

# SISEKUJUNDUS

Alates aastast 2008 tuleb kõigil ettevõtetel klassifitseerida ennast Eesti majanduse tegevusalade klassifikaatori EMTAK 2008 järgi. Eesti majanduse tegevusalade klassifikaator EMTAK 2008 on Euroopa Ühenduse majandustegevusalade statistilise klassifikaatori NACE Rev.2 (Statistical classification of economic activities in the European Community) Eesti rahvuslik versioon. [Loe edasi](#)

## VALDKONNA KESKMISE ETTEVÕTTE PROFIL

2009. aastal tegutses äriregistri andmetel Eestis 422 sisekujundusteenust pakkuvat ettevõtet, mis pakuvad ruumikujunduse ja disainimise teenust. Eesti majanduse tegevusalade klassifikaatori EMTAK 2008 järgi on tegemist tegevusalaga, mille kood on EMTAK 74101 – disainerite tegevus.

Tegemist on intellektuaalse teenusega ning valdkonnas tegutsevad ettevõtted on enamasti väikesed 1-4 töötajaga osaühingud või siis hoopis üksikettevõtjad. Suuremaid aktsiaseltsi on tegevusalal registreeritud ainult 2. Suure ettevõtte töötajaskond antud tegevusala kontekstis on keskmiselt 5 inimest.

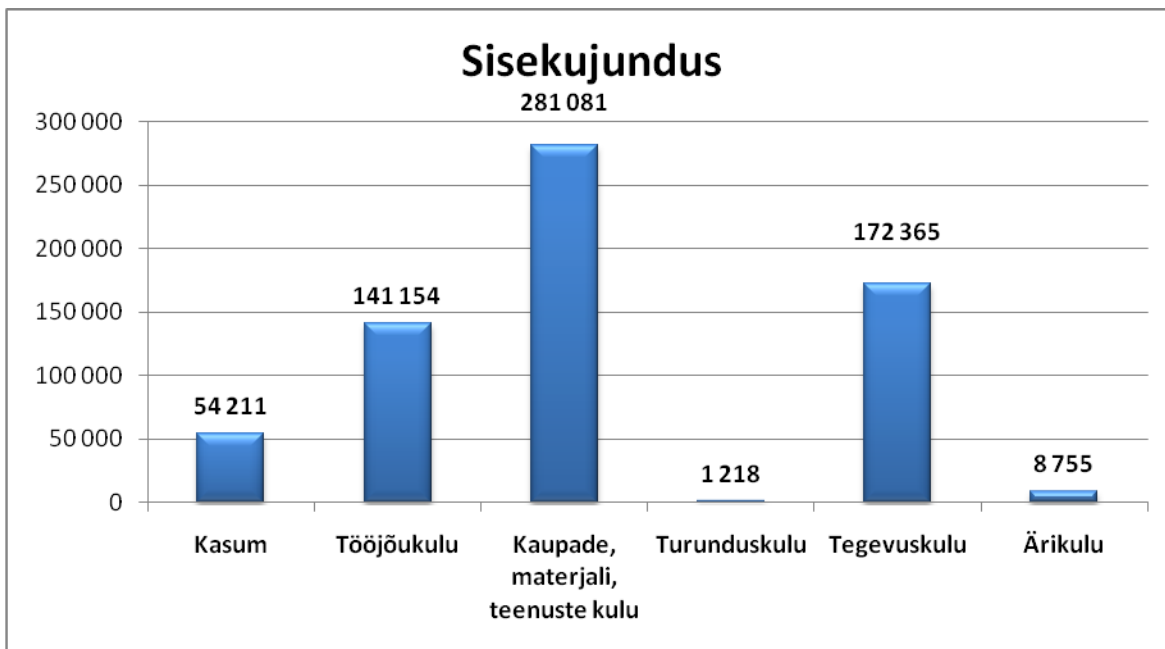
Kuna pakutav teenus ei eelda tootmist ega suuri kapitalimahutusi ning personal on väikesearvuline ning mobiilne, on ettevõtte käivitamiskulud suhteliselt madalad ja paindlikud. Tööd saab edukalt teha ka kaugtöö vormis.

## ORIENTEERUVAD KÄIVITAMISE KULUD

Kuna sisekujundus on intellektuaalne äri, siis suurim kuluallikas ettevõtte käivitamisel on kvalifitseeritud personal. Toorainekulu praktiliselt puudub, kuigi sisekujundajad vajavad ka materjalide näidiseid, katalooge ja näiteid oma tehtud töödest. Materjalide näidiste ja kataloogidega varustavad sisekujundajaid reeglina materjalide tootjad ise, kellede jaoks on sisekujundajad oluliseks müügikanaliks.

