

ETTEVÕTLUSEKSPERT: Iga geniaalne äriidee on lihtne



Äriidee puhul on oluline uudse lähenemisnurga leidmine, sest kõik on juba ära tehtud ning ükski idee pole unikaalne. Vaidlen alati, kas Taxify näol on tegemist uue ideega või ühe teenuse suupäraseks muutmisega, lausus ettevõtlusekspert Kristo Krumm.

Kristo Krumm tituleerib ennast esiteks ettevõtjaks, siis koolitajaks, konsultandiks ja õppejõuks ning lisaks rakendab ta ennast palgatöölisena ka erasektoris.

Ta on andnud kuus aastat ettevõtlusõpet Tallinna Tehnikaülikoolis ning tunamullu alustas ettevõtlusõppejõuna tööd Tallinna Ülikoolis. Krumm osaleb ka ettevõtlusprogrammis EETA, mis töötab välja ettevõtlusõppe ja ettevõtliku mõtteviisi kava, et tulevikus omandaksid kõik eestlased sõltumata erialast ettevõtlusõpet ühesuguse plaani alusel.

Tema enda ettevõtte **Kristo Krumm Koolitused** eelkäija on loodud rubla ajal, 80ndate aastate lõpus, kuid on juriidiliselt veidi noorem. Ta on ettevõtjana teinud läbi kõik vajalikud sammud – genereerinud äriideid, mõned neist realiseerinud, kirjutanud äriplaane, raha taotlenud, ettevõtteid üles ehitanud ning osa neist ära müünud. Millalgi hakati temalt nõu küsima. Tõsisem murdepunkt ettevõtluskoolitamises toimus

umbes kuus aastat tagasi ning tänaseks läheneb inimeste hulk, kes on Krummi käe alt läbikäinud, tuhandele.

Oled nõustanud ligikaudu tuhandet ettevõtjat, kas Sa oskad öelda käigu pealt, milline äriidee on hea ja millest saab asja?

Kui keegi küsib minu käest nõu, et millist äriideed valida, siis mul on hästi maalähedane filosoofia – kõige lollikindlam on valida selline valdkond, mida inimesed vajasisid eile, vajavad täna ja vajavad ka homme.

Mõni näide: kõik me sünnime siia ilma, kõik me sureme siin ilmas, kõik me sööme midagi, kõik me vajame peavarju, energiat, prügimajandust – need on hästi lollikindlad valdkonnad. Need muutuvad ajas, kuid suremine on paratamatu, samamoodi vajame süüa ja elektrit ja soojust on ka vaja. Ka minu enda ärid on olnud sellised, et ma olen olnud elektritootja, energeetik ja toidufirma omanik.

Kuid paljudel, kes tulevad täna minu juurde nõustamisele või kes täna juba on ettevõtjad, neil ei ole sellist tühja lehte, vaid nad tulevad mingi kindla ideega. Mina olen neile soovitanud, et su tööks võib olla ükskõik mis, kuid oluline on üles leida nõudlus.

Valdav enamik äriideid ei paku tegelikult mitte midagi enneolematult uut. Mitte sellepärast, et inimesed oleksid kuidagi vaimuvaesed, vaid sellepärast, et kõik on lihtsalt juba olemas. Keskmise äriidee näeb välja selline, et on olemas mingi toode või teenus ning nõudlus, mida inimesed võiksid tahta ja tarbida. Ettevõtja püüab selle ellu viia, ta võib selleks mingit tehnoloogiat kasutada või leiab mingi uudse nurga. Minu esmane nõuanne on alati see, et üks äriidee peaks suutma tekitada või siis täita nõudluse.



Vali enda äriideeks valdkond, mida inimesed vajavad alati -
söök, peavari, soojus, energia, prügimajandus.

Kui äriidee on leitud, siis kuidas edasi?

