



Õpilasfirma C-bag

Hugo Treffneri Gümnaasium

Juhendaja: Ülle Seevri

Mentor: Karl-Martin Voovere

2018/2019

SISUKORD

MEIST.....	2
LOOMISLUGU	3
TOOTMISPROTSESS	3
MEIE TOODE	4
TIIM C-BAG	5
MÜÜK	5
TURG.....	7
FINANTS.....	8
MEESKONNA ARENG.....	9
ÕPPIMISKOHAD	10
TULEVIK	11
TÄNAMINE	11

MEIST

Mis on meie missioon?

Soov muuta **tarbimine keskkonna-sõbralikumaks**, mõeldes praktilistele vajadustele ja ökonoomsemale tulevikule.

Meie **visioon** on parandada inimeste tarbimisharjumusi, tuues ühekordsete poekottide asemele korduvkasutatavad termokotid.

Ühendame kolm meie jaoks olulist põhiväärtust: **praktilisus, keskkonna-säästlikkus** ja **kaunis välimus**, mis on lisaväärtuseks igapäevale, aga annab juurde ka kogu ühiskonnale.

Tootekirjeldus

Meie tooteks on disainitud **termokotid**, mis aitavad säilitada toidu temperatuuri vastavalt vajadusele.

Meie lahendus kombineerib kahte maailma: toodet saab kasutada nii tavalise kotina kui ka termokotina. Selle tulemusena vähendame kõikide ühekordsete loodust reostavate kottide kasutust ning propageerime loodussõbralikku eluviisi.

Lisaks praktilisusele oleme palju rõhku pannud ka välimusele. Oleme loonud disaini, mis on minimalistlik, kuid siiski atraktiivne. Kottide välispind on valmistatud õmblusettevõtete kangaste ülejääkidest ning sees on termoriide kiht.

Finantstulemused

Tulud: 627 €

Kulud: 409.93 €

Kasum: 217.07 €

Materjal ja varud: 339.13 €

Meie tegevus

Meie eesmärgiks oli luua **toimiv õpilasfirma**, mis oleks tulus ja võimeline konkureerima teiste firmadega. Siht on aja jooksul suurenenud ja firma on muutunud palju enamaks, kui lootnud olime.

Me tahame muuta maailma paremaks paigaks, kus elada, populariseerides meie toote ostmise läbi loodussõbralikku eluviisi.

Lisaks on meie tegevuses olulisel kohal olnud **klientide tagasiside**, mida analüüsides oleme pidevalt oma tooteid edasi arendanud. Praeguseks oleme ära müünud juba 49 kotti ning uued tellimused juba ootavad. Leiame, et oleme oma esmased eesmärgid kindlasti saavutanud ja teel uute suunas.

LOOMISLUGU

Idee sünd – personaalmurest millekski suuremaks?

“Jälle on mu kohuke kotis ära sulanud,” ütles Mariann, meie tootearendaja, meile ühel koolipäeval nii mööda minnes. Otsekui rabatud *Déjà-vu* tundest, hakkasime endalt küsima, kuidas saaksime seda olukorda lahendada.

Väikest termokotti, mis mahutaks paar jäätist ja kohukest, kuid oleks samaaegselt stiilne ja võimalik tavalise kotina kasutada, polnud me aga varem kohanud. Niisiis mõtlesimegi, et miks mitte otsida lahendust just sellistele olukordadele.

Väikesest kohukesemurest olime jõudnud ühe tähtsa lahendust vajava probleemini: liigne ühekordsete termokottide kasutamine.

Vahva on tõdeda, et nii väike asi nagu kohuke tingis ühe õpilasfirma teekonna alguse.

Komistuskivi meie tee alguses

2018. aasta oktoobris osalesime Youth Empowered Eesti avaüritusel “Meil ei ole planeeti B”, kus esitlesime esimest korda termokoti ideed suuremale rahvahulgale. Mõte pakkus huvi ka teistele ning meie endigi üllatuseks läksime koju ürituse äriidee võiduga.