Arvestatavamate kulude liigid:

- Personalikulu – keskmiselt 21% käibest
- Turunduskulud – keskmiselt alla 1% käibest
- Tootmiskulud – keskmiselt 42% käibest
- Tegevuskulud – keskmiselt 26% käibest
- Muud ärikulud – keskmiselt 1% käibest



## Ruumid

Tööttingimuste loomisel on oluline arvestada, et ettevõtte kontoriruumid on ühtlasi ka ettevõtte referentsiks ja näitavad klientidele sisekujundajate käekirja. Enda vabandamine väitega, et „kingsepal ei ole kingi“ ei jäta teie pakutavast teenusest just kõige esinduslikumat muljet. Sisekujundusettevõtte kontoriruumide puhul on väga olulise tähtsusega ka hea asukoht (ligipääsetavus kliendile, parkimisvõimalus) ning eelistatavalt mainekas või teada-tuntud piirkond. Ruume planeerides peaks arvesse võtma ka ruumivajadust kliendikohtumisteks ja koosolekute läbiviimiseks.

On ka mitmeid sisekujundusettevõtteid, kes kulude kokkuhoiu eesmärgil püüavad teostada suurema osa tööst kodukontoris ja klientide juures objektidel. Arvestades töö iseloomu, on selline lähenemine, eriti ettevõtte käivitamisperioodil, vägagi mõistlik.

## Töövahendid

Kuna sisekujundaja töö eeldab mobiilsust, on hädavajalik töövahend sülearvuti koos tööks vajalike sisekujundusprogrammidega (näiteks AutoCAD, Archicad, MicroStation). Professionaalidele mõeldud joonestusprogrammid maksavad vahemikus 20 000 – 80 000 krooni.

Kindlasti on oluline töövahend ka hea fotoaparaat.

2

Loomulikult lisandub kuludesse ka elementaarne serveriteenus ja kontoritehnika- telefon, printer, skänner jms.

Lisaks tehnilistele vahenditele vajab sisekujundusettevõtte ka näidismaterjali, mida klientidele tutvustada. Selleks on vaja soetada hulk valdkonnaspetsiifilisi raamatuid ja ajakirju, koguda materjali mööbli- ja sisustusmaterjali tootjatelt, tootenäidiseid jne. Näidiste kogu vajab pidevat uuendamist.

### **Transpordivahendid**

Sisekujundaja vajab transporti, et jõuda kujundatavate objektideni ning sageli on vaja ka materjale transportida. Tavaliselt liisitakse selleks kasutusrendi alusel väike- või keskmise suurusega auto, mille liisingu kuumakse on vahemikus 2500-4000 krooni. Sobivaim transpordivahend sisekujundaja tööks on väikekaubik.

Alustaval ettevõttel või üksi tegutsejal on võimalik ka ilma isikliku transpordivahendita hakkama saada. Võimalik on kullerteenust või kliendi transporti kasutada.

Kui sisekujundusteenuse osutamist pakkuv ettevõtte ei oma veel kliendibaasi, siis võiks arvestada kuni 1-2 kuuse nn alustamisperioodiga, mil otsitakse esmaseid kliente. Sellel perioodil peaks ettevõtte arvestama püsikuludega kontorirendile, personalile, transpordile. Tegevuse algusperioodil on alustava ettevõtja kulude proportsioon ca 40-50% personalikuludele ning ülejäänud inventarile, transpordile, kontoriruumide rendile jne.

### **KESKMISED FINANTSNÄITAJAD**

Suurema osa sise-kujundusvaldkonna ettevõtete käibest jääb alla ühe miljoni krooni piiri\*.



Enamik tegevusvaldkonna ettevõtteid on majandusaasta aruannete põhjal kasumis, kuigi sisekujundusbüroode rentaablus on alla 10%.

Paljud ettevõtted müüvad oma teenuseid ka lähiriikidesse (eelkõige Soome Vabariiki) ning teenuste ekspordi osakaal võib moodustada ettevõtete käibest isegi kuni kolmandiku.

## HOOAJALISUS

Üldiselt ei ole sisekujundusteenuse pakkumisel välja kujunenud kõrg- ega madalhooaega, kuid seoses üldiste puhkuste perioodiga on natuke vähem tööd juulist augusti keskpaigani.

