõnnestumislugude kirjeldamisel on oluline jälgida, et harjutus ei lõppeks jäävususkumustega. Harjutust võib ka teha individuaalse tööna.

Turg ja kliendid

Ettevõtja pakutavate toodete ja teenuste eesmärk on lahendada klientide probleeme. Seetõttu on kliendid ettevõtluses ääretult olulisel kohal, sest ilma nendeta ettevõtlust ei eksisteeriks. Turu analüüsimise peamine puudus on ettevõtja toetumine enda arvamusele, mitte klientide tegelikele probleemidele. See teeb õige turu ja klientide valiku ettevõtjate jaoks üheks suuremaks mõtlemiskohaks.

Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ Loovad harjutused turu ja klientide analüüsimisel.
- ▶ Klientide probleemide analüüsimine läbi vajaduste ja valupunktide.
- ▶ Kliendiuuringute koostamine.

Harjutused toetavad ettevõtluspädevuse mudelis nii väärtust loovat mõtlemist ja lahenduste leidmist kui ka sotsiaalsete olukordade lahendamist. Kliendi analüüsimisel on oluline leida viise kliendiga suhtlemiseks ja seega on oluline, et kliendi analüüs toetuks kliendi uuringute käigus kogutud andmetele, mitte õpilaste enda arvamusele.

Juhendaja roll on suunata õpilasi analüüsima kliente ja turgu, toetudes objektiivsetele andmetele, mitte iseenda arvamusele.



Külaskäik turule

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Turu olemuse mõistmine läbi isikliku kogemuse.

Sisu: Turg on koht, mis viib kokku ostjad ja müüjad. Õpilastel palutakse mõelda oma elus olukorrale, kus nad külastavad füüsilist või virtuaalset turgu. Õpilased arutavad rühmatööna järgmistel teemadel:

- ▶ Millist turgu te viimati külastasite ja miks just seda?
- ▶ Kirjeldage, keda ja mida te turul nägite?
- ▶ Kui tegite ostu, siis mille järgi valisite müüja?
- ▶ Mida teeksite, kui peaksite sellel turul ise kaupu/teenuseid müüma?

Soovitused juhendajale: Arutelus võib õpilasi suunata teemat arendama järgmiste küsimuste kaudu:

- ▶ Millist turgu te viimati külastasite ja miks just seda?

Selle küsimuse vastuse puhul on võimalik luua seoseid nii kliendi vajadustega (nt füsioloogilised vajadused toidu näol, sotsiaalsed vajaduse sõpradega kokkusaamisena) kui ka segmenteerimisega (elu- või töökoha lähedus).

- ▶ Kirjeldage, keda ja mida te turul nägite?

On soovitatav, et õpilased kirjeldavad võimalikult palju erinevaid turu osalisi, näiteks ettevõtted, ostvad kliendid, mitteostvad kliendid, tooted, teenused, reklaamid, müük, lisateenused jne. Selle vastuse eesmärk on mõista, et ettevõtja ei ole turul üksi.

- ▶ Kui tegite ostu, siis mille järgi valisite müüja?

See vastus toob esile eristumise, turunduse ja müügi.

- ▶ Mida teeksite, kui peaksite sellel turul ise kaupu/teenuseid müüma?

Iseenda rolli ja tegevuste analüüsimine turul aitab luua seoseid enda ettevõtte turuanalüüsi koostamiseks.

Erakliendi segmenteerimine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Ärivõimaluste avastamine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi erakliendi tundmaõppimise enda segmendi valik, toetudes objektiivsetele andmetele.

Segmenteerimine on klientide jaotamine rühmadesse lähtuvalt sarnastest tunnustest, vajadustest ja reageerimisest turundustegevustele.

Erakliendid jaotatakse rühmadesse järgmiste tunnuste alusel:

- ▶ demograafilised tunnused – sugu, vanus, haridus, sissetulek, perekonnaseis, leibkonna suurus, religioon
- ▶ geograafilised tunnused – elukoht ja/või asukoht;
- ▶ psühhograafilised tunnused – elustiil, isikupära, sotsiaalne staatus, väärtused, vajadused jms.;
- ▶ käitumuslikud tunnused – ostusagedus, brändilojaalsus, meediakanalid jms.

Pärast segmenteerimist:

- ▶ Õpilased toovad välja segmendi, kelle vajadusi nende toode või teenus kõige enam rahuldab ja kelleni on neil võimalik jõuda läbi turunduskanalite kõige efektiivsemalt;
- ▶ Õpilased vastavad pärast segmenteerimist küsimustele:
 - Kui suur on sihtrühm?
 - Kui suur on sihtrühma osakaal rahvastikust?

Soovitused juhendajale: Segmenteerimise käigus kogutud andmed peaksid toetuma võimalikult palju objektiivsetele allikatele (statistika, uuringud ja analüüsid). Segmenteerimine aitab õppida tundma nii turgu kui ka enda segmenti, seega võib harjutust teha paralleelselt TAM SAM SOM-meetodiga.

Ärikliendi segmenteerimine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Ärivõimaluste avastamine.;
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi ärikliendi tundmaõppimise enda segmendi valik, toetudes objektiivsetele andmetele.

Sisu: Segmenteerimine on klientide jaotamine rühmadesse lähtuvalt sarnastest tunnustest, vajadustest ja reageerimisest turundustegevustele.

Ärikliendid jaotatakse rühmadesse järgmiste tunnuste alusel:

- ▶ firmograafia tunnused – ettevõtte valdkond, suurus, asukoht, käive, juriidiline vorm, trendid, tehnoloogiline võimekus jms;
- ▶ klientide vajadused – kliendi ootused teenindusele, tehnilisele toele, kvaliteedile, hinnastrateegiatele, kliendikesksetele lahendustele jms.
- ▶ käitumuslikud tunnused – ettevõtte ostupoliitika ja otsuste tegemise hierarhia, klientide ostusagedus, brändilojaalsus, meediakanalid, ootused innovatsioonile jms.

Pärast segmenteerimist:

- ▶ õpilased valivad välja segmendi, kelle vajadusi nende toode või teenus kõige enam rahuldab ja kelleni on neil võimalik jõuda läbi turunduskanalite kõige efektiivsemalt;
- ▶ õpilased vastavad pärast segmenteerimist küsimustele:
 - Kui suur on sihtrühma suurus?
 - Kui suur on sihtrühma suuruse osakaal rahvastikust?

Soovitused juhendajale: Segmenteerimise käigus kogutud andmed peaksid toetuma võimalikult palju objektiivsetele allikatele (statistika, uuringud ja analüüsid). Segmenteerimine aitab õppida tundma nii turgu kui ka enda segmenti, seega võib harjutust teha paralleelselt TAM SAM SOM-meetodiga.

Maslow' inimvajaduste püramiid

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Kliendi vajaduste mõistmine.

Sisu: Üks tuntumaid inimvajaduste kirjeldamise meetodeid pärineb Abraham Maslow'lt, kelle arvates inimeste vajadused on sarnased püramiidiga. Vajadused jaotuvad püramiidil järgmiselt:

- ▶ füsioloogilised vajadused – õhk, toit, vesi ja uni;
- ▶ turvalisusvajadus – ohutus ja nii majanduslik kui ka füüsiline kindlustunne;
- ▶ armastus- ja kuuluvusvajadus – sõprus, suhted, lähedus, gruppi kuulumine;
- ▶ tunnustusvajadus – staatus ja eneseväärikus;
- ▶ eneseteostusvajadus – loovus ja eneseareng.