Õnnetuseks avastasime paar kuud hiljem, õpilasfirma registreerimisel, et termokoti idee on kasutusel juba teise firma poolt. Meile teadmata olid sarnase ideega turule tulnud ka sügisese konverentsil osalenud poisid.

Esmasest ehmatusest üle saades mõistsime, et konkurents sunnib pingutama ning oma toodet veel paremaks arendama. Ühtne tiimi võitlusvaim andis firmale veelgi hoogu juurde.

TOOTMISPROTSESS

Millist kangast valida?

Peale kotikavandi loomist alustasime materjalide otsinguga. Suureks murekohaks osutus termoriie, mida polnud sugugi kerge leida. Alguses tellisime kangast internetist, mis tegelikkuses ei vastanud meie ootustele. Lõpuks leidsime kaupluse, kust saime sobilikku termoriie osta.

Loodussõbralikku eluviisi silmas pidades tuli meil idee välimaterjalina kasutada riidetööstusettevõtete kangajääke. Alandades niiviisi toote hinda, aitame kaasa targale tarbimisele – igas mõttes *win-win* olukord. Võtsime ühendust Sangariga, kes oli lahkesti nõus meile müüma oma lao ülejääke. Valisime välja sobivad kangad ja veendusime nende kvaliteedis.

Termokottide õmblemine polegi nii lihtne nagu esmapilgul paistab?

Küsimusele “Kas õmbleme ise või laseme õmmelda professionaalil?” saime vastuse üsna kiiresti. Sisemine termoriie on rabe ja seetõttu äärmiselt ebamugav töödelda. Pärast mitmeid katsetusi oli selge, et ühesuguseid ilusaid kvaliteetseid kotte me ise teha ei suuda. Õmbleja kasuks otsustamisel osutus määravaks kvaliteet ja aeg.

Professionaalsete õmblejatega konsulteerides mõistsime, et taaskasutatud riidetükkide efektiivsemaks kasutamiseks on mõistlik toota eri suuruses kotte. Nii ka tegime ning tänaseks on C-bagi tootevalikus termokotte kolmes eri suuruses.

MEIE TOODE

Õpilasfirma C-bag toodab **korduvkasutatavaid** termokotte. Meie eesmärgiks oli luua midagi erilist ja kasulikku, et mitte sulanduda halli massi. Toote innovaatus väljub selle funktsionaalsuse ja välimuse ühendamisest. Selle praktiliseks väärtuseks on **toidu temperatuuri säilitamine**, mis tuleb kasuks toidu transportimisel. Näiteks aitame aastas kokku hoida [648 MJ lisaenergiat](#), mis kulub toidu üles soojendamiseks.

Meie toode on loodussäästlik, sest pakume alternatiivi ühekordsetele kilest poekottidele.

Maailmas toodetakse sekundis üle [160 000 plastikkotti](#) ning firma tegevusega anname oma panuse globaalse probleemi parandamisele.

Lisaks on kotil ka emotsionaalne väärtus, kui ilusast kotist saab välja võtta sulamata jäätise. C-bag toodab kotte kolmes erinevas suuruses: S, M ja L, vastavalt 20x30, 30x30 ja 45x45 cm. Meie kõige populaarsem toode on kompaktne S suuruses kott, kuid M suuruses kott on ideaalne toidupoes ostlejatele oma mahukuse poolest. Klientide soovil võtsime tootevalikusse ka L suuruses kotid.



S ja L suuruses kott

TIIM C-BAG

Kes on kes?

Aasta alguses polnud meil veel aimugi, mis meid täpsemalt ees ootab. Seetõttu on aja jooksul ametid ja ülesanded kohati vahetunud vastavalt igäihe oskustele. Meie tiim koosneb neljast põnevast karakterist.