## TURUNDUSTEGEVUSED

Sisekujundusettevõtete kõige tõhusamateks turunduskanaliteks on:

- ettevõtte koduleht
- meediakajastused erialajakirjadest ja ehitus- ja sisustusvaldkonna saadetes
- osalemine sisekujundusvõistlustel

Oluliseks turundusvahendiks on väga head töötulemused, millega klient on rahul ning korrektsed töösuhted. Hea maine ning positiivne info varasematelt klientidelt ja koostööpartneritelt on väga oluliseks turunduskanaliks ning tavaliselt toob hea kliendisuhe juurde uusi kliente. Alustav ettevõtja peaks ka oma bürood sisustades mõtlema, kuidas näidata oma nutikust ja omapäraseid sisekujunduslahendusi.

## TUGIORGANISATSIOONID

Disaineritel on võimalus liituda Eesti Disainerite Liiduga. Liit on loodud 1989. aastal eesmärgiga arendada disainerite erialaseid oskuseid ja kutsealaseid teadmisi. Liidu koduleht: [www.edl.ee](http://www.edl.ee)

## SEADUSANDLUSEST TULENEVAD NÕUDED, TEGEVUSLOAD, LITSENTSID, TERVISEKAITSE

Seadus ei nõua disainerteenuse pakkumiseks litsentsi ega registreeringut majandustegevuse registris.

Igapäevases tegevuses peab siiski järgima mitmeid erinevaid konkreetse töö teostamisele kohalduvaid õigusakte. Näiteks ajalooliselt väärtuslike hoonete puhul peab järgima Muinsuskaitseseadust [www.riigiteataja.ee](http://www.riigiteataja.ee), ühiskondlike ruumide puhul konkreetse hoone tüübi või tegevusala nõuded (lasteasutused, haiglad jmt).

## SOBIVAIM ETTEVÕTLUSVORM

Kõige levinum ettevõtluvorm sisekujundusbüroode seas on osaühing - 98% sisekujunduse projekteerimisega tegelevatest ettevõtetest on registreeritud OÜ-na. Siiski leidub ka üksikuid aktsiaseltsi ja umbes 40 füüsilisest isikust ettevõtjat.

## TEGEVUSE KINDLUSTAMINE

Mõned ettevõtted kindlustavad oma kontorit koos sisustuse ning tehnikaga. Kindlustus on vabatahtlik.

## TEENUSTE ISELOOMUSTUS JA KESKMINE HINNATASE

Sisekujundusteenust pakkuvate ettevõtete peamiseks tegevuseks on sisekujundus-projektide koostamine erinevatele hoonetele ja ruumidele. Lisaks üldisele kontseptsiooni loomisele koostatakse ka projektimapp, mis sisaldab:

- siseviimistlusmaterjalide valikut (sobilike materjalide leidmine põrandapindadele, seinte ja lagede katmiseks)
- põrandate plaani koostamine (erinevate põrandamaterjalide paiknemise määramine)
- mööblipaigutusplaani
- valgustusplaani (valgustite, lülitite ja pistikute asukoha määramine)

- erilahendust vajavate objektide jooniseid (keraamiliste plaatide paigutusjoonised vannitubadesse vms)
- võimalusel ka pildimaterjale või ka tootenäidiseid erinevate viimistlusmaterjalide ja tekstiilide kohta. Lisaks võiks lisada ka sobivate esemete tarnijate kontaktid.

Lisateenusena pakutakse ka eritellimusliku mööbli, valgustite jm projekteerimist, disainimist, projektijuhtimise teenust, kus sisekujundaja võtab kogu vajalike tegevuste koordineerimise ning asjaajamise enda kohustuseks (näiteks suhtlemine ehitaja, siseviimistleja ja tarnijatega, vajalike materjalide kohaletoometamine, vajaliku dokumentatsiooni korraldamine jne)

Tavapäraselt toimub kogu tööprotsess tihedas koostöös sisekujundaja ja kliendi vahel ning kogu projektijuhtimine ehk kõikide vajalike tegevuste koordineerimine (alates sobilike materjalide leidmisest kuni lõppteostuse kontrollimiseni) usaldatakse sisekujundajale.

Sisekujundusteenust pakkuvate ettevõtete hinnakujunduse aluseks on reeglina tööle kuluv aeg, mis sõltub:

- kujundatava ruumi pinnast
- ruumi keerukusest
- erilahenduste vajadusest
- töö ulatusest (kas vajatakse ka projektijuhtimist, mööbli valikut jne)

Kuna iga konkreetne projekt on individuaalne ning nõuab sisekujundaja tutvumist ruumiga ning tellija soovidega, siis kujuneb töö teostamise täpne hind alati koostöös ja läbirääkimistel kliendiga, kuid teenuse hinna alammääraks on kujunenud 200-400 EEK iga kujundatava ruutmeetri kohta.

Kindlasti mõjutab teenuse hinda sisekujundaja tuntus, väga heade referentside olemasolu ning auhinnad erialastelt konkurssidelt. Teenuse hind võib kõikuda isegi kuni 2-3 korda, sõltuvalt konkreetset töö teostaja kogemustest ja mainest.