Kõik inimeste tarbitavaid tooted ja teenused rahuldavad inimestel teatud vajadusi ja seetõttu on võimalik luua nii äriidee, toote kui ka teenusega seoseid Maslow' püramiidiga.

Õpilaste ülesandeks on vastata järgmistele küsimustele:

- ▶ Millist vajadust rahuldab äriidee, toode või teenus lähtuvalt Maslow' vajaduste püramiidist? Põhjendage koos praktiliste näidetega.
- ▶ Kuidas klient praegu oma vajadusi rahuldab?

Soovitused juhendajale: Õpilastele on soovitatav eelnevalt tutvustada Maslow' vajaduste temaatikat koos praktiliste näidetega. Aidata luua seoseid vajaduste, toodete ja teenuste vahel. Kuna Maslow' püramiid kirjeldab eelkõige inimeste vajadusi, siis äriklientidele suunatud äriideede puhul võib otseste seoste loomine Maslow' vajaduste püramiidiga olla raskem. Seega, kui äriidee on suunatud äriklientidele, siis on sobivam kasutada probleemi analüüsi läbi valupunktide.

Kliendi valupunktid

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Kliendi vajaduste mõistmine.

Sisu: Nii inimeste kui ka ettevõtete vajadusi või probleeme on võimalik kirjeldada läbi valupunktide. Kliendi probleemi mõistmine aitab luua toote või teenuse, mida kliendid tegelikult vajavad ja mille eest nad on valmis raha maksma.

Valupunktide lähenemise järgi tunneb klient kas üht või mitut valupunkti, millele ta kas juba otsib või soovib otsida lahendust. Peamised valupunktid on:

- ▶ Rahaga seotud valupunktid – inimene jõuab järelduseni, et ta kulutab liiga palju ja otsustab kulusid kokku hoida ehk tarbida vähem;
- ▶ Efektiivsusega seotud valupunktid – inimene mõistab, et tal kulub liiga palju aega olemasoleva toote või teenuse tarbimisele ja soovib leida lahendust, mis säästab ta aega;
- ▶ Protsessiga seotud valupunktid – inimene soovib muuta sisemisi protsesse ehk seda, kuidas ta praegu mingeid tegevusi teeb;
- ▶ Toetusega seotud valupunktid – inimene ei saa piisavalt toetust olemasoleva toote või teenuse kasutamisega.

Õpilaste ülesanne on vastata järgmisele küsimusele:

- ▶ Millist valupunkti või valupunkte tunneb potentsiaalne klient? Põhjendage koos praktiliste näidetega.
- ▶ Kuidas klient praegu oma valupunktidele lahendust leiab?

Soovitused juhendajale: Aidata luua seoseid toodete, teenuste ja valupunktide vahel ja vajadusel tuua praktilisi näiteid.

Minu vajadused kliendina

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Iseenda tarbimise vajaduste mõistmine kliendina.

Sisu: Õpilane nimetab tooteid ja teenuseid, mida ta tarbib hommikul kohe pärast ärkamist. Tootele ja teenusele lisavad nad vajaduse, mida konkreetne toode või teenus tema elus lahendab. Harjutust on võimalik teha üksnes teatud aja kohta päevas (nt hommik) või terve päeva kohta. Soovitav on märkida tooted ja teenused alljärgnevasse tabelisse (tabel 5):

Toote ja teenuse nimetus	Vajadus, mida lahendan

Tabel 5. Tooted, teenused ja vajadused

Pärast harjutuse tegemist individuaalselt toimub arutelu rühmas. Arutelu sisuks on vastata järgmistele küsimustele:

- ▶ Millised olid rühma liikmetel sarnased tooted, teenused ja vajadused?
- ▶ Millised olid rühma liikmetel erinevad tooted, teenused ja vajadused? Millest tulenesid erinevused?
- ▶ Millised vajadused domineerisid?

Soovitused juhendajale: Harjutust võib teha kodutööna, millele järgneb arutelu tunnis. Õpilased võivad vajada juhendust vajaduse sõnastamiseks.

Persoonah ehk näidiskasutaja loomine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi kliendi tundma õppimise turundustegevuste planeerimine.

Sisu: Persoonah on näidiskasutaja, keda ettevõtte kirjeldab läbi turu segmenteerimise tulemusel kogutud andmete. Persoonah loomine aitab mõista paremini nii klienti, tema vajadusi kui ka temaga suhtlemiseks kasutatavaid turunduskanaleid. Persoonah loomine toetab nii toodete ja teenuste arendust kui ka müügitulude saavutamist.

Harjutuse sisuks on luua visuaalne persoonah kaart, kuhu õpilased lisavad järgmised andmed:

- ▶ pilt;
- ▶ nimi;
- ▶ sugu;
- ▶ vanus;
- ▶ elukoht;
- ▶ töökoht;
- ▶ sissetulek;
- ▶ haridus;
- ▶ iseloomuomadused;
- ▶ eesmärgid;
- ▶ vajadus või probleem, millele otsib lahendust;
- ▶ motiivid ostmiseks;
- ▶ turunduskanalid.

Soovitused juhendajale: Õpilastele võib soovitada kasutada interneti andmebaase sobiva persoonah kaardi vormi leidmiseks.

Klienditeekonna kirjeldus

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi kliendi tundma õppimise turundustegevuste planeerimine.

Sisu: Harjutuse sisuks on klienditeekonna kirjeldamine. Klienditeekonnaks nimetatakse kliendikogemuse protsessi, mis algab kliendipoolsest otsingust või ettemaksust toote või teenuse eest kuni lõpliku ostuni. Klienditeekond jaotatakse üldjoontes 3 tasandiks. Õpilased kirjeldavad harjutuse käigus tegevusi, mida teeb ettevõtte igas etapis ja mida teeb klient. Andmed võib lisada tabelisse (tabel 6). Pärast tabeli koostamist on soovitatav joonistada kliendi teekond visuaalse pildina.

Klienditeekonna tasandid on:

- ▶ Ostueelne tasand – kliendi vajaduste mõistmine ettevõtte poolt ja turundussõnumite kohandamine. Alustavad ettevõtjad kukuvad siin sageli läbi (madal teadlikkus, vähesed oskused, eelarvamused vms). Sellel tasandil on väga oluline kliendi võimalikult hea tundmine;
- ▶ Ostu sooritamise tasand – klient valib, tellib ja maksab. Ettevõtte eesmärk on suurendada kliendi keskmist ostukorvi (nutikad turundus- ja müügitgevused, atraktiivsed pakkumised jne);
- ▶ Ostujärgne tasand – tegevused, mis on seotud toote/teenuse kasutamisega ja kliendi kaasamisega turundustegevustesse (soovitused, lisaostud jne).

Klienditeekonna tasandid	Ettevõtte tegevus	Kliendi tegevus
Ostueelne tasand		
Ostu sooritamise tasand		
Ostujärgne tasand		

Tabel 6. Klienditeekonna tasandid

Soovitused juhendajale: Juhendaja võib anda õpilastele ettevõtete nimed, kelle klientide teekonda kirjeldatakse.

Kliendiuuringud

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi kliendi tundma õppimise turundustegevuste planeerimine.

Sisu: Harjutuse sisuks on kliendiuuringu läbiviimine, mille tulemusel õpilased koguvad infot klientide andmete, vajaduste ja käitumise kohta. Kliendiuuringute läbiviimiseks on erinevaid võimalusi. Kõige populaarsemad on küsitlus, intervjuu ja vaatlus.