Ma olen fokusseerimise poolt. Kui muidu öeldakse, et inimesi on maailmas liiga palju ja neid sünnib juurde, siis tarbimismaailmas on neid liiga vähe. Oleks vaja rohkem inimesi, et kõik kaubad ära osta. Kui keegi teeb uue kohviku või tuleb turule mingi uue toote või tehnoloogilise lahendusega, siis mina olen püüdnud inimesi selle poole suunata, et nende kliendisegmenti võiks oluliselt kitsendada.

Toon ühe naljaka näite – lugesin ühest internetipoest, mille sihtrühmaks on jalafetiš ehk inimesed, kelle eriline huvi on tegeleda oma jalgadega. Seal pakutakse sokke, jalahooldusvahendeid jms. Eestlasi, kel oleks huvi sellise spetsiifilise kodulehe vastu, oleks väga vähe. Kui paneme sinna juurde Põhjamaa ja Euroopa, saame juba märgatavalt rohkem tarbijaid ja kui sinna juurde lisada terve maailm, ma arvan, et saame miljoneid tarbijaid.

Ühelt poolt paistab olevat tegu ideega, millel ei paista üldse turgu olevat, aga kui sa suudad üles leida selle segmendi, kellel on kõrgemad ootused ja sa oskad sellele läheneda, siis sellest võib sündida äriidee. Tarbijate vähesuse puhul maailmas on võtmeküsimus see, et juba olemasoleva toote puhul tuleb üles leida sihtrühm, kes on suuremate ootustega.

Eesti turg on väike, kas ekspordi peale tasuks kohe mõelda?

Uuringud on tõestanud, et valdav enamik Eesti ettevõtteid on hästi ettevaatlikud. Eesti juhid ja ettevõtjad kardavad minna välismaale, kas just kardavad, aga nad ei lähe väga meelsasti. Kui vaadata nooremad generatsiooni, siis nende eelis on see, et nad on kas õppinud, töötanud või reisinud välismaal. Neil on globaalne vaade ning nemad mõtlevad kohe laialt.

Kui sul on tehnoloogiapõhine äriidee, siis on võimalik kohe minna ükskõik millisesse maailmanurka. Kui sinu äriidee on lokaalne, siis on välismaale minek julguse küsimus. Näiteks, kui sa teed kohviku, siis sa võid selle kohviku teha ka kusagil Euroopas. Siin pole küsimus unikaalsuse, vaid julguses.

Kas sellist äriideed ei ole, millega ei saaks välisturgudele minna?

Mina arvan, et ei olegi. Kindlasti tuleb ideed modifitseerida turukeskselt, kuid teha võib mida iganes. Näiteks, mis on nii erist McDonald'sis kui Subway's, aga nad on üle maailma. Ma ei suru välisturgude teemat kellelegi peale, aga kui ettevõtjal on huvi, siis me arutame.

Üks viis välismaale minemiseks on juhuslikkus. Üks minu koolitatav käis Itaalias ning ta tundis sealset keskkonda, keelt ja inimesi ning ta leidis, et seal saab teha rahvusvahelist äri – see on puhas juhus. Teine variant, et sa lähed teadlikult ning valid turud kindlate kriteeriumite põhjal – kas (kultuuriline) lähedus, näiteks Soome ja Läti puhul või on see turu suurus.



Millistele välisturgudele võiks keskmise suurusega Eesti ettevõtte minna?

Mina välistaksin esialgu Hiinat ja Aafrikat, kuna need on liiga riskantsed ja liiga suured. Äriplaanis on riskide hindamisel üks kriteerium keskkonna, kultuuri ning seadusandlike aspektide analüüs. Võin öelda, et lihtsam on minna sinna, kus a) turg on lähem, b) on kultuuriline sarnasus ja c) on rohkem raha.

Meil on siin ümberingi riike, kus on rahvast ja raha palju – Skandinaavia, Saksamaa jne. Hiina tundub olevat väga ahvatlev, aga kui mõelda riigi seadusandlikule poolele, siis see on keeruline. Mitte, et Hiina tuleks täielikult maha kriipsutada, aga ma arvan, et lihtsam on täna kusagilt mujalt alustada.

