

SEPA- JA METALLITÖÖD



VALDKONNA EESTI KESKMISE ETTEVÖTTE PROFIL

Metallide töötlemisega tegelevad ettevõtteid võib jagada sepatöökodadeks, kus seppade kui metallikunstnike käe all valmivad kunstilise väärtusega sepised ning metallitöökodadeks, kus toodetakse rohkem või vähem automatiseeritult metallkonstruktsioonid ja -komponendid näiteks masinatööstusele freesijate, keevitajate ja teiste metallitöölise käe all.

Suurimateks sepikodadeks Eestis on Saaremaa Sepad ja Rossid (OÜ Viandee), kes lisaks tellimustena valmivatele sepistele müüvad masstoodangut oma jaemüügikettides. Sepistel kui pikkade traditsioonidega käsitööl on arvestatav ekspordipotentsiaal - suuremad sepatöökojad suudavad eksportida kuni 20% oma toodetest lähisriikidesse.

Töötajate arv

Sepikodades varieerub töötajate arv 1-10 töötajani. Üldreeglina on sepikodades, kus põhitegevuseks tellimuste alusel kunstilist väärtust omavate sepisesemete tegemine käsitöona, 1-2 töötajat. Rohkem kui 10 töötajaga ettevõtetes teostatakse lisaks tellimustöödele ka väikesemahulist liini-tootmist.

Käive ja müügikate

Metallist esemete valmistajate tegevusharu väikefirmade grupis (1-9 töötajat) oli 2007.aastal keskmine käive 1,2-2 miljonit krooni. Käibe puhasrentaablus (puhaskasum jagatult põhitegevuse müügikäibega) oli et 3-6%.

Peamisteks kuludeks sepikodades on kulu materjalile ja toorainele ja tööjõukulud. Nende kahe kuluartikli omavaheline suhe kõigub sepikodade lõikes oluliselt – sepikodades, kus tehakse kunstesemeid ja suveniire, on tööjõukulud suuremad ja materjalikulude osakaal toodangu lõpphinnas väiksem seetõttu, et toote hinna määrab eseme kunstiväärtus ostja silmis.

Käibe kõikumise hooajalisus aasta lõikes on suhteliselt väike. Kõige rohkem toodangut müüakse siiski suvel, kui peamisteks klientideks on turistid. Samuti müüakse kevad- ja suvehooajal oluliselt rohkem aedu, aiapäikese ja grillimiseks vajalikke tarvikuid. Suhteline madalhooaeg on aasta esimesed kuud – jaanuarist märtsini.

Kulude struktuur

Metallitöökodades on peamised kuluartiklid tööjõukulu (20%-50%) ning ka materjalikulu (orienteeruvalt 30%-40%).



ORIENTEERUVAD KÄIVITAMISE KULUD

Väikestel sepikodadel ja metallitöökodadel on põhivara keskmiselt 280 000 kuni – 3 000 000 krooni väärtuses. Sepa- ja metallitöödega tegeleva ettevõtte käivitamise peamised kulud on seotud ruumide ettevalmistamisega ja vajalike seadmete hankimisega.

Kulud ruumide ettevalmistamisele

Ruumide ettevalmistamisele tehtavad kulutused sõltuvad ruumide hetkeolukorrast, ainuüksi ruumide korrastamise hind võib küünida 5 000- 8 000 krooni ühe ruutmeetri kohta.

Ruumide väljaehitamise või kohandamise kuludes on olulisel kohal sellised, mis tulenevad tööohutuse tagamise nõuetest, seepärast on sepikoja loomisel olulisimad kuluallikad:

- Ventilatsioonisüsteem;
- valgustus;
- tuluohutuse tagamiseks tehtavad kulutused (tulekindlad uksed ja kustutid);
- töötajate puhkeruum, riidehoid, duširuumid;
- ehitusprojekt enne ehitustöid.