- ▶ Küsitlus internetis
 - Õpilased koostavad küsimustiku kuni 10 küsimusega. Soovitav on kasutada selleks näiteks tasuta tarkvara Google'i vormi.
 - Pärast küsimuste koostamist jagavad küsimustiku linki enda peamise sihtrühma ja persoonas seas (nt sotsiaalmeedia grupid). Soovitav on koguda vähemalt 50 vastust.
 - Pärast andmete kogumist koostavad õpilased kokkuvõtte küsitluse tulemustest ja peamistest järeldustest.
- ▶ Intervjuu
 - Õpilased koostavad küsimustiku kuni 10 küsimusega.
 - Pärast küsimuste koostamist lepivad kokku intervjuu inimesega, kes kuulub nende sihtrühma ja on kõige sarnasem kirjeldatud persoonaga. Soovitav on viia läbi kuni 5 intervjuud. Intervjuud on soovitatav salvestada ja transkribeerida, kasutades selleks näiteks TTÜ Küberneetika Instituudi foneetika- ja kõnetehnoloogia laboris välja töötatud veebipõhist transkribeerimise tehnoloogiat¹;
 - Pärast intervjuude läbi viimist koostavad õpilased kokkuvõtte küsitluse tulemustest ja peamistest järeldustest.
- ▶ Vaatlus ja testostud
 - Vaatluse ja testostude korral valivad õpilased keskkonna, kus saavad jälgida sihtturu, klientide käitumist või osaleda läbi testostude sooritamise ise kliendina ostuprotsessis;
 - Õpilased kirjeldavad võimalikult detailselt vaatluse või testostu protsessi, vältides toimuvale hinnangute andmist. Seetõttu on soovitatav, et vaatlust viiakse läbi vähemalt kaheses grupis;
 - Pärast vaatluse läbi viimist koostavad õpilased kokkuvõtte vaatluse tulemustest ja peamistest järeldustest.

Soovitused juhendajale: Õpilased võivad vajada juhendust kliendiuuringu küsimuste koostamisega. Kliendiuuringu koostamisele peaks eelnema sihtturu valik ja persoonas kirjeldamine.

TAM SAM SOM-meetod turuosa valimiseks

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Ärivõimaluste avastamine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Tootele või teenusele õige sihturu valimine läbi andmete analüüsi.

Sisu: Üheks levinud turu suuruse valimise meetodiks on TAM SAM SOM-meetod, mille nimetus tuleneb meetodi kolme etapi kirjelduste ingliskeelsetest esitähedest:

- ▶ TAM – kogu turg (ingl k *Total Adressable Market*).

TAM-turg on maksimaalse turu suurus valdkonnas. Näiteks kogu maailma või Eesti turismisektori käive ja turistide arv aastas.

- ▶ SAM – segment (ingl k *Serviceable Addressable Market*).

SAM-turg on osa koguturust, mida on võimalik ettevõttel teenindada. Näiteks kui TAM on kogu maailma turg, siis SAM-turg on Eesti turu suurus. Või kui TAM on juba Eesti, siis võib SAM-turg olla konkreetsem piirkond Eestis või muu tunnus, millega on võimalik segmenti kirjeldada (nt autosuvilaga reisijate arv).

- ▶ SOM – turuosa (ingl k *Serviceable Obtainable Market*).

SOM turg on reaalne klientide arv ja käive, milleni ettevõttel on võimalik lähtuvalt enda ärimudelilt ja ressurssidest jõuda. Näiteks 1000 klienti ja käive 100 000 eurot.

Õpilased võivad harjutuse tegemiseks kasutada alljärgnevat tabelit (tabel 7):

Turuosa joatus	Klientide arv (kogus, aastas)	Käive (eurodes, aastas)
TAM Kogu turu suurus		
SAM Segmenti suurus		
SOM Ettevõtte turuosa segmentis		

Tabel 7. Turuosa valimine TAM SAM SOM-meetodi abil

Soovitused juhendajale: Toetada õpilasi näidetega ja viidetega andmebaasidele andmete kogumiseks. TAM SAM SOM-meetodit on hea teha pärast era- või erikliendi segmenteerimist, vajaduste analüüsi ja persoona loomist.

Reklaamide analüüs „Kes on klient?“

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Ärivõimaluste avastamine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Klientide kirjeldamine läbi loovuse.

Sisu: Õpilased kirjeldavad läbi kuni 3 ettevõtte reklaamide ettevõtete peamist klienti. Reklaamide analüüsimisel vastavad õpilased järgmistele küsimustele:

- ▶ Millist toodet või teenust reklaamib ettevõtte?
- ▶ Kas reklaami pildi või teksti abil on võimalik aru saada kliendi probleemist? Kui jah, siis mis see on?
- ▶ Kas reklaami pildi või teksti abil on võimalik aru saada, kes on ettevõtte peamine klient ehk persoona? Kui jah, siis kirjeldage teda.
- ▶ Pärast individuaalset või rühmatööd jagatakse tulemusi koos järeldustega suures grupis.

Soovitused juhendajale: Õpilased võivad valida reklaame ise või pakub juhendaja analüüsivad reklaamid välja enda poolt. Harjutust võib teha ka nii, et õpilased valivad või juhendaja valib välja ühe reklaami, kus nii klient kui ka tema vajadus on selgelt arusaadav, ja siis teise reklaami, kus need ei ole arusaadavad.

Konkurendid

Konkurents on majanduslik „võitlus“ ettevõtete vahel, mille tulemusel luuakse klientidele valikuid. Konkurentide puudus turul võib esmapilgul näida suurepärase võimalusena turule riskivabaks sisenemiseks. Paraku aga võib konkurentide puudumine pigem viidata nii klientide probleemi kui ka nõudluse puudumisele.

Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ konkurentide tundmaõppimine;
- ▶ konkurentsieeliste loomine.

Harjutused toetavad ettevõtluspädevuse mudelis nii väärtust loovat mõtlemist ja lahenduste leidmist kui ka sotsiaalsete olukordade lahendamist.

Juhendaja roll on suunata õpilasi analüüsima nii otseseid, kaudseid kui ka potentsiaalseid konkurente, toetudes objektiivsetele andmetele, mitte iseenda arvamusele.



Konkurentide liigitus

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Konkurentide liigitamine otsesteks, kaudseteks ja potentsiaalseteks.

Sisu: Õpilastel on ülesanne jaotada enda äriideest või ettevõttest lähtuvalt konkureerivad ettevõtted 3 kategooriasse – otsesed, kaudsed ja potentsiaalsed.

- ▶ Otsesed konkurendid – ettevõtjad, kes pakuvad sama või sarnast toodet või teenust;
- ▶ kaudsed konkurendid – ettevõtjad, kes pakuvad tooteid või teenuseid, mida on võimalik kasutada asendajana;
- ▶ potentsiaalsed konkurendid – ettevõtjad, kes võivad tulevikus pakkuda sama või sarnast toodet või teenust.

Konkureerivate ettevõtete nimed lisatakse tabelisse (tabel 8). Potentsiaalsete konkurentide puhul võib lisada nimede asemel kirjelduse (kui nimed ei ole teada).

Otsesed konkurendid	Kaudsed konkurendid	Potentsiaalsed konkurendid

Tabel 8. Konkurentide liigitus

Soovitused juhendajale: Õpilased võivad vajada juhendamist õigete konkurentide nimetamisel.

Konkurentsieelised

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Konkurentide valik läbi konkurentsieeliste analüüsi.