## KONKURENTS

Seoses ehitusturu kiire jahtumisega, on löögi alla sattunud ka sisekujundajate tööpõld. Kui veel mõned aastad tagasi oli raske leida sisekujundusbürood, kellel oleks raskusi klientide leidmise ja kasumliku majandamisega, siis nüüd on olukord vastupidine. Vähenenud on nii ehitatavate ja renoveeritavate objektide hulk, kui klientide valmisolek kasutada professionaalse sisekujundaja teenuseid.

Seoses turu jahtumisega on paljud sisekujundajad üritanud rakendust leida teistel disainivaldkonna erialadel, loobunud ettevõtlusest ja naasnud palgatööle näiteks mööblitootjate või sisustussalongide juures. Ellu jäämise eelduseks on hea kliendibaas, eelkõige äriklientide osas, ning oskus leida uusi kliente, sageli pigem välismaalt.

## KLIENDI PROFIL

Sisekujundusteenust vajavad kliendid jagunevad kahte suurde gruppi:

- erakliendid, kes soovivad sisekujundlahendusi eramutesse või korteritesse;
- ärikliendid, kes soovivad sisekujundusprojekte peamiselt ühiskondlikesse hoonetesse, teenindusasutustesse või büroohoonetesse.

Lisaks tegevustele saab sisekujundus projekte jagada ka hoonete otstarbe alusel

- eramud ja korterid
- ühiskondlikud hooned (koolid, muuseumid, spordikompleksid jne)
- kaubandus- ja toitlustusasutused (äripinnad, kontorid, restoranid, kohvikud, ööklubid jne)
- ajaloolised interjöörid (muinsuskaitse all olevad hooned).

Oma eramusse või korterisse interjöörilahendusi vajavad kliendid on enamasti ühekordsed ostjad. Just seetõttu eelistavad mõned bürood vaid ärikliente. Teiseks põhjuseks äriklientide eelistamisel on asjaolu, et eraklientidega seotud tööd kipuvad mitmete muudatuste ja lisanduvate soovide tõttu minema üle määratud tähtaja ja eelarve.

Äriklientide puhul võib küll tellijaks olla mitmeid kordi sama klient, kui kuid töö iseloom ning nõutavad tingimused on iga projekti puhul varieeruvad. Kuna enamasti on äriklientide objektid rahaliselt mahukamad, siis eelistavad mitmed sisekujundusbürood eelkõige tööde kasumlikkuse ja mõnikord ka loominguvabaduse tõttu tegeleda peamiselt äriklientide projektidega.

## PERSONAL

Sisekujundusettevõtetes töötavad enamasti Eesti Kunstiakadeemia sisearhitektuuri eriala lõpetanud sisearhitektid, kuid samas valdkonnas töötab ka palju sisekujundajaid, kellel on graafilise disaini või muu sarnane haridus. Lisaks sisekujundajatele töötab mõningates ettevõtetes ka noorem-konsultante, kes aitavad teostada jooniseid.

Sisekujundusteenust pakkuva ettevõtte alustamisel on oluline leida soovitavalt varasema kogemustega töötajad.

## EBAÕNNESTUMISE PÕHJUSED JA SOOVITUSED ALUSTAVALE ETTEVÕTJALE

- Alustav ettevõtja peaks suutma kriitiliselt hinnata ehitusturu hetkeolukorda.
- Alati on alustaval ettevõtjal oluline koostada pädev finantsprognoos, sest ilma suure kliendibaasita võib esimeste lepinguteni kuluda mitu kuud. Ka peaks ettevõtja maandama töajuga kaasnevad riskid, sest paindlik tööaeg ning liikuv töö võivad viia olukorrani, kus töötajatel kaob motivatsioon, halvenevad kliendisuhted või ületatakse tähtaegasid.

- Alustav ettevõtja peaks kindlasti rõhku panema oma kompetentside hoidmisele ning pidevale täiendamisele ning igapäevases töös püüdma hoida häid kliendisuhteid. Kogenud sisekujundajad soovivad algajal ettevõtjal kuulata hoolikalt alates esimesest kohtumisest kliendi soove ning kindlasti kõik soovid ja muutused ülesse märkida, segaduste vältimiseks ka allkirjastada.
- Rõhku tuleks panna ka turundustegevustele. Kõige tõhusamateks kanaliteks on erialaajakirjad ja saated televisioonis. Kindlasti peaks tähelepanu pöörama teostatud töödest koostatavale portfooliote, mis on kõige paremaks abivahendiks uute klientide leidmisel.