Tootmisruumide valikul ja sisustamisel tuleb arvestada, et töötamiskoha vaba ruumi suurus võimaldaks töötajal oma tööülesandeid piisava liikumisvabadusega täita (eriti, kui toodetakse suuremõõtmelisi sepisesemeid nagu väravad, aiad jne). Tootmisruumide väljaehitamisel tuleb jälgida, et elektriga töötavate seadmete kasutamiseks on tagatud vajalik elektrivõimsus. Sepiskäsitöö tegemiseks on vajalik planeerida lahtise tulega ääsi tulekolle, arvestades sealjuures tuleohutuse tagamise nõuetega. Kindlasti tuleb alustaval ettevõtjal arvestada, et tööruum ja töötamiskohad tuleb varustada väljatõmbeventilatsiooniga.

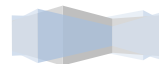
Lisaks peab sepa- ja metallitööde pakkuja arvestama kuludega töö- ja terviskaitsevahenditele. Ettevõtja on kohustatud tagama, et töökohal nii oleks ruum isikukaitsevahendite (tolmumaskid, poolmaskid, gaasifiltrid jms.) hoidmiseks ja hooldamiseks. Kõik isikukaitsevahendid tuleb varustada eestikeelse kasutusjuhendiga, kasutama peab CE märgistusega isikukaitsevahendeid. Kõik ohualad tuleb märgistada.

Seadmed

Väikeses sepikojas, kus peamiselt toodetakse käsitööna valmivaid sepisesemeid, on peamiseks seadmeteks ääs, alasi ja vasarad, mille kogumaksumus on hinnanguliselt 15 000 - 40 000 krooni. Suuremates sepikodades ja metallitöökodades lisanduvad suruõhuvasar, löikepingid, keevitusaparaadid, treipingid, freespingid jm metallitööseadmed. Seadmete maksumus võib ulatuda ka kuni kahe miljoni kroonini seadme kohta, kui ettevõtte otsustab soetada uusi, kaasaegseid automaatseid masinaid.

Töötajate värbamine ja väljaõpe.

Sepisesemete valmistamine on üldjuhul üsna aeganõudev, tavapäraselt tasub klient töö eest alles peale toote kättesaamist. Seetõttu tuleb alustaval sepikojal käivitamiskulude hulka arvata



ka vähemalt kahe tootmistsükli ja müügiperioodi pikkuse ajavahemiku palgad, samuti kulud personali värbamisele ja koolitamisele.

Töötajate värbamisel eelistatakse neid, kes omavad ettevalmistust vastaval erialal (keevitajate kutseharidusega jne), kuid sepatöö tegemisel on samaväärselt oluline senine töökogemus ehk praktika käigus omandatud teadmised. Seepärast on sepikodades, kus sepistooted valmivad käsitööna, algajad töötajad nõ selliametis meistri käe all. Meistritena töötavad inimesed, kes on eelnevalt teoreetilised teadmised omandanud kutseharidusena või Eesti Kunstiakadeemias ehte- ja sepakunsti erialal või on eelnevalt pikaajaliselt töötanud sepikojas.

Töötajate värbamisel peab arvestama, et metallitöötajatest on Eestis puudus (näiteks keevitajatest), mistõttu on palgatase suhteliselt kõrge ja töötajaid ostetakse sageli kõrgema palgaga üle teiste (suur-)ettevõtete poolt.

Materjalide hankimine

Sepikodade poolt kasutatavaks peamiseks tooraineks on erineva suurusega profiilmetall. Tooraine ostetakse sisse metalli maaletootajalt tavaliselt peale tellimuse saamist, kuna materjali valik sõltub tellimuse eripärast. Varusid reeglina ei soetata. Keskmiselt oli 2007.aastal väikestes metallist esemeid valmistavates ettevõtetes toorainearusid laos 34 000- 57 000 tuhande krooni väärtuses.

TURUNDUS- JA REKLAAMMATERJAL

Põhiline reklaamikanal on internet. Tegusamate sepikodadel on oma kodulehed, paljudel on juures ka fotod tootenäidistest. Oma kodulehekülje tegemine läheb maksma keskmiselt 15 000 krooni. Samuti kasutatakse reklaamikanalina erinevaid andmebaase (näiteks infotelefonid, interneti-põhised infokataloogid). Senini on paljud sepad kasutanud reklaamikanalina osalemist erinevatel (maakondade ja valdade) laatadel, teemapäevadel, sepavõistlustel jne. Samuti tehakse koostööd turismiettevõtetega jms. Väga oluliseks turunduskanaliks on seniste klientide soovitusel uutele võimalikele tellijatele – meistri tehtud kõrge kvaliteediga meisterlikult tehtud toode räägib enda eest.