Sisu: Harjutuse sisuks on konkurentsieeliste nimetamine. Konkurentsieelis on omadus või omadused, mida teised ettevõtted ei suuda pakkuda või pakuvad halvemal tasemel. Konkurentsieelised võivad olla toote või teenuse paremad ratsionaalsed omadused. Harjutust võib teha kahel viisil.

Harjutus 1. Õpilased nimetavad konkurentide andmetega tutvudes ise ratsionaalseid ja emotsionaalseid omadusi, mida konkurent on avaldanud enda toodete või teenuste kohta meediakanalites (tabel 9).

	Minu / meie ettevõtte (nimi)	Konkurent (nimi)	Konkurent (nimi)	Konkurent (nimi)
Tooted, teenused				
Ratsionaalsed omadused				
Emotsionaalsed omadused				
Sihtrühm				

Tabel 9. Konkurentsieelised

Otseste konkurentide avalike andmete analüüs

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Otseste konkurentide äritegevuse tundmaõppimine läbi avalike andmetega tutvumise.

Sisu: Õpilased valivad vähemalt 3 otsest konkurenti, kellega nende äriidee või ettevõtte kõige enam konkureerib. Harjutuse sisuks on koguda avalikest andmebaasidest valitud ettevõtete kohta võimalikult palju infot, lisades info tabelisse. Pärast andmete kogumist sõnastavad õpilased järeldused lähtuvalt kogutud infost.

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ Õpilased valivad välja vähemalt 3 otsest konkurenti, kellega nende äriidee või ettevõtte kõige enam sarnaneb.
- ▶ Konkurentide kohta kogutav info lisatakse alljärgnevasse tabelisse (tabel 11):

Konkurenti nimi	1 ...	2 ...	3 ...
Koduleht, sotsiaalmeedia lehed jne			
Asukoht			
Asutamise aeg ja ettevõtte vanus			
Töötajate arv			
Tegevusala (EMTAK ja mis kodulehel fookuses tooted/teenused)			
Hinnad			
Turundus- ja müügitegevused			
Müügitulu (3 aastat eraldi ridadel)	20__ . a 20__ . a 20__ . a	20__ . a 20__ . a 20__ . a	20__ . a 20__ . a 20__ . a
Kasum (3 aastat eraldi ridadel)	20__ . a 20__ . a 20__ . a	20__ . a 20__ . a 20__ . a	20__ . a 20__ . a 20__ . a
Müügitulu töötaja kohta (summa)			
Muu info avalikes andmebaasides			

Tabel 11. Otseste konkurentide avalikud andmed

- ▶ Pärast andmete kogumist sõnastavad õpilased järgmised järeldused konkurentide tegevuse kohta:
 - Otseste konkurentide vanus on keskmiselt aastat.
 - Otseste konkurentide tegevusalade nimetused on;
 - Otseste konkurentide keskmine töötajate arv on;
 - Otseste konkurentide peamised turundustegevused on ;
 - Otseste konkurentide keskmine müügitulu aastas on eurot ja see on kasvav/kahanev;
 - Otseste konkurentide keskmine kasum aastas on eurot ja see on kasvav/kahanev;
 - Otseste konkurentide müügitulu töötaja kohta on

Soovitused juhendajale: Järelduste tegemisel on oluline, et õpilased seostavad saadud tulemusi enda ettevõtte eesmärkidega.

Otseste konkurentide tugevuste ja nõrkuste analüüs

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Otseste konkurentide äritegevuse tundmaõppimine läbi tugevuste ja nõrkuste analüüsi.

Sisu: Õpilased valivad vähemalt 3 otsest konkurenti, kellega nende äriidee või ettevõtte kõige enam konkureerib. Harjutuse sisuks on analüüsida otseste konkurentide tugevusi ja nõrkusi võrreldes enda ettevõttega, lisades info tabelisse. Pärast andmete kogumist sõnastavad õpilased järeldused lähtuvalt kogutud infost.

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ Õpilased valivad välja vähemalt 3 otsest konkurenti, kellega nende äriidee või ettevõtte kõige enam sarnaneb.
- ▶ Konkurentide tugevused ja nõrkused lisatakse alljärgnevasse tabelisse (tabel 12):

	Tugevused	Nõrkused
Minu / meie ettevõtte		
Konkurent 1 (nimi)		
Konkurent 2 (nimi)		
Konkurent 3 (nimi)		

Tabel 12. Tugevuste ja nõrkuste analüüs

- ▶ Pärast andmete kogumist sõnastavad õpilased järgmised järeldused konkurentide tegevuse kohta:
 - Otseste konkurentide peamised tugevused on;
 - Otseste konkurentide peamised nõrkused on;
 - Meie ettevõtte (äriidee) peamised tugevused otseste konkurentide ees on;
 - Meie ettevõtte (äriidee) peamised nõrkused otseste konkurentide ees on

Soovitused juhendajale: Oluline on suunata õpilane tugevuste ja nõrkuste analüüsimisel toetuma eelkõige objektiivsetele allikatele. Seega on harjutust soovitatav teha pärast või koos otseste konkurentide avalike andmete analüüsiga.

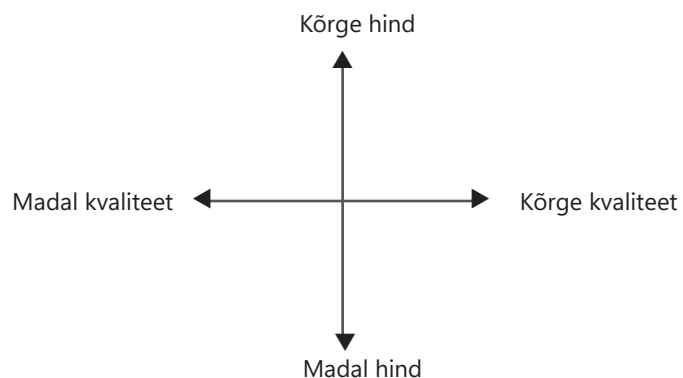
Positsioneerimine läbi hinna ja kvaliteedi analüüsi

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Läbi konkurentide toodete või teenuste hinna ja kvaliteedi analüüsi iseenda ettevõtte positsiooni valik.

Sisu: Harjutuse sisuks on otseste konkurentide kahe peamise konkurentsieelise analüüs läbi andmete lisamise joonisele 6.



Joonis 6. Positsioneerimine

Andmeid lisatakse joonisele järgmises järjekorras:

- ▶ enda ettevõtte (äriidee);
- ▶ otsete konkurentide nimed;
- ▶ kaudsete konkurentide nimed (vajadusel). Joonisele võib lisada ka kaudsete konkurentide nimesid. See aitab mõista kaudsete toodete või teenuste mõju ettevõtte tegevusele.

Pärast konkurentide nimede paigutamist joonisele vastavad õpilased järgmistele küsimustele:

- ▶ Milline on ettevõtte positsioon konkurentidega võrreldes?
- ▶ Millised on peamised tegevused konkureerimiseks?

Soovitused juhendajale: Enne harjutuse tegemist võib teha õpilastega näidisülesande. Näiteks paigutada joonisele ettevõtet, mille tooteid või teenuseid kõik tarbivad, näiteks toidukauplused, pangad vms.

Intervjuu konkurendiga

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Enesejuhtimine.

Eesmärk: Valdkonnaga tutvumine läbi praktilise kogemuse.