Firma **tegevjuht on Merily Keskküla**, kes on ühtlasi ka toote idee autor. Tema tormiline mõtlemine toob endaga kaasa suure mõttepilve, kus leidub alati väärt ideid. Merily on äärmiselt kirklik meie firma osas: ta on valmis isegi oma unetunde firma heaoluks ja arenguks ohverdama.

Toote praktilisuse ja hea välimuse eest vastutab **tootearendaja Mariann Klaassen**.

Tema loomingulisus on justkui kirev vikerkaar, mis lööb särava iga meie toote. Tegelenud 13 aastat meeskonnaspordiga, oskab ta väga edukalt tiimis töötada ja leiab igas olukorras kompromissi teiste õpilasfirma liikmetega.

Firma **finantsseisul hoiab silma peal** meie firma ainuke reaalsuunas õppiv liige **Ethel Uibo**. Tihti on keeruliste olukordade päästerõngaks tema briljantsed mõtted, mis ilmuvad nagu välk selgest taevast. Exceli tabelite täitmine on talle kui rattasõit ning ta paneb iga viimse kui numbri üksteisega klappima.

Turundusjuht on Lotte Vahelaan, meie firma sõnameister. Lotte on päike meie päevas, kes särab oma originaalsete ideedega ja haarab kaasa mõtlema igäihe meist. Tema kontrollita ei lähe C-bagi sotsiaalmeediasse ühtegi postitust.

Igäihel meist on küll oma ülesanded ja ametid, kuid tegelikult saame hakkama kõigi lahendust vajavate ülesannetega.



C-bagi naiskond (vasakult: Ethel Uibo, Mariann Klaassen, Lotte Vahelaan, Merily Keskküla)

MÜÜK

Naerata, ole enesekindel ja usu endasse - neid märksõnu oleme püüdnud jälgida igal müügiüritusel. Praeguse seisuga oleme müüdnud oma tooteid vaid näost näkku, mistõttu on olulisel kohal olnud just suhtlemisoskus ja empaatiavõime. Iga uus inimene, kellele oma toodet tutvustame, suurendab potentsiaalsete klientide hulka.

Oleme esindanud enda firmat **neljal laadal ning ühel müügipäeval** nii suurema kui ka väiksema koosseisudega.

Esimesena osalesime **Tartu laadal**. Müük läks väga edukalt ja teenisime ära paljude inimeste heakskiidu. Ära müüsimise 11 kotti. Kõige rohkem soovitati meile, et peaksime tootma suuremaid kotte kui M suurus, mille tulemusena arendasime välja L suuruses koti. Enne uut laata käisime müügikoolitusel, kus tutvusime müügitsükliga ja koostasime endale sobiliku müügiteksti.

Peale seda oli Tallinna laadale edasi minek juba palju lihtsam, sest esimene kogemus oli käes ning uued müüginipid õpitud.

Tallinna laadal pidime tegema palju tööd, et teiste õpilafirmade kõrval silma jääda.

Eesmärk õnnestus ja positiivseks üllatuseks **võitsime** Eesti suurima õpilafirmade laada **innovatsioonivõistluse**, mis oli meile väga oluline tunnustus. See andis lisaks kogemusele juurde ka palju motivatsiooni edasi tegutsemiseks. Nagu eestlasele kohane, algul ei saa vedama, pärast pidama, juhtus ka meil: viimane klient astus müügiletile ligi asjade kokku pakkimise ajal.

Märtsi keskel osalesime **Võru laadal**, mis üllatas suure külastajate arvu ja sooja vastuvõtu poolest.

Aprillis saime hea **müügivõimaluse Tartu Kaubamajas**, kus meil oli võimalik oma

toodet müüa ja reklaamida toimuva Osturalli kõrvalt. Märkimisväärne on seik, kuidas särasilmne naine tuli leti juurde ostma meilt juba oma teist C-bag termokotti ja lisas juurde, et lahkus selle koti ostmise nimel varem töölt. Sellised hetked jäävad meelde ja tõestavad, et ajame õiget asja.