ERIALALIIT VÕI MUU TUGI-ORGANISATSIOON

Eesti Metallikunstnike Liit on Eesti Kunstnike Liidu alaliit, kuhu kuulub 74 metallikunstnikku (www.eaa.ee). Samuti tegutseb ka Eesti Seppade Ühendus (www.eestisepad.ee).



SEADUSANDLUSEST TULENEVAD NÕUDED, TEGEVUSLOAD, LITSENTSID, TERVISEKAITSE JMS

Tähtsaim seadus, millest sepa-ja metallitöökojad peavad lähtuma, on Töötervishoiu ja tööohutuse seadus (vt lisa www.riigiteataja.ee). Töötervishoiu ja tööohutuse seaduse täitmist kontrollib piirkondlik tööinspektor, kes annab ettevõtjatele ka vastavat nõu.

Töötervishoiu ja tööohutuse seadusele tuginedes peab ettevõtja viima läbi töökeskkonna riskianalüüsi, mille käigus ta selgitab välja töökeskkonna ohutegurid, mõõdab nende parameetreid ning hindab ohutegurite mõju töötaja tervisele. Selle analüüsi alusel peab ta koostama kirjaliku tegevuskava, milles nähakse ette ennetusabinõud terviseriskide vältimiseks või vähendamiseks.

Jälgida tuleb ka mürataset, mis ei tohi ületada 85 dB. Juhul, kui see siiski ületab nimetatud suurust, tuleb rakendada kuulmiskaitsevahendeid.

Juhul, kui tooteid kavatsetakse müüa ise lõpptarbijale, peab ettevõtja ennast registreerima Majandustegevuse registris (vt www.mkm.ee/mtr ja www.riigiteataja.ee).

Kui sepisena valmivad esemed (aiad, varikatused, (reklaam-)rippsildid jms) paigaldatakse miljööväärtuslikesse piirkondadesse või muinsuskaitse all olevatesse hoonetesse, on mõningatel juhtudel vajalik eelnev kooskõlastus toote paigaldamiseks kohaliku omavalitsusega ja/või Muinsuskaitseametiga. Kohalik omavalitsus võib seada piiranguid sepise välimusele, hinnates selle sobivust ajaloolisesse miljösse (näiteks Tallinna Vanalinnas). Vanade hoonete restaureerimisel, ajalooliste kalmupiirete asendamisel jne kooskõlastab Muinsuskaitseamet vana sepise asendamise uuega (vt Eesti Vabariigi kultuuriministri määrust „Mälestise ja muinsuskaitsealal paiknevate ehitiste konserveerimise, restaureerimise, remondi ja ehitamise projektide koostamise ja neis eelnevate uuringute tegemise tingimused ja kord ning muinsuskaitse eritingimuste koostamise kord“, www.riigiteataja.ee ja www.muinas.ee). Vajaliku kooskõlastuse saamiseks tuleb esitada taotlus koos eseme eskiisjoonisega vastavalt kas kohalikule omavalitsusele või Muinsuskaitseametile. Reeglina vastutab selle toiminguga eest sepise tellija, kuid sepise valmistaja peab olema vastavatest tingimustest ja piirangutest teadlik. Sepise valmistaja peab arvestama, et tellija ei pruugi alati taolistest nõuetest teadlik olla.

SEKTORI VALDAV ETTEVÕTLUSVORM

Nn kunstsepad tegutsevad enamasti füüsilisest isikust ettevõtjatena, kuid järjest enam on hakatud eelistama ka osühingu vormi.



TEGEVUSE KINDLUSTAMINE, KOHUSTUSLIKUD KINDLUSTUSED

Põhiline kindlustusliik, mida kasutatakse, on varakindlustus, eriti tuleõnnetuste vastu. Soovitame ettevõttel kindlustada nii hoone, materiaalne põhivara, kui ka valmis- ja pooltoodang ning materjalid.