Sisu: Harjutuse sisuks on viia läbi otsete konkurendiga intervjuu, mille sisuks on valdkonnaga tutvumine ja ülevaate saamine peamistest raskustest ettevõtte tegevuses. Intervjuu käigus esitatakse konkurendile järgmisi küsimusi (soovituslik):

- ▶ Kuidas te jõudsite äriideeni?
- ▶ Millised olid peamised väljakutsed ettevõtlusega alustamisel ja ettevõtte kasvatamisel?
- ▶ Kui kaua võttis aega klientideni jõudmine?
- ▶ Millised on olnud peamised raskused ettevõtluses?
- ▶ Mida soovitate ettevõtjale, kes alustab ettevõtlusega kas samas või mõnes muus valdkonnas?

Soovitused juhendajale: Õpilased võivad tunda psühholoogilist tõrget konkurendiga kontakti võtmisel. Juhul, kui otsete konkurendiga ei ole võimalik kontakti saada, siis võib intervjuu teha kaudse konkurendiga.

Konkurendi kirjeldus läbi pildi

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Otsese konkurendi kirjeldamine läbi pildi.

Sisu: Õpilased joonistavad või otsivad internetist pildi, mis iseloomustab nende konkurenti kõige enam. Pärast pildi valmimist või valikut jagavad tulemust koos pildiga grupis, vastates järgmistele küsimustele:

- ▶ Nimetage konkurent, keda kirjeldasite läbi pildi. Miks valisite just selle ettevõtte?
- ▶ Kirjeldage konkurenti võimalikult täpselt läbi pildi. Miks valisite just selle pildi?
- ▶ Mida saate õppida konkurendilt?

Soovitused juhendajale: Juhendaja võiks piirata pildi valikut läbi teemade, näiteks sõidukid, loomad, kinnisvara vms. Juhendaja roll on suunata konkurentide kirjeldamisel kirjeldama just nii detaile ja looma seoseid.

Eetiline ja kõlvatu konkurents

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Eetilise ja kõlvatu konkurentsi märkamine ettevõtluskeskkonnas.

Sisu: Õpilaste ülesanne on leida ettevõtluskeskkonnast meedias avaldatud info abil üks näide eetilisest konkurentsist ja üks näide kõlvatust konkurentsist. Pärast näidete leidmist jagatakse saadud tulemust suures grupis ja vastatakse küsimustele:

- ▶ Mida õppisime jagatud eetilise ja kõlvatu konkurentsi näidetest?
- ▶ Mida oleks saanud kõlvatu tegevusega konkurents teha teisiti? Mis oleks sellisel juhul olnud tulemus?

Soovitused juhendajale: Enne harjutust on soovitatav õpilastele tutvustada eetilise ja kõlvatu konkurentsi temaatikat. Eetilise konkurentsi all mõeldakse eelkõige konkurentidevahelist koostööd ja kõlvatu konkurentsi¹² on ebaaus, heade kommetega ja tavadega vastuolus äritegevus. Vajadusel võib juhendaja pakkuda välja enda poolt näiteid praktilisest elus nii eetilise kui ka kõlvatu konkurentsi kohta.

Turundus ja müük

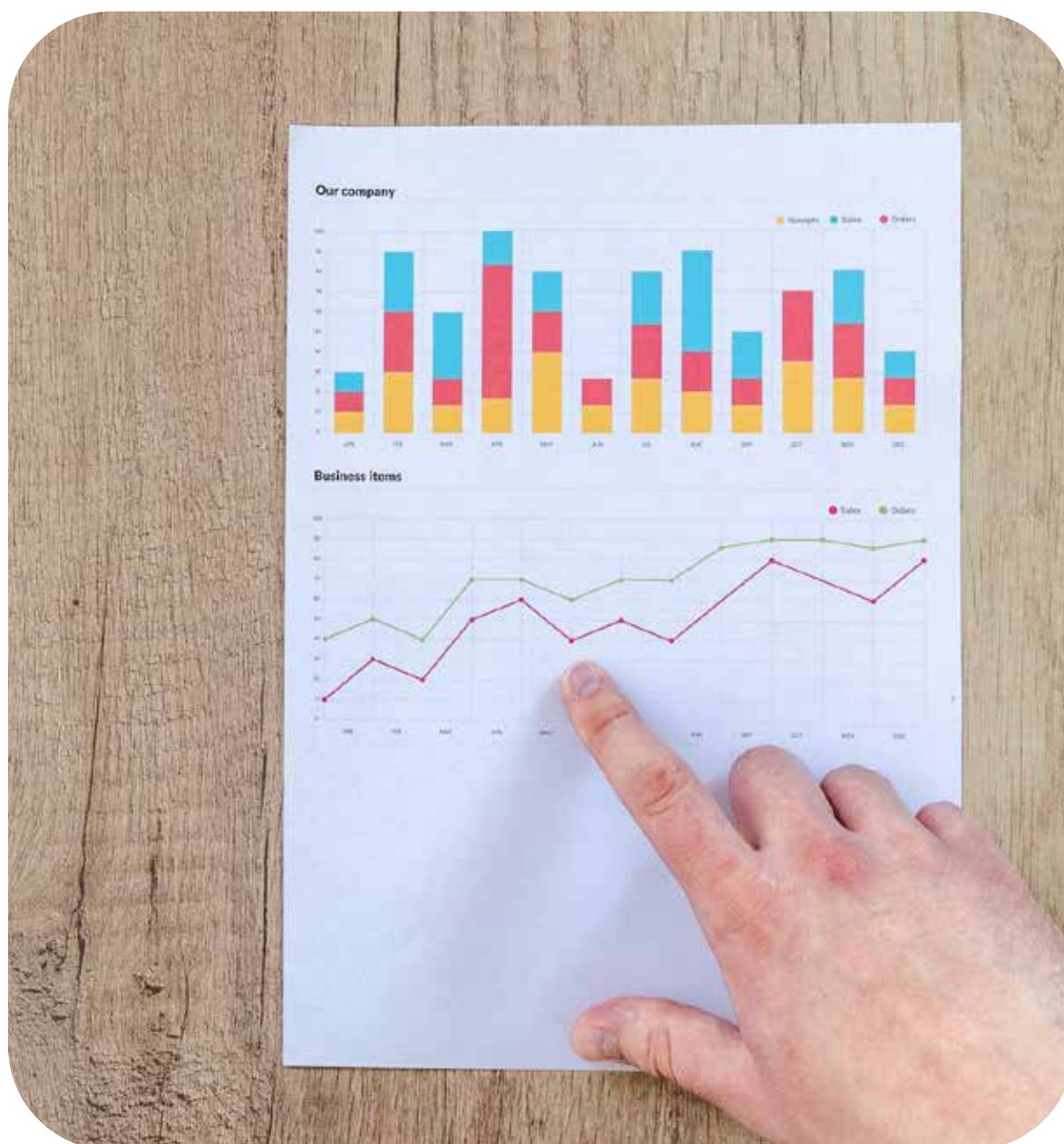
Turundus on suhtlus ettevõtte ja kliendi vahel. Edukas turundus toimub nendes kanalites, kus klient tarbib infot ja otsib oma probleemidele lahendust. Praktikas võivad ettevõtjad sageli lähtuda turunduskanalite valikul pigem enda, mitte klientide info tarbimise harjumustest.

Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ turunduse planeerimine läbi loovate tegevuste;
- ▶ müügitunneli loomine;
- ▶ kliendi ostumärkide tundmine.

Harjutused toetavad ettevõtluspädevuse mudelis nii väärtust loovat mõtlemist ja lahenduste leidmist kui ka sotsiaalsete olukordade lahendamist.