Kas äriideed annab kuidagi testida või kontrollida?

Veebis kasutatakse palju testversioone, kuid päris äriiga on natuke keerulisem. Kui sa teed mingi füüsilise asja valmis, näiteks teenindust pakkuva asutuse, ning hoiad seda kaks nädalat testimiseks lahti, siis see on üsna kallid.

Äriidee puhul on kaks varianti testimiseks ja kontrollimiseks ning üks on paberil, kas turu-uuringu või äriplaani näol. Kui sa kirjutad oma äriplaani piisavalt isukalt ja sisukalt, siis sa tõenäoliselt kaalud riske ja püüad kätte saada nii palju infot kui võimalik. See on juba üks test paberil.

Ma tegin kunagi ise ühe ettevõtte valmis, mul oli olemas äriplan ning ka füüsilised asjad, kuid ma jätsin äri katki. Sest mingid riskid, mida ma olin ette näinud, realiseerusid ja ma ei hakanud seda ideed ellu viima. See on test paberil, idee oli hea, aga sellistel tingimustel ei töötanud.

Teine variant on see, et sa teed asja valmis ja töö käigus õpid. Oluline, et sa pead kohe klientidelt tagasisidet saama, kas asi töötab ja kui ei tööta, siis miks.



Äriplaan

Turvalisim viis äriidee kontrollimiseks ja testimiseks on luua äriplaan.

Kas enda äriideest tasub teistega rääkida või kartus, et minu äriidee võidakse varastada, õigustab ennast?

Pean tunnistama, et ma ei tea enda juhendatavate tudengite hulgast kedagi, kellelt on nende äriidee ära varastatud. Aga ma ei ütle, et see pole ka üldse probleem. Nende jaoks, kes teevad midagi globaalselt, on see suurem probleem, näiteks Hiinas.

Nõu tasub küsida küll, sest mina ei usu, et ettevõtjad ja ärimehed keelduksid nõu andmast. Ma olen kuue aasta jooksul kutsunud väga tuntud Eesti tippjuhte tudengitele esinema ja kõik on tulnud. Ma arvan, et kui keegi noorem või ka vanem inimene läheb küsima, keegi ei keela seda. Küsimine peab aga olema praktiline ja konkreetne, mitte lihtsalt jutuajamine.

Ühed minu tudengid tegid ära autosurvepesu äriidee ning nad olid neljandad, kes seda tegid. Kardeti küll, et kui teen ära, siis suured pesulad teevad ka ja olen kohe põhjas. See on igihaljas tõde, et sellist äriideed, mille peale keegi maailmas pole tulnud, ei ole olemas. Põhjus, miks suured firmad pole sama asja ära teinud, pole see, et nad pole selle idee peale tulnud. Seal on mingi muu põhjus.

Kas on see nende jaoks liiga väike, liiga riskantne, kas ei tööta või mingi muu põhjus. Sellepärast ei tasu muretseda. Idee tuleks ellu viia nii, et sa eristud ja teed midagi paremini. Seda, et keegi varastab sinu idee ära,

on suhteliselt vähe. Ega ka Facebook polnud maailma kõige esimene sotsiaalmeedia platvorm ning Apple ei teinud esimest tahvelarvutit. Küsimus ei ole selles, et keegi varastab midagi, vaid sinu oskus peab olema teha see asi paremini ära. Tegelikult kõik ju kopeerivad kõike.

Kumb on olulisem, kas ettevõtlikkus või hea äriidee?

Ettevõtlikkus. Ettevõtlik inimene viib ellu igasuguse äriidee. Mul võib ideid sada tükki olla, aga ma ei teosta kõiki. Ma nimetan seda iseloomujoont oskuseks näha ärivõimalusi. Igaüks võib mõelda selle peale, et miks mõni tuttav on teinud ühe äri, aga sina ei ole. Kas sa ei näinud seda ideed või sa ei näinud võimalust, et sellest võiks äri teha.