TEENUSTE ISELOOMUSTUS JA HINNATASE

Sepistooteid valmistatakse peamiselt tellimustööna kliendi soovide ja vajadustest lähtuvalt. Üksikud ettevõtted on spetsialiseerunud konkreetsete toodete valmistamisele, mida müüakse kaubanduskettides. Nendeks toodeteks võivad olla aiagrillid, ahjunupud vms.

Tooted jagatakse järgmistesse gruppidesse:

- aiad ja väravad, piirded, iluvõred;
- varikatused, ukсед, ukسلukud;
- ukse- ja aknasepised, akna- ja uksevõred;
- kaminad ja grillid, grillitarbed, BBQ ahjud;
- fassaadielemendid (numbrid, tänavanimed, reklaamid jms);
- mööbel, mööblidetailid, nagid, kardinapuud jms;
- interjöörielemendid – küünlajalad, valgustid, veinipudelihoidjad;
- kingitused ja sepisehted, suveniirid ja meened.

Sepistoodete hinna määrab selle kunstiline teostus ja käsitöö kui ainulaadse eksemplari väärtus. Madalama hinnatasemega on nõ tööstuslikud sepistooted, mille valmistamisel on enam kasutatud automatiseeritud lahendusi (näiteks automaattööpinkidel seeriatoodanguna valmistatud sepisaiad ja -väravad). Sepikojas, elukutselise sepa käe all käsitööna valminud ainueksplarina valminud sepisesemed on märgatavalt kallimad. Sepp kui kunstnik küsib reeglina kõrgemat hinda, lüües tootele ka oma sepamärgi.

Konkreetselt iga tootegrupi lõikes pole võimalik valmistatavaid tooteid hinnaskaalal võrrelda, sest tegemist on enamasti käsitööga ja ka toote omandused ja selle lisandväärtus pole alati sarnased. Igale tootele annab väärtuse tema originaalsus, kvaliteet ja iga sepa individuaalne „käekiri“.

KONKURENTS VALDKONNAS

Kuigi metallitöökodade konkurents Eestis on küllaltki tihe (infokataloogide põhjal on Eestis orienteeruvalt 260 metalltooteid valmistavat ettevõtet), on sepikodade arv nendega võrrelduna siiski suhteliselt väike. Avalike andmebaaside kohaselt on Eestis orienteeruvalt 40-55 sepatöid tegevat ettevõtet. Sepikodasid leidub nii Tallinnas, Harjumaal, teistes suuremates linnades, aga aina rohkem ka maapiirkondades (saartel, Läänemaal, Võrumaal jne).



KLIENDIPROFIIL, TARBIJA HARJUMUSED

Sepikojad müüvad valdavalt oma tooteid eritellimustena (ainueksemplarid) või müügikettidele (peamiselt tarbekaup). Peamisi kliente võib jaotada järgmiselt:

- turistid;
- sisekujundajad;
- tavatarbijad.

Seppade sõnul on peamised ostjad turistid, kes on peamiseks väikesepiste ja sepissuveniiride sihtgrupp, ja inimesed, kes armastavad end ümbritseda metallesemetega. Nii jagavadki sepap kohalikke tarbijaid puitu armastavateks (puitmööbel, puitaiad, puittrepid) ja metalli armastavateks (metallmööbel, sepisaiad, metalltrepid). Viimastel aastatel on seoses ehitusmahtude kasvamisega nõudlus sepistatud toodete järele kasvanud. Kindlasti on tõusnud ka klientide teadlikkus ja nõudlus originaalsete toodete järele. Eeldatavasti kasvab lähiaastatel nõudlus veelgi, sest järjest rohkem eelistatakse uusi trende järgivale masstoodangule isikupäraseid tooteid. Samuti mõjutab metalltoodete nõudlust asjaolu, kas kliendid soovivad oma elukohaks uut maja/korterit või otsustavad vana renoveerimise kasuks. Viimasel juhul, eriti just vanade taluhoonete jms korrastamisel ja sisustamisel kasutatakse sageli just sepa poolt valmistatud tooteid.

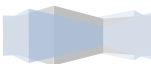
Sisekujundajad on sepikodade koostööpartnerid nõuavaliku ruumi sisekujundusprojektide puhul. Sisekujundaja kavandite põhjal valmivad toitlustusasutuste ja kaupluste ruumilahendused, kus oma kandev roll on sepistatud mööblil (riiulid, baariletid, lauad-toolid jne).