Juhendaja roll on suunata õpilasi planeerima ja analüüsima turundustegevusi lähtuvalt kliendist.



Ettevõtluse edulugu ajakirja esikaanel

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Ettevõtte turundus läbi loo jutustamise.

Sisu: Õpilased kujundavad rühmatööna ajakirja esikaane, mis pühendub ettevõtte eduloo tutvustamisele. Harjutuse tegemiseks peavad õpilased leidma sobivad pildid, peakirjad, tutvustavad laused jms.

Eduloo esikaanelugu peab sisaldama järgmisi andmeid:

- ▶ pealkiri;
- ▶ alapealkiri (vajadusel);
- ▶ tsitaat omaniku või omanike poolt;
- ▶ peamised teemad, millest artikkel räägib;
- ▶ muu oluline info, mis iseloomustab edulugu.

Pärast esikaane valmimist esitleb iga rühm valminud tööd teistele õpilastele.

Soovitused juhendajale: Esikaaned võib panna hääletusele, mille tulemusel valitakse välja kõige parem esikaas.

Turundusideede kogumine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Turundus- ja müügiideede teemal ajurünnak rühmas.

Sisu: Iga õpilane või rühm kirjutab paberile oma äriidee, toote või teenuse. Seejärel annab paberi järgmisele õpilasele või rühmale, kes lisab sinna ühe turundus- või müügitegevuse. Ideid, mis on juba kirjas, lisada enam ei tohi. Ideid on soovitatav lisada paberile 10 või enam.

Pärast ideede kogumist teeb õpilane või rühm kokkuvõtte saadud ideedest ja valib välja need, mida igapäevaelus ka ellu viia.

Soovitused juhendajale: Oluline on lisada võimalikult konkreetseid ideid ja vältida üldistusi (nt reklaam sotsiaalmeedias).

AIDA-mudel ja müügitunnel

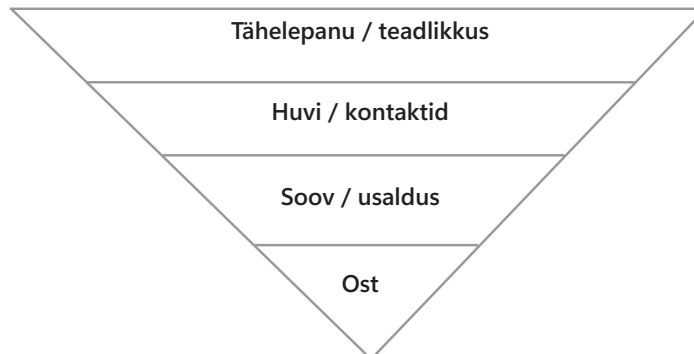
Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Turundus- ja müügitegevuste planeerimine vastavalt kliendi ostuprotsessile.

Sisu: Turunduse AIDA-mudeli looja on Elias St. Elmi Lewis (1898. a). Tänapäeval tuntakse AIDA-mudelit müügi- või turunduse tunnelina (joonis 7). Mudeli sisuks on kirjeldada kliendi järkjärgulist käitumist ostuprotsessis.. Sõna AIDA tuleneb mudelis toodud 4 etappide esitähedest, mida klient ostuprotsessis läbib:

- ▶ Tähelepanu (*attention*) – teadlikkuse kasvatamine tootest, teenusest ja brändist. See on tunneli esimene etapp, mille peamine eesmärk on jõuda oma sõnumiga läbi turunduskanalite õige sihtgrupini. Turunduskanalite valik tuleneb sihtgrupist, kuid tavaliselt kasutatakse selles etapis meediakanaleid, nt koduleht, uudisteportaalid, ajalehed, ajakirjad, raadio, televisioon, tänavareklaam, otsingumootori turundus jms.
- ▶ Huvi (*interest*) – klientide kaasamine ja kontaktide kogumine. Tunneli teises etapis on oluline saada kliendikontakt, mis võimaldab talle saata edaspidi personaliseeritud pakkumisi. Selles etapis kasutatakse erinevaid lahendusi kliendiandmete kogumiseks (tasuta tooted või teenused, ankeedid, kupongi või tasuta toote tellimine e-postkasti, müügile keskenduvad maandumislehed jms).
- ▶ Soov (*desire*) – klientidega usalduse loomine läbi järjepideva väärtuse loomise kliendile. Ettevõtja roll on mõista oma sihtrühma kõige olulisemaid valupunkte ja vajadusi, mille lahendamiseks pakkuda järjepidevalt väärtust.
- ▶ Tegevus (*action*) – ostuotsuse tegemine ja ostu sooritamine kiirelt, mugavalt ja lihtsalt.



Joonis 7. AIDA-mudel ja müügitunnel, autori poolt täiendatud

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ Sihtrühma kirjeldamine, kellele plaanivad turundus- ja müügitegevusi suunata (juhul, kui sihtrühma ei ole varem kirjeldatud).
- ▶ Müügitunneli joonistamine paberile või arvutisse.
- ▶ Tegevuste lisamine igasse müügitunneli etappi.
- ▶ Tulemuse jagamine teistele õpilastele.

Harjutust võib täiendada veel ühe ülesandega:

- ▶ Kirjeldatud müügitunnelile vähemalt ühe praktilise näite leidmine igapäevaelust, mis peegeldab õpilaste kirjeldatud müügitunneli praktilist rakendamist igapäevaelus.

Soovitused juhendajale: Enne harjutuse tegemist on vajalik õpilastele tutvustada AIDA-mudelit või müügitunneli sisu. Eri autorite poolt on kirjeldatud müügi- ja turunduse tunnelit erinevalt. Juhendaja võib valida ka harjutuse tegemiseks mõne muu mudeli.

„Appi, ma olin müügitunnelis!“

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi isikliku ostukogemuse kliendiga müügi- või turunduse tunneli etappide kirjeldamine.

Sisu: Õpilastel ülesanne on mõelda mõnele lühemale ja pikemale ostukogemusele kliendina ja kirjeldada seda läbi müügi- ja turunduse tunneli ülesehituse. Kirjeldamise käigus vastab õpilane järgmistele küsimustele lisaks tunneli kirjeldamisele:

- ▶ Millised ettevõtte tegevused mõjutasid ostuotsust kõige enam?
- ▶ Mida oleks võinud ettevõtte teha teisiti?

Soovitused juhendajale: Harjutuse tegemisele eelneb või järgneb juhendaja ülevaade erinevatest müügi- ja turunduse tunnelitest.

Märksõnade analüüs

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.
- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Õppida analüüsima klientide kasutatavaid märksõnu toodete ja teenuste otsimisel.

Sisu: Harjutuse sisuks on koguda infot märksõnade kohta, mida kliendid äriideega seotud valdkonna kohta internetist otsivad. Harjutuse käigus õpilaste leitud märksõnad peavad tulenema andmebaasidest, mitte enda subjektiivsest arvamusest. Andmebaasidena kasutatakse erinevaid internetis leitavaid andmebaase.

Pärast harjutuse käigus märksõnade kogumist võivad õpilased teha rühmade arutelu, vastates küsimusele:

- ▶ Kuidas kasutada märksõnanu turundustegevustes?

Soovitused juhendajale: Enne märksõnade analüüsi on soovitatav teha koos õpilastega mõned näidisanalüüsid. Juhendaja jagab õpilastele soovitusi andmebaaside kasutamiseks (soovitavalt tasuta).

Kliendi ostumärgid

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.
- ▶ Sotsiaalsete olukordade lahendamine.