Üks näide Pekingi olümpialt aastast 2008, kus Eesti ärimehed käisid. Üks ärimees kirjeldas oma muljeid, et olümpiakülas ei saanud kusagil süüa ning ta oleks teinud sinna kohe ühe söögikoha valmis – ta nägi võimalust. See on kõige fundamentaalsem iseloomuomadus, mis eristab tõelisi ettevõtjaid inimestest, kes teevad endale lihtsalt firma. Iga ettevõtte omanik ei ole kindlasti mitte ettevõtja.

Kas vilets tiim võib hea äriidee ära rikkuda?

Jah.

Kuidas leida õiged tiimikaaslased?

Siin proovitakse ühte ja teist, näiteks [Garage48](#) tüüpi üritustele kutsutakse kokku inimesed, kellel on mingid ideed või mingid oskused ning kes koos üritavad moodustada tiimi. Selline juhuslikkus võib teinekord anda päris hea tulemuse.

Juhtimisteoorias öeldakse, et hea meeskond peab olema umbes selline nagu seitse põialpoissi muinasjutus. Kõik on hästi erinevad, aga pannes kokku annavad nad väga hea tiimi. Ma olen olnud väga ebaõnnestunud tiimis, kus kõik tahtsid juhtida ja näinud tiime, kus keegi ei taha juhtida.

Kui kõik on ühe valdkonna spetsialistid, siis see asi ei tööta.

Isikuomadused peavad olema erinevad – meeskonnas peab olema eestvedaja, kriitik ning keegi, kes oskab vajadusel motiveerida. Teiseks peavad olema erinevad oskused ja teadmised – sünergia peab tekkima.

Kui kõik on kõvad müügimehed, aga keegi numbreid lugeda ei oska, siis ei tule asjast midagi välja. Ning ilmselt peaks olema kõikidel inimestel enam-vähem sarnane motivatsioon. Kui kahel on suur motivatsioon midagi ära teha ja kolmas tahab ainult palka saada, siis see asi tööta. Kuid sellist asja ei saa paberi peal testida, see on äratundmise küsimus. Vanus ei ole määrav, määrav on väärtused ja suhtumine.

Millised on tüüpilised kitsaskohad alustava ettevõtte jaoks?

Need on olnud ajast aega samad. Paljudel on jäänud äriidee seisma, kuna meeskonnas pole olnud eestvedajat ja juhti. Kui tuleb esimene raskus, siis lüüakse põnnama. Hirm läbikukkumise ees või tahtmatus pingutada jäi puudu. Esiteks peab sul olema tiimis keegi, kes julgeb riskida või on nõustaja väljastpoolt tiimi, kes utsitab takka.

Praktilise poole pealt ei saa kindlasti üle ega ümber rahast. Ideed jäävad lihtsalt raha taha pidama. Pigem ei osata raha küsida, raha ei ole maailmas kadunud.

Kolmas asi on teostus. Tänapäeva ettevõtja, eriti kui ta on tehnoloogia või start-up ettevõtja, peab arvestama, et äriidee realiseerimise protsess on pidevalt muutuv ning see on üks pidev õppimine. Kõik start-up ettevõtjad teavad, et algsest äriideest ei pruugi midagi alles jääda. Kõik on muutuv ja selleks tuleb valmis olla, kuid see ei pruugi olla kõigile sobilik.



Hea meeskond peab olema nagu
seitse põialpoissi muinasjutus.
Kõik on hästi erinevad,
aga pannes kokku, annavad nad
väga hea tiimi.



Kui hea äriidee leiab alati raha, kust ja kuidas seda küsida?