Kõige viimasena esindasime enda firmat **Riia laadal** “Social and creative”. Riia müügikogemus oli vägagi erinev eelnevatest: müük oli võõrkeelne ning toimus õues turuväljakul.



Innovatsioonivõistluse autasustamine

TURG

Kliendid

Algselt pidasime oma sihtrühmaks kahte gruppi: tulenevalt meist õpilased, kes võtavad tihti kooli kaasa toitu, ja pereemad, kes teevad peamisi sisseoste toidupoodides.

Neist lähtudes kujundasime ka oma esimesed tooted, S suuruses koti väiksemate toidukordade transportimiseks ja M suuruse suuremateks sisseostudeks.

Laatadel osaledes ja müügikoosolekutel arutades saime aru, et toodet on võimalik suunata palju laiemale klientuurile. Seetõttu hakkasime arendama erineva suuruse ja välimusega kotte, mis oleksid sobilikud võimalikult paljudele, vaatamata ostja vanusele, eale või soole.

Nüüdsest on meie kotid ka sobilikud vanematele inimestele, sest nende soovil tööime tootevalikusse juurde tumedamaid toone, mis ei määrduks nii kergesti. Meie peamisteks klientideks on keskealised tarbimisteadlikud naised.

Miks C-Bag?

Konkurendid

Meie peamisteks konkurentideks on teised termokotte tootvad ettevõtted, nagu näiteks Balbiino. Konkurentide eeliseks on väiksem omahind, mis tuleneb kottide mass-tootmisest. C-bagi plussiks on toote hea kvaliteet ja personaalne lähenemine, sest iga kott on valminud käsitööna. Lisaks eristab kaunis disain meie kotte teistest igavatest termokottidest.

Termokottide valdkonnas on konkureerivaid tooteid kolme tüüpi: külmalettide juures leiduvad jahutuskotid, soojalettide juures asuvad ühekordsed termokotid ja suuremad kuju hoidvad termokotid.

C-bag kotid on kerged ja vähe ruumi nõudvad võrreldes teistega: väike C-bag mahub imeliselt suuremasse poekotti ja peale toidu ära söömist saab koti kerge vaevaga kokku voltida ning muude asjade juurde mahutada. Lühidalt, **meie termokottide eeliseks on kompaktsus, maitsekas välimus ja mugavus.**

Tabel 1. Konkurendid

	KOMPAKTSUS	VÄLIMUS	MUGAVUS
C-bag	Kerge, kokku pakitav	Stiilne, mitmetes värvitoonides	Kergesti kaasaskantav
Kile jahutuskott	Kerge, plastikkinnitus	Üksluine	Ebamugavad sangad
Kuju hoidev termokott	Suur ja kohmakas, mahutab hästi	Monotoonne	Ei mahu kõikjale
Ühekordne soojakott	Kerge, volditav	Pruun	Kergelt hangitav, väike

Hilisem müük

Oleme müüki laiendanud ka sotsiaalmeediasse - *Facebooki*. Täpsemalt kasutame me *Facebook Store'i*, mis täidab internetipoe ülesandeid. Praeguseni on *Facebook Store* meie jaoks pigem reklaamiva funktsiooniga olnud, kuna müüginumbrid selle kaudu suurenenud pole.

Lisaks sotsiaalmeediale üritame laiendada enda müügivõimalusi ka erinevates poodides. Oleme saanud mitmeid pakkumisi ning käinud tutvustamas enda toodet erinevatele poodidele. Kohe, kui jõuame juurde teha uusi kotte, oleme valmis oma tooteid ka eksponeerima Disainimajas.