Eesmärk: Läbi ostumärkide tundma õppimise nendele müügitegevust toetavalt reageerimine.

Sisu: Harjutuse sisuks on õppida tundma erinevaid ostumärke, mida klient ostuprotsessis väljendab ja mille märkamise tulemusel on võimalik müüjal suunata klienti kiiremini ostu tegemiseni.

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ Õpilased jaotatakse kahestesse rühmadesse ja neile antakse ümbrik erinevate ostumärkidega (iga paberi peal on üks ostumärki sisaldav lause).
- ▶ Harjutuse tegemiseks lepivad õpilased kokku, kes on esialgu klient ja kes müüja.
- ▶ Kliendi rollis õpilane võtab ümbrikust ühe lause ja loeb ostumärgi vastaspoolele ette. Müüja rollis õpilane peab alustama müügi vestlust, eesmärgiga suunata vastaspool ostu tegemise otsuseni.
- ▶ Harjutust tehakse kuni 10 minutit ja seejärel vahetatakse rollid.

Soovitused juhendajale: Nimekiri levinud ostumärkidest, mida juhendaja võib enda poolt täiendada:

- ▶ Jah, ma soovin osta!
- ▶ Mis on parim hind, mida saad pakkuda?
- ▶ Kas on võimalik saada hinnaalandust?
- ▶ See toode sobib väga hästi (midagi kliendi elust, nt kööki).
- ▶ Kui kaua võtab toote seadistamine aega?
- ▶ Kas on võimalik seda osta jaanuaris?
- ▶ Millised on transpordi võimalused?
- ▶ Kui mulle toode ei sobi, mis siis saab?
- ▶ Kas tootel on tagastamisvõimalused?
- ▶ Kui pikk on garantii periood?
- ▶ Nii, ütleme, et ma olen huvitatud, mis saab edasi?
- ▶ Kuidas on võimalik makset teha? Kas kaardiga saab maksta? Kui pikalt te juba müüte toodet?

Üleskutse tegevuseks ehk „*call-to-action*“ sõnastamine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Müüjalase üleskutse tegevuseks ehk call-to-action sõnastamine

Sisu: Müüjalase üleskutse tegevuseks ehk *call-to-action* (lühend CTA) on lühike 5–7 sõnast koosnev lause, mis suunab klienti tegema ettevõtja soovitud tegevust. Hästi sõnastatud üleskutse lugemisel saab klient kohe aru ettevõtja pakutavast väärtusest või lahendusest tema probleemile. Hästi sõnastatud üleskutse ülesehitus on järgmine:

- ▶ Lauset on soovitatav alustada tegusõnaga nt „telli“, „liitu“, „osta“ vms.
- ▶ Tegusõnale järgneb personaliseeritud pöördumine (nt „sinu“, „teie“), pakutav väärtus (nt „tasuta e-raamat“) või mõni sõna, mis tekitab kliendis hirmu pakkumisest ilma jäämise ees.

Sõnad, mida on võimalik üleskutse sõnastamisel kasutada:

- ▶ viimane võimalus;
- ▶ piiratud kogus;
- ▶ lõpeb homme;
- ▶ ühekordne pakkumine;
- ▶ kiire;
- ▶ tähtaeg.

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ probleemi sõnastamine, mida toode või teenus lahendab;
- ▶ toote või teenuse sõnastamine, mida kliendile pakutakse;
- ▶ sihtturu ja persoona kirjeldus;
- ▶ turundustegevuse või -kanali valik;
- ▶ reklaami kujundamine;
- ▶ üleskutse sõnastamine.

Soovitused juhendajale: Õpilased võivad sõnastada ka üksnes üleskutset, kui nad juba eelnevalt on teisi tegevusi teinud.

Unikaalse müügipakkumise sõnastamine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Unikaalse müügipakkumise sõnastamine lähtuvalt eristumisest.

Sisu: Unikaalse müügipakkumise sisuks on konkurentsieelise sõnastamine müügi- ja turundustegevuses, mille kaudu ettevõtte erineb konkureerivatest ettevõtetest. Unikaalne müügipakkumine sisaldab kas kliendi jaoks olulisi ratsionaalseid või emotsionaalseid omadusi, mida on võimalik seostada kas toote, teenuse, brändi või ettevõttega.

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ kliendi probleemi või vajaduse sõnastamine;
- ▶ konkurentidest ja nende unikaalsest müügipakkumisest ülevaate koostamine;
- ▶ konkurentsieelise sõnastamine;
- ▶ unikaalse müügipakkumise sõnastamine.

Soovitused juhendajale: Loovuse arendamiseks on soovitatav jagada õpilastega tuntud ettevõtete unikaalseid müügipakkumisi. Harjutust on soovitatav teha pärast klientide ja konkurentide teemade läbimist.

Reklaami kujundamine

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtust loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Kliendist lähtuva ja konkurentidest eristuva reklaami kujundamine.

Sisu: Õpilased kujundavad kas individuaalse või rühmatööna visuaalses formaadis reklaami, mis sisaldab nii üleskutset tegevuseks kui ka unikaalset müügipakkumist. Reklaami kujundamiseks võib kasutada internetipõhiseid kujundusplatvorme.

Soovitused juhendajale: Harjutust võib täiendada nõudega kujundada reklaam formaatides, mis on loetavad nii arvutis, tahvelarvutis kui ka mobiilis või erinevates sotsiaalmeedia kanalites.

Eduka reklaami analüüs

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtus loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Läbi valmis reklaamide analüüsi õpitud teadmiste omandamine ja seostamine praktikaga.

Sisu: Õpilased analüüsivad avaldatud reklaame ja vastavad järgmistele küsimustele:

- ▶ Kas reklaamist selgub, kellele reklaam on suunatud (sihtrühm, persoona)?
- ▶ Kas reklaamist selgub kliendi probleem või vajadus?
- ▶ Mis toodet või teenust reklaamitakse?
- ▶ Milline on üleskutse tegevuseks?
- ▶ Milline on unikaalne müügipakkumine?

Soovitused juhendajale: Õpilased võivad reklaamid valida ise või reklaamide valiku teeb juhendaja.

Turundusmeetmestiku mudelid

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Väärtus loov mõtlemine ja lahenduste leidmine.

Eesmärk: Turundustegevuse kirjeldamine läbi turundusmeetmestiku mudeli.

Sisu: Turundusmeetmestik on erinevate meetmete kogum, mida ettevõtja kasutab sihtturu ja persoona ostuotsuse tegemise mõjutamiseks. Turundusmeetmestiku mudelid on loodud eri autorite poolt erinevaid. Kõige populaarsemad on 4P ja 7P mudel.

Harjutuse sisuks on anda õpilastele ülesanne kirjeldada turundustegevusi läbi turundusmeetmestiku ühe vabalt valitud mudeli:

- ▶ Turundusmeetmestiku 4P mudel:
 - Hind (*price*);
 - Müügitoetus (*promotion*);
 - Asukoht ja turustus (*place*);
 - Toode (teenus) (*product*).
- ▶ Turundusmeetmestiku 7P mudel:
 - Toode (teenus) (*product*);
 - Hind (*price*);
 - Müügitoetus (*promotion*);
 - Asukoht (*place*);
 - Inimesed (*people*);
 - Pakend (*packaging*);
 - Protsess (*process*).

Soovitused juhendajale: Turundusmeetmestiku mudelid on välja töötatud ennekõike toodete keskselt, seega vajavad õpilased tõenäoliselt juhendust teenuste kirjeldamiseks läbi turundusmeetmestiku mudelite.