Täna on selleks lausa süsteemid loodud, neid leiab internetist palju. Kuid kõige esmane on siis kolme F-i mudel – *family, friends, fools* ehk perekond, sõbrad ja naiivsed. Selle peal on näiteks üles ehitatud GoPro kaamerafirma. Ehe näide, kui ettevõtjad said miljardäriks ja tegid ka mitmed oma sugulased miljardäriks.

Kui see ei tööta, siis lihtsamad asjad on alati pank, riiklikud asutused nagu EAS, töötukassa, PRIA jne. Neid fonde on palju ning vast mõnele taotlusprogrammile sinu idee ikka sobitub. Tavaliselt start-up ettevõtteid sellesse seltskonda ei oodata, pank ei anna kunagi start-up ideele laenu.

Siis jäävadki üle erinevad idufirmadele suunatud projektid ja rahastuskeemid, neid on terve internet täis. Need on enamasti erakapitalil loodud, kas siis ühisrahastusplatvormide näol, samuti koondavad ingelinvestorid selliseid organisatsioone ning mõned on ettevõtete ja eraisikute koostöös loodud. Rahastuskonkurss toimub nii Eestis kui välismaal ning enamuse Eesti idufirmad on saanud väljaspool Eestit rahastust. Ja kui sa oled hea küsija, siis sa võid minna otse mõne ettevõtja juurde.

Kui suur on tõenäosus, et läheb õnneks?

Kui sa suudad ettevõtjale näidata, mis kasu tema sellest saab, siis võib-olla isegi läheb õnneks. Elu näitab, et läheb. See tähendab, et üks tiimi liige peab olema sinu firmas väga hea müügimees. Kes tegelikult oskabki selgitada lihtsas keeles, hästi konkreetset, hästi arusaadavalt, et kui sa meie firmasse investeerid, siis mis sa vastu saad. Väga paljud ei oska seda teha. Näiteks Ajukahis kestab liftikõne üks minut ning selle aja jooksul tuleb oma idee selgeks teha. Üks on võibolla vähe, aga harjuta nii, et sa suudad kolme minutiga anda oma idee edasi nii, et investor saab aru, mida sa teed ja mis kasu tema sellest saaks.

Kui oluline on äriplaan?

Seda on uuritud, et millisel juhul on äriidee jätkusuutlikum või elujõulisem, kas siis kui ettevõtte luuakse nõ puusalt või sellele tehakse ette mingi strateegiline plaan. Tulemus oli see, et vahet pole. Mõlemal juhul on võimalik läbi kukkuda ja mõlemal juhul on võimalik ka õnnestuda.

Äriplaani kirjutamine on vajalik, siis kui sul on kellegi käest raha küsida. Näiteks EAS nõuab äriplaani. Mõni inimene on süstemaatiline ja talle meeldibki. Aga on väga palju ettevõtjaid, kes ei kirjuta mitte midagi. Kui inimene ei tunne ennast ettevõtluses väga koduselt, siis SWOT-analüüsi peaks kirja panema. Läbi tuleks mõelda juriidilised aspektid ning millised seadused sinu äri mõjutavad. Näiteks kohvikus on vaja õlu müümiseks alkoholi müügiluba. Või on valdkonnad, mille puhul on vaja tegevuslitsentsi.

Millised on Sinu arvates viimaste aastate geniaalseimad äriideed?

Eesti firmadest on kindlasti **Taxify** väga kihvt asi. Vaidlen alati, et kas tegemist on uue ideega või ühe teenuse suupäraseks muutmisega. Väga lahe idee, täiesti rahvusvaheline, töötab tänagi mitmes riigis. Minu üks tudengitest on mobiiliga rattaparklate **Bikeep** looja. Firma tegutseb Tallinnas ning on omadega ka USAsse välja jõuda. Lihtne ja lollikindel, iga geniaalne asi on lihtne. Samuti **pakiautomaadid**, **Transferwise**, müügihaldustarkvara **Pipedrive** ja tühjalt seisvate parklate hooti kasutusse andmine **Barking.ee** on ka täitsa lahe idee.