FINANTS

ÕF C-bag algkapital oli 200€, mille saime 50-euroste aktsiate müügist enda firma liikmetele. Me otsustasime 200-eurose algkapitali kasuks, sest teadsime eelneva uurimise põhjal, et kottide tootmine on kulukas. 110€ meie algkapitalist kulus õmblejatele töötasu maksmiseks, ülejäänud raha eest ostime kotimaterjale ning turunduselemente (logod, visiitkaardid). Õpilasfirmat alustades otsustasime, et me jooksvalt palka ei maksa, vaid jagame kasumi õpilasfirma perioodi lõpus võrdselt ära,

kuna tahtsime investeerida saadud tulu firma arendamiseks. Toote omahinna kujunemisel oleme arvestanud materjalikulu, õmbleja töötasu, logo ja kaudsete kuludega. S suuruses termokoti omahind on 5,58€, M suuruses 8,03€ ja L suuruses 16,98€.

Meie firma käive on 627€ ning tegevuskulud on 409,93€, mis tähendab, et meie kasum on 217,07€. Meie materjalide ja valmistoodete väärtus on 245,7€.

BILANSS 17.04.2019			
AKTIVA	€	PASSIVA	€
Raha	171.37	Võlad	0.00
Materjal ja varud	245.7	Aktsiakapital	200.0
Põhivara	0.00	Kasum	217.07
KOKKU	417.07	KOKKU	417.07

Tabel 2. Bilanss (€)

KASUMIARUANNE**22.10.2018-****17.04.2019**

1. TULUD	627
2. KULUD	
2.1. Materjal, varustus, tootmiskulud	339.13
2.2 Turundus	46.71
2.3 Muud kulud	24.09
KULUD KOKKU	409.93
3. Aruandeperioodi kasum (-kahjum)	217.07

Tabel 3. Kasumiaruanne (€)



EV100 eripartii

MEESKONNA ARENG

Tee tööd ja näe vaeva, siis tuleb ka soovitud tulemus. See ütlus kirjeldab hästi meie senist tegevust.

Sügisel alustades me üksteist veel eriti ei tundnud, aga meid ühendas suur soov luua õpilasfirmat ja proovida, kas ettevõtlus on meie jaoks. Nüüdseks oleme arenenud tiimiks, kellel on ühine eesmärk, mille poole püüelda. Meile oli suureks abiks meie mentor Karl-Martin Voovere, kes innustas meid uusi teadmisi saama ja suutis meid motiveerida ka raskematel hetkedel.

Firmat algteadmisteta luua ei saa, sellepärast võtsime hea meelega igast õpetlikust üritusest osa. Võtsime osa mitmetest Noorte Ettevõtlikkuse Labori korraldatud mentorklubidest, mille abita poleks me kindlasti jõudnud nii kaugele, kui oleme praegu. Näiteks õppisime idee- ja tootearendust ning tutvusime erinevate müügistrateegiatega. Lisaks käisime end arendamas ka erinevatel JA Eesti poolt korraldatud koolitustel: müügikoolitusel, juhtimiskoolitusel. Oleme tänulikud, et saime osa põnevast teekonnast, mis koos kõigi raskustega pakkus ka hulgaliselt häid emotsioone.

Lotte: “Kindlasti ei kahetse ma oma otsust hakata tegelema õpilasfirmaga. Kogu firma loomise protsess on suurendanud minu huvi ettevõtluse vastu. Tunnen, et läbi firma tegevuse olen omandanud hindamatu hulga uusi kogemusi, mida saan kindlasti kasutada ära ka tulevikus. Olen saanud juurde julgust, kannatlikkust ja enesekindlust.”

Merily: “Tunnen, et olen arenenud väga palju. Olen õppinud, kuidas üks firma toimib ning aru saanud, et oma mõtete teostamiseks on vaja otsekohest ja julgust. Võin lihtsa vaevaga astuda võõra inimese juurde ja hakata temaga rääkima. Olen terve elu olnud täielik individuaalmängija, tänu firmale olen omandanud parema koostöö oskuse ja oskan teistega arvestada.”

Ethel: “Õpilasfirma on minult üsna palju nõudnud, mistõttu olen pidanud oma mugavustsoonist välja minema. Seetõttu tunnen, et saan nüüd varasemast paremini ootamatute olukordadega hakkama. Samuti sain aimu, milline on tegelik ärimaailm ning kuidas selles orienteeruda.”