Hinnastamine

Hind on toote või teenuse väärtus rahas, mida klient maksab ettevõttele tema probleemi või vajaduse lahendamise eest. Hinnastamisega puutub kokku iga ettevõtja alates äriidee sünni hetkest. Kui hinnakujundus toetub õigetele andmetele, siis teenib ettevõtte kasumit. Ebatäpsele infole või pelgalt sisetundele toetuva hinnastamisega võib kaasneda nii kahjum kui ka halvemal juhul ettevõtte sulgemine.

Peatükis toodud harjutused keskenduvad järgmistele teemadele:

- ▶ omahinna arvutamine;
- ▶ müügihinna arvutamine;
- ▶ tasuvuspunkti arvutamine.

Harjutused toetavad ettevõtluspädevuse mudelis eelkõige finantskirjaoskuse pädevuse arendamisele. Samas on ka harjutused tihedalt seotud väärtust loova mõtlemise ja lahenduste leidmisega.

Juhendaja roll on olla toeks ja vajadusel suunata, kuna hinnakujundus võib äriideede lõikes olla ülesehituselt erinev (nt 1 toode *versus* 5 toodet jms).



Omahind

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Omahinna arvutamise oskuse omandamine.

Sisu: Harjutuse sisuks on tootele või teenusele omahinna arvutamine alljärgneva valemi abil:

$$\text{Omahind} = (\text{püsikulud} + \text{muutuvkulud}) / \text{toodangu maht ühikutes}$$

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ ülevaate koostamine ettevõtte püsikuludest;
- ▶ ülevaate koostamine toote või teenusega seotud muutuvkuludest;
- ▶ otsustatakse, kas omahinna arvutamisel võetakse perioodina aluseks kuu, kvartal või aasta;
- ▶ otsustatakse ühikute liik, mida hinnastamisel kasutatakse ja mida kliendile müüakse (nt tund, kogus, m², kaal, projekt vms). Omahind arvutatakse vastavalt valitud ühikule;
- ▶ otsustatakse prognoositav ühikute kogus valitud perioodil;
- ▶ arvutatakse omahind ühikule.

Soovitused juhendajale: Õpilastele võib teha praktilisi näiteid toodete ja teenuste hinnastamisest. Omahinna arvutamine võib olla sõltuvalt tootest, teenusest või konkreetsest olukorrast eeltoodud etappidest erinev, mistõttu võivad õpilased vajada juhendaja abi omahinna arvutamisel.

Müügihind

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Müügihinna arvutamise oskuse omandamine.

Sisu: Harjutuse sisuks on tootele või teenusele müügihinna arvutamine alljärgneva valemi abil:

$$\text{Müügihind} = \text{omahind} + \text{planeeritav kasum}$$

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ omahinna arvutamine;
- ▶ tegevusharus keskmiste kasumimarginaalidega tutvumine statistilistes andmebaasides;
- ▶ otsustatakse kasumimarginaal lähtuvalt ettevõtte omanike ootustest kasumile;
- ▶ arvutatakse lõplik müügihind.

Harjutust võib täiendada järgmiste küsimustega:

- ▶ Millised on otseste konkurentide hinnad ja kuidas erinevad nendest arvutatud müügihinnad?
- ▶ Kas ja kui palju on võimalik teha hinnakampaaniaid?

Soovitused juhendajale: Müügihinna arvutamisele eelneb omahinna arvutamine. Õpilastele võib jagada viiteid tegevusharu kasumimarginaalide leidmiseks andmebaasidest.

Tasuvuspunkt

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Tasuvuspunkti arvutamise oskuse omandamine.

Sisu: Harjutuse sisuks on tasuvuspunkti arvutamine alljärgnevate valemite abil:

$$\text{Tasuvuspunkt (ühikud)} = \text{püsikulud} / (\text{ühiku müügihind} - \text{ühiku muutuvkulud})$$

$$\text{Tasuvuspunkt (summa)} = \text{tasuvuspunkt ühikutes} * \text{ühiku müügihind}$$

Harjutuse soovituslik ülesehitus on järgmine:

- ▶ arvutatakse omahind tootele või teenusele;
- ▶ arvutatakse müügihind tootele või teenusele;
- ▶ arvutatakse tasuvuspunkt ühikutes ja summana tootele või teenusele.

Harjutust võib täiendada alljärgneva küsimusega:

- ▶ Kas ja milliseid turundustegevusi peab ettevõtte tegema selleks, et tasuvuspunktini kõige kiiremini jõuda?

Soovitused juhendajale: Tasuvuspunkti arvutamisele eelnevad nii oma- kui ka müügihinna arvutamine.

Hinnastrateegiad läbi praktiliste näidete

Ettevõtluspädevus:

- ▶ Äriideede elluviimine.

Eesmärk: Hinnastrateegiate seostamine praktiliste näidetega ettevõtluskeskkonnast.

Sisu: Õpilastele tutvustatakse erinevaid hinnastrateegiaid. Õpilaste ülesandeks on leida igale hinnastrateegiale praktiline näide mõnest tuntud ettevõttest, kes on seda hinnastrateegiat rakendanud praktikas:

- ▶ Kulupõhine hinnastrateegia (omahind + kasum);
- ▶ Konkurentsipõhine hinnastrateegia (aluseks konkurentide hinnad);
- ▶ Väärtuspõhine hinnastrateegia (kliendi ja tellimuspõhine);
- ▶ Nõudluspõhine hinnastrateegia (sõltub nõudlusest, mida arvutab tarkvara);
- ▶ Freemium hinnastrateegia (tasuta + tasuline toode);
- ▶ Turu „koorimine“, kõrge-madal hinnastrateegia (uus toode kallid, vana mudel odav);
- ▶ Turule sisenemise hinnastrateegia (algul madal, kui turuosa käes, siis tõuseb).

Soovitused juhendajale: Harjutust võib teha ka nii, et õpilastele jagada ettevõtete nimed ja erinevad hinnastrateegiad, mille tulemusel nad ühendavad õige ettevõtte õige hinnastrateegiaga.

Allikad

1. Helms, M. M, Nixon, J. Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade (20. märts 2023).
2. Wikipedia (20. märts 2023).
3. Arro, G., Jaani, J., Loogma, K., Malleus, E., Titov, E., Toding, M., Täks, M., Venesaar, U. Ettevõtlikkuse ja ettevõtlusõppe süsteemne arendamine Eestis (2018).
4. Ohno, T. Toyota Production System. Beyond Large-Scale Production“ Productivity Press (1988)
5. Mind Tools. SCAMPER – improving product and services (27. märts 2023).
6. British Design Council (30. märts 2023).
7. Doran T.G. There's S.M.A.R.T. why to write management's goals and objectives (30. märts 2023).
8. Mind Tools. The GROW model of Coaching and Mentoring (30. märts 2023).
9. Pestleanalysis (04. aprill 2023).
10. Porter E.M. The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Harvard Business Review (2008).
11. Olev, A., Alumäe, T. Estonian Speech Recognition and Transcription Editing Service. Baltic HLT 2022.
12. Konkurentsiseadus (15. aprill 2023).

Kõik Edu ja Tegu programmi raames loodud
õppematerjalid karjääri- ja ettevõtluspädevuste arendamiseks
ning karjääri- ja ettevõtlusõppe rakendamiseks leiab
E-koolikoolikotist märksõnaga „Edu ja Tegu“.

Materjalid on Euroopa Sotsiaalfondi rahastusel tasuta
kasutamiseks.