Metallitöökogud müüvad oma tooteid enamasti edasimüüjate vahendusel kauplustele või tehakse metallkonstruktsioone tellija eskiiside järgi allhanke korras. Samuti tehakse sisustust ettevõtetele, enamasti müügisalongidesse.

PERSONAL

Kutsenõukogu (www.kutsekoda.ee) on kehtestanud kutsestandardid freesijatele, keevitajatele, lihvijatele, metallitöötlemispinkidel töötajatele ja teistele metallitööstuse erialadele. Eraldi kutsestandardid on välja töötatud rahvakunsti- ja käsitöömeistrile sepatöö alal. Sepa kutse saab omandada hetkel vaid Eesti Kunstiakadeemias, metallitöölisi valmistatakse ette ka kutseõppeasutustes.

Sepa- ja metallitööde teostajate keskmine palk oli 2007. aastal sepikodade majandusaasta aruannete põhjal 7 000- 16 000 krooni. Siiski tuleb märkida, et sepikodade töötajate arv ja ka kasumlikkus ei ole alati seotud kõrgema sissetulekuga. Samuti võtavad mitmed sepap, kes on ühtlasi ettevõtte omanikud, ettevõtte tulu välja dividendidena.



PEAMISED TEGEVUSVALDKONNA RISKID JA EBAÕNNESTUMISE PÕHJUSED

- **Käibe ülehindamine ning vabade käibevahendite puudumine.** Alustava ettevõtja jaoks on väga oluline hinnata kriitiliselt ettevõtte tegutsemise esimese poolaasta tegelikke kulusid tööjõule, rendile, materjalidele ja arvutada, millises suurusjärgus vajab ettevõtte vabu käibevahendeid (raha). Kindlasti peab alustav ettevõtja arvestama sellega, et esimestel kuudel ei suudeta müüa toodangut sama palju kui juba aastaid tegutsevad ettevõtted. Teostatud tööde hulga kasvades suureneb ettevõtte tuntus turul ja tellimuste arv hakkab kasvama.
- **Valede toodete toomine ning tootmine lattu.** Ilma tellimuseeta tootmine suurendab laovarusid ja hoiab kinni käibevarasid. Hiljem võib osutuda vajalikuks toodete müük kahjumiga või ümber tegemine. Seega peaks alustav ettevõtja enne tootmise alustamist uurima turgu ning olema veendunud klientide ostusoovides ja nõudluses konkreetse toote vastu.
- **Sõltuvusse sattumine edasimüüjast või vahendajast.** Suured edasimüüjad võivad järsult lõpetada edasise koostöö ettevõtjaga või nõuda oluliselt hinna alandamist. See võib viia olukorrani, kus tooted tuleb müüa omahinnaga või isegi alla omahinna.
- **Liiga suurte tellimuste vastuvõtmine.** Väikesed, vähese töötajate arvuga sepikojad võivad jääda hätta suurte tellimuste täitmisega. Töö spetsiifika tõttu pole väga kerge leida (hooajaliselt) lisatööjõudu. Tellimuse täitmise ebaõnnestumisel kaotatakse oma maine ja klient võib hilinevad tellimusest ka loobuda.
- **Vähene turundustegevuste planeerimine, oskamatus müüa.** Paljud sepikojad ei tee aktiivselt endale ja oma toodetele reklaami. Selle põhjuseks on enamasi asjaolu, et suurt rõhku pannakse edukale müügile laatadel jms suurematel rahvaüritustel. Siiski võiks alustav ettevõtja luua oma kodulehe, kus leiaks infot nii seppade kui ka toodete kohta, lisaks võiks seal olla ka hinnaorientiir.
- **Paljud ettevõtted on end positsioneerinud vaid seeriatoodete tellimustööde täitmisele.** Neid iseloomustab (osaliselt) standardiseeritud ja automatiseeritud tööprotsess. Niimoodi toimivad ettevõtted, kelle toodangus suure osa moodustavad mass- ja liinitooted. Taoline tootmine on küll suurema rentaablusega, kuid ei anna seppadele piisavalt laialdasi võimalusi luua originaalseid ja kunstipäraseid individuaaltöid.