Mariann: “Eelkõige olen õppinud suhtlema erinevate inimestega rääkides klientidega. See on mind muutnud palju avatumaks. Julge pealehakkamine on juba pool võitu. Protsessi käigus mõistsin, et kõige olulisem õpilasfirma toimimise juures on tiimitöö ning koos töötades on tegevus palju efektiivsem.”

ÕPPIMISKOHAD

Protsessi käigus saime aru, et pole mõistlik jätta tähtsaid toiminguid viimasele minutile. Sellised otsused on enamasti kiirustades tehtud ja ei too oodatud tulemust. Ettevalmistused laatadeks jäid viimase õhtu peale, mille arvelt läksid ka meie unetunnid. Sealt ka lahendus: kasutame sündmuste kirjapanemiseks *Google Docsi* ja *Messengeri* ning peame ka päevikut, et firma töötaks lodusalt.

Tööülesanded peavad olema kindlasti ära jaotatud, sest muidu tekib olukord “keegi teine teeb selle ära” ja tööülesanded jäävadki täitmata. Algul on raske sõpradelt nõuda, aga piits ja präänik käivad käsikäes, ning tuleb olla konkreetne.

Seoses õmblemise ja koti kvaliteediga oleme saanud olulise õppetunni: isegi, kui tegemist on oma ala spetsialistiga, võib tekkida vigu, mida esmapilgul ei märka. Iga õmmeldud kott tuleb alati korralikult üle vaadata, et veenduda õmbluste kvaliteedis. Näiteks tuli meil ette ebamugav intsident, kus kliendi ostetud kott poes käies katki läks. Olukorra lahendasime raha tagastamise. Selliste juhtumite vältimiseks oleme edaspidi alati oma tooteid eelnevalt katsetanud ja üle vaadanud. Oma silm on ikkagi kuningas!

TULEVIK

Kuhu edasi?

Peagi saab õpilasfirma ametlik tegutsemisperiood läbi, kuid plaanime firma kestvust pikendada vähemalt augusti lõpuni, kuna näeme oma firmat jätkusuutlikuna. Tahame jõuda veel rohkemate inimesteni, et muuta keskkonda loodussäästlikumaks, boonusena teenida ka kasumit.

Soovime jõuda võimalikult paljude inimesteni ja näidata, et meie toode on päriselt ka praktiline ning igapäevavajadusi rahuldav.

Mitmed kauplused on andnud meile võimaluse oma tooteid lähiajal nende poodides müüa. Peatselt saab C-bagi tooteid müügis näha noorte vabaajakeskuses Mõte, poes Kiiks ja Knihv ning Disainimajas. Mai keskpaigaks plaanime igasse kohta saata müügiks vähemalt 10 kotti.

Peale selle plaanime osaleda ka Tallinna Vanalinnapäevade õpilasfirmade laadal.

Hetkel oleme täitmas oma seni suurimat tellimust: toota juurde 40 kotti, sest saime pakkumise valmistada firmale kotte meenete näol.

Tulevikus tahame toote omadusi veelgi täiustada, katsetada uusi materjale ja lihvida koti logo. Mõttes on ka toote omahinna alandamine, mis muudaks koti veelgi meelepärasemaks kliendile.

TÄNAMINE

Täname teid:

Juhendaja: Ülle Seevri

Mentor: Karl-Martin Voovere

Müügikoolitus: Liisi Jantra,

Andres Märtn

Mentorklubi: Janeli Virnas, Marek

Mekk

Hugo Treffneri Gümnaasium

Meie töökad õmblejad

Sangar

Samelin

Toetajad, sõbrad, tuttavad



Tartu

ärinõuandla

MAAKONDLIK ARENDUSKESKUS



JA Eesti®



SANGAR



NOORTE
ETTEVÕTLIKKUSE
LABOR